چرا آمدن صدمین شماره را باید جشن گرفت؟

پیشنهاد: ریشه‌یابی کاستی‌های اقتصادی

علی دادپی
استاد دانشگاه و اقتصاددان

در صدمین شماره مجله تجارت فردا ضمن جشن گرفتن این موفقیت می‌توانیم به خاطر بیاوریم که حتی در روند رشد روزنامه‌نگاری اقتصادی در کشور هم می‌توان دست پنهان تقاضا را دید.

یکصدمین شماره مجله تجارت فردا جلوی شماست. برخلاف سایر موضوعات مطبوعاتی اقتصادی‌نویسی و روزنامه‌نگاری اقتصادی در ایران رشدی آهسته ولی پیوسته داشته است. این مطبوعات هرگز نه جنجال‌آفرینی مطبوعات ورزشی را داشته‌اند و نه فراگیر بودن نشریات سیاسی را. جامعه کشور ما و فعالان اقتصادی گرچه همیشه به رسالت اطلاع‌رسانی رسانه‌ها باور داشته‌اند ولی تقاضایشان برای روزنامه‌نگاری اقتصادی و تحلیل کارشناسی تنها در دهه ۷۰ محسوس شده است و یک روند افزایشی را آغاز کرده است.

آغاز روزنامه‌نویسی اقتصادی کشور را می‌توان در ستون‌های کوتاه اقتصادی و صفحه اخبار اقتصادی روزنامه‌های مختلف جست‌وجو کرد، که بیشتر اوقات منحصر به درج بیانیه‌های رسمی و گزارش‌های تکراری برداشت غله در کشور بودند. در دهه ۶۰، در اوج باور به تمرکزگرایی و اصالت نقش دولت در اقتصاد، شکایت از وضعیت اقتصادی بیشتر رسم بود تا تحلیل اقتصادی. زمانی که اقتصاد به‌عنوان یک علم مطرح نبود چارچوبی برای شناخت و تحلیل رویدادهای اقتصاد کشور به‌عنوان یک موجود و یک مفهوم وجود نداشت. در دهه ۷۰ باور پیدا کردن به اهمیت نقش بخش خصوصی و کارآفرینی در رشد اقتصادی نقطه آغاز قبول اقتصاد به‌عنوان یک علم شد. تازه برای تحلیل رویدادهای اقتصادی و نه قضاوت یا حکمیت متقاضی به وجود آمده بود. این تقاضا مشوق روزنامه‌نگاران و تحلیلگران اقتصادی و بعد باعث رشد و شکوفایی مطبوعات اقتصادی در کشور شد.

خیلی از آدم‌هایی که این روزها نشریات اقتصادی کشور را می‌گردانند از ستون‌نویسی و خبرنگاری اقتصادی در روزنامه‌های دیگر شروع کردند، جاهایی که نگرش به مسائل اقتصادی می‌توانست ایدئولوژیک یا حتی جنجال‌گرایانه باشد. ایشان یاد گرفتند روزنامه‌نگاری اقتصادی کاری دوبعدی است. از یک سو نیازمند مهارت‌های روزنامه‌نگاری و توانمندی ارتباطاتی است از سوی دیگر برای معتبر بودن باید متکی به دانش روز اقتصاد و پژوهش‌های متکی به روش‌شناسی علمی باشد. در آن سال‌ها تجربه به بسیاری لزوم رشد همزمان و متعادل در هر دو بعد را آموخت. امروز موفقیت نشریه‌هایی مانند تجارت فردا و دنیای اقتصاد و امیدواری روزنامه‌های نوپای دیگر به موفقیت در کار رسانه‌ای اقتصادی و بازرگانی نتیجه این درس و عمل به آن است.

خوشبختانه امروز این شاخه از فعالیت مطبوعاتی در ایران سرسبز و رسته مستقل از یارانه‌های دولتی و امتیازات خاص به فعالیت مشغول است و یکی از ثمرات توسعه بخش خصوصی و رقابتی شدن فضای مطبوعاتی کشور است. دیگر کسی برای اعلامیه‌های رسمی و تکراری ذائقه‌ای ندارد. همه می‌خواهند تحلیل و برداشت از وضعیت را بخوانند. در نتیجه جای تعجب ندارد که در این دنیای پرهیاهو و پرسانحه انتشار صدمین شماره تجارت فردا یک پیروزی خرد برای روند کلان توسعه در ایران باشد که بتوانیم از آن خوشحال باشیم و آن را جشن بگیریم. هر چه باشد وقتی به وضعیت اقتصادی کشور نگاه می‌کنیم متوجه می‌شویم که به نقاط روشن و موفقیت‌های برخاسته از تلاش خستگی‌ناپذیر فعالان اقتصادی در همه افق‌ها و در همه ابعاد احتیاج داریم.

تجارت فردا به شماره ۱۰۰ رسیده است، برخی از مسائل ساختاری اقتصادی ما ۱۰۰ ساله هستند و احتمالاً سال‌ها با ما خواهند بود ولی با استفاده از رسانه‌هایی مانند تجارت فردا می‌توان بحث درباره ریشه‌ها و عواقب این کاستی‌ها را ادامه داد تا تصویری واضح بر مبنای واقعیت‌های موجود در چارچوبی علمی از آنها داشت. رسیدن به یک درک مشترک از مسائل اقتصادی اولین گام در یافتن راه‌حل و متعهد ماندن به حل آنهاست. نشریاتی مانند تجارت فردا اکنون مدت‌هاست که به ما یادآور می‌شوند در پس غبار برخاسته از سیاست‌بازی‌ها، مردم ایران در حال ساختن زندگی‌هایشان و پیشبرد جامعه‌شان هستند. این تلاش آنهاست که ترقی کشور و شکوفایی اقتصادش را به همراه دارد و سزاوار ثبت در جریده روزگار است.

