

این صفحه پیام‌ها، متن‌ها، عکس‌نوشت‌ها و خبرهای کوتاه منتشر شده در فضای مجازی را باز نشر می‌دهد. تلاش بر این است که دیدگاه‌ها و نظرات کاربران اندیشمند شبکه‌های اجتماعی در عرصه مکتوب دیده می‌شود.



رأفت امام رضا(ع)حسی است

محمد اکبرزاده در توثیتی نوشت: خدا رحمت کند استاد فاطمی نیای عزیز را! این لجه شیرین آذری همیشه این جمله از علامه طباطبایی را نقل می‌کرد که «همه ائمه زوافتند، ولسی رأفت امام رضا حسی است، همین که وارد حرم می‌شوی مهربانی آقا را می‌بینی.»



امامی به نام موسی الرضاداریم!

تقی دژاکام در توثیتی نوشت: دوستان عزیز! ما امامی به نام موسی‌الرضا نداریم! اینقدر در شعر، سرود و مداحی این تعبیر غلط را به کار نبرید. یک امام موسی‌بن‌جعفر «ع» داریم که پدر امام هشتم است و یک امام علی‌بن‌موسی «ع» که همان امام رضاست. در هر حال امامی به نام «موسی‌الرضا» نداریم! #پویش #درست بنویسیم.



عبدالله گنجی در توثیتی نوشت: حاج‌سید حسن خمینی گفتند درسته‌های فرهنگی نسبت به امام کم توچند. گلابه ایشان نه مطلقاً اما درست است که باید اصلاح و جبران بشود، اما مؤسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام که این مهم کار ویژه آن است جلوتر از بقیه نیست. خصوصاً پنهان کردن بخشی از امام و کم‌رنگ کردن روح انقلابی امام مشهود است.

مهم‌تر از برنامهریزی روزانه

کانال تلگرامی «تکراسا» نوشت: اکثر ما برای اینکه طی روز بهره‌وری داشته باشیم برای خودمون برنامه یالیستی از کارهایی که باید انجام بدیم رو می‌نویسیم. این به روش خیلی خویه که می‌تونیم باهاش کارهامون رو بینیم و اون‌ها رو با اولویتی که دارن انجام بدیم، اما جیمز کلییر معتقد که افراد بهتره قبل از نوشتن لیست کارهاشون کار دیگه‌ای رو انجام بدن. اونم اینکه که ببینن چه کارهایی در روزهای گذشته باعث شده بهره‌وری‌شون بیاد پایین و اونها رو با برنامه‌شون حذف کنن. همه ماطی روز ممکنه کارهایی رو انجام بدیم که هم وقتمون رو بگیره و هم انجامش بقیه کارهامون رو مختل کنه. برای همین مهمه که اونها رو شناسایی کنیم و کنترشون بناریم. با این کار می‌تونیم زمانمون رو برای کارهایی بناریم که به رشدمون کمک میکنن و باعث میشن موفق بشیم.

پنج‌شنبه ۱۱ خرداد۱۴۰۲ || ۱۲ ذی‌القعدة ۱۴۴۴ || | روزنامه جوان | شماره ۶۷۶۹



واکنش کاربران شبکه‌های اجتماعی به نخستین تست موفق هواپیمای ترابری ایرانی سیمرغ

«سیمرغ» نماد پایدردی ایرانیان در اوج تحریم‌های ظالمانه

«سیمرغ» ایران په پرواز در آمد. سرانجام هواپیمای ترابری سیمرغ، ساخته دست متخصصان وزارت دفاع، اولین تست آزمایشی پرواز خود را پشت‌سر گذاشت.
انطور که در اخبار گزارش شده است این هواپیما براساس مدل پایه ایران – ۱۴۰ توسعه و تغییر اساسی داده شده و یا توان پروازی ۲ هزار و ۹۰۰ کیلومتر برای جابه‌جایی بارهایی تا وزن شش تن طراحی شده

