

## تعاونی‌ها



## و فرآیند اشاعه فرهنگ تعاون

مهندس محمد رضا عباسی

### □ اشاره:

برای اشاعه و گسترش «فرهنگ تعاون» در سطوح مختلف جامعه راهکارهای متعدد و متنوع آموزشی و ترویجی پیشنهاد و توصیه شده است. اما، اگر قصد بر این باشد که فرهنگ متعالی و عدالت‌گستر به نحوی ریشه‌ای و عمیق در ساختار اجتماعی هر جامعه رسوخ کند و نگرش توده‌های مردم را به نحوی اصیل و پویا به سوی تعاونگرایی و نهضت تعاونی جلب و جذب کند، آن گروه از شرکتهای تعاونی که از الگوی واقعی و مردمی تعاون عملاً تبعیت کرده‌اند و به خصوص امور خود را با تکیه بر اصول و ضوابط فلسفه تعاون بنیان گذاشته‌اند، خود بهترین کانون و منبع «اشاعه فرهنگ تعاون» خواهند بود. زیرا اگر نگاهی جستجوگرانه و تحلیلی به «ادبیات

نهضت تعاونی» داشته باشیم، در می‌یابیم که برای شرکتهای تعاونی از ابعاد و زوایای گوناگون، «صفت‌های کارکردی» مختلفی بر شمرده شده است. حال چنانچه شرکتهای تعاونی هر جامعه به این صفت‌ها مزین باشند، بهترین کارکرد تبلیغی، آموزشی و ترویجی را برای اشاعه و گسترش فرهنگ تعاون به نمایش خواهند گذاشت.

برخی از صفاتی که ادبیات نهضت تعاونی برای شرکتهای تعاونی واقعی و مردمی بر شمرده است، به شرح زیر می‌باشد:

شرکت تعاونی واقعی و مردمی، کانون و نهادی است برای:

- «مرکز قدرت» مردم برای بهره‌برداری منصفانه همه آنها از منابع ملی؛

- محل نمایش «مشارکت» مردم در برنامه‌ها و فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی جامعه؛
- پسیاگاه رشد و تقویت رفتارهای مناسب اجتماعی در چارچوب یک نظام اقتصادی سالم
- کانون تقویت و توسعه «استقلال اقتصادی» و بی‌نیازی گروهی تعاونگر از دیگران در برخی جنبه‌های زندگی؛
- تثبیت‌کننده «هویت ملی» و بازگرداننده انسان به ذات و اصالت خداه‌ادی او؛
- کانون افزون‌سازی «جمعیت فعال» برای شرکت در فرآیند توسعه ملی؛
- محور نشر «تغییر اجتماعی»، «توسعه افکار مردمی»، «عدالت» و ...
- نیروی سازنده و مثبت «یگانگی اجتماعی» برای نیل به توسعه اقتصادی؛
- عامل گسترش و پیشرفت روند «توسعه درون‌زا و خودجوش»؛
- فراهم‌ساز «آموزش» و «انگیزشگر» دستیابی مردم به آموزش بهتر و بیشتر؛
- منبع لایزال «نیروی انسانی فعال» در عرصه فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی؛
- و ....

چنانچه شرکتهای تعاونی مزین به صفات اشاره شده باشند (که باید باشند)، می‌توان نتیجه گرفت تعاونی‌های واقعی «کانونهای اشاعه فرهنگ تعاون» خواهند بود. اما نکته اصلی آن است که اگر شرکتهای تعاونی بخواهند نقش مثبت و ارزنده‌ای در اشاعه و گسترش فرهنگ تعاون داشته باشند، باید واجد چه خصوصاتی باشند؟ و از چه اصول و عواملی پیروی کنند؟...

پیشگیری از نابسامانیها و ناهنجاریهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و نیز اتخاذ تدابیر مناسب و مؤثر برای مبارزه با آنها یکی از وظایف کلیدی و بنیادین تعاونی‌ها است. زیرا این نابسامانی‌ها نه تنها از موانع اساسی برای تحقق توسعه ملی در کشور محسوب می‌شوند، بلکه مؤلفه‌های زندگی اجتماعی و به ویژه یگانگی اجتماعی را تضعیف ساخته و در صورت پیشرفت، از بین خواهد برد. گرچه پیگیری و مبارزه با هر یک از نابسامانی‌ها شیوه و راهکارهای خاصی را می‌طلبد، اما یک جنبه کلی و عام آن است که شیوه‌ها و راهکارهای پیشگیری و مبارزه با نابسامانی‌های متعدد اقتصادی - اجتماعی باید در چارچوب یک نظام سازمان‌یافته، همسو و مستمر، طرح ریزی و به اجرا در

اگر این باور پذیرفته شود که شرکتهای تعاونی کانونهای برجسته «مشارکت»، «همیاری»، «مرکز قدرت مردم»، «استقلال» و .... هستند، پس می‌توان آنها را به منزله یک راهکار ارزشمند برای مبارزه با نابسامانیهای اقتصادی - اجتماعی قلمداد نمود. با توسل به این دیدگاه اگر هر شرکت تعاونی قادر شود خود را عملاً به صفات کارکردی دبر شمرده شده در ادبیات نهضت تعاونی مجهز سازد در واقع نقش ارزنده‌ای را برای از بین بردن نابسامانیهای اقتصادی - اجتماعی ایفا کرده است.

آیند. زیرا عوامل مؤثر در ایجاد نابسامانی‌ها مانند حلقه‌های زنجیر به هم متصل و پیوسته‌اند و در جنبه‌های گوناگون ایجاد خسارت و ناهنجاری با همدیگر هم پوشانی دارند. با این وصف شیوه و راهکارهای مبارزه با آنها نیز باید جامع، هم سو و به هم پیوسته باشند.

غالب اندیشمندان معتقدند تحقق توسعه ملی در واقع رویکرد غلبه بر نابسامانیهای اقتصادی اجتماعی است. آنان بر این باورند که برای نیل به توسعه ملی باید از معایر متعددی مانند رشد موزون و متعادل اقتصادی در جهت گسترش عدالت اقتصادی عبور نمود. از این راه است که ارتقای سطح زندگی مردم و بهره‌برداری منصفانه همه آنها از منابع ملی که یک شاخص توسعه است، اتفاق می‌افتد.

بدین سان که عدالت اقتصادی بدون «مشارکت مردمی» رویایی بیش نیست. تا آنجا که می‌توان برابری و عدالت اقتصادی و مشارکت مردم در برنامه‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی را در روی یک سکه دانست.

اگر این باور پذیرفته شود که شرکتهای تعاونی کانونهای برجسته «مشارکت»، «همیاری»، «مرکز قدرت مردم»، «استقلال» و .... هستند، پس می‌توان آنها را به منزله یک راهکار ارزشمند برای مبارزه با نابسامانیهای اقتصادی - اجتماعی قلمداد نمود. با توسل به این دیدگاه اگر هر شرکت تعاونی قادر شود خود را عملاً به صفات کارکردی دبر شمرده شده در ادبیات نهضت تعاونی مجهز سازد در واقع نقش ارزنده‌ای را برای از بین بردن نابسامانیهای اقتصادی - اجتماعی ایفا کرده است. در این صورت شرکت تعاونی مزبور مثلاً یک کانون مساعد و بالنده برای تحقق توسعه ملی نیز خواهد بود.

نکته اصلی دیگر آن است که ایفای چنین نقش مؤثری از سوی یک تعاونی هنگامی به

وقوع خواهد پیوست که شرکت تعاونی مزبور دارای اعضای فعال و معتقد به آرمانهای نهضت تعاونی باشد. این امر دلالت بر آن دارد که باید زمینه‌ای مهیا شود که مردم به تعاون و تعاونگرایی نگرشی مثبت و سازنده پیدا کنند.

بنابراین، رشد و توسعه تعاون و تعاونگرایی در سطوح مختلف جامعه هنگامی رخ می‌دهد که توده‌های مردم گرایش به قبول عضویت در تعاونی‌ها داشته و علاقمند باشند به نهضت تعاونی بپیوندند.

