بسم الله الرحمن الرحیم

سلسله جلسات هفتگی **تحلیل مسائل روز کشور با نونگاه انقلاب اسلامی ایران**

جلسه دوم: **جنگ؛ بهانه‌ای برای شوک‌درمانی و خصوصی‌سازی انفال**

با ارائه: **حجت الاسلام محسن خاکی**



هدف جلسات تحلیل مسائل روز

آقای قربانی: این جلسه، دومین جلسه از سلسله‌جلسات تحلیل مسائل روز است. موضوع آن، بحث جنگ است؛ جنگی که بهانه‌ای شده است تا بعضی اتفاقاتی که در حالت عادی نمی‌توانند در کشور پیگیری شوند، به‌واسطه شرایط جنگی پیگیری شوند. یکی از این موارد، بحث بنزین و تلاش‌هایی است که برای تغییر قیمت آن انجام می‌شود.

آنچه در این جلسات و به‌صورت عمومی در مجموعه شیپا دنبال می‌کنیم، این است که عموم مردم، تشکل‌ها، دغدغه‌مندان و فعالان کشور باید به **عرصه حکمرانی** وارد شوند و در آن نقش‌آفرینی کنند.

اگر بخواهیم به سمت آن چیزی برویم که حضرت آقا و رهبر شهید ما درباره دولت‌سازی اسلامی فرموده‌اند؛ یعنی ساختارهای اداره کشور اسلامی شوند، مسئولان کشور اسلامی شوند و فضایی ایجاد شود که بتوانیم به سمت جامعه اسلامی حرکت کنیم، باید وارد عرصه نقش‌آفرینی در حکمرانی شویم.

اگر منفعلانه در گوشه‌ای بنشینیم، در مسجد کار تربیتی کنیم، نماز بخوانیم، در تشکلمان فعالیتی انجام دهیم یا گروهی جهادی تشکیل دهیم و به روستاها برویم، کارهای خوب و لازمی انجام داده‌ایم؛ اما این اقدامات به‌تنهایی موجب اصلاح ساختارها و مدیران نمی‌شوند. اگر وارد این عرصه نشویم، همیشه باید گوشه‌ای بنشینیم و غر بزنیم که فردی آمده است و جامعه را به مسیری می‌برد که فعالیت ما را نیز به‌تدریج تعطیل می‌کند. بعد هم کم‌کم افسرده و حذف می‌شویم و شاید همین انقلاب را نیز از دست بدهیم.

باید قیام کنیم، وارد عرصه حکمرانی شویم، نقش خودمان را پیدا کنیم و آن را پیش ببریم .شیپا ایجاد شده است تا دوستان ابتدا ضرورت این مسئله را احساس کنند، سپس به این عرصه وارد شوند، نقش خود را پیدا کنند و آن را درست ایفا کنند.

ما صرفاً نمی‌خواهیم حرف بزنیم. می‌خواهیم این حرف‌زدن مقدمه‌ای برای عمل‌کردن باشد؛ مقدمه‌ای برای اینکه مطالب آموخته‌شده را ترویج کنیم، گفتمان‌سازی کنیم، آن‌ها را به دوستانمان بگوییم، تشکل ایجاد کنیم، پیگیری کنیم، به تحققشان برسانیم و خودمان مسئولیت بپذیریم. باید در انتخابات نقش‌آفرینی کنیم، مسئولان را تغییر دهیم، ساختارها را تغییر دهیم و برنامه‌ها را اصلاح کنیم.

نه صرفاً دنبال حرف‌زدن هستیم و نه فقط عملیات‌کردن؛ بلکه هر دو را می‌خواهیم. ابتدا باید مسائل انقلاب و حکمرانی را درست و از دریچه نگاه انقلابی بفهمیم. باید بتوانیم اقتصاد و فرهنگ را از همین منظر درک کنیم و سپس وارد میدان شویم. باید از حالت افسردگی، پژمردگی، گوشه‌نشینی و غرزدن بیرون بیاییم و نقش خودمان را ایفا کنیم.

این جلسات برای همین موضوع تشکیل شده‌اند. اگر کسی با دغدغه دیگری در جلسه حاضر شده یا علاقه‌ای به فعالیت تشکیلاتی و اجتماعی ندارد، شاید این جلسه چندان به کارش نیاید؛ اما اگر کسی فهمیده است که

بسیاری از مسائل و مشکلات اطراف ما به ایرادهای ساختارهای کلان، سیاست‌ها، قوانین و مسئولان مختلف مربوط اند و خودش نیز باید به این عرصه وارد شود و نقش باشکوه خود را پیدا کند، اینجا جای اوست.

البته قرار نیست شیپا کسی را بغل کند و تا مقصد برساند. شیپا نیز مجموعه‌ای مانند شما بوده که فعالیت فرهنگی انجام می‌داده و پس از مدتی فهمیده است فعالیت فرهنگی‌اش کم‌اثر شده و مسئله‌ای در حکمرانی وجود دارد. بعد شنیده است که افرادی مانند حاج‌آقای خاکی، حاج‌آقای قنبریان، دکتر درخشان و دیگر استادان، حرف‌های متفاوتی مطرح می‌کنند؛ حرف‌هایی که پیش‌تر در تشکل، بسیج یا مسجد شنیده نمی‌شدند.

به‌تدریج فهمیدیم بخشی از مشکلات و راه‌حل‌ها در همین عرصه قرار دارند. وارد شدیم، بررسی کردیم که چه کاری باید انجام دهیم و اقداماتی را آغاز کردیم. هرچه جلوتر رفتیم، بیشتر فهمیدیم که باید فعالان فرهنگی و دغدغه‌مندان را نیز به این عرصه بیاوریم تا یک کنش جمعی و حرکت عمومی شکل بگیرد و بتوانیم مسائل را حل کنیم.

آسیب‌های رایج در تحلیل سیاسی

استاد خاکی: در تحلیل سیاسی، به‌ویژه از دهه هفتاد به بعد، با آسیب‌هایی روبه‌رو شده‌ایم. یکی از آن‌ها کنارگذاشتن عوامل بنیادین از تحلیل‌هاست. آسیب دیگر این است که افراد، به‌جای توجه به داده‌ها و سیاست‌های آشکار، دنبال داده‌های پنهان، حرف‌های مگو و کدهایی می‌روند که گمان می‌کنند از لابه‌لای پستوها به دست آمده‌اند. این مسیر نمی‌تواند مسیر درستی برای ما باشد.

در این جلسات، وقتی به سراغ هر مسئله‌ای می‌رویم، می‌خواهیم از **سه زاویه یا سه سطح** به آن پاسخ دهیم:

۱. سطح تحلیل مکتبی یا ایدئولوژیک؛
۲. سطح تحلیل نهادی یا اینستیتوشنال؛
۳. سطح تحلیل کوتاه‌مدت یا تکنیکی.

سطح نخست، سطح تحلیل ایدئولوژیک و مکتبی است. در این سطح می‌پرسیم نظام اندیشه ما درباره بنزین، آزادسازی آن، انفال و آزادسازی انفال چه می‌گوید.

سطح دوم، تحلیل نهادی است. در این سطح بررسی می‌کنیم ساختارهای قانونی، حقوقی و اقتصادی موجود و ساختارهای جاافتاده میان‌مدت و بلندمدت کشور چه اثری بر مسئله بنزین دارند.

سطح سوم، سطح تحلیل تکنیکی و کوتاه‌مدت است.

تحلیل ایدئولوژیک مالکیت بنزین

وقتی در سطح ایدئولوژیک درباره بنزین صحبت می‌کنیم، باید از خودمان بپرسیم بنزین و منبع تولید آن، یعنی انفال، متعلق به چه کسی است.

آیا بنزین یک کالای خصوصی است؟ آیا یک کالای عمومی است که در اختیار دولت قرار دارد، متعلق به دولت است و دولت حق دارد آن را با هر قیمتی که می‌خواهد بفروشد؟ یا بنزین یک کالای مدنی و متعلق به مردم است و فقط اداره، کنترل و تقسیم آن برعهده دولت قرار دارد؟

برای نمونه، زکات متعلق به دولت اسلامی نیست؛ بلکه مال کسانی است که باید برای آن‌ها مصرف شود. متعلق به درراه‌ماندگان، فقرا و بدهکاران است. مرجع تقلیدی که زکات را دریافت می‌کند، اجازه ندارد یک قران از آن را برای خودش بردارد یا به تشخیص خود، مثلاً برای تبلیغات فرهنگی دین هزینه کند. مصرف زکات کاملاً مشخص است و مرجع تقلید فقط محل دریافت و توزیع آن است.

حالا باید پرسید نسبت دولت با بنزین چیست. یک احتمال این است که دولت باید بنزین را کاملاً خصوصی کند و بنزین و حتی نفتی که بنزین از آن مشتق می‌شود و در پالایشگاه فرایند تولید را طی می‌کند، کالایی خصوصی باشند.

احتمال دوم این است که بنزین کالایی عمومی و متعلق به کلیت جامعه باشد؛ یعنی دولت آن را در اختیار داشته باشد و هرطور صلاح می‌داند تولید، توزیع و مصرف کند.

احتمال سوم این است که بنزین متعلق به تک‌تک افراد ملت باشد. هر ایرانی به‌محض تولد و هر لیتر بنزین به‌محض تولید، با یکدیگر تناظر پیدا کنند. مجموع بنزین کشور بر تعداد ایرانیان تقسیم شود و این سهم، حق مردم باشد؛ درست مانند حق رأی که متعلق به مردم است.

در این دیدگاه، دولت فقط وظیفه دارد این حق را به دست مردم برساند. اگر در مسیر رساندن آن، هزینه‌ای نیز بر دولت تحمیل می‌شود، دولت باید به‌اندازه‌ای دریافت کند که چرخه تولید بنزین و پرداخت حقوق کارکنان شرکت پالایش و پخش را دوباره به جریان بیندازد.

در این صورت، بنزین چیزی نیست که دولت آن را به مردم بفروشد؛ چون متعلق به مردم است و دولت فقط وکیل رساندن آن به دست مردم است.

پس سه نظر داریم و ابتدا باید مشخص کنیم طرفدار کدام‌یک از این سه نظر هستیم. پس از تعیین تکلیف این مسئله در سطح ایدئولوژیک، می‌توانیم وارد سطح دوم، یعنی تحلیل نهادی شویم.

تحلیل نهادی مصرف بنزین

فرض کنید کسی به شما بگوید باید قیمت بنزین را آزاد کنیم؛ چون مردم ایران پرمصرف‌اند. ممکن است در پاسخ بگویید از نظر تکنیکی، هرقدر قیمت کالایی افزایش یابد، میل به مصرف آن کاهش پیدا می‌کند. منحنی عرضه و تقاضا نیز می‌گوید با افزایش قیمت، میزان تقاضا کم می‌شود.

اما سؤال این است که در ساختار موجود ایران، حتی اگر فرض کنیم مردم پرمصرف‌اند و بنزین را اسراف می‌کنند، آیا علت پرمصرف‌بودن آن‌ها پایین‌بودن قیمت بنزین است؟

باید بپرسیم چند درصد خودروهای سواری ایران بیش از ده سال عمر دارند. متوسط فاصله محل کار تا محل زندگی در ایران چقدر است؟ پراکندگی جغرافیایی کشور و فاصله شهرها و روستاها چقدر است؟ این شرایط چه حجمی از حمل‌ونقل و مصرف گازوئیل را به‌طور طبیعی ضروری می‌کند؟

در سطح تحلیل نهادی، به عواملی مانند فرهنگ رانندگی، وجود یا نبود ناوگان حمل‌ونقل مناسب یا فرسوده و دیگر ساختارهای موجود فکر می‌کنیم.

همچنین باید بپرسیم سهم بنزین از مجموع چیزی که به آن یارانه پنهان انرژی می‌گویند، چقدر است. البته این ادعا که دولت بنزین را ارزان می‌فروشد و به مردم یارانه پنهان می‌دهد، خودش محل بحث است و بعداً به آن می‌رسیم.

فرض کنیم حرف لیبرال‌ها درست است و دولت ایران یارانه پنهان انرژی و سوخت می‌دهد. سهم بنزین از مجموع این چیزی که دوستان یارانه می‌نامند، حدود **هشت درصد** است. بقیه آن به دیگر حامل‌های انرژی مربوط می‌شود، نه بنزین.

سؤال دوم این است که چند درصد مصرف بنزین ایران توسط خودروهای سواری اتفاق می‌افتد. بخش دیگر به ناوگان‌های خاص، سرویس‌های عمومی و ناوگان حمل‌ونقل عمومی مربوط است. سهم خودروهای سواری از مصرف بنزین حدود ۶۰ درصد است.

