

ماهنامه داخلی
صندوق قرض الحسنه شاهد
سال سوم/شماره ۴۱/بهمن ماه ۱۴۰۱

حفظ و نگهداشت نیروی انسانی (قسمت پنجم)

فروش ملک مشاع غیر قابل افراز

هوش رفتاری و جنبه‌های گسترده آن

سیاهه‌ای به نام آرزوها

معرفی کتاب از خوب به عالی

آشنایی با ChatGPT

تأثیر رسانه بر سبک زندگی

ارزیابی و رضایت‌سنجی از برگزاری دوره توسعه
 فردی اضطراب و استرس شغلی



دانسته‌ها و بایسته‌های شغلی



جاذبه‌های توریسم غذایی



اخبار و اطلاع‌رسانی



معرفی سرمایه‌های انسانی



راه شهدا ادامه دارد...



کجایید ای شهیدان خدایی
بلاجویان دشت کربلایی
کجایید ای سبک بالان عاشق
پرنده ترز مرغان هوایی

۲۲ اسفند

روز بزرگداشت
شُهِدَا
گرامی باد



سند و مقل شهید



نشریه داخلی صندوق قرض الحسنه شاهد

ماهنامه طلوع حسنه شاهد

سال سوم

شماره چهل و یکم

بهمن ماه ۱۴۰۱



صاحب امتیاز

صندوق قرض الحسنه شاهد

مدیر مسئول

دکتر اسلام کریمی

سرمدیر

دکتر مجتبی عباسی قادی

دبیر اجرایی

اکبر کریمی

همکاران تحریریه در این شماره

دکتر اسلام کریمی

دکتر مجتبی عباسی قادی

رضا شابهاری

محسن آسمانی

علیرضا زارعی

فاطمه دادقانی

هانیه گلستانیان

فاطمه اجلی

محسن سراوانی راد

علیرضا اشرفی

امیررضا هنرآوازی

محمد حیدری

سجاد آزادروش

گفتگوها

اکبر کریمی

ویراستار

کبری سلیمانی پیشه‌وری

صفحه‌آرایی

حمیدرضا احمدی

نشانی

تهران، خیابان گاندی جنوبی

خیابان بیست و یکم، پلاک ۲

صندوق قرض الحسنه شاهد

کدپستی

۱۵۱۷۸۶۴۸۱۱

تلفن

۸۸۶۴۴۲۷۴، ۸۸۶۷۲۷۰۱

داخلی: ۲۱۵

دورنگار

۸۸۶۷۲۷۰۳

touloehasanehshahed@gmail.com

@touloehasanehshahed

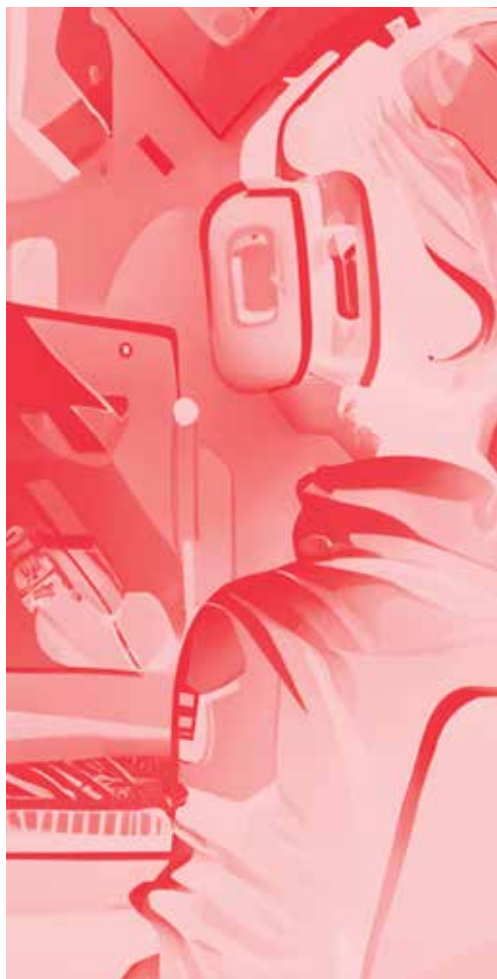
۰۹۰۲۰۴۵۱۰۰

ناشر

چاپ نارنجستان

۱۲

آموزش و پژوهش



۳۲

معرفی سرمایه‌های انسانی



فهرست مطالب

۶

سخن مدیر مسئول

۸

سخن سردبیر

۱۱

اخبار و اطلاع‌رسانی



۴۱

معرفی کتاب



۵۴

جاذبه‌های غذایی
و خوراکی استان اصفهان



۳۳

معرفی بانکداران اجرایی



۳۴

فرهنگی



روی امور مهم زندگیتان تمرکز کنید

دکتر اسلام کریمی

سخن مدیر مسئول



چاره این است که ابتدا بررسی کنیم چه چیزی برایمان اهمیت کلیدی و حیاتی دارد. در این صورت، شاید این سؤال پیش بیاید که تکلیف دیگر گزینه‌هایی که توجهتان را جلب کرده است، چه می‌شود؟

تصور کنید که بعد از مرگ، دستاوردتان روی سنگ قبرتان نوشته می‌شود. اگر بخواهید فقط در یک جمله، خود و دستاورد زندگیتان را تعریف کنید، چگونه آن را توصیف می‌کنید؟ جواب این سؤال، همان چیزی است که هدف و غایت زندگی شما را شکل می‌دهد. با این حال، جواب دادن به این سؤال، آن قدرها هم ساده نیست. شاید در جواب به این سؤال بگویید که ثروت، امنیت شغلی، شادی و داشتن خانواده شاد، تمام چیزی است که می‌خواهید. اما این خواسته‌ها چندان واضح نیست و به صورت کامل مشخص نکرده‌اید که منظورتان از ثروت دقیقاً چه نوع درآمدی است یا خانواده شادی که آرزویش را دارید، چه خصوصیات بارزی دارد.

هیچ شخصی با دست روی دست گذاشتن و فقط نوشتن اهداف و تصویرسازی ذهنی برای آن، به جایی نرسیده است! اگر می‌خواهید در زندگی به جایی برسید که انتظارش را دارید، باید طعم رنج و سختی را بچشید. همه کسانی که امروز جزو افراد موفق در دنیا هستند، موفقیت و درخشش خود را مدیون سال‌ها تلاش سخت و پشتکار فراوان هستند. بدیهی است که برای رسیدن

فرقی نمی‌کند که در کشور پیشرفته زندگی می‌کنید یا فقیر؛ همه ما انسان‌ها همواره با فرصت‌هایی روبرو می‌شویم که اگر به خوبی از آن استفاده کنیم، به پیشرفتی که ایده‌آل ماست، دست خواهیم یافت. انسان امروزی همیشه با گزینه‌های زیادی روبروست؛ از انتخاب شغل گرفته تا انتخاب منابع خبری برای دنبال کردن اخبار روز و حتی انتخاب همسر!

امروزه انسان توانسته است رفاه بیش‌تری در مقایسه با اجداد خود به دست بیاورد. پیشرفت‌های علمی و پزشکی، امید به زندگی را نسبت به گذشتگانمان افزایش داده است. بنابراین در چنین شرایطی، چرا نباید گفت که زیستن در چنین دنیایی، شادمانی محض نیست؟ با وجود این، بسیاری از ما با این‌که از سطح رفاه خوبی برخورداریم، اما هنوز درباره بسیاری از جنبه‌های زندگیمان نگران هستیم و دچار استرس می‌شویم. اما چرا به چنین ویروس همگانی مبتلا شده‌ایم؛ ویروسی که با جاه‌طلبی‌ها و خواستن‌های بیش‌تر، باعث رنج و استرس همیشگی انسان شده است. دلیل این اتفاق، بسیار واضح است. ما آن قدر با گزینه‌های متعدد احاطه شده‌ایم که گاه وسوسه می‌شویم همه آن کارها را امتحان کنیم و به عبارتی ساده‌تر، دستی در همه چیز داشته باشیم. این موضوع باعث می‌شود که به جای تمرکز در یک زمینه، خود را با گزینه‌های متعدد گیج کنیم. هیچ می‌دانستید که با این کار، بیش از حد خود را تحت فشار قرار می‌دهید و به تدریج تمام قوا و انرژی‌تان را از دست خواهید داد؟

به اهدافتان باید موانع زیادی را پشت سر بگذارید؛ چون جاده موفقیت، مسیری پرفراز و نشیب است. درواقع باید ببینید که از انجام چه کاری واقعاً لذت می‌برید. کارکردن روی چیزی که شما را خوشحال می‌کند، به این معنی است که نه تنها از این تلاش مداوم خسته نخواهید شد، بلکه عادت می‌کنید که آن کار را همیشه دوست داشته باشید. به عنوان مثال، نویسنده کتاب عاشقانه را در نظر بگیرید. او پی برد که عاشق نوشتن درباره روابط و قرارهای عاشقانه است. به همین دلیل تصمیم گرفت وبلاگی شامل نکته‌هایی درخصوص روابط و قرارهای عاشقانه بسازد. این کار در ابتدا چالش برانگیز بود، اما به این خاطر که او عاشق کاری بود که انجام می‌داد، در برابر مشقت و سختی راه پیروز شد. درنهایت، سختی‌ها نتیجه داد؛ آن وبلاگ، صدها هزار خواننده جذب کرد و به حدی درآمدزا شد که نویسنده آن کار را به صورت تمام وقت انجام داد.

رنج کشیدن می‌تواند به دستاوردهای مثال زدنی منجر شود. وقتی درباره سختی کشیدن در راه رسیدن به اهداف صحبت می‌کنیم، شاید در نگاه اول به یاد هنرمند فقیری بیفتیم که با وجود تلاش و رنج فراوان، کسی قدر او و آثارش را نمی‌داند. با این حال، او هرگز حاضر نیست که تسلیم شود؛ زیرا امید دارد که روزی نبوغش دیده شود؛ بنابراین تا رسیدن به این هدف، دست از خواسته‌اش برنمی‌دارد. برخی افراد روی ارزش‌های مضحک متمرکز می‌شوند. مقایسه دستاوردها و ارزش‌های وجودی خود و کارهایمان با دیگران، به ناامیدی منجر خواهد شد. این کار، یکی از چندین ارزش مضحک و بیهوده است که ما را از مسیرمان به سمت شادی منحرف می‌کند. به عنوان مثال، احساس لذت را در نظر بگیرید. انتخاب بسیاری از افراد این است که لذت را به عنوان اولویت اول زندگی خود قرار دهند. با این حال، فقط به دنبال لذت بودن، کار درست و اصولی نیست؛ در حقیقت، این موضوع اساسی‌ترین ارزش معتادان، منحرفان جنسی و شکم‌پرستان است! براساس تحقیقات، آن‌هایی که لذت را به عنوان بالاترین ارزش در نظر می‌گیرند، احتمالاً در زندگی، بیش‌تر از دیگران مضطرب و افسرده خواهند بود. یک ارزش پوچ و بیهوده دیگر این است که موفقیت‌های مادی خود را به عنوان معیار ارزشمند بودن

یا نبودن زندگیتان به کار ببرید. چه به دنبال یک ماشین مجلل‌تر از ماشین همسایه‌تان باشید یا ساعت رولکس گرانبه‌ایم خود را به رخ دوستانتان بکشید، این ارزش‌های مادی، هیچ منفعت طولانی مدتی به همراه ندارد. براساس مطالعات انجام شده، وقتی نیازهای اولیه‌مان در زندگی برآورده شود، از آن زمان به بعد، ثروت بیش‌تر، میزان شادی را افزایش نخواهد داد. به عنوان مثال، اگر بخواهیم کسب ثروت را قبل از ارزش‌هایی مانند: خانواده، صداقت یا یکپارچگی دنبال کنیم، به دنبال شادی بودن، حتی می‌تواند تأثیرات مخربی نیز داشته باشد.

بنابراین چطور می‌توانید از ارزش‌های مضحک و بی‌فایده دوری کنید؟ جواب این سؤال را باید ریشه‌یابی کرد. بدین معنی که پیروی از ارزش‌های مضحک و پوچ، اغلب برآمده از نبود ارزش‌های ارزنده است. بنابراین اگر می‌خواهید که نه کورکورانه به دنبال لذت باشید و نه به مرسدس بنز جدید همسایه‌تان حسادت کنید، باید ارزش‌هایی را انتخاب کنید که متناسب با خواسته و نیت شما باشد؛ ارزش‌هایی که ارزش وقت گذاشتن و البته رنج کشیدن را داشته باشد. پس می‌توان گفت که ارزش‌های خوب باید:

- براساس واقعیت باشد؛

- برای جامعه سودمند باشد؛

- تأثیری فوری و کنترل‌شدنی داشته باشد.

به عنوان مثال، صداقت را در نظر بگیرید. صداقت، ارزش بسیار خوبی است که براساس آن زندگی کنید؛ چرا که می‌توانید آن را کنترل کنید. فراموش نکنید که این فقط شما هستید که می‌توانید تصمیم بگیرید صادق باشید یا نه؛ این ارزش براساس واقعیت است و به این خاطر که برای دیگران بازخورد صادق بودن شما را به همراه دارد، سودمند است.

ارزش‌های دیگر مطابق با این سه معیار، شامل: خلاقیت، سخاوت و فروتنی است.



نقش مدیریت عملکرد در اثربخشی سازمانی

سخن سردبیر

دکتر مجتبی عباسی قادی



ج) منصفانه کردن پرداخت‌های سازمانی: یکی از موضوعات مورد بحث در ذیل مدیریت منابع انسانی، موضوع جبران خدمات، خاصه اضافه‌کاری و پاداش‌های عملکردی است. لذا با اجرایی کردن و سنجش شاخص‌های کلیدی عملکردی در بخش‌های تخصصی و عمومی، به واسطه وزن‌دهی که به شاخص‌ها اختصاص داده می‌شود، درنهایت امتیازهای عمومی، تخصصی و کل جهت فعالیت‌های سازمانی منابع انسانی مشخص و احصا می‌شود. بنابراین از این طریق می‌توان نسبت به پرداخت‌های سازمانی گام برداشت.

د) عدالت در تحرکات شغلی کارکنان: با عملیاتی کردن مدیریت عملکرد در ذیل سیستم سازمانی می‌توان قابلیت‌ها و ظرفیت‌های منابع انسانی را در حوزه‌های مختلف تخصصی و عمومی شناسایی کرد و در بحث تحرکات شغلی از آن بهره گرفت.

با عنایت به مطالب فوق، مدیریت طرح و توسعه صندوق قرض الحسنه شاهد به واسطه تدوین فرم تجزیه و تحلیل شغلی و مشارکت تمام سرمایه‌های انسانی نسبت به شناسایی، احصا و تدوین شاخص‌های کلیدی عملکردی در بخش‌های عمومی و تخصصی اقدام کرده است و با ورود آن به نرم‌افزار بر آن است تا نسبت به ارزیابی منابع انسانی از این طریق، قدم‌های مثبتی در موضوع توسعه شغلی و فردی، منصفانه کردن پرداخت‌های سازمانی و نیز عدالت محوری در تحرکات سازمانی بردارد و از این طریق در اثربخشی سیستم سازمانی ایفای نقش کند. ان شاء الله!

مدیریت عملکرد به وجهی به معنای شناسایی، احصا، تدوین و اجرای شاخص‌های کلیدی عملکردی تخصصی و عمومی سرمایه‌های انسانی یک سازمان قلمداد می‌شود. مزیت و برتری مدیریت عملکرد نسبت به دیگر روش‌های ارزیابی منابع انسانی سازمان‌ها از یک سو در این مطلب است که صرفاً گذشته‌نگر نیست، بلکه شرایط حال (فعلی) و آینده منابع انسانی یک سازمان را نیز مورد توجه قرار می‌دهد و از سوی دیگر، صرفاً در سطح فردی نیست، بلکه دیگر سطوح شغلی همچون: گروهی و سازمانی را کنار سطح فردی مورد مذاقه و توجه قرار می‌دهد. محاسن به‌کارگیری مدیریت عملکرد در سازمان‌ها و نهادها از جمله صندوق‌های قرض الحسنه عبارت است از:

الف) آموزش و توسعه شغلی منابع انسانی در سازمان: یکی از مسائل مهم در پیاده‌سازی و اجرای مدیریت عملکرد در ذیل سیستم سازمانی آن است که از طریق ارزیابی شاخص‌های کلیدی عملکردی تخصصی در میان منابع انسانی می‌توان نسبت به برگزاری دوره‌های توسعه شغلی اقدامات مناسبی به عمل آورد. به بیان دیگر، جهت برگزاری دوره‌های آموزشی، هم می‌توان به روش نیازسنجی هدف‌محور اقدام کرد و هم می‌توان از طریق ارزیابی شاخص‌های کلیدی تخصصی اقدامات مقتضی را انجام داد.

ب) آموزش و توسعه فردی منابع انسانی در سازمان: با پیاده‌سازی شاخص‌های عمومی مدیریت عملکرد می‌توان نسبت به شرایط عمومی و ویژگی‌های شخصیتی منابع انسانی دارنده پست‌های سازمانی اطلاع کسب کرد. لذا با گپ‌سنجی که به عمل می‌آید، می‌توان نسبت به برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی دوره‌های توسعه فردی اقدامات مقتضی را به عمل آورد.

جدول تعداد و مبلغ تسهیلات پرداختی به تفکیک استان تا پایان بهمن ۱۴۰۱

ردیف	نام استان	کد استان	تعداد وام شاهد	جمع وام شاهد	تعداد وام جانباز	جمع وام جانباز	تعداد وام حقوق بگیران نوع دوم	جمع وام حقوق بگیران نوع دوم	تعداد کل وام	جمع مبلغ وام
۱	ستاد مرکزی	۱۰۱	۰	۰	۰	۰	۱۲	۵,۸۸۳,۰۰۰,۰۰۰	۱۲	۵,۸۸۳,۰۰۰,۰۰۰
۲	آذربایجان شرقی	۱۰۲	۱,۱۳۶	۴۹۲,۸۴۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۶۷۶	۶۴۳,۱۱۲,۰۰۰,۰۰۰	۱۹	۷,۴۲۱,۰۰۰,۰۰۰	۲,۸۳۱	۱,۱۴۳,۳۷۷,۰۰۰,۰۰۰
۳	آذربایجان غربی	۱۰۳	۱,۳۱۸	۵۸۰,۸۲۱,۰۰۰,۰۰۰	۱,۲۴۶	۴۷۶,۱۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۳۸	۱۴,۸۸۷,۰۰۰,۰۰۰	۲,۶۰۲	۱,۰۷۱,۸۱۸,۰۰۰,۰۰۰
۴	اردبیل	۱۰۴	۵۰۳	۲۱۳,۷۹۹,۰۰۰,۰۰۰	۸۴۳	۳۱۳,۴۴۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۶	۵,۸۶۸,۰۰۰,۰۰۰	۱,۳۶۲	۵۳۳,۱۱۵,۰۰۰,۰۰۰
۵	اصفهان	۱۰۵	۳,۰۰۸	۱۲۸۷۵۸۲۰۰۰۰۰۰	۳,۹۷۴	۱۵۳۱۱۱۰۰۰۰۰۰۰	۳۹	۱۴,۶۳۷,۰۰۰,۰۰۰	۷,۰۲۱	۲۸۳۳۳۲۹۰۰۰۰۰۰۰
۶	ایلام	۱۰۶	۵۷۷	۲۴۸۰۸۵۰۰۰۰۰۰	۱,۴۴۵	۵۴۳۸۶۰۰۰۰۰۰۰	۳۶	۱۳,۵۶۵,۰۰۰,۰۰۰	۲,۰۵۸	۸۰۵۵۱۰۰۰۰۰۰۰۰
۷	بوشهر	۱۰۷	۳۰۹	۱۳۳۴۲۶۰۰۰۰۰۰۰	۳۹۶	۱۵۲۸۷۸۰۰۰۰۰۰۰	۱۰	۳,۶۴۸,۰۰۰,۰۰۰	۷۱۵	۲۸۹۹۵۲۰۰۰۰۰۰۰
۸	تهران بزرگ	۱۰۸	۳,۰۳۳	۱۳۴۸۸۶۹۰۰۰۰۰۰۰	۳,۱۷۴	۱۲۴۹۶۷۱۰۶۰۰۰۰	۱۱۳	۴۹,۷۵۸,۰۰۰,۰۰۰	۶,۳۲۰	۲۶۴۸۲۹۸۰۶۰۰۰۰۰
۹	چهارمحال و بختیاری	۱۰۹	۵۲۰	۲۲۴۲۶۵۰۰۰۰۰۰۰	۱,۰۴۴	۳۹۳۳۶۴۰۰۰۰۰۰۰	۲۱	۸,۰۶۳,۰۰۰,۰۰۰	۱,۵۸۵	۶۲۵۶۹۲۰۰۰۰۰۰۰
۱۰	خراسان	۱۱۰	۲,۴۷۱	۱۰۹۱۶۴۸۰۰۰۰۰۰۰	۳,۶۳۰	۱۳۹۰۰۹۰۰۰۰۰۰۰	۱۳۶	۵۲,۷۹۴,۰۰۰,۰۰۰	۶,۲۳۷	۲۵۳۴۵۳۲۰۰۰۰۰۰۰
۱۱	خوزستان	۱۱۱	۱,۷۹۰	۷۷۳۱۱۰۰۰۰۰۰۰۰	۲,۲۹۲	۸۸۰۱۱۶۰۰۰۰۰۰۰	۶۹	۲۶,۱۲۱,۰۰۰,۰۰۰	۴,۱۵۱	۱۶۷۹۳۴۷۰۰۰۰۰۰۰
۱۲	زنجان	۱۱۲	۴۳۸	۱۸۸۰۸۲۰۰۰۰۰۰۰	۵۹۷	۲۲۹۹۳۴۰۰۰۰۰۰۰	۱۹	۷,۶۲۳,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۵۴	۴۲۵۶۳۹۰۰۰۰۰۰۰
۱۳	سمنان	۱۱۳	۳۲۶	۱۴۲۳۲۱۰۰۰۰۰۰۰	۴۴۱	۱۶۷۲۲۹۰۰۰۰۰۰۰	۲۲	۸,۴۴۰,۰۰۰,۰۰۰	۷۸۹	۳۱۷۹۹۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۴	سیستان و بلوچستان	۱۱۴	۳۳۹	۱۵۰۵۷۰۰۰۰۰۰۰۰	۲۱۰	۸۰۸۶۴۰۰۰۰۰۰۰۰	۸	۲,۹۶۶,۰۰۰,۰۰۰	۵۵۷	۲۳۴۴۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۵	فارس	۱۱۵	۲,۰۳۶	۸۸۵۳۷۱۰۰۰۰۰۰۰۰	۳,۵۸۳	۱۳۵۵۱۵۸۰۰۰۰۰۰۰	۵۷	۲۱,۹۸۲,۰۰۰,۰۰۰	۵,۶۷۶	۲۲۶۲۵۱۱۰۰۰۰۰۰۰
۱۶	کردستان	۱۱۶	۷۱۹	۳۱۵۷۶۷۰۰۰۰۰۰۰	۹۲۰	۳۵۸۷۶۲۰۰۰۰۰۰۰	۳۹	۱۴,۹۱۷,۰۰۰,۰۰۰	۱,۶۷۸	۶۸۹۴۴۶۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۷	کرمان	۱۱۷	۱,۰۹۵	۴۶۸۷۲۶۰۰۰۰۰۰۰	۱,۷۳۹	۶۶۰۶۲۳۰۰۰۰۰۰۰	۴۵	۱۶,۷۸۲,۰۰۰,۰۰۰	۲,۸۷۹	۱۱۴۶۱۳۱۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۸	کرمانشاه	۱۱۸	۱,۵۰۰	۶۶۰۱۹۴۰۰۰۰۰۰۰	۲,۲۱۸	۸۴۲۲۳۰۰۰۰۰۰۰۰	۶۴	۲۵,۸۲۵,۰۰۰,۰۰۰	۳,۷۸۲	۱۵۲۸۰۴۲۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۹	کهگیلویه و بویراحمد	۱۱۹	۴۲۶	۱۸۵۱۹۹۰۰۰۰۰۰۰	۱,۰۰۲	۳۷۶۹۵۶۰۰۰۰۰۰۰	۴۶	۱۶,۹۵۶,۰۰۰,۰۰۰	۱,۴۷۴	۵۷۹۱۱۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۰	گیلان	۱۲۰	۱,۲۰۹	۵۲۳۳۹۰۰۰۰۰۰۰۰	۲,۱۲۸	۸۰۳۹۵۷۰۰۰۰۰۰۰	۱۴	۵,۲۴۷,۰۰۰,۰۰۰	۳,۳۵۱	۱۳۳۲۵۹۴۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۱	لرستان	۱۲۱	۱,۰۵۹	۴۶۴۲۴۴۰۰۰۰۰۰۰	۱,۴۶۹	۵۵۳۲۳۳۰۰۰۰۰۰۰	۳۵	۱۳,۳۸۸,۰۰۰,۰۰۰	۲,۵۶۳	۱۰۳۰۸۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۲	مازندران	۱۲۲	۱,۴۳۹	۶۲۳۸۰۶۰۰۰۰۰۰۰	۲,۵۵۹	۹۸۹۰۰۱۰۰۰۰۰۰۰۰	۸۶	۳۱,۴۸۱,۰۰۰,۰۰۰	۴,۰۸۴	۱۶۴۴۲۸۸۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۳	استان مرکزی	۱۲۳	۶۷۹	۲۹۵۴۳۱۰۰۰۰۰۰۰	۱,۱۲۳	۴۳۱۰۸۴۰۰۰۰۰۰۰	۲۳	۸,۸۶۳,۰۰۰,۰۰۰	۱,۸۲۵	۷۳۵۳۷۸۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۴	هرمزگان	۱۲۴	۱۹۳	۸۳۱۸۱۰۰۰۰۰۰۰۰	۲۲۰	۸۳۶۸۴۰۰۰۰۰۰۰۰	۳	۱,۱۶۷,۰۰۰,۰۰۰	۴۱۶	۱۶۸۰۳۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۵	همدان	۱۲۵	۹۴۶	۴۰۷۳۸۹۰۰۰۰۰۰۰	۱,۴۹۲	۵۶۱۷۴۰۰۰۰۰۰۰۰	۳۶	۱۳,۷۳۴,۰۰۰,۰۰۰	۲,۴۷۴	۹۸۲۸۶۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۶	یزد	۱۲۶	۴۵۳	۱۹۴۰۶۳۰۰۰۰۰۰۰	۶۱۹	۲۳۸۹۶۵۰۰۰۰۰۰۰	۱۵	۶,۰۰۳,۰۰۰,۰۰۰	۱,۰۸۷	۴۳۹۰۳۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۷	گلستان	۱۲۷	۴۸۸	۲۱۴۵۵۲۰۰۰۰۰۰۰	۱,۱۷۸	۴۴۷۷۶۶۰۰۰۰۰۰۰	۲۰	۷,۷۴۱,۰۰۰,۰۰۰	۱,۶۸۶	۶۷۰۰۵۹۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۸	قزوین	۱۲۸	۴۸۸	۲۱۳۹۵۵۰۰۰۰۰۰۰	۷۲۳	۲۸۵۰۷۶۰۰۰۰۰۰۰	۱۳	۴,۹۷۴,۰۰۰,۰۰۰	۱,۲۲۴	۵۰۴۰۰۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۲۹	قم	۱۲۹	۶۸۱	۲۹۴۴۳۷۵۰۰۰۰۰۰	۱,۱۳۰	۴۳۸۶۷۲۰۰۰۰۰۰۰	۱۴	۵,۴۴۱,۰۰۰,۰۰۰	۱,۸۲۵	۷۳۸۵۵۰۵۰۰۰۰۰۰۰۰
۳۰	خراسان شمالی	۱۳۰	۳۴۲	۱۵۰۲۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۶۲۲	۲۳۲۵۹۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۲۵	۹,۵۱۲,۰۰۰,۰۰۰	۹۸۹	۳۹۲۳۴۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۳۱	خراسان جنوبی	۱۳۱	۲۰۰	۸۷۶۲۴۰۰۰۰۰۰۰۰	۲۲۵	۸۴۴۵۳۰۰۰۰۰۰۰۰	۱۷	۶,۲۰۱,۰۰۰,۰۰۰	۴۴۲	۱۷۸۲۷۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۳۲	البرز	۱۳۲	۶۸۵	۲۹۷۶۰۵۰۰۰۰۰۰۰	۹۵۳	۳۶۹۱۹۴۰۰۰۰۰۰۰	۲۱	۸,۴۱۳,۰۰۰,۰۰۰	۱,۶۵۹	۶۷۵۲۱۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰
۳۳	شهرستان های تهران	۱۳۳	۱,۰۱۶	۴۳۳۷۴۷۰۰۰۰۰۰۰	۱,۳۶۱	۵۲۹۳۶۱۰۰۰۰۰۰۰	۳۸	۱۴,۳۹۶,۰۰۰,۰۰۰	۲,۴۱۵	۹۷۷۵۰۴۰۰۰۰۰۰۰۰۰

فاطمه اجلی (رئیس اداره امور کاربران)

گزارش عملکرد اداره ارتباط با مشتریان (CRM)

جدول توزیع فراوانی موضوع ارتباط اعضا با CRM بهمن ۱۴۰۱

ردیف	شرح	تعداد	درصد فراوانی	ملاحظات
۱	امور مربوط به تسهیلات	۱۷۶	۲۸,۲۹۵,۱۹۹۴	زمان ثبت
		۲۳۳	۳۷,۴۵۹,۸۰۷	زمان واریز
		۱۵	۲,۴۱۱,۵۷۵,۵۶۳	نحوه تقسیط تسهیلات
		۳	۰,۴۸۳,۱۵۱,۱۱۳	عضویت
		۸۰	۱۲,۸۶۱,۷۳۶,۳۳۳	تسویه زود هنگام
		۳	۰,۴۸۳,۱۵۱,۱۱۳	پرداخت زود هنگام
		۲	۰,۳۲۱,۵۴۳,۴۰۸	ضمانت
۲	اطلاع کاربر از حساب	۵	۰,۸۰۳,۸۵۸,۵۲۱	میزان حق عضویت
		۲۷	۴,۳۴۰,۸۳۶,۰۱۳	میزان مانده وام
		۴	۰,۶۴۳,۰۸۶,۸۱۷	میزان وام
		۹	۱,۴۴۶,۹۴۵,۳۳۸	اصلاح اطلاعات
۳	استرداد	۲	۰,۳۲۱,۵۴۳,۴۰۸	انصراف از عضویت
		۱۵	۲,۴۱۱,۵۷۵,۵۶۳	بیمه مانده وام
۴	فناوری	۲۰	۳,۲۱۵,۴۳۴,۰۸۴	مشکل در ثبت وام
		۱۰	۱,۶۰۷,۷۱۷,۰۴۲	مشکل در اطلاع رسانی الکترونیک
۵	سایر	۱۸	۲,۸۹۳,۸۹۰,۶۷۵	تماس های مرتبط با بانک اطلاعاتی: ۳
				تماس های مرتبط با بنیاد شهید: ۶
				تماس های مرتبط با اینترنت بانک: ۹
				جمع کل
		۶۲۲	۱۰۰	

توضیحات: مغایرت در جمع فراوانی موضوع ارتباط مشتری و جمع ارتباط های برقرار شده در واحد ارتباط با مشتریان به عللی از جمله:
 ۱. تماس همکاران با مراجعان و پاسخگویی نبودن ایشان به تماس برقرار شده.
 ۲. تماس تکراری اعضا و قطع تماس حین مکالمه به دلیل مشکلات سیستم مخابرات و... است.

