

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمه

در روزهای گذشته بحث‌هایی درباره وضعیت بودجه کشور مطرح گردید که فضای جدیدی را در جامعه ایران پدید آورد. سرآغاز رسمی و جدی این مباحث، گزارش دیوان محاسبات کشور بود که طی آن عدد عجیب و بزرگی به عنوان یارانه پنهان انرژی معرفی شد.^۱

دوم، اظهار نظر رئیس سازمان برنامه و بودجه بود که فرمودند قصد داریم کسری بودجه را از بین ببریم.^۲

در گام سوم، با متون تولیدی سایت‌های تحلیلی گمنام یا بعضاً مدعی بی‌طرفی و محتوای علمی-کارشناسی و سرانجام رسانه‌های اصلاح‌طلب مواجه شدیم که به پوشش مسأله یارانه پنهان انرژی پرداختند. در مرحله بعد، خبرگزاری‌هایی که به نهادهای حاکمیتی وابسته یا بعضاً کمک‌بگیر هستند هم به این جریان پیوستند و این خط خبری-تحلیلی را پیگیری

۱. یارانه پنهان در بخش گاز بیش از دو برابر منابع عمومی کشور است، به نقل از: خبرگزاری فارس، مورخ ۱۴۰۰/۷/۲۰

۲. بودجه ۱۴۰۱ بدون کسری بسته می‌شود، به نقل از: تارنمای سازمان برنامه و بودجه کشور، مورخ ۱۴۰۰/۸/۱

کردند که قانون هدفمندی یارانه‌ها بد اجرا شده و از این دریچه بر نقد دولت‌های گذشته متمرکز شدند. در نهایت، خبری درباره ارسال لایحه اصلاح ارز ۴۲۰۰ تومانی به مجلس منتشر گردید.^۱

طرح مسأله

مسأله‌ای که اینجا وجود دارد آن است که دو ایده کسری بودجه، قیمت ارز ترجیحی و یارانه انرژی چه ارتباطی با یکدیگر دارند و چه چشم‌اندازی را ترسیم می‌کنند. به نظر می‌رسد حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و طرح یارانه پنهان انرژی به عنوان راهکار اصلی جبران کسری بودجه سال آتی، لحاظ شده یا عده‌ای تلاش می‌کنند که چنین بشود. این تصمیم فرصت‌ها و تهدیدهایی را پیش روی دولت می‌گذارد. یکی این که دولت می‌تواند یارانه انرژی و تخصیص ارز ترجیحی را هدفمند کند، یعنی به گروه‌ها و طبقاتی از مردم پول بیشتری بدهد و بگوید هدفم گسترش عدالت اجتماعی است. این مسأله اول. مسأله دوم این که می‌گوید من کسری بودجه را کاهش داده و با مهار نقدینگی و عدم استقرار از بانک مرکزی، تورم را کنترل می‌کنم. سومین مسأله، ایجاد اعتراضات مردمی و کاهش محبوبیت دولت است. یعنی در حالی که دو ادعای اول در راستای

۱. لایحه اصلاح ارز ۴۲۰۰ تومانی به مجلس می‌رسد، به نقل از: پایگاه خبری-تحلیلی مشرق نیوز، مورخ: ۱۴۰۰/۸/۱۰

عدالت اجتماعی و اصلاح پارامترهای اقتصاد کلان پیش‌بینی می‌شود،
نگرانی‌های سیاسی-امنیتی هم شکل گرفته است.

پرسش اصلی

پرسشی که در این لحظه پدید می‌آید این است که جایگاه فرهنگ
عمومی در تصمیم‌گیری پیرامون راهکار پیشنهادی تأمین کسری بودجه از
طریق بازاندیشی در یارانه‌های پنهان چیست؟

چهارچوب مفهومی

چهارچوبی که برای این بررسی پیشنهاد می‌شود بازشناسی فرهنگ
عمومی به مثابه تصویرهای ذهنی و ایمازهای عمومیت یافته است. چرا که
مردم جامعه به مثابه یک کلیت، تصوراتی ریشه‌دار و مستحکم و بعضاً متنوع
و متغیر از دولت، عدالت، جامعه، شهروند و... دارند. بنابراین، دستیابی به
ترکیب موثقی از این تصورات به ما نشان می‌دهد که نقش فرهنگ عمومی
در قبال سرنوشت یک سیاست یا قانون خاص چه خواهد بود. روی
دیگر این بحث آن است که به‌واقع انگاره‌های عرفی و عمومی یا همان
مؤلفه‌های فرهنگ عمومی را نمی‌توان نادیده انگاشت. بلکه برای انجام
اقدامات اساسی در زمینه قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری لاجرم می‌بایست
انگاره‌های عرفی را مورد توجه قرار داد. به عبارت دیگر، هر دولت و

حاکمیت دموکراتیکی به میزانی می تواند سیاستی را اجرایی کند که بتواند فرهنگ عمومی را لحاظ کند. به دیگر سخن، چنانچه دولتی حمایت مردم را نداشته باشد، هیچ پروژه ای را نمی تواند پیش ببرد. تأکیدات رهبر انقلاب درباره مشارکت مردم در انتخابات نیز در همین زمینه قابل تفسیر است و مقصود معظم له از دعوت مردم برای مشارکت در سرنوشت خود صرفاً بالا بردن درصد مشارکت در لحظه رأی گیری نیست بلکه مقصد نهایی تشکیل یک دولت قوی برای اداره مقتدرانه کشور است. به همین دلیل اولین توصیه رهبری به دولت های مختلف در میان گذاشتن صادقانه مشکلات با مردم است. یک سوی طرح مشکلات با مردم، دعوت آن ها برای همکاری است و سوی دیگر آن در نظر گرفتن دیدگاه مردم به نحوی است که حرف گوینده مسموع واقع بشود. با این همه می بایست میان فرهنگ عمومی (به مثابه امری ریشه دار)، افکار عمومی (به مثابه امری سیال) و جنگ روانی (به مثابه پروژه ای موقت) تفاوت قائل شد.

روش بررسی

طبیعتاً یکی از روش های بررسی فرهنگ عمومی در چنین مواردی، مردم نگاری و استفاده از تکنیک مشاهده مشارکتی است که در این بررسی در دو سطح قابل پیگیری است. سطح اول این کاربست روشی، مشاهده مشارکتی به عنوان شهروندی است که در خیابان، فروشگاه، دانشگاه،

جمع‌های دوستانه، مراسم مذهبی و.... رفت‌وآمد دارد و با افراد مختلف هم‌نشینی و گفتگو می‌کند. سطح دوم به مشاهده مشارکتی و حضور فعال محقق در فضای کارشناسی کشور، شناخت چهارچوب فکری سیاست‌گذاران، مدیران دولتی، نمایندگان مجلس، کمیسیون‌ها و کمیته‌های تصمیم‌گیر، اندیشکده‌های مدعی سیاست‌پژوهی و... مربوط می‌شود. به‌علاوه، سطح سوم و مکمل دو بخش گذشته مباحث توصیفی-تحلیلی است که به ابعاد سیاسی یک تصمیم‌یابی ناظر خواهد بود. بر این اساس، یافته‌های این بحث در سه سطح توضیح داده می‌شود که همان بسترهای فرهنگی، علمی-کارشناسی، و سیاسی-اجتماعی تصمیم‌گیری درباره یارانه پنهان است.

یافته‌ها

الف) بستر فرهنگی تصمیم‌گیری درباره یارانه پنهان

نخستین بستر تصمیم‌گیری درباره یارانه پنهان، بافت و زمینه فرهنگی است و هر سیاستمداری برای تصمیم‌گیری در این رابطه باید در مورد چند تصویر اساسی حاکم بر ذهنیت جامعه تأمل کند: اول- تصویر مردم از دولت مستقر (مقام تصمیم‌گیر)، دوم- تصویر مردم از نفت و بنزین (موضوع تصمیم‌گیری)، سوم- تصویر مردم از هادفمندی یارانه‌ها (تجربه و سابقه تصمیم‌گیری)، چهارم- اخبار جهانی اخیر درباره سوخت و بنزین (محیط بیرونی تصمیم‌گیری).

۱- تصویر مردم از رییس‌جمهور و معاون اول؛ داد و دهش

عموم هواداران دولت سیزدهم هنگامی که به آقای رییس فکر می‌کنند، به خاطر می‌آورند که ایشان وقتی به آستان قدس رضوی مشرف شد، یک ناهارخوری آستان را به دو غذاخوری تبدیل کرد. یعنی یک وعده غذایی را به چهار وعده مبدل کرد. همچنین، از تکنولوژی استفاده کرد و گفت وارد مشهد که می‌شوید، می‌آیید در حریم حرم و ثبت نام می‌کنید و پس از تأیید، غذای حضرتی دریافت می‌کنید. نگفت شما پولدار هستی یا بی‌پول؛ با اتوبوس آمدی یا هواپیما؛ گوسفند عقیقه کردی یا نکردی. اگرچه بعضاً در گذشته چنین مواردی بوده و باقی مانده. در قوه قضاییه هم عملکرد آقای رییس در جهت مقابله با سلطان سکه و سلطان دلار، دختر و داماد وزیر و... بوده و نه تنها تخلف‌ها و زرنگی‌های خرد شهروندان عادی اولویت او نبوده بلکه تسریع در مراحل دادرسی و احقاق حقوق عامه در دستور کارش بوده است. این تصویر مردم از رییس‌جمهوری بوده که به او رأی دادند.

تصویر مردم از معاون اول رییس‌جمهور - به عنوان مهم‌ترین عنصر اقتصادی کابینه - چیست؟ وقتی در جایی سیل می‌آمد شما می‌دیدید که رییس ستاد اجرایی فرمان امام - معاون اول امروز - می‌رود و تعدادی هم نیشان پشت سر هم یخچال، آبگرمکن، اجاق گاز و... می‌برند. یا مثلاً می‌شنیدید که جوانان وابسته به فلان مجموعه نمی‌توانند الان ازدواج کنند، از ستاد اجرایی پیگیری می‌شدند چند نفر هستند.

مدتی بعد ستاد اجرایی همان تعداد جهیزیه می داد و اینها رفتند سر زندگی خودشان. به شما گفتند کاری زمین مانده و ما الان تحریم هستیم و مثلاً نمی توانیم واکسن بسازیم، ستاد اجرایی ورود می کرد و سعی می کرد بار زمین مانده را بردارد. بنابراین، تصویر مردم از دولت با سیاستی که می خواهد قیمت ها را بالا ببرد همخوان نیست.

این را هم در نظر داشته باشید که از یک طرف، رئیس جمهور امروز چهار سال در حال داد و دهش بوده، و از طرف دیگر ناکامی برجرام عملاً سه سال این ملت را آزار داده، اما با این شرایط رأی ایشان از ۱۶ میلیون به ۱۷۵ میلیون رسیده است. البته نباید تأثیر مشارکت ۴۷۸ درصدی را منکر شد، بلکه اگر خوشبین باشیم، ممکن است بگوییم یک و نیم میلیون از آن رأی باطله هم متعلق به آقای ریسی بوده و رأی ایشان ۲۰ میلیون است. با وجود این، حقیقت این است که تلاش های مثبت آقای ریسی و نیز دستاوردهای منفی دولت قبل، بعلاوه تلاش صداوسیما برای بازتاب وسیع عملکرد مثبت مسئولین به منظور افزایش سرمایه اجتماعی حاکمیت نتوانست تحول شگرفی در میزان مشارکت مردم پدید آورد. این یعنی دولت به لحاظ سیاسی و اجتماعی نمی تواند تصمیمات عجیب اقتصادی اتخاذ کند. چرا که اراده های مخالف و خنثی می تواند به ضد او برگردد. چنین وضعیتی حتی از طریق انجام فعالیت های فرهنگی و تبلیغاتی به سهولت قابل ترمیم نیست.

۲- تصویر مردم از نفت و بنزین، میراث سرزمینی

مسأله دوم تصویر و تصور مردم از نفت و بنزین است. ایرانیان نفت و بنزین را میراث سرزمینی و خداداد خود می دانند. بنابراین، هرگاه مسئولان کشور از مقام معظم رهبری تا خبرنگار اقتصادی صداوسیما برای مردم سخن می گویند و ظرفیت های کشور را برای پیشرفت بیان می کنند به نیروی انسانی جوان و تحصیل کرده و منابع خدادادی اشاره می کنند. ظرفیت اول فعلاً از حوزه تمرکز این متن خارج است اما وقتی دائماً گفته می شود ایران از نظر منابع نفت و گاز در جهان دوم است، گران کردن نفت و گاز برای این مردم معنی خاصی دارد.

در واقع، انگاره ذهنی مردم این است که نفت و بنزین برای خودمان است که دارند به خودمان گران می فروشند. بدین ترتیب، شما می توانید بگویید الان در حوزه لوازم خانگی تحریم هستیم و به همین دلیل گران شده است. اما گفتن این سخن درباره نفت قابل قبول نیست.

به عبارت دیگر، وقتی شما به عنوان پدر به دخترتان می گوید نمی توانید مسافرت یا رستوران یا خرید لباس برویم چون پول نداریم، می گوید بله چون پول نداریم، نمی رویم و نمی خوریم و نمی خریم.

ولی شما نمی توانید به فرزندتان بگویید چون پول نداریم نوازش هم نمی کنم، پیاده روی هم نمی رویم.

۳- تصویر مردم از هدفمندی یارانه؛ افزایش تورم عمومی و

گریز طبقات بالا

مسئله سوم به تصویر ذهنی مردم از یارانه ارجاع دارد. علیرغم این که به نظر برخی کارشناسان، هدفمندی یارانه‌ها در دوره احمدی‌نژاد اقدام بسیار مثبتی بود اما گروه‌هایی از اقتصاددانان در آن لحظه وارونه‌نمایی کردند و تورم سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ را که ناشی از تحریم، کاهش درآمد‌های دولت و نزول ارزش پول ملی بود، به گردن یارانه‌ها انداختند. امری که با استقبال جریان‌های سیاسی مختلف روبرو شده و بازتاب گسترده‌ای در عرصه عمومی جامعه یافت. بنابراین، امروزه بخش قابل توجهی از مردم معتقدند، هدفمندی یارانه‌ها عامل اصلی تورم بوده و مهم‌ترین پیامد آن افزایش ثروت طبقات بالا است که ارزش‌داری و قیمت خدمات‌شان بالا رفته است. در حالی که اکنون روشن شده است تورم ناشی از چه بود و چرا در دوره حسن روحانی شدت بیشتری پیدا کرد. بدین ترتیب، فارغ از این که هدف از سیاه‌نمایی درباره طرح هدفمندی یارانه‌ها چه بود، آنچه مسلم است؛ اگر اکنون دولت بگوید مقصود از هدفمندی یارانه پنهان انرژی، کاهش تورم و استقرار عدالت در بهره‌مندی از یارانه‌ها است در باور عمومی مورد پذیرش قرار نخواهد گرفت. بالعکس، آنچه در افواه عمومی جریان دارد این است که «ای کاش یارانه را نمی‌دادند ولی به تورم قبلی برمی‌گشتیم».

۴- اخبار جهانی اخیر درباره سوخت و بنزین؛ از ونزوئلا و

لبنان تا انگلیس و ترکیه

آخرین تصویر به لحظه اکنون ما و خبرهایی که درباره سوخت و بنزین می شنویم و در ناخودآگاه ما اثر می گذارد، باز می گردد. ارسال بنزین از ایران به ونزوئلا، فروش نفت ایران به لبنان، کمبود بنزین و ایجاد صف های طولانی در پمپ بنزین های انگلیس، افزایش قیمت بنزین و گازوئیل در ترکیه و... اهم این اخبار است. از آنجا که ونزوئلا و لبنان تحت تحریم آمریکا هستند و انگلیس و ترکیه به ترتیب در شمار کشورهای متخاصم و رقیب ایران قلمداد می شوند در شبکه های اجتماعی مانند توئیتر تقابل مختصری هم پدید آمد و مثلاً توئیٹ شد: «اگر شما هم متحد ما بودید برای شما بنزین می آوردیم آقای انگلیس». حالا در چنین شرایطی دولت می خواهد بگوید ما هم چاره ای جز گران کردن بنزین نداریم.

در جمع بندی بخش (الف) به نظر می رسد بستر فرهنگی تصمیم گیری درباره یارانه پنهان یعنی تصویر و تصور مردم درباره چنین تصمیمی اساساً مثبت نیست. گو اینکه عملکرد رئیس دولت

سیزدهم در آستان قدس رضوی(ع) و قوه قضائیه و نیز دیدگاه‌های مطرح شده ایشان در جریان انتخابات ریاست جمهوری منجر به خلق انتظارات متفاوتی شده است و از این بابت، کنار گذاشتن رویه مذکور می‌تواند امید اجتماعی پدیدآمده در جامعه را -که از خصلت شکنندگی برخوردار است - به چالش بکشاند.^۱

ب) بستر علمی و کارشناسی تصمیم گیری درباره یارانه

پنهان:

دومین بستر تصمیم گیری درباره یارانه پنهان، زمینه و بافت علمی و کارشناسی است و هر سیاستمداری برای اینکه در مورد یارانه پنهان تصمیم بگیرد، می‌بایست درباره تصاویر تأثیرگذار غالب بر ذهنیت نظام کارشناسی و سیاستگذاری متعارف کشور تأمل کند: اول- تقلیل مسأله بودجه به معادله بودجه (رویکرد کارشناسی تصمیم گیری)، دوم- تنزل ابعاد مختلف تصمیم سیاستی به پیامدهای انتظامی و امنیتی (پیامد تصمیم گیری تقلیل گرا)، سوم- بی توجهی به کنشگری

۱. به عنوان مثال، خبرگزاری فارس در گزارش خود از مناظره سوم (مورخ ۱۴۰۰/۳/۲۲) به نقل از رئیس جمهور منتخب آورده است: «مسئول طرح بنزین، دولت بود. آن بخشی که در جلسه سران قوا مطرح شد فقط محل هزینه کرد آن بود. برای اینکه بدانند مقصر کیست هم گزارش دبیرخانه شورای عالی امنیت ملی وجود دارد هم مسئولان عالی رتبه قضائی. اگر کسی قرار باشد پاسخگو باشد آقای روحانی است. تمام بازداشتی‌ها هم مدت‌هاست که عفو شده‌اند مگر آن‌هایی که ارتباط خارجی داشته‌اند.»

راهبردی در تأمین کسری بودجه (ابعاد فرامتنی تصمیم گیری)،
چهارم- غفلت از جایگاه بنزین در زندگی روزمره جامعه ایرانی
(محیط اجتماعی- معیشتی تصمیم گیری).

۱- تقلیل مسأله بودجه به معادله بودجه؛ ابداع مفهوم یارانه

پنهان

کارشناسان امور مالی و برنامه ریزی کشور در گذر زمان مسأله بودجه را به معادله بودجه تقلیل داده و امروزه از درون آن یارانه پنهان را به مثابه کلید نجات کشور استخراج کرده اند. منظور از تقلیل بودجه چیست؟ هنگامی که از مسأله بودجه سخن گفته می شود درباره معیشت بازنشستگان، کرامت معلمان، آموزش دانش آموزان، بهداشت و درمان جامعه، سلامت و تربیت بدنی، تبعیض مثبت برای زنان سرپرست خانوار، حمایت از سازمان های مردم نهاد، تقویت دستگاه دین و تبلیغ و... بحث می شود، اما زمانی که بودجه به معادله تبدیل می شود با یک معادله روبرو می شویم. معادله ای که دو سمت دارد، هزینه و درآمد، و اینها باید مساوی هم باشند. یعنی مجموع X_1 و X_2 و... مساوی Y_1 و Y_2 و... باشد ($=X_1+X_2+Y_1+Y_2$). در این حالت متخصصان بودجه معادله را حل می کنند و مقادیر لازم برای تأمین کسری بودجه را محاسبه می نمایند و فی المثل به این نتیجه می رسند که اگر دلار را به ۱۷,۵۰۰ تومان و قیمت بنزین را به ۵,۰۰۰ تومان برسانند معادله شان حل می شود. اما سؤال بدون پاسخ این است که پس از حل معادله بودجه،

تکلیف مردم، خانواده، ازدواج، نظام دانشگاهی، زیارت و... چه می شود؟ کاری که عموم کارشناسان امور برنامه و بودجه انجام می دهند حل معادله بودجه است. نقطه مقابل، دیدگاه شناسایی بودجه به مثابه یک مسئله (اجتماعی) است. برای فهم بهتر این موضوع از یک مثال استفاده می کنیم که در آن «دولت در جامعه» به منزله «پدر در خانواده» است. در این حالت، صرف حل معادله گره کار ما را باز نمی کند. زیرا چه اهمیتی دارد دخل و خرج پدری درست باشد اما دخترش تا دیروقت در خیابان بماند، پسرش مواد مصرف کند و همسرش افسردگی بگیرد. با این تفاسیر وقتی بودجه به معادله تقلیل یافت و حل و فصل شد، باید برای جلوگیری از شورش های اجتماعی بعدی آماده بود. باید نیروی انتظامی و گشت ارشاد و سازمان امور اجتماعی را تقویت کرد تا منویات دولت (حرمت پدر) حفظ بشود. باید با کار امنیتی پیچیده مانع سرخوردگی جامعه (طلاق عاطفی همسر) شد. چرا که جامعه افسرده و ناامید به دولت بیگانه (مرد نامحرم) دل می بندد و تن به روابط نامشروع می دهد. شاید به همین دلیل است که مهمترین معاونت سازمان برنامه و بودجه، معاونت فرهنگی- اجتماعی است اما سال های طولانی شخص معاون و همه مدیران کل او مهندس و بعضاً پزشک بوده اند! چه بسا، گام اول تخفیف مشکل بودجه عضویت دو جامعه شناس در شورای عالی اقتصاد باشد.

۲- تنزل ابعاد مختلف تصمیم‌سیاستی به پیامدهای انتظامی-

امنیتی

حالا فرض کنید همان پدری که در مثال قبل گفته شد ماهانه ۶ میلیون تومان کسری بودجه داشته باشد، آیا می‌تواند این مبلغ را از راه شغل دوم و مثلاً از طریق مسافركشی تأمین کند؟ آیا می‌تواند بعد از فارغ شدن از شغل اول -مثلاً از ساعت ۱۷ تا ۲۲- روزی ۲۰۰ هزار تومان مسافركشی کند؟ آیا با چنین تصمیمی چیزی از خانواده باقی می‌ماند؟ در پاسخ به این سؤال می‌توان گفت عموماً اگر پدری هر روز از ساعت ۷ صبح تا ۲۲ بیرون از خانه باشد خانواده او دچار فروپاشی می‌شود. هنگامی که کارشناس امور مالی به چشم معادله با موضوع مواجه شود، رفع کسری بودجه اولویت اول خواهد بود. اما زمانی که به چشم مسأله نگاه کنیم ممکن است تصور کنیم باید اولویت‌ها را تغییر داد یا مسایل بدون اولویت را حذف کرد. مثلاً در مثال قبل ممکن است از ثبت نام فرزند(ان) در مدرسه غیرانتفاعی یا یک سفر تفریحی صرف نظر کند یا محله سکونت خود را پایین بیاورد. بنابراین، مهم‌ترین رکن تصمیم پدر بر اساس این پرسش استوار می‌شود که «خانواده تحمل چه سطحی از تغییرات دارد». در مقابل، مشکل نظام برنامه‌ریزی از جایی آغاز می‌شود که می‌گویند با تغییر X_1 و X_2 معادله حل می‌شود اما جامعه به هم می‌ریزد. بنابراین، اگر پدر مثال قبل، با رویکرد نظام کارشناسی مستقر اقدام به حل معادله خود کند ناچار است از دوربین

..... تدابیر ارزی-بودجه ای دولت سیزدهم؛ به سوی پیوست فرهنگی

مدار بسته، قفل های پیشرفته درب منزل و... استفاده کند و مرتباً از وضعیت اعضای خانواده مطلع باشد. پس تقلیل مسأله بودجه به معادله بودجه، نیازمند افزایش نظارت بیشتر و تمهیدات امنیتی و انتظامی خواهد بود.

