کارگاه زندگی

توقف زندگی در مقایسه خود با دیگران

این ضرب‌المثل قدیمی خوب می‌گوید که «باطن زندگی خود را با ظاهر زندگی دیگران مقایسه نکن». به همین دلیل است که روان‌شناسان می‌گویند تمرکز خود را نباید روی نداشته‌ها گذاشت و خود را نباید با دیگران مقایسه کرد.

موضوع این است که مقایسه زندگی خود با دیگران، حسادت را در پی دارد. با مقایسه کردن است که افراد به این نتیجه می‌رسند که از زندگی دلخواه‌شان، فرسنگ‌ها فاصله دارند. باید نگاه‌ها را شست و به جای مشاهده دوردست‌ها بر نقطه‌ای نزدیک‌تر متمرکز شد، نقطه‌ای که زندگی در آن در جریان است.

احساسات، اندوه، خشم، ناامیدی، غم و خوشحالی در نقطه‌ای نزدیک و در لحظه جریان دارند پس تمرکز را باید متوجه همین نقطه نزدیک کرد. ذهن را باید متوجه داشته‌ها کرد، چیزهایی شبیه یک رفتار پسندیده، مهربانی‌ای که متوجه دیگران می‌شود، دوستان خوب، خانواده و داشتن شغل که مهم‌ترین داشته‌های یک فرد محسوب می‌شوند.

داشته‌هایی که می‌توان به خاطر آن شکرگزار بود. ما می‌خواهیم بگوییم تمرکز روی نیمه پرلیوان می‌تواند حسادت و احساس فقدان را از بین ببرد و در عوض تلاش برای رسیدن به رویاها و اهداف بزرگ زندگی، بهترین راهی است که می‌تواند ذهن را از مقایسه با دیگران دور کند.

گزارش

روی لبه باریک هویت

استفاده بیش از حد از فضای مجازی چه بر سر هویت و تربیت کودکان و نوجوانان می‌آورد؟

لیلی تهرانی
روزنامه‌نگار

حالا دیگر در دست اغلب کودکان و نوجوانان یک تبلت یا یک گوشی هوشمند دیده می‌شود. حالا کودکان و نوجوانان ایرانی بلدند لایک کنند، پستی را به اشتراک بگذارند یا این‌که پیام‌های صوتی و تصویری رد و بدل کنند. دنیای کودکان و نوجوانان، امروز با دنیای مجازی گره خورده است؛ دنیایی که می‌تواند هویت اجتماعی، فرهنگی، ملی و دینی آنها را تحت تاثیر قرار دهد. سوال این است جامعه ایرانی تا چه اندازه آماده است تا بخشی از کار تربیتی و هویتی فرزندان خود را در فضای مجازی به‌عهده بگیرد و از تقلیل هویتی، شخصیتی و دینی آنها جلوگیری کند؟

به اعتقاد بسیاری از کارشناسان، جامعه ایرانی از تولید محتوای مفید، فرسنگ‌ها فاصله دارد و برای این‌که از قافله عقب نیفتد باید دست به کار شود وگرنه در آینده، اتفاقات ناگواری برای نسلی که دچار از هم گسیختگی هویتی شده روی می‌دهد.

در دو سال و چند ماه گذشته کرونا مزید بر علت شد و آموزش از راه دور بسیاری از نوجوانان و کودکان را پای گوشی هوشمند و فضای مجازی نشاند. حالا بسیاری از افراد کم سن و سال، زمان زیادی را در فضای مجازی می‌گذرانند و خوراک فرهنگی خود را از این فضا می‌گیرند و جهان‌بینی خویش را بر پایه فیلم‌ها، تصاویر و اطلاعات درست و غلط آن پایه‌گذاری می‌کنند.

آمارها چه می‌گوید؟

هویت تعریف مشخصی دارد و شامل نگرش‌ها، روحیات و هر آن چیزی است که فرد را از دیگران جدا می‌کند. ابعاد فرهنگی، اجتماعی، دینی و ملی نیز ابعاد متنوع آن هستند که مجموع آنها هویت شخص را می‌سازد. دوران کودکی و نوجوانی زمانی است که هویت افراد شکل می‌گیرد. به همین دلیل خوراکی که او ارتزاق می‌کند، اهمیت دارد.

در تحقیقی که در شهر تهران و در جامعه آماری ۱۵ساله‌ها انجام شده، نشان می‌دهد ۲۹/۷، ۴۳/۳ و ۲۷ درصد به ترتیب دارای میزان مشارکت پایین، میزان مشارکت متوسط و میزان مشارکت بالا در فضای مجازی هستند. نکته مهم اما در تحقیق این است که به ازای هر واحد کاهش در مدت استفاده کاربران از اینترنت ۲۷ درصد به میزان هویت دینی و سنتی آنها اضافه می‌شود.

این تحقیق نشان می‌دهد بین مدت استفاده از اینترنت و هویت دینی- سنتی رابطه معکوس وجود دارد. در تحقیق دیگری که به پیامدهای نسبی‌گرایی و مصرف‌گرایی در استفاده از اینترنت و تاثیر آن بر هویت دینی پرداخته نیز آمده است که با افزایش نسبی‌گرایی و مصرف‌گرایی در استفاده از اینترنت، میزان هویت دینی کاهش می‌یابد.

خلأهای بحرانی

بحث بر سر نسل آینده‌ساز کشور است؛ نسلی که با استفاده بیش از اندازه از فضای مجازی «خودی» می‌سازد که تناسب فرهنگی، اجتماعی، ملی و اسلامی با جامعه ایرانی ندارد. اتفاقا از نظر معصومه ظهیری، استاد حوزه و دانشگاه و معاون پیشین فرهنگی تبلیغی حوزه‌های علمیه خواهران، مهم‌ترین چالش هویتی- تربیتی که فضای مجازی برای کودکان به ارمغان می‌آورد، ایجاد فاصله بین نسل‌هاست. طبق گفته‌های این استاد حوزه و دانشگاه به جام‌جم، شکاف بین نسل‌ها هر روز عمیق‌تر می‌شود. در ضمن ضعف باورها و اعتماد به نفس مشکل دیگری است که به اعتقاد وی باعث می‌شود کودکان و نوجوانان از والدین خود دورتر شوند.

به‌جز این اما فردگرایی، لذت‌گرایی، نسبی‌گرایی، انزواگرایی و مصرف‌گرایی، همه به واسطه استفاده بی‌اندازه از فضای مجازی در شاکله اصلی کودک و نوجوان ایرانی جاگیر می‌شود. کودکی که در خاکی غنی از فرهنگ و اصالت پا به جهان گذاشته در فضای مجازی اما اخلاق خود را هم ممکن است از دست بدهد. بنابراین برای این‌که هویت فردی کودک و نوجوان دچار خدشه نشود، خانواده باید برنامه‌ریزی دقیقی داشته باشد. بهتر است والدین دست کودک را بگیرند و او را به مسجد، هیئات مذهبی، باشگاه ورزشی و جمع‌های دوستانه‌ای ببرند که مطابق سلیقه و نظر اوست. خانواده باید کودک را در جمع‌هایی حاضر کند که هویت فردی او تحت تاثیر آنها شکل بگیرد نه با بی‌برنامگی و خوراک ناخواسته‌ای که در فضای مجازی وجود دارد.

درنگ

فضای مجازی و هویت خودخواسته

نمی‌توان حکم نهایی صادر کرد که هیچ کودکی نباید از فضای مجازی استفاده نکند با این پیش فرض که ممکن است هویتش از هم گسسته شود. در دنیای امروز، اطلاعات دست به دست می‌شود و عجیب نیست که کودک و نوجوان چه در مدرسه و چه در هر فضای دیگری، اطلاعات را به دست بیاورد. به همین دلیل است که ظهیری تاکید می‌کند والدین و خانواده باید فرزند خود را آماده ورود به فضای مجازی کنند. او در گفت‌وگو با جام‌جم تاکید می‌کند با آموزش و برنامه‌ریزی باید به کودک یاد داد چطور به عنوان یک کاربر در فضای مجازی حضور داشته باشد و با انتخاب خود و با آموزشی که خانواده به او داده است، از اطلاعات به صورت انتخابی استفاده کند. در واقع خانواده باید به فرزند خود مهارت نه گفتن و استفاده درست از اطلاعات در فضای مجازی را بیاموزد. به جز خانواده اما جامعه هم نقش مهمی در شکل‌گیری هویت افراد دارد. پس جامعه هم باید دست به کار شود و مسوولیت خود را ایفا کند. خوراک اسلامی و ملی در فضای مجازی باید در خور مخاطب کودک و نوجوان ایرانی تولید شود. به همین دلیل است که ارگان‌ها، وزارت آموزش و پرورش، سازمان‌ها و حتی افراد باید در حوزه آموزش ورود و تولید محتوا کنند. این استاد حوزه و دانشگاه تاکید می‌کند باید محتوای مناسب و مطابق با فرهنگ دینی و اجتماعی جامعه ایرانی تولید شود؛ محتوایی که جذاب است و از تصاویر، صدا، قلم و فضاسازی درست و پرکششی بهره برده. او معتقد است باید از نخبه‌ها برای تولید محتوای مناسب کودکان و نوجوان استفاده کرد. مهم‌تر اما این است که برای تولید محتوا باید هزینه کرد. این‌طور نیست که محتوایی با هزینه اندک بتواند مخاطب را جذب کند. چراکه بسیاری از متجاوزان به هویت ملی- اسلامی در فضای مجازی با هزینه‌های سنگین محتوایی تولید می‌کنند که اتفاقا برای کودک و نوجوان ایرانی جذاب است اما در اصل، هویت دینی و ملی را از او دور می‌کند.

یادداشت

خود ایمنی در فضای مجازی

علیرضا چابکرو
پژوهشگر فضای مجازی

وقتی قرار است درباره فضای مجازی صحبت کنیم، مدام روی سخن‌مان به آینده‌ای است که خواهد آمد؛ چنان‌که ما مدام از آینده کودکان و نوجوانانی حرف می‌زنیم که در دنیای مجازی غرق شده‌اند، آنقدر که هویت‌شان می‌تواند دستخوش تغییراتی جبران‌ناپذیر شود.

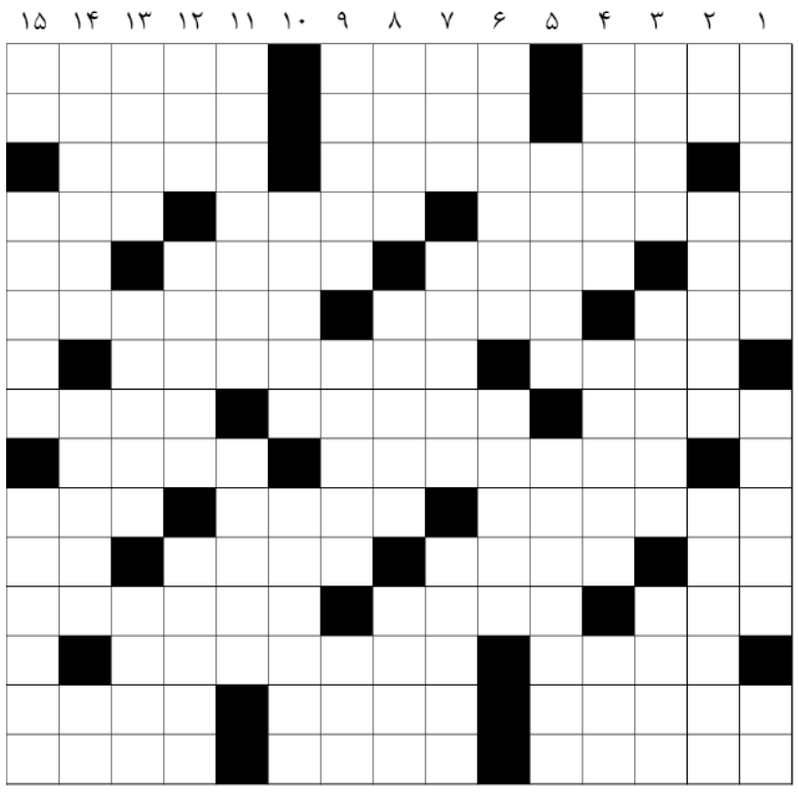
بدیهی است یکی از پیامدهایی که دنیای بزرگ و اغواگر فضای مجازی با خودش به همراه دارد، تغییرات عمیقی است که در ذات، نیازها و سبک زندگی کودکان، نوجوانان و حتی جوانان ایجاد می‌کند. در این فضا، ساختارهای گذشته دچار چالش‌هایی جدی می‌شود و این پیام را به مخاطبش می‌رساند که هیچ چیز قرار نیست مثل سابق باشد؛ از آموزش و پرورش تا بازی‌ها، از هویت و فرهنگ تا دین، از کار و خدمات تا ارزش‌ها و باورها. در واقع هر آن چیزی که با آن سر و کار داریم دچار تغییرات اساسی می‌شود که در هویت مخاطبان کم‌سن و سال هم نفوذ خواهد کرد.

