

مهندسی فرهنگی؛ طراحی الگوی مناسب فرهنگ تولید، توزیع، مصرف و تجارت



دکتر احمد توکلی عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی در رشته اقتصاد، نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی و رئیس مرکز پژوهش های این مجلس می باشد. نشریه مهندسی فرهنگی در این شماره با ایشان در حوزه مفهوم مهندسی فرهنگی، تاثیر متقابل فرهنگ و اقتصاد، رابطه توسعه اقتصادی و توسعه فرهنگی، روابط تجاری و مسائل فرهنگی مرتبط با آن و اخلاق تجارت به گفت و گو نشسته است.

جایگاه ویژه ای داشته باشد. مهندسی فرهنگی را می توان بر اساس تعاریف گوناگونی ارائه کرد. این تعاریف را می توان به دو صورت طبقه بندی کرد، یک شکل آن بیشتر به نفع انجام مهندسی در امور فرهنگی گرایش دارد و شکل دیگر آن، مهندسی فرهنگی را مانند مهندسی در علوم فنی می داند. البته این نکته تأکید می شود که غیر از اجماع نسبی بر عدم تأیید نگرش های یک بعدی، اجماع قابل قبولی بر تعریف خاصی از مهندسی فرهنگی وجود ندارد. طبق یک تعریف از مهندسی

با توجه به این که نظام اقتصادی و فرهنگی بریکدیگر تاثیرات متقابل گوناگون و موثری می توانند داشته باشند؛ به گونه ای که ضعف و عدم کارایی هر کدام می تواند برد دیگری آسیب های جدی و بعضاً جبران ناپذیری وارد آورد؛ بفرمایید برداشت شما از مهندسی فرهنگی و نقش آن در متعادل نگه داشتن روابط متقابل نظام اقتصادی و نظام فرهنگی چیست؟

فرهنگ یک مفهوم در حال گذار و چند-معنایی است و می تواند برای جامعه و کشور

فرهنگی که به طراحی، نوسازی و بازسازی سیستم فرهنگ اشاره دارد؛ مهندسی فرهنگی را می‌توان براساس یک تعریف طراحی نظام‌های تغییر دهنده فرهنگ موجود با ایجاد تغییراتی گسترده در نظام‌های موجود فرهنگ ساز جامعه تلقی کرد به نحوی که بتواند تحولات و تغییرات تدریجی جامعه را به سمت تحقق اهداف فرهنگی از پیش تعریف شده هدایت کند. امروزه برداشت از مهندسی فرهنگی طبق برخی نظرات، درک تأثیر و تأثرات فرهنگی ناشی از جریان پرتلاطم تغییرات و تحولات تأثیرگذار بر دیگر ابعاد زندگی بشر بوده است. شناخت این تأثیرات و تأثرات به خصوص عوامل و روابط اقتصادی برای ممانعت از شکل‌گیری بحران‌های پدیده آینده ضروری است. ارائه الگویی که هویت فرهنگی را با توجه به تأثیرات تحولات اقتصادی در نظر گیرد، موضوع مهندسی فرهنگی را مطرح می‌سازد. مهندسی فرهنگی معمولاً به میزان و نحوه دخالت دولت در فرهنگ اشاره می‌کند. بنابراین هر چه در مهندسی فرهنگی روابط متقابل بین تأثیرات و تعاملات اقتصادی و فرهنگی بیشتر و بهتر تبیین شده باشد می‌تواند روابط متقابل مسائل اقتصادی و فرهنگی را در حد متعادل‌تری تعیین کند.

با توجه به مهم بودن نقش و سهم فرهنگ در جامعه از یک سو و ناکافی بودن سهم اعتبارات اختصاصی به حوزه فرهنگ که با لطمع می‌تواند اداره صحیح و سالم جامعه را به ویژه در حوزه فرهنگی با مشکلاتی مواجه گرداند به نظر شما مهندسی فرهنگی تاچه اندازه می‌تواند در رفع مشکلات و چالش‌های موجود در مسیر رشد و توسعه فرهنگی و

