اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

سه‌شنبه
• ۱۷ مرداد ۱۴۰۲
• ۲۱ محرم ۱۴۴۵
• ۸ اوت ۲۰۲۳

• سال سی‌وپنجم شماره پیاپی ۳۶۹۶ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۳۷۸ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

www.smtnews.ir - http://Telegram.me/smtnews



رکوردشکنی
چادرملو در ۴ ماهه
نخست امسال
۵

سرمقاله



روایت رویش ریشه‌ها
۲

یادداشت‌های امروز



آگاهی‌بخشی بی‌طرفانه
۴



اجرشان با خدا
۶



حمایت از
افسران جنگ نرم
۱۶

گزارش روز

بانک مرکزی
یا صندوق اعانه دولتی

سال‌هاست که تلاش دولت‌ها برای استقلال بانک مرکزی با هدف مهار تورم و ممانعت از ورود بانک مرکزی به ورطه زدوبندهای سیاسی به نتیجه نرسیده و به گواه کارشناسان، بانک مرکزی در ایران مستقل نیست و موانع زیادی پیش روی استقلال این ارگان پولی-بانکی وجود دارد.

بسیاری با انتقاد از عملکرد بانک مرکزی معتقدند این ارگان، به کارگزار دولت یا صندوق اعانه دولتی تبدیل شده است. به‌نظر می‌رسد دولتی بودن اقتصاد ایران، اصلی‌ترین مانع در مسیر استقلال بانک مرکزی است؛ اقتصادی که همواره با فشار بر منابع بانک مرکزی، تاثیرات منفی بر جریان نقدینگی و ثبات اقتصادی گذاشته است. کارشناسان معتقدند وقتی ۸۰درصد اقتصاد ایران دولتی است، نمی‌توان انتظار داشت بانک مرکزی در برابر خواسته‌های دولت مقاومت کند. بنابراین تنها در صورت اصلاح ساختار اقتصاد می‌توان امیدوار به تغییر رفتار بنگاه‌های اقتصادی و بانک‌ها بود.
۱۴

احداث ساختمان‌های هفت‌طبقه در معابر هشت‌متری مجاز شد

پای تراکم‌فروشی بر گلوی پایتخت

ترافیک، آلودگی هوا، ازدحام جمعیت و سبز شدن روزانه برج‌های سربه‌فلک کشیده در گوشه گوشه شهر، زندگی در پایتخت را غیرقابل تحمل کرده است. به‌تازگی نیز شهرداری تهران بخشنامه‌ای به مناطق ۲۲گانه ابلاغ کرده که براساس آن، پای ساختمان‌های هفت‌طبقه به کوچه‌های هشت‌متری فرسوده تهران باز می‌شود و احتمالا باید شاهد آثار و تبعات زیانبار این ساخت‌وسازها در معابر نسبتا کم‌عرض باشیم. کارشناسان شهری معتقدند دستورالعمل جدید شهرداری بدون انجام کار کارشناسی تصویب و بدون اخذ مجوز از مراجعی مانند کمیسیون ماده ۵ ابلاغ شده است.

اوایل دهه ۷۰ به‌دنبال قطع کمک‌های دولتی به شهرداری‌ها در اداره شهر، سیاست «خودگردانی» شهرداری‌ها در دستور کار قرار گرفت و منجر به ابداع شیوه جدید درآمدزایی به‌نام «فروش تراکم» شد. به گفته کارشناسان فروش تراکم نه‌تنها به ابزار اصلی توزیع رانت بدل شده، بلکه اثرات نامناسبی بر محیط‌زیست و آلودگی هوای پایتخت داشته است. این مشکل در ۳۰ سال گذشته دامن بسیاری از کلانشهرهای کشور را گرفته و در صورت اجرای ابلاغیه جدید شهرداری تهران و تسری آن به سایر استان‌ها، ممکن است شاهد مشکلات شهری بیشتری در کشور باشیم.
۱۰

در بررسی صمت از نقش خبرنگاران در جامعه مطرح شد

مترجم دردها

۴-۵-۶-۷-۸-۱۲-۱۳-۱۶



عکس: آیدا فریدی

مناقصه عمومی
نوبت دوم

ساخت، نصب و راه‌اندازی غبارگیر برای هاپرهای داخل سالن تولید کارخانه کنسانتره سنگ آهن

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور در نظر دارد ساخت، نصب و راه‌اندازی غبارگیر برای هاپرهای داخل سالن تولید کارخانه کنسانتره سنگ‌آهن برای کارخانه خود، واقع در استان همدان را به تامین کننده واجد شرایط واگذار نماید. لذا تامین کنندگان واجد شرایط می توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۲۷۶۴۵۳۲۵-۰۲۱ تماس گرفته و یا به آدرس اینترنتی www.sabanour.com قسمت فراخوان - مناقصه مراجعه نمایند و پاکات خود را مطابق شرایط مناقصه با ورود به سامانه تامین کنندگان صبانور بصورت دربسته مهرو موم شده، از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۹ به آدرس سعادت‌آباد نرسیده به خروجی هاشمی‌رفسنجانی شرق- خیابان ۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ۴۹ -طبقه سوم (بخش دبیرخانه) تحویل نمایند. مناقصه گزار اختیار کامل در زمینه رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادات را داشته و هیچگونه ادعا و اعتراضی در این زمینه مسموع نخواهد بود و به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد ضمانت شرکت در مناقصه و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در آگهی واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

مناقصه عمومی خرید لاینر لاستیکی بالمیل

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور در نظر دارد تامین سه ست لاینر لاستیکی بالمیل برای کارخانه کنسانتره خود، واقع در استان همدان را به شرکت واجد شرایط واگذار نماید. لذا تامین کنندگان واجد شرایط می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۲۷۶۴۵۳۱۴-۰۲۱ تماس گرفته و یا به آدرس اینترنتی www.sabanour.com قسمت فراخوان - مناقصه مراجعه نمایند و پاکات خود را مطابق شرایط مناقصه با ورود به سامانه تامین کنندگان صبانور بصورت دربسته مهرو موم شده، از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۳۰ به آدرس سعادت‌آباد نرسیده به خروجی هاشمی‌رفسنجانی شرق- خیابان ۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ۴۹ -طبقه سوم (بخش دبیرخانه) تحویل نمایند. مناقصه گزار اختیار کامل در زمینه رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادات را داشته و هیچگونه ادعا و اعتراضی در این زمینه مسموع نخواهد بود و به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد ضمانت شرکت در مناقصه و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در آگهی واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

آگهی مزایده شماره ۰۰-SI۰۰۴۶۲
نوبت اول

شرکت فولاد سیرجان ایرانیان در نظر دارد ۱۸۷ عدد تیوب مسی برگشتی از تولید موجود در مجتمع احیاء و فولادسازی بردسیر کرمان را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.

لذا از تمامی داوطلبان دعوت به عمل می‌آید به منظور خرید اسناد مزایده پس از واریز مبلغ ۷۰۰,۰۰۰ ریال به حساب شماره ۱-۶۷۶۷۶۷۷-۸۶۰۰-۳۰۷ نزد بانک پاسارگاد شعبه میرزای شیرازی به نام شرکت فولاد سیرجان ایرانیان همراه با فیش واریز و معرفی‌نامه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۲۸ به دفاتر شرکت فولادسیرجان ایرانیان مراجعه نموده و پیشنهادات خود را به‌صورت کتبی بر اساس اسناد مزایده حداکثر تا پایان وقت اداری ۱۴۰۲/۰۶/۰۴ به دفاتر این شرکت ارائه دهند. لازم به ذکر است امکان بازدید بدون دریافت اسناد فیزیکی وجود ندارد.

تلفن ضروری: ۰۳۴۳۱۲۴۵۵۰۰ داخلی ۵۷۱۹ و ۵۷۱۸

دفتر کرمان: بلوار جمهوری اسلامی، خیابان هزارویکشب، کوچه ۱۷، انتهای کوچه سمت راست، ساختمان سیسکو، طبقه هفتم.

دفتر تهران: خیابان ولیعصر، بالاتر از پارک ساعی، خیابان ساعی دوم، پلاک ۶، برج الماس ساعی، طبقه دهم

امور بازرگانی شرکت فولاد سیرجان ایرانیان

مناقصه عمومی
سیستم غبارگیر برای سالن‌های تولید کارخانه کنسانتره سنگ آهن

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور در نظر دارد سیستم غبارگیر برای سالن‌های تولید کنسانتره سنگ‌آهن برای کارخانه خود، واقع در استان کردستان را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا پیمانکاران واجد شرایط می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۲۷۶۴۵۳۲۵-۰۲۱ تماس گرفته و یا به آدرس اینترنتی www.sabanour.com قسمت فراخوان - مناقصه مراجعه نمایند و پاکات خود را مطابق شرایط مناقصه با ورود به سامانه تامین کنندگان صبانور بصورت دربسته مهرو موم شده، از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۹ به آدرس سعادت آباد نرسیده به خروجی هاشمی‌رفسنجانی شرق- خیابان ۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ۴۹ -طبقه سوم (بخش دبیرخانه) تحویل نمایند. مناقصه گزار اختیار کامل در زمینه رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادات را داشته و هیچگونه ادعا و اعتراضی در این زمینه مسموع نخواهد بود و به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد ضمانت شرکت در مناقصه و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در آگهی واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

مناقصه عمومی تعمیر پمپ‌های وکیوم

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور در نظر دارد تعمیر ٤ دستگاه پمپ‌های وکیوم برای کارخانه خود، واقع در استان کردستان را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا پیمانکار واجد شرایط می توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۲۷۶۴۵۳۲۵-۰۲۱ تماس گرفته و یا به آدرس اینترنتی www.sabanour.com قسمت فراخوان - مناقصه مراجعه نمایند و پاکات خود را مطابق شرایط مناقصه با ورود به سامانه تامین کنندگان صبانور بصورت دربسته مهرو موم شده، از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۹ به آدرس سعادت‌آباد نرسیده به خروجی هاشمی‌رفسنجانی شرق- خیابان ۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ۴۹ -طبقه سوم (بخش دبیرخانه) تحویل نمایند. مناقصه گزار اختیار کامل در زمینه رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادات را داشته و هیچگونه ادعا و اعتراضی در این زمینه مسموع نخواهد بود و به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد ضمانت شرکت در مناقصه و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در آگهی واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

آخرین اخبار و تازه‌ترین تحلیل‌ها را در پایگاه خبری «گسترش نیوز» دنبال کنید

www.Gostaresh.news

سرمقاله



روایت رویش ریشه‌ها

محمدرضا مودودی
مدیر خانه ترویج تجارت جهانی

نوشتن؛ آن‌هم برای روزنامه‌ای که عمرش کمتر از یک روز است و در دوره‌ای که غم نان نمی‌گذارد، تلاشی توانفرساست! به باغبانی در کویری می‌ماند که انگار سال‌هاست عادت کرده به اینکه در خاک تیره‌اش ریشه عمیق هیچ گیاهی چندان که باید سیراب نشود.

کویری که آوندهای درختان و گیاهانش، تهیدست‌تر از آنند که بتوانند عطش شاخه‌های دورشان را فرو بنشانند و قامت کمتر درختی در آن به بلندای تاریخی می‌رسد که بادهای سرگردان این دیار به یاد دارند.

و به سرودن شعر حاصلخیزی برای بذرهایی می‌ماند که شاید هیچ‌گاه از این خاک تیره نرویند؛ همان بذرهای خفته‌ای که رویای سبزشان سال‌هاست که حتی از حافظه شن‌های بیابان هم زدوده شده... و آه؛ چه کابوس وحشتناکی است برای اهل قلم!

روزنامه‌ها بسان شهری پر از بادهای هرزه شده‌اند؛ بادهای گذران این شهر با هزار وعده بارانی سراغ اهالی‌اش را می‌گیرند؛ اما در نهایت جز غبار فراموشی، چیزی به یادگار در کوچه‌باغ‌هایش نیست!

چه شد که شهری چنان پررونق به این روزگار تلخ دچار شد؟! به‌راستی ما کجای تاریخ این سرزمین ایستاده‌ایم؟! کدام فضیلت مدنی را به سیاق گذشته‌ها، بازآفرینی نکرده و از یاد برده‌ایم؟!

فرهنگ بسان درختی که ریشه‌های عمیقش از جنس باورهای معنوی و روابط انسانی است و در خاک مناسبات اجتماعی ریشه دوانده، هویت این سرزمین است، مگر سکان هدایت فرهنگ را می‌توان جز به‌دست اهل اندیشه و قلم سپرد؟ مگر می‌شود بدون اندیشه و گفتمان و بردباری، تاریخ را آرایید و بر هرچه شهوت، قدرت، ثروت و سیاست است، به‌نفع آیندگان مهار زد؟ مگر می‌توان بدون فرهنگ، وجدان‌های انسانی را بیدار و روح تمدن پیر را زنده و شاداب نگه داشت؟! این ذخیره و میراث عظیم ارزش‌ها در غیبت اهل اندیشه و قلم چه سرنوشتی خواهد داشت؟! و چرا باید حال این اهالی در تب حسرت گذشته‌اش بسوزد؟!

امروز قلم سرگردان و حیران است که آیا برای فریادهایش، گوش شنوایی هست؟!

نوشتن، زمانی بهترین مشاور برای اصلاح بود؛ اما امروز ابزاری شده برای توجیه ناتوانی‌ها، عقده‌ها و سرخوردگی‌ها و البته نه‌فقط چیزی در این میانه توجیه نشد که اعتبار قلم هم سقوط کرد!

نوشتن، زبانی برای نقد ضعف‌ها و ناکارآمدی‌ها و کاهلی‌ها بود و چراغی در میان تاریکی، وقتی که چشم‌ها از ظلمات فساد در سیاست و اقتصاد و فرهنگ، ناامید می‌شدند؛ اما امروز، گاهی شعله‌های این چراغ، کم‌فروغ‌تر از آن می‌شود که تیرگی‌ها را بتاراند!

زمانی نوشتن، سلاح بود و امروز سنگری که گاهی حتی اهل قلم را یارای پناه‌گرفتن پشت آن نیست.

شاید هیچ‌گاه به قدر امروز، فرهنگ، هویت و قلم در معرض تهدید و خطر زوال نبوده‌اند و فقط گاه به گاه از قلمی خسته و گلویی خشکیده، فریاد واحسرتایی به‌گوش می‌رسد که طنینی بلند ندارد.

شاید چاره در آن است که ناامید نشویم و با ایمان و تلاشی بیشتر از گذشته، پافشاری و استقامت کنیم تا ریشه‌های قلم و واژه در این کویر نخشکند و اهل اندیشه را بادهای هرزه با خود به دوردست‌ها نبرند... شاید که باید هنوز به چهره‌آرایی این فرهنگ پیر مداومت کرد و دست‌های آفریننده و هنرمند را فراخواند تا با مشارکتی فراگیر، دوباره روح را به تن این تمدن پیر دمید و آن را جانی دوباره بخشید... شاید که بیش از گذشته نیازمند آنیم که باور کنیم این بیابان، میراث دریایی عمیق و وسیع بوده و می‌توان دوباره آن را از آسمان مطالبه و دوباره احیا کرد!

امروز فقط داشتن اعتقاد به فردای روشن، کافی نیست، باید جسارت خطرپذیری و گستاخی مطالبه را هم در کنار امید و اعتقاد در خود داشت.

باید برای خود سایه‌بانی از همت و تلاش در زیر این آسمان کویری ساخت و همه اهالی اندیشه و قلم را فراخوان کرد که شور و امید جوهری‌شان را دوباره در رگ‌های تاریخ این سرزمین تزریق کنند و درمان این درد مزمن شوند.

نمی‌توان سرزمین قلم را هرچند کویری و خشک، رها کرد؛ مادام که زادگاه اهل اندیشه است. ما ناگزیریم که آنچه طبیعت از ما دریغ کرده، با بهایی سنگین‌تر از دیگران، خود به این خاک پیر ارزانی کنیم... چراکه چاره‌ای جز این نیست و این ویژگی تمام ملت‌های بزرگی است که امروز تاریخی سبز و سرزنده دارند و به آن افتخار می‌کنند.

بیانیه انجمن روابط‌عمومی ایران به‌مناسبت ۱۷مرداد

انجمن روابط‌عمومی ایران در طول بیش از ۳۰ سال فعالیت حرفه‌ای و صنفی، همواره حامی و پشتیبان رسالت خطیر خبرنگاری بوده و هست، چراکه خبر و خبرنگاری به‌عنوان پایه‌های محکم جغرافیای اطلاع‌رسانی، تنویر افکار عمومی و مطالبه‌گری محسوب شده و تصور جامعه‌ای بدون خبرنگار و خبر ممکن نیست.

خبرنگاران؛ سربازان خط مقدم جبهه اطلاع‌رسانی و تنویر افکار عمومی هستند. هرچقدر سطح پاسخگویی و شفافیت دولتمردان و گردش آزاد اطلاعات و ظرفیت نقدپذیری در جامعه‌ای بالاتر باشد؛ خبرنگاران هم قادر به مانور حرفه‌ای بیشتری خواهند بود.

به‌عبارت دیگر، خبرنگاران یک سیستم پایش زنده؛ دیده‌بانی و رصدخانه ۲۴ساعته جریان امور و عملیات کشور هستند که به‌صورت حرفه‌ای، تخصصی و بی‌طرفانه بر فرآیندهای مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی (داخلی و خارجی) نظارت و کنترل می‌کنند. برای همین است که تشکلی به نام خبرنگاران بدون‌مرز هم موجودیت یافته تا برای کار خبرنگار، جغرافیا و حد و مرز قائل نباشیم. عنصر مهم کار خبرنگاری، دانایی و آگاهی است. خبرنگار رشدیافته، بالغ و کارشناس، همواره به‌دنبال کار حرفه‌ای و پرهیز از فعالیت‌های حاشیه‌ای و غیرضروری است. خبرنگار عاقل و خبره، از شایعه‌سازی و دخالت حب و بغض‌های شخصی پرهیز می‌کند. خبرنگار آموزش‌دیده دانا، دچار قضاوت عجولانه و تصمیم‌گیری عجولانه نمی‌شود. خبرنگار زبده و ماهر؛ آینده‌پژوه است، تحلیلگر است، اهل حساب و کتاب است، چراکه خبرنگار؛ چشم بینا و گوش شنوا و قلب تپنده جامعه است. خبرنگار باید وجدان حرفه‌ای داشته و به ارزش‌ها و اخلاق حرفه‌ای پایبند باشد. خبرنگار خوب، یک مونس و همدم صاف و صادق برای محرومان و مظلومان و ستمدیدگان است. خبرنگار پاک و سالم به‌دنبال تامین منافع عامه است. کار خبرنگاری؛ خون‌دل و غصه خوردن‌های فراوان دارد. خبرنگار مخزن اسرار است. او چیزهایی می‌داند و می‌بیند که غم‌انگیز و اعصاب‌خردکن است، اما او باید مقاوم، صبور، باگذشت و دریادل باشد. در یک جامعه چندصدایی است که کار خبرنگار دیده و شنیده می‌شود. خبرنگاران فریادگران آزاده‌ای هستند علیه بی‌عدالتی‌ها و قانون‌شکنی‌ها و از این‌رو؛ جان برکفانی هستند که کارشان اگر خدایی باشد، کارستان است. خبرنگاران انسان‌های رشید و شریف و خودساخته‌ای هستند که قابل خریدوفروش نبوده و حرفه خود را با رانت و معامله و امر و نهی‌ها دچار آفت و سقوط نمی‌کنند.

دولت سیزدهم منتقدان را بی‌شناسنامه نمی‌داند

رئیس‌جمهوری با بیان اینکه دولت نقدپذیر است و نقد و نظر را برای خود مفید می‌داند، گفت: ممکن است به برخی اقدامات دولت انتقاداتی وارد باشد اما این دولت، منتقدان را افراد بی‌شناسنامه و بی‌هویت نمی‌داند و برای شنیدن صحبت‌های منتقدان گوش شنوا دارد.

به‌گزارش ایرنا، آیت‌الله سیدابراهیم رئیسی در آستانه روز خبرنگار با حضور در استودیو خبری ساعت ۱۴ شبکه یک سیما تصریح کرد: خبرنگاران در تبیین خواسته‌های مردم برای مدیران و دولتمردان و همچنین در بیان دیدگاه‌های مسئولان و دولتمردان برای مردم نقش مهمی دارند.

وی با بیان اینکه اگر خبرنگاران نبودند، نسل امروز با رشادت‌های جبهه‌های نبرد آشنا نبود، خاطرنشان کرد: آنچه خبر و گزارش از دفاع مقدس داریم، محصول کار خبرنگاران مخلص و شجاع ما در صحنه است وگرنه نسل امروز با رشادت‌هایی که در جبهه اتفاق افتاد، آشنا نبودند؛ اینها همه مرهون زحمت خبرنگاران است.

وی از رسانه‌ها و خبرنگاران به‌عنوان پل ارتباطات بین مردم و مسئولان یاد کرد که باید تلاش روزانه و مخلصانه‌ای در عرصه‌های مختلف داشته باشند.

آیت‌الله رئیسی با بیان اینکه رسانه ملی در انتقال پیام و تبیین افکار عمومی نقش مهمی دارد، گفت: رسانه ملی کانون و مرکز فرهنگ، فکر و بالندگی در کشور است و این رسانه یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌ها را در بخش فرهنگ‌ساز کشور برعهده دارد.

وی تاکید کرد: رسانه ملی در دفاع از ارزش‌های اسلامی و ارائه سبک زندگی ایرانی ـ اسلامی نقش مهمی دارد.



رئیس دولت سیزدهم این نکته را یادآور شد که دولت در میدان عمل و اقدام است و تبیین اقدامات دولت برعهده تمامی رسانه‌ها است.

رئیس‌جمهوری با بیان اینکه دولت نقدپذیر است و نقد و نظر را برای خود مفید می‌داند، اظهار کرد: ممکن است به برخی اقدامات دولت انتقاداتی وارد باشد اما این دولت، منتقدان را افراد بی‌شناسنامه و بی‌هویت نمی‌داند و برای شنیدن صحبت‌های منتقدان گوش شنوا دارد.

وی بیان کرد: برای دولت، صحبت اصحاب رسانه و تحلیل حائزاهمیت است و گام‌های خوبی در رسانه ملی در این زمینه برداشته است و امروز رسانه ملی شاهد یک نگاه تحولی است که معتقدیم با این نگاه تحولی، می‌تواند به‌سمت قله‌های پیشرفت حرکت کند.

توصیه به اصلاح الگوی مصرف

رئیس‌جمهوری همچنین در پخش زنده برنامه سیمای خانواده شبکه یک سیما حضور یافت و گفت: نهاد خانواده اگرچه کوچک‌ترین واحد اجتماعی محسوب می‌شود، اما در عرصه جامعه بسیار تاثیرگذار است.

رئیسی همچنین نقش رسانه در الگوسازی را بسیار موثر و مهم توصیف و تصریح کرد: در زمان بروز بحران‌ها از جمله در بلایای طبیعی یا در دوره اوج شیوع کرونا، رسانه نقش مهمی در ایجاد همدلی و همیاری مردم و کمک به عبور از این بحران‌ها داشت.

آیت‌الله رئیسی بر ضرورت صرفه‌جویی و اصلاح الگوی مصرف آب، برق و گاز و بسیاری از کالاها تاکید کرد و از دست اندرکاران این برنامه خواست به آن بپردازند.

وی خدمتگزاری به مردم را وظیفه دولت برشمرد و در توضیح نقش خانواده در مدیریت و الگوی مصرف گفت: اکنون در بحث مصرف برق ناترازی برق داریم. در زمان آغاز دولت سیزدهم گفته شد که ۲۲ هزار مگاوات ناترازی برق داریم که در این مدت حدود ۸ هزار مگاوات آن را جبران کردیم.

آیت‌الله رئیسی با بیان اینکه تولید ۳۵ هزار مگاوات برق تا پایان دولت سیزدهم هدف‌گذاری شده است، افزود: تا آن زمان تلاش می‌کنیم که برق خانگی قطع نشود و برق کارخانجات و مراکز تولیدی مدیریت شود.

رئیس‌جمهوری خاطرنشان کرد: مهم‌ترین کمکی که مردم می‌توانند به دولت انجام دهند، صرفه‌جویی و مدیریت مصرف انرژی است؛ خانواده و در رأس آن بانوان می‌توانند نقش مهمی در صرفه‌جویی آب، برق و... داشته باشند.

آیت‌الله رئیسی یادآور شد: این صرفه‌جویی به این معنا نیست که امکانات نداریم؛ خداوند به کشور ما همه امکانات را داده است.

در جنگ تن به تن رسانه‌ای قرار داریم

معاون اول رئیس‌جمهوری با بیان اینکه ما در یک جنگ تن به تن در عرصه رسانه قرار داریم؛ گفت: امروز جبهه دشمن، جبهه جنگ، تانک، توپ و هواپیما نیست، خاکریزی که جلوی ما صف کشیده، یک جنگ رسانه‌ای است که سنگر آن مرتب جابه‌جا می‌شود. به‌گزارش ایرنا، معاون اول رئیس‌جمهوری رسانه را عرصه جنگ جدید در دنیای کنونی دانست و از خبرنگاران به‌عنوان سربازان این جبهه جدید یاد و از زحمات آنها تقدیر کرد.مخبر یکی از موفقیت‌های دولت سیزدهم را آزاد کردن پول‌های بلوکه‌شده ایران در برخی کشورهای منطقه برشمرد و افزود: توانستیم تورم را در اسفند ۱۴۰۰ به‌میزان ۴۰ درصد کاهش دهیم و این سال را با تورم حدود ۴۶درصدی پشت‌سر گذاشتیم.معاون اول رئیس‌جمهوری اسفند ۱۴۰۰ را از نظر موجودی کالا و حجم تورم، کم‌نظیر توصیف کرد و توضیح داد: در ابتدای سال بعد، به‌دلیل وقوع جنگ اوکراین در کل دنیا با گرانی و کمبود کالای اساسی مواجه شدیم.

مخبر با بیان اینکه برخی از حذف ارز ترجیحی انتقاد می‌کنند، بیان کرد: این اقدام اختیاری نبود و مجبور بودیم که این کار را انجام دهیم، زیرا کالاها را به یک‌پنجم نرخ عرضه می‌کردیم، به‌طوری‌که در کشورهای همسایه تعرفه واردات کالاهای ما را صفر کردند و فروشگاه‌های کشورهای همسایه از کالاهای ایرانی پر شدند. وی یادآور شد: من به آیت‌الله رئیسی گفتم شما رئیس‌جمهوری ۸۰ میلیون نفر هستید، اما باید ۴۰۰ میلیون نفر را اداره کنید، چون کالاهای اساسی کشورهای همسایه نیز از کشور ما قاچاق و تامین می‌شود. مخبر گفت: ما در سال ۱۴۰۰، ۱۸ میلیارد دلار معادل ۳۶۰ همت ارز ترجیحی دادیم. کسانی که اوضاع مالی بهتری داشتند، بیشتر می‌توانستند از این یارانه‌ها استفاده کنند.

معاون اول رئیس‌جمهوری افزود: در آذر ۱۴۰۱ تمام پیش‌بینی‌هایی که وجود داشت، نشان می‌داد نرخ ارز به ۷۰ تا ۸۰ هزار تومان و تورم به ۷۰ درصد می‌رسد، اما تمام تلاش خود را کردیم تا نرخ تورم را همان نرخ تورم ۱۴۰۰ نگه داریم. بحمدالله تا اینجا موفق بودیم.



وی گفت: مردم هنوز با مشکلات مواجهند، اما به امید خدا تلاش می‌کنیم تا رضایت مردم را تامین کنیم. مخبر با بیان اینکه امروز دولت در مسائل اقتصادی هرچه در توان داشته انجام داده است، افزود: با تعدادی از کشورها در زمینه اقتصادی توافق‌های جداگانه‌ای انجام دادیم، اما پس از آن با دخالت نماینده امریکا، این توافق‌ها به هم خورد که حداقل درباره ۳ کشور این‌طور بوده است و حتی برخی مدیران بلندپایه را تغییر دادند.

صنعت، نیازمند تحولات بزرگ‌تری است



وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: سرمایه‌گذاران در ورود به حوزه صنعتی پیش از هر چیز باید به فکر تامین مالی‌شان باشند.

به‌گزارش ایرنا، عباس علی‌آبادی درباره نشست برخی تولیدکنندگان با رياست‌جمهوری اظهار کرد: بروکراسی پدیده جدیدی نیست و سال‌ها است که انتظارات تولیدکنندگان و صنعتگران با قواعد و بروکراسی همخوانی ندارد، زیرا تولیدکننده به‌دنبال ساده‌ترین راه برای تجارت است و گاهی این شرایط برای آنان سخت می‌شود. وی بااشاره به اینکه در صنعت نیازمند تحولات بزرگ‌تری هستیم، خاطرنشان کرد: برای عبور از مشکلات پیش‌رو باید به لایه‌های عمیق‌تری برسیم و اقدامات اساسی‌تری برای ادامه فرآیندها انجام دهیم که البته برخی مسائل بین صنایع مختلف مشترک بوده و برخی دیگر به‌طورویژه باید بازبینی شود که ما به‌عنوان هدایتگر می‌توانیم پیشنهادهایی ارائه دهیم. علی‌آبادی با تاکید بر اینکه صنعتگران و تولیدکنندگان نباید فقط به‌دنبال روش‌های دولتی بمانند، بلکه برای سهیم کردن مردم، جلب اعتماد و بازار گام بردارند، گفت: بسیاری از روش‌های ما سنتی است و نباید به این روش‌ها قائل باشیم و برای جلب سرمایه‌گذاری‌های مردم و شریک کردن آنان در منافع گام برداریم و وزارت صمت نیز زمینه این همکاری‌ها را فراهم خواهد کرد تا تامین سرمایه به‌درستی انجام شود. وی بااشاره به نقش رسانه در کمک به صنعت، گفت: همه این روش‌ها و اقدامات باید با کار فرهنگی، سازکارهای حقوقی و روش‌های اقتصادی و جلب نظرات کارشناسان اهل فن در فضایی آرام و هدفدار انجام شود.

معرفی ۴۰ کد بورسی مظنون به دادستانی



امیرمهدی صبایی، مدیر نظارت بر بورس‌ها سازمان بورس و اوراق بهادار در گفت‌وگو با پایگاه خبری سازمان بورس اعلام کرده است که در ادامه بررسی‌ها پیرامون ظن استفاده از اطلاعات نهانی در معاملات روزهای منتهی به ۱۷ و ۱۸ اردیبهشت، تعداد ۴۰ کد مظنون براساس الگوی رفتاری مشکوک، شناسایی و برای صدور مجوز بررسی‌های دقیق‌تر، به دادستان کل کشور معرفی شدند. به‌گزارش ایرنا، معاملات بورس از نخستین روزهای سال ۱۴۰۲ تحت‌تاثیر حمایت‌های انجام‌گرفته از دولت و نیز سازمان بورس بر مدار صعودی قرار گرفت و با عبور از کانال ۲ میلیون واحد، بار دیگر خوش‌بینی را به سرمایه‌گذاران این بازار بازگرداند. این بازار از نیمه اردیبهشت، بر مدار نزولی قرار گرفت و شاخص بورس در تاریخ ۱۷ اردیبهشت، با ۱۲۵ هزار واحد افت، بیشترین ریزش تاریخی را در کارنامه فعالیت خود به‌ثبت رساند.در ابتدا علت ریزش شاخص بورس و تداوم آن در بازار در هاله‌ای از ابهام قرار داشت و فعالان این بازار هیچ اتفاقی را عامل ریزش تاریخی بازار سهام نمی‌دانستند، اما در تیر تصویر نامه مصوبه‌ای مبنی بر افزایش نرخ خوراک و گاز پتروشیمی‌ها در فضای مجازی منتشر شد که براساس آن آمده بود: هیات‌وزیران در جلسه ۱۷ اردیبهشت به پیشنهاد مشترک وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت نیرو، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، بانک مرکزی، سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها و سازمان برنامه و بودجه و به استناد اصل ۱۰۰، ۴۰ و ۳۸ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و در اجرای جزء یک بند (الف) ماده واحده قانون بودجه سال ۱۴۰۲ کل کشور تصویب کرد تا نرخ خوراک گاز پتروشیمی‌ها در سال ۱۴۰۲ از ۵هزار تومان به۷ هزار تومان افزایش پیدا کند. این خبر در ابتدا هجمه‌ای از واکنش‌ها را با خود به‌همراه داشت و فعالان بازار اعلام کرده بودند که همزمان تاریخ نامه و نیز ریزش تاریخی شاخص بورس نشان‌دهنده وجود رانت اطلاعاتی در بازار و قرار گرفتن جزئیات این تصمیم مهم در اختیار برخی سهامداران بازار بوده است. بر همین اساس، بررسی‌ها پیرامون ظن استفاده از اطلاعات نهانی در معاملات در دستور قرار گرفت که طبق آن ۴۰ کد مظنون به دادستان کل کشور معرفی می‌شوند.

عکس روز



بانوان، پیشگامان روضه های خانگی در ماه های محرم و صفر

عکس: ایرنا

ویژه‌تر از خبر

سفرهای خود را به قبل و بعد از اربعین موکول کنید

معاون حمل‌ونقل وزیر راه و شهرسازی گفت: به مسافران توصیه می‌کنیم در زمان تعیین‌شده اربعین، یا از ماشین‌های شخصی برای سفرهای بین‌استانی استفاده کنند یا حداقل زمان سفر خود را به قبل و بعد از ایام اربعین موکول کنند تا با مشکل کمتری مواجه شوند. به‌گزارش ایسنا، شهریار افندی‌زاده در نشست خبری سفرهای اربعین افزود: ستاد مرکزی اربعین ۱۸ کمیته دارد که یکی از آنها کمیته حمل‌ونقل است، جلسات ما برای اربعین از بهمن ۱۴۰۱ شروع شد. سال گذشته ۳.۵ میلیون نفر زائر اربعین داشتیم که در مجموع، ۷ میلیون رفت و برگشت بود؛ امسال برای ۴ میلیون زائر پیش‌بینی کرده‌ایم که در مجموع، ۸ میلیون رفت و برگشت می‌شود. وی با بیان اینکه سال گذشته ۹۰ درصد حمل‌ونقل، جاده‌ای بود که قسمت اعظمی از آن وسایل نقلیه شخص بود، ادامه داد: امسال باتوجه به کمبود حمل‌ونقل عمومی، تصمیم گرفتیم از ظرفیت سازمان‌های دیگر استفاده کنیم و به تمام وزارتخانه‌ها برای ۵هزار و ۲۰۰ دستگاه ابلاغ کردیم که تاکنون فقط وزارت صمت و نفت اعلام آمادگی کردند. نکته دیگر، بحث واردات ۲هزار دستگاه اتوبوس تا کارکرد ۵ سال از کشورهای دیگر است که این امکان به‌صورت ثبت سفارش آماده شده است. وی گفت: سال گذشته ۴۰ درصد زائران از شلمچه و ۹ درصد از پایانه چزابه منتقل شدند؛ امسال برنامه‌ریزی شده است تا از مرزهای تمرچین و باشماق هم خروج انجام شود؛ سال گذشته خروج از این مرزها ۱۰ درصد بود که امیدواریم امسال افزایش پیدا کند تا حجم مسافر در مرزهای‌مان تقسیم شود. همچنین، امسال از اول صفر (۲۷ مرداد) تا ۲۵ صفر (۲۰ شهریور) بازه زمانی اربعین در نظر گرفته شده و هرچه تعداد زائران در ۲۵ روز تقسیم شود، امکان ارائه خدمت بهتر فراهم است. معاون وزیر راه و شهرسازی خاطرنشان کرد: در زمینه سفرهای هوایی، درخواست کردیم که پیش‌فروش بلیت زودتر آغاز شده است تا تعداد زائران مدیریت شود. همچنین، سعی کردیم بین بندر خرمشهر و بصره هم حمل‌ونقل دریایی را فراهم کنیم که هنوز به تفاهم نرسیدیم، اما احتمال دارد، امسال برقرار شود.افندی‌زاده گفت: وزارت راه، مسئولیت حمل‌ونقل و زیرساخت را دارد و تمام امکانات برای اربعین در نظر گرفته شده است. سفرهای رفت در بازه زمانی طولانی‌تر انجام خواهد شد، اما اوج سفرها بازه بازگشت آنها است که مدت کوتاه ۵ روز از ۱۵ تا ۲۰ شهریور برای آن در نظر گرفته شده است. البته مشکلاتی همچنان وجود دارد که با ایجاد قراردادهای سازمان راهداری و راه‌آهن تلاش می‌شود مشکلاتی که در عمل پیش می‌آید، مدیریت شود.

در نشست خبری بیست‌وششمین سال رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران مطرح شد

«مدیریت صنعتی» مرجع رتبه‌بندی شرکت‌ها

شهناز صفایی: روز گذشته، ۱۶ مرداد نشست خبری بیست‌وششمین سال رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران با حضور ابوالفضل کیانی‌بختیاری مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی و مجید درویش معاون مشاوره و تحقیق سازمان مدیریت صنعتی و جمعی از اصحاب رسانه برگزار شد. سازمان مدیریت صنعتی در سال ۱۴۰۲ برای بیست‌وششمین سال متوالی رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI۱۰۰) را انجام می‌دهد و ۵۰۰ شرکت بزرگ و موثر در اقتصاد کشور را طی همایشی که در بهمن امسال برگزار می‌شود، معرفی خواهد کرد. قرار است این همایش با حضور مقامات کشوری، مدیران شرکت‌های برتر و بزرگ ایران، صاحب نظران اقتصادی و خبرگان صنعتی برگزار شود و در آن، از شرکت‌های برتری که رتبه‌های ویژه‌ای کسب می‌کنند، تقدیر خواهد شد.



عکس: آیدا فریدی

رتبه‌بندی رقابت ایجاد می‌کند



در این نشست خبری، ابوالفضل کیانی‌بختیاری، مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی ضمن تبریک روز خبرنگار و اشاره به نقش رسانه در رشد و توسعه صنعتی کشور اظهار کرد: شرکت‌های بزرگ نقش پررنگی در اقتصاد دارند. بیشترین میزان اشتغال‌آفرینی را در این شرکت‌ها شاهد هستیم. شرکت‌های بزرگ ضمن اینکه زنجیره تامین و ارزش بزرگی دارند، منجر به توسعه تعاملات بین‌المللی می‌شوند؛ بنابراین در صادرات نقش زیادی دارند. در تولید ناخالص داخلی هم شاهد اثرات چشمگیر آنها هستیم و به همین دلیل در اقتصادهای توسعه‌یافته همواره شرکت‌های بزرگ موردتوجه قرار دارند. در این راستا در کشورمان نیز در دهه ۴۰ سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) به‌عنوان سازمان بالادستی سازمان مدیریت صنعتی، اقدام به ایجاد شرکت‌های بزرگ کرد و با این اقدام به‌دنبال تحقق این هدف بود که توسعه منطقه‌ای ایجاد کند. در همین راستا شاهد بودیم که شرکت‌های بزرگی مانند ماشین‌سازی تبریز، هپکو، آذرآب و زنجیره تامین آنها ایجاد شد. به گزارش صمت، کیانی‌بختیاری با اشاره به اینکه ایدرو در ایجاد شرکت‌های بزرگ تلاش‌های چشمگیری داشته، اظهار کرد: ایدرو با ایجاد شرکت‌های بزرگ به‌دنبال دو هدف بود؛ یکی توسعه منطقه‌ای و دوم ایجاد زنجیره تامین بومی. اینکه در دهه ۴۰ در بخش صنعت و توسعه صنعتی موفق بودیم و اشتغال خوبی داشتیم، به دلیل ایجاد همین شرکت‌های بزرگ بود. سازمان مدیریت صنعتی نیز با توجه به جایگاه و رسالتی که برای توانمندسازی واحدهای صنعتی بزرگ داشت، به‌نوعی مشاوره صنعتی و مشاور توانمندسازی این شرکت‌ها شد. به‌تدریج سازمان در رتبه‌بندی شرکت‌های بزرگ ورود کرد و امسال بیست‌و ششمین سال پیاپی است که رتبه‌بندی‌شرکت‌های بزرگ از سوی سازمان مدیریت صنعتی برگزار می‌شود.

کیانی‌بختیاری ادامه داد: بیست‌وشش سال تداوم رتبه‌بندی با پایداری و مانایی نشان از روش‌شناسی علمی دارد که سازمان مدیریت صنعتی دنبال کرده و براساس آن خطاها را به صفر و علاوه بر آن، اعتماد اجتماعی را به حد بالایی رسانده به‌نوعی که شرکت‌های بزرگ، داوطلبانه و با اعتماد بالایی برای شرکت در این رتبه‌بندی اطلاعات خود را در اختیار این سازمان قرار دهند. این تداوم و ایجاد اعتماد در طول این ۲۶ سال سازمان مدیریت صنعتی را به قطب و مرجع رتبه‌بندی شرکت‌ها در کشور تبدیل کرده است.

وی با اشاره به مطالعات و اقدامات کارشناسی که از سوی سازمان در این زمینه انجام شده، خاطرنشان کرد: براساس مطالعات انجام‌شده در بین الگوهای گوناگونی که در رتبه‌بندی‌های مختلف به کار می‌رود، الگوی فورچون ۱۰۰ به‌عنوان یک الگوی معتبر که در بسیار از کشورهای پیشرفته مورداستفاده قرار می‌گیرد برای رتبه‌بندی شرکت‌ها انتخاب کردیم و براساس آن به جمع‌آوری و تجزیه‌وتحلیل داده‌های شرکت‌های بزرگ پرداختیم.

مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی افزود: مهم‌ترین اهدافی که با این رتبه‌بندی دنبال می‌شود تولید اطلاعات درباره بنگاه‌های اقتصادی کشور و شفاف‌سازی فضای کسب‌وکار، رتبه‌بندی شرکت‌ها از نظر میزان اثرگذاری در اقتصاد ملی، گسترش رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی و استفاده از نتایج رتبه‌بندی برای کمک به برنامه‌ریزی اقتصادی در کشور است. در اصل رتبه‌بندی شرکت‌ها این است که میزان اثربخشی بنگاه‌ها در اقتصاد را نشان می‌دهد، میزان مسئولیت اجتماعی پذیری بنگاه‌ها را بررسی می‌کند، منجر به ایجاد رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی می‌شود و.. این نتایج درنهایت به تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران اقتصادی و سیاست‌گذاران کمک می‌کند. کیانی‌بختیاری افزود: رتبه‌بندی به‌خودی‌خود می‌تواند به گسترش رقابت و تشویق آن در بخش خصوصی و دولتی کمک کند. علاوه بر این با مشاهده نتایج رتبه‌بندی شرکت‌ها و به‌ویژه روند نتایج در سال‌های مختلف، تحولات عرصه اقتصاد بنگاهی از منظری شفاف‌تر قابل‌مشاهده خواهد بود. با بررسی مداوم نتایج رتبه‌بندی بنگاه‌ها، تشخیص جهت حرکت کسب‌وکارهای اقتصادی و شناسایی دورنمای رونق و رکود در صنایع مختلف براساس اطلاعات معتبر و مستند میسر خواهد بود و این امر، دست‌اندرکاران سیاست‌گذاری‌های اقتصادی و صنعتی را در اخذ تصمیمات اقتصادی متناسب در راستای اهداف بلندمدت اقتصادی کشور یاری خواهد داد.

رتبه‌ها نشان‌دهنده میزان اثربخشی شرکت‌هاست



در ادامه این نشست، مجید درویش، معاون مشاوره و تحقیق سازمان مدیریت صنعتی به بررسی روند اجرای این رتبه‌بندی و ویژگی‌های خاص آن پرداخت و در این زمینه اطلاعات کلی را ارائه داد و گفت: سازمان مدیریت صنعتی آغازگر رتبه‌بندی بود و به‌واسطه استمرار و تلاش برای انجام این رتبه‌بندی مرجعیت و پیدا کرده است. شرکت‌های بزرگ در اقتصاد سهم عمده‌ای دارند و در بررسی‌ها و تحلیل داده‌ها نیز این موضوع به‌وضوح مشخص است. با رتبه‌بندی شرکت‌ها میزان اثربخشی آنها در اقتصاد کل مشخص می‌شود که درنهایت در سیاست‌گذاری‌های کلان به ما کمک خواهد کرد.

مشاوره و تحقیق سازمان مدیریت صنعتی همچنین اظهار کرد: برای انجام رتبه‌بندی شرکت‌ها براساس الگوی فورچون ۱۰۰ ابتدا ۵۰۰ شرکت براساس شاخص میزان فروش (درآمد) انتخاب و رتبه‌بندی می‌شوند. پس از آن، این ۵۰۰ شرکت براساس شاخص‌های دیگری (۳۲ شاخص) نیز رتبه‌بندی می‌شوند. در این میان نکته مهم این است که یک شرکت، در شاخص‌های مختلف، رتبه‌های متفاوتی می‌گیرد. مثلا ممکن است در شاخص فروش رتبه ۱۰ را داشته باشد، اما در شاخص «سودآوری» رتبه ۴۵ را به‌دست آورده باشد. به عبارت دیگر، شاخص‌های مختلف در این رتبه‌بندی‌ها با هم ترکیب نمی‌شوند تا در مجموع، به یک شرکت، یک رتبه تعلق گیرد.

درویش در ادامه خاطرنشان کرد: انتخاب ۵۰۰ شرکت براساس «میزان فروش» از منطق اقتصادی و مدیریتی برخوردار است، زیرا «فروش» خروجی نهایی بنگاه‌های اقتصادی است. همچنین، میزان اثرگذاری فعالیت یک شرکت در ابعاد اقتصاد ملی، رابطه مستقیمی با میزان فروش شرکت دارد.

وی در ادامه با اشاره به ویژگی‌های دیگر روش رتبه‌بندی شرکت‌ها اظهار کرد: شاخص‌های رتبه‌بندی در رتبه‌بندی IMI۱۰۰، شاخص‌های کمی (مقداری) هستند و مقادیر آنها از «صورت‌های مالی حسابرسی شده» شرکت‌ها استخراج می‌شود؛ بنابراین، خلاف بسیاری از ارزیابی‌ها و رتبه‌بندی‌ها که در رتبه‌بندی شرکت‌ها قضاوت ارزیابان دخالت دارد یا از خوداظهاری شرکت‌ها استفاده می‌کنند، در رتبه‌بندی IMI۱۰۰، نرم‌افزار مربوط، براساس مقادیر عددی، رتبه هر شرکت را مشخص می‌کند و هیچ قضاوتی توسط اجراکنندگان رتبه‌بندی صورت نمی‌گیرد. از دیگر ویژگی‌های خاص رتبه‌بندی IMI۱۰۰، شفافیت بسیار بالای آن است، به‌طوری که رتبه هر شرکت در هر شاخص، به‌راحتی قابل‌بررسی و صحه‌گذاری است، زیرا در هر فهرستی، در مقابل نام شرکت، علاوه بر رتبه آن، کمیت آن شاخص درج شده است. نوع رتبه‌بندی IMI۱۰۰ و رتبه‌بندی‌های مشابه مانند فورچون ۵۰۰ و اهدافی را که دنبال می‌کنند به‌گونه‌ای است که تمامی شرکت‌ها در هر رشته کسب‌وکار، در فهرست حضور دارند و اساسا یکی از اهداف این رتبه‌بندی این است که امکان مقایسه بین کسب‌وکارهای مختلف را فراهم کند. گزارشات سالانه رتبه‌بندی IMI-۱۰۰ به‌خوبی نشان‌دهنده فواید این‌گونه مقایسه‌هاست. درویش با اشاره به اینکه ۳۳ شاخص در این رتبه‌بندی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار می‌گیرد، ادامه داد: بخشی از شاخص‌ها مربوط به‌اندازه شرکت و رشد آن است و اینکه شرکت چقدر در مسیر رشد قرار دارد در این شاخص موردبررسی قرار می‌گیرد. شاخص‌هایی مانند رشد سود، رشد دارایی و رشد درآمد نشان می‌دهد شرکت امسال نسبت به سال قبل و سال‌های قبل‌تر چه وضعیتی داشته است. دیگری شاخص سودآوری است که نشان‌دهنده عملکرد شرکت است. دیگر شاخص‌ها شامل بهره‌وری، صادرات، نقدینگی و بازار و بدهی است که تک‌تک به‌صورت دقیق و در زیرشاخه‌های مشخصی براساس آنها درنهایت رتبه شرکت مشخص شود.

درویش در پاسخ به این پرسش که چرا IMI۱۰۰ فقط به شرکت‌های بزرگ می‌پردازد نیز اظهار کرد: قطعا شرکت‌های کوچک و متوسط هم در اقتصاد نقش دارند و مهم هستند. در این میان موضوع موردتوجه این است که در دنیا اقتصادهای قوی به‌شدت متکی به شرکت‌های بزرگ هستند.

زبان رسانه به بازار آمد



کتاب «زبان رسانه» یا همان media language به سه زبان زنده دنیا منتشر شده است. علاقمندان به مطالعه و یا مشاهده اخبار از خبرگزاری‌ها و فعالان حوزه رسانه می‌توانند با مطالعه واژگان رسانه‌ای به شکل تخصصی به فهم بهتری از درک اخبار دست یابند.

استفاده از این کتاب می‌تواند مخاطب را از استفاده به نرم افزارهای ترجمه بی‌نیاز کند. کتاب زبان رسانه به عنوان کتاب مرجع تخصصی لغات رسانه‌ای، به قلم حسین عبدی‌گودرزی توسط «ایرانا رسانه» منتشر شده است.

نام: انتشارات ایرانا رسانه

نام مدیر: علیرضا شوقیان

حوزه فعالیت: ناشران

موضوع: آموزشی و کمک‌درسی، علوم عملی...

شهرستان: تهران

استان: تهران

آدرس: تهران- خیابان استاد حسن بنا، میدان ملت، کوچه شهید قنبری، پلاک ۱۶، واحد۱

تلفن: ۲۲۳۳۲۸۹۳ - ۲۲۳۲۷۰۵۷ - ۰۹۱۲۴۳۰۱۳۴۹

Shm.abdi1372@gmail.com



آگهی تغییرات شرکت سهامی عام توسعه معدنی و صنعتی صبانور به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۷۲۶۱۵۰ و به شماره ثبت ۱۲۹۲۶۶ به استناد صورتجلسه مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۱۴۰۲،۰۳،۲۴ تصمیمات ذیل اتخاذشد: موسسه حسابرسی هوشیار ممیز به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۴۳۹۶۴۵ به سمت بازرس اصلی تا پایان سال مالی موسسه حسابرسی بهراد مشار به شناسه ملی ۱۰۸۴۰۰۱۷۹۹۹ به سمت بازرس علی البدل تا پایان سال مالی انتخاب گردیدند. ـ ترازنامه و حساب سود و زیان برای سال مالی منتهی به ۱۴۰۱،۱۲،۲۹ تصویب گردید. روزنامه کثیرالانتشار صمت جهت نشر آگهی های شرکت تعیین گردید. ۱ سازمان ثبت اسنادواملاک کشور اداره ثبت شرکت ها و موسسات غیرتجاری تهران (۱۵۴۴۱۸۴)

یادداشت

آگاهی‌بخشی بی‌طرفانه



امیرحسن کاکایی، عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت

خبرگزاری‌ها و رسانه‌های نوشتاری و مجازی، رکنی از ارکان دموکراسی و البته توسعه فرهنگی هستند که خودبه‌خود توسعه سیاسی، اقتصادی و فنی را در جامعه به‌دنبال دارد. در این میان، خبرنگاران و نویسندگان و به زبان امروزی، تولیدکنندگان محتوا، نقشی حیاتی را برعهده دارند. هرقدر محتواها جذاب‌تر و همزمان عمیق‌تر باشد، جامعه رشد بیشتری را تجربه می‌کند.

مدت‌هاست شاهد هجمه‌های همه‌جانبه به صنعت خودرو هستیم. البته به این معنی نیست که سایر صنایع مصون هستند، بلکه عملا هجمه به این صنعت، نمادی از هجمه به صنایع پشتیبان آن و دیگر صنایع است. صنعت خودرو به نمادی از توسعه صنعتی و اقتصادی کشور تبدیل شده که هرکس می‌خواهد از پیشرفت یا پسرفت صحبت کند، درباره آن اظهارنظر می‌کند. اطلاع‌رسانی دقیق و تحلیل منصفانه و علمی، وظیفه خبرنگاران در قبال وقایع صنعتی و اقتصادی است. صنعت خودرو در ۳۰ سال گذشته در حوزه سیاست‌گذاری و شرایط محیطی، دستخوش نوسانات زیادی بوده که بیشتر رسانه‌ها با نادیده گرفتن تلاش‌ها و پیشرفت‌های آن در شرایط متغیر، طی سالیان متمادی عمدتا به آن حمله کرده‌اند. در مواردی هم دفاع نامناسب از این صنعت، باعث حمله بیشتر به آن شده است. وضعیت به‌گونه‌ای شده که حتی مسئولان برخی موارد را باور کرده و بر مبنای این باورهای غلط یا ناآزموده تصمیم می‌گیرند. بدیهی است که چنین تصمیماتی از آنجا که بر حقایق دقیق استوار نیست، نتایج خوبی را به‌دنبال نخواهد داشت.

به یکی، دو مورد از این موارد که درست انگاشته شده، اشاره می‌کنم. نخستین آن، حمایت ۴۰ ساله از صنعت خودرو است. تاکنون ندیده‌ام یک مطالعه دقیق در این زمینه انجام شده و نشان دهد دقیقا حمایت‌های انجام‌شده در چه مقاطعی و به چه میزان بوده است؟ آیا این حمایت‌ها، غیرمعقول و خاص بوده یا حمایتی در جهت توازن بین واردات و تولید داخل انجام شده است؟ بارها توضیح داده‌ام که حمایت تعرفه‌ای معقول، یک راهکار عادی است که کشورهای صنعتی جهان هم برای حمایت از صنایع خود در شرایط عدم‌توازن از آن استفاده می‌کنند. مثلا امریکا در برابر چین، نه‌تنها به جنگ تعرفه‌ای پرداخت، بلکه از هر ابزاری برای بازگشت برتری صنعتی و تجاری خود نسبت‌به اقتصاد چین استفاده می‌کند. موردی که اخیرا سر زبان مسئولان و مردم افتاده، جلوگیری از واردات برای مدت‌زمان طولانی است. این در حالی است که مسئولان آگاه می‌دانند که ممانعت از واردات خودرو، نه برای حمایت از صنعت، بلکه برای کنترل مصرف ارز بوده است. ابهام بعدی که امروز جا افتاده این است که ظاهرا سالانه ۶ میلیون متقاضی خرید خودرو داریم. این در حالی است که بازار واقعی خودرو در رکود کامل بوده و بیشتر رسانه‌ها توجه نمی‌کنند که این ۶ میلیون نفر به‌دنبال سودهای بادآورده رانتی هستند؛ البته باید تاکید کنم که فضای کسب‌وکار کشور اصولا دارای ابهام بسیار بوده که یک مشکل بزرگ برای کشف حقایق و تحلیل درست و اتخاذ تصمیمات عاقلانه در سطح ملی است. ما در حال حاضر با دو بازار کاملا متفاوت روبه‌رو هستیم؛ بازار خودرو خودروساز با قیمت‌گذاری دستوری و بازار آزاد. مشکل از همین تفاوت بسیار در قیمت‌های دستوری و آزاد آغاز می‌شود. رسانه‌ها به‌جای اینکه مسئولان را نسبت‌به نتایج واقعی تصمیمات خودآگاه و یک اراده عمومی در جامعه ایجاد کنند که مسیرهای سیاست‌گذاری اصلاح شود، عمدتا اوضاع را حتی بدتر از آنچه هست، نشان می‌دهند. امروز بیشتر رسانه‌ها چنان درباره واردات صحبت می‌کنند که انگار آب روی آتش است و در چنین شرایطی که کمبود ارز و درآمد ملی در بیشتر بخش‌های مهم کشور مشاهده می‌شود، مطالبه عمومی شده است.

امروز چنان در رسانه‌ها درباره بی‌کیفیتی و ارابه مرگ صحبت می‌شود که مردم هم باور کرده‌اند هر محصولی داریم، بی‌کیفیت و صنعت خودرو یک صنعت عقب‌مانده است که اهمیتی به مصرف‌کننده نمی‌دهد. البته نمی‌گویم که کیفیت عالی است و تمام خودروها یکسان تولید می‌شوند و دارای یک سطح فناوری هستند اما بر مبنای مشاهدات میدانی و همکاری‌هایی که با صنعت خودرو داشته و دارم، باورم این است که صنعت خودرو ما، یکی از پیشرفته‌ترین صنایع تولید انبوه کشور بوده و در این میان، مشکل اصلی، سیاست‌گذاری غلط و پرنوسان در ۳۰ سال گذشته است. سیاست‌گذاران در این سال‌ها، کارهای خوب زیادی انجام داده‌اند که نتایج مثبتی هم به‌دنبال داشته اما واقعیت این است که مجموع این سیاست‌گذاری‌ها نتوانسته کل صنعت را همسان پیش ببرد و کیفیت به‌طور عام ارتقا پیدا کند. اصولا صنعت خودرو خروجی چندین صنعت و در نهایت اقتصاد کلان است. وقتی فولاد یا پلیمر تولیدی در صنایع دیگر دارای کیفیت لازم نباشد، یا کیفیت آنها نوسان داشته باشد، در خودروسازی که تحریم است و سیاست‌ها به او خرید از داخل را دیکته می‌کند، نمی‌توان انتظار کیفیت تام و یکسان در تمام تولیدات را داشت. جالب اینجاست که حتی کمبود تراشه الکترونیکی را هم به‌حساب خودروساز می‌گذارند.

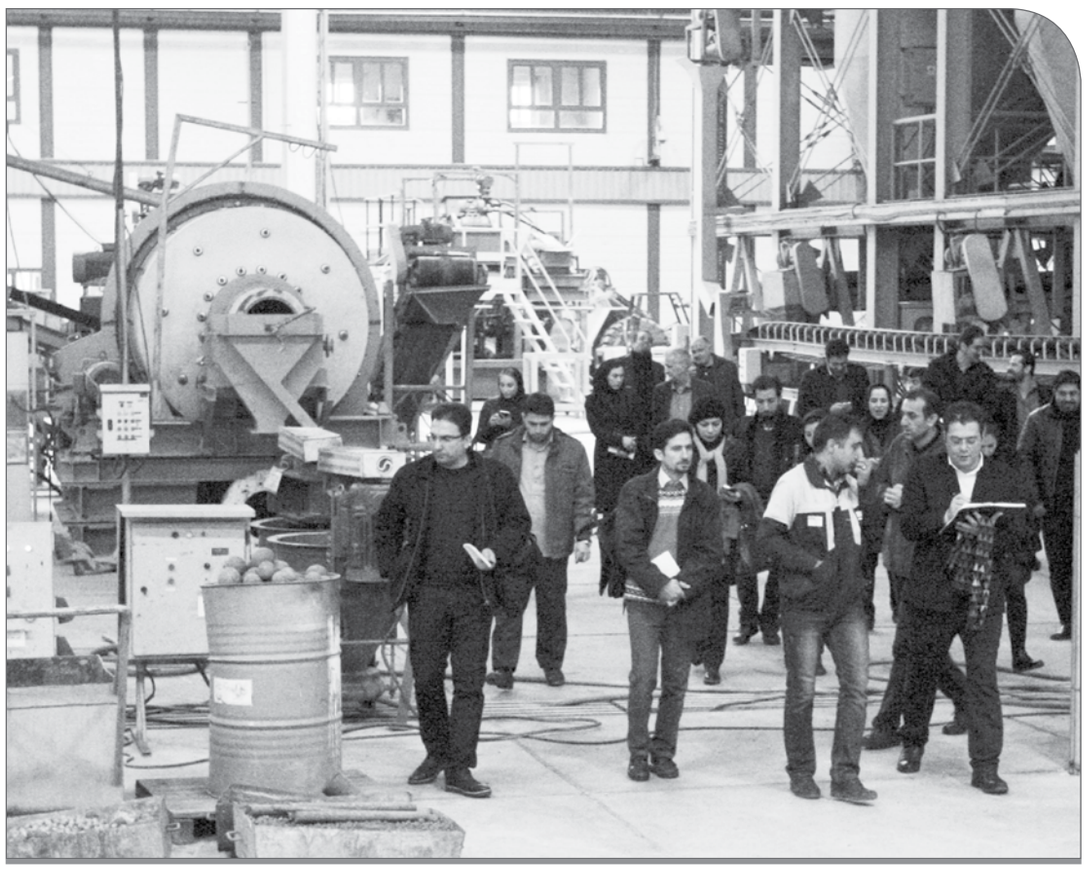
در این میان باید از خبرنگاران متعهدی که به‌دنبال واقعیت‌ها می‌روند و تحلیل‌های هوشمندانه در راستای منافع ملی ارائه می‌دهند، قدردانی کرد. یک وظیفه مهم دیگر خبرنگاران، آگاهی‌بخشی به جامعه درباره حق‌وحقوق‌شان است. به‌عنوان مثال در ایران برای مشکلات کیفی یا عملکردی، سازمان‌های نظارتی مناسبی داریم؛ البته در اینجا هم مانند بسیاری از کشورها، مسیر شکایت و پاسخگویی طولانی است اما امکانش وجود دارد و مسئولان پاسخگو هستند. اما مردم ما نه باور دارند و نه حوصله طی کردن مسیرهای طولانی را. برای داشتن جامعه صنعتی و پیشرفته باید مردمی آگاه، مسئول و مطالبه‌گر داشت و رسانه‌ها پس از آموزش‌وپرورش و شاید حتی همتای آن، نقش اساسی را در این زمینه ایفا می‌کنند.

بررسی صمت از رابطه صنعت و رسانه

همیشه یک جای کار می‌لنگد

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir

وظیفه رسانه در قبال صنعت، پیگیری مطالبات بحق آنهاست و در این راستا همواره با تلاش برای درک درست شرایط، زبان گویای آنها برای رفع مشکلات‌شان بوده است. رابطه صنعت و رسانه به‌ویژه در یک سال گذشته که شاهد نابسامانی‌های اقتصادی و مشکلات عمیق‌تری در بخش صنعت کشور بوده‌ایم و گاه اخبار ضدونقیض مسیر حرکت صنعت را دشوار می‌کرد، بیشتر از قبل بود و به‌جرأت می‌توان گفت نگاه بخش زیادی از واحدهای صنعتی به‌ویژه واحدهای کوچک و متوسط علاوه بر همت خودشان، به قلم خبرنگاران بود تا با استفاده از ابزار رسانه، باری از دوش آنها بردارند و صدای‌شان را به گوش مسئولان برسانند. صمت روز خبرنگار را به‌عنوان مجالی برای بررسی انتظارات فعالان حوزه صنعت از رسانه مغتنم شمرده و در این گزارش، نظر آنها را در این زمینه جویا شده است.



عکس: صمت

جای خالی خبرنگار تخصصی حوزه صنعت

علی عرب، فعال و کارشناس حوزه صنعت درباره انتظاراتی که صنعت از رسانه دارد و ارتباط بین صنعت و رسانه به صمت گفت: باتوجه به مشکلاتی که بخش صنعت کشور را گرفتار کرده و اهمیتی که رسانه برای صنعت قائل است، نخستین موضوعی که لازم است به‌طورجدی ازسوی رسانه پیگیری شود تا این ارتباط درست و ثمربخش و به‌نوعی راهگشا باشد، آموزش خبرنگاران تخصصی است. صنعت نفت، نساجی، پتروشیمی، خودرو و... نیاز به خبرنگاران متخصصی دارند که بتوانند موضوعات را از ابعاد گوناگون ببینند، کالبدشکافی کنند و خبر چالش‌هایی را که آن صنعت خاص در دوره‌های زمانی گوناگون با آنها روبه‌رو است، از فعالان حوزه صنعت گرفته و در کنار تحلیل‌های رسانه‌ای به‌شکل واقعی به گوش متولیان امر برسانند.

عرب در ادامه با اشاره به اینکه درک درست از مشکلاتی که واحدهای تولیدی دارند و انعکاس آنها نیازمند شناخت کافی خبرنگار از حوزه مربوطه است، افزود: ارتباط فعال صنعتی با خبرنگاری که متخصص در آن صنعت خاص است و توان حلاجی مشکلات و انعکاس درست آنها را دارد، قطعا منجر به رفع سریع‌تر مشکلات خواهد شد. یک خبرنگار غیرمتخصص هم شاید بتواند در برقراری ارتباط با صنعت موفق باشد، اما آنچه در این موارد اغلب شاهد آن هستیم، گرفتن مصاحبه‌های بعضا بدون پیگیری است که در نهایت هم آنچنان که بایدوشاید نمی‌تواند انتظار صنعت، به‌ویژه وظیفه رسانه را به منصه ظهور برساند.

این فعال حوزه صنعت با اشاره به اینکه جای خبرنگاران تخصصی در حوزه صنعت خالی است، بر این موضوع تاکید داشت که رسانه باید به‌طور ویژه به این بخش ورود کند.

▣ مشکلات به‌روز شده منتقل شود

عرب در ادامه درباره انتظاری که صنعت از رسانه دارد، اظهار کرد: مهم‌ترین انتظار این است که مشکلات به‌روز شده به نهادهای مربوطه منتقل شود. در این میان، موضوعی که مطرح است پیگیری نشدن مشکلات است و بعضا شاهد کهنه شدن و فراموشی بخشی از مشکلات صنعت هستیم. اگر خبرنگار به‌صورت میدانی و از نزدیک با صنعت ارتباط داشته باشد، این مشکل برطرف خواهد شد. این خلأ ارتباط بین صنعت و رسانه عملکرد هر دو بخش را تحت‌تاثیر قرار می‌دهد؛ یعنی از یک‌سو رسانه از وظیفه ذاتی خود دور می‌شود و از سوی دیگر، مشکلات اغلب از دید متولیان امر پنهان می‌ماند و اگر هم نسبت به آن آگاهی ایجاد شود، روند بررسی آن طولانی خواهد بود و در این مدت آسیب‌های آن به حداکثر می‌رسد.

وی با اشاره به اینکه شناسایی و اطلاع‌رسانی به‌موقع مشکلات صنعت است که حرکت رسانه را موثر و در مسیر حرفه‌ای و ذاتی آن قرار می‌دهد، درباره عملکرد رسانه به‌ویژه در یکی دوسال اخیر باوجود نابسامانی‌های اقتصادی و مشکلات متعدد صنعتگران گفت: بخشی از مشکلات توسط رسانه مطرح و دنبال می‌شود و مسئولان موظف به پاسخگویی هستند و قسمتی از مشکلات شاید حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد حل می‌شود، اما ۶۰ تا ۷۰ درصد باقی می‌ماند که انتظار داریم پیگیری شود. رسانه می‌تواند در حل مشکلات صنعت کمک‌کننده باشد؛ به‌شرطها و شروطها. یکی از شروط این امر پیگیری رسانه برای پاسخگو بودن نهاد متولی مربوطه است. وقتی خبرنگار مطالبه‌گر باشد، رسیدن به پاسخ و حل مشکل به‌مراتب امکان‌پذیرتر از این است که صنعتگر خود به‌دنبال گرفتن پاسخ برود. ما در موارد متعددی شاهد پیگیری مشکلات ازسوی صنعتگران و بی‌نتیجه ماندن این تلاش‌ها بوده‌ایم و در مقابل ورود رسانه توانسته تاثیرگذار باشد و ختم به پاسخگویی متولیان امر شود.



این کارشناس حوزه صنعت ادامه داد: رسانه ابزار قوی است که در اختیار خبرنگاران قرار دارد و شکی نیست که در یک ارتباط درست و واقعی می‌تواند بار زیادی را از دوش صنعت کشور بردارد؛ کما اینکه تاکنون نیز این‌گونه بود و انتظار است این رویکرد تخصصی‌تر و ارتباطات قوی‌تر شود.

عرب در پایان با اشاره به اینکه رسانه حرفه‌ای، قطعا حامی صنعت کشور و همراه آن خواهد بود، گفت: خبرنگار رابط متولیان امر و صنایع است و نقش تاثیرگذاری در این زمینه دارد. نقش واسطه‌گری رسانه بدون دخالت نظر شخصی و به‌معنای واقعی دغدغه‌مندانه می‌تواند حتی با حل درصد کمی از مشکلات، باری از دوش مردم بردارد که در هر صورت قابل‌تقدیر است.

> خبرنگار مطالبه‌گر باشد رسیدن به پاسخ و حل مشکل به‌مراتب امکان‌پذیرتر است تا اینکه صنعتگر خود به‌دنبال گرفتن پاسخ و حل یک مشکل باشد

رسانه صدای مردم باشد

سید امیر احمدی، کارشناس حوزه صنعت درباره انتظارات صنعت از رسانه به صمت گفت: شخصا به‌عنوان یک فعال صنعتی همواره به‌دنبال یک تعامل سازنده و درست با رسانه بوده‌ام که به‌نظر من در حوزه‌ای که فعالیت داشته‌ام پررنگ‌تر دیده شده‌ایم و به‌نوعی می‌توان گفت صدای ما شنیده شد.

باتوجه به توان و ظرفیت ذاتی که رسانه دارد این ارتباط در نهایت نتیجه‌بخش بود؛ صدای ما شنیده شد و مشکلات ما به گوش متولیان امر رسید و به‌دنبال آن برای حل برخی از موضوعات راهکارهایی پیشنهاد شد که آنها را هم از طریق رسانه به گوش نهادهای مربوطه رساندیم تا در صورت لزوم پاسخگو باشند و به‌طور عملی، گام‌هایی در راستای اجرای آنها و حل مشکلات مربوطه بردارند.

وی ادامه داد: از آنجا که کمتر کسی به برخی مقولاتی که صنعت و به‌نوعی جامعه با آنها مواجه است، ورود می‌کند، در ارتباط قوی‌تر با رسانه تلاش می‌کنیم این مسائل شناسایی و دیده شوند و در راستای حل مشکلات اقدامات لازم انجام شود. به‌عنوان نمونه، موضوع خودروهای فرسوده مدت زیادی مغفول مانده بود که در نهایت باتوجه به تاثیرات متعددی که این موضوع در ابعاد گوناگون مانند آلودگی هوا، تصادفات و... دارد تصمیم گرفتیم در یک ارتباط منسجم و ادامه‌دار با رسانه در این زمینه ورود کرده و اقدامات بسیار خوبی را به سرانجام برسانیم. رویکرد رسانه باعث شد در این بخش دیده شویم و شاهد بازخوردهای خوبی هم بوده‌ایم.

وی با انتقاد از عدم‌پیگیری برخی خبرنگاران درباره موضوعاتی که رسانه‌ای کرده‌اند، اظهار کرد: گاه رسانه به یک موضوع ورود و وقت و انرژی صرف می‌کند و کار هم تا جایی پیش می‌رود، اما در نهایت به‌دلایل گوناگون مانند تغییر خبرنگار حوزه که در جریان روند طی‌شده نیست و... مغفول می‌ماند، پیگیری نمی‌شود و به‌جایی هم نمی‌رسد. احمدی با اشاره به اینکه رسانه می‌تواند کمک بسیار خوبی برای حل مشکلات بخش‌های گوناگون کند و می‌کند، ادامه داد: باتوجه به شرایط اقتصادی کشور، نقش رسانه در کمک به صنعت و تولید کشور بی‌بدیل و انکارنشدنی است.

▣ ضرورت اطلاع‌رسانی به موقع

این کارشناس حوزه صنعت درباره نکاتی که باید ازسوی رسانه، به‌ویژه خبرنگار دیده شود، گفت: واقعیت این است که مردم دغدغه‌های بسیار زیادی دارند، اما صدای آنها به گوش مسئولان نمی‌رسد. انتظار داریم رسانه، از یک سو صدای مردم باشد و مشکلات آنها را به گوش مسئولان برساند و از سویی هم به‌موقع به آنها اطلاع‌رسانی کند. در این بخش انتظار داریم رسانه بخشی از مواردی که همواره تکرار می‌شود و ضرر و زیان‌هایی به افراد جامعه وارد می‌کند را از خود مردم پیگیری و نتیجه پیگیری‌هایش را هم به آنها اطلاع‌رسانی کند و خواستار پاسخگویی متولیان امر باشد.



وی در پایان تاکید کرد: انتظار داریم رسانه پیامدهای ناشی از برخی اقدامات را اطلاع‌رسانی کند. به‌عنوان نمونه از خانواده‌هایی بگوید که در تصادفات ناشی از تردد خودرو فرسوده دچار ضرر و زیان جانی شده‌اند. رسانه باید به بطن جامعه مراجعه کند و از نزدیک یک موضوع را از زوایای مختلف و از دید افراد تاثیرگذار و تاثیرپذیر ببیند. در این صورت است که می‌توان گفت رسانه به‌معنای واقعی همراه مردم است و در راستای حل مشکلات آنها حرکت می‌کند. اینکه اطلاعات آماری در دسترس قرار نمی‌گیرد، یک خلأ بزرگ است که باید ازسوی رسانه پیگیری شود. داشتن داده‌های درست از جنبه‌های گوناگون می‌تواند کمک کند تا بخشی از مشکلات صنعت برطرف شود. همچنین انتظار داریم برخی موضوعات خاص به‌طور ویژه پیگیری شوند. خبرنگار باید در کنار مردم باشد و مشکلات آنها را از نزدیک ببیند تا بتواند گزارش جریان‌ساز تهیه کند و تاثیرگذار باشد.

> باتوجه به شرایط اقتصادی کشور، نقش رسانه در کمک به صنعت و تولید کشور، بی‌بدیل و انکارنشدنی است

متولیان امر مخاطب رسانه نیستند

مهدی عبدالهی‌نجات، فعال حوزه صنعت نیز درباره ارتباط صنعت و رسانه به صمت گفت: تاکنون ارتباط بین صنعت و رسانه، ارتباط خوب و تاثیرگذاری بوده است. در این میان مشکلی که وجود دارد این است که مسئولان و متولیان امر که به‌نوعی تصمیم‌گیری‌ها و تصمیم‌سازی‌های آنها اثر بسیار زیادی بر روند فعالیت صنعتگران در بخش‌های گوناگون دارد، چندان پیگیر موضوعاتی که در رسانه‌های گوناگون مطرح می‌شود، نیستند. این خلأ بزرگی است که زحمات رسانه را به نتایج مطلوب ختم نمی‌کند. پیش‌تر مسئولان در ارتباط با روابط عمومی پررنگ‌تر پیگیر مشکلاتی که رسانه درباره حوزه آنها مطرح می‌کرد، بودند، اما متاسفانه این رویکرد در حال حاضر کمرنگ شده و چون ارتباط مسئولان با رسانه کم شده، اغلب از گزارش‌هایی که درباره مشکلات بخش‌های گوناگون ازسوی رسانه تهیه می‌شود، بی‌خبر هستند.

این فعال حوزه صنعت با تاکید بر اینکه اغلب مسئولان در بخش‌های گوناگون مخاطب رسانه نیستند، ادامه داد: رسانه تا جایی که بتواند به‌معنای واقعی وظایف خود را انجام می‌دهد، اما وقتی اخبار منعکس‌شده ازسوی متولیان امر دیده و شنیده نمی‌شود، در حد دغدغه‌های روی کاغذ می‌ماند و ثمره‌ای نخواهد داشت. درست این است که مسئولان در یک روند منسجم پیگیر گزارش‌ها و خبرهای مرتبط با حوزه فعالیت خودشان باشند. دنبال کردن این رویکرد در شرایطی که صنعت مشکلات زیادی دارد، لازم و ضروری است. وی با اشاره به اینکه رسانه در بخش‌های گوناگون از روزنامه و تلویزیون گرفته تا دنیای بی‌انتهای مجازی در تلاش برای شناسایی مشکلات و چالش‌های صنعت و حل آنهاست، اظهار کرد: متاسفانه چون مسئولان ارتباط قوی با رسانه‌ها ندارند، این تلاش‌ها بی‌فایده می‌ماند و انتظار داریم در این زمینه، رسانه‌ها خود ورود کرده و این مدل ارتباطی را اصلاح کنند.



عبدالهی‌نجات در پایان با تاکید بر اینکه وقتی در ارتباط بین صنعت، رسانه و متولیان امر، یک طرف ضعیف عمل کند، در نهایت دردی از صنعت دوا نمی‌شود، درباره رفع این مشکل گفت: متولیان امر که به‌نوعی از رسانه دور شده‌اند باید دست‌کم پیگیر اخبار حوزه خودشان باشند.

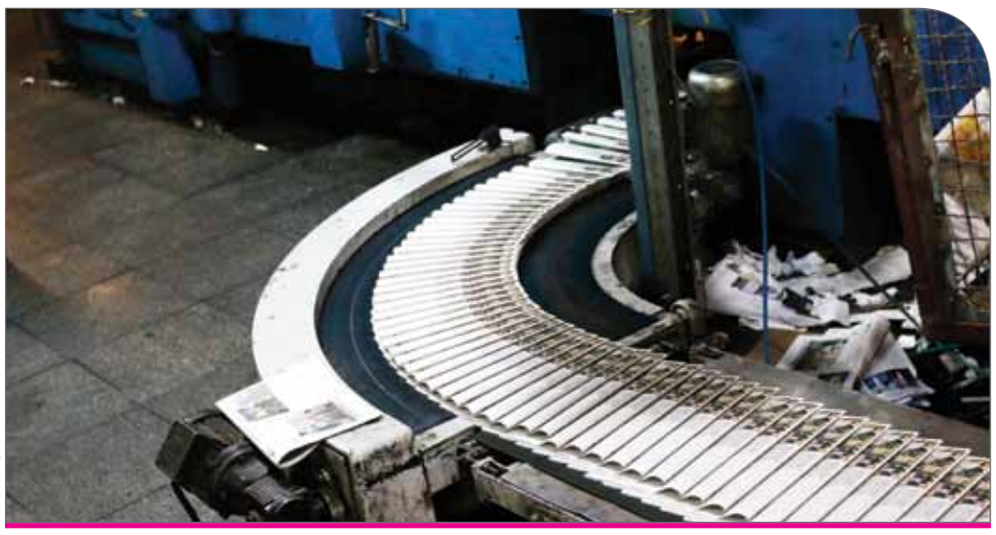
> باید متولیان امر در بخش‌های گوناگون پیگیر اخبار حوزه خودشان باشند و رسانه هم می‌تواند در این زمینه جریان‌سازی کند

سخن پایانی

به‌راستی چه لزومی به ارتباط بین رسانه و صنعت وجود دارد؟ به‌اعتقاد برخی کارشناسان حوزه صنعت، رسانه می‌تواند آگاهی عمومی را درباره مشکلات یک واحد یا بخش صنعتی افزایش دهد و در جذب نیروی انسانی به صنعت کمک کند. رسانه همچنین می‌تواند مسیر حرکت صنعت را روشن کند تا واحدهای گوناگون تولیدی و صنعتی به‌راحتی و در جهت درست ادامه فعالیت دهد. مهم‌تر از همه اینکه رسانه می‌تواند آگاهی عمومی را بالا ببرد و مسئولان را وادار به پاسخگویی و پیگیری مشکلات صنعت کند.

غفلت از ظرفیت روزنامه‌های تخصصی

در گذشته مطبوعات در روزنامه خلاصه می‌شد و مردم برای باخبر شدن از وضعیت سیاسی و اجتماعی جامعه و اخبار مهم روز به مطالعه روزنامه می‌پرداختند اما این ابزار مهم اطلاع‌رسانی در این روزها از دوران رونق خود فاصله گرفته و خلاف چند سال گذشته که دکه‌های روزنامه‌فروشی در شهر فراوان یافت می‌شد، این روزها بسیاری از آنها تغییر کاربری داده‌اند. بنابراین اقتصاد پرچالش رسانه مشکل امروز و دیروز نیست و سال‌هاست که مطبوعات ایران به آن دچارند. در این بین روزنامه‌های تخصصی به‌دلیل محدودیت مخاطب با جنس دیگری از مشکلات مواجهند. ظاهرا هنوز نه‌تنها دولت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، بلکه جامعه رسانه‌ای نیز با جایگاه و مزیت‌های روزنامه‌های تخصصی و روزنامه‌نگاری تخصصی، آن‌طور که باید آشنا نیستند.



عکس: صمت

اهمیت روزنامه تخصصی و روزنامه‌نگاری تخصصی

«روزنامه‌نگاری تخصصی» عالی‌ترین مرحله زندگی حرفه‌ای یک روزنامه‌نگار است. بی‌تردید اینکه یک مدرس روش‌های روزنامه‌نگاری تخصصی را برای افرادی که هنوز وارد مرحله ابتدایی کار نشده‌اند تبیین کند، دشوار است و مشکل‌تر از آن این است که در مطبوعات کشور ما کمتر زمینه موفقیت روزنامه‌نگاری تخصصی فراهم بوده و همین مشکل روزنامه‌های تخصصی را هم محدود کرده است؛ این در حالی است که سال‌هاست رسانه‌های جهان به اهمیت تخصص در روزنامه‌نگاری پی برده‌اند و اکنون به بهترین وجه از آن بهره می‌گیرند.

در دنیای امروز روزنامه‌ها و مجلات، رادیو و تلویزیون و آژانس‌های خبری دارای گروهی نویسنده و مفسر هستند که هر یک از آنان درباره امر خاصی مقاله می‌نویسند و رویدادها را تجزیه و تحلیل می‌کنند.

پیدایش روزنامه‌ها و مجلات تخصصی و نیاز به تجزیه و تحلیل دقیق حوزه‌های تخصصی مانند صنعت، معدن، تجارت، بانک و بیمه، بورس، دانش‌بنیان‌ها و مواردی از این دست به‌عنوان زیرمجموعه‌های اقتصاد منجر به تربیت و آموزش روزنامه‌نگاران تخصصی شده است. البته حوزه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نیز از این رویکرد مستثنا نیستند. ما هم در موسسه فرهنگی مطبوعاتی صمت با همین نگاه اقدام به راه‌اندازی و انتشار روزنامه‌های تخصصی روزگار معدن، روزگار صنعت، روزگار اقتصاد و گسترش تجارت کرده‌ایم و صمت به‌عنوان روزنامه مادر در کنار پایگاه خبری گسترش‌نیوز در تمام بخش‌های تخصصی یادشده در تلاش برای انعکاس نظرات کارشناسی در قالب گزارش‌های تحلیلی و تفسیری است؛ هرچند هنوز هم روزنامه تخصصی و روزنامه‌نگاری تخصصی در نگاه دولت و فعالان اقتصادی جایگاه چندانی ندارد.

رسالت رسانه تخصصی



شهیندخت خوارزمی- استاد دانشگاه و مترجم: نباید تردیدی داشت که حوزه‌های مختلف خبری به رسانه تخصصی نیاز دارند. رسانه در هدایت افکار عمومی و شکل دادن به افکار سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان نقش اساسی دارد؛ با این حال هنوز هم روزنامه تخصصی و روزنامه‌نگاری تخصصی جایگاه واقعی خود را پیدا نکرده‌اند و سیاست‌گذاری و حمایت‌های دولتی در این حوزه با نوسانات زیادی مواجه است. صنعت و اقتصاد جهان معاصر وارد فضای دیگری شده است. تحولات فناوری صنعت را با دنیای دیگری روبه‌رو کرده، اما خیلی از بنگاهداران و فعالان اقتصادی با تحولات بنگاهداری و شیوه‌های مدرن اداره کسب‌وکارها آشنا نیستند. رسانه به‌عنوان مشاوری آگاه باید سطح دانش و آگاهی مدیران و فعالان حوزه‌های مختلف اقتصادی را ارتقا دهد. در اثر همین آگاه‌سازی است که می‌توان رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای را به نیروهای فعال و تاثیرگذار در حوزه تصمیم‌سازی و سیاست‌گذاری تبدیل کرد. رسانه می‌تواند تحول‌ساز باشد. این تحول در تمام حوزه‌های اقتصاد باید ایجاد شود و از سوی دیگر رسانه‌های تخصصی در نگاه سیاست‌گذاران و تصمیم سازان باید به جایگاه واقعی خود برسند. آنچه مسلم است رسانه‌های تخصصی باوجود تیراژ اندک، ضریب نفوذ قابل‌توجهی در پژوهشگران و برنامه‌ریزان دارند. این رسانه‌ها هم بر نخبه‌پروری تاثیر می‌گذارند و هم از نخبگان تاثیر می‌گیرند. هرچند ممکن است مطالب این دست از نشریات برای عموم چندان جذاب نباشد اما قشر مدیران میانی به بالای جامعه، پژوهشگران، دانشجویان و تحلیلگران عمدتا می‌توانند از این رسانه‌ها به‌عنوان مرجع تصمیمات بعدی و تاثیرگذاری صحیح در رفتارهای جامعه استفاده کنند.

جدال نابرابر

منصور گلناری- کارشناس مطبوعات: مطبوعات چاپی این روزها با مشکلات فراوانی دست‌وپنجه نرم می‌کنند که ورود فضای مجازی و انتشار سریع اخبار در آن و گرانی کاغذ و ملزومات چاپ از جمله آنهاست. در این شرایط کم‌توجهی به روزنامه‌های تخصصی مشکلات این دست از رسانه‌ها را دوچندان کرده است. تمهید حمایت از رسانه‌های مکتوب و روزنامه‌های تخصصی باید از قبل پیش‌بینی و شیوه‌نامه‌هایی برای آن تهیه می‌شد تا امروز رسانه‌ها دچار این وضعیت نشوند. باتوجه به توسعه فناوری و مشکلات اقتصادی رسانه‌های مکتوب، اینکه این رسانه‌ها به سمت فعالیت در فضای مجازی بروند، مسیری است که بسیاری از روزنامه‌ها و نشریات در حال حرکت به‌سوی آن هستند. دیجیتال شدن کارهای روزمره امری اجتناب‌ناپذیر است، اما این روند در کنار مزایا، مضراتی نیز دارد که لازم است مدیران فرهنگی و رسانه‌ای هوشیار باشند تا ضررهای چنین فضایی را به حداقل برسانند. نمی‌گویم مجازی شدن رسانه‌های مکتوب غیرممکن است و قصد مقاومت در برابر آن را ندارم، اما معتقدم این امر نیازمند زیرساخت‌ها، قوانین، شیوه‌ها و حرکت‌های درست است. علاوه بر این گاهی مخاطبان رسانه‌های تخصصی مانند معدنکاران، معدنداران و کارگران معدنی در استان‌های کمتربرخوردار ساکن هستند که ممکن است استفاده از رسانه‌های مجازی به‌واسطه کمبود فناوری در آنها گسترش بالایی نداشته باشد؛ بنابراین باید با حمایت از رسانه‌های تخصصی نسبت به حفظ این ابزار اطلاع‌رسانی همت گماشت. برخی از مشکلات مانند هزینه بالای کاغذ و زینک و چاپ، توزیع نشریات و هزینه حمل‌ونقل برای تمام رسانه‌های مکتوب وجود دارد. در کل اکنون حال مطبوعات چاپی ما خوب نیست و حال رسانه‌ها و مطبوعات تخصصی بدتر از بقیه است. با این همه باتوجه به توانمندی فکری، تجربیات ارزشمند و وجود افراد باسواد و متعهد، اگر دلسوزی لازم برای سرپانگه داشتن رسانه‌های مکتوب و مطبوعات تخصصی وجود داشته باشد و تبعیض‌ها در این حوزه کاهش پیدا کند، می‌توان امیدوار بود در کمتر از ۲ سال وضعیت مطبوعات به حالت مطلوب بازگردد. هزاران نفر در کشور در حوزه مطبوعات فعالیت و از این راه ارتزاق می‌کنند. اینکه وام کرونا به آنها داده و کمک‌های معیشتی برای آنها در نظر گرفته شود، خوب است اما این اقدامات مانند نوعی مسکن عمل می‌کند که ریشه معضل را از بین نمی‌برد. باید به جایی برسیم که نویسندگی و گزارشگری آن هم در حد مطلوب، جزو پردرآمدترین مشاغل شود. اگر به چنین جایگاهی رسیدیم مطبوعات ما رشد خواهند کرد. در واقع اگر به جایی رسیدیم که به یک شخص باسواد و فرهیخته سفارش مطلب بدهیم و رقم‌های قابل قبولی برای چنین کاری به او پرداخت کنیم، جوانان متفکر ترغیب به فعالیت در این بخش می‌شوند و به‌تبع آن این حوزه رشد می‌یابد، چراکه وقتی میزان درآمد در حد مطلوب باشد، سطح فکری جامعه، رسانه‌ها و در نتیجه کشور ارتقا پیدا می‌کند. تا زمانی که به رسانه، مطبوعات و خبرگزاری تنها به‌عنوان یک شغل که بود و نبود آن تفاوتی ندارد، نگاه شود، وضعیت فرهنگی ما بهتر از این نخواهد شد.



سخن پایانی

آنچه مسلم است، رسانه‌های مکتوب اصالت و ماندگاری بهتری دارند. گرچه سرعت انتشار خبر و مطالب در رسانه‌های مجازی بالاتر است اما لازم است در زمینه ماندگاری و قابل ویرایش نبودن خبرها در این فضا فکری شود. در هر صورت نبود حمایت دولت از رسانه‌های تخصصی و رهاسازی مطبوعات در بازی ناعادلانه و تصنعی عرضه و تقاضای کاغذ و از سوی دیگر دامن زدن به گرایش‌های افراطی جایگزینی فضای مجازی زمینه را برای حذف رسانه‌های تخصصی چاپی مهیا کرده است. در این میان رسانه‌های تخصصی مشکلات بیشتری دارند که زنده نگه‌داشتن آنها نیاز جدی به حمایت دولت دارد.

رکوردشکنی چادرملو در ۴ ماهه نخست امسال

شرکت معدنی و صنعتی چادرملو در ۴ ماهه منتهی به تیر از فروش محصولات خود ۱۸هزار میلیارد تومان درآمد کسب کرد، این میزان فروش چادرملو در مدت یاد شده در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۱۶ درصد رشد داشته است.

همچنین فروش شرکت در تیرماه نیز با افزایش ۳۱ درصدی نسبت به تیرماه سال قبل به ۴۵۴۱ میلیارد تومان رسید. از این رقم ۳۹۹۵ میلیارد تومان فروش داخلی و ۵۴۵ میلیارد تومان فروش صادراتی بوده است.

نرخ فروش فولاد، گندله و کنسانتره آهن داخلی و هم چنین فولاد صادراتی در تیرماه نسبت به میانگین ۴ ماهه افزایش قابل توجهی داشت.

بر اساس همین گزارش چادرملو طی مدت ۴ ماهه سال‌جاری بیش از ۳ میلیون و ۵۹۱ هزار تن کنسانتره سنگ آهن تر ، یک‌میلیون و ۴۹۵ هزارتن گندله آهن، ۶۱۳ هزارو ۳۱۳ تن آهن اسفنجی و ۴۲۰ هزارو ۳۸۸ تن شمش فولادی تولید کرده است که تماما بیش از برنامه پیش بینی شده سال ۱۴۰۲ می‌باشند.

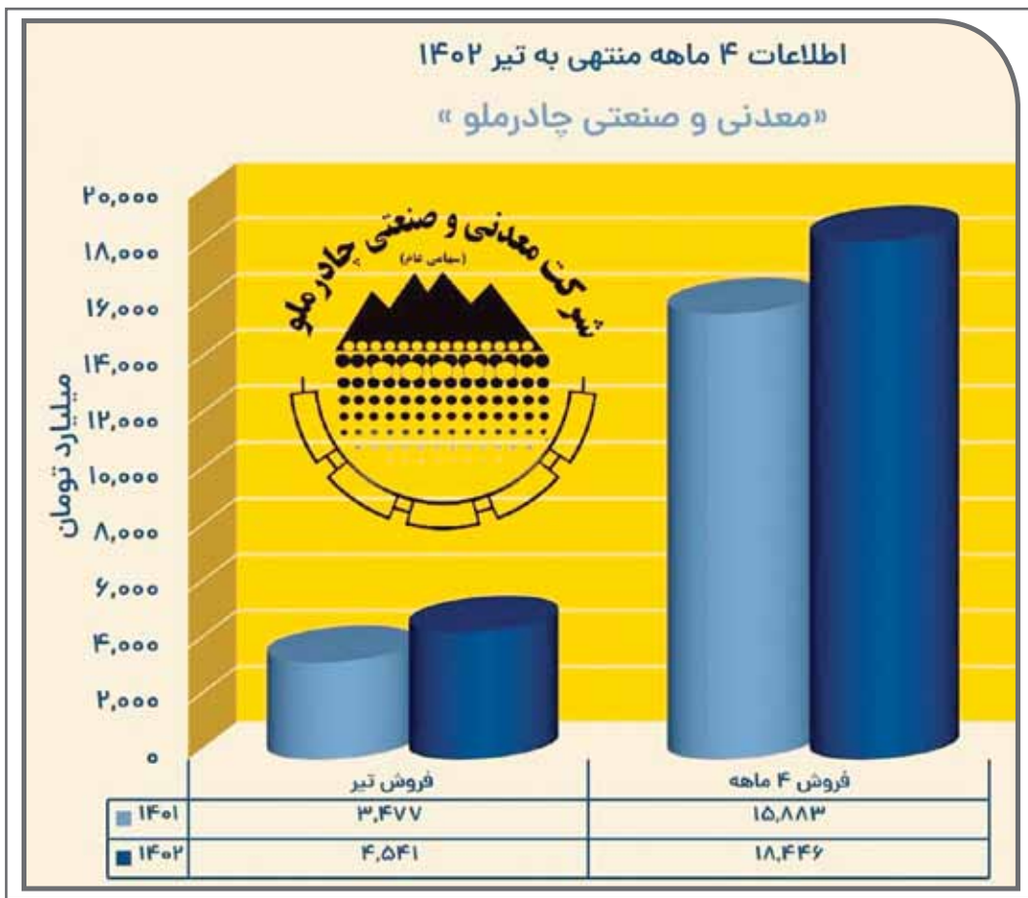
لازم به ذکر است، پیش‌بینی می‌شود با توجه به تعدیل صورت پذیرفته توسط شرکت چادرملو در ۶ماهه اول سال ۱۴۰۱، درصد رشد درآمد حاصل از فروش فراتر از درصد اعلامی فوق‌الذکر در مقایسه با دوره مشابه سال قبل باشد و عملا درصد رشد در شهریورماه ۱۴۰۲ مورد بازنگری قرار گیرد.

* شرکت معدنی و صنعتی چادرملو براساس استراتژی کلان شرکت و پیشبرد اهداف تعیین شده جهت افزایش کارایی و هم افزایی اقدام به تملک ۲۵ درصد از سهام شرکت احداث و صنایع معادن پارس (پامیدکو) نمود.

* بر این اساس شرکت معدنی و صنعتی چادرملو با تحصیل این سرمایه‌گذاری میزان سرمایه خود را در شرکت فوق به میزان ۵۵درصد رساند.

* شرکت احداث و صنایع معادن پارس (پامیدکو) با موضوع فعالیت خدمات مهندسی و تکنولوژی در حوزه معادن و صنایع معدنی و سابقه حضور موثر در صنایع بالادستی و پایین‌دستی فولاد کشور توانسته سهمی مهم از مجموعه پروژه‌ها و قراردادهای جاری در بخش‌های پیمانکاری، بهره‌برداری، مشاوره مهندسی و نظارت را به خود اختصاص دهد.

* با خرید ۲۵ درصد از سهام شرکت سرمایه‌گذاری گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید در شرکت پامیدکو، سهم شرکت معدنی و صنعتی چادرملو به ۵۵ درصد خواهد رسید و با توجه به برنامه چادرملو در جهت افزایش بهره‌وری و کاهش قیمت تمام شده در فرایند تولید و حضور شرکت پامیدکو بعنوان یکی از پیمانکارهای اصلی در سطح کشور بالاخص در زنجیره فولاد، افزایش سهام کنترلی اثر قابل ملاحظه‌ای در پیشبرد چشم‌انداز ترسیم شده شرکت معدنی و صنعتی چادرملو خواهد داشت.



شرکت صنایع فولاد کاویان گهر سیرجان
KAVIAN GOHAR SIRJAN STEEL INDUSTRIES Co

آگهی فراخوان شناسایی پیمانکار

شرکت صنایع فولاد کاویان گهر سیرجان، در نظر دارد از طریق برگزاری فراخوان عمومی، شرکت های واجد شرایط را جهت دعوت به مناقصه طراحی، تامین و احداث کارخانه فروآلیاژ (فرو منگنز و فرو سیلیکومنگنز) در منطقه گل گهر سیرجان به ظرفیت ۶۰ هزار تن در سال، شناسایی نماید.

متقاضیان می توانند جهت دریافت اسناد فراخوان، درخواست خود را حداکثر تا ساعت ۱۵روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۲ به نشانی t.c@kaviangohar.ir ارسال نمایند.

داشتن گواهی نامه صلاحیت پیمانکاری پایه یک در رشته صنعت و معدن یا صنعت از سازمان برنامه و بودجه کشور الزامی می باشد.

در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با دبیرخانه کمیسیون معاملات با شماره ۰۹۱۳۷۶۹۳۵۶۲ تماس حاصل نمائید

شناسه ۱۵۴۳۱۲۲
شهرداری بندرعباس

مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شهرداری بندرعباس در نظر دارد فراخوان عمومی یک‌مرحله‌ای انجام کلیه عملیات حفر قبر، شستشوی میت و بستن قبور(حجمی) به شماره ۲۰۰۲۰۰۴۹۱۶۰۰۰۰۵۲ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

مواعد زمانی:

- تاریخ انتشار فراخوان: تاریخ: ۱۴۰۲/۰۵/۱۵ ساعت: ۱۲:۰۰
- مهلت دریافت اسناد فراخوان: تاریخ: ۱۴۰۲/۰۵/۱۹ ساعت: ۱۲:۰۰
- مهلت ارسال پیشنهادات: تاریخ: ۱۴۰۲/۰۵/۲۹ ساعت: ۱۲:۰۰
- زمان بازگشایی پاکت‌ها: تاریخ: ۱۴۰۲/۰۵/۳۰ ساعت: ۱۰:۰۰

این آگهی برابر آئین‌نامه معاملات جدید شهرداری تهران تسری به مراکز استان‌ها صرفاً یک نوبت منتشر می‌گردد.

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ضمانتنامه بانکی یا فیش واریزی به مبلغ ۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: شهرداری بندرعباس به آدرس بلوار امام خمینی(ره) شماره ۰۷۶۳۲۲۲۳۵۳۳

روابط عمومی و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس

یادداشت

اجرشان با خدا



مهدی قنبری
معدنچی زغال‌سنگ

عظمت کوه به تنهایی، سختی و نفوذناپذیری آن است. آن‌چنان استوار و مستحکم است که از خلال عصرها، همچنان برپا ایستاده است و مصائب زمین و زمان نتوانسته آن را به زانو درآورد. پس عبور از این حصار مستحکم و نفوذ به قلبش، اراده‌ای پولادین و عزمی راسخ می‌خواهد. برای این کار باید عاشق بود. عاشقی از جان گذشته. باید فرهاد باشی تا در راه شیرین دست از جان شیرین بکشی و سینه را سپر بلا کنی. باید دلیر باشی تا دل به تاریکی بسپاری و لایه‌های مخوف زیرزمین را بکاوی و ذره‌ذره پیش بروی تا روشنایی را به ارمغان بیاوری. باید دست به سیاهی‌ها بسایی تا با قلبی به روشنی و درخشندگی الماس از این آزمون سربلند بیرون بیایی. کدام عشق ما معدنکاران را این گونه استوار و شکست‌ناپذیر کرده است؟ چه نیرویی ما را این‌چنین مصمم و از جان گذشته نگاه می‌دارد؟ آیا چیزی جز ایمان، عشق به وطن، خانه و خانواده است که توان عبور از این آتش رنج را در جان آنها شعله‌ور می‌کند؟ شعله‌ای که خداوند متعال در جان‌مان برافروخته است و جز خود او در کنج رنج و مشقت و تنهایی پشت‌وپناهی نیست. اما بیرون از این حصار که کارگر معدن با خدای خود ساخته است، عاشقان و ایثارگران دیگری حضور دارند که از جمع بلاجویان هستند؛ آنهایی که صدای ما را می‌شنوند، درد ما را می‌بینند و رنج ما را درک می‌کنند. آنهایی که صادقانه تلاش می‌کنند تا این همه را به گوش مسئولان و مردم برسانند. این عهدی است که آنها، روزنامه‌نگاران، با خدای خود دارند و باری است که در میان اوج و فرودهای زمانه و سختی و رنج و نامهربانی به دوش می‌کشند. خبرنگاران، سربازان گمنام عرصه اطلاع‌رسانی‌اند. آنها هستند که تلاش می‌کنند جامعه را با حقایق و واقعیت‌هایی که از چشم‌ها پنهان مانده، آشنا کنند، مسائل مطرح در بخش‌های گوناگون را به آگاهی جامعه برسانند و آن را در معرض قضاوت عمومی قرار دهند. آنها هستند که چشم بینا و گوش شنوای مردم هستند و بلایا و مصائب این کار را به جان خریده‌اند.

اجرشان با خدا.

اما از میان این جمع، خبرنگاران روزنامه صمت، ما معدنچیان زغال را فراموش نکرده‌اند و تلاش می‌کنند دغدغه و دلمشغولی‌ها، خواسته‌های صنفی، رنج کار و دشواری‌های زندگی این قشر عاشق، هراز گاهی به گوش‌ها برسد و از یادها نرود که جایی دور، در دل کوه یا عمق زمین، جماعتی دست از جان‌شسته مشغول کار هستند تا چرخ اقتصاد این کشور را با زور بازوی خود بگردانند. اینجانب، مهدی قنبری بارها مسائل و مشکلات کارگران معدنکار را از همین طریق به گوش مسئولان رسانده‌ام و به نمایندگی از قشر معدنکار زغال‌سنگ کرمان «معدن هشونی» تشکر و قدردانی خود را از سردبیر و خبرنگاران روزنامه صمت اعلام می‌کنم. امیدوارم حاصل زحمات این قشر که الحق و الانصاف همانند معدنکاران کارشان سخت و بسیار طاقت‌فرسا است، حداقل مرهمی باشد بر دل دردمند معدنچیان. اما خواسته‌ای هم دارم. برای بازتاب عینی‌تر و ملموس‌تر کار معدنچیان باید در فضای کار آنها زندگی کرد و نفس کشید. خبرنگار معدن باید مثل یک معدنکار دل به کوه بزند و از نزدیک صدای کسانی را که در عمق چند صد متری زمین روزگار می‌گذرانند، بشنود. تلاش خستگی‌ناپذیر آنها را از نزدیک ببیند و سختی و مشقت کار آنها را درک کند. تنها در این حال، گزارش‌ها بازتاب مشکلات و رنج‌های واقعی کارگران خواهد بود. با حضور بی‌واسطه و مستقیم، هم‌کلام شدن، مشاهده عینی و لمس مشقات کار از نزدیک و درک هول و هراس کار می‌توان کمبودها و نیازهای معدنچیان را درک و گزارش‌هایی تهیه کرد که ملموس باشد و ذهن خواننده را درگیر خود کند، چراکه سخنی که از دل برآید، لاجرم بر دل نشیند. شاید از این طریق صدای کم‌رمق کارگران معدن از دل زمین به گوش مسئولان برسد. تا شاید به این طریق آنها به مسئولیت خود عمل کنند و با تصمیمات خود یا بی‌توجهی به عواقب آنها، گره مشکلات معدنکاران را کورتر نکنند.

چنین باد.

خبر

سامانه «اطلاعات یکپارچه مکان‌مبنا» آماده رونمایی

سامانه اطلاعات یکپارچه مکان‌مبنای ایمیدرو با هدف جمع‌آوری یا تولید داده‌های اکتشافی ایمیدرو طبق استاندارد نهایی و نیز یکپارچه‌سازی، تحلیل و به اشتراک‌گذاری اطلاعات استاندارد ایجاد شد. به گزارش معدن‌نامه، طراحی این سامانه، طی مدت ۳ سال انجام و در آن، از سامانه‌های مطرح مشابه در دنیا الگوبرداری و توسط کارشناسان خبره داخلی بومی‌سازی شده است. از جمله امکانات سامانه اطلاعات یکپارچه مکان‌مبنای ایمیدرو، «ورود و ذخیره‌سازی داده‌های جدید و همچنین آماده‌سازی و مجتمع‌سازی داده‌های طرح‌های نهایی‌شده» و «دستیابی به اطلاعات مکانی و توصیفی و انجام پردازش‌های مختلف روی داده‌ها» است. «ورود انواع داده‌های سه‌بعدی معدنی، وکتور، رستر، اسناد و مدارک و سایر داده‌های آرشیو به پایگاه داده سامانه»، «قابلیت سرویس‌گرایی با هدف اتصال به سایر سامانه‌های مرتبط از جمله وزارت صنعت، معدن و تجارت و زیرمجموعه‌های آن برای تبادل داده» و «پیاده‌سازی ابزارهای تعریف و ویرایش طرح برای تعریف اطلاعات طرح»، از دیگر امکانات سامانه مذکور است. «تعاملات داده‌ای با آزمایشگاه برای ایجاد کدهای نمونه‌برداری، تعیین نمونه‌های تکراری و ارسال نتایج نمونه‌های برداشت به آزمایشگاه و مشاهده نتایج آنالیز»، بخش دیگری از امکانات سامانه اطلاعات یکپارچه مکان‌مبنای ایمیدرو است. «انجام برداشت میدانی برای ثبت داده‌های میدانی شامل ۴ بخش داده‌های GPS Track، عکس، صوت و اطلاعات توصیفی در هنگام برداشت» و «قابلیت تصحیح محدوده‌های ثبتی به‌طور اتوماتیک و با استفاده از ابزارهای بومی تحلیل داده‌های مکانی و براساس معارض‌های اعلام‌شده»، امکانات دیگر سامانه یادشده است. سامانه اطلاعات یکپارچه مکان‌مبنای ایمیدرو، در مرحله بعدی، برنامه‌های توسعه‌ای گوناگونی از جمله توسعه زیرسیستم مدیریت مدل داده، توسعه زیرسیستم مدیریت بازخوردها، پیاده‌سازی شناسایی هوشمند محدوده‌های امیدبخش و ... را طی خواهد کرد.

در گزارش صمت به مناسبت روز خبرنگار تاکید شد

مترجمی دردهای حوزه معدن

گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir

بنا بر این بوده است که خبرنگاران حوزه‌های تخصصی از جمله معدن، چشم‌بینا، گوش‌شنوا و راوی صادق مسائل مربوط به این بخش‌ها باشند تا نقش اثرگذاری در بهبود وضعیت این صنعت و حوزه‌های مشابه داشته باشند. این مهم تنها در صورت تعریف دقیق و شناخت مسئولیت خبرنگار برای خود و جامعه هدف محقق خواهد شد. در این مسیر همه فعالان درگیر در حوزه‌ای خاص از مسئولان و قانون‌گذاران گرفته تا تشکل‌ها و فعالان مستقل، باید جایگاه و نقش رسانه و خبرنگار را به‌رسمیت بشناسند. نکته‌ای که همواره اهالی خبر را آزار می‌دهد، ناشناخته بودن نقش و مسئولیت آنها است. خبرنگار، مدافع بخش و حوزه‌ای خاص یا بلندگوی تبلیغاتی و... نبوده و نیست. این در حالی است که گاهی برخی مسئولان انتظار دارند که رسانه و به‌طور اولی خبرنگار، بلندگوی تبلیغاتی سیاست‌ها باشد و کلامی به انتقاد نگوید و بااین‌حال روی چندان خوشی هم در برقراری ارتباط با رسانه‌ها و پاسخگویی ندارند. از سوی دیگر، گاهی ذی‌نفعان، بی‌پرده خبرنگار را مدافع سیاست‌های بالادستی می‌دانند. این مشکل برای خبرنگاران حوزه معدن نیز قابل‌مشاهده است. به‌عنوان‌نمونه، گاهی فعالان محیط‌زیست، خبرنگار معدن را یکی از عوامل نابودی آب‌وخاک سرزمین می‌بینند و سرمایه‌گذاران معدن آنها را مانعی بر سر راه توسعه معدنی می‌پندارند، تولیدکنندگان این قشر را از مخالفان حمایت از تولیدات داخلی می‌بینند و معدنکاران، آنها را آتش‌بیار معرکه ممنوعیت واردات و صادرات می‌بینند. بااین‌همه هنوز هستند کسانی که با جان‌ودل در عرصه اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه، مستقل و راهگشا فعالیت می‌کنند. روز خبرنگار بر آنان مبارک باد! در گزارش امروز صمت که به‌مناسبت روز خبرنگار تهیه شده است، شهرام شریعتی و آیدین زینال‌زاده، ۲ تن از کارشناسان و فعالان حوزه معدن، که از دور دستی هم بر آتش خبرنگاری دارند، نظرات خود را درباره این موضوع با ما در میان گذاشته‌اند.



عکس: صمت

> خبرنگاران می‌توانند در حوزه معدن واسطه‌ای میان بخش متخصص و لایه تصمیم‌گیر باشند و با روشن کردن جوانب مختلف تصمیمات و سیاست‌ها، نقاط قوت و ضعف هریک را روشن کنند

> هرچه خبرنگاران از چالش‌ها و مشکلات معدن بیشتر بدانند، بیشتر می‌توانند آنها را پیگیری کنند و به‌طبع فعالیت‌های آنها اثرگذارتر خواهد شد و شفاف‌سازی‌ها و افشاگری‌ها در نهایت منجر به طرح مسئله می‌شود

گریه و خنده‌های توأمان

شهرام شریعتی ـ کارشناس و فعال معدنی: خبرنگاری شغل سختی است و هر کلامی که از دهان خبرنگاران بیرون می‌آید، آثار و تبعاتی دارد و بعضی را خوشحال می‌کند و بعضی دیگر را ناراحت و مثل رأی دادگاه می‌ماند که چشم‌های برخی را گریان می‌کند و لب برخی دیگر را خندان! این دشواری گاهی تا پای جان هم پیش می‌رود و همگی نمونه‌های زیادی از این قشر سراغ داریم که جان خود را بر سر کارشان فدا کرده‌اند. خبرنگار باید کاملا بی‌طرف باشد و منافع خاصی را دنبال نکند، پس شغل دشواری دارد و باتوجه به عایدی اقتصادی اندک، خبرنگار باید شیفته کارش باشد که بتواند در این حوزه دوام بیاورد و به‌خوبی به موضوعات بپردازد و آنها را باتوجه به همه جوانب بپروراند و به اطلاع عموم برساند.

خبرنگار باتوجه به طیف مخاطبانی که دارد، می‌تواند بر جریان سیاست‌گذاری‌ها تاثیر بگذارد و شاید بتوان گفت آنها تصمیم‌سازان اصلی و سیاست‌گذاران واقعی در مسیر تکامل جامعه به‌شمار می‌روند. بنابراین، باید به زحمات آنها با دیده احترام نگریست.

▣ مشکلی به نام اختلاف‌آرا

باوجوداینکه کشور ما یکی از معدن‌خیزترین کشورهای دنیا است، اما این حوزه بخش کوچکی از اقتصاد کشور را تشکیل می‌دهد و به این دلیل، با مشکلات زیادی دست‌وپنجه نرم می‌کند، اما ذی‌نفعان این بخش هم درباره مسائل مبتلابه این بخش دیدگاه‌های متفاوتی دارند و برای برخی از ذی‌نفعان، بخشی از موضوعات اهمیت دارد و برای برخی دیگر، موضوعاتی دیگر و اظهارنظر در زمینه هر موضوع کوچک یا بزرگی؛ موافقان سرسخت و مخالفانی جدی دارد.

علاوه بر این، در بخش مدیریتی کشور جایگاه خاصی برای معدن در نظر گرفته نشده است و از ۳ نفر معاون وزیر در بخش معدن حال حاضر، فقط یک نفر آشنایی علمی و تخصصی با حوزه فعالیت خود دارد و دیگر مدیران به‌صورت‌مستقیم در این عرصه تخصص یا تجربه‌ای ندارند.

بنابراین رسانه‌ها، جراید و خبرنگاران می‌توانند در حوزه معدن، واسطه میان بخش متخصص و لایه تصمیم‌گیر باشند و با روشن کردن جوانب مختلف تصمیمات و سیاست‌ها، نقاط قوت و ضعف هریک را روشن کنند. این مهم از طریق مذاکره با متخصصانی که منافعی در این عرصه ندارند، اما دلسوزانه موضوعات و مسائل مربوط به آن را تجزیه‌وتحلیل می‌کنند و فعالان بخش خصوصی، معدنداران، صاحبان صنایع و... حاصل می‌شود.

▣ گوش شنوایی هست؟

خبرنگار حوزه معدن به‌نوعی در حوزه میان‌رشته‌ای تخصصی میان دولت و مجلس قرار دارد، بنابراین می‌تواند پل ارتباطی میان بخش خصوصی و دولت و مجلس باشد.

از آنجایی که در حوزه قانون‌گذاری و مجلس هم مثل بخش دولتی و اجرایی، تخصصی در حوزه معدن وجود ندارد، خبرنگاران این حوزه می‌توانند با پیش کشیدن و مطرح کردن مسائل و چالش‌های تخصصی و جریان‌سازی یا بیان مشکلات این بخش از زبان معدنکاران، فعالان، شاغلان و متخصصان این اطلاعات را به گوش لایه تصمیم‌ساز و اجرایی برسانند و تاثیر مهمی در سروسامان گرفتن این حوزه داشته باشند. حال اینکه دولت و مجلس گوش‌شنوا دارند یا خیر، موضوعی دیگر است. پس نقش خبرنگار به‌عنوان مترجم دردها و مشکلات بخش معدن، می‌تواند مفید فایده باشد.

▣ موضوع لوکس محیط‌زیست

مسئله محیط‌زیست در کشور ما از موضوعات لوکس به‌شمار می‌رود و آنقدر تحت‌الشعاع مسائل اقتصادی قرار گرفته که گاهی اصلا به‌چشم نمی‌آید. از طرف دیگر، معدنکاری هم کاری بسیار دشواری و یکی از معدود راه‌های ادامه حیات اقتصادی کشور است و از آنجایی که این ۲ حوزه به‌صورت سنتی همواره با هم در تضاد بوده‌اند، دولت باید قدم پیش بگذارد و مسئولیت خود را در برابر هردو این حوزه‌ها بشناسد و آن را ایفا کند.

در حال حاضر شرایط به‌گونه‌ای است که اگر یک فعال بخش معدن در موضوع محیط‌زیست صحبت کند، از طرف همکارانش، متهم به خودزنی و تخریب حوزه معدن می‌شود، اما موضوعات مربوط به محیط‌زیست آنقدر مهم و حیاتی است که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. بنابراین، وجود یک تسهیلگر در این زمینه ضروری است. به‌عبارت‌دیگر، باید کسی باشد که پا پیش بگذارد و مسائل این حوزه را مطرح کند و خبرنگار می‌تواند این مسئولیت را برعهده بگیرد.

البته باید این نکته را موردتاکید قرار دهم که با گارد بسته معدنکاران در برابر موضوعات محیط‌زیستی و به‌عکس نظر منفی کنشگران محیط‌زیست نسبت به معدن و مسائل مربوط به آن، سال‌ها زمان لازم است تا درک مشترکی در این زمینه به‌وجود بیاید.



ازیک‌طرف، معدنکاران همیشه معترض هستند که تخریب محیط‌زیست تنها به‌واسطه معدنکاری نیست و به‌عنوان‌مثال، از واگذاری زمین‌های شمال کشور به زمین‌خواران و انبوه‌سازان اشاره می‌کنند و می‌گویند باتوجه به اینکه نقش معدن در عرصه یک میلیون و ۶۴۸ هزار و ۱۹۵ کیلومترمربعی کشور، کمتر از یک درصد است، چرا همواره انگشت اتهام به‌سوی بخش معدن است؟

از سوی دیگر، فعالان محیط‌زیست هم دلایل خاص خود را دارند که بر آن پافشاری می‌کنند. به‌گمان من، این نابسامانی از آنجا نشأت می‌گیرد که دولت از وظیفه خود در حمایت این ۲ بخش غفلت کرده است.

▣ هزینه- فایده شفافیت

شفاف‌سازی موضوعی است که در دنیا اهمیت ویژه‌ای دارد، اما هزینه‌های خاص خود را هم دارد که متاسفانه گاه به حذف و طرد شدن افراد از جامعه تخصصی‌شان هم پیش می‌رود. شفاف‌سازی معمولا به ۲ طریق ممکن می‌شود. شیوه اول آن است که دولت نظارتی بسیار جدی به مسائل معدنی و معدنکاران داشته باشد و وظیفه خود را در قبال مبلغی که تحت‌عنوان حقوق دولتی دریافت می‌کند، انجام دهد و از این طریق، نقل و انتقالات موادمعدنی، پرداخت‌ها به معارضان محلی، میزان دریافت و مصرف سوخت، پرداخت مالیات و... را زیر نظر داشته باشد. اگر مسائل مالی و عملیاتی به‌صورت دقیق و شفاف بررسی نشود، خواه‌ناخواه مشکلات مربوط به آن به‌راحتی قابل‌حل نیست. در حال حاضر معدنکاران دلایلی برای خود دارند که بسیار قابل‌فهم و دولت در بسیاری از موارد نسبت به حل مشکلات بی‌تفاوت است و کوتاهی می‌کند و از طرف دیگر، معدندار هم وقتی می‌بیند دولت حمایت‌های لازم را انجام نمی‌دهد، ممکن است در برخی موارد، سراغ مسائل و موضوعاتی برود که مطلوب و مقبول نیست و باید آنها را با تعامل، نظارت و گفت‌وگوی بیشتر حل کرد.

نقش تخصصی رسانه

آیدین زینال‌زاده ـ کارشناس و فعال معدنی: معدن حوزه‌ای به‌شدت تخصصی هم از دیدگاه فنی و مهندسی و هم از دیدگاه قوانین و مقررات است که عموم مردم نسبت به آن بی‌اطلاع هستند و تولید محتواهای ضدمعدنی به‌شدت ذهن آنها را مخدوش کرده است. معمولا رسانه‌های غیرتخصصی خبر کشته شدن معدنچیان یا تحلیل‌های مخرب معدنکاری را در مقیاس وسیع منتشر می‌کنند. از طرفی، این حوزه تخصصی اقتصادی و تولیدی پایه، گرفتار شیوه خاصی از حکمرانی یک‌طرفه است که در اکثریت قریب به اتفاق مواقع، وضع قوانین و مقررات با در نظر گرفتن صرفه و صلاح دولت یا برای پیشگیری از یک جریان خاص اتفاق می‌افتد. بنابراین رسانه‌های معدنی نقش تنویرکننده بسیار مهمی در این حوزه ایفا می‌کنند. آنها صدای معدنکاران را به گوش حاکمیت معدنی می‌رسانند و اطلاع‌رسانی از اتفاقات روزمره را انجام می‌دهند.

▣ اثرگذاری بر فرهنگ عمومی

این دقیقا کاری است که اصحاب رسانه در تمام حوزه‌های فعالیت خودشان انجام می‌دهند و وظیفه ذاتی خبرنگاری، ایجاد شناخت و افزایش درک عمومی است با شفاف‌سازی از آنچه در حیطه فعالیت تخصصی‌شان می‌گذرد. معدن و صنایع‌معدنی یک فعالیت اقتصادی پایدار بلندمدت و پایه است که در تاروپود زندگی تمام مردم جریان دارد، اما به‌دلیل ماهیت جغرافیایی وقوع این فعالیت‌ها بسیاری از مردم تصوری از آن‌هم ندارند. خبرنگاران چشم جامعه را نسبت به واقعیات معدنکاری بینا و گوش آن را شنوا می‌کنند. مهم‌تر از همه، در اثر فعالیت خبرنگاران تخصصی است که با استمرار صحیح جریان اطلاع‌رسانی در زمینه معدنکاری، به جامعه آگاهی می‌بخشند و حقایق را افشا می‌کنند؛ حقایقی که در نقاط جمعیتی، به‌ویژه شهرها، نه دیده و نه شنیده می‌شود.

▣ مسائل و مشکلات زیست‌محیطی

متاسفانه در کشور ما شکاف معناداری بین فعالیت‌های معدنی و حفاظت از محیط‌زیست وجود دارد. باوجوداینکه این ۲ حوزه طی سالیان گذشته تلاش کرده‌اند که به یکدیگر نزدیک شوند، اما به‌دلیل اینکه به‌جای یافتن نقاط مشترک یا فعالیت‌های پوششی، به‌تقابل می‌پردازند، این شکاف همچنان باقی است. در کشورهای معدنی پیشرفته دنیا، برای تدوین سیاست‌های کلی حوزه معدن و صنایع‌معدنی از کارگروه‌هایی استفاده می‌شود که مسئولان حفاظت از محیط‌زیست نیز به‌نفع معدنکاری در این کارگروه‌ها حضور دارند و صدالبته، این حضور برای حفظ منافع محیط‌زیست و پیشگیری از آسیب‌های احتمالی است، اما به‌جای جلوگیری از ارائه راهکارهایی که موردتوافق طرفین باشد، استفاده می‌کنند تا جایی که در حال حاضر، بحث هوشمندسازی جنگل‌ها و معدنکاری هوشمند در جنگل‌ها مطرح است. این خروجی‌ها نتیجه جلسات پشت درهای بسته است. اما آنچه باعث می‌شود دلواپسان بتوانند به‌خوبی در جریان واقعیت‌ها قرار بگیرند و رفته‌رفته از نگرانی آنها کم شود، فعالیت‌های خبرنگاران است که به‌موقع، زودهنگام، شفاف و صادقانه در حداکثر مقیاس ممکن، تصمیمات و تحلیل‌ها را ارائه دهند تا از یک‌طرف، جامعه در جریان تمام امور قرار گیرد و از طرف‌دیگر، تصمیم‌گیران متوجه باشند که جامعه از طریق خبرنگاران در حال رصد و پایش فعالیت‌های آنها است. به‌طبع معدنکاران نیز متوجه خواهند بود که خبرنگاران می‌توانند درباره فعالیت‌های آنها برای جامعه شفاف‌سازی کنند. بنابراین خبرنگاران دقیقا می‌توانند نقطه‌ثقل، میانجی و یک تنظیم‌کننده بین جامعه، معدنکار و حاکمیت باشند؛ وظیفه‌ای که حتی از ناظران رسمی نیز اثرگذارتر است.

▣ شناخت و شفاف‌سازی

فعالیت روزمره خبرنگاران با هدف شناخت، آشنایی و شفافیت انجام می‌گیرد، اما یک نکته قابل‌تامل است. رسانه‌های تخصصی معمولا در میان اهالی معدن طرفدار دارند و مخاطب آنها، مخاطب تخصصی است. ای کاش، بتوان جامعه هدف مطالب مربوط به معدنکاری را وسیع‌تر کرد و طوری پیش رفت تا عموم جامعه بیشتر در معرض فعالیت‌های معدنکاری قرار گیرند. اگر اصحاب رسانه بتوانند توده‌های بیشتری از جامعه را با این مسائل درگیر کنند، به‌طورقطع کمک بیشتر و بهتری در شناخت و شفاف‌سازی مسائل و مشکلات بخش معدن انجام خواهد شد.



▣ مشکل‌گشایی

فعالیت در حوزه معدن، کاری تخصصی از دید فنی و حقوقی است. مکتشفان و معدنکاران، سرمایه‌گذاری راحتی روی کار خود انجام نمی‌دهند.

قدم‌به‌قدم و لحظه‌به‌لحظه و روزبه‌روز فعالیت‌های آنها با طیف وسیعی از مسائل فنی، اقتصادی، حقوقی و اجتماعی ارتباط دارد و این مسائل تا آخرین لحظه عمر معدن و حتی پس از آن ادامه دارد. بنابراین، مشکلات این بخش بسیار متعدد و رنگارنگ است. از مسائل مالی و بانکی گرفته تا صنایع‌سنگین، صنایع‌شیمیایی، صنعت ماشین‌آلات، انواع حامل‌های انرژی، مسائل مربوط به محیط‌زیست و منابع‌طبیعی، مسائل فرهنگی و اجتماعی، حوزه میراث تاریخی، فرهنگی و... . به‌همین‌دلیل، خبرنگاران معدنی باید اطلاع کافی و دید تخصصی به این حوزه پیدا کنند تا خدای‌ناکرده به تولید اخبار بی‌اثر نپردازند. هرچه خبرنگاران از چالش‌ها و مشکلات معدن بیشتر بدانند، بیشتر می‌توانند آنها را پیگیری کنند و به‌طبع فعالیت‌های آنها اثرگذارتر خواهد شد و شفاف‌سازی‌ها و افشاگری‌ها در نهایت منجر به طرح مسئله می‌شود و وقتی موضوعی به‌عنوان مشکل یا چالش، عمومی شد، مسئول چاره‌ای جز پاسخگویی ندارد.

سخن پایانی

رسانه‌های تخصصی و خبرنگاران معدن می‌توانند نقش برجسته‌ای در اطلاع‌رسانی دقیق و تحلیل‌های کارشناسی و جریان‌سازی داشته باشند و از این طریق، تاثیر قابل‌توجهی در حوزه تخصصی خود بر جای گذارند. زمینه‌سازی و پیگیری مسائل زیست‌محیطی، ایجاد حساسیت نسبت به موضوعات و مسائل خاص، ایجاد ارتباط میان فعالان و سیاست‌گذاران، ارتقای آگاهی عمومی، تشویق به تحقیقات و ترویج استانداردها از جمله تاثیرات آنها است و با این ابزارها باعث بهبود شفافیت، کیفیت عملکرد و تعامل مثبت میان جامعه و صنعت معدن می‌شوند.

کاش تنها یک روز خبرنگار باشید!

کیمیا ملکی: ۱۷ مرداد، سالروز شهادت شهید محمود صارمی به‌عنوان روز خبرنگار نام‌گذاری شده است که نشان از شأن و جایگاه والای خبرنگاران در توسعه و پیشرفت، همگرایی و انسجام ملی در کشور دارد. بی‌تردید خبرنگاران را باید روشنگران عرصه اجتماعی، حافظان شفافیت، درستی و مخالفان تاریکی و خمودگی در جامعه دانست که سلاح آنان سلامت نفس و قلم‌شان است که در راه جست‌وجوی حقیقت با صدق گفتار و عمل با سختی‌های پیشرو مقابله می‌کنند تا آگاهی و درستی را به افکار عمومی اهدا کنند. خبرنگاری زمان نمی‌شناسد و خبرنگاران همواره درصدد کسب و انتشار اخبار و رویدادها هستند. در این بین، خبرنگارانی تاثیرگذار خواهند بود که در کنار روایت صادقانه رویدادها، آگاه‌سازی و ارتقای آگاهی مخاطبان را مدنظر قرار دهند. خبرنگارها در خیلی از مواقع باید دادستان باشند و هر کسی بخواهد کاری انجام دهد از طریق خبرنگار موضوع را رسانه‌ای می‌کند، اما در مواقع لزوم کسی نیست که داد خودشان را بستاند؛ دادستان‌هایی که فقط برخی در هنگام نیاز آنان را می‌بینند و وقتی کارشان تمام شد، دیگر با آنها کاری ندارند.

اصول اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری، باید روزنامه‌نگاران را در هر مرحله و مقامی که باشند، وادار کند که ضمن ایمان به جامعه، در جهت خیر و مصلحت آن و مردم کوشش و حقایق را منعکس کنند و نیز تامین منافع شخصی و کوشش برای پیش بردن مقاصد خصوصی که با مصلحت جامعه سازگار نباشد، خلاف اصول و آیین اخلاقی روزنامه‌نگاری است. در حالی که هرسال خبرنگاران در روز خبرنگار از مشکلات، دردها و مسائل خود می‌گویند؛ اما این دردها همان‌هایی است که بازگو نشده، مشکلاتی است که یک عمر قشر خبرنگار با آن دست و پنجه نرم می‌کنند اما از آن دم نمی‌زنند و البته شاید امسال نیز روز خبرنگار را در سکوت خبری برای این قشر تلاشگر سپری کنیم.

امروز و در شرایطی که توسعه فضای مجازی و گسترش شمار فعالان شبکه‌های اجتماعی، از یک سو سرعت انتشار اخبار را به شدت افزایش داده و از طرفی دقت و صحت خبر را کم کرده؛ ارزش کار خبرنگاران بیش از گذشته مشهود بوده و اهمیت توجه به جنبه آگاهی بخشی و ارتقای اطلاعات مخاطبان، بیشتر شده است.

بی‌شک اینکه یک روز با صدور پیام‌های مختلف به یاد خبرنگاران سپری شود هیچ دردی از این قشر سختکوش که در واقع زندگی‌شان را دائم در اضطراب و نگرانی می‌گذرانند، دوا نمی‌کند، چراکه سخت‌هایی که این قشر می‌کشند را تنها زمانی می‌توان به معنای واقعی و ذاتی آن لمس کرد که یک روز را خبرنگار شد و در کسوت خبرنگاری تلاش کرد.

مسئولان باید بدانند حمایت از خبرنگار در شعار دادن و مراسم روز خبرنگار خلاصه نمی‌شود، بلکه حمایت از خبرنگار در عمل، با احترام به آزادی قلم و آزاداندیشی به اثبات می‌رسد.



اینفوگرافی: سامان شرف‌الدین

وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه و شهرسازی استان تهران
وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه و شهرسازی استان تهران

آگهی مناقصه عمومی شماره ۱۴۰۲/۰۷

اداره کل راه و شهرسازی استان تهران در نظر دارد پروژه ذیل را ازطریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله‌ای با ارزیابی کیفی از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت واگذارنماید.

ردیف	موضوع	شماره مناقصه در سامانه ستاد	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (ریال)	برآورد اولیه (ریال)
۱	تجدید مناقصه تکمیل عملیات اجرایی احداث کمربندی اسلامشهر - بهارستان - رباط کریم (حدفاصل محور واوان تا گذر شهرستانک)	۲۰۰۲۰۰۳۰۲۹۰۰۰۰۱۰	۸۹،۰۵۰،۰۰۰،۰۰۰	۴،۸۴۵،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. همچنین ارسال فیزیکی پاکت الف مطابق برنامه زمانی زیر به آدرس مناقصه گزار الزامی است. (نوع تضمین یکی از تضامین معتبر در آئین‌نامه تضمین به شماره ۱۲۳۴۰۲ مورخ ۹۴/۹/۲۲ می‌باشد.)

آخرین مهلت زمانی ثبت‌نام و دریافت اسناد: از تاریخ درج آگهی تا ساعت ۰۹:۰۰ مورخ: ۱۴۰۲/۰۵/۲۴

آخرین مهلت زمانی ارسال پیشنهاد در سامانه ستاد و تحویل فیزیکی پاکت الف به دبیرخانه مناقصه‌گزار: ساعت ۰۹:۰۰ مورخ: ۱۴۰۲/۰۶/۰۷

زمان بازگشایی پاکات ارزیابی کیفی راس ساعت: ۱۰:۰۰ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۰۷

آدرس مناقصه گزار: تهران، خیابان سپهبد قرنی، خیابان کلانتری، پلاک ۸۰، ساختمان شماره ۱ اداره کل راه و شهرسازی استان تهران.

تلفن تماس: ۸۸۹۲۱۵۰۵ داخلی ۲۲۰۷

اداره کل راه و شهرسازی استان تهران

شرکت شهرک‌های صنعتی هرمزگان

آگهی مزایده عمومی خودروی سواری اوراقی
به شماره فراخوان ۱۰۰۲۰۰۴۱۴۸۰۰۰۰۰۱

شناسه ۱۵۴۳۲۳۳

شرکت شهرک‌های صنعتی هرمزگان در نظر دارد فروش یکدستگاه خودروی سواری مستعمل از طریق مزایده عمومی، طبق شرایط ذیل را براساس قانون برگزاری مناقصات مصوب مجلس شورای اسلامی و به استناد آیین‌نامه راه‌اندازی و فعالیت سامانه تدارکات دولت، مصوب هیات محترم وزیران از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

ردیف	موضوع مزایده	مبلغ پرداخت ودیعه به ریال
۱	فروش اوراقی یکدستگاه خودروی سواری پژو ۴۰۵ جی‌ال ایکس ای دوگانه‌سوز به رنگ خاکستری متالیک مدل ۱۳۸۹به شماره شهربانی۴۵۷ الف۱۳ایران ۸۴	۵۰،۰۰۰،۰۰۰ریال

زمانبندی مزایده:

از کلیه مزایده‌گران (حقیقی و کارکنان دولت) واجد شرایط دعوت می‌گردد نسبت به شرکت در مزایده در موعد مقرر به شرح ذیل اقدام نمایند.

الف- انتشار مزایده: از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۵ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۳۰

ب- مهلت بازدید از خودرو از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۶ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۲۹ در محل پارکینگ شرکت با هماهنگی نگهبان درب ورودی از ساعت ۰۷:۳۰ تا ۱۹:۰۰

پ- مهلت دریافت اسناد: از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۵ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۱۹ تا ساعت ۱۹:۰۰

ت- مهلت ارائه قیمت پیشنهادی: از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۵ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۳۰ تا ساعت ۱۰:۰۰

خ- بازگشایی قیمت پیشنهادی: روز دوشنبه تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۳۰ راس ساعت ۱۱:۰۰

ج-محل خرید و بازگشایی مزایده: کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مزایده‌گران و بازگشایی قیمت از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مزایده‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند.

ج- تهیه اسناد بصورت رایگان از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می‌باشد.

د- مبلغ ودیعه: بصورت فیش واریزی به شماره شبا IR۳۷۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۵۶۷۰۶۳۷۵۷۷۴ نزد بانک مرکزی، بنام تمرکز وجوه سپرده بودجه شرکت‌های دولتی.

امور پیمانهای شرکت شهرک های صنعتی هرمزگان

" آب امانتی است الهی، پس با صرفه‌جویی در آن، امانتداری صالح باشیم."

تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۷
شماره ۴۱-1402

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای

شرکت آب وفاضلاب استان خراسان جنوبی در نظردارد اجرای پروژه "نگهداری و تعمیرات تاسیسات و خدمات مشترکین آب شهرستان خوسف" را از محل اعتبارات عمرانی و جاری از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.

ازکلیه پیمانکاران واجد شرایط، دعوت می‌شود برای دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۲۲ به سامانه تدارکات الکترونیک دولت http://setadiran.ir مراجعه نمایید. و جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت شرکت به آدرس www.abfa-khj.ir و یا پایگاه ملی اطلاع‌رسانی مناقصات به آدرس http://iets.mporg.ir مراجعه و یا با شماره تلفن‌های ۸ – ۰۵۶۳۲۲۱۴۷۳۵ الی ۰۵۶۳۲۲۱۴۷۵۲ تماس حاصل فرمایند.

شناسه ۱۵۴۴۵۱۱

دفتر حقوقی و قراردادها شرکت آب فاضلاب استان خراسان جنوبی

" آب امانتی است الهی، پس با صرفه‌جویی در آن، امانتداری صالح باشیم."

تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۷
شماره 1402-18/3

آگهی تجدید مناقصه‌عمومی یک‌مرحله‌ای

شرکت آب وفاضلاب استان خراسان جنوبی در نظر دارد اجرای پروژه "نگهداری تعمیرات تاسیسات و خدمات مشترکین آب شهرستان زیرکوه(حاجی‌آباد)" را از محل اعتبارات عمرانی و جاری از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.

از کلیه پیمانکاران واجد شرایط، دعوت می‌شود برای دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۵/۲۲ به سامانه تدارکات الکترونیک دولت http://setadiran.ir مراجعه نمایید و جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت شرکت به آدرس www.abfa-khj.ir و یا پایگاه ملی اطلاع‌رسانی مناقصات به آدرس http://iets.mporg.ir مراجعه و یا با شماره تلفن‌های ۸- ۰۵۶۳۲۲۱۴۷۳۵ الی ۰۵۶۳۲۲۱۴۷۵۲ تماس حاصل فرمایند.

شناسه ۱۵۴۴۶۰۷

دفتر حقوقی و قراردادها شرکت آب فاضلاب استان خراسان جنوبی

یادداشت



و خبرنگاری عشق است

کیمیا ملکی
روزنامه‌نگار

روز خبرنگار؛ روز هنرمندانی عاشق که این حرفه برای بسیاری از آنها نان و آب نشد.

باز هم ۱۷ مرداد آمد و می‌رود و تا سال آینده همین حوالی ما به صندوقچه تاریخ می‌پیوندیم. دیگر نه نامی از ما برده می‌شود و نه نشانی. البته گاهی خود خبرنگار سوژه خبر می‌شود؛ شاید به‌واسطه یک رویداد تلخ یا که شیرین یا مرگ در تنهایی. ۱۷ مرداد که می‌شود هر کس که ما را می‌شناسد و خبرنگار حساب‌مان می‌کند، پیامک تبریک روز خبرنگار می‌فرستد؛ بدون اینکه از دردهای ما اطلاع داشته باشد.

خبرنگاری حرفه‌ای است سراسر عشق با رسالتی بزرگ اما همزمان محکوم به سکوت. اگر بخواهم همه سختی‌های شغلم را در یک کلمه خلاصه کنم، می‌گویم: «عشق» همین و بس! تنها یک خبرنگار می‌داند دلیل اینکه شغل خبرنگاری از مشاغل سخت جامعه محسوب می‌شود چیست و استرس، سختی، تخصص، مهارت، درگیری فکری برای نگاشتن یک خبر یا گزارش را تنها خود خبرنگار درک می‌کند. حال ما که قرار است برویم و با برف سال آینده بیاییم که همان روز خبرنگار ۱۴۰۳ است، لااقل این بار کمی از خودمان بگوییم.

هر بار از دیگران نوشتیم تا شاید باری از دوش آنها برداریم و روزنه امیدی باشیم؛ آنجا که نگاهی در انتظار نور است.

این بار جسارت کرده و از خودمان نوشتیم؛ از دغدغه‌هایمان، دلواپسی‌هایمان، وقت کم آوردن‌هایمان، پاسخ نگرفتن‌هایمان...

فقط کافی است در همین گوشه و کنار شخصی متوجه شود که شغل من خبرنگاری است؛ طوری نگاهم می‌کند که انگار مهم‌ترین و بهترین شغل را دارم. اصلا شاید این خاصیت خبرنگاری است که از دور دل می‌برد و از نزدیک روزی صد بار ما را در استرس غوطه‌ور می‌کند.

تا به حال جای ما بوده‌اید؟ از همان ساعت‌های ابتدایی روز موجی از اخبار به گوش‌مان می‌رسد؛ گاهی یکی از یکی تلخ‌تر. اصلا مگر این روزگار خبر خوش هم برای ما گذاشته است؟ بعد ما می‌مانیم و کام تلخی که از درد مردم به جا مانده و باز هم همان سکوت مطلق و اظهارنظرهای بی‌طرفانه.

اینجاست که با هر کلمه‌ای که می‌نویسیم صدایی از درونمان می‌گوید «سینه مالامال درد است ای دریغا مرهمی»

درد ما که یکی دو تا نیست؛ خود غم نان داریم و از درد مردم می‌گوییم. هنوز برای خودمان هم سوال است که وقتی خبرنگاری خود غرق در مشکلات است و از فردای خود خبر ندارد، چگونه می‌تواند از دریای مشکلات مردم بنویسد و به آنها امید دهد.

ما خود سینه‌سوختگان همین داغیم؛ پس چگونه آتش درون مردم را خاموش کنیم و به آنها امیدواری بدهیم! اما هرگز یادمان نمی‌رود که ما باید برای همیشه در کنار مردم بمانیم و در هر روزی از مشکلات و سختی‌های آنان بنویسیم. این هرگز از اصول این حرفه سخت و سنگین جدا نخواهد شد؛ حتی اگر درگیر کوهی از مشکلات باشیم.

در بین ما خبرنگاران زیادی هستند که باوجود درد و رنج‌های مکرر، همواره بر اصل و اساس خود باقی ماندند، منافع مردم را به منافع شخصی‌شان ترجیح دادند و از درد آنها به‌جای دفاع از مسئول نوشتند.

اصلا زمانی یک خبرنگار ارج و قرب خواهد داشت که از مردم بنویسد و برای رفع مسائل و مشکلات‌شان در تلاش باشد؛ اما دردهای خودش چه!

درست در جایی که ما درد مردم را فریاد می‌زنیم و می‌خواهیم صدای آنها باشیم گاهی به‌جای پاسخگویی، انتقاد و پیشنهادمان در نطفه خفه می‌شود. در آخر نیز با آن همه سوال‌های بی‌جواب باید مطلبی آماده کنیم که نه سیخ بسوزد و نه کباب یا حتی شاید در مواقعی «به جهنم که سیخ می‌سوزد، اما ابدا کباب نباید بسوزد!»

با این همه سکوت اجباری، روزگار بر ما سخت می‌گذرد و نمی‌توان عمق دردها را شناخت و آنها را شکافت. می‌خواهم مشتی را از خروار درد ها بازگو کنم. یادی کنم از سالی که بر ما خبرنگاران گذشت. امسال سال دشواری بود که بر ما گذشت؛ آخر نفهمیدیم که ما خبرنگاران آن انسان‌های شریف، سختکوش و هنرمند هستیم یا گرگ‌هایی در لباس بره!

گاهی خسته می‌شویم و کناره می‌گیریم؛ حالا آنچه می‌بینیم دست‌هایی است که مدت‌هاست قلم‌فرسایی نکردند. سختی ماجرا آنجاست که تو با قلمت هر روز زیست کنی و لحظه‌ای به خود بیای و ببینی آن را نداری. دیگر زندگی به چه می‌ارزد؟

دوباره روز از نو و روزی از نو؛ هر صبح موجی از اخبار تلخ روی سرمان آوار می‌شود و بازهم ما می‌مانیم و دستی که باید دوباره قلم بزند و روز را به شب گره بزند.

و دوباره شب فرا برسد و خواب، درمانی شود بر درد بی‌درمان دلجوشه‌هایمان!

جان کلام اینکه هر روز ما می‌مانیم و درد قلم‌های بی‌اختیار!

صمت نقش رسانه در حوزه بازار و اصناف را بررسی کرد

خبرنگاران، مطالبه‌گرانی مظلوم

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

اصناف درگیر مشکلات بسیاری هستند و دولت نیز هر بار خلاف شعارها سنگی جدید پیش پای آنها می‌اندازد. اصناف مدت‌هاست که با چالش مالیات دست‌وپنجه نرم می‌کنند و اکنون نیز گرفتار مشکلات ناشی از کارکرد درگاه ملی مجوزهای کشور هستند. به‌عقیده برخی قانون تسهیل مجوزهای کسب‌وکار راهی برای سودجویی افراد منفعت‌طلب باز کرده و کارکرد اتحادیه‌ها را زیر سوال می‌برد، این در حالی است که اصناف هنوز از ضربه کاری کرونا کمر راست نکرده‌اند و ضرر و زیان آنها جبران نشده است. حرف بسیار است و گوش شنوا کم؛ با این حال ما سعی کردیم مشکلات بی‌شمار اصناف را به گوش مسئولان برسانیم و مطالبات آنها را بیان کنیم. البته در نهایت تحقق نتیجه رضایت‌بخش به‌دست مسئولان است! در این گزارش به مناسبت روز خبرنگار که مصادف با ۱۷ مرداد است، پای صحبت اصناف نشستیم تا نقش رسانه در بازتاب مشکلات را از آنها جویا شویم.



عکس: آیدا فریدی

اخلاق حرفه‌ای حکم می‌کند...

رسالت اصلی یک خبرنگار تهیه خبر و انتقال درست آن به مخاطب است. اخلاق حرفه‌ای حکم می‌کند مبادله اطلاعات، آزاد و حق اساسی تلقی شود و اخبار و اطلاعاتی که در اختیار عموم گذاشته می‌شود، صحیح، دقیق و معتبر باشد. سردبیران نیز در این بخش وظیفه‌ای سنگین دارند. متاسفانه باید پذیرفت مسائل اقتصادی بسیاری از خبرنگاران را با مشکل مواجه کرده که نتیجه این وضعیت را باید در عملکرد خبرنگارانی دید که برای تامین هزینه‌های خود گرایش‌های سیال دارند؛ یعنی در رسانه‌های چپ و راست مشغول نوشتن و تحلیل هستند. خبرنگاری یکی از شغل‌های جذاب اما چالش‌برانگیز در جامعه است. متاسفانه حضور افراد غیرمتخصص در سال‌های اخیر و همچنین فعال‌شدن رسانه‌های اجتماعی این حرفه را با چالش‌های بیشتری مواجه کرده است. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در فعالیت خبرنگاران گرایش‌های سیال و کاهش مخاطب است. از دیگر مسائل اساسی حوزه کار خبرنگاری، تعدد رسانه‌های دیجیتال و فضای مجازی است که البته نباید از قدرت این رسانه‌ها به‌عنوان یک واقعیت غیرقابل‌انکار به‌سادگی عبور کرد، چراکه در کنار این قدرت هجمه‌ها، سیاه‌نمایی و تاثیرگذاری بر افکار عمومی جامعه آشکار است و گاهی چنان خبرهای کذب، در پوشش واقعیت بیان می‌شود که می‌تواند ثبات، تعادل و امنیت یک جامعه را تحت تاثیر قرار دهد و این اثرگذاری جز با آموزش سواد رسانه‌ای و تولید محتوا مثبت نخواهد بود.

خبرنگاران صدای اصناف نزد مسئولان



محمدرضا فرجی- نایب رئیس دوم اتاق اصناف تهران: در ابتدا به‌عنوان رئیس اتحادیه صنف فناوران تهران باید یادآور شوم که حوزه آی‌تی در فضای مجازی بسیار قوی کار می‌کند و به محض بروز اتفاقی جدید در صنف به‌سرعت اخبار آن در شبکه‌های مجازی منتشر می‌شود تا به‌دست هم‌صنفان ما برسد؛ در نتیجه برای رسیدن اخبار دست اول به اعضای صنف نقش رسانه‌ها خیلی پررنگ نیست، اما بخش مهم موضوع مربوط به رسیدن صدای اصناف به گوش مسئولان است، درست جایی که نقش رسانه‌ها پررنگ می‌شود. به‌عنوان نایب رئیس دوم اتاق اصناف تهران باید بگویم در انتقال اخبار مربوط به هر صنف نقش رسانه‌ها بسیار پررنگ است، چراکه برخی از افراد دسترسی به برخی از شبکه‌های اجتماعی ندارند. در مجموع باید گفت رسانه‌ها در رساندن مشکلات ما به گوش مسئولان مربوطه نقشی حدود ۴۰ درصدی دارند.

پیگیری اخبار، مهم‌ترین مسئله است



رضا کنگری- رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی تهران: نقش رسانه‌ها در پیگیری مطالبات اصناف از مسئولان بسیار پررنگ است. البته در مطالبه‌گری‌ها شاهد حضور کم‌رنگ‌تر این بخش هستیم؛ با این حال روزنامه‌ها و صداوسیما در پیگیری موضوعات مصمم‌تر هستند، اما بسیاری از سایت‌های خبری تنها هدف‌شان انتشار اخبار است، نه رسیدن به نتیجه‌ای مشخص، در حالی که باید فعالیت رسانه‌ها در مسیر حل مشکلات و پیگیری مطالبات باشد. متاسفانه حداقل در ۲ سال اخیر شاهد نتیجه مثبتی از گزارش‌های رسانه‌ها نبوده‌ایم که البته بخش زیادی از این کاستی به مسئولان مربوط می‌شود.

جهت‌گیری ازسوی رسانه‌ها



رئیس اتحادیه دارندگان قنادی، شیرینی‌فروشی و کافه قنادی تهران: روز ۱۷ مرداد، روز خبرنگار را به همه زحمتکشان این عرصه تبریک می‌گویم. خبرنگاری در حوزه صنفی و صنعتی نیازمند آشنایی با چالش‌های صنف و صنعت است.

خوشبختانه بسیاری از خبرنگاران در این حوزه توانمند و اغلب در طرح سوالات و انتقال مفاهیم به مخاطب امانت‌دار و صادق هستند و از زحمات آنها تقدیر و تشکر می‌شود. با این حال متاسفانه گاهی شاهد جهت‌گیری ازسوی رسانه‌ها هستیم.

در واقع مشاهده می‌شود که برخی رسانه‌ها با جهت‌گیری‌های خاص نه‌تنها موجب زحمت صنوف می‌شوند، بلکه با انتقال اخبار نادرست ذهن جامعه را درگیر مطالب غیرواقع می‌کنند.

ذکر این نکته ضروری است که مجموع عملکرد خبرنگاران رسانه‌های فعال در حوزه صنفی قابل‌ستایش است و ضمن تبریک دوباره این روز برای یکایک این عزیزان و فعالان حوزه خبر اعم از مکتوب و دیجیتال آرزوی توفیق و سلامتی دارم.

انعکاس واقعیت



سعید موتمنی- رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو تهران: وظیفه اصلی هر خبرنگار انعکاس واقعیت است. البته بی‌شک رسانه‌ها با حضور میدانی و رصد کامل بازار رسالت واقعی خود را ایفا می‌کنند که این موضوع جای تقدیر و تشکر دارد.

خواسته ما از اصحاب رسانه این است که واقعیت‌های بازار را روی کاغذ بیاورند و اطلاعات کافی از حوزه فعالیت خود داشته باشند.

قشری مظلوم و اطلاع‌رسان



مصطفی معروف‌خانی- رئیس اتحادیه صنف محصولات گوشتی (سوسیس، کالباس و همبرگر): در ابتدا روز خبرنگار را به این قشر زحمتکش تبریک می‌گویم. در تمام عرصه‌ها و کشورها خبرنگاران قشری مظلوم و اطلاع‌رسان هستند که گاهی در حق آنها اجحاف می‌شود.

حضور خبرنگاران به‌ویژه خبرنگاران حوزه اصناف همیشه یاری‌دهنده بوده است؛ چراکه گاهی دچار مشکلاتی شدیم که مسئولان گوش شنوایی برای مطالبات‌مان نداشتند، اما خوشبختانه از طریق رسانه‌ها توانستیم با مسئولان ارتباط بگیریم و مطالبه‌گری کنیم. درخواست ما از اصحاب رسانه این است که همچنان در کنار اصناف باشند، چراکه حضور آنها در انتقال مشکلات اصناف بسیار موثر است و خواهشمندیم این همکاری پایدار باشد.

خبرنگاری از مشاغل جذاب اما چالش‌برانگیز در جامعه است

اصحاب رسانه همیشه طرف حق هستند و باتوجه به شرایط اقتصادی فعلی درد مردم را به خوبی بازگو می‌کنند اما امیدواریم آن طرف ماجرا نیز گوش شنوایی باشد

گزارش‌ها نباید بی‌نتیجه بماند



اکبر پازوکی- رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان لوازم خانگی تهران: رسانه بازوی آگاهی‌بخشی کشور است و نقش موثری در جریان‌سازی موضوعات مختلف دارد، اما نکته مهم پیگیری مسائل است که متاسفانه به‌ندرت شاهد آن هستیم. میزان پایبندی به رسالت خبرنگاری به قدر ارزشی است که خبرنگار برای مملکت خود قائل است. رسانه کار خود را درست انجام می‌دهد، اما کم‌کار است. رسانه نباید به‌طور مقطعی به یک موضوع ورود کند، بلکه باید تا رسیدن به نتیجه مشخص پیگیر موضوعات مطرح‌شده باشد، اما متاسفانه در حوزه‌های مختلف صنعت لوازم خانگی رسانه نتوانست آن‌طور که انتظار می‌رفت، رسالت خود را ایفا کند. برای نمونه در ۵ سال اخیر، در زمان نبود کالای خارجی در اطلاع‌رسانی به خریداران کم‌کاری کردند. تمام خبرنگاران کار خود را به‌خوبی انجام می‌دهند، اما باید پیگیری مصرانه‌تری داشته باشند تا مسئولان خود را موظف به پاسخگویی به سوالات خبرنگاران بدانند. امیدوارم رسانه‌ها در ارتباط با صنف‌های تاثیرگذار در جامعه با پیگیری‌های بهتری برای رسیدن به نتیجه‌ای مشخص، گزارشی را تهیه کنند.

میزان اطلاعات خبرنگار در حوزه فعالیتش از اهمیت بسیاری برخوردار است. یکی دیگر از مسائل مهم، نحوه نگارش خبرنگاران است؛ اینکه همان چیزی که بیان می‌شود را بنویسند. گاهی اخبار و اطلاعات غلطی تنها برای جذب مخاطب اعلام می‌شود. درباره شغل خبرنگار سوال مطرح این است که آیا یک خبرنگار می‌تواند صحبت‌های کارشناسان را برای مخاطبان عام ساده‌نگاری کند؟

در نهایت اینکه خبرنگار باید موضوعات را به‌طور تخصصی بررسی کند و تا رسیدن به یک نتیجه مشخص دست از تلاش بر ندارد. اگر رسانه‌ها به‌طور مشخص به حوزه‌های تخصصی بپردازند، بهتر می‌توانند چالش‌ها را بررسی کنند.

صدای ما را به گوش مسئولان برسانید



داوود فکوری- رئیس اتحادیه سوپرمارکت و مواد پروتئینی تهران: صنف ما بیش از ۱۰ هزار واحد در سطح شهر دارد که درگیر مشکلات بسیاری از جمله مالیات، بهداشت و... هستند، اما متاسفانه رسانه‌ها توجه زیادی به این صنف ندارند. مشکلات مربوط به بهداشت یکی از دست‌اندازهای کسب‌وکار است. البته در رابطه با صنف سوپرمارکت‌ها، در آغاز به‌کار دولت سیزدهم رسانه‌ها نسبت به دولت قبل بهتر عمل کردند، اما در اواسط مسیر روند تغییر کرد. برای نمونه اگر جلسه‌ای با رئیس‌جمهوری یا برخی از مسئولان عالی‌رتبه داشته باشیم، انعکاس خبری خوبی نداریم.

درخواست ما از اصحاب رسانه این است که اخبار مربوط به صنف ما که گوشه کوچکی از مشکلات اصناف است را به گوش مسئولان مربوطه به‌ویژه وزارت صنعت، معدن و تجارت برسانند.

هیچ‌گاه صداقت را از یاد نبرید



مسعود سپهرزاد- رئیس اتحادیه فروشندگان فرش دستباف تهران: رسانه‌ها در بازتاب خبری موضوعات مختلف بسیار موفق هستند، اما گوش شنوایی وجود ندارد. خبرنگاران رسالت اصلی خود را انجام می‌دهند، اما با تمام زحمتی که کشیده می‌شود نتیجه‌ای حاصل نمی‌شود. متاسفانه گوش شنوایی در مسئولان به‌ویژه در بخش اصناف برای رفع مشکلات وجود ندارد.

درخواست ما از اصحاب رسانه این است که هیچ‌گاه صداقت را از یاد نبرند. رسانه باید انتقال‌دهنده همان صحبت‌هایی باشد که مصاحبه‌شونده بیان می‌کند و به‌نظر من باید پیاده‌سازی آیین نگارش در مصاحبه کاهش یابد و تعویض موضوع و کلمات با هدف جذب مخاطب صورت نگیرد.

البته ذکر این نکته ضروری است که بهترین قشری که در رسانه فعالیت دارند، خبرنگاران هستند.

سخن پایانی

با شنیدن نظرات برخی از فعالان بازار در زمینه نقش رسانه‌ها در وضعیت این حوزه می‌توان فهمید مطالبه‌گری درخواست اصلی آنها است.

هرچند رسالت اصلی یک خبرنگار مطالبه‌گری و ایفای مسئولیت با صداقت کامل است، اما از جایی به بعد تلاش‌های یک‌طرفه پاسخی ندارد!

جان کلام اینکه اصحاب رسانه همیشه طرف حق ایستاده‌اند و باتوجه به شرایط اقتصادی فعلی درد مردم را به‌خوبی بازگو می‌کنند، اما امیدواریم آن طرف ماجرا نیز گوش شنوایی باشد تا زحمات رسانه‌ها از بین نرود.

صمت وضعیت تجارت خارجی شیلات را بررسی کرد

افزایش صادرات آبزیان؛ از حرف تا واقعیت

ماهی به سفره مردم راه ندارد

ملیکا انصاری
editor@smtnews.ir

رشد حدود ۶۰ درصدی صادرات آبزیان طی ۳ ماه نخست امسال، یکی از اخبار مهم در حوزه تجارت غیرنفتی و همچنین کشاورزی محسوب می‌شود. طی سال‌های اخیر ایران تلاش کرد تا از حداکثر ظرفیت‌های خود در زمینه صادرات غیرنفتی بهره گیرد. فاصله گرفتن از اتکای کشور به درآمدهای نفتی، اتفاقی یک‌شبه نیست، اما باید حرکتی مستمر در این راستا داشت. بخش کشاورزی یکی از حوزه‌های مستعد و توانمند برای حضور در عرصه‌های صادراتی است و با شناخت صحیح توانایی‌های آن می‌توان به‌عنوان یکی از تامین‌کننده‌های جدی بازارهای جهانی ظاهر شد، اما تا تحقق این رویا، هنوز فاصله زیادی داریم. باوجود نقایص موجود در زمینه سیاست‌گذاری و همچنین فنی و تجهیزاتی، آمار نشان می‌دهد که تولید و تجارت آبزیان رشد داشته و صادرات این بخش افزایش یافته است. در نگاه نخست، افزایش درآمدزایی از صنعت توانمند شیلات، مثبت و ارزشمند توصیف می‌شود، اما در نگاهی دقیق‌تر و باتوجه به بازار داخلی این حوزه، برخی نگرانی‌ها ظاهر می‌شود. سوال اصلی اینجاست که چه عاملی سبب افزایش صادرات صنعت شیلات در مدت زمان کوتاه مذکور شده است و ادامه این روند چه خواهد بود. برخی فعالان شیلات بر این باور هستند که شرایط نامناسب بازار داخلی، میل به صادرات را در این بخش افزایش داده است. اگر این نظر صحیح باشد، ممکن است که در آینده با کمبود تولیدات در بازارهای داخلی به‌دلیل صادرات گسترده مواجه شویم، هرچند جلوگیری از صادرات در شرایط کسادی بازار صحیح نیست، اما باید برنامه‌ریزی جدی برای ممانعت از ایجاد تنش و التهاب برای مصرف‌کنندگان داخلی داشت. صمت در این گزارش، با فعالان صنعت شیلات و کارشناسان اقتصادی، در ارتباط با ابعاد رشد صادرات آبزیان به گفت‌وگو پرداخته است.



عکس: آیدا فریدی

هدف‌گذاری صادرات سالانه ۸۰۰میلیون دلاری آبزیان

علی‌اکبر خدایی، رئیس اتحادیه تولید و تجارت آبزیان بااشاره به افزایش ۵۸ درصدی رشد صادرات آبزیان امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته، گفت: طی سه‌ماهه نخست امسال، ۵۱ هزار تن انواع آبزیان به ارزش ۹۲ میلیون دلار صادر شد. این در حالی است که در مدت مشابه سال قبل، میزان صادرات انواع آبزیان ۳۲ هزار تن انواع آبزیان به ارزش ۵۶ میلیون دلار بود. به‌گزارش مانا، وی درباره ۵۱ هزار تن انواع آبزیان صادرشده طی سه‌ماهه نخست امسال گفت: این میزان صادرات شامل صادرات ۱۹هزار تن انواع آبزیان حرام‌گوشت، ۷هزار و ۵۰۰ تن میگو، ۷هزار و ۵۰۰ تن ماهیان گرمابی، ۲ هزار و ۴۰۰ تن ماهی قزل‌آلا، ۱۴هزار تن خوراک و مکمل و مابقی انواع ماهیان زینتی، کنسرو و خاویار به کشورهای هدف بوده است. بازار هدف صادراتی ایران، کشورهای مختلفی را شامل می‌شود. مقصد اصلی صادرات آبزیان به کشورهای جنوب‌شرق آسیا، کشورهای عربی و نیز کشورهای اروپایی بوده که روند صادرات همچنان ادامه خواهد داشت.

به‌گفته خدایی، در مجموع سال ۱۴۰۱، ۱۷۹هزار تن انواع آبزیان به ارزش ۳۶۰ میلیون دلار صادرات انجام شده، در حالی که صادرات سال ۱۴۰۰، ۱۵۲ هزار تن به ارزش ۲۳۲ میلیون دلار بوده است.

وی خاطرنشان کرد: براساس برنامه کلان تدوین‌شده، باید تا سال ۱۴۰۴ درآمد سالانه صادرات آبزیان به ۶۰۰ میلیون دلار برسد. براساس برنامه‌ریزی‌های انجام‌گرفته تا پایان سال ۱۴۰۴ یعنی پایان برنامه ششم توسعه صادرات سالانه آبزیان به ۸۰۰ میلیون دلار یعنی ۲۰۰ میلیون دلار بیشتر از برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده، خواهد رسید. امیدواریم با برنامه‌ریزی‌های در حال انجام شاهد افزایش چشمگیر صادرات و به‌دنبال آن، ارزآوری در بخش صنعت شیلات کشور باشیم.

بازار داخلی کساد است

آرش نبی‌زاده، مدیرعامل اتحادیه تعاونی ماهیان سردابی در گفت‌وگو با صمت، افزایش صادرات حوزه شیلات را تایید کرد و گفت: براساس آخرین آمار اعلام‌شده، صادرات حوزه آبزیان افزایشی جدی را تجربه کرده و در حوزه ماهیان این رشد صادرات بالای ۶۰ درصد بوده است. ماهیان سردآبی شامل ماهی قزل‌آلا و قزل‌آلاسالمون می‌شود.

طبق آمار در دست، طی ۳ماهه نخست امسال صادرات ماهیان سردآبی بالغ بر ۱۸۰۰ تن ثبت شده است. این میزان رشد در سایر بخش‌های حوزه شیلات نیز رخ داده و در حال حاضر فعالیت‌های صادراتی همچنان ادامه‌دار است. پیش‌بینی می‌شود تا نیمه دوم سال نیز این روند جهشی صادرات را شاهد باشیم.

این فعال حوزه شیلات تصریح کرد: یکی از مهم‌ترین دلایل رو آوردن تولیدکنندگان به صادرات، کساد بودن بازار داخلی است. هم قدرت خرید مصرف‌کنندگان در حوزه ماهی و محصولات حوزه شیلات کاهش پیدا کرده و هم قیمت‌های حال حاضر بازار، پایین‌تر از نرخ تمام‌شده تولید است. این ۲ اتفاق در کنار یکدیگر باعث شده است تا تولیدکنندگان رغبت بیشتری به صادرات مستمر داشته باشند.

اگر مسیر صادرات در حوزه شیلات بسته شود یا به هر دلیلی تولیدکنندگان نتوانند محصولات خود را صادر کنند، بسیاری از مزارع پرورش ماهی با مشکل تامین مالی جدی مواجه و پس از مدت زمانی کوتاه، تعطیل می‌شوند. خطر نبود نقدینگی، کسادی بازار داخلی و هزینه بالای تولید، صنعت شیلات به‌ویژه حوزه پرورش ماهیان سردآبی را به‌شدت تهدید می‌کند.

هزینه تمام‌شده، بیشتر از قیمت

نبی‌زاده در ادامه صحبت‌های خود، به وضعیت بازار داخلی برخی محصولات شیلات اشاره کرد و گفت: تولیدکننده‌ها و صاحبان مزارع پرورش ماهی، برای حفظ سرمایه‌های خود رو به صادرات آوردند. در گام نخست، همواره میزان فروش بخش شیلات به‌ویژه ماهیان سردآبی در نیمه اول سال، کم است.

از سوی دیگر، قیمت‌تمام شده تولید ماهی قزل‌آلا و قزل‌آلا سالمون، به‌ازای هر کیلو ۱۲۵هزار تومان است، اما نرخ این ۲ ماهی در بازار، حدود ۱۰۷هزار تومان است، یعنی نرخ ماهی به‌فروش‌رسیده، کمتر از هزینه تولید آن است. دلیل پایین بودن نرخ ماهی در بازار، آن است که بخشی از این ماهی‌ها، مربوط به تولیدات سال قبل هستند و با نرخ کمتری تولید شده‌اند، اما محصولات تولیدشده در امسال و نیمه دوم سال گذشته، با افزایش هزینه‌هایی همچون نهاده‌های غذایی مواجه شدند، در نتیجه هزینه تولید آنها بیشتر شده است. وی ادامه داد: اگر با قیمت‌های فعلی بازار، تولیدات عرضه شوند، تولیدکنندگان خسارت‌های جدی خواهند دید، چراکه تولید سال آینده باز هم با تورم و افزایش هزینه همراه بوده است و فعالان این حوزه توانایی مالی برای پرداخت آن را ندارند. به این ترتیب، تولیدکنندگان هم در تولید امسال خود و هم برای تولید سال آینده، ضرر متحمل می‌شوند. وام‌هایی که به بخش کشاورزی در شرایط کنونی اعطا می‌شود، با سود ۲۵ درصد بوده است که برای هیچ فعالیتی در این حوزه صرفه اقتصادی ندارد. بنابراین، حتی حمایت‌های مالی و بانکی فعلی نیز از شرایط خوبی برخوردار نیست که کشاورز بتواند از آن بهره‌مند شود.



تولیدکنندگان و صاحبان مزارع پرورش ماهی، برای حفظ سرمایه‌های خود رو به صادرات آوردند

به آمار، صحیح نگاه کنیم

امیر شهریاری، فعال حوزه شیلات و کارشناس بازرگانی در گفت‌وگو با صمت، نگاه دیگری به وضعیت فعلی صادرات در بخش شیلات ارائه کرد و گفت: در حوزه آبزیان، ماهیان سردآبی عمدتا مصرف داخلی دارند و مابقی به قصد ورود در بازارهای مختلف تولید می‌شوند. طی سال‌های اخیر، پایگاه‌های صادراتی مختلفی برای ماهیان سردآبی در کشورهای حوزه اوراسیا و به‌ویژه روسیه ایجاد شده و این گروه نیز به جرگه محصولات صادراتی پیوسته‌اند. به‌تازگی آماری اعلام شده که نشان می‌دهد، طی ۳ ماه ابتدایی امسال، رشد چشمگیر صادرات آبزیان رخ داده است. نباید این اتفاق را مثبت یا حرکتی رو به جلو دانست، چراکه این افزایش صادرات در مدت زمان مذکور، نشانگر آمار بالای صید سال گذشته و صادرات از این منبع دانست. این فعال تجاری تصریح کرد: به‌طورکلی در ۶ ماهه دوم سال، صید آبزیان به بیشترین حد خود رسیده است و در آن زمان، فعالیت‌های صادراتی به‌حداکثر می‌رسد. ایجاد خلل در روند صادرات ۶ ماهه دوم سال، باعث می‌شود صادرات محصول به بازده زمانی دیگری (بیشتر نیمه نخست سال بعد) موکول شود. بنابراین، برای بررسی عملکرد تجارت در بخش آبزیان، باید ابتدا بررسی کنیم که میزان صادرات در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ به چه صورت بوده و آیا خللی در روند صادراتی ایجاد شده است یا نه. به‌بیان‌دیگر، باید مشخص شود محصول صادرشده در سه‌ماه ابتدایی ۱۴۰۲، باید در چه زمان مشخصی صادر می‌شد و براساس آن تحلیل‌های بعدی را ارائه دهیم.

سرانه مصرف بالا نیست

شهریاری در ادامه صحبت‌های خود، شرایط بازار داخلی را موثر بر صادرات ندانست و در این‌باره گفت: در اصل ما در حوزه صادرات آبزیان در نیمه دوم سال گذشته افت شدید داشتیم، در اصل تولیدات در انبارها مانده و صادرات آنها به نیمه نخست امسال موکول شد. افت در صادرات نشان‌دهنده آن است که یا تقاضا در بازارها کاهش یافته یا افت نرخ جهانی باعث توقف فروش شده است، بنابراین تا زمانی که آمارها پالایش و اتفاقات پسین و پیشین آنها به‌طورتخصصی در نظر گرفته نشود، نمی‌توان اظهارنظری قطعی در رابطه با وضعیت صادرات آبزیان داشت. وی ادامه داد: برخی افراد بر این باور هستند که کاهش تقاضای داخلی، باعث افزایش صادرات شده است که رویکرد صحیحی نیست. به‌طورکلی، نرخ آبزیان در مقایسه با سایر پروتئین‌ها از جمله گوشت و مرغ، گران‌تر است و زمانی که مردم برای تهیه گوشت‌قرمز با مشکل مواجه باشند، بدیهی است که توان خرید گسترده آبزیان را نیز نداشته باشند. بنابراین، بحث کاهش قدرت خرید مردم، امری است که طی چند سال اخیر بر بازار حاکم بوده و سالانه این توانایی کم و کمتر می‌شود، اما نباید کاهش مصرف داخل را عاملی برای افزایش صادرات دانست، چراکه تا پیش از این، سرانه مصرف به حد زیادی نبود که تمام تولیدات به بازار داخلی عرضه شود.

قدرت خرید مردم کم است

این فعال تجاری در پایان صحبت‌های خود، گسترش صادرات را عامل به‌هم‌ریختن بازار داخلی معرفی نکرد و توضیح داد: به‌طورکلی با کاهش قدرت خرید مردم و کوچک شدن سفره مصرف‌کنندگان، تمامی محصولات کشاورزی با محدودیت در مصرف مواجه شده‌اند. اگر مشکلات اقتصادی مردم برطرف شود، عرضه محصولات به بازار داخلی، برای تولیدکنندگان جذابیت بیشتری دارد، اما تا زمانی که سرانه مصرف و تقاضا در داخل بالا نباشد، صادرات تنها راه درآمدزایی در حوزه تولید و تجارت آبزیان است. در این میان، برخی نگران برهم‌خوردن تعادل بازار آبزیان در پس توسعه صادرات هستند که این نگرانی نابجا است. وی تصریح کرد: بازار آبزیان انعطاف‌پذیر است و می‌تواند در صورت وجود تقاضای داخلی، خود را براساس شرایط منطبق سازد.

آنچه امروز باید به آن توجه کرد، ایجاد بستر برای کاهش هزینه تولید و افزایش قدرت خرید مردم است. اگر این ۲ مشکل برطرف شود، اتفاقاتی مثبت نه‌تنها در حوزه شیلات بلکه در اقتصاد کلان کشور رخ خواهد داد.



در حوزه صادرات آبزیان در نیمه دوم سال گذشته افت شدید داشتیم. در اصل تولیدات در انبارها مانده و صادرات آنها به نیمه نخست امسال موکول شد

سخن پایانی

در حال حاضر رویکردی دوگانه به بحث افزایش صادرات آبزیان وجود دارد. نگاه نخست، کاهش تقاضای داخل را عامل رشد تجارت این بخش می‌داند و نگاهی دیگر، بی‌توجهی به آمار دقیق را سبب انتشار اخبار نادرست. نکته‌ای که در هردو نگاه مشترک است، کاهش توان خرید مردم در داخل و توجه بخش شیلات به درآمدهای خارجی است. به‌بیان‌ساده‌تر، سفره مردم از پروتئین‌های دریایی خالی و صنعت استراتژیک شیلات کشور، وابسته به صادرات برای زنده ماندن است. دلخوش بودن به آمار و ارقام تجارت خارجی بدون توجه به آنکه دست بخش زیادی از مردم به ماهی نمی‌رسد، کمی دور از منطق است. وضعیت معیشت در بخش‌های مختلف اقتصادی به‌قدری نامساعد است که دیگر کار از نصیحت و گوشزد گذشته است.

یادداشت

اشتباه‌های ادامه‌دار در تامین اقلام استراتژیک



داریوش رحمتی ـ دبیر اجرایی خانه کشاورز استان مرکزی

هفته‌های قبل خبر از تمایل ایران برای افزایش همکاری‌های خود با کشورهای افریقایی برای واردات گندم منتشر شد.

نشر این اتفاق در حالی است که براساس جدیدترین اخبار، افریقا دنبال انجام مذاکره با اوکراین برای تامین غلات خود است. علاوه بر آن، در سال‌های گذشته برنامه‌های متعددی از سوی نهادهای بالادستی برای دستیابی به خودکفایی در تولید گندم و اقلام استراتژیک تدوین شد که هیچ‌یک نتوانستند بخش کشاورزی کشور را نجات دهند. از میان غلات، ذرت که در ایران تولید نمی‌شود و تنها گندم و تا حدی جو در کشور کشت می‌شود.

این محصولات نیز به‌دلیل نبود بازار و نرخ مناسب، در نهایت به مرحله عرضه نمی‌رسند. به‌بیان دیگر، کشاورزان با سختی‌های زیاد، کم‌آبی‌های مستمر و مشکلات مالی سنگین، دست به تولید و کشت محصول می‌زنند. دولت باید این محصولات را با نرخ مناسب و در زمان مقتضی، از کشاورز خریداری کند، اما دولت اقدام صحیحی در این‌باره انجام نمی‌دهد. حتی اگر خریداری نیز انجام شود، دولت پول کشاورزان را به‌موقع پرداخت نمی‌کند.

در حال حاضر بسیاری از کشاورزان از دولت طلبکار هستند و حتی اگر طلب‌های خود را دریافت کنند، باز هم تولید برای آنها تاحدی با ضرر همراه بوده است، چراکه قیمت‌گذاری و زمان پرداخت هزینه‌ها، به‌هیچ‌وجه مناسب نیست. این تعلل و کم‌توجهی دولت به بخش کشاورزی، باعث شده است تا اقتصاد این بخش برای کشاورزان با رکود و ضررهای مالی همراه شود.

باوجود این ظرفیت تولید در کشور، دولت خواهان واردات اقلام استراتژیک از کشورهای افریقایی است. اگر این رویکردها را کنار یکدیگر قرار دهیم، متوجه ایرادات در سیاست‌گذاری‌های کلان بخش کشاورزی خواهیم شد.

ایران در هیچ سالی به‌ویژه در سال‌های گذشته که برخی ادعا می‌کردند به خودکفایی در تولید گندم رسیده‌ایم، به خودکفایی در این زمینه نرسیده است. حداکثر میزان تولید گندم در زمان‌های پرباران، ۸ میلیون تن است.

در مقابل، نیاز کشور بیش از ۱۲ میلیون تن گندم تخمین زده شده است. بنابراین، توانایی خودکفایی در تولید گندم را نداریم، اما نباید بهره‌برداری از ظرفیت‌های فعلی را نیز فراموش و تامین نیاز خود را تنها با واردات رفع کنیم.

این کار به‌نوعی خالی کردن پشت کشاورزان و تمرکز بر درآمدهای احتمالی تجاری است. حتی اگر قرار است استراتژی کلان به‌سمت واردات باشد، باید روابط تجاری خود را با کشورهای پایدار توسعه دهیم. نباید فراموش کرد که اصلی‌ترین رکن سرمایه‌گذاری، پایداری است. این پایداری باید در تمامی ابعاد همکاری، اقتصادی و سیاسی برقرار باشد. کشورهای افریقایی در حال حاضر تولیدکننده اقلام استراتژیک در سطح کلان نیستند.

از طرف دیگر، خود به‌دنبال تامین کردن نیازهای خود از طریق واردات و با اوکراین در حال رایزنی هستند. بنابراین، به افریقا نمی‌توان به چشم صادرکننده باثبات غلات نگاه کرد، هرچند به‌نظر می‌رسد رویکرد ایران برای واردات از افریقا نیز کوتاه‌مدت باشد. یکی از ایرادات جدی سیاست‌گذاری‌ها در کشور، کوتاه‌مدت بودن برنامه‌ها است.

هیچ نگاه بلندمدتی در ایجاد روابط، همکاری‌های اقتصادی و فعالیت‌های تجاری بین‌المللی وجود ندارد و پیش‌بینی می‌شود که توسعه روابط با کشورهای افریقایی نیز کوتاه‌مدت باشد.

آخرین نکته در رابطه با واردات اقلام استراتژیک از قاره افریقا، ابهام برای تامین منابع مالی آن است. به‌عبارتی باید بدانیم که منابع مالی موردنیاز واردات مذکور، از کجا تامین خواهد شد و آیا ایران توانایی پرداخت آن را دارد یا نه؟

در شرایطی که صرفه‌جویی در استفاده از منابع ارزی کشور در اولویت بالایی قرار دارد، حتی برای برنامه‌های کوتاه‌مدت نیز باید استراتژی‌های صحیحی داشته باشیم. نباید با تصمیمات نادرست، کشاورزان و تولیدکنندگان را در ورطه ضرر بیندازیم و تنها سود دلالان را تامین کنیم. علاوه بر آن، درآمدهای نفتی ماندگار نیست و نمی‌توان به آن تکیه کرد.

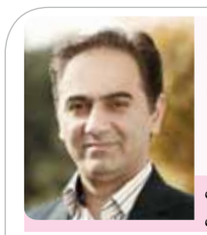
بخش کشاورزی ایران، چه در تولید و چه در تجارت، با ضعف‌های جدی استراتژیکی مواجه است و در صورت ادامه‌دار بودن این روند، نمی‌توان آینده مثبتی را برای کشاورزان و حتی تامین شدن نیازهای جدی و حیاتی کشور پیش‌بینی کرد.

با این‌همه درباره نگاه کلان به تجارت با افریقا باید گفت که تجارت با افریقا به‌علت وسعت آن و مشکلات زیرساختی در حمل‌ونقل و همین‌طور فقدان شناخت کافی از بازار کشورهای افریقایی آن‌طورکه باید، توسعه نیافته است.

متاسفانه نگاه ما به همه ۵۵ کشور افریقایی یکسان است و همه این کشورها را افریقا می‌دانیم؛ در صورتی که هر کشور این قاره فرهنگ خاص خود را دارد و برای شناخت این فرهنگ نیاز به مطالعه میدانی داریم؛ اتفاقی که تاکنون به‌سبب مشکلات موجود رخ نداده است.

یادداشت

شاخصه‌های تغییر سبک زندگی شهری



مصطفی آب‌روشن
کارشناس شهری

بدون تردید، آپارتمان‌نشینی به‌عنوان یکی از شاخصه‌های مهم سبک زندگی در دنیای امروزی است که ناشی از تغییرات محیط اقتصادی و اجتماعی زندگی ما است. در واقع این تعاملات که در کلانشهرها به انسان‌ها تحمیل شده، گاهی گریزناپذیر به‌نظر می‌رسد؛ اما در جامعه ما یکی از پدیده‌های جدیدی که به‌عنوان یک مسئله اجتماعی می‌توان به آن پرداخت، بحث افزایش ساخت‌وساز و برج‌نشینی است که متاسفانه این‌گونه مجوزها هیچ‌گونه برچسب اجتماعی ندارد و شهرسازی مناسبی برای این آسمانخراش‌ها در نظر گرفته نشده است.

حوزه آپارتمان‌نشینی جامعه ما با نوعی کمبود فرهنگی روبه‌رو است. در واقع، شهرنشینی برای خیلی از شهروندان درونی نشده، به‌طوری که انبوهی از مسائل و درگیری‌ها و اختلافات را در آپارتمان‌ها شاهد هستیم که به‌علت فقر فرهنگی و نبود الزامات زندگی آپارتمان‌نشینی به‌وجود آمده است. از این‌رو، خیلی از برج‌های ساخته‌شده حتی با بافت اجتماعی آن منطقه همسازی ندارد و به‌عنوان وصله‌ای ناجور در یک منطقه خاص خودنمایی می‌کند.

نکته دیگری که باید موردتوجه مدیران شهری قرار گیرد، این نکته است که آیا بسترهای فرهنگی، اجتماعی، تفریحی و زیرساخت‌های خدمات‌رسانی برای افزایش جمعیت این‌چنینی موردمحاسبه قرارگرفته است یا خیر؟ این محدودیت‌ها باید به‌شکل مدیریت متمرکز در مباحث معماری شهری مدنظر مدیریت شهری قرار گیرد. در واقع، با افزایش جمعیت ناگهانی در یک منطقه و محدودیت‌های منابع زیرساختی؛ به‌طورقطع ما با انواع مسائل و نارضایتی‌های شهروندان روبه‌رو خواهیم شد که هرچه سریع‌تر باید موردتوجه قرار گیرد.

بدیهی است، افزایش جمعیت با افزایش تقاضا برای بهره‌مندی از امکانات شهری رابطه مستقیمی دارد، زیرا نسبت جمعیت به منابع را از حالت اعتدال خارج می‌کند. در این صورت، شهروندان برای رسیدن به منابع محدود با هم رقابت می‌کنند و این الگوی رفتاری، خشونت‌های کلامی و فیزیکی را افزایش می‌دهد.

افزایش مجوزهای آپارتمان‌سازی زمانی از کمترین آسیب برخوردار است که منابع زیرساختی آن از قبل مهیا شود تا شهروندان کمتر بر سر منابع محدود رقابت کنند. نکته دیگری که افزایش ساخت‌وسازهای غیراصولی به جامعه تحمیل می‌کند، پدیده‌ای به‌نام گمنامی در مناطق شهری است، بدین معنا که افراد هویت حقیقی خود را از دیگران مخفی می‌کنند. در واقع، هرچقدر جمعیت زیادتر شود، این احساس در شهروندان بیشتر می‌شود و افرادی که انگیزه‌های مجرمانه دارند، فرصت پیدا می‌کنند تا به جرائم و رفتارهای خشونت‌آمیز دست بزنند، چراکه نظارت اجتماعی به‌شدت پایین می‌آید.

میان وقوع جرم و محیط زندگی، رابطه مستقیم برقرار است. باتوجه به پژوهش‌های به‌عمل‌آمده، اندازه و فرم فضای شهری، فشردگی بافت محلات، آلودگی دیداری و کیفیت شبکه معابر از عوامل کاهش و افزایش وقوع جرم است. در واقع، اندازه فضا در ایجاد امنیت و آسایش اجتماعی تاثیرگذار است و در ابعاد کوچک‌تر فضا، روابط صمیمانه‌تر برقرار است؛ اما برعکس در میدان‌های بزرگ شهرهای کنونی به‌دلیل جمعیت زیاد، شرایط ناهنجاری برای زندگی ایجاد می‌شود، هرچند فضاهای کوچک که با ازدحام جمعیت همراه باشد، می‌تواند شرایط آسیب‌پذیری را به‌وجود بیاورد.

تهران کلانشهری با مشکلات عدیده و بسیار پیچیده است که گاهی این مشکلات حل‌نشدنی به‌نظر می‌رسند. بی‌توجهی به شهرسازی، آلودگی هوا، بافت فرسوده، حاشیه‌نشینی، آسیب‌های اجتماعی، کمبود فضای سبز و نبود عدالت در دسترسی به خدمات شهری و شهروندی، تهران را با ابرچالش‌های مختلفی روبه‌رو کرده است که مناطق و محلات کم‌برخوردار بیشترین تاثیر را از این مشکلات دارند. بررسی شاخص‌های اقتصادی ـ اجتماعی نشان می‌دهد که محلات تهران و به‌ویژه محلات جنوبی تهران هیچ شباهتی با محلات دیگر تهران ندارند و به‌طبع سطح برخورداری این محلات از خدمات عمومی شهری به نسبت بسیار پایین‌تر از سایر محلات است که ضرورت دارد که مسئولان ذی‌ربط برای حل این چالش چاره‌جویی کنند.

رفع مشکلات شهرها به‌دلیل گستردگی مسائل و پیچیده‌تر شدن آنها دشوارتر شده است. امروزه دیگر نمی‌توان یک شهر را بدون توجه به تاثیر کنش‌ها و واکنش‌ها در سطح کلان‌تر و حتی خردتر، مدیریت کرد. شهرهای امروز به‌شدت تحت‌تاثیر مجموعه عواملی هستند که منحصرا مربوط به آنها نیست، اما بر روندهای شهری و کیفیت زندگی شهروندان موثر است. شناخت این عوامل و مدیریت آنها ضروری است تا بتوان برنامه‌ریزی متناسبی برای هر شهر داشت. مشکلات شهری ابعاد گسترده‌ای را شامل می‌شود که در حوزه‌های بسیار تنگاتنگ و در سطوح مختلف مرتبط با یکدیگر هستند.

در این میان، مسئولان و متصدیان نیز از ساخت‌وسازهای شبانه و غیرمجاز در حاشیه شهرها، توسعه سکونتگاه‌های غیررسمی و خانه‌سازی‌های غیراصولی ابراز نگرانی می‌کنند. در این شرایط، ممکن است خریداران کم‌بنیه از روی شتابزدگی و برای عقب نماندن از کورس قیمت‌ها به‌ناچار دست به خرید واحدهای مسکونی بی‌کیفیت بزنند و سرمایه‌های خود را در مناطقی که از شهرسازی هیچ بهره‌ای نبرده‌اند، هدر دهند.

سیاست‌های تامین مسکن روشن و شفاف نیست و قشر ضعیف جامعه اکنون در تامین مسکن با مشکل جدی روبه‌رو شده‌اند و در این شرایط امکان رشد و توسعه سکونتگاه‌های غیررسمی؛ ممکن است افرادی را به‌شکل نادرستی به‌سمت این سکونتگاه‌ها هدایت کند. در این راستا، ضرورت دارد ساخت مسکن باکیفیت، باتوجه به نقش حیاتی و مهمی که در زندگی افراد ایفا می‌کند، موردتوجه قرار بگیرد و فقط جنبه‌های کمی ساخت‌وساز در اولویت قرار نگیرد.

احداث ساختمان‌های هفت‌طبقه در معابر هشت‌متری مجاز شد

پای تراکم‌فروشی بر گلوی پایتخت

پایتخت گرفتار بخشنامه‌های سلیقه‌ای



عکس: آیدا فریدی

ترافیک، آلودگی هوا، ازدحام جمعیت و سبز شدن روزانه برج‌های سربه‌فلک‌کشیده در گوشه گوشه شهر، زندگی در پایتخت را غیرقابل‌تحمل کرده است. به‌تازگی نیز شهرداری تهران بخشنامه‌ای به مناطق ۲۲گانه ابلاغ کرده که براساس آن، پای ساختمان‌های هفت‌طبقه به کوچه‌های هشت‌متری فرسوده تهران باز می‌شود و احتمالا باید شاهد آثار و تبعات زیانبار این ساخت‌وسازها در معابر نسبتا کم‌عرض باشیم.

کارشناسان شهری معتقدند دستورالعمل جدید شهرداری بدون انجام کار کارشناسی و ظرفیت‌سنجی و آثار جمعیت‌پذیری، انتظام بصری ساختمان‌ها و آثار ترافیکی و آلودگی به تصویب رسیده و نیازهای مازاد تاسیسات شهری و آسیب‌های مدیریت بحران در بافت‌های فرسوده نیز در این بخشنامه دیده نشده است. گفتنی است این بخشنامه بدون اخذ مجوز از مراجعی مانند کمیسیون ماده ۵ به شهرداری‌های ۲۲گانه تهران ابلاغ شده که ناقض جدی روح و مفاد طرح تفصیلی شهر تهران است و بیم آن می‌رود این روند به سایر کلانشهرها و استان‌های کشور نیز تسری یابد.

اوایل دهه ۷۰ به‌دنبال قطع کمک‌های دولتی به شهرداری‌ها در اداره شهر، سیاست «خودگردانی» شهرداری‌ها در دستور کار مدیریت شهری قرار گرفت و منجر به ابداع شیوه جدید درآمدزایی به‌نام «فروش تراکم» شد.

به‌گفته کارشناسان در چند دهه گذشته فروش تراکم نه‌تنها به ابزار اصلی توزیع رانت بدل شده، بلکه اثرات نامناسبی بر محیط‌زیست و آلودگی هوای پایتخت داشته است. این مشکل در ۳۰ سال گذشته دامن بسیاری از کلانشهرهای کشور را گرفته و در صورت اجرای ابلاغیه جدید شهرداری تهران و تسری آن به سایر استان‌ها، شاهد مشکلات شهری بیشتری در کشور خواهیم بود.

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir

اولویت اصلی در طراحی فضای شهری

اولویت اصلی در طراحی فضای شهری، شهرسازی مناسب است و شرایط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی نقش مهمی در این مهم دارد و به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بر مدیریت شهری اثرگذار است. شهر فضایی است که از نظر اجتماعی پیوسته در حال توسعه است و نیاز اجتماع از قبیل سکونت، حمل‌ونقل، کار و فراغت را برطرف می‌کند. در طول تاریخ به دلایل مختلف، کارکرد شهرها به‌طورمداوم تغییر یافته و بهبود کیفیت زندگی، همواره کانون اصلی توجه برنامه‌ریزان بوده است. در این میان، شاخص‌های کیفیت شهر به‌عنوان مهم‌ترین عامل موثر بر زندگی شهروندان تلقی می‌شود. از این‌رو شناخت این شاخص‌ها و بررسی تاثیر آنها بر کیفیت زندگی ضروری است. اصولا کیفیت زندگی شهری و ارتقای آن، مهم‌ترین رویکرد در برنامه‌ریزی شهری است. مسکن شهری به‌عنوان نیاز اولیه انسان با ابعاد وسیع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و عمیق خود، تاثیر بسزایی در کیفیت زندگی و توسعه پایدار شهری دارد. طی ۳ دهه گذشته شاهد هجوم یکباره و رشد انفجاری جمعیت در تهران و کلانشهرها بوده‌ایم که به هر دلیل موجب افزایش تراکم در محدوده‌های شهری شده و طی سال‌های اخیر حتی به نقاط حاشیه‌ای و پیرامون کلانشهرها نیز سرایت کرده است. یکی از مشکلات اساسی شهرها و دلایل گسترش تراکم بالا، فارغ از منظر درآمدی برای شهرداری‌ها و نهادهای مرتبط، چالش تامین زمین است. همین امر موجب شده است، ساختمان‌های بلندمرتبه بدون نگاه کارشناسی و محاسبه تراکم واقعی جمعیتی و ساختمانی، در شهرهای مختلف کشور و مناطق هر شهر، قارچ‌گونه رشد کنند.

تراکم با ایجاد تعادل بین جمعیت و مساحت تا حد امکان از بروز مشکلات ناشی از آن جلوگیری می‌کند. درباره تراکم باید ۲ مفهوم «تراکم جمعیتی» و «تراکم ساختمانی» را از همدیگر تفکیک کرد. البته تراکم ساختمانی، بیانگر تراکم جمعیتی نیز هست؛ یعنی با تراکم ساختمانی، می‌توان تراکم جمعیتی را نیز کنترل کرد؛ موضوعی که در کشور ما کمتر موردتوجه قرار گرفته و سیاست‌گذاری‌های اشتباه موجب برهم‌خوردن نظم شهری در جای جای کشورمان شده است.

تراکم‌فروشی، راهی برای جبران کسری بودجه

بیت‌الله ستاریان، کارشناس بازار مسکن درباره ابلاغیه احداث ساختمان‌های هفت‌طبقه در معابر هشت‌متری به صمت توضیح داد: این موضوع بسیار کلان است و قبل از اینکه شهرداری بخواهد آن را اجرایی کند، باید نظر کارشناسان این حوزه را هم جویا شد، چراکه شهرداری اگر تصمیمی مبنی بر افزایش تراکم در بخشی از شهر را دارد، باید برای ایجاد خدماتی که ممکن است موردنیاز باشد هم، فکری کند. نمی‌شود که شهرداری یک‌شبه بگوید که ساخت‌وساز ساختمان‌های هفت‌طبقه در کوچه‌های هشت‌متری مجوز دارد. موضوعاتی نظیر ترافیک شهری، منطقه‌بندی و تراکم جمعیتی باید براساس طرح‌های بالادستی تعیین شود، نه اینکه تنها یک بخشنامه به شهرداری‌ها ابلاغ شود و فوری و بدون برنامه‌ریزی تراکم‌فروشی پایه‌ریزی شود. در نهایت تحقیقات، مطالعات و کمک کارشناسان تعیین می‌کنند که ما در یک منطقه تا چه میزان مجاز به تراکم‌فروشی هستیم و اگر غیر از این باشد، اشتباه محض است.

وی در ادامه توضیح داد: از سوی دیگر، زمانی که مجوز افزایش تراکم در منطقه‌ای داده می‌شود، ضریب تخریب خود به خود بالا می‌رود، به‌صورتی که وقتی شهرداری مجوز ساخت‌وساز ساختمان‌های هفت‌طبقه را می‌دهد، برای ساختمان‌هایی که برای مثال سه‌طبقه هستند، ساخت‌وساز با تراکم بالاتر صرفه اقتصادی بیشتری پیدا می‌کند، هرچند این ساختمان‌ها خیلی قدیمی هم نباشند و نیازی به تخریب نیز نداشته باشند. با این اتفاق در عمل بسیاری از ساختمان‌هایی را که نیاز به تخریب ندارند، از دست می‌دهیم و با افزایش تراکم ساخت‌وساز در مناطق پرجمعیت، بافت شهری را از بین می‌بریم.

ستاریان خاطرنشان کرد: بخشی از علت فروش تراکم در شهر تهران به جبران کسری بودجه شهرداری‌ها برمی‌گردد، چراکه این نهاد هزینه‌های بسیار بالایی دارد و ممکن است گاهی از این راه برای اداره شهر استفاده کند که البته اشتباه است، زیرا در بیشتر کشورهای دنیا، شهرداری‌ها به چنین اقداماتی وابسته نیستند و به‌طورحساب‌شده و با برنامه‌ریزی‌های منظم از شهروندان اقدام به اخذ مالیات و عوارض و درآمدزایی می‌کنند.

این کارشناس در ادامه گفت: اینکه شهرداری هر چند به‌طور توافقی اقدام به فروش تراکم آن‌هم خارج از برنامه‌ریزی و چارچوب کند، مسلما برای شهر و سیستم شهرسازی خطرساز است و می‌تواند عواقب جبران‌ناپذیری برای شهر داشته باشد. شهرداری باید طبق یک‌سری مقررات و برنامه‌های مشخصی، شهر را اداره کند؛ دقیقا آن‌طوری که شهرهای پیشرفته در حال انجامش هستند. شهرداری اگر قصد دارد خدماتی را در سیستم اداره شهر در نظر بگیرد، باید عوارض آن را حساب‌شده دریافت کند، با این اقدام دیگر کسری بودجه رخ نمی‌دهد که بخواهد هزینه‌هایش را طور دیگری به‌دست آورد.



مشکلات شهرسازی ریشه در گذشته دارد

ستاریان خاطرنشان کرد: متاسفانه اتفاقی که برای شهر تهران افتاده، ریشه در گذشته دارد و مجموعه‌ای از بی‌برنامگی‌ها را شامل می‌شود. اکنون نزدیک چند دهه است که مدیریت شهری به‌نحوی عمل کرده که شرایط روزبه‌روز وخیم‌تر و این موضوع به‌شکل مستمر تکرار شده و دست به‌دست چرخیده است. اکنون طبیعی است که ناکارآمدی‌های گذشتگان به‌صورت محسوس خودشان را نشان دهند، چراکه مدیریت اشتباه شهری مانند تهران، ممکن است در کوتاه‌مدت جلوه نکند و در عوض بعد از گذشت چند سال، فاجعه‌ای را به بار بیاورد که جبرانش دیگر کار آسانی نباشد. وی در پایان گفت: مسئولان و برنامه‌ریزان شهری باید سیاست‌گذاری‌ها را به‌نحوی پیش ببرند که تا زمان است مشکلات را برطرف کنند، چراکه اگر چالش و کمبودها انباشت شود، حل‌وفصلش کار راحتی نیست و گاهی برای همیشه باقی می‌ماند. شهرداری‌ها باید تا دیر نشده جلوی بسیاری از سیاست‌گذاری‌های غلط را بگیرند و با هوشمندی و زمان‌بندی مناسب آن کاری را انجام دهند که درست است.

لزوم برنامه‌ریزی در تراکم‌فروشی

حسن محتشم، کارشناس بازار مسکن به صمت گفت: فروش تراکم در مناطقی که زمین کم است و نرخ بالایی دارد، قاعدتا بیشتر اتفاق می‌افتد؛ در همین راستا، در مناطقی مانند شهر تهران که زمین گران است، بیشتر سازنده‌ها از تراکم ساختمانی استقبال می‌کنند، در صورتی که اگر این اقدام بدون برنامه و نظارت شهرداری انجام‌بگیرد، تبعات بسیار خطرناکی به همراه خواهد داشت.

وی ادامه داد: در مجموع، بهتر است در جاهایی که زمین کم و گران است، ما از ارتفاع استفاده کنیم، اما استفاده از این ارتفاع نباید به‌گونه‌ای باشد که شرایط محیطی به‌هم‌بخورد و طوری باشد که شهروندان از بابت امکانات رفاهی، حمل‌ونقل، ترافیک و شهرنشینی مشکلی پیدا کنند. اگر قرار باشد که به‌صرف استفاده بهینه از زمین، از ارتفاع به‌شکل نامناسب استفاده شود، تبعات ناگواری را برای زندگی به‌وجود می‌آورد که این موضوع به دور از شرایط اخلاقی و قوانین شهرسازی و معماری است، اما در مناطقی که زمین ارزان و فراوان وجود دارد، منطقی است که ساختمان‌ها را با ارتفاع کمتری بسازیم.

محتشم افزود: زمانی که زمینی را برای ساخت ساختمان‌های یک یا دوطبقه در نظر می‌گیریم، علاوه بر هزینه‌های متعدد باید به فاکتورهایی که برای استانداردسازی در نظر گرفته شده نیز، توجه کنیم. از طرفی، ساخت خانه‌های ویلایی و توسعه افقی ساخت‌وساز نیاز به زیرساخت‌هایی دارد که هزینه‌های بالایی را می‌طلبد؛ بنابراین شهرداری باید توجه کند که استفاده از تراکم باید باتوجه به شرایط و موقعیت جغرافیایی شهری و روستایی باشد تا به‌نتیجه برسد. مسلما هیچ اقدامی که بدون برنامه‌ریزی انجام بگیرد، به‌نتیجه نمی‌رسد.

ضرورت کنترل تراکم‌فروشی

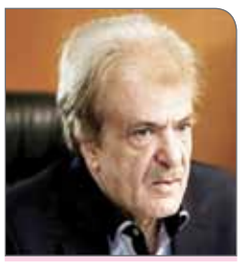
این کارشناس توضیح داد: برای کنترل تراکم، شهرداری‌ها باید بر ساخت‌وساز مناطق مختلف، شرایط محیطی و ظرفیت آن نظارت داشته باشند و تراکم مشخصی را برای احداث ساختمان لحاظ کنند. مسلما تراکم ساختمانی برای شهرهای کوچک و بزرگ و حتی مناطق مختلف یک شهر، متفاوت است و شهرداری برحسب منطقه، مجوز ساخت‌وساز صادر می‌کند. با تعیین تراکم ساختمان، کنترل تعداد ساختمان و جمعیت یک منطقه مدنظر قرار می‌گیرد. براساس تراکم ساختمانی مشخص‌شده توسط شهرداری، سازندگان باید به‌میزان همان مساحت و تعداد طبقات، واحد مسکونی بسازند و مازاد بر آن، تخلف محسوب می‌شود.

فکری به حال بافت فرسوده کنید

بافت فرسوده می‌تواند خطرات جانی و مالی گسترده‌ای برای شهروندانی که در این مناطق زندگی می‌کنند، داشته باشد، از این‌رو وظیفه مسئولان است تا هرچه سریع‌تر فکری به حال این بافت‌ها کنند.

اکنون‌که شهرداری مجوز ساخت تا هفت‌طبقه را داده است،باید دانست که فروش تراکم در برخی بافت‌های فرسوده، هرچقدر هم که منطقی نباشد، اما منجر به نوسازی می‌شود و از خطرات احتمالی جلوگیری می‌کند.

وی در پایان گفت: تراکم‌فروشی در ساخت‌وساز معمولا در شهرها و مناطقی که به‌دلیل محدودیت‌هایی مانند مساحت محدود، قوانین ساخت‌وساز سختگیرانه یا نیاز به زندگی در مرکز شهر، فضای کافی برای ساختمان‌های جدید وجود ندارد، ضروری است.



در این شرایط، مسئولان ممکن است به تراکم‌فروشی روی بیاورند تا بتوانند با بیشترین بهره‌وری ممکن از فضای موجود استفاده کنند. با این حال، اگر مدیران شهری برای تراکم‌فروشی در شهرهای مختلف شرایط یکسانی را در نظر بگیرند، ممکن است مشکلاتی مانند کاهش کیفیت زندگی محلی، ترافیک شدید، کاهش ارزش ملک‌ها و آسیب به محیط‌زیست ایجاد شود؛ بنابراین، لازم است توسعه‌دهندگان و مسئولان در کنترل تراکم‌فروشی تلاش و راه‌هایی را هم برای کاهش آن پیدا کنند.

> زمانی که مجوز افزایش تراکم در منطقه‌ای داده می‌شود، ضریب تخریب در فضای شهری بالا می‌رود

> تراکم در ساخت‌وساز، باید باتوجه به شرایط و موقعیت جغرافیایی شهری و روستایی تعیین شود

سخن پایانی

در روال و روند رشد و توسعه شهری، هنگامی که توسعه افقی در شهرها مقدور نباشد، با افزایش تراکم روبه‌رو می‌شویم. تراکم‌های بالای ساختمانی، مسکونی و جمعیتی خود به خود نیاز به سطح بالاتری از خدمات زیربنایی آب، برق، گاز و روبنایی (فضای سبز، آموزشی و درمانی) را ایجاب می‌کند که در صورت عدم‌تامین و پیش‌بینی سیستم شهری؛ به‌دنبال آن، زندگی و حیات شهری را با آشفتگی، بی‌نظمی و اختلال مواجه می‌کند و در صورتی که روند بی‌برنامه افزایش تراکم ادامه یابد، بدون تردید، عواقب آن کل حیات شهری را تهدید خواهد کرد، اما از سوی دیگر، افزایش تراکم در روال رشد طبیعی شهر، امری معمول، طبیعی و گاه ضروری است. تراکم بالاتر به‌معنی صرفه‌جویی در هزینه‌های خدماتی و دسترسی‌ها برمبنای مکانیزم صرفه‌جویی ناشی از مقیاس و تجمع است و به هر حال تا حدی و به‌میزانی که مجموعه پارامترهای اقتصادی، کالبدی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و امثال آن اجازه دهند، تداوم می‌یابد و هیچ نیرویی قادر به توقف و جلوگیری از آن نبوده و نخواهد بود.

انبوه‌سازان می‌توانند با طراحی و ساخت ساختمان‌ها به گسترش فضای سبز شهری کمک کنند و همچنین باتوجه به توسعه حمل‌ونقل عمومی، به کاهش ترافیک و آلودگی هوا یاری رسانند. با رعایت مقررات و استفاده از رویکردهای پایدار، انبوه‌سازان می‌توانند به یاری ساخت‌وساز شهری پایدار و باکیفیت بیایند. در این راستا، همکاری بین بخش‌های مختلف شهرداری، انبوه‌سازان، مجریان پروژه‌های ساختمانی و سایر ذی‌نفعان می‌توانند به بهبود کیفیت زندگی شهروندان کمک کنند.

editor@smtnews.ir

تحلیل صمت از روند مصرف انرژی در ایران

کلی‌گویی، راهگشای معضل قطعی برق و گاز نیست



عکس: صمت

امیرعباس آذرموند: **تجربه برنامه ششم نشان می‌دهد که کشور در دستیابی به اهداف تعیین‌شده در ایـن برنامـه ناموفق بوده اسـت و عمـده دلیل آن را می‌تـوان در نگاه دولتی بـه برنامه و تامین منابع مالی مورد نیاز دید. در برنامه هفتم بخش انرژی ذیل ۵ موضوع تدوین شـده اسـت. از نقاط ضعف برنامه هفتم می‌توان به کلی‌گویی در احکام پیشنهادی که با عدم‌ارائه سازکار مشخص، اشاره کرد. توجه نکردن به موضوع یارانه‌های انرژی، مصرف فرآورده‌ها و قاچاق سـوخت، اصلاح مصارف تحمیلـی در تبصره ۱۴ بودجه‌های سـالانه، بی‌توجهی به تلفات سـمت عرضه انـرژی مثل گازهای مشـعل و ایجاد نهاد تنظیم‌گر مسـتقل نیز در لایحه پیشـنهاد مغفول مانده است. صمت در تحلیل پیـش‌رو به روند مصرف انرژی در ایران پرداختـه و این تحلیل برپایه گزارش اتاق بازرگانی ایران از روند تولید و مصرف نهاده‌های انرژی تهیه شده است.**

پیشرانی که در حال تبدیل شدن به مانع است

موضوعـات مربوط بـه انرژی به‌عنـوان یک عامل تولیـد در حیات صنعتی جوامع مدرن، ابزار سیاسـی و امنیتی، همواره محل مناقشه و در حال تغییر و تحول بوده است.

درباره ایران نیز انرژی همواره به‌عنوان منبعی برای تامین مالی دولت و منبع پیشـرانی در راستای توسعه اقتصادی و رفاه اجتماعی بوده، بر این اسـاس اقتصاد کشـور برمبنای مزیت انرژی، استحصال و صادرات منابع هیدروکربوری و مشتقات آن بنا شده است.

در دهـه اخیر اما، بازار انرژی به دلایل مختلف دچار تغییرات زیادی شده و اثر آن هم بر اقتصاد ایران نمایان است.

تحریم‌ها به‌طورخاص بخش انرژی کشـور را موردهدف قرار داد و با نگاهی به شاخص‌ها و آمارهای بخش نفت، گاز و برق می‌توان به اصابت تحریم‌ها به هدف پی برد.

به این ترتیب، پیشـران اقتصاد ایران خود تبدیل به مانعی در مقابل پیشرفت اقتصادی تبدیل شد.

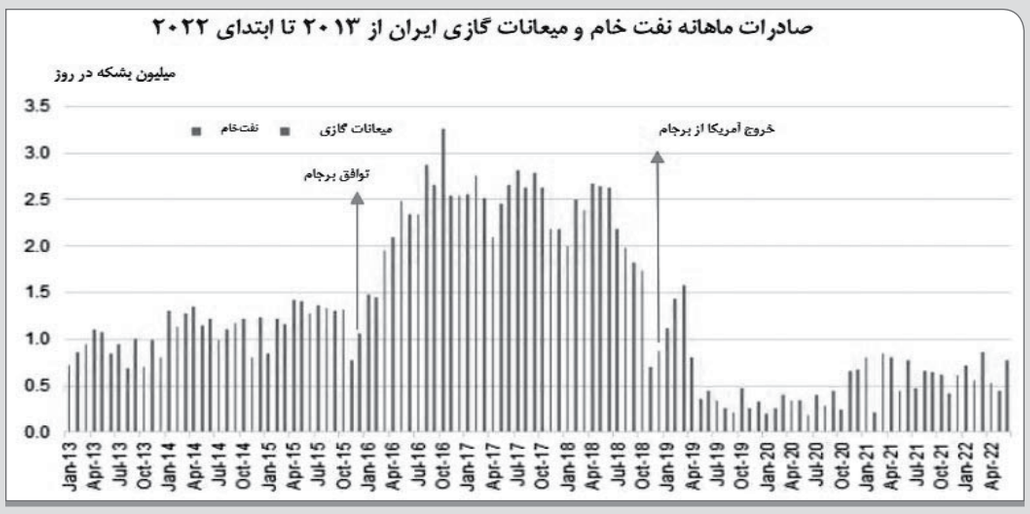
اکنون کسـری حدود ۲۰۰ میلیون مترمکعـب در روز گاز طبیعی و قطعی گاز صنایع در زمستان، اعمال خاموشی‌های گسترده در سه‌ماهه گرم سال به صنایع و کسری ۱۱ هزار مگاواتی توان تولید برق در پیک تابستان، نیاز به واردات بنزین، کسری ۱۹۰ هزار میلیارد تومانی منابع هدفمنـدی یارانه‌ها و... نشـان از وضعیت بحرانی بخش انرژی کشـور دارد.

افزایش مصرف نفت و کاهش صادرات

در سال ۹۹ تولید انرژی اولیه، عرضه انرژی اولیه و عرضه انرژی نهایی به‌ترتیب ۳ هزار و ۱۱۲، ۲هزار و ۴۹۵ و هزار و ۵۶۰ میلیون بشکه معادل نفت خام و این شاخص‌ها در سال ۱۳۹۵ یعنی ساله پایه برنامه ششـم توسـعه به‌ترتیب ۲هزار و ۶۷۰، هزار و ۵۴۳ و هزار و ۱۴۹ بوده است. این مقایسه نشان می‌دهد که تولید انرژی اولیـه ۸.۸ درصد کاهش، عرضه انـرژی اولیه ۲۵ درصد و مصرف نهایی ۱۶ درصد افزایش یافته است.

نفت خام منبع اصلی تامین انرژی اولیه در سـطح بین‌المللی از نیمه دوم قرن بیستم مطرح شده است، هرچند باتوجه به سیاست‌ها و برنامه‌هـای کاهش تولید گازهای گلخانه‌ای و همچنین روند رو به رشـد تکنولوژی‌های تولید انرژی‌های تجدیدپذیر، سهم آن در تامین انرژی اولیه کاهـش یافته،اما همچنان جایگاه آن به‌عنوان رتبـه اول تامین‌کننده انرژی اولیه حفظ شـده و به‌طورتاریخی، نقش نفت در اقتصاد ایران فراتر از منبعی برای تامین انرژی اولیه بوده، همواره نفت نقش اساسی در تامین بودجه‌های سالانه دولت داشته و از طرفی، درآمد حاصل از فروش نفت منبعی برای توسعه زیرساخت‌های کشور و سیاست‌های توسعه صنعتی بوده است.

در این راسـتا، عمده بار توسعه کشور برعهده دولت قرار داشته که موجب حضور دولت بخش‌های مختلف اقتصاد شـده اسـت. درآمد حاصـل از فروش نفت از ابتدای دهه ۹۰ شمسـی جز در مقطع دوسـاله همواره تحت‌فشار نرخ پایین نفت و تحریم‌ها بوده است.

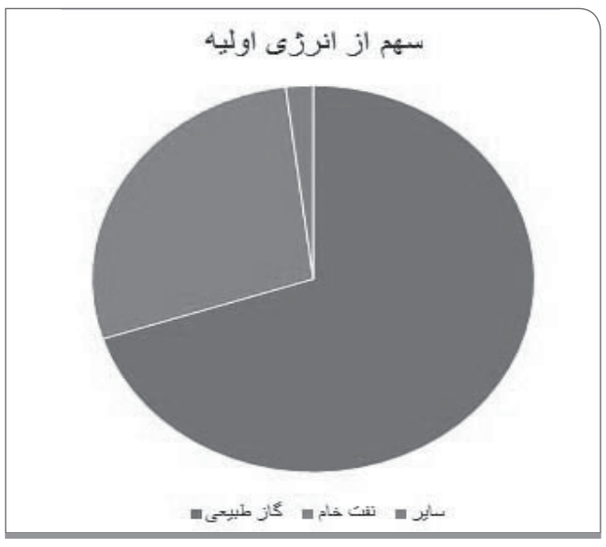


کاهش چشـمگیر درآمد نفتی کشور موجب ناترازی در منابع و مصارف دولت و اخلال در سـرمایه‌گذاری دولت در زیرسـاخت‌ها شـده است. بیشتر مسئله کشـور در بخش نفت در حوزه حفظ و نگهداشت میادین نفتی است که به‌دلیل ضعف در سرمایه‌گذاری و کمبود منابع داخلی شـرکت ملی نفت به‌دلیل تحریم‌ها حادث شـده اسـت. عمده مخازن نفت نیز به نیمه عمـر خود در تولید رسـیده‌اند. از سـوی دیگر، با گذشـت بیش از یک قرن از کشف نفت به‌دلیل انحصار شـرکت ملی نفت در توسـعه میادین، کشور نتوانسـته اسـت بخش خصوصی قدرتمندی که بتواند در سطح جهانی رقابت کند، پرورش دهد.

سهم ۷۰درصدی گاز در تامین انرژی اولیه

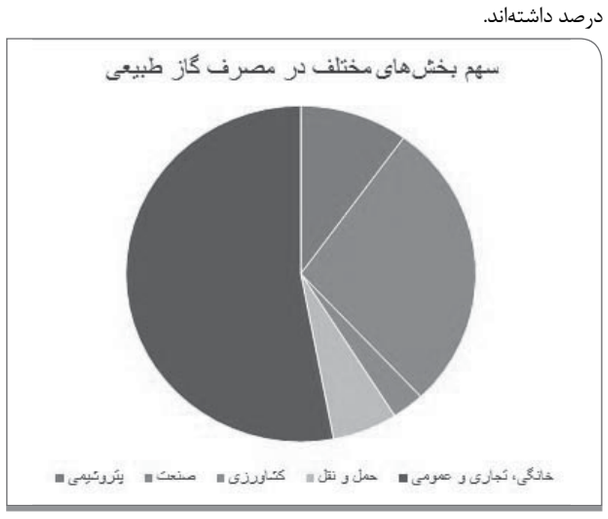
گاز طبیعی باتوجه به اینکه یکی از منابع اصلی تامین‌کننده انرژی فسیلی کشورها بوده و همچنین آلایندگی کمتری نسبت به نفت خام دارد، با اقبال بسیار بالایی در تقاضا روبه‌رو است.

سهم گاز طبیعی در تامین انرژی اولیه کشورها از حدود ۲۰ درصد در سال ۱۹۹۵ میـلادی به بیش از ۲۵ درصد در سـال ۲۰۲۰ افزایش یافته اسـت. درباره ایران گاز طبیعی با داشـتن سهم نزدیک به ۷۰ درصدی تامین انرژی اولیه نقشی اساسی دارد.



ایـران بـا در اختیـار داشـتن بخـش عمـده‌ای از ذخایـر گازی جهـان به‌صـورت بالقـوه می‌توانـد به‌عنـوان یکـی از فعالان مهـم این بـازار نقش بـازی کنـد، امـا باتوجه بـه کاهش حجـم و نـوع سـرمایه‌گذاری در تولید گاز طبیعـی، همچنیـن توسـعه نامتـوازن و مویرگی سـوخت گاز سـبک و بیش‌مصرفـی گاز سـبک در داخل، کشـور دچـار نوعی خودتحریمی شـده است.

همچنین، گاز سـبک سهم فراوانی در سـبد انرژی مصرفی به خود اختصاص داده و در سال ۹۸ حدود ۵۵ درصد از انرژی مصرفی کشور به گاز طبیعی، حدود ۳۰ درصـد مربوط بـه فرآورده‌های نفتی و ۹ درصد مربوط به برق بوده اسـت. همچنین، طبق آمار رسـمی، میزان مصرف گاز در کشور هر سال در حدود ۸ تا ۱۰ درصد بیشتر می‌شود. در سال ۹۹ حدود ۲۲۰ میلیارد مترمکعب گاز طبیعی در کشور مصرف شد که این میزان مصرف در مقایسه با سال ۹۸ حدود ۸ درصد افزایش داشته است. از این رقم بیشترین مصرف مربوط به بخش خانگی، تجاری و عمومی با ۵۳ درصد بوده و نیروگاه‌ها و صنایع عمومی هم سـهمی حدود ۲۸ درصد داشته‌اند.



رکوردشکنی مصرف برق در سال ۱۴۰۰

تامین انرژی مطمئن و پایدار به‌عنوان مهم‌ترین ویژگی صنعت برق شناخته می‌شـود. وابسـتگی اجتناب‌ناپذیر خانواده‌ها، صنایع و بنگاه‌های تولیدی که به‌طورمسـتقیم با رفاه و امنیت مردم در ارتباط هستند نیز، بر اهمیت تامین بی‌وقفه برق می‌افزاید.

در سـال‌های گذشـته، تامین پایدار برق در کشـور دچار مشکلاتی شده و ضعف در سـرمایه‌گذاری و توسـعه زیرسـاخت‌های نیروگاهی و بی‌برنامگی مشـخص در سـمت عرضه و مدیریت مصرف، کشـور را برای چند سـال به وضعیت ناترازی تولید و مصرف برق سوق داده است. میزان پیک بار شبکه در سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۱ از ۴۰هزار و ۱۰۵ به ۶۹هزار و ۴۵۸ مگاوات رسیده که رشد ۷۳ درصدی را ثبت کرده است.

نکته قابل‌توجه آن اسـت که در سال‌های ۸۹ تا ۹۸ رشد بار سالانه حداکثر ۷ درصد بوده، اما در سال ۱۴۰۰ به یکباره پیک بار از ۵۸هزار و ۲۴۶ مگاوات در سـال ۹۹ به ۶۷هزار و ۱۲ مگاوات در سـال ۱۴۹۹ رسـید و رشـدی ۱۵ درصدی را به‌ثبت رساند.

تولید برق به گاز وابسته شد

به‌دلیل توسـعه نامناسـب ظرفیت‌های تولید و انتقال انـرژی، تلفات بالای زنجیره تولید، تبدیل، انتقال و توزیع که معادل یک‌میلیون و ۷۱۰هزار بشکه در روز معـادل نفـت خام برآورد شـده و تلفات مربوط بـه تجهیزات مصرف انرژی، نبودتنوع در سـبد انرژی کشـور، رشـد مصرف انرژی و بی‌توجهی به مسـئله بهینه‌سازی مصرف انرژی، کشـور با معضل ناترازی و نبود تعادل در سمت عرضه و تقاضای انرژی روبه‌رو شده است.

ریشـه این ناترازی را می‌توان در برنامه‌ریزی نداشـتن در زمینه اختصاص حامل‌ها، پیش‌بینی نامناسب رشد مصرف و سرمایه‌گذاری نکردن جست‌وجو کرد.

ناترازی مالی در بخش انرژی ناشـی از اختلاف نرخ تمام‌شده و نرخ تکلیفی حامل‌هـای انرژی و چرخـه معیوب سـرمایه‌گذاری، ناشـی از عدم‌پرداخت مطالبات سـرمایه‌گذاران، بخش انرژی را به حوزه‌ای بـا درآمدهای ناپایدار و هزینه‌های رو به رشد بدل کرده است.

انـرژی از یک‌طرف می‌تواند به‌عنوان مزیت نسـبی اقتصاد ایران در جایگاه پیشـران توسـعه همه‌جانبه کشـور نقش اساسـی ایفا کند، امروز استهلاک و ناتـرازی در بخـش انرژی به یکی از معضلات اساسـی کشـور بدل شـده است.

توسـعه خطوط لوله گاز در تمام کشور همزمان با توسعه نیروگاه‌های گازی و وابسـتگی تولید برق به گاز سـبک سبب شـده تا ایران با پدیده‌ای تازه در حوزه انرژی روبه رو شود.

دولت در زمسـتان با افزایش شـدید مصرف گاز خانگی، اقدام به قطع گاز مصـرف صنعت می‌کند، حتی این قطعی هم کافی نیسـت و کشـور با خطر قطـع برق مصرف‌کننده‌ها به‌دلیل وابسـتگی فراوان تولید برق به گاز سـبک مواجه است.

برای رفـع این چالش، نیروگاه‌ها اقدام به مصرف سـوخت مایع (نفت‌گاز و نفت‌کوره) می‌کنند که علاوه بر اتلاف منابع سـوخت مایع کشور معادل ۲.۵ میلیارد دلار، موجب آلودگی محیط‌زیست هم می‌شود.

گزارش‌های وزارت نیرو نشـان می‌دهد که در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۶، سـوخت مصرفی نیروگاه‌ها رشـدی دو برابری داشـته و از ۵۴ میلیون بشکه معادل نفت به ۱۰۴ میلیون بشکه معادل نفت خام رسیده است.

در تابسـتان شـروع ایجاد زنجیره مخـرب این بار با افزایـش مصرف برق خانگی به‌واسـطه وارد شدن بار سرمایشی ایجاد می‌شود و مانند پیک گاز در زمستان‌ها، در زمان شدت گرفتن پیک برق نیز ابتدا برق صنایع قطع می‌شود.

برآوردها حاکی از این است که قطعی گاز در صنایع اصلی موجب ضرر ۲.۵ میلیـارد دلاری بر صنعت فولاد و ۷۰۰ میلیون دلاری بر صنعت پتروشـیمی اسـت. همچنین، قطعی برق در تابسـتان ضرر ۵۰۰ میلیـون دلار به صنایع می‌زند.

هدررفت فراوان انرژی در مرحله تولید توزیع

هدفمند کـردن یارانه‌ها یکی از طرح‌های پرچالش اقتصاد ایران بود که در سـال ۸۸ تبدیل به قانون شـد. فـارغ از اینکه، مبنای قیمت‌گـذاری حامل‌های انرژی براسـاس فـوب خلیج‌فارس، در کشـوری که درهـای اقتصادش به‌دلیـل تحریم‌هـا و تنش‌های بین‌المللی، به روی جهان بسته است، اقدامی درست است یا خیر؛ قانون هدفمند کردن یارانه‌ها مبنای قیمت‌گذاری حامل‌های انرژی قلمداد شـد که این مرجع با گذشـت اندک زمانی با افزایش فشار تحریم‌ها رنگ باخـت. با تحلیلی بر قانون هدفمند کردن یارانه‌ها، تنوع و تکثر مصارف پیشنهادی بر منابع محدود محقق‌شده حاصل از افزایـش نرخ حامل‌ها با افزایش نامتـوازن تکالیف و هزینه‌های یارانه‌های نقدی و غیرنقدی، یارانه بخش سلامت و نان، نبود تعادل و ناترازی شدید در منابع و مصارف این قانون وجود دارد.

طبق مفاد قانون هدفمندکردن یارانه‌ها، سـازمان هدفمندسازی یارانه‌ها موظف شده بود تا سقف ۵۰ درصد از منابع صرف پرداخته یارانه، اجرای نظام جامع تامین‌اجتماعی، تامین سـلامت، مسکن، اشـتغال و برنامه‌های حمایت اجتماعی کند، اما در سـال‌های ۸۹ تـا ۹۷ حدود ۹۰ از مصارف سـازمان به پرداخـت یارانه نقدی به خانوارهـا اختصـاص یافت و در عمـل، اجرای مـاده (۸) قانون با رویکرد اصلاح فرآیندها و بهینه‌سازی مصرف سوخت در واحدهای تولیدی نیز تاکنون نادیده گرفته شده است.

در سـال ۱۴۰۰ و براساس ترازنامه هیدروکربوری به‌میزان ۶۲۴ میلیون بشکه معادل نفت خام تلفات تبدیل به انرژی نهایی وجود دارد که ۹۸ میلیون بشکه معادل نفت خام گازهای قابل جمع‌آوری اسـت. به‌عبارتی، یـک میلیون و ۷۱۰ هزار بشـکه نفت در روز از مجموع ۷ میلیون و ۱۸۰هزار بشکه در عرضه انرژی اولیه به اقتصاد کشـور (۲۴ درصد) تلفات بوده است که قابلیت انجام بهینه‌سازی دارد. در ایـن میان، تلفـات تبدیل در نیروگاه‌های کشـور معادل ۲۹۵ میلیون بشکه معادل نفت خام و سپس گازهای سوزانده‌شده معادل ۹۸ میلیون بشکه معادل نفت‌خام، قابل‌توجه است.

مصرف بهینه و ارتقای بهره‌وری در مصرف انرژی، سبب پویایی و رشد بیشتر در قسمت‌های مختلف از جمله اقتصاد کشور می‌گردد. هیچ‌گاه در ایران مدیریت مصرف انرژی و به تعبیر صحیح‌تر، نظام پایش مصرف نداشته است؛ نظامی که با ارائه سیاست‌های تشویقی و تنبیهـی اثربخش، کنترل‌پذیری و به‌تبـع آن، پیش‌بینی‌پذیری بخش مصرف کشـور را بتواند در سـطح قابل‌قبـول نگه دارد. در چند دهه گذشـته، مصرف حامل‌های انرژی به‌ویژه در بخش‌های غیرمولد سـبب ضررهای بزرگی به اقتصاد کشور شده و از طرفی، بسـیاری از طرح‌های بهینه‌سازی کشـور در قالب ماده ۱۲ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر تعریف شده که به‌دلیل ناترازی منابع و مصارف تبصره ۱۴ تخصیص داده نشده است.

به‌طورخلاصه، بهینه‌سـازی انرژی در کشـور از نبود انگیزه‌های کافی برای انجام طرح‌های بهینه‌سازی به‌دلیل قیمتی و غیرقیمتی رنـج می‌برد و سـازکار قابل‌اطمینـان و هدفمندی بـرای اجرای طرح‌های بهینه‌سازی در حوزه انرژی وجود ندارد.

یک کارشناس اقتصاد در گفت‌وگو با صمت:

فضای باز و انتقادی پیش‌نیاز تصمیم‌گیری عقلانی است

یک کارشناس اقتصاد در بررسی نقش آزادی رسانه‌های مستقل برای انتقاد و تاثیر آن بر اقتصاد کشورها می‌گوید: «یکی از مشکلات بزرگ نظام‌های سیاسی بسته این است که دچار فساد می‌شوند. از آنجایی که در این سیستم‌ها شفافیت و پاسخگویی وجود ندارد، گاهی فضای انتقاد و آزادی بیان نیز قربانی می‌شود. در این شرایط طبیعی است که فساد بیشتر شود و حتی حلقه‌های فاسد به هم پیوند بخورند. در مقابل کشورهایی که به رسانه‌های مستقل و منتقد اجازه فعالیت می‌دهند، باوجود هر مشغله‌ای، ذات پرسشگری مانع از اجرای بسیاری از تخلفات در سطوح خرد و کلان می‌شود.» محمدتقی فیاضی، منتقد اقتصادی تصریح می‌کند: «در نبود رسانه‌های مستقل و منتقد، اطلاع‌رسانی در کشور دچار خدشه خواهد شد که این نیز می‌تواند کاهش رشد اقتصادی را در پی داشته باشد. هرچه افق یک اقتصاد مبهم‌تر و تیره‌تر به‌نظر برسد، آن اقتصاد با مشکلات بیشتری مواجه خواهد شد. در سایه نبود شفافیت در اقتصاد علاوه بر بروز رانت و فساد، ایجاد رکود، تورم و کاهش سرمایه‌گذاری محتمل است.»

آنچه در ادامه می‌خوانید مشروح گفت‌وگوی صمت با این کارشناس اقتصاد است.



عکس: آیدا فریدی

◉ **به روز خبرنگار رسیدیم. فکر می‌کنید میان توسعه یک اقتصاد و باز بودن فضای نقادی در رسانه‌ها چه رابطه‌ای وجود دارد؟**

پیش از هر چیز اجازه می‌خواهم روز خبرنگار را به تمام اصحاب رسانه که باوجود مشکلات، تلاش می‌کنند منتقد و مستقل باقی بمانند، تبریک بگویم و آرزوی روزهای بهتری را برای آنها در آینده نزدیک داشته باشم.

در مباحث مربوط به کارآمدی یک نظام سیاسی و برای موفقیت در مسیر بررسی واقعیت‌های حاکم بر بخش‌های عمومی کشور، عوامل مختلفی دخیل هستند که یکی از پایه‌های اصلی آن شاخص شفافیت و پاسخگویی است؛ به‌بیان دیگر مسئولان تا زمانی که پاسخگو نشوند و نتوانند به‌طور شفاف به سیاست‌گذاری یا قانون‌گذاری دست بزنند، نمی‌توانند در شاخص‌هایی چون حکمرانی یا کارآمدی نمره بالایی کسب کنند.

◉ **منظورتان از پاسخگویی و شفافیت چیست؟**

به‌طور مشخص منظورم این است که هر مقام مسئولی بسته به جایگاه و مسئولیت‌هایی که دارد باید در زمینه اقدامات خود پاسخگو باشد و پرسشگری هم ابتدا ازسوی خبرنگاران شروع می‌شود. خبرنگار می‌تواند در تمام لایه‌ها و اقشار جامعه نفوذ و جامعه منفعل را به مردمی پرسشگر و دقیق تبدیل کند. این مهم محقق نخواهد شد؛ مگر اینکه شفافیت در نظام حاکم هم وجود داشته باشد و افراد بتوانند با حداقل زمان و کمترین سواد، از نحوه و چرایی تصمیم‌گیری‌های مختلف مطلع شوند و توضیحات موافقان و مخالفان هر اقدامی را بشنوند. پرواضح است که این دو عامل تعیین‌کننده، وابسته به نهادهایی چون روزنامه‌ها، سایت‌ها و انواع رسانه‌های موجود هستند. بار این مسئولیت از نظر نهادی بر دوش مطبوعات است و از نظر فردی نیز این خبرنگاران هستند که باید با ازخودگذشتگی و پذیرش بخشی از مصائب، به قیمت آگاه ساختن مردم، وارد عمل شوند.

◉ **به‌طور مشخص باز شدن فضای انتقادی چه تاثیری بر شاخص‌های کلان اقتصادی می‌گذارد؟**

یکی از مشکلات بزرگ نظام‌های سیاسی بسته این است که دچار فساد می‌شوند. از آنجایی که در این سیستم‌ها شفافیت و پاسخگویی وجود ندارد، گاهی فضای انتقاد و آزادی بیان نیز قربانی می‌شود. در این شرایط طبیعی است که فساد بیشتر شود و حتی حلقه‌های فاسد به هم پیوند بخورند. در مقابل کشورهایی که به رسانه‌های مستقل و منتقد اجازه فعالیت می‌دهند، باوجود هر مشغله‌ای، ذات پرسشگری مانع از اجرای بسیاری از تخلفات در سطوح خرد و کلان می‌شود. کار به جایی رسیده که در برخی کشورها، روزنامه‌نگاران به زندگی خصوصی مقامات هم سرک می‌کشند و گاه افشاگری‌های عجیب و غریب هم به اخبار رسانه‌ها راه می‌یابند.

لازم به توضیح است که در نبود رسانه‌های مستقل و منتقد، اطلاع‌رسانی در کشور دچار خدشه خواهد شد که این نیز می‌تواند کاهش رشد اقتصادی را در پی داشته باشد. هرچه افق یک اقتصاد مبهم‌تر و تیره‌تر به‌نظر برسد، آن اقتصاد با مشکلات بیشتری مواجه خواهد شد و طبیعی است که بدون رسانه‌های کارآمد و تیزبین، اطلاع‌رسانی در یک کشور دچار مشکل می‌شود و حتی می‌تواند به افزایش فساد، رکود یا حتی تورم هم منجر شود.

◉ **عملکرد یک مقام مسئول در زمان فعالیت رسانه‌هایی با نفوذ فراوان چه تفاوتی با کشورهای غیردموکراتیک دارد؟**

در کشورهای استبدادی به‌دلیل اینکه یک مقام از فعالیت‌های یک خبرنگار یا فعال اجتماعی خوشش نمی‌آید، فعالیت‌های یک نفر یا یک مجموعه دچار محدودیت می‌شود، این در حالی است که در کشورهای توسعه‌یافته به‌ویژه اروپای غربی، مسئولان نمی‌توانند خودسر دست به تعطیلی یک رسانه بزنند یا دستگاه امنیتی نمی‌تواند به هر دلیلی خبرنگار و روزنامه‌نگار را بازداشت کند.

البته نباید تصور کنیم در کشورهای پیشرفته مقامات ارشد از همه اقدامات مطبوعات راضی هستند. به‌طور مثال در فرانسه و اعتراضات ماه‌های گذشته، به‌نظر می‌رسد مقامات عالی و حتی رئیس‌جمهوری این کشور از دست برخی رسانه‌ها و فعالان سیاسی عصبانی هستند، اما به‌دلیل حاکمیت حقوق فردی هیچ مقامی، حتی مقام اول کشور نمی‌تواند مشکلی برای فعالان یادشده ایجاد کند. پس مشاهده می‌کنیم باوجود ناآرامی‌های فراوان در این کشور اروپای غربی، اقتصاد از ریل پیشرفت خارج نمی‌شود؛ حال آنکه در کشورهای غیردموکراتیک و استبدادی رسانه‌ها در صورت فعالیتی خارج از چارچوب تعریف‌شده با تعطیلی و اعمال محدودیت‌های شدید مواجه می‌شوند.

◉ **در حکومت‌های باز این مقامات ارشد هستند که باید حواس خود را جمع کنند تا در اتخاذ تصمیمات اشتباه نکنند، زیرا جامعه به‌زودی آنها را به پرسش خواهد گرفت و اگر قانع نشود، به اعتبار سیاسی آن مقام و حزبش ضربه بزرگی وارد می‌شود.**

در کشورهای استبدادی این روند برعکس است و حتی دولتمردان حساسیت چندانی در سیاست‌گذاری یا اجرای قوانین ندارند، زیرا اضطراری برای آن نمی‌بینند.

در دنیای امروز می‌توان در زمان سیاست‌گذاری‌ها از تجارب کشورهای دیگر هم بهره برد و به این ترتیب تصمیمات بهینه‌تری اتخاذ کرد. در عین حال نباید فراموش کنیم که برخی تصمیمات برای نخستین بار گرفته می‌شوند یا تجارب جهانی زیادی درباره آنها وجود ندارد؛ بنابراین وجود یک فضای انتقادی علمی و عقلایی سبب می‌شود حین تصمیم‌گیری‌ها بحث‌های کافی و علمی انجام شود. بررسی کارشناسانه یک موضوع در فضای باز انتقادی می‌تواند به افزایش شانس موفقیت در تصمیم‌گیری‌ها بینجامد. پس آزادی بیان هرچند یک موضوع غیراقتصادی است، اما حاکم بودن آن به‌طور قطعی بر خروجی تصمیم‌گیری‌های مختلف، از جمله تصمیمات اقتصادی اثرات مثبت فراوانی دارد.

◉ **با این تفاسیر اتاق‌های فکر و بازوهای مطالعاتی رسمی یک کشور از فضای باز رسانه‌ای و انتقادی چه بهره‌ای خواهند برد؟**

اتاق‌های فکر یا بازوهای مطالعاتی و پژوهشی مانند مغز در یک بدن می‌مانند که باید از پیش به عواقب و تبعات هر سیاستی بیندیشند. با اتخاذ تصمیمات درست و کارشناسانه می‌توان هزینه‌های اداره کشور را پایین آورد. این موسسات به‌نوعی در پیوند با اندیشکده‌ها و دانشکده‌ها، یعنی مجریان بخش عمده‌ای از مطالعات و نقد و بررسی‌ها هستند. وقتی یک فضای باز وجود داشته باشد، پژوهشگران این موسسات هم می‌توانند از فضای پرسشگری موجود در جامعه استفاده کنند و با ارزیابی دقیق‌تر تصمیمات، به تحقق نتایج بهتر کمک کنند.

این امر نه‌تنها از فرصت‌سوزی جلوگیری خواهد کرد، حتی می‌تواند از هدررفت منابع کشور هم جلوگیری کند. می‌دانیم که کشورهای درحال‌توسعه دچار مشکلات زیادی در تامین منابع خود هستند و کاهش هدررفت منابع جزو کارهایی است که برای کشور از همه طرف سودآور خواهد بود. علاوه بر وجود اندیشکده‌ها و اتاق‌های فکر، باز بودن فضای پرسشگری و انتقاد می‌تواند بر هر موضوعی که به فکر کردن و تفکر مربوط است، اثرات مهمی بگذارد.

◉ **به این ترتیب می‌توانیم ادعا کنیم که حتی توسعه اقتصاد هم نیازمند وجود فضایی آزادانه در اندیشیدن و پرسیدن است؟**

بدون‌شک تحقق توسعه به فضای بالنده فکری نیاز دارد و بالندگی در محدودیت و خوسانسوری محقق نمی‌شود. بخش مهمی از مطالعات تجربی صورت‌گرفته نشان می‌دهد در جوامعی که آن را دموکراتیک می‌نامند و حکومت‌ها به مبانی مردم‌سالاری پایبند هستند، حکمرانی بهتری وجود دارد که این نیز به‌معنای وجود شفافیت و پاسخگویی است. پایبندی به دموکراسی موجب می‌شود مردم در مخالفت با دولت، منطقی‌تر برخورد کنند و از راه‌های کم‌هزینه‌تر به خواسته‌های خود برسند.

ضمن اینکه نباید فراموش کنیم نیت خوب یک دولتمرد سبب نمی‌شود یک نفر تبدیل به رئیس‌جمهوری دموکرات و در مقابلش فردی دیگر حاکمی مستبد شود. این تصویر واقعی نیست. در کشورهای دموکراتیک فضایی میان مردم و دولت وجود دارد که در آن احزاب فعالیت می‌کنند. احزاب مختلف از چپ رادیکال تا راست افراطی اجازه فعالیت در چارچوب قانون را دارند و در همین چارچوب برای کسب قدرت یا کرسی‌های بیشتر تلاش می‌کنند. در این کشورها هر حمله‌ای ازسوی حاکمیت به‌سوی رسانه‌ها، با مقاومت احزاب مخالفی مواجه می‌شود که به اندازه رای خود سهمی از قدرت دارند. پس طبیعی است که مقابله با روحیه انتقادی برای حاکمیت بسیار گران تمام می‌شود. در عکس این روند، در کشورهای استبدادی، رسانه‌ها تنها در مقابل قدرت قرار دارند، زیرا احزاب مخالف قبلا ازسوی حکومت مجبور به ترک عرصه شده‌اند و حالا این رسانه و خبرنگارانش است که در مقابل یک قدرت بزرگ و مقتدر تنها و ناتوان ایستادگی می‌کند.

◉ **بررسی برخی شاخص‌ها مانند ضریب جینی یا توسعه انسانی نشان می‌دهد اقتصادهای کوچک‌تر مانند فنلاند یا نروژ در مقایسه با اقتصادهای بسیار بزرگ‌تر مانند امریکا یا چین، وضعیت بهتری برای مردم خود به ارمغان آورده‌اند. برخی دلیل این مسئله را به ساختار مترقی‌تر کشورهای شمال اروپا نسبت می‌دهند. چقدر می‌توان این استدلال را منطقی دانست؟**

در کل میان پیشرفت یک اقتصاد و باز بودن فضای دموکراتیک در آن جامعه، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. مکانیسم این فرآیند را تا اندازه‌ای در پرسش‌های پیشین توضیح دادم. همان‌طور که شما هم گفتید، اقتصاد کشور ۱۰ میلیون نفری در شمال اروپا، در بهبود وضعیت زندگی مردم خود عملکردی به‌مراتب بهتر از ابرقدرتی چون ایالات متحده یا چین داشته که همین نشان می‌دهد فضای انتقادی با تحمیل روند خوداصلاح‌گری می‌تواند نتایج درخشانی را به ثبت برساند. مردمی که پرسشگر و پیگیر هستند، به‌زودی حق خود را هم می‌گیرند و زندگی بهتری را برای عموم افراد یک جامعه ترتیب خواهند داد. این را باید همیشه به کسانی که منکر نقش آزادی انسان در پیشرفت عمومی هستند، گوشزد کرد که مردم آزاد می‌توانند مردمی مرفه و مترقی باشند.

◉ **در ایران وضعیت انتقاد و آزادی رسانه‌ها را در مقایسه با گذشته چطور می‌بینید؟**

ما هیچ‌گاه شرایطی مشابه کشورهای دموکراتیک نداشتیم و از این نظر نمی‌توانیم دولت فعلی را به از بین بردن دموکراسی متهم کنیم. مشکل در کشور ما این است که مانند روسیه، احزاب مهم و اثرگذار مخالف در کشور فعالیت چندانی ندارند و قدرت هم نیازی به توضیح نمی‌بینند. اهمیت وجود احزاب مخالف در این است که چرخش قدرت در سیستم را تسهیل می‌کند و اجازه می‌دهد مردم به‌راحتی نظر خود را تغییر و امور را به‌دست دولتی دیگر با ایدئولوژی و پایگاه طبقاتی یکسره متفاوت بدهند.

به‌نظر می‌رسد در کشور ما روندی حاکم شده که هم در اقتصاد و هم در موضوع مربوط به رسانه‌ها عملکردی ضعیف از خود به جا گذاشته است.

گاهی به‌نظر می‌رسد وجود فضای باز فکری و داشتن آزادی اندیشه با ساختار موجود خوانایی ندارد. به هر روی دموکراسی مولفه‌های فراوانی دارد که وقتی این مولفه‌ها غایب هستند، نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم آزادی بیان به‌معنی واقعی کلمه وجود داشته باشد. به هر حال فکر می‌کنم حرفم را رساندم و از آنجایی که حرف زدن در این باره کمی دشوار است، ترجیح می‌دهم بیشتر به آن نپردازم.

نوبت سوم
م الف ۱۴۲۰

اصلاحیه فراخوان (آگهی) مناقصه عمومی دومرحله‌ای همزمان باارزیابی کیفی (فشرده)

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه (به‌عنوان مناقصه‌گزار و کارفرما)، در نظر دارد **خرید دو بسته رک و دو دستگاه ups مطابق مشخصات و مستندات پیوست اسناد مناقصه به شماره ۱۱۳/۷۴۷۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۰** را از طریق مناقصه عمومی دومرحله‌ای همزمان با ارزیابی کیفی (فشرده) به پیمانکاران واجد شرایط (دارای گواهینامه صلاحیت و ظرفیت کاری مجاز آزاد از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی) به شرح زیر واگذار نماید. علاقه‌مندان می‌توانند از تاریخ درج آگهی نوبت اول تا ساعت **۱۹:۰۰** مورخ **۱۴۰۲/۰۵/۱۸** اسناد مناقصه را دریافت نمایند.

- تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (شرکت در مناقصه) به مبلغ ۶۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال (ششصد و پنجاه میلیون ریال) با رعایت آیین‌نامه تضمین برای معاملات دولتی به صورت ضمانتنامه بانکی یا واریز وجه به حساب با شناسه **۹۰۸۱۰۸۵۰۰۲۰۱۹۴۰۵۶۰۱۳۲۰۷۵۹۵۳۳۹۰** و شبای **IR۰۵۰۱۰۰۰۰۴۰۵۶۰۱۳۲۰۷۵۹۵۳۳۹** به نام تمرکز سپرده ثبت اسناد و املاک نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تهیه و تسلیم گردد.
- آخرین مهلت تحویل پیشنهادها تا ساعت **۱۴:۰۰** مورخ **۱۴۰۲/۰۶/۰۱** و گشایش پیشنهادها در ساعت **۱۰:۰۰** مورخ **۱۴۰۲/۰۶/۰۲** می‌باشد.
- برآورد اولیه معادل ۱۳،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال (به حروف: سیزده میلیارد ریال) است.
- محل دریافت اسناد مناقصه و تحویل اسناد و پیشنهادها و هرگونه اطلاع‌رسانی، در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) می‌باشد و محل تحویل نسخه فیزیکی اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار و همچنین محل گشایش پیشنهادها، اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه به نشانی: کرمانشاه- فرهنگیان فاز یک- بلوار شهید مطاعی- اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه با کدپستی ۶۷۱۴۷۱۵۷۵۳ است.

بارگذاری تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه ستاد و تحویل نسخه اصلی به صورت فیزیکی الزامی است. بارگذاری هرگونه مدرک و مکاتبه توسط مناقصه‌گزار در سامانه ستاد به منزله اطلاع‌رسانی و تحویل به مناقصه‌گر محسوب می‌شود. مناقصه‌گر باید کلیه اسناد مناقصه (پاکت‌های ب و ج) را با استفاده از امضای الکترونیکی صاحبان حق امضای مجاز و مهر الکترونیکی خود، امضا و مهر کرده و در سامانه ستاد بارگذاری نماید. پاکت‌های بارگذاری شده ب و ج که فاقد امضا و مهر الکترونیکی هستند پذیرفته نشده و مردود اعلام می‌گردند. مدت اعتبار پیشنهادها ۳ ماه از تاریخ آخرین مهلت تحویل پیشنهادها است.

متعاقب این اصلاحیه بدینوسیله تعداد دستگاه upsهای موردنیاز در آگهی‌های نوبت اول و دوم روزنامه صمت به شماره‌های ۲۳۷۵ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۴ و ۲۳۷۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۵ از یک‌دستگاه به دو دستگاه تصحیح گردیده و تغییر می‌یابد.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه

تحلیلگر اکوسیستم دانش‌بنیان در گفت‌وگو با صمت:

نقد، پیشران زیست‌بوم دانش‌بنیان است

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir



اطلاع از دستاوردهای علمی و فناوری دانشمندان و مخترعان زمانی آغاز شد که روزنامه‌نگاری علم در نیمه دوم قرن بیستم شکل گرفت. در واقع نخستین‌بار این جولیان آسانژ بود که در خلال داستان‌های روزنامه استفاده از منابع اولیه را مطرح کرد و با الهام از فلسفه کارل پوپر، استاندارد جدیدی به نام روزنامه‌نگاری علم را خلق کرد. بی‌شک یکی از الزامات اساسی روزنامه‌نگاری علم، درج درست و دقیق این اطلاعات علمی است که توسط دانشمندان کشف یا اختراع شده‌اند، چراکه این اطلاعات قرار است مردم را به بحث یا تبادل‌نظر و در نهایت به شناخت دقیق از عصری برساند که در آن زندگی می‌کنند. امروز رسانه‌هایی نظیر ساینس‌دیلی و نیوساینتیست جزو پربازدیدترین رسانه‌های خبری در حوزه علم و فناوری محسوب می‌شوند؛ چراکه بیشتر مردم در سراسر دنیا در شرایط فعلی حاکمیت فناوری اطلاعات و ارتباطات، خواهان دریافت آخرین خبر از قدرت‌نمایی پژوهشکده‌های علمی و شرکت‌های فناوری در این عرصه هستند. بنابراین، می‌توان گفت روزنامه‌نگاران علم، نقش مهمی در هدایت فکری مردم دارند. این حرفه در ایران با چالش‌هایی از جمله نگاه نخبه‌گرایانه به علم، تلقی عوام‌زدگی از طرف دانشگاهیان در صورت مشارکت در تولید محتوای رسانه‌ای، همراه بوده و هست.

صمت به مناسبت روز خبرنگار در گفت‌وگو با کاظم کوکرم، روزنامه‌نگار علم و تحلیلگر اکوسیستم دانش‌بنیان به اساسی‌ترین چالش‌های خبرنگاران و روزنامه‌نگاران علم و فناوری در ترویج فرهنگ دانش‌بنیان و رسانه‌ای‌تر شدن اکوسیستم دانش‌بنیان پرداخته است.

شرح کامل این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

◉ اصلی‌ترین چالش روزنامه‌نگاران و خبرنگاران علم و فناوری در شفاف‌سازی اکوسیستم دانش‌بنیان چیست؟

باتوجه به توسعه روزافزون وب در سال‌های اخیر، استارت‌آپ‌های زیادی در جهان رشد کردند. در واقع، شاهد شکل‌گیری پلتفرم‌هایی شدیم که با تعداد افراد محدود به قشر کثیری از جامعه خدمات ارائه می‌دادند. آنها با تعداد کارمندان کم، رشد انفجارگونه‌ای را تجربه کردند و امروز نقش جدی در ارائه خدمات در سطح جهان دارند، اما از آنجایی که اکوسیستم استارت‌آپی کشور تا حد زیادی متاثر از فضای حاکم بر کشور است، روند دیگری را در توسعه استارت‌آپ‌ها در بستر زیست‌بوم دانش‌بنیان و شرکت‌های خلاق و نوآور در ایران شاهد بودیم؛ اینکه به‌دلیل تحریم‌ها، یک‌سری نیازهای فناورانه را باید در کشور پاسخ دهیم، زمینه‌ساز تعامل زیست‌بوم دانش‌بنیان با حوزه‌های سیاسی و اقتصادی کشور در سال‌های اخیر شد. این موضوع فعالیت روزنامه‌نگاران و خبرنگاران علم و فناوری در اکوسیستم دانش‌بنیان را با دشواری‌هایی همراه کرد. یکی از این چالش‌های امروز روزنامه‌نگاران علم و فناوری، کند شدن تیغ نقد آنها در برابر مسائل اکوسیستم دانش‌بنیان ازحیث پایش‌گری است. می‌دانیم که بخشی از کارکرد یک رسانه، نور انداختن روی نقاط تاریک یک فرآیند یا جریان اجتماعی است که موجب تضییع حقوق بخش بزرگی از جامعه شده؛ اینکه اگر اشکالی در سیاست‌گذاری یا شیوه حمایت از یک نهاد یا بخشی از مردم جامعه وجود داشته باشد، رسانه وظیفه اطلاع‌رسانی در آن زمینه را دارد. حق مردم است که بدانند مالیات و بودجه حاصل از فروش نفت کشورشان در مسیر توسعه دانش و فناوری چطور هزینه می‌شود. این در حالی است که پرداختن به حوزه دانش و فناوری در کشور آن هم با عینک نقد، در سال‌های اخیر با موضوع اقتدار و امنیت ملی گره خورده است، به‌طوری‌که وقتی دستیابی به فناوری‌های نو را در شرایط تحریم کنار این موضوع می‌گذاریم، در نگاه برخی مسئولان این نوع نقدهای اکوسیستم دانش‌بنیان در فضای رسانه با زیرسوال بردن اقتدار کشور در بحث فناوری مترادف می‌شود. مهم‌ترین استدلالی که از سوی برخی کارشناسان و مسئولان امر درباره نقدهای رسانه‌ای می‌شود، این است که باید نخبگان و فناورانی که مهاجرت نکرده‌اند و در بدنه تولید مانده‌اند و کشور فعالیت می‌کنند، ارج نهاده شوند و همین که تلاش می‌کنند، نباید دلسردشان کرد. این تصور به‌وجود آمده است که سرمایه و امکاناتی که صرف توسعه فناوری‌ها از جانب این پژوهشگران و نخبگان مهاجرت‌نکرده می‌شود، قاعدتا جای درستی صرف می‌شود و چرا باید فعالیت آنها موردواکاوی روزنامه‌نگاری قرار بگیرد که از جزئیات فنی بسیاری از مفاهیم فناورانه اطلاع ندارد. در چنین فضایی به غلط این‌طور تبلیغ می‌شود که کارکرد پایش‌گری رسانه برای زیست‌بوم دانش‌بنیان منفعتی ندارد و بلکه منجر به تضعیف توان مدیریتی در بدنه زیست‌بوم دانش‌بنیان می‌شود.

