

## تأثیر توسعه فرهنگی بر کاهش قاچاق کالا در جنوب کشور

علیرضا صفری<sup>۱</sup>، ناصر کمال زاده<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۴/۲۳

### چکیده

**زمینه و هدف:** قاچاق کالا از اقسام جرائم اقتصادی است که با توجه به آثار و عواقبی که در سطح اقتصاد ملی دارد، مبارزه با آن به عنوان یکی از اولویت‌های اصلی کشور محسوب می‌شود و دستگاه‌های متعددی به عنوان متولی مبارزه با قاچاق به فعالیت می‌پردازند. اگرچه عواملی اصلی ایجاد پدیده قاچاق را باید در بخش تجاری و بازرگانی جستجو کرد؛ ولی همین عوامل ریشه‌های عمیق فرهنگی دارد که شناسایی این عوامل می‌تواند به ریشه‌یابی قاچاق و حل بنیانی این پدیده کمک شایانی کند. از طرف دیگر اگرچه در مطالعات مختلف، بیشتر آثار قاچاق بر حوزه‌های اقتصادی بررسی شده است؛ ولی گسترش این پدیده، آثار و عواقب متعددی در حوزه فرهنگ نیز دارد که شناخت این اثرات بیانگر نقش مخرب این پدیده بر فرهنگ جامعه و مبین لزوم برخورد قاطع با این پدیده و اتخاذ سیاست‌های مناسب برای رفع آن است.

**روش تحقیق:** هدف این مقاله بررسی تأثیر توسعه فرهنگی بر کاهش قاچاق کالا در جنوب کشور است. روش پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و مبتنی بر متون موجود است.

**نتایج و یافته‌های تحقیق:** بدون شک پدیده قاچاق کالا از جمله موضوعاتی است که می‌بایست آنرا در یک فرایند چند وجهی مورد توجه و ارزیابی قرار داد. علاوه بر دلایل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی موضوع قاچاق کالا در بستر رشد و شکل‌گیری تا مرحله عملیاتی دارای ریشه فرهنگی است. بنابراین به نظر می‌رسد در قالب

<sup>۱</sup> - عضو هیئت علمی گروه علوم جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یاسوج asafari75@gmail.com

<sup>۲</sup> - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی یاسوج

naser.kamalzadeh1366@gmail.com

توسعه فرهنگی موضوع قابل ملاحظه و ارزیابی می باشد. بطوریکه مغفول ماندن این موضوع و همچنین زمینه های توسعه فکری و فرهنگی از جمله دلایل شکل گیری چنین پدیده ای بوده که علیرغم دارا بودن مکانیسم های موثر فرهنگی در کشور ما همچنان به موضوعی لاینحل تبدیل شده است.

**واژه‌های کلیدی:** توسعه. توسعه فرهنگی، قاچاق کالا، جهانی شدن فرهنگ، ایران

### مقدمه و بیان مساله

دیر زمانی است که موضوع قاچاق کالا به عنوان پدیده ای دارای ابعاد بسیار متفاوت نگریسته می شود. با توجه به تعریف قاچاق کالا در می یابیم که در این پدیده مفاهیم فرهنگی بسیاری نهفته است. بطوریکه کلمه قاچاق یک کلمه ترکی است و به معنای گریزاندن می باشد و از مجموع قوانین و مقررات مربوط چنین استنباط می شود که قاچاق عبارت است؛ از فرار دادن مال، خواه آن مال مربوط به درآمد دولت بوده و یا ورود و خروج، تولید و نقل و انتقال و خرید و فروش آن طبق قوانین و مقررات مربوط، ممنوع و غیرمجاز گردیده باشد. در طبقه بندی احکام خمس نیز قاچاق کالا در زمره مکاسب حرام تلقی گردیده است.

موضوع قاچاق کالا از جمله موضوعاتیست که می توان آنرا در فرآیند توسعه مورد بررسی قرار داد. هر چند مدتها توسعه مقوله ای صرفاً اقتصادی تلقی می شد و کشورهای مختلف تنها از این جنبه به آن توجه می کردند. به عبارتی، پیشرفت اقتصادی یگانه ملاک توسعه هر جامعه قلمداد می شد و تصور غالب این بود که می توان به مدد الگوهای مختلف توسعه اقتصادی، رشد تکنولوژی، انباشت ثروت و مواردی از این قبیل به اهداف یک جامعه توسعه یافته نایل آمد.

اما به تدریج نگاه یک سویه به توسعه و تاکید بیش از حد بر مسایل اقتصادی، باعث بروز مشکلاتی در عرصه های اجتماعی و زیست محیطی برای کشورهای پیشرفته شد. از سوی دیگر، استفاده از این الگوی توسعه توسط برخی کشورها به طور ناآگاهانه، بر توسعه هماهنگ این کشورها اثراتی منفی گذارد. این مشکلات از آنجا نشأت می گرفت که نقش کلیدی فرهنگ در قوام جامعه مورد غفلت قرار گرفته بود.

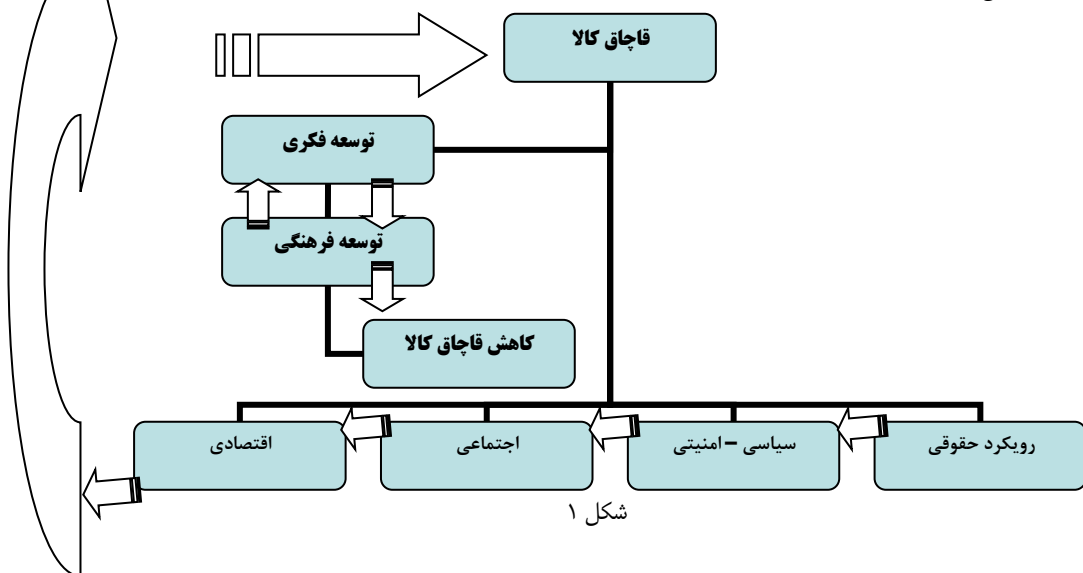
مفهوم توسعه فرهنگی توسط سازمان یونسکو در دهه ۶۰ میلادی در جهان رواج یافت. این سازمان طی جلسات گوناگونی شرایط توسعه موزون و آگاهانه را به صورت برنامه ریزی آموزشی، سیاست فرهنگی و سیاست اطلاعاتی در دستور کار خود قرار داد. عبارت فرهنگ در بُعد عمومی نشأت گرفته از