امیررضا هنرآوازی (رئیس اداره ارتباط با مشتریان)

گزارش عملکرد واحد ارتباط با مشتریان از ابتدای سال ۱۴۰۱ تا پایان بهمن

نوع ارتباط	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
تلفنی	تماس تلفنی با کارشناسان crm	۱۲,۱۹۱	۱۷,۵۸
	تماس کارشناسان با اعضا	۶۰۱	۰,۸۷
	انتقال تماس به دیگر مدیریت ها	۸,۵۷۵	۱۲,۳۶
	خدمات تلفن گویا	۴۷,۶۹۷	۶۸,۷۸
حضور	مراجعه حضوری (crm)	۲۸۶	۰,۴۱
جمع کل مراجعان		۶۹,۳۵۰	۱۰۰,۰۰

گزارش عملکرد واحد ارتباط با مشتریان در بهمن ۱۴۰۱

نوع ارتباط	شرح	فراوانی	درصد فراوانی
تلفنی	تماس تلفنی با کارشناسان crm	۷۸۸	۲۲,۰۰
	تماس کارشناسان با اعضا	۵۰	۱,۴۰
	انتقال تماس به دیگر مدیریت ها	۴۵۳	۱۲,۶۵
	خدمات تلفن گویا	۲,۲۶۴	۶۳,۲۰
حضور	مراجعه حضوری (crm)	۲۷	۰,۷۵
جمع کل مراجعان		۳,۵۸۲	۱۰۰

پیام دکتر کریمی به مناسبت بیست و هفتمین سالروز تأسیس صندوق قرض الحسنه شاهد



قرض الحسنه، با حفظ عزت نفس و کرامت انسانی خانواده بزرگ شاهد و ایثارگر عضو، مطلوب‌ترین تسهیلات مالی را در کوتاه‌ترین زمان برای توانمندسازی و ارتقاء سطح کیفی زندگی این عزیزان اعطاء نماید. کارکنان صندوق قرض الحسنه شاهد در راستای اصول اعتقادی خود و ارج نهادن به انسان‌ها و تکریم جامعه ایثارگری ضمن ارزش‌آفرینی برای خانواده‌های معظم شهداء و ایثارگران، رفتارهای شغلی را در چهارچوب قانون و منشور اخلاقی سرلوحه قرار داده و در هر شرایطی متعهد به اجرای آن هستند.

در پایان ضمن عرض تبریک سالروز تأسیس صندوق قرض الحسنه شاهد به خانواده‌های معظم و معزز شاهد و ایثارگر عضو، از تمام همکاران شاغل اعم از کارکنان دفتر مرکزی، مناطق، بانکداران اجرایی و همچنین مدیران و کارکنان ستادی و استانی بنیاد شهید و امور ایثارگران که با تلاش‌ها و پشتیبانی خود راه خدمت به جامعه عزیز شاهد و ایثارگر را هموار کردند تقدیر و تشکر می‌نمایم.

اسلام کریمی

مدیرعامل و عضو هیئت مدیره

دکتر اسلام کریمی مدیرعامل و عضو هیئت مدیره صندوق قرض الحسنه شاهد طی پیامی فرارسیدن ۱۱ اسفند ماه مصادف با سالروز تأسیس این نهاد خدمتگزار به خانواده‌های معظم و معزز شاهد و ایثارگر را تبریک گفت. متن پیام دکتر کریمی به شرح ذیل است.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً

کیست که خدا را وام (قرض الحسنه) دهد و خدا بر او به چندین برابر بیفزاید. (سوره بقره آیه ۲۴۵)

صندوق قرض الحسنه شاهد از مجموعه‌های خدمت‌رسان به جامعه ایثارگر که از بدو تأسیس (۱۱ اسفندماه سال ۱۳۷۵) تا به امروز سعی کرده است نقشی هر چند کوچک در راستای ارتقاء سطح زندگی خاندان معظم و معزز شهدا و ایثارگران را ایفا نماید.

صندوق قرض الحسنه شاهد افتخار دارد با حمایت‌های دلسوزانه و بی‌دریغ مدیران بنیاد شهید و امور ایثارگران و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران با تلاش و کوشش خالصانه و خاضعانه کارکنان خود در سراسر کشور در راستای ترویج فرهنگ الهی



علیرضا اشرفی (کارشناس مالی منطقه بوشهر)



با خانواده‌های عزیز شاهد و جانباز، تجارب گرانبهایی کسب کرده و مواردی از قبیل: از خودگذشتگی، عشق به وطن، عزت نفس و ساده زیستی و بسیاری صفات پسندیده و زیبا را به چشم دیده و همواره سعی کرده‌ام این صفات را به زندگی شخصی‌ام تعمیم دهم.

متأسفانه شرایط بد اقتصادی این روزها و کاهش توان بنیاد نسبت به ارائه خدمات به جامعه هدف، باعث ایجاد فشار بیش از حد به خانواده‌های شاهد جانباز شده که این موضوع فعالیت صندوق را به عنوان مهم‌ترین اهرم مالی بنیاد، بسیار مهم و حساس کرده است و انتظار می‌رود با توجه به درایت مدیریت عامل محترم صندوق، روند پرداخت وام‌ها سریع‌تر شود و عملیات ثبت و پرداخت وام به صورت غیرحضور (با توجه به کهرلت سن این قشر عزیز) پررنگ‌تر و کامل‌تر صورت پذیرد.

در بخش ارائه خدمات به جامعه محترم هدف، مهم‌ترین چالش‌های حال حاضر، تأخیر در پرداخت تسهیلات، تنوع نداشتن در پرداخت تسهیلات، تأخیر در دریافت خسارت از شرکت‌های بیمه و افزایش میانگین سنی اعضاست. در همین راستا می‌توان اصلاح فرایندها، تنوع در نوع تسهیلات و پذیرش اعضای جدید را به عنوان رفع بخشی از دغدغه‌های موجود مدنظر قرار داد.

در پایان، از همکاران عزیز و بزرگواری که امکان این گفتگو را فراهم کردند، کمال تشکر و قدردانی را دارم.

این جانب علیرضا اشرفی، متولد ۱۸ آبان ۱۳۵۴ شهرستان آبادان در استان خوزستان، فارغ التحصیل مقطع کارشناسی رشته حسابداری از دانشگاه آزاد بوشهر هستم و این افتخار را دارم تا از ۱۷ تیر ۱۳۸۲ به عنوان کارشناس مالی و از سال ۸۹ تا خرداد ۱۴۰۱ به عنوان رئیس منطقه بوشهر و پس از آن مجدداً به عنوان کارشناس مالی، مشغول خدمت‌رسانی به جامعه معزز شاهد شدم. در ۱۴ بهمن ۱۳۸۲ ازدواج کردم و یک فرزند دختر به نام کیمیا دارم که در کلاس دهم مشغول تحصیل است. همسر من نیز مدرک کارشناسی حقوق دارد و کارمند اداره ثبت اسناد و املاک بوشهر است.

از خداوند متعال به خاطر این موقعیت شغلی بسیار سپاسگزارم؛ چون خدمت در این نهاد مقدس و صندوق قرض الحسنه شاهد موقعیتی است که ممکن است نصیب هرکسی نشود. بنده معتقدم که درآمد حاصل از این شغل که از کارمزد ناشی از پرداخت تسهیلات به کارکنان پرداخت می‌شود، پاک و حلال است و خیر و برکت مادی و معنوی را به دنبال دارد.

در خصوص فرایندهای کاری، بنده به عنوان عضو کوچکی از خانواده صندوق می‌توانم به مواردی از قبیل: بررسی و تأیید لیست متقاضیان تسهیلات از صندوق در کم‌ترین زمان ممکن، پیگیری وصول اقساط معوق، بررسی و ثبت استرداد پس‌انداز اعضای متوفی به وراثت و همچنین استرداد پس‌اندازهای راکد و انصرافی، بررسی و ثبت اسناد مالی استان و بایگانی اسناد مالی و فرم‌های مربوط به وام‌های پرداختی اشاره کنم.

با توجه به این که جامعه هدف تحت پوشش، بسیار خاص هستند، بنده به عنوان کارمند صندوق، خود را خادم این قشر عزیز می‌دانم و همواره نهایت تلاش را برای تکریم و حفظ عزت نفس و جلب رضایتمندی کامل آن‌ها بر پایه بخشنامه‌های صندوق شاهد به کار برده‌ام. در طول سالیانی که افتخار حضور در جمع خانواده بزرگ صندوق شاهد را داشته‌ام، به دلیل دیدار مستقیم

هوش رفتاری و جنبه‌های گسترده آن

فاطمه دادقانی (کارشناس اداری)



هیجانی را تعریف کردند. هوش هیجانی، توانایی تشخیص هیجان خود و دیگران و تنظیم هیجان‌ها در موقعیت‌های اجتماعی است. همچنین، هوش هیجانی مجموعه گسترده‌ای از مهارت‌ها و خصوصیات فردی را در بر گرفته است و معمولاً به آن دسته مهارت‌های درون فردی و بین فردی اطلاق می‌شود که فراتر از حوزه مشخص از دانش‌های پیشین، بحث شناختی و مهارت‌های فنی یا حرفه‌ای است.

هوش هیجانی- اجتماعی

هوش هیجانی- اجتماعی، نقطه تلاقی توانمندی‌ها، مهارت‌ها و تسهیل‌کننده‌های هیجانی و اجتماعی فرد است که با یکدیگر ارتباط متقابل دارد. این مجموعه، مشخص می‌کند که ما تا چه اندازه در درک و ابراز خود، درک دیگران، برقراری ارتباط با آن‌ها و مقابله با نیازها و مشکلات زندگی روزمره، به شیوه‌ای اثربخش عمل کنیم. از منظر هوش هیجانی- اجتماعی هیجان‌ها، مهارت‌ها و توانمندی‌های اجتماعی و فردی، پدیده‌های مهم زندگی انسان است که دربرگیرنده اطلاعات ارزشمندی درباره چگونگی حل مسائل روزمره است.

هوش رفتاری به عنوان یکی از عوامل مهم در یادگیری و سازش انسان با محیط همواره مورد توجه روان‌شناسان و دست‌اندرکاران تعلیم و تربیت بوده است. با وجود این، در طول تاریخ، تعریف‌های متعددی از هوش ارائه شده و نگرش‌های گوناگونی درباره آن وجود داشته است. قدیمی‌ترین دیدگاه‌ها در این زمینه، هوش را نوعی توانایی کلی ذهنی می‌داند که بیش‌تر به تفکر انتزاعی و توانایی‌های شناختی افراد مربوط است.

نظریه پردازان در سال‌های اخیر، این تعریف را زیر سؤال برده‌اند و با پیوند زدن بین هوش و هیجانات، مفهوم جدیدی از هوش را مطرح کرده‌اند که در تبیین موفقیت‌های افراد در طول زندگی، کارسازتر بوده است. این مفهوم که از آن به عنوان هوش هیجانی یاد می‌شود، خیلی زود مورد توجه افراد زیادی قرار گرفت.

کاربرد هوش هیجانی

هوش هیجانی و جنبه‌های گسترده آن در دهه‌های اخیر، علاوه بر روان‌شناسان و روان‌پزشکان، توجه عموم را به خود جلب کرده است. به کارگیری مفهوم هوش اجتماعی برای اولین بار به دهه ۱۹۴۰ بازمی‌گردد. پس از آن، مایر و سالووی اصطلاح هوش



باشد. اما یا نمی‌داند که چطور باید این کار را انجام دهد یا روی توانایی‌های ذهنی‌ای که برای برقراری ارتباط بهتر با دیگران ضروری است، کار نکرده است. در ادامه، به بعضی از رفتارهای افرادی می‌پردازیم که هوش هیجانی پایینی دارند:

۱. بدترین تصور ممکن را درباره‌ی دیگران دارند

ما بیش‌تر تصمیمات خود را با اطلاعات ناقص می‌گیریم؛ یعنی مجبوریم برای پوشاندن این فاصله، کار تصمیم‌گیری را با گمانه‌زنی پیش ببریم. با این حال، وقتی پای حدس زدن درباره‌ی انگیزه‌های دیگران به میان می‌آید، کسانی که هوش هیجانی پایینی دارند، به‌طور خودکار تصور می‌کنند رفتارهای دیگران فقط از روی خودخواهی یا حتی بدخواهی است. آن‌ها منفی‌ترین گرایش‌هایی را که در وجود خودشان نهفته است، به دیگران نسبت می‌دهند.

۲. به همه چیز، نگاه مطلق دارند

بعضی افراد به‌طور خودکار تصور می‌کنند تجربیاتی که آن‌ها در زندگی داشته‌اند، معمول و همه‌گیر است و به همین خاطر خیال می‌کنند از عقاید و احساسات و آنچه بر دیگران گذشته است، آگاهند. به همین دلیل، مثلاً اگر در خانواده‌ی خاصی بزرگ شده باشند، تصور می‌کنند (شاید ناخودآگاه) که دیگران هم چنین شرایطی داشته‌اند. این افراد اگر علاقه‌ی بسیاری به مباحث سیاسی یا اخلاقی داشته باشند، تصور می‌کنند هرکس دیگری که «درست فکر می‌کند» هم حتماً همان عقیده و احساس آن‌ها را دارد. این افراد وقتی متوجه می‌شوند که همه با نظرات آن‌ها موافق نیستند، شگفت‌زده، خجالت‌زده یا حتی خشمگین می‌شوند.

بسیاری از والدین و دانشمندان و پژوهشگران در سراسر دنیا، با افزایش رفتاری و هیجانی از اعتماد به نفس پایین تا اضطراب و افسردگی در کودکان، نوجوانان و جوانان، آموزش مهارت‌های لازم در زمینه‌ی هوش هیجانی به کودکان و دانش‌آموزان را ضروری می‌دانند. این مهارت‌ها به افزایش انطباق و احتمال بیش‌تر موفقیت، حتی در موقعیت‌هایی با عوامل خطرآفرین جدی منجر خواهد شد. پژوهش‌ها نشان داده است افرادی که کفایت هیجانی بالایی دارند، مهارت‌های اجتماعی بهتر، روابط درازمدت پایاتر و توانایی بیش‌تری برای حل تعارضات دارند.

اگرچه انسان‌ها به دلایل سرشتی و ژنتیکی، در تنظیم و ابزار هیجانات متفاوت هستند، یادگیری از طریق آموزش می‌تواند موجب افزایش توانایی‌ها و مهارت افراد در هر سطحی شود. محیط خانواده، اولین محل برای آموزش مهارت‌های هیجانی است. این آموزش با گفتار و رفتار مستقیم والدین با کودکان و همچنین با الگوبرداری فرزندان از مهارت‌های هیجانی مادر و پدر صورت می‌گیرد. این آموزش موجب می‌شود کودکان در شناخت احساسات خود و ابزار این هیجانات به‌صورتی مناسب، یافتن روش‌هایی برای آرام‌کردن خود و کنترل احساسات ناخوشایند، همچنین توانایی درک احساسات دیگران و همدلی با آنان موفق‌تر باشند. براساس تجربیات اولیه‌ی دوران کودکی، یک فرد می‌آموزد که به دیگران اطمینان و در دنیای پیرامونش احساس امنیت کند یا دیگران را نامطمئن بداند و همواره با بدبینی به محیط اطرافش بنگرد.

موفقیت فرد در آموزش، چه در مدرسه و چه در سال‌های بعدی در دانشگاه، فقط با هوشبهر و ارتباط ندارد، بلکه با مهارت‌های هیجانی و اجتماعی هوش هیجانی، مانند: داشتن انگیزه‌ی لازم، توانایی منتظرماندن، کنترل تکانه، مهارت کمک‌خواستن از دیگران و بیان نیازهای هیجانی و آموزشی مرتبط است.

برای این‌که متوجه شویم که هوش هیجانی کسی بالاست یا پایین، لازم نیست حرف‌هایش را بشنویم. درواقع بدون آن‌که حتی نیازی به بازکردن دهان باشد، می‌توانیم از روی رفتارهای دیگران، هوش هیجانی آن‌ها را ارزیابی کنیم. شاید شخص، نیت خوبی داشته باشد یا دنبال برقراری رابطه‌ای دوستانه

۳. اسم دیگران را فراموش می‌کنند

همه ما گاهی اسم دیگران را فراموش می‌کنیم، اما کسانی که هوش هیجانی پایینی دارند، تقریباً هیچ تلاشی برای به خاطر سپردن اسم‌ها نمی‌کنند. از آن جایی که به خاطر سپردن اسم دیگران، ساده‌ترین و مؤثرترین روش‌ها برای برقراری رابطه دوستانه با دیگران است، اگر مدام این اشتباه را مرتکب می‌شوید، همین مسئله نشان می‌دهد درواقع به فکر و احساس دیگران اهمیتی نمی‌دهید.

۴. موضوع بحث را به خودشان می‌کشانند

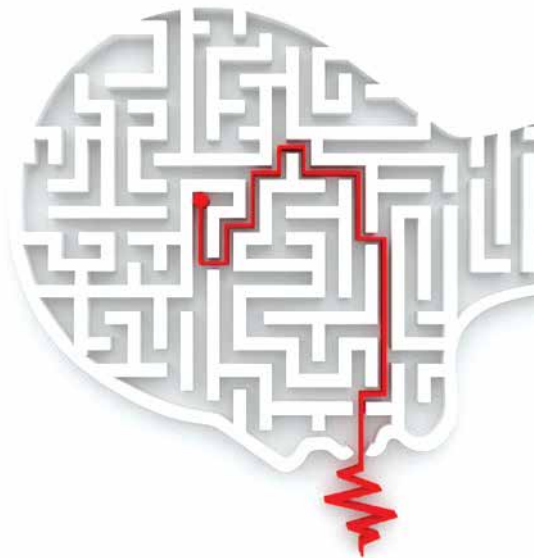
تقریباً در هر گفتگوی میان فردی‌ای، ما این انتخاب را داریم که با پاسخمان، یا موضوع بحث را تغییر دهیم یا از تداوم آن حمایت کنیم. کسانی که هوش هیجانی پایینی دارند، به شکلی متعصبانه از پاسخ‌هایی استفاده می‌کنند که موضوع بحث را تغییر می‌دهند؛ مثلاً در جواب صحبت‌های طرف مقابلشان می‌گویند: «این ماجرا مرا یاد اتفاقی می‌اندازد که برای خودم افتاده است.» یا «پارسال همین اتفاق برای من هم افتاد.» اما درباره کسانی که هوش هیجانی بالاتری دارند، احتمال این‌که از پاسخ‌های حمایتی استفاده کنند، بیش‌تر است؛ مثلاً در جواب می‌گویند: «برایم تعریف کن چه اتفاقی برایت افتاده بود.»

۵. بیش‌تر گوینده هستند تا شنونده

یک نکته کلیدی وجود دارد که همیشه در میانه صحبت‌هایتان باید به آن توجه داشته باشید و آن این است که باید از خودتان پرسید: «اصلاً برای چه در حال صحبت هستید؟» این روش کمک می‌کند به جای این‌که مدام گوینده باشید، به حرف‌های دیگران هم گوش کنید. کسانی که هوش هیجانی پایینی دارند، به‌ندرت این سؤال را از خودشان می‌پرسند.

۶. چندین کار را همزمان باهم انجام می‌دهند

کسانی که هوش هیجانی پایینی دارند، زمانی که در حال گفتگو و تعامل با دیگران هستند، در حقیقت همزمان چندین کار را باهم انجام می‌دهند. آن‌ها ملاقات بعدیشان را پیگیری می‌کنند، تلفنشان را چک می‌کنند و در مجموع به هر چیزی جز کسی که با



او در حال صحبت هستند، توجه نشان می‌دهند؛ مانند فراموش کردن اسم‌ها. بی‌توجهی به دیگران هم نشان‌دهنده بی‌میلی به ارتباط با دیگران و احترام قائل نشدن برای آن‌هاست.

۷. هیچ حرفی برای گفتن ندارند

این نکته شاید خلاف آنچه در موارد چهار و پنج مطرح شد، به نظر بیاید، اما نکته این است که افرادی که هوش هیجانی پایینی دارند، این ضعف را، هم می‌توانند با میل به سلطه جویی در گفتگو نشان دهند و هم با منفعل بودن در آن. اگر همیشه در گفتگوها، طرف مقابلتان مجبور می‌شود با سؤال‌های پی‌درپی، شما را به شرکت در بحث وادار کند، این مسئله احتمالاً نشان می‌دهد که شما باید روی هوش هیجانی خود کار کنید.

منبع

جلیلی، حسام؛ هوش هیجانی. تهران: جالیز، چاپ اول ۱۴۰۰.

حفظ و نگهداشت نیروی انسانی

قسمت پنجم

علیرضا زارعی (رئیس کارگزینی و رفاه)



بهتر خواهند دانست که قرار است چه کارهایی انجام بدهند. می‌بایست به اعضای تیم‌های کاری و دیگر کارکنان خود بگویند که ارزش‌ها و فرهنگ سازمانی شرکت شما چیست. تمام محیط‌های کاری همواره به محرک‌هایی نیاز دارد تا به کارکنان در داشتن انگیزه کمک کنند. شناسایی این محرک‌ها و تقویت آن‌ها، یکی دیگر از راه‌های بهبود فضای سازمانی شماست.

علاقه‌مندی

نیاز، عبارت است از کمبودی که هنگام نداشتن تعادل فیزیولوژیکی احساس می‌شود. ابتدا باید نیازهای زیرمجموعه را خوب شناسایی کرد؛ چون رفتار انسان‌ها نشان می‌دهد که افراد در زندگی خصوصی و شغلی خود به وسیله نیازهای متفاوت، انگیزه پیدا می‌کنند. تشخیص این نیازها و تأمین آن‌ها، به عنوان محرک، به مدیر در بهره‌برداری بهینه از توانایی‌های کارکنان کمک فراوانی می‌کند. علاقه به کار، مهم‌ترین عامل ایجاد انگیزه در کارکنان بوده و حتی بالاتر از عواملی مانند: دستمزد بالا، امنیت شغلی و... قرار می‌گیرد. هر عاملی که باعث ایجاد و تقویت این امر، یعنی علاقه به کار شود، انگیزه کارکنان را تقویت خواهد کرد.

مؤثر بودن افراد در به‌ثمررساندن اهداف سازمان و جوامع، به چگونگی روحیه آن‌ها بستگی مستقیم دارد و از این‌رو است که توجه به بالابردن سطح روحیه کارکنان سازمانی در اداره امور سازمان‌های اجتماعی، از اهمیت خاصی برخوردار است. بر کسی پوشیده نیست که انگیزه و تعهد کارمندان، عاملی کلیدی برای موفقیت هر سازمانی است و ارتباطات درون سازمانی صحیح می‌تواند در تحقق این امر بسیار کارساز باشد. شناخت مسائل انگیزشی کارکنان برای بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری سازمان بسیار اهمیت دارد. همچنین کسب چنین شناختی می‌تواند به بهبود کاربرد منابع انسانی سازمانی کمک شایانی کند و در جلوگیری از مقاومت کارکنان در مقابل تغییرات، کاهش محدودیت در بازده و مبارزه با ستیز و مجادله کاری کارکنان با یکدیگر کمک کند و به ایجاد سازمان سودآور منتهی شود.

یکی دیگر از راه‌های بهبود فضای کاری هر شرکت این است که به‌طور واضح و مشخص، اهداف شرکت خود را برای تیم‌ها و کارکنان توضیح دهید. اگر به کارکنان خود توضیح دهید که مأموریت شما در این شرکت چیست و دنبال چه چیزی هستید، آن‌ها بسیار



چرا علاقه اهمیت دارد؟

اگر ما به کاری که انجام می‌دهیم، علاقه داشته باشیم و به آن افتخار کنیم، خیلی بهتر و راحت‌تر می‌توانیم سختی‌هایی را که بی‌شک در مسیر رسیدن به هدف وجود دارد، تحمل و با آن‌ها مقابله کنیم. همچنین هرچه علاقه و اشتیاق ما برای دستیابی به هدف بیش‌تر باشد، انرژی بیش‌تری نیز برای بهبود و پیشرفت خود صرف خواهیم کرد. این حس و نتیجه خوب، مانند یک چرخه عمل می‌کند. هرچه حس ما نسبت به کارمان بهتر باشد، نتیجه نیز بهتر خواهد شد و هرچه نتیجه بهتر شود، حس ما نیز بهتر می‌شود. افرادی که می‌توانند در محل کار مفید باشند و به نتایج مطلوب دست پیدا کنند، درآمد بیش‌تری دریافت خواهند کرد. علاقه داشتن به کاری که انجام می‌دهیم، نه تنها باعث پیشرفت ما می‌شود، بلکه خودبه‌خود ثروت و شهرت را نیز در پی خواهد داشت. علاقه‌مند بودن به کار، همان عنصری است که می‌تواند ساعات خسته‌کننده کار را به لحظه‌هایی شیرین و معنادار تبدیل کند.

