



وزارت آموزش و پرورش
سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی
دفتر انتشارات و فناوری آموزشی

روشن‌رشد ۳

ماهنامه آموزشی و تربیتی برای هنرجویان هنرستان /
دوره سوم / آذر ۱۴۰۱ / شماره پیاپی ۴۸ / صفحه



چگونه استعدادها را شکوفا کنیم

روی ترمز قناعت
کشاورزی در قلب کویر یزد



طراحی نشان برای خیریه حضرت رباب (س)

طراحی اسماء الحسنی و آیات قرآنی با خط کوفی بنایی

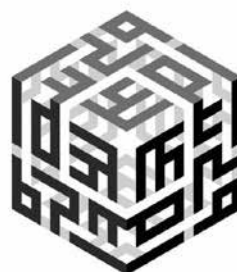
هنرجو: مصطفی فولادی مهر

سال دوازدهم گرافیک

درس: خط در گرافیک

هنرستان: برهان (منطقه ۱۸ تهران)

هنرآموز: فرنام دلفانی





اجتماعی و فرهنگی

ماهنامه آموزشی و تربیتی برای هنرجویان هنرستان
دوره سوم/ آذر ۱۴۰۱ شماره پی‌پی پی ۴۸/۱۹ صفحه

نشانی دفتر مجله: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، پلاک ۲۷۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵/۳۳۳۱
تلفن دفتر مجله: ۸۸۸۶۷۳۳۱/ شماره: ۱۴۷۸۰۸۸۳
رایانامه (پست الکترونیک): roshdehonarju@roshdmag.ir
تلفن امور مشترکان: ۰۲۱-۸۸۴۹۰۳۱۶-۸۸۸۶۷۳۰۸

خانواده

مجلات رشد همه
تلاش خود را کرده است تا
این مجله در دسترس عموم
دانش آموزان قرار گرفته و همه
کودکان و نوجوانان میهن عزیز
اسلامی مان امکان تهیه آن
را داشته باشند.

قیمت:

۷۵۰۰۰ ریال

- ۲ اثر شتر مرغ
- ۴ واقعیت مجازی هست. واقعیت، مجازی نیست
- ۶ تقویم آذر
- ۸ چگونه استعدادها را شکوفا کنیم؟
- ۱۰ نمایی پویا
- ۱۲ پلی به سوی تحقق آرزوها
- ۱۴ کوچک بزرگ
- ۱۶ سامانه‌ای که دست مشتریان را می‌خواند
- ۱۸ کوتاه کم ... کوتاه بیا!
- ۲۰ آشنایی با چاپگر سه بعدی
- ۲۲ نوآفرین بخش بخشی
- ۲۴ حل مسئله
- ۲۶ اسمت را در شهر شغل‌ها پیدا کن
- ۲۸ برای شکلات بیشتر قشوق به پا کن
- ۳۰ به ۹ روش بازاریابی نه نگویید
- ۳۲ در باغ سبز روان‌شناسی زرد
- ۳۴ ارزش بساز
- ۳۶ مه‌داده در تجارت
- ۳۸ روی ترمز قناعت
- ۴۰ شروط یک دوست از نگاه بزرگ‌ترین دوستان خدا
- ۴۲ صنایع ادبی
- ۴۴ کشاورزی در قلب کویر یزد
- ۴۶ از جلوی پنجره ماشین، تا جلوی پنجره ضریح
- ۴۸ وقتی فضای مجازی هم عقب افتاد



اَللّٰهُمَّ صَلِّ عَلٰی مُحَمَّدٍ وَّآلِ مُحَمَّدٍ وَّعَجِّلْ فَرَجَهُمْ

مدیر مسئول: محمد صالح مذنبی

سر دبیر: مهدی عبدالملکی

مدیر داخلی: ریحانه نعمت الهی

طراح گرافیک: مجید کاظمی

ویراستار: کبری محمودی

شورای برنامه‌ریزی: اسفندیار چهاربند، عباس بیات، محسن بهرامی، حسن

آقابابایی، سید مرتضی حسینی، مجتبی افچنگی، سجاد دهقان، سیدعلی

صالح‌پور

مدیر هنری: کوروش پارسا نژاد

دبیر عکس: اعظم لاریجانی

طرح روی جلد: سلمان رییس عبدالحی

× یادداشت سردبیر ×

فناوری را به کسب و کارتان سنجاق کنید

دنایای کسب و کار در حال تغییر و تحول است. این تغییر و تحول هم به خاطر گسترش علوم و فناوری‌های نوین است و هم به خاطر رشد علوم مدیریت. شاید ۲۰ سال پیش همه چیز این قدر تخصصی نبود. این قدر جدی نبود. الان همه چیز جدی و تخصصی شده است. به هر حوزه‌ای از کسب و کار که نگاه کنید، حرف‌های جدید، فناوری‌های جدید و روش‌های جدید به وجود آمده‌اند و به سرعت هم در حال رشد و گسترش هستند. در شرکت‌های بزرگ، در همه بخش‌ها، از قسمت فنی تا بازاریابی و تا ارتباط و خدمات مشتریان، افراد متخصص حوزه خودشان حضور دارند و مشغول کار هستند.

کسب و کارها برای اینکه بتوانند روی پای خودشان بایستند و شکست نخورند، باید این علوم و فناوری را بشناسند. باید بتوانند از آن‌ها استفاده کنند و باید بتوانند متناسب با موقعیت، هر کدام از آن‌ها را که برای کسب و کارشان مناسب است انتخاب کنند و به کار بگیرند.

مدیر و کاسب موفق در این آینده کسی است که با مهارت مدیریت و بهره‌وری، مثل مدیریت تولید و رهبری در کسب و کار، با مهارت‌های ارتباطی مثل ارتباط با مشتری و مذاکره و اقناع، با مهارت‌های ابزاری لازم برای کسب و کار مثل بازاریابی و فروش یا «خرید و فروش رقمی» (دیجیتال مارکتینگ) و سنس، با مهارت‌های فناوری‌های مثل هوش مصنوعی و چاپگر سه بعدی، با مهارت‌های زندگی که در دین ما بر آن‌ها تأکید شده مثل مسئولیت‌پذیری و روش‌ها و عادت‌های درست زندگی روزانه، آشنا باشد و درباره آن‌ها شناخت داشته باشد.

اگر خودتان را برای آینده بازار کار آماده می‌کنید، پس آینده‌ای درخشان در انتظار شماست. اگر کسب و کارتان را به روز کنید و خودتان را برای آن آماده کنید، مطمئن باشید آینده برای شماست.

× مهدی عبدالملکی ×



اثر شترمرغ

خود را زیر شن و ماسه فرو می برد تا به این روش آب از آسیاب بیفتد و او به سلامت از خطر عبور کند! اما اگر شکارچیان قهاری مانند شیر، ببر و پلنگ قصد جان شترمرغ را کنند، راه نجات شترمرغ در این است که سرش را زیر شن و ماسه فرو ببرد؟ مشخص است که با انجام چنین کاری، شترمرغ وعده غذایی چرب و نرمی برای این حیوانات درنده است.

انسان ها نیز نباید در برخورد با موارد مخاطره آمیزی مانند سوءرفتارهای همکاران و مدیران محل کار خود یا هشدارها و تذکرات ناشی از سرمایه گذاری مالی در موضوعی منفعل باشند. چرا که این نوع از افراد در نهایت با صدمات و آسیب های فراوانی روبه رو می شوند، هر چند که ممکن است از پذیرش آن لطمات هم خودداری کنند! اثرات ناشی از نبود واکنش مناسب و متناسب با موضوعی در این دسته از افراد، تا زمانی که در جایگاه مدیر یا مسئول شرکت یا سازمانی قرار نگرفته اند، تنها شامل خود و خانواده شان می شود.

آیا تا به حال با فردی که نمی خواهد روابطش با دیگران شکرآب شود و سعی می کند برای نگه داشتن روابطش با بقیه، از همه یا قسمت زیادی از مسائل و مواردی که بر او تحمیل می شوند، چشم پوشی کند، برخورد کرده اید؟ آیا شخصی را می شناسید که در برابر هر نوع توهین، فشار، تعارض و تهدید لب به سخن باز نمی کند و همواره برای حفظ وضعیت موجود و راضی نگه داشتن بقیه شرایط را به گونه ای می پذیرد که گویا هیچ اتفاقی نیفتاده است؟ آیا شما در بین اعضای خانواده تان یا در بین دوستان و هم کلاسی های مدرسه تان افرادی را می شناسید که در برابر خطرات و زیان های مالی سرمایه گذاری در بازار بورس های داخلی و خارجی یا بازار ارزهای الکترونیکی (دیجیتال) بی توجه باشند و حتی سعی کنند از شنیدن یا پذیرش این هشدارها و اطلاعات دوری کنند؟ روشن است که چنین افرادی هیچ گاه نمی توانند در تنظیم روابطشان با دیگران، دفاع از شخصیت و جایگاه انسانی شان و جلوگیری از شکست های مالی شان موفق باشند.

اما اینکه چرا این افراد در مواجهه با این چنین شرایطی بی خیال و بدون واکنش درست هستند، ریشه در اصطلاح خطای شترمرغ یا اثر شترمرغ دارد. در روایت های عامیانه و افسانه ای آمده است: شترمرغ در مواجهه با خطر و جلوگیری از صدمات ناشی از آن سر

این دلیل که دانش یا مهارت کافی ندارند و یا به دنبال اهدافی هستند که از مطرح کردن آن‌ها به صورت علنی و شفاف می‌ترسند، در تمامی گفتارها و رفتارهایشان به گونه‌ای عمل می‌کنند که از خود چهره‌ای مثبت نشان دهند تا همه مدیران و کارکنان مجموعه کاری‌شان را برای خود نگه دارند. طرز فکر این افراد چاپلوس و متملق باعث می‌شود مدیران و کارکنان از دریافت اطلاعات درست و دقیق در سازمان و شرکتشان به دور باشند. این شرایط پیامدهای بدی برای آن‌ها خواهد داشت. اما در عوض افراد جسور، متهور، باسواد و دارای دیدگاه سازمانی کمتر به پذیرش خطای شترمرغ تن می‌دهند. آن‌ها به خاطر افق فکری‌شان، هرگز منافع خود را بر منافع سازمان یا شرکت ترجیح نمی‌دهند.

اگر در آینده نزدیک با تأسیس یک شرکت تولیدی یا خدماتی، در مجموعه شما افراد نجیب و با شخصیت حضور داشته باشند، آن‌ها را با اثر شترمرغ و راه‌های رهایی از آن آشنا کنید تا هم خودشان و هم شرکت شما از اثرات نامطلوب خطای شترمرغ در امان بماند. در ضمن، جلوگیری از استخدام افراد منفعت‌اندیش و چاپلوس، شما و سازمانتان را از آسیب‌ها و لطمه‌های جدی ناشی از اثر شترمرغ دور خواهد کرد. بنابراین، حتی اگر بعد از جذب کارکنان متوجه شدید آن‌ها برای حفظ جایگاه خود مرتکب خطای شترمرغ می‌شوند، بهترین کار این است که آن‌ها را از سازمان یا شرکتتان خارج کنید. اگر شما به عنوان مدیر شرکتتان دچار خطای شترمرغ شوید، همیشه از دسترسی به اطلاعات درست پرهیز می‌کنید و به علت نداشتن اطلاعات صحیح، در تصمیم‌گیری دچار اشتباه می‌شوید. بنابراین، تصمیم‌گیری غلط شما باعث از دست دادن جایگاه و نقشتان در بین کارکنان شرکت می‌شود و چیزی جز بی‌اعتباری نصیبتان نمی‌کند و مدیر بی‌اعتبار توانایی اداره کردن مجموعه خود را نخواهد داشت. بنابراین، به شما به عنوان مدیران آینده کارگاه‌های صنعتی و شرکت‌های خدماتی پیشنهاد می‌کنیم در رویارویی با موضوعات گوناگون هیچ‌گاه اسیر ترس از مواجهه با واقعیت نشوید. حتی ممکن است برخورد شما با واقعیت بسیار ناراحت‌کننده باشد و باعث رنجش خاطر فراوان شما شود. اما تصمیم‌گیری با آگاهی کامل و از روی اندیشه باعث می‌شود از اثرات منفی خطای شترمرغ کاسته شود. بنابراین، به جای الگوی شترمرغ، در مواجهه با انتقادات، تهدیدات و خطرات احتمالی، زمینه کاری‌تان از الگویی مبتنی بر اندیشه‌ورزی و پذیرش واقعیت‌ها استفاده کنید.

در پایان، به شما به عنوان مدیران آینده حوزه‌های صنعتی و خدماتی این مرز و بوم پیشنهاد می‌کنیم، نخست در لحظه به لحظه دوران مدیریتتان نپذیرفتن خطای شترمرغ را سرلوحه کار خود قرار دهید. سپس به هنگام جذب نیرو افرادی را گزینش کنید که علاوه بر داشتن شرایط مناسب اخلاقی و فنی برای سمت و شغل مدنظرتان، از نظر روحیه نیز توانایی اجتناب از گرفتار شدن در خطای شترمرغ را داشته باشند.

اما اگر چنین اشخاصی در جایگاه مدیر سازمان یا رئیس شرکتی قرار گیرند و برای راضی نگه داشتن کارکنان خود به پول‌پاشی در بین آن‌ها، به بهانه قدردانی از زحماتشان، اقدام کنند و به کسری بودجه در سازمان یا شرکتشان توجه نکنند، چه سرانجامی برای آن شرکت می‌توان متصور شد؟ اگر این نوع از افراد به زبان‌های مالی شرکت و سازمان خود بی‌توجه باشند و بدون لحاظ کردن رویه علمی و منطقی به آینده خوش‌بین باشند، چه فرجامی جز ورشکستگی و نابودی برای آن شرکت و سازمان می‌توان لحاظ کرد؟ بررسی‌ها نشان می‌دهند، افرادی که در گروه انسان‌های اخلاق‌مدار و متین قرار دارند، بیشتر دچار خطای شترمرغ می‌شوند، زیرا آن‌ها می‌خواهند همه را از خود راضی نگاه دارند و مایل نیستند هیچ وقت وجه و خوش‌نامی‌شان خدشه‌دار شود. گروه دیگری از افراد که مرتکب خطای شترمرغ می‌شوند، کارکنان منفعت‌گرا و نیروهای تزویرگرا در سازمان‌ها و شرکت‌ها هستند. این دسته از افراد، به



واقعیت مجازی هست واقعیت، مجازی نیست

گسترش فضای واقعیت مجازی مقوله‌ای است که به سرعت وارد زندگی و متن اصلی زندگی انسان می‌شود و چنان مورد توجه است که می‌تواند همه ارکان زندگی انسان را در بر بگیرد. دیری نمی‌پاید که فضای اصلی زندگی خود را در واقعیت مجازی ببینیم و چنان مشغول زندگی و گشت‌وگذار در آن فضا بشویم که امروز در زندگی واقعی مشغولیم. این ادعا یک آرزو یا تخیل زائیده ذهن نیست، بلکه نوعی پیش‌بینی از ابزارها و فناوری‌هایی است که پا به زندگی انسان گذاشته‌اند و عالمی مجازی را به وجود می‌آورند که فقط بازی‌کننده‌ها در آن بازی نمی‌کنند، بلکه عموم انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند.

واقعیت مجازی مانند عینک سه‌بعدی شهر بازی، فضایی را به وجود می‌آورد که امکان دیدار افراد در یک محیط شخصی یا اجاره‌ای با طراحی موردنظر به راحتی میسر می‌شود. مانند یک مهمانی واقعی، با این تفاوت که محدودیت‌های خیلی کمتری دارند. افراد می‌توانند از هر نقطه دنیا در یک محیط دلخواه با لباس و چهره و ویژگی‌های شخصیتی دلخواه حضور یابند و ارتباط بگیرند. به زودی برنامه‌های مترجم زبان نیز به فضای واقعیت مجازی اضافه خواهند شد و شما هیچ محدودیتی برای ارتباط با مردم دنیا، با هر زبان و گویش، نخواهید داشت. این مترجم می‌تواند هم‌زمان زبان‌های گوناگون را به هم ترجمه کند. صحبت کردن با یک چینی، اسپانیایی یا فرانسوی در محیطی دوستانه و بدون یادگیری زبان خارجی دیگر آرزو نخواهد بود.

فارغ از شبیه‌سازی محیط مجازی، سازندگان و توسعه‌دهندگان این فناوری به ابعاد گوناگون زندگی انسان در محیط مجازی فکر کرده و به طراحی آن پرداخته‌اند. مکان‌های مهم دنیا اعم از گردشگری، مذهبی و طبیعی شبیه‌سازی شده‌اند و شهرهای مهم دنیا به متاورس می‌پیوندند. به این صورت که محیط‌های شهری آن‌ها با توسعه بیشتر شبیه‌سازی می‌شوند. امکان خرید و فروش زمین‌های شهری و کافه‌ها، مغازه‌ها و رستوران‌ها به وجود آمده و ورود خریداران، ارزش بازاری بزرگی

را به متاورس بخشیده است. هویت جدید انسان این امکان را به او می‌دهد که خود واقعی‌اش نباشد و شخصیت مطلوب و مورد علاقه خود را به جای خود جا بزند.

آیا این اتفاقات محقق می‌شوند؟ تصور این فضا شاید امروز کمی دشوار به نظر برسد، اما با کمی تحقیق می‌بینیم که تحقق زندگی مجازی برای انسان شروع شده است و زیرساخت‌های توسعه آن‌ها به سرعت در حال کامل شدن هستند. اینترنت نسل جدید ۵ جی شروع انقلابی دیگر در عرصه زندگی انسان است؛ زندگی‌ای که بر محور مجاز بنا شده است. شاید اگر حال و روز بازیکن‌های اطراف خود را بنگریم می‌توانیم جلوه‌ای از زندگی آینده را تصور کنیم. این فضا بسیاری از امورات زندگی امروز ما را حذف و ارزش‌های جدیدی خلق می‌کند.

احتمالاً شما برای مسافرت رفتن نیاز به صرف هزینه‌های گزاف نخواهید داشت چرا که در هر لحظه می‌توانید به هر محیطی در واقعیت مجازی دسترسی پیدا کنید. نیاز به تجمعات زندگی مادی امروز به شدت کاهش می‌یابد، چرا که انسان هویت جدیدی پیدا خواهد کرد و مدل زندگی او متفاوت خواهد شد. نیاز به حمل و نقل‌ها کاهش می‌یابد و مرزهای جغرافیایی، حکومتی و نژادی بی‌معنا می‌شوند. چالش‌ها برای ورود به این فضا زیادند و واکاوی ابعاد گوناگون آن با تأمل بیشتری باید صورت گیرد، اما یادمان نرود که فناوری زودتر از انسان در زمان سفر می‌کند و در آینده منتظر ما ایستاده است. برای پیش‌بینی رفتار آن باید به نشانه‌های امروز بیشتر بیندیشیم و دقت کنیم.

هر فناوری هم‌زمان که می‌تواند فایده‌هایی داشته باشد، می‌تواند مضر هم باشد. همان‌طور که از مزایای آن باید استفاده کرد، برای مقابله با آسیب‌های آن هم باید چاره اندیشید. این دغدغه‌ای جدی در برابر همه پیشرفت‌های فناورانه در دنیا است که آیا باید در مقابل این

پیشرفت‌ها تسلیم محض باشیم و هر چه را که آن‌ها برای ما رقم می‌زنند بدون حدود مرز بپذیریم؟ خیلی مهم است که فراموش نکنیم، این تلاش‌ها برای بهتر شدن زندگی انسان است. ما در زندگی به دنبال سعادت می‌گردیم. واقعیت مجازی و مجازی شدن افراترپی زندگی انسان‌ها و غرق شدن انسان در این فضا ممکن است اثراتی داشته باشد که نه تنها ما را به سعادت نمی‌رساند، بلکه از آن دور می‌کند. اینجا همان قسمتی است که نباید چشم و گوش بسته تسلیم شویم و فناوری باید در خدمت سعادت انسان باشد، نه انسان در خدمت فناوری.

دور شدن از واقعیت‌های زندگی و محدود شدن در دنیای غیر واقعی می‌تواند انسان‌هایی بار بیاورد که در برابر زندگی‌شان کاملاً دست‌وپا بسته هستند و برای زندگی واقعی و پیش روی خودشان آماده نیستند. تلاش برایشان بی‌معناست، چون با کوچک‌ترین هزینه و تلاشی در دنیای مجازی به پیروزی رسیده‌اند، در صورتی که واقعیت زندگی چیز دیگری است. بدون تلاش موفقیتی حاصل نمی‌شود.

در گران‌بهای زمان با جذابیت‌های بی‌انتهای این فضا از بین می‌رود. ساعت‌های بدون حدود مرز از عمر و زندگی‌مان صرف آن می‌شود؛ صرف دنیایی که هر چقدر هم واقعی جلوه کند، اما مجازی است!

دنیای مجازی پیش روی ما پر از فرصت است و خطر. فرصت‌ها و خطرات آن را بشناسیم و برای هر دوی آن‌ها خودمان را آماده کنیم. بدانیم چه موقعیت‌ها و چه امکاناتی برای موفقیت و پیشرفت ما فراهم می‌کند و برای آن برنامه داشته باشیم و از آن استفاده کنیم. مثلاً بدانیم این واقعیت مجازی ممکن است چه اثراتی برجا بگذارد و از آن‌ها بهره ببریم. صد البته بدانیم چه خطراتی خواهد داشت و نه تنها باعث موفقیت نمی‌شود، بلکه از سعادت و پیشرفت انسان هم جلوگیری می‌کند.

تشکیل بسیج مستضعفان

پاییز سال ۱۳۵۸ بود که جوانان انقلابی لائۀ جاسوسی آمریکا را تسخیر و دست شیطان بزرگ را از سرنوشت انقلابشان کوتاه کردند. اما تعطیل شدن آن برای ریشه کن شدن استکبار کافی نبود. باید اقدامات بزرگتر و مداومتری برای حفظ انقلاب و استقلال کشور صورت می گرفت. همین نیاز موجب شد امام خمینی (ره) که از تمایل و انگیزۀ جوانان انقلابی مطلع بود، در تاریخ پنجم آذرماه سال ۱۳۵۸ دستور تشکیل دادن سازمانی متحد و با اخلاص به نام «بسیج مستضعفان» را صادر کند. این سازمان جوانان پرشور و متعهد را در فضایی قرار می داد که بتوانند اهداف سیاسی و مذهبی خود را با پیروی از فرمان های حضرت امام (ره) دنبال کنند. بسیج مستضعفان در طول هشت سال دفاع مقدس در جبهه های جنگ در مقابل ارتش بعث عراق ایستاد و همراه با سپاه و ارتش، خاک ایران را از چپاول دشمنان در امان نگه داشت. بسیج پس از اتمام جنگ تاکنون نیز با حضور پررنگ و پرشور خود در بزنگاه های سیاسی، حافظ و همراه انقلاب اسلامی و مردم بوده است و خواهد ماند.



بسیج چگونه تشکیل شد



سردار جنگل کیست

ولادت حضرت زینب(س)

حضرت زینب (س) پنجم جمادی الاول سال پنجم هجرت در خانه حضرت علی (ع) و حضرت فاطمه (س) به دنیا آمد. حضرت زینب (س) در واقعه کربلا و روزهای قبل از روز عاشورا از فرزندان امام حسین (ع) و یارانشان مراقبت می کردند. در روز عاشورا هم زخمی ها و مجروحان را تیمار می کردند و پس از پایان جنگ نیز از کودکان شهدا در مقابل آزارهای دشمنان محافظت می کردند. فرزندان حضرت زینب (س) در روز عاشورا به شهادت رسیدند، اما ایشان جلوی دشمنان از خودشان ضعف نشان ندادند و با وجود اینکه تمام عزیزانشان را در این واقعه از دست دادند، در وصف روز عاشورا فرمودند: «چیزی جز زیبایی ندیدم». حضرت زینب (س) به دلیل فداکاریهایی که در حادثۀ عاشورا انجام دادند، با لقب «پرستار کربلا» نیز شناخته می شوند. به همین علت روز ولادت ایشان در تقویم رسمی کشور روز بزرگداشت مقام پرستار نام گذاری شده است.



ولادت حضرت زینب(س)



شهادت آیت الله مدرس و روز مجلس

آیت الله سیدحسین مدرس از روحانیون مبارز و مذهبی زمان خود بود که با سیاست های ضداسلامی رضاشاه مخالف بود. ایشان به همراه هیئتی ده نفر در مجلس شورای اسلامی، در مقابل لویح غیراسلامی که طرفداران رضاشاه در حال تصویب آن بودند مقاومت کرد و نگذاشت مفاد غیرشرعی به آسانی به قانون بدل شوند. رضاشاه که تحمل شنیدن آرای آیت الله مدرس را نداشت، در مهر ماه سال ۱۳۰۷ ایشان را به جزیره خوف تبعید کرد تا نتوانند با آگاه کردن مردم از غیراسلامی شدن جامعه جلوگیری کنند. اما آیت الله مدرس در مدت هفت سال تبعید خود در شهرستان خوف توانست طرفداران زیادی پیدا کند و رضاشاه که می دانست تبعید برای فرونشاندن صدای حق خواهی این روحانی بزرگوار کافی نیست، ایشان را از خوف به شهرستان کاشمر استان خراسان رضوی تبعید کرد و در شب دهم آذرماه سال ۱۳۱۶ آیت الله مدرس را با خوراندن سم به ایشان به شهادت رساند. آیت الله مدرس از اولین روحانیون و فعالان سیاسی بود که با وجود حمایت از اصل نهاد مجلس، مخالف تصویب قوانین غیرشرعی بود و برای اسلامی شدن مجلس تلاش های فراوانی کرد. روز دهم آذرماه به پاس فعالیت های آیت الله مدرس برای اسلامی کردن قوانین و مجلس، روز «مجلس» نام گرفته است.

شهادت میرزا کوچک خان جنگلی

میرزا کوچک خان جنگلی که نام اصلی اش «یونس» بود، با لقب «سردار جنگل» نیز شناخته می شود. او یکی از بزرگترین مبارزان علیه رضاخان، روس ها و انگلیس ها بود.

اولین فعالیت های میرزا کوچک خان هم زمان با جنگ جهانی اول، آخرین سال های حکومت سلسله قاجار، شروع شد؛ زمانی که دولت روس بدون توجه به اینکه ایران به طور رسمی اعلام بی طرفی کرده است، وارد مناطق شمالی ایران شدند و شروع به چپاول اموال و آزار مردم کردند. میرزا که نمی توانست اشغال خاک شهر و آزار دیدن همشهریانش را تحمل کند، با کمک مردم، جنبشی تشکیل داد تا نیروهای بیگانه را از خاک شمال ایران بیرون و با استبداد بی کفایتی دولت مرکزی نیز مبارزه کند. مبارزات میرزا با روس ها شروع شد. او در این مبارزات نیز خوب عمل کرد و نگذاشت سرزمینش به دست دشمنان غارت شود. نبرد جنگلی ها با روس ها تا زمان انقلاب کمونیستی روسیه و خارج شدن نیروهای روس از ایران ادامه داشت. بعد از این پیروزی، میرزا کوچک خان که از دولت احمدشاه ناامید بود و می دانست آن ها توان مدیریت کشور را ندارند، دولتی خودمختار در استان گیلان تشکیل داد. زمانی که رضاخان در حال به قدرت رسیدن بود، می خواست حکومتی متمرکز بر کل ایران تشکیل دهد. بنابراین، سعی کرد دولت های خودمختار را از میان بردارد. قشون رضاخان نیروهای جنگل را تحت فشار قرار داد و از هرگونه آزار و اذیتی، مانند سرکوب و لشکرکشی به گیلان، دریغ نکرد. میرزا کوچک خان هم که همیشه معتقد بود: «من روبه روی هم وطنم نمی جنگم»، در نبرد با نیروهای رضاخان از خشونت شدید استفاده نکرد و برخلاف قشون دولت مرکزی، حاضر نشد هموطنانش را، با وجود اینکه دشمن او بودند، بکشد.

