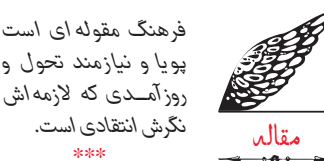




مهندس امیرضا پوررضاء

طراح و نویسنده



فرهنگ مقوله ای است پویا و نیازمند تحول و روزآمدی که لازمه اش نگارش انتقادی است. ***

فرهنگی

به بحثهای مربوط به فرهنگ می پردازیم، متوجه می شویم که این موارد بیش از آنچه بحث فرهنگی باشد، بحثهایی در حوزه «فلسفه فرهنگ» هستند. به بیان دیگر بحثهایی فلسفی درباره فرهنگ. «فرهنگ چیست؟»، «آیا فرهنگ ممکن است که خوب و بد داشته باشد؟»، «رشد فرهنگی چیست؟»، «فرهنگ لازم است؟»، «چه اشکالی در فرهنگ هست رشد فرهنگی چیست؟»، «اگر رشد فرهنگی فرهنگی توسعه فرهنگی چه تفاوتی دارند؟»، «آیا فرهنگ از جنس عادت است؟»، «آیا رشد فرهنگی بررسی و تغییر عادت هاست؟»، «تفاوت فرهنگ و اخلاق چیست؟» و... همه

این مثال هاروسی بیش از اینها، مقولات مربوط

به حوزه فلسفه فرهنگ است. به جز سؤال آخر که می شود در حوزه «فلسفه اخلاق» هم مطرح کرد.

اگر بپرسند: «آیا رفتار ترافیکی مردم مشکل دارد؟» پاسخ به آن در صلاحیت متخصصان ترافیک است. اگر پاسخ این باشد که: «بله، مشکلات فرهنگی در رفتار ترافیکی وجود دارد». بعد از آن است که این مشکلات به حوزه فرهنگ ارجاع داده می شود. پیش از آن لازم است معلوم شود که فرهنگ را چگونه می توان اصلاح کرد، یا رشد و توسعه داد. اما پاسخ به این سؤال که: «رفتار ترافیکی خوب چیست؟ یا نه» در صلاحیت کارشناسان ترافیک است. مسئولان نظر کارشناسان را بشوهد هائی جامعه پذیر که کارشناسان فرهنگ تأیید نمایند، به جامعه منتقل می کنندو خود یک نسل در این کار استمرار به خرج می دهیم تا در فرهنگ بنشیند؛ اما اگر نظر کارشناسان ترافیک را در ستکاری کنیم یا تغییر دهیم و بگوییم: «فرهنگ ترافیک خوب، این است که همه بایستند تا من به راحتی عبور کنم»، این حرف زور با هیچ تلاش یا جریمی‌ای، فرهنگ نخواهد شد یا به بیان روزمره، جانخواهد افتاد. به بیان دیگر آن حرف و نظری در عرصه فرهنگ قابل مطرح شدن است و می توان به جامعه پذیر بودنش امید داشت که عمیقاً درست باشد و «درست» در دنیای امروز، یک مفهوم عقلی و علمی است؛ اما عقلی و علمی بودن، برای تبدیل شدن هرآموزه‌ای به فرهنگ، کافی نیست.

جذابیت و جوابگویی

دو شرط اساسی وجود دارد که بسیاری موارد پر رنگ تر هستند: جذابیت و جوابگویی. این دو برای رفع مشکلاتی که مردم با آن زندگی خود درگیر هستند، حتی جدی تر و پر رنگ تر از عقلی بودن و علمی بودن است و همان طور که گفته شد، در حدود یک نسل هم زمان لازم است. به روشنی می توان گفت و اطمینان داشت که اجبار در عرصه فرهنگ نه تنها ممکن نیست، بلکه معنا هم ندارد. اگر بپذیریم که فرهنگ عرصه جذابیت و جوابگویی است، بسیار روشن خواهد بود که اجبار در عرصه فرهنگ جای ندارد.

اینکه در هر سرتی، چه مقدار با خودرو جلویی فاصله داشته باشیم، یک بحث کارشناسی ترافیک است. اینکه به رانندگان گفته شود که فاصله درست چیست، آموزش است. اینکه رانندگان ناخودگاه آنچه را می بینند، به یاد آورند، به یاد آورند، آموخته اند یاپایند باشند. فرهنگ است.