نظریه‌های علاقه‌مندی شغلی

نظریه‌های گوناگونی برای علایق شغلی ارائه شده، اما یک نظریه بسیار مورد توجه بوده و به محبوبیت رسیده است. براساس این نظریه، علایق در شش گروه طبقه‌بندی می‌شود: واقع‌بینانه، تحقیقی، هنری، اجتماعی، مجموعه‌ای و متعارف. این شش مورد می‌تواند مشخصات مربوط به علایق فردی را معرفی کند. همچنین طبقه‌بندی محیط کاری نیز براساس همین شش گروه انجام می‌شود.

هماهنگی و مطابقت محیط کاری افراد با علایق آن‌ها می‌تواند سبب افزایش رضایت کاری شود، همچنین قابلیت افزایش پتانسیل برای دست‌یافتن به موفقیت در شغل مورد نظر را هم دارد.

اما چطور به شغل‌مان علاقه‌مند شویم؟

۱. برای تعیین اهداف با سرپرست خود گفتگو کنید
کار می‌تواند کاملاً خسته‌کننده باشد، اگر چیزی برای انجام دادن نباشد. مشورت و گفتگو با مدیر، موجب

شناخت اهداف و تشویق‌کننده خواهد بود. دستیابی به این اهداف همچنین باعث ایجاد اهرم برای مذاکره درباره ارتقا، افزایش حقوق یا نقش‌ها خواهد بود.

۲. لیستی از جنبه‌های شغلی فعلی را که به بهبود آن مایل هستید، تهیه کنید

تایمر را برای مدت ده دقیقه تنظیم کنید. ابتدا همه چیزهایی را که درباره شغل خود دوست ندارید، بنویسید. تا حد ممکن دقیق باشید، هر مشکل دیگری را یادداشت کنید تا برای مرحله بعد آماده شوید.

۳. آنچه را که واقعاً دوست دارید، انجام دهید
اول، به سختی درباره کار خود فکر کنید و این‌که چه بخشی از آن را دوست دارید. هیچ چیز برای این لیست، خیلی بزرگ یا کوچک نیست. سپس توضیحات شغلی رؤیای خود را معرفی کنید. اگر می‌توانستید شغل دیگری انتخاب کنید، آن چه شغلی بود؟ آن را در نظر بگیرید و با مدیر خود صحبت کنید تا این وظایف را بخشی از کار روزمره خود قرار دهید. اگر همپوشانی وجود نداشته باشد، می‌توانید به فرصت‌های انتقال در شرکت خود نگاه کنید. یا اگر «توصیف شغل رؤیایی» مسئولیت‌هایی را برای شما به ارمغان آورده، وقت آن است که برنامه‌ای برای کشف چگونگی دستیابی به آن پیدا کنید.



۴. از پشتیبانی گرفتن نترسید

اگر احساس می‌کنید در کار خود غرق شده‌اید، نگران نباشید. از مشارکت همکار یا مدیر مورد اعتماد درباره راه‌هایی که ممکن است بتواند شرایط را بهتر کند، مشورت بگیرید. از راهکارهایی برای انجام سریع‌تر کارها استفاده کنید، کارها را برنامه‌ریزی کنید تا کارتان بیش‌تر متعادل باشد.

۵. شبکه خود را گسترش دهید

اگرچه ممکن است به نظر برسد چالش‌هایی که در نقش خاص یا رشته شغلی شما به وجود می‌آید، برای شما منحصربه‌فرد است، احتمال دارد که دیگران از همان چیز مشابه عبور کنند. با حضور در دیدارهای شغلی، رویدادها یا کنفرانس‌ها، در زمینه خود ارتباط برقرار کنید. این می‌تواند به ایجاد سیستم پشتیبانی کمک کند تا در مواقع لازم از آن‌ها کمک و مشورت بگیرید. توجه داشته باشید که گسترش شبکه شما لزوماً به افراد خارج از شرکتان اعمال نمی‌شود. شما می‌توانید با ایجاد روابط با دیگران در سازمان خود به میزان چشمگیری پیشرفت کنید.

۶. از مزایای خود استفاده کنید

شاید شما کار خود را دوست ندارید، اما احتمالاً مزایایی وجود دارد که به راحتی می‌توانید به آن علاقه‌مند شوید! به عنوان مثال، شاید بیمه درمانی شما شامل اقدامات مراقبت از خود باشد یا شما بودجه برای خرید تلفن همراه جدید دارید یا شرکت، شما را عضو یک باشگاه می‌کند. ممکن است حتی مزایایی هم داشته باشید که از آن آگاه نیستید. کمی بررسی و شرایط را اولویت‌بندی کنید.

۷. هوشیار باشید

اگر در تمام روز، فضای مجازی را مرور می‌کنید، غیرممکن است که کار خود را دوست داشته باشید. سعی کنید در حال حاضر باقی بمانید و تمرکزتان را روی وظیفه قرار دهید. اگر کارهای زیادی برای انجام دادن ندارید، یک پروژه جانبی برای کارکردن پیدا کنید. اگر کارهای زیادی برای انجام دادن دارید، اما نمی‌توانید تمرکز کنید، زمانتان را روی کارها قسمت‌بندی و تعیین کنید و سپس خودتان را با استراحت‌های کوتاه پاداش دهید.

۸. فضای کاری پرانرژی ایجاد کنید

فضای کاری خود را خلوت کنید: از شر لوازم بی‌مصرف مثل عکس‌ها یا کاغذهای اضافی خلاص شوید. عکس افرادی را که دوست دارید، روی میز بگذارید یا خودکار جدیدی بخرید. به طور کل، تغییری در محیط کار ایجاد کنید تا انرژی بگیرید. با ایجاد ارتباط مثبت با فضای کاری، هر روز کارکرد خود را بهبود خواهید بخشید.

۹. لیست «بهره‌مندی» برای کار خود بسازید

از تمام نکات جالب کار خود یادداشت برداری کنید، حتی از کافی‌شاپ‌هایی که در راه دفتر وجود دارد و شما آنجا توقف می‌کنید. مطالعات نشان داده است لیست همه چیزهایی که از آن بهره‌مند هستید، می‌تواند شما را درباره وضعیت فعلیتان خوشبین‌تر کند.

۱۰. خودتان را به یاد بیاورید که چرا در ابتدا این کار را انتخاب کردید

به پیشنهاد شغلی اولیه فکر کنید و دلیلی که آن را پذیرفتید؛ شاید درآمد خوبی دارید، دلیل مناسب دارید، برنامه شما انعطاف‌پذیر است یا مزایای عالی دارد. حتی اگر چیزها، از آن زمان تغییر کرده باشد، توجه داشته باشید که چرا پیشنهاد شغلی را قبول کرده‌اید (و آنچه در حال حاضر برای شما مهم است)، می‌تواند در پیروی مراحل بعدی کمکتان کند؛ این‌که برای بهبودی شرایط الان کاری انجام دهید یا شغل خود را تغییر دهید.

منبع

aai-assessment.com

دستور فروش ملک مشاع غیر قابل افراز

محسن آسمانی (مشاور حقوقی)



رعایت مقررات از طریق اداره ثبت اسناد و املاک محل وقوع ملک و دفتر اسناد رسمی به عمل می آید.

ملک غیر قابل افراز: به ملکی اطلاق می شود که تقسیم آن ملک به موجب قانون ممنوع است. (مواد ۵۸۹ تا ۵۹۵ قانون مدنی)

تفکیک: تفکیک عبارت است از این که مال غیرمنقولی اعم از مشاع یا غیرمشاع، به دو یا چند حصه یا قطعه مجزا با مشخصات معین تقسیم شود. دعوی تقسیم ملک مشاع یا دعوی افراز: اگر یک یا چند نفر از شرکای ملک مشاعی راضی به تقسیم نباشند، در این صورت شریکی که مایل است خود را از قید اشاعه برهاند، می تواند از دادگاه حکم به تقسیم را درخواست کند. مطابق با ماده ۵۹۱ قانون مدنی، در صورت توافق نکردن بین شرکا، حاکم اجبار به تقسیم می کند. این تقاضا در صورتی پذیرفته می شود که مال قابل تقسیم باشد.

یکی از سؤالات مطرح در جامعه، چگونگی فروش مال مشاع است که در این مقاله سعی بر توضیح مراحل افراز یا فروش مال مشاع داریم.

درخواست دستور فروش: عنوان درخواستی است که شریک مشاعی در صورت توافق نکردن شریک یا شرکای دیگر جهت فروش ملک مشاع غیر قابل افراز، به دادگاه ارائه می دهد.

افراز ملک مشاع: عبارت است از تقسیم مال غیرمنقول مشاع به نسبت سهم هریک از شرکا، در صورتی که یک یا چند نفر از آن ها راضی به تقسیم نباشند.

گواهینامه افرازنبودن: در صورتی که بنابر تصمیم واحد ثبتی، ملک غیرقابل افراز تشخیص داده شود، گواهینامه ای به متقاضی تسلیم می شود که در آن غیر قابل افرازبودن ملک اعلام می شود.

تقسیم ملک مشاع: عبارت است از تقسیم مال غیرمنقول مشاع در صورت ترازی و توافق شرکا که با



تبیین افراز ملک مشاع

تقسیم مال مشترک ممکن است به تراضی یا به اجبار باشد. مطابق با ماده ۵۸۹ قانون مدنی، شریک می‌تواند هر وقت که بخواهد تقاضای تقسیم مال مشترک کند، مگر در مواردی که تقسیم به موجب قانون، ممنوع یا شرکا به وجه ملزومی مستلزم بر تقسیم نشده باشند. هرگاه نسبت به اصل تقسیم بین شرکا تراضی باشد و طرحی برای تقسیم بین خود داشته و فقط مایل باشند آن را به صورت رسمی درآورند، طبق ماده ۵۹۱ قانون مدنی، به نحوی که شرکا تراضی کنند، به عمل می‌آید و در این صورت، در اداره ثبت اسناد و املاک و دفاتر اسناد رسمی، با رعایت مقررات تنظیم می‌شود.

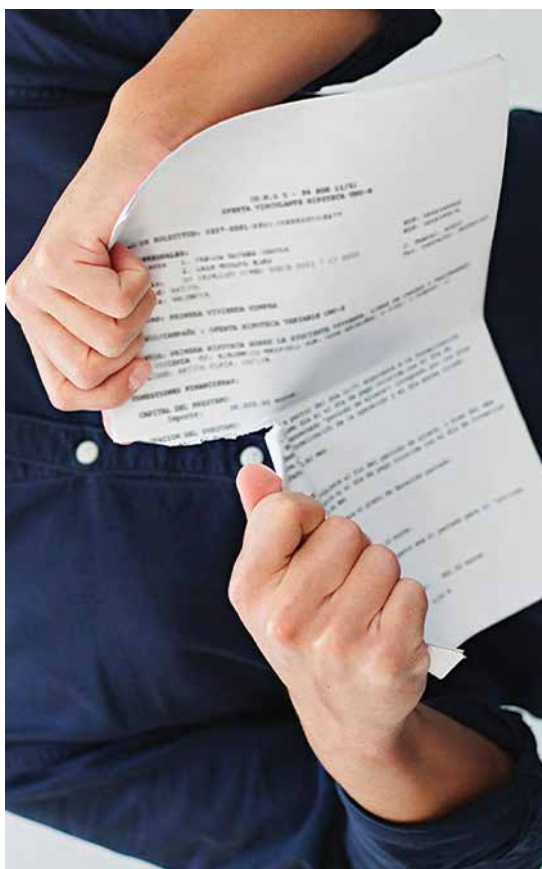
در صورتی که یک یا چند نفر از شرکا، راضی به تقسیم نباشند، حسب قسمت آخر ماده ۵۹۱ قانون مذکور، دعوی افراز، دعوی شریک ملک مشاع با شریک دیگر است. در این ماده، قانونگذار برای تراضی استثنا قائل شده و به صراحت قید شده است که تقسیم نباید مشتمل بر ضرر باشد. همچنین به شرح ماده ۵۹۵ همان قانون: «هرگاه تقسیم متضمن افتادن تمام مال مشترک یا حصه یک یا چند نفر از شرکا از مالیت باشد، تقسیم ممنوع است، اگرچه شرکا تراضی کنند.»

برای مثال، نمی‌توان اتومبیل یا مجسمه مشاع را تقسیم کرد؛ چون این تقسیم متضمن از مالیت افتادن مال مشترک می‌شود. در ماده ۵۸۹ قانون فوق‌الذکر نیز قانونگذار پس از قید عبارت «هر شریک المال می‌تواند هر وقت بخواهد، تقاضای تقسیم مال مشترک کند...» بلافاصله به دو استثنا بر قاعده حق تقسیم اشاره می‌کند و می‌افزاید: «...مگر در مواردی که تقسیم به موجب این قانون ممنوع یا شرکا به وجه ملزومی ملتزم بر تقسیم نشده باشند.»

بنابراین، ملاحظه می‌شود که قانون مدنی به عنوان مصادیق تقسیم ممنوع، تقسیم متضمن ضرر و تقسیم متضمن از مالیت افتادن مال مشترک یا حصه شرکا را از مواد ۵۹۲ تا ۵۹۵ مطمع نظر قرار داده و احکام آن‌ها را بیان داشته است. ممکن است یک یا چند نفر از شرکا،

راضی به تقسیم نباشند و منافع خود را در بقای شرکت ببینند. در این صورت، شریکی که مایل است خود را از قید اشاعه برهاند، می‌تواند از دادگاه حکم به تقسیم را درخواست کند. این تقاضا در صورتی پذیرفته می‌شود که مال قابل تقسیم باشد و افراز باعث از بین رفتن مالیت آن نشود و تقسیم موجب ضرر شرکای ممتنع نباشد؛ زیرا ضرر شریک، قاعده تسلیط را محدود می‌کند و بر آن حکومت دارد. در این‌گونه موارد، راه جمع بین حقوق طرفین این است که شریک، فروش مال مشترک و تقسیم بهای آن را از دادگاه درخواست کند. (ماده ۳۱۷ قانون امور حسبی)

افراز، تقسیم ملک همراه با تعیین سهام مالکان مشاع است و قطعات افرازی به نسبت سهم مالک مشاع به آنان اختصاص می‌یابد. به همین دلیل، حالت اشاعه در افراز ضرورت دارد. در افراز بایستی سهم متقاضی افراز مشخص و جدا شود و چه بسا میان شرکا بر سر صحت افراز و مطابق بودن آن با میزان مالکیت مشاعی، اختلاف حاصل شود. در این صورت، تعیین تکلیف نهایی با مراجع قضایی است. پس از افراز کردن، شراکت خاتمه یافته و هرکدام از شرکا، مالک قطعه زمین خود خواهند بود.



سند مالکیت معارض دارد یا خیر، اعلام نظر می‌کند و پرونده را به نظر مسئول واحد ثبتی می‌رساند. پس از تأیید این‌که جریان ثبتی خاتمه یافته و ملک مالکیت معارض ندارد، مسئول واحد ثبتی به نقشه‌بردار ثبت مأموریت می‌دهد که با دعوت و حضور متقاضی و شریک ممتنع و نماینده ثبت، ملک را معاینه و با توجه به سوابق ثبتی و تصرفات و رعایت حقوق مالکان، ملک مورد تقاضا را ترسیم کند و سپس نقشه‌بردار پس از انجام امور محوله، صورتجلسه و نقشه ترسیم شده را به امضای نماینده ثبت و مالکان حاضر می‌رساند.

مسئول واحد ثبتی پس از رسیدگی و تطبیق درخواست با مقررات قانونی و ملاحظه صورتجلسه تنظیمی و نقشه افرازی و مطابقت آن با وضعیت سوابق ثبتی، تصمیم خود را مبنی بر رد یا قبول درخواست و نحوه افراز اعلام می‌دارد. تصمیم مسئول واحد ثبتی به شرکا ابلاغ می‌شود و ظرف ده روز قابل اعتراض در دادگاه است.

مرجع صالح

مطابق با قانون افراز و فروش املاک مشاع مصوب ۱۳۵۷/۸/۲۲، در دعاوی افراز، املاک واحد ثبتی، مرجع نخستین رسیدگی است و از تصمیم این واحد می‌توان ظرف ده روز به دادگاه شکایت کرد تا حکم مقتضی صادر شود. در ماده یک قانون افراز می‌خوانیم: «افراز املاک مشاع که جریان ثبتی آن‌ها خاتمه یافته است، اعم از این‌که در دفتر املاک ثبت شده یا نشده باشد، در صورتی که مورد تقاضای یک یا چند شریک باشد، با واحد ثبتی محلی خواهد بود که ملک مذکور در حوزه آن واقع است. واحد ثبتی با رعایت تمام قوانین و مقررات، ملک مورد تقاضا را افراز می‌کند.

تبصره: نسبت به ملک مشاع که برای آن سند مالکیت معارض صادر شده، تا زمانی که رفع تعارض نشده است، اقدام به افراز نخواهد شد.

حکم استثنایی خلاف اصول در این ماده را باید تفسیر مضیق کرد و می‌توان گفت:

۱. درباره تقسیم اموال منقول هرچند به‌طور تبعی در حکم غیرمنقول قرار گرفته باشند، مرجع صالح دادگاه حقوقی است.

۲. درباره املاک ثبت نشده یا املاکی که جریان ثبتی آن‌ها پایان نیافته، مرجع صالح برای تقسیم دادگاه است.

۳. درباره تقسیم ترکه که مجموعه‌ای از اموال منقول و حقوق مالی و املاک، موضوع رسیدگی قرار می‌گیرد، دادگاه صلاحیت دارد.

۴. در هر جا که میان شرکا غایب یا مهجوری باشد، تقسیم با دادگاه انجام می‌پذیرد، حتی اگر با توافق باشد.

نحوه افراز

پس از تقدیم درخواست افراز از سوی شریک متقاضی به واحد ثبتی مربوطه، مسئول واحد ثبتی، آن را به نماینده ثبت ارجاع می‌دهد. نماینده ثبت با مراجعه به پرونده ملک، وضعیت ثبتی پلاک مزبور را ملاحظه می‌کند و نسبت به خاتمه یافتن جریان ثبتی آن، اعم از این‌که در دفتر املاک ثبت شده یا نه و



موارد منع افراز املاک و اراضی

۱. مطابق ماده ۵۹۵ قانون مدنی، هرگاه تقسیم متضمن افتادن تمام مال مشترک یا حصه یک یا چند نفر از شرکا از مالیت باشد، تقسیم ممنوع است، اگرچه شرکا تراضی کنند.
۲. طبق ماده ۵۹۷ قانون مدنی، تقسیم ملک از وقف جایز است، ولی تقسیم موقوفه بین موقوف علیهم جایز نیست.
۳. برابر قسمت اخیر ماده ۵۹۱ قانون مدنی، اجبار به تقسیمی که مشتمل بر ضرر باشد، جایز نیست. طبق ماده ۵۹۳ قانون فوق، ضرر عبارت است از نقصان فاحش قیمت به مقداری که به طور معمول، قابل مسامحه نباشد.
۴. وفق نظریه اداره حقوقی قوه قضاییه، هرگاه عمل افراز به وسیله اداره ثبت، مستلزم اصلاح مشخصات ملک باشد و چون اصلاح باید با حضور و موافقت تمام مالکان مشاع صورت پذیرد، قبل از حصول شرط مرقوم اداره ثبت مجاز به افراز نیست. چنانچه برای مالکان مشاعی که به صورت مفروزی متصرف زمین هستند، سند مالکیت مفروزی صادر شود، برای دیگر مالکان ملک مذکور نیز می توان سند مالکیت مفروزی صادر کرد، هرچند در زمین مورد تصرف آن ها اعیانی ایجاد نشده باشد.

دستور فروش ملک مشاعی

پس در صورتی که بنا به تصمیم واحد ثبتی، ملک غیرقابل افراز تشخیص شود، گواهینامه ای به متقاضی تسلیم می شود که در آن غیر قابل افراز و تقسیم بودن ملک اعلام می شود. شریک متقاضی به استناد گواهینامه یادشده و دیگر اسناد و مدارک مالکیت، درخواست خود را مبنی بر فروش ملک به دادگاه حقوقی تقدیم می کند و دادگاه پس از صدور دستور فروش، آن را به دایره اجرا خواهد داد و مدیر اجرا، وفق مقررات قانون اجرای احکام مدنی نسبت به مزایده و فروش مال غیرمنقول اقدام می کند (ماده ۹ آیین نامه قانون افراز و فروش املاک مشاع). لازم است ذکر شود که متقاضی و هریک از شرکا می توانند مثل دیگران در مزایده شرکت کنند و برابر مفاد ماده ۱۳۰ قانون مذکور، بالاترین قیمت پیشنهادی را به صورت نقدی بپردازند و از فروش مال به ثالث جلوگیری کنند.

نکته ها

۱. دستور فروش ملک غیر قابل افراز، با عنایت به ماده ۴ قانون افراز و ماده ۹ آیین نامه اجرایی قانون مذکور نیازمند تقدیم دادخواست و پرداخت هزینه دادرسی و تعیین وقت رسیدگی و درنهایت، صدور حکم نیست، ولی در رویه قضایی تقاضای صدور دستور فروش، از طریق تقدیم دادخواست به عمل می آید.
۲. تصمیمی که دادگاه در برابر این گونه درخواست ها اتخاذ می کند، در قالب حکم یا قرار نیست، بلکه دستور است و نظر به این که تابع تشریفات رسیدگی آیین دادرسی مدنی نیست، قابل تجدیدنظرخواهی و فرجام خواهی نیست.
۳. دستور فروش نظر به این که حکم نیست، مستلزم تقاضای صدور اجرائیه نیست و صرف تقاضای اجرای حکم از ناحیه احدی از شرکا کافی به نظر می رسد. ماده ۴ قانون افراز و فروش املاک مشاع مقرر می دارد: «ملکی که به موجب تصمیم قطعی غیر قابل افراز تشخیص داده شود، با تقاضای هریک از شرکا و به دستور دادگاه شهرستان فروخته می شود.



هزینه‌های افراز

ماده ۳ قانون افراز و فروش املاک مشاع مقرر می‌دارد: «هرگاه تصمیم اداره ثبت درخصوص افراز قطعی شد، در موقع اجرای آن هزینه تفکیک مقرر در ماده ۱۵۰ قانون ثبت از متقاضی دریافت خواهد شد.» بنابراین، هزینه افراز در اداره ثبت برابر هزینه تفکیک است و در موقع اجرا، تصمیم قطعی بر افراز، به وسیله واحد ثبتی دریافت خواهد شد.

تفاوت تفکیک و افراز

۱. تفکیک هم درباره ملک مشاع صورت می‌گیرد و هم درباره ملک غیرمشاع، اما افراز فقط درخصوص املاک مشاع است؛ بنابراین در تفکیک، وجود حالت اشاعه ضرورتی ندارد و ملک با داشتن مالک واحد قابل تفکیک است، ولی قابل افراز نیست.

۲. پس از تفکیک در املاک مشاع، حالت اشاعه باقی است، لیکن پس از افراز، حالت اشاعه از بین می‌رود و شراکتی وجود ندارد.

۳. در افراز، تعیین تکلیف نهایی (پس از اعتراض) با دادگاه است، ولی در تفکیک، با اداره ثبت است.

۴. مرجع درخواست افراز و تفکیک، متفاوت است. مرجع درخواست تفکیک، اداره ثبت محل وقوع ملک است، اما مرجع درخواست افراز، حسب مورد هم می‌تواند اداره ثبت و هم می‌تواند دادگاه مربوطه باشد.

۵. تفکیک با رضایت و در حالت تفاهم مالکان مشاع امکان‌پذیر است و لازمه افراز، نبود تفاهم و رضایت و وجود اختلاف نسبت به حصه یکدیگر است.

۶. در تفکیک، توجهی به میزان سهم مالکان در کل شش دانگ لزومی ندارد و بعد از تنظیم تقسیم‌نامه، رعایت حقوق و سهم هریک از مالکان مشاع مطرح می‌شود، ولی در افراز، رعایت و توجه به سهم معادل حصه هریک از مالکان مشاع ضروری است.

۷. سن و حجر مالکان یا مالک، دخالتی در امر تفکیک ندارد، اما به صراحت ماده ۳۱۳ قانون امور حسبی، اگر مابین مالکان محجور یا غایب باشد، افراز با دادگاه خواهد بود.

۸. در صورت اعتراض به تفکیک از طرف یکی از شرکا، ادامه عملیات متوقف می‌شود و با رضایت

معارض می‌توان دنباله اقدام را شروع کرد، ولی اعتراض به افراز در حین اقدام از شرکای دیگر پذیرفته نیست و پس از افراز می‌توانند در فرجه قانونی اعتراض کنند. لازم است ذکر شود که ارسال دادخواست دستور فروش ملک مشاع به مرجع ذیصلاح از طریق دفاتر خدمات الکترونیک قضایی صورت می‌گیرد، لذا جهت تقدیم دادخواست به همراه سند مالکیت و گواهی نبود افراز و مدارک شناسایی و کارت عابر بانک جهت پرداخت هزینه دادرسی، به این دفاتر مراجعه کنید.

تعدیل یا فسخ قرارداد

تعدیل یعنی معتدل کردن و تعدیل قرارداد به معنی معتدل کردن مبلغ موضوع قرارداد است. در حقوق ایران، سه نوع تعدیل داریم:

۱. تعدیل قراردادی: طرفین در قراردادشان این پیش‌بینی را کرده باشند که اگر اتفاقی افتاد، بتوانند مبلغ قرارداد را طبق توافق بعدی که ابتدا از پیش در قرارداد تعیین شده است، تعدیل کنند. معمولاً در قراردادها، بندی است به نام «قوه قاهره» یا فورس‌ماژور یا بلایای طبیعی که می‌توان با استناد به آن، قرارداد را فسخ یا تعدیل کرد. کرونا نیز در این وسعت، بی‌شک جزو بلایای طبیعی محسوب می‌شود.



بلائی طبیعی یا فورس مازور اشاره شده است. ضمانت اجرای این بند نیز فسخ قرارداد است و چنانچه قرارداد منظور فسخ شود، دیگر نمی‌توان به ادعای فسخ از مستأجر خسارت مطالبه کرد.

برای تعدیل قرارداد نیز چنانچه تمایل به تنظیم دادخواست دارید، بایستی به مصوبات ستاد ملی کرونا اشاره داشته باشید و ضمن آن‌که گروه شغلی خود را بایستی بدانید و با استناد به آن از قاضی بخواهید تا در مبلغ قرارداد شما تجدید نظر کند.

عدل و انصاف نیز حکم می‌کند وقتی مصوبه‌ای تصویب می‌شود، مبنی بر ادامه فعالیت بنگاه اقتصادی، همچون باشگاه‌های ورزشی ملزم به استفاده از ۲۵ درصد ظرفیت خود می‌شوند و بیش‌تر از آن موجب تخلف و پلمپ شدن آن مجموعه می‌شود، قرارداد بین صاحبان مکان ورزشی و مستأجر آن نیز به مبلغ یک چهارم قرارداد تنزیل پیدا کند.

رویه قضایی نیز با صدور بخشنامه‌های مختلف راجع به پرداخت مهریه با قیمت بسیار بالای سکه، جلب کم‌تر و اعطای مرخصی به زندانی‌ها و پذیرش دعاوی اعسار در این شرایط نابسامان اقتصادی، به ویژه متأثر از کرونا و تورم و رکود ناشی از آن، نشان‌دهنده این است که می‌توان برای اجرای عدل و میزان و انصاف به این موارد اشاره کرد و خواستار تعدیل قراردادها شد.

۲. تعدیل قضایی: تعدیل دیگری که البته در حقوق ایران پذیرفته شده، اما در رویه قضایی به ندرت اتفاق افتاده، تعدیل قضایی است. ماده ۲۷۷ قانون به صراحت به این نوع تعدیل اشاره داشته است که حاکم می‌تواند نظر به وضعیت مدیون مهلت عادلانه یا قرار اقساط دهد. هرچند که اختیارات قاضی در حقوق ایران در تعدیل قضایی دیده شده، لیکن عملاً در دادگاه این مقوله با احتیاط بیش‌تری برخورد شده است و خود قضاات نیز از آن‌که بین توافقات طرفین قرار بگیرند و در قرارداد ورود قضایی داشته باشند، خودداری کرده‌اند.