آبان ماه سال ۱۳۰۰، رضاخان که آن زمان وزیر جنگ احمدشاه بود، با کمک گرفتن از نیروهای اسیر و تسلیم شده خالوقربان که خود متحد میرزا بود، همکاری با خان های محلی و سایر دشمنان میرزا کوچک خان، نیروهای جنبش جنگل را تا جایی ناچار به عقب نشینی کردند که در نهایت شکست خوردند. میرزا کوچک خان برای کمک گرفتن از حاکم خلخال که حامی جنگلی ها بود، راهی شهرستان تالش شد، اما نتوانست در برف و سرمای شدید کوه های گیلان برپای بماند و در روز جمعه ۱۱ آذرماه سال ۱۳۰۰ به شهادت رسید.



شهادت آیت‌الله مفتاح

آیت‌الله مفتاح یکی از کسانی بود که بین حوزه و دانشگاه پیوند ایجاد کرد و با وجود اینکه در درس حوزه روحانی و عالم بودند، به تحصیلات دانشگاهی در زمینه فلسفه هم پرداختند و در این رشته مدرک دکترای گرفتند. آیت‌الله مفتاح از کسانی بودند که پیش از انقلاب اسلامی به دلیل فعالیت‌های سیاسی‌شان زندانی و تبعید شدند و در زمان آزادی هم در حسینیه ارشاد و مساجد به سخنرانی علیه رژیم پهلوی می‌پرداختند.

این روحانی بزرگوار مراسم نماز عید فطر سال ۱۳۵۷ را در منطقه قیصریه تهران برگزار کردند و پس از نماز یکی از بزرگ‌ترین تجمعات سیاسی را با حضور چند صد هزار نفر از مردم تشکیل دادند.

ایشان پس از انقلاب اسلامی رئیس دانشکده الهیات دانشگاه تهران شدند، اما در روز ۲۷ آذرماه سال ۱۳۵۸ گروهک فرقان جلوی در دانشکده الهیات، با شلیک گلوله ایشان را به شهادت رساندند. مرقد ایشان در حرم حضرت معصومه (س) قرار دارد و روز شهادتشان به عنوان روز «وحدت حوزه و دانشگاه» در تقویم به ثبت رسیده است.



روز قانون اساسی

زمانی که شاه از ایران فرار کرد و مردم خواستار بازگشت امام خمینی (ره) به ایران و تشکیل جمهوری اسلامی شدند، امام (ره) طرح اولیه‌ای برای قانون اساسی تدوین کرد. پس از به پیروزی رسیدن انقلاب اسلامی و تشکیل دولت موقت، این قوانین جزئیات بیشتری یافت و تغییراتی در آن ایجاد شد. از مرداد ماه سال ۱۳۵۸ که مجلس خبرگان قانون اساسی روی کار آمدند، طرح نهایی قانون تصویب و دو روز بعد در روزنامه کیهان منتشر شد. پس از چند ماه، در روز ۱۲ آذر ۱۳۵۸ قانون اساسی به همه‌پرسی گذاشته شد و ۹۸ درصد مردم به آن رأی مثبت دادند و قوانین اساسی به مرحله اجرا رسیدند.

روز دوازدهم آذرماه که در تقویم به نام روز قانون اساسی ثبت شده است، روزی بود که ملت به مفاد و متن قانون اساسی آری گفتند.



شهادت حضرت فاطمه به روایتی. آغاز دهه نخست فاطمیه

حضرت فاطمه (س)، زمانی که هنوز بسیار جوان بودند، داغدار از دست دادن پدرشان، حضرت محمد (ص)، شدند. غم عزای پیامبر (ص) و آزارهای دشمنان اهل بیت (علیهم‌السلام) باعث شدند حضرت فاطمه (س) دچار بیماری شوند و روزهای متمادی را به گریه و عزاداری بگذرانند. دشمنان شیعیان هم که برخلاف وصیت پیامبر (ص) با دختر رسول خدا به طریق ظلم رفتار کردند، سرانجام حضرت فاطمه (س) را در منزل خودش و حضرت علی (ع) به شهادت رساندند.

تاریخ دقیق به شهادت رسیدن حضرت فاطمه (س) بین علمای شیعه و سنی محل اختلاف است. گروهی معتقدند ایشان هفتاد و پنج روز پس از رحلت پیامبر (ص) به شهادت رسیدند و گروه دیگر نود و پنج روز بعد از رحلت پیامبر (ص) را روز به شهادت رسیدن دختر والامقامشان می‌دانند. به همین دلیل، در تقویم دو دهه فاطمیه داریم و ایام فاطمیه دوم کمتر از یک ماه پس از دهه اول آغاز می‌شود.



شب یلدا

تقریباً اکثر ایرانیان آخرین شب پاییز را جشن می‌گیرند و با مهمانی‌رفتن، به‌خصوص به خانه بزرگ‌ترهای فامیل، سی‌ام آذرماه را به شادی و سرور می‌گذرانند.

ایرانیان با توجه به ارادتی که به اشعار حافظ شیرازی، شاعر بلند آوازه ایران، دارند، در این شب نیز حافظ خوانی می‌کنند و با دیوان اشعار ایشان فال می‌گیرند.

معمولاً در شب یلدا، میوه‌های مخصوصی مانند هندوانه و انار بر سر سفره‌ها آورده و با خوراکی و غذاهایی همچون شیرینی و سبزی‌پلو از مهمانان پذیرایی می‌شود.

دلیل به‌وجود آمدن این رسم و آیین کهن به حدود ۵۰۰ سال قبل از میلاد مسیح و سنت‌های ایرانیان کهن بر می‌گردد.





گفت‌وگو با داور خیلی متین عصر جدید

چگونه استعدادها را شکوفا کنیم؟

بسیاری از شما هنرجویان در زمینه‌های گوناگونی مثل پویانمایی و بازی‌سازی استعداد دارید، اما نمی‌دانید در چه محل و از چه طریقی باید این استعداد را به کار بگیرید. شاید شما هم از وجود مراکزی که کارشان حمایت از هنرجویان هنرمند است، بی‌خبر باشید. در این گفت‌وگو، با آقای مجید اسماعیلی دربارهٔ چگونگی کشف استعداد صحبت شده است.

دقیقاً. اگر تلاش و جدیت را به هوش و استعداد بیفزاییم، در واقع اتصال صحیحی برقرار کرده‌ایم و حتماً به نتیجه خواهیم رسید.

اما چرا بچه‌ها در رعایت ضلع آخر، یعنی تلاش، اهمال می‌ورزند؟
جنبه‌های متعددی دارد. یکی اینکه بچه‌ها انگیزه لازم برای تلاش کردنشان از بین می‌رود. در فضای خانوادگی و مدرسه ما باید مدام فضای روشنی و امیدبخشی به آینده را به وجود بیاوریم. مراقب این باشیم که خبرهای بد و ناامیدکننده به گوش بچه‌ها نرسد. بچه‌ها با شنیدن خبر بد امیدشان می‌میرد و وقتی امیدشان از دست رفت، هوش و استعداد به کارشان نمی‌آید. دیگر اینکه دربارهٔ تغذیهٔ بچه‌ها در دوران نوجوانی باید علمی رفتار کنیم. هر منبعی و هر فردی نمی‌تواند برای تغذیهٔ این دوران نسخه بنویسد. بعضی از غذاها و خوراکی‌هایی که مصرف می‌کنیم، انرژی‌های ما را از بین می‌برند. باید با مراقبت و مشورت با افراد متخصص تغذیهٔ بچه‌ها را کنترل کنیم.

تلفن هوشمند و بازی‌های رایانه‌ای چگونه؟
یکی از افت‌های زمانهٔ ما تلفن همراه است. این وسیله هر چیزی را از رونق انداخته است. کتاب، ورزش و گفت‌وگوهای صمیمانه. تلفن همراه با ایجاد جذابیت و راحتی زیاد باعث می‌شود بچه ده‌ها ساعت بازی کند و خسته نشود. این به خاطر آن است که این بازی‌ها به اصطلاح کاربرپسند هستند. یعنی با مخاطب خودشان دوست هستند. هر چیزی را که باعث آسایش کاربرشان می‌شود، به راحتی فراهم می‌کنند. شما با حرکت ساده انگشت روی صفحه، به هدفی بزرگ دست می‌یابید. در حالی که در زندگی واقعی به این

اکثر ما از طریق برنامهٔ عصر جدید با شما آشنا شده‌ایم. رویکرد شخص شما نسبت به موضوع استعدادیابی در بچه‌ها چیست؟

در زمینهٔ فعالیت‌های طراحی شده برای دانش آموزان، چند نکته هست که باید به آن‌ها توجه کنیم. اول اینکه بتوانیم شناسایی خوبی از هوش بچه‌ها و استعدادشان داشته باشیم. منظور از هوش توانایی‌های ذهنی بچه‌هاست و استعداد توانایی‌های جسمی آن‌هاست. خانواده‌ها می‌توانند پیگیری کنند و هم به شکل نهادی و سازمانی مانند مدرسه و کانون پرورش فکری توانمندی‌های خدادادی بچه‌ها را شناسایی کنیم، باید برای آن‌ها انگیزه‌سازی کنیم و نیازشان را واقعی و بزرگ جلوه بدهیم. با دنبال کردن این روند در نهایت شما نوجوانی خواهید داشت که می‌داند چه بخشی از راه را خدا برایش مهیا کرده است.

دنبال کردن هوش و استعداد خدادادی برای طی مسیر کافی است؟

نه. باید توجه داشته باشیم که توانایی‌های ذهنی و جسمی بچه‌ها برای رشدشان کافی نیست. حتماً باید عنصر دیگری به آن اضافه شود. چه بسا گروه‌های با استعداد یا گروه‌های باهوشی که به هیچ‌جا نرسیده‌اند. علت اینکه به هیچ‌جا نمی‌رسند، این است که از موضوع اصلی غافل هستند و این نکته همان تلاش مجدانه است.

پس برای رشد و دستیابی به جایگاهی شایسته باید سه نکته را توانمان دنبال کنیم؟

سادگی نیست. باید تلاش کنی. جالب این است که بچه‌ها در این بازی‌ها با حرکت‌های کم به رضایتی می‌رسند که در جهان واقعی برای رسیدن به آن احساس رضایت باید خیلی تلاش کنند. تلفن همراه بی‌تردید یکی از مهم‌ترین عواملی است که تلاش جدی را از بچه‌های ما می‌گیرد.

چطور باید این آفت را مهار کنیم؟

باید توجه داشته باشیم نمی‌توانیم آن را نفی کنیم. هر چقدر آن را نفی کنیم و در برابرش بایستیم، مطلوبیت خودمان را به‌عنوان مربی یا بزرگ‌تر از بین می‌بریم. نفی منجر به توقف نمی‌شود. باید برایشان بین یک تا دو ساعت زمان بازی در نظر بگیریم و در طول زمان بازی نظارت هم بکنیم که بچه‌ها بیشتر در فضاهای فکری و ذهنی حرکت کنند.

اما این تلاش کردن را چطور باید در بچه‌ها ایجاد کنیم؟

حتماً باید توجه کنیم نهاده کردن تلاش از کودکی و خردسالی آغاز می‌شود. مقدمه تلاش کردن خودنگهداری است که باید به بچه‌ها آموزش بدهیم. خودنگهداری یعنی زمان‌هایی از چیزهایی امتناع کنند. خودخواسته امتناع کنند، نه به اجبار. خیلی مهم است که زودخواهی را در بچه‌ها مدیریت کنیم. همین زودخواهی است که باعث می‌شود بچه‌ها به بازی‌های رایانه‌ای علاقه‌مند شوند. نتوانند از شبکه‌ی غارمانند بازی‌ها خودشان را خلاص کنند.

باتوجه به اینکه شما در حوزه پویانمایی هم فعالیت می‌کنید،

باید یک نمونه فرضی را بررسی کنیم. کودکی که به حوزه پویانمایی

علاقه دارد، چه کارهایی باید بکند؟

چهار پنج تا کار می‌شود کرد؛ بسته به اینکه چه استعدادی یا چه انگیزه‌ای دارد. مؤثرترین بخش پویانمایی، بخش نویسندگی است. اولویت این است که کسی نوشتن متن مناسب با پویانمایی را یاد بگیرد که مخاطبان را به خود جذب کند؛ به نحوی که از آن لذت ببرند. برای دستیابی به این مهارت هم مقدماتی لازم است و کسانی که اهل خواندن باشند، می‌توانند خوب بنویسند.

ما برای اینکه بتوانیم بنویسیم، باید مواد اولیه نوشتن را تأمین کنیم. اگر تأمین نشود، شما نمی‌توانید نویسنده خوبی باشید. ضمن اینکه ما به جهان‌بینی خوبی نیاز داریم که بتوانیم خوب ببینیم تا در نهایت خوب بنویسیم. اگر این اتفاقات بیفتند، ما یک نویسنده خوب داریم که بخش مهمی از پویانمایی را پشتیبانی کرده است. آدم‌هایی که به این بخش علاقه‌مند می‌شوند، افراد خاصی هستند که بیشتر ذهنی‌اند تا بدنی. دنیای درون خیلی بزرگی دارند. اهل تفکرند.

دومین بخش در حوزه پویانمایی این است که بچه‌ها وارد حوزه کارگردانی شوند. صدا، حجم و برش فنی (دکوپاژ). معنای حرکت‌های دوربین و نقاط اصلی دوربین را بشناسد. نقاط اصلی تصویر را بشناسد. یعنی باید این‌ها را به‌طور عام فرا بگیرد. کسی که به‌خصوص می‌خواهد در زمینه پویانمایی فعالیت کند، علاوه بر این‌ها، باید آموزش‌های مربوط به کارگردانی پویانمایی هم ببیند. نیازمند پشتکار زیاد است. کسی که می‌خواهد کارگردانی کند، به‌طور عام باید تجربه حرف‌زدن با تصویر را، به شکل مدام و هفتگی، داشته باشد. تلفن همراه کار ما را راحت کرده‌اند. می‌توان ایده‌ای را با همین تلفن همراه تصویربرداری و طراحی کرد و به سرانجام رساند. کارگردانی یک علم است که می‌توان زود فرا گرفت. ولی از طرف دیگر، یک تجربه است که باید به کرات اتفاق بیفتد و آدم با علم صرف در حوزه کارگردانی به هیچ جایی نمی‌رسد. علمش را باید فرا بگیرد و به شکل مدام، فعالیت‌های مستمر

هفتگی داشته باشد. بعد از این وارد حوزه‌های فنی بحث پویانمایی می‌شویم. بعضی‌ها هم به این حوزه‌ها علاقه‌مند می‌شوند. حوزه فنی پویانمایی یعنی کار کردن با نرم‌افزارهای تولید پویانمایی. چه دوبعدی و چه سه‌بعدی. بلد باشند با نرم‌افزارهایی مثل «فترافت، مایا، تری‌دی مکس» کار کنند. طبیعی است آشنایی راحتی نیست. مدل‌سازی، طراحی مکان (لوکیشن) و فضا‌سازی، نور، لباس، جمعیت‌سازی، حرکت‌دادن یا داینامیک و انیمیت. بازار کار خوبی هم دارند. هنرجویانی که به بحث پویانمایی مسلط باشند الان ما در بحث طراحی و گرافیک به بچه‌های بااستعداد احتیاج داریم. در این حوزه بحث استعداد جدی است.

بچه‌ها چطور می‌توانند وارد فضای کار در این حوزه شوند؟

بچه‌ها دانش و استعداد دارند، اما نمی‌توانند شغلی مرتبط بیابند.

در همه حوزه‌ها چنین مشکلی وجود دارد که کارجویان نیازمند شغل هستند و کارفرمایان در جست‌وجوی افرادی که کارشان را به آن‌ها بسپارند. بچه‌ها بعد از اینکه در تولیدات خودشان به بلوغی رسیدند، حتماً در صفحات مجازی خودشان منتشر کنند و اطمینان داشته باشند که گروه‌های تولیدکننده در جست‌وجوی نیروی متبحر، آنان را شناسایی خواهند کرد.

نظر شما درباره ایام هنرستان هنرآموزان چیست؟ بچه‌ها

پس از فارغ التحصیلی همچنان مهارت کافی برای ورود به بازار کار را

ندارند. خلا آموزش موجود چیست؟

کارهای هنری بیش از اینکه به مباحث نظری احتیاج داشته باشند، به محیط‌های حرفه‌ای احتیاج دارند. قرار گرفتن در این محیط‌ها باعث می‌شود بچه‌ها رشد کنند. آموزش در ضمن کار تولیدی بچه‌ها را کارآمد می‌کند. فعالیت بچه‌ها در گروه‌های حرفه‌ای به‌عنوان کارآموز منجر به رشد آن‌ها می‌شود و پرش‌های بزرگی خواهند داشت. اصلاً کار هنری به مدرک وابسته نیست. کار هنری یک علاقه است، همراه با استعداد و هوش که با پشتکار می‌تواند در همان هنرستان به نتیجه برسد.

منظور شما این است که برای حرفه‌ای شدن و ورود به بازار

کار پویانمایی حتماً لازم نیست از مسیر دانشگاه به این هدف دست

یافت؟

البته من نمی‌خواهم دانشگاه را نفی کنم. حتماً دانشگاه هم برای بچه‌ها توانمندی‌هایی به‌وجود می‌آورد. اما مهم‌ترین چیزی که بچه‌ها باید دنبالش باشند، به‌دست آوردن تجربه‌های بیشتر است. اصل این کار بر تجربه‌های فراوان و مستمر استوار است. کسی که می‌خواهد در این حوزه فعالیت کند، باید مدام در حال کار کردن باشد. در بحث‌های فنی و هنری بدون وقفه باید فعالیت کند.

گروه‌ها یا نهادهایی هستند که بچه‌های مستعد جویای کار

را به کارفرمایانی که به دنبال نیروی کار قابل هستند متصل کنند؟

بله. هستند. همین الان فضاهایی هستند که با سابقه طولانی دارند همین کار را می‌کنند. اگر وارد شبکه‌هایشان شوید، می‌بینید تعداد زیادی کارجو اعلام آمادگی کرده‌اند و تولیدکننده‌ها هم به آن‌ها مراجعه می‌کنند و از نیرویشان استفاده می‌کنند. الان دارد فضای منسجم‌تری طراحی می‌شود که مقدماتش فراهم شده است. هم فضایی آموزشی است و هم فضای پشتیبانی برای کارایی بچه‌ها. گروه‌های برنامه‌ساز دچار خلأ نیرو هستند. پویانما‌سازهای خوب حقوق بالا دارند، اما کمیاب هستند.

نمای پویا



اهل فیلم دیدن هستید؟ پویانمایی (انیمیشن) چطور؟ اکثر ما حداقل در یک دوره از زندگی مان پای ثابت تلویزیون بوده ایم و فیلم پویانمایی محبوبمان را دنبال کرده ایم. گاهی خودمان را جای شخصیت داستان می گذاشتیم و حرکات، صدا و گفتارش را تکرار می کردیم یا تصویر او را در لباس، دفتر و دیوار اتاقمان به همراه داشتیم و با او زندگی می کردیم.

پویانمایی یکی از معجزه های تصویر است. زمانی که مجموعه ای تصویر به صورت پی در پی نمایش داده می شوند، توهم حرکت را در چشم مخاطب به وجود می آورند. جالب است بدانید، اولین پویانمایی جهان متعلق به ایران است. در شهر سوخته، استان سیستان و بلوچستان، سفالینه ای کشف شده که به عصر برنز، حدود ۵۲۰۰ سال قبل مربوط است. بر بدنه این سفالینه پنج تصویر از بز کوهی طراحی شده که در حال پرش به سمت درخت و تغذیه از آن هستند. اگر این تصویرها را پشت سرهم نمایش دهیم، حس حرکت را القا خواهند کرد. از آن زمان تاکنون، پویانمایی همواره یکی از رسانه های جذابی بوده که اقشار و سنین گوناگون را با خود همراه کرده است.

آیا تا به حال فکر کرده اید آثار پویانمایی چطور، توسط چه کسانی و به چه منظوری خلق می شوند؟ در سال ۱۳۳۶ اسفندیار احمدیه در ایران مجذوب دنیای پویانمایی شد و با خلق دو اثر «ملانصرالدین» و «قمر مصنوعی»، نام خود را به عنوان بنیان گذار پویانمایی در ایران به ثبت رساند. بعدها با حمایت کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و فعالیت هنرمندان دیگر در این حوزه، پویانمایی ایران فعالیت های جدی تری انجام داد و حالا چندسالی است که رشته تحصیلی پویانمایی در آموزش و پرورش وارد شاخه فنی و حرفه ای شده است؛ رشته ای جذاب که تحصیل در آن از سال دهم آغاز می شود و تا سال دوازدهم ادامه دارد. علاوه بر این، علاقه مندان این رشته می توانند از طریق آزمون سراسری هنر و آزمون سراسری کاردانی فنی و حرفه ای رشته پویانمایی را به صورت تخصصی در دانشگاه های ایران مانند دانشگاه صداوسیما ادامه دهند و تا دوره کارشناسی ارشد آن را دنبال کنند.

ساخت فیلم پویانمایی به طور کلی سه مرحله پیش تولید، تولید و پس تولید دارد که هر کدام بسته به نوع و سبک اثر، مراحل جزئی تری دارند:

۱. **پیش تولید:** برای ساخت فیلم پویانمایی، اولین چیزی که نیاز داریم، «ایده» است. ایده را نویسنده به داستان (سناریو) و سپس به فیلم نامه تبدیل می کند. کارگردان، فیلم نامه را برش فنی (دکوپاژ) می کند و فیلم نامه مصور (استوری برد) اثر که نقشه کلی فیلم شامل حرکات و زوایای دوربین، چارچوب تصویر، نور و صدا را داراست، ترسیم می شود. برای درک بهتر حرکت و زمان بندی و انسجام فیلم، با افزودن چندین قاب (فریم) به فیلم نامه مصور و قراردادن صدای شاهد بر آن، فیلم نامه مصور در قالب ویدئو تولید می شود. البته این مرحله به همین سادگی ها هم نیست و زمان زیادی می طلبد.

۲. **تولید:** در این مرحله که آن را طراحی محتوا (کانسپت) می نامند،

طراحی شخصیت ها، صحنه و فضاها انجام می شود که می تواند در نرم افزارهای دوبعدی مانند فتوشاپ طراحی یا توسط نرم افزارهای سه بعدی مانند زبراش و بلندر مدل سازی شود. حالا وقتش رسیده است که شخصیت های فیلم جان بگیرند و حرکت کنند. مرحله جذاب اما نفس گیر متحرک سازی، متحرک سازی بسته به سبک فیلم می تواند در نرم افزارهای دوبعدی مانند تی وی پینت، موهو و تون بوم به صورت سه بعدی نرم افزاری اجرا شود. همچنین، در پویانمایی های صحنه ای (استاپ موشن) این مرحله با حرکت دادن عروسک ها و عکاسی از آن ها انجام می گیرد. در این مرحله لازم است نور، حرکت و زوایای دوربین، همان طور که در فیلم نامه مصور ذکر شده، اجرا شود.

۳. **پس تولید:** در این مرحله نقشه هایی که در مرحله قبل تولید شده اند، با هم ترکیب و سپس جلوه های ویژه به آن ها اضافه می شود و کار به تدوین و صداگذاری می رسد. در نهایت، از فیلم خروجی (رندر) گرفته می شود تا

پایه دهم

۱. دانش فنی پایه: آشنایی با دانش پایه‌ای درباره رشته؛
۲. طراحی شخصیت در پویانمایی: آشنایی با آناتومی انسانی و حیوانی، یادگیری اصول اصلی طراحی شخصیت فیلم، از اجزای بدن گرفته تا صورت، لباس، وسایل و رنگ آمیزی بر اساس نقش شخصیت در فیلم؛
۳. متحرک سازی دوبعدی: آشنایی با اصول اولیه متحرک سازی دوبعدی به صورت دستی.

سیاست نظام آموزشی کشور ما در شاخه فنی و حرفه‌ای، تربیت فنی کارهای ماهر در هریک از رشته‌هاست. افرادی که با کسب مهارت‌های اصلی در این دوره و با کوتاه کردن مسیر آموزشی دانشگاهی، به سرعت قادر به ورود به بازار کار باشند. بنابراین، درس‌هایی که در این دوره ارائه می‌شوند غالباً مهارت محورند:

پایه دوازدهم

۶. متحرک سازی رایانه‌ای: آشنایی با پویانمایی سازی به شیوه سل پویانمایی در نرم افزار تی وی پینت و به شیوه کاتوت در نرم افزار موهو؛
۷. ارزیابی تولید در پویانمایی: اجرای مرحله کامپوزیت در نرم افزار افترافکت، آشنایی با اصول ساخت موشن گرافیک، کمیک موشن و موزیک ویدئو؛
۸. دانش فنی تخصصی: آشنایی با دانش تخصصی و فنی در حوزه پویانمایی.

پایه یازدهم

۴. طراحی فضا و صحنه در پویانمایی: آشنایی با اصول طراحی فضا و به کارگیری رنگ، سبک تصویرسازی، نمادهای گوناگون و براساس فیلم نامه و اجرای آن در نرم افزار فتوشاپ، آشنایی با فیلم نامه مصور و طرح بندی (لی اوت) و ساخت فضای سه بعدی صحنه‌ای؛
۵. تولید پویانمایی سه بعدی صحنه‌ای: ساخت شخصیت و فضا برای پویانمایی صحنه‌ای و در نهایت تولید پویانمایی استاپ موشن.



رشته پویانمایی به دلیل وسعتی که در موضوعات، سبک و مراحل تولید دارد، بازار کار و درآمد خوبی دارد که نه تنها اشباع نشده، بلکه با کمبود متخصص در این حوزه مواجه است.

در پویانمایی سازی می‌توان با فرا تر از دنیای واقعی گذاشت و این به تنهایی ظرفیت زیادی را برای پرداختن به موضوعات گوناگون فراهم می‌کند. افراد با ورود به دنیای پویانمایی سازی می‌توانند در زمینه‌های گوناگونی مانند ساخت پویانمایی زنجیره‌ای (سریالی)، سینمایی، آموزشی، جشنواره‌ای و تبلیغاتی وارد شوند. اکثر متخصصان این حوزه به صورت مستقل فعالیت و در قالب پروژه با مشتریان خود همکاری می‌کنند. اما برخی نیز به استخدام شرکت‌ها یا اداره‌های دولتی درمی‌آیند. امید است با تربیت نیروهای متخصص در این رشته و ارتقای جایگاه رسانه پویانمایی در کشور عزیزمان، شاهد اثرگذاری مثبت این رسانه در حوزه‌های گوناگون باشیم.

فایل نهایی برای پخش در نمایشگرها آماده شود.

واقعاً فکر می‌کردید برای ساخت فیلم پویانمایی چنین مراحل زیادی را باید طی کرد؟ البته که این موارد فقط بخشی از روند ساخت یک فیلم پویانمایی است و در این مسیر افراد زیادی از تهیه کننده، نویسنده، کارگردان و طراح محتوا گرفته تا عروسک ساز، پویانما ساز، نورپرداز، تدوینگر و صداگذار در کنار هم و به صورت تیمی فعالیت می‌کنند.

