



معاون حقوقی رئیس جمهوری:
**برخی از انتشار منشور
حقوق شهروندی بد حال شدند**

گروه سیاست: معاون حقوقی رئیس جمهوری با تأکید بر اینکه امید ملی را نباید از بین برد گفت: «گاه صحبت‌هایی که در شبکه‌های رادیویی اسرائیل یا منافقان برای بدنام‌کردن مسئولان و ایجاد تفرقه مطرح می‌شود، به وسیله برخی رسانه‌ها ...

صفحه ۱۹

شنبه ۴ دی ۱۳۹۵ • ۲۴ ربیع‌الاول ۱۴۳۸ • ۲۴ دسامبر ۲۰۱۶

تیتراها

پرونده زنجانی به دادگاه انقلاب برگشت

صفحه ۱۹

پرنده‌های فرانسوی در آسمان ایران

صفحه ۵

حمله به معاون روحانی با مهر و تسبیح

صفحه ۲

آیت‌الله یزدی:

منشور حقوق شهروندی خلاف قانون است

صفحه ۱۹

مصطفی تاج‌زاده مطرح کرد اقتصاد، ضعف مشترک هر ۲ جناح

صفحه ۱۹

مردی ۱۰ نفر را به رگبار بست

صفحه ۱۳

حرف اول

ادبیات نامناسب در دولت تدبیر

سیدمرتضی افقه
اقتصاددان و عضو هیئت‌علمی دانشگاه



یکی از معضلاتی که دامن‌گیر تصمیمات مهم کشور و موجب اتلاف وسیع منابع و فرصت‌های مردم و جامعه شده، ورود افراد غیرمتخصص، به موضوعات علوم انسانی، به‌ویژه علوم اجتماعی است. برخلاف برخی تصورات عامیانه، موضوعات علوم اجتماعی از پیچیده‌ترین مفاهیم علمی است که اظهار نظر درباره آنها نیاز به تخصص و مطالعه عمیق، گسترده و طولانی دارد. با این وصف، از آنجا که اغلب مردم با این موضوعات درگیر هستند، ورود افراد بی‌تخصص به مباحث این حوزه، بسیار رایج و عادی شده است. شاید بتوان در ورود افراد کم‌دانش به حوزه‌های تخصصی متفاوت، اغماض کرد، اما ورود افراد متخصص در حوزه‌های غیرمرتبط با موضوعات پیچیده علوم اجتماعی، به‌هیچ‌وجه پسندیده نیست. البته تا زمانی که این افراد در مسند تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان در حوزه‌های اجتماعی نباشند، لطمه‌ای جدی و فوری به جامعه وارد نمی‌شود. مشکل زمانی پیش می‌آید که این‌گونه افراد در حوزه‌های اجتماعی-اقتصادی در مسند تصمیم‌گیری و در نتیجه تخصیص منابع و بودجه قرار گیرند. بخش وسیعی از مشکلات اقتصادی - اجتماعی موجود، ناشی از تصمیم‌گیری‌های نادرست و غیرعلمی است که افراد غیرمتخصص در علوم اجتماعی-اقتصادی گرفته‌اند. بااین‌حال، اغلب مشکلات اقتصادی - اجتماعی کنونی به دلیل تداوم حضور یا تأثیرگذاری این افراد، به معضلاتی لینحل و مزمن تبدیل شده‌اند. آخرین مورد از این ذخالت‌ها، اظهاراتی است که از سوی برخی مسئولان وزارت بهداشت پیرامون حوزه رفاه بیان شده است. جدا از اینکه ادبیات به کار گرفته شده، در شان دولت تدبیر نیست، سخنان ابرازشده از سنخ همان بحث‌های غیرعلمی در حوزه‌های علوم اجتماعی است. اینکه تصور شود رفاه اجتماعی صرفاً به نیازهای بهداشتی و پزشکی جامعه محدود می‌شود، برداشتی کاملاً عوامانه از مفهوم رفاه است. حساسیت موضوعاتی همچون فقر و نابرابری فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی و گستردگی آسیب‌های اجتماعی در میان توده مردم به حدی زیاد است که غفلت از آن، بدون تردید موجب بروز برخی تنش‌ها خواهد شد.