با این اوصاف مشخص می‌شود که اشاعه فرهنگ تعاون و بسط و گسترش آن در همه ابعاد جامعه یک ضرورت اساسی است. به دیگر سخن اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی معادل و مترادف با اشاعه فرهنگ عدالتخواهی و برابری در کسب و استفاده از منابع اقتصادی - اجتماعی برای همه مردم جامعه است و این امر باعث گرویدن مردم به نهضت تعاونی شده و خواهد شد. بدیهی است در این وضعیت، هر چه جمعیت بیشتری از مردم هر کشور به تعاونی‌ها بپیوندند، یقیناً غلبه بر نابسامانیهای اقتصادی - اجتماعی موفقیت‌آمیزتر بوده و بر این اساس نیل به توسعه ملی میسرتر خواهد بود.

### □ فرآیند اشاعه فرهنگ

اگرچه روح تعاون و تعاونگرایی از سوی خداوند در نهاد و سرشت همه انسانها گذاشته شده است با این وجود برای اشاعه فرهنگ تعاون به نحوی مؤثر و موفقیت‌آمیز در سطوح مختلف اجتماعی می‌بایست از فرآیند «اشاعه» آگاهی کامل داشت.

اشاعه هر دیده و پدیده‌ای برای گروه هدف در واقع پذیرش یک تغییر است. به دیگر سخن در فرآیند اشاعه و از جمله اشاعه فرهنگ تعاون سه مفهوم اصلی وجود دارد:

**الف - مخاطب یا گروه هدف:** یعنی افرادی که به قبول و پذیرش ایده یا پدیده جدید دعوت می‌شوند.

**ب - ایده یا پدیده جدید:** موضوعی است که قصد بر اشاعه آن در بین گروه هدف می‌باشد.

**ج - تغییر:** رخدادی است که در صورت پذیرش ایده یا پدیده در گروه هدف اتفاق می‌افتد. یعنی در فرهنگ فرد یا افراد تفاوت و رخدادی روی می‌دهد.

مفاهیم مزبور در فرآیند اشاعه فرهنگ تعاون نیز وجود دارد که مختصراً به آن اشاره می‌شود.

جامعه مجموعه‌ای از افراد و گروههای انسانی یا تفاوتی فردی و گروهی بسیار است. آنها اگرچه در مواردی نیز وجوه اشتراک دارند، اما الزاماً رفتار و منش آنها از الگوی یکسان و همانندی پیروی نمی‌کند. هر فرد در محیط اجتماعی خاص خود رشد و پرورش می‌یابد. بنابراین علاوه بر میراث فرهنگی غالب در جامعه، دارای آداب و عادات ویژه‌ای نیز هست. زیرا او متناسب با موقعیت‌های مختلف محیطی و اجتماعی که در طول زندگی در آنها قرار می‌گیرد به میزان زیادی دارای هنجارها، ارزش‌ها و فرهنگ ویژه‌ای خواهد شد. این نکته اشاره به آن دارد که هر فرد یا گروهی همواره با «تغییر» مواجه است. برخی از این تغییرات را پس از بررسی می‌پذیرد که در فرهنگ وی بارز و مقبول خواهد شد.

«تصمیم‌گیری» برای پذیرش «تغییر» در واقع ما حاصل ارزیابی هر فرد یا گروه اجتماعی در برخورد با ایده یا پدیده‌ای جدید است. به بیان دیگر ارزیابی رخدادی برای شناخت «تغییر» و «تصمیم‌گیری» برای پذیرش آن «تغییر» است.

عموماً برای قبول یا رد «تغییر» گاهی مانعی بر سر راه فرد یا گروهی وجود دارد که در تصمیم‌گیری وی نیز تأثیر می‌گذارند.

این موانع که به نوع تغییر بستگی دارند عبارتند از:

- **موانع سیاسی:** گرایش‌های نظام سیاسی حاکم بر جامعه و تبعات آن.

- **موانع فرهنگی:** سنتها، ارزشها، عادات و...

- **موانع اجتماعی:** الگوها و چارچوبهای ناشی از ساختار اجتماعی.

- **موانع فردی:** آشنا نبودن به ماهیت «تغییر»، به کار نگرفتن امکانات و نیروهای مناسب و ...

به طور کلی هنگامی یک «تغییر» فرد یا گروه را برای پذیرش تحت تأثیر قرار میدهد که فعالیتهای ارزیابی صورت گرفته باشد و نتایج این ارزیابی نشان دهد که «تغییر» با شرایط فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و نیز بضاعت مادی و معنوی فرد یا گروه سازگار و همسو باشد.

