

یک هفته در قلاب تصویر



■ آیین تودیع و معارفه مدیرکل محیط زیست همدان



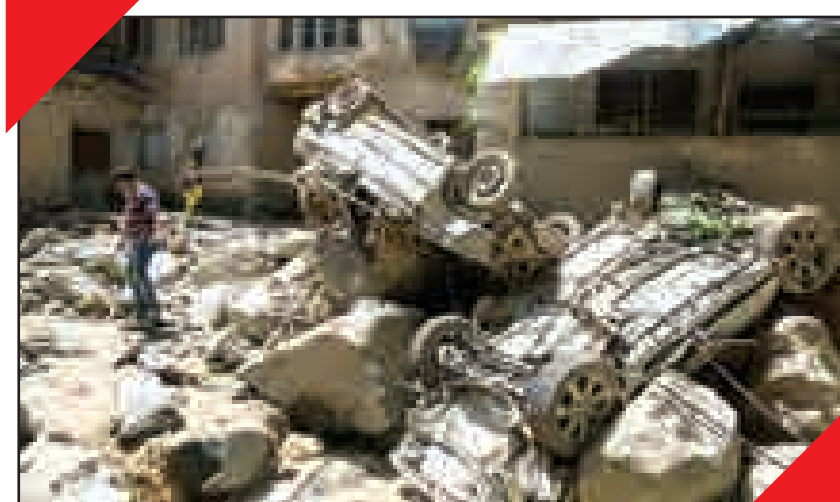
■ بازگشت قهرمان یونیورسیاد جهان



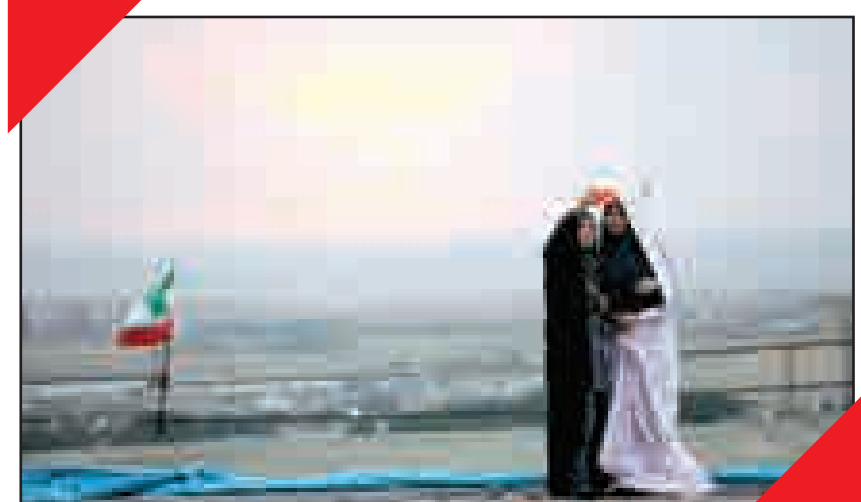
■ برداشت سیر در همدان



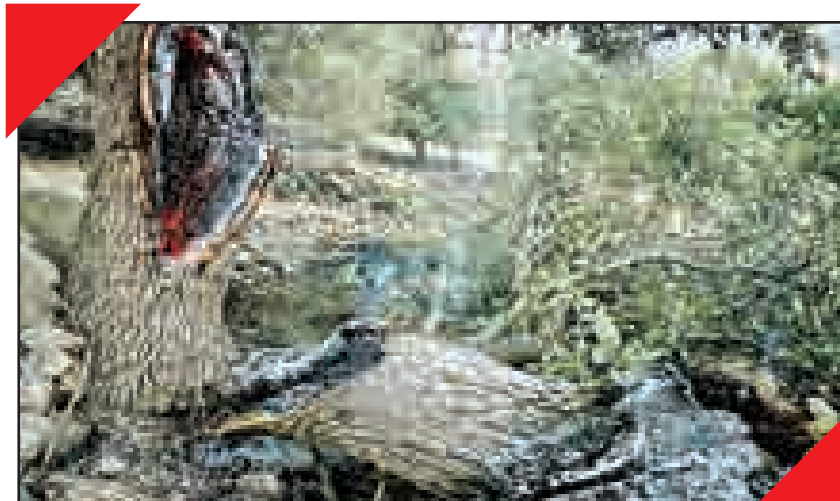
■ حضور تیم مذاکره کننده هسته ای در جلسه علنی مجلس شورای اسلامی



■ خسارات سیل و امدادرسانی در جاده چالوس



■ در حاشیه نماز عید فطر همدان



■ آتش سوزی در جنگل های ایلام



■ سیل در شهر سقز

۲۰۰ نفر به آمار گردشگرا اضافه کنید

همین الان یه دسته غاز وحشی

از بالای شهرمون رد شد...





کهنه‌مهدی ناصرزاد

کهنه‌مهدی اصفهان بار دیگر از برگزاری جشنواره بین‌المللی فیلم کودک و نوجوان در نصف جهان خود منصرف شده است. حالا چرا و به چه علت مربوط به خودشان می‌باشد اما جای تأسف اینجاست که چنین تجلیگاه جهانی از هنر و استعداد، این کودکان و نوجوانان علاقمند ایرانی هستند که مهجور می‌مانند. جشنواره فیلم کودک و نوجوان تاکنون ۲۵ دوره در کشورمان برگزار شده است و از جمله حرکت‌های خوب در حوزه فرهنگی است که مولود انقلاب اسلامی می‌باشد و مهر جهانی بر پیشانی آن خورده است.

چه خوب که بیشترین ادوار این جشنواره در همدان برگزار شده است و همدانی‌ها سال‌های گذشته

عزم و اراده‌ای مثال‌زدنی برای آبروداری در حضور میهمان‌های خارجی جشنواره و همچنین ارائه کارنامه‌ای قابل قبول از خود بروز داده‌اند و اگر نبود کم‌لطفی برخی از مدیران وقت استان، در ۲ دوره گذشته نیز که جشنواره از همدان رفته بود، می‌توانستیم میزبانی شایسته برای مولود انقلاب باشیم.

