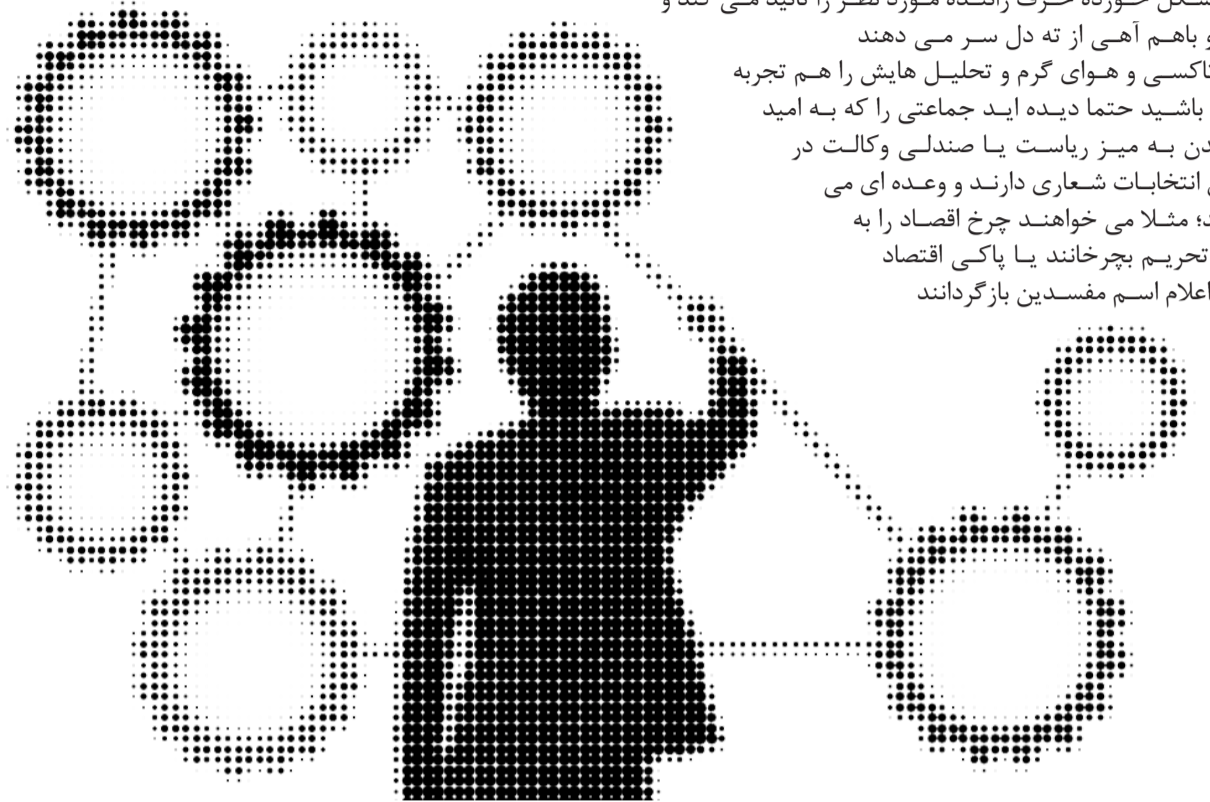


شاید برای شما هم اتفاق افتاده باشد در یک ظهر گرم تابستان که در تاکسی نشسته اید با افتادن ماشین در اولین دست انداز راننده تاکسی که از یک روز شلوغ و پرتراфик خسته شده شروع می کند به گله و شکایت از وضعیت خیابان های شهر و حرف هایش را ادامه می دهند تا وصلش می کند به وضعیت جاده های کشور و توصیف و تحلیل آمار کشته های جاده ای و هزار مساله مربوط و غیر مربوط دیگر و دست آخر هم حکم می دهد که اگر فلان شخص مسئول که آن بالا نشسته فلان کار را انجام می داد اوضاع چنین نبود. اتفاقا مسافر همراه هم که تازه کارش با اداره مطبوع همان مسئول به مشکل خورده حرف راننده مورد نظر را تأیید می کند و هردو باهم آهی از ته دل سر می دهند اگر تاکسی و هوای گرم و تحلیل هایش را هم تجربه نکره باشید حتما دیده اید جماعتی را که به امید رسیدن به میز ریاست یا صندلی وکالت در زمان انتخابات شعاری دارند و وعده ای می دهند؛ مثلا می خواهند چرخ اقتصاد را به رفیع تحریم بچرخانند یا پکی اقتصاد را با اعلام اسم مفسدین بازگردانند

