

نشریه دانشجویی هدیرا امروز

شماره اول دی ماه ۱۴۰۲ نشریه انجمن علمی مدیریت دانشگاه شاهد

در این شماره می خوانید:

علی، شاهد عدالت و پایبندی به دین

ردبول، ماتادور اتریشی

وزارت بازرگانی، آخرین تلاش های نئولیبرالیسم

ترافیک، معضل همیشگی و نیاز فرهنگ سازی هوشمند

اسرائیل، نطفه نامشروع انگلیس و آمریکا



Red Bull



هدیر امروز

صاحب امتیاز:

نویسنده متن اسراییل:

انجمن علمی مدیریت دانشگاه شاهد

امیرمحمد حقیقت پناه

مدیر مسئول:

ویراستاران:

عمران زرعلی

امیرمحمد حقیقت پناه

سردبیر:

سروش سمیاری

محمدامین یونسی

مهسا سادات هاشمی

نویسنده متن دیدگاه های حضرت علی:

سروش مصلحی راد

سروش سمیاری

طراح و صفحه آرا:

نویسنده متن شرکت ردبول:

زهره سادات هاشمی

سیده مائده میری

تصویر برداران:

نویسندگان متن کنترل ترافیک:

عرشیا افخمی

محمد حسام شکر زاده

علیرضا فیاضی

فائزه خدابنده لو

محمدناصر نجفی

نویسنده متن وزارت بازرگانی:

اینستاگرام و تلگرام انجمن:

@Management_S_A

محمد مهدی ایمانی

روابط عمومی نشریه:

@Modir_emruz_admin

فهرست

۲ حکمرانی علوی و دیدگاه های آن
سروش سمیاری

۱۲ راز فروش ردبول
سیده مائده میری

۱۶ ترافیک و راهکارهای مدیریت آن
محمد حسام شکر زاده ، فائزه خدابنده لو

۲۶ وزارت بازرگانی امری ضروری یا میلی
محمد مهدی ایمانی

۳۲ اسرائیل نطفه نامشروع آمریکا و انگلیس
امیرمحمد حقیقت پناه

رَبَّنَا إِنَّكَ تَعْلَمُ مَا نُخْفِي وَمَا نُعْلِنُ وَمَا يَخْفَى عَلَى اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ

۳۸ ابراهیم

رَوَى الدَّيْلَمِيُّ عَنْ عَمَّارٍ وَابِي أَيُّوبٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ أَنَّهُ قَالَ: «يَا عَمَّارُ أَنْ رَأَيْتَ عَلِيًّا قَدْ سَلَكَ وَادِيًّا وَ سَلَكَ النَّاسُ وَادِيًّا غَيْرَهُ، فَاسْلُكْ مَعَ عَلِيٍّ وَدَعِ النَّاسَ. أَنَّهُ لَنْ يَذُلَّكَ عَلَى رَدَىٍّ وَلَنْ يُخْرِجَكَ مِنَ الْهُدَى»

دیلمی از عمار بن یاسر و ابی ایوب انصاری روایت کرده است که رسول خدای صلی الله علیه و آله چنین فرمود: «ای عمار اگر دیدی که علی از راهی رفت و همه ی مردم از راه دیگر، تو با علی برو و سایر مردم را رها کن. یقین بدان علی هرگز تو را به هلاکت نمی برد و از شاهراه رستگاری خارج نمی سازد»



◆ حکمرانی علوی و دیدگاه های آن ◆

۱◆ ضرورت وجود حکومت در جامعه

۲◆ اصول مدیریت و حکومتداری اسلامی از دیدگاه امام علی(ع)

۳◆ ویژگی های یک مدیر از دیدگاه امام علی(ع)

ویژگی های مناسب که در شأن و منزلت یک مدیر اسلامی است

ویژگی های نامناسب که در شأن و منزلت یک مدیر اسلامی نیست

امیرالمؤمنین(ع) در حالی منصب خلافت را در اختیار گرفت که جامعه‌ی اسلامی با فقدان عدالت اجتماعی مواجه گردیده بود و از وجود حاکمان و مسئولان فاقد صلاحیت، فسادمالی و اختلاف طبقاتی و نژادی رنج می‌برد. حضرت با درپیش گرفتن اصلاحات سازنده‌ای هم چون تشکیل بیت القصص، گروه شرطه‌الخمیس، ضرب اولین سکه‌ی اسلامی، احیای دیوان مظالم، و ارائه منشور حکومتی در انتصاب کارگزاران قدم‌های مهمی را برای اصلاح امور برداشت. قاطعیت حضرت و تاثیر این اصلاحات به میزانی بود که برخی از مستشرقین، حکومت ایشان را تنها حکومت برآمده از آموزه‌های اسلامی در بین حکومت ایشان را تنها حکومت خلفا دانسته‌اند. علی(ع) در انتصاب کارگزاران حکومتی به منظور اعمال شایسته سالاری، چهار رویه را به کار گرفته است:

- ❖ ۱ به کارگیری و ابقای برخی افراد شایسته که در حکومت‌های گذشته دارای منصب بودند؛
- ❖ ۲ انتصاب افراد نخبه و جوان که تازه وارد عرصه‌ی سیاست و حکومت شده بودند؛
- ❖ ۳ انتصاب صحابه‌ی رسول الله(ص) که به دلیل مقدم شدن روابط بر ضوابط در حاکمیت‌های گذشته و دور شدن حکومت اسلامی از آموزه‌های اسلام، از منصب‌ها فاصله گرفته و یا در جبهه‌ی مخالفان حکومت ظاهر شده بودند؛
- ❖ ۴ به کارگیری افرادی که جایگاه اجتماعی آنها (به علت سابقه‌ی بردگی، تحت تکفل بودن و در نگاه مردم پایین بود.

حضرت علی(ع)، در دوران حیات خود، با ملاحظت و مهربانی با مردم برخورد می‌کنند و به مردم ارزش می‌گذارند و درمقابل جایگاه حقوق اجتماعی و حقوق اساسی آنها سخت کوش و حساس‌اند و در راستای فراهم سازی بسترها برای تأمین حقوق انسانی، خود را متعهد می‌دانند. آن حضرت(ع) مردم را محور حکومت می‌دانند و حکومت را در راستای تحقق ارزش‌های اسلامی و تأمین خواسته‌ها و نیازهای مردم شکل می‌دهند. امام(ع) هیچگاه تحمیل و اجبار را بر مردم روا نمی‌دانستند و به‌طور کلی صمیمی‌ترین حاکم (زمادار) و مردمی‌ترین حکومت‌مداران بودند، تا آنجا که حکومت آن حضرت(ع) پس از حکومت رسول گرامی اسلام حضرت محمد(ص)، حکومتی موفق و الگو برای مسلمانان خصوصاً شیعیان است.



ضرورت وجود حکومت در جامعه

مقدمه

تشکیل حکومت در جامعه، یکی از موضوعات بسیار مهم و اساسی است. نیازمندی جامعه به انضباط و تأمین امنیت، از بدیهیات و ضروریات است؛ و بر هیچ کس پوشیده نیست که ترقی و تکامل، خود ثمرهای شیرین از قاعده‌مندی و قانونمندی اجتماعی است، چراکه زندگی اجتماعی انسان و مطرح شدن مالکیت و تضاد منافع بین افراد سبب می شود که انسان برای دوام بقای خویش و جامعه خود قوانین و مقرراتی وضع کند و این قوانین و مقررات زمانی قابل اجرا است که حکومت و حاکمیتی در جامعه وجود داشته باشد. پس بقا و دوام جامعه به وجود حکومت بستگی دارد و لذا براساس پژوهش پژوهشگران، تشکیل دولت و حکومت، ضرورتی اجتماعی است. ابن خلدون درباره ضرورت حکومت می گوید: زندگی بدون حکومت پایدار نخواهد ماند؛ لذا عامل تکوین و پیدایش حکومت، نیاز طبیعی انسان است.

ژان ژاک روسو نیز می گوید: حکومت واسطه‌ای است بین رعایا و هیئت حاکمه که آنها را با یکدیگر مربوط می‌سازد و اجرای قوانین حفظ آزادی های مدنی و سیاسی را برعهده دارد. ارسطو درباره وجود و حکومت می گوید: حکومت لازمه طبیعت بشری است؛ زیرا انسان موجودی اجتماعی است و بدون وجود حکومت نمی‌تواند اجتماعی بودن خود را حفظ کند. امام علی(ع) در برخورد با خوارج، زمانی که شعار ((لا حکم الا الله)) را مطرح می کنند، می‌فرمایند: این سخن حق است که از آن باطل اراده شده است. بله، حکمی نیست مگر از آن خدا، ولی اینان می گویند: زمامداری و ریاست نیست مگر از آن خدا. وجود حاکم و زمامداری برای مردم ضروری است، چه حاکم بد و چه حاکم نیکو کار؛ که اگر زمامدار بدکار و منحرف باشد، شخص با ایمان در زمامداری او عمل صالح خود را انجام می‌دهد. و شخص کافر برای دنیایش برخوردار می‌گردد، تا روزگار زندگی مؤمن و کافر

(روزگار یا زمامداری بدکار و منحرف) سپری شود و خداوند به وسیله زمامدار منحرف غنائم را جمع و به وسیله او جهاد با دشمن را به راه می‌اندازد و راه‌ها به وسیله او امن می‌گردد و به وسیله او حق ضعیف از قوی گرفته می‌شود، تا نیکوکار راحت شود و مردم از شر تبهکار در امان باشند. (نهج البلاغه، ۱۳۸۰: خطبه ۴۰، ص ۱۴۱) با توجه به فرموده‌های آن حضرت(ع)، نکات زیر قابل توجه است:

۱ وجود زمامدار و حکومت، ضرورتی اجتماعی است.

۲ وجود زمامدار، چه نیکو کار باشد چه بدکار، از آنجا که نظم و ترتیب و امنیت را در جامعه حاکم می‌کند، ضروری است.

۳ در سایه وجود زمامدار، کافر به دنیای خود و صالح به عمل خیر خود مشغول است.

۴ وجود زمامدار و حکومت موجب می شود ظالم معترض مظلوم نشود و حق ضعیف از ظالم گرفته شود.

۵ حکومت و زمامدار موجب دوام و بقای حیات جامعه هستند .

۶ زمامدار صالح، امر و دستور خداوند متعال را در جامعه اعمال می کند.



۱ حاکمیت خدا و وحدت فرماندهی

اولین اصل در زمینه حکومت و مدیریت پذیرش فرماندهی خداوند، بنده او بودن و خداترسی است به طوریکه در جایجای دستورات امام (ع) نام خدا و رضای او به وضوح دیده میشود و آنجا که می‌فرمایند: این دستوری از بنده خدا به مالک و امر می‌کند او را به تقوای الهی و بر گزیدن فرمان او و پیروی از آنچه در کتابش امر فرموده است. در اینجا به افراد می‌گوید اگر در نظام الهی اسلامی، مدیریتی را قبول می‌کنید و دارای پست و مسئولیتی می‌شوید، در پیشگاه خداوند مسئول و پاسخگو خواهید بود و باید خداترس و باتقوا باشید و این مقام و مسئولیت شمارا از خدمت به خلق غافل نکند. فرد را به وحدت و فرماندهی در قالب اصل حاکمیت خداوند و تبعیت از او فرا می‌خواند.

۲ مردم داری و مهربانی با مردم

یکی دیگر از اصول مهم مدیریتی، مردم‌داری و مهربانی با مردم است زیرا کلیه ساختار و نظم اداره یا سازمان و به‌طور کلی تشکیلات ایجاد شده جهت رفاه مردم به وجود آمده است و مدیر مدبر، بالایمان و خداپرست بایستی با مردم مهربانی و مدارا کند و در برخورد با مردم و کارکنان از اصول و قوانین اسلامی استفاده نماید. امام (ع) در این مورد فرموده‌اند: و مهربانی و خوش رفتاری و نیکویی با رعیت را در دل خود جای ده، مبادا با آنان چون جانور درنده باشی و خوردنشان را غنیمت شماری زیرا که مردم دودسته‌اند یا مسلمانان و برادر دینی تو و یا انسانان و در خلقت همانند تو. این اصل توصیه می‌کند مدیر مردم‌دار و مهربان باشد و نه تنها با مسلمین بلکه با غیرمسلمان نیز بایستی برخورد شایسته داشت.

۳ عدالت بر اساس حق

یکی دیگر از اصول مدیریت پیروی از حق و عدالت‌ورزی

بنابراین، از نظر امام علی (ع)، حاکمیت و نظم سیاسی نه تنها لازم که امری ضروری است؛ زیرا حکومت در نظرگاه و فرهنگ حکومت علوی، از مهم ترین وسایل نیل جامعه به کمال و تعالی است، و حیات بشری در این دنیا، از منظر فرهنگ علوی، ابزاری برای رسیدن به کمال است و آنچه برای انسان اصالت دارد، کمال جاویدان است، از این رو حکومت نیز می‌تواند وسیله مناسبی برای نیل به این هدف باشد، چراکه در حکومت، هم امکانات این رشد و تعالی به گونه‌ای جامع وجود دارد و هم با حکومت می‌تواند زمینه استفاده از هر نوع امکانی را فراهم ساخت.

از تعبیر امام علی (ع) چنین بر می‌آید که حکومت وقتی می‌تواند مسیر رسیدن به کمال را رهنمون شود که خود در مسیر عدالت، تحقق امنیت، تأمین رفاه و زمینه سازی تربیت انسانی باشد؛ در غیر این صورت، نه تنها وسیله‌ای برای نیل جامعه به سوی اهداف عالی نیست، بلکه به مانعی بزرگ برای رشد بشر تبدیل می‌شود. از دیدگاه نهج‌البلاغه، عدالت، امنیت، رفاه و آسایش و تربیت، مهم ترین اهداف حکومت به شمار می‌روند.

۲ اصول مدیریت و حکومت‌داری اسلامی از دیدگاه امام علی (ع)

در نهج‌البلاغه امام متقین علی (ع) نیز در فرمان تاریخی خود به مالک‌اشتر نخعی، اصول مدیریت و حکومت‌داری اسلامی را به ایشان گوشزد نموده که اگر به اساس تفکرات مدیریتی در عصر حاضر به نام امام (ع) به مالک‌اشتر نخعی نگاهی بیندازیم می‌توان آن را به حق جامع‌ترین دستور و منشور برای سیاست و مدیریت و ترسیم اصولی اساسی و ویژگی‌های مدیریت اسلامی دانست؛ در این فرمان اصول مدیریت اسلامی و دستورات متناسب با رفتارهای سازمانی بر مبنای اصول اولیه اسلامی بیان شده است که عبارت‌اند از:

است و این مورد از امور مشهود در دوران خلافت امام(ع) است ایشان چنان در امور حق و عدل قاطعانه برخورد نموده اند که زبان زد عام و خاص می باشند و به مالک بیان نمودند فرقی بین آشنا و فامیل و دوست و سفارش شده قرار نداده و بین مسلمان و غیرمسلمان تبعیض قائل نشو به طوریکه همه افراد از مواهب حکومت عدل برخوردار باشند در فرمان خود می فرمایند: حق را برای آنکه شایسته است از نزدیک یا دور (خویش و بیگانه) اجرا کن و یا در جای دیگر می فرمایند: و نیکوترین چیزی که حاکمان را خشنود می سازد برپاداشتن عدل و دادگری در شهرها و آشکار ساختن دوستی رعیت است.

۴ تغافل در برخورد با مردم و چشم پوشی بزرگوارانه

یکی دیگر از اصول مدیریت در برخورد مناسب با مردم، رعایت تغافل با مردم است؛ زیرا انسانها به دلایل مختلف در معرض خطا و اشتباه قرار دارند و خود امام(ع) در برخورد با مردم گذشت داشت و در مقابل بعضی از اشتباهات و خطاهای آنان خود را به تغافل میزد و به مالک نیز بیان نموده اند: مردم از پیش گرفتار لغزش و خطا بوده و به سببهایی بدکاری به آنها روی آورده است، به عمد یا به سهو دچار لغزش می شوند پس اگر پیش آمدی آنها را به سهو به بدکاری واداشت باید به ایشان بخشش و عفو روا داشت (تغافل) با بخشش و گذشت خود آنان را عفو کن، همانطور که دوست داری خدا با بخشش و گذشت تو را بیامرزد بر مبنای این دستور امام(ع) مدارا و چشم پوشی بجا از کارهای مردم، از اصول یک مدیریت صحیح است که با رفتار انسانی آجین می گردد

۵ انصاف و میانه روی در حق

انصاف را می توان به رفتار مناسب با زیردستان بر مبنای قوانین و مقررات، از روی حق و عدل معنی کرد. امام انصاف را نه تنها مبنای رفتار مدیران با مردم

بلکه اصل مبنای رفتار او را با خداوند می داند. در این ارتباط به مالک می گوید: با خدا به انصاف رفتار کن (اوامر او را به کار گیر و از نواهی او بپرهیز)، از جانب خود و نزدیکان خود درباره مردم انصاف را از دست مده و نیز می فرماید: پس رنج کار هر یک از آنان را برای خودش بدان و رنج کسی را به دیگری نسبت نده و باید در پاداش دهی به او هنگامی که کارش تمام میشود کوتاهی ننمایی و بزرگی کسی تو را بر آن ندارد که رنج و کار کوچک کسی را بزرگ شماری و پستی کسی تو را و ندارد که رنج و کار بزرگش را کوچک شماری. بر مبنای این دستورات مدیر باید با رعایت انصاف به زیردستان کمک کند.

۶ منافع اکثریت را بر منافع اقلیت ترجیح دادن

یکی دیگر از اصول مدیریت، منافع عمومی را بر منافع فردی ترجیح دادن است، بدین صورت که نباید به خاطر فردی منافع عمومی و مصالح سازمانی را فدا نمود. امام(ع) در این باره می فرمایند: کاری که باید بیش از هر چیزی دوست داشته باشی میانه روی در حق، همگانی کردن آن و دادگری است که بیشتر موجب خشنودی رعیت می گردد زیرا خشم همگانی، رضا و خشنودی چند تن را پایمال می سازد و خشم چند تن در برابر خشنودی همگان اهمیت ندارد.

۷ نظارت و ارزیابی بر عملکرد

تأکید بسیار زیادی به مدیران دستگاههای اجرایی است که بر اعمال و کار کارکنان نظارت داشته و ارزیابی مستمری از آنها بنمایند. امام نیز می فرمایند: پس در کارهایشان (عمال و کارگزاران) کاوش و رسیدگی کن و بازرس های درستکار و وفادار بر آنان بگمار، نباید نیکوکار و بدکار نزد تو به یک پایه باشند که این امر نیکوکار را از نیکو کاری بی رغبت و بدکاران را به بدی وامیدارد و هر یک از ایشان را به آنچه گزیده است جزا بده.

۸ انتخاب فرد لایق

یکی از مهمترین مسائل فعلی مدیریت در جهان امروز و بخصوص در کشور ما نحوه انتخاب افراد توسط مدیران ارشد است، آنان با عزل و نصب مدیران و زیردستان بر مبنای اعمال سلیقه، آزمایش و خطا و عدم تبعیت از ملاک‌های علمی و منطقی باعث شده‌اند افراد ناکارآمد در مشاغل حساس قرار بگیرند. امام(ع) به مالک می‌گویند: پس در حال کارگزارانت بنگر و

بهترین ایشان را به کارهایت بگمار چون آنان را (کارگزاران) تجربه و آزمایش نمودی به کار گمار. در اینجا امام(ع) تأکید دارند با رعایت معیار و ملاک آزمودن، افراد را به کار گمار نه اینکه بکار گماری و بعداً بررسی کنی؛ و نیز فرمودند:

برای انجام کارها از نیروهایت کسانی را بگمار که برای خدا و رسول پندپذیرند و پاکدل‌تر، خردمندتر، بردبارتر و مهربانتر، ... باشند. امام با این بیان تأکید می‌کنند باید برای انتخاب مدیر ملاک‌ها و معیارهای مناسب تعریف کرد تا گزینش و انتخاب افراد شایسته بهتر صورت گیرد.

۹ تقسیم کار

از دیگر امور مربوط به یک مدیر مدبر و لایق تقسیم کار است جهت انجام ساده‌تر

و بهتر کارها امام(ع) در این مورد می‌فرمایند، برای هر کاری از کارهایت رئیس و کارگردانی از نویسندگان قرار بده که بزرگی کارها او را مغلوب و ناتوان نسازد و هرگاه در آنان عیبی باشد و تو از آن غافل باشی تو باید پاسخگو آن باشی. این تأکیدها از طرف امام(ع) در خصوص تقسیم کار بر اساس توان و تخصص در پیشبرد امور و ارائه خدمات بهتر به مردم است.

۱۰ حقوق و پرداخت پاداش

در دنیای مدیریت امروز پرداخت حقوق و پاداش مناسب به کارکنان حرف اول را می‌زند و زمانی می‌توان از یک فرد متخصص، مدبر، لایق و متعهد کار مناسب خواست که حقوق و پاداش او نیازهای زندگی او را مرتفع و رضایت شغلی او را فراهم کند. در غیر این صورت نمی‌توان رشدی در کار و پیشبرد آن را در نظر گرفت. امام(ع) در این باره می‌فرمایند: پس جیره و خواروبارشان را فراوان ده که این کار آنان (کارگزاران) را به اصلاح خودشان توانا کرده و بی‌نیاز گرداند. آنقدر به قاضی(مال و روزی) بده و زندگی او را فراخ ساز که عذر او از بین برود و نیازش به مردم با آن بخشش(حقوق مکفی) کم باشد.

۳ ویژگی‌های یک مدیر از دیدگاه امام علی (ع)

ویژگی‌های مناسب که در شأن و منزلت یک مدیر اسلامی است عبارت‌اند از:

❖ مدیر خود را بنده خدا دانسته، خداترس و متقی باشد (نهج‌البلاغه، ب ۲، ص ۹۹۱).

❖ مدیر باید نفس خود را از شهوات و خواهش‌های نفسانی تزکیه کند (نهج‌البلاغه، ب ۴، ص ۹۹۱).

❖ مدیر به دل، دست و زبان یاری‌گر دین خدا باشد افراد صالح بگمارد (نهج‌البلاغه، ب ۴۵، ص ۱۰۱۱).

❖ مدیر باید با مردم، مهربان، خوش‌رفتار و نیکو باشد (نهج‌البلاغه، ب ۶، ص ۹۹۳).

❖ مدیر باید عادل و میانه رو در حق بوده و منافع عوام را بر منافع خواص ترجیح دهد (نهج‌البلاغه، ب ۱۱، ص ۹۹۶).

❖ مدیر باید بین نیکوکار و بدکار تفاوت گذاشته با راستگویان همنشین باشد (نهج‌البلاغه، ب ۱۹ و ۲۰، ص ۱۰۰۸).

❖ مدیر باید پندپذیر، راست‌گفتار، درست‌کردار و بردبار بوده و در مقابل زورگویان سختگیر باشد (نهج‌البلاغه، ب ۳۲، ص ۱۰۰۸).

❖ مدیر باید بر کار کارگزاران نظارت دقیق داشته باشد (نهج‌البلاغه، ب ۴۱، ص ۱۰۱۰).

❖ مدیر باید در گزینش و به‌کار گماری کارگزاران بر اساس تجربه و آزمون عمل نماید (نهج‌البلاغه، ب ۴۳، ص ۱۰۱۱).



❖ مدیر باید از امور بازرسی داشته و برای بازرسی افراد صالح بگمارد (نهج‌البلاغه، ب ۴۵، ص ۱۰۱۱).

❖ مدیر باید برنامه‌ریزی داشته باشد و کار امروز را به فردا نیندازد (نهج‌البلاغه، ب ۶۴، ص ۱۰۲۳).

❖ مدیر باید وفای به عهد داشته باشد (نهج‌البلاغه، ۷۴ ب و ۷۵، ص ۱۰۲۷).

❖ مدیر باید در عزل و نصب کارگزاران از آزمایش و خطا پرهیزد (نهج البلاغه ، ب ۴۳ ، ص ۱۰۱۱).



❖ نتیجه گیری

آنچه در این مختصر می‌توان درباره انتخاب مدیر در نظام اسلامی مطرح کرد این است که در مکتب اسلام برخلاف دیگر مکاتب ارزش‌ها نسبی نیست و زمان و مکان در تبدیل مفاهیم ارزشی دخیل نیستند. این امر از آنجا ناشی می‌شود که واضع ارزش‌ها در مکتب اسلام تعقل ناقص بشری نیست و واضع آن خداوند است که مطالب را به رسول گرامی اعلام و ایشان نیز دستورات را به اصحاب عرضه داشته و انتقال این دستورات به وسیله کتاب، سنت بوده و ما نیز باید بر اساس کتاب، سنت، اجماع و عقل دقیقاً مطالب را دریافت داشته و در امور زندگی خود به کارگیریم و یک نمونه بارز آن انتخاب مدیر است که می‌تواند جامعه اسلامی را با دستورات بیان شده به‌سوی هدف والای خود سوق دهد (رضائیان، علی، ۱۳۷۸). امید است کلام ائمه برای آشنایی با ویژگیهای و اصول مدیریت مورداستفاده قرار گرفته و گامی مؤثر برای رشد فضایل اخلاقی آنان باشد و هدف مدیریت در نظام اسلامی که همانا خدمت به مردم و حضور با مردم و در میان مردم بودن جهت رضایت خداوند متعال است تحقق یابد.

ویژگی های نا مناسب که در شأن و منزلت یک مدیر اسلامی نیست عبارتند از:

❖ مدیر باید از کبر، خودپسندی و برابر دانستن خود با خدا پرهیزد (نهج البلاغه ، ب ۸ ، ص ۹۹۳).

❖ مدیر باید در رفتار با مردم از ستمگری و درنده‌خویی پرهیزد (نهج البلاغه ، ب ۶ ، ص ۹۹۳).

❖ مدیر باید از همنشینی با کسانی که به گفتن زشتی‌های مردم اصرار دارد پرهیزد (نهج البلاغه ، ۱۴ ، ص ۹۹۷).

❖ مدیر باید از افراد بخیل، ترسو و حریص پرهیزد (نهج البلاغه ، ۱۶ ، ص ۹۹۸).

❖ مدیر باید از افراد متملق و کسانی که در گناه اشرار و ستمگران شریک بوده‌اند پرهیزد (نهج البلاغه ، ب، ۱۷ و ۱۸ ، ص ۹۹۹).

❖ مدیر باید از شکستن سنت‌های حسنه بزرگان و پیشینیان پرهیزد (نهج البلاغه ، ب ۲۴ ، ص ۱۰۰۱).

❖ مدیر باید از جنگ‌طلبی، خونریزی و بی‌عدالتی پرهیز نماید (نهج البلاغه ، ب ۷۵ ، ص ۱۰۲۷).

❖ مدیر باید از خودپسندی، منت گذاشتن و بزرگنمایی کارهای کوچک پرهیز نماید (نهج البلاغه ، ب ۷۶ ، ص ۱۰۲۸).

❖ مدیر باید از عجله و شتابزدگی پرهیز نماید (نهج البلاغه ، ب ۷۸ ، ص ۱۰۲۸).

❖ مدیر باید بر زبان خود مسلط بوده و هنگام خشم از تصمیم‌گیری پرهیز نماید (نهج البلاغه ، ب ۸۴ ، ص ۱۰۳۱).

منابع و مآخذ:

۱. رهبری، عباس، «اصول مدیریت و ویژگی یک مدیر از دیدگاه امام علی(ع)» ، دانشگاه فرهنگیان کردستان، ۱۳۹۵
۲. سوید، یاسین، «حکومت در اندیشه امام علی(ع)» ، بیروت، ۱۹۸۸، ترجمه قائدان، علی، دانشگاه امام حسین(ع)
۳. مشایخی فریدنی، محمدحسین، «آئین حکومت‌داری از دیدگاه امام علی(ع)»، شماره ۳ و ۲

۴. مطهری، حمیدرضا، پردل، محمدجواد، «جوان‌گرایی در حکومت امام(ع)» همایش بین‌المللی «امام علی(ع) الگوی عدالت و معنویت برای جهان امروز»، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، ۱۳۹۷
۵. فصیحی، سید محمدجواد، «تمدن‌سازی در حکومت عدل علی(ع)» دوفصلنامه دانش‌پژوهی «تامل» ، ۱۳۹۹
۶. بخشایش اردستانی، احمد، دشتی، فرزانه «مردم‌سالاری در حکومت امام علی(ع)» پژوهش‌نامه علوی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۹۲
۷. مهرپرور، احمدرضا، «حکومت در کلام و اندیشه امام علی(ع)»

۸. ربی‌پور، محمدعلی، صمدی‌وند، منوچهر «سیاست مدیریتی و ویژگی مدیران در نهج‌البلاغه» فراسوی مدیریت، ۱۳۸۸

و با تشکر از استاد حفیظ الله فولادی، استاد عیسوند، استاد معارفی و سرکار خانم مهدیه جعفرزاده بابت اینکه در نوشتن این متن ما را یاری کردند.