چنانچه بهانه بی‌پولی نباشد و مسئولان استان درایت و جدیت لازم برای برگرداندن جشنواره به تجلیگاه اصلی خود یعنی همدان داشته باشند، چرا باید چنین فرصت مغتنم برای اثبات شایستگی‌های پایتخت تاریخ و تمدن ایران را از دست بدهیم. خوشبختانه جای امیدواری هست که مسئولان ارشد و مدیران فرهنگی استان در شرایط کنونی دست رد

بر سینه جشنواره کودک و نوجوان نزده‌اند و گویا این آمادگی ساختاری وجود دارد تا علاوه بر جشنواره تئاتر کودک، جشنواره فیلم کودک و نوجوان نیز در سال جاری با میزبانی همدان برگزار شود. بعد از بی‌مهری گذشته مسئولان و کوچ ناباورانه جشنواره فیلم کودک در سال ۹۲ از همدان، خیلی تلاش شده است بلکه با جایگزینی یک حرکت و برنامه بزرگ ملی جای خالی جشنواره فیلم کودک در همدان پر شود. اما واقعیت این است که یا جشنواره و برنامه‌ای هم‌ای این فستیوال بین‌المللی در کشورمان نمود نداشت

تا به همدان آورده شود و یا برنامه‌ریزی‌های جسته و گریخته دیگر جواب لازم را نداد. بنابراین سرمایه‌گذاری و صرف انرژی برای آوردن دوباره چنین زیرساخت‌ها مستلزم تکرار جشنواره‌ها است.

کهنه‌مهدی غلامی

پرچم داران شعاع السلطنه

مملکت به ثروت خود بیافزایند. افراد و یا گروهی انحصار کالایی را برعهده داشتند، افراد و یا گروهی انحصار ارائه خدماتی را برعهده گرفتند، افراد و یا گروهی تدبیر کردند و دولت را ملزم داشتند که چون شما نمی‌توانید نفت بفروشید، این ماده بدبو و سیاه را به ما بدهید تا خود درآمد کسب کنیم!! افراد و گروه‌های کثیری از این جماعت در دولت قبل بوجود آمدند که امروز و بعد از شکل گیری توافق هم هنوز کسی نتوانسته برآوردی از اموال بلوکه شده آنها که از بیت‌المال است ارائه کند.

روند تحریم هر روز برای دولتمردان غرب و همچنین به کام کاسبان در داخل، خوشتر و بر مردم تلخ می‌گذشت. در آن سو دیپلمات‌های هسته‌ای دولت نهم و دهم؛ اعلام موضع را به مذاکره ترجیح می‌دادند! به قهر یا میز مذاکره بیشتر میل داشتند تا پیگیری روندمذاکره!محل مذاکرات بیش از خود مذاکره دارای اهمیت بود‌و در آخر ۶۹ ماه



از **گود زورخانه** تا **کوچه و بازار** با ورزش ملی **ایران**

پهلوانان هیچوقت نم‌میرند

کهنه‌حامد صیثی

کهنه‌چندی پیش پروفیسور «کارل دیم» رئیس سابق دانشکده ورزش آلمان در مصاحبه‌ای جالب اعلام کرد: اصالت ورزش باستانی ایران سبب شد که من ورزش باستانی ایران را جزو دروس دانشکده ورزشی آلمان قرار دهم. ورزشی که از ایران راه به سرزمین آریایی ژرمن‌ها باز کرده، همانی است که در آن از توهمین و ناجوامردی حتی نشانه‌ای وجود ندارد و منش پهلوانی تنها درسی است که می‌توان از گود زورخانه گرفت. همان ورزشی که رسم بر آن است ورزشکاران برای اجرای آن با وضو وارد زورخانه شوند.

زورخانه، قهرمان پرور نیست و هرچه هست از پهلوان و پهلوانی است. می‌گویند از قدیم هر که به عنوان پهلوان معرفی می‌شده در کوچه و بازار به احترامش کلاه از سر بر می‌داشتند، گرچه پهلوان عادت داشته به رسم فروتنی به کوچک‌تر از خود هم سلام دهد تا اینگونه درس تواضع داده باشد!

حکایت زورخانه اما جالب و شنیدنی است؛ صدای زنگ و ضرب مرشد در فضای نه‌چندان وسیع زورخانه طنین‌انداز می‌شود تا بیش از ۱۰ مرد، با سینه و بازوان ستبر، یکی پس از دیگری وارد گود شوند و دایره‌وار ایستاده و کار را با ذکر الله و نام مبارک مولا علی(ع) آغاز کنند.

نخستین باستانی‌کار که همراه با ضرباهنگ مرشد به میان می‌آید، چرخ را برداشته و رقص پاهایش آنچنان سریع و تند است که نمی‌توان دید.

او از همه جان‌تر و تازه کارتر است و این رسم فروتنی در جایی است که از تکبر خبری نیست و آخرین نفر، مردی کهنسال است با عنوان «شکار دوم شورای ملی تعطیل شد (مجلس اول شورای ملی را هم قبلاً روس‌ها به توپ بسته بودند) و روس‌ها پس از رسیدن به خواسته‌های نامشروع‌شان غرامت لشکرکشی خود را نیز تمام و کمال از دولت ورشکسته ایران گرفتند» و به این ترتیب نهال نوبا را خزان کردند.

ماشین توریست را خراب کنید!

کهنه‌سینا خرم‌رودی

کهنه‌مسأله توریست، مسأله بسیار مهمی در زندگی ما ایرانیان به شمار می‌رود. و تقریباً مهمترین مسأله در زندگی بسیاری از مسئولان است.