۳. تعدیل قانونی: نوع سوم تعدیل که امروزه کاربرد بیش‌تری دارد، تعدیل قانونی است. در مقدمه می‌گوییم که مصوبات ستاد ملی مقابله با کرونا به منزله قانون است، بنابراین مصوبات این ستاد بسیار اهمیت دارد؛ چراکه اگر مصوبه‌ای به تعطیلی گروه شغلی خاصی اشاره کرده باشد، مانند آنچه درباره استخرهای سرپوشیده رخ داد، این مورد به منزله مانع قانونی و به نوعی به منزله صریح قوه قاهره است که موجب ممتنع شدن قراردادها می‌شود.

مثال دیگر، درباره تمدید قراردادهای اجاره‌های منازل مسکونی بود که موجران را ملزم می‌کرد در صورت اتمام قرارداد سالیانه مستأجر به جهت جلوگیری از اثاث‌کشی و جابجایی و رفت و آمدهای بازدید ملک به مدت سه تا پنج ماه دیگر قرارداد خود را تمدید کنند (حکمی حکومتی که قواعد مسلم حقوقی همچون الناس مسلطون علی اموالهم را به ضرورت‌هایی نقض کرده است).

دادخواست تعدیل

قانون همواره حامی قشر ضعیف‌تر جامعه بوده و سعی بر آن داشته است که چتر حمایتی خود را بیش‌تر برای کارگران و مستأجران و دیگر اقشار آسیب‌پذیر جامعه بگستراند. در کشاکش و جدال حقوقی مابین این اقشار، می‌توان قراردادها را یا فسخ کرد یا سراغ تعدیل رفت. هرچند خیلی از افراد قراردادها را دقیق مطالعه نمی‌کنند، لیکن خوشبختانه در اکثر قراردادها، بندی پیش‌فرض وجود دارد که در آن به قوه قاهره،

ارزیابی و رضایت سنجی سرمایه‌های انسانی صندوق قرض الحسنه شاهد از برگزاری دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی

مدیریت طرح و توسعه



میانگین ۴۵,۸۸۵ (و خط برش یا میانگین آزمون ۳۶) در سطح مطلوبی بوده است. واژگان کلیدی: رضایتمندی، توسعه فردی، اضطراب و استرس شغلی، سرمایه انسانی، صندوق قرض الحسنه شاهد.

یافته‌های تحقیق

الف) تحلیل توصیفی ویژگی‌های جمعیتی

۱. سن

توزیع سن پاسخگویان مشارکت‌کننده در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی در جدول ۱ نشان داده است:

تحقیق حاضر درصدد ارزیابی و رضایت‌سنجی سرمایه‌های انسانی صندوق قرض الحسنه شاهد از برگزاری دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی بوده است. از این رو، داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته که براساس اهداف رفتاری یادگیری تنظیم شده بود، با استفاده از روش تمام شماری از کسانی که در دوره مذکور شرکت کرده بودند، گردآوری شد. به منظور تحلیل داده‌ها از تحلیل توصیفی استفاده شده است. داده‌های پژوهش نشان داده که رضایتمندی سرمایه‌های انسانی صندوق از برگزاری دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی با

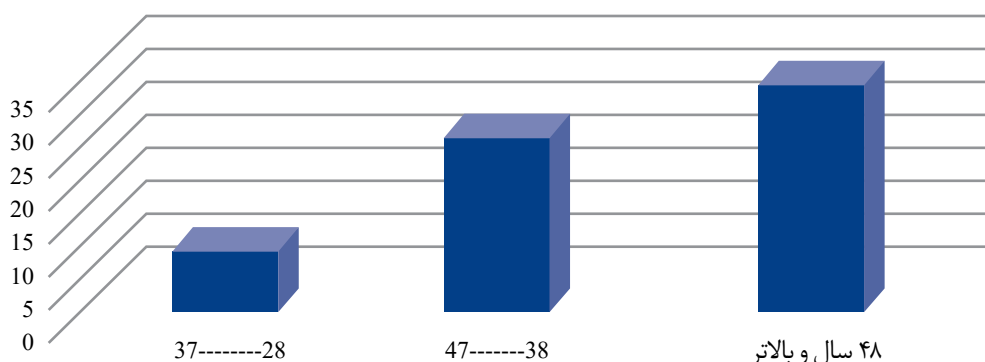
جدول ۱: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن

سن	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد فراوانی تجمعی
۲۸-۳۷	۶	۹,۸	۱۰,۰	۱۰,۰
۳۸-۴۷	۲۳	۳۷,۷	۳۸,۳	۴۸,۳
۴۸ سال و بالاتر	۳۱	۵۰,۸	۵۱,۷	۱۰۰,۰
تعداد کل	۶۰	۹۸,۴	۱۰۰,۰	
بی‌جواب	۱	۱,۶		
تعداد کل	۶۱	۱۰۰,۰		
میانگین: ۴۶,۱۵	میان: ۴۸	نما: ۵۰	واریانس: ۳۳,۳۵۰	انحراف معیار: ۵,۷۷۴

متوسط سن مشارکت‌کنندگان ۴۶ سال و همچنین نیمی از پاسخگویان بالاتر از ۴۸ سال و نیمی دیگر پایین‌تر از آن قرار داشتند. درنهایت، همان‌گونه که آماره‌نما نیز نشان می‌دهد، بیش‌ترین فراوانی سن پاسخگویان در طبقه سنی ۵۰ سال بوده است. نمودار۱، توزیع فراوانی سن پاسخگویان را نشان می‌دهد:

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۱ نیز نشان می‌دهد، از مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی ۱۰ درصد در گروه سنی ۳۸---۳۷، ۳۸٫۳ درصد در گروه سنی ۳۸---۴۷ و ۵۱٫۷ درصد در سن ۴۸ سال و بالاتر بودند. علاوه بر آن، همان‌گونه که آماره میانگین نیز نشان می‌دهد،

نمودار۱: توزیع فراوانی سن پاسخگویان



۲. جنس
توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی در جدول ۲
توزیع جنس پاسخگویان مشارکت‌کننده در دوره نشان داده است:

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنس

جنس	فراوانی	درصد
مرد	۵۶	۹۱٫۸
زن	۵	۸٫۲
تعداد کل	۶۱	۱۰۰٫۰

نشان می‌دهد، بیش‌ترین فراوانی جنس پاسخگویان در طبقه مردان بوده است. نمودار۲، توزیع فراوانی جنس پاسخگویان را نشان می‌دهد:

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۲ نیز نشان می‌دهد، از مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی ۹۱٫۸ درصد مرد و ۸٫۲ درصد زن بودند. علاوه بر آن، همان‌گونه که آماره‌نما نیز

نمودار ۲: توزیع فراوانی جنس پاسخگویان



۳. میزان تحصیلات
توزیع میزان تحصیلات پاسخگویان مشارکت‌کننده جدول ۳ نشان داده است: در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی در

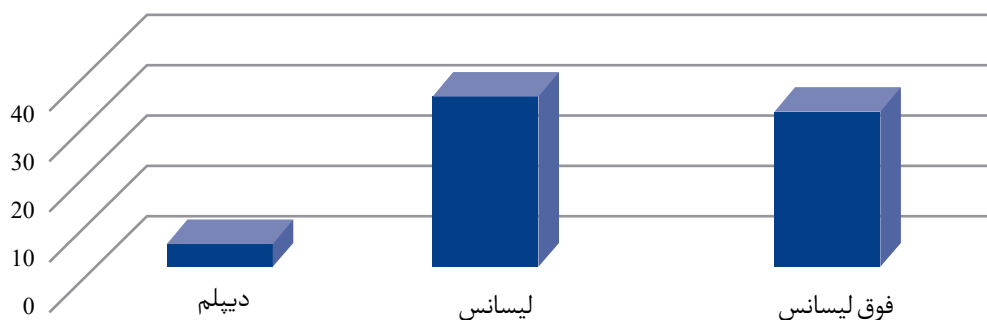
جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
دیپلم	۱	۱٫۶	۱٫۶
لیسانس	۳۱	۵۰٫۸	۵۲٫۵
فوق لیسانس	۲۹	۴۷٫۵	۱۰۰٫۰
تعداد کل	۶۱	۱۰۰٫۰	
میانہ: ۲	نما: ۲		

تحصیلات بالای لیسانس و نیمی دیگر لیسانس و پایین‌تر از آن داشتند. در نهایت همان‌گونه که آماره نما نیز نشان می‌دهد، بیش‌ترین فراوانی میزان تحصیلات پاسخگویان در طبقه تحصیلی لیسانس بوده است. نمودار ۳، توزیع فراوانی میزان تحصیلات پاسخگویان را نشان می‌دهد:

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۳ نیز نشان می‌دهد، از مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی ۱٫۶ درصد تحصیلات دیپلم، ۵۰٫۸ درصد تحصیلات لیسانس و ۴۷٫۵ درصد تحصیلات فوق لیسانس داشتند. علاوه بر آن، همان‌گونه که آماره میانہ نیز نشان می‌دهد، نیمی از پاسخگویان

نمودار ۳: توزیع فراوانی میزان تحصیلات پاسخگویان



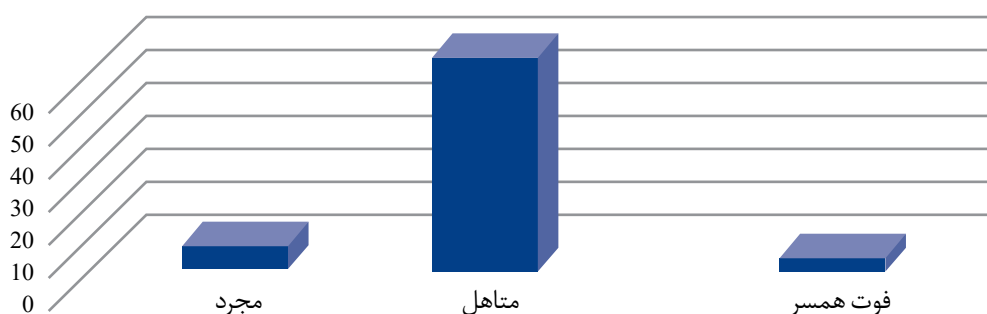
۴. وضعیت تأهل
توزیع وضعیت تأهل پاسخگویان مشارکت‌کننده در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی در جدول ۴ نشان داده است:

جدول ۴: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	فراوانی	درصد
مجرد	۳	۴٫۹
متأهل	۵۷	۹۳٫۴
فوت همسر	۱	۱٫۶
تعداد کل	۶۱	۱۰۰٫۰
نما: ۲		

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۴ نیز نشان می‌دهد، بیش‌ترین فراوانی وضعیت تأهل پاسخگویان در طبقه متأهل بوده است. نمودار ۴، توزیع فراوانی وضعیت تأهل پاسخگویان را نشان می‌دهد:

نمودار ۴: توزیع فراوانی وضعیت تأهل پاسخگویان



میانگین آزمون با خط برش ۳۶ مورد آزمون قرار گرفته است. جدول ۵ و ۶، متغیر رضایتمندی مشارکت‌کنندگان از دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی را در دو حالت (سطح فاصله‌ای و رتبه‌ای) به شرح ذیل نشان می‌دهد:

ب) توصیف داده‌ها
متغیر رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی با دوازده گویه و براساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت با دامنه پاسخ ۱۲---۶۰ و

الف) سطح فاصله‌ای متغیر

جدول ۵: توزیع آمار مرکزی و پراکندگی متغیر رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی

رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی	تعداد گویه	میانگین	خط برش (میانگین آزمون)	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
متغیر رضایتمندی	۱۲	۴۵٫۸۸۵	۳۶	۶٫۴۵۰	۲۸	۶۰
نمونه کل (تعداد مشاهدات معتبر)						۶۱

همان‌گونه که یافته‌های جدول ۵ نیز نشان می‌دهد، متغیر میزان رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی با میانگین ۴۵٫۸۸۵ (و با خط برش ۳۶) در سطح مطلوبی قرار دارد؛ چراکه این میانگین بالاتر از سطح استاندارد تعیین شده (میانگین آزمون) براساس مجموع سؤالات مورد سنجش متغیر یا شاخص کل است.

ب) سطح رتبه‌ای متغیر

جدول ۶: توزیع متغیر رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی

رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی	فراوانی	درصد	درصد فراوانی تجمعی
خیلی کم	-	-	-
کم	-	-	-
تا حدودی	۴	۶٫۶	۶٫۶
زیاد	۳۶	۵۹٫۰	۶۵٫۶
خیلی زیاد	۲۱	۳۴٫۴	۱۰۰٫۰
تعداد کل	۶۱	۱۰۰٫۰	
میانگین: ۴٫۲۸ (زیاد)	میان: ۴ (زیاد)	نما: ۴ (زیاد)	

همان‌گونه که جدول ۶ نیز نشان می‌دهد، از میان پاسخگویان مورد بررسی در این پیمایش، از حیث رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی، به ترتیب: ۶٫۶ درصد رضایتمندی تا حدودی، ۵۹ درصد رضایتمندی زیاد و ۳۴٫۴ درصد رضایتمندی تا خیلی زیاد داشتند. بنابراین همان‌گونه که آماره‌های مرکزی نیز نشان می‌دهد، متوسط و بیش‌ترین طبقه رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی در طبقه زیاد مشاهده شده است.

جدول ۶: توزیع فراوانی گویه‌های رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی

گویه‌های	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	نمونه کل (تعداد مشاهدات معتبر)
۱. تا چه اندازه انتظارات شما از یادگیری دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی و تحصیلی محقق شده است؟	-	-	۲۵	۲۹	۷	۳,۷۰۵	۶۱
	-	-	۴۱,۰	۴۷,۵	۱۱,۵		۱۰۰,۰
۲. تا چه اندازه زوایا و وجوه مختلف اضطراب و استرس شغلی و تحصیلی را که تا پیش از آن مطلع نبودید، فراگرفته‌اید؟	-	۲	۲۸	۲۳	۸	۳,۶۰۷	۶۱
	-	۳,۳	۴۵,۹	۳۷,۷	۱۳,۱		۱۰۰,۰
۳. تا چه اندازه به شناخت کاملی از علل و عوامل مؤثر بر اضطراب و استرس شغلی و تحصیلی دست یافتید؟	-	۱	۱۶	۳۷	۷	۳,۸۲۰	۶۱
	-	۱,۶	۲۶,۲	۶۰,۷	۱۱,۵		۱۰۰,۰
۴. تا چه اندازه دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی و تحصیلی توانسته است راهکارهای مناسبی جهت مقابله با استرس شغلی و تحصیلی در اختیار شما قرار دهد؟	-	۲	۲۵	۲۴	۱۰	۳,۶۸۸	۶۱
	-	۳,۳	۴۱,۰	۳۹,۳	۱۶,۴		۱۰۰,۰
۵. تا چه اندازه پس از این دوره، قادر هستید که آموخته‌هایتان را در زندگی شغلی و خانوادگی به کار ببرید؟	۱	-	۲۳	۲۵	۱۲	۳,۷۷۰	۶۱
	۱,۶	-	۳۷,۷	۴۱,۰	۱۹,۷		۱۰۰,۰
۶. تا چه اندازه پس از این دوره، قادر به کنترل و مقابله با اضطراب و استرس شغلی و تحصیلی خود یا اعضای خانواده‌تان هستید؟	۱	۳	۲۱	۲۱	۱۵	۳,۷۵۴	۶۱
	۱,۶	۴,۹	۳۴,۴	۳۴,۴	۲۴,۵		۱۰۰,۰
۷. تا چه اندازه پس از این دوره، قادر به ریشه‌یابی و تحلیل اضطراب و استرس‌های شغلی و تحصیلی خود یا اعضای خانواده‌تان، پس از وقوع آن هستید؟	۱	۴	۱۷	۳۳	۶	۳,۶۳۹	۶۱
	۱,۶	۶,۶	۲۷,۹	۵۴,۱	۹,۸		۱۰۰,۰
۸. تا چه اندازه فکر می‌کنید که پس از این دوره بتوانید آموخته‌هایتان را به موقعیت‌های دیگر (اضطراب و استرس‌های دیگر زندگی) تعمیم دهید و آن را تجزیه و تحلیل کنید و راهکار ارائه دهید؟	۱	-	۲۳	۳۱	۶	۳,۶۷۲	۶۱
	۱,۶	-	۳۷,۷	۵۰,۸	۹,۸		۱۰۰,۰

گویه‌های	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	نمونه کل (تعداد مشاهدات معتبر)
۹. تا چه اندازه از ساعت برگزاری دوره توسعه فردی اضطراب و استرس‌های شغلی و تحصیلی رضایت داشتید؟	۲	۸	۱۵	۲۱	۱۵	۳,۶۳۹	۶۱
	۳,۳	۱۳,۱	۲۴,۶	۳۴,۴	۲۴,۶		۱۰۰,۰
۱۰. تا چه اندازه از روز برگزاری دوره توسعه فردی اضطراب و استرس‌های شغلی و تحصیلی رضایت داشتید؟	-	۳	۱۵	۲۳	۲۰	۳,۹۸۳	۶۱
	-	۴,۹	۲۴,۶	۳۷,۷	۳۲,۸		۱۰۰,۰
۱۱. تا چه اندازه از دانش و مهارت استاد دوره توسعه فردی اضطراب و استرس‌های شغلی و تحصیلی رضایت داشتید؟	-	-	۹	۲۵	۲۷	۳,۲۹۵	۶۱
	-	-	۱۴,۸	۴۱,۰	۴۴,۳		۱۰۰,۰
۱۲. تا چه اندازه اعتقاد دارید که برگزاری چنین دوره‌هایی می‌تواند برای زندگی شغلی و خانوادگی کارکنان مفید و اثربخش است؟	-	۲	۸	۲۰	۳۱	۳,۳۱۱	۶۱
	-	۳,۳	۱۳,۱	۳۲,۸	۵۰,۸		۱۰۰,۰
شاخص کل (متغیر) رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی	-	-	۴	۳۶	۲۱	۴,۲۸	۶۱
	-	-	۶,۶	۵۹,۰	۳۴,۴		۱۰۰,۰

(رجوع به میانگین رتبه‌ای گویه ۱۰ و نیز شاخص کل).
 ۲. سطح دانش مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی مذکور ارتقا یافته است (رجوع به گویه‌های ۱ و ۳).
 ۳. سطح کاربست و به‌کارگیری آموخته‌ها در زندگی فردی، خانوادگی و شغلی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی مذکور ارتقا یافته است (رجوع به گویه‌های ۵، ۶ و ۷).
 ۴. سطح تعمیم و تسری آموخته‌ها به دیگر موقعیت‌ها از سوی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی مذکور ارتقا یافته است (رجوع به گویه ۸).
 ۵. میزان رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی مذکور از مدرس مربوطه نیز در سطح نسبتاً مطلوبی برآورد شده است (رجوع به گویه ۱۱)

- تحلیل توصیفی گویه‌های رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی
 جدول ۷: توزیع فراوانی گویه‌های رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی
 همان‌گونه که یافته‌های جدول ۷ نیز نشان می‌دهد، گویه‌های مرتبط با رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی اضطراب و استرس شغلی، بیان‌کننده موارد ذیل است:
 ۱. در مجموع، میزان رضایتمندی مشارکت‌کنندگان در دوره توسعه فردی مذکور در سطح مطلوبی بوده است



حدود شش سالی که در صندوق شاهد به جامعه هدف خدمت می‌کنم، تجارب ارزشمندی کسب کردم که بانکداران اجرایی در مواجهه با ایتارگران با آن‌ها مانوس هستند. تکریم ایتارگران تحت هر شرایطی وظیفه اصلی ماست و این مهم، نیازمند صبوری بسیاری است. باید شنونده خوبی برای صحبت‌های این عزیزان باشیم و رفتاری متعهدانه در قبال آن‌ها داشته باشیم.

یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین منابع صندوق، کسوراتی است که به عنوان پس انداز از اعضا دریافت می‌شود. دریافت اولین افزایش حقوق می‌تواند شارژ مناسبی برای صندوق باشد تا ضمن تسریع در روند پرداخت تسهیلات، بتوان درباره افزایش سقف وام نیز مانور عملیاتی داد.

این جانب سجاد آزادروش، از تیر ۱۳۹۶ به عنوان بانکدار اجرایی صندوق قرض الحسنه شاهد در شهرستان بم شروع به کار کردم. بنده سابقه خدمت در قسمت‌های مختلف بنیاد را داشتم و به دلیل ارتباط مستقیم با جامعه هدف در حوزه کاری بنیاد، بنا به تشخیص مسئولان شهرستان، امور مربوط به صندوق را نیز برعهده گرفتیم.

در اول هر ماه، لیست از افرادی که متقاضی دریافت وام هستند و به صندوق مراجعه کردند، تهیه می‌شود. بعد از ثبت کسورات توسط مرکز، به اطلاع افراد متقاضی و همچنین افرادی که واجد شرایط دریافت وام هستند، می‌رسانم که برای ثبت و امضای فرم وام به بنیاد مراجعه کنند. اطلاع‌رسانی به موقع به اعضا و همچنین توجیه ایشان درخصوص نحوه دریافت تسهیلات، از مهم‌ترین وظایف هر بانکدار اجرایی است. گاهی اعضا به دلیل شرایط اضطرار و نیاز فوری به وام، شرایط خاصی پیدا می‌کنند که در این هنگام ارائه راهنمایی‌های درست و منطقی، مهم‌ترین کاری است که باید انجام داد.

با توجه به بخشنامه‌هایی که صندوق هر ساله در فروردین ماه ارسال می‌کند، سعی می‌شود موارد مهمی از بخشنامه را به اطلاع همکارانی که بیش‌تر با جامعه هدف در ارتباطند، برسانم تا سردرگمی برای جامعه هدف ایجاد نشود. به هر حال، هر مقطع زمانی شرایط خاص خود را دارد و بانکداران اجرایی می‌بایست بر همه قوانین و بخشنامه‌ها اشراف کامل داشته باشند. با توجه به معیشت سخت جامعه هدف و شرایط موجود صندوق که با افزایش تعداد اعضا در سال ۱۴۰۰ با کمبود بودجه مواجه شده است و جامعه هدفی که باید مدت انتظاری را برای دریافت وام سپری کند، نارضایتی‌های به وجود آورده است که ان شاء الله در سال آینده طبق روال سال‌های گذشته، اولین افزایش حقوق، کسر و به صندوق واریز شود تا هم وضعیت صندوق بهتر شود و هم جامعه هدف.



آسان به اینترنت در شهرستان‌ها، گزارش نگرفتن باز از سیستم برای ارائه به اعضا، اتصال ناپذیری به شبکه بنیاد (سجایا و حقوق جهت کنترل وضعیت فوت و حقوق بگیری افراد)، اتصال ناپذیری به سامانه ثبت احوال جهت احراز هویت. درخصوص قطع حقوق و فوتی‌ها، سیستم هوشمند عمل نمی‌کند و باعث ایجاد مانده و وام‌های راكد شده است. نبود سیستم اعلام نوبت وام اعضا به کسانی که نوبت دریافت وامشان رسیده، ارسال نکردن پیامک به وراث متوفیان که بدهی آنان تسویه شده.

با عنایت به اساسنامه تأسیس صندوق قرض الحسنه شاهد و همچنین منشور اخلاقی صندوق و با توجه به اهمیت فرهنگ الهی قرض الحسنه در اقتصاد اسلامی، این جانب در این مدتی که در خدمت خانواده‌های معظم شاهد و ایثارگران هستم، تلاش کردم در جهت تکریم و همچنین رضایت آنان، از هیچ کوششی دریغ نورزم و با ارائه خدمات به موقع، با توجه به ضوابط و مقررات صندوق، رضایت خاطر خانواده‌ها را جلب کنم و در ارتقای عملکرد کمی و کیفی صندوق مؤثر باشم.

پیشنهادهایی برای بهره‌وری بیش‌تر صندوق در راستای خدمات‌دهی به اعضا:

برگزاری دوره‌های آموزشی و افزایش بهره‌وری به صورت مجازی، توجه به نیازهای نیروی انسانی شاغل با اعطای تسهیلات کم بهره باعث ارائه خدمات شایسته‌تر به جامعه هدف می‌شود و اهمیت دادن به دانش و مهارت‌های روان‌شناختی پرسنل و همچنین برگزاری اردوهای خانوادگی، سیاحتی و زیارتی و برگزاری مسابقات ورزشی در جهت تقویت روحیه و ایجاد همبستگی بیش‌تر بین رابطان و پرسنل شاغل در صندوق، در جهت ارائه خدمت بهتر به جامعه هدف تلاش کنیم.

این جانب محمد حیدری، از شهریور ۹۹ به عنوان رابط صندوق قرض الحسنه شاهد و ایثارگر بنیاد شهید و امور ایثارگران شهرستان بوشهر، مشغول خدمت به خانواده‌های معظم شاهد و ایثارگر هستم و با توجه به بازنشسته شدن همکاران، این مسئولیت به عهده این جانب گذاشته شد. درضمن، پست سازمانی این جانب نیز معاون تعاون و درمان بنیاد شهید و امور ایثارگران شهرستان بوشهر است.

مراجعه متقاضی وام، کنترل مدارک شناسایی، فیش حقوقی و وضعیت عضویت متقاضی و کنترل حساب متقاضی وام، تکمیل درخواست وام، تکمیل فرم ضمانت وام توسط گروه‌هایی که به ضامن نیاز دارند (شامل فرزندان اناث مجرد یا مطلقه، دیگر فرزندان و جانبازان کمک‌معیشت بگیر)، ثبت درخواست وام و ارسال مدارک به مرکز استان در کوتاه‌ترین زمان.

فرایند وام‌موردی: ارائه مدارک و مستندات دال بر نیاز اضطراری به وام (مدارک درمانی، مراجع قضایی، ازدواج فرزندان، فوت اعضای خانواده درجه یک و ارسال مدارک و مستندات به مرکز استان، تکمیل فرم عضویت اعضای جدید مشمول دریافت تسهیلات قرض الحسنه شاهد.

با عنایت به اهداف تعیین شده در اساسنامه (حفظ کرامت و عزت نفس جامعه هدف و ارائه خدمات اثربخش به جامعه بزرگ ایثارگری الزامات و حساسیت‌های کارها در این حوزه که دیگر همکاران بایستی آن موارد را بدانند، عبارت است از: ۱. رفتار شغلی در چهارچوب قانون و منشور اخلاقی را سرلوحه خود قرار دهیم و به آن پایبند و متعهد به اجرای آن باشیم و ۲. وظیفه شناسی، وقت شناسی، صداقت در گفتار و رفتار، امانت‌داری و صبر و حوصله داشته باشیم و از دراختیار گذاشتن اطلاعات اعضای صندوق، همانند پس‌اندازشان، به افراد غیرمسئول خودداری کنیم.