از همین نکته مشخص می‌شود برای ورود به این رشته لازم است حوصله، دقت، روحیه کار تیمی و صد البته خلاقیت زیادی داشته باشید. با داشتن این شرایط، تازه مسیر شما آغاز می‌شود و باید با تکرار و تمرین مستمر و مطالعات وسیع، مهارت و دانش کافی کسب کنید. البته که این‌ها به تنهایی کافی نیستند، چرا که لازم است دیر یا زود به فکر تهیه قلم نوری و دستگاه رایانه‌ای قوی باشید که به اجرای نرم افزارهای سنگین پویانمایی ساز قادر باشند. بنابراین، پویانمایی سازی رشته به نسبت پرهزینه‌ای محسوب می‌شود.



پلی به سوی تحقق آرزوها

است، این مقایسه را نسبت به رقیب‌های پر قدرتش، یعنی ریزپردازنده‌ها، در نظر می‌گیریم. وگرنه تقریباً بیشتر دستگاه‌های اطراف ما با استفاده از همین ریز هدایتگرها راه‌اندازی می‌شوند!

ما در این مجموعه آموزش‌ها فقط با ریز هدایتگرها سر و کار داریم و در ادامه دو نسل معروف از ریز هدایتگرها را با هم مقایسه می‌کنیم.

سرعت پردازش	قدرت پردازش	تعداد I/O	سری میکرو
قابل قبول	قابل قبول	قابل قبول	AVR
بیشتر از AVRها	بیشتر از AVRها	بیشتر از AVRها	ARM

می‌بینیم که در مدل جدیدتر و پیشرفته‌تر با نام ARM تقریباً دسترسی‌ها و قابلیت‌ها نیز نسبت به نسل قبل از خود، یعنی AVR، کامل‌تر شده است.

خب، حالا جایگاه آردوینو در بین این مجموعه ریز هدایتگر کجاست؟! فرض کنید می‌خواهیم برای یک میکرو کنترلر AVR دستور روشن و خاموش شدن یک لامپ کوچک را برنامه‌نویسی کنیم. در این صورت، جدا از تنظیمات خیلی پیچیده و دشواری که برای تعیین مدل و نوع میکرو باید انجام بدهیم، باید از سبک برنامه‌نویسی خشک و با انعطاف پایین این زبان هم استفاده کنیم!

حال می‌خواهیم همین کد و برنامه را به زبان آردوینو برای همین میکرو تعریف کنیم. کافی است با چند خط دستوری ساده که به زبان انگلیسی عامیانه هم بسیار نزدیک‌تر است، این کار را انجام بدهیم!

در واقع می‌توان گفت، زبان برنامه‌نویسی آردوینو مثل دیگر زبان‌های برنامه‌نویسی که میکروی خاص خود را پشتیبانی می‌کنند، ریز هدایتگر مخصوص خود را ندارد و فقط یک رابط ترجمه بین زبان‌های AVR و ARM و حتی در سال‌های اخیر FPGA است که یک میکروی خاص و بسیار پیشرفته برای کاربردهای نظامی است.

بند بسیار مهم بالا زبان برنامه‌نویسی آردوینو را به خوبی توصیف می‌کند. در واقع ما برای برنامه‌نویسی یک ریز هدایتگر در هر سه مجموعه میکروی یادشده، دیگر نیازی به یادگیری هر زبان به صورت جداگانه نداریم، چرا که زبان آردوینو هر سه مورد فوق را پوشش می‌دهد و این کار را با سادگی بسیار زیاد انجام می‌دهد؛ به شکلی که هر هنرجوی هنرستانی که فقط آشنایی مختصری با موضوع هوشمندسازی داشته باشد، می‌تواند با سرعت چشمگیری این برنامه را یاد بگیرد و تنها زمانی که می‌خواهد برنامه نوشته‌شده را به میکرو منتقل کند، مدل و سری میکرو را در قسمت تنظیمات مشخص می‌کند و خود نرم‌افزار آردوینو کد نوشته‌شده توسط هنرجو را به زبان مقصد ترجمه می‌کند و روی میکرو آپلود می‌کند! تا اینجا کار با مفهوم چستی آردوینو در بخش نرم‌افزار و پایه و اساس سخت‌افزار آشنا شدیم. حال می‌خواهیم بردهای آردوینو را که بر پایه ریز هدایتگرهای AVR ساخته شده‌اند بررسی کنیم.

این صفحه با نام ARDUINO UNO R3 معروف‌ترین صفحه در مجموعه صفحه‌های آردوینوست که برای آموزش هم از این مدل استفاده می‌شود و ما هم در این مجموعه آموزش‌ها از همان استفاده خواهیم کرد.

در مجموعه آموزش‌های قبل، کلیات برنامه آردوینو را شرح دادیم و با بخش نرم‌افزار آن آشنا شدیم. حال می‌خواهیم بخش سخت‌افزار آردوینو را بررسی کنیم و کلیاتی در رابطه با این حوزه نیز یاد بگیریم.

ابتدا می‌خواهیم با تاریخچه مختصری از انواع پردازشگرها (همان مغزهای برنامه‌پذیر صفحه‌های الکترونیکی!) یا آی‌سی‌ها که همه دستورات برنامه‌نویسی‌شده در داخل آن‌ها ذخیره و پردازش می‌شود، آشنا شویم.

از سال‌ها قبل بحث هوشمندسازی مطرح شد و به تبع آن آی‌سی‌های متعددی برای استفاده در حوزه هوشمندسازی ساخته شدند. به طور کلی می‌توان این پردازشگرها را به دو گروه جامع ریزپردازنده (میکروپروسسور) و ریزهدایتگر (میکرو کنترلر) تقسیم کرد. برای آنکه تفاوت این دو گروه را با هم درک کنیم، به مثال زیر توجه کنید:

امروزه تقریباً تمام ابزارها یا دستگاه‌های اطراف ما به طور کل یا بخشی از آن‌ها، هوشمندسازی شده‌اند. برای مثال، کولر داخل اتاق‌تان را در نظر بگیرید! این کولر یک دماسنج داخلی دارد که اگر دما از مقداری که ما توسط هدایتگر برای آن تعیین کرده‌ایم بیشتر شد، کولر با قدرت بیشتری کار می‌کند تا دمای داخل اتاق مجدداً به حالت قبل برگردد و زمانی که به دمای مطلوب رسید، قدرت کولر کاهش پیدا می‌کند تا انرژی کمتری مصرف شود. پس این کولر یک هدایتگر منطقی یا همان آی‌سی در خودش دارد که دما را بررسی می‌کند.

همان‌طور که می‌بینیم، این عملیات مقایسه دما یک پردازش بسیار کوچک و ساده است! اما حال فرض کنید می‌خواهیم یک بازی رایانه‌ای با کیفیت بسیار بالا را اجرا یا داده‌های اینترنتی یک شهر را بررسی و طبقه‌بندی کنیم! به نظر شما ما برای هر دوی این کارها ما به یک مدل پردازشگر نیاز داریم؟!

پس اینجا تفاوت اصلی دو گروه ریزپردازنده و ریز هدایتگر مشخص می‌شود و این تفاوت همان ظرفیت پردازش و قدرت پردازشگر است. به طور کلی، برای امور ساده‌تری که به پردازش‌های سنگین نیاز ندارند، از ریز هدایتگر و برای امور وابسته به قدرت پردازش بالا از ریزپردازنده‌ها استفاده می‌کنیم.

ماشین‌های اسباب‌بازی هدایت‌شونده کوچک، کولر، دور فرمان (ریموت کنترل) تلویزیون و دستگاه پخش موزیک، همه و همه با استفاده از ریز هدایتگرها ساخته می‌شوند. همچنین، گوشی‌های هوشمند، رایانه‌های کیفی، رایانه‌ها، دستگاه‌های مخابراتی پیشرفته، ماهواره‌ها با استفاده از ریزپردازنده‌ها راه‌اندازی می‌شوند.

ریز هدایتگرها و ریز پردازنده‌ها تفاوت‌های دیگری هم دارند که در جدول به اختصار مقایسه شده‌اند.

مدل	سرعت پردازش	قیمت	ظرفیت پردازش
ریز هدایتگر	پایین	پایین	کم
ریز پردازنده	زیاد	زیاد	زیاد

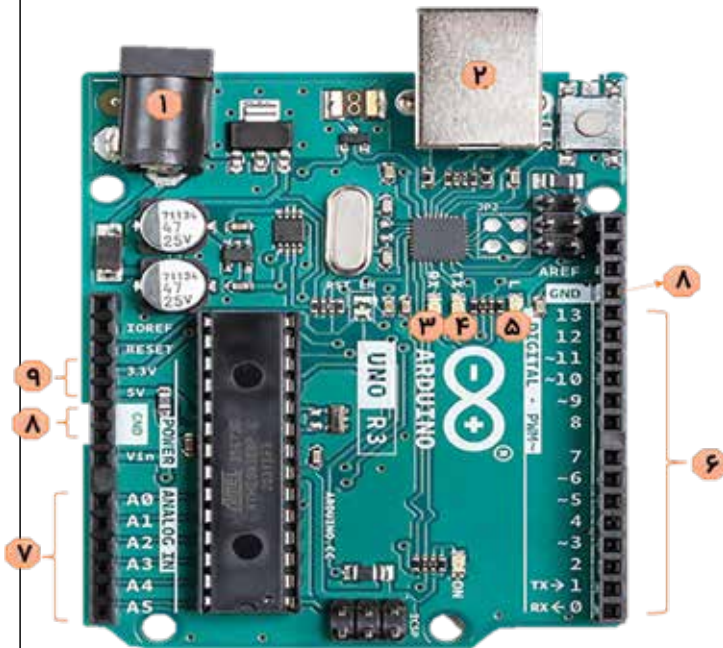
البته وقتی می‌گوییم سرعت و ظرفیت پردازش در ریز هدایتگرها پایین

آردوینو اونیو Arduino UNO R3

آردوینو اونیو یکی از صفحه‌های آردوینوست که ما در اینجا از آن استفاده می‌کنیم (تصویر ۱).

معرفی قسمت‌های صفحه

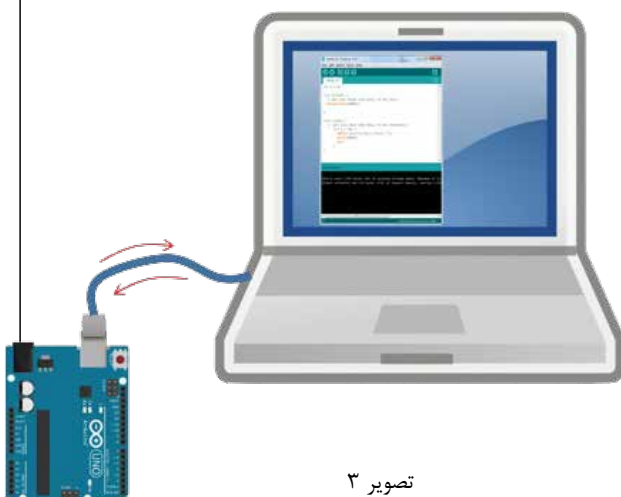
۱. جک توان ورودی: برای تغذیه صفحه با آداپتور ۹ یا ۱۲ ولت یا باتری کار می‌کند.
 ۲. جک توان - دیتا: برای تغذیه و ارتباط میان صفحه آردوینو و رایانه در هنگام اتصال سیم یواس‌بی استفاده می‌شود. در واقع اصلی‌ترین روش انتقال برنامه نوشته روی میکرو استفاده از همین درگاه (پورت) ارتباطی است.
 ۳. چراغ ال‌ای دی (علامت RX به معنای دریافت داده): در هنگام دریافت داده، به‌عنوان مثال در هنگام بارگذاری کد، چشمک می‌زند.
 ۴. چراغ ال‌ای دی (علامت TX به معنای ارسال داده): در هنگام انتقال داده، برای مثال هنگام فرستادن اطلاعات از صفحه به رایانه، چشمک می‌زند.
 ۵. چراغ (LED پایه ۱۳ رفع عیب): این ال‌ای دی به پایه ۱۳ متصل است و برای اطمینان از عملکرد صحیح برنامه به کار می‌رود.
 ۶. پایه‌هایی که با اعداد ۰ تا ۱۳ مشخص شده‌اند، پایه‌های ورودی خروجی رقمی (دیجیتال) هستند.
 ۷. پایه‌هایی که با A۰ تا A۵ مشخص شده‌اند، پایه‌های ورودی قیاسی (آنالوگ) هستند.
 ۸. پایه‌هایی که با GND مشخص شده‌اند، پایه‌های زمین صفحه (همان منفی مدار) هستند.
 ۹. پایه‌های V۵ و V۳.۳ خروجی ۵ ولت و ۳.۳ ولت برای استفاده سایر مدارها، شیلدها، حسگرها و پودمان (ماژول)‌هایی هستند که می‌خواهیم به آردوینو متصل کنیم.
- اما مهم‌ترین بخش ریز هداينگر است. در واقع بقیه قسمت‌های صفحه برای سادگی ارتباطها و آسان‌تر کردن کاربری هستند. اما میکروکنترلر همان بخشی است که تمام برنامه‌ها روی آن نوشته و پردازش‌ها هم با آن انجام می‌شوند (تصویر ۲).
- اگر می‌خواهید ببینید چطور صفحه را به رایانه کیفی متصل می‌کنیم، باید تصویر ۳ را مشاهده کنید. از طریق سیم یواس‌بی صفحه را به رایانه متصل و نرم‌افزار آردوینو را در رایانه باز می‌کنیم.



تصویر ۱



تصویر ۲



تصویر ۳

کوچکِ بزرگ!

اسیرشان هستیم. تازه کاش فقط ما بودیم. از بقیه آبادی‌ها هم خبر داریم. آن‌ها هم همین‌جورند. انگار وبا کل گیلان را گرفته باشد!

یونس گفت: «اجنبی جماعت از وبا هم بدتر است. بعدش هم به مردم دل‌داری داد و گفت: «خدا بزرگ است و ان‌شاءالله خودش حق این‌ها را کف دستشان می‌گذارد.» اما من می‌دانستم پشت این دل‌داری‌ها در دلش رخت می‌شویند!

سوار اسب شدیم که برگردیم به خانه. در راه به یونس گفتم کشوری که در اشغال اجنبی باشد، بهتر از این نمی‌شود. ما که در جنگ اعلام بی‌طرفی کردیم، باز هم سربازانشان را در مملکت ما پیاده کرده‌اند خداندارها! باز یچه‌ایم در دستشان. هر وقت خواستند غارتان می‌کنند و بعد هم توی سر مردمان می‌زنند.

دیدم دارد زیر لب چیزی می‌گوید. انگار داشت ذکر می‌گفت! گفتم یونس با توام! چه داری می‌گویی؟! انگار که ذکرش را با صدای بلند تکرار بکند، گفت: «فاذا فرغت فانصب.»

آیه قرآن بود. آخر یونس قبل از اینکه وارد مبارزه شود، در حوزه درس خوانده بود و از قرآن زیاد سرش می‌شد. معنی خودمانی‌اش می‌شد تا فارغ شدی، دوباره دست‌به‌کار شو. گفتم منظورت چیست؟

گفت: «نمی‌شود دست روی دست گذاشت. دولت و حکومت عرضه ندارد، ما که می‌توانیم دستی بجنبانیم و جلوی اجنبی بایستیم و از مردم دفاع کنیم!»

گفتم یونس می‌خواهی چه کار کنی؟ آن‌ها هم عده‌شان زیاد است و هم بی‌رحم‌اند و هم اسلحه دارند. ما با دست خالی چه کار می‌توانیم بکنیم؟ گفت: «ما که حرکت کنیم، خدا هم برکت می‌دهد و کمک می‌کند. به دکتر حشمت و میرزا حسین خبر بده. می‌رویم سمت لوشان.»

تازه از قزوین برگشته بودیم. هنوز ۴۸ ساعت نشده بود. من که مثل میرزا کوچک (یونس) نبودم که خستگی نشانم، دوست داشتم تا مدت‌ها فقط استراحت کنم، بلکه خستگی از تنم بیفتد. اما او ول کن ماجرا نبود. حالا قرار است فردا

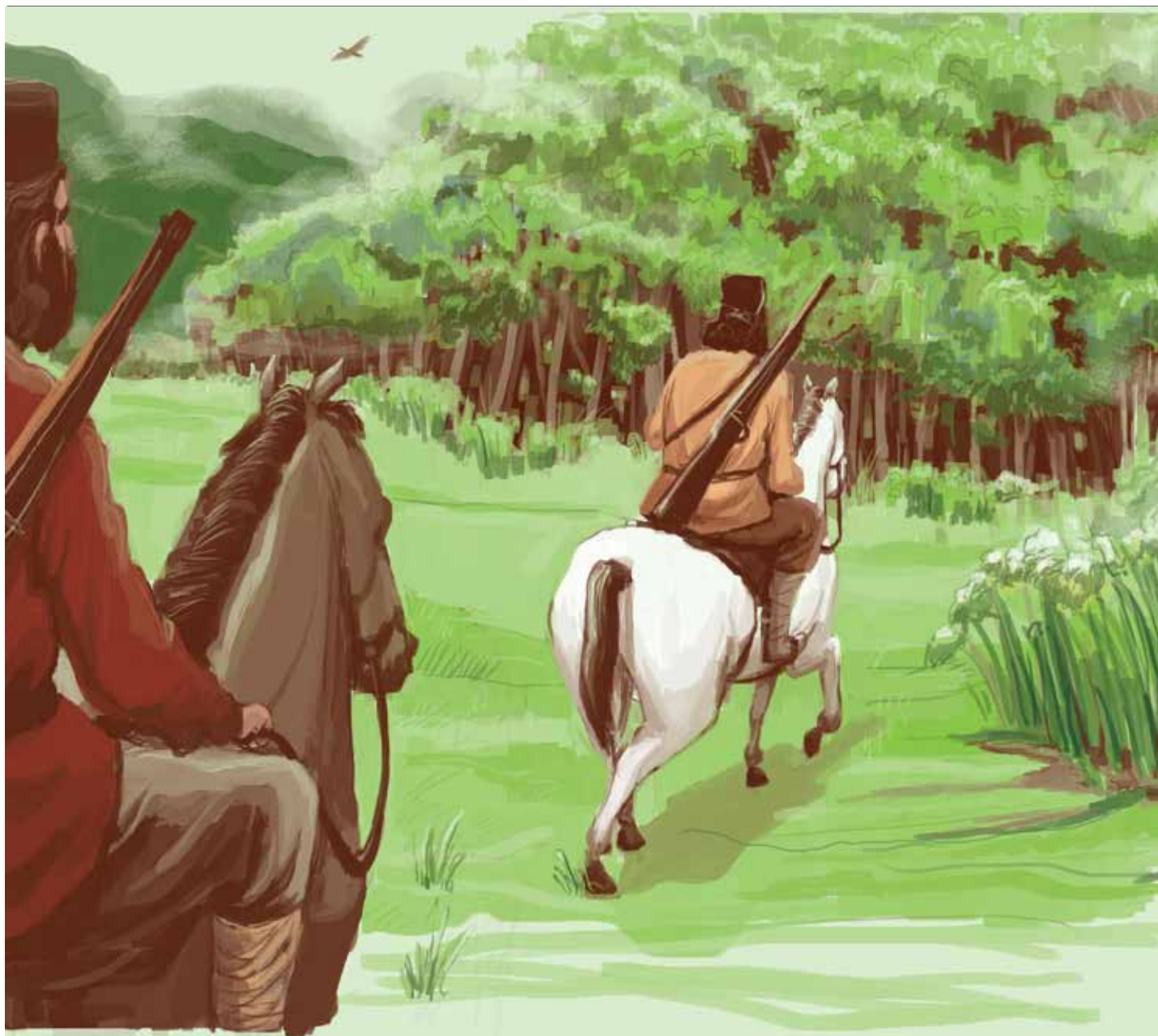
یکی دو روزی می‌شود که از قزوین برگشته‌ایم. یونس در قضیه مشروطه و فتح قزوین خیلی انرژی گذاشته و حسابی خسته شده است، اما خیلی حواسش هست که این خستگی به چهره‌اش ننشیند. من که او را می‌شناسم! می‌دانم دارد چه می‌کشد! اگر فتح قزوین یک دهه هم طول می‌کشید، باز او دست‌بردار نبود و مثل روز اول سرحال بود. چشمان زاغ و چهره متبسمش مثل همیشه است و تغییری نکرده.

همین که برگشتیم، به خانه پدری‌اش آمدم تا یکی دو روزی استراحت کنیم؛ خانه‌ای چوبی که حیاطش سه چهار درخت مرکبات داشت. در گوشه آن هم آغل گوسفندان و مرغ و خروس‌ها بود. نم‌می‌باران می‌زد و بوی نم کاه‌گل‌ها هم کل فضا را پر کرده بود.

دیروز که رفته بودیم در روستاهای اطراف قدم بزیم، خیلی حالم‌ان گرفت. فکر کردیم، الان مردم باید یا مشغول نشا در بیجار باشند یا در باغ چای و مرکباتشان، اما خبری نبود. از چند نفر پرسیدیم جریان چیست، یکی گفت دیروز اجنبی‌ها ریختند توی روستا و چند نفر را کتک زدند، درخت‌ها را آتش زدند و بوته‌های چای را کندنند! مردم هم امروز دل‌ودماغ کار ندارند. یونس که خون‌خونش را می‌خورد، با تعجب پرسید، پس دولت چه‌کاره است؟! چرا کاری نمی‌کند؟! - خدا پدرت را بیامزد، این حرف‌ها برای زمانی است که دولت زورش برسد! فعلاً که همه بی‌خیال‌اند.

من پرسیدم خب مشکلشان چیست؟ یونس جواب داد: «این‌ها در کشور خودشان این‌جوری است که هیچ‌کس مالک چیزی نیست و همه چیز در اختیار دولت است. فکر می‌کنند اینجا هم خانه پدرشان است و ما هم باید مثل آن‌ها فکر کنیم. برای همین به ملک مردم تعرض می‌کنند.»

یکی از ریش‌سفیدها که کنار مسجد روستا به او رسیده بودیم، گفت: «به داد ما برسید، نه اختیار زمینمان را داریم و نه می‌توانیم با خیال راحت به کشاورزی و گله‌برسیم. هفته‌ای دو سه بار هم همین داستان برقرار است و انگار ما



بودیم که هر جا می‌رفت پایه‌پایش می‌دویدیم. مرد خدا بود و مهربان. گاه‌گاهی هم که مبارزه فشار می‌آورد، شوخی‌های گیلکی‌اش گل می‌کرد و با گویش گیلکی خاصی سربه‌سرمان می‌گذاشت تا تجدید قوا کنیم. من که دلم روشن است. فکر می‌کنم با این کاری که میرزا در سر دارد، بشود یک کمکی به خلق خدا کرد! تا فردا شب که می‌خواهیم حرکت کنیم، دل توی دلم نیست. قرار است بعد از هماهنگی‌های اولیه در جنگل‌های لوشان و سمت فومنات مستقر بشویم. میرزا اسم قیام را هم گذاشته است قیام جنگل.

حرکت کنیم سمت لوشان. به چند نفر از دوستان قدیمی خبر داده‌ام و آن‌ها هم دارند مخفیانه بارونه‌شان را جمع می‌کنند تا فردا شبانه حرکت کنیم. دولت روی میرزا حساس است و نمی‌شود خیلی علنی کاری کرد. همین چندسال پیش میرزا را به قزوین تبعید کرده بودند. میرزا هم گفته است تا زمانی که به لوشان نرسیده‌ایم و مقدمات کار انجام نشده است، نباید صدای کار در بیاید. میرزا بود دیگر. سرش پر بود از عدالت‌خواهی و خدمت به مردم و مبارزه با اجنبی برای استقلال کشور. راستش را بخواهید، من و خیلی‌های دیگر هم شیفته همین مرامش



سامانه‌ای که دست مشتریان را می‌خواند

آینده کسب‌وکارها به‌ناچار از فناوری‌ها تأثیر زیادی خواهد پذیرفت. غیر از فناوری‌ها، اطلاعات در آینده حرف اول را خواهند زد. یعنی کسب‌وکاری می‌تواند رشد و پیشرفت کند که بلد باشد اطلاعات را درست جمع کند و آن‌ها را تجزیه و تحلیل و به‌موقع استفاده کند. این موضوع همین الان هم در فضای ارتباط با مشتری در میان کسب‌وکارها وجود دارد و از آن استفاده می‌کنند.

بگذارید با مثالی موضوع را روشن‌تر کنیم. حتماً تجربه کرده‌اید که با بخش پشتیبانی شرکتی تماس گرفته باشید و آن‌ها بدون آنکه نام شما را پرسیده باشند، شما را به نام مخاطب قرار دهند و حتی مشکلاتان را توضیح دهند! اولین بار که این موضوع را تجربه کردم، فکر کردم کسی که پشت خط است ذهن‌خوانی بلد است! اما حالا می‌دانم این یک روش جامع و جدید در ارتباط با مشتری است.

این روش که در حال حاضر جدیدترین و بهترین روش ارتباط با مشتری است، نامش «مدیریت ارتباط با مشتری» (CRM) است. در این سامانه، تمام اطلاعات مشتری و سابقه ارتباط و تعاملش با کسب‌وکار شما به‌صورت یکپارچه ضبط می‌شود و نمایش داده خواهد شد. تعریف کامل‌تر آن، تمام فناوری‌های، اقدامات و برنامه‌ریزی‌هایی است که شرکت برای بهبود تعامل با مشتری انجام می‌دهد.

فرض کنید از یک فروشگاه اینترنتی محصولی سفارش می‌دهید. این کار را چند بار دیگر هم انجام داده‌اید. سامانه مدیریت ارتباط با مشتری این شرکت سابقه همه خرید شما و محصولاتی را که سفارش داده‌اید و قیمت‌ها و تاریخ را روی حساب کاربری شما ضبط می‌کند. زمانی که شما با پشتیبانی تماس می‌گیرید، روی رایانه جلوی پشتیبان تمام اطلاعات شما که به شماره تلفن حساب کاربری‌تان متصل شده بود، نمایش داده می‌شود. از مشخصات گرفته تا سابقه خرید و حتی بعضی وقت‌ها مشکلی که در سامانه گزارش داده‌اید.

این روش که می‌تواند اطلاعات مخاطب را ذخیره و دسترسی به آن را به‌صورت یکجا ساده کند، بر نوع ارتباط با مشتری، و خدمات و پیشنهادهایی که می‌توانید به مشتری ارائه بدهید، تأثیر زیادی می‌گذارد.

خودتان را جای مشتری هم که بگذارید، طبیعی است به کسب‌وکار شما اعتماد بیشتری خواهد کرد که کارهایش حساب و کتاب دارند. تصور کنید این سامانه نباشد. شما مگر چند مشتری را می‌توانید به خاطر بسپارید؟ اصلاً فقط نامشان نه، سوابق خرید و بقیه اطلاعاتشان را. این سامانه مدیریت کمک می‌کند شما اطلاعات ارزشمندی از مشتریان خود داشته باشید.

کاربرد این سامانه را می‌توان در دو بخش خلاصه کرد:

اول، انتقال و دسترسی سریع و راحت و جامع به اطلاعات مشتری. فرقی نمی‌کند مشتری با کدام بخش تماس بگیرد یا ارتباط برقرار کند. با هر بخش که ارتباط بگیرد، لازم نیست مسئول آن بخش بقیه را صدا کند که پرونده این مشتری را بیاورید یا پشت خط از بقیه درباره شما پرس‌وجو کند یا با سؤالات تکراری درباره شما و مشکل و سوابقتان کلافه‌تان کند. این اطلاعات راحت ذخیره و به راحتی منتقل می‌شوند و در دسترس هستند و می‌توانند پشتیبانی راحت‌تر و هوشمندانه‌تری را از مشتری امکان‌پذیر کنند.