مدیران ما ۲ گونه کلی تقسیم می‌شوند. جذب‌داران و آمارسانان. جذب‌داران همچون گونه‌های مختلف زیستی در سطح کشور به وفور یافت می‌شوند. انجام هر حرکت کوچکی از سوی اینگونه مسئولان منجر به جذب توریست می‌شود. مشاهده شده که یکی از مسئولان، با عوض کردن قفل در یکی از توالت‌های عمومی سطح شهر، سریعاً مصاحبه کرده و گفته که: قفل ایمن توالت‌های استان، ظرفیت جذب توریست را افزایش داده و امنیت افراد در زمان حضور در توالت موجب رونق فضای گردشگری استان می‌گردد. خلاصه اینکه جذب داران، چپ می‌روند و راست می‌آیند و توریست جذب می‌کنند. با افتتاح هر پروژه و انجام هر اقدامی توریست را جذب می‌کنند. حتی با بالا و پایین بردن دست و پا و حرکت دادن هر کدام از اعضا و جوارحشان توریست جذب می‌کنند. اما گونه آمارسانان، مسئولان بسیار باحال‌تری هستند. اینگونه دارای چشم‌های بسیار قدرتمند و نگاه دقیقی هستند و شبانه‌روز مشغول شمارش تعداد گردشگران می‌باشند.

به این ترتیب که مسئولان آمارسان، در راه‌های ورودی شهرها می‌ایستند و هر ماشینی که رد شد را می‌شمارند و در پایان روز می‌گویند که امروز این تعداد مسافر به شهر ما آمده پس ما در جذب توریست بسیار موفق عمل کردیم و دهمان گرم و کارمان درست است.

اما آیا واقعاً می‌توان با این دو گونه از مسئول، یعنی جذب‌داران و آمارسانان در زمینه گردشگری موفق بود؟

ما به مسئولانی نیاز داریم که پس از ورود توریست به شهرمان، بتوانند جلویش را بگیرند، به زور هم که چند روزی نگهش دارند. از پول‌های موجود در جیب و جابر بانکش به جیب همشهریانمان تزریق کرده و سپس طرف را بفرستند بره هر جایی که دوست دارد! وگرنه توریستی که فقط از جاده‌های استان استفاده می‌کند، به چه درد ما می‌خوره؟ بنابراین پیشنهاد می‌شد که مسئولان استان با انجام اقداماتی، فرایند رفتار غضبناک با گردشگران و نگاهداشتن آنها در استان را تسهیل نماید. خلاصه‌ای از اقدامات پیشنهادی به شرح ذیل است:

۱- خراب کردن ماشین مسافران در زمان حضور آنها در استان و بدین ترتیب نگاه داشتن موقتی این افراد تا زمان تعمیر کردن خودروهایشان. استفاده از آب به جای بنزین در پمپ بنزین‌ها و خراب کردن موتور خودروی گردشگران به شدت توصیه می‌گردد.

۲- شایعه‌پراکنی در مورد استان‌های همجوار و ایجاد فضای رعب و وحشت در دل مسافران به منظور جلوگیری از حضور آنها در دیگر استان‌ها و اقامت طولانی مدتشان در هتل‌های

استان روش بسیار کارآمدی است.

۳- اعلام آمادگی برای میزبانی مذاکرات هسته‌ای و غیرهست‌های بین تمام کشورها روش جذب توریست فوق‌العاده‌ای است. تجربه ثابت کرده که مذاکرات طول می‌کشد و کلی مذاکره‌کننده و خبرنگار و محافظ و هیأت همراه و پوشش‌دهنده و… برای مذاکرات به شهر ما می‌آیند.

۴- دیگه خیلی راه حل ارائه دادیم. با همین راهکارها و با توجه به سوابق درخشان مدیران استان در زمینه جذب توریست، قطعاً در زمینه تعداد مسافران توی گوش ایتالیا خواهیم زد. باشد که رستگار شویم!



که مریم مقدم

گردشگران و **دوستاندارن** سفر همدان را با تعدد جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی در ردیف مقاصد گردشگری کمتر می‌شناسند، چرا؟ به واقع چه عاملی همدان را ناشناخته گردشگری ایران رقم زده است جز نبود سیستم تبلیغات و بازاریابی مدون در استان. این سوالی است که نگارنده را بر آن داشت تا با تحقیقی در مستندات متعدد در حوزه تبلیغات در گردشگری به پیدا کردن جوابی وادارد.

صنعت گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین و پویاترین بخش‌های درآمد خارجی کشورها محسوب شده و به سرعت در حال رشد است بطوریکه اغلب کشورهای جهان با بهره‌گیری از تجربه‌های موفق و مدیریت کشورهای دیگر سعی می‌کنند به جایگاه مطلوبی در این عرصه برسند. گردشگری همواره به عنوان عاملی برای رشد و شکوفایی یک منطقه، کشور و استان یاد شده و امروزه صنعت گردشگری در جهان گسترده و دارای اهمیت بسیاری است و می‌توان از این طریق حرکتی به سمت وضعیت مطلوب اقتصادی انجام داد و بر مشکلات اقتصادی غلبه کرد.

وجود آثار تاریخی منحصر به فرد، فرهنگ‌ها و قومیت‌های مختلف و یا آب و هوای مناسب و از سویی زیر ساخت‌های مناسب در یک منطقه و یا یک کشور و استان می‌تواند زمینه مناسبی برای جذب گردشگر به آن نقطه باشد کمااینکه کشور ایران نیز در بین کشورهای دنیا از لحاظ تاریخی، آب و هوایی و گردشگری دارای موقعیت مناسبی بوده و هست.

استان همدان به عنوان یکی از پنج استان گردشگری کشور ایران محسوب می‌شود که از لحاظ داشتن آثار تاریخی، آب و هوای معتدل و گه‌وستانی، قومیت‌های مختلف، صنایع دستی وسوغات و غیره در نوع خود بی نظیر است.

آثار تاریخی فرهنگی چون تپه هگمتانه، تپه نوشیجان، گنبد علویان، برج قربان، کتیبه‌های گنجنامه، آرامگاه باباطاهر، آرامگاه شیخ الرئیس بوعلی سینا، کاروانسرای فرسنگ و حمام حاج آقا تـرـاب نپاوند و ده‌ها اثر تاریخی دیگر و وجود موزه‌هایی چون سایت موزه هگمتانه، موزه مشاهیر، حمام قلعه همدان، باغ موزه نظری، باغ موزه دفاع مقدس، موزه تاریخ طبیعی، موزه سفال همه از ویژگی‌های تاریخی استان همدان است. اما به واقع چند درصد از مردم ایران و دیگر کشورها از این بناهای تاریخی اطلاعات کافی که البته محرکی هم برای سفرشان باشند در دست دارند. کارشناسان بر این باورند گردشگری برای شناخته شدن

نیازمند مدیریت است.