اگر سهم بنزین از مجموع یارانه انرژی هشت درصد و سهم خودروهای سواری از مصرف بنزین ۶۰ درصد باشد، حاصل محاسبه حدود ۴٫۸ درصد می‌شود. پس سهم بنزین مصرفی خودروهای سواری شخصی از مجموع چیزی که یارانه پنهان انرژی نامیده می‌شود، حدود چهار تا پنج درصد است.

حالا سؤال بعدی این است که چه مقدار از مصرف این خودروهای سواری شخصی، مصداق همان دوردورهایی است که به یک استعاره تبدیل شده‌اند.

این استعاره می‌گوید چون قیمت بنزین پایین است، بنزین به‌صورت بیهوده مصرف می‌شود؛ پس باید آن را گران کنیم تا در مصرف آن صرفه‌جویی شود. باید این ادعا را بشکافیم. از مجموع یارانه کشور، حدود چهار تا پنج درصد به بنزین خودروهای سواری مربوط است. اکنون باید سبد مصرف سوخت خودروهای سواری را بررسی کنیم: برای چه کارهایی استفاده می‌شوند، چه حجمی مصرف می‌کنند و کدام طبقات اجتماعی از آن‌ها استفاده می‌کنند.

این بررسی‌ها به **سطح تحلیل نهادی** مربوط‌اند.

تحلیل تکنیکی کمبود بنزین

سطح سوم، تحلیل تکنیکی است. اگر بنزین به‌صورت فیزیکی کم شده باشد، آمریکا کشور را محاصره کرده و اجازه انتقال ندهد یا هواپیمای دشمن پالایشگاهی را که تولیدکننده بنزین بوده است هدف قرار دهد، باید پرسید آیا با تغییر فرایندهای تولیدی در بعضی پتروشیمی‌ها می‌توان بنزین تولید کرد یا نه.

آیا می‌توان با تغییر برخی فرایندهای تولیدی، نوعی گازوئیل را به بنزینی تبدیل کرد که در خودروهای سواری قابل استفاده باشد؟ این یک سؤال تکنیکی است.

بنابراین سه سطح تحلیل داریم : **سطح ایدئولوژیک یا مکتبی، سطح نهادی یا اینستیتوشنال و سطح کوتاه‌مدت یا تکنیکی.**

بسیاری از کسانی که برای ما نسخه تجویز می‌کنند، به‌ویژه بخش بزرگی از طیف لیبرال در ایران، فقط به سطح تحلیل تکنیکی وابسته‌اند.

برای نمونه، گفته می‌شود بورس دماسنج اقتصاد است. این جمله از نظر نهادی در اقتصاد ایران جمله نامربوطی است. در آمریکا، شرکت‌ها آن‌قدر به بازار تأمین مالی گره خورده‌اند که این حرف می‌تواند قابل شنیدن باشد؛ اما حتی در آلمان نیز بورس الزاماً شاخص بسیار مهمی برای مطالعه وضعیت بازار نیست، چون در آنجا بازار پول تأمین مالی بنگاه‌های بزرگ را انجام می‌دهد.

پس حتی وقتی روی پدیده بنزین دست می‌گذارم، می‌توانم آن را در سه لایه تحلیل سیاسی کنم. لایه نخست، مبانی یا اقتصاد سیاسی است. لایه دوم، تحلیل نهادی است و به وضعیت مهاجرت، فرزندپروری، خانواده‌داری، سیستم حمل‌ونقل عمومی و مدیریت شهری مربوط می‌شود.

برای مثال، باید دید چه میزان هزینه بر خانواده‌ای تحمیل می‌شود تا از فرودگاه مشهد به محل اقامتش برسد و چه مقدار از این جابه‌جایی با ناوگان حمل‌ونقل عمومی انجام می‌شود.

در نگاه نهادی می‌پرسیم چرا فرهنگ رانندگی ایرانیان چنین است و آیا می‌توان آن را اصلاح کرد. خودروهای ایران چرا مصرف سوخت بالایی دارند؟ آیا می‌توانیم خودروهای بهینه‌تر و کم‌مصرف‌تری را وارد ناوگان حمل‌ونقل کنیم؟

هم‌زمان باید مسئله تولید را نیز ببینیم. شرکتی که مواد اولیه خام تولید می‌کند، چقدر می‌تواند محصول خود را انبار کند؟ شاید در شرایطی بهینه‌ترین تصمیم برایش این باشد که خط تولید را خاموش کند و برود.

کارگری را تصور کنید که در کوره ذوب کار می‌کند و از زمان تعطیلی کارخانه در بعدازظهر تا ساعت سه صبح همان‌جا مانده است. ما با کارگری مواجهیم که بنزین ندارد. باید بپرسیم در کدام پتروشیمی می‌توان با تغییر ترکیب تولید یا محصولات، کاری کرد که پتروشیمی‌ای که تا دیروز بنزین تولید نمی‌کرد، بنزین تولید کند.

این یک پاسخ تکنیکی است. این سؤال را به این دلیل می‌پرسیم که آن کارگر در همین پتروشیمی کار می‌کند و جزو همان گروهی از مردم ایران است که خودش بنزین زیادی مصرف نمی‌کند یا ناچار است یک خودروی پرمصرف داخلی سوار شود. باید بتوانیم از نظر تکنیکی نیز راه‌حل‌هایی پیش پای او بگذاریم.

غلبه راه‌حل‌های طرف تقاضا

اتفاقی که در اقتصاد ایران افتاده این است که از سه لایه تحلیل ایدئولوژیک، نهادی و تکنیکی، فقط لایه سوم را بررسی می‌کنیم. جالب آنکه در همین لایه تکنیکی نیز عمدتاً به راه‌حل‌های طرف تقاضا می‌پردازیم، نه راه‌حل‌های طرف عرضه.

در راه‌حل‌های طرف تقاضا می‌پرسند از پولی که امروز به دستم رسیده، چقدر می‌توانم سرمایه‌گذاری کنم یا آن را به فرد دیگری بدهم تا کسب‌وکاری راه بیندازد. اما نمی‌پرسند چگونه می‌توان وضعیت تکنیکی تولید بنزین را اصلاح کرد.

ما اکنون واقعاً با کمبود فیزیکی بنزین روبه‌رو هستیم؛ اما باید پرسید برای کاهش قاچاق چه کاری می‌توان انجام داد، چه امکانات فناورانه‌ای می‌توان افزود تا مصرف بنزین متعادل شود و چرا تولید بنزین افزایش پیدا نمی‌کند.

این تصور که وقتی با مشکل بنزین روبه‌رو هستم، باید حتماً در تهران مسافرکشی یا کار دیگری انجام دهم، به این دلیل شکل گرفته که دولت در قواره و وظیفه خود نمی‌بیند که تولید را افزایش دهد و طرف عرضه اقتصاد را فعال کند.

این سه لایه مکتبی، نهادی و تکنیکی باید با نگاهی افق‌گشا و انقلابی به کار گرفته شوند و تک‌تک موقعیت‌های تغییر را رصد و پیگیری کنند.

البته ممکن است کسی هر سه لایه را بپذیرد و در هر سه لایه محافظه‌کار باشد. ممکن است مرجع تقلیدی در تلویزیون بگوید بنزین کالایی خصوصی است و انفال نیست. طبیعی است که اگر بنزین کالای خصوصی تلقی شود و دولت آن را با قیمت پایین به مردم بفروشد، دولت می‌تواند ادعا کند که به مردم یارانه پنهان می‌دهد.

پس نخست باید نشان داد بنزین کالایی عمومی و متعلق به مردم است. سپس باید ساختارهای نهادی‌ای را دید که در طول زمان جا افتاده‌اند و سبد مصرف سوخت ایرانیان را سنگین کرده‌اند.

ما ایرانیان به خانه‌های بزرگ عادت داریم. این بخشی از گونه زندگی ماست و نمی‌توان مردم را به‌سادگی مجبور کرد خانه‌های کوچک‌تری داشته باشند. خودروهای ما نیز متأسفانه پرمصرف‌اند. دولت باید کمک کند و برای تحقیق و توسعه صنعت خودروسازی منابع فراهم کند تا نسل بعدی خودروهای ایران‌خودرو و سایپا، متناسب با وضعیت ایران طراحی شوند.

رویکردهای تکنیکی نیز اگر با نگاهی دقیق به کار گرفته شوند، می‌توانند زمینه حل مشکلات را فراهم کنند.

سازوکارهای جاافتاده نهادی

لایه نهادی را می‌توان در یک جمله، **سازوکارهای جاافتاده** تعریف کرد. اینکه ایرانیان زیاد از خودروهای تک‌سرنشین استفاده می‌کنند، یک سازوکار جاافتاده است.

اینکه شرکت‌های پتروشیمی در ایران قدرت چانه‌زنی دارند و بر اساس آن تلاش می‌کنند محصولات یا نفت را گران‌تر بفروشند، حتی اگر قرار باشد آن را به اروپا یا به یک دلال بفروشند، نمونه دیگری از یک سازوکار نهادی است.

ممکن است این شرکت‌ها نخواهند محصول خود را در اختیار دولت قرار دهند؛ چون تصور می‌کنند دولت می‌خواهد از آن‌ها امتیاز بگیرد و آن‌ها نیز می‌خواهند حساب کار را کف دست دولت بگذارند.

وقتی این سه لایه را تحلیل کنیم، می‌توانیم به‌درستی به مسئله بپردازیم.

جنگ و فرصت آزادسازی اقتصادی

مسئله اصلی این جلسه این است که جنگ چه فرصتی برای کسانی فراهم می‌کند که نگاه لیبرال دارند و می‌خواهند آزادسازی اقتصادی انجام دهند.

در دوره‌ای که در تهران اقتصاد می‌خواندیم، یکی از استادان دانشگاه پنسیلوانیا مهمان ما بود. حدود یک هفته به‌عنوان مترجم همراه او بودم. یک‌بار از او پرسیدم: دلیل اینکه بعضی از نسخه‌های اقتصاد غربی، هم در غرب و هم در جهان اسلام و ایران، بارها شکست می‌خورند اما باز هم اجرا می‌شوند چیست؟ چرا این‌قدر نظریه‌ها را می‌پرستیم؟

او پاسخ داد: ما نظریه‌ها را نمی‌پرستیم؛ این علم است.

کسی که می‌گوید این نظریه نیست و علم است، در واقع می‌تواند بگوید شما توان تشخیص علم از شبه‌علم را ندارید و من تعیین می‌کنم علم اقتصاد چیست و چه اقتضایی دارد.

این خودش یک مسئله نهادی است. دانشی که در دانشگاه‌های ایران با عنوان اقتصاد تدریس می‌شود، دانشی لیبرال است.

وقتی از آن استاد دانشگاه پنسیلوانیا پرسیدم چگونه این نسخه‌های شکست‌خورده بارها به مردم تحمیل می‌شوند، مرا کنار کشید، تکه‌ای کاغذ از دفترش بیرون آورد و نام نائومی کلاین و کتاب معروفش **دکترین شوک** را روی آن نوشت. آنجا بود که چشم من به این مسئله باز شد.

تعریف دکترین شوک

دکترین شوک می‌گوید جریان‌های قدرت در کشورهای مختلف، به‌ویژه کشورهای جهان سوم، از شرایط بحرانی استفاده می‌کنند.

فرض کنید شب شده، کوچه تاریک است و در خانه نیز امکان چندانی برای تعمیرات وجود ندارد. فردی آمده است تا یک لامپ در خانه مادربزرگ من نصب کند. در همان لحظه، برق خانه قطع می‌شود یا ترانس می‌سوزد. او می‌تواند به مادربزرگ من بگوید: شما دچار بحران شده‌اید و چاره‌ای ندارید جز اینکه کل سیستم برق خانه را عوض کنید.

مادربزرگ من می‌گوید: فقط یک ترانس سوخته یا یک لامپ خراب شده است؛ چرا باید کل سیستم برق خانه را عوض کنم؟

در مواجهه با دولت‌ها نیز همین اتفاق می‌افتد. ممکن است به دولتی گفته شود تأسیسات و پتروشیمی‌های تو را زده‌اند، پتروشیمی‌ها دیگر کار نمی‌کنند، بنزین نداری و در آستانه بحران قرار گرفته‌ای؛ بنابراین هیچ چاره‌ای نداری جز اینکه نسخه پیشنهادی ما را اجرا کنی.

بعد باید منتظر ماند و دید پس از عبارت هیچ چاره‌ای نداری جز اینکه، چه توصیه‌ای ارائه می‌شود.

شرایط تنش‌آلود، جنگ، زلزله، قحطی و بحران‌های بزرگ مالی، بهترین فرصت برای اجرای نسخه‌هایی هستند که تا آن زمان طرفداران کمی داشته‌اند یا به هر دلیل به حاشیه رفته‌اند.