ادامه در صفحه ۷



در منطقه پرواز ممنوع صورت گرفت

شلیک به پرنده مشکوک

تهران در حالت اضطرار

غول آلودگی هوا دوباره بیدار شد

صفحه ۱۷



عکس: عباس‌گوشی، شرق

یادداشت

ارتقای ِ عرتبه‌ای برند ملی ایران در دولت روحانی

همه‌جانبه‌ای است که دولت یازدهم در بهبود و توسعه امور دنبال کرده است.

از منظر کارشناسان و متخصصان توسعه ملی و برندینگ ملی، دولت حسن روحانی با اجرای برنامه‌هایی مبتنی بر چشم‌اندازهای کلان و سیاست‌های توسعه‌ای، راهبردی استراتژیک را در سال‌های اخیر به اجرا درآورد تا مزایا و امکانات کشور را در قالب ظرفیت‌های رقابتی و سرمایه‌های ملموس ایران به رقبای خود در منطقه و جامعه بین‌المللی منعکس کند. با این رویکرد قدرت و ماهیت استراتژیک کشور در عرصه‌های مختلف بیش از پیش به جهانیان معرفی شد و ایران به‌عنوان مرکز ثقل منطقه سرخط تحلیل‌ها و پایش‌های مختلف قرار گرفت.

آنچه امروز در عرصه بین‌المللی از برند کشور و ملت ایران شناخته می‌شود، انکارهای است که هر روز زوایای مهم‌تر و مؤثرتری از آن برای جهانیان مشهود می‌شود و این انکاره منشوری از توانمندی‌ها و ظرفیت‌های کشور را دربر می‌گیرد که توان رقابتی کشور را بیش از پیش توسعه بخشیده است. قدرت و اثربخشی منشور برند ملی ایران در گرو هم‌گرایی دولت و ملت در سال‌های اخیر است که منجر به بازتولید امید در بخش‌های مختلف جامعه و حرکت رو به رشد کشور شده است.

پیش‌تر نمونه هم‌گرایی ملت و دولت در سال ۹۲ اتفاق افتاد و چنان کدی به دنیا منتقل شد که بسیاری از کشورها فهمیدند با رنگی جدید

آنچه امروز در جهان بین کشورهایی مانند ژاپن، سنگاپور، مالزی، کره‌جنوبی، کانادا، چین، اسپانیا و آلمان مشاهده می‌شود، نتیجه تبیین برنامه‌های مرتبط با شاخص‌های رشد برند ملی در این کشورهاست که با هم‌گرایی دولت‌ها و ملت‌ها به عرصه عمل آمده و انگاره‌ای مثبت از این کشورها را در عرصه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی شکل داده است.

ایران با شروع موج جدیدی از برنامه‌ها و چشم‌اندازهای توسعه‌محور با آغاز دولت تدبیر و امید در سال ۹۲ و همچنین با برخورداری از هم‌گرایی حداکثری فضای اجتماعی و جامعه جوان، گوی سبقت را در این حوزه از رقبای خود ربود تا جایی‌که در تحقیقات مراکز پایش و سنجش برندینگ ملی مانند financial tribune و brand finance در سال ۲۰۱۵ ایران با ارتقای شش‌رتبه‌ای برند ملی به‌عنوان اولین کشور پیشرو در توسعه و بهبود برند ملی معرفی شد. افزایش امید و آینده‌باوری در بین جوانان، تعامل سازنده بخش‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در بازآفرینی هویت و قدرت رقابتی ایران، تعامل با جهان و معرفی ایران به جامعه جهانی به‌عنوان کشور و ملتی منطقی و مقتدر همراه با ارزش‌های جهان‌شمول، نمونه‌هایی از شاخص‌هایی هستند که به بهبود برند ملی ایران را در سه سال گذشته سرعت بخشیده‌اند. ارتقای شاخص برند ملی هر کشوری نشانگر نگاه سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در آن کشور است و این نیز محصول تلاش‌های



