راهبردهای اقتصادی رهبر انقلاب که باید از گذشته جدی‌تر گرفته شود

خرید کالای داخلی و توصیه علم اقتصاد

■ علی‌اکبر کریمی*

یکی از مهم‌ترین ارکان اقتصادی هر کشوری، میزان تولیدات آن کشور از کالاها و خدمات مورد نیاز افراد جامعه است. از سوی دیگر یکی از نقاط اشتراک و تعلقات سرزمینی هر کشور، مصارف آن کشور از محل تولیدات خویش است. در واقع خرید محصولات داخلی تولیدشده در یک سرزمین به عنوان نماد همبستگی و مشارکت فعال مردم در سرنوشت اقتصادی و سیاسی خویش است. اهمیت‌دادن به محصول دست کارگر و متخصص و کارآفرین ایرانی موجب دلگرمی و رونق بازارها در داخل کشور است. یکی از بزرگ‌ترین ظرفیت‌های کشور ما داشتن یک بازار پررونق ۷۸ میلیونی است که نباید براحتی این فرصت نصیب خارجی‌ها و افرادی که نسبت به ارزش‌ها و منافع این سرزمین غریبه و بی‌توجه هستند، شود و ما به آسانی این فرصت کم‌نظیر را در اختیار بیگانگان قرار دهیم، بلکه به نظر می‌رسد در این باب بر اساس وظیفه شرعی امر به معروف و نهی از منکر، در مرحله اول باید ترک مراوده کرد که یک مصداقش هم نخریدن از افراد متخلف است، حالا متخلف یا گرانفروش است یا اهل ربا و احتکار است یا اهل خدعه و فریب و قسم دروغ است یا اینکه غیرقانونی کار می‌کند، یعنی در جایی که نباید کالایی بفروشد، کالا می‌فروشد؛ اگر کار او غیرقانونی است، ما نباید از او خرید کنیم. (حجت‌الاسلام والمسلمین فلاح‌زاده، پاسخ به سؤالات شرعی مخاطبان درباره احکام خرید، مصرف، تولید و فروش کالا، مطابق با فتاوای آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای، ۹۳/۱۲/۲۰) همچنین درباره خرید از کالای نامرغوب داخلی نیز گفته شده است اگر امر به معروف و نهی از منکر به‌طور صحیح اجرا شود، بسیاری از شرکت‌ها کالای مرغوب تولید می‌کنند، یعنی ما بیاییم از کسانی خرید کنیم که کالای مرغوب تولید می‌کنند، این کار خودش یک تذکر عملی به آنهاست، زیرا تولیدکننده متوجه می‌شود اگر بخواهد بازار داشته باشد، اگر بخواهد مشتری داشته باشد، اگر بخواهد ورشکست نشود، باید کالای مرغوب تولید کرده و سطح کارش را بالاتر بیاورد. این نحوه رقابت داخلی ایجاد کردن بهتر است (همان). در اینجا با استفاده از تکنیک هزینه/ فایده که در انتخاب هر موضوعی در اقتصاد خرد به عنوان روش مرسوم، متعارف، عقلانی و منطقی مطرح می‌شود، به‌طور فهرست‌وار و خلاصه به بیان فواید و مضار استفاده از کالای داخلی در ۲ سطح خرد و کلان و در قالب هزینه‌های حسابداری و هزینه اقتصادی (هزینه/فرصت) می‌پردازیم و درنهایت قضاوت را در این انتخاب به عهده خوانندگان عزیز می‌سپاریم.

■ **مضار و معایب**

۱- سطح خرد

الف- محدودیت انتخاب مصرف‌کننده

در ادبیات مربوط به نظریه مصرف‌کننده در اقتصاد متعارف، مصرف‌کننده آزادانه و بر اساس هدف حداکثرکردن لذت و مطلوبیت خود به انتخاب و خرید و مصرف کالاها و خدمات مبادرت می‌ورزد. اینگونه انتخاب‌ها در اقتصاد متعارف به‌صورت رجحان‌های آشکارشده نشان از بلوغ عقلانی مصرف‌کننده در پیگیری منفعت شخصی خویش به نحو بهینه دارد، بنابراین هرگونه دخالت، محدودیت و فشار بیرونی موجب اختلال در تصمیم‌گیری و انتخاب‌های عقلایی وی شده و موجبات سلب و کاهش مطلوبیت وی را به دنبال دارد، از این رو الزام وی به ترجیح، انتخاب و خرید کالاهای داخلی، گستره انتخاب‌های وی را محدود می‌کند. این امر با آزادی مصرف‌کننده و حاکمیت وی تناقض دارد.

