



جهانگیری:

تغییر فضا را در مناظره سوم خواهید دید

گروه سیاست: اسحاق جهانگیری با انتشار دو پست پیایی در صفحه توئیتر خود نوشت هنوز تا انتخابات فرصت باقی است. مناظره سوم جریان موفق را مشخص خواهد کرد. به گزارش «ایلنا»، متن کامل این نوشته به شرح زیر است: «هنوز در نیمه راه هستیم...

صفحه ۶

یکشنبه ۱۷ اردیبهشت ۱۳۹۶ • ۱۰ شعبان ۱۴۳۸ • ۷ می ۲۰۱۷



انتقاد عبدالله نوری از برخی نامزدها:

بگوئید از گجایمی آورید؟

گروه سیاست: عبدالله نوری در دیدار با جمعی از جانبازان و ابتکاران جهاد سازندگی به مناسبت روز پاسدار و جانباز، با اشاره به وعده‌های انتخاباتی برخی کاندیداهای ریاست جمهوری، گفت: «برای اداره یک خانه، بر اساس درآمدها...

صفحه ۲

سال چهاردهم، شماره ۲۸۵۷ • ۲۰ صفحه • ۲۰۰۰ تومان

سرمقاله

خطر جدی «مزایده‌های سیاسی»

بایزید مردوخی . اقتصاددان



۱. دولت‌ها برای تحقق آرمان‌ها و اصولی که در قانون اساسی کشور آمده است، از سوی مردم و رای‌دهندگان انتخاب می‌شوند تا به خواسته‌های بلندمدت جامعه و نیازهای کوتاه‌مدت مردم پاسخ‌گو باشند. پس می‌توان گفت انتخاب‌کردن فردی به‌عنوان رئیس‌جمهور که بتواند از عهده چنین امر خطیری برآید، از مهم‌ترین وظایف مردم است.

۲. مردم کاندیدای مدنظرشان را بر پایه دو ضابطه انتخاب می‌کنند: یکم شناخت و داوری براساس عملکردها و گذشته کاندیدا و دوم برنامه‌ها و سیاست‌هایی که برای بهبود وضعیت در کوتاه‌مدت و میان‌مدت و همچنین راهبردهای اساسی و آینده‌نگری‌هایی که مبتنی بر آرمان‌های قانون اساسی به مردم عرضه می‌کند.

۳. جامعه و اقتصاد در جوامع امروز، سرشار از پیچیدگی‌ها و تاریکی‌هاست و هیچ دولتی نمی‌تواند در چهار سال بر این پیچیدگی‌ها و تاریکی‌ها فائق آید؛ مگر آنکه با پشتیبانی مردم بر سر کار آید و مردم را شریک، یاور و مشاور خود قرار دهد؛ اما مردم بکند نیستند؛ مناطق و استان‌ها در سطح واحدی از توسعه قرار ندارند. سقف وعده‌های کاندیدا را هم قانون اساسی مشخص کرده است و منابع مورد نیاز برای تحقق برنامه‌های کاندیدا و خواست‌های مردم نیز همواره محدود بوده و خواهد بود.

۴. هر کاندیدای ریاست‌جمهوری در قبال این محدودیت‌ها و برای پاسخ‌گویی به آن الزامات، ناگزیر به شاخص‌هایی در سطح کلان مانند رشد اقتصادی، رشد درآمد سرانه، رشد اشتغال (کاهش نرخ بی‌کاری)، رشد بهره‌وری، نرخ تورم، رشد رفاه، کاهش کسری بودجه، تراز تجاری و امثال اینها متوسل می‌شود که در سطح فردی و خرد و خانوار و نگاه معنای زیاد و یکسانی هم پیدا نمی‌کند؛ نه به این دلیل که رای‌دهندگان بالقوه، درکی از این شاخص‌ها ندارند، بلکه بیشتر به این دلیل که تأثیر عینی، کوتاه‌مدت و حتی میان‌مدت تغییرات آن شاخص‌ها، برای آنها ملموس نیست و مردم لزوماً در «دام مایگین‌های» کلان نمی‌افتند.

۵. در شرح دستاوردها و عملکردهای دولت مستقر، مناسب‌تر و ملموس‌تر انتهای هستند که برحسب استان‌ها بیان می‌شوند؛ البته نه به‌صورت نرخ تورم یا شاخص قیمت‌ها، بلکه برحسب هر آنچه که چه درحال حاضر و چه در آینده هم می‌توان به چشم دید و هم می‌توان لمس کرد؛ مانند طرح‌ها و برنامه‌هایی که در هر استان به‌ویژه استان‌های مرزی کمترتوسعه‌یافته، به اجرا درآمده یا به اجرا و بهره‌برداری خواهند رسید (پروژه‌های زیربنایی اقتصادی مانند راه‌ها، آب‌رسانی، برق‌رسانی، گازرسانی، حمل‌ونقل شهری و پروژه‌های زیربنایی اجتماعی مانند مسکن، درمانگاه، بیمارستان، مدرسه، حمایت‌های رفاهی، بهزیستی و فقرزدایی).