دوم، اطلاعات به‌دست‌آمده می‌توانند ارزشمندترین دارایی‌های شرکت در بخش ارتباط با مشتری‌شان باشند. آن‌ها به‌وسیله این اطلاعات می‌توانند در سامانه مدیریت ارتباط با مشتری، بر حسب سلیقه‌های شما، میزان هزینه‌ای را که می‌کنید، ویژگی‌های مورد انتظار شما از محصولاتشان و هزاران مورد دیگر را تجزیه و تحلیل و در آینده کسب‌وکارشان از آن استفاده کنند. محصولاتی مطابق سلیقه مشتریان‌شان بسازند، تا حد زیادی امکان شخصی‌سازی به محصولات بدهند، چیزی برای شخص شما تولید کنند، تبلیغاتشان را متناسب با هر مشتری شخصی‌سازی کنند و مثلاً در پیام‌های تبلیغاتی‌شان، با توجه به شناختی که از سلیقه هر مشتری دارند، محتوایی مخصوص ارسال کنند. در این کار یکی از مهم‌ترین مراحل جمع‌آوری اطلاعات است که در سامانه‌های مدیریت ارتباط با مشتری به‌صورت برخط اطلاعات ثبت و ضبط می‌شوند و شرکت را جلو می‌اندازند.

در حال حاضر، شرکت‌هایی هستند که این خدمات را ارائه می‌دهند و شما می‌توانید برای کسب‌وکارتان سراغ آن‌ها بروید و بخواهید سامانه مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) مخصوص شما را طراحی و اجرا کنند و در اختیارتان بگذارند. غیر از آن‌ها، نرم‌افزارهایی وجود دارند که برای این کار ساخته شده‌اند و شما با خرید و نصب آن‌ها و یادگیری نحوه استفاده از آن‌ها می‌توانید به راحتی این مدیریت جامع و حرفه‌ای را برای ارتباط با مشتریان کسب‌وکار خودتان فعال کنید و از مزایای آن استفاده کنید.

اطلاعات ورودی به این سامانه می‌توانند به‌طور یکپارچه از پایگاه اینترنتی کسب‌وکار شما یا شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی کارتان یا تکمیل دستی باشند. این سامانه می‌تواند هزینه‌های شما را در بخش پشتیبانی و ارتباط با مشتری کمتر کند، اما هم‌زمان خدمات باکیفیت‌تری هم ارائه دهد. درباره سامانه مدیریت ارتباط با مشتری بیشتر تحقیق کنید و درباره کاربرد آن در رشته‌ها و کسب‌وکار آینده خودتان بیشتر بیندیشید.



کوتاه کنم... کوتاه بیا!



اثرات مثبتشان بیشتر شود. قبل از وارد شدن به راه حل‌ها می‌خواهم توافق دوم را هم با هم انجام دهیم. اینکه بعضی‌ها در مجموعه انتقادی کنند یا دو نفر با هم بحث کنند، حتماً به این معنا نیست که اتفاق بدی در حال رخ دادن است. برعکس، خیلی وقت‌ها این بحث‌ها می‌توانند نشانه مثبتی در مجموعه و گروه باشند؛ نشانه اینکه دو همکار در حال جروب‌کردن هستند تا بهترین تصمیم را برای کارشان بگیرند. یا اینکه کسی که دارد نقد می‌کند، دلش برای آن مجموعه می‌تپد تا به وضعیت موجود راضی نشود و همین‌طور خودش را ارتقا بدهد. یعنی در دلش به روزهای بهتر در این مجموعه امید دارد. پس یادتان باشد، در کسب و کارتان، اگر دیدید دو نفر در حال بحث و جدل هستند، یا کسی انتقادی می‌کند، به سرعت آن‌ها را با بیل خاموش نکنید! اول ببینید داستان از چه قرار است و تشخیص بدهید این مشکل و بگومگو از نوع مثبتش است که برای کسب و کار مفید است، یا از نوع منفی و مخربش. راه تشخیص آن هم سخت نیست. از لحن دو طرف، از ادبیاتشان، از نوع کلمات و مکالمات و دلایلی که برای هم می‌آورند، می‌توان فهمید این بحث و جدل گفت‌وگویی کارشناسانه و صمیمانه اما کاملاً جدی و چالشی است، یا از روی لجاجت و لجبازی و بر پایه حرف‌های غیرمنطقی. تا اینجا هم درست؟!

اما حالا و با این مقدمات، اگر تشخیص دادید مشکل به وجود آمده از نوع مخرب آن است، مدیر کسب و کار موفق باید راه حل‌های مدیریت در این مواقع را بشناسد و البته بداند که نمی‌توان یک نسخه برای همه موقعیت‌ها پیچید، چون ممکن است شرایط متفاوت باشد. راه حل‌ها را که بدانید و از افراد و مجموعه هم که شناخت داشته باشید، می‌توانید بهترین راه حل را برای موقعیت‌های گوناگون انتخاب کنید:

موقعیتی را تصور کنید که در کارگاه خودتان یا در مغازه و شرکت، با همکاران یا زیردستانتان به مشکل برخوردیده‌اید. درگیری پیش آمده است. با آن چگونه برخورد می‌کنید؟

بگذارید از الان نکته‌ای را با هم توافق کنیم. امکان ندارد در ادامه مسیر شغلی و حرفه‌ای‌تان همه چیز گل و بلبل باشد و بین شما و مجموعه همکاران و زیردستان و کارفرما هیچ موقع مشکل و اختلاف نظر و بگومگو پیش نیاید. این طبیعی است که افراد با سلیقه‌های گوناگون هم در حوزه کاری‌شان نظرات گوناگونی داشته باشند. تا اینجا درست؟!

سؤال الان این است. آیا می‌شود با اولین مشکل به وجود آمده همه چیز را به هم زد و قید کار و هدف و تیم و گروه را زد؟ و برعکس، آیا ممکن است همه مشکلات خودشان خودکار حل شوند و هیچ مدیریتی از جانب طرفین یا مدیر آن مجموعه نیاز نداشته باشند؟ پاسخ هر دو این پرسش‌ها یکی است: خیر!

آدم موفق کسی است که بتواند در همه مشکلات موجود در مسیر پرپیچ و خم موفقیت، هدف را گم نکند، دلسرد نشود و از میدان بیرون نرود. از طرف دیگر، بسیار پیش آمده که شنیده باشید، شریک‌ها یا همکاران با هم قطع ارتباط کرده باشند و حتی کارشان به جاهای باریک کشیده شده باشد. البته در بعضی موارد واقعاً چاره‌ای جز ترک کردن نیست، اما این نباید به عادت کارآفرین یا آدم حرفه‌ای موفق تبدیل بشود که با کوچک‌ترین اختلافی به هم بریزد و خودش و گروهش را در بن‌بست ببیند. این را گفتیم، صرفاً به این جهت همه جروب‌ها و اختلاف‌نظرها خودبه‌خود حل نمی‌شوند و باید فکری به حالشان کرد.

وقتی این مشکلات پیش می‌آیند، باید بتوان آن‌ها را مدیریت کرد تا اثرات منفی کمتری بر مجموعه بگذارند و



۱. کوتاه بیایید و با هم کنار بیایید:

بله، همین که خواندید. گاهی باید کوتاه آمد و کنار کشید تا صلح و آرامش در مجموعه برقرار بماند. اگر قرار باشد هر کس سفت و محکم روی حرف خودش بایستد که هیچ وقت هیچ دو نفر آدم نمی توانند با هم همکاری داشته باشند.

گاهی اوقات شما به عنوان مدیر مجموعه یا به عنوان همکار، در مقابل نفر روبه رویتان، به این دلیل که شاید از درست بودن نظرتان چندان مطمئن نیستید، یا اصلاً مطمئن هم هستید، اما ارزش نتیجه ای که این جروب بحث دارد، در مقابل انرژی و وقتی که دارد تلف می شود، بسیار کم است و به اصطلاح اصلاً ارزشش را ندارد، کوتاه می آید. خب در این مواقع آدم کوتاه می آید تا اهداف بلندتر و چیزهای ارزشمندتری آسیب نبیند.

البته باید در نظر داشته باشید که این راه نمی تواند راه حل دائمی برای همه بگومگوها باشد. خوبی این راه حل آن است که شما اگر در جایگاه مدیریت باشید، به عنوان مدیری بخشنده و صبور معرفی خواهید شد و این برای کارکنانتان آرامش روانی خوبی ایجاد می کند و روی عملکرد و ارتباطشان با شما اثر می گذارد. اما یک بدی هم دارد و آن اینکه اگر همیشه و در هر مشکلی به سرعت بخواهید از این راه حل استفاده کنید، دیگر نمی گویند فلائی مهربان است. می گویند ضعیف است. پس مراقب باشید اعتدال را رعایت کنید. در شماره های بعد شما را با راه حل های دیگر در این باره آشنا می کنیم.



چاپ سه بعدی

آب بریز، زرشک پلو تحویل بگیر! آشنایی با چاپگر سه بعدی

چند سال پیش یک پویانمایی پخش شد که در آن یک جوان مخترع دستگاهی اختراع کرده بود که از آب، غذاهای گوناگون چاپ می کرد! یعنی آب از بالا به دستگاه وارد می شد و از زیر زرشک پلو با مرغ بیرون می آمد، یا کیک شکلاتی چاپ می شد. خلاصه انواع و اقسام غذاها و پس غذاها (دسر) را با آن دستگاه می شد درست کرد. این شاید اولین باری بود که می شد با قدرت چنین دستگاهی روبه رو شد و به واقعی کردن این رؤیا فکر کرد! داستانی که این پویانمایی را از روی آن ساختند، به دهه ۷۰ میلادی متعلق بود.

هنوز ۱۰ سال از انتشار این پویانمایی نگذشته بود که عده ای داشتند روی عملی کردن آن داستان در نوع خود افسانه ای کار می کردند. یعنی وسیله ای که بتوان با آن اجسام را از روی عکسشان، چاپ سه بعدی کرد. گروه های متعددی از ژاپن، فرانسه و آمریکا داشتند روی ثبت اختراعی کار می کردند که بتوان با آن اجسام را به صورت سه بعدی ایجاد کرد.

تا به حال به چاپگرهای رایانه ای خانگی دقت کرده اید؟ آن ها با جوهر و به وسیله حرارت، متن ها و تصویرهایی را که شما با رایانه درست کرده اید، روی کاغذ چاپ می کنند. این کاغذهای چاپ شده، هر چه که باشند، دوبعدی هستند. حال تصور کنید چاپگرهای سه بعدی چگونه کار می کنند؟ آن ها



هم با مواد گوناگونی که مادهٔ اولیه چاپگرهای سه‌بعدی را تشکیل می‌دهند، و با استفاده از حرارت، یک تصویر را به‌صورت لایه‌لایه روی هم می‌گذارند و در نهایت جسم سه‌بعدی قابل لمسی را به شما تحویل می‌دهند.

تفاوت تصویرها در چاپگرهای دوبعدی و سه‌بعدی در چیست؟ چاپگرهای معمولی که می‌خواهند چیزی را به‌صورت دوبعدی چاپ کنند، معمولاً تصویرهایشان در رایانه هم دوبعدی است؛ مثل متن و عکس. اما برای اینکه چاپگرهای سه‌بعدی بتوانند اجسام سه‌بعدی چاپ کنند، نیاز است تصویرهای درون رایانه که برای چاپ تهیه می‌شوند هم سه‌بعدی باشند. یعنی مثلاً شما نمی‌توانید یک متن عادی دوبعدی با یک تصویر عادی دوبعدی را با چاپگر سه‌بعدی چاپ کنید. مگر اینکه این تصویر را با نرم‌افزارهای طراحی سه‌بعدی به‌صورت سه‌بعدی طراحی کنید و آن را بعد از طی مراحل به چاپگر بدهید تا چاپ کند.

امروزه، نسبت به ثبت اختراع‌های اولیه در دههٔ ۸۰ میلادی (دههٔ ۶۰ شمسی)، پیشرفت‌های زیادی در صنعت چاپگرهای سه‌بعدی به وجود آمده است. الان چاپگرهایی با انواع مواد اولیهٔ پلاستیکی، فلزی و حتی مواد اولیهٔ زیستی و با انواع روش‌های حرارت‌دهی و چسباندن لایه‌به‌لایه به وجود آمده‌اند. در این فناوری، تصویر سه‌بعدی ایجادشده در نرم‌افزار، به‌وسیلهٔ نرم‌افزارهای مخصوص چاپگر، لایه‌بندی می‌شود. هر لایه به‌وسیلهٔ چاپگر روی لایهٔ قبلی چاپ می‌شود و آرام‌آرام تمام لایه‌های روی هم قرار می‌گیرند و محصول نهایی را می‌سازند. تصور کنید می‌خواهیم یک کیک چاپ کنیم! اول تصویر سه‌بعدی این کیک را در نرم‌افزار طراحی سه‌بعدی درست می‌کنیم. حالا تصویر سه‌بعدی را در یک نرم‌افزار مخصوص دیگر لایه‌لایه برش می‌زنیم. حواستان باشد، این لایه‌ها عمودی نیستند، بلکه افقی هستند. از پایین کیک، مثلاً به‌اندازهٔ یک سانتی‌متر، بالا می‌آییم و یک برش در کل کیک می‌زنیم. حالا لایهٔ بعدی را به

همین ترتیب یک سانتی‌متر بالاتر می‌زنیم و به همین ترتیب تا لایهٔ آخر. حالا این تصویر سه‌بعدی لایه‌بندی‌شده آماده است تا به چاپگر داده شود. چاپگر سه‌بعدی شما ابتدا اولین لایه را که پایین‌ترین است چاپ می‌کند. بعد سراغ لایهٔ دوم می‌رود و آن را روی لایهٔ قبل می‌چسباند. به همین ترتیب، لایه‌ها را روی هم می‌گذارد تا کیک ما چاپ شود. نوش جان!

شاید حالا بتوان با جدیت گفت که فناوری چاپگرهای سه‌بعدی انبوه صنایع و کارخانه‌ها را به تسخیر خود در خواهند آورد. کاربردهای زیاد این چاپگرها در ساخت نمونه‌های اولیه، ساخت قالب با جنس‌های مختلف، ساخت قطعات و اجسام و از طرف دیگر، دقت و هزینه‌های کم تولید با این فناوری، شاهد این ادعا است. الان کارخانه‌های زیادی در سراسر دنیا در حال تولید محصولاتی با استفاده از چاپگرهای سه‌بعدی هستند. حتی کار تا آنجا پیش رفته است که هواپیماهای بدون سرنشین و خودرو و قایق‌های موتوری را دارند در کارگاه‌ها با این فناوری چاپ می‌کنند، خانه‌های واقعی چاپ می‌کنند و قطعات خودرو و محصولات به‌کاررفته در صنایع فضایی و بر سازه (پروژه)های پزشکی را با این فناوری می‌سازند. این حجم از پیشرفت و گسترده‌شدن در طول کمتر از ۴۰ سال از پیدایش آن، فقط می‌تواند نشان از آیندهٔ درخشان این فناوری داشته باشد. شرکت‌های کمک‌نوآور در بسیاری از کشورها و شرکت‌ها در حال حاضر با سرمایه‌گذاری روی تحقیق‌های مرتبط با این چاپگرها، در حال توسعهٔ کاربردها و رفع نقص‌های این فناوری هستند.

جدی گرفتن فناوری چاپ سه‌بعدی برای کشور و در شکل‌گیری صنعت آینده بسیار حیاتی است. در واقع، مواردی مثل هوش مصنوعی، چاپگر سه‌بعدی و بلاک‌چین که فناوری‌های انقلابی و زمینه‌ای هستند و کاربردهای در همهٔ ابعاد صنایع و زندگی بشر می‌تواند گسترده شود، آیندهٔ صنعتی، اقتصادی و فناوری کشورها را می‌سازند.

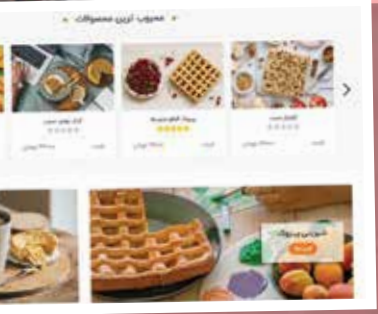
اگر کشورهای ژاپن و فرانسه در همان اوایل که دانشمندانشان روی ثبت اختراع چاپگرهای سه‌بعدی اولیه کار می‌کردند، روی آن سرمایه‌گذاری کرده بودند، حق ثبت اختراع آن، به گروه‌های آمریکایی که بعد از آن دو کشور به این کار پرداخته بودند، نمی‌رسید. الان هم همین‌گونه است. می‌توانید به این موضوع فکر کنید که شما در رشتهٔ تخصصی خودتان چه استفاده‌ای از چاپگرهای سه‌بعدی می‌توانید بکنید! وقت را از دست ندهید! شروع کنید به یادگیری.

فکر کنید، با استفاده از این فناوری چقدر می‌شود به مردم و کشور کمک کرد؟ چقدر همه می‌توانند به انواع خدمات و قطعات دسترسی پیدا کنند؟ چقدر مشکلات محیط زیستی و هدر رفتن‌های بی‌مورد مواد اولیه و سرمایه کمتر می‌شود. چقدر شرکت‌های کوچک می‌توانند کارهای بزرگ انجام دهند تا خودشان و کارگزارانشان بهتر زندگی کنند؟ دیگر فناوری در اختیار قشر خاصی نیست و همه می‌توانند با تلاش به آن دسترسی پیدا کنند. این به عدالت چقدر نزدیک‌تر می‌شود! آنان که چاپگرهای سه‌بعدی را به وجود آوردند، همه از قشر متوسط به پایین جامعهٔ خودشان بودند.



داستان يك شرکت نوافرین خوش مزه به نام کیک‌خونه

نوافرین بخش بخشی



← کیک‌های سوپرمارکتی

برای هر نوافرین، بعد از مرحله شروع به کار که می‌تواند تولید محصول یا آماده‌شدن برای ارائه خدمات باشد، بازاریابی مهم‌ترین مرحله است. شما باید بتوانید از راه‌های گوناگونی مثل تبلیغات در فضای مجازی، فرستادن نمونه محصول برای گروهی از مشتریان (بستگی دارد چه چیزی و برای چه قشری تولید می‌کنید) مشتری پیدا کنید. خانم ملک‌حسینی و خانم توفان هم از هر دو روش استفاده کردند. آن‌ها در وهله اول مشتریان خود را شناسایی کردند و به این نتیجه رسیدند که سوپرمارکت‌های بزرگ و کافه‌ها که تمایل دارند در کنار سایر محصولات کیک‌های خانگی هم بفروشند، مشتریان اصلی کیک‌هایشان هستند. برای پیدا کردن مشتریان از دو راه استفاده کردند. اول وبگاهی را افتتاح کردند تا صاحبان سوپرمارکت‌ها و کافه‌ها در آن سفارش محصول دهند. اما هنوز کسی وبگاه «کیک‌خونه» را آن قدر نمی‌شناخت که در آن سفارش بدهد. آن‌ها برای اینکه راحت‌تر بتوانند محصولشان را بفروشند، خودشان به‌طور مستقیم با سوپرمارکت‌ها ارتباط برقرار کردند و کیک‌ها را با بسته‌بندی‌های ساده فروختند.

← بازاریابی گسترده

زمانی که از محصولاتشان استقبال شد، مثل هر صاحب کسب‌وکار و نوافرین دیگری، به فکر گسترش کارشان افتادند، اما بازاریابی در ابعاد وسیع‌تر به نیرو و زمان زیادی نیاز داشت. خانم توفان که مسئول پختن کیک‌ها بود و فرصتی برای بازاریابی نداشت. خانم ملک‌حسینی هم مسئول مدیریت کل مجموعه بود و زمانی برای معرفی محصول به مشتریان احتمالی نداشت. در این زمان، آقای یاشار نظمی، همسر خانم ملک‌حسینی، به تیم اضافه شد. آقای نظمی با تخصصی که در زمینه مدیریت فروش و بازاریابی داشت، شرکت‌های بزرگ، شرکت‌های هواپیمایی و بانک‌ها را که در همایش‌ها و سفرهای هوایی از مهمانان خود با کیک و شیرینی پذیرایی می‌کردند، به مشتریان کیک‌خونه تبدیل کرد.

بعضی از شغل‌ها هستند که از وقتی یادمان می‌آید بیشتر شبیه رؤیا و آرزو بوده‌اند. انگار نمی‌توانستیم باور کنیم بابت کاری تا این حد دوست‌داشتنی پول می‌گیریم و برایمان بیمه و مزایا هم دارد! یکی از این شغل‌ها قنادی و تزئین کیک و شیرینی است.

بخش زیادی از آدم‌ها شیرینی و شکلات را دوست دارند و زمانی که می‌خواهند حال خودشان را خوب کنند، برای مثال در جشن‌ها و تولدها، از این جور چیزها می‌خرند. شاید این کارها پرسودترین کارهای دنیا نباشند و در فهرست ثروتمندترین افراد جهان نامی از یک قناد یا آشپز دیده نشود، اما در عوض دسترنج آدم را به بخشی از خاطرات خوب افراد تبدیل می‌کنند. انگار همیشه در شادی‌های آن‌ها تأثیرگذار و شریک هستیم!

دو نفر از کسانی که شاید مثل بسیاری از ما دوست داشتند صاحب کارخانه شیرینی و شکلات‌سازی بزرگی باشند و یک روز بچه‌های شهر را برای بازدید از کارخانه خوش‌مزه‌شان دعوت کنند، فاطمه توفان و امینه ملک‌حسینی بودند.

← تصمیم‌امینه

تا جایی که من می‌دانم، بسیاری از صاحبان و مؤسسان شرکت‌های نوافرین (استارت‌آپ)، تا زمانی که به کاری پایان ندادند و تمام انرژی‌شان را روی انجام کار جدید نگذاشتند، نتوانستند به‌طور جدی در کار جدیدشان مشغول شوند. پس اولین مرحله برای شروعی تازه، توان پایان دادن به مسیری است که می‌خواهیم تغییرش دهیم. امینه ملک‌حسینی مهندسی صنایع می‌خواند و در رشته تحصیلی‌اش شاغل بود و جایگاه خوبی داشت، اما از سال ۱۳۹۴ شغلش را رها کرد و چند ماه بعد به سراغ فضایی متفاوت رفت. او از مدت‌ها قبل در فکر راه‌انداختن کسب‌وکاری کوچک و خانگی بود. راه‌انداختن کسب‌وکار خانگی سختی‌های زیادی دارد؛ کسانی که به دنبال به راه‌انداختن کارهای خانگی هستند، می‌دانند این‌گونه مشاغل در اوایل راه معمولاً سود چندانی ندارند و باید برای رسیدن به شهرت و سود صبر و تلاش زیادی را توشه راه کرد. به همین دلیل بهتر است کاری را شروع کنند که خرید مواد اولیه و استخدام نیرو در آن حوزه چندان برایشان هزینه‌بر نباشد. خانم ملک‌حسینی هم برای شروع کار خانگی‌اش خوش‌مزه‌ترین شغل دنیا را انتخاب کرد و تصمیم گرفت «کیک‌پزی» را شروع کند.

← شراکت دوستانه

بعضی از افرادی که تازه می‌خواهند محصولی را تولید کنند، تصور می‌کنند چون تازه کار هستند، حق دارند کیفیت را تا حد اعلا رعایت نکنند و مشتری هم توقع چندانی از آن‌ها ندارد. احتمالاً خودتان حدس می‌زنید چقدر این تصور غلط است و باعث زمین‌خوردن کسب‌وکار در همان قدم اول می‌شود! اتفاقاً زمانی که مشتری اولین بار محصول شما را امتحان می‌کند، اگر تجربه خوبی به دست نیابد و مزه محصول شما زیر زبانش نماند، دیگر به سراغتان نخواهد آمد. بالا بودن کیفیت در تمام دوران کار مهم است و زمان شروع، که مشتری مشغول آشناسدن با محصول شماست، مهم‌تر است. خانم ملک‌حسینی هم که به هیچ‌وجه نمی‌خواست محصولی بی‌کیفیت به مشتریانش بدهد، به سراغ رفیق قدیمی‌اش خانم توفان رفت که می‌دانست قناد ماهری است.

آن‌ها آشپزخانه یا کارگاه مجزایی برای پختن کیک‌هایشان نداشتند، اما اجازه ندادند این کمبود مانع کارشان شود. آشپزخانه خانگی خودشان را به کارگاه کیک‌پزی تبدیل کردند و کارشان را با خریدن ظرف‌ها و امکانات پخت‌وپز شروع کردند.

توانستند کارگاهشان را افتتاح کنند.

وزارت کار، تعاون و رفاه مجوز کسب و کارهای خانگی را صادر می کند. برای گرفتن مجوز، اول باید به وبگاه این وزارتخانه مراجعه کنید. از بخش «معرفی خدمات» گزینه «میز خدمت الکترونیکی» را انتخاب کنید. از بین ردیف‌هایی که نمایش داده می‌شود، «سامان‌دهی مشاغل خانگی» بخشی است که باید وارد آن شوید. اولین گزینه در این قسمت «صدور و تمدید مجوز مشاغل خانگی» است. با کلیک (کلیک) کردن روی این گزینه، صفحه‌ای باز می‌شود که با انتخاب گزینه «ثبت نام» از نوار کنار صفحه، فرایند ثبت درخواست مجوز برای شما آغاز و پس از پر کردن برگه‌های لازم و بارگذاری مدارکی که در این بخش از شما خواسته شده است، درخواست دریافت مجوزتان بررسی می‌شود.

پس از راهاندازی کارگاه، ده‌ها خانم متخصص در زمینه قنادی و شیرینی‌پزی و چند متخصص در زمینه فروش و توزیع به تیم یک‌خونه اضافه کرد و در حال حاضر مجموع افراد این شرکت به پنجاه نفر می‌رسد.

← فروش مستقیم

آن‌ها با یک مشکل روبه‌رو بودند و آن نداشتن فروش مستقیم بود. یک‌های این شرکت نوآفرین از طرف خود تیم یک‌خونه به دست مشتری نمی‌رسید و همیشه سازمان‌ها یا سوپرمارکت‌ها واسطه این مسیر بودند. برای حل این مشکل، تیم اعضای این شرکت تصمیم گرفتند یک‌هایشان را با استخدام پیک‌های موتوری و افزودن نیرو به بخش‌های پشتیبانی و مالی به خانه‌های مردم بفرستند. البته لازمه این کار فعال تر شدن در فضای مجازی و به‌طور تخصصی مدیریت صفحه‌های مجازی در شبکه‌های اجتماعی بود و نتیجه مثبتی هم داشت.

در حال حاضر این شرکت طبق نظرسنجی و امتیازدهی کاربران در اسنپ‌فود، یکی از سه شرکت نوآفرین برتر قنادی در تهران است که قصد دارد به‌زودی محصولات خود را متنوع‌تر و مشتریان بیشتری جذب کند.

← شرایط ایجاد کردن یک شرکت نوآفرین

خوشبختانه راهاندازی کسب و کار خانگی و نوآفرینی از لحاظ دریافت مجوز شرایط سختی ندارد. شما می‌توانید با هر مدرک تحصیلی، نداشتن سوءسابقه و داشتن مدارک هویتی، با هر میزان سرمایه، جواز تشکیل شرکت کمک‌نوآور را دریافت کنید.

هر کمک نوآفرین باید سه نوع مجوز دریافت کند:

— **مجوز صنفی:** مجوز صنفی را صنفی که می‌خواهید در آن حوزه فعالیت کنید صادر می‌کند. به‌طور مثال، اگر می‌خواهید شرکت ارسال غذا افتتاح کنید، باید از صنف و اتحادیه رستوران‌دارها و رستوران‌های خویش‌بار (سلف‌سرویس‌ها) مجوز دریافت کنید.