شرکت RedBull



نگاهی به تاریخ بشر گویای این واقعیت است که داستان از ابتدای تاریخ در تاروپود فرهنگ بشری تنیده شده است و با وجود تغییر و تحولاتی که انسان در طول تاریخ شاهد آن بوده، همواره جذابیت خود را برای بشر حفظ کرده است. ظهور فناوری‌های نوین انتقال محتوا، انسان را در برابر حجم گسترده‌ای از اطلاعات قرار داده است، به‌طوری‌که بشر امروز به‌واسطه‌ی دانش کسب‌شده از این بمباران اطلاعاتی، جایگاه خود را در بالای هرم تصمیم‌گیری می‌پندارد و برای اثبات نظر خود به محتوایی تکیه می‌کند که از منابع مختلف دریافت کرده است، از این‌رو است که باز هم راوی بهترین داستان، برنده بازی است.

با توجه به تغییر شرایط در سال‌های اخیر، تبلیغات سنتی از قبیل بیلبردهای تبلیغاتی یا آگهی‌های ویدیویی کانال‌های تلویزیونی دیگر نفوذ گذشته را ندارند و از این‌رو روش‌های جدیدتری برای جذب کاربران ایجاد شده است. این روزها کمپانی‌ها برای درگیر کردن هر چه بیشتر کاربران، به سراغ تولید محتوا رفته‌اند؛ به‌طوری‌که ایده‌ی برند به‌عنوان ناشر به یکی از ترفندهای بازاریابی تبدیل شده است. کمپانی ردبول را باید به‌عنوان یکی از بهترین مثال‌های فعالیت یک برند به‌عنوان ناشر خواند. نام ردبول با نوشابه‌های انرژی‌زا گره خورده است، اما در صورتی که سری به وبسایت این کمپانی بزنید، برخلاف انتظار خبری از قوطی فلزی ردبول نیست و با حجم گسترده‌ای از اخبار و اطلاعات در رابطه با فعالیت‌های ورزشی و هیجان‌انگیز ردبول مشاهده می‌کنید. ردبول را باید برندی خواند که در کنار تولید محتوا درصد اشاعه‌ی یک سبک زندگی خاص برای مخاطبان خاص است که برای همزادپنداری با ستارگان ردبول، به سراغ خرید نوشابه‌ی انرژی‌زای این کمپانی خواهند رفت. شاید از خود بپرسید که تمام مواردی که در سطرهای بالا به آن پرداختیم، چه ارتباطی با یک

نوشابه انرژی‌زا به نام ردبول دارد؟ به‌جرات می‌توان گفت که ریشه‌ی اصلی موفقیت ردبول، در سیاست رسانه‌ای این کمپانی نهفته است. در صورتی که به وبسایت ردبول سری بزنید؛ کوچک‌ترین اثری از قوطی فلزی از قوطی فلزی نوشابه انرژی‌زای ردبول نخواهید یافت، بلکه گویی به یک وبسایت خبری یا به بیان بهتر پایگاه اینترنتی یک رسانه سرزده‌اید؛ رمز موفقیت ردبول، در ایفای نقش برند به‌عنوان یک رسانه نهفته است. در ابتدا برای آشنایی با برند ردبول، بهتر است نگاهی گذرا به نحوه‌ی ایجاد برند ردبول داشته باشیم. دیتر ماتسش اتریشی ایده‌ی تولید نوشابه‌ی انرژی‌زای ردبول را از یک نوشیدنی با نام Krating Daeng که در تایلند تولید می‌شد، گرفت. وی به‌عنوان مدیر بازاریابی بین‌المللی Blendax راهی تایلند شده بود تا یک سفر کاری دیگر را تجربه کند، اما آشنایی وی با کراتینگ داینگ سرنوشت دیگری برای وی رقم زد. این نوشیدنی ابتدا در تایلند توسط چالو یوودیها تولید و راهی بازار شد. ماتسش در سفری که به تایلند داشت،



با این نوشیدنی آشنا شد و فهمید که نوشیدن کراتینگ داینگ باعث شده است تا پرواززدگی وی حل شود. ماتسشیش با تغییر فرمول ساخت این نوشیدنی برای جلب رضایت ذائقه‌ی غربی، نوشابه‌ی خود را با شراکت چالو تولید کرد، به‌طوری‌که این دو، کمپانی (Red Bull GmbH) را در سال ۱۹۸۷ در اتریش تأسیس کردند. با وجود اینکه کراتینگ داینگ و ردبول ماهیتی مشابه داشتند، اما کمپانی اتریشی ترجیح داد برای اولین بار ردبول را در پیست‌های اسکی اتریش به‌عنوان یک نوشیدنی رده‌بالا معرفی کند؛ به همین دلیل قیمت آن از برادر تایلندی خود بالاتر تعیین شده بود. طی سال‌های آینده ردبول وارد بازارهای جهانی شد و پس از مجارستان و اسلوانی، این نوشیدنی در آمریکا راهی بازار شد و در سال ۲۰۰۰ در قفسه‌ی فروشگاه‌های خاورمیانه جا گرفت. در سال ۲۰۰۸، مجله‌ی فوربز، چالو و ماتسشیش را در رده ۲۵۰ لیست ثروتمندان قرار داد؛ بنا به برآوردها، ثروت تقریبی این دو بیش از ۴ میلیارد دلار تخمین زده شده بود.

ردبول برای معرفی برند و نوشیدنی خود، راه و روش متفاوتی از سایر کمپانی‌های فعال در حوزه‌ی مواد غذایی در پیش گرفته است. این کمپانی به‌جای تبلیغ نوشیدنی خود، سبکی از زندگی را نمایش می‌دهد که بسیاری از جوانان و در واقع خریداران اصلی نوشابه‌های انرژی‌زا از آن لذت می‌برند، از این‌رو مخاطبان محتوای ردبول برای همزادپنداری با قهرمانان داستان‌های ردبول و تبعیت از سبک زندگی جذابی که جوانان را هدف قرار داده است، به سراغ خرید نوشابه‌ی انرژی‌زای ردبول می‌روند. جامعه‌ی هدف ردبول، افراد بین‌بازه‌ی سنی ۱۸ تا ۳۴ سال هستند؛ از این‌رو هیجان و ورزش‌های پرتنش، مسیری است که ردبول برای همراه کردن مخاطبان به سراغ آن‌ها رفته است. ردبول نشان داد اشباع بازار از تبلیغات سنتی بهینه‌ترین و بهترین راه برای موفقیت در بازار و جلب نظر مخاطبین نیست، هرچند این کمپانی تبلیغات تلویزیونی کارتونی نیز دارد که بر شعار ردبول یعنی «Red Bull Gives You Wings» استوار شده است.



♦♦ استراتژی قیمت گذاری محصولات ردبول:

بر خلاف بسیاری از کمپانی ها که سعی دارند با پایین آوردن قیمت محصول مشتری را به سمت خود جذب کنند کمپانی ردبول هیچگاه دست به چنین کاری نزده و همواره محصولاتش از قیمت بالایی برخوردار بوده به این دلیل که بر روی تبلیغات و کیفیت کالا تاکید بسیار زیادی داشته و همین امر موجب افزایش فروش محصول کمپانی بوده.

♦♦ دلایل موفقیت ردبول در امر تبلیغات:

اگر بخواهیم صادق باشیم باید اقرار کنیم که نام این شرکت و لوگوی آن همیشه در راس رویداد های ورزشی دیوانه وار و انصافا جذاب و دیدنی در سراسر دنیاست. گویا اسپانسر تمام رویداد های ورزشی مبتکرانه و خطرناک است. همین کافیسست تا ملیون ها بیننده در سراسر جهان ویدیو ها و تصاویر هنر نمایی این افراد توانمند در حوزه ورزشی را با نام و حمایت مالی برند ردبول به یاد بسپارند. ردبول با اسپانسرینگ و همچنین مالکیت تیم های مختلف در رشته های ورزشی متفاوت، سعی دارد با مخاطبانش از کانال های مختلف تعامل داشته باشد و در کنار آن ها قرار بگیرد. ماهیت انرژی زای ردبول در کنار وجهه ی برند این کمپانی،

هر روز آن را بیشتر به سمت ورزش های هیجان انگیز سوق می دهند، به طوری که ردبول علاوه بر اسپانسر شدن، تیم هایی هم در اختیار دارد و در رقابت های مختلف حاضر می شود. ردبول ریسینگ، اسکودریا تورو روسو و تیم ردبول از جمله ی شاخص ترین تیم های تحت مالکیت ردبول هستند که در مسابقات فرمول یک و ناسکار به رقابت می پردازند. تیم فرمول یک ردبول ریسینگ موفق شده است در سال های اخیر در رقابت های فرمول یک بدرخشد و رانندگان این تیم بارها روی سکوی قهرمانی قرار گرفته اند. پر طرفدار ترین رشته ی روی کره ی خاکی، رشته ای است که چشم پوشی از آن برای ردبول با استراتژی متمرکز شده بر هیجان و سرگرمی استراتژی متمرکز شده بر هیجان و سرگرمی، قابل چشم پوشی نبود، از این رو این کمپانی با خرید امتیاز یک تیم دسته پنجمی در شرق آلمان و تغییر نام آن به RB Leipzig، طی هشت سال این تیم را به بوندسلیگای یک رساند. فدراسیون آلمان در همان زمان با اختصاص نام ردبول روی این تیم ورزشی مخالفت کرد از این رو ردبول نام تیم را تغییر داد و در عوض نام استاد یوم اختصاصی تیم لایپزیگ را ردبول آرنا گذاشت.

دوثانیه از ویدئو روی هلیکوپتر یا لباس ورزشکاران مارک ردبول را مشاهده خواهید کرد. یا فقط در چندصدم ثانیه گوشه‌ی تصویر دست یک نفر نوشیدنی ردبول را خواهید دید. این خود باعث میشود شما به جای یک محصول یک ارزش بخرید. در واقع به طور ناخودآگاه در مغز شما شکل میگیرد که هرکجا سخن از هیجان، تفریح و کمپ کردن هست؛ ردبول هم هست!! پس اگر شما نیز طرفدار این سبک باشید، وقتی برای خرید نوشیدنی انرژی‌ها به فروشگاه میروید، مغز شما به طور ناخودآگاه روی چیزی که دیده تمرکز میکند و ردبول را انتخاب خواهید کرد. امروزه دیگر برند ردبول تنها یک برند تولیدکننده نوشابه‌های انرژی‌زا نیست بلکه یک شرکت فعال در زمینه‌ی تولید رسانه‌های قوی و تبلیغات پسیو محسوب می‌شود. بنابراین می‌توان گفت روشی که ردبول در پیش گرفته است تنها یک استراتژی بازاریابی ویدئویی موفق نیست. بلکه یک روش کاملاً متفاوت برای کسب درآمد و افزایش فروش و تبلیغات است که باشناسایی دقیق هدف و مخاطب تبلیغات سهم بزرگی را در بازاری جهانی به خود اختصاص داده است. برخی انرژی‌زا بودن ردبول را ناشی از توهم و همین تبلیغات گسترده که به طور ناخودآگاه روی مغز اثر می‌گذارند میدانند. بحث ما بررسی و نقد ترکیبات این نوشیدنی نیست، اما آیا شما نیز با آن موافقید؟



مواردی که به آنها اشاره کردیم، تنها بخشی از استراتژی رسانه‌ای این کمپانی در حوزه‌ی ورزشی بود و شامل تمام سیاست‌های بازاریابی ردبول نیست. ردبول برای اینکه خود را همواره در نظر مخاطبان‌ش نگه دارد، روش‌های مختلفی به کار می‌گیرد. برای مثال می‌توان به تأمین بودجه‌ی ۲ میلیون دلاری برای تهیه‌ی فیلمی مستند با نام The Art of Flight اشاره کرد که به رشته‌ی ورزشی اسنوبرد می‌پردازد. این فیلم مستند موفق شد امتیاز ۸.۳ را از مخاطبان‌ش در IMDB کسب کند. ردبول در ابتدا به سراغ انتشار مجله‌ای با عنوان Red Bulletin رفت که در قالب یک روزنامه در روز برگزاری مسابقات فرمول یک، در پیست برگزاری بین‌حاضرین پخش می‌شد. اولین نسخه از این مجله در جریان برگزاری گراندپری موناکو منتشر شد و به مرور به بخشی از فرهنگ فرمول یک در جریان فصل تبدیل شد. از نوامبر سال ۲۰۰۷ این مجله با پیدا کردن ماهیت یک نشریه سبک زندگی به صورت ماهانه منتشر می‌شود و در طی سال‌های اخیر رفته‌رفته این مجله زیر نظر Redbull Media House در اغلب کشورها گسترش پیدا کرد؛ به طوری که امروزه تیراژ این مجله به بیش از ۲ میلیون نسخه می‌رسد. Red Bulletin بیشتر به سراغ شخصیت‌هایی می‌رود که در طول زندگی خود تجربیاتی و رای یک زندگی معمولی دارند و موفق به شکستن محدودیت‌ها شده‌اند. در واقع Red Bulletin بر اساس سیاست رسانه‌ای خود، در پی معرفی افراد ماجراجو و قرارگرفتن در کنار این‌گونه افراد است.