فرهنگ آن پدیده‌ای است که مثل یک صدای درونی، برای مثال به ما می گوید: «از نظر کارشناسی و رفتار درست، باید با تو مطلع باش و آن را به کار ببندی، «از قانون آگاه باش و رعایش کن»، «از هنر و کالای هنری مغرب بهره مند باش» و... اما اگر سؤال این باشد که: در فرهنگ در جامعه چه وضعیتی

دارد؟» این موضوع از ابتدا به فرهنگ شناسان ارجاع داده می شود.

در آنجا بحث می شود «فرهنگی را که نقص و اشکال دارد، چه باید کرد؟»، «آیا می توان از فرهنگ تأثیر گذاشت؟»، «آیا می توان از حوزه اجتماع با وضی قرار دادهای اجتماعی یا قانون بر حوزه فرهنگ تأثیر گذاشت؟»، «آیا تنها کار فرهنگ، مشکل فرهنگی را حل می کند؟»، «کار فرهنگی چیست؟»، «مرز کار غیر فرهنگی و کار فرهنگی کجاست؟»، «آیا تبلیغات، کار فرهنگی است؟» و...

مرز تبلیغات با اطلاع رسانی

نکته مهم دیگر، مرز میان تبلیغات با اطلاع رسانی است. اطلاع رسانی پشتوانه علمی و منطقی محکم دارد و اطلاع دهنده منفعت خاصی را برای خود دنبال نمی کند، بلکه در بی منفعت یا مصلحت دیگری یادگیران است. اما «تبلیغات»، بدون داشتن پشتوانه علمی و منطقی محکم، فقط ادعای تبلیغ کننده است و مبلغ در این خصوص، منفعت شخصی یا گروهی دارد. تبلیغ به خودی خود مذموم نیست. هر کس حق دارد کالا یا خدمت یا نظر شخصی خود را تبلیغ کند؛ اما کسی مجاز نیست تبلیغات را اطلاع رسانی قلمداد کند. این توضیح را بدین جهت آورد م که اطلاع رسانی در عرصه فرهنگ با علم، پسندیده و شایسته است. اگر هم درست و کافی انجام شود، می توان امید داشت موجب رشد و توسعه فرهنگی شود؛ اما تبلیغات در عرصه فرهنگ، نه مجاز است و نه نتیجه‌ای برای تبلیغ کننده دارد. تبلیغات مربوط به عرصه تجارت و سیاست است. در کوتاه مدت یا به اجبار ممکن است چنین دیده شود که نتیجه فرهنگی دارد؛ اما باید داشت شدن عامل غیر فرهنگی، یعنی ترس یا طمع، می بینیم که تبلیغات و ترس و طمع تنها پدیده‌ای که ایجاد کرده، ظاهرشاری بوده است!

فرهنگ البته همیشه هدایت های سازنده و درست انجام نمی دهد. گاهی کاملاً متفاوت است، مثلاً می گوید: «از قانون مطلع باش و هر

جابه نفعت نبود و توانستی، آن را زیر پا بگذار،

یا دور بزن» «هنر به درد نمی خورد، وقت را تلف نکن» و...

فرهنگ فلسفه و تفکر انتقادی

اگر فرض کنیم که بر سر تعریف فلسفه توافق هست و نسبت فلسفه با تفکر انتقادی را هم بپذیریم، به نظر می رسد به اندازه لازم در جامعه، فلسفه و تفکر انتقادی نمی بینیم. به بیان دیگر به کارگرفتن فلسفه به عنوان یک رفتار، نیازمند فرهنگ مضای مرتبط با این رفتار، یعنی «فرهنگ فلسفه» است. مثل تمام رفتارها و افکاری که اگر فرهنگی را در تمام فرهنگ های با نامی بینیم، یا نوع درست و سالم را نمی بینیم. اینکه همه زندگی را همواره با عینک تفکر انتقادی نگاه کنیم، نیازمند فرهنگ است. فرهنگ هم در اینجا یعنی فرهنگ تفکر انتقادی.