برای نمونه، اعضای اتاق بازرگانی می‌توانند در چنین شرایطی به دولت بگویند اگر کنترل بازار را به ما واگذار نکنی، قاچاق افزایش پیدا می‌کند. سپس رویکردها و اطلاعات بازار را شناسایی و جمع‌آوری کنند، یک یا دو ماه آنجا را اداره کنند و پس از آن تحویل دهند و کنار بروند.

دکترین شوک عبارت است از تحمیل گزینه‌هایی که مخاطب یا سوژه در حالت طبیعی در برابر آن‌ها مقاومت می‌کند و به آن‌ها تن نمی‌دهد.

وقتی کسی می‌خواهد قدرت را به سمت خودش منتقل کند، اجازه می‌دهد شوک رخ دهد و بلافاصله پس از آن، نسخه‌ای را مقابل دولت می‌گذارد. به دولت می‌گوید اگر می‌خواهی نجات پیدا کنی، باید این نسخه را اجرا کنی.

این اتفاق در شرایط جنگی آسان‌تر رخ می‌دهد؛ به‌ویژه اگر دولتی در برابر جنگ دستپاچه شود و تجربه مدیریت چنین شرایطی را نداشته باشد.

انفال در معرض شوک‌درمانی

ایران عزیز ما از دهه هفتاد با گروهی روبه‌رو شده است که تلاش می‌کند بخش بزرگی از انفال را در اختیار بگیرد.

اگر انفال را در معنای گسترده آن، شامل نفت، گاز، سنگ‌های معدنی، امکانات کشت و دیگر منابع ایران در نظر بگیریم، برداشت سالانه ایرانیان از انفال تقریباً ۲۰۰ میلیارد دلار است. این عدد بسیار بزرگی است.

در شرایط جنگی می‌توان به دولت گفت پتروشیمی‌هایت را زده‌اند و تولید بنزینت افت کرده است؛ پس نسخه‌ای بنویس که برای همیشه مشکل کمبود بنزین را حل کند.

حتی اگر کسی بخواهد فعالیت‌های تشکیلاتی دانشجویان را در دانشگاه‌ها محدود کند، ممکن است منتظر یک حادثه امنیتی یا اجتماعی بماند. فردای آن حادثه، زمانی که جامعه هنوز در شوک است و موافقان و مخالفان منتظر رفتارهای رادیکال‌اند، می‌تواند آرام‌آرام رفتاری رادیکال را در جهت مخالف انجام دهد.

ممکن است گفته شود فلان مرجع یا عالم از فقه و درگیری‌های روزمره جامعه چه می‌فهمد؛ پس من به‌عنوان جناح قدرت، بدون اجازه‌گرفتن از توده مردم و نخبگان، صلاح مملکت را تشخیص می‌دهم و شوک‌درمانی را اجرا می‌کنم.

در یک جمله، **شوک‌درمانی تحمیل نسخه‌هایی است که در حالت عادی پذیرفته نمی‌شوند، اما در شرایط شوک روحی و روانی، وقتی مقاومت و گارد جامعه پایین آمده است، امکان اجرای آن‌ها فراهم می‌شود.**

ایران با حدود ۲۰۰ میلیارد دلار برداشت سالانه از انفال، از دهه هفتاد به بعد با این پرسش روبه‌رو بوده است که آیا انفالی که در اختیار مردم قرار می‌گیرد، حق مردم است یا مال دولت.

آیا دولت این منابع را برای جلب منافع سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و رفاه مردم هزینه می‌کند یا اساساً این منابع متعلق به مردم‌اند؟ آیا بنزین مال مردم است یا مال دولت و بخش خصوصی و اختیار آن در دست آن‌ها قرار دارد؟

مردم به‌طور طبیعی در برابر این ادعا که بنزین متعلق به آن‌ها نیست مقاومت می‌کنند. این احساس در میان مردم وجود دارد که ما مسلمانیم و انفال متعلق به همه مسلمانان است.

اما اگر جنگ شود و مردم در شرایط جنگی، حتی بدون اینکه مسئله مستقیماً به جنگ ارتباط داشته باشد، سه روز در صف بنزین بمانند، گارد مردم و بالاتر از آن، گارد مسئولان باز می‌شود.

در حالت عادی، اگر کسی پیشنهاد کند بنزین آزاد شود، مردم می‌پرسند چرا باید آزاد شود و چرا باید نارضایتی ایجاد شود. ممکن است بگویند میان افزایش نارضایتی و تحمل هزینه بیشتر برای تأمین بنزین، ترجیح می‌دهیم نارضایتی ایجاد نشود.

اما در شرایط جنگی، وقتی جامعه شوک خورده است، می‌گویند فرزند شما در خطر است، کشور بنزین ندارد و رئیس‌جمهور و وزیر نفت چاره‌ای جز شوک‌درمانی و افزایش قیمت بنزین ندارند.

بعد قیمت بنزین افزایش پیدا می‌کند، اما مصرف آن کم نمی‌شود؛ چون با پرسشی تاریخی و ایدئولوژیک مواجه بوده‌ایم که در جامعه تجسد پیدا کرده است :**بنزین حق مردم است.**

در حالت عادی می‌توان تک‌تک عوامل نهادی را کنترل و اصلاح کرد. خودروهای ایران پرمصرف‌اند؛ پس می‌توان همکاری با شرکت‌هایی را که پلتفرم‌های پرمصرف به کشور داده‌اند، کنار گذاشت و به سراغ طراحی و تولید خودروی کم‌مصرف رفت.

وقتی فقط بخش کوچکی از چیزی که یارانه بنزین نامیده می‌شود در اختیار خودروهای سواری شخصی است، حتی اگر نظریه ایدئولوژیک طرف مقابل را بپذیریم، باز هم باید متناسب با واقعیت‌های نهادی تصمیم بگیریم.

چیزی را که در شرایط عادی می‌توان درباره آن گفت‌وگو کرد، در شرایط شوک با این پاسخ مردم مواجه می‌کنند که فقط کاری کنید قحطی نیاید. وقتی روان انسان تحت فشار قرار می‌گیرد، ذهن او نیز می‌شکند.

این تحلیل ماجرای گران‌سازی و آزادسازی انفال از زاویه فکر و اندیشه است.

اگر کسی نامزد مجلس یا ریاست‌جمهوری است و حامل‌های انرژی در ایران را انفال نمی‌داند و آن‌ها را صرفاً کالا تلقی می‌کند، دلیلی ندارد به گفتار ما درباره حق خانواده ایرانی بر سفر توجه کند؛ چون اساساً حق خانواده ایرانی بر بنزین را به رسمیت نمی‌شناسد.

اگر حق خانواده ایرانی بر سفر به رسمیت شناخته شود، آن‌گاه در لایه تکنیکی باید به این پرسش پاسخ داد که چگونه می‌توان سفر سالانه یک خانواده به مشهد را امکان‌پذیر کرد و راه‌حل فنی آن چیست.

عدالت و حق مردم بر منابع عمومی

سؤال مخاطب:

وجه عدالت این بحث را چگونه توضیح می‌دهید؟ طرفداران آزادسازی می‌گویند حدود ۵۰ درصد مردم وسیله نقلیه ندارند و از بنزین یارانه‌ای استفاده نمی‌کنند؛ بنابراین، وضع موجود عادلانه نیست.

پاسخ استاد:

این پرسش را ابتدا باید در **لایه ایدئولوژیک** پاسخ داد. بنزین جزو انفال است و انفال دو دسته‌اند. بخشی از انفال در اختیار حکومت اسلامی است و حکومت، چون نماینده سیاسی مردم است، ممکن است بر اساس مصلحت درباره مصرف آن تصمیم بگیرد. اما بخشی از انفال متعلق به دولت نیست؛ صرفاً در اختیار دولت قرار گرفته است تا آن را طبق قانون میان مردم توزیع کند.

این وضعیت شبیه فردی است که در نانوایی کنار تنور ایستاده، نان را بیرون می‌آورد و پول می‌گیرد. وقتی وارد نانوایی می‌شوید، ممکن است به نظر برسد او مهم‌ترین فرد نانوایی است، اما نه خمیرگیر است و نه شاطر و تعیین نمی‌کند کار چه ساعتی آغاز یا تمام شود. شاطر می‌تواند ۳۰ ثانیه نان نزند، اما فردی که کنار تنور ایستاده نمی‌تواند وقتی نان بیرون می‌آید، آن را برندارد.

دولت نیز نسبت به این بخش از انفال، نقش همان نان‌درآر را دارد. تک‌تک نان‌هایی که از تنور بیرون می‌آیند متعلق به مردم‌اند. این منابع از تحت مالکیت افراد خارج نشده‌اند که دولت بتواند به صلاحدید خودش به آن‌ها دست بزند. مگر من می‌توانم به تشخیص خودم در مال مردم تصرف کنم؟

جالب این است که بسیاری از کسانی که چنین ادعاهایی دارند، خودشان در تصمیم‌گیری‌ها کاملاً ایدئولوژیک رفتار می‌کنند؛ فقط ایدئولوژی‌شان **ایدئولوژی لیبرال** است. در همین بحث می‌پرسند چه کسی گفته است دولت مکلف است به مردم سهمی از بنزین بدهد؟ از کجا معلوم این ایده درست باشد؟

وقتی تلاش می‌کنید درستی این ایده را نشان دهید، می‌گویند فرض کنیم حرف شما درست باشد؛ حجم زیادی از بنزین در ایران صرف دوردور و مصرف غیرضروری می‌شود. اینجا باید وارد **لایه تحلیل نهادی** شوید و بپرسید بنزینی که می‌خواهید گران کنید، در مجموع چند درصد یارانه انرژی کشور را تشکیل می‌دهد؟

سهم یارانه بنزین حدود ۸ درصد است. خودروهای سواری نیز تقریباً ۶۰ درصد این بنزین را مصرف می‌کنند. بنابراین، کل بحث به حدود **۴.۸ درصد یارانه حامل‌های انرژی** مربوط می‌شود. تازه تمام مصرف خودروهای شخصی هم دوردور و مصرف غیرضروری نیست.

چه کسانی دو یا سه خودروی شخصی دارند؟ چه کسانی حیاط خانه‌شان آن‌قدر بزرگ است و در منطقه‌ای زندگی می‌کنند که اصلاً می‌توانند دو یا سه خودرو نگه دارند؟ وقتی اعداد و اندازه‌ها روشن شود، می‌بینید همه این هیاهو بر سر کمتر از ۵ درصد یارانه حامل‌های انرژی است؛ یعنی برای یک دستمال، قیصریه را آتش زده‌اند.

از سوی دیگر، اگر فقط تغییراتی در دروپنجره‌های خانه‌ها انجام دهیم، ممکن است سالانه ۳ تا ۴ درصد مصرف انرژی کشور تغییر کند. اگر نیروی انتظامی کنترل نکند، وقت نگذارد و جلوی قاچاق را نگیرد، طبیعی است که سوخت تولیدشده قاچاق شود. باید جلوی قاچاق گرفته شود.

این‌ها **مؤلفه‌های نهادی** هستند؛ مؤلفه‌هایی که ظرف تصمیم‌گیری ما را می‌سازند. تک‌سرنشین‌بودن خودروها در ایران یک مسئله نهادی است. اینکه در ۳۰ سال گذشته خودروهای ما، به‌دلیل دنبال‌روی صنعت خودروسازی ایران از صنعت خودروسازی فرانسه، به‌روز نشده‌اند نیز یک مسئله نهادی است.

باید از مسئولان پرسید آیا باز هم می‌خواهید از فلان کشور اروپایی پلتفرم خودرو بیاورید؟ اگر پاسخ مثبت است، با آن‌ها مشکل پیدا می‌کنیم و می‌گوییم باید برای پرمصرف‌بودن خودروهای ایرانی چاره‌ای پیدا کنید. باید توضیح بدهید راه‌حل شما چیست.

در **لایه تکنیکی** نیز باید پرسید با چه تغییری در کدام پتروشیمی یا پالایشگاه می‌توان خروجی بنزین را افزایش داد؟ آیا پتروشیمی‌ای داریم که بتواند برخی مشتقات و مواد افزودنی موردنیاز بنزین را تولید کند؟ بله، داریم.

طبقه لیبرال سرمایه‌دار ایران در صد سال گذشته، هر جا لازم بوده، از یکی از این سه سطح تحلیل سوءاستفاده کرده است. گاهی می گوید چه کسی گفته است باید به مردم یارانه انرژی بدهیم؟ بعد عددی مانند دو هزار هزار میلیارد تومان یا دو همت را مطرح می‌کند و آن را بسیار بزرگ نشان می‌دهد.