ب- هزینه‌های خرید کالای کم‌کیفیت داخلی

۱- هزینه‌های حسابداری: به‌طور کلی هزینه‌های حسابداری به تمام هزینه‌های پولی انجام یک انتخاب اطلاق می‌شود. مصرف‌کننده کالاهای داخلی ممکن است بابت انتخاب و مصرف خود از این نوع کالاها متحمل هزینه‌هایی از قبیل قیمت بالاتر از کالای خارجی، کیفیت پایین‌تر و تنوع کمتر و محرومیت از برندها و نشان‌های معروف تجاری خارجی که افراد معمولاً بابت آن پول پرداخت می‌کنند، شود. البته در بسیاری از این موارد برندها، صرف‌نظر از مسائل کیفی و نیاز واقعی مصرف‌کنندگان و فقط به خاطر برند خریداری می‌شوند که اینجا دیگر از یک امر عقلایی خارج می‌شود. مقام معظم رهبری نیز به همین موضوع اشاره می‌کنند: «اینکه کسانی همه‌اش دنبال مارک‌ها و برندهای خارجی و اسم‌های خارجی باشند، خطاست؛ فرونشاندن یک هوس شخصی است اما ضربه‌زدن به یک کار عمومی و اصلی است». (بیانات در اجتماع مردم اسفراین/ ۹۱/۷/۲۲)

۲- هزینه‌های اقتصادی: منظور از هزینه اقتصادی «هزینه/ فرصت»[1] است که با توجه به محدودیت در منابع و «مساله کمیابی»[2] در اقتصاد ایجاد شده و منظور از آن بهترین انتخاب دوم فرد است که فرد با انتخاب اول خود فرصت بهره‌مندی از آن را از دست می‌دهد. درباره خرید کالای داخلی، فرد بودجه و درآمد محدود خود را صرف چنین کالایی کرده و عملاً فرصت بهره‌مندی از خرید کالای باکیفیت خارجی را از دست می‌دهد. درست است که بابت خرید کالای داخلی پولی جز هزینه‌های حسابداری پرداخت نکرده اما از فرصت استفاده از منابع محدود خود در جهت خرید کالای خارجی محروم شده است.

۲- سطح کلان

به نظر می‌رسد در بعد کلان بیشتر بتوان مضار خرید کالای داخلی را برآورد کرد:

۱- محرومیت از منافع مبادله به‌خاطر عدم رعایت مزیت نسبی: در اقتصاد مقوله‌ای تحت عنوان «مزیت نسبی»[3] مطرح است که به این معناست که چون ما با کمیابی در منابع مواجهیم و از طرف دیگر افراد جامعه نیازهای زیاد، متنوع و نامحدودی دارند، بنابراین باید برای تولید کالاها و خدماتی که نیازها را رفع می‌کنند، منابع به نحو بهینه اختصاص یابند. در همین راستا هر فرد، خانواده، سازمان و یک کشور باید سراغ تولید کالاهایی برود که می‌تواند با هزینه/ فرصت کمتری آنها را تولید کند. اگر افراد چنین کنند، همه افراد جامعه می‌توانند در مرحله بعدی نیازهای خود را با هزینه‌های به مراتب کمتری از راه مبادله با دیگر افراد جامعه تهیه کنند. بنابراین اگر فرضاً کشوری مصرف کالای داخل همچون خودروی ملی را ترجیح داد یعنی حتی اگر تولیدکننده داخلی در تولید آن کالا بهینه هم عمل نکند یا به عبارت دیگر مزیت نسبی نسبت به دیگر تولیدکنندگان خارجی نداشته باشد باز باید برود سراغ تولید همان کالا که مصرف‌کننده می‌توانست آن را با هزینه کمتری از خارج تهیه کند.

۲- اسراف و هدررفت منابع کشور (عدم کارآیی): ضرر بعدی از این ناحیه بازمی‌گردد به اینکه تولیدکننده کالای داخلی می‌توانست از منابع موجود در کشور در جهت تولید کالایی که در آن مزیت نسبی دارد اقدام کند و حال که منابع کشور در جهت تولید کالای فاقد مزیت نسبی صرف شده است، گویا منابع کشور به هدر رفته و کارآیی اقتصادی لحاظ نشده است و به عقیده بسیاری این یعنی اسراف در منابع که حرمت شرعی، عقلی و عرفی دارد. (پیغامی، عادل، ۱۳۹۱، راهکارهای اصلاح الگوی مصرف، مرکز مطالعاتی سدید)

■ **فواید**

در بیانی از رهبر حکیم انقلاب می‌خوانیم: «شما وقتی یک جنس داخلی را خرید می‌کنید به‌جای جنس تولید خارجی، هم به همین اندازه کار و اشتغال ایجاد کرده‌اید، هم کارگر ایرانی را وادار کرده‌اید به اینکه ابتکار خودش را بیاورد میدان؛ جنس داخلی که مصرف شد، آن کننده کار، ابتکاراتی دارد، این ابتکارات را روزبه‌روز افزایش خواهد داد؛ شما وقتی جنس داخلی مصرف می‌کنید، ثروت ملی را افزایش داده‌اید. در گذشته، در دوران طاغوت، ترجیح مصرف خارجی به‌عنوان یک سنت بود؛ سراغ جنس که می‌رفتند، [می‌پرسیدند] داخلی است یا خارجی؟ اگر خارجی بود، بیشتر به آن رغبت داشتند؛ این باید برگردد و به‌عکس بشود. نمی‌گوییم خرید جنس خارجی حرام است اما عرض می‌کنیم خرید جنس داخلی یک ضرورت برای مقاوم‌سازی اقتصاد است و بر روی همه چیز این کشور تأثیر می‌گذارد. باید به این توجه کرد؛ این نقش همه مردم است. البته در اینجا هم مثل خیلی جاهای دیگر، مسؤولیت مسؤولان و مدیران کشور از دیگران بیشتر است؛ بسیاری از زیاده‌روی‌ها و ریخت‌وپاش‌ها در رفتار مردم، به‌خاطر نگاه کردن به رفتار آن کسانی است که آنها را «بزرگ‌ترها» می‌دانند؛ اگر اسراف در بین سطوح بالا نباشد، در بین مردم هم اسراف کم خواهد شد، بنابراین ترجیح تولید داخلی یکی از کارها است». (بیانات در حرم مطهر رضوی ۹۳/۱/۱)

۱- سطح خرد

در سطح خرد می‌توان فواید زیر را برای خرید کالای داخلی در نظر گرفت.

الف- خرید کالایی متناسب با شرایط بومی و فرهنگ اسلامی- ایرانی

می‌دانیم که بسیاری از کالاهای تولیدشده در کشورهای بیگانه، متناسب با شرایط خاص استفاده و متأثر از فرهنگ، ارزش‌ها و عادات همان جامعه است، بنابراین با مصرف چنین کالاهایی، هویت افراد جامعه تحت تأثیر آن فرهنگ قرار خواهد گرفت. از آنجا که عمدتاً کالاهای وارداتی علاوه بر انگیزه‌های اقتصادی مبتنی بر انگیزه‌های فرهنگی و استعماری به داخل کشور گسیل می‌شوند باید نسبت به این امر توجه لازم شود. نمونه بارز آن بازمی‌گردد به لوازمی چون انواع اسباب‌بازی، لوازم‌التحریر، انواع پوشاک و... بنابراین ما می‌توانیم با خرید کالای داخلی از این آسیب‌ها در امان مانده و بالعکس کالایی را که جنبه مثبت و تقویت‌کننده فرهنگ و ارزش‌های اسلامی دارد و منطبق با شرایط و نیازهای کشور (بومی) ما هست، خریداری کنیم.