آسیب شناسی بخش‌های مختلف صندوق:

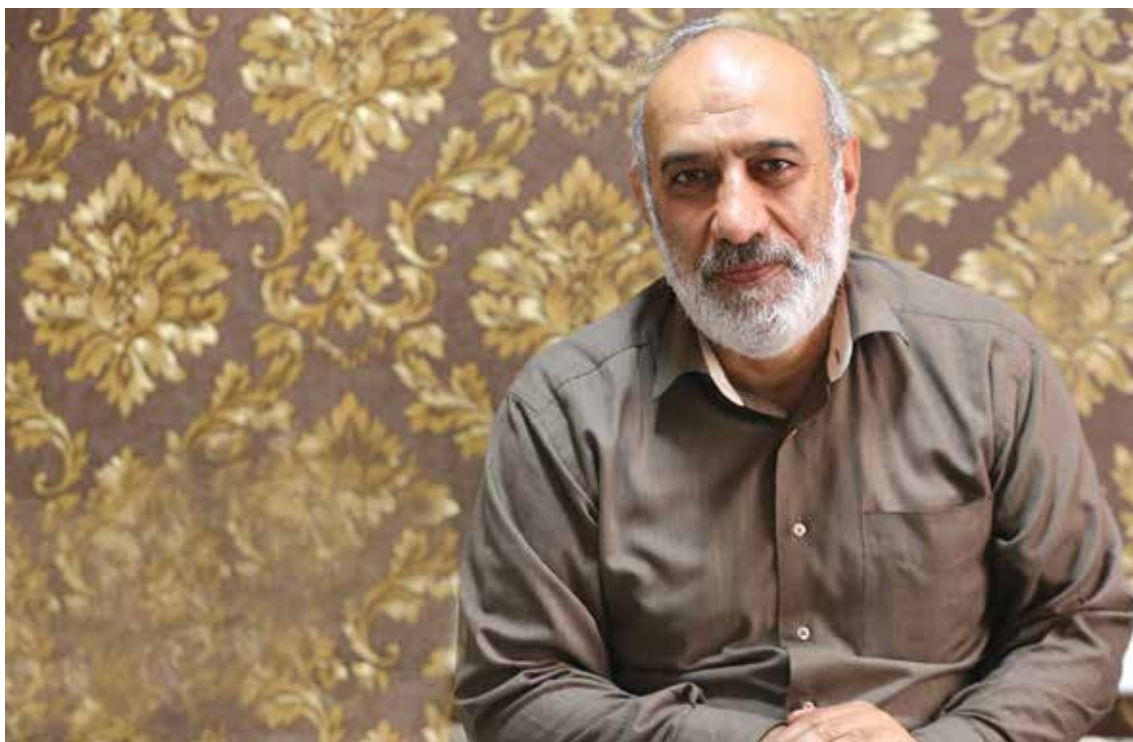
۱. از تمرکزگرایی بیش از حد و نبود تفویض اختیار کافی به رؤسای مناطق در استان

۲. نبودن ساختمان‌های مستقل در استان

۳. فرایند زائد اداری در بعضی موارد، از جمله: استرداد پس‌انداز اعضای فوتی، کندی اینترنت، دسترسی نداشتن



سیاهه‌ای به نام آرزوها



۱
 بعضی‌ها آرزوهایشان را می‌فروشند. بعضی‌ها آرزوهایشان را می‌خرند.
 بعضی‌ها به آرزوهایشان چوب حراج می‌زنند و بعضی‌ها آرزوهایشان را گنجی نگه می‌دارند تا عتیقه شود.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را به نفع دیگری از دست می‌دهند. بعضی‌ها آرزوهایشان را با له کردن منافع دیگری به دست می‌آورند.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را دوست دارند.
 بعضی برای تحقق آرزوهایشان خیلی وقت می‌گذارند؛ یک عمر.
 بعضی آرزوهایشان، همان خود زندگی است.
 بعضی آرزوهایشان را زنده به گور می‌کنند، با دست خودشان.

معمولاً با فرارسیدن سال نو، کلی برای خود فهرست بلندبالایی از برنامه‌های سال پیش‌رو را لیست می‌کنیم و وقتی هم به پایان سال می‌رسیم، با کمال تعجب درمی‌یابیم که تمام آنچه را لیست کردیم، سیاهه‌ای از آرزوهای به هم بافته بود؛ آرزوهایی از خیلی گذشته تا آینده‌های مبهم.
 گاهی روان‌شناسان، برای پی‌بردن به کنه شخصیت مراجع خود، از او می‌خواهند تا آرزوهایش را بیان کند. قائلند که سقف و افق آرزوها، نگرش فرد را به هستی و دیدگاه شخص را در گذشته و افق او را به آینده و پندار و برداشت‌هایش را به دنیای پیرامون نشان می‌دهد. با چنین فرضی، فهرستی از آرزوهای زیر را نوشتم و این‌که به کدامشان باور داریم. شاید این‌طوری بتوانیم جای خودمان را پیدا کنیم توی این آشوب بازار دنیا:



بعضی از آرزوها را باید خورد. بعضی از آن‌ها را باید برد.
 بعضی از آرزوها دیدنی است. بعضی از آن‌ها شنیدنی.
 بعضی از آرزوها گفتنی است. بعضی از آرزوها ناگفتنی
 است (تا ابد).
 بعضی از آرزوها شگفتی می‌آفریند. بعضی از شگفتی‌ها آرزو
 می‌سازد.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را می‌کشند و بعضی‌ها آرزوهایشان را
 زنده نگه می‌دارند.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را می‌بازند و بعضی‌ها آرزوهایشان را
 می‌برند.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را توسعه می‌دهند. بعضی‌ها
 آرزوهایشان را محدود می‌کنند.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را می‌نویسند. بعضی دیگر می‌گویند.
 بعضی از آرزوها خواندنی است. بعضی از آن‌ها راندنی.
 بعضی از آرزوها مشترک است. بعضی از آن‌ها
 منحصر به فرد.
 بعضی از آرزوها برای یک جماعت است. بعضی برای یک
 ملت. بعضی هم برای همه بشریت.

بعضی آرزوهایشان را به گور می‌برند.
 بعضی برای تحقق آرزوهایشان، خیلی خرج می‌کنند.
 بعضی در حسرت آرزوهایشان، خیلی رنج می‌کشند.
 بعضی آرزوهایشان محقر است نزد این و آن.
 بعضی آرزوهایشان بلندمرتبه است این جا و آن جا.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را به باد می‌دهند.
 بعضی‌ها آرزوهایشان، باد آورده است.
 بعضی‌ها دائم به آرزوهایشان فکر می‌کنند. بعضی هم
 خیال می‌بافند.
 بعضی آرزوهایشان را می‌پرستند (از فرط علاقه). بعضی
 دشمن آرزوهای دیگرانند.
 بعضی برای آرزوهای دیگران احترام قائلند.
 بعضی‌ها آرزو ندارند. بعضی‌ها آرزوهای زیادی دارند.
 بعضی آرزوهایشان را قطعه قطعه و کوچک می‌کنند تا به
 آن دست یابند.
 بعضی‌ها آرزوهایشان را خفه می‌کنند.
 بعضی‌ها برای آرزوهایشان، یک عمر نقشه می‌کشند.
 بعضی‌ها آرزوهایشان بزرگ است. بعضی کوچک.
 بعضی از آرزوها طولانی است و عمر نوح می‌خواهد تا به
 آن رسید.
 بعضی از آرزوها، همین دم دست است.
 بعضی از آرزوها واقعی است. بعضی هم خیالی و دل‌فریب.
 بعضی از آرزوها محدود است. بعضی از آرزوها نامحدود.
 بعضی از آرزوها دل‌خوش‌کنک است. بعضی از آرزوها
 دل‌گرم‌کننده.
 بعضی آرزوها ماندنی است. بعضی از آرزوها رفتنی.
 بعضی از آرزوها منتقل می‌شود به آدم‌های دیگر، به
 نسلی دیگر.
 بعضی از آرزوها به ارث برده می‌شود. بعضی از آرزوها را به
 ارث می‌دهند.
 بعضی از آرزوها درخشانند. بعضی‌شان تیره و تار.
 بعضی از آرزوها بنیان‌کن است. بعضی‌شان مبنای حرکت
 و جهاد.
 بعضی از آرزوها ظریف است. بعضی آرزوها شریف.
 بعضی از آرزوها زمخت است و بعضی از آن‌ها سخت.
 بعضی از آرزوها شکننده است و بعضی‌ها شکوفاکنده.



بعضی از آرزوها سقف دارد و بعضی رو باز است و سقف ندارد.

بعضی از آرزوها شهادت می‌دهند. بعضی از شهادت‌ها، آرزوست.

بعضی از آرزوها افتخارآمیز است. بعضی از آرزوها حقارت‌آمیز.

بعضی آرزوها به اوج می‌برند. بعضی از آن‌ها به حضيض.

بعضی آرزوها بهشتی است. بعضی از آن‌ها جهنمی.

بعضی آرزوها آبادگر است و بعضی از آن‌ها ویرانگرانه.

بعضی از آرزوها برای همیشه آرزو می‌ماند. بعضی از آرزوها اصلاً آرزو نیست تا بماند.

برای بعضی‌ها، آرزوهای دیگران مهم است. برای بعضی‌ها دیگران، آرزوی اویند.

بعضی آرزوها خطرناک است. بعضی آرزوها دردناک.

۲

بعضی آرزوهایشان نه سر دارد و نه ته. تمامی ندارد انگار.

بعضی آرزوهایشان جاه طلبانه است.

بعضی آرزوهایشان ادامه آرزوهای پیشینیان است.

بعضی آرزوها قشنگ است. بعضی از آن‌ها گمیتش از اول هم لنگ.

بعضی آرزوها من درآوردی است.

بعضی آرزوها زمینه ساز است و بعضی آرزوها سازنده.

بعضی آرزوها خنده دار است و بعضی گریه‌ناک.

۳

بعضی آرزو می‌کنند که کاش هیچ وقت آرزو نمی‌کردند.

بعضی‌ها آرزو می‌کنند که کاش به موقع آرزو می‌کردند.

بعضی آرزوهایشان پر از ترانه است. بعضی پر از گل و گلاب.

بعضی آرزوها دریچه است؛ مقدمه برای ورود به آرزوی دیگر.

بعضی آرزوها آغاز راه است. بعضی هم فرجام و سرانجام.

بعضی آرزوها برای رسیدن است. بعضی‌ها برای گذشتن. بعضی‌ها هم ماندن.

بعضی آرزوها عاشقانه است، بعضی عارفانه و بعضی عاقلانه.

بعضی آرزوها خودخواهانه است و بعضی آرزوها جاه طلبانه.

بعضی آرزوها حالا حالاها نمی‌شود به آن رسید.

بعضی آرزوها را باید گذاشت روی تاقچه. بعضی‌ها را باید کاشت توی باغچه و بعضی‌ها هم هستند که گره می‌زنند به هم، مثل علف!

بعضی آرزوها را باید به اولین دوره گرد سپرد. بعضی‌هایشان را باید از گل فروش‌ها خرید.

بعضی آرزوها را توی ضریح می‌اندازند. بعضی‌ها هم آن را به آب رود می‌سپارند.

بعضی آرزوهایشان را با چشم بسته، پشت پرده ذهن مرور می‌کنند.

بعضی آرزوها را با چشم باز و می‌خوانند.

بعضی برای آرزوهایشان جان می‌گذارند، بعضی برای آن زمان.

بعضی از آرزوها از یک مکان به مکان دیگر تغییر می‌کند. بعضی از یک مقطع به مقطع دیگر.

بعضی آرزوها در طول زمان بزرگ می‌شود. بعضی‌ها طی آن، کوچک.

بعضی آرزوها محال است. بعضی آرزوها حرام.

بعضی آرزوها بی‌دروپیکر است. بعضی‌هایشان هم بی‌سرو سامان.

بعضی آرزوها ولگرد اذهان است. بعضی هایشان سرگردان در نگاه و روزمرگی‌ها.

بعضی آرزوها تبدیل می‌شود به حسرت. بعضی هایشان هم منجر می‌شود به وصلت.

بعضی آرزوها تبدیل شدنی است. بعضی تغییر یافتنی.

بعضی ترغیبی. بعضی تنبیهی. بعضی تشویقی.

بعضی آرزوها مؤثر است و بعضی هایشان مقصر.

بعضی آرزوها واقعی است. بعضی خیالی.

۴

می‌شود با آرزوها زندگی کرد. ولی آیا می‌شود بدون آرزو هم زندگی کرد؟

می‌شود آرزوها را فراخواند. ولی آیا می‌شود فراخوانده‌ها را آرزو کرد؟

می‌شود آرزوها را برباد داد. ولی می‌شود برباد داده‌ها را آرزو کرد؟

می‌شود آرزوها را بخشید. ولی آیا می‌شود بخشیده‌ها را آرزو کرد؟

بعضی آرزو می‌کنند کاش برگردند از اول شروع کنند.

بعضی‌ها منتظر آخر ماجرا، مرتب دارند پا به پا می‌شوند.

بعضی آرزو می‌کنند کاش در همان بچگی‌شان می‌ماندند.

بعضی‌ها آرزو می‌کنند کاش هرچه زودتر بزرگ شوند.

بعضی‌ها آرزو می‌کنند کاش مرد بودند. بعضی‌ها آرزو می‌کنند زن.

بعضی‌ها در آرزوی گذشته‌اند. بعضی‌ها در آرزوی آینده.

بعضی‌ها آرزو می‌کنند بمیرند. بعضی‌ها آرزو می‌کنند بمانند (جاودانگی).

بعضی‌ها آرزو می‌کنند ارزشمند شوند. بعضی‌ها دانشمند.

بعضی‌ها آرزو می‌کنند شفا پیدا کنند. بعضی‌ها آرزو می‌کنند بیمار شوند!

بعضی‌ها آرزو دارند تنها باشند. بعضی‌ها آرزو دارند با هم.

بعضی‌ها دلتنگ آرزوهایشانند. بعضی‌ها آرزوی دلتنگی می‌کنند.

۵

با خود می‌گوییم:

آرزوی بچه‌ها با آرزوی پیران چقدر تفاوت دارد؟

آیا دیوانه‌ها هم آرزو دارند؟

وقتی می‌گوییم: «آرزو به دل ماندم»؛ یعنی آرزو در کجای دلمان قرار دارد؟

وقتی دیگران به جای ما آرزو می‌کنند، چرا نباید بازخواست شوند؟

چرا آرزوی مامان‌ها و باباها، رؤیاهای بربادرفته خودشان است که باید بچه‌ها جور آن را بکشند؟

و کلی سؤال هجمه آورده است توی ذهنم از این... که

احتمالاً تمامی ندارد.

۶

در این کوران آرزوها نمی‌توانیم منکر شویم:

برای آرزوها باید وقت گذاشت.

برای آرزوها باید نقشه کشید، برنامه داشت.

برای آرزوها باید کار کرد.

برای آرزوها باید دعا خواند.

برای آرزوها باید فکر کرد.

برای آرزوها باید مشورت گرفت.

برای آرزوها باید از خدا و دیگری یاری خواست.

و من برای همه شما آرزو می‌کنم که: «آرزوهایتان» به

اندیشه تبدیل شود و خط بطلانی باشد بر جهل!



با ChatGPT آشنا شوید

علیرضا احمدی (کارشناس برنامه ریزی و آموزش)



حرفه ای این هوش مصنوعی با قابلیت های جدید هم از راه می رسد که البته رایگان نخواهد بود.

کدام شرکت ChatGPT را خلق کرده است؟

این چت بات، جدیدترین دستاورد شرکت تحقیقاتی OpenAI است که ایلان ماسک یکی از بنیانگذاران آن محسوب می شود. این شرکت با همکاری یکی از سرمایه گذاران سیلیکون ولی به نام «سم آلتمن» در اواخر سال ۲۰۱۵ تأسیس شد و هدفش توسعه هوش دیجیتال برای کمک به بشریت است. البته ایلان ماسک از این استارت آپ جدا شد و فاصله اش با آن را افزایش داد. ایلان ماسک که حالا مدیرعامل توییتر است، در توییتری اعلام کرد که OpenAI برای آموزش ابزارهای خود به دیتابیس این شبکه اجتماعی دسترسی داشته که البته حالا چنین کاری را متوقف کرده است.

این چت بات به اندازه ای محبوب شده که طبق گزارش ها، مایکروسافت که چند سال پیش یک میلیارد دلار در OpenAI سرمایه گذاری کرده بود، حالا می خواهد ده میلیارد دلار دیگر در این شرکت سرمایه گذاری کند.

جدیدترین ابزار OpenAI به خاطر عملکرد بی نظیرش در انجام کارهای پیچیده، متخصصان را تحت تأثیر قرار داده است. هوش مصنوعی روزبه روز پیشرفته تر می شود و شاهد توسعه محصولات جذاب و البته گاهی ترسناکی با هوش مصنوعی هستیم. حالا جدیدترین دستاورد این حوزه، یک چت بات به نام «ChatGPT» است. این چت بات را OpenAI توسعه داده است؛ استارت آپی که ایلان ماسک یکی از بنیانگذاران آن است. اما چرا این چت بات در روزهای اخیر تا این اندازه مورد توجه قرار گرفته است؟

چت بات مبتنی بر هوش مصنوعی ChatGPT چیست؟

ChatGPT یک نمونه اولیه از چت بات دیالوگ محور مبتنی بر هوش مصنوعی است که می تواند زبان طبیعی انسان را متوجه شود و متون نوشتاری بسیار دقیقی مشابه انسان تولید کند. در حقیقت ChatGPT جدیدترین نسخه از GPT، خانواده ای از هوش مصنوعی با قابلیت تولید متن به حساب می آید. به زودی نسخه



ChatGPT چگونه کار می‌کند؟

بهینه کند. اما در دنیای واقعی، این چت بات می‌تواند برای وبسایت‌ها محتوا تهیه کند، به سؤالات مشتریان پاسخ دهد و همچنین به دیگران پیشنهاد ارائه کند. سم آلتمن، مدیرعامل OpenAI می‌گوید: «با یک دمو اولیه روبرو هستیم و در آینده‌ای نزدیک، انسان‌ها می‌توانند به دستیارهای کارآمد برای صحبت، پاسخ به سؤالات و همچنین دریافت توصیه دسترسی پیدا کنند.» همچنین به گفته آلتمن: «این ابزار می‌تواند برای انسان‌ها کارهای مختلفی انجام دهد و در نهایت، دانش‌های جدید را در اختیارمان بگذارد.»

آیا ChatGPT جایگزین انسان می‌شود؟

به مهم‌ترین بخش می‌رسیم: جایگزینی هوش مصنوعی با انسان و بیکار شدن انسان‌ها. در حال حاضر، گمانه‌زنی‌هایی مبنی بر این‌که مشاغل وابسته به تولید محتوا توسط این ابزار از بین برود، وجود دارد. در حقیقت، شاید ChatGPT بتواند نمایشنامه‌نویسان، اساتید دانشگاه‌ها، برنامه‌نویسان و خبرنگاران را بیکار کند.

این چت بات که با هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی توسعه پیدا کرده است، از طریق یک رابط کاربری گفتگو محور، به سؤالات پاسخ می‌دهد و اطلاعات را در اختیار کاربران قرار می‌دهد. این ابزار از طریق یک نمونه عظیم از اطلاعات اینترنت آموزش داده شده است. به گفته OpenAI، این ابزار با تمرکز روی سادگی در استفاده توسعه پیدا کرده است: قالب گفتگو محور این قابلیت را به ChatGPT داده تا بتواند به سؤالات بعدی کاربران هم جواب دهد، اشتباهات خود را بپذیرد و به چالش بکشد و همچنین درخواست‌های نامناسب را رد کند.

چت بات جدید OpenAI چه کاربردهایی دارد؟

افرادی که از این چت بات استفاده کرده‌اند، آن را به گونه‌ای جایگزین گوگل توصیف می‌کنند؛ چراکه می‌تواند توضیحات ارائه کند، به سؤالات پیچیده پاسخ دهد و برای مواردی مانند نحوه نوشتن کد و حل مشکلات راه حل ارائه کرده است و همچنین پرسش‌ها را



نکنید و فقط از طریق وبسایت OpenAI از این چت بات استفاده کنید. باید به این موضوع هم اشاره کنیم که می توانیم چت جی پی تی را از طریق گیت هاب هم دانلود کنید، اما برای استفاده از آن نیازی به این کار نیست.

نحوه ساخت حساب OpenAI

اگرچه استفاده از ChatGPT ساده است، اما برای این کار باید حساب OpenAI داشته باشید. شما می توانید در وبسایت OpenAI حساب بسازید یا به راحتی با استفاده از حساب گوگل یا مایکروسافت خود، وارد این چت بات شوید. اگر دنبال استفاده از حساب گوگل یا مایکروسافت خود نیستید، می توانید با ایمیل و شماره تلفن، در این وبسایت حساب بسازید. در ادامه، یک کد برای شما ارسال می شود و می توانید فرایند ثبت نام را تکمیل کنید. در نهایت، با همین حساب، قادر به استفاده از ChatGPT خواهید بود.

نحوه استفاده از ChatGPT

صفحه ChatGPT طراحی ساده ای دارد و شامل بخشی برای نتایج و همچنین یک باکس برای نوشتن درخواست کاربران می شود. شما می توانید هر سؤالی را که می خواهید، از ChatGPT بپرسید. در ادامه، می توانید درباره پاسخ ChatGPT هم از آن سؤال پرسید و در حالت کلی، این گفتگو را ادامه دهید. OpenAI گزینه ای را برای کاربران در نظر گرفته است که از طریق آن می توانند سؤالات خود را تا زمانی که مرورگر را ببندند یا این که گفتگو را ریست کنند، به صحبت با چت جی پی تی ادامه دهند. شما می توانید از این هوش مصنوعی در حالت دارک مود هم استفاده کنید.

منبع

coderlife.ir

از روزی که این ابزار منتشر شده است، برخی اساتید از آن برای امتحانات استفاده کرده اند و این چت بات توانسته است نمره کامل بگیرد. حتی ChatGPT توانسته است در چند ثانیه مشکلات مربوط به برنامه نویسی را برطرف کند. علاوه بر این، این ابزار می تواند متون مشابه با انسان ها تولید کند که این موضوع می تواند باعث بیکاری خبرنگاران در آینده شود.

با وجود تمام این موارد، ChatGPT حداقل در مرحله کنونی ظرافت های انسانی، مهارت های تفکر انتقادی یا قدرت تصمیم گیری اخلاقی را ندارد؛ ویژگی هایی که برای خبرنگار موفق، اهمیت بالایی دارد و ضروری است. ابزار جدید OpenAI همچنین می تواند پاسخ های کاملاً اشتباه ارائه کند و بنویسد؛ درواقع گاهی با پاسخ های قابل قبول، اما نادرست یا بی معنی روبرو هستیم. در نهایت، به گفته OpenAI رفع این مشکل بسیار دشوار است؛ چراکه هیچ منبع حقیقتی از داده ها برای آموزش مدل وجود ندارد و آموزش تحت نظارت هم می تواند گمراه کننده باشد؛ چراکه پاسخ ایده آل وابسته به داده های مدل هوش مصنوعی است تا اطلاعاتی که انسان دارد. آن طور که شواهد می گوید، در حال حاضر، خبری از جایگزینی هوش مصنوعی با انسان نیست، اما با توجه به سرعت بالایی که رشد می کند، آینده ای که بسیاری از مشاغل به دست هوش مصنوعی منسوخ شود، چندان دور نیست.

چگونه از هوش مصنوعی ChatGPT استفاده کنیم؟

چت بات ChatGPT از طریق یک صفحه وب در اختیار کاربران قرار می گیرد، بنابراین نیازی به دانلود آن نیست. علاوه بر این، اگرچه در گوگل پلی استور و اپ استور برنامه های زیادی با عنوان ChatGPT وجود دارد، اما هیچ کدام از آن ها رسمی نیست، بنابراین آن ها را دانلود



محسن سراوانی راد (رئیس منطقه سیستان و بلوچستان)

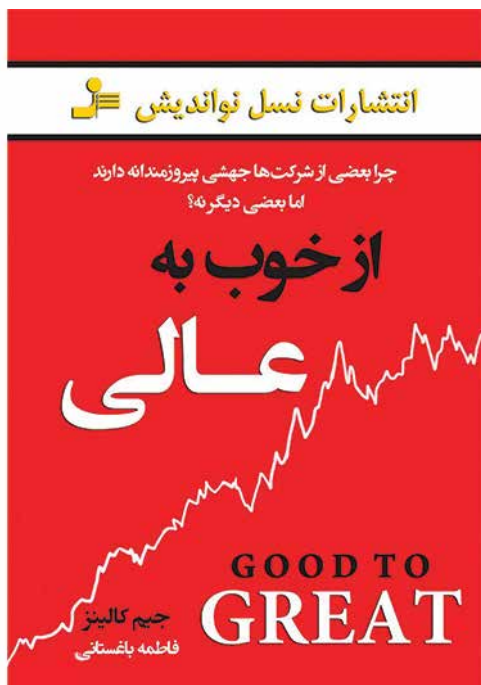


از مدیران وال استریت ژورنال، این کتاب را بهترین کتاب مدیریتی‌ای که خوانده، نامیده‌اند و پابلیشرز ویکلی، آن را با واژه ارزشمند توصیف کرد.

در این کتاب، جیم کالینز از شرکت‌هایی حرف می‌زند که توانسته‌اند گردش مالی‌ای چندین برابر میانگین بازار را برای یک دوره پایدار حداقل پانزده‌ساله حفظ کنند. روند نگارش این کتاب درواقع یک پروژه تحقیقاتی بود که به ایجاد بیش از شش هزار مقاله و دوهزار صفحه استاد منجر شد. او درنهایت توانست یک سری ویژگی‌های کلیدی را پیدا کند که سازنده مسیر حرکت از خوب به عالی است.

کتاب از خوب به عالی تاکنون به بیش از بیست زبان مختلف برگردانده شده است و دو دهه پس از انتشارش، هنوز هم نکات ارزشمندی در خود دارد که می‌تواند برای کسب‌وکارهای مختلف راهگشا باشد.

کسب‌وکارهای خوب زیادی در دنیا وجود دارد، اما تعداد شرکت‌هایی که توانسته‌اند مرزهای خوب بودن را پشت سر بگذارند و به عالی دست پیدا کنند، بسیار اندک است؛ اما چرا چنین اتفاقی می‌افتد؟ کلید موفقیت آن‌هایی که به عالی دست پیدا می‌کنند، چیست؟ جیم کالینز در کتاب از خوب به عالی پاسخ این پرسش‌ها را در اختیار مخاطبان‌ش گذاشته است. از خوب به عالی اثر جیم کالینز، اولین بار در سال ۲۰۰۱ و با عنوان کامل *good to great: why some companies make the leap- and other's not* منتشر شد. این کتاب در دسته کتاب‌های مدیریتی قرار می‌گیرد و درباره مهارت‌هایی حرف می‌زند که می‌تواند اتفاق خوب را به اتفاق عالی تبدیل کند. این کتاب در زمان انتشار، به فروش چهارمیلیون نسخه رسید که در میان کتاب‌های حوزه کسب‌وکار در زمان خودش بی‌نظیر بود. تعدادی



نشر آوین و ترجمه فاطمه باغستانی از این کتاب هم در بازار کتاب ایران موجود است.

راضی شدن به وضعیت خوب، شما را از رسیدن به وضعیت عالی محروم می‌کند. کسانی که کمی با کمال طلبی آشنا هستند، اما آن را عمیقاً درک نکرده‌اند، بلافاصله در مقابل عبارت انتقاد راضی شدن به وضعیت خوب موضع می‌گیرند و می‌گویند: «راضی نشدن به معنای کمال طلبی است. البته می‌دانیم که تعریف و تعیین استانداردهای عالی اما قابل دستیابی، با کمال طلبی تفاوت دارد.»

سؤالی که جیم کالینز به عنوان محور اصلی کتاب از خوب به عالی مطرح می‌کند، دقیقاً درباره استانداردهای عالی (به جای استانداردهای خوب) است. او مثال می‌زند که اگر به مدرسه خوب راضی نشویم، می‌توانیم مدرسه‌های عالی داشته باشیم و اگر به شرکت خوب قانع نشویم، می‌توانیم به سمت شرکتی عالی حرکت کنیم. او در حدی راضی شدن به وضعیت خوب را نامطلوب می‌داند که از آن به عنوان بیماری نام می‌برد. به همین علت می‌کوشد با بررسی شرکت‌های خوب و مقایسه آن‌ها با شرکت‌های عالی، تفاوت‌های این دو دسته را کشف و آشکار کند.

درس‌های کتاب از خوب به عالی برای کسب‌وکارها

از خوب به عالی کتابی کاربردی است. این کتاب، ایده‌هایی را در اختیار شرکت‌ها می‌گذارد تا مرحله متوسط بودن را پشت سر بگذارند و به جایگاهی بالاتر دست پیدا کنند. اگر بخواهیم خلاصه کتاب از خوب به عالی را بگوییم، باید از درس‌هایی که هرکدام در یک فصل این کتاب بررسی شده است، حرف بزنیم. این درس‌ها در عبارات زیر خلاصه شده است:

- رهبری سطح پنجم را به کار ببندید
- اول فرد، سپس هدف؛ افراد درست را انتخاب کنید
- با حقایق تلخ روبرو شوید (با این حال، ایمان خود را از دست ندهید)
- مفهوم خاریشتی (سادگی در چهارچوب سه محور فکری)
- فرهنگ نظم‌گرایی؛ دیسیپلین در شرکت‌های موفق حرف اول را می‌زند

• استفاده از شتاب‌دهنده‌های تکنولوژی

• چرخه رشد و چرخه نابودی

• جیم کالینز، مردی که دنیای تجارت را می‌شناسد
جیم کالینز نویسنده، محقق و سخنران آمریکایی است که بیش‌تر کارهایش در حوزه مدیریت کسب‌وکار است. او متولد ۱۹۵۸ و در دانشگاه استنفورد در رشته ریاضی، مقطع لیسانس و رشته MBA مقطع ارشد درس خوانده است. در شرکت‌های زیادی به عنوان مدیر محصول کار کرده و کارهای تحقیقاتی مختلفی هم در استنفورد پیش برده است.