اعداد را نباید بیهوده بزرگ کرد. در کشوری که بیش از ۸۰ درصد مصرف آب آن در بخش کشاورزی است، گران کردن آب خانوار برای کاهش مصرف، شبیه این است که وسط طوفان به فکر انتقال یک مورچه از جایی به جای دیگر باشید؛ با این استدلال که این مورچه حق حیات دارد، درحالی‌که معلوم نیست تا ده ثانیه دیگر زنده بماند.

مورچه حق حیات دارد، اما نه در شرایطی که این کار، حق حیات دیگران را به خطر بیندازد. دولت حق مدیریت منابع و انفال مردم را دارد، اما نه به‌گونه‌ای که انفال را از سر سفره مردم بردارد. حتی اگر صد استدلال تکنیکی هم بیاورد، پیش از آن باید در تحلیل نهادی و پیش‌تر از آن در تحلیل ایدئولوژیک نشان دهد که چنین حقی دارد.

گلوگاه‌های تغییر سیاست و منافع ذی‌نفعان

اگر می‌خواهید نگاه‌های به‌شدت ایدئولوژی‌زده در اقتصاد ایران را بشناسید، یکی از کارهای مفید، بررسی **نقاط گلوگاهی** است؛ نقاطی که جریان‌های ذی‌نفع وارد شده‌اند و چیزی را در آن بستر تغییر داده‌اند.

برای مثال، وقتی قیمت دلار در ایران افزایش پیدا کرد، ناگهان پرسش همه پالایشگاه‌ها و پتروشیمی‌ها این شد که چرا قیمت محصولات ما نباید آزاد باشد. آیا ۳۰ سال پیش هم به این موضوع فکر کرده بودند؟ ۳۰ سال پیش تفاوت قیمت خدمات و محصولات این مجموعه‌ها با قیمت نان تا این اندازه نبود. اکنون ممکن است نان ۱۵ برابر شده باشد، اما خدمات این مجموعه‌ها ۵۰ برابر شده باشد؛ یعنی حدود سه برابر سرعت عادی تورم رشد کرده‌اند و بزرگ شده‌اند. با این وضعیت چه باید کرد؟

به‌کارگیری هم‌زمان هر سه سطح تحلیل می‌تواند افق رفتاری ما را تغییر دهد. وقتی هر سه نوع تحلیل را با هم به کار می‌بریم، می‌گوییم دولت اسلامی مکلف است **حق مردم را به آن‌ها بدهد**.

در کنار آن باید راهی پیدا کرد تا چند پالایشگاه کشور، با تغییر برج تقطیر یا اصلاح فرایندهایشان، بنزین بیشتری تولید کنند. در سطح تکنیکی نیز باید فناوری تازه‌ای وارد خودروها کرد و دیگران را برای مشارکت در این فرایند دعوت کرد.

بدون ساده‌سازی افراطی پدیده‌ها، برای دست‌بردن در یک پدیده و تغییر آن باید هر سه مؤلفه ایدئولوژیک، نهادی و تکنیکی را حاضر کنیم.

دشمن این نگاه سه‌لایه، همان سبکی است که بسیاری از ما نیز ممکن است به آن دچار باشیم :**دست‌نزدن به روابط طرف عرضه اقتصاد و اکتفاکردن به مدیریت تقاضا.**

وقتی می‌گوییم تقاضای یک کالا زیاد است، فوراً سراغ محدودکردن مصرف می‌روند. اما برای جبران دسترسی کم، باید تولید را افزایش داد. باید سراغ طرف عرضه رفت، در نظام بانکی دست برد و منابع را به‌سمت تولید هدایت کرد.

حتی می‌توان با ناامن‌کردن محیط ژئواکونومیک کشورهای جنوبی حاشیه خلیج فارس، آن‌ها را مجبور کرد در قالب غرامت جنگ جاری، هزینه تأسیس یک پتروپالایشگاه بزرگ را در جنوب کشور، در عسلویه یا هر جای دیگری، بر عهده بگیرند.

در یک کلام، **رویکردهای مبتنی بر شوک‌درمانی اساساً برای تقویت بنیه ملی نیستند**؛ بلکه برای بازتوزیع منابع موجود میان ذی‌نفعان‌اند.

یکی از ذی‌نفعان، انحصارگر است. هر انحصارگری در هر لحظه علاقه دارد انحصار خودش را تشدید و نظارت دولت یا نهاد ناظر را بر فعالیت خود تضعیف کند تا قیمت‌گذاری در اختیار خودش باشد.

ذی‌نفع دیگر، کسانی هستند که در شرایط قبلی دستشان بسته بوده، اما در شرایط جدید دستشان باز می‌شود. به همین دلیل، وقتی کشور وارد وضعیت جنگی می‌شود، بورس خودرو، بورس کالا، تالار بورس و کارگزاری‌ها فعالیت تبلیغاتی و جذب نیروی خود را افزایش می‌دهند.

اگر در شرایط جنگی جابه‌جایی ثروت رخ می‌دهد، از خصوصی‌سازی و واسپاری گرفته تا تصویب قوانین خاص در حوزه تولید صنعتی و تجارت کشور، علت آن حضور چند گروه ذی‌نفع است.

یک گروه، مدیر دولتی تنبلی است که می‌گوید مدیرعامل فلان پالایشگاه هستم؛ دیگر مرا اذیت نکنید، حوصله کارکردن ندارم. گروه دیگر، ذی‌نفع حقوقی و سیاسی‌ای است که حلقه دوم مقاومت در برابر رساندن انفال به دست مردم را تشکیل می‌دهد. دولتی که دوست ندارد انفال را به مردم بدهد و ترجیح می‌دهد خودش بزرگ بماند. گروه بعدی نیز بچه‌زرنگ سیاسی‌ای است که فقر، استضعاف و محرومیت سیاسی و علمی موجود را در نظر نمی‌گیرد.

آیا اجازه داریم از دولت بپرسیم لایحه یا استدلالی را که بر اساس آن به این نتیجه رسیده‌اید بنزین باید آزاد شود، به ما نشان دهید تا ببینیم اعداد و ارقام آن چقدر با هم سازگارند؟

آیا می‌توانیم بپرسیم برای گذار از وضعیت خصوصی‌سازی انفال، چگونه می‌توان سازوکارهایی طراحی کرد که شرایط شوک‌آمیز جنگی را جذب کنند؟

در آخرین پیام مقام معظم رهبری به مناسبت هشتم شهریور و سالروز شهادت شهید رجایی و شهید باهنر، به تأمین حداقلی از مواد مصرفی، خوراک آشپزخانه و میوه اشاره شد. این‌ها جزو طبیعت زندگی انسان ایرانی‌اند. اگر کار از جای خودش خارج شده است، باید قدرت را به کار گرفت و آن را دوباره سر جای خودش قرار داد.

بحث من این است که آیا امکان طرح این پرسش‌ها در گفتار سیاسی ما وجود دارد یا نه. در دعواهای مربوط به خصوصی‌سازی و آزادسازی بنزین، چقدر وارد لایه تکنیکی می‌شویم و می‌پرسیم شوک قیمتی بنزین در مجموع قرار است چه مقدار پول در اختیار دولت بگذارد؟ همان ۴.۸ درصد از کل یارانه‌ای که ادعا می‌شود، چه اندازه است؟

آیا دولت می‌تواند با دست‌کاری فناورانه و مهندسی و با همین فناوری‌های موجود در ایران، وضعیت را تعدیل کند؟ یا می‌تواند یا نمی‌تواند؛ این پرسش روشنی است.

این سه سطح تحلیل، سه نوع پرسش در ذهن ما ایجاد می‌کنند. نخست باید پرسید آیا همین دارایی‌های موجود قابلیت **بازمهندسی، بهینه‌سازی و اپتیمیزیشن** دارند یا ندارند؟

نباید از ابتدا با این فرض با توان تولید بنزین در ایران برخورد کرد که بیشتر از این نمی‌توانیم تولید کنیم و وضع موجود آخر خط است؛ بنابراین، فقط باید قیمت را بالا ببریم تا مردم کمتر مصرف کنند.

حتی در همان لحظه اول می‌توان پرسید آیا با گران‌شدن بنزین، مردم الزاماً کمتر مصرف می‌کنند؟ کشش قیمتی عرضه در ایران بسیار بالاست. اندکی قیمت را افزایش می‌دهید و عرضه‌کننده از شما بسیار تشکر می‌کند.

پس از اینکه به این جمع‌بندی رسیدیم که نباید با کشش قیمتی بنزین بازی کنیم، در لایه دوم باید بپرسیم چه کنیم که کمبود فیزیکی بنزین واقعاً وجود نداشته باشد؟ چون اکنون کمبود فیزیکی بنزین وجود دارد.

چه کنیم خودروهای سواری ایرانی به‌طور میانگین مصرف کمتری داشته باشند؟ چه کنیم نانوایی به مردم نگوید به هر خانواده بیشتر از سه نان نمی‌دهیم؟ می‌توان بستری فراهم کرد که مردم بتوانند نان بیشتری بخرند و تولید نیز افزایش پیدا کند.

یکی از نشانه‌های جریان شوک‌درمانی در کشور این است که اساساً درباره **سیاست‌های طرف عرضه** صحبت نمی‌کند. ظاهر این جریان، بازار آزاد است؛ اما در عمل به‌شدت محافظه‌کار است. حتی نمی‌خواهد به بهینگی صنعتی ایران دست بزند.

وقتی می‌گوییم قاچاق می‌شود، باید مرزها را هوشمند کرد. باید بخشی از منابع اقتصادی را در مناطق مرزی مستقر کرد تا کسانی که اکنون سوخت‌بر یا قاچاقچی‌اند، شغلشان را تغییر دهند و دو یا سه سال بعد در ساختار اقتصادی جدیدی که ایجاد شده است کار کنند.

ممکن است این جریان برای اصلاح طرف عرضه تنبل باشد و حوصله این کار را نداشته باشد. ما مسئولان جمهوری اسلامی را در شخصیت کلی دولت پاک می‌دانیم و دنبال پیداکردن خائن و جاسوس میان مقامات و مسئولان نیستیم؛ اما باید در نظر بگیریم که جریان رقیب ما تولید را نمی‌شناسد. آنچه می‌شناسد رانت است.

در شرایط شوک‌درمانی، وقتی قیمت چیزی افزایش پیدا می‌کند، عملاً فقط رانت قیمتی جابه‌جا می‌شود. پیش‌تر در جیب یک فرد یا مجموعه بوده و اکنون به جیب فرد یا مجموعه دیگری می‌رود. تفاوت این است که جنگ، امکان نقدشوندگی دارایی‌ها را برای برخی فراهم کرده است.

کسانی که می‌توانند بخشی از نظام تولید را ارتقا دهند، اگر صرفاً از توزیع حرف بزنند، باید درباره نسبت و دلبستگی‌شان به ایران تأمل کرد. ایران فقط مرزهای جغرافیایی اطرافش نیست؛ **زنجیره صنعتی و تولیدی ایران نیز بخشی از ایران است** .ایران، شرکت ژنرال الکتریک، شرکت جمکو و شرکت فولاد خوزستان هم هست. اگر کسی فولاد خوزستان را دوست نداشته باشد و درگیر سرنوشت آن نباشد، شاید بتوان گفت ایرانی نیست.

شوک‌درمانی و حذف امکان پرسشگری

جریان‌های شوک‌درمانی انفال در شرایط تنش‌زا یک هدف دارند: تحمیل حرف‌هایی که در شرایط عادی با پرسش‌های سنگین مردم مواجه می‌شوند.

در شرایط فشار می‌توانند مردم را دور بزنند یا اگر مردم به حاکمیتی که دنبال عدل و آزادی است اعتراض کردند، بگویند آیا می‌خواهید حاکمیت باقی بماند یا نه؟ اگر پاسخ مثبت باشد، می‌گویند پس معترضان را با باتوم بزنید.

وقتی مردم را با باتوم ساکت می‌کنیم و می‌گوییم قیمت بنزین حتماً باید تغییر کند، در حقیقت چند اعتراف انجام می‌دهیم. نخست اینکه برنامه‌ای برای افزایش تولید بنزین نداریم. دوم اینکه طرحی نداریم تا سراغ کویت، امارات و بحرین برویم، امکان صادرات آن‌ها را محدود کنیم و بگوییم سرمایه بیاورید تا اینجا تولید بنزین راه بیندازیم و چند پالایشگاه دیگر مانند پالایشگاه خلیج فارس بسازیم و کل منطقه را توسعه دهیم.