> **در کشورهای دیگر نیز این امر بسیار توصیه شده است به عنوان مثال در مدیریت اقتصاد ملی ژاپن دور تازه‌ای از اشاعه و ترویج بیش از پیش روحیه تولید کالا با کیفیت مطلوب‌تر و عمر طولانی‌تر جهت ایجاد ارزش افزوده‌ای برتر آغاز شده است. روحیه و تلاش کارآفرینانه‌ای که دیگر کشورهای آسیای شرقی نظیر چین به‌خاطر خصوصیت‌های فرهنگی، اقتدارگرایی و هدف‌های کوتاه‌مدت قادر به رقابت و فرارفتن از آن نیستند**

ب- حس خوب مشارکت و همیاری با هموطنان

ترجیح کالای داخلی به لحاظ تأثیرات روانی، اجتماعی و فرهنگی می‌تواند بین مردم ایران ایجاد یک سرمایه اجتماعی عظیمی کند که با استفاده از آن بتوان از بسیاری از هزینه‌های مبادلاتی در داخل کشور و در میان روابط، قراردادها و معاملات اقتصادی کاست و ضریب مشارکت افراد را در فعالیت‌های اقتصادی جامعه بالا برد. در واقع در این صورت چه تولیدکننده ایرانی و چه مصرف‌کننده ایرانی هر دو دارند در یک مسیر که آن رشد و توسعه اقتصادی کشور است، گام برمی‌دارند. از آنجا که همه ما در سطح خرد هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده کالاهای تولیدشده توسط دیگرانیم، باید بدانیم حمایت از تولید داخلی در درجه اول منافعش نصیب خودمان می‌شود.

پ- رونق کسب‌وکارهای خرد و مشاغل خانگی

در هر موردی که کالای مشابه داخلی را که از انسان رفع نیاز می‌کند مصرف کنیم، بتدریج این امر سبب خواهد شد تولیدکنندگان و کارگران داخلی به فکر بیفتند تا مشاغل خرد خانگی را برای خود و اطرافیان خویش فراهم و بدین ترتیب بتوانند معیشت خانواده خود را از محل فروش این محصولات در داخل کشور تامین کنند.

۲- سطح کلان

الف- کمک به اقتصاد ملی

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتدار و آبادانی هر سرزمینی میزان تولیدات مردم آن سرزمین است. اگر مصرف کالای داخلی به یک فرهنگ تبدیل شود ضرورتاً این امر موجب شکوفایی ظرفیت‌های درونی اقتصاد آن کشور خواهد شد.

ب- حمایت از کار و سرمایه ایرانی

ارزش قائل شدن برای کار کارگر ایرانی توسط تمام ایرانیان هم به لحاظ اقتصادی و هم به لحاظ فرهنگی تأثیرات بسیار مثبتی بر تک‌تک افراد جامعه خواهد داشت. مقام معظم رهبری ضمن اشاره به وظیفه تولیدکنندگان در این زمینه می‌فرمایند: «استحکام کار را خدا از ما خواسته است، احترام به کارگر را هم خدا از ما خواسته است؛ امنیت زندگی و شغلی کارگر را خدا از ما خواسته است، امنیت سرمایه را هم خدا از ما خواسته است». (بیانات در دیدار کارگران و فعالان بخش تولید کشور ۹۲/۲/۷) در کشورهای دیگر نیز این امر بسیار توصیه شده است به عنوان مثال در مدیریت اقتصاد ملی ژاپن دور تازه‌ای از اشاعه و ترویج بیش از پیش روحیه تولید کالا با کیفیت مطلوب‌تر و عمر طولانی‌تر جهت ایجاد ارزش افزوده‌ای برتر آغاز شده است. روحیه و تلاش کارآفرینانه‌ای که دیگر کشورهای آسیای شرقی نظیر چین به‌خاطر خصوصیت‌های فرهنگی، اقتدارگرایی و هدف‌های کوتاه‌مدت قادر به رقابت و فرارفتن از آن نیستند. (نقی‌زاده، محمد، ۱۳۸۵، مبانی فکری مدیریت اقتصاد ملی، شرکت سهامی انتشار، ص ۹۶ و ۹۷)

پ- افزایش اشتغال و کاهش بیکاری

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های دولتمردان و مسؤولان هر کشوری، تأمین یک شغل خوب و پایدار برای تأمین معاش تک‌تک افراد جامعه است. مصرف تولیدات داخلی به معنای فروش بیشتر تولیدکنندگان اجناس داخلی است و این یعنی سود بیشتر برای تولیدکنندگان و رونق بیشتر بازار و کسب‌وکار ایشان و از سوی دیگر موجب استخدام کارگران بیشتر برای تولید بیشتر در جهت رفع نیازهای مصرف‌کنندگان خواهد شد.