رابطه فرهنگ و فلسفه و تفکر انتقادی چیست ؟

فلسفه فرهنگ و فرهنگ فلسفه



هر رفتاری به شکلی ناخودگاه از اعماق ذهن و درون انسان سر می زند. این نرم افزار که مشترکاً در ذهن افراد هر جامعه هست، موجب می شود آنان به طور ناخودگاه، رفتار، افکار، باشند، و این می شود «فرهنگ» آن جامعه.

چون در جامعه کم می بینیم به موضوعات و مسائل مختلف از منظر فلسفه و تفکر انتقادی نگاه شود، می توان گفت «فرهنگ تفکر انتقادی» در جامعه ما وضعیت مطلوبی ندارد یا ضعیف است. در نظر داشته باشیم که اولین و بیشترین حوزه مورد انتقاد در تفکر انتقادی، انتقاد از خود است. عبارت «تفکر انتقادی» خوشبختانه در ذهن و زبان مردم ما، معنای اصلی خود را دارد و می توان امید داشت که منطقی محکم دارد و اطلاع دهنده منفعت خاصی را برای خود دنبال نمی کند، بلکه در بی منفعت یا مصلحت دیگری یادگیران است. اما «تبلیغات»، بدون داشتن پشتوانه علمی و منطقی محکم، فقط ادعای تبلیغ کننده است و مبلغ در این خصوص، منفعت شخصی یا گروهی دارد. تبلیغ به خودی خود مذموم نیست. هر کس حق دارد کالا یا خدمت یا نظر شخصی خود را تبلیغ کند؛ اما کسی مجاز نیست تبلیغات را اطلاع رسانی قلمداد کند. این توضیح را بدین جهت آورد م که اطلاع رسانی در عرصه فرهنگ با علم، پسندیده و شایسته است. اگر هم درست و کافی انجام شود، می توان امید داشت موجب رشد و توسعه فرهنگی شود؛ اما تبلیغات در عرصه فرهنگ، نه مجاز است و نه نتیجه‌ای برای تبلیغ کننده دارد. تبلیغات مربوط به عرصه تجارت و سیاست است. در کوتاه مدت یا به اجبار ممکن است چنین دیده شود که نتیجه فرهنگی دارد؛ اما باید داشت شدن عامل غیر فرهنگی، یعنی ترس یا طمع، می بینیم که تبلیغات و ترس و طمع تنها پدیده‌ای که ایجاد کرده، ظاهرشاری بوده است!

فرهنگ البته همیشه هدایت های سازنده و درست انجام نمی دهد. گاهی کاملاً متفاوت است، مثلاً می گوید: «از قانون مطلع باش و هر جابه نفعت نبود و توانستی، آن را زیر پا بگذار، یا دور بزن» «هنر به درد نمی خورد، وقت را تلف نکن» و...

فرهنگی دیگر «فرهنگ رشد فرهنگی» بخشی از «فرهنگ تفکر انتقادی» است و «فرهنگ تفکر انتقادی» بخشی از «فرهنگ فلسفه و فلسفه ورزی. فرهنگ تفکر انتقادی درباره همه اجزای زندگی تفکر انتقادی می کند. به فرهنگ نیز با عینک تفکر انتقادی می نگرد و اجازه نمی دهد فرهنگ با آن عادت وارگی که می یابد، بدون نقد بماند. این امر کمک می کند فرهنگ به روز باشد و همیا با تغییرات زندگی حرکت کند. چشم اسفندیار (یا پاشنه آشیل) فرهنگ، این است که گمان کنیم فرهنگ نیازمند به روز شدن نیست.

موضوعات و موقعیت های محدودی در زندگی وجود دارد که از فلسفه و تفکر انتقادی بی نیاز باشد. معمولاً انسان آنچه را با دلیل و منطق نپذیرفته باشد، با هیچ دلیل و منطقی نمی توان از سرش بیرون کرد. گرچه اجزای هر فرهنگی در ریشه ها و در زمان پیدایش، کاملاً منطقی است و آن روز که پدیده‌ای وارد فرهنگ شده، دلالت روشن داشته؛ اما از آنجا که انتقال فرهنگ همیشه منطقی و مدلل صورت نمی گیرد، در شمار همان مواردی است که بدون دلیل و منطق وارد ذهن شده اند و خارج کردن با دلیل و منطق نیازمند، پیش زمینه‌ای خارج از فرهنگ است. به عبارت دیگر، ما از درون «فضای فرهنگ» که فضای «پذیرش، بدون دلیل و اداه، بدون فکر» است، نمی توانیم کاری هاکی خارج فرهنگ



در فرهنگ می دانیم ؟ چه چیزی را درست می دانیم ؟ در این صورت می بایست غیر از عقل سلیم، علم روز، منطق، جذابیت و جوابگویی، به اخلاق نیز اشاره کنیم.