بارش کنیم بریم امام‌شاءهونایی که میگفتن جونیای ایران نمی‌تونند بفرمایید تونستیم
#سیدادودموسی:
هواپیمای «سیمرغ» با موتور توربوپراپ و توانایی حمل شش تن محموله که تو بحران‌هایی مثل سسپل و زلزله خیلی به درد می‌خوره، به‌الآخره پرواز کرد. به کوری بدخواهان این کشور، این کار یعنی مقدمه‌ای برای طراحی هواپیمای مسافربری. دم غیرتون گرم بچمه! #ایران قوی
#مهدی کیادریندسری:
قلمت بشکند تاریخ اگر نویسی جمهوری اسلامی ایسران توانستند در اوج تحریم‌ها هواپیمای ترابری سیمرغ را به پرواز در آورد.
#انراهیم ایراهیمی:
دوستم می‌گه ان‌شالله با سیمرغ بریم مشهد. میگم سیمرغ اولین هواپیمای ترابری ساخت ایرانئه، مسافربری نیست که میگه مهم نیست عوضش مال خودمونه. میگه ان‌شالله برانداز رو

شاه کلید مدیریت نامانام

«یک یادگاری همیشه‌گی» برقرار کرده است. ۲) برند باید در طول زمان مفاهیم سازگاری را به مشتریان خود منتقل کند. برای مثال، اگر برند یوبی‌اس که با مفهوم «تحویل یک روزه بسته‌های پستی» مرتبط است، به نام ناگهپان تصمیم‌گیر خدمتی ارزان‌تر به نام «تحویل یک هفته‌ای بسته‌های پستی» را ارائه‌کند، این کار، ثبات و سازگاری برند را زیر سؤال می‌برد و مفاهیم مطلوب مرتبط با آن را تضعیف می‌کند.

۳) برند باید مفهوم یکسانی را از ابزارهای ارتباطی گوناگون به مشتریانش مخابره کند. به‌طور مثال، میشلین (تولیدکننده تایر خودرو) از سال ۱۸۹۸ از شخصیت معروف خود به نام «مرد میشلین» که یک شخصیت کار تونی و بالندامی ورزیده است، استفاده می‌کند و این شخصیت مجرب در تمام تبلیغات، وسایط و روش‌های اختصاصی خود هم به کار می‌گیرد.

۴) هر برند مفاهیم مرتبط با یک برند بیشتر باشد، اضافه کردن یک مفهوم جدید به آن برند هم سخت‌تر می‌شود. به همین دلیل، باید با کمک تحقیقات بازار، سه تا پنج مفهوم مهم و جذاب از نظر مشتریان را شناسایی و آنها را به برن‌نمان مرتبط کنید.

۱) تکرار مفهوم مورد نظریکی از اصول اساسی توسعه مفاهیم قدرتمند پیرامون یک برند است چون این کار رابطه بین مفهوم و برند را تقویت می‌کند. به‌طور مثال، جواهری دبیزر با تکرار چند ساله مفهوم «جواهراتی برای همیشه» رابطه‌قوی‌ای بین برند خود و مفهوم



جمال رستم‌زاده در توثیتی با انتشار تصویر فوق نوشت: این فرش‌ها که امروز مخفتر شدند زیر باهای زائران حضرت معصومه(س) پهن شوند کار دست ۲۰۰ هنرمند فرش‌باف آستان قدس رضوی بود که دو سال پای درانی نشستند تا به عشق این خواهر و برادر میلیون‌ها برزند بر تار و دو دلداگی تا بشود هدیه مهربان‌ترین برادر به بهترین خواهر. #مهر خواهر برادری



کانال تلگرامی «کلبه‌اندیشه‌وفرهنگ» نوشت: در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان سید هزینه خانوارها را به سه بخش تقسیم کرد: ۱. اقلام ضروری ۲. اوقات فراغت، ۳. تأمین و توسعه زندگی. منظور از اقلام ضروری عبارتند از: مسکن، خوراک، پوشاک، سلامت، حمل‌ونقل، آموزش. براساس داده‌های در آمد- هزینه خانوار در ایران طی سال‌های اخیر حدود ۸۷درصد مخارج خانوار صرف اقلام ضروری می‌شود. در کلاشهرها به‌دلیل بالا بودن سهم مسکن، این نسبت بالای ۹۰ درصد است. از طرفی مخارج فراغت‌اعم از تفریح و سرگرمی و هتل و رستوران به حدود ۲ درصد رسیده است.

طی سال‌های اخیر به‌طور مستمر سهم اقلام ضروری در سید هزینه خانوارها افزایش یافته و در عین حال با توجه به تورم بالا در اقلام مختلف، کم‌وکیف سید مصرفی نیز افت کرده است.

