

روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، ورزشی صبح ایران

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهدی رحمانیان

نشانی: تهران: میدان فاطمی، خیابان بهرام‌مسیری، پلاک ۲۲ • تلفن گویا: ۸۸۹۲۵۴۶۷ • شماره: ۸۸۹۲۵۴۶۷

تلفن آگهی‌ها: ۸۶۰۳۶۱۱۹ • تلفن امور آگهی‌های شهرستان‌ها: ۷-۴۴۰۱۹۸۰۵ • تلفن امور مشترکین: ۸۸۹۰۳۵۴۸

توزیع: موسسه مطبوعاتی نشر گستر امروز نوین • تلفن: ۰۹۳۸۵۲۲۱۰۱۶ • چاپ: صمیم

شترت روزنامه

دوشنبه ۴ آبان ۱۴۰۵ • ۱۵ جمادی‌الاول ۱۴۴۸ • ۲۶ اکتبر ۲۰۲۶ • سال بیست‌وسوم • شماره ۵۵۱۰ • صفحه اذان ظهرتهران ۱۱:۴۸ • اذان مغرب ۱۷:۰۴ • اذان صبح ۴:۵۷ • طلوع آفتاب ۶:۲۱



رود تجن ساری از کوه‌های چهار دانگه، دودانگه و هزار جریب سرچشمه می‌گیرد و پس عبور از شهر ساری در منطقه فرح‌آباد به دریای مازندران می‌ریزد. عدم رعایت حریم بستر رودخانه، بهسازی و لایروبی آنها و برداشت بی‌رویه شن و ماسه از بستر رود موجب خسارات سنگین جانی و مالی برای ساکنان اطراف رودخانه و زمین‌های زراعی کشاورزان در اثر بروز سیلاب می‌شود.

عکس: مصطفی شانه‌چی، ایسنا

instagram:sharghdaily1 twitter:sharghdaily youtube:sharghdaily Telegram:SharghDaily aparat:tasvirshargh www.sharghdaily.com

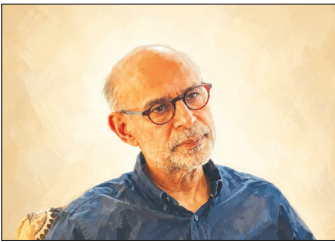
یاد

عکاس بزرگ، خانواده ایرانی را تنها گذاشت

محسن راستانی عکاس شناخته‌شده، درگذشت

بیماری آن چیزی بود که «محسن راستانی» را به آغوش مرگ کشاند. عکاس صاحب‌نام ایرانی که نامش در کنار عکاسی از فیلم‌های سینمایی، اتفاقات اجتماعی و جنگ می‌درخشید، پس از مدت‌ها بیماری درگذشت. سیف‌الله صمدیان، عکاس و فیلم‌ساز، خبر داد و نوشت که «محسن راستانی، خانواده ایرانی را ترک کرد؛ ساعت ۷:۳۰ سوم آبان ۱۴۰۵.»این جمله کوتاه، اشارهای معنادار به پروژه عکاسی راستانی، «خانواده ایرانی» دارد. محسن راستانی سال‌ها خانواده‌های ایرانی را در برابر دوربین خود نشانده بود تا تصویری از جامعه و روزگارشان ثبت کند. راستانی ۶۸ سال داشت. او در خرمشهر به دنیا آمده بود و نخستین تجربه‌های حرفه‌ای‌اش با جنگ گره خورد. راستانی در طول فعالیتش از ویرانی‌های ایران و بوسنی عکاسی کرد و بعدها با پرتژه‌های مردم عادی، تصویری متفاوت از جامعه ایرانی ارائه داد.

محسن راستانی در سال ۱۳۳۷ در خرمشهر متولد شد؛ در دانشگاه تهران عکاسی خواند و فعالیت حرفه‌ای خود را در سال‌های آغاز جنگ شروع کرد. در شهریور ۱۳۵۹، زمانی که ارتش عراق به ایران حمله کرد، خرمشهر در فاصله کوتاهی به صحنه مقاومت، آوارگی و ویرانی بدل شد و برای عکاسان خبری، این روزها آغاز ثبت یکی از مهم‌ترین دوره‌های تاریخ معاصر ایران بود. او در آغاز فعالیتش فقط به ثبت عملیات نظامی، تجهیزات جنگی یا تصاویر رسمی نبرد محدود نشد؛ به آدم‌ها نیز توجه داشت. او در طول فعالیتش نشان داد که می‌توان جنگ را از دریچه زندگی کسانی روایت کرد که معمولاً در حاشیه روایت‌های رسمی قرار می‌گیرند.