بعضی از سؤال های بسیار مهم در حوزه «اخلاق» و «فلسفه اخلاق» مورد بررسی قرار می گیرد و خروجی آن در حوزه فرهنگ به کار گرفته می شود. اینکه درونمایه و آنچه به عنوان ارزش و ضد ارزش یا درست و نادرست مورد بحث و بررسی است، گفتاری بسیار درازدامن و بیرون از موضوع صحبت ماست. اما اگر بخواهیم در حد چند خط به آن بپردازیم، پاسخ بر پایه اخلاق ارسطویی، این است که: اصلاح یا هدف شادزیستن صورت می گیرد و با به دست آوردن «فضیلت» ممکن می شود. البته این نظر نگارنده است. ما چه بسا از زاویه نگاه اخلاق کانتی یا اخلاق مسیحی و یا هر اخلاق دیگری به حوزه فرهنگ بنگریم و بر اساس آنها اصلاحات را انجام دهیم. در بسیاری از موارد هم می بینیم که نظام اخلاقی یک جامعه، ترکیبی از نظام های اخلاقی مختلف است؛ اما به هر حال بخش مهمی از رشد و توسعه فرهنگی، حرکت از امر غیر اخلاقی به امر اخلاقی است. در هر صورت، چه رشد و توسعه فرهنگی از امر غیر علمی به امر علمی باشد، چه از امر غیر جذاب به امر جذاب، چه از امری که جوابگو نیست به امر جوابگو و...، به هر صورت از این رفتار، یعنی رشد و توسعه فرهنگی، «فرهنگ رشد فرهنگی» پشتیبانی می کند.

اگر در حوزه «فلسفه فرهنگ» بپرسیم که: «آیا فرهنگ، بدون فرهنگ رشد فرهنگی، رشد و توسعه پیدا می کند؟» پاسخ منفی است. اگر این بخشی از فرهنگ ما نباشد که فرهنگ را به صورت دوره‌ای بررسی و اصلاح کنیم، فقط عوامل سفت و سخت و رویدادهای ناگوار ممکن است ما را به فکر اصلاح فرهنگ بیندازد که آن هم قطعی نیست. در تاریخ دیده‌ایم که برای جامعه و فرهنگی مشکلات بزرگی پیدا شده، چندان که تابود شدند؛ ولی یا توان اصلاح فرهنگی خود را نداشتند یا لزوم آن را درک نکردند و نپذیرفتند یا تأخیر به اندازه‌ای بوده که دیگر زمان برای اقدام و گرفتن نتایج کافی نبوده است. در مواردی هم این اشکالات چنان تدریجی پیدا می‌شود و چنان تدریجی تیشه به ریشه‌های جامعه می‌زند که داستان پختن تدریجی قورباغه تکرار می‌شود. تنها عاملی که می‌تواند ما را مطمئن سازد که فرهنگ همای سایر پدیده‌های زندگی رشد و توسعه پیدا می‌کند و ما برای زندگی مان فرهنگ جذاب و جوابگویی داریم، این است که فرهنگ رشد فرهنگی در ذهن و زندگی ما حضور پررنگی داشته باشد. دست‌یافتن به این وضعیت نیز همان طور که اشاره شد، پیش‌نیاز مهمی دارد که «فرهنگ تفکر انتقادی» است؛ فرهنگ‌ای که ما هدایت می‌کند که نه تنها فرهنگ، بلکه تمام زندگی را از دیدگاه تفکر انتقادی ببینیم. مشاهده دقیق داشته باشیم، بررسی کنیم، اصلاح کنیم، حذف و اضافه کنیم و هرگز این روند را قطع نکنیم و سرعش نیز از سرعت سایر عوامل زندگی کمتر نباشد.