الان شما با ردبول و سیاست‌های تبلیغات و رسانه‌ای آن آشنا شدید. زمانی ردبول برای معرفی خود و نشان دادن زیاد بودن میزان فروش، هرشب تعداد زیادی از قوطی‌های خالی نوشابه‌های انرژی‌زای خود را در سطل زباله‌های کلاب‌ها می‌انداخت و باعث ایجاد این فکر در ذهن افراد میشد که "ادمهای خیلی زیادی از این نوشیدنی‌ها استفاده میکنند؛ پس من هم باید امتحانش کنم!" بار دیگر به صفحه اینستاگرام ردبول برگردید. هیچ عکسی از نوشیدنی در این صفحه پیدا نخواهید کرد ولی شما غیرمستقیم به طور مثال در

دلیر، نوشین، رمزهای موفقیت خالق نوشابه ردبول (دیتریش ماتسیتس)، تهران، نشر عطران، ۱۳۹۹

آینده نگر

خلیلی صفا، حسین ، داستان برند ، ردبول و داستان سرایی که نوشابه میفروشد ، <https://www.zoomit.ir/business/14930/brand-story-redbull-1395>

Rosie, the Red bull logo and history of the company, <https://www.hatchwise.com/resources/the-red-bull-logo-and-the-history-of-the-company>

[illegible]



راهکارهای مدیریت ترافیک از دیدگاه روانشناختی

مقدمه

وقتی از آسیب‌های اجتماعی سخن به میان می‌آید دیگر نیاز به توضیح و تفسیر نیست و برای اثبات وجود این آسیب‌ها از آرایه‌سند و مدرک بی‌نیازیم چرا که متأسفانه آنقدر این آسیب‌ها متعدد و متکثر، فراگیر هستند که هر کسی چشم باز کند و به خود و اطرافیانش در خانواده، دانشگاه، محیط کار و خلاصه کوچه و خیابان نظری بیندازد، مصادیق این آسیب‌ها را به روشنی می‌بیند. این گستردگی و تنوع، زنگ هشدار است تا متولیان امر جدی‌تر به این مهم بپردازند چرا که زندگی را در تمام ابعاد فردی و اجتماعی تهدید می‌کند. آسیب‌های اجتماعی سلامت فردی تک‌تک افراد جامعه را به خطر انداخته است خطری که سلامت جامعه را نشانه رفته و فضای زیست فردی و اجتماعی را تهدید کرده است کمتر جایی را می‌توان نشان داد که از این تهدید در امان باشد. یکی از جاهایی که اهمیت فوق‌العاده‌ای را در این موضوع به خود اختصاص داده است، ترافیک و مسائل مربوط به آن است.

یکی از مهمترین شاخص‌های میزان توسعه‌یافتگی اجتماعی و فرهنگی در جوامع مختلف به میزان توسعه فرهنگی و روانشناسی ترافیک بستگی دارد. حیات فردی و زندگی اجتماعی همگانی متأثر از نحوه‌ی رانندگی و پیامدهای ناشی از آن بویژه در مناطق شهری می‌باشد. کشور آلمان بعنوان کشوری پیشرو و همچنین جمهوری اسلوواکی، فعالیت‌های چشمگیری بویژه در حوزه دانشگاهی و تربیت متخصصان از سالهای گذشته در این مقوله به انجام رسانده‌اند. الگوی کاربردی سازمان ایمنی جاده‌های آلمان در یک مثلث تعریف شده است که زوایای آن شامل؛ رفتار راننده به عنوان عامل انسانی، موقعیت محیطی و وسیله نقلیه است. از آنجا که براساس آمار، عامل انسانی ۹۰ درصد در بروز رخدادهای رانندگی نقش دارد بنابراین بررسی روانشناسانه این مهم ضروری است.



به همین منظور روان‌شناسی ترافیک بین‌الملل در سال ۲۰۱۰ در اتحادیه اروپا تاسیس شد که هدف اولیه آن افزایش تأثیرات روان‌شناسی ترافیک در حوزه ایمنی ترافیک بوده است. هر کشور عضو این شانس را دارد که برای بهره‌مندی از مزایای ایمنی ترافیک از اقدامات روانشناسی پیشرفته تا به امروز استفاده کند. البته در کشورهای نظیر استرالیا و مجارستان هم ما شاهد هستیم که با برنامه‌های روانشناسی ترافیک منسجم و اجباری بویژه برای قشر کودکان، رانندگان مسن و گروه‌های پرخطر برگزار می‌گردد.

روانشناسی ترافیک چیست؟

روانشناسی ترافیک در اصل رفتار کاربران راه و فرآیند‌های اساسی روان‌شناختی رفتار رانندگان را مورد بررسی و مطالعه قرار می‌دهد. به بیان بهتر روانشناسی ترافیک، رفتار ترافیکی را که، مجموعه‌ی کنش‌ها و واکنش‌های نسبتاً پایدار، قابل مشاهده، ارزیابی و پیش‌بینی توسط انسان در عرصه ترافیک و استفاده از

اما تفاوت ترافیک شهرهای بزرگ دنیا با ترافیک تهران این است که در کلان شهر ها ترافیک باعث «دیرکرد» است اما در شهری مثل تهران ترافیک فقط موجب تاخیر نیست، موجب «کلافگی» و «خرد شدن اعصاب» هم هست. (واعظی، رادیو سلامت) به طور کلی هیجان زدگی یا هیجان خواهی یا آزرده‌گی هیجانی در رانندگی متاثر از ۳ مولفه اصلی است:

۱. وجود خصیصه های شخصیتی ناشکیبا، بی قراری، بی دقتی و تهاجمی بودن در امور
 ۲. قدرت طلبی و زور مداری
 ۳. بی پروایی خیابانی (جاده ای).
- برخی عوامل هستند که بروز این پدیده را افزایش می دهند:

۱. عوامل محیطی: ترافیک سنگین، آب و هوا (گرم، سرما، رطوبت زیاد)، آلودگی صوتی، آلودگی هوا، زمان محدود
۲. عوامل روانی: رانندگی کردن تحت تاثیر خشم، ترس، اضطراب، ناکامی ها، خواب آلودگی، درد شدید و داروها (سوری، ۱۳۸۴)

♦♦ صفت رفتار تهاجمی

یکی از مهم ترین و موثر ترین عوامل به وجود آوردند رفتار ترافیکی که خلاف قوانین و مقررات رانندگی است و باعث بروز سوانح و همچنین افزایش شلوغی ها و ترافیک در کلان شهر هایی همچون تهران است صفت رفتار تهاجمی رانندگان می باشد (این بحث بیشتر در ذیل ساختارهای اجتماعی، شخصیتی و عاطفی در رانندگی آورده می شود) بسیاری رفتار تهاجمی ترافیکی را به عنوان اقداماتی در نظر میگیرند که به لحاظ فیزیکی، روان شناختی یا احساسی تمایل دارد به دیگر افرادی که در محیط رانندگی قرار دارند از جمله رانندگان، مسافران و افراد پیاده، صدمه بزند نمونه ها در این زمینه شامل فریاد زدن، ثابت کردن، دنبال نمودن خودروی جلویی از فاصله نزدیک، بوق زدن شدید و مواجهات کنار جاده است.

در مقابل برخی دیگر نیز، رانندگی تهاجمی را به عنوان هر گونه رفتار خطرناک رانندگی صرف نظر از نیت یا قصد از انجام آن، نظیر سرعت رفتن، حرکت



سیستم حمل و نقل است، مورد بحث و گفتگو قرار می دهد. در واقع محورها و مباحث اصلی روان شناسی رانندگی یا روان شناسی ترافیک آمیزهای است از یافته های دیگر حوزههای مرتبط روانشناسی همچون روانشناسی اجتماعی، روانشناسی شخصیت؛ روانشناسی رشد روانشناسی سلامت، روانشناسی بالینی و روانشناسی کاربردی. همه سخن این است که چگونگی نظام ارزشها، باورها و نگرشها، احساسات و انگیزه ها و مجموعه رفتارهای فردی و اجتماعی انسان میتواند به عنوان اصلی ترین عامل در تبیین معضل یا پدیده ترافیک مورد توجه قرار گیرد. از همین منظر منش اجتماعی و ویژگیهای شخصیتی راننده، شرایط حاکم بر حوزه شناختی، احساسی و عاطفی و رفتاری و حسی و حرکتی رانندگان میتواند بیشترین نقش را در ارتباط با ترافیک و تصادفات رانندگی داشته باشد. ترافیک در همه شهرهای بزرگ دنیا وجود دارد. وقتی بناست افراد زیادی در به سر کار بروند، خود به خود ازدحام پدید می آید؛

مارپیچ در جاده و استفاده از شانه های جاده برای سبقت تعریف میکنند. با این حال برخی مطالعات پی برده اند به اینکه چنین اقداماتی، که بیشتر شبیه به تخلفات از قوانین و مقررات جاده ای یا جرأت کردن است، متمایز از «تخلفات تهاجمی» عمدی است. رانندگانی که به صورت عمدی سبب آسیب به دیگر رانندگان میشوند در شیوه های مهمی متفاوت هستند از آنهایی که قوانین و مقررات ترافیکی را رعایت نمیکند، حتی اگر چه این نوع اقدامات گاهی اوقات برای دیگران، خودخواهانه غیر قانونی و خطرناک به نظر میرسد (Lawton, ۱۹۹۷; Wiesenthal & Hennessy, ۲۰۰۵; Parker, Manstead, & Stradling).

اگرچه رفتار تهاجمی توسط بیشمار عوامل فردی، اجتماعی، شناختی و محیطی پیش بینی میشود (۱۹۹۳ Berkowitz)، اما برخی افراد وجود دارند که یک تمایل «صفت-مانند» به سمت اقدامات تهاجمی با فراوانی و شدت بیشتر دارند. از چنین منظری، برخی رانندگان صفت تمایلات راننده تهاجمی را در خود توسعه میدهند (Wiesenthal & Hennessy, ۱۹۹۹) که یک کیفیت واحد شخصیتی است برای آن کسانی که به دنبال خطرپذیری و تخلیه هیجانات از طریق رانندگی هستند. صفت تهاجمی راننده به نظر میرسد که بیشتر تمایل به درک اشتباه از اقدامات و نیت دیگر رانندگان به عنوان دشمن و تهدید دارد؛ که این امر سبب کج فهمی و تحریک اقدامات دیگران میشود



و در نتیجه تمایل به تلافی کردن از دیگر رانندگان از طریق صدمه (Gulian, Matthews, et al, ۱۹۸۹; Hennessy & Wiesenthal, ۲۰۰۱a) میکنند پیدا روانی و احساسی، فیزیکی یک تبیین از توسعه صفت تهاجمی راننده، در نظریه های یادگیری ارائه شده است. به ویژه، زمانی که عمل در یک رفتار تهاجمی به عنوان یک «موفقیت» یا کامیابی نگریسته میشود، میتواند به شکل منفی، به دلیل برداشته شدن منبع آزردهی، ناکامی و تعارض یا به شکل مثبت از طریق افزایش احساس کنترل، قدرت و سلطه تقویت شود. در طول زمان این قبیل اقدامات بیشتر به عنوان اقدامات قابل پذیرش سودمند و به صورت بالقوه موفقیت آمیز در موقعیت مشابه بعدی نگریسته میشوند در نتیجه رفتار تهاجمی برای آن رانندگانی که چنین واکنشهایی در سلسله مراتب واکنش آنها (زن و مرد) افزایش پیدا کرده است، بیشتر تبدیل به عادت میشود. همزمان با تکرار این تقویت و فقدان عکس العمل های منفی رفتار تهاجمی راننده برای آن مجموعه رفتاری راننده، قابل پذیرش تر و هنجاری تر میشود. صفت رفتار تهاجمی در پیوند با تعدادی پیامدهای خطرناک از جمله حالت تجاوزکارانه و تخلفات قرار داشته است. بریت و گاریتی (۲۰۰۶) به بازخوانی رویدادهای رانندگی گذشته ی نمونه های مورد مطالعه پرداخته اند تا نشان دهند آنها چگونه از خود واکنش نشان داده اند. نویسندگان پی میبرند که تمایل به رفتار تهاجمی، واکنشهای عصبانی و تهاجمی را پیش بینی میکند.

هنسی و ویسنتال (۲۰۰۲) با استفاده از برآوردهای خودگزارشی، متوجه شده اند که صفت تهاجمی راننده با تخلفات ترافیکی (قوانین و مقررات بزرگراه) رابطه داشته است، و این مشابه با نتایج بدست آمده توسط کینگ و پارکر (۲۰۰۸) است که گزارش داده اند، رانندگان با صفت تهاجمی، بیشتر احتمال دارد مرتکب تخلفات ترافیکی شوند و به غلط تعداد تخلفاتشان را در مقایسه با دیگران، کمتر عنوان کنند. مشابهاً ماکسول گرانت و لیکین (۲۰۰۵) پی به یک رابطه بین صفت تهاجمی



ما با مدیریت ترافیک می توانیم از خشونت و صفاتی که در بالی این متن آورد شد جلوگیری کنیم و کاهش این موارد می تواند میزان تصادفات و مرگ و میر را به میزان محسوسی کاهش دهد.

در ادامه به راه حل هایی که کشورهای موفق در زمینه مدیریت و کنترل ترافیک شهری خود داشتند می پردازیم:

۱. کشور آلمان: زادگاه اصلی روانشناسی ترافیک در آلمان است که از سالهای پیش در این حوزه به تربیت متخصص و ایجاد رشته های مرتبط به روانشناسی ترافیک در دانشگاهها پرداخته شده است. با فعالیت های ویلهلم وونت و هوگو مونستر برگ از سال ۱۹۱۰ میالیدی پایه های رشته روانشناسی ترافیک در دانشگاه الیزیک گذاشته شد. (شهابی فر، ۱۳۹۵۹) این کشور در حوزه ترافیک بسیار قدرتمند است و پیشرفته ترین تاکتیکهای آموزشی را به دنیا معرفی کرده است. با شروع برنامه های سیستمی ترافیکی در آلمان در سال ۱۹۷۰ میزان تلفات از ۱۹ هزار به ۹ هزار در سال ۱۹۹۵ تقلیل پیدا کرد. (دعاگویان و همکاران ۱۳۹۵) ماهیت آموزش ترافیکی کشور آلمان بر آموزش کودکان و پیش دبستانی متمرکز میباشد عمده این آموزشها بعهده مراکز ایمنی ترافیک است که منجر به نهادینه شدن این رفتارها در جامعه شده است پلیس راهنمایی و رانندگی نیز در این خصوص فعال بوده و با تشکیل پلیس راهنمایی در مدارس از دانش آموزان در کنترل

راننده و تخلفات ترافیکی در یک نمونه از رانندگان در انگلستان برده اند با توجه به اینکه، کنتو جینیس کسپاولو و مارماراس (۲۰۰۲) همچنین اشاره میکنند به اینکه تخلفات سرعت و عدم رعایت کلی، قانون بر اساس متغیرهای تمایل به ارتکاب تخلفات تهاجمی در بینرانندگان در یونان پیش بینی شده است.