۶. تسهیل‌گری‌های اداری، اجرایی و قضائی که به‌گونه‌ای واقعی و ملموس موجب رضایت خاطر مردم را فراهم کرده یا خواهد کرد.

۷. مبارزه با فساد به‌ویژه فساد اداری و برنامه‌ها و سیاست‌هایی که دراین زمینه به اجرا درآمده‌اند و با گستره و ژرفای بیشتری استمرار پیدا خواهند کرد.

۸. اصلاحات نظام تدبیر و تأثیر آنها بر کارایی و بهره‌وری اقدامات دولتی و عمومی، مانند کاستن از درجه تمرکز شدید اداری و میزان واگذاری و تفویض اختیارات به استان‌ها، دولت الکترونیک، پنجره واحد مشوق و تسهیل‌گر سرمایه‌گذاری‌ها در استان‌ها و شهرستان‌ها و ارائه طرح‌ها و برنامه‌های مشخص و ملموس برای گسترش این اصلاحات.

ادامه در صفحه ۴

پاسخ خاتمی به پرسش‌های زنده اینستاگرامی آری، اصلاحات زنده است



عکس: مهدی حسینی

صفحه ۱۹

یادداشت

کارانه؛ یا کار نه!



حسن یحیوی
کارشناس مطالعات اقتصادی

حتی با گذشت چندین سال، همچنان سیاست‌ها و اقدامات خلق‌الساعه، پوپولیستی، ساده‌انگارانه و مکانیکی از خاطر مردم کشور زوده نشده است؛ همان سیاست‌هایی که بدون کار کارشناسی و تنها با سیطره نگاه عوامانه و ساده‌انگارانه، نتایج اسف‌باری را بر پیکر اقتصاد ایران مرتب کرد. در این روزها و در آستانه انتخابات ریاست‌جمهوری که تسنور وعده‌های تبلیغاتی عمدتاً ناشدنی و پوپولیستی داغ شده، برخی به وعده تبلیغاتی بسنده نکرده‌اند و دست به اقدامات تبلیغاتی! زده‌اند؛ اقداماتی به همان میزان خلق‌الساعه، پوپولیستی، ساده‌انگارانه و تحت سیطره نگاه مکانیکی به اقتصاد. یکی از این نوع اقدامات، راه‌اندازی سامانه اینترنتی برای ایجاد شغل است. به نظر می‌رسد مبتکران این اقدام، به اندازه کافی پیرامون ظرفیت‌ها، جزئیات و البته بدیهیات سیاست‌های بازار کار، وقت و حوصله به خرج نداده‌اند. راه‌اندازی چنین سامانه‌ای ذاتاً خالی از اشکال است، اما وعده ایجاد شغل از این طریق، ایده کم‌اطلاعی یا شاید ساده‌انگاری مبتکران آن را تقویت می‌کند. اصولاً چنین سامانه‌هایی در قالبی وسیع‌تر، یکی از اجزای سیاست‌های فعال بازار کار را تشکیل می‌دهند که با عنوان خدمات بازار کار ساخته می‌شود.

ادامه در صفحه ۱۸

یادداشت

مفهوم جرم نشر اکاذیب در رقابت‌های انتخاباتی



کامبیز نوروزی

شده است (اصول نوزدهم و بیستم).

۲- هدف قانون‌گذار از وضع جرم نشر اکاذیب آن است که از نظم و امنیت عمومی در برابر اخبار کذب که موجب آشفتگی و نگرانی عمومی می‌شود، جلوگیری کند. مرحوم ابراهیم پا، استاد مسلم حقوق جزای ایران، در صفحه ۳۵۲ کتاب خود می‌نویسد: «اظهار اکاذیب آن است که مرتکب مطالب و اموری را که می‌داند واقعیت ندارد به اشخاص یا به مقامات رسمی اظهار کند، مثل اینکه به دروغ شایع سازد... خزانه دولتی یا بانک مرکزی ورشکسته شده... یا شایع کند وضع بازار و معاملات خراب است و...». درواقع این نوع اخبار به نظم عمومی مرتبط هستند و می‌توانند موجب نگرانی‌های مهم و بحران‌ساز در جامعه شوند.

۳- از نظر حقوقی اظهار اکاذیب و انتشار خبر دروغ به‌نحوی که در ماده ۶۹۸ قانون مجازات آمده است؛ چه در مطبوعات باشد و چه در سخنرانی و چه در رادیو یا تلویزیون می‌تواند موجب تعقیب باشد. اصولاً اگر نشر اکاذیب صرفاً راجع به یک شخص معین باشد، تعقیب مرتکب، موکول به شکایت اوست. اگرچه در رویه قضائی، بعضی آقایان بازپرسان و قضات در این موارد هم معتقد به لزوم شکایت شاکی خصوصی نیستند و بدون شکایت نیز دادستان رأساً با اعلام جرم، خواستار پیگرد قضائی می‌شود، اما در مواردی که موضوع نشر اکاذیب از مواردی باشد که کل جامعه را در مخاطره اندازد، مسلماً نیازی به شکایت شاکی خصوصی نیست.