برای مثال، در حالی که سهم هزینه‌های خوراکی خانوارها روند افزایشی داشته، میزان کالری مصرفی و کیفیت سید خوراکی‌افت کرده است یا در حالی که سهم هزینه مسکن رو به افزایش بوده، کیفیت سکونت کاهش یافته است.

برخی گروه‌های جمعیتی نیز اساساً برای اقلام ضروری را حذف کرده‌اند. برای مثال، معاون وزارت بهداشت و درمان در سال ۱۳۹۸ و پیش از شیوع کرونا اعلام کرد مراجعه به مراکز درمانی حدود ۳۰ درصد کاهش داشته که ناشی از افزایش قیمت خدمات درمانی بوده است. براساس این روندها و شواهد عینی، خانوارهای هر چه بیشتری در مواجهه با تکانه‌های ریز و درشت اقتصادی کوچک‌ترین ضربه‌گیر و قدرت مانوری ندارند و صرفاً باید از کم‌وکیف اقلام ضروری خود بزنند.

پی‌نوشت: وضعیت استاندارد این است که حداکثر ۷۰درصد مخارج خانوار صرف کم‌وکیف مناسبی از اقلام ضروری شود. برای مثال در کشورهای عضو اتحادیه اروپا به‌طور متوسط ۶۰درصد مخارج خانوار صرف اقلام ضروری می‌شود و حدود ۱۸ درصد مخارج خانوارها به هزینه‌های فراغتی مربوط است. بررسی سید خانوارها در دو مقطع قبل و بعد از کرونا در اتحادیه اروپا نشان می‌دهد در این کشورها خانوارها با کاستن ۲ تا ۳درصد از هزینه‌های فراغتی خود، افزایش هزینه در سایر نیازها را جبران کرده‌اند.



چرا «گفت‌وگو» نمی‌کنیم!؟

محمدجعفر محمدزاده در کانال تلگرامی خود نوشت:دغدغه‌های فزاینده و پایدار مربوط به حفظ و ارتقای امکان هم‌زیستی مسالمت‌آمیز و عادلانه در سطوح ملی و فراملی، ضرورت «گفت‌وگو» را به‌طور بی‌سابقه‌ای افزایش داده است. گوناگونی اندیشه‌ها نیز به عنوان وجه مشخصه جهان امروز، زمینه را برای گفت‌وگو و پیوند بیشتر اندیشه‌ها فراهم کرده و نیاز به گفت‌وگو در حالی که خشونت‌ورزی و افراطی‌گری، وضع جهان را متشنج کرده است، به‌مثابه نیازی درونی و راه‌حلی برای بروزرفتن از جهل و سنزیر بیشتر احساس می‌شود. گفت‌وگو به قصد ایجاد فهم مشترک از مسائل و موضوع‌های گوناگون و در نهایت، دستیابی به جهان‌های معنایی مشترک، نه وسیله‌که هدف و نه راه‌که مقصد است، زیرا اگر توانایی گفت‌وگو در جامعه افزایش یابد، جامعه‌اندک‌اندک آن را راه‌حل مسائل خود خواهد شناخت و از این طریق، بسیاری از آسیب‌های فرهنگی واجتماعی کاهش خواهد یافت. در تاریخ تمدن و اندیشه نیز فیلسوفان بزرگی چون سقراط در مغرب و خواجه‌نصیر در این سرزمین، اندیشیدن را نیز «گفت‌وگو» می‌دانسته‌اند و برخلاف «منظره» که برای اسکتان خصم است، برگفت‌وگو به‌عنوان پیش‌درآمد تفاهم تأکید می‌ورزیده‌اند تا آنجا که خواجه‌نصیر که در جدی‌ترین مدافعان فرهنگ گفت‌وگو است، در ابتدای شرح خود بر کتاب اشارات ابن‌سینا که پیش از آن فخر رازی آن را شرح کرده بود، می‌گوید: «هدفم دفاع از ابن‌سینا نیست، بلکه می‌خواهم بافخر رازی گفت‌وگو کنم.»