۳- بی توجهی به کنشگری راهبردی در تأمین کسری بودجه؛

افزایش درآمدها از طرق فرامتنی

حالا چطور می شود مسأله بودجه را حل کرد؟ من نمی دانم. ولی راه حل آن در گفتارهای اقتصادی نیست. کسی می تواند مسأله بودجه را حل کند که نگاه استراتژیک دارد. ممکن است کسی بگوید کاری که باید انجام دهیم این است که به عنوان مثال قیمت نفت را در بازار جهانی بالا ببریم تا درآمد کشور افزایش یابد. چطور می شود قیمت نفت را در جهان بالا برد؟ گاهی اوقات سخنرانی های تند مقامات رسمی قیمت نفت را در جهان بالا می برد. بعضی مواقع خروج یک کشور از ایک یا بالا رفتن سطح تنش در منطقه قیمت نفت را بالا می برد (فی المثل شلیک چند موشک از یک پایگاه سوری به سمت پایگاه های غیرقانونی ترکیه). به هر حال، زمانی که فرد از سطحی بالاتر به مسأله بودجه نگاه می کند، راه حل های جدیدی به نظرش می رسد، راه افزایش درآمد ممکن است این باشد که دیگر نفت نفروشد و یا به شکل دیگری بفروشد. یا بحث هایی مثل منطقه گرایی و... که بعضاً زمان بر هستند اما راه حل واقعی و مصداق راهبردی جراحی اقتصادی قلمداد

می شوند. اما گرایش به حل معادله بودجه همواره غالب است چرا که حل معادله بودجه آسانترین جواب را جلوی سیاستمدار می گذارد. بالاخص زمانی که دولتی ۱۵ مرداد سرکار آمده و باید بودجه را تا ۱۵ آذر تحویل مجلس بدهد و در واقع فرصتی برای ایجاد تحول در بودجه نداشته است.

۴- غفلت از جایگاه بنزین در زندگی روزمره؛ تحول طبقات

اجتماعی از دوگانه کارگر- کارفرما به اسنپی- سرمایه آور

یکی از موضوعاتی که مسئله بودجه را امنیتی می کند، غفلت از جایگاه بنزین در زندگی روزمره ایرانیان است. سال‌های طولانی است که خدمات بزرگترین بخش اقتصاد ایران است. به خصوص اگر اقتصاد کشاورزی و دامداری روستایی کنار گذاشته شود، سهم واقعی تولید در اقتصاد کشور روشن می شود. به نظر بنده صحنه اقتصاد کلان کشور - بالاخص بازنمایی رسانه‌ای آن - دو طبقه را نشان می دهد: سرمایه آور و اسنپی. این وضعیت خصوصاً در کلان‌شهرها که کانون شکل‌گیری شورش‌ها و اعتراضات اجتماعی هستند اهمیت مضاعفی دارد. اما منظور از سرمایه آور کیست؟ سرمایه آور کسی است که می تواند وام‌های سنگینی بگیرد و قصد پس دادن هم ندارد. مثلاً حسین هدایتی در حوزه ورزش و فوتبال و یا هادی رضوی در حوزه فیلم و سریال، مصادیق شناخته شده‌ی سرمایه آور هستند. یعنی برای پولی که دستشان است زحمت چندانی نکشیدند. این بخشی از جامعه

است که بعضاً با برخورد قضایی روبرو شده و در افکار عمومی اسمش را ابردهکار بانکی، اختلاس گر و... گذاشته اند. بخش دیگر، مردمی هستند که با ماشین شان کار می کنند. بعضاً شغل اصلی آنها نیست اما چون حقوق اول آنها کفاف نمی دهد و کار دیگری هم نمی توانند بکنند به واسطه رانندگی، درآمد مکملی دارند. البته گروه هایی از آنها هم بعضاً از شهرهای کوچک به کلان شهرها می آیند و با ماشین کار می کنند. در این شرایط، افزایش قیمت بنزین ممکن است حیات و کرامت آنها را تهدید کند. بعضاً تنها کمکی که حکومت به آنها می کند دادن بنزین ارزان است و قطع این کمک می تواند پایان رابطه آنها و حکومت باشد. در جمع بندی بخش (ب) و مختصات نظام علمی و کارشناسی کشور، می توان گفت ابداع مفهوم یارانه پنهان روی دیگر تقلیل مسأله بودجه به معادله بودجه است. موضوعی که ابعاد مختلف یک تصمیم سیاسی را به پیامدهای انتظامی - امنیتی تنزل می دهد. برای برون رفت از این اشتباه خطیر کشور، نیازمند توجه ویژه به جایگاه بنزین در زندگی روزمره شهروندان و نیز چاره اندیشی برای تأمین کسری بودجه از طریق کنشگری های راهبردی است.

ج) بستر سیاسی - اجتماعی تصمیم گیری درباره یارانه پنهان:

سومین بستر تصمیم گیری درباره یارانه پنهان، زمینه و بافتار سیاسی - اجتماعی است و هر سیاستمداری برای اینکه در این باره تصمیم بگیرد،

باید پیرامون چند تصویر کلیدی محتمل در ذهنیت جامعه تفکر کند:
اول- خوانش سیاسی فرهنگ عمومی از کسری بودجه (علت اصلی
تصمیم‌گیری)، دوم- دیدگاه اقتصادی حاکم بر دولت (پشتوانه علمی
و کارشناسی تصمیم‌گیری)، سوم- گفتار سیاسی-اجتماعی متناسب با
دیدگاه اقتصادی (پیامد گفتمانی تصمیم‌گیری).

۱- خوانش فرهنگ عمومی از کسری بودجه؛ تاوان سیاست

خارجی‌تحریم‌آفرین

اولین نکته‌ای که از فضای عمومی جامعه مستفاد می‌شود این است که گران شدن بنزین با این گزاره قابل‌توصیف است: «داریم تاوان سیاست خارجی تحریم‌آفرین را می‌دهیم و بعید هم هست توافقی ایجاد بشود». ولی چرا جامعه از این مسأله، تاوان سیاست خارجی می‌فهمد؟ برای این که یک مرتبه در زمان احمدی‌نژاد یارانه هدفمند شد. اتفاقاً قیمت جهانی نفت و بنزین هم از الان گران‌تر بود و قیمت بنزین به قیمت فوب خلیج فارس هم رسانده شد. بنابراین، این که اکنون و بعد از یک دهه مقرر شود مجدداً هدفمندی انجام بگیرد به خاطر این است که پول ملی بی‌ارزش شده است. یعنی اگر در زمان هدفمندی قبلی

قیمت بنزین ۱۰۰ دلار بود و قیمت بنزین شد ۳۰۰۰ تومان، امروز با قیمت نفت ۸۶ دلاری قیمت بنزین می‌شود ۱۴۰۰۰ تومان. بنابراین، تلاش برای هدفمند کردن دوباره اصولاً ربطی به این مسئله ندارد که دولت‌های قبلی قیمت بنزین را هدفمند نکردند یا قانون را اشتباه اجرا کردند. بلکه مسأله این است که ارزش پول ملی دائماً دارد افت می‌کند. با این نگاه و با حساب و کتاب کارشناسان امور مالی و اقتصادی، یک راه مواجهه با این وضعیت آن است که هر سال متناسب با تحولات داخلی و خارجی، قیمت بنزین تعیین بشود. راه دیگر این است که گفته شود اصولاً از این به بعد بنزین بصورت دلاری فروخته می‌شود و قیمت‌گذاری دستوری منسوخ گردد.