ت- افزایش خلاقیت و کارآفرینی

ترجیح مصرف کالاهای داخلی بر مشابه خارجیِ آن، اصطلاحاً این سیگنال را به تولیدکننده داخلی می‌دهد که محصول شما از رغبت بیشتری نزد مردم برخوردار است، بنابراین برای اینکه جایگاه خود را نزد مصرف‌کنندگان و مشتریان بالا ببری و آنان را به محصول خود وفادار سازی باید در کار خود تنوع به خرج دهی و ثانیاً با ایجاد روش‌های بهینه‌تر در تولید، هزینه تمام‌شده و قیمت کالا را به صرفه‌تر کنی.

ث- رشد اقتصادی

به تغییر در ارزش مجموع کالا و خدمات تولید شده در درون یک سرزمین و توسط اهالی آن در طول یک‌سال نسبت به سال قبل، رشد اقتصادی گفته می‌شود. همان‌طور که بیان شد مصرف تولیدات داخلی به جای خارجی یعنی فروش بیشتر یک کشور و این یعنی افزایش تولیدات آن کشور که موجبات رشد اقتصادی و بهره‌مندی بالقوه همه افراد از کالاها و خدمات بیشتر را برای آحاد افراد جامعه به همراه دارد. یعنی سبب می‌شود با فراوانی و وفور ناشی از رشد اقتصادی، قیمت‌ها نیز شکسته شده و افراد با درآمد کمتر نیز بتوانند از آن کالاها برای احتیاجات خود استفاده کنند.

ج- افزایش اعتماد به نفس ملی و بین‌المللی

باید اعتراف کرد خوب یا بد یکی از شاخص‌های توسعه در هر کشوری میزان درآمد سرانه آن کشور است که از تقسیم تولید ناخالص ملی آن کشور بر جمعیت آن به دست می‌آید. اگر کشوری دارای درآمد سرانه بیشتری باشد و در کنار آن توزیع عادلانه‌ای هم از آن وجود داشته باشد، آن کشور می‌تواند خود را به عنوان یک کشور قدرتمند مطرح کند. در واقع یکی از مظاهر قدرت هر کشوری، میزان رشد اقتصادی آن کشور است که وجهه آن را در سطح بین‌المللی بالا می‌برد و نوع و سطح روابط و تعاملات آن را در سایر عرصه‌های اجتماعی معین می‌کند. مقام معظم رهبری در همین باره می‌فرمایند: «ما تا به کار ایرانی و سرمایه ایرانی احترام نگذاریم، تولید ملی شکل نمی‌گیرد؛ و اگر تولید ملی شکل نگرفت، استقلال اقتصادی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند؛ و اگر استقلال اقتصادی یک جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد- یعنی در مساله اقتصاد نتوانست خودش تصمیم بگیرد و روی پای خود بایستد- استقلال سیاسی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند؛ و اگر استقلال سیاسی یک جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد، بقیه حرف‌ها، جز حرف، چیز دیگری نیست. تا یک کشور اقتصاد خود را قوی نکند، پایدار نکند، متکی به خود نکند، مستقل نکند، نمی‌تواند از لحاظ سیاسی و فرهنگی و ... تأثیرگذار باشد». (بیانات در اجتماع کارگران کارخانجات تولیدی داروپخش ۹۱/۲/۱۰)

چ- کاهش اثرات تحریم‌های خارجی

ح- کاهش هزینه‌های واردات و صرفه‌جویی ارزی در شرایط تحریم

خ- کاهش قاچاق و ورود اجناس بنجل و دست‌چندم خارجی.