تأثیر توسعه فرهنگی بر کاهش قاچاق کالا در جنوب کشور

همان اندیشه تایلر است که « فرهنگ را مجموعه ای از توانایی ها، شناخت، باورها، اشیاء، فنون، هنرها و قوانین می دانند که هر انسانی از جامعه ای که در آن عضو است، دریافت می کند.» (فکوهی، ۱۳۷۹: ۲۴۵)

اما پرسش اساسی این است که اولاً فرهنگ یک جامعه چگونه در مقوله توسعه می تواند نقش آفرین باشد؟ و در گام بعدی چگونه می تواند بر کاهش قاچاق کالا که دارای تبعات سیاسی - امنیتی و اقتصادی در هر جامعه است موثر باشد. در پاسخ به این پرسش می توان گفت رفتارهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی که در نهادهای یک جامعه تثبیت شده اند، نقش عظیمی در فرآیند توسعه آن جامعه ایفا می کنند. در مجموع توسعه فرهنگی را می توان فرآیند ارتقاء شئون گوناگون فرهنگ جامعه در راستای اهداف مطلوب دانست که زمینه ساز رشد و تعالی انسانها خواهد شد. در اینجا منظور از شئون گوناگون فرهنگ، نگرشها، ارزشها، هنجارها، قوانین، آداب و رسوم می باشد.

بطور کلی، نوع درک از مفهوم فرهنگ، شیوه تعریف توسعه فرهنگی را مشخص می کند. از اینرو در یک تلقی، می توان برای فرهنگ معنایی عام در نظر گرفت. بدین صورت که تمامی ابعاد مادی و معنوی جامعه را در بر بگیرد. در این مفهوم، تمامی دستاوردهای بشر، از ابزار و فنون گرفته تا ارزشها و آداب و رسوم در زمره عناصر فرهنگی قرار خواهند گرفت. بنابراین هر چند صاحب نظران مختلف موضوع قاچاق کالا را بعنوان یک پدیده صرفاً اقتصادی و یا سیاسی - اجتماعی قلمداد می نمایند اما شاید صحیح تر آن باشد تا این موضوع از قالب فرهنگی در کنار سایر ابعاد حقوقی آن مورد بررسی قرار گیرد. در این صورت می توان بصورت تخصصی موضوع قاچاق کالا را در ذیل توسعه فرهنگی مورد توجه قرار داد. (شکل ۱)



شکل ۱

### توسعه فکری : پیشنهاد توسعه فرهنگی

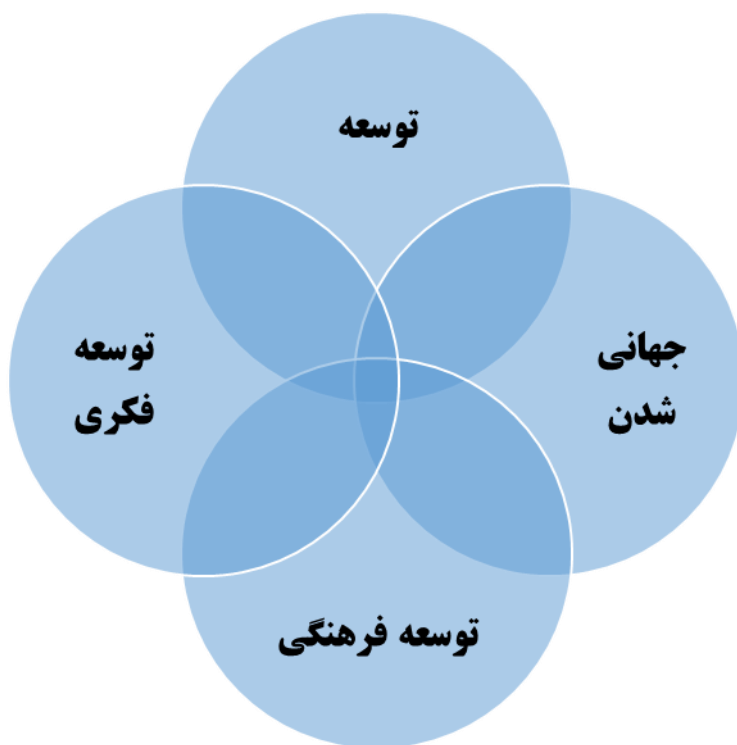
با نگرشی جدی به مبانی مختلف توسعه فرهنگی در می یابیم که نقطه عزیمت توسعه فرهنگی را می بایست در توسعه فکری و چگونگی و توجه به نحوه تعاملات ذهنی و نوع نگرش مردم و حتی در روحیه ملی یک کشور مورد توجه قرار داد. بطوریکه با ملاحظه بسیاری از کشورهای پیشرفته در می یابیم که موتور محرکه توسعه در بسیاری از این جوامع یک فرایند فکری و نظامندی در عقل و تحولات فکری بوده است بی دلیل نیست که بسیاری از متفکرین گذر از سنت به مدرنیته را مرهون فکر هدفمند یا به تعبیر وبر عقلانیت می دانند. (ماکس وبر ، ۱۳۸۵)

از سوی دیگر گی روشه (Guy Rocher) در کتاب تغییرات اجتماعی خود جمعیت، تکنیک، زیربنای اقتصادی، تضاد، ارزش های فرهنگی و ایدئولوژی را عوامل مهم و تأثیرگذار در به وجود آمدن و نحوه تغییرات اجتماعی قلمداد می کند. تحلیل توسعه در قالب تغییر اجتماعی ما را از توجه نمودن به سهم ارزش های فرهنگی و ایدئولوژی در توسعه که سهم مهمی از آن تغییرات فکری است در کشورهای اسلامی و به ویژه ایران ناگزیر می کند.