سال‌ها پس از آغاز جنگ ایران و عراق، راستانی دروربین خود را به جغرافیای دیگری برد و این بار نه خرمشهر و آبادان، بلکه بوسنی سوژه بود؛ راستانی در میانه دهه ۱۹۹۰ از بوسنی عکاسی کرد و تصاویری از پیامدهای انسانی این جنگ به جا گذاشت. حاصل بخشی از این تجربه بعدها در کتاب «زمان سخت» منتشر شد. به گزارش آوش، در گفت‌وگویی که مجله «انسِل» در سال ۱۴۰۵ منتشر کرد، مسیر عکاسی او از جنگ ایران و عراق تا لبنان و بوسنی مورد توجه قرار گرفت. در شماره ۱۸۶ «پاریس ریویو» که در پاییز ۲۰۰۸ منتشر شد، مجموعه «خانواده ایرانی» به مخاطبان بین‌المللی معرفی شد و در توضیح این مجموعه آمده بود که راستانی طی ۱۵ سال به نقاط مختلف ایران سفر کرده و از خانواده‌ها پرتره گرفته است.

راستانی در کنار «خانواده ایرانی»، پروژه «تیپ‌های اجتماعی شهر تهران» را نیز دنبال کرد و این مجموعه، امتداد همان علاقه به شناخت جامعه از طریق چهره‌های انسانی بود، اما این بار شهر و تنوع اجتماعی آن در مرکز توجه قرار داشت. فعالیت راستانی به ایران محدود نماند و آثار او در نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی مختلف، از جمله دوسالانه سانوپائولو در سال ۱۹۹۸، دوسالانه ونیز در سال ۲۰۰۳ و دوسالانه گوانگجو در سال ۲۰۰۶ ارائه شد. آتارش همچنین در نهادهای هنری بین‌المللی به نمایش در آمد. ماه‌های پایانی زندگی محسن راستانی با بیماری و درمان سیری شد و مدتی به دلیل بیماری پیشرفته روده در بیمارستانی در شهر فورث، نزدیک نورنبرگ آلمان، بستری بود. در آن روزها، موضوع حضور خانواده‌اش در کنار او نیز رسانه‌ای شد. الین، همسر آلمانی راستانی، از او مراقبت می‌کرد، اما او خواستار حضور دختر و نوه‌اش، رایچه و دانیال نیز بود. سرانجام راستانی در مرداد ۱۴۰۵ به ایران بازگشت و در پابلسر، نزد دخترش ساکن شد و درمان او در ایران نیز ادامه یافت. مسعود زندسودروح کرمانی، عکاس و از چهره‌های شناخته‌شده این حوزه، صبح سوم آبان در گفت‌وگو با خبرگزاری مهر از آخرین تماس تلفنی خود با راستانی خبر داد و گفت که شب پیش از درگذشت با راستانی صحبت کرده و دوستش درد داشته است.

تغییر مدیریت در سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، صرفا جابه‌جایی یک مدیر در رأس یک سازمان بزرگ نیست؛ فرصتی است برای بازاندیشی در مأموریت رسانه‌ای که با منابع عمومی اداره می‌شود و انتظار می‌رود صدای جامعه، مرجع اطلاع‌رسانی معتبر و بستری برای گفت‌وگوی ملی باشد. مسئله اصلی، پیش از آنکه چه کسی بر صندلی ریاست تکیه می‌زند، این است که صداوسیما با چه رویکردی می‌خواهد اعتماد مخاطبان را بازباید و نسبت خود را با جامعه‌ای متنوع و در حال تحول بازتعریف کند. رئیس آینده، پیش از هر چیز، باید بداند مسئله این سازمان را نمی‌توان صرفا با افزایش تولید برنامه، توسعه شبکه‌ها یا تغییر مدیران حل کرد. معیار موفقیت، نه حجم خروجی و نه تعداد شبکه‌ها، بلکه کیفیت محتوا، اعتبار خبر، اعتماد عمومی، تناسب هزینه‌ها با نتایج و توانایی ارتباط مؤثر با نسل‌ها و گروه‌های مختلف جامعه است.

اعتماد عمومی با دستور اداری بازنمی‌گردد

رسانه ملی هنگامی می‌تواند نقش ملی خود را ایفا کند که مخاطب، آن را در اطلاع‌رسانی دقیق، متصفانه و به‌موقع قابل اتکا بداند. اعتماد نیز با شعار یا تاکید سازمانی ایجاد نمی‌شود؛ حاصل تجربه مکرر مخاطب از صداقت، دقت، انصاف و حرفه‌ای‌گری رسانه است. در حوزه خبر، رعایت معیارهای روشن حرفه‌ای ضرورت دارد؛ تفکیک خبر از تحلیل و تبلیغ، انعکاس دیدگاه‌های مرتبط، پرهیز از قضاوت پیش از روشن‌شدن واقعیت‌ها و اصلاح آشکار خطاها. رسانه‌ای که اشتباه خود را می‌پذیرد و اصلاح می‌کند، الزما تضعیف نمی‌شود؛ برعکس، امکان بازسازی اعتبار خود را فراهم می‌آورد. البته نقد صداوسیما نباید به نفی همه خدمات و تلاش‌های کارکنان آن بینجامد. در این سازمان، نیروهای متخصص و متعهدی فعالیت می‌کنند که ظرفیت‌های حرفه‌ای آنان می‌تواند پشتوانه تحول باشد. مسئله فراهم‌کردن شرایطی است که تخصص، استقلال حرفه‌ای در چارچوب مأموریت قانونی و شایسته‌سالاری، بیش از ملاحظات غیر حرفه‌ای در تصمیم‌گیری‌ها اثرگذار باشد.

مخاطب را نمی‌توان با بخش‌نامه حفظ کرد

جامعه ایران از نظر نسل، سبک زندگی، نگرش، نیاز اطلاعاتی و سلیقه فرهنگی متنوع است. رسانه‌ای که می‌خواهد ملی باشد، باید این تنوع را بشناسد و امکان بازتاب مسئله‌نا دیدگاه‌های متفاوت را فراهم کند. ملی‌بودن صرفا به معنای برخورداری از عنوان رسمی یا پوشش سراسری نیست؛ به معنای توانایی برقراری ارتباط با بخش‌های گوناگون جامعه است. در چنین

محمدمقصود

شرایطی، نادیده‌گرفتن تغییر الگوی مصرف رسانه‌ای، به‌ویژه گسترش استفاده از بسترهای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، تصمیمی پرهزینه خواهد بود. مخاطب امروز تنها به یک رسانه و یک شیوه دریافت اطلاعات محدود نیست؛ بنابراین، صداوسیما باید به جای اتکا بر عادت‌های گذشته، کیفیت و جذابیت محتوای خود را در رقابتی واقعی با رسانه‌های دیگر ارتقا دهد. این تحول البته به معنای کنارگذاشتن مأموریت قانونی و عمومی سازمان نیست، بلکه مستلزم آن است که این مأموریت با زبان، قالب و شیوه‌های ارتباطی متناسب با نیازهای امروز جامعه اجرا شود.

اصلاح ساختار؛ فراتر از جابه‌جایی مدیران

یکی از وظایف مهم مدیریت جدید، ارزیابی مستند ساختار سازمان، نحوه تخصیص منابع و میزان اثربخشی شبکه‌ها و واحدهای مختلف است. گسترش کمی، اگر با مأموریت روشن، کیفیت مناسب و بهره‌وری همراه نباشد، به‌خودی‌خود نشانه موفقیت نیست. در مقابل، کاهش شتاب‌زده شبکه‌ها یا نیروها نیز بدون بررسی دقیق می‌تواند به اتلاف سرمایه انسانی و تضعیف ظرفیت تولید منجر شود. راه درست، تصمیم‌گیری بر پایه داده‌های قابل ارزیابی است؛ هر شبکه چه مأموریتی دارد؟ چه میزان مخاطب مؤثر جذب می‌کند؟ کیفیت و اثرگذاری محتوای آن چگونه سنجیده می‌شود؟ هزینه‌ها با نتایج چه نسبتی دارند؟ و کدام بخش‌ها به اصلاح مأموریت، ادغام، بازطراحی یا تقویت نیاز دارند؟ پاسخ به این پرسش‌ها باید در قالب ارزیابی کارشناسی، شاخص‌های روشن و گزارش‌دهی قابل بررسی ارائه شود، نه بر اساس سلیقه مدیران یا داورهای شتاب‌زده. همچنین هر اصلاح ساختاری باید حقوق کارکنان، ضرورت حفظ تخصص‌ها و هزینه‌های اجتماعی تصمیم‌ها را در نظر بگیرد.