است. عوامل موثر بسیار بیشتر هستند و معمولا آنچه واضح و ملموس نیستند که به راحتی دیده شوند. کشف این عوامل دقت و توجه می طلبد که معمولا عامه مردم چنین دقت و توجهی به خرج نمی دهند. مثلا حل مساله اقتصاد کشور و چرخیدن چرخ زندگی مردم به مسائل متعددی مربوط می شود که فقط یکی از آن ها مساله تحریم و ارتباط کشور با خارج از مرز ها است. ایجاد ارتباط مستقیم و یک به یک بین اقتصاد و تحریم نشان از این دارد که سیستم اقتصاد به درستی درک نشده است.

هرچند که بی اثر شمردن تحریم ها نیز ناشی از عدم درک سیستمی از اقتصاد جهان است...!



## تحلیل سیاسی در افق تاکسی

ولی آن زمان که به حکم رای مردم انتخاب می شوند که حرف هایشان را عملی کنند موفقیتی آنچه آن که انتظارش بوده و حرفش زده شده به دست نمی آورند.

چرا راه حل هایی که مردم در فضایی مانند تاکسی برای حل مشکل می دهند هیچ زمان اجرایی نمی شود؟ چرا حتی شعار های رئیس جمهور و وکلای مجلس نیز آنطور که باید و شاید محقق نمی گردند؟ آیا همیشه پای یک کارشکنی خصمانه در میان است؟ اصلا چقدر می شود به یک تحلیل و یا راهکاری که ارائه می شود اعتماد کرد؟ این تحلیل ها چقدر درست هستند و راهکار ها چقدر موثر؟! آیا ما پدیده ها را آنطور که هستند می بینیم؟

نگرش سیستمی شکل خاصی از نگرش است که مارا در فهم بهتر پدیده ها و ارائه راهکار های مناسب تر یاری می کند. در این شکل تفکر پدیده ها با نگاهی کل نگرانه و از منظر بالا و به عنوان یک سیستم تحلیل و بررسی می شوند. به زبان ساده یک سیستم مجموعه ای از اجزا پیوسته و مرتبط است که با هدف خاصی یکپارچه شده اند. این ارتباط و پیوستگی اجزا به گونه ای است که تحلیل بررسی یک جز بدون در نظر گرفتن ارتباطش با سایر بخش ها تحلیل درستی به دست نمی دهد. نگرش سیستمی موضوعی جدید و یا عجیب و دور از ذهن نیست که نیاز باشد برای اهمیتش استدلال ارائه کرد. آنچه محل چالش است شناخت درست سیستم ها و محدوده آن است و شناخت درست اجزا و نقش ها و نحوه ارتباطشان با سایر اجزا تشکیل دهنده سیستم.

اکثرا برای بیان مثال از ساعت یا خودرو به عنوان نمونه هایی از سیستم که اطراف ما وجود دارد یاد می شود اما سیستم های انسانی نوع دیگری از سیستم ها هستند که اتفاقا به مراتب از پیچیدگی بیش از سیستم های مکانیکی برخوردارند. نظام حاکم بر اداره کشور هم نمونه ای از یک سیستم است که از اجزا مختلف تشکیل شده که خود آن اجزا را نیز می توان سیستم هایی دیگر در نظر گرفت. در ادامه این یادداشت رهیافت هایی از نگرش سیستمیک مطرح می شود که امید است به خواننده کمک کند تا اتفاقات و اوضاع فعلی در جامعه را بهتر فهمیده و در قضاوت راهکار ها نیکو تر عمل کند.