«تغییر» زمانی به آسانی و به سرعت مورد پذیرش فرد یا گروه واقع خواهد شد که حاصل دستاوردهای مثبت و ارزشمند باشد و در این وضعیت، «تغییر» باید موجب:

- کسب منافع مادی و معنوی شود
- افزایش کارآیی و اثربخشی فعالیتها و زندگی گردد.
- گسترش نوآوری، خلاقیت و ابداع شود.
- به تقویت، رشد و توسعه منتهی شود.

### □ اشاعه فرهنگ به منزله یک تغییر

«اشاعه فرهنگ» در واقع فرآیندی است که مردم را تشویق به ایجاد «تغییر» در عقاید، آرمانها، رفتار و باورهای خود می‌کند. اشاعه فرهنگ تنها هنگامی مؤثر و با موفقیت توأم خواهد شد که مردم «تغییر» مورد نظر (موضوع، ایده، یا پدیده مورد اشاعه) را بپذیرند و پس از پذیرش با اطمینان و تمایل و علاقه عملاً در فعالیتهای فردی و اجتماعی خویش دقیقاً به کار گیرند.

نکته روشن و مبرهنی است که مردم به آسانی تحت تأثیر ایده‌ها و پدیده‌های محیطی - اجتماعی (تغییر) قرار نمی‌گیرند. هنگامی که رویکرد جدید یا تغییری رخ می‌دهد و مردم (گروه هدف) در معرض آن قرار می‌گیرند، طیفی از واکنشهای گوناگون را از «مثبت تا منفی» یا «پذیرش تا عدم پذیرش» در مقابل آن تغییر از خویش نشان می‌دهند. یعنی در فرآیند برخورد با تغییر، آن را به آسانی و به سرعت قبول نمی‌کنند.

در برخورد با رویکرد «تغییر» افراد عموماً در گام نخست با آن به مقابله بر می‌خیزند و برای پذیرش آن از خود مقاومت نشان می‌دهند. در گام‌های بعدی، چنان چه شیوه اشاعه تغییر مؤثر باشد، برای ارزیابی آن تمایل نشان می‌دهند. یعنی در صورت مشاهده برخی مزایا و ارزشهای مثبت، آن تغییر را بررسی، تحلیل و سپس آزمایش می‌کند. آنگاه برای قبول یا رد قطعی آن تصمیم می‌گیرند. بنابراین افراد پس از طی فرآیند ارزیابی، چنان چه «تغییر» را مفید و سازگار به حال خود (و نیز جامعه) تشخیص دهند، با پذیرش آن فرهنگ خود را با الگویی خاص از این تغییر متناسب می‌سازند و به این ترتیب به تغییر شکل دادن مسایل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خویش می‌پردازند.

در نتیجه در فرآیند پذیرش «تغییر» یا «فرهنگ پذیری» نکته مهم آن است که فرد تشخیص دهد پذیرش این «تغییر» یا «فرهنگ جدید» برای او و جامعه ایجاد خطر نمی‌کند و در عین حال سبب ظهور نوعی ساماندهی، رشد و توسعه در او، خانواده و جامعه می‌شود.

### □ نقش تعاونی‌ها در اشاعه فرهنگ تعاون

دعوت جامعه به تعاون و تعاونگرایی در واقع در معرض قرار دادن مردم (گروههای

هدف) با نوعی «تغییر» است که می‌بایست برای قبول این «تغییر» از شیوه و راهکارهای مؤثر «فرهنگ سازی» و «اشاعه فرهنگ» استفاده کرد. در صورت انتخاب و اجرای مطلوب و مؤثر شیوه‌ها و راهکارهای مزبور می‌توان امیدوار بود که «فرهنگ تعاون در ساختار فرهنگ عمومی جامعه جای خود را باز کند (فرهنگ پذیری).

فرهنگ سازی یا اشاعه فرهنگ تعاون، اصولاً رویکردی است که منجر به تغییر در فرهنگ اجتماعی - اقتصادی موجود گروههای مختلف اجتماعی (گروه هدف) خواهد شد. اشاعه فرهنگ تعاون فرآیندی است که منشأ آن خارج از فرهنگ عمومی گروههای هدف بوده و هنگامی رخ می‌دهد که گروههای مزبور به نحوی مطلوب تحت تأثیر فرهنگ تعاون و تعاونگرایی قرار گیرند. این فرآیند باید آنان را تشویق کند که فرهنگ تعاون را به منزله یک «تغییر» بپذیرند و در این صورت است که در عرصه گسترش فرهنگ تعاون، فرآیند «فرهنگ پذیری» اتفاق خواهد افتاد.