از سوی دیگر گی روشه کارگزاران تغییر اجتماعی را در سه گروه نخبگان، جنبش های اجتماعی و گروه های فشار و انگیزه و نیاز به موفقیت دسته بندی می کند و در یک طبقه بندی شش گانه نخبگان را در دسته هایی چون نخبگان سنتی و مذهبی، نخبگان تکنوکراتیک، نخبگان مالکیت، نخبگان کاریزمایی، نخبگان سمبولیک و بالاخره نخبگان ایدئولوژیک تقسیم بندی می کند که نقطه مشترک تمامی موضوعات بالا را می توان در توسعه فکری مورد توجه قرار داد. (سریع القلم، محمود ۱۳۷۵). توسعه فرهنگی در تحلیل نهایی بستگی دارد به غنی کردن و شکل دادن فرهنگ شخصی هر فرد به نحوی که او قادر سازد فرهنگ خود را بیان کند و فرهنگ خود را تولید کند. (پهلوان، ۱۳۸۱: ۲۰) توجه به نحوه تفکر و ایجاد زمینه پایدار در چگونگی روشمندی منطقی یکی دیگر از موضوعاتیست که باید بدان توجه نمود.

### توسعه فرهنگی در محاق جهانی شدن :

توجه به موضوع توسعه فکری بعنوان پیش فرض و در ادامه آن توسعه فرهنگی بدون در نظر گرفتن موضوع کلی جهانی شدن فکر و اندیشه و دنیایی که در آن زندگی می کنیم امری ناقص و شاید بدون فایده باشد. بنابراین می بایست آنرا در این شبکه پیچیده مورد بررسی قرار داد. (شکل ۲)



شکل ۲

پیشرفت‌های بی‌سابقه علمی و تکنولوژیک در عرصه‌های مختلف به ویژه در زمینه وسایل ارتباط جمعی در دهه‌های اخیر، بر نفوذ و تاثیرگذاری رسانه‌ها بر افکار و رفتار مردم بیش از پیش افزوده است. بطوریکه شاید نحوه تفکر و نگرش مردم را نیز مورد هجوم خویش قرار دهد. نقش رسانه‌ها بر تغییرات فکری از جمله مهم‌ترین ابعاد گسترش تکنولوژیک در دوره کنونی می‌باشد همزمان با این پیشرفت‌ها و تا حدود زیادی شاید در سایه آنها، پدیده جهانی شدن نیز شتاب بیشتری گرفته است. در نتیجه این تحولات نوعی فرهنگ عمومی که ناظر بر ارزش‌های تجاری و اقتصادی است در همه جوامع دنیا رواج می‌یابد و زبان مشترکی که از آن می‌توان به زبان تجاری تعبیر کرد پدیدار می‌شود. این پدیده اجتماعی و فرهنگی همواره با افزایش دامنه و ژرفای روابط اجتماعی جهانی و وابستگی متقابل جهانی همراه است. جهانی شدن حاکی از این واقعیت است که، ما به نحو فزاینده‌ای در یک جهان زندگی می‌کنیم. جایی که کنش‌های ما نتایج و پیامدهایی برای دیگران و مسایل جهان پیامدهایی برای ما دارند. این پدیده نه فقط نظام‌های جهانی از یک سو و مبادلات فکری را از سوی دیگر تغییر می‌دهد حتی زندگی روزمره را نیز تغییر تحت تاثیر قرار می‌دهد. (گیدنز، ۱۳۸۶: ۱۱۰)

شاید بتوان مهمترین ویژگی های تاثیرگذار فرآیند جهانی شدن را که با توسعه فرهنگی ارتباط مستقیم دارد، اینگونه بیان کرد که تعامل این دو پدیده باعث گسترش عمومیت های فرهنگی و محصولات فرهنگی در جامعه گردیده و از سوی دیگر با گسترش ارزش های دموکراتیک و توجه به حقوق بشر و جامعه مدنی جهانی شکل گرفته و جنبش های جهانی در قالب مسائل فرهنگ و سیاست عمومی را تحت تاثیر قرار خواهد داد. این پدیده همچنین دارای بار اقتصادی نیز می باشد بطوریکه به شکل گیری الگوهای مصرف جهانی، گسترش مبادلات کالا و توجه به حقوق مالکیت معنوی، تجارت جهانی و شکل گیری ارتباطات و نظام رسانه ای جهانی توجه نموده و جریان آزاد اطلاعات را در جامعه به همراه دارد. در قالب فرهنگی تاثیر جدی بر خرده فرهنگ ها ایفا می نماید. این ویژگی ها در بخش جهانی شدن فرهنگی نشانگر این است که این پدیده یک فرایند کلان و گسترده است. و رسوخ و نفوذ آن در تمامی حوزه های حیات اجتماعی قابل درک و شناسایی است.

بنابراین تمامی موضوعات جامعه بشری را می توان در قالب نظریه وابستگی و داد و ستد های منطقه ای و جهانی مورد توجه قرار داد. از نظر گیدنز بین جهانی شدن و توسعه فرهنگی الزامی بایست به یکپارچگی جهانی نظر کرد، به نظر وی «یکپارچگی جهانی پدیده ای بیرونی و مربوط به نظام های بزرگ، میدانهای بازار جهانی یا صرفاً روندی تأثیر گذار بر ملتها نیست، بلکه پدیده ای ذاتی هم هست. زندگی، شخصیت، هویت، هیجانها، و روابطمان با مردم دیگر هم با روند یکپارچگی تغییر شکل می دهند و حالت مجدد می گیرند، چون یکپارچگی جهانی فرهنگ محلی و محتوای محلی را مورد تهاجم قرار می دهد و ما را مجبور می کند تا به صورتی بازتر، انعطاف پذیرتر و فردی تر زندگی کنیم. تأثیر فردی شدن به موازات جهان گرایی است... و به معنای نیرویی است که زندگی را به طرف آینده باز سوق می دهد.» ( غفاری - ابراهیمی، ۱۳۸۴: ۲۵۴)

در ارتباط با فرهنگ و جهانی شدن والرشتاین بر این عقیده است که فرهنگ را باید رزمگاه ایدئولوژیک نظام جهانی دانست، بر این اساس برخی از جامعه شناسان، انسان شناسان و صاحب نظران علوم ارتباطات بر این عقیده اند که جهانی شدن به نوعی یکپارچگی فرهنگی ملت ها را به همراه می آورد. این صاحب نظران عقیده به این دارند که «یکپارچگی فرهنگی ملت ها را که محصول ارتباطات شبکه ای و ماهواره ای نوین است، یکی از جنبه های مثبت پدیده جهانی شدن و یکی از مهم ترین سازوکارهای تحول زندگی اجتماعی بشر و از پیش شرط های حرکت به سوی صلح و آرامش جهانی و نیز از سازوکارهای بسیار موثر تسریع روند توسعه و نوسازی در کشورهای توسعه نیافته جهان می دانند.» ( زاهدی، ۱۳۸۵: ۳۴۳)

از سوی دیگر اگر بپذیریم که همه فرهنگ ها کم و بیش دارای ارزش های تجاری هستند، نگرانی درباره اضمحلال فرهنگ های بومی در برابر فرهنگ تجاری وارداتی (غربی) بی مورد خواهد بود. مدرن ترین