اجتماعی کمک کند؟

موضوعاتی که در شرایط کنونی؛ برنامه‌ها و نیز طرح‌های مختلف توسعه فرهنگی را مورد چالش قرار می‌دهد فقدان نظام بودجه‌ای متناسب و عدم اهتمام دستگاه‌های اجرایی در این بخش است. به طور کلی بخش فرهنگی ماهیتاً مقوله‌ای کیفی است به همین دلیل نوع اهداف و نتایج عملی آن به دشواری با معیارهای عینی و کمی قابل سنجش و بررسی است. لذا تعیین حد و میزان

مهندسی فرهنگی را می‌توان براساس یک تعریف طراحی نظام‌های تغییر دهنده فرهنگ موجود با ایجاد تغییراتی گسترده در نظام‌های موجود فرهنگ ساز جامعه تلقی کرد

ارزش و بهای فعالیت‌ها و طرح‌های فرهنگی از منظر روش تعیین نرخ، پیوسته مشکلاتی را با خود همراه داشته و دارد. مثلاً در عرصه تولید کتاب، فیلم، مجله و بسیاری از موارد دیگر که در حوزه کالا و محصول فرهنگی قرار دارند؛ تعیین تعرفه‌ها و اعتبارات ملی معمولاً به دلایلی که گفته شده به طور متناسب و مطلوب انجام نمی‌گیرد. به همین دلیل عموماً دستگاه‌های فرهنگی از فقدان و یا کمبود اعتبار در بخش فرهنگی ناراضی اند و آن را ناشی از نبود نگاه اقتصادی و توسعه‌ای در بعد برنامه‌های فرهنگی می‌دانند. مهندسی فرهنگی با

توجه به جهات و جنبه‌های عملیاتی و اثربخش طرح‌های فرهنگی نتایج و تبعات محسوس و عینی توسعه و رشد فرهنگی را می‌کاود و از این طریق و با تدوین طرح‌های راهبردی و عملیاتی با تعیین مقاطع، زمان، ابزار و فناوری، سازمان کار و مانند آن می‌تواند زمینه تجدید ساختار اعتبارات فرهنگی را فراهم سازد. سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی برخاسته از نگاه سنجش و توسعه مهندسی فرهنگی؛ راه را برای مدیران اجرایی در تمام دستگاه‌ها فراهم و ابزار سنجش و ارزیابی از طرح‌های توسعه فرهنگی را به منظور برآورد منابع و اعتبار مورد نیاز فراهم می‌گرداند.

اقتصاد جامعه اسلامی بی شک برای خود مختصات و مشخصات ویژه‌ای دارد هرچند نمی‌توان منکر اصول و قواعد مشترک جهانی در حوزه اقتصاد شد. اگر مطابق با اصول و دیدگاه‌های حاکم بر نظام اسلامی؛ انقلاب اسلامی را یک انقلاب متأثر از فرهنگ و تعالیم اسلامی-ایرانی و به عبارت دیگر یک انقلاب فرهنگی بدانیم در آن صورت اقتصاد حاکم بر نظام اسلامی باید از ویژگی‌هایی برخوردار باشد تا هم بتواند نیازهای جامعه را از لحاظ توسعه اقتصادی برآورد و هم از بعد فرهنگی چهره انقلاب اسلامی غافل نباشد. آیا مهندسی فرهنگی می‌تواند در نیل به این مقصود راهگشا باشد؟

به طور کلی نظریه‌پردازان نظریه دیالکتیک بیشترین توصیه‌ها را در مورد ضرورت و امکان دخالت در فرهنگ و مبارزه جهت بازسازی فرهنگ جامعه مطرح نموده‌اند. اگر بتوان انقلاب اسلامی را یک انقلاب متأثر از فرهنگ و تعالیم

دیگران تشویق می‌شوند. هر چند در بعد تجارت و بازرگانی، جهانی شدن به طور مستقیم با آزادسازی تجاری، کاهش هزینه‌های حمل و نقل، کاهش موانع تجاری و افزایش جریان‌های سرمایه رابطه دارد با این حال گسترش فناوری اطلاعات در زمینه‌های مختلف موجب انتقال سریع‌تر عقاید و افکار میان کشورهای مختلف شد و این تبادل اطلاعات به طور مستقیم بر همکاری فرهنگی کشورها تأثیر می‌گذارد.

با توجه به اینکه این پدیده نیز همانند بسیاری از جریان‌های بین‌المللی از طرف سازمان‌ها و شرکت‌های بین‌المللی تنظیم و به کشورها توصیه می‌شود با شرایط کشورهای توسعه یافته بیشتر انطباق دارد. بیشتر منافع حاصل از پدیده جهانی شدن نصیب کشورهای پیشرفته می‌شود و این کشورها از ساختارهای از قبل پیش‌بینی شده برای مقابله با چالش‌های آن برخوردار می‌باشند. علی‌رغم اینکه موضوع جهانی شدن به سال‌های ۱۸۷۰ باز می‌گردد، موضوع رابطه تجارت و فرهنگ یعنی اثر تجارت بین‌الملل بر هویت فرهنگی کشورها موضوعی جدید محسوب می‌شود. این اصطلاح به معنای اثر تجارت بر هویت فرهنگی است و اولین مصداق آن به تجارت محصولات سمعی و بصری و محدودیت‌های واردات این کالاها و جایگزینی آن‌ها با محصولات داخلی بازمی‌گردد.

در بحث امپریالیسم فرهنگی عنوان می‌شود که تجارت و سرمایه‌گذاری؛ سنت‌های محلی را تهدید به نابودی می‌کند و موجب تبعیت فرهنگ کشور از میراث فرهنگی دیگر کشورها می‌شود. بنابراین جهت اهداف و مقاصد حمایتی از فرهنگ داخلی، وجود سیاست‌های

بر فرایند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی اقتصادی در ابعاد خرد و کلان خواهد داشت. امروزه در نظریه‌های اقتصادی سهم متغیر فرهنگ و عناصر فرهنگی در تمام مراحل بررسی و پژوهشی بسیار پررنگ است. بنابراین اسلام، اگرچه مسائل اقتصادی را اصل تلقی نمی‌کند، لیکن

اسلامی ایرانی تلقی نمود، در این صورت مهندسی فرهنگی باید شکاف بین معیارها و واقعیات را جستجو کند و به نحوی تألیف آن را تأمین نماید. از نظر اسلامی، آنچه که هست (واقعیات) می‌تواند آنچه که باید باشد (هنجارها) را تحت الشعاع قرار دهد و به عبارتی «من لامعاش له، لامعاده».

هر چه در مهندسی فرهنگی روابط متقابل بین تأثیرات و تعاملات اقتصادی و فرهنگی بیشتر و بهتر تبیین شده باشد می‌تواند روابط متقابل مسائل اقتصادی و فرهنگی را در حد متعادل‌تری تعیین کند

نقش مهم تأثیرگذاری آن را نادیده نمی‌انگارد. حتی می‌توان گفت که یکی از مشخصه‌های فرهنگ اسلامی، کوشش برای تأمین مایحتاج زندگی است. بنابراین در اسلام، اقتصاد و فرهنگ به نحوی بارز در هم تنیده است.

با توجه به اینکه کشورهای در حال توسعه از جمله ایران به طور مستقیم و یا غیرمستقیم در معرض تأثیرات گسترده جهانی شدن قرار دارند؛ جهانی شدن اقتصاد بر فرهنگ ملی چه تأثیراتی دارد؟ و سازمان‌های جهانی در این زمینه چه اقداماتی انجام داده اند؟

اصلی‌ترین موضوعی که در این بررسی مورد نظر قرار می‌گیرد موضوع رابطه جهانی شدن با فرهنگ است. جهانی شدن پدیده‌ای است که با ادغام متقابل و همبستگی متقابل کشورها رابطه مستقیم دارد و بر اساس این محور کشورها به افزایش و ارتقای درجه همکاری خود با

رابطه میان توسعه اقتصادی و توسعه فرهنگی موضوعی است که در چند دهه اخیر مورد اجماع نظریه‌پردازان اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته است. مدتهاست که مدل توسعه اقتصادی به عنوان زیربنای سایر اشکال از رشد و توسعه، کارایی خود را در عرصه تجربیات کشورها از دست داده است. بلکه در نقطه مقابل و متمم، موضوع سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ عمومی، توجه به نظام ارزشی در کشور، افزایش سهم سرمایه اخلاقی و ارزش‌ها، نهادی کردن هنجارها و باورهای ارزشی در جهت کار و تلاش و برنامه‌ریزی توسعه زمینه‌ساز سایر ابعاد توسعه ملی و محور امور قرار دارد.