مدیریت گردشگری، مدیریت پایدار منابع مقصد است، باید جامعه و فرهنگ جامعه مقصد را برای پذیرفتن و میهمان‌پذیر بودن؛ آماده کرد و در واقع مسئولیت‌پذیری فرهنگی نظارت و مدیریت وجود داشته باشد. این رویکرد از مدیریت گردشگری است که، یک مقصد می‌تواند فرهنگ و رویکردهای فرهنگی خود را به جوامع دیگر صادر نماید. این کار بر منافع بلندمدت سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آن، و روی هم رفته بر اعتبار و جایگاه

گردشگری همدان زیرسایه تبلیغات و بازاریابے کم داده است

جهانی آن مقصد خواهد

افزود. برای آن که گردشگر، به یک مقصد جذب شود، پدیده تبلیغات و ترویج آن یک ضرورت است، صنعت گردشگری در بسیاری از کشورهای پیشرفته و حتی در حال توسعه دنیا پس از صنعت نفت و خودرو یکی از پول‌ساز ترین صنایع است، برای مثال کشورهای که مثل ایران دریایی از نفت ندارند، چطور توانسته‌اند اقتصاد کشور خود را به شکوفایی برسانند. برای مثال ترکیه بخش اعظمی از اقتصاد خود را بر محور گردشگری مدیریت می‌کند، با این توضیح که،

به جرات می‌توان گفت پتانسیل‌های گردشگری در این کشور به اندازه ظرفیت‌های این حوزه در ایران نیست.

نقش تبلیغات در گردشگری

برای شناخت حوزه علایق گردشگران، شناخت عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ادراکات آنها حایز اهمیت است. در این عرصه فیلترهای فیزیکی؛ باعث تقویت و یا تضعیف وجهه میزبان نزد گردشگران می‌شود. از جمله: نظافت و پاکی شهرها و محیط‌های توریستی، سروس‌های حمل و نقل هتل‌ها و رستوران‌های در نظر گرفته شده برای پذیرایی از گردشگران که در صورت مناسب بودن، از آنان مبلغانی مثبت خواهد ساخت؛ و بر فیلترهای روانی سایر گردشگران نیز می‌تواند تاثیرگذار باشد. فیلترهای روانی عبارتند از خاطره، دانش یا آگاهی باورها و ارزش‌ها و هنجارها، یکی دیگر از عوامل تاثیرگذار بر ادراکات گردشگران وجهه آن کشور در عرصه بین‌المللی است که به عوامل سیاسی و رسانه‌ای مرتبط است و در این زمینه تبلیغات می‌تواند نقش مؤثری داشته باشد. مدیریت گردشگری یک مقصد، وظیفه دارد تا تبلیغات مورد نظر را برنامه‌ریزی نماید و به انجام رساند، لازم به یادآوری است که تبلیغات بحث گسترده‌ای است و در این‌جا برداشت ساده و عمومی‌از تبلیغات مورد نظر نیست، بلکه تمامی‌فعالیت‌هایی که بتواند جنبه و کارکرد تبلیغاتی داشته باشد، از جمله سازمان‌هایی که در حوزه‌های جهانی، منطقه‌ای، کشوری، استانی، شهری و حتی روستایی، فعالیت داشته باشند را شامل می‌شود، پس مدیریت گردشگری، مدیریت تبلیغات و برنامه‌ریزی‌های تبلیغاتی نیز می‌باشد. شایان ذکر است که از این امر در جوامع توسعه یافته تعبیر به انقلاب گردشگری می‌شود. اهمیت تبلیغات در زمینه گردشگری به هیچ وجه قابل چشم پوشی نمی‌باشد؛ چرا که در نظام سرمایه‌داری این عرصه نیز، همانند سایر عرصه‌ها هر روز فضایی رقابتی‌تر ایجاد می‌شود. نباید فراموش کنیم که در عصر ارتباطات به هرشهروند به صورت بالقوه باید به دیده یک مبلغ نگریست و می‌توان با زمینه سازی برای آموزش عمومی گردشگری برای حل این مسئله برنامه

ریزی دقیقی داشت و این امری انکار ناپذیر است که از زمانی که تاریخ مکتوب وجود داشته، تبلیغ هم وجود داشته است.

۱۴۴ بازاریابی‌در گردشگری فراوانی مراکز تبلیغاتی و نداشتن سیستم واحد در تبلیغات و بازاریابی، یکی از موانع توسعه صنعت گردشگری در استان همدان محسوب می‌شود. در بازاریابی گردشگری، بازاریابان و دفاتر آژانس هیچ‌گونه نمایندگی از بخش دولتی یا دولت متبوع خود ندارند و هیچگونه حمایت مالی نمی‌شوند و به محتوای بروشورها و سایت‌ها بسنده می‌کنند، در صورتی که آنها عمده‌ترین سهم را در توسعه گردشگری به عهده دارند. تبلیغات به عنوان مهمترین ابزار موفقیت در زندگی افراد، ایجاب می‌کند که این ابزار به عنوان شاخه‌های علمی، اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی به دقت مورد مطالعه قرار گیرد و با نگاهی علمی، هنری و کارشناسانه‌تر تخصصی مورد استفاده قرار گیرد تا موفقیت و اهداف را به دنبال داشته باشد.

امروزه در صنعت گردشگری باید از تبلیغات به عنوان مهمترین ابزار بصورت حرفه‌ای استفاده کرد، زیرا موفقیت تبلیغ برای ارزش‌های فرهنگی و گردشگری کشور مبتنی بر درک صحیح و حرفه‌ای از تبلیغات و ارزش‌های آن است. چون تبلیغات حرفه‌ای می‌تواند به عنوان ابزار برنده‌ای برای پیشرفت اهداف فرهنگی در داخل و خارج مدنظر قرار گیرد. در غیر این صورت هدر دادن وقت، سرمایه و انرژی است.