در چنین شرایطی چه باید کرد؟ بر کسی پوشیده نیست که در حال حاضر، فضای مجازی یک انتخاب نیست بلکه یک اجبار است که به کل جامعه بشری تحمیل شده است و در قشر کودک و نوجوان نمود بیشتری دارد. بنابراین نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که با مانع‌تراشی، محدودیت یا زور و اجبار، اثرات آن را کم کنیم؛ چرا که این تغییرات آنقدر در زندگی‌هایمان رخنه کرده است که دیگر نمی‌توان مانع پیشروی‌اش شد. پس بهتر است که ما هم از آموزش به‌صورت غیرمستقیم استفاده کنیم تا بتوانیم افراد را با کوله‌باری غنی از محتوا راهی چنین فضایی کنیم. تاکید و تمرکز بر مباحث محتوایی و آموزش فضای مجازی از دوران ابتدایی تا سنین بالا، تنها و اساسی‌ترین راهکاری است که می‌تواند حافظ کودکان و نوجوانان در چنین فضایی باشد؛ اتفاقی که اگر به درستی رخ بدهد با کودکان و نوجوانانی با اعتماد به نفس، دانش‌آموخته، آگاه و هوشمند روبه‌رو می‌شویم که می‌دانند در برابر دیده‌ها و شنیده‌هایشان چطور رفتار کنند تا هویت اصیل و غنی وجودی‌شان را از دست ندهند. آن وقت است که خود مخاطب، با خودایمنی وارد این فضا می‌شود و سود و زیان خویش را به خوبی تشخیص می‌دهد.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۲۱۴

جدول عادی



افقی: ۱) تخته رنگ- پول بنگلادش- نامناسب ۲) دریاچه‌ای بزرگ در شرق دریای خزر- برنز- جانداری که از گرد هم آمدن قارچ و جلبک پدید آمده است ۳) نوعی جنگ‌افزار بسیار مرگبار- شهرستانی در استان قزوین ۴) فلزی درخشان- کم شدن- مرگ ۵) غیر از- آزادگی- مفتول- غوزه پنبه ۶) گندم آسیاب شده- مقر فرماندهی در ارتش- ناشناخته ۷) پایین شلوار- شهری در خوزستان ۸) فرعی- پیش امضا- خداحافظی ۹) عنوانی محبت‌آمیز برای مادربزرگ- انکارکننده ۱۰) حاکم و والی در دوره هخامنشی- فرشته شب اول قبر- خجستگی ۱۱) سوسن زرد- موقر- ظرف حمل مصالح ساختمانی- تخم مرغ انگلیسی ۱۲) نیش سرما- نامی دخترانه- تست ۱۳) پرنده‌ای وحشی- زبان مردم استرالیا ۱۴) زره جنگاوران قدیم- پارچه روبالشی- عقیم ۱۵) مربوط به هندسه- نوعی پارچه نفیس- قیمت نامطلوب.