همچنین نمی‌خواهیم پاسخ دهیم چه مقدار از آن ۴.۸ درصد یارانه ادعایی واقعاً متعلق به ثروتمندان و مصرف دوردور است. اگر کسی مالک لندکروزر مدل ۲۰۲۵ باشد و بنزین را گران کنید، آیا واقعاً کمتر دوردور می‌کند؟

از نظر فنی نیز باید پرسید وقتی برای یک کالای اساسی یا حامل انرژی مانند بنزین شوک ایجاد می‌کنید، در اقتصاد وابسته ایران که همه‌چیز به همه‌چیز مربوط می‌شود، آیا واقعاً فقط همان یک قلم کالا گران خواهد شد؟

چند بار باید تحمل کنیم که ادعا شود فقط یک قلم کالا گران می‌شود، اما موج گرانی به همه کالاها می‌رسد و پس از آن گفته می‌شود این بار نیز یک مشکل اجرایی وجود داشت؟

اگر بنیه اقتصادی ایران در سطح نهادی به‌گونه‌ای است که نمی‌تواند نظارت منسجمی داشته باشد، دولت فعلاً حق ندارد از شیوه‌هایی استفاده کند که به نظارت بسیار جدی نیاز دارند. نمی‌تواند شوک قیمتی وارد کند و

بگوید برای جلوگیری از گرانی سایر کالاها بر کل بازار نظارت خواهد کرد. شما نمی‌توانید بر بازار گوجه‌فرنگی نظارت کنید؛ چگونه می‌خواهید بر بازار تمام کالاهای اساسی نظارت کنید؟ باید حرفی زد که به لحاظ نهادی معقول باشد.

توصیه من این است که به یکدیگر کمک کنیم سه نوع سواد پیدا کنیم :**سواد ایدئولوژیک، سواد نهادی و سواد تکنیکی**.

در شرایط عادی، سیاست شوک‌درمانی مورد پرسش قرار می‌گیرد. اما وقتی جنگ آغاز می‌شود، دولت، نظامیان و مردم همگی دچار اضطراب و نگرانی می‌شوند. در چنین فضایی، یا کسی حوصله پرسیدن ندارد یا استدلال‌های شوک‌درمانگران را می‌پذیرد و از کنار آن‌ها می‌گذرد.

بهترین کار در این وضعیت، مطرح‌کردن پرسش‌هاست. جریان شوک‌درمانی در همان لحظه‌ای که می‌گوید بنزین را آزاد کنید، روی جامعه عملیات روانی انجام می‌دهد تا قدرت تفکر خود را از دست بدهد.

شوک مانند این است که هنگام راه‌رفتن ناگهان چیزی محکم به سرتان بخورد. سال ۱۳۸۸ در بعضی نقاط تهران که تخریب آغاز شده بود، همراه بچه‌های بسیج محلات برای آرام‌سازی می‌رفتیم. مربی ما می‌گفت بروید کتک بخورید تا آن‌ها آرام شوند.

یک بار بلوکی از جایی پرتاب شد و به سر من خورد. خدا رحم کرد کلاه ایمنی داشتم. حدود یک دقیقه گیج شدم و روی زمین افتادم. در همان لحظه، دوستم احسان فقط گفت محسن، بیا اینجا. من بدون فکر، کورکورانه از او اطاعت کردم؛ چون در وضعیتی نبودم که بتوانم تصمیم بگیرم و فقط منتظر بودم کسی بگوید از کدام طرف بروم.

جنگ نیز چنین وضعی ایجاد می‌کند. جامعه شوک می‌خورد. حتی اگر مردم، مطابق بسیاری از پیمایش‌ها، مخالف شوک‌درمانی باشند، آن جریان با هیمنه خود پرسش‌ها را کنار می‌زند.

مهم‌ترین و فوری‌ترین کاری که ما به‌عنوان بدنه مدنی می‌توانیم انجام دهیم، **پرسشگری** است.

در سطح حقوق اساسی باید پرسید بنزین از نظر حقوق عمومی متعلق به چه کسی است و چه کسی به دولت حق داده است آن را بفروشد یا درباره سهم مردم تصمیم بگیرد؟

در دوره آقای احمدی‌نژاد، عده‌ای می‌گفتند دولت یارانه را بدهد یا ندهد. احمدی‌نژاد استدلال ساده‌ای داشت و می‌گفت مگر این مال من است که بدهم یا ندهم؟ مال خود مردم و سهم سرانه آنان از بیت‌المال است. وظیفه من این است که آن را به مردم بدهم و هرکس صلاح می‌داند با سهم خودش کاری انجام می‌دهد؛ فقیر و غنی هم ندارد.

در لایه نهادی باید از کسی که می‌گوید قیمت را بالا می‌برم، اما نظارت می‌کنم تا جای دیگری گران نشود، پرسید کدام بخش اقتصاد ایران اکنون نظارت‌پذیر است؟

برخی مسائل مانند قاچاق را که ادعا می‌شود نمی‌توان جلوی آن‌ها را گرفت، می‌توان با فناوری کنترل کرد. اگر توزیع در طول زنجیره گم می‌شود، دقیقاً با فناوری می‌توان آن را رصد کرد.

نمونه معروف آن، **مدیریت هوشمند یارانه آرد و نان و طرح مهیا** بود. با ثبت کارت و اندازه‌گیری تعداد نان‌های خریدوفروش‌شده، حتی اگر نانوایی‌ها بخواهند تخلف کنند، حجم قاچاق قابل‌کنترل می‌شود. از حدود دو و نیم میلیون تن آرد قاچاق‌شده، حدود ۱.۷۸ میلیون تن آن کنترل شد. ممکن است هنوز ۴۰ یا ۵۰ هزار تن آرد قاچاق شود، اما دیگر قاچاق دو و نیم میلیون‌تنی یا ۴۰۰ و ۵۰۰ هزار تنی اتفاق نمی‌افتد.

در سطح نهادی باید پرسید چرا پلتفرم‌های خودروی ایران عقب‌مانده‌اند. اگر قرار است در شرایط جنگی از فرصت شوک استفاده شود، این فرصت باید صرف قطع همیشگی وابستگی ایران‌خودرو و سایپا به شرکت‌های اروپایی و تصمیم برای چرخش به شرق شود.

پرسش‌های بنیادین، امکان طرح گزینه‌ها و نظریه‌های جایگزین را فراهم می‌کنند.

بقا یا طراحی آینده

آقای قائم‌پناه، معاون رئیس‌جمهور، گفته بود اگر می‌دانستیم قرار است شهیدان ما و رهبر ما را هدف قرار دهند، غنی‌سازی را تعطیل می‌کردیم.

اگر در شرایط عادی کسی بگوید غنی‌سازی را تعطیل می‌کنم، از او می‌پرسند استقلال ملی، اقتدار و حاکمیت ملی چه می‌شود؟ اما در شرایط جنگی می‌گویند رهبرمان را می‌کشند، بدبخت می‌شویم و باید زنده بمانیم. با فریاد بقا، از جامعه می‌خواهند برنامه هسته‌ای و مسائل دیگر را کنار بگذارد و درباره هرمز و موضوعات دیگر نیز چیزی نگوید.

جامعه را دستپاچه می‌کنند و در همین دستپاچگی تصمیم‌های خود را به آن تحمیل می‌کنند. بهترین کاری که می‌توان انجام داد این است که به صندلی تکیه بدهید و بگویید صبر کنید، عجله نکنید؛ چرا می‌خواهید این کار را انجام دهید؟ نخست به این پرسش پاسخ بدهید.

جامعه باید با متانت و در عین حال با سرسختی، حجم قابل‌توجهی پرسش مطرح کند. این پرسش‌ها ترمز رفتار روان‌شناختی جریان شوک‌درمانی‌اند.

توضیح نائومی کلاین در کتاب **دکترین شوک** این است که پرسشگری دست‌کم مانع از آن می‌شود که آگوستو پینوشه و سیاست‌های آزادسازی اقتصادی او به مقام تقدس برسند و مکتب شیکاگو با عنوان جریان اصلی اقتصاد بر کشور مسلط شود.

در چنین موقعیت‌هایی می‌گویند اقتصاددانان چنین نظری دارند و اقتصاددانان می‌گویند باید فلان کار را انجام دهید.

حسین عبده تبریزی، سهام‌دار بانک خصوصی اقتصاد نوین، سبدگردان بزرگ بورس و از ذی‌نفعان نظام دلالی ایران، در انتخابات ریاست‌جمهوری گذشته به‌عنوان مشاور اقتصادی در کنار رئیس‌جمهور قرار گرفت. اکنون در کانالش دو یادداشت درباره چگونگی استراتژی بقای خانواده در شرایط شوک‌های اقتصادی حاصل از جنگ منتشر کرده است.

نخست نمی‌گوید این شوک‌های اقتصادی حاصل عملکرد چه جریانی است. سپس به مردم می‌گوید راهبردهای سرمایه‌گذاری خود را کنار بگذارید و استراتژی بقا داشته باشید. مردم را از ماندن و نماندن می‌ترساند.

باید از او پرسید چه کسی گفته است ما در لحظه بقا هستیم؟ ما در لحظه زندگی، طراحی و تصمیم‌گیری قرار داریم. من در موقعیتی نیستم که بگویم ایران‌خودرو و سایپا فقط به هر شکل ممکن باقی بمانند.

وقتی با کمبود بنزین روبه‌رو هستیم، باید بپرسیم میانگین مصرف سوخت خودروهای متعارف شهری چهارسرنشین در ایران چقدر است و خودروی معادل آن در کره جنوبی چقدر مصرف می‌کند. چرا طی سال‌ها سراغ شرکت‌هایی رفته‌اید که نتوانسته‌اند به شما بهینگی مصرف سوخت بدهند؟ نسخه امروز باید قطع ارتباط با شرکت‌های اروپایی در شرایط جنگی باشد.

جریان شوک‌درمانی می‌خواهد با تأکید بر استراتژی بقا، امکان انتخاب گزینه‌های جایگزین را از جامعه بگیرد و بگوید فقط زنده بمانید.

اما من در لحظه‌ای قرار دارم که می‌خواهم انتخاب کنم دیگر به پژو و سیتروئن وابسته نباشم. می‌خواهم تولید پالایشگاه‌ها را متنوع کنم. می‌خواهم بر خودروهای لوکس مالیات ببندم.

چرا بنزین را گران کنیم تا زندگی همه مردم گران شود، آن‌هم بدون اینکه معلوم باشد صاحب لندکروزر کمتر دوردور می‌کند یا نه؟ از خودروی لوکس مالیات بگیرید. اگر کسی دو یا سه خودرو دارد، از تعداد معینی به بعد چنان مالیاتی تعیین کنید که نگهداری خودروهای اضافی برای او صرفه نداشته باشد.

سه سطح پرسشگری اجتماعی

هر عنصر سیاسی و هر نیروی کنشگر اجتماعی که به سه سطح پرسش ایدئولوژیک، نهادی و تکنیکی مجهز شود، می‌تواند در لحظه‌ای که جریان رقیب با وقاحت فتوای آزادسازی می‌دهد، پاسخ آن را مطرح کند.

نمی‌شود خود فرد از ذی‌نفعان شوک‌درمانی باشد و بعد برای مردم نسخه ریاضت بنویسد و بگوید مصرف خوراک و پوشاک خود را کاهش دهید. این وضعیت شبیه آن است که برخی سیاست‌ها و تجویزهای اقتصادی، حوادث

دی ۱۳۹۶ و آبان ۱۳۹۸ را ایجاد کنند و بعد همان افراد به مردم توصیه کنند مانند مردم یمن لنگ به کمر ببندند و بجنگند، درحالی‌که آقازاده‌های خودشان در جای دیگری مشغول ساخت‌وسازند.

ما با چنین سطحی از وقاحت روبه‌رو هستیم. این جریان می‌خواهد به جامعه شوک روان‌شناختی وارد کند. توصیه نائومی کلاین در چنین وضعیتی، **پرسشگری** است.

دو نمونه بسیار خوب از دانشمندان ایرانی این عرصه، مرحوم دکتر احمد توکلی و دکتر حسن سبحانی‌اند. احمد توکلی در دوره‌ای که سیاست‌های شوک‌درمانی توصیه می‌شد، از شدت ناراحتی و پرسشگری دچار زخم معده شد.

کتاب اندیشه‌های اقتصادی حسن سبحانی را ببینید. هنگامی که سیاست‌های شوک‌درمانی در ایران آغاز شد، حسن سبحانی بی‌وقفه پرسش، نقد و سؤال مطرح کرد.

فرشاد مؤمنی نیز کتاب **اقتصاد ایران در دوران تعدیل ساختاری** را نوشت و پرسش‌های سنگینی در برابر جریان شوک‌درمانی قرار داد.

این تکلیف همه ماست که در سه لایه ایدئولوژیک، نهادی و فنی مجهز شویم.