■ **نکته پایانی**

گفتنی است بنابر فرموده مقام معظم رهبری مصرف کالاهای خارجی و واردات آن در ۲ صورت اجتناب‌ناپذیر است:

۱- در شرایطی که کالای مشابه کالای خارجی در داخل کشور تولید نشده باشد. نکته مهم این است که منظور از مشابه داخلی صرفاً یکسانی و همگنی دو کالا از هر جهت نیست، بلکه مشابهت عرفی کفایت می‌کند که فایده و غرض و نیاز انسان از آن کالا مرتفع شود. در پاسخ به سؤالی درباره منظور از مشابه داخلی داشتن کالاهای خارجی آمده است: «به عنوان مثال دارو را برای درمان بیماری می‌گیرند، اگر این دارو نمونه خارجی دارد، نمونه داخلی هم دارد و نمونه داخلی همان تأثیر را دارد و با استفاده از آن بیمار درمان می‌شود، اینجا مشابهت وجود دارد. یا مثلاً لوازم منزل مثل بخاری که هر دو نمونه ایرانی و خارجی گرم‌کننده هستند و به هر حال با خرید این کالا غرض حاصل می‌شود؛ ممکن است گاهی وقت‌ها هم کیفیت مشابه داخلی کمی پایین‌تر باشد اما با خرید آن غرض حاصل می‌شود اما یک وقت است که با خرید یک کالا واقعاً خریدار متضرر می‌شود و واقع مطلب این است که به او می‌گویند تو مغبون شدی، بی‌خود این کالا را خریدی، آن فایده‌ای را هم که به خاطر آن، این کالا را خریدی ندارد؛ ما به این کالا نمی‌گوییم مشابه».

۲- کالا ضروری باشد، بنابراین درباره بسیاری از کالاهایی که اصلاً ضروری نیستند مثل خیلی از وسایل و تجهیزات لوکس و زینتی یا کم‌اهمیت مثل انواع لوازم آرایشی و بهداشتی یا سس و نوشابه و آدامس و امثال اینها از آنجا که مصرف این موارد به معنای واردات اینها چه به‌طور رسمی که برای کشور در شرایط تحریم هزینه‌های ارزی زیادی دارد و چه در شرایط غیرتحریم موجب هزینه‌های کسری تجاری برای کشور می‌شود به طوری که بیشتر این موارد در ازای فروش نفت به دست می‌آید یا در حالتی که این مواد به داخل کشور قاچاق می‌شود که بنابراین عوائد واردات آن (حقوق گمرکی) برای کشور صفر و راه برای گسترش بیشتر ورود کالاهای خارجی به کشور هموار می‌شود، مصرف این‌گونه کالاها خلاف منافع ملی ما است.

حال قضاوت با خود ما است که بین کالای خارجی و کالای مشابه داخلی کدام یک را برمی‌گزینیم؟