## تأثیر توسعه فرهنگی بر کاهش قاچاق کالا در جنوب کشور

روابط تجاری - اقتصادی در جوامعی مانند هنگ کنگ، سنگاپور و ژاپن اکنون حاکم است، اما هیچ کس نمی‌تواند ادعا کند که فرهنگ‌های بومی اینها از بین رفته یا در معرض خطر جدی است. ولیکن واضح است که در جریان پیشرفت اقتصادی و فراگیر شدن فرهنگ تجاری در همه زوایای زندگی اجتماعی، برخی تحولات فرهنگی در جامعه، اعم از اینکه شرقی یا غربی باشد، روی می‌دهد. و می‌بایست بدین مهم توجه نماییم که کشورهایی که نتوانسته‌اند توسعه فکری و فرهنگی را سرلوحه کار خویش قرار دهند از آسیب پذیری بیشتری برخوردارند. بنابراین موضوع تجارت یا بهتر بگوییم جابجایی غیر قانونی کالاها از مبادی مختلف را می‌توان در این قالب فرهنگی مورد عنایت قرار داد. بطوریکه محیط کنونی دنیای تجارت بین‌الملل توانسته است بستر مناسب را برای کالاهایی که دارای مزیت نسبی اقتصادی می‌باشد فراهم نماید از جانب دیگر موضوع قاچاق کالا را می‌توان با ارتقای تجارت بومی در بستر صنایع دارای ارزش افزوده در یک مخاطره روانی در جهات حقوقی، سیاسی و امنیتی مورد هجوم و در تنگنا قرار داد.

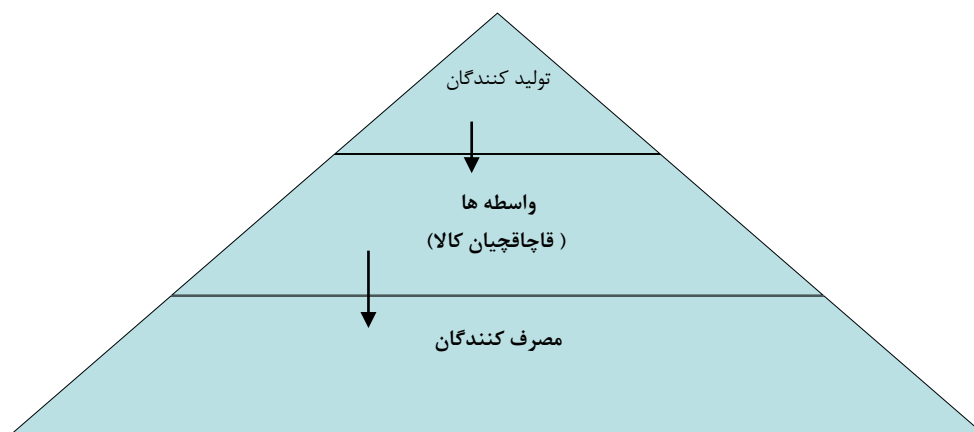
### توسعه فرهنگی و قاچاق کالا:

قدرت‌های سیاسی حاکم همیشه رویکرد دوگانه‌ای به تجارت و بازرگانان داشته‌اند. از یک طرف خود را نیازمند برخی خدمات آنها دیده و به حمایت از آنها برخاسته‌اند و از سوی دیگر قدرت اقتصادی آنها را تهدیدی برای خود تلقی کرده از این رو به رقابت، کنترل و حتی سرکوب آنها اقدام کرده‌اند. اما نیاز به تجارت همیشه به قدری زیاد بوده که همه حکومت‌ها، به جز روسای قبایل بیابانگرد و غارتگر، به نوعی با آن کنار آمده‌اند. «تجارت در واقع بر اساس نیازهای متقابل انسان‌ها به یکدیگر شکل گرفته و توسعه می‌یابد از این رو بارزترین و مهم‌ترین وجه زندگی اجتماعی انسان‌ها را در یک جامعه بزرگ تشکیل می‌دهد. همچنان که منتسکیو اندیشمند برجسته قرن هیجدهم میلادی فرانسه بیان می‌کند تجارت خشونت‌ها را به ملایمت و روابط خصمانه را به صلح و دوستی تبدیل می‌نماید.» تجارت چاره‌ساز تعصبات و پیشداوری‌ها است: این تقریباً یک قاعده کلی است که هر جا خلق و خوی ملایم وجود دارد، تجارت هم آنجا است و در هر جا تجارت است، خلق و خوی انسان‌ها ملایم است. جای تعجب نیست که خلق و خوی ما نسبت به گذشته خشونت کمتری دارد. تجارت موجب شده که شیوه‌های رفتاری همه ملت‌ها همه جا نفوذ کند و در نتیجه انسان‌ها آنها را با هم مقایسه کرده‌اند و خیر بزرگی از این امر حاصل شده است.»

### ( Montesquieu 1979 p8 )

بدون شک پدیده قاچاق کالا علاوه بر تمامی علل و عوامل در برگیرنده از جمله ساختارهای اقتصادی و سیاسی، عدم توسعه متوازن و پیشرفت تکنولوژیک در بعد ریشه‌های بروز یک پدیده فرهنگی است و با توجه به آنکه این مثلث دارای ۳ بازیگر عمده

- الف : تولید کنندگانی یا عرضه کنندگان کالاها  
ب : واسطه ها یا وارد کنندگان غیر قانونی یا قاچاقچیان  
ج : مصرف کنندگان یا خریداران



شکل ۳

می باشد و همانگونه که در شکل ۳ ملاحظه می گردد دو بازیگر از سه بازیگر این پدیده می تواند بعنوان جامعه هدف توسعه فرهنگی مورد توجه قرار گیرد. یعنی می توان با هدف قرار دادن قاچاقچیان کالا از یک طرف و همچنین مصرف کنندگان از سوی دیگر آنان را از لحاظ فکری و فرهنگی تغییر داد تا در ادامه شاهد بازتاب های این فرآیند توسعه ای مبنی بر تغییر بنیادین در جوهره تفکر افراد باشیم. این در حالیست که سایر راهکارهای اقتصادی، سیاسی، امنیتی و حقوقی صرفاً بعنوان حائلی در ردیف الف و ب عمل نموده در صورتیکه تاثیر توسعه فرهنگی بر دو بازیگر دوم و سوم می تواند بر کاهش قاچاق کالا عمل نماید. بنابراین توسعه عبارت است " از فرآیند پیچیده ای که طی آن جامعه از یک دوره تاریخی به دوران جدیدی منتقل می شود. " این فرآیند در هر مرحله از جریان انتقالی خویش ابعاد مختلف زندگی را متحول می سازد، این مجموعه ارتباطات متقابل و چند سویه در نهایت جامعه ای نو به وجود می آورد که در تمامی ابعاد آن زندگی بشری و به صورت بنیادین نسبت به وضعیت گذشته خویش متحول می شود. از سوی دیگر هم فرهنگ "مجموعه افکار و اعمال، بایدها و نبایدها، هنجارها، ارزش ها و نظام اعتقادات یک جامعه مشتمل بر سنت ها، آداب و رسوم، مذهب، ایدئولوژی، تشریفات مذهبی، زبان و... " است که در جامعه انسانی مشترک هستند. بر این اساس توسعه فرهنگی با توجه به این دو اصطلاح عبارتست از دگرگونی که از طریق تراکم برگشت