در لایه ایدئولوژیک بپرسیم بنزین متعلق به چه کسی است و چه کسی گفته است دولت حق دارد یارانه متعلق به مردم را کم‌وزیاد کند؟

در لایه نهادی بپرسیم اگر مصرف سوخت خودروهای ایرانی زیاد است، چرا زیاد است؟ در این ۳۰ سال می‌خواستید از کدام شرکت پلتفرم خودرو وارد کنید؟ اگر آن شرکت نتوانسته است خودروی کم‌مصرف در اختیار شما بگذارد، ارتباطتان را با آن قطع کنید.

اگر می‌گویید ثروتمندان با خودروهایشان دوردور می‌کنند، قانون مالیات بر خودروهای لوکس کجاست؟ مالیات بر دارندگان چند خودرو کجاست؟

در لایه تکنیکی بپرسیم چند پتروشیمی در ایران داریم، الگوی تولید آن‌ها چگونه است و آیا امکان تحول در این الگو وجود دارد؟ برای جلوگیری از قاچاق مرزی، چگونه می‌توان از هوشمندسازی و فناوری استفاده کرد؟

باید توانایی پرسیدن در سه سطح ایدئولوژیک، نهادی و تکنیکی را پیدا کنیم و این پرسش‌ها را در عرصه اجتماعی پربسامد کنیم. به تعبیر فرنگی‌ها، باید موضوع را کانتروورسال و چالش‌برانگیز کرد.

این حداقل وظیفه یک شهروند مسئول و یک مؤمن مسلمان است: دعوت به خیر، امر به معروف و نهی از منکر. دعوت به خیر یعنی مطرح‌کردن نسخه‌های جایگزینی که امکان تحقق دارند؛ همان نسخه‌هایی که شوک‌درمانی می‌خواهد فراموششان کنیم.

دقیقاً در زمانی که آن جریان می‌خواهد ما را بی‌تاب کند، باید **تاب‌آوری، آرامش و پرسشگری** خود را نشان دهیم.

برای مثال، رئیس‌جمهور گاهی دستپاچه می‌شود. خدا به آقای پزشکیان توفیق بدهد که بتواند بر کار مسلط شود؛ اما او زود دستپاچه و متأثر می‌شود. با یک غوره سردش می‌شود و با یک مویز گرم. شوک‌درمانگران به‌سادگی می‌توانند بر چنین وضعیتی سوار شوند.

ما باید به جامعه کمک کنیم که با یک غوره سردش و با یک مویز گرمش نشود. شوک‌درمانگران بر جامعه‌ای سوار می‌شوند که در تلاطم احساسی است و آستانه تغییرات عاطفی‌اش پایین است و زود به جوش می‌آید.

باید آرام باشیم و با پرسش‌های آرام، متین و استوار، سخنان محکم و استخوان‌داری مطرح کنیم که مانند سد در برابر موج تنش‌زا و دستپاچگی‌آفرین آن‌ها بایستد.

بندهای آبخیزداری را دیده‌اید؟ وقتی سیل می‌آید، یک بند بخشی از آب را نگه می‌دارد. آب از آن سرریز می‌شود و به بند بعدی می‌رسد و همین‌طور مرحله‌به‌مرحله شدت آن کاهش پیدا می‌کند. هر سد ممکن است دو یا سه هزار مترمکعب آب را نگه دارد و به‌تدریج آن را در زمین نفوذ دهد.

پرسش‌های ما نیز سدهایی هستند که موج ویرانگر شوک‌درمانی را کنترل می‌کنند؛ پرسش‌هایی در سه لایه ایدئولوژیک، نهادی و تکنیکی.

این سه سطح را چند بار تکرار کردم تا این ساختار ذهنی برای همه ما جا بیفتد.

نسبت افزایش قیمت بنزین با معیشت خانوار

مجری:

به نظر می‌رسد شما می‌خواهید مردم را فقیر نگه دارید! آقای قائم‌پناه گفته‌اند اگر قیمت بنزین را به ۸۰ هزار تومان برسانیم، می‌توانیم به هر نفر ۷ میلیون تومان بدهیم. سهم یک خانواده چهارنفره ۲۸ میلیون تومان می‌شود، خانواده خوشبخت خواهد شد و در پایان هم گفته‌اند این کار تورمی ایجاد نمی‌کند.

استاد:

همان‌قدر تورم ایجاد نمی‌کند که اکنون مجبورم برای زهرا بسته ۴۰تایی پوشک را ۶۵۰ هزار تومان و یک روغن دولیتری را حدود ۱۰۰ هزار تومان بخرم و بعد تصور شود با یک میلیون تومان یارانه می‌توان مشکل من را حل کرد.

ان‌شاءالله با گران‌کردن برق و بنزین هم چند میلیون تومان به ما می‌دهند و همه با هم پولدار می‌شویم!

عرصه عمومی و قدرت گفتار

بسیاری از دوستان در پیام‌ها نوشته‌اند که این مسائل در اختیار ما نیست و در اختیار مسئولان و رئیس‌جمهور است. اما **عرصه عمومی و ذهنیت عمومی در اختیار شماست** .به این مسئله توجه کنید.

وزارت اطلاعات در ادارات کل استانی خود معاونتی با عنوان معاونت عملیات روانی دارد. اگر گفتار و ذهنیت‌سازی عمومی مهم نبود، این‌همه برای آن هزینه نمی‌شد. اگر گفتار مهم نبود، چهره‌های رسانه‌ای شما را مسخره نمی‌کردند و به آن‌ها ناسزا نمی‌گفتند. اگر گفتار مهم نبود، کارخانه‌ها را خصوصی نمی‌کردند تا پول آن را به رسانه‌هایی مانند دنیای اقتصاد و تجارت فردا ببرند.

گفتار، کلام و توجیه اهمیت دارند. اگر مهم نبودند، مقام معظم رهبری نمی‌گفتند **جهاد تبیین فریضه‌ای قطعی، فوری و واجب عینی است**.

اگر تعداد ما زیاد شود و بتوانیم این گفتار را به‌صورت مویرگی میان مردم گسترش دهیم، اثر می‌گذارد. در کشوری زندگی می‌کنیم که گفتار عمومی و حضور خیابانی توانسته‌اند بر تحولات اساسی اثر بگذارند.

در همین کشور، برخلاف اراده نظام جمهوری اسلامی، با گفتار و حضور خیابانی روسری عملاً کنار گذاشته شد و اکنون چالش ما دیگر صرفاً بی‌حجابی نیست؛ بلکه با عریانی مواجهیم. این‌ها واقعی‌اند.

حداقل کاری که باید در این جلسات یاد بگیریم این است که با مسلح‌شدن به گفتار انقلاب اسلامی، در برابر پروژه‌های مختلف بایستیم. نمونه‌ای که امروز مطرح شد، استفاده از سه سطح تحلیل ایدئولوژیک، نهادی و تکنیکی در برابر پروژه شوک‌درمانی بود. با این کار، مانند آبخیزداری عمل می‌کنیم؛ جامعه را آرام می‌کنیم و جلوی بخشی از موج را می‌گیریم.

ما می‌توانیم مؤثر باشیم .**ما واقعاً بی‌شماریم** .جریان مقابل بی‌شمار نیست. اگر پذیرفته‌ایم که اکثریت مردم این نظام را می‌خواهند، باید با اتکا به همین جمعیت، گفتار اجتماعی تولید کنیم.

رسانه، فامیل، باشگاه، قهوه‌خانه یا هر فضای دیگری که در اختیار دارید، محل گفت‌وگو با مردم است. نباید حرف‌زدن را به دو ماه پیش از انتخابات محدود کنیم. باید سه یا چهار سال مداوم و دارکوب‌وار با مردم کار کنیم و حرف درست را به آن‌ها برسانیم تا به‌محض اینکه کسی از شوک‌درمانی سخن گفت، این سخن در جامعه به امری قبیح تبدیل شود.

باید خیر را به یک دعوت اجتماعی تبدیل کنیم. وقتی خیر در جامعه جا بیفتد، معروف و منکر نیز روشن می‌شوند.

عمومی‌کردن گفتارهای جایگزین

ما هنوز درباره برخی مسائل لکنت زبان داریم. ماه‌ها از جنگ گذشته است، اما بسته ساده **جنگ برای زندگی** که در آن نشان می‌دهیم جنگ می‌تواند فرصتی برای قطع دست تراستی‌ها و تغییر مسیر واردات باشد، همچنان برای بسیاری از مردم تازگی دارد.

اخیراً کلیپی در فضای مجازی منتشر شد که در آن یکی از اعضای اتحادیه دامداران می‌گفت ما می‌خواستیم نهاده‌های دامی و ذرت موردنیازمان را از روسیه، ترکمنستان و قزاقستان وارد کنیم، اما وزارت جهاد کشاورزی همچنان اصرار دارد این نهاده‌ها از برزیل وارد شوند. با این مسیر، به محاصره آمریکا برخورد می‌کنیم.

از ابتدای انقلاب و از ابتدای جنگ، پیوسته درباره این مسائل توضیح داده‌ایم. یکی از پنج محور جنگ برای زندگی همین موضوع است. پنج محتوای پانزده‌دقیقه‌ای تهیه شده است تا شما آن‌ها را یاد بگیرید و برای مردم توضیح دهید.

بااین‌حال، وقتی در تجمع‌ها و فضاهای مختلف این مسائل را برای مردم مطرح می‌کنیم، هنوز برایشان تازگی دارد. این خوب نیست؛ یعنی ما نرفته‌ایم با مردم حرف بزنیم.

این مطالب را یاد بگیرید و با مردم مطرح کنید. اجازه دهید از تازگی بیفتند و به سکه رایج تبدیل شوند. با رواج این آگاهی‌ها می‌توانیم جلوی کسانی را بگیریم که به مردم مطالب بی‌اساس تحویل می‌دهند و آن‌ها را می‌ترسانند.

اگر مردم در ذهنشان پیش‌فرض‌های درست داشته باشند، دیگر به‌سادگی نمی‌ترسند. جریان مقابل می‌داند که ما هنوز نتوانسته‌ایم این گفتارها را عمومی کنیم؛ بنابراین، با همان ابزاری که ده بار مردم را ترسانده است، بار یازدهم نیز آن‌ها را می‌ترساند.

الناس اعداء ما جهلوا؛ مردم دشمن چیزی هستند که نمی‌دانند. باید این آگاهی‌ها را میان مردم منتشر کنیم تا بدانند.

ضرورت ورود به میدان حکمرانی

آقای قربانی: باید باور کنیم که اگر وارد عرصه حکمرانی شویم، می‌توانیم مسائل را حل کنیم. مهم‌ترین راه رسیدن به این باور نیز مشاهده نمونه‌های متعددی است که در کشور داریم؛ افرادی وارد عرصه‌های مختلف شده‌اند و توانسته‌اند مسئله‌ای را حل کنند.

هم نمونه‌های ایجابی داریم و هم نمونه‌های سلبی. یکی از نمونه‌های ایجابی، موضوع **وام ازدواج** است. هفت یا هشت سال پیش، در دوره ریاست‌جمهوری آقای روحانی، دو یا سه جوان دغدغه پیدا کردند که چرا مبلغ وام ازدواج این‌قدر کم است.

آن‌ها روی موضوع کار کردند تا ببینند آیا می‌توان میزان وام ازدواج و فرزندآوری را افزایش داد یا نه. به این نتیجه رسیدند که چنین کاری امکان‌پذیر است. یک، دو و سه سال موضوع را پیگیری کردند و سرانجام توانستند مسئولان را قانع کنند که مبلغ وام ازدواج افزایش پیدا کند.

یک گروه دو یا سه‌نفره روی موضوعی دست گذاشت و نتیجه کار آن‌ها در اختیار میلیون‌ها نفری قرار گرفت که ازدواج کردند یا صاحب فرزند شدند. البته با توجه به میزان تورم، ممکن است این وام اکنون در تورم گم شود؛ اما اصل ماجرا این است که عده‌ای تصمیم گرفتند مسئله‌ای را پیگیری کنند و آن را پیش ببرند.

جلوگیری از افزایش سن قانونی ازدواج

یک نمونه سلبی نیز به ماجرای کودک‌همسری مربوط است. چند سال پیش، جریان اصلاح‌طلب موضوع کودک‌همسری را در کشور برجسته کرد. ادعا می‌شد دخترانی که در سنین پایین ازدواج می‌کنند، با آسیب‌های جسمی و خانوادگی، طلاق و مشکلات متعدد دیگری مواجه می‌شوند.

راهکار پیشنهادی آن‌ها افزایش سن قانونی ازدواج بود؛ برای مثال، دختران زیر ۱۸ سال امکان ازدواج نداشته باشند. یک جریان رسانه‌ای پشت این موضوع قرار گرفت و فشار رسانه‌ای سنگینی در کشور ایجاد کرد تا این موضوع در مجلس تصویب شود.