صد روز نخست: آغاز تغییر، نه وعده معجزه

رئیس آینده می‌تواند در صد روز نخست، بدون وعده حل همه مشکلات، چند اقدام روشن و قابل سنجش را آغاز کند:

۱. انتشار خط میای عملکرد: ارائه گزارشی از وضعیت مخاطب، اعتماد عمومی و عملکرد شبکه‌ها، همراه با توضیح روش سنجش و محدودیت‌های داده‌ها.

تحلیل خوانی

تبدیل مسئله‌ای عمومی به مطالبه‌ای جمعی

محمدهادی جعفرپور

وکیل

به توصیه‌های فردی و مناسبات خصوصی محدود کرد و از ظرفیت نظارتی و مسئولیت اجتماعی آن در برابر عملکرد عمومی غافل ماند. اصل ۲۴، آزادی نشریات و مطبوعات را با رعایت حدود مقرر قانونی به رسمیت می‌شناسد، اصل ۲۶، آزادی احزاب و جمعیت‌ها را در چارچوب شرایط قانون اساسی مورد حمایت قرار می‌دهد و اصل ۲۷، تشکیل اجتماعات و راهپیمایی‌ها را با قیود مقرر قانونی مجاز می‌شمارد. مفاد این اصول مؤید این نکته صریح و روشن است که شهروند در ساختار حقوق عمومی صرفا مخاطب تصمیمات حکومت نیست، بلکه صاحب حق، دارای مسئولیت و برخوردار از امکان مشارکت در امور عمومی است. اما نکته ظریف و قابل تأملی که ذیل اصل ۴۰ قانون اساسی با قاعده فقهی لازم‌و لاضرر فی الاسلام تحت عنوان اعمال حق و اضرار به غیر تجزیه و تحلیل می‌شود؛ اصل ۴۰ قانون اساسی مقرر می‌کند هیچ‌کس نمی‌تواند اعمال حق خویش را وسیله اضرار به غیر یا تجاوز به منافع عمومی قرار دهد. معنای این اصل، نفی حق نیست، بلکه تعیین مرز استفاده از حق است. همان‌گونه که آزادی بیان مجوز هتک حیثیت و افترا نیست، حفظ حیثیت اشخاص و منافع عمومی نیز نباید به دستاویزی برای خاموش‌کردن انتقادهای مستند و پرسش‌های مشروع تبدیل شود. نقطه تعادل قانون است؛ قانونی که باید هم از حقوق اشخاص در برابر تعرض حمایت کند و هم شهروند را در برابر توسعه بی‌ضابطه محدودیت‌ها مصون بدارد. در سنت دینی نیز قدرت از نقد بی‌نیاز نیست، بنابراین نقد مسئولان را نمی‌توان لزوما نشانه تقابل با حکومت یا بی‌اعتنایی به نظم عمومی دانست. گاه همین نقد، تلاشی برای اصلاح امور، جلوگیری از تضییع حقوق مردم و

شبکه‌خوانی

لوکیشن؛ وقتی مکان هم

خبر می‌دهد

محمد آقاسی

در این‌ تهران شلوغ، کاهی چاره‌ای نیست که حتی برای فرزند زیر سن قانونی هم تاکسی اینترنتی گرفت. آن وقت هستند کسانی که در جلسه یا داخل بی‌آرتی، چشم از نشانگر متحرک ماشین برنمی‌دارند. در همین شهر شلوغ و شهرهای شلوغ دیگر، باز هم چاره‌ای نیست جز اینکه لوکیشن آنلاین خود را با یک فرد امن، به اشتراک بگذاریم. اینها مواردی است که برای کسانی که پیشاپینتنت را تجربه کردند، شاید گمان نمی‌کردن هیچ‌گاه اتفاق بیفتد.