اصولاً گروههای اجتماعی برای بقا، پویایی، رشد و توسعه و تعالی سطح زندگی غالباً ناچار می‌شوند «تغییر» را بپذیرند ولی برای پذیرش «تغییرات بخردانه» چندان تأمل و نیرویی را مصروف نمی‌دارند. در واقع وقتی که گروههای اجتماعی مشاهده کنند (و یا حس کنند) افراد و گروههایی که این تغییر را پذیرفته‌اند، از مناسبات اجتماعی، اقتصادی و نیز زندگی بهتر و مطلوبتری برخوردار شده‌اند، تشویق و ترغیب خواهند شد تا این «تغییر» را بپذیرند تا آنان نیز به زندگی بهتر و مطلوبتری دست یابند.

با توجه به مطالب یاد شده، برای موفقیت در اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی باید برخی نکات اساسی مورد توجه قرار گیرد: در این راستا، باید توجه داشت که اشاعه فرهنگ تعاون هنگامی از سوی مردم (گروه هدف) با استقبال برای پذیرش توأم خواهد شد که در عرصه فعالیتهای اجتماعی - اقتصادی مزایای مهمی را برای آنان به همراه داشته باشد.

در حیطه فرهنگ سازی و اشاعه فرهنگ تعاون سازمان‌ها و افراد مسئول هر یک نقشی را به عهده دارند که باید به خوبی آن را ایفا کنند. در این میان نیز شرکتهای

**شرکتهای تعاونی هنگامی در اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی خواهند توانست موفق شوند که در عرصه فعالیتهای خود نسبت به سایر بخشهای اقتصادی جامعه امتیازات و جذابیت‌های اقتصادی را به نمایش گذارند. به دیگر سخن راز موفقیت آن است که شرکتهای تعاونی الگوهایی برجسته و ارزشمند در مناسبات اقتصادی - اجتماعی در نظر مردم جلوه کنند و این الگوی بی بدیل را به خوبی لمس کرده و باور کنند.**

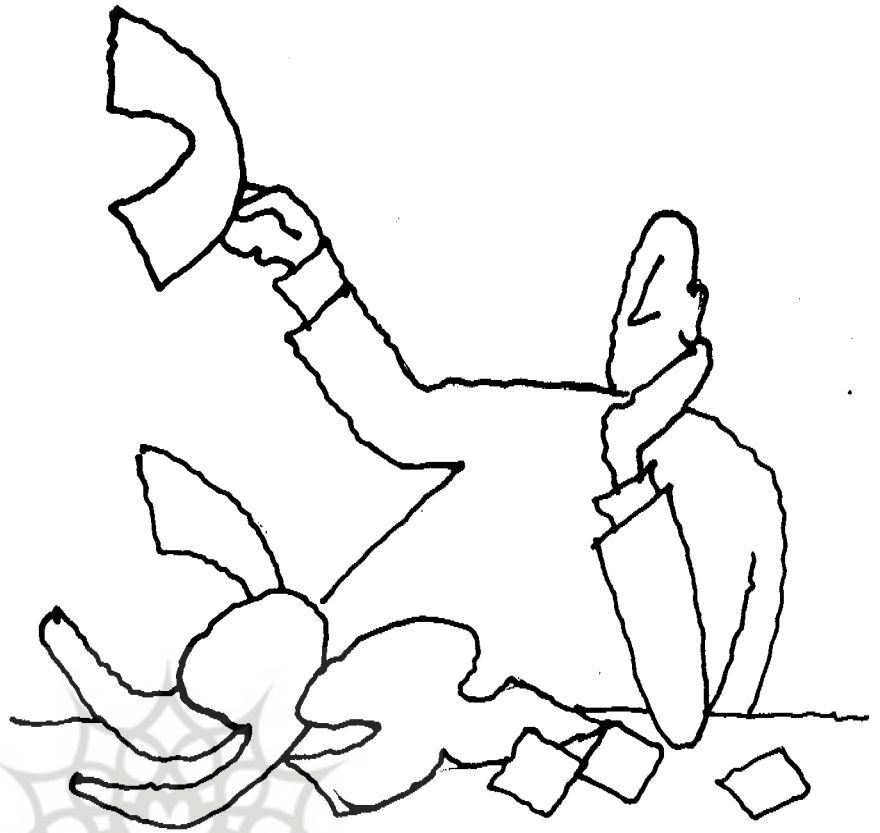
سوی گروه‌های اجتماعی با کمترین صرف وقت و نیرو امکان‌پذیر خواهد بود.

در فرآیند اشاعه فرهنگ تعاون، انتظاری که از شرکت‌های تعاونی می‌رود آن است که ترتیبی اتخاذ کنند که مؤلفه‌های فرهنگی نامطلوب حاکم بر شرکتها و مؤسسات بخش اقتصاد غیر تعاونی را دقیقاً از خود بزدایند. یعنی رفتار اقتصاد تعاونی و حرکت در بستر اصول و فلسفه تعاون را در خود بیش از پیش و مداوماً تقویت و توسعه بخشند. این امر موجب خواهد شد که گروه‌های اجتماعی نه تنها به دلیل مزیت‌های اقتصادی بلکه به موجب ارزش‌های والای فرهنگ اصیل تعاون، رفتار و نگرش خود را به سوی سازگاری، همنوایی و همسویی با شرکت‌های تعاونی تنظیم کنند و با علاقه و رغبت به آنها بپیوندند. این فرآیند در واقع همانا تحقق فرهنگ تعاون در جامعه و پذیرش ریشه‌ای فرهنگ تعاون و تعاونگرایی در عرصه مناسبات اجتماعی - اقتصادی از سوی توده‌های مردم خواهد بود.

نکته دیگری که انتظار می‌رود از سوی شرکت‌های تعاونی صادقانه به اجرا گذاشته شود، آن است که هر یک از تعاونی‌ها تلاش کنند که عناصر و مؤلفه‌های مثبت فرهنگی حاکم بر جامعه و نیز ابعاد و نیازهای روانشناسی اجتماعی را در خود و اعضا پرورش دهند تا از جنبه فرهنگی، تعاونی‌ها تبدیل به کانون‌های جذب مردم شوند.

برای نیل به یک الگوی مردم پسند و متعالی، هسر شرکت تعاونی باید خصوصیات و منش‌های خود را با جوهره پاک و بی آلایش تعاون بیاراید و با فرهنگ متعالی حاکم بر جامعه دارای هماهنگی، همسویی و وحدت کامل باشد. برای پیمودن راه سترگ گسترش و توسعه بخش تعاون و نیز تقویت روحیه تعاونگرایی در جامعه این هماهنگی فرهنگی بین شرکت‌های تعاونی و جامعه بسیار ضروری و الزامی است.

در جریان اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی باید آگاه بود که صرفاً تطابق فرهنگ تعاون و فرهنگ متعالی جامعه کافی نیست. بلکه شرکت‌های تعاونی باید این فرهنگ مردمی و ارزشمند را چنان در خود تقویت کنند که بتوانند به منزله یک عامل و عنصر نهضت تعاونی از عهده بسط و توسعه فرهنگ تعاون در راستای متأثر



مناسب برای فرهنگ یاریگری، همیاری، خودیاری و به ویژه مبارزه و پیشگیری از نابسامانی‌ها و نابرابری‌های اقتصادی است. این الگو در واقع از جریان‌های سودجویانه و منفعت طلبانه منزله است. با این وصف، اشاعه این فرهنگ (که با سرشت انسانها سازگار و همسویی اساسی دارد) کاری چندان مشکل و دور از دسترس نخواهد بود. تنها کافی است اندکی همت و تلاش از سوی متولیان بخش تعاون نشان داده شود. شرکت‌های تعاونی نیز این الگو را به خوبی رعایت کرده و در معرض دید عمومی جامعه قرار دهند. در صورت تحقق این امر، پذیرش یا عدم پذیرش فرهنگ تعاون و تعاونگرایی دیگری نیازی به تدبیر و تفکر چندانی برای تصمیم‌گیری از سوی گروه‌های اجتماعی نخواهد داشت. به دیگر سخن، قبول یا رد الگوی اقتصاد تعاونی جنبه یک انتخاب ساده را به خود می‌گیرد و همه گروه‌های اجتماعی در یک فرآیند سهل و آسان آن را می‌پذیرند. بر این باور پذیرش الگوی زندگی تعاونی به عنوان یک الگوی عدالت گستر، دموکراتیک، اصیل و مستقل از

تعاونی مسئول هستند تا با رعایت اصول و فلسفه تعاون و به نمایش گذاشتن مزایا و خصوصیات واقعی خود، نقش فرهنگ سازی خود را به خوبی بازی کنند.