برای فعالیت‌های تبلیغاتی در صنعت گردشگری در دنیای امروز باید با این اعتقاد و ایمان به تبلیات نگرسته شود که تبلیغات هزینه بر نبوده، بلکه نوعی سرمایه‌گذاری بنیادی و اصولی برای پیشبرد اهداف سازمانی و ملی است و در صورت اجرای صحیح و اصولی می‌تواند دستاوردهای ارزشمندی را به همراه داشته باشد. در این رابطه، هدف و وظیفه تبلیغات افزایش "بازاریابی و بازار افزایی" است و هرگونه بی‌توجهی و عدم بهره‌برداری صحیح از این ابزار، نه تنها عدم موفقیت را در پی داشته، بلکه موجبات عقب ماندن از رقابت‌ها و سبقت‌های بازاریابی جهانگردی و در نهایت شکست و ورشکستگی در دنیای بازاریابی صحیح و اصولی در عرصه بین المللی را در پی خواهد داشت. توجه به انگیزه‌های گوناگون جهانگردان، نشان دهنده آن است که سیاستگذاری تبلیغات جهانگردی را می‌توان در بخش (فرهنگی، تجاری، خدماتی، اقتصادی، ورزشی، زیست محیطی، طبیعت گردشگری، تحقیقات و ... برنامه ریزی کرد.

پس باید به این نکته مهم توجه داشت که توسعه صنعت جهانگردی و تبلیغات در فرایندی مشخص؛ پیوند



▪ پنجشنبه ۱ مردادماه ۱۳۹۴

تنگانگی با یکدیگر دارند. زیرا صنعت جهانگردی در فرایند توسعه، بخشی از ساختار تولید اقتصادی است که می‌تواند در کشورها باعث گسترش تولید و درآمد و در ایجاد اشتغال نقش مهم و اساسی داشته باشد. صنعت گردشگری، صنعت کم هزینه و زودپایه است. در این رابطه، تبلیغات حرفه‌ای، عنصر لازم برای ایجاد شناخت در مخاطبان؛ نسبت به فرم‌ها و محتوای موضوع جهانگردی و افزایش جذب جهانگردان، سرمایه‌گذاری‌ها و ایجاد رفتارهای انگیزهبخش، بستگی به حجم فعالیت‌های تبلیغاتی به صورت حرفه‌ای و با استفاده از آخرین شیوه‌های مدرن تبلیغاتی است. در بحث تبلیغات و بی‌آمدهای آن در صنعت جهانگردی در قالب‌های نوشتاری، دیداری، شنیداری و هر یک در مرحله‌ای از برنامه‌های جهانگردی تاثیرگذاری خاص خود را دارد. در زمینه افزایش جذب جهانگردان هر کشوری عموماً باید توانایی آن ریس برنامه‌ریزی و علاقه و نیاز آن کشور را به رشد و توسعه صنعت گردشگری بررسی کرده و بعد از آن راهبردهای برنامه‌ریزی شده و سپس راهبردهای به تصویب رسیده را به مورد اجرا گذارد. برای رونق گردشگری در استان همدان باید از تبلیغات رایگان استفاده شود تا گردشگران برای سفر به استان همدان بیش از پیش تشویق شوند.

به هر ترتیب باید گفت، برنامه ریزی صحیح در بحث گردشگری همدان می‌تواند بهتر از گذشته، انجام و سبب رونق اقتصادی در استان شود. رونق اقتصادی در استان موجب افزایش اشتغال پاک و مستقیم می‌شود. وظیفه ما ایجاد تنوع برای مسافران است، به طوریکه برنامه ریزی‌ها باید به گونه‌ای انجام شود که گردشگران و مسافران مدت زمان بیشتری را در استان سپری کنند. گردشگری یک صنعت سفید است که می‌توان با برنامه ریزی و آموزش به شهروندان این صنعت پاک را تقویت کرد و آسیب‌ها را در این بخش به حداقل رساند. علت رشد صنعت گردشگری در استان‌هایی همچون اصفهان و شیراز را تبلیغات و بازاریابی است. علت ضعف و ایستایی همدان در بخش گردشگری، عدم برخورداری از زیرساخت گردشگری مطلوب نیست، بلکه علت اصلی آن کم بودن گردشگر در استان، نبود تسهیلات مناسب و عدم خدمات رسانی مناسب به مسافران است.

ابتدا باید به تورگردانان تسهیلات و آموزش لازم داده شود و در ادامه به معرفی پتانسیل‌های مختلف استان پرداخته شود. همچنین ضروری است که مخاطبان استان خود را با فرهنگ و تمدن همدان آشنا کنیم و محیط شهر را به گردشگران بشناسیم، چراکه یکی از عوامل جذب گردشگر، ایجاد خاطره‌ای خوب در ذهن و یاد آنها است. بهره‌مندی از نیروهای متخصص استان در موضوع گردشگری را عامل مهمی در موفقیت این صنعت در استان معرفی کرد استان همدان در موضوع غذاهای سنتی، طبیعت گردی، گیاهان دارویی، گردشگری ماجراجویانه و مسائل فرهنگی بسیار قوی است. برای دستیابی به یک گردشگری پویا باید تمام مردم شهر را در این زمینه آموزش داده و درگیر کنیم. پویایی و فعالیت عموم مردم در این بخش یک گردشگری پیشرو را به دنبال خواهد داشت.

که محمد سپهرایی

پس از صدور قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت که در آن ضمن تأیید توافقنامه وین و برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) حق غنی‌سازی و برخورداری جمهوری اسلامی ایران از فناوری صلح‌آمیز هسته‌ای به رسمیت شناخته شده و لغو تحریم‌های ظالمانه علیه کشورمان مورد تأکید قرار گرفته است، به نوعی مراحل تصویب و زمینه‌سازی برای عملیاتی شدن توافق مذکور آغاز شد.

از سوی دیگر اتحادیه اروپا نیز با رأی قاطع همه اعضا شورای امنیت وین را مورد تأیید قرار داد و در جلسه‌ای که به این منظور تشکیل شده بود، بر آمادگی این اتحادیه برای همکاری در جهت اجرا و عملیاتی نمودن برنامه جامع اقدام مشترک تأکید شد.

