



تیم مذاکره‌کننده ایرانی برای آغاز دور جدید گفت‌وگوها با ۴+۱ وارد وین شد

دست‌های باز در وین

امیر عبداللهیان: قطعاً دست ایران بسته نیست و گزینه‌های مختلفی در مقابل ما قرار دارد اما در وین از گزینه گفت‌وگو کار را شروع می‌کنیم

صفحه ۲



با میراث فاخر

ایران در واکنش به شهادت دکتر محسن فخری زاده با احیای برنامه هسته‌ای خود، در مسیر بازدارندگی و موازنه منطقی با غرب قرار گرفت

تیتراهای امروز

با ثبت سوبه جدید جهش یافته کرونا موسوم به «آمیکرون» در بلژیک، انگلیس و آلمان چشم‌انداز همه‌گیری در قاره اروپا و ویم تر شد

جهش مرگ در اروپا



رئیس جمهور تأکید کرد: ضرورت پرهیز از عادی‌انگاری و دورهمی و رعایت پروتکل‌های بهداشتی برای مقابله با ویروس جهش یافته

کرونا فعلاً در ایران رنگ باخت

اطلاعات یک میلیون و ۲۰۰ هزار خانه خالی به سازمان امور مالیاتی ارسال شد

خانه‌های خالی در صف مالکیت

بخش عمده واحدهای شناسایی شده متعلق به مالکان حقوقی است

جدیدترین گزارش از ناآرامی‌های روز جمعه اصفهان ۱۹ نفر مجروح و ۶۷ لیدر اغتشاشات بازداشت شدند

یک نیسان پراز کوکتل مولوتوف

نگاه

مراقب نخبه‌نماهای برآمده از ثروت‌های بادآورده باشیم

دکتر علی‌رضا سلیمی: برخی محافل که عمدتاً سیاسی هستند، جوان نخبه ایرانی را تشویق به مهاجرت می‌کنند در صورتی که این اقدام آنها غلط بوده و ظلم به کشور است؛ زمینه‌های فراوانی در کشور برای ظهور و بروز نخبگان وجود دارد؛ متأسفانه برخی دستگاه‌های متولی نخبگان به وظایف خود بخوبی عمل نمی‌کنند. این در حالی است که یکی از زمینه‌هایی که می‌توان نخبه ایرانی را برای عدم مهاجرت قانع کرد، توسعه و تعمیق شرکت‌های دانش‌بنیان است.



هیچ کس با مرادوات علمی مخالف نیست و نخبگان هم می‌توانند در این زمینه فعالیت داشته باشند، این در حالی است که جریان‌های سیاسی نباید در این باره هیاهو راه بیندازند که عده‌ای در کشور مخالف مرادوه علمی هستند. همگان به دنبال تعمیق و توسعه مناسبات علمی بین دانشگاه‌ها و دانشجویان هستند اما بحث اصلی آن است که ما باید از نظر علمی به حدی رشد کنیم که دارای مرجعیت علمی باشیم و زمانی هم می‌توانیم در این زمینه گام برداریم که مهاجرت معنای دیگری پیدا کند؛ یعنی نخبه به خارج کشور رفته، برگردد و علم، دانش و فناوری‌ای را که فراگرفته در داخل ایران توسعه دهد.

باید برای توسعه دانش در کشورمان قدم‌های بلند و عملی برداریم تا در نهایت مرجعیت علمی ایران در دنیا تثبیت شود. در حوزه نخبگانی در کشور شاهد عدم مدیریت متمرکز در این زمینه هستیم که بسیار آسیب‌زا است و همین موجب سرگردانی نخبگان شده است. از سوی دیگر با آنکه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری متولی اصلی هدایت و اجرای برخی اقدامات در این زمینه است اما وظایف آنها در قبال نخبگان هماهنگ و کافی نبوده و حتی در برخی مواقع مخالف با اقدامات سایر دستگاه‌هاست، در حالی که باید اقدامات عملی به منظور حمایت از نخبگان در کشور یکدست شده و توسعه پیدا کند. گاهی اوقات معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری یک نخبه را شناسایی می‌کند اما برخی دانشگاه‌ها مخالف اقدام صورت گرفته عمل می‌کنند و شاهد عدم اقدام واحد در قبال نخبگان هستیم، در حالی که این مدیریت باید آنقدر قوی بوده و قدرت مانور داشته باشد که بتواند تصمیماتی نافذ گرفته و نخبه را برای عدم مهاجرت ترغیب کند.