شرکت‌های تعاونی هنگامی در اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی خواهند توانست موفق شوند که در عرصه فعالیت‌های خود نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی جامعه امتیازات و جذابیت‌های اقتصاد تعاونی را به نمایش گذارند. به دیگر سخن راز موفقیت آن است که شرکت‌های تعاونی الگوهایی برجسته و ارزشمند در مناسبات اقتصادی - اجتماعی در نظر مردم جلوه کنند و این الگوی بی بدیل را به خوبی لمس کرده و باور کنند.

در صورت تحقق این امر مردم به سوی تعاونی‌ها از خود گرایش و علاقه نشان خواهند داد. تحت تأثیر این چنین الگویی مردم به پذیرش فرهنگ تعاون متمایل شده و پس از قبول و پذیرش قطعی این فرهنگ بی بدیل به تعاونگران فعال نهضت تعاونی تبدیل خواهند شد.

«تعاون» در جهان امروز یک الگوی

ساختن توده‌های مردم برای گرویدن به تعاون و تعاونی‌ها برآیند.

بدون شک مؤثرترین و سریعترین مسیریهای اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی در مدیریت و رهبری شرکت‌های تعاونی نهفته است. چنانچه مدیران و راهبران هر شرکت تعاونی زمینه‌های مناسب تحقق الگوی ناب فرهنگ تعاون را هم در خود و هم در سایر ارکان تعاونی زیربسط هموار و مهیا سازند، می‌توان انتظار داشت اشاعه فرهنگ تعاون با مشکل عمده‌ای مواجه نخواهد شد.

نکته مسلم آن است که در موارد متعددی مدیران برخی شرکت‌های تعاونی به سوی «خودمداری» می‌گرایند. این گونه مدیران قطعاً از الگوی بی‌بدیل فرهنگ تعاون فاصله زیاد خواهند گرفت. بدیهی است این صفت ناپسند به رشد و تقویت روحیه و رفتار «تعاون‌گریزی» در اعضای تعاونی و مردم خواهد انجامید. در این باره شاید بتوان گفت: که برای اشاعه فرهنگ تعاون و استقرار الگوهای بی‌بدیل تعاونی، بر کنار کردن چنین مدیران خودمداری ضروری است. این در حالی است که در این گونه تعاونیها همواره تنازع و تعارض بین مدیران خود مدار و اعضای وجود دارد. اعضای عموماً نه تنها طرفدار فلسفه و صفات عالیه تعاون (دموکراسی، برابری و...) هستند، بلکه از این که تحت فشار رفتار نابهنجار مدیران قرار گرفته‌اند و تعاونی خود را همانند یک مستعمره در دستان مدیران خود سر می‌بینند، رنج می‌برند. نتایج رفتار خود سرانه این مدیران و تعارضات بین اعضای و آنها برای سالم سازی محیط تعاونی از وجود این گروه از مدیران، مشکلات متعددی را برای تعاونی زیربسط ایجاد می‌کند. از آن جمله:

- اعتبار تعاونی در نزد مردم از دست می‌رود. (فقدان محبوبیت در بین مردم)

- خط مشی تعاونی از اصول اولیه و فلسفه تعاون خارج می‌شود. (فقدان خط مشی سازگار با فلسفه تعاون)

- تعاونی به مسائل و مشکلات مالی فراوان دچار می‌شود.

- حمایت سازمان مسئول بخش تعاون و اتحادیه‌های زیربسط را از دست می‌دهد.

- تعاونی با رکود و نزول رشد و توسعه اقتصادی مواجه می‌شود.