چنانچه فرهنگ را مجموعه‌ای از باورها، نظام معرفت، روش انجام کار، آرمان‌ها و الگوها تعریف کنیم بدیهی است اعتدالی بخش‌های فوق در نهادها و سازمان‌ها و احاد جامعه تأثیر مستقیمی

تجاری محدودکننده در برخی موارد مورد نظر قرار می‌گیرد. موضوع حمایت از فرهنگ در بسیاری از موارد مورد نظر قرار گرفته است. برای مثال مطابق بند F ماده ۲۰ گات (GAT) اعضای سازمان جهانی تجارت می‌توانند اقدامات تجاری خاصی را برای حمایت از اموال فرهنگی انجام دهند. وجود رویه‌های حمایتی برای تجارت در اموال فرهنگی بیانگر اهمیت موضوع این بخش در تجارت جهانی است. اهمیت مسائل فرهنگی بین‌المللی تا حدی است که سازمان تخصصی در سازمان ملل متحد با عنوان سازمان علمی، فرهنگی و تربیتی ملل متحد (یونسکو) تأسیس شده و موافقتنامه‌های متعددی درخصوص رابطه تجارت بر مسائل فرهنگی و علمی و تربیتی به تصویب رسانده است. موافقتنامه فلورانس یکی از موافقتنامه‌های فرهنگی بین‌المللی است که در سال ۱۹۵۰ تحت نظارت یونسکو منعقد گردید و در راستای حمایت از نشر و توسعه روابط فرهنگی کشورهای عضو متعهد شدند که بر واردات کتاب، انتشارات، اسناد و اقلام علمی و فرهنگی و تعلیم و تربیتی عوارض گمرکی وضع ننمایند.

کنوانسیون راه‌های منع و جلوگیری از واردات و صادرات غیرمجاز و انتقال مالکیت اموال فرهنگی یکی دیگر از مواردی است که در سال ۱۹۷۰ توسط یونسکو به تصویب رسید و کشورهای عضو مکلف شدند تا اموالی را که از لحاظ فرهنگی دارای اهمیت می‌باشند مشخص کرده و با تجارت غیرمجاز و انتقال اموال فرهنگی مقابله نمایند. در این موافقتنامه‌های که به تصویب یونسکو رسیده است هدف اصلی؛ توسعه روابط فرهنگی، همکاری و جهانی شدن فرهنگ

از طریق ارائه تسهیلات تجاری در این زمینه است. با توجه به معایب توسعه نامتقارن فرهنگی برای کشورهای در حال توسعه و منافع این روند به سود اقتصاد و فرهنگ کشورهای توسعه یافته، توجه به این حوزه از اهمیت زیادی برخوردار است.

به عنوان فرهنگ صادرات یاد می‌شود. اعتلا و تداوم بخشیدن به فرهنگ صادراتی مستلزم انجام اقدامات متعدد و مداومی مانند لغو موانع ساختاری داخلی، اطمینان حاصل کردن از وجود دسترسی غیرتبعیض‌آمیز به بازارها است.

جهش و توسعه اقتصادی هر جامعه ای ریشه در طرز تلقی، آرمان‌ها و ارزش‌های آن دارد و از سوی دیگر با شناسایی آسیب فرهنگی در حوزه فعالیت نظام اقتصادی می‌توان زمینه را جهت فعالیت اقتصادی سالم فراهم کرد. حال با توجه به این که امروزه آنچه که حیات و سازمان اقتصادی کشور را تهدید و سبب عدم موفقیت طرح‌های اقتصادی می‌شود تا حد زیادی به آسیب های فرهنگی جامعه ما بر می‌گردد. مهندسی فرهنگی چگونه می‌تواند به توسعه پایدار کشور کمک کند؟