به طور طبیعی مراحل بعدی کار به تصمیمات مجلس شورای اسلامی و شورای عالی امنیت ملی کشورمان و از آن طرف نیز کنگره آمریکا بستگی دارد که تقریباً پروسه‌ای ۲ ماهه را به دنبال خواهد داشت، با این حال آنچه در شورای امنیت سازمان ملل در قالب قطعنامه ۲۲۳۱ تصویب شد، مهر تأییدی بر توافق جامع و قطعیت یافتن آن بود.

آنچه در حال حاضر بیش از پیش مورد توجه است و به طور طبیعی این روزها در محافل مختلف سیاسی و رسانه‌ای مطرح می‌شود، ۲ موضوع مهم یعنی چگونگی بررسی توافقنامه وین و همینطور قطعنامه شورای امنیت و شرایط پس از توافق در ابعاد مختلف داخلی و خارجی است که از اهمیت بالایی برخوردار است.

نخستین و شاید مهمترین نکته در این خصوص بررسی دقیق شرایط داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی و تعیین راهبرد مشخص برای دوره بعد از توافق هسته‌ای در ۲ حوزه سیاست داخلی و خارجی است که از هم‌اکنون باید مدنظر قرار گیرد تا بتوانیم از

▪ پنجشنبه ۱ مردادماه ۱۳۹۴



سایه‌روشن‌های شرایط پس از توافق هسته‌ای

دستاورد مهم است.

خروج مسالمت‌آمیز کشورمان از ذیل فصل ۷ منشور ملل متحد به خوبی نشان داد که ایران کشوری مقتدر و در عین حال عامل سازنده با دنیاست. این سیاست که با توجه به رویکرد تعاملی و بر اساس اصل عزت، حکمت و مصلحت دنبال می‌شود، در شرایط پس از توافق و حین اجرای آن نیز همچنان دنبال خواهد شد. سیاستی که بر اساس آن منافع ملی کشور تأمین و به ارتقای جایگاه ایران در منطقه و جهان کمک می‌کند.

یکی از مهمترین آثار و نتایج توافق هسته‌ای ایران و ۵+۱ در سطح منطقه‌ای است که از نگاه کارشناسان باعث فعال شدن بیش از پیش دیپلماسی منطقه‌ای کشورمان خواهد بود.

جمهوری اسلامی ایران که به لحاظ جایگاه و موقعیت ممتاز در منطقه از جمله مؤثرترین قدرت‌های منطقه‌ای محسوب می‌شود، نقش بی‌بدیلی در ترتیبات منطقه‌ای و معادلات سیاسی جاری آن دارد. از این رو فعال شدن دیپلماسی کشورمان در این جغرافیا علاوه بر این که جایگاه و موقعیت ما را تثبیت و تقویت خواهد کرد، قدرت‌های جهانی را بیش از پیش متوجه این موضوع می‌کند که فائق آمدن بر چالش‌های منطقه و عبور از این چالش‌ها بدون نقش آفرینی ایران ممکن نیست.

تیم مذاکره‌کننده کشورمان با تلاش فراوان و به پشتوانه حمایت‌های مقام معظم رهبری و ملت بزرگ ایران کار را دنبال و به سرانجام رساند. نتیجه مذاکرات نیز به خوبی نشان داد که نظام جمهوری اسلامی ایران نظام مقتدری است که ۶ کشور قدرتمند جهان به خواسته‌های آن تن دادند و ناچار شدند آن را به عنوان یک قدرت هسته‌ای به رسمیت بشناسند و اکنون نیز با همان روحیه و با انسجام و یکپارچگی می‌توان گام‌های بعدی را برداشت.

خروج مسالمت‌آمیز کشورمان از ذیل فصل ۷ منشور ملل متحد به خوبی نشان داد که ایران کشوری مقتدر و در عین حال اهل تعامل سازنده با دنیاست.



پرداخت کارمزد به عهده کیست؟

تکذیب اولین شایعه بانکه سال

۹ سال گذشته بازار شایعات بانکی در رسانه‌های

مجازی و مکتوب به شدت گرم بود. امسال اما پس از گذشت ۴ ماه از آغاز سال اولین شایعه بانکی در شبکه‌های مجازی رونمایی شد. شایعاتی که در مدت زمان کوتاهی بی اساس بودن آنها بر ناشر خبر و

خواننده ثابت شده و تنها اثری که داشته بی‌اعتمادی به موضوع خبر و رسانه بود.

شبکه‌های اجتماعی که این روزها به عنوان منابع خبری مویرگی در بین افشار مردم شناخته شده‌اند در چند روز گذشته اخباری را منتشر کرده‌اند مبنی بر اخذ ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده آنها به خرید کارتی!

در متن این پیام آمده است: «از ابتدای مردادماه دیگر با عابر بانک خود از مغازه‌ها خرید

مستقیم انجام ندهید؛ چراکه به ازای هر خرید، ۹ درصد مالیات بر ارزش افزوده از شما کسر شده و به خزانه دولت واریز می‌شود.»

گفتنی است با کمی دقت در محتوای این اخبار می‌توان به شایعه بودن آنها پی برد به طور مثال به فرض درست بودن اخذ مالیات بر ارزش افزوده در خرید کارتی، ارتباط این مالیات بر ارزش افزوده که در قانون برای خدمات و کالاها تعریف شده است با اختلاس چیست؟

ناصر حکیمی درباره این شایعه تلگرامی گفت: «این خبر از اساس دروغ است البته به صورت سیستماتیک و از نظر فنی امکان اتصال سامانه‌های مالیاتی به سامانه‌های پرداخت وجود دارد. اما تا کنون هیچ اقدامی در این رابطه نه از طرف سازمان امور مالیاتی و نه از طرف بانک مرکزی انجام نگرفته است و چنین برنامه‌ای هم در دستور کار نیست.»