## تأثیر توسعه فرهنگی بر کاهش قاچاق کالا در جنوب کشور

ناپذیر عناصر فرهنگی در یک جامعه معین صورت می‌پذیرد و بر اثر آن، جامعه کنترل همواره مؤثرتر را بر محیط طبیعی و اجتماعی اعمال می‌کند. «در ایران امروز با توجه به اینکه تمام عناصر فرهنگی باید دگرگون شوند، اما این تناسب به صورت یکسان انجام نشده و نوعی ناهمگنی و ناهماهنگی بین عناصر فرهنگ جامعه به وجود آمده است، که به نوعی تأخر فرهنگی را بین ابعاد مادی و معنوی فرهنگ جامعه ایران عصر حاضر ایجاد کرده است. وجود دوره استعمار و استثمارگری در ایران، پول پرستی، مصرف‌گرایی و علاقه به رفاه که در فرهنگ ایرانی رسوخ پیدا کرده است از جمله آفتهای است که در پدیده قاچاق کالا کاملاً به چشم می‌خورد وجود بافت‌های فرهنگی متنوع داخلی در جامعه، نمونه برداری، گزینش و تقلید از غرب. تعارض بر سر استقرار ارزش‌های جدید به جای ارزش‌های سنتی حاکم در جامعه، شرایط و موقعیت خاص جغرافیایی و سیاسی کشور، وجود سه لایه تمدنی در ایران (فرهنگ و تمدن ایران باستان - فرهنگ و تمدن اسلامی - تمدن و فرهنگ غربی) و... همگی نمونه‌های از موانع توسعه فرهنگی در ایران به شمار می‌آیند.» (توحید فام، ۱۳۸۶: ۲) برای رهایی از این پیامد‌های منفی در ایران که تماماً می‌تواند پدیده قاچاق کالا را باز تولید نماید تمام دستگاه‌های "محلی، منطقه‌ای و ملی" می‌بایست به مجموعه‌ای از راه‌کارها توجه کنند.

بنا بر این قاچاق کالا مبتنی بر توسعه فرهنگی به معنای ایجاد تحول و خلق ارزش‌ها، روابط اخلاقی و هنجارهای مناسب می‌باشد که برای ارضای نیازهای مصرف‌کنندگان و همچنین قاچاقچیان کالا، زمینه‌های لازم را در قالب اجتماع فراهم می‌کند. در خصوص برخی صاحب‌نظران با اهمیت دادن به نقش فرهنگ در توسعه، فرهنگ را مجموعه‌ای از آرا و عقاید می‌دانند که ویژگیهای ذیل را در خود دارد:

۱. مورد قبول و پذیرش اکثریت مردم است؛
۲. پذیرش آن جنبه اقناعی دارد، لیکن نیازمند بحث و استدلال نیست؛
۳. ایجاد یا شکل‌گیری آن نیازمند زمان است. (آشوری داریوش، ۱۳۵۷، ۱۵).

در واقع یکی از خصوصیات انقلاب اسلامی، بازاندیشی هویت فرهنگی است. هویتی با قابلیت والای ایدئولوژی اسلامی و فرهنگی دینی. به قول "نیکی کدی" فرهنگ و ایدئولوژی خاص دینی در ایران و موقعیت خاص این کشور، سبب بروز انقلاب شده است. (Kedde Nikey, 1995) با توجه به تحقق انقلاب اسلامی با ویژگیهای فرهنگی پویا، فرصتهای بی‌شماری در روند فرهنگ‌پذیری فراهم شد تا با مأنوس بودن مردم با مؤلفه‌های فرهنگ دینی و احیای آنها، جامعه در راستای توسعه فرهنگی کارآمد (به مثابه زیر ساخت اجزای متنوع توسعه‌گرایی) در ایران گام بردارد.

## راهکارهای موثر توسعه فرهنگی در کاهش قاچاق کالا:

### ۱- توجه به روحیه و باور ملی :

مدیریت مهمترین وظیفه خود را در اهداف توسعه تعریف می نماید که به رغم ابعاد گسترده توسعه، غایت آن کرامت انسانی است. بنابراین برخی از تحولات فرهنگی منبعت از انقلاب اسلامی که فرصتهای توسعه در ایران را فراهم نموده است، عبارتند از:

**الف) احیای الگوها و اسوه‌های دینی و انقلابی:** تا مردم با تبعیت از این الگوها با آرامش و بینش لازم و نگرش معنادار به هستی، به وظیفه خود عمل کنند و اصول تحریف شده دینی را مورد بازبینی قرار دهند. در این مهم توجه به خرید و فروش و داد و ستد کالاها و تحصیل مشروع مال و اموال از جمله مهم ترین فرامین الهی در فرهنگ اسلامی می باشد. این امر در کنار گسترش زیر ساخت های اجتماعی از جمله تامین اجتماعی و نظام هماهنگ شناسایی کالا ها و خدمات از اهمیت قابل توجهی برخوردار است.

**ب) کنترل اجتماعی و مسئولیت پذیری:** از این منظر توسعه فرهنگی، به معنای پویایی و رشد فرهنگی است. توسعه فرهنگی به معنای ایجاد تحول و خلق ارزشها و رابط اخلاقی و هنجارهای مناسبی است که برای ارضای نیازهای آدمی، زمینه‌های لازم را در قالب اجتماع فراهم می کند. فرهنگ توسعه یافته دارای برخی ویژگیهاست که روند توسعه را تسریع می بخشد و از این حیث، توجه صاحب نظران را به خود جلب کرده است.

عدم توجه به توسعه فرهنگی می تواند یکی از مشکلات اساسی در امر قاچاق کالا فراهم را آورد. تجربه تاریخی جامعه ایران نشان می دهد که جامعه قبل از هر چیز نیازمند آمادگیهای فکری، پی بردن به ضرورت توسعه و خلاصه تصمیم گیری قاطع پیرامون آن است. این امر مستلزم توسعه فرهنگی و همراهی آن با ابعاد دیگر توسعه است. توسعه فرآیندی است که در اشکال مختلفی قابل تعریف و طبقه بندی است، از جمله صور آن توسعه سرمایه اجتماعی و مشارکت مردمی می باشد که در حوزه کلان تری تحت عنوان توسعه اجتماعی تعریف می گردد. این مقوله از این جهت دارای اهمیت است که می تواند فرهنگ خود باوری را افزایش و نقش حایز اهمیتی را در تقویت و توسعه آن داشته باشد.