مسئله نظام کنترل و مدیریت اقتصادی در کشور باید با الگوی جاری فرهنگی متناسب باشد. هر نوع موفقیت اقتصادی در کشور و یا هر نوع ناکامی در اجرای طرح‌های اقتصادی تنها معلول فرایندها و مسائل حوزه فرهنگی نیست. بلکه می‌توان مدعی بود هر نوع جهش و توسعه اقتصادی ریشه در طرز تلقی، آرمان‌ها و ارزش‌های دستگاه‌های اجرایی، مدیران و مصرف‌کنندگان آن دارد. به همین طریق گسترش آسیب‌های فرهنگی یعنی گسست در نظام کارآمدی فرهنگی و فقدان اثربخشی فعالیت‌های فرهنگی در کاهش جرم، جنایت، فساد، سرقت و رشوه و مانند آن به گونه‌ای مستقیم و غیرمستقیم موجبات تخریب کار اقتصادی، اختلال در فرایندها، ناکارایی نظام روابط نیروی انسانی و

هر نوع جهش و توسعه اقتصادی ریشه در طرز تلقی، آرمان‌ها و ارزش‌های دستگاه‌های اجرایی، مدیران و مصرف‌کنندگان دارد

همانطور که فرمودید تاثیرات تجارت جهانی و اقتصاد جهانی بر فرهنگ غیر قابل انکار است. سوال این است که آیا عکس این نسبت هم صادق است و فرهنگ نیز می‌تواند فرآیندهای اقتصادی را دستخوش تغییر نماید؟

علی‌رغم آثار و تبعاتی که تجارت بر فرهنگ می‌گذارد لازم به ذکر است که این رابطه به صورت معکوس نیز برقرار بوده و تجارت نیز اثرات مستقیمی از فرهنگ می‌پذیرد. برای مثال وجود و حاکمیت این تفکر در میان افراد، بنگاه‌ها و دولت‌ها مبنی بر اینکه صادرات قابل رقابت در حد وسیعی به رفاه اقتصادی کمک می‌کند و اینکه مشارکت در بازارهای بین‌المللی بایستی از اولویت بالا برخوردار باشد می‌تواند به توسعه و گسترش فضای صادرات کشور بیانجامد. از این موضوع

با پویاسازی مهندسی فرهنگی به
تدریج می‌توان فرهنگ مصرفی
را در حدی معتدل و با یک الگوی
منطقی به نحوی جهت داد که
ارزش‌های اقتصاد اسلامی را
هدف قرار دهد



مانند آن می‌شود. آسیب‌های فرهنگی بازدارنده مهمی برای طرح‌های توسعه فرهنگی به حساب می‌آیند. زیرا موجبات تخریب ارزش‌ها و عناصر اخلاقی و انسانی را در پیکره نیروی انسانی درگیر در اقتصاد، فراهم می‌نمایند. بدین منظور پیشنهاد می‌شود ضمن تعریف و شناسایی شاخص‌های آسیب‌های فرهنگی در حوزه فعالیت و نظام کارکردی اقتصادی با طرح و برنامه‌های علمی و کاربردی زمینه فعالیت اقتصادی سالم فراهم گردد. بدیهی است کاهش آسیب‌های فرهنگی مستلزم جهاد و مبارزه و نیز بهسازی در اشکال مختلف اقتصادی، مدیریتی و معرفتی است. با افزایش توان اقتصادی طبقات محروم و آسیب‌پذیر می‌توان مانع از گسترش انحرافات اجتماعی از نوع اعتیاد و سرقت در بین جوانان گردید. اصلاح ساختار گردش امور و تجهیز بخش‌های اجرایی به ابزارهای روزآمد و مؤثر می‌تواند ما را در کیفیت بخشی به برنامه‌ها و در نتیجه کاهش جرائم و آسیب‌ها در بخش اقتصادی یاری کرده و مانع از نفوذ عوامل مخرب در برنامه‌های اقتصادی گردد. امروزه آنچه که حیات و سازمان

اقتصادی در کشور را تهدید و سبب عدم موفقیت طرح‌های اقتصادی می‌شود رشد سرطانی‌زای اشکالی از حرص و آز و رانت‌خواری بخشی از افراد است که تنها با وضع و تثبیت قوانین و اجرای پایدار آن می‌توان مانع از گسترش آن گردید. در مجموع بدون رویکرد و نیز قوانین فرهنگی بازدارنده نمی‌توان به صحت و سلامت اجرای طرح‌های خرد و کلان اقتصادی چندان امیدوار بود.