خوب به عالی در بازار کتاب ایران

کتاب جیم کالینز طی سال‌های گذشته، بارها به فارسی برگردانده شده و از سوی ناشران مختلفی چاپ شده است. انتشارات هورمزد یکی از ناشرانی است که این کتاب را با ترجمه سمیرا اشتیری در بازار کتاب ایران عرضه کرده است. نسخه الکترونیک این ترجمه را می‌توانید از فیدیبو خریداری و دانلود کنید.

نسل نواندیش هم کتاب از خوب به عالی را با ترجمه دکتر مهدی خیراللهی در بازار عرضه کرده است. کتاب صوتی این ترجمه هم از سوی ماه آوا با صدای امیر فرحان‌نیا منتشر شده است. ترجمه ناهید سپهرپور از



جیم کالینز، افق زمانی مورد نظر خود را پانزده سال انتخاب کرده؛ چون معتقد است در بازه‌های کوچک‌تر، احتمال رشد تصادفی افزایش پیدا می‌کند. اما پانزده سال رشد پیوسته و نامتعارف را دیگر نمی‌توان تصادفی دانست. ضمن این‌که این مدت از متوسط دوران مدیریت عمده مدیران ارشد بیش‌تر است و نقش مدیر را هم در مقایسه با کل شرکت و سیستم آن کم‌رنگ‌تر می‌کند.

انضباط (Discipline): کلیدواژه جیم کالینز در کتاب

از خوب به عالی

اگر قصد داشته باشید با مطالعه کتاب از خوب به عالی، مجموعه‌ای از نکات آموزنده در مدیریت و زندگی را گردآوری کنید، به‌سادگی فهرستی از ده‌ها مورد آموزنده تدوین خواهید کرد. اما در این بین، می‌توان گفت که یک واژه کلیدی وجود دارد که محور همه بحث‌های کالینز است. با توجه به فضای کتاب و محتوای آن، می‌توانید این واژه را نظم یا انضباط ترجمه کنید (یا همان اصطلاح دیسیپلین را که در فارسی هم رواج یافته است، به‌کار بگیرید). اما نظم در این جا، به معنای سرِ ساعت آمدن و رفتن نیست، بلکه به معنای نظم درونی و تعهد که در درس نظم شخصی آموخته‌ایم، نزدیک است. او از انضباط در سه حوزه حرف می‌زند: «افراد، افکار و رفتار.»

آیا بحث خوب به عالی صرفاً مربوط به کسب و کارهاست؟

اگر کتاب از خوب به عالی را سرسری ورق بزنید و تیتراها و مثال‌هایش را ببینید، احتمالاً به این نتیجه می‌رسید که این کتاب برای کسب و کارها و مدیران آن‌ها نوشته شده است. اما در نخستین فصل کتاب، جیم کالینز تأکید می‌کند: «مسئله او، شرکت‌ها و کسب و کارها نیست، بلکه راضی نشدن به خوب و حرکت به سمت وضعیت عالی است.» او شرکت‌ها را صرفاً به عنوان یک نمونه انتخاب کرده و معتقد است که چنین بحثی را در هر حوزه دیگری هم می‌توان مطرح کرد.

علت این‌که جیم کالینز برای بحث خود سراغ شرکت‌ها رفته و از میان شرکت‌ها نیز صرفاً شرکت‌های سهامی عام را بررسی کرده، این است که درباره آن‌ها، اطلاعات شفاف و کافی (از قیمت سهام و ارزش بازار تا گزارش‌های مجمع) وجود دارد و می‌توان مقایسه و مطالعه را براساس معیارهای عینی انجام داد. او شرکت‌های در مسیر تعالی را چنین تعریف می‌کند: «این شرکت‌ها مدتی در وضعیت خوب بوده‌اند (نه عالی). از نقطه‌ای به بعد، رشد آن‌ها شتاب یافته و در یک دوره پانزده ساله، ارزششان به طور متوسط سالانه حداقل سه برابر متوسط بازار رشد کرده است.» جیم کالینز برای انتخاب این تعریف، توضیحات متعددی دارد که در کتاب مطرح می‌کند؛ از جمله این‌که: «بعضی شرکت‌ها از ابتدا عالی هستند. مثلاً درباره شرکتی مثل HP، در همان ابتدا روح و دیدگاه بنیانگذاران، چنان در تمام لایه‌ها رسوخ کرده که شرکت، از بدو تأسیس، فراتر از یک شرکت معمولی است. بررسی چنین شرکت‌هایی نمی‌تواند چندان آموزنده باشد. برای ما بسیار آموزنده‌تر خواهد بود اگر به شرکت‌هایی فکر کنیم که در سطح خوبی بوده، اما متمایز نبوده و سپس، مسیر رشد سریع و پایدار را آغاز کرده‌اند. از مطالعه این شرکت‌ها، بهتر می‌توانیم بیاموزیم و ایده بگیریم.»

در مجموعه شرکت‌هایی که کالینز و همکارانش مطالعه کرده‌اند، شرکت‌های بزرگ و نامدار متعددی بوده‌اند که دو برابر (یا کمی بیش‌تر) از متوسط صنعت خود رشد کرده‌اند. اما رشد سه برابر صنعت، عددی عادی نیست و باید آن را جدی گرفت.

اختصاص داد و در برندهایی چون هاگیز و کلینکس سرمایه‌گذاری کرد.

رسانه‌های تجاری، این حرکت را احمقانه خواندند و تحلیل‌های وال‌استریت سبب افت سرمایه شد. اسمیت هرگز مردد نشد. ۲۵ سال بعد، کیمبرلی - کلارک صاحب بلا فصل اسکات پیپر شد و بر شرکت پروکتر و گمبل در تولید شش محصول از هشت محصول پیشی گرفت. اسمیت عملکرد عالی خود را در دوران بازنشستگی نشان داد و به روشنی گفت: «من هرگز از تلاش برای ارتقای کارم دست برنمی‌دارم.»

داروین اسمیت، نمونه عالی رهبر سطح پنجم است؛ فردی که تواضع انسانی و اراده حرفه‌ای فراوانی دارد و ما این دست رهبران را در زمامداری شرکت‌های خوب به عالی در طول دوره تحول یافته‌ایم. رهبرانی مانند اسمیت، افراد متواضعی بودند که عزم بسیاری در ساختن شرکت عالی داشتند.»



ممکن است با خود بگویید که چنین بحثی می‌تواند بسیار کلی و شعاری باشد. اما وقتی کتاب را می‌خوانید، متوجه می‌شوید که هنر جیم کالینز، نمایش مصداق‌های غیرتکراری، از این حرف‌های ظاهراً تکراری است. او انضباط در افراد را چنان مهم می‌بیند که انتخاب افراد را مهم‌تر از انتخاب هدف می‌داند. کالینز معتقد است که ابتدا باید افرادی را که دیسیپلین دارند، پیدا کنید و در جایگاه‌های مختلف بگذارید و سپس ببینید که با این مجموعه، به چه هدفی می‌توان رسید. جیم کالینز در کتاب از خوب به عالی، توضیحات متعددی درباره دیسیپلین و انضباط فردی ارائه می‌کند. اما در این بین، یکی از توضیحات او بسیار کلیدی است: «انضباط فرد، در جایی بالاتر از فرایندهای سازمانی می‌نشیند.» به عنوان مثال، فرد به خاطر این که گفته شده است باید گزارش بدهیم، گزارش نمی‌دهد؛ بلکه او به گزارش اعتقاد دارد و منظم این کار را انجام می‌دهد. البته فرایندهای سازمانی، شکل و شیوه گزارش‌دهی را برایش تعیین می‌کنند. تشریفات اداری و مکانیزم‌های کنترلی، چیزی نیست که با حذف یا کم‌رنگ شدنشان، رفتار فرد تغییر کند. در یک کلام، منشأ رفتارها و تصمیم‌های چنین فردی، درونی است؛ نه این که تشویق و تنبیه‌های بیرونی بر الگوی رفتاری او تأثیر بگذارد. خلاصه، برای این که دیسیپلین را به معنایی که کالینز می‌گوید درک کنید، باید تمام کتاب او را صفحه به صفحه بخوانید. مثال‌ها و توضیحات او، معنایی بسیار عمیق و متمایز از این واژه در ذهن شما خواهد ساخت.

در بخشی از کتاب از خوب به عالی می‌خوانیم:

«بنابراین، مثل ژنرالی که پس از ورود به خاک دشمن، دستور دارد همه قایق‌ها را بسوزانند، فقط یک گزینه می‌ماند و آن پیروزی است. وقتی اسمیت تصمیم خود را مبنی بر فروش ماشین‌آلات اعلام کرد، یکی از اعضای هیئت‌مدیره، تصمیم او را حرکت جسورانه‌ای نامید که تا آن زمان از یک مدیرعامل دیده نشده بود. او حتی ماشین‌آلات کیمبرلی و ویسکانسین را فروخت و تمام درآمد حاصل از این کار را به تجارت مصرفی

کودکان؛ مخاطبان نکته‌سنج رسانه‌ها

هانیه گلستانیان (کارشناس منابع انسانی)



مثل رادیو و تلویزیون، پیام‌های ساده متنی تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی، بازی‌های کامپیوتری و انواع تبلیغات در کوچه و خیابان. سواد رسانه‌ای به بچه‌ها کمک می‌کند که چند چیز را درک کنند: انواع مختلف رسانه‌ها، این‌که اشخاصی در رسانه‌ها سعی می‌کنند پیام‌های مختلفی برای مخاطب ارسال کنند و دلایل و انگیزه‌های صاحبان رسانه‌ها.

چرا آموزش سواد رسانه‌ای اهمیت دارد؟

بیش‌تر مردم تحت تأثیر رسانه‌های مختلف هستند. رسانه‌ها بیش از آنچه فکرش را بکنید، بر افکار و نحوه تصمیم‌گیری ما در امور مختلف تأثیر می‌گذارد. بچه‌ها هم فرقی با ما ندارند. آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان، به چند دلیل اهمیت دارد:

۱. والدین با آموزش سواد رسانه‌ای به فرزندان می‌توانند آن‌ها را به مخاطبانی نکته‌سنج تبدیل کنند. آن‌ها می‌توانند تحلیل و ارزیابی موضوعات مطرح‌شده در رسانه‌ها یا همان پیام‌های رسانه‌ای را به کودکان خود یاد بدهند.

بچه‌ها هم مثل بزرگ‌ترها، هر روز با حجم انبوهی از تبلیغات، اخبار جعلی و اطلاعات نادرست روبرو می‌شوند. حتی بچه‌های کوچک‌تر هم در معرض انواع مختلف رسانه قرار دارند. پژوهشی نشان داده است که کودکان روزانه حدود یازده ساعت از وقت خود را صرف استفاده از رسانه‌های مختلف می‌کنند. به همین دلیل، کارشناسان کودک توصیه می‌کنند که فرزندان را از کودکی با سواد رسانه‌ای آشنا کنید. به همان اندازه که محدود کردن استفاده کودکان از رسانه‌ها مهم است، آموزش سواد رسانه‌ای به آن‌ها نیز اهمیت دارد.

سواد رسانه‌ای یعنی توانایی شناسایی انواع مختلف رسانه و درک انواع پیام‌هایشان. هر رسانه وسیله‌ای است که از طریق آن، پیامی برای مخاطب ارسال می‌شود. این پیام ممکن است در قالب برنامه‌ای تلویزیونی ارائه شود یا حتی ممکن است تبلیغی ساده روی بیلبوردی در حاشیه بزرگراه باشد. انواع رسانه‌هایی که بچه‌ها روزانه با آن‌ها سروکار دارند، عبارت است از رسانه‌های سنتی



۲. آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان باعث می‌شود که بتوانند مرز بین واقعیت و خیال را تشخیص بدهند. این‌طوری متوجه می‌شوند که هر منبعی برای دریافت اخبار مناسب نیست. درواقع، هدف از آموزش سواد رسانه‌ای این است که کودکان به مخاطبان عاقل رسانه‌ها تبدیل شوند و بتوانند عقاید خود را محترمانه بیان کنند.

۳. آموزش سواد رسانه‌ای به آموزش مهارت‌های شهروندی نیز کمک می‌کند. این‌طوری بچه‌ها یاد می‌گیرند با دیگران محترمانه گفتگو کنند و با دموکراسی بیش‌تر آشنا می‌شوند. از طریق آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان می‌توانیم مطمئن شویم که درباره اعتقاداتشان آگاهانه تصمیم‌گیری می‌کنند و می‌دانند چطور بیان کنند که به چیزی اعتقاد ندارند.

فایده آموزش سواد رسانه‌ای چیست؟

ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که هرکسی می‌تواند یک رسانه ایجاد کند. مثلاً هرکسی می‌تواند فقط با چند کلیک ساده، یک صفحه اینستاگرامی بسازد و در آن مطالب مختلف را منتشر کند. رسانه‌ها با انگیزه‌های مختلفی ایجاد می‌شود و لزوماً تمام این انگیزه‌ها خیر نیست. بنابراین لازم است به بچه‌ها یاد بدهیم که چطور مخاطب نکته‌سنج رسانه‌ها باشند. والدین باید با تمرین‌های مختلف، به کودکان خود یاد بدهند که از خود پرسند چرا مطلبی در یک رسانه منتشر شده و آیا آن رسانه منبع معتبری است یا نه؟ امروزه آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان اهمیت بیش‌تری یافته است.

۱. یادگیری تفکر انتقادی: با آموزش سواد رسانه‌ای به بچه‌ها، آن‌ها هر چیزی را که می‌خوانند و می‌بینند، ارزیابی خواهند کرد. آن‌ها یاد می‌گیرند که موقع دریافت هر پیامی، اول کمی مکث و به محتوای آن فکر کنند. همچنین یاد می‌گیرند که چطور تشخیص بدهند کدام مطلب درست است و کدام یک به بررسی بیش‌تری احتیاج دارد. درنهایت، می‌آموزند که با تفکر انتقادی، از روی ظاهر چیزها قضاوت نکنند.

۲. شناسایی منابع معتبر خبری: در این دوره، تشخیص منابع موثق خبری، مهارتی بسیار مهم محسوب می‌شود. آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان، این فایده را دارد که یاد می‌گیرند کدام منابع خبری ارزش بیش‌تری دارد.

۳. آشنایی با دیدگاه‌های مختلف: توانایی تشخیص این‌که هرکس دیدگاه خودش را دارد، بر اثر آموزش سواد رسانه‌ای ایجاد می‌شود. بچه‌ها با یادگرفتن این موضوع می‌فهمند که اشکالی ندارد اگر نظر افراد با هم فرق داشته باشد. آن‌ها یاد می‌گیرند در مواجهه با نظرات مخالف باید به دیگران احترام بگذارند، حتی اگر با آن‌ها موافق نباشند.

۴. تبدیل شدن به مخاطبی باهوش: آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان، یادشان می‌دهد که به چه چیزهایی اعتماد کنند. سواد رسانه‌ای به کودکان کمک می‌کند پیام‌های تبلیغاتی را شناسایی و ارزیابی کنند. سپس می‌توانند هر چیزی را که می‌بینند یا می‌شنوند، بررسی کنند و درباره آن درست تصمیم بگیرند.



بازگانی حضور دارند، واقعاً آن طوری نیستند و فقط نقش بازی می‌کنند. شاید مدتی طول بکشد، اما در نهایت بچه‌ها یاد می‌گیرند که هر چیزی که در رسانه می‌بینند، لزوماً واقعی نیست. وقتی بزرگ‌تر شوند هم کم‌کم متوجه می‌شوند که مردم هر چیزی را که در زندگیشان اتفاق می‌افتد، در شبکه‌های اجتماعی منتشر نمی‌کنند. درواقع همه تلاش می‌کنند که اتفاقات خوب زندگیشان را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند. در نتیجه، بچه‌ها می‌فهمند که بقیه هم مثل خودشان هستند و همه مردم با مشکلات دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

۳. دنبال لحظاتی باشید که آموزش مؤثرتر است
حواستان به موضوعات روزمره باشد؛ چراکه می‌توانند شروع گفتگو با بچه‌ها درباره رسانه باشد. مثلاً اگر در شبکه‌ای اجتماعی اطلاعات نادرستی مشاهده کردید، با فرزندان راجع به آن صحبت و بعد با مشارکت او درباره آن موضوع تحقیق کنید. بچه‌ها را به این فکر بیندازید که ممکن است تیتراهای خبری فریبنده باشد و گاهی فقط برای جلب توجه مخاطب نوشته می‌شود. همچنین به آن‌ها کمک کنید قبل از آن‌که چیزی در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند، آن را دقیق بررسی کنند. با بچه‌ها درباره این‌که انتشار مطلبی در شبکه‌های اجتماعی چه معنایی دارد، صحبت کنید. اجازه بدهید که یاد بگیرند به جنبه‌های مختلف فعالیت‌های آنلاین خود فکر کنند.

۵. گرفتن تصمیمات آگاهانه: زمانی که بچه‌ها یاد گرفتند مخاطب نکته‌سنج رسانه‌ها باشند، می‌توانند درباره هر موضوعی تحقیق کنند و نظر بدهند. همچنین می‌توانند از اطلاعاتی که به دست آورده‌اند، برای تصمیم‌گیری درست، حل مشکلات و ابراز نظرات خود استفاده کنند. این‌گونه متوجه می‌شوند باید کاری را انجام بدهند که واقعاً به آن اعتقاد دارند و درواقع، اعمال و رفتارشان با آگاهی کامل خواهد بود.

۶. مسئولیت‌پذیری رسانه‌ای: پیام‌های متنی، ویدیوها و مطالب شبکه‌های اجتماعی، همگی بر مخاطبان خود تأثیر می‌گذارد. کودکان با آگاهی از سواد رسانه‌ای، متوجه این موضوع می‌شوند، پس نقش خود در شبکه‌های اجتماعی را درک خواهند کرد؛ یعنی می‌فهمند که اگر در شبکه‌ای اجتماعی مطلبی می‌فرستند، با آن مطلب روی بقیه تأثیر می‌گذارند؛ در نتیجه هر مطلب نامعتبری را منتشر نمی‌کنند.

چطور سواد رسانه‌ای را به کودکان بیاموزیم؟

آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان، دشواری و پیچیدگی‌های خاص خود را دارد، اما ارزشش را هم دارد. چطور به بچه‌ها یاد بدهیم مخاطب نکته‌سنج رسانه‌ها باشند؟ کافی است به نکاتی توجه کنید که در ادامه خواهیم گفت:

۱. آموزش را زمانی شروع کنید که بچه‌ها کوچک‌ترند
بیش‌تر مردم تصور می‌کنند آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان، مربوط به زمانی است که آن‌ها اواخر دوره دبستان هستند، اما این‌طور نیست. کارشناسان رسانه معتقدند که سواد رسانه‌ای را باید خیلی زودتر از این‌ها به بچه‌ها آموزش داد؛ چراکه بچه‌ها در سنین پایین‌تر در معرض رسانه‌های مختلف قرار می‌گیرند. حتی برخی از پژوهش‌ها حاکی از این است که امروزه کودکان قبل از پنج‌سالگی، استفاده از تلفن‌های همراه هوشمند را یاد می‌گیرند.

۲. آموزش سواد رسانه‌ای را از اصول اولیه شروع کنید
آموزش شناخت مرز میان واقعیت و خیال، یکی از اصول اولیه است. مثلاً والدین می‌توانند به بچه‌های کوچک‌تر خود توضیح بدهند افرادی که در آگهی‌های

۴. همراه کودکان، مخاطب رسانه‌ها شوید

تقریباً همه والدین می‌دانند که کتابخوانی با فرزندان چه اهمیتی دارد. با آن‌ها درباره تصاویر کتاب صحبت می‌کنند، کلمات کتاب را با هم می‌خوانند و درباره داستان آن نظر می‌دهند. درباره رسانه‌های دیگر، به‌ویژه رسانه‌های دیجیتال هم همین‌طور باشید. به جای آن‌که تبلت را به کودکان بدهید تا با آن سرگرم شود، با او درباره آنچه در آن می‌بیند و انجام می‌دهد، صحبت کنید. حتی می‌توانید از او بخواهید که بازی کامپیوتری محبوبش را به شما یاد بدهد یا توضیح بدهد در ویدیویی که می‌بیند، چه خبر است. بسیاری از مواقع، والدین برای استفاده کودکان از وسایل الکترونیکی قانون می‌گذارند، اما نمی‌دانند بچه‌هایشان چه می‌بینند یا چه کاری انجام می‌دهند. به جای قانون‌گذاری، با آن‌ها همراه شوید و از آنچه می‌توانید درباره آن‌ها بفهمید، شگفت‌زده شوید.

۵. یافتن منابع معتبر را به کودکان یاد بدهید

وقتی فرزندان بزرگ‌تر شد، به او در پیدا کردن منابع موثق خبری کمک کنید. منابع موثق خبری، آن‌هایی است که در هر ماجرا نظر هر دو طرف را منتشر می‌کند. آن‌ها همیشه منابع خبریشان را شفاف بیان می‌کنند. در اینترنت، منابع اطلاعاتی بی‌شماری وجود دارد، پس باید به بچه‌ها یاد بدهیم که چگونه منابع معتبر را پیدا کنند. همچنین می‌توانیم به آن‌ها رسانه‌های معتبر را معرفی کنیم. از گفتن جملاتی مانند این خودداری کنید: «دیگه نمی‌شه به هیچ رسانه‌ای اعتماد کرد.» هنوز هم منابع معتبر خبری وجود دارد، فقط ممکن است پیدا کردن آن‌ها کمی زمان ببرد.

۶. پرسشگری را به کودکان بیاموزید

آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان، یک‌باره اتفاق نمی‌افتد. باید با فرزندان از کودکی در این باره صحبت کنید. خیلی وقت‌ها می‌توانید صحبت درباره رسانه‌ها را با سؤالاتی شروع کنید که باعث می‌شود فرزندان درباره رسانه‌ها بیش‌تر فکر کنند. مثلاً می‌توانید سؤال کنید: به نظر او هدف سازنده برنامه تلویزیونی که می‌بیند، چیست؟ یا بپرسید: فکر می‌کند از ساخت این برنامه

چه کسی سود می‌برد؟ حتی می‌توانید از او بپرسید: مطلب مطرح‌شده در اینستاگرام درست است یا نه و چگونه درباره‌اش تحقیق کنیم؟ چنین سؤالاتی باعث می‌شود که بچه‌ها کمی مکث و به مطالب رسانه‌ها فکر کنند.

۷. الگوی خوبی باشید

بچه‌ها با تماشای والدینشان، چیزهای زیادی درباره سواد رسانه‌ای یاد می‌گیرند. به آن‌ها نشان بدهید که برایتان مهم است و دوست دارید اطلاعات واقعی را پیدا کنند. همچنین با برخورد محترمانه با نظرات مخالف، برای آن‌ها الگو شوید. با آن‌ها درباره موضوعات مختلف تحقیق کنید و به آن‌ها یاد بدهید که چگونه می‌توان منابع معتبر و غیرمعتبر را از هم تشخیص داد.

سخن پایانی

بچه‌ها هر روز به اشکال مختلف با رسانه‌ها سروکار دارند و تشخیص این‌که کدام مطلب واقعی است و کدام غیرواقعی، برایشان سخت است. به همین دلیل، آموزش سواد رسانه‌ای به آن‌ها اهمیت بیش‌تری دارد. آگاهی به سواد رسانه‌ای، یکی از مهارت‌های ضروری زندگی است و برای شروع آموزش آن به کودکان، هیچ زمانی بهتر از الان نیست. پس از همین حالا شروع کنید.

منبع

رای، مونی. رم‌جات، کانا (۲۰۱۹): تأثیرپذیری کودک از رسانه‌ها. مترجم: نازنین محمدی مقدم (۱۳۹۷)، تهران: پشتیبان، چاپ اول.



تأثیر رسانه بر سبک زندگی

اکبر کریمی



مجازی، رسانه‌ها کاربردهای ویژه‌ای دارد و با شیوه‌های گوناگونی باعث تغییر یا تقویت باورها در زمینه‌های مختلف می‌شود. علتش هم می‌تواند ویژگی‌هایی مثل تنوع بی‌نظیر رسانه در نوع عرضه محتوا و پیام، خلاقیت و به‌روزرسانی، مبتکرانه بودن رسانه نسبت به عرضه پیام و... باشد. باورم این است که باید از این امکان و توان رسانه‌ها برای شکل‌دهی به اندیشه‌ها، باورها و رفتارهای جامعه استفاده کنیم. امروز کسی نیست که از تأثیرات رسانه در ابعاد مختلف ناآگاه باشد و نداند دخالت در تغییر عقاید، ارزش‌ها، مهارت‌ها و سلیقه‌ها و در کل تغییر سبک زندگی، یکی از کارکردهای رسانه است. به نظر من، امروز اصلی‌ترین هدف رسانه‌ها، جریان‌سازی در عرصه سبک زندگی است. رسانه‌ای در این زمینه موفق‌تر است که بتواند اعتماد مخاطب خودش را در القای پیام جلب کند. اگر این رفتار شکل بگیرد، در هنجارهای جامعه اثر می‌گذارد.

دنیای امروز را عصر ارتباطات و رسانه می‌خوانند؛ عصری که خبر و پیام در کوتاه‌ترین زمان در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد. جوامع انسانی در هر لحظه در معرض این‌گونه اطلاع‌رسانی‌ها قرار دارند و از این رو برخی معتقدند رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار سلطه در زمان ماست.

در میان رسانه‌ها، مخاطبان رسانه‌های دیداری با توجه به این‌که طیف گسترده‌ای از بینندگان را دربرگرفته‌اند، بیش از دیگر دریافت‌کنندگان پیام در معرض دریافت پیام هستند. درباره نقش و تأثیر رسانه در ارائه الگوهای رفتاری و تغییر سبک زندگی با دکتر پرویز فارسیجانی، استاد دانشگاه و کارشناس مسائل دینی گفتگو کردیم که مشروح آن در پی می‌آید.

رسانه‌ها چگونه باورهای افراد را در زندگی می‌سازد؟

رسانه‌ها به‌عنوان مؤثرترین و بهترین ابزارهای انتقال پیام در تأثیرگذاری و شکل‌دهی سبک زندگی، جایگاه ویژه‌ای دارد. در حوزه دیداری و شنیداری و مکتوب و



تأثیر منفی برنامه‌های ماهواره‌ای و دیگر رسانه‌های دیداری و شنیداری که بیش‌تر از مراکزی غیر از پایگاه‌های رسمی منتشر می‌شود، قابل انکار نیست. این برنامه‌ها بر الگوهای رفتاری و اجتماعی خانواده‌ها به شدت تأثیرگذار است. به نظر شما، شیوه مقابله با این نوع پیام‌رسانی‌های منفی چیست؟

در این خصوص، مسئولیتی مهم متوجه نهادهای فرهنگی و رسانه ملی است. تا چند سال پیش، رسانه‌های پیام‌رسان غربی و مخالف و معاند نظام، هیچ اقبال و توجهی برای جلب مخاطب ایرانی نداشتند. اما چند سالی است که با بهره‌گیری از شیوه‌های نوین و به صورت هماهنگ و با تأکید بر جنبه‌های عامه‌پسند، متأسفانه توانستند وارد فضای برخی خانواده‌های ایرانی شوند و سبک زندگی آن‌ها را دستخوش تغییر و تحول کنند. طبیعتاً رسانه ملی در چنین شرایطی وارد نبردی سخت شده است؛ چراکه رقیبی سرسخت دارد و باید با ارائه برنامه‌هایی که از تنوع و جذابیت کافی برخوردار است، رقبا را از میدان به‌در کند تا ضمن سلب اعتماد مخاطب از رسانه‌های بیگانه یا حداقل با پردازش اطلاعات و تشخیص پیام‌های درست از پیام‌های نادرست و غلط، امکان اثرگذاری برنامه‌های شبکه‌های ماهواره را کم کند. در این زمینه باید آسیب‌شناسی و آسیب‌زدایی جدی درباره برنامه‌های صداوسیما و دیگر رسانه‌های مشابه وطنی صورت بگیرد. در عرصه برنامه‌سازی و ارائه انتقال پیام و تأثیرگذاری در نحوه زندگی مخاطبان ایرانی نیز باید به گونه‌ای گام برداشت تا بینندگان یا شنوندگان، این گونه پیام‌ها را به میل و سلیقه خود نزدیک بدانند.