— **نماد اعتماد الکترونیک:** این نماد نشان می‌دهد وبگاه نوآفرینی شما قانونی است. با داشتن این نماد، این سؤال برای کاربر به‌وجود نمی‌آید که «اگر از این وبگاه خرید کنم، به حساب بانکی‌ام رخنه (هک) می‌شود؟ محصول به دستم نمی‌رسد و...». برای دریافت این مجوز باید به وبگاه «نماد اعتماد الکترونیک» وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت مراجعه و از طریق آن ثبت‌نام کنید.

— **مجوز سامان‌دهی:** این مجوز را مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر می‌کند. مجوز سامان‌دهی به نحوه خرید و ارائه خدمات شما به مشتریان ارتباطی ندارد، اما دریافتش بسیار مهم است، زیرا وبگاه‌هایی که این مجوز را ندارند، طبق قانون ممکن است مسدود شوند و تولید آن‌ها در حوزه فعالیت‌های مجرمانه قرار گیرد.



← بسته‌بندی متفاوت

اگر تولید با کیفیت و بازاریابی را دو مرحله اول یک کسب و کار بدانیم، نحوه رساندن محصول به دست مشتری مرحله سوم است. اگر محصول را با بسته‌بندی نامناسب به دست مشتری برسانیم، به‌طور غیرمستقیم به او القا کرده‌ایم که تولیدکننده برای محصول خود ارزش قائل نبوده است. طبیعی است در این شرایط خریدار نیز نمی‌تواند محصول ما را ارزشمند تصور کند و بعید است دوباره به سراغمان بیاید. حتی اگر در زمان ارسال محصولات هم دقیق نباشیم و زودتر یا دیرتر از زمان انتخابی مشتری چیزی را برای او بفرستیم، برای وقت او احترام قائل نشده‌ایم و مشتری حق دارد دیگر به ما اعتماد نکند. تیم یک‌خونه هم که از اوایل سال ۱۳۹۶ برای پذیرایی از مهمانان جلسات سازمان‌ها و نهادهای یک تولید می‌کرد، نمی‌توانست یک‌ها را با همان بسته‌بندی‌های ساده که در سوپرمارکت‌ها عرضه می‌کرد، به مشتریان جدیدش بدهد. برای حل این مشکل بسته‌بندی‌های خاص و شکل درست کرد و حتی در شکل و رنگ یک‌ها هم تنوع ایجاد کرد.

← دریافت مجوز

این کمک شرکت نوآفرین نیازی به جذب سرمایه نداشت، زیرا هزینه درست کردن یک‌ها به سرعت به سود تبدیل می‌شد و لازم نبود برای تهیه مواد اولیه به سراغ شتاب‌دهنده‌ها یا حامیان مالی بروند. به همین دلیل احتیاجی نداشتند که از پارک‌های علم و فناوری کمک بگیرند. زمانی که مشتریان زیاد شدند، تولید محصول هم بالا رفت و دیگر امکان نداشت با تیمی سه‌نفره و در آشپزخانه خانگی کار را پیش برد.

آن‌ها تصمیم گرفتند کارگاهی را اجاره کنند، اما مجوز نداشتند. کار یک‌خونه تا آن مرحله بدون نیاز به مجوزهای قانونی جلو می‌رفت، اما حالا باید از اتحادیه قنادان مجوز می‌گرفتند تا بتوانند نشان تجاری‌شان را ثبت کنند. تلاش آن‌ها برای گرفتن مجوز از اتحادیه قنادان موفقیت‌آمیز نبود. برای همین به سراغ دریافت مجوز از طریق «مجوز کار مشاغل خانگی» رفتند. بعد از دریافت تأییدیه‌های بهداشتی و گرفتن مجوزهای قانونی،



حَل مسأله

می‌شویم. دسته دوم مسائل ایجادشده هستند؛ مسائلی که خود ما آن‌ها را ایجاد می‌کنیم تا به موقعیت بهتری دست پیدا کنیم. این دسته از مسائل همان‌ها هستند که دانشمندان و پژوهشگران با آن‌ها روبه‌رو هستند. وقتی می‌خواهیم خودروهایی طراحی کنیم که مواد آلاینده کمتری تولید و هوا را کمتر آلوده کنند، خودمان مسئله را به منظور رسیدن به هوای پاک‌تر به وجود آورده‌ایم.

برای حل موفقیت آمیز این مسائل باید حس موفقیت را در خودتان پرورش دهید. این حس را درون خودتان به وجود بیاورید که شما توانایی مقابله با مشکلات و حل آن‌ها را دارید. اگر این حس وجود نداشته باشد، دچار اضطراب و دستپاچی می‌شویم. در چنین حالتی نمی‌توانیم خوب فکر کنیم و توانایی شناخت و درک مسئله را از دست می‌دهیم. همه ما یک ندای درونی داریم که مرتب با ما حرف می‌زند. این ندای درونی گاهی یک دوست مهربان و امیددهنده است و گاهی یک شخص منفی و سرزنش‌کننده. برای اینکه نسبت به مسائل نگاه درستی داشته باشیم، باید ندای درونی مثبت و امیددهنده را در خود تقویت کنیم و به این ندا اجازه بدهیم اضطراب را از ما دور کند.

چند ساعتی بیرون از خانه بوده‌اید و به خانه باز می‌گردید. با صحنه عجیبی مواجه می‌شوید. خانه به هم ریخته و در هم و بر هم است و آدم‌های زیادی در رفت و آمد هستند. به اولین نفری که می‌رسید، با تعجب می‌پرسید چه اتفاقی افتاده است؟ چه شده است؟ این‌جا چه خبر است؟ در چنین موقعیتی، شما در دل یک مسئله جدید قرار دارید و به دنبال شناخت آن و دلیل این اتفاق هستید.

اکنون می‌خواهیم وارد فرایند حل مسئله شویم و در خصوص اولین گام آن، یعنی شناخت و تعریف مسئله، صحبت کنیم.

ابتدا باید بدانیم، مسائلی که با آن‌ها مواجه می‌شویم، شکل‌های گوناگونی دارند. بعضی مسائل کشف می‌شوند، یعنی پیش از این در دنیا وجود داشته‌اند و ما می‌خواهیم به علت آن‌ها پی ببریم. مثلاً تغییر فصل‌ها و آب و هوا همیشه وجود داشته‌اند و ما به دنبال شناخت دلیل این تغییرات و استفاده از مزایای آن بوده‌ایم. یا مثلاً در کارگاه می‌خواهیم از دستگاه تراشکاری استفاده کنیم، ولی این دستگاه روشن نمی‌شود. در واقع مسائل کشف‌شده مسائلی هستند که ما در به‌وجود آمدن آن‌ها نقشی نداریم و یک‌دفعه با آن‌ها روبه‌رو

پس از مهار احساسات، هیجانات و اضطراب‌ها به سراغ تعریف مسئله برویم. برای تعریف مسئله باید به چند سؤال پاسخ بدهیم. مسئله چه زمانی به وجود آمده است؟ مسئله در چه مکان و موقعیتی به وجود آمده است؟ چه کسانی در مسئله دخالت دارند؟ چه عوامل و متغیرهایی بر مسئله تأثیر می‌گذارند؟ پاسخ به این سؤالات ما را به سمت تعریف مسئله و شناخت درست آن می‌برد و شناخت درست مسئله عامل رسیدن به راه حل درست و قابل اطمینان است.

شاید گذر از سن نوجوانی و ورود به دنیای جوانی از پرچالش‌ترین مسائلی باشد که هر کس در زندگی با آن روبه‌روست. مسئله‌ای که ناچار به شناخت و حل آن هستیم، مسئله بزرگی که پر است از مسائل مهم دیگری مثل تحصیلات دانشگاهی، اشتغال و ازدواج که آینده را رقم می‌زنند و میزان تأثیرگذاری هر یک از این‌ها به شناخت و انتخاب ما بستگی دارد. شاید به نوعی، دوران جوانی یک مسئله کشفی باشد که چه بخواهیم و چه نخواهیم در زندگی ما رخ می‌دهد و هر یک از مسائل شغل و تحصیل و ازدواج مسائل ایجادشده هستند که هر کس با توجه به وضعیت خود و استعداد و ظرفیت‌هایش، به شکل متفاوتی با آن‌ها برخورد می‌کند.

هنرجوی هنرستانی با بعضی از این مسائل مثل اشتغال و تحصیل در زمینه تخصصی زودتر مواجه می‌شود و شناخت بهتر و دقیق‌تری نسبت به آن‌ها پیدا می‌کند. در هنرستان هنرجو از ابتدا در یکی از زمینه‌های صنعت، خدمات، هنر یا کشاورزی مشغول می‌شود و با فضایی که در آن مشغول به کار خواهد شد، آشنا می‌شود. اشتغال از آن دسته از مسائلی است که پس از پایان دوران دبیرستان یا هنرستان در زندگی پررنگ می‌شود و باید در خصوص آن تصمیم گرفت. اما تصمیم‌گیری بدون شناخت فایده‌ای نخواهد داشت. برای موفقیت در این مسئله باید تعریف دقیقی از آن داشته باشیم و مشخص کنیم در چه زمان و مکانی به سراغ یک شغل خواهیم رفت و چه عواملی در آن دخالت خواهند داشت.

حال به بحث اشتغال به‌عنوان یک مسئله نگاه می‌کنیم و به شناخت و تعریف آن از زوایای گوناگون می‌پردازیم. شغل وظایف و فعالیت‌هایی است که فرد در مدت زمان معینی انجام می‌دهد و در قبال آن دستمزد دریافت می‌کند. درست است که هدف نهایی از داشتن یک شغل کسب درآمد است، اما به‌دست آوردن پول تنها ملاک موفقیت شغلی نیست. ملاک‌های دیگری مثل علاقه، تخصص و نیاز جامعه وجود دارند که اگر تمام این‌ها در کنار هم وجود داشته باشند، به رضایتمندی شخص از شغل منجر می‌شوند و احتمال تحقق هدف نهایی شغل را که کسب درآمد است، بالاتر می‌برند.

هنرجو چند سال قبل از ورود به سن معمول اشتغال، زمینه مورد علاقه و تخصص خود را انتخاب کرده است. هنگامی که به حوزه تخصصی و کاری خود علاقه‌مند باشید، با انگیزه فعالیت و مسائل شغلی خود را خلاقانه و دلسوزانه حل می‌کنید. اگر در کنار علاقه‌مند بودن تخصص خود را ارتقا

دهید و انواع مهارت‌هایی را که یک شغل به آن‌ها احتیاج دارد یاد بگیرید، در آن شغل نسبت به رقبای خود موفق‌تر خواهید بود. شاخص مهم دیگر در تعریف مسئله شغل این است که آن شغل یا حرفه مورد نیاز جامعه باشد. برای مثال، در شهر یا روستایی که شغل معمول مردم کشاورزی و باغداری است، با توجه به تغییر و تحول شیوه کشاورزی و ورود انواع ماشین‌آلات کشاورزی، شغل تعمیر و نگهداری از ماشین‌آلات کشاورزی می‌تواند شغلی باشد که مردم به آن احتیاج دارند و کسب تخصص در تعمیر ماشین‌آلات کشاورزی می‌تواند به موقعیت شغلی مناسبی تبدیل شود.

دیگر نکته مهم در تعریف مسئله، زمان اتفاق افتادن آن است. گفتیم که به طور معمول سن اشتغال پس از پایان یافتن دوران دبیرستان یا هنرستان است. البته بعضی از هنرستانی‌ها در زمان تحصیل هم به کار مشغول‌اند و همه هنرستانی‌ها درس کارورزی را می‌گذرانند که تجربه‌ای واقعی از محیط کار و شغل است. کار در دوران تحصیل شاید بیشتر به قصد برآوردن مخارج تحصیل و مخارج روزانه باشد، اما اگر در کنار این هدف به کسب تخصص هم منجر شود، در آینده شغلی تأثیر بهتری خواهد داشت. پس از پایان دوران هنرستان، دو راهی تحصیل در دانشگاه و ورود به بازار کار پیش می‌آید. البته برای پسرها گزینه‌ی سوم یعنی خدمت سربازی هم وجود دارد. اگر قرار است به سراغ تحصیلات دانشگاهی برویم، باید ببینیم این تحصیلات چه کمکی به اشتغال خواهند کرد و چقدر بر تخصص و علاقه ما خواهد افزود. اگر قرار است بلافاصله وارد بازار کار شویم، باید ببینیم به میزان کافی تخصص و تجربه برای ورود به یک شغل را داریم یا خیر؟

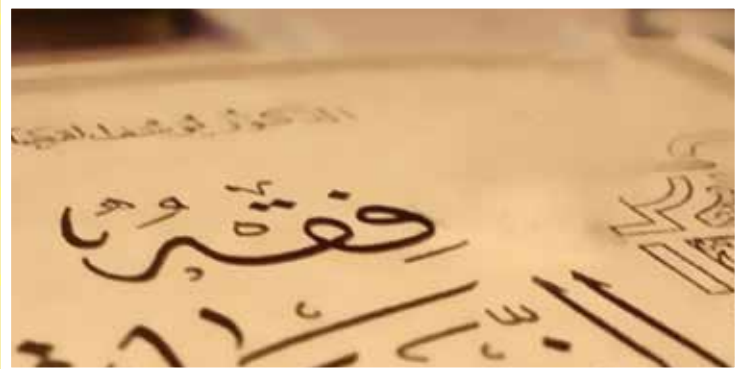
پاسخ به مجموعه این سؤالات و تحلیل و بررسی شرایط به ما کمک می‌کند مسئله را خوب بشناسیم و برای مراحل بعدی حل مسئله آماده شویم.



اسمت را در شهر شغل‌ها پیدا کن!

« در شماره قبلی مجله رشد هنرجو درباره تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب کردن‌ها گفتیم. گفتیم که انسان در زندگی به‌طور دائم در حال انتخاب کردن است و طبیعی است در کار اقتصادی هم همین شرایط برقرار باشد. نکاتی را گفتیم که با آن‌ها بتوانید به‌خوبی انتخاب کنید و در تصمیم‌گیری‌هایتان حواستان جمع باشد. در این شماره می‌خواهیم درباره موضوع تخصص در بازار و اقتصاد صحبت کنیم که شما که هنرجویان با این موضوع ارتباط زیادی دارید.

« حتماً شنیده‌اید که برای ماندگاری در بازار باید متخصص بود و نمی‌توان باری به هر جهت کار کرد. تا به حال به تابلوهای مکانیکی‌ها دقت کرده‌اید که روی هر کدام چیزی نوشته است، درحالی که شما به همه آن‌ها می‌گویید مکانیک. یکی برق خودرو را تعمیر می‌کند و باتری‌سازی می‌کند، یکی دیگر موتور را تعمیر می‌کند، دیگری کار تعویض لاستیک را انجام می‌دهد یا تعویض روغنی است و... هر کدام از این‌ها متخصص یک بخش از خودرو هستند. ممکن است بتوانند سایر بخش‌ها را هم تعمیر کنند، اما به‌صورت تخصصی روی یک قسمت یا روی چند مدل خاص از ماشین‌ها تمرکز کرده‌اند. در واقع، شما که هنرجو هستید، انتخاب کرده‌اید که می‌خواهید در چه رشته و مهارتی تخصص پیدا کنید و از این نظر از دانش‌آموزان دیگر و حتی بعضی از کسانی که در دانشگاه مشغول به تحصیل هستند، جلوترید. حالا این انتخاب باید بر اساس انتخاب آزادانه شما و بقیه افراد باشد و در واقع در زمینه استعدادشان تصمیمی بگیرند، تخصص پیدا کنند. اگر یک جامعه و یک اقتصاد را بخواهیم تقسیم کار کنیم، تخصص‌ها همان تقسیم کارها هستند که یک نفر خیاط می‌شود، یک نفر برقکار، یک نفر آشپز، یک نفر مدیر گردشگری و خیلی کارهای دیگر.



« در هر کدام از این تخصص‌ها درآمدی وجود دارد و منفعتی که این منفعت‌ها باید در جامعه عادلانه تقسیم شوند. یعنی چه؟ یعنی هر کس به اندازه میزان تلاشی که انجام داده و به‌اندازه لیاقتش، از این منفعت برخوردار شود. اگر قانون کار را مطالعه کنید یا مثلاً درباره مسئولیت کارگر و کارفرما مطالعه داشته باشید، متوجه خواهید شد که قوانین و قواعد این توزیع منافع چطور هستند. واقعیتش را بخواهید، این نظام تقسیم منافع به تخصص‌ها، بعضی جاها عادلانه نیست و باید درست شود، اما خیلی جاها هم درست است. مثلاً در بین همین تعمیرکاران خودرو مثال بزنیم. کسانی هستند که تخصص بیشتری دارند، وقت و تلاش بیشتری را برای یادگیری و شرکت در دوره‌های تخصصی تعمیر خودرو و دستگاه‌ها و فناوری‌ها و ماشین‌های جدید صرف کرده‌اند. این افراد معمولاً سرشان از بقیه شلوغ‌تر است و معروف هم هستند. طبیعی است که درآمد بیشتری هم دارند.





این از شخص خودتان. اما فراموش نکنید که ما در باورهای دینی مان قرار نیست فقط خودمان را ببینیم! و فقط به فکر خودمان باشیم.

آدم‌ها در جامعه به هم پیوسته هستند و سرنوشت جمعی شان به هم پیوند خورده است. پس نسبت به همدیگر تکالیفی داریم و این یک مسئولیت همگانی است. شاید شنیده باشید جمله‌ای را که برخی افراد برای فرار از این موضوع به بقیه می‌گویند: به شما چه ربطی دارد؟ یا به من چه؟ این اشتباه است. اگر بخواهم مثالی بزنم، باید بگویم که انگار ما در جامعه سوار یک کشتی هستیم و اگر یک نفر این کشتی را سوراخ کند، همه با هم غرق می‌شوند! یا اگر در یک بدن یک عضو آسیب ببیند، بقیه اعضا کمک می‌کنند بهبودی بدن به دست آید.

منظورم این است که تخصص داشتن نباید باعث شود فکر کنیم همه از هم جدا هستیم و یک جزیره مستقل داریم! تخصص داشتن و در عین حال مسئولیت مشترک داشتن در جامعه و نسبت به همدیگر، هر دو واقعیت دارند و در کنار هم معنا پیدا می‌کنند و رشد و پیشرفت یا شکست خوردن و عقب‌ماندگی دقیقاً به دست همه است. خداوند هم در آیه ۱۱ سوره رعد به این موضوع اشاره می‌کند که خداوند سرنوشت هیچ قومی را تغییر نمی‌دهد، مگر به دست خودشان. اگر در تاریخ هم بگردید، حتماً مثال‌هایی از این ماجرا خواهید دید که مردم یک جامعه رشد یا سقوط کرده‌اند و علت‌های آن چه بوده است.

از طرف دیگر، اگر تخصص داشتن افراد جامعه را نوعی تفاوت بین انسان‌ها در نظر بگیریم چنانچه این تفاوت به انحراف کشیده می‌شود نظام و قوانین درستی وجود نداشته باشد، بگذارید برایتان مثالی بزنم. در روم باستان مسابقاتی برگزار می‌کردند که طی آن جنگجویان را به جان هم می‌انداختند تا یکدیگر را بکشند تا اربابان آن‌ها به پول و ثروت برسند! یعنی کسانی بودند که قدرت بدنی و استعداد و تخصص رزم‌آوری داشتند. بعد عده دیگری می‌آمدند و آن‌ها را این‌طور به بردگی می‌گرفتند! دین اسلام با این‌ها مخالف است. اگر قوانینی درست و برگرفته از دین وجود نداشته باشند، از نعمت وجود تفاوت بین آدم‌ها این‌گونه سوء استفاده می‌شود. در اقتصاد، موضوع «تخصص» موضوع کلیدی و مهمی است، به‌خصوص برای شما هنرجویان که در حال یادگیری مهارتی هستید و با آن زندگی شغلی خود را خواهید ساخت.

حالا چه باید بکنید؟

شما در ابتدای راه یافتن تخصص و پذیرفتن یک نقش در تقسیم کار اقتصادی جامعه هستید. این مهارت شماست که می‌تواند برای شما موقعیت شغلی و درآمد و فرصت‌های اقتصادی ایجاد کند. ابتدا باید قدر هنرستان و مسیری را که به هر دلیل در آن پا گذاشته‌اید، بدانید و به این باور برسید که به شرط جدیت و پشتکار تان در ابتدای مسیر موفقیت هستید. اما قدم بعدی این است که آینده خود و کاری را که بناست بعد از فارغ‌التحصیلی از هنرستان انجام دهید و جایگاهی را که دوست دارید در آن باشید، برای خودتان مشخص کنید. اما این هم اول کار است. حالا برای این جایگاهی که هدف‌گذاری کردید، باید مشخص کنید چه آموزش‌هایی برای آن لازم دارید، چه موضوعاتی را باید یاد بگیرید و این جایگاه شما چه لوازمی دارد؟ این‌ها مشخص می‌کنند شما دقیقاً چه قدم‌هایی باید بردارید و متمرکز شوید به سوی یافتن تخصص خودتان و جایگاهی شغلی و اجتماعی که برای خودتان در نظر گرفته‌اید.

برای شکلات بیشتر قشقرق به پا کن!

۱

زمانی که طفلی بیش نبودیم، برای رسیدن به خواسته‌های نامعقولمان، روش‌های زیادی داشتیم. البته دور از جانمان، ما از اولش هم وارسته، دلبذیر و منطقی بوده‌ایم. همین چند روز پیش، پسر دخترعمویم که سه سال و نیمش است، اسباب بازی دختر آن یکی دختر عمویم را می‌خواست. ماجرا از کشیدن و جیغ زدن شروع شد و او آن قدر سرش را به زمین کوبید تا اسباب بازی را به سبد دارایی‌هایش اضافه کرد!

۲

قطعا

همین‌طور است که شما می‌فرمایید. همچنین، کودک در کره خاکی فقط یکی است؛ آن هم از شانس من، پسر دخترعمویم از آب در آمده! اما آن قشقرق به پا کردن و رفتارهای پس از آن سبب شد صاحب اسباب‌بازی بشود.

۳

بباید کمی از ماجرای پسر دختر عمویم فاصله بگیریم و کمی موشکافانه به هم‌سن و سال‌های خودمان نگاه کنیم:

پژمان اکثر اوقات که پا به توپ است، به کسی پاس نمی‌دهد! یوسین بولت با آن رکورد جهانی در سرعت دویدن، گاهی جلوی پژمان کم می‌آورد! گل هم خوب می‌زند، ولی یک چیزی ما هم تیمی‌هایش را آزار می‌دهد: «چرا همه‌اش می‌خوای خودت گل بزنی! خب دو تا پاسم به ما بده داداش!»

۶

کمی در تاریخ عقب‌تر برویم: اواسط سال ۱۳۵۹ صدام حسین در مقابل چشم دوربین‌ها اعلام کرد شط‌العرب (اروند رود) جزو اموال کشور عراق است و ایران باید جزایر سه‌گانه‌اش را به عراق پیشکش کند. چون آمیدی به این ماجرا نداشت، تمام گزینه‌هایش را روی میز گذاشت و چند روز بعد فرودگاه‌های مهرآباد و اهواز و ... را بمباران کرد و جنگ به‌طور رسمی آغاز شد.

۷

خوزستان از آن جاهایی بود که خیلی زود مردمش طعم واقعی جنگ را چشیدند. از همان روزهای اول به دلیل کشتار روستایی‌ها در شلمچه، برای شستن و کفن کردن اجساد در غسال‌خانه‌شان نیرو نیاز بود. فاطمه سال اول هنرستان بود و چون کمک‌های اولیه بلد نبود، در بیمارستان کاری از او بر نمی‌آمد. برای کمک راهی غسال‌خانه شد. همه‌چیز آن‌طور که تصور می‌کنیم گل و بلبل نبود. همه هم در حال کمک کردن نبودند!

۴

سعید هم وقتی می‌خواهد پاس بدهد، انگار جانش را گرفته‌ای! ولی خیلی هم خوب گل نمی‌زند! به‌نظر می‌رسد می‌خواهد افتخار تنها گلی را که ممکن است در بازی‌ها نصیب تیم شود، به خودش اختصاص دهد، ولی نه خودش گل‌زن است، نه لاقال پاس می‌دهد که ما گل بزنیم!

۵

- آن‌قدر درس بخوان تا جانت در بیاید

مهدیس هر وقت از دست راضیه کُفرش در می‌آید، با لب و لوجه کج و معوج این را می‌گوید، پشتش را می‌کند و از کلاس بیرون می‌رود. راضیه اسطوره کلاس ما در حجم درس خواندن است. هوش و ذکاوت خارق‌العاده‌ای ندارد، ولی خیلی درس می‌خواند. انگار یک کتاب متحرک است، ولی از نوع صامتش! هیچ‌وقت برای کسی چیزی را توضیح نمی‌دهد. درس‌های دبیران را مرتب و تمیز در دفترهایش با رنگ‌های متنوع می‌نویسد، اما این دفترها مثل گنجی به قلبش چسبیده‌اند. جانش را بگیری هم حاضر نیست آن‌ها را به کسی بدهد. مهدیس هم همیشه شب امتحان یادش می‌افتد که جزوه درست و درمانی ندارد. سراغ راضیه می‌رود و همیشه هم دست از پا درازتر بر می‌گردد.

۸

مش عباس، شاطر قدیمی محله مادر بزرگم، آن زمان‌ها که برخی از نانوائی‌ها کرکره‌ها را پایین می‌دادند و آرد را آزاد می‌فروختند، تا گرم آخر آردش را نان می‌کرد و به مردم می‌داد. آقا نادر، بقالی محلشان، هم هیچ‌وقت روغنش را احتکار نکرد. ننه‌عصمت زن‌ها را دور خودش جمع می‌کرد، از زندگی‌شان می‌زدند و شال گردن و دست‌کش برای رزمنده‌های ما می‌بافتند.

۹

در سال‌های بعد از جنگ، مجید شهریاری‌ها علمشان را به دلار فروختند و خرج آبادانی ایران کردند. مهشید گودرزاها با بچه‌های در شکمشان، در روزهای سخت کرونایی در بیمارستان بالای سر بیماران ماندند و باز هم مش عباس‌ها و آقا نادرها در کمبودها حواسشان به مردم بود و ...

۱۰

اینکه برای گرفتن شکلات بیشتر قشقرق به پا کنیم و مصحلت فردايمان را ترجیح دهیم، هر جا و هر زمانی به شکلی متفاوت بروز می‌کند. گاهی تبدیلیمان می‌کند به راضیه تنها، گاهی فقط گریه یک نفر در می‌آید و این احتمال هم وجود دارد که گروه و جماعتی آسیب ببینند؛ خصلتی که مش عباس‌ها، آقا نادرها، ننه‌عصمت‌ها، آقا مجیدها و مهشید خانم‌ها نداشتند.

به ۹ روش بازاریابی نه نگویید!

چه شرکت فروش یا سرویس برخط شما تازه راه اندازی شده باشد و چه به نقطه‌ای رسیده باشد که یک پایگاه مشتری تثبیت شده داشته باشد، مهم است که با جدیدترین روش‌های بازاریابی تجارت الکترونیک برای کسب‌وکار خود آشنا باشید. اگر به یافتن بهترین روش‌های آزمایش شده و واقعی و همچنین بهترین فنون و راهبردهای بازاریابی برای تجارت الکترونیک علاقه‌مند هستید، به این ۹ نکته توجه کنید:

۳ بازاریابی از طریق رسانه‌های اجتماعی

بازاریابی تجارت الکترونیک رسانه‌های اجتماعی یک ابزار بسیار قدرتمند است که به شما امکان می‌دهد با صنعت، مشتریان و بازار خود به صورت شخصی و عمومی ارتباط برقرار کنید. شما می‌توانید از رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد تعامل و ارتباط، افزایش ترافیک وبگاه خود و ایجاد پایگاه بزرگ‌تری از مشتریان استفاده کنید.