پیوند بین صفت تهاجمی و تصادفات، شاید به دلیل نادر بودن تصادفات احتمالاً پیچیده تر از مباحث فوق است. لی. لی. لونگ، ژان و هنسی (۲۰۰۴) پی برده اند به اینکه صفت تهاجمی راننده خود گزارشی با تصادفات فعال، به عالوه، تخلفات ترافیکی در بین رانندگان در چین رابطه داشته است با این، حال آنها اشاره می کنند به اینکه نمونه های مورد مطالعه شان غالباً مردان بوده اند که ممکن است این امر سبب افزایش مقدار این رابطه شده باشد. بنر اوزکان و الجونن (۲۰۰۸) همچنین نشان داده اند که رفتار تهاجمی، راننده تصادفات در قطر را پیش بینی نموده است اگرچه ساختارهای رفتار تهاجمی نمونه ها همچنین شامل عناصری از جمله رقابت در سرعت نیز بوده است. گولیور و بگ (۲۰۰۷) که از مصاحبه رو در رو با رانندگان استفاده می کنند پی به یک رابطه بین صفت تهاجمی و تصادفات میبرند؛ هرچند صرفاً در بین مردان و پس از کنترل برای ارائه همان گونه که سومر (۲۰۰۳) بیان می کند، وجود پیوند بین صفت تهاجمی و تصادفات ممکن است در حقیقت به صورت غیر مستقیم باشد، زیرا این پیوند به واسطه سبک رانندگی منحرف نظیر افزایش خطاها و تخلفات صورت میگیرد.

خشونت و پرخاشگری برخی رانندگان حین رانندگی به یکی از معضلات و عوامل استرس زای زندگی روزمره تبدیل شده است. و چنانچه با این معضل برخورد معقول و منطقی نشود میتواند به نزاع های خیابانی، تصادفات و حتی مرگ نیز منجر شود پس می بایست به سراغ یکی از منشاء ها یا به نوعی تقویت کننده های خشونت و پرخاشگری در میان راننده ها برویم که همان موضوع بحث ما یعنی ترافیک در کلان شهرها است.



خیابانهای اطراف مدارس و کنترل خیابان ها در هنگام ورود و خروج دانش آموزان بهره میجوید. این نوع از همکاری تاسطح دانشگاه نیز ادامه داشته و موجب روحیه اطاعت پذیری افراد از پلیس در طرحهای ترافیکی میشود.(شریفی، ۱۳۹۳)

۲. کشور ژاپن: از جمله کشورهای صاحب سبک در اصلاح رفتار و مدیریت ترافیک میباشد

۱. توجه به آموزش پایه ای ترافیکاز سطح مدارس ابتدایی به منظور آموزش و القای خطر تصادفات در بین دانش آموزانی که در آینده به رانندگی می پردازند.

۲. اولویت برخوردهای فرهنگی و پیشگیرانه با رفتارهای پرخطر (مانند استفاده از مواد مخدر یا الکل)

۳. سنجش مداوم توانایی رانندگان در دو حوزه سنجش صلاحیت شناختی و حرکتی رانندگان کهنسال

۴. فرهنگ سازی از طریق تبلیغات رسانه ای اینترنت، پوستر و...

۵. فعالیت گسترده شرکت خودروسازان ژاپن برای اشاعه فرهنگ ترافیک(داود دعاگویان و همکاران، ۱۳۹۵)

۳. کشور آمریکا: برنامه های آموزشی و فرهنگی آمریکا متأثر از فرهنگ خشن مردم امریکاست بنابراین برخورد قاطع تری با متخلفان صورت میگیرد. اقداماتی همچون جمعیت والدین حافظ جوانان، توزیع صندلی ایمنی کودکان به خانواده های کم درآمد و موظف کردن دریافت کنندگان به گذراندن دوره آموزشی استفاده از آن، تهیه جزوات دوزبانه ایمنی ترافیکی، هدایت دوچرخه سواران به سمت استفاده از کاله ایمنی، برگزاری کنفرانس بازماندگان تصادفات.

۴. کشور انگلستان: پایه اصلی آموزش ترافیک در این کشور، کنترل خشونت های ترافیکی به عنوان یکی از مهم ترین مسایل رانندگی است. بدین منظور با استخدام افسران ایمنی و تامین هزینههای آموزشی و تبلیغات برنامه ایمنی در اولویت گذاشته میشود برخی از برنامه های فرهنگی اصلاح رفتار ترافیکی این کشور عبارتند از: آموزش های رسمی و حضوری رفتارهای ترافیکی، انتخاب افسران نوجوان ایمنی راه در بر پایه مصاحبه.

پس از انتخاب این افسران، در مدارس به این دانش آموزان وظایف و مأموریت ها اعالم میگردد. اعم وظایف این افسران در انگلستان عبارتند از:

۱. اعطای گواهینامه لیاقت به افرادی که مقررات ایمنی راه را به خوبی رعایت میکنند

۲. آموزش ایمنی راه در بین دانش آموزان و پیگیری مستمر

۳. بهره گیری از سایت مخصوص اعضای افسران نوجوان ایمنی راه و استفاده از مزایای آن که اعم از اولویت استخدام در سازمانهای پلیس میباشد. (داود دعاگویان و همکاران، ۱۳۹۵)

۵. کشور اسلواکی: روانشناسی ترافیک هم در این کشور قدمت قدیمی دارد از سال ۱۹۲۵ و در زمینه های زیر برنامه های مدونی به مرحله اجرا در آمده است: تجزیه و تحلیل عملکرد کار، مسائل شخصیتی، شناسایی نمادها در ترافیک، روانشناسی پیاده رو برای کاربران جاده، روانشناسی محیط، مجموعه این برنامه ها تا سال ۲۰۰۰ انجام پذیرفت و اما برنامه های اجرایی تا ۲۰۱۰ ایجاد شورای امنیت جاده ای، طرح ملی ایمنی جاده، این سری قوانین برای اجرا به تصویب رسید. روانشناسی به عنوان یک حوزه علمی باید در حمل و نقل گنجانده شود، معاینه روانی رانندگان برای اخذ گواهینامه، تست های روانشناسی ویژه برای موقعیت های ذیل: رانندگان تاکسی، خدمات پستی و تحویل، رانندگان با ۳ جریمه بیش از ۶۰ یورو در مدت ۱۲ ماه کنوانسیون حمل و نقل جاده ای کال و محصولات خطرناک، هنگام تجدید مجوز رانندگی، تعداد ۱۰۰ روانشناس جدید در زمینه روانشناسی ترافیک از دانشگاه بهداشت این کشور فارغ التحصیل شدند. با اجرای این برنامه ها موفق شدند میزان تلفات رانندگی را در یک بازه ۲۰ ساله به نصف کاهش دهند (کلینمن، ۲۰۱۰) آنها همچنین برنامه های درازمدتی برای بهبود شرایط مدنظر دارند. تعداد زیادی از روانشناسان ترافیکی دارای تخصص بالینی هستند. در مجموع هزینه زیادی برای ایجاد این رشته و در نهایت جذب روان شناسان متخصص در حیطه ترافیک بعمل آمده است و نحوه عملکردشان پیوسته مورد ارزیابی قرار می گیرد.



۵. بهبود ایمنی از طریق آموزش موثر
۶. بهبود ایمنی در حوزه حمل و نقل
۷. تقویت مراقبت پس از حادثه
۸. مدیریت ایمنی راه. کلینمن، ۲۰۱۰

♦ نتیجه گیری

در جهت رشد رفتار ترافیکی مطلوب قدم اول این است که متولیان امور اجتماعی و مدیران رده بالای کشوری و لشگری و لشگری زنگ هشدار آسیب های ناشی از ترافیک و حمل و نقل را حس نمایند و به آن بپردازند. به دلیل این که یکی از شاخص های توسعه یافتگی اجتماعی در جوامع، روانشناسی ترافیک و رفتار ترافیکی صحیح و مناسب می باشد. ۹۰ درصد بروز رخدادهای رانندگی عوامل انسانی است. پس تربیت، آموزش و بررسی روانشناسانه این مهم ضروری به نظر می رسد.

اصلی ترین عامل در تبیین معضل ترافیک شرایط حاکم بر حوزه شناختی، احساسی، عاطفی، رفتاری و حسی-حرکتی رانندگان می باشد که بیشترین نقش را در ارتباط با ترافیک و تصادفات داراست. با مدیریت ترافیک می توان خشونت و پرخاشگری و رفتارهای پر خطر را به حداقل رساند، کاهش این امر موجب کاهش تصادف و مرگ و میر خواهد شد، برای نیل به اهداف باید از راهکارهای کشورهای پیشرو در زمینه روانشناسی ترافیک بهره برد.

و در پایان شاید بیان این نکته خالی از لطف نباشد که نگرش کلی که نسبت به مفهوم رانندگی در کشورمان وجود دارد باعث رفتارهای پرخطری در رانندگی می شود که نمونه های از آن همین هیجان زدگی و پرخاشگری است که شاهد آن هستیم و توضیح این نگرش بدین شرح می باشد وقتی به رانندگی در دنیا نگاه می کنیم آن را یک امر جمعی می یابیم، اما متأسفانه در ایران تلقی از این امر یک رفتار فردی است به گونه ای که انگیزه فرد همان نفع فردی در تعاملات اجتماعی می شود. به عبارتی، فرد متخلف همیشه در جستجوی منافع فردی بوده و در این راه با عدم توجه به منافع جمعی اقدام به تجاوز به حقوق دیگران می کند. پارک در محل ممنوع و سد راه دیگران از انواع این تخلفات است.



ویژگی های روانشناختی زیر برای تست رانندگان در این کشور مد نظر می باشد:

۱. خصوصیات شخصیتی
۲. ادراک بصری
۳. زمان پاسخ
۴. مقاومت در برابر استرس
۵. هوش
۶. توجه

این کشور قوانین سختی را برای استفاده کنندگان از الکل و مواد مخدر حتی تا ابطال دائم گواهینامه در نظر گرفته است.

توانبخشی رانندگان نیز یک آموزش حرفه ایست که برای اینگونه جرائم رانندگی اجرا میگردد که شامل ۴ جلسه سه ساعته به انضمام ۶۰ دقیقه مصاحبه فردی است. از جمله کارهای مثبت تشکیل انجمن روانشناسان حمل و نقل میباشد که هدف اصلی این انجمن تشویق همکاری بین روانشناسان حمل و نقل در اسلواکی است، همکاری با شرکای خارجی، به اشتراک گذاری اطلاعات، دانش، تجربه و تخصص برای سازماندهی سخنرانی ها، سمینارها و کنفرانس ها، همکاری با کارشناسان گروه کار و موسسه تحقیقات حمل و نقل. در انتها اهدافی که در درازمدت مد نظر متخصصان و کارشناسان ترافیک این کشور است:

۱. محدود کردن سرعت به منظور کاهش سوانح ترافیکی
۲. عدم استفاده از الکل و مواد مخدر
۳. افزایش سطح ایمنی از طریق سیستم های حمل و نقل هوشمند و افزایش ایمنی خودرو
۴. افزایش سطح ایمنی زیر ساخت های جاده ای

متأسفانه همان طور که کارشناسان اذعان می کنند جامعه ایرانی یک جامعه فردگراست که فرد در آن منافع شخصی را بر منافع جامعه مقدم دانسته و تعهد کمی نسبت به منافع جمعی دارد (شهبابی فر، ۱۳۹۵) مفهوم رانندگی در ایران یعنی هدفم به مقصد رساندن خودم با خودرو می باشد پس رانندگان دیگر، «رقیب» من محسوب شده و تحت هر شرایطی از این رقبا نباید عقب تر باشم. بنابراین تصویری که از رانندگی از ایران میتوانیم داشته باشیم قرار گرفتن خودرو در هر جای خالی، رانندگی از هر راه ممکن و نه مشخص شده. حال ترکیب این دیدگاه با مشکلات روان شناسی موجود در افراد یک بحران یا فاجعه را بوجود خواهد آورد. بنابراین رفتار صحیح ترافیکی بر مبنای آموزش، سلامت و روانشناسی بالینی صورت می گیرد. به امید روز هایی پر از سلامتی برای هموطنانم

◆ منابع

۱. راهروان فرد، مهتاب. (۱۳۹۷)، واکاوی روان شناسانه تفاوت، تعارض و اتفاق نظر نگرشهای رانندگان در کشورهای توسعه یافته با ایران در مقوله مدیریت ترافیک، پنجمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، دانشگاه تهران.
۲. زنجانی، الهام معمار زاده. (۱۳۹۷)، نقش روانشناسان در پیشگیری از آسیب های اجتماعی، ششمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی آسیب های اجتماعی و فرهنگی ایران.
۳. بریری، ماهرخ، بارسلاط، سیده رویا. (۱۳۹۱)، روانشناسی ترافیک، تهران، موسسه نشر شهر، ص ۲۷-۲۹.
۴. پورتر، بریان. (۱۳۹۴)، کتاب راهنمای روانشناسی ترافیک، محمود شورچه، تهران، مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران





تحلیل و بررسی ماجرای تفکیک یا ادغام وزارت بازرگانی

بازرگانی ابزاری برای تقویت اقتدار و جایگاه کشور در نظام بین الملل است. بازرگانی بصورت داخلی و تک بعدی معنایی ندارد، ارتباطات تجاری بسیار وسیع بوده که هر کشوری را از عقب ماندگی و درجا زدن نجات می دهد. با بازرگانی و تجارت خارجی به راحتی می توان سرمایه های بیشتری وارد کشور نمود و با پیشرفت تکنولوژی و فناوری های مختلف همگام شد. هر کشوری ممکن است با مشکلاتی از قبیل کمبود نیروی انسانی، ضعف در تولید، عدم توانایی در بکارگیری و راه اندازی فناوری های جدید روز دنیا و نبود منابع درآمد زایی روبرو باشد. با این حال بازرگانی و تجارت خارجی می تواند بهترین راه گریز از تنگناها باشد و پویایی و رونق را به یک سرزمین بیاورد. طی چند دهه اخیر تغییرات قابل ملاحظه ای در فعالیت های اقتصادی و ماهیت اقتصاد جهانی حاصل شده است، از طریق تجارت جهانی بین کشورها پیوند بیشتری نسبت به گذشته ایجاد شده است. تجارت جهانی نسبت به چند دهه قبل متفاوت گشته و نظام پولی بین المللی تغییر کرده است. با بررسی عملکرد کشورهای پیشرفته متوجه می شویم که با ایجاد شرایط و قرار گرفتن شرکت های همگن در کنار یکدیگر و حمایت از تشکیل ایجاد هلدینگ ها و اجرای سیاست مدیریت یکپارچه و تقسیم کار در بدنه اجرایی - باعث بالا بردن کیفیت و کمیت و کاهش مشکلات نقدینگی و سهولت در امر واردات به تولید و صادرات بنگاه می شوند. با مقایسه شرایط کنونی بنگاه های خودمان متوجه می شویم که در اکثر واحدهای کوچک و متوسط کشور مشکلات حضور در هر سه بخش وجود داشته و باعث کاهش تولید، افزایش هزینه و بعضا توقف تولید شده است. از آنجا که طی هفته های گذشته، موضوع تفکیک وزارت بازرگانی از وزارت صنعت، معدن و تجارت،