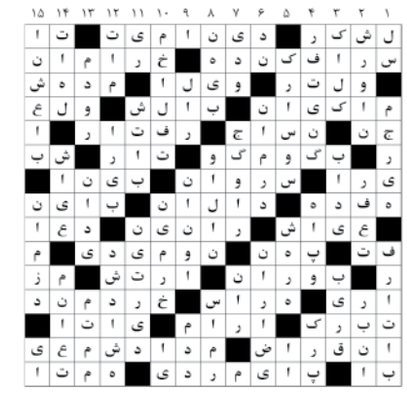
عمودی: ۱) ثابت‌قدم- خبرچین- راه میانبر! ۲) مخفف اگر- دلگیر شدن- صاحب منصب ارتشی ۳) ناگزیر- دختری که به سن ازدواج رسیده است- شهری در استان کرمان ۴) اشاره به داستان یا آیه و حدیث در شعر- از گران‌ترین خرماهای ایران- بندری در فرانسه ۵) اولین پایتخت امپراتوری عثمانی- عجز ۶) کامل بودن- شهر ایتالیایی که بر اثر آتشفشان وزوو ویران شد ۷) ضایعه دهانی- چپاول- پشیمانی ۸) کرم انگلی لوله گوارش- شهری در شهرستان فریدن- نوعی میمون ۹) بیگانگان- پیکره نمایش مدل لباس- یک دور از مسابقه والیبال ۱۰) بی‌نظم- هنگام ورود به جایی گفته می‌شود ۱۱) معادل فارسی گرافیک- اهل مرو ۱۲) رود هامبورگ- صحرا- هم‌وزن ۱۳) تنومند- مخفیانه- هوس آبستن ۱۴) شهر ساحلی مهم کانادا- آرزوی بزرگ- به دنیا آوردن ۱۵) جوی خون- همراهی کردن جنازه تا گورستان- مأمور کشیک.

جدول ویژه

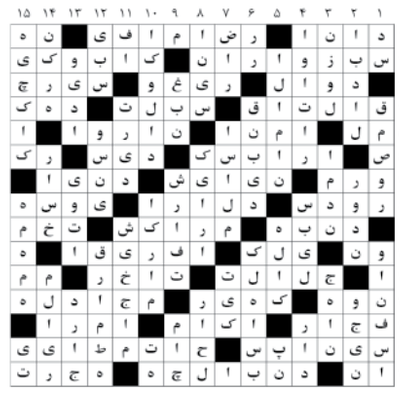
افقی: ۱) مفصل ساچمه‌ای در فرمان خودرو- توقف خودرو کنار خیابان- فیلم علمی تخیلی آلفونسو کوارون و برنده هفت جایزه اسکار ۲) روزآمد- ته نشست- کشور فلاسفه ۳) سردترین شهر جهان- موشواره کامپیوتر ۴) نوعی طلاق- میوه ترش شده و فاسد- دست نخورده ۵) موی مجعد- ستاره- یورش- دوستی ۶) پیشی گرفتن- صمغی بسیار تلخ- گوشه‌ای در آواز ابوعطا ۷) معشوق- نوعی التهاب پوستی ۸) خصم- بانمک بودن- راوی خطبه فدک ۹) کتاب مشهور ابن ندیم- جزیره ایرانی هرمزگان ۱۰) لوبیای شاخه‌ای- داستانی نوشته تورگنیف- حسرت ۱۱) رودی در فرانسه- مجلس نمایندگان روسیه- دمل چرکی- خیس ۱۲) گرمی و حرارت- آغشته به رنگ- کاهگل مالی ۱۳) از آرایه‌های ادبی- خدابیامرز ۱۴) آهنگساز اتریشی و ملقب به پدر سمفونی- شبیه- آحاد ۱۵) بخشندگی- زمان آغازین- پول قزاقستان.

عمودی: ۱) بلندترین قله گیلان- آنچه به صورت اختصاصی در اختیار قرار گیرد- نفوذ به یک سیستم رایانه‌ای ۲) تصرف در مالی- نوعی آبگوشت- پکش ۳) جلاد استالین- سرشیر- کرم کدو ۴) شهرستانی در سیستان و بلوچستان- پایه دیوار- ابوالبشر ۵) میان‌تهی- لامپ مهتابی ۶) قرارداد سیاسی- از صفات خداوند ۷) از افعال ربطی- شاعر فرانسوی گل‌های رنج- نوعی التهاب پوستی ۸) چند رئیس- نویسنده هلندی کتاب ستایش جنون- سردار ۹) جلال و شکوه- درونه- ناپاکی ۱۰) شهر تمرهندی- سرافرازی ۱۱) پدر انقلاب صنعتی در اروپا- بنفش کمرنگ ۱۲) صدا- سانسور- راهنمایی کردن ۱۳) گناهان- شیره خشکیده گون- به رنگ دود ۱۴) از اسباب توزین- فنا- تخم مرغ انگلیسی ۱۵) نفس خسته- رادار- موکت.