جهان پلتفرمی، حتی موقعیت مکانی را نیز به داده و پیاسی تبدیل کرده‌که دیگران می‌توانند بخوانند و درباره آن قضاوت کنند. در گذشته، دانستن اینکه کسی کجاست، مستلزم حضور در کنار او، پرس‌وجو از دیگران یا تماس تلفنی بود. اگر دوست داشتید این حس و حال را بهتر به یاد بیاورید و با درک کنید، بخشی از فیلم شب بیست‌ونهم حمید رخشانی را ببینید که محترم، در خانه بسر روی زمین افتاده و اسماعیل برای خبری از او به کجاها که نمی‌رود. مکان در پیشاپینتفرمی‌شدن زندگی، جزئی از حریم خصوصی مطرح بود. اما امروزه و با اشتراک‌گذاری‌های خودخواسته، ثبت خودکار موقعیت و حضور مکان‌مند در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، فاصله میان «بودن در یک مکان» و «خبردادن از آن» بسیار کمتر شده است. اما این موقعیت‌مندی همیشه هم جغرافیایی نیست. وقتی کسی از رستورانی لوکس یا مغازه‌ای خاص، عکسی یا نشانی را به اشتراک می‌گذارد، برای مخاطب، نشانه‌ای از سبک زندگی، توان اقتصادی یا نوعی منزلت اجتماعی معنا می‌یابد. حضور در یک بیمارستان، دانشگاه، فرودگاه یا حتی یک خیابان خاص نیز ممکن است پرسش‌برانگیز باشد. نقطه منتشرشده توسط ما، آغاز روایتی است که دیگران می‌سازند. پس میان مکان و معنای اجتماعی، تمایز باید قائل بود. مکان سخن‌گو نیست، این مناسبات اجتماعی و انتظارات فرهنگی است که به آن معنا می‌بخشد. یک کافه برای یک نفر محل کار روزانه، برای دیگری نشانه فراغت و برای فردی دیگر فرصتی برای دیده‌شدن است. بنابراین، لوکیشن دیگر صرفا داده‌ای جغرافیایی نیست، بلکه داده‌ای است که در زمینه روابط اجتماعی تفسیر می‌شود. با این نگاه، لوکیشن، بخش تازهای از معرفی و نمایش خود است.

اما ماچرا به دیده‌شدن ختم نمی‌شود. موقعیت مکانی کاهی به ابزاری برای تنظیم روابط عاطفی تبدیل می‌شود. ارسال لوکیشن زنده برای اطمینان‌دادن به یک دوست یا عضو خانواده، می‌تواند نشانه اعتماد و مراقبت باشد. همان امکان دائمی پاسخ‌گویی و کنترل رفت‌وآمد تبدیل شود. پرسش «کجایی؟» دیگر لزوما با یک پاسخ کلامی پایان نمی‌یابد. می‌توان انتظار داشت فرد نقطه‌ای روی نقشه بفرستد و حتی حرکت خود را در طول زمان قابل مشاهده کند. این تحول با دگرگونی تجربه غیاب نیز ارتباط دارد. در روابط پیش از گسترش فناوری‌های مکان‌مند، دانستن اینکه دیگری دقیقا کجاست، بخشی معمول از زندگی بود. اکنون امکان دانستن، انتظار دانستن را هم افزایش داده است. وقتی دسترسی فنی فراهم است، پنهان‌ماندن می‌تواند نیازمند توضیح شود. به این ترتیب، مسئله فقط کاهش حریم خصوصی نیست؛ تغییر در تعریف رابطه، انتظارات متقابل است. آیا اعتماد یعنی بتوانیم مکان دیگری را بدانیم یا یعنی بتوانیم بدون دانستن دائمی آن، به رابطه اعتماد کنیم؟ از منظر جامعه‌شناسی، اهمیت این پدیده در آن نیست که تلفن همراه می‌تواند جای ما را نشان دهد؛ اهمیت در این است که مکان، بیش از گذشته وارد گردش روزمره اطلاعات اجتماعی شده است. موقعیت جغرافیایی به بخشی از خودارائه‌گری، تنظیم روابط، تولید منزلت و اعمال نظرات تبدیل می‌شود. مکان دیگر صرفا ظرف نقد حکمرانی اجتماعی نیست؛ در برخی موقعیت‌ها، خودش به ماده خام کنش ارتباطی بدل می‌شود. ممنوع‌کردن اشتراک‌گذاری مکان یا بدگمان‌شدن به هر نشانه دیجیتاլ نتیجه خوبی برای این نوشته نیست. بازشناختن فاصله میان امکان فنی و حق اجتماعی، مطلبی است که برجسته شده است. اینکه دانستن موقعیت یکدیگر را کجا بخشی از مراقبت و هماهنگی است و از کجا به مطالبه‌ای دائمی تبدیل می‌شود را باید بازآرایی کرد. بعد در جهانی که می‌توانیم مکان یکدیگر را بهینه‌ترین پرسش این خواهد بود: «چه زمانی حق دارم ندانم کجایی؟»