محورش انسان و عقل و علم است، مبنای رشد و توسعه فرهنگی نیز «خرد» و «خلاقیت» است. ما از دنیایی که فرهنگ نیاز به رشد چندان‌ی نداشت و مبنایش هم سنت نیاکان و دستور و

بزرگان بود، وارد دنیایی شده‌ایم که نیازش به رشد و توسعه فرهنگی بسیار زیاد است. نیاز ما به «فلسفه فرهنگ» و «فلسفه جدی

است

»

فرهنگ پدیده‌ای است ناخودگاه و عادت وار که هنگام عمل به فرمان هایش، تقریباً عقل و علم و منطق حضور ندارند. تغییرات سریع در دنیای امروز، نیاز جدی به رشد و توسعه فرهنگی را پررنگ کرده است.

زندگی امروز فرهنگ روزگار دارد، نشتنی به نظر می‌رسد. سخت‌افزار زندگی یعنی فناوری و تمدن هم با سرعت عوض می‌شود. پس فرهنگ مجبور است خود را با این رشد شتابان سازگار کند. این سازگاری به معنای بررسی فرهنگ در دوره‌های زمانی کوتاه است. نمی‌توان گفت چه مدت یک بار، لازم است که فرهنگ بازبینی شود؛ اما به نظر این بازه‌های زمانی در دنیای امروز کوتاه شده است. هر از چند گاهی لازم است تمرکز کنیم، ذهن مان را در محیط فلسفه و تفکر انتقادی قرار دهیم و کاملاً خودگاه وارد فضای «فلسفه فرهنگ» شویم. از این چشم‌انداز، باریک‌بینانه به فرهنگ نقادانه بنگریم و آنچه را در آن بر اساس یافته‌های علمی و عقلی، قابل بهسازی است، اصلاح کنیم و آنچه را جذابیت و

ذهن مان را در محیط فلسفه و تفکر انتقادی قرار دهیم و کاملاً خودگاه وارد فضای «فلسفه فرهنگ» شویم. از این چشم‌انداز، باریک‌بینانه به فرهنگ نقادانه بنگریم و آنچه را در آن بر اساس یافته‌های علمی و عقلی، قابل بهسازی است، اصلاح کنیم و آنچه را جذابیت و ذهن مان را در محیط فلسفه و تفکر انتقادی قرار دهیم و کاملاً خودگاه وارد فضای «فلسفه فرهنگ» شویم. از این چشم‌انداز، باریک‌بینانه به فرهنگ نقادانه بنگریم و آنچه را در آن بر اساس یافته‌های علمی و عقلی، قابل بهسازی است، اصلاح کنیم و آنچه را جذابیت و

فرهنگی که از این نگرش‌تن های دوره‌ای، مبنای رشد و توسعه فرهنگی، «خرد و خلاقیت» است. به بیان دیگر ما از دنیایی که فرهنگ نیاز به رشد چندان‌ی نداشت و مبنایش هم سنت نیاکان و دستور و

بزرگان بود، وارد دنیایی شده‌ایم که نیاز به رشد و توسعه فرهنگی بسیار زیاد و جدی است و مبنای آن هم درگروگن شده و خرد و خلاقیت است. اگر چند جمله بالا را بپذیریم، معلوم می‌شود که نیاز ما به «فلسفه فرهنگ» و «فرهنگ فلسفه» تا چه حد جدی است.

«اطلاعه‌ی»

آگهی دعوت به جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده شرکت توزیع نیروی برق استان خراسان رضوی (سهامی خاص) شماره ثبت ۵۵۰۶ و شناسه ملی ۱۰۱۳۳۳۵۵۳۹ و وسر مایه ثبت شده ۲۵ (میلیون ریال) بدینوسیله به اطلاع کلیه سهامداران محترم شرکت میرساند، جلسه مجمع عمومی عادی به سه طوق فوق العاده این شرکت رأس ساعت ۱۵صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۴ در محل: تهران، خیابان ولیعصر، ۱۸۰ تالارآمیزه دین وک، خیابان شهیددایمی، جنب بیمارستان خاتم الانبیا، شرکت مادر تخصصی توانیر، سالن کنفرانس دفتر مجامع عمومی و نظارت مالی تشکیل خواهد شد. لذا از سهامداران محترم دعوت بعمل می‌آید که خود را می‌آمیزند راس آن روز در موعد مقرر در جلسه یاد شده حضور یابند.