با اینکه سامانه‌هایی برای شناسایی نخبگان ایرانی در خارج از کشور وجود دارد اما ... ادامه در صفحه ۶

عزت نفس ایرانی با «منصور»

این همان جای خالی در سینمای ایران در عصر پس از انقلاب است که «منصور» می‌تواند نقطه آغازی برای پر کردن آن باشد. تولید آثار جذاب با محوریت قهرمانانی چون شهیدان همت، باکری، خرازی، صیادشیرازی، طهرانی مقدم و بویژه شهید شهید سلیمانی با تأکید بر پیوست بین‌المللی، نیاز ضروری جامعه ایرانی است تا هم غرور ملی افزایش یابد و هم تصویر ایران قوی در صحنه‌های جهانی نمایان شود.

«عزت ملی و آنچه را که امروز به آن غرور ملی گفته می‌شود باید در ملت تقویت کرد تا احساس عزت و توانایی کند» (رهبر حکیم انقلاب اسلامی / ۱۳۸۴).
پس از «چ» درباره شهید دکتر مصطفی چمران و «ایستاده در غبار» با محوریت شخصیت حاج‌احمد متوسلانی، فیلم سینمایی «منصور» یکی از آثار جدید و پر مغز سینمای دفاع مقدس ایران محسوب می‌شود که بخشی از زندگی شهید منصور ستاری، فرمانده نیروی هوایی ارتش جمهوری اسلامی ایران در سال‌های پایانی جنگ تحمیلی را روایت می‌کند؛ روایتی که برای نسل جوان جامعه که روزانه با قهرمان‌ها و اسطوره‌های غربی و هالیوودی مواجه می‌شود و به دنبال قهرمان اصیل خود می‌گردد بسیار دلپذیر و غرورآنگیز است. این غرور ملی صحیح و داشتن حسن عزت نفس ملی در صحنه‌های پیچیده جهانی، یکی از راه‌های بهبود تصویر ملی جمهوری اسلامی ایران و ارتقای قدرت رویارویی با ترغندهای نرم دشمنان به شمار می‌رود که باید با تولید بیشتر و با کیفیت چنین آثاری تحکیم یابد.
* پژوهشگر هسته بازاریابی سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق(ع)

از توهم و تکلف است. بدان معنا که منصور سعی ندارد با حواحلوا گفتن دهان را شیرین کند، بلکه سختی‌های تکبیر بر توان داخلی را نیز نشان می‌دهد. «منصور» به مخاطبیش می‌گوید اتفاقاً بسیاری از به‌اصطلاح انقلابی‌ها و بعضاً صفا اول‌نشین‌ها در مسیر تحقق شعارها و آرمان‌های انقلاب، چه سنگ‌اندازی‌ها که نمی‌کنند.