۲. تدوین منشور حرفه‌ای خبر: تعیین معیارهای شفاف برای دقت، انصاف، تفکیک خبر از تحلیل، رعایت حقوق اشخاص و اصلاح علنی خطاها.
۳. بازبینی انتصاب‌ها و سازوکارهای مدیریتی: اعلام معیارهای تخصص، تجربه و شایستگی حرفه‌ای و ارزیابی عملکرد مدیران بر مبنای نتایج قابل سنجش.
۴. آغاز ارزیابی ساختار و هزینه‌ها: بررسی مأموریت شبکه‌ها، هم‌پوشانی فعالیت‌ها، بهره‌وری منابع و ظرفیت‌های مغفول‌مانده، با مشارکت کارشناسان و نیروهای متخصص داخل سازمان.
۵. کشودن مسیر گفت‌وگو با مخاطبان و فعالان رسانه‌ای: ایجاد سازوکاری منظم برای دریافت نقد‌ها، شنیدن نیازهای گروه‌های مختلف جامعه و بررسی امکان همکاری حرفه‌ای با ظرفیت‌های رسانه‌ای و دیجیتال.
طبیعی است که برخی اصلاحات، به‌ویژه در حوزه ساختار، منابع مالی و ترتیبات قانونی، به زمان، بررسی کارشناسی و هماهنگی با مراجع ذی‌صلاح نیاز دارند. اهمیت صد روز نخست در حل فوری همه مسائل نیست؛ در نشان‌دادن جهت حرکت، شفاف‌کردن اولویت‌ها و ایجاد نشانه‌های قابل سنجش از تغییر است.

مسئولیت رسانه ملی و ضرورت پاسخ‌گویی

اصل ۱۷۵ قانون اساسی چارچوب کلی اداره و نظارت بر صداوسیما را مشخص کرده است؛ اما اصلاح عملکرد این سازمان را نمی‌توان صرفا به تغییر مدیر یا تفسیر یک اصل قانونی فروگاست. تحول پایدار افزون بر رعایت چارچوب‌های قانونی، به نظام ارزیابی عملکرد، شفافیت متناسب با ماهیت عمومی سازمان و پاسخ‌گویی درباره نتایج نیاز دارد. در نهایت، رئیس آینده صداوسیما با یک انتخاب اساسی روبه‌روست: ادامه مسیر با معیارهای کُنی و ارزیابی‌های درون‌سازمانی یا حرکت به سوی رسانه‌ای که عملکردش را با شواهد، اعتماد مخاطب، اعتبار حرفه‌ای و کارآمدی منابع می‌سنجد. این انتخاب فقط به آینده یک سازمان مربوط نیست؛ به کیفیت ارتباط میان رسانه عمومی و جامعه نیز مربوط می‌شود. فرصت تکرار روش‌هایی که نتیجه آنها محل تردید است، محدود است. صداوسیما برای بازسازی جایگاه خود، بیش از وعده‌های تازه، به تصمیم‌های روشن، شجاعت در اصلاح خطاها، احترام به مخاطب و گزارش‌دهی صادقانه درباره نتایج نیاز دارد. مهم‌ترین نشانه موفقیت مدیریت جدید، نه آن چیزی است که درباره عملکرد خود اعلام می‌کند، بلکه تغییری است که مردم بتوانند در کیفیت خبر، تنوع محتوا، اعتماد عمومی و نحوه استفاده از منابع مشاهده کنند.