البته باید دقت داشت که هدف این سطور ارائه نگرش و رویکرد است و نه تجزیه تحلیل مصادیق به همین جهت مصادیقی که بیان می شود صرفا مثال خواهد بود و بعید نیست مناقشه پذیر باشد. از خواننده محترم تقاضا می شود هسته کلام را گرفته و از مثال ها عبور نماید.

### رهیافت اول: عامل یا عوامل؟

در سیستم های ساده مانند خودرو عوامل متعددی در تعیین حداکثر خودرو موثرند. از کیفیت موتور و وزن بدنه گرفته تا حتی باد چرخ ها. در سیستم های انسانی ماجرا پیچیده تر

رهیافت دوم: افق زمانی تحلیل هنگامی که پدیده ای با عینک سیستمی تحلیل شده و روابط متقابل اجزا آن در نظر گرفته می شود، دیگر آن پدیده موجودی جامد و ایستا نیست که دیروز و فردایش تفاوت نکنند بلکه موجودی پویا و وابسته به عنصر زمان است. به همین جهت آنجا که سیستم مورد تحلیل قرار می گیرد یا برای مساله ای از مسائلش چاره ای اندیشیده می شود باید تاثیر این عنصر در نظر گرفته شده و به این سوال پاسخ داده شود که این راه حل تا چه زمانی می تواند موثر باشد؟

در روزگاری که هند مستعمر انگلستان بوده، تعداد مار های کبری در دهلی به شدت زیاد می شود و چنین پیشامدی خطراتی را برای شهروندان ایجاد می کند. دولت وقت برای رفع این مشکل به مردم اعلام می کند به شهروندانی که مار مرده تحویل دهند پاداش خواهد داد. در ابتدا طرح موفقیت آمیز است و با شروع پاداش ها از سوی دولت مردم تعداد زیادی مار مرده تحویل دولت می دهند اما بر خلاف انتظار که رفته رفته باید تعداد مارهای تحویل داده شده کاهش یابد هر روز تعداد مار های مرده تحویلی بیشتر می شد. دولت متوجه می شود مردم به طمع کسب در آمد کبری پرورش می دهند تا با تحویل مرده اش پاداش دریافت نمایند. پس به مردم گفت که دیگر بابت مرده هیچ ماری پاداش نخواهد داد. پرورش دهندگان مار هم که نقشه خود را از دست رفته می دیدند هرکدام مار های خود را در گوشه از شهر رها کردند تا بیش از این هزینه پرورش نگهداری مار نپردازند و چنین شد که در نهایت اوضاع به حالتی بدتر از گذشته بازگشت. این داستان واقعی که به «اثر مار کبری» معروف است نشان می دهد چگونه راهکاری که افق زمانی اش درست سنجیده نشده می تواند دردسر ساز شود. تلاش برای حل مساله فقر با اجرای سیاست های توزیعی و پرداخت یارانه نقدی هم شاید نمونه داخلی از چنین راهکارهایی است که افق زمانی آن درست سنجیده نشده است.

در نوشته بعد به تفاوت رویداد و روند خواهیم پرداخت و مساله علت بودن و همزمانی را مورد بررسی قرار می دهیم. اگر می خواهید از تفکر سیستمی بیشتر بدانید شنیدن این فایل صوتی می تواند مفید باشد:

<http://dl.motamem.org/systems-thinking.mp3>

محمد حسین پرویزی - مهندسی کامپیوتر ۹۱



دوهفته نامه سیاسی فرهنگی اجتماعی | انجمن اسلامی

دانشجویان | دانشگاه فردوسی مشهد | سال ششم، شماره ۳۷

اردیبهشت ۹۶ | ویژه نامه انتخابات

## وعده های انتخاباتی

## یا کمیابگری اقتصادی؟

بیکاری و مسائل اقتصادی، همواره عنوان یکی از مهم ترین مشکلات مردم را در تمام دنیا به خود اختصاص می دهد، تا جایی که همین ها خود عامل بسیاری از مسائل و مشکلات دیگر می شوند و توده مردم را به ستوه می آورند. هنگام انتخابات هم که می شود نامزدها با دست گذاشتن بر روی چنین مشکلاتی، درصدد چاره اندیشی برای رفع آن ها بر می آیند. اما گاهی این چاره اندیشی ها آنقدر آرمانی می شوند که به جای اینکه راه حلی برای رفع مشکلات باشند، بیشتر، به نمکی بدل می گردند که بر روی زخم های اقتصادی مردم پاشیده می شود. در واقع، مسئله اینجاست که برنامه ریزی و چاره اندیشی برای رفع معضلات، یک چیز است و بازی با احساسات مردم، چیز دیگر!

کمیابگری نامزدها:

هنوز تنور رقابت ها چندان هم داغ نشده بود که، با وعده هایی مبنی بر ایجاد فرصت های شغلی، پرداخت پول به بیکاران، رشد اقتصادی و برچیدن کامل بحران بیکاری از سوی برخی نامزدها مواجه شدیم؛ وعده هایی که بیشتر به شعارهایی برای پیروزی در انتخابات می ماند تا هدف های از قبل برنامه ریزی شده! این وعده ها، آنقدر غیرمنتظره بود که حتی صدای هم جناحی های خود را نیز درآورد و روزنامه های حامی آنان نیز نتوانستند به طور اقناع کننده ای درصدد حمایت از این وعده ها برآیند.

در واقع، انتقادی اساسی که به این قبیل وعده ها وارد شد، این بود که فاقد پشتوانه علمی و بدون توجه به وضعیت اقتصادی کشور می باشند. به عنوان مثال: در حالی که کشور در چهار دهه اخیر، تنها سه درصد رشد اقتصادی داشته است، حال چگونه می توان درآمد مردم را به دو و نیم برابر افزایش داد؟ درحالی که رسیدن به این مقصود نیازمند رشد اقتصادی دورقمی است که احتمالا با تلاش تمام دستگاه ها و نهادهای مربوطه نیز نمی توان ظرف چهارسال بدان دست یافت. و از این قبیل سؤالات که بسیار مطرح گردیده است و تاکنون پاسخی دقیق و روشن از سوی نامزدها به آن ها داده نشده است....

در حقیقت، انتظار می رفت نامزدهای محترم، با پاسخ به این پرسش ها و انتقادات، هم خود را از آماج حملات رقیب حفظ نمایند و هم تخصصی بودن وعده های خود را به اثبات برسانند. اما آن ها تنها به دادن پاسخ های کلی و اطمینان بخشی های لفظی، اکتفا کردند؛ پاسخ هایی که نه تنها توانست مردم و کارشناسان را اقناع سازد، بلکه حتی بر نقد منتقدین نیز صحه گذاشت!

نامیدی مردم، پیامد این وعده ها:

چنین وعده هایی، اولین باری نیست که در رقابت های انتخاباتی، و یا هر موقعیت دیگر، مطرح می شود؛ بلکه برعکس، مسبوق به سابقه است. فقط، هر بار در لباسی جدید و تحت لوای جناح های مختلف، قد علم می کند. اما هر دفعه یک نکته نیز به فراموشی سپرده می شود که شاید وجه اشتراک همه ی این قبیل وعده ها تلقی شود: عدم تحقق وعده ها و تبعات منفی آن!