به گزارش خبرآنلاین، وی در مورد تأخیر در سیکل

بازگشایی پرونده جدید امنیت شغلی

قراردادهای ماهیانه از کجا آمد

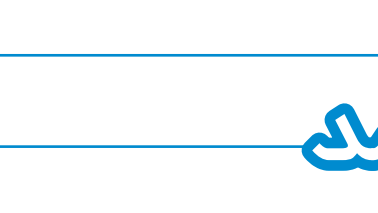
تسویه اظهار کرد: «قرار است بزودی تغییراتی در نظام کارمزد ایجاد شود که در آن صورت سیکل تسویه به عنوان ابزاری برای این منظور خواهد بود.»

کارمزد تراکنش‌های الکترونیکی که از سال گذشته در دستور بررسی توسط شورای پول و اعتبار قرار دارد همچنان بالاتکلیف است.

اما قرار است در کارگروهی که در برای رسیدگی به این موضوع در بانک مرکزی تشکیل شده است، شناسایی این ذینفع به صورت جدی دنبال شود.

از طرفی با توجه به ایراد مطرح شده از سوی اصناف مبنی بر اینکه بانک‌هایی که حساب پذیرنده در آنها متمرکز است سود بالایی از رسوب حساب پذیرنده می‌برند و با توجه به تبلیغات گسترده بانک‌ها بر روی دستگاه‌های کارتخوان و سرویس‌های خاصی که برای جذب منابع در نظر گرفته اند، احتمالاً بخش قابل توجهی از کارمزد خدمات پرداخت الکترونیکی در مدسل جدید بر عهده بانک طرف پذیرنده یعنی بانکی که حساب دارنده دستگاه کارتخوان یا درگاه اینترنتی و... به آن متصل است، قرار خواهد گرفت.

گروهی از روحانیون و به‌ویژه مراجع عظام در زمان حیاتشان به عامل حرکت بخشی و الهام‌دهنده انقلابیون در مبارزه با رژیم پهلوی تبدیل شدند و پیشاپیش انقلابیون در مبارزه حاضر بودند. شهدایی همچون مدنی، بهشتی، مطهری و مفتح را می‌توان جزو همین دسته دانست که هر کدام رسالتی خاص را در انقلاب اسلامی عهدار بودند. گروهی دیگر از روحانیون و آیات عظام علاوه بر فعالیت علیه رژیم پهلوی و تربیت مبارزین در سنگر درس و مکتب، با رحلت با شهداتشان به عامل شتاب‌دهنده انقلاب اسلامی و مبنای ایجاد مرحله جدیدی از مبارزه تبدیل شدند که از آن جمله می‌توان شهید آیت‌ا... مصطفی خمینی و آخوند ملاعلی همدانی اشاره کرد.



خارجی، تصمیمات یکباره دولت‌ها برای افزایش هزینه‌های آنها، تحریم‌هایی که البته قرار است درآشته شود، خلف وعده دولت در پرداختن یارانه سهم تولید و دلایل متعدد از این دست باعث شده است تا آنها شهادت کاری و سرمایه‌گذاری‌های جدید را از دست بدهند و بسیار نسبت به گذشته محتاط‌تر باشند.

در واقع باید گفت آنها از ابلاغیه تغییر قرارداده‌ها که حال سوءاستفاده از این شرایط هستند و یا اینکه ماجرا چیز دیگری است؟ اینکه چرا یک واحد تولیدی که با میلیاردها تومان سرمایه ایجاد شده و بیش از یکی ۲ دهه نیز از زمان آغاز به کارش می‌گذرد، باید با نیروهای خود قرارداد ماه به ماه ببندد، سؤالاتی است که آن روی ناخوش و تلخ بازار کار کشور را نمایان می‌کند.

کارفرمایان معتقدند نمی‌توانند نیروی کار دائم بگیرند، چون خود از آینده کاری‌شان اطمینان ندارند. آنان می‌گویند مگر ما امنیت شغلی داریم که موقت داشته باشند و حتماً باید نیروی کاری متناسب موارد تأکید دارند که واردات بی‌رویه محصولات

فرامرز توفیقی در گفت‌وگو با مهر با بیان اینکه نخستین نشست شورای سه‌جانبه ملی کارگران، کارفرمایان و دولت در هفته آینده برگزار می‌شود، گفت: در این نشست، یکی از دستور کارها بررسی موضوع امنیت شغلی نیروی کار خواهد بود.

نماینده کارگران در شورای عالی کار اظهار کرد: پس از آن ابلاغیه جنجالی و لغو فوری آن، کارفرمایان عنوان کردند که موضوع نیازمند کار کارشناسی و بررسی بیشتر است. از این رو، بنا است در شورای سه‌جانبه ملی مسأله را بررسی کنیم که به نوعی احیا شدن ماده ۷ قانون کار (بحث قرارداده‌ا) نیز تلقی می‌شود.

توفیقی خاطرنشان کرد: البته این موضوع نیازمند بررسی است و ما نمی‌خواهیم دوباره ابلاغیه‌ای صادر و سپس متوقف شود. از این رو، کار دوباره به جریان خواهد افتاد و قرار است با حضور نمایندگان کارفرمایان ممنوعیت قراردادهای زیر یکسال را بررسی کنیم.

• پنجشنبه ۱ مردادماه ۱۳۹۴

۹ بر هیچکس پوشیده نیست که مذهب مشخصه

اصلی انقلاب اسلامی ایران به شمار می‌رود و این موضوع نیز در جای خود نمی‌تواند از نقش روحانیت در تاریخ و جامعه ایران جدا در نظر گرفته شود. حضور عالمان دینی در جایگاه رهبری جنبش‌های ضد استبدادی و استعماری سده‌های گذشته ایران و برخوردهای مکرر ایشان با استعمار، فتوای علما در برابر حمله روس‌ها به ایران، فتوای تحریم تنباکو علیه منافع انگلیس، جنبش مشروطه، قیام ۱۵ خرداد و انقلاب اسلامی همگی نشانه‌هایی از سابقه نفوذ و اقتدار روحانیت در جامعه ایرانی است. گروهی از روحانیون و به‌ویژه مراجع عظام در زمان حیاتشان به عامل حرکت بخشی و الهام‌دهنده انقلابیون در مبارزه با رژیم پهلوی تبدیل شدند و پیشاپیش انقلابیون در مبارزه حاضر بودند. شهدایی همچون مدنی، بهشتی، مطهری و مفتح را می‌توان جزو همین دسته دانست که هر کدام رسالتی خاص را در انقلاب اسلامی عهدار بودند. گروهی دیگر از روحانیون و آیات عظام علاوه بر فعالیت علیه رژیم پهلوی و تربیت مبارزین در سنگر درس و مکتب، با رحلت با شهداتشان به عامل شتاب‌دهنده انقلاب اسلامی و مبنای ایجاد مرحله جدیدی از مبارزه تبدیل شدند که از آن جمله می‌توان شهید آیت‌ا... مصطفی خمینی و آخوند ملاعلی همدانی اشاره کرد.