استفاده از برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی برای اهداف گوناگون نیز حضوری غنی برای شرکت شما ایجاد می‌کند و به توانایی‌ها و تلاش‌های شما تنوع می‌بخشد. این شرایط در نهایت به شما کمک می‌کند به نیازهای مشتریان خود پاسخ دهید و کسب‌وکار شما در طول زمان رشد کند.

۴ بهینه‌سازی موتور جست‌وجو

یکی از مهم‌ترین روش‌های بهبود هر وبگاه تجارت الکترونیک، اطمینان از بهینه‌سازی آن برای موتورهای جست‌وجو است. با استانداردهای بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو امروزی، اکنون بیش از هر زمان دیگری مهم است مطمئن شوید وبگاه شما به‌طور دائم با محتوای غنی و مرتبط به‌روز می‌شود، تجربه کاربری را به‌طور مؤثر ایجاد می‌کند و تا حد امکان بدون خطا بهینه‌شده است.

محتوای وبگاه شما باید غنی و قابل اعتماد باشد و اطلاعات مفید و مرتبط با آنچه را به دنبال آن هستند، در اختیار عموم قرار دهد. برای مثال، اگر یک فروشگاه تجارت الکترونیک دارید که لوازم گردشگری می‌فروشد، علاقه‌مند است که اطلاعات دقیق محصول و احتمالاً بخش‌هایی از وبگاه خود را طوری آماده کنید که محتوایی را ارائه دهد که در مورد موضوعات اردو (کمپینگ)، لوازم یا موضوعات مرتبط توضیح می‌دهد.

هنگامی که کاربران به دنبال چیزی خاص هستند، استفاده از کلمات کلیدی در محتوای خود، به روشی واقعی، وبگاه شما را به‌عنوان نتیجه‌ای منطبق در موتورهای جست‌وجو علامت‌گذاری می‌کند. بهینه‌سازی موتور جست‌وجو یکی از کم‌هزینه‌ترین و بالاترین نرخ‌های بازگشت سرمایه در راهبردهای بازاریابی تجارت الکترونیک است.

۵ بازاریابی رایانامه‌ای

یکی از مؤثرترین روش‌های ارتباط با پایگاه مشتریان، بازاریابی رایانامه‌ای (ایمیلی) است؛ اگر چه باید در مورد محتوای رایانامه‌ای خود و افرادی که با شما مرتبط می‌شوند بسیار مراقب باشید. دلیل اینکه بازاریابی رایانامه‌ای برای مدت طولانی وجود داشته، این است که نتیجه می‌دهد.

برای اینکه به‌طور مؤثر به مخاطبان خود دسترسی پیدا کنید، محتوای مفیدی را در ایمیل‌های خود ارائه دهید. تا جایی که می‌توانید، آن‌ها را شخصی‌سازی کنید، تبلیغات ارزشمندی ارائه دهید و از آن به‌عنوان فرصتی برای معاشرت استفاده کنید.

۱ تولید محتوای با کیفیت

اولین قدم در راه‌اندازی یک وبگاه تجارت الکترونیک، ایجاد محتوا برای آن است. ایجاد محتوای باکیفیت شما را برای موفقیت آماده می‌کند، زیرا محتوای تجارت الکترونیک مناسب می‌تواند توجه مثبت، تعامل و تبدیل‌های پایدار بیشتری را به‌گونه‌ای جلب کند که هیچ روش بازاریابی دیگری نمی‌تواند. با ایجاد و تبلیغ محتوای خوب، اطمینان حاصل می‌کنید که مخاطبان شما اطلاعات جدیدی را که برای آن‌ها اهمیت دارد، به‌طور مداوم دریافت می‌کنند.

ابتدا محتوای آموزنده را به صفحات اصلی وبگاه خود اضافه کنید: صفحه اصلی، درباره ما، سیاست‌ها (ضمانت‌ها، حمل و نقل، و نحوه پرداخت و...). سپس محتوای محصولات و سرویس‌های فروشگاه خود را کامل کنید؛ با تک‌تک محصولات و سرویس‌ها شروع کنید و بر اساس پرفروش‌ترین‌ها یا پردرآمدترین‌ها اولویت‌بندی کنید و توضیحات منحصر به فردی بنویسید. پرسش‌های متداول غالباً برای پاسخ به سؤالات مفید هستند. محتوای وبگاه شما، مانند آنچه ذکر شد، شامل صفحه اصلی، صفحات دسته‌بندی، صفحات محصول و موارد مشابه است. از طرف دیگر، محتوایی است که به‌طور خاص برای جذب مشتریان طراحی شده است و برای جلب توجه آن‌ها تبلیغ می‌شود. پیشنهاد می‌کنیم این محتوا را بر اساس قانون ۸۰/۲۰ ایجاد کنید؛ به این معنی که تبلیغات شما باید ۸۰ درصد محتوای اطلاعاتی و ۲۰ درصد محتوای تبلیغاتی داشته باشد. تمام محتوایی که منتشر می‌کنید باید مرتبط، جالب و منحصر به فرد باشد.

۲ بهینه‌سازی طرح وبگاه تجارت الکترونیک

مهم است که طرح، زبان و مکان عناصر وبگاه خود را آزمایش کنید. باید مطمئن شوید هنگامی که مشتریان از وبگاه شما بازدید می‌کنند، به‌طور خودجوش به خرید محصولات شما تمایل پیدا کنند:

۷ بهینه‌سازی برای گوشی همراه

ضروری است مطمئن شوید وبگاه شما به هر طرح کاربری پاسخ‌گوست. کاربران تلفن همراه تصاحب دریای استفاده از اینترنت را، به‌ویژه در تجارت الکترونیک، شروع کرده‌اند و برآوردن نیازهای آن‌ها برای ارائه یک تجربه کاربری خوب برای همه مهم است. افرادی که از وبگاه شما بازدید می‌کنند، نمی‌خواهند تنها به یک برنامه یا نسخه وبگاه شما هدایت شوند، آن‌ها می‌خواهند تجربه کاربری ویژه‌ای داشته باشند.

همچنین، می‌توانید از فنون بازاریابی موبایلی برای هدف‌قراردادن خاص کاربران تلفن همراه استفاده کنید. یکی از محبوب‌ترین گرایش‌های بازاریابی، هدف‌گذاری جغرافیایی نام دارد که برای کاربران تلفن همراه، بر اساس موقعیت مکانی آن‌ها، تبلیغ می‌کند. این فن شما را قادر می‌سازد با مشتریانی که در فاصله خاصی از کسب‌وکار شما هستند، ارتباط برقرار و انگیزه‌ای را برای آن‌ها فراهم کنید تا در آنجا توقف یا خرید کنند.

۸ هدف‌گیری مجدد^۳

هدف‌گیری مجدد به نوعی از بازاریابی گفته می‌شود که در آن، کاربرانی را که در گذشته از وبگاه شما بازدید کرده‌اند یا با وبگاه شما تعامل داشته‌اند، با انواع تبلیغات برخط در سراسر فضای وب هدف‌گیری کنید. بر اساس آمار، در اکثر وبگاه‌ها تنها ۱ تا ۲ درصد از کاربران در اولین بازدید از وبگاه خرید یا در آن ثبت‌نام می‌کنند. هدف‌گیری مجدد ابزاری است که به شرکت‌ها و وبگاه‌ها کمک می‌کند به ۹۸ درصد باقی‌مانده از کاربران که در همان بازدید اول خرید یا ثبت‌نامی انجام ندادند، دست یابند.

برای مثال، کاربری برای اولین بار وارد وبگاه یا صفحه شما می‌شود و قصد خرید از فروشگاه اینترنتی شما را دارد. محصولات را می‌بیند، دکمه ارسال به سبد خرید را هم می‌زند، ولی خرید را انجام نمی‌دهد و وبگاه را ترک می‌کند. این اتفاق معمولاً برای بار اول طبیعی است، چون کاربران وقتی برای اولین بار وارد وبگاه می‌شوند کمی سخت اعتماد می‌کنند تا خرید کنند. سرویس هدف‌گیری مجدد به شما کمک خواهد کرد بتوانید افرادی را که بدون انجام خرید وبگاه شما را ترک کرده‌اند، به وبگاه بازگردانید و آن‌ها را به‌مرور به مشتریانی وفادار تبدیل کنید. هنگامی که این بازدیدکنندگان دوباره وارد وبگاه شما می‌شوند، احتمال خرید آن‌ها بسیار بیشتر است.

پی‌نوشت‌ها

1. Pay Per Click
2. Google Adwords
3. Retargeting



۶ تبلیغات پرداخت به ازای کلیک (کلیک)

پرداخت به ازای کلیک^۱ در واقع نوعی از تبلیغات برخط است که در آن مخاطبان تبلیغات به وبگاه یا رسانه تبلیغ‌کننده هدایت می‌شوند و هزینه آن بر اساس تعداد کلیک‌ها پرداخت می‌شود. این روش یکی از پرطرفدارترین روش‌های تبلیغات برخط است. برای مثال، تبلیغات گوگل اد^۲ که در نتایج جست‌وجویش ظاهر می‌شود، از نظام PPC استفاده می‌کند. به این معنا که به ازای هر کلیک بر پیوند (لینک) شما، مبلغی از اعتباری که پیش‌گوگل دارید، کم می‌شود.

تبلیغات برنامه‌ی^۳ (بنری) را نیز می‌توان به همین روش انجام داد. یعنی شما برنامه‌ی برای معرفی کسب‌وکار خود طراحی می‌کنید و فقط درازای کلیک‌هایی که روی آن می‌شود هزینه تبلیغات را پرداخت می‌کنید.

قسمت سوم

زرد قصد دارد بخش عمده‌ای از واقعیات زندگی را سانسور کند و تصویری دوست‌داشتنی و رؤیایی از زندگی به نمایش درآورد؛ تصویری که در آن محدودیت‌ها، احساسات منفی و نواقص ما جایی ندارند. همین امر حس خوشایند کاذبی را در مخاطب به وجود می‌آورد که او را به پذیرش روان‌شناسی زرد ترغیب می‌کند. در مقابل روان‌شناسی زرد، روان‌شناسی «اکت»^۱ که مبتنی بر پذیرش و تعهد نیز نامیده می‌شود، تمامی احساسات فرد را به رسمیت می‌شناسد و قصد دارد به فرد کمک کند با آگاهی احساسات خود را بشناسد و آن‌ها را بپذیرد تا در قدم بعد فرد را متعهد کند الگوهای رفتاری و فکری خود را تغییر دهد تا سرانجام بتواند بر افکار و عواطف منفی خود غلبه کند؛ بدون اینکه بخواهد به‌طور مستقیم با آن‌ها روبه‌رو شود و آن‌ها را سرکوب کند.

در ادامه قصد داریم با بیان مجموعه‌ای جمله، با تفاوت‌های روان‌شناسی زرد و روان‌شناسی اکت بیشتر آشنایتان کنیم: روان‌شناسی زرد معتقد است، چنانچه تو در راه رسیدن به هدف تمام تلاشت را بکنی و به آن باور داشته باشی، حتماً به آن هدف دست خواهی یافت. ولی روان‌شناسی اکت می‌گوید، تو باید در آغاز بپذیری که ممکن است تمام تلاشت را هم بکنی، ولی شکست بخوری و به خواسته‌هایت نرسی. اما می‌توانی به خودت تعهد دهی که با کسب آگاهی و بررسی جوانب کار تمام تلاش خودت را برای دسترسی به اهداف انجام دهی.

روان‌شناسی زرد می‌گوید تو همیشه باید شاد باشی و نباید غمی در وجودت نهفته باشد. چنانچه غمگین باشی، این نشان‌دهنده ضعف توست. ولی روان‌شناسی اکت احساسات به‌اصطلاح منفی از جمله غم را به رسمیت می‌شناسد و معتقد است تو هرچقدر احساسات خودت را انکار کنی و فقط در تلاش برای رسیدن به شادی باشی، غمگین‌تر و در عین حال از شادی دور می‌شوی.

روان‌شناسی زرد می‌گوید، افکارت را مثبت کن و اجازه ورود فکرهای منفی را به خودت نده، ولی روان‌شناسی اکت می‌گوید، برخی از افکار در اختیار ما نیستند و ما نمی‌توانیم آن‌ها را تغییر دهیم، ولی می‌توانیم رفتار مناسب‌تری نسبت به آن‌ها داشته باشیم و آن‌ها را همان‌طور که هستند بپذیریم و با آن‌ها نجنگیم.

روان‌شناسی زرد می‌گوید تو باید بی‌عیب و نقص باشی و به‌طور دائم سعی دارد تصویری ترمیم‌شده از خود واقعی شما به نمایش بگذارد، ولی روان‌شناسی اکت می‌گوید، خیلی از نقص‌ها را همان‌طور که هستند، باید بپذیری و امیدواری به خودت ندهی و با واقعیات‌های خودت آشنا شوی.

روان‌شناسی زرد می‌گوید، تو همان افکارت هستی؛ یعنی هر چیزی را که به آن فکر می‌کنی، تویی، ولی روان‌شناسی اکت می‌گوید روزانه هزاران فکر وارد ذهن ما می‌شود. خیلی از این افکار واقعیت و اصالت ندارند و در اختیار ما نیستند و این به معنای آن نیست که ما همان افکار خودمان هستیم.

روان‌شناسی زرد می‌گوید همه چیز در اختیار توست و تو هستی که می‌توانی با باورهای خودت هر کاری را انجام دهی.

هر جمله‌ای که مثل توپ صدا کرد را نپذیریم

در باغ سبز روان‌شناسی زرد

در دو شماره قبلی درباره محتوای زرد و راه‌های شناختشان صحبت کردیم. امروز قصد داریم به یکی از حوزه‌هایی بپردازیم که این روزها با محتویات زرد خیلی مورد عنایت قرار گرفته و زندگی ما را هم تحت تأثیر قرار داده است.

بعد از دو جلسه صحبت در رابطه با مباحث زرد، بر کسی پوشیده نیست که داده‌های زرد در دنیای امروز تا چه حد گسترش یافته‌اند و چه آثار زیان‌باری بر زندگی فردی و اجتماعی ما وارد کرده‌اند. این داده‌های زرد زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند که شیوه نگرش ما به زندگی را مورد هدف قرار دهند، چرا که همه چیز ابتدا از نحوه نگرش ما به پدیده‌ها شروع می‌شود. از قدیم هم گفته‌اند: خشت اول چون نهاد معمار کج، تا ثریا می‌رود دیوار کج. این دسته از محتویات زرد معمولاً از طریق مباحث مربوط به روان‌شناسی که تحت عنوان روان‌شناسی زرد شناخته می‌شوند گسترش پیدا می‌کنند. صفحه‌ها و کانال‌های متعددی که بدون هیچ پشتوانه علمی تأییدشده‌ای در زمینه روان‌شناسی فعالیت می‌کنند و بعضاً همایش‌های کلانی به‌خصوص در زمینه روان‌شناسی موفقیت برگزار می‌کنند. روان‌شناسی زرد مثل بقیه داده‌های زرد ظاهری زیبا، عوامانه و فریبنده دارند که با تحت تأثیر قراردادن احساسات و هیجانات افراد به اهداف خود دست پیدا می‌کنند. در روان‌شناسی زرد، احساسات و عواطف منفی به رسمیت شناخته نمی‌شوند و به روش‌های متفاوت سرکوب می‌شوند. در واقع روان‌شناسی



اطلاعاتی که تحت عنوان روان‌شناسی در رسانه‌های گوناگون این دست و آن دست می‌شوند، حساسیت به خرج دهیم و مبدأ و مقصد آن را بررسی کنیم. یعنی نسبت به صحت آن حساس باشیم و از معتبربودن مبدأ آن اطمینان حاصل کنیم. در ضمن، به‌عنوان نسل جوان و تحصیل‌کردهٔ جامعه، هر جملهٔ زیبا و به اصطلاح روندی (ترند)ی را نپذیریم و تحت تأثیر هیجانات و ظاهر فریبندهٔ آن قرار نگیریم. یا حق.

پی‌نوشت

درمان مثبتی بر پذیرش و تعهد

فقط کافی است به آن اعتقاد داشته باشی. اما روان‌شناسی «اکت» می‌گوید، خیلی چیزها خارج از اختیار ماست و چون نمی‌توانیم تغییرشان دهیم، در نتیجه هر چقدر به دنبال تغییر و در اختیار گرفتن آن‌ها باشیم، سرخورده‌تر می‌شویم. بسیار خوب، تا اینجا سعی کردیم بیشتر با روان‌شناسی زرد آشنا شویم، ولی معرفی کلی روان‌شناسی زرد و بررسی تک‌تک جمله‌های آن در این مجله امکان‌پذیر نیست. لذا اول از همه از باید بدانیم که مباحث مربوط به روان‌شناسی بخش مهمی از زندگی امروز ما را تشکیل می‌دهند. بنابراین، خواندن چند کتاب اصولی و به اصطلاح پدر و مادر دار از روان‌شناسی، خالی از لطف نیست. دوم اینکه نسبت به

گفت‌وگو با علی پنیریان؛ کارآفرین نمونه

ارزش‌بساز

خودتان را معرفی کنید و از سوابق خودتان به‌عنوان یک کارآفرین بفرمایید.

من علی پنیریان هستم. متولد ۱۳۶۶ در شهر اصفهان. در رشته مهندسی مکانیک در دانشگاه صنعتی امیرکبیر و سپس رشته مدیریت کسب‌وکار تحصیل کردم. سال ۸۳ اولین اختراع ثبت شد و در جشنواره خوارزمی رتبه دوم کشوری را کسب کردم. در مسابقات اختراعات ژنو در سال ۲۰۰۵ مدال طلا را به دست آوردم. در دومین جشنواره ملی شیخ بهایی به‌عنوان کارآفرین برتر شناخته شدم و در مجموع شش اختراع ثبت کردم که چهار مورد از آن‌ها تجاری‌سازی شده‌اند.

به‌عنوان کارآفرینی موفق و نمونه در کشور، تعریف شما از کارآفرینی چیست؟ تفاوت کارآفرین و کارمند در نگاه شما چیست؟

کارآفرین کسی است که منابع متعدد از سرمایه‌های انسانی و مادی و ایده‌ها و چالش‌ها و فرصت‌ها را گرد هم می‌آورد تا خلق ارزش کند. کارآفرین کسی است که فرصت‌ها را به‌خوبی می‌شناسد و از فرصت‌ها استفاده می‌کند و نیازهایی را که در جامعه به وجود می‌آیند به‌خوبی تشخیص می‌دهد و با ایده‌پردازی می‌کوشد به این نیازها پاسخ دهد. برای یک جامعه موفق هم کارمند و هم کارآفرین خوب ضروری هستند. مهم‌ترین نکته برای اینکه ما انتخاب کنیم کارمند یا کارآفرین باشیم، این است که بتوانیم خود و روحیاتمان را بشناسیم و به خودشناسی برسیم و ببینیم تا چه اندازه می‌توانیم خطرپذیر باشیم. تا چه اندازه می‌توانیم مسئولیت‌پذیر باشیم و بر اساس خودشناسی مسیرمان را انتخاب کنیم و اتفاقاً این خودشناسی باید از سنین دانش‌آموزی و پایین انجام شود. پیشنهاد من به بچه‌ها همیشه این هست که در دوران پایین‌تر و در دوران نوجوانی و دانش‌آموزی و دانشجویی حتماً ابتدا و قبل از راه‌اندازی کسب‌وکار، کارآموزی و کارمندی را تجربه و بعد مسیر خود را انتخاب کنند و اگر در موقعیت کارمندی احساس راحتی داشتند، به مسیر خود ادامه دهند و اگر می‌خواهند کسب‌وکار خودشان را داشته باشند، بازهم چیزی را از دست ندهاند و با کسب تجربه بیشتر در کارآموزی می‌توانند در مسیر کارآفرینی قرار بگیرند.

فرد از چه سنی می‌تواند به فکر راه‌اندازی کسب‌وکار خودش باشد؟

اگر کار از کودکی و نوجوانی برای بچه‌ها ارزش باشد، بسیار عالی و شاید لازم باشد. من خودم موافق نیستم در دوران دانش‌آموزی افراد خیلی درگیر مسائل مالی باشند و این اولویت آن‌ها باشد. در سن





کارآفرینی، علی پنیریان



نوجوانی ما باید مهارت‌های پایه خود را تقویت کنیم، خودشناسی داشته باشیم و با کارهای تیمی و گروهی آشنا شویم و تمرکزمان این باشد که بسترها و اتفاقاتی رقم بخورند که استعدادمان در مسیر شکوفاشدن قرار بگیرد. مثلاً در زمان قدیم که خود ما هم درگیر این موضوع بودیم، چنین بود که تابستان در کنار یک نفر شاگردی می‌کردیم و درآمد محدودی هم داشتیم. اما پول محور نبود و بیشتر کسب تجربه و شناخت استعدادها ملاک بود و باید باشد.

📌 اساساً آیا برای نوجوانی که در سن پایین به کارآفرینی علاقه‌مند است و دوست دارد کسب‌وکاری را راه‌اندازی کند، این اتفاق خوبی است؟ توصیه شما به دانش‌آموزان هنرستانی برای قرارگرفتن در این مسیر چیست؟

هنرجوی هنرستان می‌تواند کسب‌وکار و کارآفرینی انجام دهد، اما من خیلی موافق نیستم از سن پایین کارآفرینی آغاز شود؛ چون هم محدودیت‌های قانونی و حقوقی در سنین پایین برای افراد وجود دارد و هم فرد نیازمند کسب تجربه است. البته قرارگرفتن در مسیر و آشنایی با فرهنگ کارآفرینی برای هنرجوی هنرستان لازم است. حتی اگر یک هنرجو به‌تنهایی قطعه‌ای تولید کند و آن را به بازار هم بدهد، شروع خوبی است؛ هرچند این کارآفرینی نیست و نوعی خوداشتغالی و کار پروژه‌ای است. چون کارآفرینی به معنی به‌کارگیری دیگران و تعامل با آن‌هاست، اما خوداشتغالی می‌تواند شروع خوبی برای آشنایی با کارآفرینی و کسب تجربه باشد.

📌 ویژگی‌های کارآفرین موفق از نظر شما چیست؟ چه مهارت‌هایی برای تبدیل‌شدن به یک کارآفرین لازم است؟

موفقیت و نمونه‌بودن در جامعه شاخص‌های متعددی دارد. ممکن است کار یک کارآفرین دارای اثرگذاری اجتماعی یا خلق ارزش یا خلق ثروت باشد. به نظر من کارآفرین موفق کسی است که ترکیبی از همه موارد فوق را داشته باشد. کارآفرین موفق کسی است که در عین اینکه نیازی را برطرف کرده، اثرگذاری اجتماعی داشته و خلق ثروت هم انجام داده است.

📌 برای تبدیل‌شدن به کارآفرین چه مهارت‌هایی لازم است؟

برای کسب مهارت‌های کارآفرینی، فرد علاقه‌مند باید آموزش‌هایی ببیند و با افراد موفق و کارآفرینان موفق نشست‌وبرخاست داشته باشد و آن‌ها را دنبال کند. حتی داستان زندگی کارآفرینان موفق و ناموفق می‌تواند به افراد علاقه‌مند کمک زیادی کند، زیرا بچه‌ها باید ذهنشان را برای هر اتفاقی که ممکن است بعد از راه‌اندازی کسب‌وکار بیفتد آماده کنند. باید در سن پایین و در دوران دانش‌آموزی کارهای تشکیلاتی را تجربه کرد، کارآموزی را تجربه کرد یا حتی به‌عنوان کارمند پارموقت یا تمام‌وقت ابتدا در جایی مشغول به کار شد و تجربه‌هایی کسب کرد. سپس خود اشتغال شد. می‌توان در مسیر کارآفرینی قرار گرفت. این مسیر کارآفرینی را به این منظور پیشنهاد می‌دهیم که ذهن افراد برای شکست‌ها و موفقیت‌ها در مسیر کارآفرینی آماده شود و بتوانند آن‌ها را درک کنند و نگرش کارآفرینانه به دست آورند.

📌 یک چالش مهم برای بچه‌ها برای ورود به بازار کار، ناآشنایی با توانمندی‌ها و مهارت‌هایشان است. به نظر تان یک نوجوان و هنرجوی هنرستان چگونه علاقه‌ها و مهارت‌های خودش را می‌شناسد و آن‌ها را شکوفا می‌کند و از آن در مسیر کسب‌وکار مختص به خودش استفاده می‌کند؟

آزمودن‌های خودشناسی می‌تواند به دانش‌آموزان کمک کند مهارت‌های خود را بهتر بشناسند. اما مهم‌تر از این آزمودن‌ها برای شناخت مهارت‌ها و استعدادها، در مسیر حرکت بودن است. مثلاً اینکه ما با قراردادن خود در مسیر کارآموزی و شاگردی بتوانیم نقاط قوت و ضعف خود را بهتر بشناسیم.

📌 هنرستان‌های کشور را چگونه به سمت وسوی تربیت کارآفرین پیش ببریم؟

هنرستان‌ها می‌توانند بستر خوبی برای کارآفرینی ایجاد کنند که یکی از آن‌ها ایجاد ارتباط با صنعت کشور، به‌ویژه صنایع اطراف خودشان و محلی است. مثلاً هنرستان‌ها با صنایع محلی ارتباط ایجاد کنند و دانش‌آموزان را در فضای این صنایع و محیط‌های اقتصادی قرار دهند. هنرستان‌ها می‌توانند افراد را با شاخص‌های متنوع کارآفرینی آشنا کنند و علاوه بر آموزش‌های فنی، در حوزه‌های گروه‌سازی، بازاریابی و فروش هم به هنرجویان آموزش‌های لازم را بدهند.

📌 با توجه به تجربه‌هایی که داشتید، موانع و مشکلات حوزه کارآفرینی را توضیح دهید. جوان یا نوجوان چگونه این مشکلات و موانع را برای ورود به بازار کار برطرف کند؟

خودشناسی و پیدا کردن هم‌تیمی از چالش‌های مهم این مسیر است. نگاه ما به انتخاب هم‌گروهی‌هایمان در کارآفرینی، مثل انتخاب شریک زندگی، باید دقیق و سنجیده باشد. نشناختن قوانین و مقررات کشور و نشناختن فرصت‌ها و امکانات جامعه از چالش‌های مهم کارآفرینان هستند. الگونگرفتن و تحقیق‌نکردن قبل از شروع این مسیر و ناآشنایی با حوزه تجاری‌سازی و بازاریابی و فروش محصولات است.

📌 در پایان اگر توصیه‌ای برای هنرجویان دارید بفرمایید.

توصیه من این است که کار برای هنرجویان ارزش باشد. خلق ارزش اولویتشان باشد، چون به دنبال خلق ارزش، پول هم به دست می‌آید.