پایوا "Piva" در تعریف توسعه اجتماعی روی دو بُعد ظرفیت و توانایی مردم برای توسعه و تحول نهادهای اجتماعی تأکید می کند (کلانتری، ۱۳۷۷).

در مجموع توسعه اجتماعی با مؤلفه هایی چون نیل به یکپارچگی، مشارکت مردمی، انسجام ملی و

ارتقای توانمندی های انسانی و افزایش سرمایه اجتماعی ارتباط داشته و می تواند سهم مهمی در دو بازیگر واسطه گران کالاها و خریداران در کشور ما ایجاد نماید. عدم توجه به سرمایه اجتماعی به فهم ناقص توسعه بویژه توسعه فرهنگی منجر می شود سرمایه اجتماعی (Social Capital) از مؤلفه های توسعه اجتماعی است. امروزه این نوع سرمایه را در جریان توسعه در کنار انواع سرمایه های طبیعی، انسانی و مادی، به طور جدی مطرح می نمایند. سرمایه اجتماعی متعلق به گروه ها و جوامع است، سرمایه اجتماعی از مشارکت دو نفر، گروه و یا یک ملت به وجود می آید. (فوکویاما، ۱۳۷۹، ۱۳) سرمایه اجتماعی با بسیاری از شاخص های توسعه انسانی رابطه دارد. اقتصادهای شکوفا و پررونق مربوط به جوامعی می باشند که سرمایه اجتماعی غنی دارند (پورموسوی، ۱۳۸۱، ۱۷۷).

سرمایه اجتماعی همچون مفاهیم سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی (یعنی ابزار و آموزش هایی که بهر وری فردی را افزایش می دهند) به ویژگی های سازمان اجتماعی از قبیل شبکه ها، هنجارها اشاره دارند که مشارکت، هماهنگی و همکاری برای کسب سود متقابل را تسهیل می کنند. سرمایه اجتماعی سود سرمایه گذاری در زمینه سرمایه فیزیکی و سرمایه انسانی را افزایش می دهد.

#### ۲- نقش آموزش و رسانه های ارتباط جمعی در کاهش قاچاق کالا :

شاید یکی از مهمترین موضوعات مورد بحث در خصوص مباحث توسعه فرهنگی در کشور ایران گسیختگی در مدیریت فرهنگی، مدیریت موازی فرهنگی و از سوی دیگر دخالت غیر تخصص برخی نهاد در مبادی شکل دهنده فرهنگی باشد. بطوریکه بالفرض نیروی انتظامی با مشاهده برخی ناهنجاری اجتماعی از سوی صدق و خدمت در پی طراحی و مدیریت فرهنگی در تمامی حوزه ها بویژه مسائل بیادین اعتقادی بر می آید این در حالیست که موضوع مدیریت فرهنگی و مقابله با کج سوی های اجتماعی و ناهنجاری های اجتماعی از وظایف سازمانها و نهادهای فرهنگی است. نقش رسانه های همگانی در انتقال آموزه های زندگی جمعی به مخاطبان، مورد تصدیق نظریه پردازان علوم اجتماعی قرار دارد. صاحب نظران و پژوهشگران جرم شناسی نیز به نوبه خود با تبیین نظری یا بررسی موردی رابطه جرم و رسانه، از دو منظر جرم خیزی یا پیشگیری از وقوع جرم به این موضوع پرداخته اند. با این همه ورود به بحث ارتباط قاچاق کالا و رسانه به ویژه در ایران، امر خطیری است که ظرافت و پیچیدگی خاص آن نباید مورد غفلت قرار گیرد.

در این مطالعات علوم ارتباطات جایگاه ویژه ای داشته است، جایگاهی که باید هرچه بیشتر و بهتر توسعه بیابد. کشورهایی همچون آلمان و انگلیس پیش از این مطالعات اند. زیرا مارکس و فروید آغازگر تئوری انتقادی در علوم اجتماعی و تئودور آدورنو و هورکمایمر ادامه دهنده آن در آلمان بودند، در حالی که تئوری های مربوط به مطالعات فرهنگی در انگلیس توسط ویلیامز و تامسون در خط مشی جداگانه ای سیر می کردند، خطوط اصلی تئوری های مربوط به مطالعات فرهنگی در آلمان بیشتر در

مورد تنزل فرهنگ مردم و افزایش برنامه‌های مبتذل و عامیانه رادیو و تلویزیون بود. در نظریه انتقادی سه موضوع مهم، «قدرت»، «فرهنگ» و «رسانه‌ها» بیش از سایر موضوعات مورد تأکید قرار داشت. دو نظریه فوق‌الذکر هر کدام بر چارچوب‌های خاص خود قرار داشته و اساس و پایه آنها بر اساس نظریه علوم اجتماعی بنا نهاده شده بودند و مفاهیم صریح و اصلی آنها بر انسان تأکید داشته و دارد. هنگامی که فرهنگ به مثابه یک سیستم منظم از الگوها دیده شود، ارتباطات به کمک الگوهای فرهنگی می‌آید و در این حال است که فرهنگ و ارتباطات زنجیروار با یکدیگر مرتبط می‌شوند. یعنی الگوهای مورد مطالعه از کنش و واکنش‌های اجتماعی به وجود می‌آیند و ناشی از فرآیندهای اجتماعی‌اند. به نحوی که در ادامه می‌تواند در بسیاری از رفتارهای شهروندان موثر واقع شود.

بنابراین رسانه‌ها، تولیدکننده پیام‌های رمزدار با موضوعات فرهنگی‌اند و نقش به‌سزایی در حمل و ارائه این پیام‌ها دارند، زیرا باعث می‌شوند افراد نگرش ویژه‌ای نسبت به جامعه داشته باشند نگرشی که موجب نمایاندن واقعیات و مفاهیم شده و این واقعیات و مفاهیم را در دسترس عموم قرار می‌دهند. زیرا مفاهیم ناشی از کنش و واکنش‌های ساختاری رسانه‌ها و پیام‌های اجتماعی و فرهنگی مستدل هستند. رسانه‌ها نه تنها حامل پیام هستند بلکه به مثابه مؤسسات اقناعی و لوازم ارتباطی که در چارچوب تسلط بر افکار عمومی‌اند فعالیت می‌کنند و این را با تفسیر جانبدارانه پیام و به پذیرش عامه درآوردن آن انجام می‌دهند. (کروتز فریدریش، ۱۳۸۵، ۱۱۴).