زمانی که مسئولین و یا نامزدهای انتخاباتی، برای رسیدن به هدف، دست به دامان این چنین وعده هایی می شوند و حتی گاهی همین ها عامل مهمی در پیروزی شان محسوب می شود، انتظارات و توقعاتی را در مردم ایجاد می کنند که باید نسبت به برآورده سازی آن ها اقدام شود. اما از آن جا که برخی تغییرات اساسی ( نظیر رشد بالای اقتصادی، آن هم تا حد دورقمی ) لازمه تحقق این وعده هاست، آن هنگام است که حتی اگر هم بخواهند نمی توانند به وعده های خود جامه عمل بپوشانند. و به دلیل این که خانه وعده هایشان از پای بست ویران است، قادر به دفاع از آن ها نخواهند بود و نمی توانند دلایلی توجیه پذیر، برای عدم تحقق آن ها ارائه کنند. از طرفی دیگر، مردم نیز دچار نوعی یأس از وضع موجود می شوند و زمانی که نوبت بعدی انتخابات فرا می رسد نامزدهای دیگر از این عدم تحقق ها به نفع خود استفاده کرده و درصدد ارائه راه حل برای رسیدن به وضعیت مطلوب بر می آیند و این چرخه همچنان ادامه می یابد.... خوب است به جای این قبیل آرمان خواهی های غیر واقع بینانه، مردم را نسبت به حقایق وضع موجود آگاه کرد و وعده هایی را برای پیروزی برگزید که ضمانت اجرایی نیز داشته باشند.

و چه نیکو سخنی است این سخن مولا علی (ع) که فرمودند:

عبرت ها چه فراوانند و عبرت پذیرفتن ها چه اندک.....

طبیبه طباطبایی - کارشناسی علوم تربیتی ۹۳

# احساس تکلیف!

روزهای آخر است و شمارش معکوس برای دولت یازدهم شروع شده. پیچ و خم هایی به طول چهار سال طی شده و حالا به خط پایان نزدیک می شویم. از هر گوشه و کناری صدای انتخابات به گوش می رسد. از تاکسی و اتوبوس و مترو... بگیر تا دانشگاه و بقالی و نانوايي! همگی رنگ و بوی انتخاباتی گرفته اند آن هم از نوع «ریاست جمهوری»! در این ایام معمولاً استعدادهای نهفته ای شکوفا می شود و نخبگانی در زمینه ی سیاست و تحلیل مسائل (از هر نوعی!) به جامعه معرفی می شوند! یک عده هم عجیب احساس تکلیف می کنند (واجب عینی!) و به این ترتیب هر چهار سال یک بار، شاهد رشد قارچ گونه متکلفان و متعهدان و متخصصان هستیم! البته این خوب است که مردم بصیر و روشنفکر ما تا این حد دلسوز کشورمان هستند که در پایان هر دوره به دلیل مشکلات متعدد و نیاز روزافزون کشور به یک مدیر لایق(!) در کاندیدا شدن، از یکدیگر سبقت می گیرند؛ در واقع آن ها مصداق آیه «و السَّابِقُونَ السَّابِقُونَ» هستند و ان شاء... که «اولئک المقربون» هم باشند و هدفشان هم «فی سبیل ...» باشد! «احساس تکلیف» امری طبیعی است که در هر دوره و هر سنی ممکن است سراغ آدم بیاید. مثلاً در همین انتخابات، افرادی احساس تکلیف کردند که شاید تا قبل از آن حتی در برابر تکالیف مدرسه شان هم احساس تکلیف نمی کردند! بعضی افراد روحیه عاطفی دارند و خانواده دوست هستند و اصولاً اهل تک خوری نیستند؛ به همین دلیل به همراه خانواده احساس تکلیف کرده و دورهمی می خواستند کاندید شوند! همچنین پدری که قصد داشت دختر سه ساله اش فعالیت سیاسی خود را با ریاست جمهوری آغاز کند (محض دست گرمی!)، و فردی که فوق لیسانس تربیت بدنی (و احتمالاً تخصص در ورزش های رزمی!) داشت و با روحیه جنگ طلبانه و برای انتقام پدرش از ترامپ آمده بود که به گفته خودش نیاز مبرمی داشت به تیم حفاظتی مخصوص؛ چون امکان ترور او وجود داشت! در مورد «گراز» هم بهتر است چیزی نگوئیم!!! البته خود ایشان (یعنی جناب گراز!) می فرمودند چون ایران پنج سال دیگر به کویر تبدیل می شود اقدام به ثبت نام کرده است!

و کسانی که فقط احساس تکلیف کرده بودند و فعلاً برای اداره کشور برنامه خاصی نداشتند! یا به قول خودشان صرفاً آمده بودند که رئیس جمهور شوند!