دستور جلسه:

۱-استخدام نیروی انسانی

۲-سایر موارد

هیات مدیره شرکت توزیع نیروی برق استان خراسان رضوی

۱۰۱۳۳۳۳۵۲۴ و شناسه ملی ۲۳۴۰۳۴ و شماره ثبت ۵۵۰۶

به استناد صورت‌جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۴ و مجوز شماره ۳۷۵۰۴ ص ۱۴۰۴/ مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۲۴ اداره امور کارگزاران دریایی و بندری – سازمان بنادر و دریانوردی – وزارت راه و شهرسازی تصمیمات ذیل اتخاذ شد: شرکت سرمایه گذاری بازرگانی امین بنادر ایران‌نیان سهامی خاص به شناسه ملی ۱۰۱۳۳۳۰۲۹۷ و ۱۰۱۳۳۳۰۲۹۷ به سمت عضو اصلی هیأت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۶/۰۹/۲۴ شرکت مهندسی و خدمات دریایی کبیر نسبز خاورمیانه سهامی خاص به شناسه ملی ۱۰۱۳۵۵۰۳۷۵ به سمت عضو اصلی هیأت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۶/۰۹/۲۴ آقای سید عطاء اله صدر به شماره ملی ۰۴۳۳۳۳۴۹۴۶ به سمت عضو اصلی هیأت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۶/۰۹/۲۴ آقای سعید پورابیان به شماره ملی ۷۸۲۰۱۳۰۸۰ به سمت عضو علی البدل هیأت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۶/۰۹/۲۴ انتخاب گردیدند. لطیف راشدی به شماره ملی ۵۲۷۹۴۲۸۰۰ به سمت عضو علی البدل هیأت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۶/۰۹/۲۴

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری تهران (۲۰۹۲۹۲۹)

سه شنبه ۷ بهمن ۱۴۰۴ ۷ شعبان ۱۴۴۷

۲۷ ژانویه ۲۰۲۶ سال صدم * شماره ۲۹۱۵۴

etelaatonline

etelaat.com

بخش هفتم



دکتر عظیمی عالیخانی

ویزاستار یادداشت های علم

ریشه های فروپاشی سلطنت



در بخشهای پیش آمد که یکی از حوزه‌هایی که شاه‌شخصاً تصمیم می گرفت و در آن دخالت تام داشت، سیاست خارجی بود. اینک ادامه مطلب:

هر چه اعضا پست تر باشند، بهتر!

یک بار که **کیسینجر** به ملاقات شاه آمده بود، «... شاهنشاه مقرر فرمودند کیسینجر رئیس‌شرایف باشد. من به جای وزیر خارجه خجالت کشیدم...» (یادداشت ۱۰آبان ۱۳۵۲). بدین سان وزیر خارجه ایران – عباسعلی **خلعتیری** – پست در ماند و تنها هنگام ناهار، «افتخار حضور» یافت! فردای همان روز، قرار بود که شاه به همراه نخست‌وزیر و علم به شیراز بروند، در ضمن شاه که می‌خواست پیامی برای ملک فیصل – پادشاه عربستان سعودی – بفرستد، به وسیله علم به جمشیدآموزگار (وزیر دارایی) دستور داد که به فرودگاه بیاید. نخست‌وزیر که هیچ «... و او گفت برحسب امر همایونی و دستور وزیر دربار آمده‌ام، خود هم نمی‌دانم برای چه ایاری، بگذردم از اینکه نخست‌وزیر چقدر ناراحت بود و حق هم داشت. اگر من [هم] به جای او بودم، ناراحت [می‌شدم] که در جر جان کارها نیستم؛ ولی چه باید کرد؟ اَللّٰهُمَّ عَظِیْم. خدا و شاه باید یکی باشد و هر چه اعضا و زیردستان پست‌تر و مخذلون‌تر [باشند]، بهتر...» (یادداشت ۱۹آبان ۱۳۵۲).

