دست آخر

نجات اقتصاد ایران؛ سخت یا آسان؟

روح‌الله فکوری

مسئله وضعیت اقتصادی ایران، از همان دست مسائلی است که اگر خوب تشریح شود، بسیاری از راه‌حل‌ها را در خود ارائه خواهد داد. مسئله‌ای که بیانش گاه آن‌قدر ساده به نظر می‌رسد که برخی آن را به میزان روانی‌بودن بسیار ایران و بنیان‌های فرهنگی جامعه نسبت می‌دهند و به‌این‌ترتیب از خودشان رفع مسئولیت می‌کنند؛ اما مگر همین روانی‌بودن و زیربناهای فرهنگی، مسائل ساده‌ای هستند که بتوان به‌راحتی از کنار آنها گذشت یا به سادگی برای‌شان نسخه بپیچد و راه‌حل ارائه داد؟

شبی که دونالد ترامپ سرانجام خروج ایالات متحده آمریکا از برجام را اعلام کرد، حتما بخشی از استراتژی خود را بر پایه ایجاد تشنج روانی در نظام اقتصادی و بازار ایران استوار کرده بود. همان شب موضع‌گیری بلافاصله از سوی برخی مسئولان با صحنه‌آرایی نمایشگرانه‌ای که وضعیت را قرمزتر نشان می‌داد، موجب شد نجواهای «حالا چه بخریم تا کران شود؟» بسیاری از ایرانیان، قبل از وضع هر تحریمی، اقتصاد کشور را متلاطم کرده و برخی قیمت‌ها را چندبرابر کند. این را که امروز دولت کنترل چندانی بر قیمت‌ها ندارد، می‌توان هم مثبت ارزیابی کرد و هم منفی. پاسخ به این سؤال که آیا اساسا دولت حق دارد و باید خبره را متولی کنترل قیمت‌ها در جامعه بداند یا اینکه آن را به بالاس تاریخی عرضه و تقاضا در جامعه واگذار کند، شاید برای شرایط فرهنگی ما کمی زود یا حتی خیلی دیر باشد؛ اما نکته‌ای که نمی‌توان آن را نادیده گرفت، این است که نقطه تعادل میان دخالت پدرسالارانه و اقتدارآمیز دولت در بازار و رهاکردن آن به اصم تعادل عرضه و تقاضا نقطه مطلوبی است که امروز هم از سوی مردم و هم به وسیله مسئولان دست‌یافتنی است. اصول در هر کشوری که حجم بسیار عظیمی از پول سرگردان و بی‌هدف وجود داشته باشد و این منابع مالی با اندکی بی‌اطمینانی به آینده به حیث ابهام در آن ترکیب شوند، کار تمام است و در چنین وضعیتی باید منتظر افزایش سرسام‌آور قیمت‌ها و هجوم نقدینگی به سمت واسطه‌گری و خرید و فروش‌های دیوانه‌وار بود. در چنین شرایطی حاکمیت هم می‌تواند راه آسان هزاربار رفته را دوباره بپوید و از طرق سبد و کوپن و کنترل، برای مقطع کوتاهی قیمت‌ها را به زنجیر بکشد و هم می‌تواند راه سخت افزایش سرمایه اجتماعی و باورکردنی اعتماد و اطمینان به جامعه را در پیش بگیرد و افسار بازار را به مردمی بدهد که به آنها اطمینان دارد و البته اطمینان آنها را نیز خیلی کرده است. استفاده از واژه «راه سخت» برای جمله قبلی نباید موجب ناراحتی مناسب؛ چراکه مردم نیاز کردند که ایجاد روحیه نشاط اجتماعی در جامعه کاه می‌تواند به سادگی رشدن توپی از دروازه فوتبال باشد. روزی که آقای رئیس‌جمهور در مصاحبه‌های گفتند بخشی از مبارزه دشمن روانی و بخشی از آن اقتصادی است. اطمینان یافتیم که مسئله امنیت روانی جامعه در سطوح عالی مدیریت کشور به رسمیت شناخته می‌شود و احتمالا برنامه‌هایی برای کنترل آن وجود دارد؛ اما این دو مسئله یعنی بُعد روانی ماجرا و جعبه اقتصادی آن را شاید بتوان در یک تقسیم وظیفه ابتدایی میان مردم و مسئولان نظام توزیع کرد؛ به‌این‌ترتیب که این دو نهاد تاکنون کار سُرب باید در روندی تعاملی، همزمان و همسو، به درک مشترکی از مسئله رسیده تا از طرفی وضعیت اقتصادی جامعه از طریق اعمال سیاست‌های درست و تشویقی با حمایت از بخش خصوصی در مردم تمایلی ایجاد کند که نقدینگی خود را به بازار سرمایه و تولید منتقل کند و در طرف مقابل که مردم هستند، نیز با دانستن اهمیت رفتار اقتصادی منطقی برای حفظ ارزش پول ملی، از ایجاد تنش در بازار خودداری کنند.به‌عنوان کسی که یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی کشور در حوزه درمان را انجام داده و به قیمت خردشدن استخوان‌هایم این قانون واکنشی به این نگرانی بود هرچند در آن زمان ماهواره آنچنان فراگیر نشده بود و تجهیزات آن هم آنالوگ و محدود بود و جای کمانال خبری هم بیشتر قابل دسترس نبود و در واقع وجه سیاسی مسئله بر وجه فرهنگی و اجتماعی آن می‌چربید. به مرور زمان تجهیزات ماهواره‌ای فراگیری بیشتری پیدا کرد و از آنالوگ به دیجیتال تبدیل و کانال‌های قابل دریافت آن نیز بیشتر شد که بعضا محتوای بزرگ‌سال و مستهجن هم داشتند که به ادعای مخالفان ماهواره درباره لزوم ممنوعیت آن دلیل خوبی است. اما این قانون برای اجرای آن هدف کفایت نمی‌کرد و نیاز به اجرای راهکارهای موازی دیگری هم بود.