قسمت سوم

مه داده در تجارت

روابط و خدمات به مشتریان است. با استفاده از فناوری مه داده کسب و کارها، شرکتها، فروشگاهها و کارخانهها می توانند با به دست آوردن اطلاعات از مشتریان، علاقه آن ها، ویژگی های شخصیتی آن ها، سلیقه شان در انتخاب کالا و خرید محصولات، میزان پولی که خرج می کنند، حتی بازه های زمانی که در آن خرید انجام می دهند، ویژگی هایی که در محصول توجه آن ها را جلب می کند، موقعیت جغرافیایی و فرهنگی محل زندگی آن ها و ارتباط آن با خریدهایشان و خرید افراد مشابهی از منطقه و هزاران اطلاعات دیگر از مشتری، آن ها را تجزیه و تحلیل کنند و در نتیجه محصولاتی بهتر، متناسب با مشتریان

در شماره قبل توضیح دادیم، فناوری مه داده چه کاربردهایی دارد و کدام سازمان ها و نهادها می توانند از این فناوری استفاده کنند. گفتیم که فناوری مه داده در بانکداری و نهاد بهداشت و حتی در نهادهای آموزشی می تواند کاربرد داشته باشد؛ از جمله در تجارت و کسب و کارها. این فناوری در کسب و کارها دو نوع استفاده دارد که استفاده اول آن علامت (سیگنال) گیری و تحلیل وضعیت اقتصادی است که می تواند در برنامه ریزی ها به کسب و کارها کمک کند. این موضوع را در شماره قبل به طور مفصل توضیح دادیم.

اما استفاده دوم فناوری مه داده در کسب و کارها بهبود

و نیاز آن‌ها و سلیقه و علاقه آن‌ها، تولید کنند. می‌توانند بفهمند مشتری چه زمانی خرید می‌کند و در همان ایام پیام‌های تبلیغاتی یا رمزهای تخفیف برای او بفرستند. بسته‌بندی و اختصاصی‌سازی محصول برای مشتریان را به‌درستی انجام بدهند، و بدانند کیفیت محصولات را از چه روشی و در چه بخش‌هایی بالا ببرند.

با استفاده از این فناوری و اطلاعاتی که از مشتریان به دست می‌آیند، شرکت‌ها و کسب‌وکارها قادر می‌شوند خدمات بسیار بهتری به مشتری ارائه بدهند. شرکت‌های زیادی هستند که با این فناوری توانسته‌اند خودشان را از ورشکستگی نجات دهند، چون هزینه‌های بی‌جایشان کم شده و خدمات و محصولاتشان ارتقا یافته است.

مثلاً فرض کنید هنرجوی رشته خیاطی یک تولیدی لباس راهاندازی کرده است. او می‌تواند با استفاده از این فناوری سلیقه مشتریان، رنگ‌های مورد استفاده خانم‌ها یا آقایان و جنس پارچه را لحاظ کند و با تحلیل این اطلاعات لباس‌های بهتری تولید و خدمات بهتری ارائه کند تا فروشش بیشتر بشود.

هنرجوی رشته کشاورزی می‌تواند با اطلاعاتی درباره زمین، محصولاتی که در منطقه‌شان رشد می‌کنند و بهتر به‌عمل می‌آیند، میزان آب مصرفی محصولات، میزان سرانه آب کشاورزی سالانه، وضعیت محصول در بازار و پیش‌بینی این محصول در سال آینده و حتی اطلاعات هواشناسی، اطلاعات را تحلیل کند و بهترین شرایط را برای کشت محصول موردنظر انتخاب کند.

هنرجویان هر رشته می‌توانند کاربرد این فناوری را در رشته‌ها و کسب‌وکارهای آینده خودشان پیدا کنند. خیلی ساده است. ببینید چه علامت‌هایی لازم دارید از بازار بگیرید و برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان، این فناوری می‌تواند برای شما چه کار کند. پس اطلاعات مخصوص به آن را جمع‌آوری و تحلیل کنید.

نحوه اجراء این فناوری را قبلاً گفته‌ایم و در اینجا مرور می‌کنیم:

۱. تعیین اهداف و نقشه شما در استفاده از کلان‌داده: باید مشخص کنید دقیقاً برای چه هدفی می‌خواهید از این فناوری استفاده کنید. وقتی این موضوع مشخص شد، می‌توانید تصمیم بگیرید به چه اطلاعاتی نیاز دارید، چه روش تجزیه و تحلیلی را باید انتخاب کنید و حتی چگونه اطلاعات را تفسیر کنید.

۲. جمع‌آوری اطلاعات: اطلاعات را از روش‌های گوناگون می‌توانید جمع‌آوری کنید؛ مثل پر کردن برگه نظرسنجی، نظرات ارائه‌شده در فروشگاه اینترنتی و فروشگاه مجازی، سوابق مشتری، پاسخ‌های پیامکی و بازخوردهای رایانامه‌ای، آمار فروش، داده‌های موجود در وبگاه‌های اینترنتی (مثلاً هواشناسی یا بهابازار یا پایگاه‌های اینترنتی مورد اطمینان دیگر) و ذخیره‌سازی این اطلاعات در فضاهای مربوطه که توضیح دادیم یکی از آن‌ها فضاهای ابری است که در اینترنت موجود است و بعضی از آن‌ها رایگان هم هستند.

۳. بررسی و تحلیل اطلاعات به‌دست‌آمده: در این مرحله، با روش‌های خاصی و با استفاده از دستورالعمل‌های از پیش تعیین‌شده، به تجزیه و تحلیل اطلاعات اقدام می‌کنند. در این مرحله، دستورالعمل‌ها و خروجی‌هایشان از قبل مشخص می‌شوند. در بند اول در این باره توضیح دادیم.

۴. تفسیر اطلاعات: خروجی‌های به‌دست‌آمده از این تجزیه و تحلیل‌ها به‌صورت خاصی هستند که معمولاً نیاز به تفسیر دارند. برای استفاده از فناوری مه‌داده باید بلد باشید نتایج را تفسیر کنید تا به کمک آن‌ها بتوانید برای کسب‌وکار تان تصمیم بگیرید.

فناوری مه‌داده پیچیده است و معمولاً کسب‌وکارهای کوچک برای راهاندازی آن در کسب‌وکارشان باید به شرکت‌هایی که خدمات مه‌داده ارائه می‌کنند مراجعه کنند. البته در شرکت‌های بزرگ نیز افرادی استخدام می‌شوند که در این حوزه متخصص باشند. آن‌ها معمولاً تخصص نرم‌افزار و برنامه‌نویسی فناوری اطلاعات دارند. به‌جز آن، نرم‌افزارهایی نیز ارائه‌شده‌اند که خدمات مه‌داده ارائه می‌دهند. یکی از معروف‌ترین‌های آن‌ها «آپاچی هِدوپ» است که مجموعه ابزارهایی را برای استفاده از فناوری مه‌داده در اختیارشان می‌گذارد. این نرم‌افزار قدرتمند می‌تواند امکان تحلیل اطلاعاتی در حجم «پتابایت» را در اختیارشان بگذارد. بعضی شرکت‌های بزرگ دنیا نیز از این نرم‌افزار یا چیزی شبیه آن استفاده می‌کنند.

امیدواریم در مجموعه مطالب مربوط به فناوری مه‌داده به سؤالات شما درباره این فناوری مهم در آینده تجارت و صنعت جهان پاسخ داده باشیم.



روی ترمز قناعت

داشتن کسب و کار و تولید کردن و چیزهایی مثل این، یک هدف را برای بچه‌های هنرستانی پررنگ می‌کند؛ آن هم به دست آوردن پول است. یعنی جدای از اینکه خود کار کردن چقدر با ارزش است، تولید کردن چقدر کار درستی است و هر دو چقدر منافع کشور را تأمین می‌کنند. کار کردن و کسب رزق و روزی از هم جدا نیستند و نمی‌شود این را نادیده گرفت که به دست آوردن درآمد برای گذران زندگی و تأمین خانواده خیلی مسئله مهمی است. از آن بالاتر، حتی در دین هم بسیار توصیه شده و کار پسندیده‌ای شمرده شده است. اما سؤال اینجاست که آخرش چقدر است؟ یعنی تا کجا و چقدر می‌توانم پول در بیاورم؟ در مرام و مسلک ایرانی و اسلامی ما برای این مورد چیزی هم گفته شده است؟

همان‌طور که قبلاً هم گفتیم، تولیدکننده و کاسب ایرانی مسلمان اصولی دارد که همه جای زندگی‌اش باید مشخص باشد؛ حتی در کار کردن و پول در آوردنش. قبلاً در بیان یک مورد از این اصول گفتیم که تولید باید پاک و پاکیزه باشد. اما حالا می‌خواهیم یک چیز دیگر را با هم مرور کنیم و آن هم عبارت است از اینکه شما حواستان را جمع کنید این کسب و کار و تولید و درآمد حاصل از آن برای رفع نیازهای واقعی‌تان باشد. یعنی چه؟

بگذارید کمی برگردیم عقب‌تر. خداوند در آیه ۱۷۳ سوره بقره به ما مسلمان‌ها یک صفتی اختصاص می‌دهد و این صفت را خیلی می‌پسندد. و آن هم میانه‌روی است (لتکونوا امة وسطا). ما به عنوان مسلمان باید اعتدال و میانه‌روی را در همه امور زندگی‌مان سرلوحه قرار بدهیم و افراط و تفریط نکنیم. حالا برگردیم سر بحث خودمان.

ما برای امور و گذران زندگی‌مان که از راه تولید کردن و کسب و کار می‌خواهیم تأمینش کنیم، نه باید از این طرف بام بیفتیم و هیچ کاری نکنیم و فقیر باشیم، و نه از آن طرف بام که هیچ چیزی راضی‌مان نکند و مدام حرص پول در آوردن را بزنیم. هر آدمی نیازهایی دارد که باید تأمین شوند. از طرف دیگر، خواسته‌هایی هم دارد. خواسته‌ها می‌توانند کاذب باشند. محدودیت هم که ندارند و برای همین می‌توانند واقعی هم نباشند. اما نیازهای آدم که واقعی‌ترند و محدود هم هستند، به نظر می‌آید مبنای بهتری باشند برای ما که برایشان تلاش کنیم و درآمد به دست بیاوریم تا تأمین شوند؛ هم نیازهای مادی و هم معنوی.

پس نکته مهم در این مرام و مسلک تولیدکننده مسلمان





نیازهای معنوی‌تان را هم تأمین و بلکه تقویت کند. در قرآن کریم و در ضمن آیاتی که انسان را به رفتار تولیدی ترغیب می‌کنند، هم‌زمان به رعایت صفاتی مثل تقوا، شکر نعمت‌های خداوند، به یاد قیامت‌بودن، همراه‌بودن رفتار تولیدی با انفاق در راه خدا راهنمایی می‌کنند که همگی از جنس تأمین و تقویت نیازهای معنوی هستند.

می‌خواهید برایتان مثال بزنم که تولیدکردن چطور باید در جهت تأمین نیازهای معنوی باشد و با آن‌ها در تضاد نباشد؟ مثلاً در تولید خانه و ساخت مسکن. وقتی دربارهٔ سبک‌های معماری و طراحی محیط شهری مطالعه می‌کنید، متوجه می‌شوید هر کدام از آن‌ها ویژگی‌های خاص و اثرات خاص خودش را دارد که داشتن زندگی مؤمنانه و متناسب با مرام و مسلک ایرانی و اسلامی ما با بعضی از آن‌ها جور در می‌آید. مثلاً معماران اسلامی ایرانی در ساخت خانه‌ها حریم خصوصی را از حریم عمومی جدا می‌کردند. سعی می‌کردند صداها در اتاق‌ها به گونه‌ای باشند که به بیرون نیایند و آرامش اهل خانه تأمین شود. استفادهٔ درست از طبیعت و آسیب‌نزدن به آن و استفادهٔ حداکثری از نور در خانه، خنک‌کردن در تابستان و گرم‌کردن در زمستان، همه با الهام از دستورات دینی انجام می‌شدند تا در نهایت حتی خانه هم نشان‌دهندهٔ مرام و مسلک یک ایرانی مسلمان مؤمن باشد و نیازهای مادی و معنوی را با هم تأمین کند. جواب سؤال اول را گرفتید. رفع و تأمین نیازهای مادی و معنوی. نیازهای واقعی و داشتن روحیهٔ قناعت.

ایرانی این است که به اندازهٔ رفع نیازهایش بخواهد. این‌طوری آرامش بیشتری هم در زندگی دارد. اینکه در حد رفع نیازهای بخواهی، معنی‌اش می‌شود کلمه‌ای که احتمالاً زیاد شنیده‌اید: «قناعت». این مفهوم در مقابل «طمع و زیاده‌خواهی» قرار دارد. مثلی بین بزرگ‌ترهای ما وجود داشت که می‌گفتند «قناعت گنج بی‌انتهاست». بعضی‌ها را دیده‌اید که همیشه برای کسب درآمد بیشتر حرص می‌زنند و هیچ قدری راضی‌شان نمی‌کند؟ این‌ها رنگ آرامش را نمی‌بینند، چون خواسته‌های آدم که تمامی ندارد. هر چقدر به دست بیاورد و هر چیزی هم که برای خودش بخرد، باز بهتر و بیشتر از آن را دلش می‌خواهد. این بازی انتها ندارد.

سؤال: این یعنی پول بیشتر در نیاوریم؟ نه! در بیاورید. خیلی هم خوب است؛ هم برای خودتان و هم برای کشور ثروت حساب می‌شود.

خب پس کجا از آن استفاده کنیم؟ وقتی آدم‌ها در حد رفع نیازشان بخواهند و روحیهٔ قناعت داشته باشند، مسیری باز می‌شود که می‌توانند اضافهٔ درآمدشان را برای انفاق و کمک به دیگران استفاده کنند که حالا بحثش مفصل و جداست. بسیاری از کاسب‌های قدیمی در کشور خوب ما بخشی از دخلشان را برای کمک به خلق خدا انفاق می‌کردند. این نیازهای مادی یک طرف، نیازهای معنوی آدم هم بسیار مهم هستند که آن‌ها هم باید تأمین شوند. یعنی تولید و کسب و کار شما علاوه بر اینکه باید نیازهای مادی را تأمین کند، باید



شروط یک دوست از نگاه بزرگ‌ترین دوستان خدا

نکته و خوب و بد را از آن دستور نگیری، شخصیت و ارزش برابر می‌شود با احساسات بی‌اساس و بی‌پایه. کسی نمی‌تواند روی تو حساب بکند، یا کاری به تو بسپارد، تحقیق تحویل بدهد و مسئولیتی را به تو بسپارد. می‌گویند فلانی خیلی باهوش و زیرک است، یا در فلان موقعیت خوب عقلش را به کار انداخت، نزد به جاده خاکی. یا فلانی خیلی جَنَم دارد. می‌شود به او اعتماد کرد. پس روی این قوه خیلی کار کنید. یک شعر از فردوسی برایت بخوانم تا حال و هوایت عوض شود:

خرد بهتر از هر چه ایزد بداد
ستایش خرد را به از راه داد
خرد رهنمای و خرد دلگشای
خرد دست گیرد به هر دو سرای

شرط بعدی اعتدال و میانه‌روی است. تا به حال اعتدال و میانه‌روی در دوستی به گوشنتان خورده است؟ شخصی که پارسا و خردمند باشد، در عین حال که با دوستان خودش متواضع است و با فروتنی برخورد و تعامل می‌کند، حقوق و آداب دوستی را می‌شناسد و به آن حقوق مثل عهد پایبند است. شنیده‌ای می‌گویند اسرار را حتی به دوستت نگو؟ چون یک روز ممکن است همان دوست، دشمنت بشود. اسرار و رموز خانواده‌ها و حتی خودت را به کسی نگو. بگذار این‌ها در دل خودت بماند.

امام علی (ع) می‌فرماید: «أَحْبِبْ حَبِيبَكَ هَوْنًا مَّا، عَسَى أَنْ يَكُونَ بَغِيضًا يَوْمًا مَّا، وَأَبْغُضْ بَغِيضَكَ هَوْنًا مَّا، عَسَى أَنْ يَكُونَ حَبِيبًا يَوْمًا مَّا: دوست خود را در حد اعتدال دوست بدار، چراکه ممکن است روزی دشمن تو شود و نیز دشمنت را همان حد دشمن بدار، زیرا ممکن است روزی دوست تو شود.» (حکمت ۲۶۸ نهج البلاغه).

اصل بعد، آزمایش! امتحان کردن. تا حالا دوستت را امتحان کرده‌ای؟ آزمایشش کرده‌ای ببینی چقدر در دوستی با تو مصمم و راسخ است؟

تا حالا به این فکر کرده‌ای آیا رفقای تو می‌توانند در پیشرفت تأثیری داشته باشند؟ در هر زمینه‌ای؛ چه درسی و چه غیردرسی. و تا حالا فکر کرده‌ای با هر کدام از این دوستان، چطور آشنا شده‌ای؟ جرعه‌آشنایی و دوستی‌تان از کجا خورده است؟ تا حالا برای حریم خودت، چارچوب، اصول، خط قرمز یا چیزهایی از این قبیل تعیین کرده‌ای؟ بیا یک مقدار بی‌تعارف‌تر با هم حرف بزنیم. تا به حال پیش آمده دوستت خصلتی داشته باشد که نتوانی تحمل کنی و با خودت بگویی چطور از او فاصله بگیرم که ناراحت نشود؟!

دوست خوب! دوستی یک مجموعه شرایط و اصول دارد. از اولین شرایط که خیلی مهم است، **ایمان و پارسایی** است. وقتی می‌گوییم ایمان، منظور این نیست که هرروز مسجد و هیئت بروید. نه! خودت و دوستت از نظر ایماناتان به موضوعات اخلاقی، اعتقادی و عبادی چه اشتراک‌هایی دارید؟ خوب و بد را می‌توانید تشخیص بدهید؟ ایمان روی گفتار و کردارتان چطور اثر کرده است؟ چشم‌هایتان کجاها را می‌بیند؟ گوشنتان به چه چیزهایی گوش می‌دهد؟ هردوی شما امانت‌دار هستید؟ رازدار هم هستید؟ و حالا اگر بخواهم از لحاظ دینی سؤال بپرسم، حواستان به حلال و حرام خدا هست؟ یا برای اینکه مورد تمسخر قرار نگیرید، هر کاری می‌کنید؟ ببین چرا می‌گویم هردوی شما؟ به خاطر اینکه نگاهی هم به خودت بیندازی و به حساب خودت هم برسی.

شرط دوم عقل است. یک ضرب‌المثل از بزرگ‌ترها را احتمالاً شنیده‌ای که می‌گویند: «اگر عقل نباشد، جان در عذاب است.» واقعاً اگر عقل نباشد، جان (روح و جسم) هردو در عذاب هستند؛ چرا؟ چون من با عقلم می‌توانم واقعیت را پیدا کنم، نه با احساساتم. با عقل است که می‌توانم در زمینه‌های گوناگون مثل روابط با خانواده، دوستان، همکاران، هم‌محله‌ای‌ها، معلم‌ها، مردم در اتوبوس و مترو پیشرفت کنم. خودت یا دوستت فرقی ندارد. اگر از این نعمت خدادادی استفاده نکنی، معیار شخصیت و ارزشنت مشخص نمی‌شود. از قدیم گفته‌اند، عقل معیار سنجش خوب و بد است. حالا جناب‌عالی اگر به عقلت رجوع



حالا همان شرط اول اینجا خودش را نشان می‌دهد. همان‌طور که گفتیم، ایمان هر کس در رفتار و صحبتش مشخص می‌شود. پس از این راه می‌توانیم دوستانمان را محک بزنیم. به‌خصوص مواقعی که امکان ظاهرسازی و فیلم‌بازی کردن وجود نداشته باشد. وقتی می‌گوییم آزمایش، به این معنا نیست که از دوستت آزمون هوش بگیری یا خودت را به مردن بزنی ببینی چکار می‌کند! منظور همانی است که برای توضیح دادم؛ ایمان و تأثیرش در عمل.

این سخن از مولا امام علی (ع) خلاصه تمام صحبت‌هاست که فرمودند: «مردم جز با امتحان شناخته نمی‌شوند. همسر و فرزندان را در غیاب خود، دوستت را در موقع مصیبت و سختی، خویشاوندان را در زمان جدایی، و علاقه‌مندان را در زمان نیازمندی امتحان کن تا از این طریق قدر و منزلت تو نزد آنان روشن شود» (بحارالانوار، جلد ۷۵، ۲۵۱).

شما چه شرط دیگری برای دوستی دارید؟

شاید از خودت بپرسی چطور می‌توانم از وجود صفت شایسته و خوب در دوستم یا شخص موردنظرم اطمینان حاصل کنم؟ و ببینم انتخابم درست بوده است یا نه؟ نظر دین ما این است که رفیقت را آزمایش کن. امام علی (ع) می‌فرماید: «مَنْ إِتَّخَذَ أَخًا يَغْدُو حُسْنَ الْإِخْتِبَارِ دَامَتْ صُحْبَتُهُ وَ تَأَكَّدَتْ مَوَدَّتُهُ وَ مَنْ إِتَّخَذَ مِنْ غَيْرِ اخْتِبَارِ الْجَاهُ الْإِضْطِرَارُ إِلَى مُرَافَقَةِ الْأَشْرَارِ: کسی که پس از آزمایش، دوستی برگزیند، رفاقتش پایدار و مودتش استوار خواهد ماند و کسی که نسنجیده و بدون آزمایش با دیگری پیمان دوستی ببندد، ناچار به رفاقت اشرار و افراد فاسد تن در می‌دهد» (غررالحکم، ص ۴۱۶).

آقا! خانم! من چطور باید دوستم را امتحان کنم؟ خیلی ساده است. به عملکرد دوستانتان نگاه کنید. به حرف‌زدن، به نوع صحبت‌کردن و نوع رفتار کردن. یادتان هست گفتم شرط اول برای انتخاب دوست، عقل و ایمان است؟

شعر دیروز

محمد مددی

در سال ۱۲۲۷ در شهر کرمان پسری به نام فتح‌الله قدسی دیده به جهان گشود. به خاطر محل تولدش به او قدسی کرمانی و بعدها با انتخاب تخلص «فؤاد»، فؤاد کرمانی نیز گفته می‌شد. فؤاد شرح حال عمر خود از سنین ۷ تا ۶۰ سالگی را در قالب مثنوی به قلم و شعر آورده است. او از جمله ستایشگران خاندان عصمت و طهارت (علیهم‌السلام) است که در کنار مدیحه‌سرایی، شعر هم می‌سرود. همان‌گونه که از اشعارش پیداست، او را باید در سلک شاعران عارف دانست. فؤاد در سال ۱۳۱۷ دارفانی را وداع گفت و در حوالی کرمان در دامنه کوه سیدحسن به خاک سپرده شد. دیوان اشعار او که شامل مرثیه‌های معصومین (علیهم‌السلام) و آمیزه‌ای از معرفت و عرفان است، با نام «شمع جمع» به چاپ رسیده است. روح این شاعر قرین رحمت ابد

چو نورش در بساط ارض از عرش برین آمد
خدا را هر چه رحمت بود نازل بر زمین آمد
ز نورش رحمت از رب‌المشارق تافت بر عالم
چو زهر را ظهور از رحمه للعالمین آمد
به رشک آسمان طالع شد از روی زمین ماهی
که از شرم رخس خورشید، خاکستر نشین آمد
هویدا گشت بر چرخ نبوت کوکبی تابان
که مهرش مشتری چون زهره بر ماه جبین آمد
ز عرش کبریا بر فرش چون نورش هویدا شد
ملائک در طوافش از یسار و از یمین آمد
مگر اُم‌الکتاب است این بتول از وحی سبحانی
که نسلش محکمت آیات قرآن مبین آمد
در او نور علی ممزوج با نور محمد شد
مه و خورشید از این مشرق صباح واپسین آمد
زنسلش ظاهر آمد نور مطلق قائم به الحق
از این مولوده مولودی چو نورالعالمین آمد
علی مرآت یزدان بود و ذاتش بی‌قرین، آری
خدای بی‌قرین مرآت ذاتش بی‌قرین آمد
بتول آینه شد، آینه اوصاف یزدان را
چنان آینه را آینه در عالم، چنین آمد
چو از رنگ تعین صاف شد اوصاف این دختر
ز بی‌رنگی رخس آینه سلطان دین آمد
نجویند اهل بینش استعانت جز به نور او
که در هر ورطه نورش مستعان مستعین آمد
خدا بر حرمتش چون اسم اول خواند از خامس
به شوق پای‌بوسش ز آسمان روح الامین آمد
کنیزش را نباشد اعتنا بر تخت بلقیسی
غلامش را سلیمان بنده تاج و نگین آمد
به حق فرمود الحق قره‌العینش رسول حق
که حق‌بین نور او در چشم خیر‌المرسلین آمد
در اوصاف کمال او همین کافی است بر دانا
که این دوشیزه را شوهر امیرالمؤمنین آمد

سفر بخیر...

دستی بلند کردم و گفتم سفر به خیر
خوش می‌روی، گذار تو از این گذر به خیر

من چون گون، اسیر غم خویشتم شدم
یاد تو، ای نسیم خوش رهگذر! به خیر

یاد تو، ای که خیزی چشمان من نشد
آخر به عزم راسخ تو کار گر، به خیر

یادت نمی‌رود ز خیالم، مگر به مرگ
ذکرت نمی‌رود به زبانم، مگر به خیر

بی‌خوابی ارمغان دل رفته من است
هرگز نمی‌شود شب عاشق سحر، به خیر

تسلیم ناگزیری تقدیر خود شدم
دستی بلند کردم و گفتم سفر به خیر

سجاد رشیدی پور

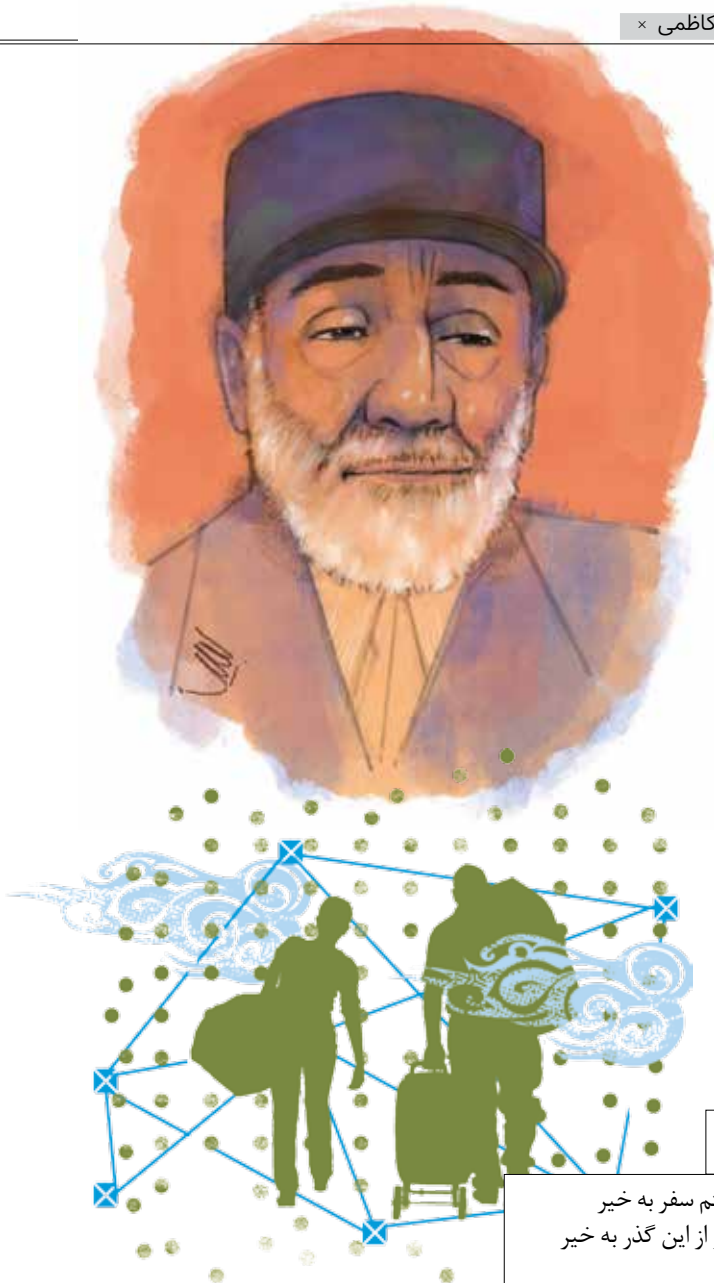
سزاوار مرد

در پشت چارچرخه فرسوده‌ای، کسی
خطی نوشته بود:
«من گشته‌ام نبود!»
تو دیگر نگر
نیست!