این‌گونه میان بُر زدن و بی‌اعتنایی به مسئولان امر، در مسائل نفتی نیز به چشم می‌خورد. یک بار شاه به علم دستور داد درباره بهره‌برداری از گازهای ایران با شرکت‌های نفتی مذاکره کند و نتیجه را به او بگوید. «می‌خواستم سر شام [گزارش] عرض کنم، ممکن نشد؛ چون دکتر **اقبال** رئیس شرکت ملی نفت ایران حضور داشت و نمی‌شدی در حضور ایشان صحبت کرد! واقعاً کارهای کشور ما نوع خاصی است و شاهنشاه در اداره کشور، نوع مخصوص خودشان [دارند] که ملائک آسمان هم نمی‌توانند سر درآورند؛ مثلاً رئیس شرکت نفت چران نباید در مذاکرات نفت وارد حاکمی شود؟ بشود؟ خدای می‌داند و شاه و بس!» (یادداشت ۱۴فروردیبهشت ۱۳۵۲).

شاه پس از پیروزی اوپک، بیش از پیش خودکامه و برآن شد که وزارت خارجه را رانیز همانند ارتش، شخصاً و مستقل از دولت نظارت کند و به علم یادآور شد: «به وزارت خارجه گفته‌ام هیچ مقامی غیر از خود من، حق ندارد در کارهای وزارت خارجه مداخله بکند. حتی گفته‌ام برادر **هوپیدا** که نماینده ما در سازمان ملل است، حق ندارد به نخست‌وزیر گزارش بدهد [یا تلف] بکند. او را توبیخ کردم که چرا به برادرش گزارش‌های وزارت خارجه را می‌دهد!» (یادداشت ۱۵اسفند ۱۳۵۲). ولی کار این نادرده‌نگاری اصول اداری و تکی‌ورکی بیمارگونه، به همین‌جا نماند؛ نپذیرفت و برخی از مسائل خارجی را حتی به وزارت خارجه نیز اطلاع نمی‌داد؛ برای مثال رابط میان شاه و **آیندپروگاندی**، نخست‌وزیر وقت هند، اسدالله رشیدیان بود: «... نامه‌ای از نخست‌وزیر هند به عنوان شاهشاه رسید. او حاکی از این [که] با اسدالله رشیدیان در مورد اوامر شاهنشاه و مسئله پاکستان صحبت کرده و پیام‌هایی به وسیله او داده است که به عرض خواهد رسید». خیلی باعث تعجب من شده بود. عرض کردم: مثل اینکه رشیدیان فضولی کرده! فرمودند: خیر، هیچ سوء چیزی نیست. امر خودمان بود و حالا هم جواب بنویسمد که... این نوع روابط را ما مفید می‌دانیم. بعد هم از طریق وزارت امور خارجه نفرستید، بدهید خودم امضا کنم و خودم هم به رشیدیان خواهم داد که بفرستد...» (یادداشت ۱۲۸دیبهشت ۱۳۵۲).

در دورانی که شاه شخصاً دیپلماسی ایران را هدایت می‌کرد و در واقع خود نقش وزیر خارجه را به عهده داشت، دو مرحله را می‌توان بازشناخت: یکی تا پیروزی اوپک و افزایش بی‌سابقه درآمد نفت در شاه‌واقع‌بینانه بود؛ ولی در مرحله دوم گرافکاری در نمودن نقش ایران در اقیانوس هند و همچنین تأشیکری در دادن وام بی‌حساب به کشورهای که کاسه گدایی دست گرفته بود، سخت ایرادپذیر بود. به هر صورت بازپیش‌آمدن انقلاب، برنامه‌های ایران در اقیانوس هند نیمه‌کاره ماند و با کاهش درآمد نفت از ۱۳۵۵ (۹۷۶۶) به بعد، دیگر پولی در بساط نماند و در نتیجه گفتگوی ما بیشتر درباره همان مرحله نخستین است.

سیاست اقتصادی واجتماعی

از سالهای ۴۴-۱۳۴۳ که رشد اقتصادی ایران آغاز شد، شاه به سه نکته توجه داشت: یکپیری رشد سریع اقتصادی، جلوگیری از تورم، و ولی برداشتن گامهای تازه در چپتی که به گمان او در همان راه اصلاحات اجتماعی و توزیع عادلانه درآمد بود. ابزار کار او در این زمینه، درآمد نفت و برنامه‌های عمرانی پتچ پنج ساله بود.