پی‌نوشت

۱- Opportunity cost

۲- The problem of scarcity

۳- Comparative advantage

*** دانشجوی دکترای اقتصاد و مدرس دانشگاه**

منبع: برهان

روزنه

وحدت ملی ایرانیان، جنوب‌غرب آسیا را برای ترامپ و نتانیاهو سوزناک‌تر خواهد کرد

■ سعید صادقلو* ■

دونالد جان ترامپ، چهل و پنجمین رئیس‌جمهور ایالات متحده آمریکا، در هفتاد و یکمین سال زندگی خود، تصمیمی گرفت که به نظر می‌رسد در گذشت زمان، این تصمیم به نماد «ناپختگی سیاسی» این تاجر چرتکه به دست مبدل شود. در آخرین ساعات روز ۱۸ اردیبهشت‌ماه، ترامپ خبر خروج این کشور از برجام را به جهانیان اعلام کرد. ترامپ اینگونه برداشت می‌کند که با خروج این کشور از برجام، ایجاد جو منفی نسبت به کشورمان و فشار شدید اقتصادی بر ایران، اتفاقات خاصی به ضرر منافع ایران خواهد افتاد. ذهنیت ترامپ، کاملا ذهنیتی چرتکه‌ای است. به این معنی که ترامپ همیشه با انداختن چرتکه، سود اقتصادی را بر همه منافع جغرافیایی، امنیتی، سیاسی و... ترجیح می‌دهد یا حداقل اینکه در کنار منافع دیگر، به منافع اقتصادی بسیار بیشتر اهمیت می‌دهد. هر چند شنا کردن در استخر دلارهای سعودی نیز در دیوانگی‌های سیاسی ترامپ کم‌تاثیر نبوده است اما در این بین، ترامپ واقعیت‌های معنوی را نمی‌بیند. وحدت ملی و همدلی ایرانیان همیشه در جهان زبانزد است. بویژه در طول تاریخ، زمانی که سایر زورگویان جهانی، ایران را تهدید می‌کردند، همیشه ایرانیان وحدت‌شان بسیار پررنگ‌تر می‌شده است. اکنون نیز ایرانیان با وحدت و همدلی خود، ترامپ را سر جایش خواهند نشاند. ذهن پول‌پرست ترامپ و گروه تینک‌تنک او، این حقیقت را نمی‌بیند که علل وجودی کشور ایران آنچنان گسترده و وسیع است که با تحریم و تهدید نه‌تنها ضعیف نمی‌شود، بلکه مستحکم‌تر و تنومندتر می‌شود. عوامل گوناگونی در میان ایرانیان مانند چسب تنومند، آحاد ملت را به هم متصل کرده است و امکان جدایی در این چسبندگی جغرافیایی نیست و این علل به صورت لایه‌های مختلف، کشور ایران را در مقابل توفان‌های ظالمان جهانی نگهبان است.

سابقه تمدنی ایران، به ۷ هزار سال پیش بازمی‌گردد. سابقه‌ای که دوست و دشمن آن را قبول دارند و خود به خود ذهنیت ناسیونالیسم تاریخی نسبت به این سرزمین ایجاد می‌کند.

دین اسلام و مذهب تشیع، با عمومیت بالای ۹۵ درصدی در میان ایرانیان، یکی از مهم‌ترین علل وحدت کشور ایران است که این سرزمین را خدشه‌ناپذیر می‌کند. وجود ساختاری محبوب و مردمی، به نام ولایت فقیه موجب شده است ایرانیان همیشه سخنان و موضع‌گیری‌های ولی فقیه زمان را سرلوحه فکر و عمل خود قرار دهند و به وحدت برسند.

وجود مراسم‌ها و آیین‌های ملی و دینی مانند نیمه شعبان، ماه مبارک رمضان، شب قدر، محرم، نوروز و... موجب شده است این ملت با هم خاطره‌های مشترک بسیار زیادی داشته باشند و این مراسم‌ها، روح یکدلی را در میان ایرانیان چند لایه‌تر کرده است.

لذا علل فوق در کنار عوامل مهمی مانند اینکه بسیاری از ایرانیان برای انقلاب اسلامی در همه زمان‌ها، خون‌ها داده‌اند و خون‌دل‌ها خورده‌اند، در جنگ تحمیلی در مقابل نیمی از ستمگران جهان ایستاده‌اند و شهدای مختلفی تقدیم اسلام و انقلاب اسلامی شده است، باعث شده کشور ما برای همیشه واکسینه شود و تهدید و تحریم کاملا بر این ملت بی‌اثر باشد.

ترامپ این واقعیت‌ها را هیچ‌وقت ندیده است. یادمان باشد هرچه تحریم‌ها و تهدیدها بیشتر می‌شود، وحدت ایرانیان در مقابل ستمگران و زورگویان بیشتر شده است. تجربه ۴۰ ساله انقلاب کبیر اسلامی، نشان داده همیشه تهدید خارجی نتیجه‌اش همدلی بیشتر ملی و یکدلی کامل در میان جریان‌های سیاسی مختلف بوده است. عوامل مذکور موجب خواهد شد ترامپ و نتانیاهو هیچ‌وقت در ایران و منطقه جنوب غرب آسیا روی آرامش را نبینند و هیچ‌وقت نتوانند به اهداف خود جامه عمل بپوشانند.

*** پژوهشگر میهمان در مرکز مطالعات استراتژیک خاورمیانه و عضو پیوسته انجمن ژئوپلیتیک ایران**

پیامک خوانندگان
۱۰۰۰۲۲۳۱