گر خسته‌ای بمان و اگر خواستی بدان:
ما را تمام لذت هستی به جست‌وجوست.
پویندگی تمامی معنای زندگی است.

هرگز
نگرد، نیست
سزاوار مرد نیست...

فریدون مشیری





شعرخوانی استاد شهریار

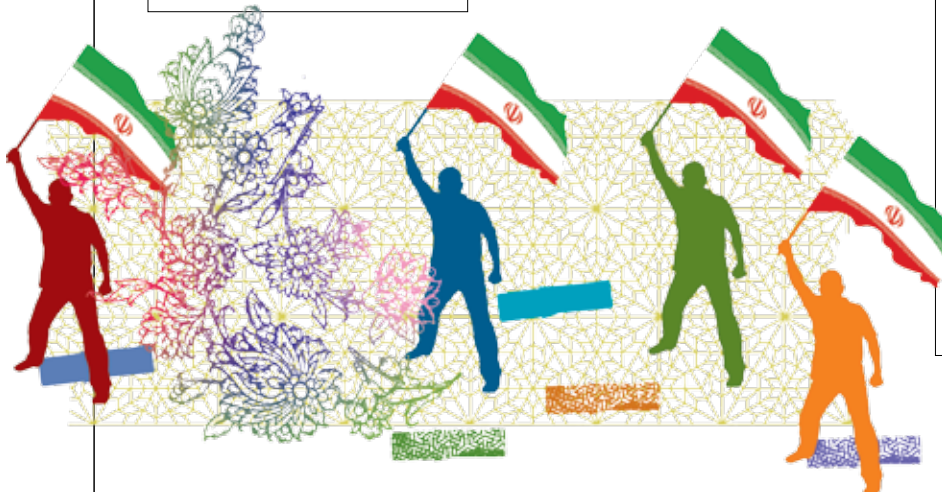
اسوه ایستادگی

گفتم از کوه بگویم قدمم می لرزد
از تو دم می زنم اما قلمم می لرزد
هیبت نام تو یک عمر تکلم داده است
رسم مردانگی ات راه نشانم داده است
پی نبردم به یکتایی نامت زینب
کار ما نیست شناسایی نامت زینب
من در ادراک شکوه تو سرم می سوزد
جبرئیل همه بال و پر می سوزد
من در اعماق خیالم، چه بگویم از تو
من در این مرحله لالم، چه بگویم از تو
چه بگویم؟! به خدا از تو سرودن سخت است
هم علی بودن و هم فاطمه بودن سخت است
چه بگویم که خداوند روایتگر توست
تار و پود همه افلاک نخ معجز توست
روبه روی تو که قرآن خدا وا می شد
لب آیات به تفسیر شما وا می شد
آمدی تا که فقط زینت مولا باشی
تا پس از فاطمه صدیقه صغری باشی
آمدی شمس و قمر پیش تو سوسو بزنند
تا که مردان جهان پیش تو زانو بزنند
چشم واکردی و دنیای علی زیبا شد
باز تکرار همان سوره «اعطینا» شد
عشق عالم به تو از بوسه مکرر می گفت
به گمانم به تو آرام پیمبر می گفت:
بی تو دنیای من از شور و شرر خالی بود
جای تو زیر عابیم چه قدر خالی بود

سید حمیدرضا برقی

یا علی باز از خدا دستی به همراه بسیج
جاودان کن در جهان این جلوه و جاه بسیج
یا علی خون حسینیت کی رود از یادها
گو ببیند زینب این غوغای خون خواه بسیج
تا علمدارش گشاید بال شاهین علم
می دهد فرمان حسینیت کو بود شاه بسیج
اشک و خون می بارد از آفاق آذربایجان
خود به مژگان رفت آذربایجان را بسیج
می زداید دود آه خیمه های سوخته
خیمه و خرگاه زد در کربلا آه بسیج
کوردل بودند اهل کوفه و بیعت شکن
قوم سلمان است این قوم دلاگاه بسیج
غرش ای شیر خدا ببر و پلنگ خفته را
تا شود صدامیان خرگوش و روباه بسیج
لشکر اسلام شد چون سیل و طوفان در خروش
کفر اگر خود کوه باشد می شود کاه بسیج
روز کین و انتقام است از گروه حرمه
چند باشد داغ اصغر زجر جانکاه بسیج
رهبر از نصر من الله داد فرمان جهاد
تا رسد فتح قریب از نصرت الله بسیج
غبت و شوق شهادت خرمی انباشته است
حاشا لله نیست یک جو هرگز اکراه بسیج
کربلا تشنه است و بر سقای خود چشم انتظار
طلعت ماه بنی هاشم بود ماه بسیج
با شعار یا محمد، شیعه و سنی یکی است
نیست جز قرآن و حق ذکری در افواه بسیج
این سفر با فتح پایان باز می گردد سپاه
می دهد پایان به فتح گاه و بی گاه بسیج
سر به درگاه خدا می ساید این جهد و جهاد
شهریار! تا بسای سر به درگاه بسیج

مرحوم استاد شهریار



از بی وفایی های این دنیا گذشتم
از هر چه بود از زشت و از زیبا گذشتم
گفتم حرمت باد عمری که پی ات رفت
آری گذشتن سخت بود اما گذشتم

رودم که در آخر به مردابی رسیدم
از خیر دیدار توای دریا گذشتم

از عشق گفتمی می شود راحت گذر کرد
من شمع بودم، سوخت جانم تا گذشتم

سید حمیدرضا برقی



آشنایی با هنرستان شهید اکبرزاده

کشاورزی در قلب کویر یزد

اگر هنرستان‌ها بتوانند تولید و مهارت‌آموزی عملی و تجاری‌سازی تولیدات را در حین آموزش انجام دهند و این دو موضوع را با هم تلفیق کنند، می‌توان امیدوار شد که هنرجویان مباحث تخصصی خود را عمیق‌تر و مطابق نیازهای بازار کار آموخته‌اند و آینده بعد از فارغ‌التحصیلی خود را به‌طور عملی در هنرستان تجربه کرده‌اند. آموزش همراه با تولید یکی از کارهای مهم است که هنرستان‌های زیادی به فکر آن هستند تا هم‌زمان با مهارت‌آموزی عملی به هنرجویان، آن‌ها درآمدسازی و فروش و بازاریابی و درآمدزایی را هم یاد بگیرند. قصد داریم به این هنرستان‌ها بپردازیم و از شما هم دعوت می‌کنیم در هنرستان خودتان با همکاری و کمک مدیران و هنرآموزانتان این کار با ارزش را شروع کنید، محصول مرتبط با رشته خودتان را تولید کنید و بفروشید. در این شماره به سراغ یکی از هنرستان‌های کشاورزی رفته‌ایم تا تجربه آن‌ها را با هم بخوانیم.

🗨️ چه تعدادی هنرجو و چگونه وارد فضای تولید و پرورش شده‌اند؟ خروجی کار چه بوده است؟ درآمد حاصل از تولیدات هنرستان کشاورزی شما چگونه بوده است؟

اکثر رشته‌های ما خروجی تولید دارند، اما با توجه به اینکه دو سال بیشتر نیست هنرستان این زیرساخت‌ها را ایجاد کرده است و به دلیل مشکلات عرضه محصولات و نبود رقابت با بازار تولید، متأسفانه نتوانسته‌ایم درآمد چندانی برای آموزشگاه داشته باشیم.

🗨️ جذب و گزینش و استفاده از هنرجو در هنرستان شما چگونه انجام می‌پذیرد؟

جذب هنرجو بر اساس هدایت تحصیلی یا علاقه‌مندی به رشته‌های کشاورزی صورت می‌گیرد.

🗨️ در حوزه فنی، برای آموزش کشاورزی و پرورش و تولید، تا چه اندازه از کشاورزان و افراد متخصص استفاده شده است؟

🗨️ هنرستان کشاورزی‌تان را از نظر جمعیت دانش‌آموزی، رشته‌های در حال اجرا، نیروی انسانی (آموزشی و اجرایی)، فضا و تجهیزات معرفی کنید.

هنرستان کشاورزی اکبرزاده، در شهر یزد ۱۶۴ دانش‌آموز در رشته‌های «تولید گل و گیاه آپارتمانی و زینتی، تولید گل و گیاهان دارویی و زعفران، تولید کشت‌های گلخانه‌ای و جالیز، تولید و پرورش قارچ‌های خوراکی» دارد.

وسعت فضای آموزشی ۸۰۰۰ مترمربع عرصه و ۱۸۰۰ مترمربع اعیانی است و امکانات مناسبی برای این بخش دیده شده است. مجموعه نیروی انسانی آموزشی ۲۵ نفرند؛ شش نفر نیروی ثابت و ۱۹ نفر دبیر و هنرآموز.

آموزشگاه اکبرزاده با داشتن عنصر (المان)‌های آموزشی مانند یک واحد گلخانه برای رشته جالیزی، یک گلخانه برای گل و گیاهان زینتی، یک سالن ۵۰ مترمربعی برای پرورش قارچ و ۶۰۰۰ متر زمین برای کشت‌های گلخانه‌ای و کشت‌های گیاهان دارویی و قراردادهای برون‌سپاری با شرکت‌های کشاورزی به‌منظور مهارت‌آموزی هنرجویان فعالیت می‌کند.



همه کارها را، از تولید تا فروش محصولات، خود هنرجویان انجام می‌دهند.

❖ چه تعدادی از هنرجویان هنرستان شما به‌طور مستقل هم به کار کشاورزی مشغول هستند؟
حدود ۳۰ درصد.

❖ چه میزان از هزینه‌های هنرستان از طریق فروش محصولات و درآمدزایی تأمین می‌شود؟
با توجه به اینکه اولین سال است هنرجویان ما با کار تولید دست‌وپنجه نرم می‌کنند، پنج درصد از هزینه‌های هنرستان از طریق فروش محصولات تأمین می‌شوند.

❖ آیا هنرجویان فارغ‌التحصیل این هنرستان می‌توانند به‌عنوان تولیدکننده کار کنند؟
تقریباً اکثر هنرجویان می‌توانند پس از فارغ‌التحصیلی، در صورت داشتن سرمایه، مشغول تولید شوند. در حال حاضر ۲۰ هنرجوی ما گلخانه دارند یا به‌صورت مشارکتی در حال تولید هستند.

❖ برای بازاریابی محصولات خود چه اقداماتی انجام داده‌اید و به چه حمایت‌هایی نیاز دارید؟
برای بازاریابی محصولات هنرستان به یک شرکت تعاونی نیاز داریم. نیاز به بودجه برای رونق تولید و تهیه مواد اولیه، از الزامات این هنرستان است.

هنرآموزان ما به نحوی در کار تولید محصولات کشاورزی هستند یا با شرکت‌های مرتبط با کشاورزی ارتباط دارند. همچنین بازدیدهای متعدد از مرکز کشاورزی، گلخانه‌های واقع در بخش مرکزی یزد، مرکز تحقیقات کشاورزی و غیره باعث ایجاد انگیزه و مهارت‌آموزی هنرجویان می‌شود.

❖ مشکلات ورود به حوزه کشاورزی و عوامل محدودکننده در این زمینه در هنرستان شما چه بوده است؟
یکی از مشکلات تحت برون‌سپاری در این هنرستان، وجود مشکلات اقتصادی در این حوزه و نبود اعتبار و بودجه دولتی برای هنرستان است.

❖ برنامه‌های درسی و کتاب‌های تخصصی رشته‌های کشاورزی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ آیا با توجه به شرایط آب و هوایی و امکانات، قابل اجرا هستند؟
با توجه به آب‌وهوای یزد، بعضی از سرفصل‌های استانداردهای مهارتی با اقلیم آب‌وهوای منطقه مطابقت ندارند و ما مجبوریم سرفصل مربوطه را با هماهنگی سرگروه کشاورزی و هنرآموزان تغییر دهیم. همچنین، بعضی از کتاب‌های درسی دارای اشکالاتی دارند که امیدواریم با توجه به کد رشته‌های کشاورزی و شرایط اقلیمی و امکانات منطقه بازنگری شوند.

❖ هنرجویان در فرایند تولید، پرورش و فروش محصولات هنرستان چه نقشی دارند؟

جوان مکانیکی که شهید مدافع حرم شد

از جلوی پنجره ماشین، تا جلوی پنجره ضریح



شهید عباسی هفتمین شهید مدافع حرم استان کرمانشاه است که در بهمن ماه سال ۹۴ در شهر حلب سوریه به شهادت رسید. شهید عباسی در حوزه فنی و در شغل مکانیکی مشغول به کار بود و به صورت داوطلبانه برای دفاع از حریم اهل بیت (ع) عازم سوریه شد. مجموعه خصایص و ویژگی‌های این شهید والامقام باعث شد به عنوان شهید شاخص اصناف در سال جاری لقب بگیرد. با توجه به این موضوع تصمیم گرفتیم با برادر همسر ایشان، آقای محمد بیژنی مصاحبه‌ای داشته باشیم تا با ویژگی‌های اخلاقی و اعتقادی و حرفه‌ای و زندگی‌نامه ایشان بیشتر آشنا شویم. بدون تردید زندگی این شهید والامقام که در حوزه فنی و کاری خود نیز سرآمد و متخصص بوده است، می‌تواند الگوی مناسبی برای جوانان و نوجوانان و هنرجویانی باشد که در حوزه‌های فنی مشغول به کارند.



کار بود. همیشه روحیه واقعا بشاش و شادابی داشت. صحبت‌های بسیار دل‌نشین می‌کرد. همواره و در هر حالی با ملایمت صحبت می‌کرد. افرادی که در محل کار با ایشان برخورد داشتند و به ایشان مراجعه داشتند، همواره خوش‌رویی او را تحسین می‌کردند و به آن اذعان داشتند. کمک به فقرا از ویژگی‌های خاص ایشان بود. بعد از شهادتش، افرادی به ما مراجعه و از ایشان یاد می‌کردند که ما شناختی از آن‌ها نداشتیم. متوجه شدیم کمک‌های ایشان به این افراد به شکل پنهانی صورت می‌گرفته است. در بحث اعتقادات، نماز اول وقت در هر شرایطی ویژگی بارز ایشان بود. ارادت ویژه‌ای به حضرت آقا داشتند. حتی در وصیت‌نامه او این جمله به‌صراحت قید شده است که «در این برهه از زمان باید از ولایت پشتیبانی شود».

آقای بیژنی دربارۀ درستکاری و اعتقاد او به حرام و حلال در شغل مکانیکی هم برای ما توضیح دهید.

ایشان واقعا حساسیت عجیبی در این باره داشت. هر بار مشتری به او مراجعه می‌کرد، او سعی می‌کرد کار را با کمترین هزینه ممکن انجام دهد. به‌ویژه برای افرادی که از نظر مالی ضعیف بودند، سعی می‌کرد کنار بیاید؛ تا اندازه‌ای که مشتری کمترین هزینه را بکند. اطرافیان و کسبه محل و مغازه‌های اطراف همیشه از مردم‌داری ایشان و مدارایش با مشتری صحبت می‌کردند. اهل تجملات و منفعت‌طلبی نبود، در حالی که گاهی می‌بینم متأسفانه بعضی افراد در جامعه امروزی در واقع هر کاری می‌کنند تا در کارشان به منفعتی برسند. ایشان این گونه نبود. با اینکه بسیار کار می‌کرد، ولی حاضر نبود به هر قیمتی درآمد بیشتر کسب کند.

رابطه ایشان با نوجوانان و جوانان چگونه بود؟

من خودم شاهد بودم که ایشان اگر جوانی یا نوجوانی ایرادی داشت، یا در کار یا از نظر اخلاقی، حتماً به او تذکر می‌دادند اما با ادبیت و شرایط خاص خودش. یعنی به‌گونه‌ای تذکر می‌داد که هم آن‌ها متوجه اشتباه خودشان بشوند و هم بتوانند آن را جبران کنند. در واقع صمیمیت خاصی با جوانان و نوجوانان داشت.

گاهی شبهه‌هایی مطرح می‌شوند در این باره که توجه به اعتقادات و زمان گذاشتن برای آن‌ها مانع پیشرفت در حوزه

آقای بیژنی در مورد زندگی شهید عباسی به‌طور مختصر توضیح بفرمایید.

ایشان از اهالی شهرستان صحنه، از توابع استان کرمانشاه، بود. دوران ابتدایی و راهنمایی و دبیرستان را در شهرستان صحنه گذراند. بعد از ازدواج به تهران آمد و در شغل مکانیکی مشغول به کار شد. ایشان علاوه بر اینکه در این شغل مشغول بود، همیشه در پایگاه بسیج شهرستان ملارد فعالیت داشت. همین شد که بعد از چند سال که بحث مدافعان حرم پیش آمد، داوطلبانه و با اشتیاق بسیار شرکت کرد. در نهایت هم در دی ماه سال نود و چهار به سوریه اعزام شد و در منطقه خان طومان به شهادت رسید.

از ویژگی‌های اخلاقی شهید عباسی برای ما بیشتر بفرمایید.

از ویژگی‌های بارز ایشان، چیزی که همه اطرافیان‌شان از آن صحبت می‌کنند، اخلاق خوب و خوش‌اخلاقی در خانواده و اطرافیان و محل



صندوق صدقه گذاشته بود. هر روز برای سلامتی امام زمان و مقام معظم رهبری صدقه‌ای در صندوق قرار می‌داد و این کار فضای معنوی خاصی در مغازه ایجاد کرده بود.

📌 ما شهدای گران قدر زیادی داشته‌ایم. به نظر شما به چه دلیل ایشان به عنوان شهید شاخص شناخته شده‌اند؟

به اعتقاد من و بسیاری از اطرافیان، ایشان از خلوص نیت بالایی برخوردار بود. یعنی آن خالص‌بودنش و تواضعش در کار و زندگی، و به‌ویژه رفتار حسنه با پدر و مادرش که در خانواده زبانزد بود، باعث شد او متمایز شود.

📌 به عنوان آخرین سؤال از شما، به عنوان یکی از نزدیکان شهید عباسی، بفرمایید مهم‌ترین توصیه شهید عباسی در وصیت‌نامه‌اش، که پیامی باشد برای دانش‌آموزان و نوجوانان و جوانان، چه چیزی است؟

همیشه تابع فرمان رهبری باشند. این خیلی در وصیت‌نامه‌اش تأکید شده است. یعنی در واقع خود ایشان هم این‌طوری بود که صحبت‌های حضرت آقا را چند بار گوش می‌داد و به آن عمل می‌کرد.

کاری می‌شود. این در حالی است که شهید عباسی هم در حوزه فنی و شغلی خود شاخص بود و هم توجه ویژه‌ای به اعتقادات خویش داشت. در این باره توضیح دهید.

دقیقا. ایشان در حوزه کار خود به قدری مهارت داشت که اگر هر مشکل فنی برای خودرویی پیش می‌آمد و هر فردی به مکانیکی او مراجعه می‌کرد، با رضایت کامل از آنجا خارج می‌شد. من خودم بارها و بارها شاهد بودم و هم به واسطه رفتار و اخلاق و هم به واسطه مهارت و تخصصش، مشتری همیشه از او راضی بود. این اواخر حتی برای افزایش مهارت‌های خود دوره تخصصی تراشکاری هم دیده بود. بعد از همین دوره به سوره اعزام شد. با وجود اینکه شغل بسیار خوب و تخصص بالایی در کار داشت و به کار خویش و پیشرفت در آن اهمیت می‌داد، اما اعتقادات مذهبی بسیار قوی هم داشت و برای این اعتقادات زمان و توجه زیادی را در نظر می‌گرفت. این دو هیچ منافاتی با هم ندارند. ایشان هم نسبت به کار خود تعهد داشت و هم نسبت به مذهب و اعتقاداتش.

📌 در مورد ارادت ایشان به مقام معظم رهبری برای مخاطبان مجله توضیح دهید.

یک نمونه از ارادت و توجه خاص ایشان این بود که در مغازه دو

سیر تا پیاز «متاورس»

وقتی فضای مجازی هم عقب افتاد



حتماً برای شما هم پیش آمده است که به دلیل گران بودن قیمت تجهیزات کارگاهی، بعضی از مهارت‌های فنی رشته تحصیلی‌تان را فرا نگرفته باشید. یا اگر هم آن تجهیزات گران قیمت را داشته باشید، هنرآموز محترم برای آنکه آسیبی به دستگاه وارد نشود، از اینکه شما خودتان به‌طور مستقیم با آن دستگاه کار کنید، اجتناب کرده و تنها برای نمونه نحوه کار با دستگاه را به شما آموزش داده است. یا به دلیل بودجه کم مدرسه، از خرید تجهیزات اولیه و مواد مصرفی مورد نیاز مثل پارچه، سیم جوش و بنزین محروم بوده‌اید و نتوانسته‌اید مهارت فنی مورد نظر را به دفعات کافی تمرین کنید. یا در ایام همه‌گیری کرونا، به دلیل محدودیت‌های بهداشتی، نتوانسته‌اید در کلاس‌های کارگاهی خود شرکت کنید. بنابراین، مهارت‌های فنی برخی از درس‌هایتان را به‌خوبی فرا نگرفته باشید. خبر خوب این است که امروزه فناوری متاورس در حال توسعه است و به ما امکان می‌دهد تمام درس‌های کارگاهی را بدون محدودیت و با کیفیت فرا بگیریم.

حتماً با نرم‌افزارهای شبیه‌سازی شده رشته تحصیلی خود آشنا هستید؛ نرم‌افزارهایی که همانند یک بازی رایانه‌ای محیط کارگاهی را شبیه‌سازی می‌کنند و شما می‌توانید برخی از مهارت‌های فنی را به کمک این نرم‌افزارهای شبیه‌ساز فرا بگیرید. متاورس نسبت به نرم‌افزارهای شبیه‌سازی پا را یک قدم فراتر نهاده و امکان شبیه‌سازی کارگاه‌های فنی در محیطی سه‌بعدی را فراهم کرده است. یعنی شما می‌توانید به کمک عینک‌های واقعیت مجازی^۱ یک نمای ۳۶۰ درجه و سه‌بعدی از کارگاه شبیه‌سازی شده را تجربه کنید و هر وقت و هر زمان و هر تعداد که خواستید، با تجهیزات کارگاهی کار کنید و آموزش ببینید.

واژه متاورس^۲ از دو بخش «meta» به معنای برتر و «verse» که از کلمه «universe» به معنای جهان گرفته شده تشکیل شده است. بنابراین، متاورس را می‌توان فراجهان یا جهان برتر معنا کرد؛ فناوری‌ای که ما را از محدودیت‌های جهان حاضر فراتر می‌برد. اما متاورس دقیقاً چیست؟ متاورس بستری است که قرار است دنیای فیزیکی را در فضای وب شبیه‌سازی کند. فرض کنید شما در یکی از شهرستان‌های استان فارس، مثل داراب، زندگی می‌کنید و قرار است در تهران یک نمایشگاه یا یک کنسرت یا یک همایش مهم و مورد علاقه شما برگزار شود، ولی از آنجا که محل زندگی شما با محل برگزاری رویداد فاصله زیادی دارد، از شرکت در آن رویداد مهم محروم می‌شوید. ولی با کمک متاورس و با استفاده از عینک «وی آر» می‌توانید در آن رویداد شرکت کنید و با افرادی که در آن رویداد به‌صورت متاورسی حضور دارند، ارتباط برقرار کنید و از امکاناتی که در آن رویداد فراهم شده بهره‌مند شوید. یا اگر قرار است یک کوله ورزشی بخرید، می‌توانید وارد یک مغازه لوازم ورزشی در هر جای دنیا شوید و انواع کوله‌ها را به صورت سه‌بعدی و شبیه‌سازی شده ببینید و ابعاد و طرح‌های آن‌ها را بررسی کنید و اگر خوشتان آمد آن را بخرید. یا اگر عاشق بازیگری هستید، می‌توانید در کلاس‌های آموزشی فلان استاد معروف شرکت کنید و از تجربه‌ها و مهارت‌هایش بهره ببرید؛ هر چند فرسنگ‌ها با او فاصله داشته باشید. همه این کارها را می‌توانید در حالی که زیر باد کولر روی تختتان دراز کشیده‌اید انجام دهید. علاوه بر آن، می‌توانید دوره‌های مهارت‌آموزی

متعددی را از قبیل جوشکاری و آشپزی تجربه کنید یا تمرین‌های یوگای خود را در دل طبیعتی بکر برگزار کنید.

برای بهره‌مندی از امکانات فوق‌العاده متاورس باید از دو عنصر مهم این دنیا یعنی واقعیت افزوده و واقعیت مجازی استفاده کنیم. واقعیت افزوده چیزی شبیه به رابط کاربری سیری^۳ در گوشی‌های آیفون یا لباس آهنی **تونی استارک** در فیلم مرد آهنی است. مثال پیش‌پاافتاده‌تر آن نیز برنامه گوگل ارث است. واقعیت افزوده یعنی علاوه بر دنیای واقعی، به یک مجموعه اطلاعات هم دسترسی پیدا کنید. فناوری مهم دیگر واقعیت مجازی است. برای استفاده از این فناوری عینک مخصوصی را به چشم می‌زنیم و وارد دنیایی کاملاً برنامه‌ریزی شده می‌شویم. مثلاً در جلسات کاری یا جشن عروسی شرکت می‌کنیم. قطعاً مشخص است فیزیک و بدن ما از این طریق وارد دنیای متاورس نمی‌شود، بلکه این عینک‌ها تنها نمایی ۳۶۰ درجه از محیط شبیه‌سازی شده را به ما نمایش می‌دهند؛ شبیه آنچه در شهر بازی‌ها وجود دارد.

در سال‌های نه‌چندان دور، متاورس همانند فضای مجازی و رسانه‌های جمعی، بخشی جدانشدنی از زندگی ما انسان‌ها خواهد بود. همان‌طور که ما امروز بخش زیادی از فعالیت‌های روزمره خود از قبیل تفریح، آموزش و خرید و فروش را در فضای مجازی انجام می‌دهیم، در آینده‌ای نه‌چندان دور مجبور خواهیم بود همین فعالیت‌ها را در متاورس انجام بدهیم. البته سرعت رشد و توسعه متاورس بسیار بیشتر از سرعت رشد و توسعه فضای مجازی خواهد بود. یعنی اگر فضای مجازی و رسانه‌های جمعی در مدت ۱۰ تا ۱۵ سال به تکامل امروزی خود رسیده‌اند، متاورس در مدت سه سال به چنین جایگاهی خواهد رسید و سرعت رشد بالایی دارد. بنابراین، از همین الان خودتان را برای زندگی در آینده آماده کنید. اصلاً شاید شماره بعدی مجله را در دنیای متاورس با هم مرور کنیم!

پی‌نوشت‌ها

1. VR
2. metaverse
3. Siri



محصولات تولیدی هنرستان دخترانه عفاف
شهر قزوین- ناحیه دو



× عکاس هنرستانی ×

مریم عسگری

هنرستان: مطهره

نام شهر: اراک (استان مرکزی)

نام هنر آموز: محبوبه صلاحی