دانشجویان تجارت فردا بخوانند

پیشنهاد: تقویت نهادهای توسعه

وحید محمودی
استاد اقتصاد دانشگاه تهران

بر اساس مطالعات و واکاوی‌های تجربی آنچه کشورهای توسعه‌یافته را از کشورهای توسعه‌یافته تمایز می‌دهد، عنصر «آگاهی عمومی» است. به بیان دیگر مهم‌ترین دلیل توسعه‌نیافتگی، ضعف آگاهی‌های عمومی است. به همین دلیل شاید بتوان گفت ضعف آگاهی عمومی افیون توده‌هاست. رواج پوپولیسم و استفاده ابزاری دولت‌ها از مردم، از پیامدهای مشهود این نقیصه است. لذا ارتقای آگاهی‌های عمومی از اولویت‌ها و بلکه پیش‌نیازهای توسعه قلمداد می‌شود. مردم باید به حقوق خویش اعم از حقوق اقتصادی، سیاسی و اجتماعی خود آگاه شوند تا امکان تغییر یا بهبود سرنوشت خویش را پیدا کنند. امکان و توانمندی انتخاب کشورداران توسعه‌مدار و قدرت تشخیص راه صواب و توسعه‌ای را از راه ناصواب ناکجاآبادی بیابند. مردم باید به درجه‌ای از توانمندی برسند که تفاوت دولتمرد توسعه‌مدار، دولتمرد خیرخواه و دولتمرد اقتدارگرا را به خوبی تشخیص دهند و بدانند عاقبت توسعه‌خواهی در گرو انتخاب دولتمرد توسعه‌گراست. مردم لزوماً نباید دنبال دولتمرد خیرخواه (و به طریق اولی دولتمرد اقتدارگرا) بگردند. چون از سر خیرخواهی می‌توان یک ملت را به ته دره برد! به بیان دیگر هر دولتمرد خیرخواهی توسعه‌گرا نیست، اما هر دولتمرد توسعه‌گرایی خیرخواه نیز هست.

اگر به تجربه تاریخ ایران‌زمین نگاه کنیم، نیز همواره ضعف عنصر آگاهی عمومی نقش اصلی را در عدم توفیق در بهره‌مندی از فرصت‌های تاریخی و فرصت‌های سرزمینی ایفا کرده است. مردم ایران زودباور هستند و حافظه تاریخی ضعیفی دارند. فرق داروی مسکن و داروی درمان را نمی‌دانند اگر شما از یک کودک بخواهید که بین یک آب‌نبات و یک چک‌پول ۱۰۰هزارتومانی یکی را انتخاب کند، بلاشک آب‌نبات را انتخاب خواهد کرد. مردم ایران در ۱۰۰ سال گذشته در مقاطع مختلف تاریخی متاسفانه کودک‌وار رفتار کرده‌اند و فرصت‌های تاریخی خود را سوزانده‌اند. این ویژگی همچنان در ایرانیان برجسته است. توجه داشته باشیم این ویژگی مختص عوام نیست بلکه خواص یا به عبارتی تحصیل‌کردگان و روشنفکران ما هم بعضاً دچار این فقر قابلیتی هستند بنابراین عطف به موارد ذکرشده، وظیفه مطبوعات و رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از ارکان اصلی و عامل پیش‌برنده توسعه متعین است. در سال‌های گذشته با وجود همه تلاش‌هایی که صورت می‌گرفت و نشریاتی که در حوزه ترویج دانش علم اقتصاد و اقتصاد کلان و اقتصاد سیاسی ایران منتشر می‌شد، جای یک نشریه وزین، تاثیرگذار و جامع‌نگر خالی بود که به لطف حضرت حق با تولد مجله «تجارت فردا» در کنار و به عنوان مکمل روزنامه محبوب دنیای اقتصاد یک گام بزرگ رو به جلو در این عرصه برداشته شد. مجله تجارت فردا در مدت کوتاه عمر دوساله‌اش جایگاه بسیار خوبی در بین اهالی اقتصاد و سیاست پیدا کرده است و از معدود مجلاتی است که مشتاقان و همکاران فرامرزی دارد و ایرانیان و اقتصاددانان خارج از کشور از وجود و بهره‌مندی از این مطبوعه خرسندند اینجانب خواندن مرتب این مجله را به همه دولتمردان، مدیران دولتی و خصوصی و همچنین استادان و دانشجویان دوره‌های کارشناسی ارشد و دکترا بالاخص رشته‌های اقتصاد، مدیریت و جامعه‌شناسی توصیه می‌کنم. به عنوان یک تجربه شخصی بنده در چند ترم گذشته که در دانشگاه تهران توفیق تدریس دروس «توسعه و برنامه‌ریزی اقتصادی» و «مدیریت توسعه» در مقطع دکترا را داشتم، همه دانشجویان خود را موظف کرده بودم که روزنامه دنیای اقتصاد و مجله تجارت فردا را بخوانند و مرتب هم کنترل می‌کردم که مطمئن شوم دانشجویان شماره‌های مختلف مجله را خوانده باشند. امیدوارم که مجله تجارت فردا بتواند در ماموریت علمی و ترویجی خود موفق باشد و نیز بتواند به تعبیر پل کایر به شکل‌گیری و تقویت نهادهای تکنوکراتیک مدیریت توسعه ملی کمک کند. انتشار صدمین شماره مجله را به همه کارکنان فهیم و کوشا، بالاخص سردبیر ارجمند و گرانقدر مجله جناب آقای محمد طاهری تبریک عرض می‌کنم. پاینده باشید.