مورد بحث دولت، مجلس، بخش خصوصی و کارشناسان اقتصادی قرار گرفته و هرگونه تصمیم نسنجیده، تا سال ها، تاثیرات نامطلوب خود را بر اقتصاد کشور خواهد گذاشت، مطالعه تجارب در سطح جهان و ایران در این عرصه را مورد تحلیل و بررسی قرار داده ایم. سابقه بحث پیرامون وزارت بازرگانی در چند دهه گذشته سابقه بحث در مورد ادغام دو وزارتخانه بازرگانی و صنایع، به دو دهه پیش یعنی زمانی که جنگ خاتمه یافت و ضرورت اتخاذ سیاست درهای باز تجاری و توجه به تولید صادرات محور، احساس شد، برمی گردد. دولت وقت با توجه به این ضرورت که باید تصدی ها را کم کند و در عین حال سیاست توسعه صادرات را در پیش گیرد، در فکر ادغام دو وزارتخانه بود، اما در ایده ادغام موفق عمل نکرد. پس از آن، ایده ادغام از یک تصمیم درون دولت به اسناد بالا دستی نظام و برنامه سوم توسعه راه یافت و متصدیان تهیه و تدوین این برنامه با هدف ایجاد زمینه برای استقرار «نگاه برون نگر» و «توسعه صنعتی»، پیشنهاد ادغام دو وزارتخانه صنایع و معادن و فلزات را در وزارت بازرگانی مطرح کردند. با این حال دولت وقت ترجیح داد وزارت معادن و فلزات را در وزارت صنایع ادغام کند و از ادغام وزارتخانه جدید (صنایع و معادن) با وزارت بازرگانی صرف نظر کرد. وزارت صنعت، معدن و تجارت در سال ۱۳۹۰ با ادغام دو وزارتخانه صنایع و معادن و بازرگانی و در راستای کوچک سازی دولت تشکیل شد. البته ماجرا در اینجا تمام نشد و بعد از چهار سال یعنی در سال ۹۰ طرح تفکیک دوباره و انفصال بخش بازرگانی از وزارت صمت توسط دولت چندبار راهی بهارستان شد، اما هربار با عدم استقبال نمایندگان مواجه شد.

با همه اینها، مجلس سه بار درخواست دولت مبنی بر تفکیک صنعت از بازرگانی را رد کرد، در نهایت دولت پیروز میدان شد و رای مثبت مجلس را برای این طرح گرفت. سوم مهرماه ۹۸ نمایندگان بهارستان در صحن به کلیات طرح «تشکیل وزارت تجارت و خدمات بازرگانی»

با یکدیگر ادغام شده اند و در ۵۰ درصد هم وزارت بازرگانی به صورت مستقل از وزارت صنایع و معادن فعالیت می‌کند. در بررسی کشورهای اروپایی و آمریکای شمالی که عمدتاً کشورهای توسعه یافته هستند، در ۴۳ درصد وزارتخانه‌ها به صورت جداگانه و در ۵۷ درصد دو وزارتخانه ترکیب شده اند. از طرفی در قاره آسیا و اقیانوسیه نیز ترازو به سمت کشورهای که وزارت صنعت و بازرگانی را جدا کرده اند، سنگینی می‌کند. کشورها به اقتضای شرایط خود از این وزارت بازرگانی و صنعت و معدن به صورت تفکیک و یا ادغام شده بهره گرفته اند و تجمیع آن‌ها لزوماً به معنای نتیجه گرفتن نیست. امید می‌رود در شرایطی که به نظر می‌رسد ادغام ۱۲ ساله وزارت صنعت معدن و تجارت در کشور ما نتوانسته اهداف را در توسعه و کنترل این بخش‌ها محقق کند، با ایجاد وزارت بازرگانی بازار کالاهای مصرفی و قیمت‌ها مطلوب‌تر شود.

سیاست‌های اصلاح ساختار در کشورهای مختلف جهان نشان می‌دهد که کشورها معمولاً براساس الگوی توزیع اولویت‌ها در حوزه‌های مختلف و تجانس عملکرد دستگاه‌های اجرایی حاضر در حوزه‌های مختلف به ادغام یا تفکیک وزارتخانه‌های خود اقدام می‌کنند. به عبارت دیگر براساس تجربه جهانی، مهمترین دلایل تفکیک یا ادغام وزارتخانه‌ها، اهداف توسعه‌های و کارکردی کشورها تحت استراتژی و راهبردهای بلندمدت است. در کشورهای مختلف دنیا نسخه‌های مختلفی از ادغام یا تفکیک در حوزه‌های صنعتی و تجارت استفاده می‌شود، اما نکته مهم آن است که در بیشتر این کشورها، سیاست‌های تجاری و صنعتی با هم هماهنگ و سازگار هستند و این سیاست‌ها در یک نهاد مستقل یا چند نهاد به هم مرتبط، همساز شده و به اجرا درمی‌آیند. عمده مطالعات کارشناسی داخل کشور به خصوص طرح استراتژی توسعه صنعتی (نیلی و همکاران، ۱۳۸۲)، طرح تشکیلات کلان دولت (سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۸۲)، مطالعات مؤسسات پژوهشی کشور و به خصوص مبانی نظری درباره سیاست گذاری‌های صنعتی، همه حکایت از نگرش یکپارچه به

رای مثبت دادند. در نهایت امر، یکشنبه ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۹ بررسی ایرادات شورای نگهبان در طرح تشکیل وزارت تجارت و خدمات بازرگانی در دستور کار جلسه علنی مجلس قرار گرفت. یکی از ایرادات شورای نگهبان به تبصره ۱ ماده واحده این طرح بود که نمایندگان مصوبه کمیسیون برای رفع این ایراد را تصویب نکردند. اما در نهایت به دلیل عدم همراهی بخشی از نمایندگان و ایراداتی که شورای نگهبان به طرح مجلس وارد کرده بود، در گام آخر به سرانجام نرسید و از دستور کار مجلس خارج شد. اما بعد از گذشت چند سال از این ادغام بار دیگر زمزمه‌های تفکیک وزارت صمت بر سر زبان‌ها افتاده و به همین دلیل به بررسی و تحلیل این مساله می‌پردازیم.

تجربیات دیگر کشورها

کشور ما به دلیل جایگاه مهم جغرافیایی از دیرباز بهترین مسیر و پل تجاری بین شرق و غرب بوده و در ارتباط اقتصادی و بازرگانی کشورها نقش بسزایی داشته است. به همین دلیل می‌توان ایران را به‌عنوان یک کشور تجاری و بازرگانی حائز اهمیت دانست. حال بررسی این موضوع از منظر تجربیات جهانی و نحوه مواجهه کشورهای مختلف دنیا در خصوص بهره‌مندی و عدم بهره‌مندی از یک وزارتخانه مستقل، راهگشا خواهد بود. گرچه به دلیل تفاوت‌های ساختاری، حاکمیتی و ظرفیت‌های اقتصادی جوامع جهانی، نمی‌توان نسخه واحدی برای همه کشورها تجویز کرد؛ اما مرور این الگوها برای دستیابی به یک مدل مناسب، متناسب با مقتضیات کشور، حائز اهمیت خواهد بود. بررسی تجربیات جهانی نشان می‌دهد در سطح جهان کشورهای مختلفی اقدام به تفکیک یا ادغام دو حوزه تجارت و صنعت کرده‌اند که در این میان هم بین تفکیک‌کنندگان و هم ادغام‌کنندگان نام بسیاری از کشورهای پیشرو صنعتی دیده می‌شود. بر اساس مطالعاتی که بر روی ۱۰۰ کشور جهان در قاره‌های مختلف انجام گرفته در ۵۰ درصد موارد دو وزارتخانه

و دوم اینکه هر تصمیمی در رابطه با ادغام یا تفکیک در رأس هرم اجرایی دولت باید براساس شرایط اقتصادی و میزان توسعه یافتگی و توزیع اولویت های هر کشور در مسیر توسعه باشد.

مطالعه تطبیقی وضعیت دو وزارتخانه صنعت و تجارت در ۱۰۰ کشور نشان می‌دهد از ۳۹ کشور مطالعه‌شده در قاره آسیا و اقیانوسیه، در ۵۴ درصد کشورها وزارت صنعت و بازرگانی از هم جدا هستند. در قاره اروپا و آمریکای شمالی از ۳۵ کشور مطالعه‌شده، در ۴۳ درصد از کشورها دو وزارتخانه از هم جدا و در ۵۷ درصد از کشورها دو وزارتخانه از هم جدا و در ۵۰ درصد دیگر از کشورها دو وزارتخانه از هم جدا و در ۵۰ درصد دیگر نیز یک وزارتخانه مرکب از صنعت و تجارت وجود دارد. همچنین در ۱۲ کشور مطالعه‌شده قاره آفریقا نیز در ۵۹ درصد از کشورها دو وزارتخانه جدا از هم و در ۴۱ درصد از کشورها نیز یک وزارتخانه مرکب حوزه صنعت و تجارت تشکیل شده است.

تجربه ۱۸ کشوری که صنعت و تجارت را ادغام کرده‌اند

در ۱۸ کشور شامل ژاپن، کره جنوبی، مالزی، آلمان، برزیل، آفریقای جنوبی، تایوان، انگلستان، فرانسه، هنگ کنگ، سنگاپور، هند، روسیه، دانمارک، جمهوری چک، فنلاند، کلمبیا و مصر دو حوزه صنعت و تجارت (بازرگانی) در یک وزارتخانه جمع شده‌اند. در این کشورها سیاستگذاری‌ها به گونه‌ای است که بخش تجارت یا بازرگانی در راستای بخش‌های تولیدی و صنعتی قرار گرفته‌اند. همچنین نکته قابل ذکر اینکه در این کشورها دپارتمان‌ها و معاونت‌های مختلفی وظیفه ایجاد هماهنگی بین بخش‌های مختلف را برعهده دارند و البته حتی در برخی کشورهای پیشرو، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد در کنار بخش دولتی همکاری زیادی برای انجام وظایف حاکمیتی این وزارتخانه‌ها دارند. بر اساس تحقیقات انجام شده در کشور آلمان

صنعت و تجارت دارند و این نوع نگرش از الزامات نظام سیاستگذاری به حساب می‌آید. در نتایج طرح استراتژی توسعه صنعتی به صراحت تأکید شده است که اجرای اثربخش سیاست‌های صنعتی نیازمند یکپارچگی چارچوب نهادی اداره امور صنعتی و تجاری کشور است. از آنجا که دو مقوله صنعت و تجارت مستقل از هم قابل بررسی نیستند و براساس الگوهای استفاده شده در کشورهای موفق صنعتی و تازه صنعتی شده، ادغام نظام تصمیم‌گیری صنعتی و تجاری ضروری است تجربه کشورهای دیگر حاکی از آن است که در حوزه تحولات ساختاری در سطوح وزارتخانه، هیچ نسخه واحدی وجود ندارد و شاید بتوان گفت تنها نسخه‌ای که از بررسی تجربیات جهانی به دست می‌آید شامل دو توصیه باشد؛ اول اینکه هر اقدامی در این زمینه باید بر مبنای برنامه و راهبرد مشخص و با هدف کاهش هزینه و بهبود تخصیص منابع انجام شود.





پیشینه وزارت بازرگانی در ایران

وزارت بازرگانی، نهاد مسوول تنظیم روابط تجاری در داخل کشور و روابط اقتصادی با کشورهای خارجی برای اولین بار به صورت رسمی در سال ۱۲۸۹ قمری توسط ناصرالدین شاه با نام «وزارت تجارت» راه اندازی شد که وظایف آن ایجاد ارتباط بین دولت و بازرگانان و انجام سایر امور تجاری مملکت بود. در سال ۱۳۱۸ بنا به پیشنهاد فرهنگستان ایران «وزارت تجارت» به «وزارت بازرگانی» تغییر نام یافت. بعد از آن در سال ۱۳۵۳ «وزارت بازرگانی» از وزارت اقتصاد تفکیک و به طور مستقل و با اهداف مشخص شروع به فعالیت کرد و در ۱۶ تیر ۱۳۵۳ قانون تشکیل این وزارتخانه به تصویب مجلس شورای ملی رسید تا اینکه در تیرماه سال ۱۳۹۰ این وزارت خانه با وزارت صنایع و معادن ادغام و حاصل آن ایجاد وزارت صنعت، معدن و تجارت شد که این روزها به آن وزارت «صمت» هم گفته می شود. حکومت های ایرانی قبل و بعد از اسلام همواره به بازرگانی و مبادله کالا با دیگر کشورها توجه می کردند اما در دوره قاجاریه برای اولین بار بازرگانی ایران دارای ساختار تجاری شد و پیش از آن مداخله دولت ها در حد برقراری امنیت و دایر نگه داشتن راه ها، احداث کاروانسرا ها و انعقاد قراردادهای تجاری بوده است اما در این دوره با تاسیس شورای دولتی وزارت تجار ممالک راه اندازی شد که تصدی آن بر عهده میرزا محمود ابن ناصرالملک بود. آشنایی با اهداف، برنامه ریزی، سیاست گذاری و وظایف هماهنگی این وزارت خانه اهداف تنظیم و اجرای سیاست ها، خط مشی ها و

وزارت امور اقتصاد و انرژی در سال ۱۹۱۷ تاسیس شده و از سال ۱۹۴۹ تاکنون تغییر ماهیتی نداشته است. این وزارتخانه با بهره گیری از سیاست های مالی، تجاری و حمایت از صنایع و بنگاه های کوچک و متوسط نوآور توانسته است آلمان را به جایگاه برتر جهانی در تولید و صادرات برساند. همچنین از نمونه های موفق آسیایی هم می توان به تجربه کره جنوبی اشاره کرد؛ در این کشور «وزارت بازرگانی، صنعت و انرژی» وظایف دو حوزه تجارت و صنعت را برعهده دارد. رویکرد وزارتخانه مذکور براساس سیاستگذاری این کشور ابتدا توسعه بر پایه قدرت گیری بخش تجارت در بازارهای داخلی (کمک ها و حمایت ها در قالب استراتژی جایگزینی واردات) و سپس بر پایه برون گرایی (استراتژی توسعه صادرات با تحریک و تشویق به ورود به بازارهای بین المللی و رقابت) بوده است.