البته مسئله زمانی پیچیده‌تر می‌شود که دولت مستقر به عنوان دولت «ایران قدرتمند» یا همان «داد و دهش» بگوید مصمم است قیمت کالاهای تولیدی جامعه مثل مرغ و تخم مرغ، شیر و لبنیات، دارو و درمان، کرایه تاکسی و مترو، خودرو، لوازم خانگی و... را کنترل کند اما قیمت کالای راهبردی خود یعنی انرژی را افزایش بدهد. در حالی که همه می‌دانند بسیاری از نهادهای تولیدی از خارج کشور وارد می‌شود و با قیمت دلار افزایش قیمت یافته است و یا این که چنانچه با قیمت سابق عرضه شود مشمول قاچاق خواهد شد.

۲- صحنه‌گردانی دیدگاه اقتصادی لیبرال و تجویز سیاسی-

اجتماعی جهانی شدن

تأکید بیش از حد بر همگرایی قیمت‌کالاهاى استراتژیک دولت با قیمت‌های بین‌المللی چیزی جز صحنه گذاشتن بر گفتارهای اقتصادی لیبرال نیست. به همین جهت، سیاست تأمین کسری بودجه از طریق افزایش قیمت حامل‌های انرژی با استقبال پایگاه‌های خبری-تحلیلی مدعی کارشناسی علمی، بی‌طرفی سیاسی، اصلاح‌طلب و... روبرو شده است. به عبارت دیگر، دولت نمی‌تواند بگوید قیمت حامل‌های انرژی مطابق با قیمت‌های جهانی باشد اما قیمت لوازم خانگی، خودرو و... با تعرفه داخلی قیمت‌گذاری بشود. به دیگر سخن، همانطور که همترازی قیمت انرژی به صلاح دولت است، همترازی قیمت سایر کالاها و خدمات به صلاح ملت است. و حتی بیش از این، تبعیض مثبت به نفع تولید داخل تنها در صورتی منطقی است که سیاست خارجی تحریم‌آفرین چنین ضرورتی را فراهم کرده باشد. (لازم به ذکر است که این متن در پی توصیف انگاره‌های عمومی جامعه است و قصد بررسی صحت و سقم سیاست‌ها را ندارد. بلکه نیک می‌داند گسترش تولید از جهت ایجاد اشتغال و افزایش درآمد مالیاتی می‌تواند مصلحت ملت و دولت را جمع کند).

۳- امکان احیای سیاست‌های برجامی و بازسازی رقیب

پذیرش کسری بودجه به عنوان تاوان سیاست خارجی طرفدار جبهه مقاومت و نیز تداوم میدان‌داری گفتار اقتصادی لیبرال که تنها راه نجات کشور را ادغام در نظام جهانی بازار می‌داند سبب می‌شود سیاست‌های برجامی و رقیب سیاسی دولت احیا شوند. زیرا نتیجه عملی دو مقوله نخست آن است که همه ادعاهای مطرح‌شده راجع به غربگرایی دولت گذشته، از جمله زبان‌های بی‌توجهی به کشورهای منطقه و همسایگان، رویکرد همکاری راهبردی با شرق و... بی‌ثمرند یا حداقل در کوتاه‌مدت فاقد امکان ایجاد تحول هستند.

در جمع‌بندی بخش (ج) می‌توان گفت بستر سیاسی-اجتماعی تصمیم‌گیری درباره پنهان‌نشان می‌دهد تصویر و تصور مردم درباره چنین تصمیمی کاملاً برخلاف شعارهای کلان دولت خواهد بود.

۴- پنهان‌کاری، لکنت زبان در توضیح و کاهش اعتماد عمومی

یکی از تصاویر قطعی در ذهنیت جامعه ایرانی و کارشناسان اقتصادی تأثیر مستقیم افزایش قیمت دلار و بنزین در سیر صعودی قیمت‌ها و تورم قریب‌الوقوع است. بر این اساس، راهکارهای دولت‌ها برای کنترل وضعیت نیز کاملاً برای مردم و افکار عمومی آشنا است و اهم آن‌ها عبارت است از: ۱- ذخیره‌سازی کالاهای اساسی به میزان لازم قبل از

۱- اجرای تصمیم، ۲- اطمینان بخشی به مردم درباره پرداخت جبران افزایش قیمت‌ها، ۳- کنترل انتظارات تورمی و ممانعت از وارد آمدن فشار بیشتر به مردم؛ که البته مورد (۲) در دو دولت گذشته علی‌رغم نظر کارشناسان حوزه‌های مالی و بودجه اجرایی شده است.

بدین ترتیب، آگاهی سیاست‌گذاران از پیامدهای احتمالی تصمیم خود در زندگی روزمره شهروندان سبب می‌شود تا از یک سو شاهد گسترش زرمه‌هایی راجع به مسئله اصلاح بودجه در عرصه عمومی باشیم و از سوی دیگر با تکذیب هرگونه تصمیم برای افزایش قیمت انرژی و حذف یارانه‌های پنهان روبرو شویم. چنانچه چنین وضعیت ابهام‌آلودی تداوم یابد و گفتگوهای عرصه تصمیم‌گیری به فضای عمومی جامعه انتقال نیابد، نتیجه‌ای جز انباشت گمانه‌زنی‌ها و تراکم شایعات در عرصه عمومی برجای نخواهد گذاشت. اگرچه انباشته شدن جامعه از گمانه‌زنی و تراکم شایعات امری منفی و مضر است اما مسئله هنگامی بغرنج‌تر می‌شود که تکذیب‌های مکرر گذشته جای خود را به تأیید دفعی بدهد، و می‌دانیم که تکذیب تکذیب‌های گذشته مصداق دروغ‌گویی است. در چنین شرایطی توده بزرگ گمانه‌زنی‌ها و تراکم شایعات با اولین جرقه -که همان تأیید دفعی است- همچون انباری از باروت عمل کرده و منفجر خواهد شد، و طبیعتاً زمینه را برای مداخله دامن‌زنندگان گمانه‌زنی‌های سابق -اعم

از افراد و رسانه‌های داخلی و خارجی - مهیا می‌کند. این انفجار که در کوتاه‌مدت سبب تخریب اماکن عمومی و آسیب رساندن به ساختمان‌های دولتی، پمپ بنزین‌ها، فروشگاه‌ها و... خواهد شد در بلندمدت به گسترش بی‌اعتمادی عمومی و توسعه شایعه‌سازی منجر می‌شود. داستانی که در آبان ۱۳۹۸ به وقوع پیوست و سخن رئیس‌جمهور که با تأخیری چندین روزه تصریح کردند: «خودم هم بی‌خبر بودم و صبح جمعه فهمیدم بنزین گران شده» را به یکی از جملات فراموش‌نشدنی تاریخ معاصر ایران تبدیل کرد.^۱

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در یک جمع‌بندی کلی آنچه در سطور گذشته آمد را می‌توان در نمودار (۱) نشان داد.

همچنین، به نظر می‌رسد هم دولت در افکار عمومی مؤثر است و هم افکار عمومی بر تصمیم دولت تأثیرگذار است. بنابراین، اگر راه‌های ارتباطی این دو مسدود بشود نتیجه‌اش حوادث آبان ۱۳۹۸ می‌شود. بر این اساس:

۱- دولت باید از تکرار اشتباهات سال ۱۳۹۸ پرهیز کند، زیرا مادامی که فرهنگ عمومی، توجیه و همراه نشود، اتخاذ هر سیاستی با شکست روبرو می‌شود.

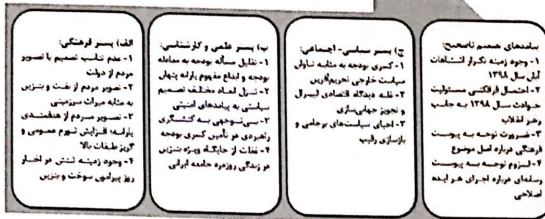
۱. روحانی: من هم صبح جمعه خبردار شدم!، به نقل از: سایت روزنامه فرهیختگان، مورخ: ۱۳۹۸/۹/۶

۲- برای اجرای هر سیاست اصلاحی پیوست فرهنگی و رسانه‌ای را باید مدنظر قرار دارد، تا اولاً بهترین مسیر برای اصلاح بودجه اتخاذ شود (پیوست فرهنگی) و ثانیاً در صورت اتخاذ تصمیم نسبت به متقاعدسازی مردم اقدام لازم صورت بگیرد (پیوست رسانه‌ای).

۳- مجموعه حاکمیت باید حوادث آبان ۱۳۹۸ را دقیقاً بررسی و مطالعه کند. زیرا به نظر می‌رسد این واقعه، یک اتفاق ساده نبوده بلکه می‌توان عنوان «الگوی براندازی در دوران تحریم‌های فلج‌کننده» را بر آن گذاشت. دلیل این ادعا شباهت‌های بسیار این واقعه با ماجرای کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ است با این تفاوت که کنش فعالان‌های را که رهبر معظم انقلاب اسلامی انجام داد مرحوم آیت‌الله کاشانی انجام نداد. با وجود این، علی‌رغم گذشت دو سال از آن حادثه، گروه‌های بسیاری از مردم و حتی معتقدین به نظام و هسته سخت جمهوری اسلامی نسبت به اصل آن ماجرا تردیدهایی دارند.

۴- چنانچه مجدداً دولت سیزدهم همان تجربه را رقم بزند، با توجه به نحوه عملکرد رئیس دولت دوازدهم و نیز مواضع سیاسی سران سه قوه در دوره مذکور، مسئولیت کلیه حوادث آن سال - اعم از کشته‌ها و تورم - از دوش دولت اعتدال برداشته شده و به حساب رهبر انقلاب و جریان اصول‌گرایی گذاشته خواهد شد.

تدابیر ارزی-بودجه ای دولت سیزدهم؛ به سوی پیوست فرهنگی



نمودار ۱. بسترهای اجرایی و پیامدهای تأمین کسری بودجه از طریق اصلاح پارانه پنهان انرژی

خلاصه مذاکره «اولین جلسه کارگروه ویژه ابعاد فرهنگی تدابیر

اقتصادی دولت سیزدهم

محل: دفتر دبیر شورای فرهنگ عمومی

تاریخ: ۱۴۰۰/۸/۱۲

ساعت: ۹:۴۵-۹

خلاصه مذاکرات:

اولین جلسه کارگروه ویژه ابعاد فرهنگی تدابیر اقتصادی دولت سیزدهم، با حضور آقای دکتر سید مجید امامی، دبیر شورای فرهنگ عمومی و اعضای این کارگروه در دفتر دبیر شورا برگزار گردید. در این جلسه پس از تلاوت آیاتی از کلام ا... مجید، آقای دکتر امامی بیان کردند: با توجه به این که دولت سیزدهم، نگاه فرهنگی به زیست، زندگی و معیشت مردم دارد؛ مجموعه شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای فرهنگ عمومی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز مترصد بهره مندی از این فرصت فرهنگی است. در جلسه ۷۶۰ شورا، نمایندگان مدعو از وزارت اقتصاد به موضوع «تصویب بخشی از تدابیر اقتصادی دولت اشاره کردند و بر همین اساس «تهیه و تنظیم پیوست فرهنگی و رسانه ای» در کنار بحث امنیت و اجتماعی آن را ضروری دانستند. ایشان همچنین تصمیم اتخاذ شده در جلسه ۷۶۰ شورا را بدین نحو بیان کردند:

در ادامه این بحث، اعضای شرکت کننده، نظرها و پیشنهادهای خود را بیان کردند که خلاصه آن در ذیل می آید:

آقای دکتر سید محمدهادی سبحانیان:

- بدون مفاهمه و گفت و گو با مردم نمی توان به اصلاحات اقتصادی در کشور دست یافت.

- بسیاری از اصلاحات اقتصادی به دلیل تعارض منافع برخی گروهها، چندان پیش نرفت. رفع این مشکل با مطالبه گری رسانه ها امکان پذیر است.
- با توجه به گستره تحولات اقتصادی در دولت سیزدهم و متأثر شدن برخی کالاهای اساسی در کشور؛ می بایست موضوع با درایت خاصی مدیریت شود.

- ستادی در دولت تشکیل شده است که با محوریت سازمان برنامه و بودجه، ابعاد کار را بررسی کند. از سویی نیز می بایست وزارت اقتصاد با همکاری دستگاه های فرهنگی، تدابیری بیندیشد که چارچوب گفت و گوها در رسانه ها تبیین و مشخص شود.

- در فرآیند اقناع سازی باید طوری عمل شود که نشان دهد؛ تداوم وضعیت کنونی به نفع مردم نیست و منافع مردم در طرح تحول اقتصادی است. ولی در مورد زمان اجرای طرح، نباید اطلاع رسانی شود. همچنین یک پیوست عدالت، طراحی شود.

آقای محمدرضا نادری گیسور:

- با توجه به این که بحث اقناعی است، می بایست جلسات مستمر با مدیران رسانه ها داشت. رسانه ها به عنوان یک مجموعه به هم پیوسته، باید هماهنگ با هم عمل کنند. تبعات این بحث در رسانه های خارجی، در حوزه استان ها و ... می بایست مورد بررسی قرار گیرد.

- شورای فرهنگ عمومی باید قبل از ورود شورای عالی امنیت ملی به این بحث؛ به تبیین و بررسی موضوع بپردازد تا از بروز عواقب نامطلوب اجتماعی و فرهنگی آن در کشور جلوگیری به عمل آید.

- باید کارشناسان خبره و مطلع در حوزه اقناع افکار عمومی را با رسانه ها مرتبط کرد.

- کمیته ویژه ای برای رصد ابهامات و شبهات در این زمینه تعیین گردد.

- همراهی مردم در این قضایا بسیار مهم است و دستگاه های فرهنگی ملزم به همراه ساختن مردم هستند.

آقای دکتر حمید احمدی:

- باید متناسب با نرخ رشد اقتصادی، نرخ رشد انتظارات اجتماعی را مدیریت کرد؛ افزایش فاصله بین این دو، باعث بروز نارضایتی می شود.

- دو متغیر «امید و اعتماد» باید روند افزایشی داشته باشد، با کاهش این متغیرهای اجتماعی؛ کوچک‌ترین محرک درونی یا بیرونی، جامعه را ملتهب می‌کند. شاخص‌ها نشان از افزایش امید و اعتماد در جامعه دارد. البته امید به اصلاح و ترمیم شرایط موجود؛ همراه با مترصد بودن است. این موضوع از سویی یک فرصت و از سوی دیگر، یک تهدید است.

- نکته مهم اقتناع‌سازی و مجاب‌سازی گروه‌های مرجع اجتماعی است؛ از جمله گروه‌های مذهبی مثل ائمه جمعه و جماعات، گروه‌های اعتقادی، رسانه‌ای و ... گروه‌های درون ساختار نظام باید یک رویکرد واحد اتخاذ کنند.

- تولید ادبیات مشخصی برای گروه‌ها و اقشار مختلف جامعه و افکار سنجی، از جمله موارد قابل توجه است.

- القاء مستمر محتوا، باعث افزایش روند اعتماد عمومی می‌شود.

- باید رویکرد مراقبتی و صیانتی داشت نه رویکرد امنیتی.

- به «نبایدها»ی این حوزه نیز پرداخته شود.

- باید بتوان «افکار عمومی» را هدایت کرد. باید بین سیاست‌های

«اعلامی» و «اعمالی» هماهنگی باشد.

- ضروری است، تدابیر ویژه‌ای اتخاذ کرد. حوزه اقتصادی باید در

توجیه قضایا وارد عمل شود.

- نیاز به یک برنامه فرآیندی زمانبندی شده، در اقتصاد است و باید یک تحلیل پسینی و پیشینی تنظیم شود.

حجت الاسلام والمسلمین رضا عزت زمانی:

- فضای امید در جامعه، مشروط است. دولت در مورد اولویت‌بندی‌ها و برنامه اقتصادی خود با مردم صحبت نکرده است. پذیرش این موضوع برای مردم که دولت برای حل مشکلات آنان آمده است، هنوز معلوم نیست. مردم مشکلات ناشی از سوءمدیریت‌ها را متوجه نظام می‌دانند نه دولت‌ها. رسانه‌ها برای یک موضوع محقق شده، می‌توانند فضا سازی کنند و نه برای اقناع اذهان عمومی مردم؛ در این صورت، رسانه‌ها، سد فهمی برای مردم به شمار می‌روند. باید به مردم فرصت بیان نظرات و نقدهایشان را داد.

خانم دکتر گیتا علی‌آبادی:

- موضوع در سه سطح دولت، مردم و رسانه‌ها قابل تفکیک است. جایگاه، نقش و رویکرد هر کدام از اینها باید در این قضیه مشخص شود. - برای تولید محتوا، کارگروه‌هایی در رسانه‌ها مستقر است. می‌بایست کارشناسان و افراد مطلع یک سری شاخص‌هایی را در این زمینه مشخص کرده و در اختیار رسانه‌ها قرار دهند.

پیشنهاد می شود برای امر رصد، کمیته ای تشکیل شود و نتایج این
رصدها را به مطبوعات ارائه دهند تا در این زمینه اقدام کنند.

جناب سرهنگ عباسی:

- در حوزه اخبار مربوط به عملکرد اقتصادی دولت، بحث فضای
مجازی باید مدیریت شود.

- باید مدیریت افکار عمومی را به دست گرفت، همچنین نوع
گرایش مردم به رسانه ها باید مشخص شود تا بتوان برنامه ریزی
مؤثرتری بتوان انجام داد. باید اعتماد سازی صورت بگیرد.

- می بایست کارگروهی با حضور نمایندگان دستگاه های ذیربط به
طور مستمر به بررسی قضیه پردازد و مصوبات کارگروه، لازم الاجرا
باشد. اظهارنظرهای غیرتخصصی وجود نداشته باشد و از سوی نیز
وحدت رسانه ای حاکم باشد.

دکتر اسماعیل فراهانی

- از بعد علوم اجتماعی، بودجه یک مسأله اجتماعی است که
شامل: سلامت، آموزش، سالمندی و ... می شود و از این بعد، نیاز به
بحث، بررسی و تحلیل دارد.

- در این مباحث چند نکته قابل تأمل است:

- ۱- بررسی مسایل استراتژیک در حل کسری بودجه
- ۲- توجه به دیدگاه‌های تحولی داخل بودجه
- ۳- تأثیر کنشگری دولت‌ها در افزایش یا کاهش نرخ کالاها
- ۴- لزوم برخورداری از استدلال‌های قابل ارائه و قوی در تحولات اقتصادی

دکتر سیدمجید امامی

- توجه به شاخص صداقت در جامعه، بسیار مهم است. حاکمان باید با مردم صادق باشند.
- باید تصویری که مردم از دولت دارند و امید نسبت به دولت، به نوعی مدیریت شود که از بین نرود.
- باید کرامت و عدالت دولت، نزد مردم حفظ شود.

آقای بابایی

- جریان اقناع محدود به رسانه‌ها نشود، چون صرفاً مخصوص فضای مجازی نیست.
- عملکرد خوب دولت برای مردم؛ همدلی و همراهی مردم را به دنبال خواهد داشت. باید برای این عملکرد خوب، دنبال جایگزین بود.
- در رسانه‌های مطرح جهان، می‌توان ستونی به موضوع اختصاص داده شود.

- باید یک جدول انتشار رسانه‌ای و مصاحبه‌های پیش تولیدی طراحی کرد تا در زمان اقدام و عرصه عمل، مشخص شود که «کدام رسانه، کی و چه» بگوید.

- وزیر اقتصاد یا سایر نهادها و دستگاه‌های مرتبط با موضوع، باید یک میدان‌دار در این عرصه داشته باشند.

- باید کمپین رسانه‌ای به راه انداخت.

در پایان این جلسه آقای دکتر امامی به جمع بندی مباحث مطرح شده، به شرح ذیل پرداختند.

اعضای حاضر در جلسه آقایان: سید مجید امامی (دبیر شورای فرهنگ عمومی و رییس جلسه)، دکتر سید محمدهادی سبحانیان (معاون امور اقتصادی وزارت اقتصادی و دارایی)، محمدرضا نادری گیسور (معاون خبر ایرنا)، دکتر اشتاب (نماینده سازمان صدا و سیما)، حجت‌الاسلام رضا عزت زمانی (معاون فرهنگی سازمان تبلیغات اسلامی)، سردار سرتیپ دوم مهدی حاجیان (معاون اجتماعی ناجا)، دکتر حمید احمدی (نماینده وزارت اطلاعات)، دکتر اسماعیل فراهانی (معاون فرهنگی مرکز پژوهش‌های مجلس)، آقای بابایی (مشاور اجرایی دبیر شورا) و سرکار خانم دکتر گیتا علی‌آبادی (مدیر کل دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها)

«سیاست‌های فرهنگی مقابله با تحریم اقتصادی»

مصوب جلسه ۵۷۸ مورخ ۱۳۹۱/۵/۱۷

شورای فرهنگ عمومی

مقدمه

«ما بایستی این حرکت به سمت پیشرفت را بی‌وقفه ادامه دهیم؛ هم در زمینه‌ی سیاست، هم در زمینه‌ی علم و فن‌آوری، هم به خصوص در زمینه اخلاق و معنویت خودمان را تهذیب کنیم، خودمان را اصلاح کنیم، عیوب خودمان را بشناسیم و درصدد رفع آن عیوب بیاییم. اگر این کار را بکنیم، این موانعی که دشمنان ما بر سر راه ما ایجاد می‌کنند، اثر نخواهد گذاشت. تحریم اثری ندارد. تحریم نمی‌تواند ملت ایران را از حرکت به جلو باز بدارد. تنها اثری که این تحریم‌های یکجانبه و چندجانبه بر روی ملت ایران می‌گذارد، این است که نفرت و دشمنی از غرب در دل مردم ما عمیق‌تر می‌شود.»

(بیانات مقام معظم رهبری در مراسم سالگرد رحلت امام

خمینی(ره) ۱۴/۰۳/۱۳۹۱)

با توجه به شرایط خاص انقلاب اسلامی و دوران حساسی که نظام جمهوری اسلامی در تاریخ حیات خویش سپری می‌کند جبهه استکبار با بهره گیری از تمام امکانات و توان خود به دنبال این است که انقلاب اسلامی را از حرکت رو به رشد بازدارد. جبهه استکبار برای ضربه زدن به انقلاب اسلامی که در حقیقت قلب تپنده و محور اصلی خاورمیانه است، ابزار تحریم، تهدید و تبلیغ را انتخاب نموده و سعی دارد تا انقلاب اسلامی را به کمک این ابزارها تضعیف نماید؛ لذا با ایجاد شرایط سخت اقتصادی و جنگ روانی در صدد است تا حمایت‌ها و پشتیبانی های ملت ایران را از نظام مردمی و الهی سست کند. با توجه به اهمیت موضوع تحریم، برای مقابله با آن راه‌های مختلفی پیش رو است و از درجه های مختلف می‌توان به این موضوع پرداخت؛ اما از آنجا که مداخل اصلی ضربات تحریم‌ها، تضعیف روحیه ایستادگی مردم است، لذا یک بعد مهم مقابله با تحریم‌ها، تقویت روحیه عمومی با استفاده از فعالیت‌های فرهنگی است.

ماده (۱) تعریف تحریم

تحریم اقتصادی اقدام برنامه‌ریزی شده یک یا چند دولت از طریق محدود کردن مناسبات اقتصادی است که دارای اثرات سیاسی و فرهنگی برای اعمال فشار بر کشور هدف می‌باشد. تحریم اقتصادی اغلب به عنوان جایگزین جنگ و اعمال قوه قهریه تلقی می‌شود.

ماده ۲) اهداف تحریم‌ها

به طور کلی می‌توان این اهداف را برای تحریم‌ها ذکر کرد:

الف- شکستن روحیه مردم ایران از طریق:

۱- تضعیف رابطه قلبی و عاطفی مردم با نظام

۲- تضعیف انگیزه و روحیه استقلال طلبی و عزت ملی

ب- تقلیل روحیه ظلم ستیزی و مبارزه با استکبار در مردم

ج- ایجاد نارضایتی در بدنه مردم برای فشار به مسئولین نظام

د- تغییر در اراده، محاسبات و رفتار مردم و مسئولین نظام

ه- نا کارآمد نشان دادن نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران

و- لطمه به حمایت‌های جمهوری اسلامی از جبهه مقاومت در

خاورمیانه

ماده ۳) واقعیت‌های موجود

الف- فرصت‌ها و نقاط قوت

۱- توان بالای مردم و نظام در مقابله با حوادث از جمله توانمندی

مالی

۲- وجود روحیه خودباوری، ولایت مداری و عزت ملی در مردم

۳- نگاه خدامحور در بحث رزق و روزی

۴- روحیه تقابلی و مقاومتی مردم در مواجهه با دشمنان

- ۵- علقه قلبی مردم نسبت به نظام جمهوری اسلامی
- ۶- روحیه نوآوری و شکوفایی مردم در مقابله با تحریم ها
- ۷- عزت و هیبت بین المللی نظام با وجود تحریم ها در کنار اقتدار بین المللی نظام

۸- سابقه انواع تحریمها در گذشته و عقب نشینی نکردن جمهوری اسلامی ایران در طول این ۳۳ سال

۹- کار متراکم شبانه روزی در راستای مقابله با تحریم ها از سوی مسئولان نظام

۱۰- بیش فعالی جبهه مقابل (یعنی گرچه در ظاهر فعال است اما در واقع سرگردان به این سو و آن سو می زند و نمی تواند به خوبی موقعیت واقعی موجود را محاسبه کند.)

ب- تهدیدها و نقاط ضعف

۱- اسراف کاری و عدم رعایت الگوی صحیح مصرف به ویژه در میان برخی از اقشار جامعه

۲- به وجود آمدن فاصله میان مردم و بعضی از شخصیت ها

۳- بروز اختلافات میان تعدادی از مسئولان در سطوح مختلف

۴- افزایش شبهه افکنی و شایعه پراکنی به وسیله بعضی از اصحاب رسانه

- ۵- افزایش روحیه تنبلی و بی تحرکی در میان برخی از افراد و اقشار جامعه
- ۶- ادامه روند فرهنگ مصرف گرایی و تشدید آن با استفاده از تبلیغات شهری و رسانه‌ای
- ۷- گرایش برخی از مردم به اجناس خارجی
- ۸- بزرگ نمایی تحریم‌ها و کوچک نشان دادن توانایی های نظام توسط رسانه های بیگانه و باور آن از سوی برخی از اقشار نا آگاه جامعه.

ماده ۴) سیاست‌ها

این سیاست ها را می‌توان در دو بخش ذیل طراحی کرد:
الف- بایدها:

- ۱- تقویت روحیه خودباوری ملی، امیدبخشی و ترسیم آینده روشن با تاسی به پیشرفت‌های انقلاب اسلامی؛
- ۲- رشد و اعتلای فرهنگ کار و وجدان کاری؛
- ۳- ترویج باور توخالی بودن تهدیدها و تحریم های دشمنان و ناتوانی آنها در ضربه زدن به ملت و نظام در صورت عملیاتی شدن تهدیدها؛
- ۴- روشن کردن اهداف واقعی داخلی و خارجی دشمنان در بحث تحریم‌ها برای مردم؛

۵- افزایش علقه مردم به نظام از طریق همبستگی مسئولان و مردم با کارهایی مانند حضور مسئولان در اجتماعات مردمی و ملاقات عمومی و نشان دادن برخورد جدی و قاطع مسئولان نظام با فساد اقتصادی و اداری در هر سطح؛

۶- نشان دادن خصومت‌های دشمنان انقلاب اسلامی از ابتدا تا امروز و شکست توطئه های آنها و نقش آفرینی انقلاب اسلامی در مدیریت جهانی؛

۷- نمایش وحدت مسئولان و وفاق در نظام اسلامی؛

۸- تبیین هزینه بر بودن پایبندی به آرمان‌ها و نشان دادن تجربه‌های مبارزاتی، تاریخی این موضوع؛ آوردن مثال های ملموس این امر از صدر اسلام، بیان تجربه‌های سایر ملل و کشورمان در طول تاریخ با تأکید بر لزوم حفظ حیات نظام اسلامی؛

۹- مبارزه با محور شدن اقتصاد در جامعه؛

۱۰- تبیین، تعریف و ترویج فرهنگ قناعت، عدالت، جهاد، مبارزه حق و باطل، مستکبرین و مستضعفین، استقلال طلبی، عزت ملی، ایثار و ...؛

۱۱- توجه دادن مردم به امکانات و منابع خود و بیان تأثیرات مثبت و منفی تحریم‌ها در زمینه‌های مختلف علمی، اقتصادی و ...؛

۱۲- ترویج «شعار ما می‌توانیم» و بیان آثار و نتایج این شعار؛

۱۳- توجه دادن مردم و مسئولین به ساده زیستی؛

۱۴- بازار به خصوص در مواقع کمبود برخی از کالاها

۱۵- توجه دادن مردم به توکل و امدادهای غیبی در

طول حیات نظام اسلامی و ترویج معنویات به جای
مادی گرایی؛

۱۶- تبیین و تشریح اقتصاد مقاومتی (تبیین نقش مردم در رشد

و تقویت تولید ملی، با راهکارهای مختلف از جمله مصرف کالای
داخلی و ...)؛

۱۷- ترویج نگاه جهادی در عرصه تولید، توزیع و مصرف.

ب- نیایدها:

۱- مبارزه و تقبیح تجملات و مصادیق رفاه طلبی و نیز پرهیز از

هزینه‌های غیر ضروری به ویژه در میان مسئولان؛

۲- ممنوعیت و کاهش تبلیغات کالاهای خارجی و کالاهای

مصرفی در رسانه ها؛

۳- عدم نمایش تجملات و زندگی های پرزرق و برق؛

۴- پرهیز از تلقین نگرش پیوند زدن همه مشکلات به تحریم ها؛

۵- دامن نزدن به اختلافات موجود توسط مسئولان و رسانه ها؛

۶- جلوگیری از بزرگ‌نمایی تحریم ها توسط رسانه‌ها؛

۷- پرهیز از بزرگ‌نمایی دشمنان و تحقیر توانایی‌هایی خودی
توسط رسانه؛

۸- جلوگیری از بزرگ‌نمایی نقاط ضعف خود؛
ماده ۵) تمام دستگاه‌های عضو شورای فرهنگ عمومی موظف
هستند در چارچوب بندهای فوق، برنامه خود را تنظیم و گزارش
عملکرد سه ماهه خود را به دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی ارائه
نمایند.

تبصره: با توجه به ابعاد گسترده و همه‌جانبه تحریم‌های خارجی
و به منظور انسجام عملکرد دستگاه‌های فرهنگی به نظر می‌رسد وجود
یک ستاد واحد برای مقابله با تحریم‌ها ضروری باشد تا بتوان به کمک
آن ستاد به نقشه راهی منسجم و کلان در این راستا دست یافت.

ماده ۶- سیاست‌های فرهنگی مقابله با تحریم اقتصادی در یک
مقدمه و ۶ ماده در جلسه ۵۷۸ مورخ ۱۳۹۱/۵/۱۷ شورای فرهنگ
عمومی به تصویب رسید.