در بحثی که مطرح کردید یک نکته ایی وجود دارد این است که با مهندسی فرهنگی می‌توان فرهنگ و آسیب‌های فرهنگی را باز شناخت و برای جلوگیری از آنها برنامه ریزی کرد. آیا مهندسی فرهنگی غیر از این بعد، ابعاد دیگری نیز دارد که با حوزه نظام اقتصادی مرتبط باشد؟

البته حوزه مهندسی فرهنگی در تمام ساحات فرهنگی دخیل می‌باشد اما در رابطه تاثیر آن بر نظام های اقتصادی ابعاد خاصی را بر می‌شماریم. یکی از مسائل و آسیب‌هایی که در حوزه فرهنگ و توزیع فعالیت‌های فرهنگی در کشور ملاحظه می‌شود فقدان توزیع متناسب امکانات فرهنگی از جمله

مکان‌یابی مراکز و کانون‌های فرهنگی در سطح مراکز استان، شهرهای بزرگ، شهرستان‌ها و حتی در درون واحدهای جغرافیایی - اداری فوق است. احداث هر نوع مرکز و طراحی فعالیت فرهنگی مستلزم ارزیابی محیطی، بررسی تقاضا، مطالعه اثر سنجی و خلاصه توجه به جوانب مختلف حاصل از احداث این مراکز است. مهندسی فرهنگی در قالب تحلیل وضعیت نهادها و مراکز فرهنگی در مناطق مختلف و بررسی چرایی فقر و محرومیت پاره‌ای از استان‌ها و شهرها از حیث برخورداری تعداد مسجد، کتابخانه، سینما و مرکز نمایش و مشابه آن الگوی متناسب توزیع این مراکز را تهیه و در واقع می‌تواند مدیران برنامه‌ریز را در این جهت آگاه و توجیه نماید. به نظر می‌رسد مکان‌یابی فرهنگی تاکنون نتوانسته است آن گونه که لازمه عدالت فرهنگی و در نهایت توسعه و رشد فرهنگ متناسب با انقلاب باشد به خوبی مورد توجه قرار گیرد چرا که هیچ نوع سیاست‌گذاری فرهنگی قرین با آن دنبال نشده است. رسیدگی به جنبه‌های کارکردی مراکز و تأسیسات فرهنگی، تامین منابع مالی، اعمال مدیریت کارآمد

و نظارت بر شیوه عمل می‌تواند زمینه دستیابی به الگوی عدالت فرهنگی در کشور را فراهم گرداند.

متعادل نگه داشتن فرهنگ مصرف در اقتصاد اسلامی از جمله ارزش‌های اصیل تلقی می‌گردد. از سوی دیگر در پاره‌ای از اوقات ما شاهد آن هستیم که روند تعاملات اقتصادی با روند مطلوب فاصله می‌یابد. برای نیل به این اهداف و نیز به منظور نهادینه سازی اصول اقتصاد اسلامی در بخش‌های مختلف اقتصادی جامعه به چه نکاتی در مهندسی فرهنگی نظام اقتصادی باید توجه کنیم؟

بیشک انطباق روابط اقتصادی حاکم بر فرهنگ مطلوب، همواره یک انطباق مطلق نیست و این انطباق در یک فرایند تکاملی به طور نسبی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر فرهنگ مطلوب مبتنی بر ارزش‌های ایده‌آل جامعه است که تعاملات اقتصادی و اجتماعی وسیله‌ای است که در صورت ارتقاء کیفی، می‌تواند به فرهنگ مطلوب نزدیک شود. به همین ترتیب عادلانه بودن یا عادلانه نبودن روابط اقتصادی حاکمه نیز امری نسبی است. در حال حاضر روند تعاملات اقتصادی در جهت تحقق عدالت است ولی با توجه به فرهنگ باقی مانده از قبل انقلاب و نیز القائاتی که رسانه‌های غربی ایجاد می‌نمایند، گاهی روند تعاملات اقتصادی با روند مطلوب فاصله می‌یابد و در این حالت است که نقش مهندسی فرهنگی را باید مورد تأکید و حمایت قرار داد. به نظر می‌رسد در بخش تولید؛ اصول اقتصاد اسلامی، بیشتر مورد توجه بوده است؛ زیرا نوآوری‌های مختلف در بخش صنعت و فناوری تا حدودی