یادآوری مسئولیتی است که صاحبان منصب در برابر جامعه پذیرفته‌اند. اگر سخن حق و مشورت عادلانه در سنت دینی ارزشمند است، چگونه می‌توان از مسئولان انتظار داشت که فقط شنونده ستایش باشند و در برابر پرسش و انتقاد، موضعی تدافعی بگیرند؟ پیرو چنین تحلیلی باید اذعان داشت کنارزار» شکل تازه‌ای از مطالبه‌گری مدنی و ابزاری برای مشارکت مدنی است؛ ابزاری که شهروندان از طریق آن بدون ضرورت حضور در ساختار قدرت، می‌توانند مسئله‌ای را مطرح کنند، خواستار تغییر یک تصمیم شوند یا از مسئولان درباره عملکردشان توضیح بخواهند. ارزش یک کارزار لزوما به‌درستی همه ادعاهای مطرح‌شده در آن وابسته نیست، بلکه باید محتوای آن، شیوه بیان احترام به مسئولان ارائه‌شده و حدود قانونی فعالیتش جداگانه ارزیابی شود. حکمرانی مطلوب، فقط با وضع قانون و صدور دستور محقق نمی‌شود، بلکه یک حکمرانی مطلوب، مستلزم اعتماد عمومی، امکان شنیدن صدای جامعه و آمادگی برای اصلاح تصمیمات است. سرانجام، پرسش اصلی این است: آیا کارگزاران عمومی، کارزار و انتقاد شهروندان را فرصتی برای شنیدن مطالبات و اصلاح امور می‌دانند یا آن را تهدیدی علیه جایگاه خود تلقی می‌کنند؟ پاسخ به این پرسش فقط در گفتر مسئولان آشکار نمی‌شود، بلکه در نحوه مواجهه آنان با منتقدان، کیفیت پاسخ‌گویی و میزان تحمیل پرسش‌های عمومی نمایان خواهد شد. حق پرسش از مسئولان، امتیازی نیست که قدرت به مردم اعطا کند تا هر زمان خواست آن را پس بگیرد. این حق، بخشی از رابطه شهروندی و لازمه نظارت عمومی بر قدرت است. حکمرانی زمانی به بلوغ می‌رسد که به‌جای هراس از صدای منتقد، از آن برای شناخت خطاها و اصلاح مسیر بهره بگیرد؛ زیرا جامعه‌ای که در آن پرسیدن دشوار شود، دیر یا زود از شنیدن پاسخ‌های ضروری نیز محروم خواهد شد. خلاصه کلام اینکه نقد حکمرانی صریح‌ترین نشانه یک حکمرانی مطلوب است و خاموش‌کردن صدای منتقد یا تحدید دایره فعالیت فعالان مدنی نشانه ضعف در حکمرانی است.

۷۸ میلیارد تومان

اختلاف ۵۴میلیاردی قیمت لندکروز در دوبی و ایران در رسانه‌ها مورد توجه قرار گرفته است. تویوتا لندکروز VXR مدل ۲۰۲۶ در دوبی حدود ۲۴ میلیارد تومان و در ایران ۷۸ میلیارد قیمت‌گذاری شده است. در شرایط محدودیت منابع و اولویت تأمین دارو و کالاهای اساسی، اینکه کسانی می‌توانند و علاقه دارند همچین خودروهایی به کشور وارد شود، پرسش‌های زیادی را به وجود می‌آورد. این پرسش بیش از همه مطرح است که خریداران این ماشین‌ها چه کسانی هستند؟

اعتراضات فرانسه به اسبانی رسید و معترضان با الهام از معترضان فرانسوی، به فروشگاه‌ها حمله و آنها را غارت کردند یا به آتش کشیدند. بیش از ۲۳ فروشگاه در شب پرآشوب بارسلونا غارت و ۱۲۳ نفر نیز بازداشت شدند. دولت اعلام کرد بیش از ۶۰۰ نفر به فراخوان‌ها در شبکه‌های اجتماعی پاسخ مثبت دادند و به خیابان‌ها ریخته و خواستار بهبود اوضاع آموزش در این کشور شدند. با این حساب یعنی ۲۰ درصد افراد حاضر در خیابان بازداشت شده‌اند.