محمدرضا رستمی

خواهی بشوی یکتا، هم‌رنگ جماعت نشو. این تعریضی است به همان ضرب‌المثل ایرانی که اگر هر کجا صادق باشد ولی در حوزه برندسازی به‌هیچ‌وجه صادق نیست زیرا برند یعنی یک‌رنگ‌نبودن. حال با این مقدمه به ایرانمان فکر کنیم. رنگ ایران امروز چیست؟ آیا حسن روحانی همان رنگی را برای ایران حفظ کرده است که محمود احمدی‌نژاد ساخته بود؟! همه کشورها در دنیای امروز به دنبال ایجاد مزیت و هویت رقابتی برای خود و شهروندانشان هستند تا ظرفیتی برای عرضه در مجامع بین‌المللی و منطقه‌ای برای خود فراهم کنند و پشتوانه‌ای مقتدر و بایات در عرصه‌های گوناگون داشته باشند. اقتصاد، فرهنگ، جامعه مدنی، صنعت، صادرات، گردشگری، سیاست‌های توسعه‌ای و جامعه جوان همگی شاخص‌هایی هستند که اضلاع مزایای رقابتی کشورها در ساخت برند هر کشور و ملتی را شامل می‌شوند. پویایی و توانمندی دولت‌ها در تبیین سیاست‌های کاربردی در حوزه‌های یادشده و همچنین توانمندی برقراری تعاملی سازنده بین دولت‌ها و ملت‌ها در پیشبرد این برنامه‌ها از عوامل مهم در سنجش شاخص برند ملی هر کشوری به شمار می‌رود.

توصیه معاون عربی دولت اصلاحات:

غیر دیپلمات‌ها تحت نظر دیپلمات‌ها عمل کنند

گروه سیاست: منطقه خاورمیانه را با همه پیچیدگی‌هایش ساده روایت می‌کند. موضوعات و متغیرهای اصلی را اول می‌چیند و بعد می‌رود سراغ جزئیات. سیدمحمد صدر، دیپلمات داروساز، نسخه منطقه را در همکاری و تعامل کشورهای...

صفحه ۶

سال چهاردهم • شماره ۲۷۵۸ • ۲۰ صفحه • ۱۰۰۰ تومان

سرمقاله

انقلاب از راست'

احمد غلامی . سردبیر



در غیاب چپ‌های انقلابی، اصولگرایان «راست‌کیش» به چه می‌اندیشند که چنین خستگی‌ناپذیر به مخالفان جدی دولت حسن روحانی تبدیل شده‌اند. پروژه آنان چیست و چرا رسانه‌هایشان در کنسرتی هم‌نوا خطاهای دولت یازدهم را بزرگ‌نمایی کرده و گاه واقعیت‌های آماری اقتصادی‌اش را مخدوش می‌کنند. آن‌هم دولتی که وارث ویرانه‌های اصولگرایان است، نه سبب‌ساز آن. روزنامه کیهان: «اگر رشد اقتصادی ۴/۷ درصدی که رئیس‌جمهور و مسئولان بانک مرکزی از آن یاد می‌کنند درست باشد، درحال‌حاضر نرخ بیکاری باید تکرریمی باشد. این در شرایطی است که طبق آخرین گزارش مرکز آمار، نرخ بیکاری در تابستان امسال، بیشترین جهش را در ۱۸ فصل گذشته داشته و به رقم بی‌سابقه ۱۲/۴ درصد رسیده است». البته این یادداشت در مقام دفاع از دولت نیست و بیشتر بر آن است تا با واکاوی رفتار و عملکرد مخالفان نشان دهد آنان بیش از آنکه در پی منافع مردم باشند، سودای منافع بی‌چون‌وچرای خود و جریان‌ها و نهادهای موسوم به اصولگرایان را دارند؛ ازاین‌رو تأکیدشان بر مردم معنای خاص می‌یابد. آنان تلاش می‌کنند جامعه متشکل از مردم خاص را شکل دهند. «خاص‌بودگی» که در قالب هویتی منسجم و برساخته تعین می‌یابد، نظریه‌پردازان جدی اصولگرا بر این باورند که سرمایه‌داری در سیطره فردگرایی عاری از توده و غایت والا شده است. آنان با تجربه هشت سال جنگ به دنبال آندند تا آن تجربه را در سیاست نیز تئوریزه کنند و در این معنا فرد به هدف و غایت جمعی سیاست آنان وصل شود. هدف جمعی که مبتنی‌بر خاص‌بودگی است. اصولگرایان می‌دانند فقط در شرایط انقلابی و جنگی است که می‌توان آن میزان از تعهد سیاسی بی‌چون‌وچرا را از مردم انتظار داشت. جنگ یا سایه جنگ، ذات و جوهر سیاست است و دولت به‌مثابه دولت یا جنگ ساخته می‌شود: «اگر دولتی از امکان جنگ طفره برود، دیگر بازیگر قدر قدرتی در صحنه تاریخ نخواهد بود و صرفاً به آماج عمل و اقدام دیگران تبدیل خواهد شد... بنای سیاست خارجی همه بر تهدید پنهان یا آشکار نبرد با سایر دولت‌ها استوار است. سیاست خارجی صرفاً ادامه جنگ با وسایل دیگر است.»^۱