قهرمان‌های واقعی، نه هالیوودی
نیاز امروز جامعه ایرانی یادآوری و نمایش چنین قهرمان‌های واقعی و نه هالیوودی از اسطوره‌های معاصر خودش است. باید ایرانیان به داشتن مدیران و نخبه‌هایی که در صحنه‌های دفاع مقدس و این افتخار را در تریبون‌های بین‌المللی طنین‌انداز کنند. یکی از بهترین ابزارهای مدیریت تصویر ملی جمهوری اسلامی ایران نمایش قهرمانان ملی و حماسی در خارج از کشور است که دیگران، ایران را به لکه‌های منفی برخی فیلم‌های اسکاررفته شناساندند و از گرفتن جوایز جهانی احساس تلخی نکنند. پرده‌های سینمای ایران در ۴۳ ساله که از انقلاب اسلامی گذشته به‌ندرت آرمان‌های انقلاب و فرهنگ غنی ایرانی را با صورتی جذاب و در عین حال به دور از شعارزدگی به نمایش درآورده است. در بازتابی شهدا و اسطوره‌های معاصر و حتی قدیم ما تنها نباید به نمایش افراد شجاع و اخلاق مدار بسنده شود، بلکه لازم است ظرفیت‌های تازهای از چهره‌های ملی هم به تصویر کشیده شود. از این منظر، «منصور» خصلت‌هایی همچون اقتدار، مدیریت، هوشمندی و حتی وقار و جدبیت ظاهری را نیز در ارائه خود از شخصیت شهید ستاری مورد توجه قرار داده و این چهره ماندگار دفاع مقدس را به‌مثابه مدبری کارآمد و عمل‌گرا تصویر می‌کند که برای مخاطب امروزی، بسیار جذاب و درخور توجه است.

اثری پر مغز به نام منصور
فیلم سینمایی «منصور» که به معرفی شخصیت شهید منصور ستاری، فرمانده نیروی هوایی ارتش در سال‌های پایانی جنگ ۸ ساله با عراق می‌پردازد، توانسته در چند هفته گذشته بخش قابل توجهی از علاقه‌مندان به حوزه هنر دفاع مقدس را به خود جلب کند. داستان این فیلم به سال‌های پایانی جنگ برمی‌گردد که ایران با کمبود تسلیحات نظامی روبه‌رو بود. سرلشکر ستاری با همه کارشکنی‌های داخلی و تحریم‌های خارجی، روی یک پروژه مهم ساخت هواپیمای جنگی ایرانی به نام «وچ ۱۱۰» کار می‌کند.
در سراسر این اثر، مخاطب یک شخصیت باورپذیر و مدیر توانمند می‌بیند که به دور از شعارزدگی و اغراق، قهرمانانه با موانع داخلی و خارجی دست‌و‌پنجه نرم می‌کند و حتی در مواقعی با شکست مواجه می‌شود. فیلمساز بدرستی این قهرمان را یک سوپرمن معرفی نمی‌کند و ضعف‌های او را نیز به ما نشان می‌دهد. بر این اساس ما می‌توانیم با او و تصمیمات مهم او هم‌زادپنداری کنیم و خود را جای او قرار دهیم؛ چهره‌ای واقعی و باورپذیر از یک قهرمان ملی نخبه و ارزش‌مدار که شاید نسل جوان کمتر با او آشنایی داشته باشد.
پیام‌های مدیریتی این اثر قابل توجه است؛ منصور «منصور» بی‌شک به فکر حفظ صندلی خود باشد، در اندیشه پیش‌برد وظایف محوله است. منصور «منصور» حتی زمانی که برای عزل او از افراد جایگزین برنامه‌خواسته می‌شود هم از انگیزه کار کردن نمی‌افتد و اندیشه حفظ سمت، او را از وظایفش غافل نمی‌کند. اما علاوه بر این پیام، خروجی و نتیجه‌ای که مخاطب از تماشا «منصور» حاصل می‌کند یک عزت نفس عاری

سم مهلک امنیت و پیشرفت پایدار هر کشور محسوب می‌شود، بنابراین آن جنبه از غرور ملی مطلوب است که حالتی از اعتدال را به وجود آورد، بدان معنا که فرد هم نسبت به فرهنگ و مملکت خویش احساس غرور کند و هم برای دیگر ملت‌ها احترام و منزلت قائل باشد چرا که کرامت انسانی صرفاً بر مبنای تقواست، نه نژاد و وطن. همچنین به خود اجازه نمی‌دهد غرور افراطی به مینهد، ممانع آن شود که چشم بر ضعف‌ها و کاستی‌ها بیندند. از مهم‌ترین کارویژه‌های غرور ملی ایجاد، تثبیت و ترویج حسن افتخار ملی در صحنه‌های بین‌المللی است. بر این اساس فرد برای کشوری که بدان تعلق دارد نسبت به سایر کشورها، جایگاه رفیع‌تری قائل می‌شود. با تقویت این احساس در هر جامعه‌ای می‌توان به تداوم و پایداری نظام سیاسی حاکم بر آن جامعه امیدوار بود.