◉ روال استاندارد برخورد با یک گزارش انتقادی از سوی نهادهای بالادستی چیست؟

اگر اهمیت کار رسانه در زیست‌بوم دانش‌بنیان به‌خوبی درک شود، رسانه‌ها می‌توانند فرصت بزرگی به مدیران بدهند تا بخش‌های تاریک این اکوسیستم را با دقت ببینند. خبرنگاران و روزنامه‌نگاران حوزه علم و فناوری می‌توانند اشکالاتی را بازگو کنند که در شرایط عادی از چشم مردم و مسئولان دور مانده و این رسالت اصلی یک خبرنگار است. بنابراین، لازم است دیر یا زود، زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور ما به این بلوغ برسد که اگر با آنچه رسانه منتشر کرده است، موافق نیست، وظیفه پاسخگویی خود را به‌صورت حرفه‌ای انجام دهد، نه آنکه با پیش کشیدن سیاه‌نمایی از زیر پاسخ به رسانه فرار کند و به کار روزنامه‌نگار برچسب بزند. در واقع متولیان این اکوسیستم، چه مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان، چه مسئولان در نهادهای بالادستی باید آموزش ببینند که در مواجهه با یک گزارش انتقادی به‌جای اینکه به قضاوت کار خبرنگاران علم و فناوری بپردازند، پاسخگو باشند و از شفافیت عملکرد خود با ارائه ادله و اسناد لازم دفاع کنند. گزارشی منتشر می‌شود که مدیران زیست‌بوم دانش‌بنیان یا طرح‌های علم و فناری با محتوایش موافق نیستند، به‌آسانی و بنا به قانون می‌توانند جوابیه بدهند و دفاع کنند. این روال تعامل با رسانه است. حتی چه بهتر که اگر نقدی را وارد دیدند، درصدد رفع آن اشکال برآیند؛ البته که بعید هم نیست گه‌گاه روزنامه‌نگار یا رسانه‌ای به هر دلیلی شیطنتی هم کرده باشد و گزارشی از روی ناآگاهی یا در موارد معدود حتی با غرض‌ورزی منتشر شود؛ در کل، آموزش فعالان حوزه دانش‌بنیان نسبت به چگونگی کارکرد رسانه و تعامل با روزنامه‌نگاران و همین‌طور آگاه‌سازی جامعه از این اکوسیستم می‌تواند کمک خوبی برای پیشگیری از برخی کج‌روی‌های دوطرفه باشد.

◉ چقدر از این معضل، به فقدان ادبیات مشترک میان خبرنگاران و فعالان دانش‌بنیان برمی‌گردد؟

بی‌شک نبود زبان مشترک میان روزنامه‌نگاران علم و فناوری با فعالان دانش‌بنیان از دلایل اصلی بروز برخی چالش‌ها است. هنوز ادبیات تعامل با رسانه در زیست‌بوم دانش‌بنیان ما جایگاه خود را پیدا نکرده و علت این امر به فرآیند کار رسانه‌های داخلی ما نیز باز می‌گردد؛ کمیت بالای کار خبرنگاران و روزنامه‌نگاران علم و فناوری در رسانه‌ها موجب شده است که این‌دو به نقطه اشتراک مطلوبی در بیان زبان واحد نرسند. متاسفانه در بیشتر رسانه‌های کشور، کار خبرنگار با متر و معیارهای کمیتی سنجیده می‌شود و معمولا این فرصت به خبرنگار یا روزنامه‌نگار داده نمی‌شود که روی یک موضوع عمیق شوند و امکان انتشار گزارش‌های تحلیلی و تحقیقی عمیق را پیدا کنند. از این‌رو معمولا اتفاق ناخوشایندی که می‌افتد، این است که کیفیت یک گزارش یا خبر، فدای سرعت در انتشار می‌شود. بیشتر خبرنگاران هم ترجیح می‌دهند کارهای روزمره خود را برای حفظ امنیت شغلی پیش ببرند تا اینکه با دقت نظر و صرف مطالعه زیاد، گزارش تحلیلی پرمایه‌ای را به‌جای ۴، ۵ گزارش میان‌مایه منتشر کنند. در نتیجه، وقتی یک خبرنگار حوزه علم و فناوری با مدیر یک شرکت دانش‌بنیان مصاحبه می‌کند، فرصتی برای کسب جزئیات گسترده از آن حوزه خاص را ندارد که بتواند محقق یا مدیر مربوطه را به چالش نقد بکشاند و تنها به معرفی محصول و شرح اتفاق رخ‌داده می‌پردازد. این در حالی است که اشراف وسیع خبرنگاران علم و فناوری بر موضوعات علمی اهمیت بسیار زیادی دارد. عدم‌اشراف کافی به موضوع موجب سوختن سوژه‌ها می‌شود. درست است که این روزها بسیاری از خبرنگاران ما، زمان‌هایی را که خارج از ساعت کاری باید صرف توسعه فردی و خانواده خود کنند، مشغول مطالعه درباره حوزه خود هستند؛ این فضیلت و حتی وظیفه خبرنگار است، اما آیا می‌توان از همه خبرنگاران این انتظار را داشت که از زمان شخصی و استراحت خود برای بهبود کیفیت شغلی بگذارند، آن هم بدون هیچ پاداش و تشویقی از سوی رسانه و جامعه؟ معتقدم ما نیازمند یک تغییر در روال کار رسانه‌ای هستیم. مدت‌زمان مطالعه و تحقیق خبرنگاران برای مطالعه و عمیق شدن روی یک حوزه خاص باید جزو کارکرد آنها در رسانه‌ها در نظر گرفته شود و در ادامه، به‌طبع زمانی هم برای آماده‌سازی و تنظیم مصاحبه‌ها و گزارش‌های‌شان لحاظ شود. این همان مسئله‌ای است که مدیران مسئول و سردبیران رسانه‌ها باید اهمیت آن را درک کنند؛ خبرنگار، ماشین تایپ و پرینتر نیست! کار خبرنگار فقط نوشتن نیست.

◉ یک خبرنگار علم و فناوری چگونه باید بخش‌های انتقادبرانگیز اکوسیستم دانش‌بنیان را به جامعه و مسئولان انتقال دهد؟

روزنامه‌نگاران و خبرنگاران باید دقت کنند که وظیفه‌شان متفاوت از یک روابط‌عمومی زیست‌بوم دانش‌بنیان است. نباید بنا بر اطلاعاتی که دریافت می‌کنند، فقط به تعریف و تمجید دستاوردهای این اکوسیستم بپردازند. مهم است که در کنار توصیفات تبلیغاتی، نگاهی هم به معضلات و ایرادات اکوسیستم داشته باشند. متاسفانه بسیاری از خبرهایی که در رسانه‌ها امروزه در حوزه دانش‌بنیان منتشر می‌شود، تنها جنبه تشویقی و تاییدی دارد. برای مثال، در جشنواره نانو و رسانه اغلب آثار دریافتی در دبیرخانه فقط رنگ بوی تایید و تمجید از این اکوسیستم دارد. سوال این است، آیا واقعا فناوران ایرانی در عرصه نانو با چالشی مواجه نیستند؟ یا این سیستم معضلی ندارد که بتوان درصدد بازگو کردن و رفع آن در فضای رسانه‌های برآمد؟ بنابراین، هم جامعه و زیست‌بوم دانش‌بنیان و هم روزنامه‌نگاران این نکته را باید درنظر بگیرند که کارکرد رسانه در پرداختن موضوعات دانش‌بنیان، فرصت مهمی است که کمتر بخش‌هایی در جامعه به این اکوسیستم می‌پردازند.

◉ مدیران مسئول و سردبیران چه وظیفه‌ای در ارائه چهره واقعی اکوسیستم دانش‌بنیان برعهده دارند؟

بی‌شک حمایت و دفاع از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران می‌تواند عنصر حیاتی در مسیر شفاف‌سازی فرآیندهای زیست‌بوم دانش‌بنیان از طریق رسانه‌ها باشد. مدیران مسئول و سردبیران باید از کار خبرنگاران در مواردی که مشغول تدوین یک گزارش تحلیلی یا تحقیقی با رویکرد انتقادی هستند، حمایت و دفاع کنند. فعالان زیست‌بوم دانش‌بنیان و یا هر پروژه علمی و فناوری دیگری در کشور بدانند که اگر کارشان را درست انجام ندهند، ، رسانه‌ها می‌توانند عملکرد آنها را به‌چالش بکشند و از آنها در برابر حق جامعه بر گردن آنها مطالبه‌گری کنند؛ متاسفانه جای خالی چنین فرآیندی در رسانه‌های امروز ما به‌شدت احساس می‌شود. البته می‌دانم محدودیت بودجه برای جذب نیرو در رسانه‌ها موجب شده است فشار کار برای خبرنگاران بسیار بالا باشد. از طرفی، خبرنگار هم ناچار است کارکرد خود را به آن میزان کمیتی از خبر و گزارش که ملزم به ارائه آن است، برساند. در چنین شرایطی، دیگر نمی‌توان انتظار رعایت استانداردهای بالای تهیه خبر و گزارش را داشت. بنابراین، لزوم تغییر فرآیند کار و ارزشیابی عملکرد خبرنگاران از سوی مدیران رسانه‌ها حداقل انتظاری است که می‌تواند تاحدی به بهبود کیفیت کار روزنامه‌نگاران علم و فناوری کمک کند.

◉ مسئولیت روابط‌عمومی‌های نهادهای متولی اکوسیستم دانش‌بنیان را در تعامل با خبرنگاران علم و فناوری، چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بی‌شک در همه‌جای دنیا وقتی روزنامه‌نگار یا خبرنگاری منفعت یک نهاد را به‌خطر می‌اندازد و عملکردش را به‌چالش می‌کشد، به‌طورقطع روابط‌عمومی آن نهاد را به پاسخگویی وامی‌دارد.

در بیشتر مواقع، حاصل کار ما روزنامه‌نگارها، قرار نیست، چیزی باشد که موردتعریف و تمجید روابط‌عمومی‌های سازمان‌های حوزه خبری‌مان قرار بگیرد. هرچند اگر روزنامه‌نگار بتواند کار خود را در همکاری با روابط‌عمومی به‌درستی انجام دهد، حاصل این فرآیند به‌نفع سازمان‌ها و روابط‌عمومی‌ها نیز خواهد بود. به چالش کشیدن یک نهاد و فرآیند پاسخ‌دهی معمولا به ۲ شکل اتفاق می‌افتد؛ در روش نخست، بعد از انتشار گزارش، مسئول و مدیر مربوطه به استناد گزارش منتشرشده با ذکر نام رسانه و روز گزارش، در پاسخ و دفاع از خود به شرح موضوع می‌پردازد و با انتشار جوابیه در همان رسانه، رفع ابهام می‌کند.

در حالت دوم، هنگام تهیه یک گزارش انتقادی، خبرنگار مربوطه لازم است نقد مطرح‌شده را با نهاد مربوطه در میان بگذارد و پاسخ بخواهد تا با دریافت آمار، گزارش منصفانه و شفاف‌تری را منتشر کند. سازمان موردسوال قرارگرفته به این ترتیب با ارائه آمار و ادله از عملکرد خود دفاع می‌کند و رسانه هم باید این فرصت را در اختیار نهادها بگذارد. این در حالی است که ضعف سازمان‌ها در ارائه اطلاعات به خبرنگار از سوی روابط‌عمومی‌های آنها و تلاش برای وارد کردن خبرنگاران به مسیر طولانی بروکراسی اداری، چالشی است که بیشتر خبرنگاران علم و فناوری با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند. بی‌شک، اگر آمار و اطلاعات خبرنگاران بیشتر باشد، درصد اشتباهات خبرنگاران هم کمتر می‌شود. متاسفانه این فرآیند هنوز جا نیفتاده است. این را هم باید در نظر بگیریم که تنظیم اطلاعات و تدوین آمار فرآیندی است که حتی خود روابط‌عمومی‌ها هم شاید نتوانند از سازمان متبوع خود دریافت کنند یا اجازه تدوین آن را داشته باشند.

> اگر اهمیت کار رسانه در زیست‌بوم دانش‌بنیان به‌خوبی درک شود، رسانه‌ها می‌توانند فرصت بزرگی به مدیران بدهند تا بخش‌های تاریک این اکوسیستم را با دقت ببینند

> متاسفانه در بیشتر رسانه‌های کشور، کار خبرنگار با متر و معیارهای کمیتی سنجیده می‌شود و معمولا این فرصت به خبرنگار یا روزنامه‌نگار داده نمی‌شود که روی یک موضوع عمیق شوند

یادداشت



معرفی یک مسئولیت حیاتی

اشکان چکاک
مدیر یک شتاب‌دهنده

در جهان امروز که مهم‌ترین ویژگی آن تغییرات گسترده، افزایش پیچیدگی و رقابت است، سازمان‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان از اهمیت بسزایی برخوردارند. سازمان‌های دانش‌بنیان محلی برای تبدیل ایده‌های جدید به محصولات و خدمات مشتری‌پسند هستند و برگ برنده آنها؛ خلاقیت، نوآوری، انعطاف‌پذیری و انگیزه بالای موسسان است. دانش روابط‌عمومی زمانی که مهارت‌های اجرایی و تخصص‌های کلیدی و حرفه‌ای را کنار هم قرار می‌دهد، در پی آن است که استراتژی روابط‌عمومی را در درون و بیرون از سازمان پشتیبانی کند. بنابراین، انتظار می‌رود ماموریت و کارکرد روابط‌عمومی در سازمان‌های مدرن، همواره به‌گونه‌ای بازتعریف شود که در مسیر بهره‌گیری از فناوری‌های روزآمد و به‌ویژه فناوری اطلاعات (IT) قرار داشته باشد تا بتواند نقش تسهیلگری خود را فعالانه میان سازمان، محیط و ذی‌نفعانش برقرار سازد.

نقش روابط‌عمومی در شرکت‌های نوپا نسبت به شرکت‌های باسابقه تاحدی متفاوت است، در حقیقت این نقش حیاتی‌تر است. اگر استارت‌آپ شبیه بدن انسان باشد، واحد تولید، قلب آن و واحد مدیریت و استراتژی، مغز آن به‌حساب می‌آید. حال هرچقدر این دو منظم فعالیت کنند، اما روابط‌عمومی که چهره و صدای آن است، وجود نداشته باشد یا خوب کار نکند، در نهایت به هدف خود که توسعه در بازار است، نمی‌رسد. به‌طورکلی، بدون روابط‌عمومی، استارت‌آپ‌ها نمی‌توانند از ظرفیت‌های خود بهره کافی بگیرند. بنابراین شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها به بخش روابط در دل مجموعه خود احتیاج دارند. از آنجایی که همواره استارت‌آپ‌ها دارای یک حاشیه امن هستند، نخستین اشتباه، آخرین اشتباه است، بنابراین باید سنجش دقیقی در فعالیت‌های خود به‌خرج دهند.

آمارها نشان داده است که بیشترین آسیبی که استارت‌آپ‌ها متحمل شدند، فناوری و نیروی انسانی نبوده، بلکه به‌دلیل نبود نقشه منسجم در بخش روابط‌عمومی شکست خوردند. به‌همین دلیل، نقش روابط‌عمومی در توسعه و پیشرفت یک استارت‌آپ انکارنشدنی است. بیشتر رهبران استارت‌آپ‌ها در کشور ما این‌گونه تصور می‌کنند که ایده و نحوه معرفی آن اهمیت بیشتری دارد، در حالی که حاصل فعالیت یک روابط‌عمومی فعال را می‌توان در پیروزی در بازار دید. به‌طورمعمول، این افراد در حوزه فناوری تبحر زیادی دارند و از نبود روابط‌عمومی در بدنه خود ضربه‌های بسیاری خورده‌اند.

به‌اعتقاد من، روابط‌عمومی باید هماهنگی و تعادل میان بازار، مردم و رسانه ایجاد کند و در واقع موارد گفته‌شده، ۳ ضلع اصلی فعالیت یک روابط‌عمومی استاندارد است. مردم در این مثلث اهمیت زیادی دارند. عموم مردم باید درباره یک برند حتی اگر جامعه هدف آن محصول خاص هم نباشند، دید مثبتی داشته باشند و اگر این اتفاق نیفتد، بی‌شک آن کسب‌وکار در مسیر نزولی قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، رسانه هم اهمیت دارد؛ مدیر یک روابط‌عمومی باید بداند چه رسانه‌هایی در چه حوزه‌هایی فعال هستند و چند درصد آنها توسط مخاطبان هدف آن استارت‌آپ، خوانده می‌شوند. نبود سرمایه یکی از ویژگی‌های اصلی استارت‌آپ‌ها به‌ویژه در بدو تاسیس آن است، به‌همین‌دلیل صاحبان و رهبران آن باید در هزینه‌کرد تبلیغات خود، دقت بالایی داشته باشند. از آنجایی که شاید هزینه تبلیغات گران‌نرخ نظیر تبلیغات تلویزیونی را نداشته باشند، باید خودشان مخاطب هدف را پیدا و کانال رسانه‌ای بهینه را رصد کنند که این فعالیت‌ها در حوزه روابط‌عمومی است. به‌اعتقاد من، روابط‌عمومی در شرکت‌های بزرگ‌تر به‌طورقطع پرکارتر و وسیع‌تر است، اما نقش آنها در استارت‌آپ‌ها و شناخت آنها در بازار حیاتی‌تر است. از سوی دیگر، روابط شرکت‌های نو با بازار بسیار مهم است که این فرآیند هم از کانال روابط‌عمومی می‌گذرد؛ چراکه این شرکت‌ها به‌عنوان تازه‌کارهای بازار فعالیت می‌کنند و باید خود را نشان بدهند تا روابط‌شان با فعالان بازار سر و سامان گیرد و تصویر استانداردی از خود برجای بگذارند. به‌عبارت‌دیگر، برای شکل‌گیری زنجیره تامین، این روابط‌عمومی است که می‌تواند اثر زیادی داشته باشد. وظیفه روابط‌عمومی در استارت‌آپ‌ها یا شرکت‌های دانش‌بنیان عبارت است از شناسایی رسانه‌های حوزه کسب‌وکار، تولید رپورتاژ آگهی در حوزه‌های تاثیرگذار و مرتبط، شناسایی کمپین‌ها، دوره‌ها، نمایشگاه‌ها و رویدادهای مختلف، تقویت ارتباط با خبرنگاران و کارشناسان حوزه، تامین محتوای ماهانه مناسب با نوع کسب‌وکار و آشنایی با قوانین و مدیریت شبکه اجتماعی استارت‌آپ‌ها؛ همچنین، تولید محتوای منظم در کانال‌های رسانه‌ای و آرشیو کردن ارتباطات و مرتبط با سازمان‌ها برای کسب حمایت هم از دیگر وظایف روابط‌عمومی به‌شمار می‌رود.

افزون بر اینکه، یک شرکت دانش‌بنیان باید دارای تولیدات خوب و درجه بالا باشد، نحوه معرفی آن به بازار هم اهمیت دارد. به‌اعتقاد من، اگر کسب‌وکارهای نو از نیروی روابط‌عمومی برخوردار نباشند، ممکن است که رقبای قوی‌تری پیدا کنند و از میدان به‌در شوند. همچنین، اگر نتوانند در بازه مناسب خود را به هدف مدنظر قرار داده‌شده برسانند، ممکن است ورشکستگی و بحران مالی را تجربه کنند و رقبای جدید با ایجاد شبکه در بازار، گوی سبقت را از آنها بربایند؛ به‌همین‌دلیل، علاوه بر داشتن محصول خوب و باکیفیت، باید معرفی استانداردی هم در بازار به‌واسطه بخش روابط‌عمومی داشته باشند.



عکس: صمت

کارشناسان با انتقاد از ساختار نظام پولی-بانکی ایران مطرح کردند

بانک مرکزی یا صندوق اعانه دولتی

سیرآنوش موسوی: سال‌هاست که تلاش دولت‌ها برای استقلال بانک مرکزی با هدف مهار تورم و ممانعت از ورود بانک مرکزی به ورطه زدوبندهای سیاسی به نتیجه نرسیده و به گواه کارشناسان، بانک مرکزی در ایران مستقل نیست و موانع زیادی پیش روی استقلال این ارگان پولی-بانکی وجود دارد.

بسیاری با انتقاد از عملکرد بانک مرکزی معتقدند این ارگان، به کارگزار دولت یا صندوق اعانه دولتی تبدیل شده است. به‌نظر می‌رسد دولتی بودن اقتصاد ایران، اصلی‌ترین مانع در مسیر استقلال بانک مرکزی است؛ اقتصادی که همواره با فشار بر منابع بانک مرکزی، تاثیرات منفی بر جریان نقدینگی و ثبات اقتصادی گذاشته است. صمت در این گزارش با بررسی ساختار نظام پولی-بانکی ایران به دلایل عدم استقلال بانک مرکزی از نگاه کارشناسان پرداخته است.

ایران رکورددار تورم در دنیاست

کامران نـدری، اقتصـاددان و تحلیلگر مسـائل اقتصادی در گفت‌وگو با صمت، اسـتقلال بانک مرکزی را مترادف ملاحظات سیاسـی دانسـت و گفت: گاهی دولت‌ها با هدف نشـان دادن وفـاداری به حاکمیت تعهدات مالـی‌ای را می‌پذیرند که منابع مالـی کافی برای اجرای این تعهـدات وجود ندارد؛ از همین رو چاره‌ای جز فشـار وارد کردن به نظام پولی و بانکی برای تامین منابـع این تعهدات وجـود ندارد. بر این اسـاس می‌توان گفت دولت‌ها مستقیم و غیرمستقیم، هزینه‌های خود را از طریق خلق پول تامین می‌کنند. این در حالی که دولت‌ها در سایر کشورها برای جلوگیری از ایجاد هر گونه فضایی که منجر به تاثیرپذیری و تاثیرگذاری، نظام پولی و بانکی بر یکدیگر شود، سیستم بانک مرکزی را به‌گونه‌ای طراحی می‌کنند که کاملا مستقل باشد. در عین حال عضویت این نهاد در نظام حاکمیتی اقتصاد پابرجاست. به‌بیانی امروز دولت‌ها به این سـطح از بلوغ رسـیده‌اند که عدم اسـتقلال بانک مرکزی نتایج مطلوبی به همراه نخواهد داشت. ندری با تاکید بر اینکه وجود تورم مزمن در کشور ناشی از عدم استقلال بانک مرکزی است، افزود: ایران رکورددار تورم ۵۰ساله در دنیاسـت و متاسفانه هیچ یک از دولت‌ها در سایه تصمیمات و شـرایط سیاسی، اسـتقلال بانک مرکزی را نپذیرفتند. به یاد دارم محمدحسین عادلی در دوره ریاست بر بانک مرکزی (دهه ۷۰) یادداشـتی درباره لزوم اسـتقلال بانک مرکزی نوشت، اما تا امروز نیز این مهم محقق نشـده اسـت. این تحلیلگر مسائل اقتصادی ادامه داد: کشـورهای پیشرفته شـرایط ویژه‌ای برای انتخاب اعضـای بانک مرکزی در نظر گرفته‌اند؛ به این معنا که اعضای بانک مرکزی متناسـب با مکانیسـمی مشخص انتخاب می‌شوند، اما این افراد تابع نظر رئیس‌جمهوری نیستند و رئیس دولت در دوره کاری حداقل ۱۴سـاله آنها قدرت عزل‌شـان را ندارد. سیسـتم نوعی طراحی شده که بانک مرکزی در عین استقلال باید پاسخگو باشد و شفاف عمل کند.



الگوهای اسـتقلال بانک مرکزی

وی بـا اشـاره بـه الگوهای متعدد برای اعمال سیاسـت اسـتقلال بانک مرکـزی تصریح کـرد: ایران ضعیف‌ترین سـاختار بانک مرکـزی را دارد. به‌نظر مـن انتخاب رئیس کل بانک مرکـزی در ایران چندان اهمیت ندارد، چراکه سـاختار تصمیم‌گیری به‌شکلی نیست که رئیس بانک مرکزی قادر به تصمیم‌گیری مسـتقل باشـد و در نهایت فشـارهای بیرونی بر تصمیمات رئیس غالب می‌شـوند. به‌گفته این کارشناس اقتصاد رئیس کل بانک مرکزی نباید تحت تاثیر ملاحظات سیاسـی قرار بگیرد. بانک مرکزی باید ورای شعارها و تصمیمات سیاسـی حاکمیـت عمل کند و هر مشـکلی که پیش آمد نباید سـراغ خلق پول برود و از طریق مالیات تورمی کسـری بودجه را جبران کند؛ به‌عبارت شـفاف‌تر بانک مرکزی نباید اجازه چاپ پول برای تحقق اهداف سیاسی را بدهد. ندری تصریح کرد: گاهی به‌نظر می‌رسد بار عدم استقلال بانک مرکزی بر دوش مردم است و مردم هزینه‌های دولت را در قالب افزایش نـرخ تورم پرداخـت می‌کنند. در ادبیات علمـی و اقتصادی به این شیوه پرداخت، مالیات تورمی گفته می‌شود که سال‌هاست دامن اقتصاد ایران را گرفته است.

وی تاکید کرد: اسـتقراض دولت‌هـا از بانک مرکزی و اجرای فرامین بالادسـتی و خلق پول، سیاسـت‌هایی هسـتند که در نهایت به افزایش نرخ تورم می‌انجامد.

سیطره دولت بر بانک مرکزی عیان است

علی سـعدوندی، کارشـناس اقتصاد در گفت‌وگو با صمت، با تاکیـد بر اینکه بانک مرکزی در ایران استقلال ندارد، گفت: سیطره دولت بر بانک مرکزی بر کسی پوشیده نیسـت. تسلط بر این بانک به‌حدی اسـت که رئیس آن خود را فرمان‌بردار معاون اول رئیس‌جمهوری معرفی می‌کند؛ در حالی که طرح چنین سخنانی ازسوی رؤسای بانک مرکزی در دنیا سـابقه نداشته اسـت. در پیش گرفتن چنین سیاست‌هایی باعث شده طولانی‌تریـن دوره تـورم تاریخ بشـر را در ایران تجربه کنیـم. وی تصریح کرد: بانک مرکزی در ایران وجود خارجی ندارد و به صندوق اعانه دولتی تبدیل شـده و هر زمان که دولت با کسـری بودجه مواجه شد، می‌تواند با دست کردن در جیب بانک مرکزی از آن پول برداشت کند.

تامین منابع مالی طرح‌های دولتی

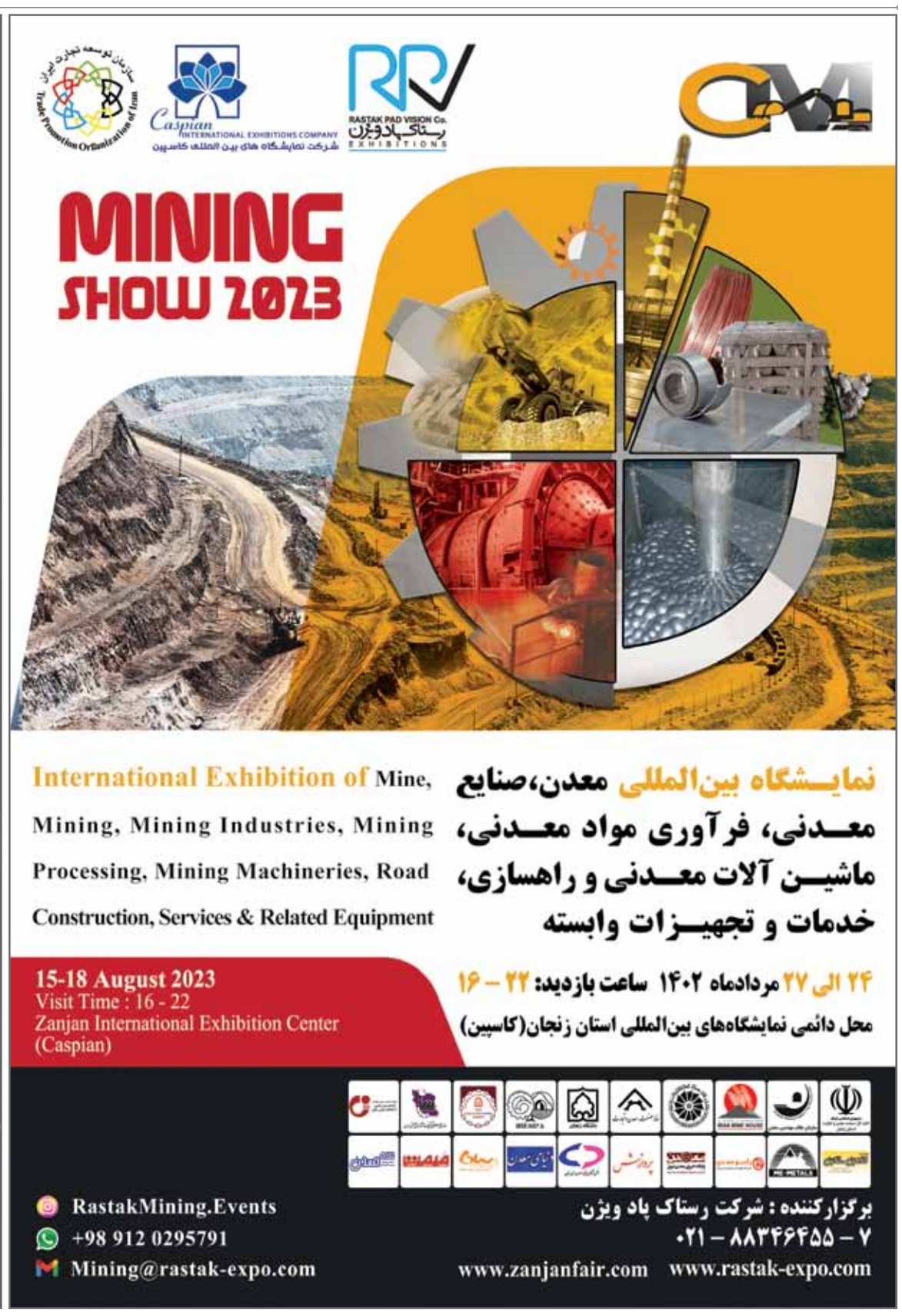
این کارشـناس اقتصاد ادامه داد: مسـئولان دولتی در اظهارنظرهای خود می‌گویند بانک مرکزی باید منابع مالی طرح‌های دولتی را تامین کند. این روال نامیمون همواره در اقتصاد ایران حاکم بوده، به‌طوری که دولت بعد از فروش نفت ارز را به بانک مرکزی تحویـل و از ایـن بانک ریال می‌گیرد. در واقع بانک مرکـزی از محل چاپ پول بدون پشـتوانه ریال به دولت تحویل می‌دهد. سـعدوندی بانک مرکزی ایران را ناموفق‌ترین بانک مرکزی دنیا معرفی و خاطرنشـان کرد: بانک مرکزی ایران بدترین عملکرد را در ۵۰ سـال گذشته داشته و در این سـال‌ها بدون توقف اقدام به چاپ پول کرد و حتی یک سـال هم این روند را متوقف نکرد. به‌نظر می‌رسـد شرایط بانک مرکزی در دولت سیزدهم به‌مراتب دشوارتر از گذشته شده و شاید در ۲ سال آینده حال ناخوش بانک مرکزی بدتر هم شود. این مهم را می‌توان به‌خوبی با نوسان‌های نرخ ارز و تورم موجود در کشور درک کرد. وی با انتقاد از ساختار قانونی بانک مرکزی، گفت: ساختار قانونی بانک مرکزی در ایران به‌گونه‌ای طراحی شـده که این نهاد اسـتقلال لازم را نداشـته باشـد، اما در این میان شـخصیت رئیس کل بانک مرکزی نیز مهم است. وقتی رئیس کل بانک مرکزی به‌صورت تلویحی اعلام می‌کند من در خدمت مردم نیستم و مجری دسـتورات معاون اول رئیس‌جمهوری هسـتم، چراکه او من را انتخاب کرده، نه مردم، نباید انتظار بهبودی شرایط را داشت. بانک مرکزی ایران اگر در شرایط تحریم نبود، باز هم حرفی برای گفتن نداشت و عملکرد آن با تمام اصول بانکداری در دنیا در تعارض اسـت. بانک مرکزی در دنیا حافـظ حقوق مردم و وظیفه اصلی‌اش حفظ ارزش پول ملی است، این در حالی اسـت که وظیفه اصلی بانک مرکزی در ایران انتشـار و چاپ پول بدون پشتوانه و قرار دادن آن در اختیار دولت برای جبران کسـری بودجه است. وی افزود: حتی کارکرد کارویژه بانک مرکزی به سـخره گرفته شـد و براساس شواهد، مسئولان ارشد کشور تمایلی به اصلاح و توقف این روند ندارند. وی با اشـاره به نقش بانک مرکزی روسـیه در ثبات ارزش پول ملی این کشـور گفت: روسـیه نیز مانند ایران تحت تحریم است، اما رئیس بانک مرکزی این کشور توانست شرایط باثباتی را برای حفظ ارزش پول این کشـور ایجاد کند. رئیس بانک مرکزی روسـیه اصول علم اقتصاد را اجرا و به آن عمل می‌کند. همچنین استقلال کافی برای تصمیم‌گیری خارج از فشارهای حاکمیتی دارد. اگر تجربه بانک مرکزی روسیه در ایران تکرار می‌شد، بدون تردید ما هم می‌توانستیم ارزش پـول ملی خود را حفظ کنیم؛ هرچند به نظر بنده عدم موفقیت در حفظ ارزش پول ملی نسبت چندانی با تحریم‌های بین‌المللی ندارد.



سخن پایانی

هدف کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه از استقلال بانک مرکزی، کنترل حجم نقدینگی اسـت. تـا زمانی‌که نقدینگـی اضافی از اقتصاد حذف نشـود، نمی‌توان انتظار مهار تورم را داشـت؛ به‌عبارت دیگر بانک‌های مرکزی در دنیا، دو مسـئولیت بزرگ دارند که شامل سیاسـت‌گذاری پولی و ارزی و نظارت بر فعالیت بانک‌ها می‌شـود. وقتی ۸۰ درصد اقتصاد ایران دولتی اسـت، نمی‌توان انتظار داشت بانک مرکزی در برابر خواسته‌های دولت مقاومت کند. کارشناسان معتقدند اقتصاد دولتی در هر کشوری، مانع اصلی در برابر استقلال بانک مرکزی اسـت؛ بنابراین در صورت اصلاح سـاختار اقتصاد، رفتـار بنگاه‌های اقتصادی و بانک‌ها نیز به‌تناسب آن تغییر خواهد کرد.





برداشت مکانیزه برنج در گیلان آغاز شد

فناوری به کمک شالیکاران آمد

به هیچ عنوان نمی‌توان مزایای تکنولوژی را در جنبه‌های مختلف زندگی انسان نادیده گرفت. صنایع مختلفی در جهان وجود دارند که به دلیل به‌کاربردن فناوری‌های جدید، متحول شده‌اند. یکی از این صنایع کشاورزی نام دارد. تجهیزات و ماشین‌آلات مختلفی در حوزه کاشت، داشت و برداشت محصولات مورد استفاده قرار می‌گیرند. خوشبختانه روز به روز بر تعداد کشاورزانی که از تکنولوژی در کاشت و برداشت محصولات استفاده می‌کنند افزوده می‌شود. اما هنوز در برخی از کشورها، ترجیح می‌دهند از روش‌های سنتی اقدام به پرورش محصولاتی مانند برنج و غلات کنند. این در حالی است که فناوری‌های جدید می‌توانند محصولات را از نظر کمی و کیفی بهبود ببخشند. برداشت مکانیزه برنج در گیلان درحالی آغاز شد که به گفته بسیاری از کارشناسان می‌توان با بهره‌گیری از این روش‌های فناورانه تنش آبی در استان پر بارانی مثل گیلان را مدیریت کرد. از سوی دیگر براساس اخبار سد سفیدرود در دهه‌های اخیر ۴۵ درصد کاهش آورده داشته که برای برون‌رفت از این مشکلات باید با رویکرد علمی ارقامی تولید کرد که ایران بتواند به امنیت غذایی پایدار برسد.



گروه استان‌ها
editor@smtnews.ir

برنج نماد گیلان است

استان گیلان ۲۳۸ هزار هکتار عرصه شالیزاری دارد و یکی از استان‌های تاثیرگذار در تامین برنج کشور است که رتبه اول و دوم رادر حوزه سطح زیر کشت و تولید را دارد. بیشترین ارقام کشت شده در استان بومی و عمدتا هاشمی، علی کاظمی، دم سیاه و بی‌نام است افزود: جهاد کشاورزی با برنامه‌ریزی و توجه به رویکرد علم و دانش در امسال به‌دنبال ورود علم و دانش به عرصه کشت برنج است. تنش آبی درسال زراعی پیش‌رو همانند سال گذشته بر شالیزارهای گیلان سایه گسترانیده، مسئله‌ای که مسئولان و کارشناسان بخش کشاورزی استان از چندماه گذشته هشدار داده‌اند و بر نقش مهم مدیریت فنی مزرعه توسط شالیکاران و گردانندگی آب به وسیله نهادهای متولی برای گذر از این بحران آبی تاکید دارند. برنج؛ نماد گیلان و مهم‌ترین منبع درآمد کشاورزان این خطه به شمار می‌رود آنگونه که برنج و برنجکاری، همه ابعاد زندگی روستائیان مناطق جلگه‌ای این استان را تحت‌تاثیر خود قرار داده است.

بازار برنج گیلان مدیریت می‌شود

استاندار گیلان با بیان اینکه بازار برنج استان مدیریت می‌شود، گفت: افزایش بهره‌وری از مسیر مکانیزاسیون کردن می‌گذرد. در این زمینه دانش‌پایه کردن کشاورزی گیلان بسیار اهمیت دارد و باید در اولویت قرار گیرد. به گزارش مهر، اسدالله عباسی در آیین ملی برداشت مکانیزه برنج، با تاکید بر لزوم علمی کردن صنعت کشاورزی اظهار کرد: دانش افزایی در همه بخش‌ها بویژه حوزه کشاورزی جواب مثبت می‌دهد و علمی کردن صنعت کشاورزی منجر به کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری می‌شود. استاندار گیلان گفت: شاخص سرمایه گذاری در این استان رشد قابل توجهی دارد. نرخ سرمایه‌گذاری در کشور ۴۱ درصد بوده که این رقم در گیلان به ۴۷ درصد رسیده است. عباسی با بیان اینکه گیلان در حوزه کشاورزی سرآمد استان‌های شمال کشور است، گفت: اقتصاد گیلان بر پایه کشاورزی و فرآورده‌های کشاورزی است. وی با تاکید بر لزوم توجه به افزایش بهره‌وری در بخش کشاورزی، افزود: تسطیح اراضی شالیزاری، علمی کردن کشاورزی و استفاده از ارقام پرمحصول و مقاوم راهکار مناسبی برای افزایش بهره‌وری محصولات کشاورزی است. استاندار گیلان با بیان اینکه مکانیزاسیون کردن کشاورزی در استان بسیار اهمیت دارد، گفت: مکانیزه کردن نشا و برداشت و فرآوری در کشاورزی بویژه برنج سبب کاهش هزینه‌ها در سطح و افزایش بهره‌وری می‌شود. عباسی با اشاره به وجود ۲۳۸ هزار هکتار اراضی شالیزاری در گیلان، اضافه کرد: استفاده از ارقام جدید «آنام» در این سطح از اراضی شالیزاری گیلان سبب افزایش بهره‌وری می‌شود. وی با اشاره به تولید سالانه ۷۵۰ هزار تن برنج در گیلان افزود: با استفاده از رقم پرمحصول «آنام» می‌توان میزان تولید را به حدود یک میلیون تن در سال رساند. استاندار گیلان با بیان اینکه تا ۴ ماه آینده برنج وارد نمی‌شود، گفت: اجازه نمی‌دهیم هیچ برنجی وارد گیلان شود تا کشاورزان با خیال راحت به برداشت و فروش محصول بپردازند. عباسی با بیان اینکه بازار برنج گیلان مدیریت می‌شود، اضافه کرد: همراهی و همدلی مسئولان، کشاورزان و شالیکوبی‌ها و فروشندگان برنج می‌توان بازار را مدیریت کرد. وی با تاکید بر لزوم پرداخت خسارت به کشاورزان، افزود: بیمه کشاورزی خسارات شالیزاران را پرداخت کند.

استاندار گیلان با اشاره به اینکه هیچ فاصله‌ای با کشاورزان نداریم، گفت: تلاش کشاورزان با هیچ مزد و مواجبی قابل جبران نیست. عباسی با بیان اینکه دولت نگاه حمایتی به کشاورزان دارد، اضافه کرد: اجازه نمی‌دهیم که آسیب به کشاورزان وارد شود.

> مکانیزه کردن نشا و برداشت و فرآوری در کشاورزی به‌ویژه برنج سبب کاهش هزینه‌ها در سطح و افزایش بهره‌وری می‌شود

خودکفایی در بخش برنج دور از انتظار نیست

رئیس سازمان جهاد کشاورزی گیلان با اشاره به خرید ۷۰۰ تن برنج مازاد در استان گفت: خودکفایی در بخش برنج دور از انتظار نیست. صالح محمدی در این مراسم اظهار کرد: کشاورزی به‌ویژه محصول برنج یکی از مولفه‌های اصلی اقتصاد و اشتغال گیلان به شمار می‌رود. وی با اشاره به نقش مهم کشاورزی در توسعه و پیشرفت گیلان، افزود: گیلان را با محصولات برنج، چای، زیتون، کیوی و مرکبات می‌شناسند. بنابراین فناوری باید جای خود را در میان کشاورزان باز کند. رئیس سازمان جهاد کشاورزی گیلان با بیان اینکه زراعت برنج با فرهنگ این مرز و بوم عجین شده است، گفت: زراعت برنج در گیلان فقط حرفه و شغل درآمدی نیست بلکه پیوست فرهنگی دارد. محمدی با تاکید بر لزوم توجه به موضوع اشتغال کشاورزی و توجه به اقتصاد در این بخش، بیان کرد: توجه به دانش پژوهی و علمی کردن حوزه کشاورزی مورد تاکید سازمان جهاد کشاورزی است. رئیس سازمان جهاد کشاورزی گیلان با اشاره به معرفی رقم جدید «آنام» بیان کرد: «آنام» در ادبیات محلی و فرهنگ بومی به معنای مادر است و هیچ مقامی بالاتر از مادر در فرهنگ وجود ندارد. محمدی با اشاره به مزیت‌های رقم پرمحصول «آنام» بیان کرد: محصول «آنام» زودبازده و مقاوم بوده و بسیار پرمحصول و با کیفیت است. وی با بیان اینکه در حوزه برنج می‌توانیم به خودکفایی برسیم، افزود: استفاده از ارقام پرمحصول، بکارگیری فنون و روش‌های علمی و پژوهشی و همچنین مکانیزه کردن کشاورزی، ملزومات رسیدن خودکفایی در بخش برنج است. رئیس سازمان جهاد کشاورزی گیلان با اشاره به تغییرات اقلیمی در جهان، کشور و همچنین این استان، اضافه کرد: در سال گذشته بیش از ۱۰۰ هکتار نشا برنج در نوبت دوم و کشت مجدد در گیلان انجام گرفت که پیش‌بینی می‌شود امسال هم این رقم افزایش یابد. محمدی با اشاره به چالش جدی آب کشاورزی در دو سال گذشته، بیان کرد: با مدیریت خوب منابع آبی و تشکیل قرارگاه جهادی، گیلان در بخش تامین منابع آب کشاورزی سربلند بیرون آمد. وی از توجه و پایبندی ۸۵ درصدی جامعه کشاورزی به تقویم زراعی خبر داد و افزود: همراهی مردم و کشاورزان در رعایت تقویم زراعی منجر به توفیقات ارزشمند در حوزه کشاورزی گیلان شد.

رئیس سازمان جهاد کشاورزی گیلان با بیان اینکه فقط ۱۰ درصد برنج کشورها در نظارت جهانی و لیست صادرات قرار دارد، گفت: زراعت برنج با چالش جدی مواجه است و عمدتا مصرف برنج در خود کشورهای تولیدکننده صورت می‌گیرد و در آینده نزدیک هیچ جایگاهی در سبد صادرات نخواهد داشت. محمدی از خرید ۷۰۰ تن برنج مازاد در گیلان خبر داد و اضافه کرد: خرید برنج ندا، فجر و شیرودی چند روز است که در گیلان آغاز شده است.

> استفاده از ارقام پرمحصول، بکارگیری فنون و روش‌های علمی و پژوهشی و همچنین مکانیزه کردن کشاورزی، ملزومات رسیدن به خودکفایی در بخش برنج است

معرفی ۳ رقم جدید برنج در سال جاری

رئیس موسسه تحقیقات برنج کشور از معرفی ۳ رقم برنج جدید در بخش خوش کیفیت‌ها و پرظرفیت‌ها در امسال خبر داد و افزود: نخستین رقمی که تحمل خشکی را دارد رقم «کیان» است که طی سال گذشته به حوزه برنج معرفی شد. این رقم تحمل خشکی آخر فصل را دارد و بعد از گلدهی می‌توان آب آن را قطع کرد. رقم کیان برای سطح ۱۷۰ هزار هکتاری اراضی شالیزاری استان که زیر مجموعه سد سفید رود است و در اواخر فصل کشاورزی آب ندارند بسیار مناسب می‌باشد. مریم حسینی ادامه داد: تلاش ما بر این است که این رقم را معرفی کنیم. در حال حاضر توسعه تولید بذر انجام شده و امیدواریم در سال‌های آینده در مناطقی که با بحران آب روبه‌رو هستند کشت شود. وی اظهار کرد: موسسه تحقیقات برنج کشور در تولید این رقم با پژوهشکده کشاورزی انرژی هسته‌ای همکاری کرده و در حال ارزیابی عملکرد آن است. رئیس موسسه تحقیقات برنج کشور با بیان اینکه باید بتوانیم با تولید بیشتر عملکرد را افزایش دهیم، گفت: اقلامی که در گذشته تولید شده‌اند به دلیل آنکه پختی مشابه ارقام محلی ندارند و ذائقه مصرف کننده ایرانی آنرا نمی‌پذیرد توسط کشاورز انتخاب و کشت نمی‌شوند. حسینی اظهار کرد: امسال در ابتدای فصل کشت در حوزه برنج با کم‌آبی روبه‌رو بودیم. ما در این استان با تغییرات گسترده اقلیمی مواجه هستیم بنابراین باید سمت تولید ارقام زودرس که عملکرد بهتری دارند و خشکی را تحمل می‌کنند حرکت کنیم. وی تاکید کرد: اگر بتوانیم دانش بیشتری در مزارع اعمال کنیم با استفاده از بذر گواهی شده و ارقام جدید می‌توانیم با کاشت، برداشت و وجین مکانیزه و رعایت دستورالعمل‌ها، کنترل آفات و بیماری‌ها و رعایت تغذیه مناسب خاک و گیاه بر عملکرد در واحد سطح افزوده و برنج بیشتری تولید کنیم. رئیس موسسه تحقیقات برنج کشور اظهار کرد: اگر کشاورزان به ارقام جدید برنج اعتماد کنند هزینه‌های آنها کاهش یافته و خسارت کمتری در برداشت خواهند داشت و کشاورزان با بهره‌گیری بیشتر از دانش روز، کشت ارقام جدید، رعایت دستورالعمل‌ها می‌توانند راندمان کار را افزایش دهند. حسینی خاطر نشان کرد: به عنوان یک کارشناس و محقق معتقدم برنج باید در جایی کاشته شود که در آن اقلیم، آب در دسترس به اندازه کافی وجود داشته باشد. برای توسعه نباید منابع را فدا کرد.

سخن پایانی

برنج، گیاهی است متحمل به شرایط غرقابی و وجود آب موجب انتقال مواد مختلف از ریشه به ساقه، برگ و دانه‌ها شده و در نتیجه موجب تهیه مواد خشک می‌شود، مقدار آب مورد نیاز برای برنج بستگی به روش کاشت، ابعاد کرت‌ها، تراکم بوته‌ها، مقدار مصرف مواد تقویت‌کننده، نوع بافت خاک، شرایط اقلیمی، شرایط اکولوژیکی و رقم مورد کاشت داشته و به‌طور کلی در ارقام زودرس نیاز آبی کمتر و در ارقام دیررس نیاز آبی بیشتر است، موارد مهمی که کشاورزان باید امروز بیش از گذشته به آنها توجه داشته باشند. وضعیتی که استان را با افت جدی بارش‌ها و نیز ذخایر آبی اعم از سطحی و زیرزمینی روبه‌رو کرده به‌ویژه که منبع اصلی تامین آب مورد نیاز شالیزارهای استان سدسفیدرود است.

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد تاکید کرد

برنامه هفتم توسعه سرآغاز تحول در کشور



رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد با تاکید بر اینکه برنامه هفتم توسعه سرآغاز تحول نوین در کشور است، گفت: هدف آرمانی این برنامه، پیشرفت اقتصادی توام با عدالت است. به گزارش خبرنگار صمت از استان یزد، مجید دهقانی‌زاده با بیان اینکه برنامه هفتم توسعه، چهارمین برش از سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور و نخستین برنامه در راستای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی است، اظهار کرد: این برنامه برای تحقق عدالت و با رویکرد مسئله محوری بر موضوعات اساسی و مهم کشور تمرکز کرده است. رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد از مهم‌ترین ویژگی‌های برنامه هفتم توسعه را تغییر رویکرد از برنامه‌ریزی متمرکز جامع به رویکرد جامعیت در قاعده‌گذاری و تمرکز بر مسائل کلیدی دانست و گفت: این برنامه با تمرکز بر اصلاح نظام تنظیم‌گری و اتکای گسترده به ظرفیت‌های مردمی و طراحی سیاست‌ها و قاعده‌گذاری صحیح به گونه‌ای تدوین شده که عاملین اجرایی به صورت خود خواسته به سمت سیاست‌ها و اهداف مدنظر برنامه حرکت کرده و از تمامی ظرفیت‌های کشور برای حل مسائل اولویت‌دار بهره‌مند می‌شوند. دهقانی‌زاده هدف آرمانی برنامه هفتم توسعه، پیشرفت اقتصادی توام با عدالت عنوان کرد که با عطف به چرخش‌های تحول آفرین کلان مندرج در سند تحول دولت مردمی، راهبردهایی نظیر ارتقای بهره‌وری، ارتقای سرمایه‌گذاری با مشارکت حداکثری بخش خصوصی، ایجاد فرصت‌های برابر برای فعالان اقتصادی، ارتقای عدالت سرزمینی از طریق رعایت ملاحظات آمایشی و فضایی، حذف نهادهای ناکارآمد و گذار به استقرار نهادهای توسعه‌گرا و فراگیر، نهایتا ارتقای مدیریت سرمایه انسانی و افزایش سرمایه اجتماعی را دنبال می‌کند. به گفته وی، در مجموع احکام لایحه برنامه را می‌توان در ۳ گروه شامل چالش‌ها نظیر صندوق‌های بازنشستگی و سایر موضوعات بحران ساز، بستر سازها نظیر فضای کسب و کار به عنوان زمینه‌ساز ایجاد ثبات، افزایش تولید یا کاهش فقر و بهبود رفاه و پیشران‌ها نظیر انرژی، ترانزیت، اقتصاد دریا محور به عنوان موتور محرکه و کانون رشد اقتصادی و افزایش تولید گروه‌بندی کرد. دهقانی‌زاده، هدف‌گذاری‌های مناسب در بخش‌هایی همچون اصلاحات نظام بانکی، صندوق‌ها و نظام بازنشستگی، اصلاحات ناترازی در حوزه آب، ناترازی در حوزه برق، اصلاح رویه فعلی تخصیص هزینه‌های نقدی رفاهی، هدفمند شدن معافیت مالیاتی خام فروشان و معافیت مالیاتی مناطق آزاد را از دیگر ویژگی‌ها و نکات قوت برنامه هفتم توسعه کشور برشمرد. رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان یزد در پایان ابراز امیدواری کرد: مجلس با نگاهی کارشناسانه و عالمانه با تقویت نقاط قوت برنامه و بدون تحمیل احکام جدید که بار مالی پروژه‌ها و طرح‌های نیمه‌تمام را بر دوش دولت مضاعف می‌کند، با رفع برخی کاستی‌های احتمالی، برنامه‌ای را به تصویب برساند که ضمن آنکه قابلیت اجرا در بازه زمانی کوتاه مدت ۵ساله را داشته باشد، منجر به رسیدن به ایران قوی و پیشرفت در افق برنامه شود.

خبر

پیشرفت ۳۵ درصدی کارخانه آهن اسفنجی

مدیرعامل شرکت سنگ‌آهن مرکزی ایران گفت: انتظار ما این است که تا پایان سال میزان پیشرفت فیزیکی پروژه ساخت کارخانه آهن اسفنجی به بیش از ۳۵ درصد برسد.

به گزارش خبرنگار صمت از استان یزد، مجتبی حمیدیان در بازدید از پروژه کارخانه آهن اسفنجی در خصوص میزان پیشرفت این پروژه گفت: پروژه کارخانه آهن اسفنجی یکی از پروژه‌های توسعه‌ای شرکت سنگ‌آهن مرکزی ایران است که تا کنون از نظر مهندسی حدود ۷.۵ درصد پیشرفت داشته و در تلاش هستیم که تا پایان سال این عدد به ۳۵ درصد برسد.

به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی شرکت سنگ‌آهن مرکزی ایران، مجتبی حمیدیان با بیان اینکه روزانه ۳هزار مترمکعب خاکبرداری انجام می‌شود افزود: طبق برنامه زمانبندی شده پروژه کارخانه آهن اسفنجی در سال ۱۴۰۵ آماده افتتاح می‌شود. حمیدیان درباره تجهیزات کارخانه نیز گفت: ۶۰ درصد تجهیزات ساخت داخل و ۴۰ درصد آن ساخت شرکت‌های معتبر اروپایی از جمله آلمان خواهد بود.

آبرسانی از سد طالقان به مهرگان کلید خورد

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان قزوین گفت: آبرسانی از سد طالقان به شهرک مهرگان با تجهیز کارگاه عمرانی و آماده‌سازی و استقرار ماشین‌آلات این پروژه کلید خورد.

به گزارش ایرنا، منصور ستوده در دیدار با لطف‌الله سیاهکالی مرادی نماینده مردم قزوین، آبیک و البرز در مجلس شورای اسلامی افزود: عملیات اجرایی این طرح بزرگ عمرانی در آینده نزدیک با حضور مسئولان کشوری رسما آغاز و کلنگ‌زنی می‌شود.

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان قزوین اظهار کرد: این طرح قطعه دوم آبرسانی از سد طالقان به استان قزوین به شمار می‌رود.

وی با بیان اینکه این طرح با هدف تامین آب شرب پایدار و با کیفیت برای اهالی شهر جدید مهرگان اجرا می‌شود، اظهار کرد: این طرح از طریق لوله‌گذاری اجرا می‌شود و برای تامین و خرید لوله ۵هزار میلیارد ریال اعتبار نیاز است که تقاضای تخصیص آن داده شده است.

این مسئول گفت: لوله‌گذاری این طرح از حاشیه کانال آبیاری دشت قزوین انجام می‌شود بنابراین مسئله خاصی در زمینه تملک مسیر نداریم.

ستوده اظهار کرد: در صورت تامین اعتبارات این طرح پیمانکار برای تکمیل و بهره‌برداری آن طی ۸ماه آمادگی دارد.

وی یادآور شد: قطعه اول آبرسانی از سد طالقان به استان قزوین مربوط به آبرسانی به شهر آبیک بود که با تامین اعتبارات لازم در قالب مصوبات سفر رئیس‌جمهوری، شهریور سال گذشته مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

این مسئول اظهار کرد: میزان آب تخصیص داده شده در این طرح ۲۶۶ لیتر بر ثانیه معادل ۷میلیون مترمکعب در سال است که آب شرب ۱۲۵هزار نفر را تا افق سال ۱۴۲۵ تامین می‌کند.

اجرای مدیریت جامع آب شهری در سبزوار

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب خراسان رضوی گفت: برای نخستین بار در خراسان رضوی نرم‌افزار جامع مدیریت آب شهری در سبزوار بکارگیری شد.

حسین امامی در گفت‌وگو با ایسنا با اشاره به اینکه کمبود آب شرب شهری سبزوار با هوشمندسازی شبکه توزیع آب مدیریت می‌شود، از کسری ۳۰۰ لیتر آب بر ثانیه در این شهر خبر داد و عنوان کرد: این کمبود با هوشمندسازی شبکه توزیع آب مدیریت می‌شود.

وی خاطرنشان کرد: با بکارگیری نرم‌افزار جامع مدیریت آب شهری در سبزوار برای نخستین بار در خراسان رضوی، مشکلات ناشی از کمبود و میزان گلایه مشترکان در این شهر به حداقل رسیده است.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب خراسان رضوی با بیان اینکه علاوه بر هوشمندسازی و مدیریت کاهش فشار شبکه در ساعات بامدادی، اجرای پروژه‌های تامین آب پایدار در دستور کار قرار گرفته است، بر اصلاح دیدگاه حاکم بر مصرف و اقتصاد آب تاکید کرد و خواستار تغییر الگوی مصرف با توجه به شرایط موجود و واقعی‌سازی نرخ تمام‌شده استحصال و توزیع هر مترمکعب آب شد.

وی خاطرنشان کرد: احداث باغ ویلاها در بسیاری از نقاط شهرستان سبزوار به یک چالش جدی در حوزه اجتماعی تبدیل شده و مشکلات تامین آب را برای آبفا دشوار کرده شده است.

وی با یادآوری طرح یکپارچه‌سازی شرکت‌های آبفا شهری و روستایی افزود: بسیاری از روستاهای شهرستان نیازمند ایجاد و توسعه مخازن آب هستند.

امامی از اجرای ۹۷ درصد شبکه جمع‌آوری و دفع بهداشتی فاضلاب در شهر سبزوار خبر داد و اعلام کرد: طرح فاضلاب سبزوار با اجرای ۱۰ کیلومتر شبکه باقیمانده تا پایان سال تکمیل می‌شود.

به گفته وی در هر شبانه‌روز ۵۰ هزار مترمکعب پساب ناشی از تصفیه فاضلاب در سبزوار تولید می‌شود که در صورت جذب سرمایه‌گذار، منابع مالی قابل توجهی از ناحیه فروش این محصول با ارزش نصیب صنعت آب و فاضلاب شهرستان خواهد شد.

سه‌شنبه
۱۷ مرداد ۱۴۰۲- ۲۱ محرم۱۴۴۵ - ۸ اوت ۲۰۲۳- شماره ۲۳۷۸-پیاپی ۳۶۹۶

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»

مدیرمسئول: عاطفه خسروی

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۲ - ۰۹۹۹۱۹۵۷۶۱
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر:(داخلی-۱۰۴) پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶- کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: صمیم

www.smtnews.ir info@smtnews.ir
telegram.me/smtnews instagram.com/smtnewspaper
tozi.smtnews@gmail.com

روزنامه صمت با رتبه ۱
در میان روزنامه‌های تخصصی مقام ۱
در میان روزنامه‌های اقتصادی مقام ۲

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده



روزنامه‌نگاری به‌عنوان یکی از مشاغل سخت و زیان‌آور، در تمامی کشورهای جهان چالش‌های مختص به خود را دارد، اما فرازونشیب‌های این شغل، متناسب با اقتضای مدیریت و سیاست‌گذاری‌های هر کشور، متفاوت است. کارشناسان معتقدند شرایط کاری از نظر امنیت شغلی و میزان درآمد، مولفه‌های مناسبی برای بررسی اهمیت فعالیت مطبوعات و وجود آزادی بیان در کشورها است. نگاهی به آمارها نیز نشان می‌دهد در هر کشوری که خبرنگاران سطوح درآمدی حداقلی دارند و امنیت شغلی (از نظر تعدیل نیروی کار، تعطیلی رسانه‌ها و...) پایینی را تجربه می‌کنند، آزادی بیان و مطبوعات نیز شرایط بسیار نامناسبی دارد. بنابراین خبرنگاران بیش از همه چیز نیازمند امنیت شغلی هستند و این همان حلقه گمشده دنیای رسانه در سراسر جهان است.

نگاه یونسکو به حرفه روزنامه‌نگاری

پیش از آنکه فردی حرفه روزنامه‌نگاری را انتخاب کند، لازم است ویژگی‌های حرفه خبرنگاری و روزنامه‌نگاری را بشناسد تا با آگاهی کامل به آن روی آورد. به گزارش صمت، سازمان یونسکو (سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد) در سال ۱۹۷۸ اعلامیه‌ای درباره نقش رسانه‌های جمعی در تقویت صلح جهانی و تفاهم بین‌المللی به تصویب رساند که در آن بر لزوم تربیت اخلاقی و اجتماعی روزنامه‌نگاران تاکید شده است. در این مجموعه، آزادی مبادله اخبار و اطلاعات، یک حق اساسی تلقی می‌شود و دستورالعمل‌های اخلاقی برای کلیه کسانی که در جمع‌آوری و کسب و نشر و تفسیر اخبار و اطلاعات شرکت دارند، وضع شده است. در این اعلامیه، ضمن تاکید بر منشور جهانی ۱۹۴۸ سازمان ملل متحد، تصریح شده که براساس این قوانین، خبرنگاران باید کوشش کنند اخبار و اطلاعاتی که در اختیار عموم می‌گذارند، صحیح، دقیق و معتبر باشد. خبرنگاران و سردبیران باید در صحت اخباری که به‌دست می‌آورند تحقیق و تعمق کنند. خبرنگاران نباید حقیقتی را به‌عمد تحریف یا مخدوش کنند و همچنین هیچ نوع مطلبی را نباید از نظر مردم مکتوم نگه دارند.

اصول اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری مقرر می‌دارد که روزنامه‌نگاران در هر مرحله و مقامی که باشند، به خیر و مصلحت جامعه ایمان کامل داشته باشند. کوشش برای تامین منافع شخصی و پیشبرد مقاصد خصوصی که با مصلحت جامعه سازگار نباشد، خلاف اصول و آیین اخلاقی روزنامه‌نگاری است.

دلایل نارضایتی شغلی خبرنگاران

روزنامه‌نگاری در فهرست ۱۰شغل پراسترس جهان شناخته شده و پژوهشگران باور دارند که خبرنگاران در برابر استرس و اضطراب‌هایی که همواره در معرض آن قرار دارند، آسیب‌پذیر هستند؛ هرچند در ظاهر دیده نمی‌شود. در سال‌های گذشته به‌ویژه در دوران شیوع ویروس کرونا، با افزایش تعدیل رسانه‌ها و مسائلی مانند دورکاری، تحقیقات و بررسی‌های مختلفی درباره میزان رضایتمندی خبرنگاران و میزان امنیت شغلی آنها انجام شد. از معتبرترین این تحقیقات می‌توان به پژوهش اخیر مرکز تحقیقاتی pew research center اشاره کرد. طبق بررسی‌های انجام‌شده توسط این مرکز، ۲۷درصد از خبرنگاران و روزنامه‌نگاران از شغل خود بسیار راضی و ۴۳درصد آنها از شغل خود تا حدودی راضی، ۲۲درصد ناراضی و ۸ درصد نسبت به شغل خود بی‌تفاوت هستند؛ جامعه آماری عنوان‌شده، از میان خبرنگاران و روزنامه‌نگاران ایالات‌متحده‌امریکا انتخاب شده‌اند، بنابراین می‌توان گفت بیشتر خبرنگاران فعال در امریکا، از تمامی ابعاد شغل خود، باوجود چالش‌های آن، راضی هستند. این آمار رضایت، در تمامی کشورهای جهان صادق نیست؛ خبرنگاران کشورهای آسیایی به‌ویژه خاورمیانه مهم‌ترین دلیل نداشتن رضایت شغلی را، محدودیت و سانسورهای حکومتی عنوان می‌کنند. خبرنگاران این مناطق معتقدند گاهی اوقات تلاش‌های آنها برای انجام وظایف شغلی خود اعم از مطالبه‌گری اجتماعی، به‌سرانجام نمی‌رسد. نبود امنیت شغلی، حس بیهودگی در انجام فعالیت‌های خبرنگاری و نامناسب بودن درآمد خبرنگاران خاورمیانه، از جمله مهم‌ترین دغدغه‌های آنان است.

نبود امنیت شغلی، درد مشترک

براساس تحقیقات به‌دست‌آمده، بسیاری از روزنامه‌نگاران، شغل خود را با کلماتی مانند «مبارزه» و «آشوب» توصیف می‌کنند. باوجود نتایج مثبتی که از ارزیابی‌های نظر خبرنگاران در بیشتر کشورهای جهان به‌دست آمده، روزنامه‌نگاران، بی‌ثباتی و آشفتگی در صنعت خبر را بیشتر از سایر شغل‌ها توصیف کرده و بنا بر عقیده بعضی از آنها این موضوع یک دغدغه به‌نسبت جدی است. نظرسنجی‌های متعدد از خبرنگاران سراسر جهان، نظرات متفاوتی را نسبت به وجود احساس امنیت شغلی ارائه می‌دهد. در کشورهایی که فرصت شغلی برای خبرنگاران بیشتر است و خود افراد نیز از توانمندی بالا و سابقه کار مناسب برخوردار هستند، امنیت شغلی بیشتر از سایر کشورها و افراد وجود دارد، اما معضل تعدیل نیرو و مشکلاتی که گاه برای بنگاه‌های رسانه‌ای پیش می‌آید، در همه کشورها کمابیش مشابه است. در این شرایط، خبرنگارانی کمتر دغدغه کاریابی مجدد دارند که در فضای رسانه‌ای گسترده‌تر و بازتری فعالیت می‌کنند. باوجود تمامی این زمینه‌های شغلی، احساس ناامنی، روندی معمول میان تمام خبرنگاران جهان است و بسیاری از آنان، حداقل درباره امنیت شغلی خود، ابراز نگرانی می‌کنند. طبق گزارش pew research center، در امریکا از هر ۱۰روزنامه‌نگار، حداقل ۴نفر (۴۲درصد) تا حدودی نگران امنیت شغلی خود هستند و تنها ۱۶درصد ابراز نگرانی بسیار بالایی می‌کنند. ۵۷ درصد خبرنگاران نیز درباره امنیت شغلی خود «کمی نگران» یا «اصلا نگران» نیستند؛ این ارقام به‌دست‌آمده در سایر کشورهای توسعه‌یافته مانند انگلستان نیز با کمی تغییر، صادق است.

طیف گسترده «آزادی مطبوعات»

آزادی مطبوعات، حق تهیه گزارش اخبار یا انتشار عقاید بدون سانسور، یکی از سنگرهای بزرگ آزادی بیان است. طبق گزارش pew research center،امریکایی‌ها از آزادی مطبوعات به‌عنوان یکی از حقوق تضمین‌شده در متمم اول قانون اساسی برخوردارند. به‌گزارش مقاله سازمان حقوق بشر، خاورمیانه و شمال افریقا دارای برخی از بدترین رکوردهای آزادی بیان در جهان و بسیاری از کشورهای این مناطق فاقد حمایت قانونی از حقوق بشر هستند و حاکمیت قانون به‌دلیل نبود سازمان‌های ناظر بر فعالیت‌های رسانه‌ای مستقل تضعیف شده است. چین نیز به‌عنوان یکی از کشورهای مهم دراقتصاد جهانی و همچنین بزرگ‌ترین کشور خاوردور، قوانین متناقضی در رابطه با آزادی بیان مطبوعات دارد. ماده ۳۵ قانون اساسی چین به شهروندانش حق می‌دهد «آزادی مطبوعات» را در یک محیط آزاد رعایت کنند، اما ماده ۵۱ همین قانون، فعالیت‌هایی در راستای آزادی بیان را برای منافع ملی خطر و تهدید می‌داند و آزادی مطبوعات را در کشور محدود می‌کند. مشکلات موجود در رابطه با آزادی بیان و مطبوعات در حالی است که در کشورهای اروپایی مانند آلمان، آزادی مطبوعات و بیان تضمین شده و توسط قانون اساسی این کشور حمایت می‌شود. در ماده ۵ قانون اساسی آلمان، به صراحت درباره آزادی مطبوعات و الزام به رعایت آن تحت هر شرایطی تاکید شده است.

دستمزد برای برخی از خبرنگاران چالش نیست

موضوع حقوق و دستمزد از دیگر مشکلات خبرنگاران برخی از کشورهاست. باشگاه روزنامه‌نگاران ایران با مراجعه به سایت salaryexplorer.com که سایت مرجعی برای بررسی حقوق و مزایای زندگی در کشورهای مختلف جهان است، متوسط حقوق روزنامه‌نگاران در کشورهای دیگر را بررسی کرد. چند نمونه از حقوق خبرنگاران را کشورهای دور و نزدیک را در ادامه می آوریم که البته برپایه سال ۱۴۰۰ محاسبه شده است. فردی که به‌عنوان روزنامه‌نگار در ایالات متحده کارمی‌کند معمولا ماهانه حدود ۹۱۵۰ دلار (۲۷۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان) درآمد دارد. کمترین دستمزدها از ۴۶۰۰ دلار (۱۳۸میلیون تومان) تا ۱۴۲۵۰ دلار (۴۲۷ میلیون و ۵۰۰ هزارتومان) متغیر است.این میانگین حقوق ماهانه شامل مسکن، حمل‌ونقل و سایر مزایا است. دستمزد روزنامه‌نگاران براساس تجربه، مهارت، جنسیت یا موقعیت مکانی به‌شدت متفاوت است. فردی که به‌عنوان روزنامه‌نگار در فرانسه کار می‌کند معمولاً حدود ۴۳۹۲ یورو (حدودا ۱۴۵میلیون تومان) در ماه درآمد دارد. کمترین دستمزدها از ۲۱۱۰ یورو (حدودا ۶۹ میلیون و ۶۰۰تومان) تا ۸۲۷۰۰ یورو (۲۲۷ میلیون و ۷۰۰ هزارتومان) متغیر است.این میانگین حقوق ماهانه شامل مسکن، حمل‌ونقل و سایر مزایا است. فردی که به‌عنوان روزنامه‌نگار در آلمان کار می‌کند معمولا حدود ۴۰۰۰ یورو (۱۳۲ میلیون تومان) در ماه درآمد دارد. کمترین دستمزدها از ۱۸۴۰ یورو (۶۰ میلیون تومان) تا ۶۳۶۰ یورو (حدودا ۲۱۰ میلیون تومان) متغیر است.این میانگین حقوق ماهانه شامل مسکن، حمل‌ونقل و سایر مزایا است. دستمزد روزنامه‌نگاران بر اساس تجربه، مهارت، جنسیت یا موقعیت مکانی به‌شدت متفاوت است.

فردی که به‌عنوان روزنامه‌نگار در مجارستان کار می‌کند معمولا حدود ۵۰۰۰۰ فورینت (۴۵ میلیون تومان) در ماه درآمد دارد. کمترین دستمزدها از ۲۷۰۰۰۰ فورینت (۲۴ میلیون و ۳۰۰ هزارتومان) تا ۷۵۵۰۰۰ فورینت (۶۸ میلیون تومان) متغیر است.این میانگین حقوق ماهانه شامل مسکن، حمل‌ونقل و سایر مزایا است.

شخصی که به‌عنوان خبرنگار در افغانستان کار می‌کند، معمولا ماهانه حدود ۹۵۸۰۰ افغانی (۳۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان) درآمد دارد. کمترین از ۴۵۰۰۰ افغانی (۱۶ میلیون و ۵۰۰ هزارتومان) تا ۱۵۱۰۰۰ افغانی (۵۵ میلیون و ۹۰۰ هزارتومان) متغیر است. این میانگین حقوق ماهانه شامل مسکن، حمل‌ونقل و سایر مزایا است. دستمزد روزنامه‌نگاران براساس تجربه، مهارت، جنسیت یا موقعیت مکانی به‌شدت متفاوت است. فردی که به‌عنوان روزنامه‌نگار در ترکیه کار می‌کند معمولا حدود ۹۲۶۰ لیر(حدودا ۱۸ میلیون و ۵۰۰ هزارتومان) در ماه درآمد دارد. کمترین دستمزدها ۴۷۲۰ لیر (حدودا ۹ میلیون و ۳۰۰ هزارتومان) تا ۱۴۳۰۰ لیر (۲۸ میلیون تومان) متغیر است. این میانگین حقوق ماهانه شامل مسکن، حمل‌ونقل و سایر مزایا است. دستمزد روزنامه‌نگاران براساس تجربه، مهارت، جنسیت یا موقعیت مکانی به‌شدت متفاوت است.

شخصی که به‌عنوان روزنامه‌نگار در هند کار می‌کند معمولا حدود ۳۵۶۰۰ روپیه (۱۴ میلیون و ۶۰۰ هزارتومان)در ماه درآمد دارد. کمترین دستمزدها از ۱۶۷۰۰ روپیه (۶ میلیون و ۸۵۰ هزارتومان) تا ۵۶۳۰۰ روپیه (۲۳ میلیون تومان) متغیر است. این میانگین حقوق ماهانه شامل مسکن، حمل‌ونقل و سایر مزایا است. دستمزد روزنامه‌نگاران براساس تجربه، مهارت، جنسیت یا موقعیت مکانی به‌شدت متفاوت است.

سخن پایانی

۱۷ مرداد روزی است که در تقویم کشورمان با عنوان روز خبرنگار نام‌گذاری شده است. روزی که خبرنگاران از مشکلات خود می‌گویند و می‌نویسند و امید بهبود شرایط دارند. نبود امنیت شغلی، حقوق کم، مشکلات بیمه خبرنگاران و نبود امکانات مناسب برای بازنشستگی، از جمله مشکلاتی است که هر سال از سوی اصحاب رسانه بیان می‌شود و سال بعد دوباره همان مشکلات تکرار و بازگو می‌شود. از سوی دیگر براساس آمارهای بین‌المللی، جایگاه ایران در آزادی بیان چندان مطلوب نیست. با این شرایط و دشواری‌ها و مسائل عیان و پنهانی که در زمینه انتشار اخبار در ایران وجود دارد، نمی‌توان به دست‌اندرکاران این حرفه و خبرنگارانی که تلاش دارند تا فعالیت مستقل داشته باشند، دست‌مریزاد گفت.

یادداشت

حمایت از افسران جنگ نرم



بهروز صادقی
روزنامه‌نگار

روزخبرنگار در حالی فرارسیده که کسادی انتشار نشریات نوشتاری و مشکلات عرصه روزنامه‌نگاری کشور، آهسته‌آهسته توهم پایان حیات روزنامه‌نگاری مکتوب را با شدت و قوت بیشتری نمایان می‌سازد.

این امر، افزون بر شرایط اقتصادی و تاثیر آن بر صنعت ژورنالیسم، ناشی از نیاز جامعه به منابع اطلاعاتی موثق و روزآمد است، همچنین ضرورت رویکرد رسانه‌ها به شیوه‌های مدرن و دیجیتال در کنار فعالیت «شهروند خبرنگاران» در فضای مجازی که فشار کار بر فعالان این عرصه را دوچندان کرده است، ازهمین رو، شرط اساسی و بنیادین رشد و پیشرفت مطبوعات و پیامد آن ارتقای دانش روزنامه‌نگاری این صنف، فراهم شدن زمینه‌های انتشار و دسترسی آزاد اطلاعات و استقلال حرفه‌ای خبرنگاران است.

در جهان امروز که به‌قول مانوئل کاستلز، جامعه‌شناس اسپانیایی و نویسنده کتاب «سه‌گانه مهم عصر اطلاعات» به جامعه شبکه‌ای تبدیل شده و کاربران شبکه‌های مجازی هر روز با حجم عظیمی از اخبار و اطلاعات مواجه و به‌عبارتی با «فوران اطلاعات» و به‌تعبیر دیگر با «اضافه بار اطلاعاتی» رودررو هستند، در این شرایط قدرت تمییز و تشخیص سره از ناسره، اهمیتی دوچندان یافته است، این‌همه در گرو داشتن خبرنگارانی متعهد به آرمان‌های حرفه‌ای و رسانه‌هایی است که به اهمیت اصل ریشه‌یابی مسائل جامعه و رسالت‌های حرفه‌ای خود در راستای اقناع نیازهای اطلاعاتی مخاطبان پایبند باشند؛ خبرنگارانی که فارغ از هرگونه شرایط بیرونی، برای ایفای رسالت و وظایف حرفه‌ای خود بکوشند و به بهانه مشکلات، از ایفای مسئولیت‌های حرفه‌ای خود از جمله: دقت، جامعیت، انصاف، بی‌طرفی و توازن که باید چراغ راهنمای آنان در شرایط توفانی جامعه باشد، شانه خالی نکنند.

شوربختانه نقش رسانه‌های ارتباطی به‌مثابه مهم‌ترین ابزار تامین نیازهای اطلاعاتی مردم، این روزها در حاشیه فعالیت بی‌پروای شبکه‌های اجتماعی و بسیاری محدودیت‌هایی که دست و پای آنان را در انتشار آزاد اطلاعات بسته، در محاق فراموشی قرار گرفته است، به‌گونه‌ای که بسیاری از رسانه‌های نوشتاری با کمترین تیراژ، سلانه‌سلانه گام برمی‌دارند و باوجود آنکه عرصه خبر و رسالت خبررسانی، عرصه مسئولیت‌های اجتماعی است، خبرنگاران رسانه‌ها که در انتشار اخبار صحیح و موثق باید به‌مثابه وجدان اجتماعی، وظایف حرفه‌ای خود را به‌انجام برسانند، ضمن آنکه از آرمان‌گرایی‌های شغلی به دورافتاده‌اند، از حمایت و امنیت شغلی لازم نیز برخوردار نیستند.

سالی یک‌بار به بهانه روز خبرنگار، تکریم‌های لفظی از اصحاب رسانه‌ها لقلقه زبان برخی مسئولان قرار می‌گیرد، اما از تکریم واقعی آنان به‌معنای حرمت‌گذاری به حقوق، امنیت شغلی و تامین مالی، کمتر خبرهای دلخوش‌کننده و اجرایی به‌گوش می‌رسد.

این وضع در حالی است که تغییر ذائقه مخاطبان به‌وسیله شبکه‌های اجتماعی و کمرنگ شدن نقش رسانه‌های نوشتاری در تامین نیازهای اطلاعاتی جامعه، مستلزم باور و وفاداری مدیران رسانه‌ها به تامین نیازهای اطلاعاتی مخاطبان است و از دیگر سو، روزنامه‌نگاران باید در راستای پاسخگویی بهینه و مناسب به نیازهای مخاطبان، برای ارتقای مهارت‌های نوین و روزآمد حرفه‌ای بکوشند.

در این عرصه خبرنگاران باید به‌مثابه افسران جنگ نرم، از فرصت‌های مطالعاتی و تحصیلی لازم بهره‌مند شوند. متاسفانه در شرایطی که برخی شرایط نامطلوب مانند نبود ثبات و بی‌سامانی شغلی، مداخله‌های ناموجه برخی مراکز قدرت‌های سیاسی و مالی، هجوم بساز و بفروش‌های رسانه‌ای و سیاسی، تحمیل گرایش‌های حزبی و باندی به حیطه کار رسانه‌های آزاد و مستقل مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی فعالان واقعی این حرفه است، بسیاری رسانه‌های نوشتاری پرمحتوا و تحلیل‌محور به‌دلیل مشکلات تامین کاغذ و ملزومات چاپ از صحنه فعالیت رخت بربسته‌اند.

ازهمین رو، بسیاری رسانه‌های نوشتاری، خسته و دلزده از محدودیت‌ها و جزم‌اندیشی‌ها، نیاز دارند با برداشته‌شدن قید و بندهای بی‌دلیل و آسیب‌رسان، توان تازه‌ای در رگ‌های‌شان جاری شود تا جذابیت‌های خبری و تحلیلی را بازیابند. این‌همه در پرتو احترام به اصل آزادی انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات حاصل خواهد شد. بی‌تردید با آزادی مطبوعات و الزام‌های پی‌آیند آن، هر روزنامه‌نگار می‌تواند یک کنشگر توسعه باشد.

باور کنیم هر جامعه‌ای که بخواهد خود را از فسادهای اجتماعی، اداری و دولتی برهاند، باید خواهان اجرای قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات باشد، زیرا چرخش حجم انبوه و خیره‌کننده اخبار دروغین، شایعات برهم‌زننده انسجام و آرامش اجتماعی یا گمانه‌زنی‌های نادرست در شبکه‌های مجازی و اجتماعی، محصول بسته بودن دست مطبوعات و رسانه‌ها در ایفای آزادانه نقش حرفه‌ای آنان است.

به‌عبارت دیگر، جامعه‌ای که از آزادی انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات محروم باشد، عرصه تاخت و تاز خبرهای دروغین و شایعات خواهد بود، اما خبرنگاران آگاه و باورمند به تعهد، حرمت و شرافت قلم، از موهبت آزادی و آزادنگاری تنها در راستای خدمت به حقیقت و تاباندن روشنای آگاهی بر کژی‌ها بهره خواهند گرفت و هرگز به‌جای بیان حقیقت به دروغ‌پراکنی و انتشار شایعه متوسل نخواهند شد. در این شرایط است که خبرنگاران حرفه‌ای، ضمن تکیه بر اصول و موازین حقوقی و اخلاق حرفه‌ای، با احترام به آزادی‌بیان در عرصه تبادل آزاد اطلاعات، به مقابله با رقیبانی که اغلب از توان لازم برای اعتمادسازی و پاسخگویی مسئولانه و مستمر به انتظارهای واقعی مخاطبان محروم هستند، برمی‌خیزند و مرجعیت و مرکزیت رسانه‌های مسئول، پاسخگو و متکی بر موازین علمی روزنامه‌نگاری حرفه‌ای را احیا و تثبیت می‌کنند.

باور کنیم و بدانیم قلمی که از حق نگوید، حق را وارونه جلوه دهد یا کتمان کند، بی‌تردید با دوری از ماهیت ذاتی خود، به ورطه هرزگی سرنگون خواهد شد و دیگران را نیز به ژرفای این چاه هولناک خواهد کشاند.