ادامه در صفحه ۴

یادداشت

آنان که دیگته نوشته‌اند



عبدالحسین طوطیایی
پژوهشگر کشاورزی

۱- آیا در مناظره‌های انتخاباتی، می‌توان مرتکب فعل نشر اکاذیب شد؟ در دو دهه اخیر جرم نشر اکاذیب آن‌قدر مورد استناد مقام‌های قضائی قرار گرفته و در رسانه‌ها و مجامع عمومی مورد نقد و بررسی قرار گرفته است که دیگر غیر از حقوق‌دانان، خیلی‌های دیگر هم با آن آشنا هستند. در این دو دهه آرای زیادی صادر شده است که به استناد ماده ۶۹۸ قانون مجازات اسلامی، مدیران مسئول و روزنامه‌نگارها و نخله‌هایی از فعالان سیاسی تحت تعقیب قرار گرفته و در مواردی هم محکوم شده‌اند. تعریف نشر اکاذیب ساده است و عبارت است از انتشار خبر دروغ به منظور تشویش اذهان عمومی یا ضررزدن به دیگری. اگر کسی در رسانه یا در سخنرانی، خبری بگوید که از خبر خلاف‌واقع و دروغ باشد، شایسته تعقیب و محاکمه و در صورت اثبات، مستحق کیفر است. قانون جزا در کل قلمرو حاکمیت جمهوری اسلامی جاری است. طبق ماده ۳ قانون مجازات اسلامی: «قوانین جزائی ایران درباره کلیه اشخاصی که در قلمرو حاکمیت زمینی، دریایی و هوایی جمهوری اسلامی ایران مرتکب جرم شوند اعمال می‌شود...». هیچ‌کس از این قانون و دیگر قوانین کیفری مستثنا نیست؛ خصوصاً آنکه قانون اساسی جمهوری اسلامی بر اساس اصل تساوی افراد در برابر قانون و عدم تبعیض تنظیم می‌کرد.

ادامه در صفحه ۴

حرف اول

از پوپولیسم تا نفت

رضا زندگی . روزنامه‌نگار



پوپولیسم را که پشت سر بگذارید آثار ویرانگرش را می‌بینید. خود را از فضای انتخابات خارج کنید و به بیست‌ودومین نمایشگاه تهران بیایید. نمونه‌های ساده‌ای را برایتان انتخاب کرده‌ام. ۱- کنج سالن خلیج فارس، کمپانی زیمنس آلمان، غرفه بزرگی گرفته است. شرکتی که اگر کمپسوره‌هایش نمی‌رسید، فازه‌ای پارس جنوبی افتتاح نمی‌شد. پالایشگاه ستاره خلیج فارس هم تولید مستمر بنزین نداشت. جلوتر که می‌روم، صاحبان غرفه، کارشان را می‌دهند و با روی گشاده آمادگی‌شان را برای گفت‌وگو اعلام می‌کنند. به آذر ۱۳۹۰ می‌رویم، به کنکره جهانی نفت در قطر. غرفه شرکت زیمنس کمی آن‌طرف‌تر از غرفه شرکت ملی نفت ایران قرار داشت. ناظر این صحنه بودم که مدیر آلمانی زیمنس از یکی از کارمندان شرکت ملی نفت خواست تا کارت ویزیتش را که لحظاتی پیش به او داده بود، برگرداند. مدیر زیمنسی به خاطر ترس از تحریم حتی حاضر نبود کارت معرفی‌اش را به ایرانی‌ها بدهد. ما تحقیر را تا این حد هم دیده‌ایم! حالا شرکت زیمنس غرفه‌ای بزرگ از شرکت ملی نفت می‌خرد و در نمایشگاه تهران شرکت می‌کند. ۲- شرکت «ABB» سوئیس که یکی از شرکت‌های مهم تولیدکننده تجهیزات کنترلی و ابزار دقیق برای پالایشگاه‌های صنعت نفت و کارخانه‌های مختلف است...

ادامه در صفحه ۲

برای درج تبلیغات خود در وبسایت روزنامه شرق با ما تماس بگیرید

دومین روزنامه پربازدید ایران در فضای مجازی



۸۸۱۹۲۸۷۷-۸۸۱۹۳۹۷۹

sharghdaily.ir

شرق

روزنامه



تحويل روزنامه در منزل یا محل کار شما بدون هزینه ارسال

۸۸۲۰۹۵۹۳
۸۸۱۹۸۹۶۴

برنامه سخنرانی ستادهای

دکتر حسن روحانی در سراسر کشور

(هفته سوم)

رجوع به صفحه ۱۹



پایگاه رسمی اطلاع‌رسانی

www.shorali.com

رجوع به صفحه ۱۷

@shorali @shorali_com @shorali