در همین رابطه می‌توان به «رویکرد اجتماعی به مدیریت برند» اشاره کرد که در آن مصرف‌کنندگان یک برند روی آن اجماع می‌کنند. این اجماع می‌تواند بر اساس یک هویت مشترک مثل اسطوره‌ها و قهرمان‌های ملی باشد که علائق و ترجیحات مشترک بین آن اجتماع را برمی‌انگیزد. یکی از بهترین مؤلفه‌های سازه اجتماع برند، نقل یا روایت «داستان» برند است؛ به صورتی که مصرف‌کنندگان برند در یک اجتماع به نقل داستان آن برند می‌پردازند و خودبه‌خود، ارزش و ترویج برند را تقویت می‌کنند. این اجتماع محدود به جغرافیا نمی‌شود و می‌تواند در یک گستره بین‌المللی، برند را ارتقا دهد. پدیده‌ای که نیاز به آن بشدت برای بازاریابی سیاسی جمهوری اسلامی ایران در ورای مرزها احساس می‌شود و ترویج برند قهرمانان ملی ایرانی با یک روایت‌گری جذاب و صحیح از مهم‌ترین راهبردهای آن است.

یادداشت

امیرحسین عرب‌پور: غرور ملی و داشتن قهرمان، یکی از عناصر ساخت درونی برند ملی هر کشوری است که ایران اسلامی از این ظرفیت ممتاز بی‌بهره نیست. فیلم سینمایی «منصور» که بررسی کوتاه اما افتخارآمیز از سبک مدیریتی و سختی‌های پیچیده سرلشکر شهید منصور ستاری را به تصویر می‌کشد، آنقدر خوش ساخت و برای مخاطب گیرا بود که جای خالی تولید چنین هنرنمایی‌هایی را بیش از پیش برجسته کرد.

غرور ملی
باتشکیل تمدن‌ها و سپس دولت‌های ملی از سده‌های گذشته، بتدریج روند ملت‌سازی و ساخت هویت‌های گوناگون ملی سرعت گرفت و گرایش‌های میهن‌دوستانه و وطن‌پرستی در جوامع هویدا شد. تاریخ کهن، فرهنگ غنی، پهلوانان و اسطوره‌های نامدار، دستاوردهای علمی و تکنولوژیک، پیشرفت‌های اقتصادی و رفاهی و حکمرانی خوب، از عوامل افزایشنده غرور ملی و ایجاد تفاوت‌ها بین ملت‌ها به شمار می‌رود. غرور ملی احساس مثبتی است که افراد در نتیجه هویت ملی نسبت به کشورشان دارند. در واقع، می‌توان غرور ملی را به عنوان احساس غرور و حس احترامی که یک شخص نسبت به ملت خود دارد یا احساس غرور یا عزت نفسی که یک شخص در نتیجه هویت ملی خود کسب می‌کند، تعریف کرد.
این پدیده ممکن است جنبه منفی نیز پیدا کند و به‌سوی ناسیونالیسم افراطی تغییر جهت دهد که در آن، گرایش‌های جنگ‌طلبانه و بیگانه‌هراسی در وجود یک ملت رشد و نمو می‌یابد. نبود غرور ملی یا لگدمال شدن آن، حس یأس و ناامیدی و خودباختگی ملی را در جامعه ایجاد می‌کند و نخبگان را به مهاجرت سوق می‌دهد که