تجربه ۶ کشوری که صنعت و تجارت را جدا کرده اند

بررسی تجربه ۶ کشور چین، ترکیه، اندونزی، ایرلند، بلژیک و کانادا نیز نشان می دهد در این کشورها دو حوزه صنعت و تجارت به طور مستقل و منفک در دو وزارتخانه قرار دارند. در این کشورها تفکیک دو حوزه تجارت و صنعت براساس اهداف توسعه ای، ساختار کارکردی مورد نیاز و اقتضات اقتصادی (مزیت های رقابتی و نسبی)، نیازمندی های اجتماعی، فرهنگی و استراتژی های توسعه در امر تجارت و صنعت و نظامات و الزامات قانونی حاکم بر کشورها شکل گرفته است. نکته قابل تامل اینکه اگرچه در این کشورها دو وزارتخانه مستقل صنعت و تجارت دارد، اما وظایف سیاستگذاری تجاری و صنعتی در یک وزارتخانه متمرکز شده است. بر این اساس، آنچه در این کشورها مهم است، شکل و ساختار نیست بلکه کارکرد مورد نیاز این ساختار است که براساس اهداف و چشم انداز توسعه، مزیت های نسبی و رقابتی و شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سایر الزامات قانونی شکل گرفته است.



۴. نظارت و حفظ تعادل بهای تولیدات داخلی و کالاهای وارده به کشور و بررسی شرایط تولید تا مرحله مصرف تدوین سیاستهای پرداخت یارانه کشور با همکاری دستگاههای ذیربط

۵. تهیه و تنظیم و کنترل تراز تجاری کشور

۶. اصلاح نظام تعرفه های گمرکی

۷. اتخاذ تدابیر لازم و اصلاح مقررات مربوط به ورود و صدور کالا و خدمات در جهت تسهیل تجاری

♦ وظایف هماهنگی

۱. رسیدگی و حل اختلاف ناشی از اجرای قانون و مقررات گمرکی

۲. سیاستگزاری و برنامه ریزی در جهت تعیین اولویت نظارت و بازرسی به ویژه در برخورد با متخلفان

۳. فراهم سازی زمینه های رقابت و جلوگیری از بروز انحصار در فعالیتهای تامین و توزیع کالاهای اساسی

۴. حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف کنندگان از طریق سیاستگزاری، نظارت بر قیمت، استاندارد، نحوه توزیع و ..

۵. ایجاد هماهنگی بین فعالیتهای و خدمات مورد نیاز بازرگانی داخلی و خارجی کشور

۶. اعمال مقررات گمرکی درباره معافیت ها، ممنوعیت ها، تشویق صادرات

۷. موافقان و مخالفان احیای وزارت بازرگانی و موافقان احیای وزارت بازرگانی

مقررات بازرگانی کشور بطور گسترده و همه جانبه فراهم نمودن موجبات توسعه و بهبود امور بازرگانی کشور.

♦ وظایف برنامه ریزی

اعمال نظارت های لازم بر اجرای سیاستها و برنامه های بازرگانی کشور در بعد بین المللی و منطقه ای نمایندگی تام الاختیار تجاری ایران و عضویت در سازمان تجارت جهانی WTO برنامه ریزی و اجرای برنامه های خرید و فروش محصولات کشاورزی به صورت تضمینی تنظیم بازار داخلی برای محصولات و کالاهای تولیدی و مصرفی و فراورده های کشاورزی و دامی قبول عضویت و شرکت در سازمان ها و مجامع بین المللی مربوط به امور بازرگانی مطالعه و بررسی جهت تنظیم سیاستهای کلان تجاری کشور تهیه و تنظیم و ارائه آمار و اطلاعات نهایی واردات و صادرات کشور و تجزیه و تحلیل لازم به منظور دست یابی به الگوی مناسب در زمینه صادرات و واردات کالا و خدمات

♦ وظایف سیاست گذاری

۱. تنظیم روابط تجاری و انعقاد قراردادهای بازرگانی با سایر کشورها با رعایت مقررات مربوط

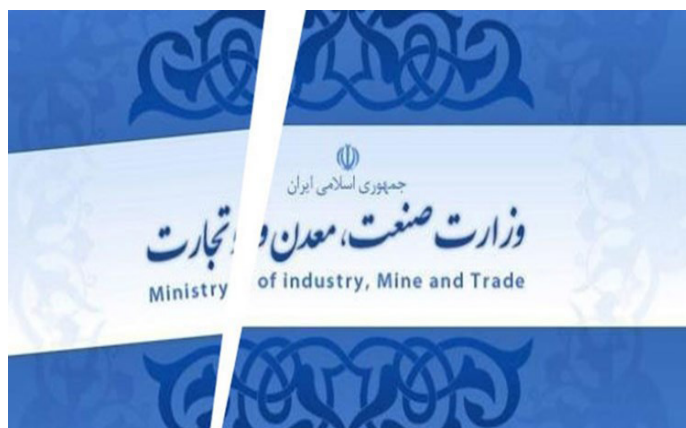
۲. تنظیم ضوابط و مقررات صادرات و واردات سالانه کشور و نظارت بر اجرای آن

۳. سیاستگزاری و کنترل و نظارت و تنظیم بازار محصولات و ایجاد تسهیلات در تأمین کالاها و مواد اولیه مورد نیاز

تولید، بازرگانی و حتی اقتصاد در یک وزارتخانه است تا یکپارچگی در سیاست‌های اقتصادی باشد. برای تفکیک وزارت بازرگانی ۵ سال زمان لازم است و برآورد مرکز پژوهش‌ها هم حکایت از این دارد که برای تفکیک ۵ هزار میلیارد تومان هزینه لازم است. از طرف دیگر تفکیک وزارت خانه خلاف قانون برنامه ششم بوده و به دو سوم رای نمایندگان نیاز دارد. تفکیک بازرگانی از وزارت صمت، وزارت جهاد کشاورزی را نیز متضرر می‌کند؛ چرا که بر اساس قانون مسئولیت صادرات و واردات محصولات کشاورزی به وزارت جهاد کشاورزی واگذار شده است؛ اما در صورت اقدام به تشکیل وزارت بازرگانی، باید جلوی صادرات محصولات کشاورزی گرفته و به وزارت بازرگانی سپرده شود.

♦ جمع بندی

همانگونه که در بخشهای قبلی توضیح داده شد، در استراتژی ادغام یا تفکیک وزارتخانه‌ها به دلیل تفاوت‌های ساختاری، حاکمیتی و ظرفیت‌های اقتصادی جوامع جهانی، نمی‌توان نسخه واحدی برای همه کشورها تجویز کرد؛ به عبارتی می‌توان اینگونه نتیجه گرفت که کشورها به اقتضای شرایط خود از این وزارت بازرگانی و صنعت و معدن به صورت تفکیک و یا ادغام شده بهره گرفته اند و تجمیع آن‌ها لزوماً به معنای نتیجه گرفتن نیست. امید می‌رود در شرایط کنونی سیاستگذاران و تصمیم گیرندگان این حوزه با تدوین و اجرای برنامه ای واحد بتوانند اهداف و سیاست های کلان در حوزه بازرگانی و روابط تجاری با سایر کشور ها، باعث خروج از تنگناها و پویایی و رونق اقتصادی را به ارمغان بیاورد.



وزارت بازرگانی فقط واردات نیست، بلکه صادرات هم دارد و این صادرات هم در خدمت تولید است و تفکیک به معنای تمرکز بیشتر دولت بر هر دو حوزه است. وظایف بازرگانی یک مسئله تخصصی است و نداشتن یک مسئول در سازمان‌های بین‌المللی برای بخش بازرگانی کشور دردسرساز می‌شود. اکنون تنظیم بازار، به مکانیزم جدیدی نیاز دارد که در گرو ایجاد وزارت بازرگانی است. احیای وزارت بازرگانی بیشتر برای در نظر گرفتن شرایط مردم و رعایت حال مصرف کننده است. طرح تفکیک وزارت صنعت از بازرگانی فرصتی برای دولت است تا بتواند وضعیت بازار را سامان دهد. مشکلات موجود در توزیع و نظارت ناشی از ساختار وزارت صنعت، معدن و تجارت است مشکل تجارت کشور به تشکیل وزارتخانه مربوط نمیشود بلکه به عدم نظارت و پیگیری بر اصناف، بازار، قاچاق کالا و نظایر این ربط دارد. با تشکیل وزارتخانه بازرگانی یک تشکیلات متمرکزی برای مدیریت بازار و تجارت ایجاد می‌شود. تشکیل وزارت بازرگانی مواردی همچون تقویت و تجمیع ابزارهای نظارتی دولت بر بازار، کنترل موثر قیمت‌ها، تسهیل و رونق تجارت خارجی، سیاستگذاری واحد، چابکی در امور بازرگانی و حمایت جدی‌تر از مصرف‌کننده را به دنبال دارد.

♦ موافقان احیای وزارت بازرگانی

وزارت بازرگانی همواره به واردات تأکید داشته و اهدافش با سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی منطبق نیست، چرا که وزن جریان طرفدار واردات و بی‌توجه به تولید ملی در آن بیشتر است. دولت بزرگ است و اساس ادغام کوچک سازی و چابک سازی دولت بود و انتزاع مجدد این وزارتخانه‌ها وقت این دستگاه‌ها را به جای رسیدگی به امور مردم، صرف استقرار، تدوین و تصویب تشکیلات جدید کرده و بار مالی زیادی به همراه دارد. در شرایط فعلی یکپارچگی نظام تصمیم‌گیری حوزه‌های تولید و بازرگانی ضرورت دارد، ولی بعضی از کم‌کاری‌ها، عدم نظارت‌ها و سوء مدیریت‌های موجود را می‌خواهند با طرح این موضوع لاپوشانی کنند. در بسیاری از کشورها تجارت،

پیرو حمله های دد منشا نه اخیر اسرائیل به فلسطین اشغالی و شهادت شمار زیادی از مسلمان پی به برنامه طولانی مدت صهیونیستان برای نابودی اسلام و مسلمین میرسیم. اگر به پیشینه یهودیان بنگریم در میابیم که آنان پس از حضرت موسی دچار انحراف شدن واز دینی که موسی (ع) برای آنان تعریف کرده بود خارج شده و به طغیان پرداختند که این سرپیچی آنان از دستورات الهی حتی در زمان حیات موسی (ع) برای آن حضرت به خوبی نمایان بود. شرایط برای یهودیان به گونه پیش رفت که توانستند از موقعیت اسراتر تیک اون زمان که شامل مناطق بین النهرین، حجاز، شام، بیت المقدس و... بود به گونه ای استفاده کنند که به مقام های بلند پایه حکومتی برسند و با تجارت های که انجام میدادند ثروت اندوزی کنند.

♦ عملیات یهود برای مقابله با پیامبر (ص) ورد پای یهود در حوادث صدر اسلام

یهود چون انبیاء الهی را مانع رسیدن به اهداف خود می دید، با آنها به جنگ برمی خاست و تا به شهادت رساندن انبیاء پیش می رفت. رد پای یهود در بسیاری از دسیسه های صدر اسلام، قبل و بعد از آن به خوبی دیده می شود. این گروه طبق پیشگویی های تورات، منتظر ظهور دو موعود بودند که یکی از آنها حضرت عیسی بود و یهود با عداوت خویش، وی را تحت فشار و تعقیب قرار داده تا آنجا که خداوند

عیسی (ع) را از دیدگانشان پنهان کرد اما آنها به این اکتفا نکرده همکاری مسیحت و با نفوذ در دین مسیحیت انحرافات عظیم در آن ایجاد کردند و آنرا به انزوا کشاندند به طوری که از مسیحیت هیچ احساس خطری نمی کنند چنانچه امروزه شاهد همکاری مسیحت و یهودیت به ویژه صهیونیست برا تفرقه انگیزی بین مسلمانان و کشتار مسلمانان توسط این دو گروه هستیم. یهود که همواره در تاریخ طالب قدرت بوده اند، منتظر زمان تولد دومین موعود که در تورات وعده آن داده شده بود ماندند آنان به خوبی می دانستند که فردی از حجاز به اسم احمد به پیامبری می رسد و به این موضوع واقف بودند که قبایل عرب متعصب و در شجاعت بی بدیل اند و نمی توانند به مانند مسیح او را حذف کنند. از این رو در مناطق

خیبر، تبوک، یثرب، مکه، بنی قریظه، بنی مطلق، بنی نضیر، موه، و ... مستقر شدند. با نگاهی به نقشه

این مناطق در میابیم که این مناطق درست بر سر راه های مدینه به قدس است. آنان با استقرار در این مناطق، راه پیامبر به المقدس را بستند.



فتح فیزیکی نبود که بیت المقدس را از دست یهودیان در می آورد بلکه تاثیری که روح بلند و ملکوتی که رسول الله و امامت براین منطقه دانستند آنان به خوبی می دانستند توان ایستادگی در برابر نورحق الهی و پیامبردارند. از این رو دست به ایجاد تفرقه و دامن زدن به انحرافات زدن و بر طبل نفاق کوبیدند.

آنان چون می دانستند حضرت علی (ع) جانشینی شایسته برای حضرت محمد (ص) است و هیچگاه از آرمان های رسول الله دست نمی کشد بلافاصله با دشمنی با ایشان پرداخت و با غاصبین ولایت ایشون هم پیمان شدند. یهودیانی که در زمان خلفاء غاصب به ظاهر مسلمان شده بودند کم نبودند، این گروه با نقابی که برچهره داشتند کمر به نابودی اسلام محمدی بسته بودند و با تحریفات و ایجاد احادیث دروغین و نسبت دادن آن به پیامبر سعی در انحراف اسلام از مسیر اصلی داشتند. یکی از افراد شاخص کعب الاحبار بود که در زمان عمر با جعل احادیث پیامبر صدای صاحبه خاصه پیامبر را نیز در آورده بود. یهود با بهره گیری از جهل و عدم بصیرت مردم آن روز و دور کردن اهل بیت از خلافت توسط آنان توانستند تا مدت ها در دستگاه خلافت های اموی و عباسی جولان دهند.