یکی از این راه‌ها مقابله و مبارزه با امواج ارسالی از ماهواره‌ها به سمت ترمز بود. این مقابله و مبارزه هم طبق تحقیقاتی که در روند داده‌اند انجام شد، به دو دسته تقسیم می‌شود. روش اول انتشار امواج الکترومغناطیسی به شکل وسیع در محدوده هدف است که باعث می‌شود تجهیزات کیرنده امواج دچار اختلال در کیرندگی شود و اموجی که از ماهواره به سمت زمین ارسال می‌شوند، به تجهیزات کیرنده نرسد. روش دوم هم شلیک امواج به سمت منبع ارسال امواج یعنی ماهواره‌هاست که باعث اختلال و آسیب در فرستنده اصلی می‌شد. اجرای شیوه دوم هم‌اظور که می‌دانید، کشور ما را دچار مشکلاتی کرد چراکه ایران به کنوانسیون‌های بین‌المللی پیوسته است که در ۱۰ سال گذشته به‌عنوان وکیل یا شاکی در چند پرونده مهم حاضر بوده است. برخی از این پرونده‌ها مانند پرونده تأمین اجتماعی و شعبه مرتضوی رکوبوی سیاسی دادشاه‌ی و برخی دیگر مانند پرونده شیرهای آلوده به پالم و بنزین پتروشیمی بیشتر اجتماعی بوده‌اند. در چند شرکت در استفاده از روغن پالم در شیر را به اثبات برسانند و با رسانه‌ای کردن آن استفاده از پالم در صنعت لبنیات را محدود کنند. پرونده بنزین پتروشیمی نیز اگرچه به نتیجه نرسید و همچنان باز است، اما در فضای رسانه‌ای کشور سروصدای زیادی به پا کرد و در نتایج منجر به حذف این بنزین‌ها از چرخه سوخت کشور شد. پرونده مرتضوی نیز اگرچه آنچنان که همدانی و همکارانش می‌خواستند پیش نرفت، اما در نهایت منجر به زندانی‌شدن مرتضوی شد. اما در میان این پرونده‌ها یک پرونده نیز بود که کمتر کسی سراغ آن رفته و از وجودش آگاهی دارد. سال ۱۳۹۳ همدانی و همکارانش علیه سازمان تنظیم مقررات رادیوی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات شکایت کردند تا منشأ بازاریابی‌هایی که برای ایجاد اختلال در امواج ماهواره سالح می‌شوند، مشخص و از انتشار آنها جلوگیری شود؛ پرونده‌ای که با وجود پیگیری‌های بسیار و گزارش‌های متقن سازمان‌های درگیر، نه منجر به شناسایی نهاد ساطع‌کننده بازاریابی‌ها شد و نه توانست از انتشار آنها جلوگیری کند. بااین‌حال اعلام خبر ورود وزارت ارتباطات به مسئله بازاریابی‌ها از سوی وزیر ارتباطات بهانه‌ای شد تا با ترک همدانی به سازمان تنظیم مقررات رادیوی وزارت ارتباطات بهانه‌ای شد تا با ترک همدانی به سازمان تنظیم مقررات رادیوی وزارت ارتباطات، اتاق بازرگانی از دستور ویژه رئیس‌جمهور به چهار عضو کابینه برای بررسی امواج بازاریابی و خطرات و تهدیدهای آن برای سلامت شهروندان خبر داد. این چهار عضو کابینه علی‌اکبر صالحی، رئیس سازمان انرژی اتمی، محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، سیدحسن هاشمی، وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و حسین دهقان، وزیر دفاع بودند. شاید در نگاه اول کنار هم قرارگرفتن این چهار دستگاه برای بررسی مسئله بازاریابی عجیب به نظر می‌رسید اما هرکدام از این افراد به دلیل مشخصی در این کمیته حاضر بودند: وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات طبیعتا نزدیک‌ترین وارتباطات به این پرونده بود و وزارت بهداشت نیز احتمالا می‌توانست نظر کارشناسی درباره تأثیر بازاریابی‌ها بر سلامت ارائه کند. دلیل عضویت علی‌اکبر صالحی و وزیر دفاع را اما با خواندن مصاحبه «شرق» با مصطفی ترک‌همدانی در همین شماره خواهید فهمید.