یا جوانی با کلید بنفش(!) و مردی با چهره عجیب و وعده صدروزه! و نیز فردی با مدرک ششم ابتدایی که قصد داشت به بیکاران ماهی پانزده میلیون تومان حقوق دهد! همچنین نگاهی یک کارخانه کاشی سازی که به علت بزرگ بودن پا، با دمپایی در ستاد انتخابات حضور پیدا کرد، با هدف شنا با ترامپ در اقیانوس هند!!! و افراد زیادی که تعدادشان به ۱۶۳۴ نفر رسید برای تصاحب یک جایگاه! که البته فقط و فقط بر حسب احساس تکلیف بوده نه خدایی نکرده جایگاه و مقام و قدرت...! اما در این میان چهره های شناخته شده ای هم احساس تکلیف کردند. حتی کسانی که قبلاً تکلیفشان را (درست یا غلط!؟) انجام داده بودند و در اقدامی غافلگیرانه(!) دوباره تصمیم به ادای تکلیف گرفتند! همچنین یکی از نماینده های محترم مجلس که ظاهراً به دلیل «عدم رجا سیاسی بودن!» در دوره قبلی اجازه انجام تکلیف به او ندادند، همچنان احساس تکلیف کرده و با اراده ای آهنین و سعی بر «رجل سیاسی شدن» در صحنه حضور یافت؛ هرچند اینطور که پیداست ایشان هنوز رجل سیاسی نشده اند!!!

و نیز، حضور کاندیدای پوششی(!) برای جناب پرزیدنت که خود نیز یکی از کاندیداهای اصلی است! این کاندیدای پوششی با هدف یار کمکی(!) جناب پرزیدنت در مناظره ها و تبلیغ برای ایشان و احتمالاً کنار رفتن در مرحله آخر به نفع ایشان حضور یافته اند! که حتماً صلاح دیده اند دیگر...

در این میان افرادی هم اینگونه احساس تکلیف کردند که با عدم حضور خود به تکلیف دیگران کمک کرده باشند... که باز هم حتماً صلاح دیده اند انگار...!

حاشیه ها همیشه بیشتر از متن حرف برای گفتن دارند و اصلاً بدون حاشیه، متن جذاب نمی شود! مثل انتخابات که بدون این حواشی به دل آدم نمی چسبید! خدا کند حاشیه فقط در حد حاشیه باقی بماند... تکلیف، فقط «رئیس جمهور شدن» نیست؛ کفایت و لیاقت می خواهد و اندیشه درست... تکلیف، گاهی «بودن» است و گاهی «نبودن»...

«احساس تکلیف»، به تنهایی کافی نیست...

مریم واسعی زاده\_ شیمی محض ۹۴

۱. پوستری با پس زمینه ی حرم امام رضا(ع) بعضاً به صورت مات و کدر و با جملات مذهبی همراه عکس یکی از کاندیداها یا پوستری از عکس کاندیدای مورد نظر که بر سیادتش با مفاهیم همچون پسر فاطمه و امثالهم تاکید شده است.

۲. پوستری دیگر که عکس دونفر از کاندیدا بر روی آن نقش بسته و زیر آن آیاتی از قرآن کریم نوشته شده است با این ترجمه که «و ما به او اسحاق را بخشیدیم.»

۳. پوسترهایی دیگر که بین کاندیدا با شخصیت های برجسته انقلاب اسلامی همانند سازی شده است. مانند شهید بهشتی و یا اسم بردن از برخی شخصیت های محبوب بین مردم بدون دلیل منطقی مانند سردار سلیمانی

۳. استفاده از جملاتی که در بین سیاسیون به شخص خاصی منتصب است مانند گفتن «مواجهت

## دوقطبی

## میان عوام فریبی سنتی و شیک

سرمایه دار زالو صفت و کارگر مظلوم. این ها برای بعد از انتخابات می ماند. اینها برای جامعه سم است. این می شود که کارگری که در حال کار کردن است هنگام دیدن سرمایه داران احساس نفرت می کند. و بین قشر به اصطلاح مذهبی کینه ای نسبت به افراد به اصطلاح غیر مذهبی ایجاد می شود.