با چنین پیشینه‌های فرهنگی و تمدنی درخشان، شوربخانه باید اعتراف کرد که جامعه‌ما، چه در سطح نخبگان و چه در سطوح عامه از مبانی و مهارت‌های گفت‌وگوی درست برخوردار نیست و برای همین در مکالمه در موقعیت‌های مختلف دچار ضعف است. از گفت‌وگو در درون نهاد خانواده تا بین گروه‌های اجتماعی و همچنین بین نخبگان و حاکمیت و در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و حتی اقتصادی، می‌توان شواهد بسیاری یافت که نشان می‌دهد جامعه‌ما از ظرفیت‌های کافی برای ارتباط با یکدیگر برخوردار نیست. در واقع آنچه به‌طور خلاصه از سطح جامعه در یافت می‌شود این است که افراد، گروه‌ها و نهادها اغلب دوست دارند در درون خود سیر کنند تا در تعامل و دادوستد با محیط بیرون از خود. در حال حاضر در ارتباط فعالان فرهنگی با یکدیگر و با دستگ‌های حاکمیتی، شخصیت‌های دینی، نیروهای سیاسی و نیز در مناسبات منتقدان و نقدشوندگان دچار انسداد در گفت‌وگو هستیم، و این سبب می‌شود نتوانیم به‌حل بسیاری از مسائل در فرهنگی و فوالمی جمعی درباره آنها برسیم. با نگرانی و دغدغه‌مندی باید اعتراف کرد که امروزه باثبوهی از سخنوران و کنشگرانی مواجهیم که در حال تخریب کامل گذشته یا حال اطرافیان خود هستند و جهان پیرامون و ساختارهای غیر خود را بهیچ‌روی قبول ندارند!

تعالل کار و زندگی

کانال تلگرامی «تعالی منابع انسانی» به نقل از گاردین نوشت: کار ساده‌ای نیست که همه دغدغه‌های شغلی و کاری‌مان را پشت در خانه جا بگذاریم. تفکیک زندگی شخصی و کاری، مهارتی ضروری است که یادگرفتنش حسابی در زندگی به کارمان می‌آید. این چند نکته کمک‌تان می‌کند:

زندگی شغلی و شخصی‌تان را خوب‌ی از یکدیگر جدا کنید:

۱) اگر جزو شرایط شغلی‌تان تعریف نشده‌اید ایمیل‌های کاری را چک نکنید و در شبکه‌های پیام‌رسانی چون تلگرام پاسخگوی پیام‌های مربوط به شغل‌تان نباشید.

۲) با احترام و قاطعیت در ساعتی که در خانه مشغول استراحتید به رئیس خود نه بگویید.

۳) هوشمندانه کار کردن بهتر از سخت کار کردن است. صرف ساعت کاری زیاد در حالی که بدون هیچ بهره‌وری و خلاقیت خاصی است، لزوماً امتیاز نیست، این یعنی ساعت کاری‌تان را فقط در محل کار بزنید.

۴) موقع ترک محل کار، فهرست کارهای انجام‌نشده‌تان را روی کاغذ بنویسید، آن را روی میز‌تان قرار دهید و تمام.

۵) بسیاری از افراد پس از ترک محل کار به این فکر می‌کنند که می‌توانستند با انجام چند کار دیگر، کار خود را بهتر انجام دهند و به همین منظور دوباره به دفتر کار بازمی‌گردند تا کارشان را تکمیل کنند. فشار کاری کاذب به خود تحمیل نکنید و به خودتان استراحت بدهید.

۶) جان‌تان را پای کار نگذارید. روانشناسان می‌گویند برای اینکه به‌فردی وظایف زیادی واگذار کنید، کافی است قدرت و مسئولیت زیادی به او بدهید. اگر متوجه سوءاستفاده از این احساس خود شوید، قطعاً این رویه را متوقف خواهید کرد.

۷) ترشح آدرنالین خون را کم کنید. به جای اینکه همواره در عجله و استرس باشید و کارها را یکی پس از دیگری با عجله انجام دهید، می‌توانید اوقات خود را با آرامش در کنار خانواده بگذرانید.

۸) به بازنشستگی فکر کنید. برخی افراد با کار خود از دواچ کرده‌اند و حتی اگر خویش‌فرما هم باشند، دست از کار نمی‌کشند. شاید بهتر باشد در کارهای بار وقت حضور پیدا کنید تا طعم شیرین زندگی را بیشتر احساس کنید.

۹) بفاصله‌جواب ایمیل‌ها یا پیام‌های همکاران خود را ندهید. باید این موضوع را برای دیگران مشخص کنید: در خارج ساعت کاری برای امور کاری در دسترس نیستید.

۱۰) شما باید به قانون خاص خود برای برقراری تعادل در کار و زندگی خود برسید و برپایه آسایش خود، قوانین خاص خود را وضع کنید.