پیامبر اگر بخواهد از هر راهی از مدینه به سرزمین کنعان (فلسطین) برود، یهودیان در برابر او هستند. اگر از مسیر عراق برود، به فدک میرسد و اگر از مسیر مدینه برود، به خیبر می رسد بنابراین در میابیم که یهود برای جلوگیری از ورود پیامبر (ص) به قدس، به مدینه و اطراف آن آمدند. به راستی این قدس شریف چیست که زمانی قبله ما مسلمانان بوده و حق تعالی مأموریت تصرف قدس را به موحدان داده است. از این روی، حرکت های پیغمبر به سوی قدس بود. طبق منابع یهود اگر پیامبر آخرالزمان سرزمینی را بگیرد و یا در آن مستقر شود دیگر مسلمانان آن سرزمین را از دست نخواهند داد. از این رو در میابیم که جنگ هایی که در صدر اسلام رخ داده یا به طور مستقیم با یهودیان بوده یا بطور غیر مستقیم اثر آنان را می توانیم بینیم. عدم نتیجه در جنگ موته و پس از مدتی رحلت پیامبر (ص) آرزوی تصرف قدس را تا مدت ها بر دل اسلام و مسلمین گذاشت، اگرچه که مسلمانان توانستند بعد ها به بیت



مقام معظم رهبری: اسرائیل ۲۵ سال آینده را نخواهد دید.

◆ ایرانیان سدی محکم

با عبور ایرانیان از مشکلات آن دوران و رسیدن به مقام در دستگاه های خلافتی و دستیابی آنان به حکومت هایی از جمله آل بویه ، غزنوی ، سلجوق و صفوی همه چیز به یکباره تغییر کرد ، چرا که ایرانیان از شیفتگان پیامبر و اهل بیت و در زمینه سیاست بی رغیب بودند. یهودیان که توان رقابت با ایرانیان در خود نمی دیدند ناچار به انزوا و کوچ به سمت اروپا شدند.

◆ دوران زوال

چند صباحی از زندگی یهودیان در اروپا نگذشته بود که حاکمان اروپایی از وجود این دمل چرکی آگاه شدند و تصمیم به التیام آن گرفتند ، چرا که با نگاهی به پیشینه آنان در می یافتند که در هر کجا که زندگی کرده اند، جز دردسر، ایجاد فتنه و درگیری و مشکلات اقتصادی و بحران مالی برای آن جامعه به همراه نداشته اند. این مقابله سران کشورهای اروپایی نزدیک به ۹۰۰ سال به درازا انجامید، که منجر به اخراج ، تبعید و اعدام یهودیان طی سالهای ۱۰۸۰ الی ۱۹۳۳ میلادی در فرانسه ، چک اوکراین، ایتالیا، انگلستان، سوئیس ، جارستان، اسپانیا، لهستان، پرتغال، لیتوانی و آلمان دانست .

◆ پیدایش صهیونیست

حوادثی که در سیسیل و پادشاهی آرگون و بعد ها در دارفور رخ داد (که در آن هزاران یهودی به دلیل اجبار اسپانیایی ها برای تبدیل دین خود به مسیحیت و اعدام شمار زیادی از آنان ناچار به مهاجرت شدند). بیشترین تاثیر را در وجود آوردن یک ملت توسط یهودیان داشته است ، تا زیر یک پرچم واحد یک کشور به ظاهر دینی تاسیس کنند. در اواخر قرن هجدهم جوامع یهودیان شاهد یک تحول فرهنگی بود. گروهی از نخبه های یهود به ویژه تئودر هرتسل ایده های صهیونیستی را در نخستین کنگره صهیونیستی در شهر بازل سوئیس مطرح کرد و در صدد برآورده کردن آرمان های یهودیان

در یک وطن مستقل را هدف قرار داد. تصمیمیت الحاقی بلفور، که در سال ۱۹۱۷ صادر شد ، حمایت بریتانیا از ایجاد یک وطن یهودی در فلسطین را تایید می کرد. این اقدامات یهودی ها رو به سوی ایده ای صهیونیستی جذب می کرد. صهیون اسم یک کوهی در فلسطین است به معنی زایون و صهیونیسم به تفکری اطلاق می شود که در قرن هجدهم و نوزدهم به عنوان یک جنبش دنبال بازگشت به فلسطین بود که در آن زمان جمعیت غالب را مسلمانان تشکیل می دادند و انتخاب این منطقه را می توان دلایل مذهبی آخر زمانی آنان دانست. صهیونیسم به عنوان یک جنبش سیاسی و نژادپرستانه در تلاش برای ایجاد یک دولت مستقل در کشوری به نام اسرائیل بود. علت حمایت اروپاییان به ویژه انگلستان از آنان این بود که غالب اروپاییان علاقه ای به حضور جهود در کشورشان ندارند ، سران این کشوران امروزه نیز حراس بازگشت این جماعت وحشی به کشورشان را دارند . مهم ترین عامل حمایت غربی ها از این رژیم کودک کش این است که به خوبی می دانند هیچ وقت با آنان کنار نخواهند آمد و ریسک پذیرش اقتصاد ویران را به جان نخواهند خرید. پس از اتفاق هولوکاست و پاکسازی یهود در اروپا طی سالهای ۱۹۴۱ الی ۱۹۴۵ که توسط نازی ها انجام شد، یهودیان آواره با نهایت سرخوردگی مجبور به فرار از اروپا شدند و تصمیم به بازگشت به بیت المقدس گرفتند ، مسلمانان ساکن فلسطین به آنان پناه دادن اما نمی دانستند که بعد ها همین کسانی که به آنان پناه آورده اند آنان را از خانه خویش بیرون می کنند.





و با اعزام نیروهای کمکی به اردن، سوریه و مصر شتافتند. علی‌رغم تلاش‌های صورت گرفته این جنگ با توجه به حمایت‌های غربی‌ها منجر به شکست شد و به این ترتیب اسرائیل توانست به نوارغزه، صحرای سینا و کرانه باختری رود اردن مسلط شود.

◆ سیاست ایران در زمان رژیم طاغوت پهلوی

با تلاش‌های صورت گرفته توسط مراجع و مذهبیین به ویژه فدائیان اسلام و شهید نواب صفوی گروهی برای مبارزه با اسرائیل فرستاده شد اما چون از حمایت‌های حکومت مرکزی برخوردار نبود به سرانجام نرسید پهلوی دوم بدون توجه به نفرت مردم ایران نسبت به اسرائیل با آنان روابط دوستانه برقرار کرد و با آنان روابط تجاری و اقتصادی برقرار کرد که شامل پروژه‌های اقتصادی، نظامی، شهرسازی و ارزاق و... بود. پهلوی دوم به حمایت و کمک‌های مالی و بستن قرارداد‌های دلاری با اسرائیل می‌کرد که این موضوع خشم علما و مذهبیین را برانگیخت و سبب شروع خیزش‌های مردمی علیه سیاست‌های نابخردانه شاه خائن شد.

◆ انقلاب اسلامی حامی نهضت‌های آزادی خواه

حضرت امام خمینی (ره) از همان روزهای آغازین انقلاب اسلامی آزادی قدس شریف را از آرمان‌های خود می‌دانست و می‌فرمودند: قدس قلب اسلام است و هیچگاه از آن جدا نخواهد شد. پس پیروزی انقلاب اسلامی وسقوط رژیم ستم‌گرا شاهنشاهی،

در ۱۴ می ۱۹۴۸، رژیم جعلی و غده سرطانی اسرائیل با حمایت و پشتیبانی مستقیم انگلستان ایجاد شد. در هنگام شکل‌گیری اسرائیل در سال ۱۹۴۸ عقیده بر آن بود که در ذهن مردمان اسرائیل را متریقی ترین کشور از لحاظ ساختارهای حکمرانی در دولت خود خود باشد. برای همین این نظام نامشروع نظام پارلمانی چند حزبی را برگزید. نظام پارلمانی به وجود آمده تکثرگرا است و تاکنون نیز پابرجاست. سیاست گسترش سرزمین، درواقع سیاستمداران مکتب صهیونیسم به قلمرو کنونی که شامل فلسطین اشغالی است قانع نبوده و ایده سرزمینی از سواحل نیل تا کرانه فرات را در ذهن می‌پروراندند. پرچم نحس اسرائیل که شامل دو نوار آبی است نشان دهنده دو رود نیل و فرات و به رویای تصرف سرزمین‌های حدفاصل آن اشاره می‌کند. از آنجایی که بیش از ۹۰ درصد یهودیان خواهان سیاست صهیونیستی هستند و در سرزمین‌های اشغالی ساکن شده‌اند و هراس از نابودی دارند همواره درصدد تشکیل ارتشی قدرتمند بودند و سالیانه میلیارد‌ها دلار برا فعالیت‌های نظامی خود هزینه می‌کنند. از سیاست‌های آنها می‌توان به خارج کردن جنگ از سرزمین‌های اشغالی و زمینه‌نبرد را به سایر کشورها کشاندن اشاره کرد، هراس امروزه آنان از عملیات‌های حزب الله و حماس در سرزمین‌های اشغالی به خوبی نشان می‌دهد که از انجام عملیات نظامی در این منطقه وحشت دارند. در ناسونالیسم صهیونیست خبری از دوستی بین ملل دیگر خبری نیست و حس نژادپرستی و خودبرتربینی را می‌توان در این اندیشه مشاهده کرد.

◆ مقابله به مثل اسلام

جهان اسلام که از اشغال بیت المقدس و به شهادت رساندن مسلمانان توسط صهیونیست‌ها خشمگین شده بودند، برای مقابله با آنان چندین عملیات نظامی را انجام دادند. جنگ شش روزه در سال ۱۹۶۷ نبردی بود که از ۵ ژوئن تا ۱۰ ژوئن میان اسرائیل و کشورهای عربی مصر، سوریه، اردن و عراق رخ داد. سایر کشور های عربی همچون عربستان، تونس، مراکش سودان، الجزایر، لیبی و کویت نیز به اسرائیل اعلام جنگ داده

جریان های انقلابی جهان جانی تازه گرفتند. به راستی که انقلاب اسلامی الگویی نیکو برای مستضعفین عالم و سدی محکم برای استکبار جهانی بود. رهبری مقتدر حضرت امام (ره) و نورپرفروغ انقلاب اسلامی، لרزه بر تن شیاطین، در راس آن آمریکا و اسرائیل انداخت. حضرت امام خمینی (ره) در جلساتی که با مجاهدین اسلام و مبارزین فلسطینی داشت به آزادی قدس شریف همواره تاکید می کردند. این اقدامات مدیریتی و بصیرت امام خمینی (ره) در راه آزادی قدس، سبب حراس دشمنان اسلام شد. صهیونیست ها و آژانس های اطلاعاتی با حمایت از منافقین و گروهک های تروریستی و بعد ها با حمایت از رژیم بعث عراق سعی در کارشکنی و فراموشی آزادی قدس داشتند. حضرت امام خمینی (ره) حتی در سخت ترین زمان های جنگ تحمیلی همواره به فکر آزادی قدس بودن و می فرمودند: راه قدس از کربلا می گذرد. همین مسئله سبب شده بود که رزمندگان اسلام همواره به پیروزی در برابر ظالمین امید داشته باشند. چرا که فتح قدس وعده ای الهی است. پس از رحلت امام خمینی (ره)، دشمنان پنداشتند که اندیشه آزادی قدس خاموش می شود، اما غافل از اینکه پرچم مبارزه با استکبار به دست حضرت امام خامنه ای است. ایشان با رهنمود های که به مجاهدین اسلام داشتند، آنها را همواره آماده مبارزه با ظالمین و غاصبین کرده اند. از برکات انقلاب اسلامی ایران دستیابی به قدرت نظامی هوایی و زمینی بود که توانست صهیونیست ها را جای خود بنشانند و دلگرمی برای مبارزان قدس باشد. مقام معظم رهبری با بینش بلندی که دارند، تمامی جریانات انحرافی که صهیونیسم در منطقه به راه انداخته را شناسایی کردند و با شناختی که داشتند این انحرافات روخنشی کردند. از جمله بصیرت های مقام معظم رهبری می توان به حمایت های ایشان در مسئله موشکی و خط قرمز دانستن برنامه موشکی و هسته ای دانست، مسئله ای که جریان صهیونیستی و غرب از آن حراس دارند. صهیونیست ها که توان مقابله با نظام جمهوری اسلامی نمی دیدند، دست به حمایت و ایجاد گروه های

تکفیری و تروریستی زدن، که همگی با درایت حضرت امام خامنه ای معدوم شدند. مقام معظم رهبری از همان اوایل معتقد بودند تنگه باب المندب و خلیج عدن را نیروی دریایی باید زیر نظر داشته باشند چرا که بستن آن سبب محاصره اسرائیل می شود. اگرچه اسرائیل با تحریک کشور های منطقه سعی در خارج سازی یمن و انصرالله بود ولی با حمایت های به موقع و فرمایشات حضرت امام خامنه ای این نیروهای انصرالله بودند که پیروز شدند. اگر به موقعیت کنونی اسرائیل بنگریم در میابیم که رژیم ذلیل صهیونیست در محاصره نیروهای مجاهد است، از شرق در محاصره نیرو های حماس و از شمال و غرب در محاصره

نیرو های

حزب الله

و از جنوب

تحت

محاصره

نیرو های

انصرالله است

و این قدرت و

بصیرت مقام

معظم رهبری

را نشان میدهد.

اسرائیل که

در منجلاب

تاریخ

گیر کرده سعی دارد با انجام عملیات های خرابکارانه و تروریستی اندیشمندان و سران شاخص انقلاب را شهید کنند، اما غافل از این هستند که اندیشه آزادی قدس آرمانی است که هیچگاه به فراموشی سپرده نخواهد شد. **مقام معظم رهبری**: اگر غلطی از سردمداران رژیم صهیونیستی سر بزند، جمهوری اسلامی (تل آویو) و (حیفا) را با خاک یکسان خواهد کرد.



با تشکر از حجت الاسلام
عیسوند و نهاد رهبری
دانشگاه شاهد که ما را
در نوشتن این متن یاری دادند.

تقدیم به شهدای راه قدس...



نظر سنجی
مدیر امروز