هفت نقطه درتهران

در هفته‌های جاری با بالاگرفتن دوباره بحث‌ها درباره بازاریابی‌ها و تأثیرشان بر سلامتی شهروندان، محمدجواد آذری‌جهرمی، وزیر ارتباطات در گفت‌وگویی با روزنامه اعتماد تأکید می‌کند که مجوزی تحت عنوان ارسال بازاریابی وجود ندارد و وزارت ارتباطات نیز هیچ مجوزی به سازمانی در این رابطه نداده است. جهرمی پیش از این مصاحبه در سفرش به شیراز خبر داد وضعیت فرکانسی بازاریابی‌ها به شکل زنده در سطح شهرها نشان داده می‌شود تا شهروندان از آن آگاه شوند. شیراز همان شهری است که در دی ماه سال ۹۵ با شاهد تجمع عده‌ای از مردم در اعتراض به انتشار بازاریز در فضای شهر مقابل استانداری فارس بود. تجمعی که با وعده استاندار فارس برای تشکیل کمیته علمی دراین‌باره پایان یافت. سیدعبدالرزاق موسوی، عضو شورای شهر شیراز نیز در اردیبهشت ماه و در حاشیه جلسه شورای شهر شیراز بود که وقتی خبر رفع بودند. «ملاترین میزان امواج بازاریز کشور در شیراز وجود دارد. وجود بازاریاب‌ها با دوز بالای امواج مایکروویو، شیراز را به دستگاهی مانند ماکروفر تبدیل کرده که در حال پختن‌پز مردم این شهر است». ادعایی که به شکل مستقل توسط یکی از گروه‌های علمی دانشگاهیان شیراز تایید شده بود. روزنامه بازاریاب‌ها بر سلامت ارائه کند. دلیل عضویت علی‌اکبر صالحی و وزیر دفاع را اما با خواندن مصاحبه «شرق» با مصطفی ترک‌همدانی در همین شماره خواهید فهمید.

هفت نقطه درتهران

در هفته‌های جاری با بالاگرفتن دوباره بحث‌ها درباره بازاریابی‌ها و تأثیرشان بر سلامتی شهروندان، محمدجواد آذری‌جهرمی، وزیر ارتباطات در گفت‌وگویی با روزنامه اعتماد تأکید می‌کند که مجوزی تحت عنوان ارسال بازاریز وجود ندارد و وزارت ارتباطات نیز هیچ مجوزی به سازمانی در این رابطه نداده است. جهرمی پیش از این مصاحبه در سفرش به شیراز خبر داد وضعیت فرکانسی بازاریابی‌ها به شکل زنده در سطح شهرها نشان داده می‌شود تا شهروندان از آن آگاه شوند. شیراز همان شهری است که در دی ماه سال ۹۵ با شاهد تجمع عده‌ای از مردم در اعتراض به انتشار بازاریز در فضای شهر مقابل استانداری فارس بود. تجمعی که با وعده استاندار فارس برای تشکیل کمیته علمی دراین‌باره پایان یافت. سیدعبدالرزاق موسوی، عضو شورای شهر شیراز نیز در اردیبهشت ماه و در حاشیه جلسه شورای شهر شیراز بود که وقتی خبر رفع بودند: «ملاترین میزان امواج بازاریز کشور در شیراز وجود دارد. وجود بازاریاب‌ها با دوز بالای امواج مایکروویو، شیراز را به دستگاهی مانند ماکروفر تبدیل کرده که در حال پختن‌پز مردم این شهر است». ادعایی که به شکل مستقل توسط یکی از گروه‌های علمی دانشگاهیان شیراز تایید شده بود. روزنامه شهروند نیز در اقدامی جالب نقشه‌ای از دکل‌های بازاریز در شهر تهران منتشر کرد که نشان می‌داد «بازاریاب‌ها حداقل در هفت نقطه شرق