افرادی مانند پروانه سلحشوری که در آن دوره نماینده تهران بود و در دوره‌های بعد رد صلاحیت شد، برای تصویب سریع‌تر این موضوع در مجلس سروصدای زیادی ایجاد کردند.

یکی از دوستان ما همراه با دو یا سه نفر دیگر که در حوزه جمعیت فعالیت می‌کردند، متوجه شدند این موضوع مهم است و اگر سن قانونی ازدواج افزایش پیدا کند، ممکن است آسیب‌های متعددی در حوزه جمعیت ایجاد شود.

آن‌ها طی یکی دو هفته به‌طور جدی روی موضوع کار کردند و گزارش سیاستی مناسبی تهیه کردند. در آن گزارش نشان دادند آمارهایی که درباره میزان طلاق افراد ازدواج‌کرده زیر ۱۸ سال، مشکلات بعدی زندگی آن‌ها و آسیب‌های جسمی مطرح می‌شود، نادرست و آمارسازی‌شده است.

تحلیل آن‌ها این بود که هدف، مقابله با ازدواجی است که در سن مناسب اتفاق می‌افتد، به فرزندآوری بیشتر منجر می‌شود و می‌تواند به حفظ خانواده کمک کند.

حدود یک ماه در سراسر کشور با افراد مؤثر، نمایندگان مجلس و شخصیت‌های مختلف دیدار کردند و گزارش خود را به آن‌ها ارائه دادند. توانستند ورق را برگردانند و مانع تصویب این قانون شوند.

بسیاری از نیروهای حزب‌اللهی، دغدغه‌مند و شناخته‌شده در ابتدا از ابعاد موضوع اطلاع نداشتند؛ اما وقتی مطلع شدند، وارد میدان شدند و برای جلوگیری از تصویب آن کمک کردند.

دو یا سه جوان متوجه شدند اتفاق نامناسبی در لایه سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری کشور در حال وقوع است. وقت گذاشتند، پیگیری کردند و مانع آن شدند.

نمونه‌های فراوانی وجود دارد که در آن، فرد یا گروهی کوچک مسئله‌ای را پیگیری کرده و به نتیجه رسانده است. باید به این باور برسیم که اگر وارد میدان شویم و واقعاً تلاش کنیم، می‌توانیم نقش‌آفرین باشیم.

یک راه این است که مانند عموم مردم گوشه‌ای بنشینیم و بگوییم این چه وضع مملکت و مسئولان است و مگر کسی به حرف ما گوش می‌دهد؟ راه دیگر این است که **وارد میدان شویم**.

کنشگری رسانه‌ای در موضوع بنزین

در همین موضوع بنزین، عملیات رسانه‌ای خوب و هماهنگی از سوی نیروهای انقلابی انجام شد و توانست ترمز کسانی را بکشد که می‌خواستند قیمت بنزین را افزایش دهند.

واقعاً می‌خواستند قیمت بنزین را به ۸۰ هزار تومان برسانند و همچنان نیز دنبال آن هستند. وقتی مشاوران آقای پزشکیان می‌گویند باید بنزین ۸۰ هزار تومان شود، یعنی همچنان این هدف را دنبال می‌کنند. اما تاکنون موفق نشده‌اند؛ زیرا جریان انقلابی وارد میدان شد، کنشگری کرد و جلوی آن‌ها را گرفت.

در همان مقطع که جلوی افزایش قیمت بنزین گرفته شد، آقای حمیدرضا مقصودی پیامی از آقای حمید کثیری را در کانالش بازنشر کرد. آقای کثیری نوشته بود خدا را شکر فتنه بنزین در نطفه خفه شد.

آقای مقصودی در پاسخ نوشته بود آقای کثیری، خدا خیرتان بدهد که وارد موضوع بنزین شدید و جلوی این فتنه را گرفتید؛ اما یادتان هست در سال ۱۴۰۱، وقتی می‌گفتیم باید جلوی حذف ارز ترجیحی را بگیرید، شما مدافع حذف آن بودید؟ آن زمان هرقدر گفتیم باید در برابر این تصمیم غلط دولت بایستید، از تصمیم دولت دفاع کردید.

تحلیل آقای مقصودی این بود که آن زمان به‌دلیل ناآگاهی و نبود کنش درست، دولت ارز ترجیحی را حذف کرد و این تصمیم به فتنه، جنگ، شهادت رهبری و اتفاقات متعدد بعدی منجر شد. اما این بار نیروها مسئله را شناختند، کنش درست انجام دادند و جلوی فتنه بعدی را گرفتند.

واقعیت این است که اگر آگاه شویم، کنش کنیم و جلوی تصمیم نادرست بایستیم، کارهای زیادی می‌توان انجام داد. باید از حالتی خارج شویم که مدام می‌گوییم چه کسی به حرف ما گوش می‌دهد و ما چه تأثیری داریم.

ما دور هم جمع شده‌ایم تا از این وضعیت خارج شویم و وارد فضای کنشگری شویم. کنشگری نیز صورت‌های مختلفی دارد. باید به‌تدریج این اقدامات را مرور کنیم، ظرفیت‌های تک‌تک دوستان را بشناسیم و عملیات را آغاز کنیم.

جهاد تبیین از درون تشکل‌ها

یکی از نخستین بخش‌های این عملیات، همان **جهاد تبیین** است که درباره آن صحبت شد. ما واقعاً باید تبیین کنیم.

هرکدام از دوستان حاضر در این جمع، در یک تشکل یا مجموعه فعال‌اند. ممکن است فردی در تشکل مرتبط با معلمان، بسیج معلمان یا بسیج فرهنگیان فعالیت کند. فرد دیگری در مسجد، کانون فرهنگی یا گروه جهادی فعال باشد. دوستان دیگری نیز در گروه‌های مختلف فعالان حکمرانی حضور دارند.

نخستین پرسش این است که آیا دیگر اعضای تشکل شما نیز با این مطالب آشنایی دارند؟ اگر مسجد شما ده نیروی اصلی دارد، آیا این ده نفر از این مباحث مطلع‌اند؟ اگر مجموعه شما ۵۰ فعال دارد که در مناسبت‌ها و برنامه‌های مختلف کمک می‌کنند، آیا آن‌ها نیز این حرف‌ها را می‌دانند؟

اگر مسجد شما هر شب ۲۰۰ یا ۳۰۰ نمازگزار دارد یا هیئت شما ۱۰۰ مخاطب عمومی دارد، آیا آن‌ها با این مباحث آشنایی دارند؟

باید به‌سمت درگیرکردن لایه‌های مختلف حرکت کنیم تا به‌تدریج عموم مردم محله، شهر و محیط فعالیت خود را با این نگاه آشنا کنیم.

برخی دوستان حاضر در جلسه این کار را آغاز کرده‌اند. ده یا پانزده نفر از اعضای تشکلشان را جمع کرده‌اند، حلقه مطالعاتی تشکیل داده‌اند و همین مباحث را با هم می‌شنوند، مطالعه می‌کنند و درباره آن‌ها مباحثه دارند.

این یکی از مهم‌ترین گام‌هاست و انتظار می‌رود همه دوستان آن را آغاز کنند. کسانی که حلقه تشکیل داده‌اند، مباحث را مطالعه یا در محیط‌های مختلف ارائه می‌کنند، باید جزئیات فعالیت‌هایشان را در گروه بیان کنند تا دیگران نیز با تجربه آن‌ها آشنا شوند.

نقطه آغاز ما **جهاد تبیین در میان نیروهای خودمان** است. نخست باید این مباحث را با اعضای تشکل، تشکیلات و نیروهای فعال اطرافمان مطرح کنیم و خودمان نیز از طریق مطالعه و مباحثه بر آن‌ها مسلط شویم.

پس از آن، گام‌های متعدد دیگری پیش رو داریم که باید آن‌ها را با هم طراحی کنیم.

تربیت نیرو برای موقعیت‌های حکمرانی

باید بیاموزیم چگونه در انتخابات انتخاب‌های بهتری داشته باشیم و چگونه برای موقعیت‌های مختلف نیرو تربیت کنیم؛ به‌گونه‌ای که دو سال بعد بتواند وارد مجلس شود.

از امیرحسین ثابتی پرسیده بودند چه شد که تصمیم گرفت نماینده مجلس شود؟ پاسخ داده بود با نمایندگان مختلف مصاحبه می‌کردم و می‌دیدم اطلاعات من درباره مسائل تخصصی و مسائل کشور از بسیاری از آن‌ها بیشتر است. با خودم گفتم وقتی آن‌ها اطلاعات چندانی ندارند و من قوی‌ترم، چرا خودم نماینده نشوم؟

ما نیز باید فکر کنیم چرا نماینده تربیت نکنیم. باید در تشکیلات یا شهر خود ببینیم چه کسی از دیگران قوی‌تر و شایسته‌تر است. باید دور او جمع شویم، کمکش کنیم، محتوا در اختیارش قرار دهیم و بگوییم دو سال دیگر باید برای نمایندگی مجلس آماده شوی.

ممکن است فردی برای شورای شهر، مسئولیت یک دستگاه یا موقعیتی مانند امامت جمعه مناسب باشد. باید او را شناسایی و برای آن موقعیت آماده کنیم.

چرا باید فردی که با این مباحث آشنا نیست، نماینده، وزیر، وکیل یا مسئول بخش‌های مختلف شود؟ باید به‌طور جدی وارد عرصه **تربیت نیروی حکمرانی** شویم. اگر نیرو تربیت کنیم، اثرگذار خواهیم شد.

در ادامه باید بیاموزیم چگونه مطالبه‌گری کنیم، فضای شهرمان را آماده سازیم و رسانه ایجاد کنیم.

ساخت رسانه محلی و تخصصی

باید در شهر، محله و شهرستان خود رسانه بسازیم و مؤثر باشیم. این کار شدنی است.

حدود سه یا چهار سال پیش با آقای مقدادی آشنا شدیم. او جوان خوب، فعال و دغدغه‌مندی بود؛ اما در مجموع یک فرد عادی جامعه محسوب می‌شد.

او در طرح مسکن ملی قم، در پروژه ۵۶۰ هکتاری روبه‌روی پردیسان ثبت‌نام کرده بود. چند بار به اداره کل راه و شهرسازی قم مراجعه کرد و پرسید پروژه چه زمانی ساخته می‌شود و چه مقدار باید پرداخت کند. بارها پاسخ سربالا شنید و در مراجعه‌های بعد حتی دیگر او را به اداره راه نمی‌دادند.

او پیش‌تر اندکی کار رسانه‌ای انجام داده بود. با خودش فکر کرد کانالی راه بیندازد و اخبار نهضت ملی مسکن و همین پروژه ۵۶۰ هکتاری قم را پوشش دهد.

کانالی با حدود یک یا دو هزار عضو داشت. نام آن را تغییر داد و انتشار اخبار پروژه را آغاز کرد. پس از شش ماه، کانال او به رسانه‌ای با حدود ۲۰ هزار عضو تبدیل شد. فعالیتش نیز فقط ارائه گزارش پیشرفت پروژه‌های نهضت ملی مسکن بود.

شش ماه بعد، وقتی خبری منتشر می‌کرد و به پیش‌نرفتن یک پروژه اعتراض می‌کرد، مدیران اداره کل راه و شهرسازی قم با او تماس می‌گرفتند و می‌گفتند پست را حذف کنید؛ قول می‌دهیم مشکل را حل کنیم و برای ما دردسر ایجاد نکنید.

فردی که شش ماه پیش او را به اداره راه نمی‌دادند، با یک کار رسانه‌ای تک‌نفره به جایی رسید که مدیرکل با او تماس می‌گرفت و می‌خواست مسئله را رسانه‌ای نکند.

او میان متقاضیان پروژه که هرکدام در نقطه‌ای از شهر زندگی می‌کردند، شبکه‌سازی کرد. خودش می‌گفت از یکی از مجموعه‌های امنیتی او را بردند و پرسیدند چه کاری انجام می‌دهد. توضیحاتش را ارائه کرد و پس از آن فعالیتش را ادامه داد.

فعالیت او در پیشرفت پروژه‌ها، مطالبه درست از مسئولان، نشان‌دادن خلأها و جلوگیری از مشکلات متعدد بسیار مؤثر بود.

این کار را یک نفر انجام داد؛ فردی که پیش‌تر شاید هیچ‌کس او را نمی‌شناخت. کار او زندگی و مسئله مسکن هزاران نفر را پیش برد.

چرا نفر بعدی یکی از دوستان حاضر در این جمع نباشد؟ چه کسی قرار است رسانه بعدی را راه‌اندازی کند؟ چرا یکی از ما این کار را انجام ندهد؟

تغییر ساختار در کنار فعالیت فرهنگی

باید به‌تدریج یاد بگیریم که در کنار فعالیت تربیتی مسجد و فعالیت فرهنگی، برای **تغییر ساختارها** نیز اقدام کنیم.