**اشاعه فرهنگ عدالتخواهی و برابری در کسب و استفاده از منابع اقتصادی - اجتماعی برای همه مردم جامعه است و این امر باعث گرویدن مردم به نهضت تعاونی شده و خواهد شد. بدیهی است در این وضعیت، هر چه جمعیت بیشتری از مردم هر کشور به تعاونی‌ها بپیوندند، یقیناً غلبه بر نابرابریهای اقتصادی - اجتماعی موفقیت آمیزتر بوده و بر این اساس نیل به توسعه ملی میسرتر خواهد بود.**

- شرکت تعاونی از عهده کنترل و قیام و فعالیتها بر نخواهد آمد.

- حمایت اعضا را از دست می‌دهد.

- اختلافات، نزاع و ستیزه جویی بین مدیران و اعضا افزایش یافته و رقابت ناسالم بین اعضای تعاونی برای تصاحب مدیریت رشد می‌یابد.

- و برآیند همه این مؤلفه‌ها ایجاد یک سد آهنین در برابر اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی جامعه خواهد شد.

با توجه به مطالب یاد شده، رعایت برخی نکات اساسی و عمده برای اشاعه مؤثر فرهنگ تعاون و تعاونگرایی از سوی شرکت تعاونی ضروری است که در ذیل به برخی از آنها اشاره می‌شود:

- شرکت‌های تعاونی باید رویکرد مشارکت اعضا در همه امور را به نمایش بگذارند تا مردم و تعاونگران بالقوه آگاه شوند. در تعاونی‌ها روحیه همکاری و همیاری گام

**باید توجه داشت که اشاعه فرهنگ**

**تعاون هنگامی از سوی مردم (گروه**

**هدف) با استقبال برای پذیرش نوآم**

**خواهد شد که در عرصه فعالیت‌های**

**اجتماعی - اقتصادی مزایای مهمی را**

**آنان به همراه داشته باشد.**

نخست در تدوین و اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های اقتصادی است.

- شرکت‌های تعاونی باید الگوی مساوات و برابری را در بهره برداری از منابع تعاونی از سوی اعضا به نمایش گذارند تا شعاع نهضت تعاونی یعنی «همه برای یکی، یکی برای همه» توسط توده‌های مردم عینی و ملموس گردد.

- شرکت‌های تعاونی باید در تأمین نیازهای اعضا جدیت و اهتمام کامل به خرج دهند تا مردم مفهوم استقلال اقتصادی را در تعاونی‌ها عملاً مشاهده کنند.

- شرکت‌های تعاونی باید خود را با فرهنگ حاکم بر جامعه و مؤلفه‌های مثبت آن سازگار سازند تا مردم تعاونی‌ها را از الگوهای حفظ هویت ملی خویش بپندارند.

- شرکت‌های تعاونی باید به اعضای خود از تمامی جنبه‌ها بها دهند و آنها را در کلیه امور و فعالیتها به همکاری دعوت کنند تا مردم مفهوم «فعالیت» و «فعالیت مردمی» را در عرصه‌های اقتصادی - اجتماعی لمس کنند.

- شرکت‌های تعاونی باید در تقسیم منافع ناشی از فعالیتها، عدل و انصاف را رعایت کنند تا مردم مفهوم عدالت، برابری و یکسانی را در فعالیت‌های تعاونی با چشم خود ببینند.

- شرکت‌های تعاونی باید با شیوه‌های مردمی امور و فعالیت‌های خود را سازمان بخشند تا مردم مفهوم جریان خودجوش و مفهوم نهاد مردمی را در شرکت‌های تعاونی احساس کنند.

- شرکت‌های تعاونی باید از آموزش برای توسعه منابع انسانی خود استفاده دقیق و منطقی به عمل می‌آورند تا مردم نقش آموزش را در پیشبرد اهداف اقتصادی - اجتماعی درک کنند.

- و ... شرکت‌های تعاونی باید تمامی اصول، ضوابط، قواعد، ارزشها و راز و رمزهای نهضت تعاونی را دقیق و مؤثر رعایت کنند تا تبدیل به الگوهای مناسب برای نشر و اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی در سطوح مختلف جامعه شوند.

در صورت رعایت نکات فوق از سوی هر شرکت تعاونی، می‌توان امیدوار بود که در فرآیند اشاعه فرهنگ تعاون و تعاونگرایی، شرکت تعاونی مزبور یک الگوی بی‌همتا و بی‌بدیل برای انجام این امر خطیر خواهد بود.