مداخله شاه در امور نفتی در آغاز صرفاً در حد تعیین سیاست‌های کلی بود. از ۱۳۴۲، با این برکناری **عبدالله انتظام**، مداخله شاه افزایش یافت و در واقع خود اداره شرکت ملی نفت ایران را به عهده داشت و چه بسا مدیرعامل رسمی، دکتر **منوچهر اقبال**، یا به کلی از تصمیم‌های گرفته شده ناآگاه بود، یا در واپسین لحظه‌ها کم و بیش در جریان کار قرار می‌گرفت. شاه یاد داشت که تولید و در نتیجه درآمد نفت ایران را افزایش دهد و نظر دولت بر آن بود که بخش بزرگ این درآمد به توسعه اقتصادی واجتماعی کشور اختصاص یابد.

ولی در عمل چنین نشد و افزایش بی‌حساب هزینه‌های ارتش، پیوسته از سهم نسبی برنامه‌های عمرانی از درآمد نفت می‌کاست. اصلاحات نیز استدلال شاه نزد انگلستان و آمریکا، در زمینه فشار به شرکت‌های نفتی برای برداشت نفت بیشتری از ایران، مسئولیت کشور در منطقه خاورمیانه و لزوم تجهیز نیروهای مسلح بود و اگر هم گاهی اشاره به نیازمندی‌های اقتصادی و عمرانی می‌شد، این امر در درجه دوم اهمیت قرار داشت. البته شاه به پیشرفت علاقه قوی داشت، ولی متوجه تعارض میان این هدف و تقدیمی که به هزینه‌های نظام می‌داد، نبود و اگر هم می‌بود، بهتر آن می‌دید که در این باره چندان نیندیشند. از این گذشته به مراعات انضباط که لازمه‌گامیایی در برنامه‌ریزی است، احتیانی نداشت و از این رو برنامه‌های پنج‌ساله عمرانی هیچ‌گاه به آن‌گونه که روی کاغذ می‌آمد، عملی نشد؛ ولی همان طرح‌هایی نیز که در دنیایی شاده‌ایم که نیاز به رشد و توسعه فرهنگی بسیار زیاد و جدی است و مبنای آن هم درگروگن شده و خرد و خلاقیت است. اگر چند جمله بالا را بپذیریم، معلوم می‌شود که نیاز ما

به «فلسفه فرهنگ» و «فرهنگ فلسفه» تا چه حد جدی است.
پای نوشت:
۱. اسدالله رشیدیان و برادرش سیف‌الله، با سازمان اطلاعاتی انگلستان همکاری را آتوب ۲۸ مرداد و واژگون شدن دولت مصدق دست داشتند. به ظاهر، این دو برادر سوداگرانی موفق بودند.

مناقضیان جهت بازبیدی ملک، شرکت در مزایده و دریافت پاکت مربوطه از تاریخ ۷-۱۴۰۲/۰۴/۲۴ لغایت ۱۲-۱۴۰۲/۰۴/۲۴ به جز روزهای پنجشنبه و جمعه در ساعات اداری از ۱۰الی ۱۴ به نشانی: تهران، خیابان دکتر شهید بهشتی، خیابان مفتاح‌شمالی، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸ مراجعه نمایند. شرکت در دریافت پول پیشنهادات اختیار کامل و تام دارد.
تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۵۴۶۱۶

مناقضیان جهت بازبیدی ملک، شرکت در مزایده و دریافت پاکت مربوطه از تاریخ ۷-۱۴۰۲/۰۴/۲۴ لغایت ۱۲-۱۴۰۲/۰۴/۲۴ به جز روزهای پنجشنبه و جمعه در ساعات اداری از ۱۰الی ۱۴ به نشانی: تهران، خیابان دکتر شهید بهشتی، خیابان مفتاح‌شمالی، کوچه دوازدهم، پلاک ۱۸ مراجعه نمایند. شرکت در دریافت پول پیشنهادات اختیار کامل و تام دارد.
تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۵۴۶۱۶