آیا مخاطب در این زمینه صرفاً یک دریافت‌کننده پیام است یا با توجه به گسترش فضاهای ارتباطی و اطلاعاتی می‌تواند به تجزیه و تحلیل داده هم بپردازد؟

شواهد نشان می‌دهد مخاطبان، پیام‌های رسانه را پردازش می‌کنند و خود فرد تصمیم می‌گیرد چه اطلاعات اخباری دریافت کند و چه رسانه‌ای را برای دریافت این اطلاعات و پیام‌ها انتخاب کند. مخاطب می‌تواند به رسانه‌ای توجه ویژه داشته باشد و به رسانه دیگری بی‌توجهی نشان دهد. زمانی که رسانه‌ای مورد اعتماد قرار گرفت، از همه شیوه‌های بصری و خلاقانه استفاده می‌کند تا مخاطب را پای رسانه نگه دارد و نه تنها افکار و عقاید او را تحت تأثیر قرار دهد، بلکه درباره اوقات فراغت، نوع پوشش و آرایش، نحوه و نوع غذا خوردن، نوع روابط با خانواده و اجتماع مخاطبان هم اظهار نظر می‌کند. تجربه نشان داده است رسانه‌ها فقط در صورت جلب اعتماد مخاطب است که می‌تواند با ارائه داده‌ها و پیام‌ها، سبک زندگی مخاطبان را دستخوش تغییر و تحول کند.

رسانه به ویژه از نوع غربی آن، از چه ترفندهایی برای القای پیام‌های خود به مخاطب استفاده می‌کند؟

رسانه‌های نوین تصویری، سه ویژگی مهم دارد: ۱. جذابیت بصری است که به شکل مستقیم و غیرمستقیم و از طریق شیوه‌های تکنیکی و محتوایی به گونه‌ای عمل می‌کند که مخاطب برای دریافت پیام آمادگی پیدا کند، ۲. ایجاد اعتماد در مخاطب است. این که به نوعی گیرنده پیام که مخاطب باشد، هم از جهت تکنولوژی و هم روان‌شناسانه و جنبه‌های فنی و رسانه‌ای، به گونه‌ای مدیریت می‌شود که مخاطب نسبت به حرف‌ها و پیام‌های آن رسانه اعتماد پیدا می‌کند و ۳. تنوع و درواقع ایجاد انگیزه برای دیدن یا شنیدن پیام‌ها و برنامه‌های آن رسانه است. این انگیزه یا میلی که باعث ترغیب مخاطب برای دریافت پیام‌های رسانه می‌شود، شامل جنبه‌های مختلف روحی - روانی است و حتی ممکن است مبتنی بر نفسانیات باشد. رسانه هدفش مهار و هدایت پیام است و برای همین شبکه‌های ماهواره‌ای با شیوه‌های حرفه‌ای از جهت بصری و شکلی، داده‌ها و اطلاعات خود را به صورت بسته‌بندی‌های جذاب ارائه می‌کنند تا در دل مخاطبان جا باز کنند و اعتماد او را به دست آورند.



این‌که الگوی دینداری درست، چگونه در قالب سبک زندگی ایرانی و اسلامی ارائه شود، نیاز به دقتی کارشناسانه دارد و باید از هرگونه افراط و تفریط‌هایی در این زمینه پرهیز کرد. پیام‌ها باید با مدیریت محتوایی سنجیده شود و با کمک نهادهای مختلف باید به الگویی رسید و پس از آن است که این پیام‌ها باید به زبان رسانه ترجمه شود.

اساساً تصور وجود سبک‌های زندگی بدون رسانه‌های جمعی غیرممکن است. از نظر «گیدنز»، رسانه‌ها نقش مهمی در تبلیغ سبک‌های زندگی مختلف دارد. طیف سبک‌های زندگی با گونه‌های آرمانی که در رسانه‌ها طرح می‌شود، شاید محدود باشد، ولی گسترده‌تر از سبک‌هایی از زندگی است که افراد قاعدتاً در زندگی روزمره خود در قالب آن‌ها جای می‌گیرند. البته به باور او، رسانه‌ها در جهان جدید همچنان که امکان‌ها و گونه‌ها را به دست می‌دهد، تفسیرهای باریک‌اندیشانه‌ای از نقش‌ها یا سبک‌های زندگی خاص نیز ارائه می‌کند. سبک‌های زندگی، با توجه به محبوبیت و قدرت اجتماعی خود، از رسانه‌های گوناگون برای اشاعه خود استفاده می‌کنند. آن‌ها شکل‌دهنده محتوا و فرم برنامه‌ها هستند. سبک زندگی می‌تواند به مثابه فرهنگ یا ارزش‌های ارتباط‌گران رسانه‌های جمعی نمود پیدا کند؛ برای مثال نویسندگان، کارگردانان و دیگر عوامل تولید در سریال‌های تلویزیونی، بازتاب‌دهنده سبک زندگی خود، یعنی سبک زندگی طبقه متوسط هستند.

پوشش خبری رسانه‌ها می‌تواند ترویج‌دهنده مبانی سبک‌های زندگی باشد. درباره اخبار، بررسی این تأثیرات، پیچیده‌تر و نیازمند این است که سیاست خبری، ایدئولوژی یا ارزش‌های اجتماعی مؤثر بر آن بررسی شود. تبلیغات، حیات روزمره را در کنترل خود می‌گیرد، بر روابط اجتماعی سیطره می‌یابد و در عین حال، مردم را به درون‌گرایی و جدایی‌گزیدن از دیگران هدایت می‌کند. درنهایت ممکن است رد پای سبک زندگی را با بررسی زنجیره‌ای از این موارد آشکار کرد. یکی از بارزترین جلوه‌های این مسئله، سبک خبری و

ارزش‌های خبری است. محققان مختلفی الگوهایی از سبک خبری را تشریح کرده‌اند که نشان‌دهنده غلبه معیارها، مانند تشخیص‌بخشیدن، ستیز، خشونت، ارجاع به ملت‌های نخبه، ارجاع به افراد نخبه و منفی‌بودن، کلانشهرگرایی و طبیعی‌سازی (امر فرهنگی - تاریخی را طبیعی جلوه‌دادن) در گزینش و پوشش اخبار است. هرکدام از این عناصر می‌تواند با انگاره‌های سبک‌های زندگی مرتبط باشد.

سبک زندگی غالباً مبتنی بر ارتباطات تصویری است و از رسانه تلویزیون، بیش‌تر برای آن استفاده می‌شود. از پرتعدادترین برنامه‌های تلویزیونی که در مقوله برنامه‌های سبک زندگی قرار می‌گیرد، برنامه‌هایی است که در آن‌ها ترکیبی متنوع از آشپزی، اخبار چهره‌های سرشناس، موسیقی و... به مخاطب عرضه می‌شود. از دیگر شکل‌های برنامه‌های سبک زندگی، برنامه‌های مربوط به پوشش است که در آن کارشناسان طراحی لباس و مد، برای مخاطبانی که با آن‌ها مکاتبه کرده‌اند، مدل مو و پوشش و دیگر خصوصیات ظاهری را طراحی می‌کنند.



و تغذیه‌کننده دیگر صنایع مرتبط است. رسانه‌ها در عین حال، خود به نهادی تبدیل شده است با قواعد و هنجارهای خاص خود که این نهاد را به جامعه و دیگر نهادهای اجتماعی پیوند می‌دهد. پس این نهاد نیز به نوبه خود از سوی جامعه تنظیم می‌شود. رسانه‌های یکی از منابع قدرت است؛ یعنی ابزاری برای کنترل مدیریت و نوآوری در جامعه. اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ است؛ چه به معنی هنر و اشکال نمادین و چه در معنای مدها، خلق و خوها، شیوه‌های زندگی و هنجارها.

به هر حال، رسانه‌ها تأثیراتی دارد و اگر توجه کنیم که در تجربه زندگی روزمره، نمونه‌های بی‌شماری از تأثیرهای کوچک را می‌توان یافت، این شک و تردیدها تعجب‌آورتر جلوه خواهد کرد. لباسی که همه ما هنگام خروج از منزل می‌پوشیم، با توجه به پیش‌بینی هواست، آنچه می‌خریم تحت تأثیر تبلیغات تجاری است. به دیدن فیلمی می‌رویم که در روزنامه درباره‌اش مطلبی خوانده‌ایم و به اشکال بی‌شمار به تلویزیون، رادیو یا موسیقی واکنش نشان می‌دهیم؛ زیرا ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که فرایندهای سیاسی و حکومتی آن براساس این تأثیر قرار دارد که ما برآنچه می‌گذرد آگاهیم؛ زیرا از مطبوعات و تلویزیون و رادیو خبر می‌گیریم. کم‌تر کسی را می‌توان یافت که سرچشمه اطلاعات و عقایدش را نتوان در رسانه‌ها پیدا کرد. این همه پول و تلاش صرف آن می‌شود که رسانه‌ها در جهتی هدایت شود که تأثیر دلخواه تحقق یابد.

این نوع برنامه‌ها درباره طراحی داخلی خانه‌های مخاطبان نیز تهیه می‌شود. نمونه دیگر برنامه‌های سبک زندگی، مسابقاتی است که در آن مخاطبان براساس مهارت آشپزی خود با دیگران رقابت می‌کنند. Come dine with me از نخستین و معروف‌ترین نمونه‌های این نوع برنامه‌هاست که در شبکه تلویزیونی itv انگلستان پخش می‌شود. نمونه‌هایی از این نوع برنامه‌ها در ۳۱ کشور، از ترکیه گرفته تا آفریقای جنوبی و دانمارک و مالزی پخش می‌شود. شاید آشکارترین سطح تأثیرگذاری رسانه‌ها بر سبک زندگی، تبلیغات تجاری باشد. رسانه‌ها با تبلیغ محصولات و خدمات می‌تواند در ترویج و تداوم سبک‌های زندگی مؤثر باشد. سطح دیگری از تأثیرات رسانه‌ها، برنامه‌های غیرخبری مانند سریال‌ها و فیلم‌هاست. امروزه اوقات فراغت بخش زیادی از افراد جامعه با محصولات رسانه‌های گوناگون سپری می‌شود. رسانه‌ها با پخش سریال‌ها و برنامه‌های تفریحی و سرگرمی دیگر می‌تواند در تبلیغ سبک‌های زندگی به شکل مستقیم یا غیرمستقیم مؤثر باشد. در ایران اگر نگوییم کاملاً، دست‌کم در آگهی‌های بازگانی و سریال‌ها کاملاً آگاهانه یا غیرآگاهانه مصرف‌گرایی نمایش داده می‌شود.

این موضوع به‌روشنی در تبلیغات مؤسسات، سازمان‌ها و ساختارهای تجاری سازمان‌ها و نهادهایی که در جامعه با رویکرد به اصطلاح اخلاق محور و اسلامی معرفی می‌شود، نمود عینی‌تری دارد. برای نمونه می‌توان به تبلیغات شرکت‌های مخابراتی (همراه اول، ایرانسل و رایتل) اشاره کرد که بارها مخاطب را تشویق می‌کنند: «یکی بخر، ده تا ببر.» یا مثلاً چندین ساعت گفتگوی رایگان را تبلیغ می‌کنند. این‌گونه تبلیغات اساساً مغایرت کاملی با مبانی زیست‌مؤمنانه و متمایز با غرب دارد. این نمونه‌ها کافی است تا دریابیم درآمد (پول) هدف اصلی در ساختارهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی امروز شده که بنابر تعریف گیدنز، اقتضای بقا در دوران شهرنشینی است. چنین امری که جهان شمول شده، سبک زندگی ایرانیان (مسلمان) را نیز به چالش کشیده و موفق هم شده است. رسانه‌ها یک صنعت رو به رشد و در حال تحول است که تأمین‌کننده اشتغال، تولیدکننده کالا و خدمات



با وجود این، این هم حقیقتی است که درباره میزان، وقوع و نوع تأثیر رسانه‌ها شک و تردیدهای بسیاری وجود دارد و دانش ما ناقص‌تر از آن است که جز ساده‌ترین پیش‌بینی‌ها درباره وقوع تأثیری خاص سخنی بتوانیم گفت. حتی این نوع پیش‌بینی‌ها هم بیش از آن‌که بر دانش متقن درباره چگونگی وقوع تأثیری خاص باشد، از تجربه و حساب‌های سرانگشتی سرچشمه می‌گیرد و همین دانش علمی مبتنی بر تجربه است که به رسانه‌ها این امکان را می‌دهد که به کار خود بدون تفکر زیاد ادامه دهد.

دلایلی برای شک و تردیدهای تأثیرات رسانه‌ها در زمینه‌های مورد مجادله‌ای چون اخلاقیات، عقاید و رفتار که بیش‌ترین توجه عموم را برمی‌انگیزد، وجود دارد. در بسیاری از این موضوع‌ها، سخنی در این باره که رسانه علت اولیه است، نمی‌تواند در میان باشد و ما قادر به هیچ نوع تبیین واقعی از الگوهای اندیشه، فرهنگ و رفتار با ریشه‌های عمیق اجتماعی و تاریخی نیستیم. به علاوه، سخن گفتن از رسانه به منزله چیزی بسیط و واحد کاملاً بی‌معناست؛ زیرا رسانه‌ها مجموعه بسیار گسترده‌ای از پیام‌ها، تصویر و افکاری است که بیش‌ترشان از خود رسانه بلکه از جامعه گرفته شده است و عاقبت به جامعه بازپس فرستاده می‌شود. به همین جهت، بسیار دشوار است از موردی نام ببریم که در آن بتوان رسانه را علت واحد یا اجتناب‌ناپذیر تأثیر اجتماعی معینی دانست.

رسانه‌ها هر جا که رشد می‌کند، قدرت قابل ملاحظه‌ای برای شکل دادن به عقاید و باورها، دگرگون کردن عادات زندگی و ترویج رفتارهایی کمابیش مطابق میل کنترل‌کنندگان رسانه‌ها و محتوای آن‌هاست. این دیدگاه، نه براساس کاوش‌های علمی، بلکه در اثر مشاهده محبوبیت بسیار زیاد مطبوعات و رسانه‌های جدیدی همچون فیلم و رادیو و نفوذ آن‌ها در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی به وجود آمده است.

رسانه‌ها می‌تواند آثار مضر نیز از لحاظ بزهکاری، تعصب و پرخاشگری و... داشته باشد. رسانه‌ها در همه

ابعاد زندگی افراد تأثیرگذار است، اما نشان داده شده که هر رسانه‌ای در قالب ساختار موجود روابط اجتماعی و شرایط فرهنگی و اجتماعی معین عمل می‌کند. این عوامل اجتماعی و فرهنگی در شکل دادن به عقاید، نگرش‌ها و رفتار مورد مطالعه، نقش درجه اول دارد و انتخاب، توجه و پاسخگویی به رسانه از سوی مخاطبان را تعیین می‌کند.

تأثیر رسانه بر زندگی افراد با پیدایش تلویزیون به عنوان رسانه‌ای نوین که جذابیتی بیش از اسلاف خود داشته و بر زندگی اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تأثیرات مهمی داشته است. بنابراین امروزه هرچه رسانه‌ها قدرتمندتر می‌شود، تأثیر مستقیم‌تری بر زندگی افراد می‌گذارد و رسانه‌ها موقعیت یک نهاد اجتماعی مهم را کسب کرده است و روزبه‌روز بیش‌تر مسائل زندگی عموم در عرصه رسانه‌ها متجلی می‌شود؛ چه در سطح ملی و چه بین‌المللی.

منبع

کریمی، اکبر (۱۴۰۱)؛ کارگاه آموزشی سواد رسانه‌ای با محوریت سبک زندگی ایرانی اسلامی. اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی مازندران.

جاذبه‌های غذایی و خوراکی استان اصفهان

سرکار خانم رویا امینی همسر محترم همکار گرامی آقای علی یآوری تبار



مقدمه

بین، غذاهای گرمی شبیه سوپ و آش نیز وجود دارد که باز هم گوشت، نقش پررنگ و مهمی در آن‌ها ایفا می‌کند. از معروف‌ترین غذاهای اصفهان می‌توان به خورشت ماست و بریان اشاره کرد که گل سرسید غذاهای سنتی این منطقه است. به‌طور کلی، رژیم غذایی مردم اصفهان با گوشت عجین شده است که برای علاقه‌مندان به گوشت، به‌خصوص گوشت قرمز، یک مزیت بزرگ به حساب می‌آید که نباید از آن غافل شوند. برای آشنایی بیش‌تر با غذاهای محلی اصفهان با ما همراه شوید.

اصفهان علاوه بر جاهای دیدنی متعدد و تاریخی معروفش، دنیایی از غذاهای سنتی را در خود جای داده است که می‌تواند گزینه‌ای عالی برای گردشگری غذایی باشد. غذاهای معروف اصفهانی، طیف وسیعی از غذاهای معروف و کم‌تر شناخته‌شده را در برمی‌گیرد که اغلب دو دسته است: غذاهایی که پخته و کوبیده می‌شود و غذاهای شل و آب‌دار و آش‌مانند. درواقع، غذاهای اصفهان معمولاً از ترکیب حبوبات و گوشت تشکیل می‌شود که به‌صورت له‌شده درمی‌آید و با نان تازه و سبزی خوردن میل می‌شود. در این

بریون اصفهان با ریحون

بریان یا بریون از معروف‌ترین غذاهای سنتی اصفهان است که به اشتباه با نام بریانی یا بریونی یعنی «محل فروش بریان» میان مردم شناخته می‌شود. بهترین نوع آن از گوشت گوسفند تازه درست می‌شود. اصفهانی‌ها بریان را با جگرسفید چرخ‌شده، نان سنگک، ریحان و یک پارچ دوغ میل می‌کنند. در کنار بریان اغلب آب‌گوشت نیز سرو می‌شود که باید با نان خردشده نوش‌جان کنید. طبخ این غذای چرب، مقوی، پرخاصیت و خوش‌طعم که از ترکیب گوشت گوسفند چرخ‌کرده با نعناع، پیاز، زعفران و دارچین تهیه می‌شود، کمی مشکل است، اما طعم خارق‌العاده آن، ارزش زحمتی را که می‌کشید، خواهد داشت.



یخمه ترش

یخمه ترش از غذای اصیل و قدیمی اصفهانی است که برخلاف اسمش، طعم شیرینی دارد و به دلیل وجود به در آن، اغلب در پاییز و زمستان پخته می‌شود. این غذای پرخاصیت برای رفع کم‌خونی، افزایش انرژی و شادابی، جلوگیری از پوکی استخوان، بهبود عملکرد مغز، رفع استرس و... مفید است.

گوشت خردشده را همراه با آب و زردچوبه روی حرارت متوسط قرار دهید تا نیم‌پز شود. سپس آلو برقانی، برگه زردآلو، به خردشده و برنج را به آن اضافه کنید و کمی نمک و فلفل سیاه به غذا بزنید. وقتی همه مواد پخت و آبش به‌طور کامل کشیده شد، آن را از روی حرارت بردارید، هسته‌های آلو را جدا و شروع به کوبیدن آن‌ها کنید تا خوب له شود. حالا نوبت افزودن شکر یا شیرۀ خرما است که وقتی با بقیه مواد مخلوط کردید، باید قابلمه را دوباره روی حرارت ملایم قرار دهید تا شکر حل شود. حدود ده دقیقه بعد غذا حاضر است و می‌توانید آن را با نان سرو کنید. مقدار شیرینی این غذا به ذائقه خودتان بستگی دارد.



کباب مشتی اصفهانی

کباب مشتی یا کباب زردک، نوعی شامی اصفهانی است که آن را به صورت شیرین یا ملمس تهیه می کنند. این کباب به جای این که روی زغال پخته شود، در سس خوشمزه ای می پزد. زردک از گیاهان ریشه ای شبیه هویج است که طعم شیرینی دارد و به دلیل استفاده در این غذا، به آن کباب زردک نیز گفته می شود. مواد اولیه این غذای لذیذ شامل گوشت چرخ کرده، شیر، سرکه، آرد نخودچی، زردک، ادویه و پیاز است.



قیمه ریزه

قیمه ریزه یا «کله گنجشکی» معمولاً برای وعده ناهار تهیه و همراه با سبزی خوردن، یک پیاله ماست یا ترشی میل می شود. مواد تشکیل دهنده این غذا شامل گوشت گوسفند، پیاز، آرد نخودچی، پیازداغ، گوجه فرنگی، نعناع خشک، نمک و فلفل است. نصف پیاز را رنده و با گوشت چرخ کرده مخلوط کنید. سپس آرد نخودچی، نمک، فلفل، سبزی خشک و نصف قاشق چای خوری زردچوبه را در گوشت بریزد و

خوب ورز دهید. از این مایه گوشتی به اندازه یک گردو بردارید و آن را به شکل کوفته های کوچک گرد کنید. نصف دیگر پیاز را نگینی خرد کنید و در کمی روغن تفت دهید و مابقی زردچوبه و رب گوجه فرنگی را اضافه کنید و کمی هم بنزید تا بوی خامی آن ها گرفته شود. در این جا آب را بیفزایید و اجازه دهید تا جوش بیاید. حالا نوبت قراردادادن کوفته ها در این سس است. شعله زیر قابلمه را کم کنید و بگذارید غذا برای حدود یک ساعت جا بیفتد. خوراک قیمه ریزه با نان و سبزیجات تازه سرو می شود. در صورت تمایل می توانید از یک عدد سیب زمینی خرد شده نیز در این غذا استفاده کنید و آن را همزمان با آب به قابلمه اضافه کنید تا بپزد.



کوفته شوید باقالی

باقالی پوست‌کنده را بپزید، در حدی که نیم‌پز شود؛ بعد آن را آبکش کنید و کنار بگذارید. گوشت، سبزی (شوید، ترخون، مرزه، تره، جعفری، گشنیز و ریحان)، یک پیمانه برنج و جو را که از قبل خیس کرده‌اید، در غذاساز بریزید تا خرد و مخلوط شود. حالا یک پیمانه دیگر برنج، باقالی نیم‌پز و تخم‌مرغ را به این مخلوط اضافه کنید و خوب ورز دهید. دارچین، زردچوبه، و فلفل سیاه و نمک را نیز به مواد بیفزایید. یک ونیم لیوان آب و نصف لیوان روغن را در یک قابلمه بریزید و روی حرارت بگذارید تا جوش بیاید؛ بعد زیر آن را کم کنید. از مواد کوفته به اندازه یک پرتقال بردارید، وسط آن کشمش، گردو یا آلو بگذارید و کوفته را گرد کنید و در آب جوش بگذارید و در قابلمه را ببندید تا بپزد. اگر تعداد کوفته‌ها بیش‌تر از کف قابلمه بود، آن‌ها را روی هم قرار ندهید و از قابلمه دیگری برای این منظور استفاده کنید.



تاس کباب

تاس کباب در اکثر شهرهای ایران طبخ می‌شود؛ هرچند این‌طور به نظر می‌رسد که اصالت آن به اصفهان تعلق دارد. گوشت و به را به ابعاد مکعبی بزرگ خرد کنید و سیب‌زمینی، هویج و پیاز را حلقه‌ای برش بزنید. در قابلمه مناسبی مقداری روغن بریزید، یک ردیف پیاز کف آن بچینید و تکه‌های گوشت را روی آن قرار دهید. کمی فلفل و زردچوبه روی گوشت بپاشید و هویج و به خردشده را روی گوشت بگذارید و در نهایت نیز برش‌های سیب‌زمینی و گوجه‌فرنگی را بچینید. حالا نصف پیمانه آب و مقداری نمک و ادویه در قابلمه بریزید و روی حرارت بگذارید تا جوش بیاید. سپس در قابلمه را ببندید و حرارت را کم کنید تا غذا به مدت سه تا چهار ساعت جا بیفتد و بپزد. برای رنگ بهتر غذا می‌توانید مقداری رب گوجه‌فرنگی را در روغن سرخ کنید و همراه با کمی آب به غذا اضافه کنید. تاس کباب باید کم‌آب باشد و می‌توانید آن را با نان یا پلو سرو کنید.



کوفته کشک

برنج را از قبل خیس کنید و بعد همراه با آب روی حرارت متوسط بگذارید تا نیم‌پز و آب آن کاملاً کشیده شود. مقدار آب به اندازه‌ای باشد که روی برنج را بگیرد. دوسوم برنج را برای داخل کوفته‌ها بریزید و بقیه را کنار بگذارید. گوشت چرخ‌کرده، نمک، فلفل و زردچوبه، یک عدد پیاز (رنده شده و آب‌گرفته) و سبزی خردشده را با هم مخلوط کنید و خوب ورز دهید؛ سپس برنج نیم‌پز را بیفزایید و مخلوط کنید. حالا به اندازه یک نارنگی از مواد بردارید و در دستتان گرد کنید و برای این‌که سطح آن صاف و یکدست درآید، می‌توانید دستتان را خیس کنید. کوفته‌ها را برای دو ساعت در یخچال قرار دهید؛ این کار مانع از وارفتن آن‌ها می‌شود. یک عدد پیاز نگینی را در روغن سرخ و زردچوبه، نعنای خشک و بقیه برنج نیم‌پز را به آن اضافه کنید و پس از چند ثانیه که تفت خورد، در آن آب بریزید و وقتی جوش آمد، کوفته‌ها را در آن قرار دهید. آب باید کاملاً روی کوفته‌ها را بپوشاند. در قابلمه را نیمه‌باز بگذارید و اجازه دهید تا غذا برای یک ساعت بپزد. وقتی کوفته‌ها پخت، کشک را با کمی آب جوش رقیق کنید و در قابلمه بریزد. پانزده تا بیست دقیقه که کشک قل زد و جا افتاد، نمک غذا را بچشید. این غذا را با نان سنگک نوش جان کنید.



کباب حسینی

کباب حسینی اصفهانی، نوعی کباب سنتی است که با گوشت مرغ یا گوشت قرمز و در تابه و با سیخ چوبی درست می‌شود. ابتدا سیخ‌های چوبی را در آب قرار دهید تا برای سه تا چهار ساعت خیس بخورند. گوشت‌ها را به اندازه خورشتی برش بزنید و حداقل برای دو تا سه ساعت در زعفران، پیاز خلال شده، آب لیمو، نمک و فلفل سیاه بخوابانید تا نرم و ترد شود. سپس سیخ‌ها را چرب کنید.

در ادامه، یک تکه گوشت، یک برش پیاز و یک برش فلفل دلمه را در سیخ‌ها قرار دهید تا سیخ‌ها پر شود. در این مرحله، یک لایه گوجه‌فرنگی، فلفل دلمه و پیاز حلقه‌شده، کف تابه رژیمی یا قابلمه بچینید و روی آن‌ها نمک و فلفل سیاه بپاشید. سیخ‌های کباب را در قابلمه بگذارید، روی آن کمی زعفران دم‌کرده و کره ذوب شده بمالید و یک لایه دیگر گوجه و پیاز و فلفل دلمه روی آن بگذارید. در تابه یا قابلمه را ببندید تا با حرارت خیلی کم بپزد. در پانزده دقیقه آخر پخت می‌توانید مخلوطی از رب گوجه‌فرنگی، زعفران دم‌کرده و نمک و آب تهیه کنید و روی کباب‌ها بریزید و اجازه دهید تا آب آن کشیده شود و طعم‌ها به خورد هم برود.