مروح آخوند ملاعلی همدانی در سال ۱۳۱۲ قمری در روستای ولسی از بخش سردردو استان همدان زاده شد. پدر وی محمدابراهیم نیز همانند دیگر مردمان روستا به کار زراعت و کشاورزی اشتغال داشت. علی دوران کودکی و اوایل عمر را در زادگاه خویش به فراگرفتن مبادی علوم اسلامی پرداخت. سپس برای ادامه تحصیل به همدان آمد و به مدت ۵ سال از محضر بزرگان و اساتیدی چون عالم عارف شیخ عمادالدین علی گنبدی کسب فیض نمود. او با وجود فقر شدید و تحمل مشقات بسیار توانست علوم ادبی، صرف و نحو، منطق، معنی‌یاب و فقه را در همدان فراگرفته و سپس جهت کسب دانش از محضر اساتید مبارز راهی تهران شود. وی در آنجا از حلقه درس آقا میرزا محمود و آخوند ملاعلی عبدالنبی نوری استفاده برد و قسمتی از فقه و اصول را در محضر آیت‌ا... حاج شیخ محمد رضا تنکانی فراگرفت. در طول اقامت ۵ ساله در تهران او به تحصیل علم کلام، فلسفه، علوم ریاضی و هیأت نیز اهتمام داشت.

آخوند ملاعلی همدانی در سال ۱۳۴۰ قمری جهت تکمیل تحصیلات حوزوی رهسپار قم گردید و به مدت ۱۵ سال در بازارها نشست به رقیا آن قدرها هم بد اساتید مشهوری همچون حاجی آخوند هیدجی و حاج شیخ عبدالکریم حائری به تکمیل معلومات خویش پرداخت. او در این سال‌ها در فقه و اصول، منطق، بیان، فلسفه و زبان عربی ذخایر گرانبهای اندوخت و بنا آنجا پیش رفت که جزو شاگردان ممتاز مرحوم شیخ عبدالکریم حائری گردید، به امام علاوه بر این دوره، ریشه در سال‌های تحصیل به او لقب کتابخانه سیار داده بود. از نکات جالب توجه در خصوص سال‌های اقامت آخوند ملاعلی مشال آخوند ملاعلی همدانی در جریان تصویب لایحه انجمن‌های ایالتی و ولایتی ضمن مخالفت با لایحه مذکور و تلاش جهت تهیه اعلامیه روحانیون

به مناسبت سالروز درگذشت علامه آخوند ملاعلی همدانی

«روز ظالم به یقین تیره‌تر از مظلوم است»

همدان علیه آن، به طور مستمر با امام نیز در تماس بود. عقیقی بخشایشی در این باره می‌گوید: «وقتی که در سال ۱۳۴۱ش از همدان به قم رفتم آیت‌ا... آخوند به بنده فرمودند: به آقایان (مراجع) تکت‌تک نیابت دارید از قول من سلام برسانید، ولی وقتی خدمت حاج آقا روح‌ا... رسیدید از قول من بعد از سلام یک جمله‌ای برسانید. گفتم آن چیست؟ فرمودند: به حاج آقا بگویید آخوند سلام رساند و گفت: ابوذر یک کمی آرام، آقا تر. وقتی خدمت امام رسیدم و قضایا را گفتم، ایشان تبسمی کردند و فرمودند: وقتی خدمت آقای آخوند رسیدید از قول من سلام برسانید، ضمناً بگویید، سلمان یک کمی حرکت.» رابطه آیت‌ا... آخوند با امام به حدی بود که در سال ۱۳۴۲ وقتی عوامل رژیم پهلوی به منزل امام (ره) هجوم بردند، ایشان کتاب اربعین خود را برای محفوظ ماندن از یورش مأموران به آخوند ملاعلی همدانی سپردند.



متعاقب حمله مأموران ساواک به مدرسه فیضیه قم در سال ۱۳۴۲ آیت‌ا... آخوند به اتفاق سایر روحانیون همدان تلگرافی مبنی بر محکومیت رژیم به محضر مراجع عظام و امام(ره) مخابره کردند. همچنین در زمان مسافرت محمدرضا شاه به همدان در خرداد همان سال، آخوند ضمن تحریم هرگونه استقبال از شاه خود نیز از منزل خارج نشد. ساواک در روزهای ۱۶ و ۱۷ خرداد ماه، تیمسار قلعه بیگی را به همدان اعزام نمود تا شاید تحت فشار و سیاست‌های وی آیت‌ا... آخوند از شاه استقبال و با او ملاقات کند. در مقابل، آخوند نه‌تنها درخواست‌های ساواک را نپذیرفت بلکه پیغام حندی که برای او فرستاد، حجت‌الاسلام سید فاضل حسینی در این‌باره می‌گوید: «آیت‌ا... آخوند به تیمسار قلعه بیگی فرمود: از طرف من به شاه بگویید: آقا جان دیدی پدرت با امام حسین درافتاد چه شد. روضه را تعطیل کرد، عزاداری دقغن شد، عمامه‌ها را برداشت. حاج آقا روح‌ا... فرزند امام حسین است با ایشان درگیر نشو خیر نمی‌بینی.»

به دنبال دستگیری و زندانی شدن امام (ره) توسط مأموران رژیم در سال ۱۳۴۲ آخوند ملاعلی همدانی به همراه آیت‌ا... بنی صدر جهت همکاری و هماهنگی با روحانیون کشور برای رهایی امام (ره) به تهران مهاجرت نمود. ایشان ضمن شرکت در جلسات روحانیون تهران اعلامیه‌های صادره از