از سوی دیگر بحث پیشگیری از جرم در دسته مباحث بسیاری از حقوقدانان نیز می‌باشد این دسته از حقوقدانان نظام کیفری را برای کاهش اثرات جرم در جامعه کافی نمی‌دانستند، یکی از نخستین پیشگامان این مباحث، جرمی بنتام (۱۷۴۸-۱۸۳۲) حقوقدان و فیلسوف انگلیسی بود. وی که در جستجوی راه حلی برای محو یا حتی الامکان کم کردن تعداد جرایم بود، به «ابزارهای مکمل» برای نظام کیفری اندیشید و بر نقش آموزش و پرورش به ویژه شناخت قوانین، مذهب، دولت و همچنین رسانه‌ها تأکید می‌نمود

در عصر حاضر مهمترین ابزار فعالیتهای فرهنگی، رسانه‌های گروهی است که اتفاقاً نقش آن در پیشگیری از جرم و کاهش قاچاق کالا مورد تصریح جرم‌شناسان و حقوقدانان قرار گرفته است. قانون اساسی جمهوری اسلامی نیز دولت را موظف کرده برای رسیدن به اهداف والای انسانی و اسلامی از رسانه‌های گروهی به صورت مطلوبی استفاده کند، در بند ۲ اصل ۳ قانون اساسی نیز بر «بالا بردن سطح آگاهیهای عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر» تأکید شده است.

### تأثیر توسعه فرهنگی بر کاهش قاچاق کالا در جنوب کشور

ماده ۴۴ «قانون خط مشی، اصول و برنامه های سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۷ شهریور ۱۳۶۱» هم یکی از رسالتهای صدا و سیما را «آموزش عمومی جهت آشنایی مردم با حقوق فردی و اجتماعی، قانون اساسی و قوانین مدنی و جزایی کشور» اعلام کرده است. بنابراین قوه قضائیه که مطابق بند ۵ اصل ۱۵۶ قانون اساسی به «اقدام مناسب برای پیشگیری از وقوع جرم و اصلاح مجرمین» موظف شده است، همسو با سیاستهای ایجابی سازمان صدا و سیما و نیز مطبوعات و سایر رسانه ها، باید از این ظرفیتهای قانونی استفاده بهینه کند؛ بویژه با عنایت به اصل ۱۷۵ قانون اساسی که مقرر می دارد: «شورایی مرکب از نمایندگان رئیس جمهور و رئیس قوه قضائیه و مجلس شورای اسلامی (هرکدام دو نفر) نظارت بر این سازمان خواهد داشت». اطلاع رسانی بویژه در مورد جرایم سازمان یافته و ملی از جمله قاچاق کالا باید توأم با شناسایی زمینه های وقوع جرم و هشدار در مورد تکرار آن باشد.

#### ۳- کارکرد مذهب در ممانعت از قاچاق کالا :

بدون شک در جامعه اسلامی ایران نقش مذهب در کاهش و یا پیشگیری از جرائم نقش بی بدیلی خواهد بود. شاید فارغ از بسیاری از کشورهای مدرن که بر اساس سود گرای بسیاری از اقدامات از جمله احتکار کالا، قانون راپنینگ و انحصار را به عنوان نسخه تجویزی تولید اقتصادی خود می دانند ولیکن سود و منافع حاصل از تجارت همگی در کشور ما تحت تاثیر انگاره های مذهبی می باشد. شاید بتوان مهم ترین نمونه اقدام عملی و سیره متعالی را در خصوص نقش بنیادین مذهب در کنترل تجارت را در موضوع تحریم تنباکو مورد باز شناسی تاریخی قرار داد. فتوای میرزای شیرازی در قضیه تنباکو از جمله مهم ترین این موضوعات است. در پی سفر سوم ناصرالدین شاه به اروپا در سال ۱۲۶۹ ه. ش که به تشویق وزیر مختار انگلیس در ایران، سرهنری درومند ولف انجام گرفته بود، دولت انگلیس فرصت مناسب را برای کسب امتیاز انحصار توتون و تنباکو به دست آورد و زمینه سازی آن را به ماژور جرال تالبوت از نزدیکان و مشاوران لرد سالیسبوری (نخست وزیر و وزیر خارجه ی انگلیس) محول کرد. تالبوت نخستین مذاکره درباره ی انحصار تجارت توتون و تنباکو را در شهر برایتون با اعتمادالسلطنه آغاز کرد و پس از کسب اطلاعات کافی در این زمینه، امین السلطان را با دادن وعده های فراوان متقاعد کرد که او نیز موافقت شاه را در ازای دریافت سالانه ۲۵ هزار لیره جلب نماید. (حسین بن علی اصفهانی کربلائی، ۱۳۷۷، صص ۶۲-۶۵).

ناصرالدین شاه که برای تأمین هزینه سفرهای خود به اروپا با مشکلات مالی مواجه بود، با اعطای امتیاز موافقت کرد و پس از مراجعت به ایران در رجب ۱۳۰۷ ه ق (مارس ۱۸۹۰ میلادی) قراردادی را با تالبوت - که با کمک دولت و عده ای از سرمایه داران انگلیسی، کمپانی رژی را با سرمایه ای ۶۵۰ هزار

لیره تأسیس کرده بود - منعقد نمود. بدین ترتیب در ۲۸ رجب ۱۳۰۷ (۲۰ مارس ۱۸۹۰) امتیاز تجارت توتون و تنباکو به مدت پنجاه سال به تالبوت اعطا گردید.

در سال ۱۸۹۰، روزنامه فارسی زبان اخترکه در عثمانی منتشر می‌شد، طی مصاحبه‌ای با تالبوت، تفاوت فاحش امتیاز دخانیات ایران را با امتیازی که کمپانی رژی از عثمانی گرفته بود، یادآور شد و ضمن انتقادهای گسترده از دولت، تبعات و پیامدهای قرارداد را برای مردم ایران روشن ساخت. (حسین بن علی اصفهانی کربلایی، صص ۶۸-۷۱) بنابراین و با توجه به جایگاه فقه شیعه و همچنین نقش علمای شیعی بود که در متن حکم چنین از طرف میرزای شیرازی چنین آورده شده بود: «بسم‌الله الرحمن الرحیم الیوم استعمال تنباکو و توتون بای نحو کان در حکم محاربه با امام زمان علیه‌السلام است. حرره الاقل محمدحسن الحسینی.» (همان، صص ۱۲۵ - ۱۳۲) بنابراین به روشنی می‌توان ریشه‌ها و مکانیسم‌ها کنترل و اجرای تجارت غیره مناشب جهت مسلمین را در همین یک سطر میرزای شیرازی مورد ملاحظه قرار داد.

بطوریکه امروزه نیز می‌توان از پتانسیل و جایگاه سترگ علما در راه برخورد با پدیده فرهنگی - اقتصادی کالا در ابعاد فکری و فرهنگی استفاده و بهره‌های وافی را برد. تا جامعه ایرانی بلافصل از مسیر مصرف‌گرایی و پیامدهای مذموم آن به صراط مستقیم تولید و توجه به کالاهای ایرانی در آید این مهم می‌تواند از تربیون‌های مختلف در اختیار اعلما و در آموزه‌های دینی مورد بازخوانی قرار گیرد. شاید یکی از مهملک‌ترین مسائلی که در روزگار کنونی با آن مواجه هستیم کاهش کارکرد بنیادین مذهب در درون جوامع ایرانی باشد که با توجه بیش از پیش بدان می‌توان جلوی برخی از ناهنجاریها از جمله قاچاق کالا را گرفت.