دلمه برگ مو اصفهانی

برگ‌های مو را در ظرف آب جوش قرار دهید تا نرم شود و بتوانید آن‌ها را راحت‌تر پیچید. پیاز نگینی خردشده را در روغن سرخ کنید تا طلایی شود و بعد گوشت چرخ‌کرده، فلفل سیاه، دارچین و پودرسیر را به آن اضافه کنید و هم بزنید تا رنگ گوشت تغییر کند. در ادامه، سبزیجات خردشده را همراه با گوشت کمی تفت دهید. برنجی را که از قبل خیس کرده‌اید، با آب روی حرارت بگذارید و مقداری نمک و روغن به آن بزنید و کمی زنده آبکش کنید. باقلا و لپه را نیز جداگانه بپزید؛ در حدی که له نشود. حالا کشمش‌ی که از قبل خیس کرده‌اید، لپه، باقلا و برنج پخته را به مواد اضافه کنید و کمی تفت دهید.

در این مرحله، آب جوش روی برگ‌ها را خالی کنید و یک برگ مو بردارید، یک تکه خرمای بدون هسته روی آن قرار دهید و بعد یک قاشق از مواد دلمه بگذارید و برگ مو را به شکل رولی یا بقچه‌ای پیچید. یک لیوان آب در قابلمه بریزید و بشقاب‌ی را به صورت وارونه کف قابلمه قرار دهید تا به این ترتیب دلمه‌های کف قابلمه نسوزد. سپس دلمه‌ها را به صورت فشرده کنار هم بگذارید. آب، شکر و آب‌لیمو را مخلوط کنید و روی دلمه‌ها بریزید و یک بشقاب روی آن‌ها برگردانید تا دلمه‌ها حین پخت باز نشود. روی قابلمه فویل بکشید و ظرف دلمه را در فری قرار دهید که از پانزده دقیقه قبل روی دمای ۱۸۰ درجه سانتی‌گراد گرم شده است. دلمه‌ها در مدت دو تا سه ساعت می‌پزد و آماده می‌شود.



حلیم بادمجان

گوشت سردست یا گوشت بره را با پیاز قاچ خورده، زردچوبه و سه لیوان آب در قابلمه بریزید تا بپزد و بعد آن را ریش‌ریش کنید و با کف دست شروع به ورز دادن کنید تا گوشت به رنگ سفید درآید. ورز دادن گوشت به کشدار شدن حلیم کمک می‌کند. برنج را با مخلوط آب و آب‌گوشت بپزید و وقتی نیم‌پز شد، نمک، فلفل سیاه و کمی زعفران دم‌کرده و پیازداغ را به آن اضافه کنید و بگذارید تا آبش کاملاً کشیده شود. برنج پخته و بادمجان سرخ‌شده را در غذاساز بریزید تا حسابی له و یکدست شود. این مایه را همراه با گوشت ریش‌شده و بقیه زعفران در قابلمه بریزید و روی حرارت متوسط قرار دهید و مرتب هم بزنید تا مواد به طور کامل مخلوط شود. حدود پانزده دقیقه بعد می‌توانید کشک را اضافه کنید و آن را برای ده تا پانزده دقیقه دیگر هم بزنید تا جا بیفتد و حاضر شود. سیرداغ و نعنای داغ را در اواخر کار به حلیم بادمجان اضافه کنید. این غذای لذیذ را با نعنای داغ، پیازداغ، کشک و گردوی خردشده تزیین کنید.



حلیم ماش و قمری

حلیم ماش و قمری انواع ویتامین ها، کربوهیدرات، اسید چرب امگا ۳، سدیم، پتاسیم، فیبر، فسفر، کلسیم، منیزیم، منگنز، آهن، پروتئین و غیره را دارد. بهبود عملکرد روده ها و رفع یبوست، تقویت سیستم قلبی، عروقی و مغزی، افزایش گلبول های قرمز خون و رفع کم خونی، تقویت استخوان ها و پیشگیری از پوکی استخوان و آرتروز از جمله فواید این غذای خوشمزه است.

سبزی این غذا شامل: تره، جعفری، شنبلیله، مرزه و ترخون می شود که نیازی به ریز کردن آن ها نیست و باید درشت خرد شود. پوست کلم قمری را بگیرید و آن را به صورت مکعبی درشت خرد کنید. حالا سبزیجات و کلم قمری خرد شده، یک عدد پیاز و گوشت خرد شده را با آب روی حرارت بگذارید تا بپزد. از آن جا که همه مواد باید حسابی له شود، می توانید آن ها را در زودپز بپزید. پس از پخت این مواد، به آن ها نمک و ادویه بزنید و خوب بکوبید تا کشدار شود. برنج را جداگانه در آب بریزید تا بپزد و وقتی نیم پز شد، ماش را به آن اضافه کنید. وقتی آب برنج تقریباً کشیده شد، برنج و ماش پخته را نیز با گوشت کوب بکوبید. این مخلوط را همراه با پیازداغ فراوان به مایه گوشتی له شده اضافه کنید. این حلیم باید خیلی خوب هم زده شود تا به صورت کش دار دربیاید. در آخر، آن را با کشک و پیازداغ تزیین و سرو کنید.

شله بریون زیره

شله بریون زیره، از شله های رایج در رژیم غذایی اهالی اصفهان به شمار می رود که از نظر بافت و شکل ظاهری شبیه حلیم است. مهم ترین ویژگی این شله، عطر و بوی زیره سیاه در آن است که خواص آن را دوچندان می کند. گوشت را همراه با پیاز در زودپز بریزید و اجازه دهید تا حسابی بپزد. آب گوشت را جدا کنید، برنجی را که از قبل خیس کرده بودید، در آب گوشت بریزید و اجازه دهید تا نیم پز شود. گوشت را ریش ریش و همراه با زیره، دارچین و نمک به برنج اضافه کنید و شله گاز را کم کنید. کمی که جا افتاد، قابلمه را از روی حرارت بردارید و با گوشت کوب برقی یا دستی آن را له کنید و دوباره روی شله کم بگذارید. در آخر پخت می توانید کره را به غذا اضافه کنید. غلظت این غذا در حد و اندازه حلیم است.



یخنی لوبیا

گوشت و لوبیا (یخنی لوبیا) از غذاهای معروف اصفهانی است که در گویش محلی «گوشدالوبیا» گفته می شود. این غذا ظاهری شبیه حلیم دارد و معمولاً با سبزی خوردن، ترشی و نان تازه سرو می شود و آب آن نیز با نان خرد شده میل می شود. ابتدا سبزی را تمیز کنید و کاملاً بشوید. مقدار تره باید بیش تر از جعفری و شنبلیله باشد. نیازی نیست سبزی ها خیلی خرد شود و فقط باید آن ها را از وسط دونیم کنید. گوشت و قلوه گاه را خرد کنید. لوبیا را از شب قبل خیس کنید و آب آن را چندبار عوض کنید. حالا باید گوشت، سبزی، لوبیا سفید، زرد چوبه و حدود هشت لیوان آب را در یک قابلمه بریزید و در آن را ببندید تا بپزد. با پختن گوشت و



باشد که این حلیم وقتی از حرارت بیفتد، چند برابر سفت تر می شود. درنهایت، حلیم شیر را با روغن و دارچین تزیین و با نمک یا شکر میل کنید.



کله جوش

کله جوش غذایی ساده و راحت است که بدون گوشت طبخ می شود و نوعی فست فود به حساب می آید. کشک، نعنای خشک، گردو، روغن، پیاز، نمک و فلفل و ادویه، مواد اولیه این غذا را تشکیل می دهد که اغلب با نان تازه سنگک میل می شود. پیاز خردشده را در کمی روغن تفت دهید تا نرم شود و بعد به آن نمک و زردچوبه بزنید. گردوی خردشده را به این مواد اضافه کنید و قدری تفت دهید. دو پیمانه آب جوش به این مواد اضافه کنید و اجازه دهید تا بجوشد و بعد نعنای داغ و کشک را در آن بریزید و پس از چند دقیقه جوشیدن، آماده می شود که می توانید با پیازداغ و گردو تزیین کنید.



لوبیا، نوبت اضافه کردن برنجی است که از قبل خیسانده بودید. سیب زمینی را نیز پوست بگیرید، خرد کنید و به غذا بیفزایید. وقتی تمام مواد پخته شد، به آن نمک بزنید و قابلمه را از روی حرارت بردارید. آب غذا را جدا کنید و مابقی مواد را با گوشت کوب کاملاً له کنید. غذا حاضر است، آب را جداگانه در کاسه بریزید و گوشت و لوبیا را در ظرف بکشید و با نان و ترشی سرو کنید.



حلیم شیر

حلیم شیر اصفهانی به واسطه ارزش غذایی بالا، گزینه ای عالی برای افطاری و سحری در ماه رمضان محسوب می شود. حلیم، منبع پروتئین است و از آن جا که دیر هضم می شود، با مصرف آن در وعده صبحانه، تا مدت ها احساس گرسنگی نخواهید کرد. گوشت را همراه با آب روی حرارت بگذارید تا بپزد. به اندازه ای آب روی گوشت بریزید که روی آن را بپوشاند. گندم را بشوید و به گوشت اضافه کنید و اجازه دهید که گندم و گوشت برای چند ساعت خوب بپزد. در ادامه، زیر قابلمه را خاموش و استخوان های گوشت را به طور کامل جدا کنید. حالا گوشت و گندم را با گوشت کوب برقی یا دستی خوب بزنید تا حسابی له و یکدست شود و دانه های گندم در آن مشخص نباشد. این مخلوط را دوباره روی حرارت ملایم بگذارید و شیر گرم را کم کم به آن اضافه کنید و مرتب هم بزنید تا به غلظت شله زرد برسد. روغن (ترجیحاً روغن کنجد) را نیز به مواد بیفزایید. یادتان

آش سماق

آش سماق، یکی از آش های خوش طعم اصفهان است که از سماق خشک، آرد برنج یا برنج نیم دانه، سبزی آش و گوشت چرخ کرده در آن استفاده می شود. برنج را همراه با آب بپزید و وقتی پخت، سبزی ریز خرد شده را در آن بریزید. گوشت، نمک و فلفل را با هم مخلوط کنید و ورز دهید و از آن به اندازه یک گردو بردارید و گرد کنید و در روغن سرخ کنید. این کوفته ها را در قابلمه آش بریزید. پس از این که کوفته ها پخت، سماق خشک را برای یک ساعت در آب خیس کنید؛ سپس آن را از صافی پارچه ای رد کنید، خوب فشار دهید تا آب آن گرفته شود. حالا آب سماق را در آش بریزید. پیاز را خالی خرد و در روغن سرخ کنید و مقداری از آن را به آش اضافه کنید و مابقی را برای تزیین روی آن نگه دارید. وقتی آش حاضر شد، آن را در ظرف مورد نظر بکشید و روی آش را با نعنای داغ و پیاز داغ تزیین کنید. اگر به جای برنج، از آرد برنج در آش سماق استفاده کنید، غذای شما زودتر آماده می شود.



نخودآب

نخودآب غذایی ساده و بسیار مقوی است. این غذای سنتی اصفهانی انواع ویتامین ها، کربوهیدرات، سدیم، پتاسیم، منیزیم، منگنز، آهن، روی (زینک)، کلسیم، پروتئین، اسید فولیک، فولاد، فیبر و... را دارد. تقویت بینایی، افزایش انرژی و عضلانی شدن بدن، تقویت حافظه، پاک سازی کبد و کلیه، پیشگیری از سکته قلبی، کنترل اشتها و کاهش وزن و کنترل دیابت، از جمله خواص مفید این غذای خوشمزه است.

ابتدا نخود را از شب قبل خیس کنید و آب آن را چند بار عوض کنید تا نفخش گرفته شود. پیاز نگینی خرد شده را در روغن دنبه یا روغن مایع سرخ کنید و به آن نمک، فلفل، زردچوبه و ادویه بزنید. پس از این که چند ثانیه تفت خورد، نخود را همراه با پنج لیوان آب به پیاز اضافه کنید و اجازه

دهید نخود آب با حرارت ملایم بپزد. در اواخر پخت، برای لعاب غذا می توانید آرد گندم را در نصف لیوان آب سرد حل و به قابلمه اضافه کنید. این غذا را بنابر سلیقه، با سرکه یا آبغوره، نان تازه و سبزی میل می کنند.



آش شوربای سبزی

آش شوربای سبزی، از آش های سنتی اصفهان است که در آن از کوفته قلقلی استفاده می شود و از همین نظر با دیگر شوربای های سنتی فرق دارد. ماش و برنج را بشوید و خیس کنید. یکی از پیازها را نگینی خرد کنید و در کمی روغن تفت دهید تا طلایی شود؛ سپس به آن زردچوبه بزنید. پیاز دوم را رنده کنید و همراه با شوید خشک، زردچوبه، نمک، فلفل سیاه و پودر سیر به گوشت چرخ کرده اضافه کنید و ورز دهید. بعد از آن، به اندازه گردو بردارید و قلقلی کنید. این کوفته ها را همراه با پیاز کمی تفت دهید. مقداری آب جوش در قابلمه ای بریزید و وقتی جوش آمد، برنج و ماشی را که از قبل خیس کرده بودید، در قابلمه بریزید و وقتی به جوش افتاد، در آن را بگذارید تا برنج باز شود. در این مرحله، هویج رنده شده و سبزی خرد شده (گشنیز، تره، اسفناج و جعفری) را اضافه کنید و وقتی لعاب برنج درآمد، گوشت قلقلی و پیاز داغ را در قابلمه بریزید و نیم ساعتی صبر کنید تا گوشت نیز بپزد. در صورت تمایل می توانید شلغم نگینی یا رنده شده را نیز به آن بیفزایید.



اوماج سرکه چغندر

اوماج سرکه چغندر، یکی از غذاهای بسیار قدیمی اصفهان است که با رنگ و طعم فوق العاده اش، هرکسی را به اشتها می آورد. ابتدا چغندر را پوست بگیرید و آن ها را رنده یا ریز خرد کنید. سپس چغندر را همراه با آب در قابلمه ای بریزید تا بپزد. مقدار آب به حدی باشد که روی آن را بپوشاند. وقتی چغندر پخت، آرد را در نصف لیوان آب سرد حل کنید و به آش اضافه کنید و اجازه دهید بجوشد تا خامی آرد از بین برود. در انتهای کار، سرکه را اضافه کنید و غذا را در ظرف بکشید.



پلو ماش و قمری

پیاز را رنده کنید و آب آن را بگیرید و سپس با گوشت چرخ کرده، نمک، فلفل سیاه و زردچوبه مخلوط کنید و از آن به اندازه یک گردو بردارید و به صورت کوفته قلقلی در روغن سرخ کنید. حالا باید کلم قمری را خلالی خرد کنید و در روغن تفت دهید. در ادامه به آن نمک، فلفل، زردچوبه، ادویه و زعفران بزنید و کوفته ها را همراه با نصف لیوان آب به کلم قمری اضافه کنید و در ظرف را ببندید تا بپزد. برنج را از قبل بخیسانید و بعد آن را بپزید و قبل از آبکش کردن، سبزی خرد شده و ماش پخته را در آن بریزید و سپس آن را آبکش کنید. در این مرحله، کف قابلمه مقداری روغن بریزید، یک لایه برنج و یک لایه کوفته قلقلی و کلم قمری بریزید و این کار را لایه به لایه ادامه دهید و سپس برنج را دم کنید.



خورشت به آلو

خورشت به آلو، یکی از غذاهای پاییزی و خوشمزه در اصفهان است که می توانید آن را با لپه یا بدون لپه و همین طور با مرغ و گوشت تهیه و نوش جان کنید. علاوه بر این، این خورشت بسته به ذائقه افراد به صورت شیرین یا ملس (ترش و شیرین) نیز تهیه می شود. در گذشته، این غذا را با نان میل می کردند؛ اما امروز با برنج سرو می شود.

پیاز نگینی را همراه با مقداری روغن در قابلمه بریزید و تفت دهید تا سبک و نرم شود. گوشت را همراه با زردچوبه و فلفل سیاه به پیاز اضافه کنید و هم بزنید تا رنگش تغییر کند. بعد در آن آب بریزید؛ در حدی که به اندازه یک بند انگشت روی آن آب باشد و اجازه دهید که گوشت بپزد. این خورشت به اصطلاح تنگ آب است و در نهایت، آب خیلی زیادی ندارد. به را به صورت مکعب های درشت خرد کنید و آن را با کمی کره روی حرارت ملایم تفت دهید تا رنگ آن طلایی شود و سپس رب گوجه فرنگی را اضافه کنید و پس از این که خامی آن گرفته شد، آن ها را به گوشت پخته بیفزایید. در پانزده تا بیست دقیقه اواخر پخت، آلو هایی را که از قبل خیس کرده اید، در خورشت بریزید. در نهایت، طعم غذا را بجشید و بنابر ذائقه به آن شکر و آب لیمو بزنید و در صورت تمایل می توانید کمی زعفران دم کرده به آن اضافه کنید.



به پلو

به را خوب بشوید، پوست آن را بگیرید و ورقه ای یا مکعبی برش بزنید. سپس به ها را در کمی روغن تفت دهید و کنار بگذارید. گوشت را همراه با پیاز قاچ خورده و کمی زردچوبه و آب بپزید و سپس به آن نمک و فلفل سیاه بزنید. آلوها را از قبل برای سی دقیقه در آب ولرم خیس کنید و همراه با زعفران دم کرده به گوشت اضافه کنید. وقتی آب گوشت تقریباً کشیده شد، آن را از روی حرارت بردارید. برنج را از قبل بخیسانید و بعد آن را بپزید و آبکش کنید. حالا مقداری روغن کف قابلمه بریزید، یک لایه برنج در کف قابلمه پخش کنید، سپس از مخلوط گوشت و آلو و پیازداغ روی آن بدهید و چند ورق به بچینید. مقداری از آب گوشت غلیظ را نیز روی آن ها بریزید. به همین ترتیب، کل برنج و گوشت و به را لایه به لایه در قابلمه قرار دهید. این مواد را برای ۴۵ دقیقه دم کنید و بعد سرو کنید. این غذا را می توانید با مرغ نیز تدارک ببینید.

دمپخت کنجد و خشخاش

ابتدا کنجد را در تابه بدون روغن کمی بدهید و وقتی سرد شد، کنجد را همراه با خشخاش و کمی گردو در غذا ساز پودر کنید. پیاز نگینی را در روغن تفت دهید تا سبک و طلایی شود. بعد هویجی را که نگینی خرد یا رنده درشت کرده اید، به پیاز اضافه کنید و کمی تفت دهید. در ادامه، زردچوبه، نمک و فلفل، پودر کنجد و گردو و خشخاش را به آن بیفزایید و برای مدت کوتاهی سرخ کنید. سپس ماش را که از قبل خیسانده بودید، اضافه کنید و تفت دهید. حالا باید آب را اضافه کنید و وقتی جوش آمد، یک سیب زمینی را چهار قسمت کنید و همراه با برنج در آن بریزید. مقدار آب باید مثل زمان درست کردن کته، به اندازه یک بند انگشت بالاتر از سطح برنج باشد. وقتی آب برنج کشیده شد، تخم مرغ هایی را که شسته اید، وسط برنج قرار دهید و روی آن را با برنج پیوشانید تا تخم مرغ ها با حرارت برنج پخته شود. به ازای هر نفر می توانید از یک تخم مرغ استفاده کنید. کمی روغن روی برنج بدهید و غذا را دم کنید. این غذا با ترشی یا سالاد شیرازی، حسابی می چسبد.



خورشت نعنای جعفری

خورشت نعنای جعفری که به آن خورش آلوچه سبز نیز گفته می‌شود، یک غذای بهاری خوشمزه با طعم ملس است. در اصفهان به گوجه سبز، آلوچه سبز می‌گویند. ابتدا پیاز نگینی خردشده را در کمی روغن تفت دهید و وقتی طلایی شد، گوشت خورشتی خردشده را همراه با ادویه و فلفل سیاه و دارچین اضافه کنید و هم بزنید تا رنگ گوشت تغییر کند. سپس مقداری آب به آن بیفزایید و اجازه دهید که گوشت بپزد. جعفری و نعنای خردشده را همراه با روغن در یک تابه کمی تفت دهید و به گوشت نیم‌پز اضافه کنید. وقتی گوشت و سبزی پخت، گوجه سبز را در قابلمه بریزید و بگذارید تا غذا جا بیفتد. در آخر، برای داشتن طعم ملس می‌توانید مقداری شکر در غذا بریزید و آن را با برنج سرو کنید.



خورشت ماست

خورشت ماست اصفهان، برخلاف دیگر خورش‌های سنتی، غذای نیست و به عنوان کنار غذا، پیش غذا و دسر مصرف می‌شود. قدمت این خورش ظاهراً به دوران قاجار می‌رسد و در آن روزگار غذایی درباری برای افراد متمول بوده است؛ اما با افزایش تنوع غذاها، امروزه خورش ماست به صورت سرد یا گرم، بیش‌تر برای پیش غذا و دسر استفاده می‌شود. مواد اصلی این غذای خوش‌رنگ و خوشمزه متشکل از گوشت گردن، ماست چکیده پرچرب و زعفران است که ترکیب اعجاب‌انگیز آن‌ها با انواع ادویه‌های خوش‌عطر، یکی از غذاهای متفاوت اصفهان را به وجود می‌آورد.



کوکو قندی

کوکو قندی از غذاهای کم‌ترشناخته‌شده اصفهان است که بیش‌تر خانم‌های خانه‌دار قدیمی و مادر بزرگ‌ها تهیه آن را می‌کنند. این کوکو در واقع یک نوع خاگینه سیب‌زمینی است که اغلب به عنوان دسر به کار می‌رود. شکر و آب را در یک قابلمه مناسب بریزید و روی شعله متوسط گاز بگذارید تا شکر حل شود. در ادامه، گلاب، زعفران دم‌کرده و هل را اضافه کنید و اجازه دهید ده دقیقه بجوشد تا کمی غلیظ شود و بعد از روی حرارت بردارید. سیب‌زمینی‌ها را آب‌پز کنید و پس از خنک شدن آن‌ها رنده ریز کنید یا با گوشت‌کوب خوب له کنید. تخم مرغ، شکر، زعفران دم‌کرده، پودر هل و عصاره وانیل را در کاسه‌ای بریزید و با همزن برقی بزنید تا کشدار و کرم‌رنگ شود. این مایه تخم‌مرغی را به تدریج به سیب‌زمینی له‌شده اضافه کنید و خوب هم بزنید تا یکدست شود. حالا حدود چهار قاشق غذاخوری شهد سردشده به مایه کوکو اضافه و مخلوط کنید. کمی روغن در تابه بریزید تا داغ شود؛ سپس کل مایه کوکو را در آن پخش کنید و هر دو طرفش را سرخ کنید. در ادامه، آن را به شکل دلخواه ببرید، در ظرف سرو قرار دهید و شهد سرد را روی آن بریزید و اجازه دهید تا برای چند دقیقه این شهد به خورد کوکو برود. در آخر، کوکو را با خلال بادام و پسته تزیین کنید. برای تهیه شهد، کافی است آب و شکر را روی حرارت بگذارید تا جوش بیاید و شکر حل شود. در ادامه، زعفران دم‌کرده و گلاب را اضافه کنید و اجازه دهید برای پانزده دقیقه بجوشد.



دوغ و گوشفیل

دوغ و گوشفیل، از خوراکی‌های ویژه اصفهان است که دو طعم شیرین و شور با هم ترکیب می‌شود. جالب است بدانید که طعم شور و شیرین، درست مثل سرم قندی و نمکی، باعث تنظیم فشار خون می‌شود و از همین رو، این خوراکی برای افراد با فشار خون پایین مفید است. گوشفیل مانند زولبیا و بامیه درست می‌شود و از آن جاکه شبیه گوش فیل است، به آن گوش فیل می‌گویند که با دوغ محلی اصفهانی حسابی می‌چسبد.

برای تهیه شربت بار، ابتدا آب و شکر را روی حرارت کم قرار دهید تا جوش بیاید. نیازی به هم‌زدن زیاد نیست و فقط در حدی هم بزنید که شکر ته نگیرد. در ادامه، زعفران دم‌کرده و گلاب را بیفزایید و بگذارید برای پانزده دقیقه با حرارت کم بجوشد. در آخر، عسل را اضافه کنید و پس از یک دقیقه حرارت را خاموش کنید.

برای درست کردن گوشفیل باید ماست، کره (در دمای محیط نرم شده)، زرده تخم مرغ، وانیل و شربت را با هم مخلوط کنید و سپس مخلوط آرد و بکینگ پودر الک شده را به تدریج در آن بریزید تا حدی که خمیر منسجمی به دست آید. این خمیر را در ظرفی در بسته بگذارید تا برای دو تا سه ساعت استراحت کند. خمیر را مجدداً ورز دهید و بعد با وردنه پهن کنید. برای این که گوشفیل تردی داشته باشید، آن را در حد سه تا چهار میلی‌متر نازک کنید. در ادامه، برش‌های لوزی روی خمیر ایجاد کنید و گوشه‌های آن را با انگشت کمی فشار دهید. روغن را روی حرارت ملایم قرار دهید تا کم‌کم داغ شود؛ سپس گوشفیل‌ها را در آن سرخ کنید. به محض این که گوشفیل‌ها را از روغن درآورید، در شربت گرم بریزید و خوب در آن بغلتانید و بعد در یک صافی بگذارید تا شهد اضافی آن خارج شود.



گداخته اصفهان

گداخته اصفهان، از خانواده کاجی به حساب می‌آید که از مواد مغذی همچون مغز پسته، بادام، خرما و... تهیه می‌شود و از همین رو بسیار مغذی و مقوی است؛ به خصوص برای افرادی که دچار کم‌خونی و ضعف بدن هستند.

همه مغزها (پسته، بادام، فندق و گردو)، کنجد و نخودچی را در غذاساز بریزید تا کاملاً پودر شود. هسته خرما را بگیرید و آن را در یک لیوان آب بپزید و سپس آن را حسابی له کنید. حالا خرماي له شده را همراه با مغزهای پودر شده، پودر سنجید، پودر نارگیل و چهار لیوان آب روی حرارت بگذارید و مخلوط کنید. در این مرحله، نوبت افزودن نبات و شیره خرماست که باید روی حرارت ملایم تا حدی هم بزنید که مواد قوام بیاید و غلیظ شود. این فرایند حدود یک ساعت طول می‌کشد تا گداخته آماده شود. قبل از خاموش کردن حرارت، زعفران دم‌کرده را در آن بریزید. شعله را خاموش کنید، در قابلمه را بگذارید تا گداخته دم بپفتد و با زعفران خوشرنگ شود. غلظت این خوراکی مشابه کاجی است. در صورت تمایل می‌توانید از روغن حیوانی و دارچین نیز استفاده کنید.





گویی تجارتمان به ما اجبار شده است. برای مثال، وقتی در مصاحبه کاری موفق نمی شویم یا شخصی را که دوست داریم، طردمان می کند یا حتی وقتی به موقع به اتوبوس نمی رسیم، خود را قربانی شرایط به وجود آمده می دانیم. در حالی که تا خودمان نخواهیم، هیچ کس و هیچ چیزی نمی تواند باعث ایجاد احساسات ناخوشایند در ما شود. شاید نتوان وقایع بیرونی را تحت کنترل خود گرفت، اما حداقل می توانیم کنترل احساسات و واکنش هایمان را در دست بگیریم. پس بهتر است در فضایی منطقی و با نگاهی واقع گرایانه، مسئولیت زندگی خود را برعهده بگیرید.

هرساله هزاران دوندۀ آماتور در دوی ماراتون شرکت می کنند. بسیاری از آن ها رسالت بزرگی از انجام این کار دارند؛ مثل جمع آوری پول برای امور خیریه. اگرچه بسیاری از دوندگان، در به پایان رساندن مسیر با دشواری مواجه می شوند، اما اکثر دوندگان آماتور از این دستاورد خود مفتخرند. حال، تصور کنید به جای این که داوطلبانه در ماراتون شرکت کنید، تحت اجبار سفت و سختی، مجبور می شدید که در آن شرکت کنید. در این صورت، فارغ از این که چقدر خوب دویدید، تجربه خوبی از شرکت در ماراتن نخواهید داشت! متأسفانه زندگی بسیاری از ما به گونه ای سپری می شود که

بیست و هفتمین سالروز تاسیس

صندوق قرض الحسنه شاه
گرامی باد



صندوق قرض الحسنه شاه