خبرگزاری فارس، زارعی: «آقای ظریف و دوستان او ابراه انسان غربی شده و آن طور می‌اندیشند که نوع غربی می‌خواست و این البته با خیانت متفاوت است. تیم مذاکره‌کننده را پرکار، کم‌کمץ، ظاهرکار و منحل در ایدئولوژی شرق‌شناسانه می‌دانیم؛ زیرا غربی می‌گوید من بدون شلیک حتی یک گلوله ایران را وادار به تسلیم کردم. وقتی آقای جان کری در سفارت آمریکا در جمع کارکنان و دیپلمات‌ها و کارشناسان خود می‌گوید بروید و به نوه‌هایتان روایت کنید و حتی پیازداغش را می‌توانید زیاد کنید که چگونه نشستند و آقای ظریف را در برابر قدرت متعاقب‌کننده خود به تسلیم گشادند، لذا آنها ظریف و روحانی را ابرّه و ماده تحلیل خود کردند.»

اگر اصولگرایان با ملی‌گرایی سر ناسازگاری نداشتند، قاعدتا باید به سوی ملی‌گرایی افراطی می‌رفتند. سیاستی که احمدی‌نژاد و رحیم‌مشایی به دنبال احیای شکلی از آن بودند، اما سنت‌گرایان اصولگرا چنین فرصتی را به آنها ندادند. با اینکه اصولگرایان از ملی‌گرایی بیزارند، اما می‌دانند آنچه دنبالش هستند تا به‌واسطه آن جامعه‌ای هویتی بسازند، همانا شور و شعلنی از سنخ ملی‌گرایی افراطی است، منتها در قالبی دیگر. اصولگرایان و آبی راست‌گرای آنان همواره به دنبال آن بوده‌اند که ملتی تازه را در مفهومی تازه خلق کنند و تعین بخشد که فرمانبردارشان باشد.

ادامه در صفحه ۴

ماکسیم

جشنواره زمستانی

تخفیف ویژه ۲۰٪

maximi

تخفیف ویژه ۲۰٪

معرفی آژانسهای مسافرتی هتلها و مراکز گردشگری

هتل معین فومن

۰۳-۳۴۷۳۴۴۵۸

گزارش جشن شب یلدای مارکوپولو در برج میلاد

در صفحه ۱۵

رجوع به صفحه ۱۵و۱۷

تلفن تماس جیت درج آگهی: ۸۸۱۹۲۸۷۷

ارتباط با روزنامه شرق

SHARGHLINE@SHARGHDAILY.IR

ضمیمه رایگان امروز روزنامه شرق

ویژه نامه استان بوشهر

از روزنامه فروشی ها بخواید