از شوی دیگر توجه اسلام به امر تولید نیز جایگاه مناسبی در معارف اسلامی دارد. تا جایکه مقوله کار به عنوان نوعی عبادت نگریسته می‌شود. در آیات فراوانی از قرآن کریم به اهمیت کار در ابعاد مختلف پرداخته شده است. به طور مثال می‌توان به آیات ۴۱-۳۹ سوره مبارکه نجم اشاره نمود که برای انسان جز کوشش او نیست و اینکه کوشش وی در آینده دیده می‌شود. همچنین نمونه واقعی آیات برشمرده شده، در واقع رفتار و سیره پیامبران الهی است. حضرت محمد(ص)، پیامبر گرامی اسلام در تمامی عمر شریفشان انجام کار را یک موهبت الهی می‌دانستند و حضرت علی(ع)، خود به کشاورزی می‌پرداختند. حضرت عیسی(ع) نیز به کار نجاری و حضرت موسی(ع) به کار شبنانی مشغول بوده‌اند. شاید بتوان در راستای توسعه فرهنگی نقش علما را به عنوان موتور محرکه سایر ابعاد توسعه مورد توجه قرار داد امری که در طول تاریخ ایران همواره توانسته بسیاری از تحولات جامعه را رقم زند.

## نتیجه گیری

بدون شک موضوع قاچاق کالا از جمله پدیده هایست که دارای ابعاد و آثار متعددی است بطوریکه نمی توان آنرا صرفاً مقوله ای اقتصادی و یا امنیتی قلمداد نمود . با بررسی های بعمل آمده در این مقاله نیز دریافتیم که پدیده قاچاق کالا را می توان در قالب یک موضوع فرهنگی و در درون مباحث توسعه فرهنگی و فکری مورد توجه و ارزیابی قرار دهیم . بررسی زمینه های مختلف این پدیده در کشور ایران موید آن بود که دو بازیگراز مجموع سه بازیگر عمده این پدیده که شامل واسطه ها یا همان قاچاق کننده کالا و مصرف کننده لزوماً می بایست در ذیل مباحث فرهنگی مورد توجه قرار گیرند . در این راستا تقویت روحیه ملی ، خودباوری و شکوفایی خلاقیت و توجه به ابعاد مختلف آن می تواند بعنوان یک رکن اساسی از آبشخور تغییرات اجتماعی مبتنی بر تغییرات فکری و فرهنگی مورد توجه قرار گرفته و از سوی دیگر با استفاده از نهادهای آموزشی و همچنین نقش رسانه های ارتباط جمعی در دنیایی که امروزه پدیده غالب بر آن موضوع دهکده جهانیست به تقویت صنایع ملی دارای مزیت نسبی بپردازیم از سوی دیگر با توجه به یک استناد تاریخی سعی نمودیم تا بار دیگر نقش مذهب و تریبون فراگیری چون منبر را در نهادینه ساختن باورهای مذهبی بویژه در عرصه تولید و بروز دگرباره فرهنگ کار و تلاش در مقابل مصرف گرایی مورد تاکید قرار دهیم . نگارنده بر این باور است که یک اقدام زیر بنایی در امر فرهنگی می تواند قطار توسعه در امور مختلف از جمله اقتصادی و سیاسی را بر روی ریل پیشرفت خود قرار دهد چه با مطالعه بسیاری از کشورهای پیشرفته در می یابیم که موتور محرکه آنان در توسعه با فرآیند فکری آغازیدن یافته است . بنابراین در موضوع قاچاق کالا موضوع توسعه فرهنگی بستری مغفول در کشورمان می باشد .

منابع فارسی:

- ۱- آشوری داریوش، تعریفها و مفهوم فرهنگ، انتشارات مرکز اسناد فرهنگی آسیا، تهران، ۱۳۵۷.
- ۲- پورموسوی، سیدفتح الله؛ جامعه مدنی و سرمایه اجتماعی، فصلنامه راهبرد، شماره ۲۶، مرکز تحقیقات استراتژیک، تهران، ۱۳۸۱.
- ۳- پهلوان، چنگیز، «مجموعه مقالات توسعه فرهنگی» ترجمه احمد صبوری- ب.ص. شهر آشوب امیر شاهی، سازمان چاپ و انتشارات وزارت ارشاد اسلامی، تهران، ۱۳۸۱.
- ۴- توحید فام، محمد، «موانع توسعه فرهنگی» [www.aftab.ir/Articel](http://www.aftab.ir/Articel)، تهران، ۱۳۸۶.
- ۵- حسین بن علی اصفهانی کربلایی، تاریخ دخانیه، تصحیح رسول جعفریان، قم: الهادی، ۱۳۷۷.
- ۶- زاهدی، محمد جواد «توسعه و نابرابری»، انتشارات مازیار، تهران، ۱۳۸۵.
- ۷- سریع القلم، محمود. توسعه جهان سوم و نظام بین الملل، تهران، سفیر، ۱۳۷۵.
- ۸- غفاری- ابراهیمی لویه، غلامرضا- عادل، ۱۳۸۱ «جامعه شناسی تغییرات اجتماعی» انتشارات اگرا-نشر لویه، تهران.
- ۹- فکوهی، ناصر، «از فرهنگ تا توسعه»، انتشارات فردوسی، تهران، ۱۳۷۹.
- ۱۰- فوکویاما، فرانسیس، پایان نظم سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران، جامعه ایرانیان، ۱۳۷۹.
- ۱۱- کلانتری، خلیل؛ مفهوم و معیارهای توسعه اجتماعی، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، ۱۳۷۷.
- ۱۲- کروتز، فریدریش. شخصیت اجتماعی و هویت ارتباطاتی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، ۱۳۸۵.
- ۱۳- گیدنز، آنتونی، «جامعه شناسی» ترجمه حسن چاوشیان، نشرنی، تهران، ۱۳۸۶.
- ۱۴- وبر، ماکس. اخلاق پروتستانی و روح سرمایه داری، عبدالکریم رشیدیان (مترجم)، پریسا منوچهری کاشانی (مترجم) ناشر: علمی و فرهنگی - ۱۵ مرداد، ۱۳۸۵.

منابع انگلیسی:

- 1- Montesquieu, Charles- Louis (1748), *De L, esprit des Lois*, Paris, Garnier- Flamarion, 1979.
- 2- Kedde Nikey, *Iran and the Muslim World: Resistarnc and Revolution*, America: New York Press, 1995