نشانگر این اعتقاد باید تلقی شود. البته نکته مهم در فرهنگ تولید که باید مورد اصلاح قرار گیرد، پیروی تخصصی منابع از یک الگوی متناسب و متضمن رشد کلان است که مهندسی فرهنگی باید این گرایش را بیسن تولیدکنندگان و اعطاءکنندگان اعتبار، نهادینه و تسهیل نماید. در هر حال به نظر می‌رسد در رابطه با نهادینه سازی اصول اقتصاد اسلامی در بخش‌های مختلف اقتصادی کمتر کار شده و بنابراین نقش مهندسی فرهنگی در این موضوع می‌تواند بسیار جدی تلقی شود. همانطور که می‌دانید، جامعه ما، جامعه‌ای در حال گذار از یک سری عادات غرب‌زدگی به نوعی رفتار اسلامی است. در رژیم شاهنشاهی، جهت‌گیری‌های جامعه در تبعیت کامل از فرهنگ مصرفی غرب بود و این فرهنگ اگرچه با فرهنگ اسلامی تغایر داشت لیکن به صورت فرهنگی وارداتی، عادات اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده است. به طور کلی حتی در حال حاضر نیز نقش رسانه‌های غربی در ایجاد نوعی فرهنگ مصرفی که بتواند منافع غرب را تأمین نماید در تعاملات اقتصادی ما بی تأثیر نیست. نوع مصرف و فرهنگ مصرفی، خود بر شکل توزیع و مبادله مؤثر است و در واقع این فرهنگ مصرفی است که به نحوی فرهنگ توزیع و مبادله را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

همانطور که قبلاً گفتیم با پویاسازی مهندسی فرهنگی به تدریج می‌توان فرهنگ مصرفی را در حدی معتدل و با یک الگوی منطقی به نحوی جهت داد که ارزش‌های اقتصاد اسلامی را هدف قرار دهد و در این صورت سال‌های پی در پی لازم است که این مسئله مورد پی‌گیری قرار گیرد تا فرهنگ اسلامی آن طور که

باید نهادینه شود. در جهان پیچیده و پرشتاب امروز جوامع گوناگون در یک فضای تنگ و پیچیده رقابتی مجبورند به تحکیم و گسترش روابط متقابل در زمینه‌های مختلف بپردازند و در همین راستا متفقا بر این نکته تأکید دارند که در رابطه با فرهنگ تجاری هر اقدامی که تجارت آزاد و فضای رقابتی را با اختلال مواجه سازد با اخلاق تجاری در تضاد است و لازم است واردکنندگان و صادرکنندگان به فرهنگ و اعتقادات طرف مقابل احترام گذاشته و این موارد را در حین تجارت رعایت نمایند. با توجه به این مسائل چگونه می‌توان با پویا سازی مهندسی فرهنگی به عنوان یک راهکار، زمینه لازم را برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه در سطوح بین‌المللی فراهم ساخت؟

یکی از دغدغه‌های حوزه اخلاق تجاری که لازم است بازرگانان کشورهای مبدأ و مقصد آن را رعایت نمایند، حفظ اخلاقیات در حوزه تجارت از نظر رعایت سلیقه، فرهنگ، دین و اعتقادات طرف تجاری است. بعضاً کالاهایی در تجارت مورد نظر قرار می‌گیرد که با عرف جامعه تطابق نداشته و حتی سلامت اخلاقی جامعه را با توجه به وجود فرهنگ‌های متفاوت میان کشورهای مبدأ و مقصد کالا به مخاطره می‌اندازد. در این موارد لازم است واردکنندگان و صادرکنندگان به فرهنگ و اعتقادات طرف مقابل احترام گذاشته و این موارد را در حین تجارت رعایت نمایند. وجود تصاویر و اشکال نامناسب با فرهنگ و اعتقادات کشور طرف تجاری بر روی کالاهای وارداتی یکی از این موارد است. ■