برای مثال، دوره‌ای درباره حکمرانی فضای مجازی در حال برگزاری است. یکی از مطالبی که در معرفی این دوره به مخاطبان می‌گوییم این است که شما می‌خواهید حجاب یک خانم را اصلاح کنید، اما توجه ندارید وقتی فضای مجازی کشور رها شده است، زنان جامعه به‌سمت بی‌حجابی سوق داده می‌شوند.

در چنین شرایطی می‌خواهید تک‌تک افراد را متقاعد کنید که حجاب خوب است؛ اما چرا به حکمرانی فضای مجازی توجه نمی‌کنید؟

باید از حکومت و دولت اسلامی پرسید چرا فضای مجازی را رها کرده‌اید. البته فضای مجازی واقعاً رها نیست؛ **فضای مجازی کشور در اختیار دشمن است** .در اختیار اسرائیل و آمریکاست.

اگر بخواهند فرماندهان را ترور کنند، از همین فضا استفاده می‌کنند. اگر بخواهند فرهنگ مردم را تغییر دهند، از همین فضا بهره می‌برند. اگر بخواهند در کشور شبکه‌سازی کنند، همان‌گونه که در دو جنگ اخیر خروجی‌های آن را دیدیم، از فضای مجازی استفاده می‌کنند.

چرا این فضا را دودستی در اختیار دشمن قرار داده‌اید؟

نیروی حزب‌اللهی از وقت، خانواده و توان خود هزینه می‌کند تا جلوی یک آسیب فرهنگی را بگیرد؛ اما توجه ندارد سدی شکسته شده و سیل همه را با خود می‌برد.

چرا به‌جای ترمیم سد، تک‌تک در آب می‌پریم تا افرادی را که در حال غرق‌شدن‌اند نجات دهیم؟ باید ابتدا جلوی شکسته‌شدن سد را گرفت.

در این سال‌ها نمونه‌های فراوانی دیده‌ایم که یک نفر پای کاری ایستاده و آن را به نتیجه رسانده است. اگر تعداد ما به صد، دو هزار یا ده هزار نفر برسد، می‌توانیم مسائل را حل کنیم، ساختارهای کشور را تغییر دهیم و بر سیاست‌ها و قوانین اثر بگذاریم. باید وارد متن ماجرا شویم.

گام نخست، جهاد تبیین است و باید آن را از خودمان آغاز کنیم. ابتدا خودمان مباحث را درست یاد بگیریم، پیگیری کنیم، با آن‌ها آشنا شویم و برایشان وقت بگذاریم.

در گام بعد، باید نیروهای اصلی تشکل را همراه کنیم. اگر در گروه جهادی، تشکل قرآنی، پایگاه بسیج یا هر مجموعه دیگری ده نیروی اصلی داریم، باید آن‌ها را به‌خوبی با این مباحث آشنا کنیم و وارد کار سازیم.

می‌توانیم یک حلقه هفتگی راه بیندازیم، متن و صوت را مقابلمان بگذاریم، با هم بخوانیم، گوش کنیم و مباحثه داشته باشیم. باید به دوستانمان نشان دهیم مسائل اصلی کشور چیست و چرا باید وارد عرصه کنشگری، فعالیت رسانه‌ای، مطالبه‌گری و تربیت نیرو شویم.

پرسش درباره طرح‌های جایگزین

سؤال مخاطب:

در دوره بازپس‌گیری قدرت مطرح شد که باید برای نمایندگی مجلس یا شورای شهر وارد میدان شویم. این حرف منطقی است و نباید در این زمینه کوتاهی کنیم.

امروز جریان لیبرال را در سه سطح ایدئولوژیک، نهادی و عملیاتی نقد کردیم. به نظر من، یکی از دلایل موفقیت این جریان در هر سه حوزه و تأثیرگذاری آن بر افکار جامعه این است که ما در طرف مقابل برنامه مشخصی نداشته‌ایم.

شاید در سطح ایدئولوژیک، بیانیه گام دوم، اقتصاد مقاومتی و سخنان شهید بهشتی و شهید مطهری را داشته باشیم. رهبر شهیدمان نیز بر اجرای گام دوم بسیار تأکید داشتند؛ اما در سطح نهادی حتی مؤلفه‌های نهادی را به‌درستی نمی‌شناسیم.

برای مثال، تعریف روشنی از فرهنگ، مشارکت اجتماعی مردم در اقتصاد و اقتصاد مردمی نداریم. اقتصاد مردمی در نگاه مخالف جریان لیبرال و محافظه‌کار چیست؟ چه روابط و بازیگرانی دارد؟ این بازیگران چگونه با یکدیگر ارتباط دارند و هدفشان چیست؟

رشته من کارآفرینی است و رساله دکترایم نیز تقریباً در همین زمینه قرار دارد. بااین‌حال، در بررسی‌های خود تعریف روشنی از اهداف، بازیگران، روابط و تعاملات اقتصاد مردمی پیدا نکرده‌ام.

طرح وان که آقای جلیلی مطرح کرد نیز بیشتر در سطح ایدئولوژیک باقی ماند و در سطح نهادی و عملیاتی توضیح روشنی نداشت. اینکه انفال تقسیم شود و سهم هر فرد به او برسد، به‌تنهایی کافی نیست. بخش نهادی آن کجاست؟ اقتصاد مردمی چگونه شکل می‌گیرد و فرهنگ چه جایگاهی در آن دارد؟

در بیانات اخیر رهبری به نقش فرهنگ، تعلیم‌وتربیت، زنان خانه‌دار و پزشکان اشاره شد. این موضوعات در کدام بخش طراحی‌ها قرار می‌گیرند و چگونه قرار است به آن‌ها برسیم؟

حتی در مناظرات ریاست‌جمهوری نیز از سخنان آقای جلیلی متوجه نشدم طرح وان دقیقاً چیست. فقط گفته شد طرحی وجود دارد و برق را به شکل خاصی مدیریت می‌کند؛ اما چگونگی اجرا، سازوکارها، ابزارها، لوازم و زیرساخت‌های آن توضیح داده نشد.

اگر قرار باشد فقط منتظر بمانیم و به ایجاد گفتمان اکتفا کنیم، این کار کافی نیست. آیا برای تدوین طرح‌های نهادی و عملیاتی برنامه‌ای وجود دارد؟ اگر وجود ندارد، به نظرم باید گروهی برای آن تشکیل شود و در یکی دو سال باقی‌مانده تا انتخابات مجلس، برنامه‌ای عملیاتی تهیه کند.

کمبود نظریه و ضرورت ایستادن بر راه‌حل‌های موجود

پاسخ:

با چند واقعیت مواجهیم. نخست اینکه در حوزه مباحث نظری، در مقایسه با جناح مقابلمان حرف‌های کمتری داریم. جریان لیبرال به سرمایه‌داری بین‌المللی متصل است، نظریه‌هایش را از آنجا می‌گیرد و نسخه‌های همان جریان را اجرا می‌کند.

ما حرف‌های کمتری داریم و در حوزه‌های محدودتری وارد شده‌ایم. البته این روند در حال شتاب‌گرفتن است. استادان و افرادی که به این حوزه‌ها ورود کرده‌اند و تولید محتوا و نظریه می‌کنند، بیشتر شده‌اند و این جریان در حال توسعه است.

باید بپذیریم که بسیاری از مطالب موجود هنوز در سطح مبنایی باقی مانده‌اند و نتوانسته‌اند جلوتر بیایند. بااین‌حال، در برخی حوزه‌ها حرف مشخص، مدون و منقح داریم. در برنامه‌ها و دوره‌های مختلف نیز باید استادان مرتبط را دعوت کنیم تا این مباحث را مفصل باز کنند.

واقعیت دوم این است که کم‌بودن نظریه‌ها نباید باعث شود خودمان را دست‌کم بگیریم، تصور کنیم هیچ حرفی نداریم یا هیچ کاری از ما برنمی‌آید و در گوشه‌ای بنشینیم.

هرجا حرف مشخصی داریم و نادرستی حرف طرف مقابل نیز روشن است، باید محکم بایستیم و کنشگری کنیم. ابتدا باید مانع شویم حرف غلط طرف مقابل به کرسی بنشیند و اجرا شود. سپس باید بر راهکار خودمان پافشاری کنیم تا به نتیجه برسد و اجرا شود.

زیست‌شهر و راه‌حل مسئله مسکن

برای مثال، ممکن است برخی دوستان با بحث **زیست‌شهر** و ایده‌ای که آقای دکتر جهانبخش در حوزه مسکن مطرح می‌کنند آشنا باشند.

ایشان عضو هیئت علمی معماری و شهرسازی هستند و حدود ۱۵ سال روی این موضوع کار کرده‌اند. بحث‌های علمی و دانشگاهی، نمونه‌های بین‌المللی و جهانی و ابعاد فقهی و اسلامی آن را بررسی کرده‌اند و به ایده مشخصی رسیده‌اند که می‌تواند مسئله مسکن کشور را حل کند.

این ایده مورد قبول بسیاری از کارشناسان است و بخش‌هایی از آن در کشورهای مختلف نیز اجرا شده است. وقتی چنین راهکاری داریم، چرا محکم پای آن نمی‌ایستیم و مطالبه نمی‌کنیم که باید اجرا شود؟

باید از خانم صادق که با واگذاری زمین به مردم مخالف است پرسید چرا جلوی این کار را می‌گیرد. دولت نه زمین در اختیار مردم قرار داده و نه بلندمرتبه‌سازی را به نتیجه رسانده است.

نباید فقط بگوییم چرا فلان کار را انجام ندادید و بعد آه‌وناله کنیم. در کنار نقد سلبی باید راهکار ایجابی ارائه دهیم. ما راهکاری ایدئولوژیک‌تر، عملیاتی‌تر و نهادی‌تر داریم و باید آن را مطرح و پیگیری کنیم.

طرح‌ها باید در جلسات تخصصی ارائه شوند تا دیگران بدانند دقیقاً چیستند، نقدهایشان را مطرح کنند و ایرادهای احتمالی آن‌ها برطرف شود. هیچ طرحی بدون عیب نیست.

باید پیش از انتخابات، طرح‌ها بررسی و تکمیل شوند تا فرد همفکر ما وقتی در مناظره حاضر می‌شود، فقط نگوید طرحی دارم؛ بلکه بداند طرح چگونه اجرا می‌شود، زیرساخت و ابزار آن چیست و بتواند به نقدها پاسخ دهد.

در برخی مناظرات، فردی طرح خود را مطرح کرده، اما به‌دلیل نقدهایی که به آن وارد شده است، دیگر جرئت نکرده آن را ادامه دهد و توضیح دهد. این وضعیت باید پیش از ورود به مناظره اصلاح شود.

شکل‌گیری خلاقیت در فضای عمومی حکمرانی

در بسیاری از حوزه‌ها حرف و طرح ایجابی مشخص داریم و باید آن‌ها را پیگیری کنیم. نباید به این دلیل که تعداد طرح‌ها کم است یا در همه حوزه‌ها راهکار کامل نداریم، گوشه‌ای بنشینیم و اجازه دهیم جریان لیبرال هر کاری خواست با کشور انجام دهد.

واقعیت سوم این است که اگر وارد میدان شویم، این مسائل را پیگیری کنیم و فضای عمومی مناسبی شکل دهیم، ممکن است خود شما روی یک حوزه کار کنید و به راهکاری مشخص برسید.

وقتی جامعه انقلابی به‌صورت عمومی وارد عرصه حکمرانی شود، هزاران نفر می‌توانند نظریه و راهکار تولید کنند. اما تا زمانی که این فضای عمومی شکل نگرفته باشد، خلاقیت افراد نیز ظهور نمی‌کند.

وقتی درباره اربعین فضای عمومی ایجاد کردیم، عموم مردم وارد میدان شدند و هزاران خلاقیت، فناوری، نوآوری و اقدام تازه از دل آن شکل گرفت.

اما وقتی جامعه حزب‌اللهی از عرصه حکمرانی بی‌اطلاع است و هیچ کنشی ندارد، خلاقیت‌ها نیز فرصت ظهور و بروز پیدا نمی‌کنند.

باید حلقه‌های تبیین و مطالعه را راه‌اندازی کنیم، تجربه‌ها را با یکدیگر به اشتراک بگذاریم و گام‌به‌گام پیش برویم. با گسترش ارتباط‌ها و شکل‌دادن به فعالیت‌های جدی‌تر، می‌توانیم اکوسیستمی ایجاد کنیم که در آن نیروهای انقلابی و حزب‌اللهی وارد حوزه حکمرانی شوند و اثر بگذارند.