بهرتر است انتخابات و حواشی آن تا زمان انتخابات تمام شود و مردم بعد از آن به زندگی خود بپردازند و تلاش کنند همه با هم کشور را به پیشرفت و تعالی برسانند. اما بعید به نظر می رسد با این حجم دوقطبی سازی خطرناک در جامعه بعد از انتخابات مردم بتوانند به آینده امیدوار باشند. و به احتمال زیاد اگر به همین شکل رقابت ها ادامه پیدا کند وضعیت جامعه بعد از انتخابات فجیع تر از وضع فعلی خواهد شد چرا که مردمی که به یک فردی رای دادند و تصورشان از طرف دیگر تقریباً تمامی صفات ناپسند شده است دیگر تحمل یکدیگر را بعد از انتخابات نخواهند داشت و در هر دو صورت اگر کاندیدای مورد نظرشان رای بیاورند و یا انتخاب نشوند به بن بست اجتماعی در روابطشان با دیگر گروه های جامعه خواهند رسید.

هادی حسن زاده\_ ریاضیات و کاربرد ها ۹۲

با پدیده ای که در حال نگاه کردن به دوربین دروغ می گوید.»

۴. گفتن جملاتی مانند راه و بیراهه، افراطی و اعتدالی، آزادی و محدودیت یا تعبیر هایی از قبیل اندک درصدی ها و بسیار درصدی ها

این موارد فوق قسمت هایی از سبک تبلیغاتی نامزد های ریاست جمهوری در این دوره می باشد که البته در دوره های قبل نیز مرسوم بوده که برخی تحلیل ها گویای این است که به عنوان مثال تکیه بر سیادت رئیس جمهور دوره اصلاحات در پیروزی او تاثیرگذار بوده و یا ناگفتنی گفتن هایی که باعث رای آوردن رییس جمهور دوره نهم و دهم شده بود.

به طور کلی در سبک های تبلیغاتی با «تمرکز بر احساسات مذهبی مردم» و یا «تحریک شور و نشاط مردم» مخصوصاً جوانان ارای عامه مردم جهت داده می شود.

البته نکته ای که قابل اهمیت می باشد درست و اشتباه بودن این کارها نیست، چرا که همیشه و همه جا از این روش ها استفاده می شود. بلکه اگر در این موارد ذکر شده دقت نشود همان عوام فریبی و مردم فریبی می شود. یعنی اگر این تمرکز بر احساسات مذهبی مردم صرفاً برای رای آوری و کسب قدرت باشد و برنامه های کاندیداهایی که از این موارد استفاده می کنند متناسب با چیز هایی که می گویند نباشد و یا تحکراتی که در شور و نشاط قشر جوان ایجاد می کنند ولی هیچ راهبردی برای استفاده صحیح

از این شور مردمی نداشته باشند تا آن را

تبدیل به شعور سیاسی کنند و آن

را تنها بنزای رسیدن به منصب

می خواهند، این ها می

شود عوام فریبی ها

که غربی هنا می

گویند پوپولیسیم!

و جامعه

ایران از

این



گاهنامه سیاسی فرهنگی اجتماعی مکت

صاحب امتیاز : انجمن اسلامی دانشجویان

دانشگاه فردوسی مشهد

شماره ۳۷ \_ اردیبهشت ۹۶

دارای مجوز به شماره ۹۵۲۲۲۳ از کمیته ناظر

بر نشریات

مدیرمسئول : طیبه طباطبائی

سردبیر: محمد حسین پرویزی

صفحه آرا : محمد حسین پرویزی

هیئت تحریریه :

امین مجیدی فرد ، هادی حسن زاده ، محمد حسین پرویزی ، فرهاد

مصدقیان ، علی جوادی ، سید احمد انتخاب المودن

مانده باغشتی ، نجمه عرفانیان ، الهام مولادادی ، مریم واسعی ، طیبه

طباطبایی