



فرهنگ مقاوم اجتماعی عامل پیشرفت اقتصادی

طبق قانون تجارت بین دو کشور آلمان و ژاپن، در ازای صادرات اتومبیل‌های ژاپنی مانند تویوتا و سوزوکی و میتسوبیشی به آلمان، آلمانی‌ها هم حق صادرات اتومبیل آلمانی مانند مرسدس بنز و ب.ام.و و فولکس واگن رابه ژاپن داشتند.

در سال ۱۹۹۱ در یکی از شبکه‌های تلویزیون آلمان برخی از تولید کنندگان آلمانی اتومبیل یک بحث داغ اقتصادی داشتند. برخی دولت ژاپن را متهم می‌کردند که اگرچه همه قوانین را رعایت می‌کند، ولی با شیوه‌های نامشخصی مانع از فروش اتومبیل آلمانی در ژاپن می‌شود.

در این میان چند تحلیل‌گر باتجربه اقتصادی گفتند: مشکل واقعی شما با دولت ژاپن نیست. بلکه مشکل شما آن است که با سدّ منسجم ملت ژاپن روبرو هستید:



Japanese Automobile Industry

German Automobile Industry

اصلی‌مطلب این است که مردم ژاپن از کالای بیگانه استقبال نمی‌کنند!

پس از پایان جنگ جهانی دوم که ژاپنی‌ها با وجود اعلام تسلیم خود به وسیله دولت آمریکا در اولین به کارگیری بمب اتمی مورد حمله قرار گرفتند، دولت و مردم، فرهنگ مقاومت اسطوره‌ای خود را در جنگ به حوزه اقتصاد منتقل کردند. گویی هر ژاپنی احساس می‌کرد که عملکرد او در حوزه اقتصاد به اندازه یک سرباز در میدان رزم تعیین کننده است، و نباید تنها به راحتی شخصی خود فکر کند. یعنی به شدت احساس مسئولیت جمعی می‌کرد. برخی حتی علاوه بر کار روزانه که برای آن دستمزد دریافت می‌کردند، چند ساعتی را در روز به صورت داوطلبانه در حوزه صنعت کشور کار می‌کردند. حتی خانم‌های خانه‌دار چند ساعتی را در روز بدون هزینه برای این کار اختصاص داده بودند.

ما ایرانیان در هشت سال دفاع مقدّس، اسطوره‌ای از مقاومت مردمی ساختیم، و اندیشه‌های بدخواهانه دشمنانمان را با همه امکاناتی که داشتند در این مسیر به ناکامی کشانیدیم. زیرا ما آموختیم که باید در کنار هم باشیم و از طریق ایمان به خداوند و تحت یک رهبری یعنی رهبری حکیمانه امام به هم پیوند بخوریم تا کار پیش برود. در آن زمان هیچ کس کار خود را کم نمی‌شمرد. آن زنانی که در پشت جبهه نان می‌پختند یا حتی لباس رزمندگان را می‌دوختند و پوتین می‌شستند، کار خود را کم‌تر از رزمندگان در میدان جنگ نمی‌دیدند. هر کسی به اندازه وسعش پشتیبانی می‌نمود. ما آموختیم که ساختمان پیروزی آجر به آجر ساخته می‌شود و هر یک از ما باید آجرش را روی آجر دیگری بگذارد.

قدری تأمل کنیم:

سؤال این است که چرا ما بعد از جنگ، از آن اسطوره موفق در اقتصاد خود استفاده نکردیم؟ چرا نگفتیم که در عرصه اقتصاد هم باید بر اساس همان اسطوره مقاومت مردمی به پیروزی برسیم؟ گویا ما سعی کردیم آن اسطوره پیروز خود را فراموش کنیم و دیگر راجع به آن حرف نزنیم! در حالی که ملت ما یک تجربه موفق اصیل و ارزشمند دارد که از آن خود اوست. این تجربه، اصلی‌ترین سرمایه فرهنگی ملت و دولت برای فتح موانع پیشرفت است و اگر مسئولین ما بیش از پیش به پشتوانه مردمی تکیه کنند، و کم‌تر از پیش نگران محبوبیت و منافع حزب و دسته خود باشند، بی‌شک چنین هدفی قابل دستیابی است.



سید احمد ساويز

www.asaviz.ir

برای مشاهده اینفوگرافیک‌های مشابه به وبسایت دفتر انتشار آثار استاد ساويز مراجعه نمایید: