

باسمه تعالی

قواعد ساخت نهادی مردمی برای «اعتراض قاعده‌مند»

منتشر شده در شماره ۸۰۳۳ روزنامه ایران به مورخ ۱۴۰۱/۸/۱





<https://hosseiniehandisheh.ir>



@HossinieAndisheh

تماس با کارشناسان: ۰۹۱۹۲۵۳۸۴۶۹ – ۰۹۱۲۶۱۸۱۲۵۸

ارتباط از طریق پیام‌رسان‌ها: ۰۹۱۹۸۲۸۶۹۶۴

«واکنش به این حادثه که بدون تحقیق و بدون اینکه امر مسلمی وجود داشته باشد، عده‌ای بیابند خیابانها را ناامن کنند، قرآن آتش بزنند، حجاب از سر زن محجبه بکشند، مسجد و حسینیه و خودروی مردم را به آتش بکشند، یک واکنش عادی و طبیعی نبود.»^۱ این جملات حکیمانه رهبری معظم وقتی در کنار تعابیری مثل «البته ممکن است از برخی زمینه‌ها استفاده کرده باشند»^۲ قرار بگیرد، اذهان جستجوگر را به زمینه‌هایی توجه می‌دهد که موجب موضع‌گیری هیجانی در داخل کشور می‌شود و بستر را برای حضور دشمن فراهم می‌کند و الا روشن است که اگر واکنش غیرطبیعی در بین بخش قابل‌توجهی از مردم شکل نمی‌گرفت، فضا و بهانه‌ای برای اغتشاشات برنامه‌ریزی شده مهیا نمی‌شد.

این واقعیت یادآور همان نکته‌ای است که توسط رهبر حکیم انقلاب پس از اغتشاشات سال ۱۳۹۶ بیان شد: «ما از دشمن خارجی گفتیم، اینهایی که گفتیم تحلیل نبود، واقعی بود، خبر بود، اطلاع بود؛ دشمن خارجی هست، اما این موجب نشود که از ضعف‌های خودمان غافل بشویم. ما هم ضعف داریم، ما هم یک جاهایی اشکال و نارسایی و نابسامانی در کارمان هست؛ این‌جوری نیست که ما هیچ اشکالی نداریم، هیچ مشکلی در کار ماها نیست، فقط دشمن خارجی است که دارد [مشکل ایجاد میکند]؛ نه! مگس روی زخم می‌نشیند؛ زخم را خوب کنید، زخم را نگذارید به وجود بیاید. ما اگر مشکل داخلی نداشته باشیم، نه این شبکه‌ها میتوانند اثر بگذارند، نه آمریکا میتواند هیچ غلطی بکند.»^۳

بنابراین گرچه چشم‌پوشی از توطئه دشمن و عملیات روانی او در فضای مجازی، نوعی از بی‌خردی است اما باید توجه داشت که تأثیرگذاری شدید فضای مجازی نمی‌تواند منقطع از واقعیت‌های اجتماعی باشد. یعنی اگر سطحی از التهاب و ناخشنودی در جامعه وجود نداشت، استفاده دشمن از فضای مجازی نمی‌توانست چنین تأثیرات هیجانی و غیرطبیعی را در پی بیاورد. لذا باید عامل این التهاب و ناخشنودی را به درستی دریافت تا میدان عمل دشمن محدود گردد و از تحمیل فتنه‌های متوالی و هزینه‌های ناشی از آن جلوگیری شود.

گرچه روشن است که عوامل متعددی در این موضوع دخالت دارد اما به نظر می‌رسد «مشکلات معیشتی و اقتصادی» به عنوان مسأله اصلی کشور توسط مقام معظم رهبری و تأکید ایشان بر ناخشنودکننده بودن وضعیت شاخص‌های کلان اقتصادی در یک

۱. بیانات مقام معظم رهبری در مراسم مشترک دانش‌آموختگی دانشجویان دانشگاه‌های افسری نیروهای مسلح؛ ۱۴۰۱/۷/۱۱.

۲. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای دوره جدید مجمع تشخیص مصلحت نظام؛ ۱۴۰۱/۷/۲۰.

۳. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با مردم قم؛ ۱۳۹۶/۱۰/۱۹.

دهه گذشته،^۴ می‌تواند نشانگر این واقعیت باشد: مشکلات اقتصادی شدید — که در طول یک دهه گذشته تداوم داشته و اقشار مستضعف و متوسط را با سه یا چهار موج تورمی سنگین مواجه کرده — عامل اصلی در ایجاد ناخشنودی و نارضایتی عمومی است. گرچه در طول این مدت و با تلاش مسئولین، برنامه دشمن برای فروپاشی اقتصاد کشور شکست خورده؛ اما این تلاش‌ها نتوانسته وضعیت کلان اقتصادی را تغییر دهد و یا چشم‌اندازی از این تغییر را به افکار عمومی انتقال دهد. لذا علی‌رغم تحمل نجیبانه ملت در برابر مشکلات اقتصادی، فقدان یک چشم‌انداز برای تحول اقتصادی در کنار اخبار فساد و تبعیض که توسط رسانه‌های دشمن تا چند ده برابر بزرگ‌نمایی می‌شود، جوّی از نارضایتی و التهاب و هیجان منفی ایجاد کرده که با جرّقه‌ای از جنس مرگ یک دختر جوان، شعله‌ور شده است. در همین راستاست که دعوت مقام معظم رهبری برای «جهاد تبیین» به صورت فوری^۵، معنا پیدا می‌کند و تعیین «شناخت ریشه‌ای مشکلات کشور و ارائه راهکاری برای حل آن» به عنوان یکی از محورهای این جهاد بزرگ، نشان‌دهنده درک عمیق ایشان از وضعیت موجود در افکار و عواطف عمومی است.

متناسب با همین توضیحات است که تمامی مسئولین نظام به درستی بر تفکیک «معترضین» از «اغتشاش‌گران» تأکید دارند چرا که وضعیت اقتصادی «اعتراض‌برانگیز» است. اما به دلیل فقدان یک بستر واقعی برای این تفکیک که فضای «اعتراض منظم» را فراهم کند، دشمن در طول پنج سال اخیر موفق شده سه بار بر موج این اعتراضات بیان‌نشده سوار شود و ضربه‌هایی را به نظام اسلامی وارد کند. البته روشن است که صرف ایجاد بستر برای بیان اعتراض با هدف تخلیه‌ی وهله‌ای احساسات مردم، نه در شأن نظام اسلامی است و نه در صورت تداوم منشأ اعتراض، مشکلی را حل می‌کند. بلکه باید این اعتراضات را — که مبتنی بر روحیه عدالتخواهانه ملت در ستیز با «فقر و فساد و تبعیض» است — به سمت ایجاد فهم مشترک عمومی از علل مشکلات اقتصادی و راه‌برونرفت از آنها هدایت کرد تا بر اساس آن، ایجاد عزم ملی و مردمی در جهت پیروزی در جنگ اقتصادی امکان‌پذیر شود.

در همین راستا مسئولان دولتی و فعالان اجتماعی پس از حوادث اخیر، درباره ضرورت ایجاد نهادی برای گفتگو و اعتراض سخن گفته‌اند اما باید توجه داشت که آنچه بیش از نهاد گفتگو اهمیت دارد، تعیین قواعد این گفتگوست. چرا که در صورت عدم دقت در تعیین این قواعد، تأمین نیاز مهم ملی به یک ژست سیاسی تقلیل خواهد یافت و تجربه‌های شکست‌خورده قبلی در انتظار ما خواهد بود: از «گفتگوی منحصر به شخصیت‌های سیاسی» که حاصل آن، تشدید اختلافات داخلی است تا «هیجان بدون

۴. مقام معظم رهبری: «آمارهای اقتصادی دهه‌ی ۹۰ - آمارهای اقتصاد کلان کشور - حقاً و انصافاً خرسندکننده نیست: آمار مربوط به رشد تولید ناخالص داخلی، آمار مربوط به تشکیل سرمایه در کشور، آمار مربوط به تورّم، آمار مربوط به رشد نقدینگی؛ اینها خرسندکننده نیست. آمار مربوط به تأمین ماشین‌آلات به هیچ وجه مطلوب نیست، یا مسکن و امثال اینها. اینها حقایقی است که اگر مسئولین می‌توانستند وضعیت را در جهت این آمارها به شکل بهتری هدایت کنند، یقیناً وضع اقتصاد کشور امروز خیلی بهتر بود. خب، آثار این حقایق در زندگی مردم هم نمود پیدا کرده. اینکه درباره‌ی معیشت مردم اظهار نگرانی می‌کنیم، مربوط به همین چیزها است. عامل این مشکلات هم صرفاً تحریم نیست؛ البته تحریم بلاشک مؤثر بوده اما صرفاً تحریم نیست؛ بخش مهمی ناشی از برخی تصمیم‌گیری‌های غلط یا کم‌کاری‌ها و امثال اینها است؛ می‌توانست این جور نباشد.» بیانات در دیدار با تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی؛ ۱۴۰۰/۱۱/۱۰. «ما در این ده سال گذشته، در دهه‌ی ۹۰، در واقع مواجه بودیم با انباشت چالشهای اقتصادی که خب انسان بایستی از اینها به یک نحوی خلاص بشود.»؛ ۱۴۰۰/۱۱/۱۱.

۵. مقام معظم رهبری: «جهاد تبیین یک فریضه‌ی قطعی و یک فریضه‌ی فوری است و هر کسی که می‌تواند [باید اقدام کند]»؛ ۱۴۰۰/۱۱/۱۹.

اخلاق» در گفتگوها که تأثیراتی در حوادث سال ۸۸ داشت و نگرانی برای رعایت اخلاق در گفتگو که با «نظم‌محوری بدون هیجان» مناظرات کم‌خاصیت در انتخابات‌های بعدی را در پی داشت. علاوه بر این، نمی‌توان منکر شد که اکثر گفتگوهای موجود به دلیل فقدان زیرساخت‌ها و ضوابط علمی، مانع جمع‌بندی در اذهان مخاطبین می‌شود و به جای ایجاد درک مشترک عمومی، مردم را با «عدم قدرت قضاوت نسبت به گزاره‌هایی پراکنده» تنها می‌گذارد.

پس جامعه برای گفتگوهای جدی به قواعدی نیازمند است که هم «انگیزش و هیجان جمعی» را در جهت همدلی برای حل مشکلات کشور قرار دهد و هم با ایجاد درک مشترک و عمیق از چالش‌های کشور و پیچیدگی راه‌حل‌ها، ارتقاء عقلانیت عمومی و همفکری را در پی بیاورد و هم چارچوب‌های اخلاقی جامعه را رعایت نماید و مانع تشدید نزاع و دوقطبی شود.

در همین راستا مرحوم علامه آیت‌الله سیدمنیرالدین حسینی‌الهاشمی با تیزبینی و آینده‌نگری کم‌نظیر خود نسبت به تنش‌های جامعه اسلامی در آینده، نیاز نظام مقدس جمهوری اسلامی به این مهم را سالها پیش تشخیص داد و طی یک سلسله بحث، پیشنهادی مبنی بر «مناظرات سازمانی» را ارائه کرد که به خلاصه‌ای فشرده از آن اشاره می‌شود؛ با امید به این‌که مسئولانی که بر نیاز به نهادی برای گفتگو و نقد و اعتراض تأکید کرده‌اند و اندیشمندانی که پیرامون قواعد گفتگوی اجتماعی نظری دارند، وارد این عرصه مهم شوند و از رهگذر این همفکری، بستری برای ساخت نهاد «اعتراض قاعده‌مند» شکل بگیرد و زمینه ایجاد یک حرکت عظیم مردمی فراهم شود.

فارغ از ضوابطی که رعایت آنها برای تعیین دو گروه مناظره‌کننده ضروری است، می‌توان یک «هیأت مدیره» متشکل از «مدیر، معاون امور کیفی و معاون امور کمی» برای مناظره در نظر گرفت که مسئولیت آن، تمرکز بر «حفظ موضوع» در گفتگو و «عدم برخورد‌های سیاسی و غیراخلاقی و غیرعلمی» در مناظره و تعیین نمره هر یک از گروه‌ها در این باره است. همچنان که یک «هیأت علمی» نیز برای مناظره ضرورت دارد تا با همکاری بین اعضای آن (سخنگو، کارشناس اطلاعات کیفی، کارشناس اطلاعات کمی) وزانت استدلال‌های کیفی و کمی دو طرف مورد ملاحظه قرار گیرد و با تعیین نمره، استدلال و نظر برتر مشخص شود و سپس با ترکیب نمراتی که هیأت مدیره و هیأت علمی اعلام کرده‌اند، گروه برتر در مناظره معین گردد. واضح است که تعیین طرف غالب و طرف مغلوب در گفتگوهایی که ناظر به مسائل حیاتی کشور باشد، هیجان عمومی را تأمین می‌کند؛ اما هیجانی که با تکیه به آراء هیأت مدیره، دارای معیار اخلاقی بوده و با استناد به آراء هیأت علمی، حائز نصاب علم و عقلانیت است.

البته اگر مجموع امتیازات دو گروه مساوی باشد، می‌توان ادامه گفتگو را به جلسه بعدی موکول کرد؛ همچنان‌که اعلام نمره بیشتر برای یک گروه و پیروزی او در مناظره، به معنای موفقیت آن در برابر تمام گروه‌هایی که می‌توانند در مقابل آنها قرار بگیرند،

نیست بلکه گروه‌های دیگر در جلسات بعدی می‌توانند در مقابل گروه برنده قرار بگیرند تا از این طریق، مناظرات سازمانی همانند مسابقات فوتبال به یک لیگ تبدیل شود و تداوم آن در میان مدعیان مختلف، حقائق و واقعیات بیشتری را برای جامعه روشن کند.^۶

در مناظرات سازمانی، رکن دیگری نیز ضرورت دارد و آن، «هیأت نظارت» است که می‌تواند بر عملکرد گروه موافق، عملکرد گروه مخالف، عملکرد هیأت مدیره و عملکرد هیأت علمی، نظارت کند و نتیجه نظارت خود را در قالب نمراتی که برای هر یک از ارکان فوق تعیین می‌کند، اعلام نماید. هیأت نظارت می‌تواند شامل عناصری از عموم مخاطبین باشد تا حضور افکار عمومی و مشارکت مردمی در مناظرات افزایش یابد؛ خصوصاً در صورتی که برای سطحی از نمرات مثبت یا منفی هیأت نظارت، آثاری در تغییر و اصلاح دیگر ارکان مناظره در نظر گرفته شود.

به نظر می‌رسد لازم است چنین مناظراتی در محیط‌های مردمی و مذهبی (همانند هیئات فعال، مساجد جامع و مراسم پیش از خطبه‌های نماز جمعه) نیز انجام گیرد تا تدریجاً میدان کنش و مطالبه توسط دلدادگان مکتب ایجاد شود و فضای نقد و اعتراض سلانق مختلف و حتی مخالف در این مدار قرار گیرد. سپس با بهینه و کنترل بازخوردهای اولیه، رسانه‌های عمومی باید به انعکاس این مناظرات بپردازند و با تعیین سطح بر اساس شاخصه‌های معین، مناظرات سودمندتر در صدای استان و سپس سیمای استان به شکل غیرمستقیم یا مستقیم پخش شود و در ادامه، پخش مناظرات غیرمستقیم و مستقیم به شبکه‌های ملی منتقل شود. اما در هر حال، امکان حضور در سطوح بالاتر باید مشروط به موفقیت در مناظراتی باشد که در تجمع‌های مردمی و مذهبی انجام شده تا تدریجاً جایگاه هیئات و مساجد و نمازهای جمعه به عنوان مراکز حل مشکلات منطقه‌ای و ملی احیاء گردد.

این طرح اولیه می‌تواند هم از نظر علمی مورد بحث و بررسی باشد و هم از نظر اجرایی، موضوع آزمون‌های اولیه قرار گیرد به تدریج نرم‌افزاری اجتماعی برای تبدیل تهدید به فرصت طراحی شود و نهادی مردمی برای اعتراض قاعده‌مند تولد یابد و با ارتقاء عقلانیت جامعه، امکان حضور مردم در حل مشکلات کشور از جمله مقابله با جنگ اقتصادی و ایستادگی در برابر هجمه اقتصاد

۶. مقام معظم رهبری: «آن جهت مثبت [مناظرات]، این بود که در این مناظره‌ها و در این گفتگوها و در این گفتارهای تلویزیونی، همه شفاف و راحت حرف زدند... مردم احساس کردند که در نظام اسلامی بیگانه به حساب نمی‌آیند، نظام کشور اندرونی و بیرونی ندارد. همه چیز در مقابل مردم آشکار، همه‌ی نظرات در مقابل مردم بیان شد و معلوم شد رأی مردم ناشی از همین دقتها و تأملات خواهد بود. رأی مردم زینتی نیست. حق انتخاب حقیقتاً متعلق به مردم است، مردم می‌خواهند آگاهانه، هشیارانه انتخاب کنند. این مناظره‌ها این را نشان داد. یقیناً یکی از علل افزایش ده میلیونی آراء نسبت به آخرین حد نصاب دوره‌های قبل همین بود که ذهن مردم، فکر مردم مشارکت داده شد، به عرصه آمد و آنها تشخیص دادند، وارد میدان شدند. این مناظره‌ها به سطح خیابانها هم کشیده شد، داخل خانه‌ها هم رفت، که اینها قدرت انتخاب مردم را بالا می‌برد. اینجور مباحثات و گفتگوها ذهنها را پرورش میدهد، قدرت انتخاب را بالا می‌برد. این از نظر جمهوری اسلامی چیز مطلوبی است. البته همین جا من عرض بکنم که این گفتگوها نباید به جانی برسد که تبدیل بشود به کدورت و کینه. اگر این شد، آنوقت اثر عکس خواهد داشت. اگر به همان شکلی که آن روز بود و در همان حد باقی بود، این خوب بود؛ اما اگر بنا باشد همین طور کش پیدا کند، ادامه پیدا کند، هی بگومگو بشود، این تدریجاً تبدیل خواهد شد به کینه. البته خیلی خوب است که این جور مناظره‌هایی در سطوح مدیریتی ادامه پیدا کند - البته با حذف آن عیبی که بعد به آن اشاره خواهیم کرد - و افراد، مسئولین، خودشان را در معرض نقد و انتقاد قرار بدهند و پاسخگو باشند و پاسخ بدهند و تبیین کنند... اگر این جور مناظره‌ها در طول سال و در طول چهار سال ادامه داشته باشد، دیگر وقتی در هنگام انتخابات پیش آمد، حالت انفجاری پیدا نمی‌کند؛ همه‌ی حرفها در طول زمان گفته خواهد شد، شنیده خواهد شد؛ نقدها، پاسخها، جوابها.» بیانات در نماز جمعه پس از انتخابات؛ ۱۳۸۸/۳/۲۹.

سرمایه‌داری جهانی به اقتصاد ملی فراهم گردد. آن هم در انقلابی که جز با حضور خیره‌کننده‌ی مردمی نمی‌توانست به پیروزی برسد و برای تداوم خود راهی جز این ندارد؛ که فرمود:

«در حکومت‌های مادی – عمدتاً در غرب – هم تبلیغ هست؛ [به‌اصطلاح] پروپاگاندا؛ که این با آن [تبلیغ اسلامی] به‌طور مبنایی و اصولی متفاوت است. پروپاگاندا برای کنترل کردن افکار عمومی مردم است، در جهت دست یافتن به قدرت، به منفعت، به پول است. غربی‌ها انصافاً در این قضیه، ورودشان هم خوب است، خیلی بلدند. «تبلیغات به معنای غربی – پروپاگاندا غربی – را خیلی خوب بلدند؛ پول درمی‌آورند، به قدرت می‌رسند. با چه [کاری]؟ با کنترل افکار عمومی مردم. [اما] تبلیغ اسلامی مسئله‌اش این نیست؛ تبلیغ اسلامی عبارت است از تفاهم با مردم؛ بحث کنترل نیست، بحث تفاهم است؛ ذهنها را به سمت یک هدف عالی و والایی متوجه کردن و ذهنها را به هم نزدیک کردن. اثر این تفاهم چیست؟ اثر تفاهم این است که مردم در جهت کارهای اساسی و خیر، خودشان مسئولانه وارد میشوند؛ این [طور] است. در تبلیغ اسلامی، بحث قدرت‌یابی نیست، بحث دست یافتن به پول نیست [بلکه] بحث آوردن مردم در مقام مسئولیت است؛ خودشان احساس مسئولیت می‌کنند، خودشان وارد می‌شوند و قهراً نتیجه‌ای که بر این حرکت مردمی عظیم مترتب شد، منافعش هم متوجه خود مردم خواهد شد. این معنای تبلیغ است؛ بنابراین بکلی متفاوت است با آن کاری که غربی‌ها می‌کنند.»^۷

۷. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای هماهنگی تبلیغات اسلامی؛ ۱۳۹۶/۱۰/۶.