حل جدول عادی ۶۲۱۳



حل جدول ویژه ۶۲۱۳



نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شرکت عمران آب و خدمات منطقه آزاد کیش

تعمیر، نگهداری و راهبری از تاسیسات و فرآیندهای کلیه تصفیه خانه‌ها ایستگاه‌های پمپاژ و خطوط انتقال فاضلاب تحت فشار مربوطه در سطح جزیره زیبای کیش

- **شماره مناقصه:** ن/ع/۱۴۰۱/۱۰
- **نام مناقصه‌گزار:** شرکت عمران، آب و خدمات منطقه آزاد کیش
- **نشانی مناقصه‌گزار:** **دفتر مرکزی:** جزیره کیش، میدان خلیج فارس، بلوار ایران، مجتمع اداری پارس، شرکت عمران، آب و خدمات منطقه آزاد کیش، تلفن: ۴۴۴۲۱۳۸۰-۰۷۶
- **دفتر تهران:** بزرگراه آفریقا، بالاتر از چهارراه شهید حقانی (جهان کودک)، نبش خیابان کیش، ساختمان شماره ۴۵ طبقه همکف، تلفن: ۸۸۷۸۰۷۴۷ – ۰۲۱ و ۸-۸۸۸۷۲۲۳۵-۰۲۱
- **موضوع مناقصه:** تعمیر، نگهداری و راهبری از تاسیسات و فرآیندهای کلیه تصفیه‌خانه‌ها، ایستگاه‌های پمپاژ و خطوط انتقال فاضلاب تحت فشار مربوطه در سطح جزیره زیبای کیش به شرح مندرج در اسناد به مدت ۱۲ ماه شمسی
- **مبلغ برآورد:** **۶۹/۶۵۴/۳۰۴/۶۰۵** (شصت و نه میلیارد و ششصد و پنجاه و چهار میلیون و سیصد و چهار هزار و ششصد و پنج ریال)
- **تاریخ فروش اسناد مناقصه:** از تاریخ درج آگهی نوبت دوم تا پایان وقت اداری مورخ **۱۴۰۱/۰۳/۲۳**
- **آخرین مهلت تحویل اسناد و ارائه پیشنهادها:** از تاریخ اتمام مهلت فروش اسناد تا پایان وقت اداری مورخ **۱۴۰۱/۰۴/۰۴**
- **محل فروش و تحویل پیشنهادها:** دبیرخانه دفتر مرکزی و دفتر تهران مناقصه‌گزار
- **تاریخ و محل گشایش پیشنهادها (پاکات «الف» و «ب» و «ج»):** ساعت **۱۶** مورخ **۱۴۰۱/۰۴/۰۶** در دفتر مرکزی مناقصه‌گزار

تبصره: حضور نماینده تام الاختیار پیشنهاددهندگان در جلسه بازگشایی پاکات «ج» در صورت ارائه معرفی‌نامه معتبر کتبی، مجاز می‌باشد.

- **مبلغ خرید اسناد مناقصه:** **۳/۰۰۰/۰۰۰** (سه میلیون ریال) ریال که می‌بایست به روش ذیل ارائه شود:
- رسید واریز نقدی به حساب شماره **۴۱۱۰۴۳۷۷۷۸۸۹۹۹۱** نزد بانک سپه شعبه بازار ونوس جزیره کیش
- **مبلغ و نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار:** ۳/۴۸۲/۷۱۵/۲۳۰ ریال که می‌بایست به یکی از ۳ روش ذیل ارائه شود:

۱- ارائه رسید بانکی واریز نقدی به شماره حساب ۴۱۱۰۴۳۷۷۷۸۸۹۹۹۱ نزد بانک سپه شعبه بازار ونوس جزیره کیش
۲- ارائه چک بانکی تضمینی در وجه مناقصه‌گزار
۳- ارائه ضمانتنامه بانکی بدون هرگونه قید و شرط به نام شرکت عمران، آب و خدمات منطقه آزاد کیش مطابق اسناد مناقصه

- **ترتیب دریافت اسناد مناقصه:**

شرکت کنندگان در مناقصه پس از دریافت یا خرید اسناد باید پیشنهادهای خود را به ترتیب زیر تهیه و به مناقصه‌گزار تسلیم نمایند:
۱- تهیه و تکمیل اسناد و پیشنهادها
۲- تسلیم پیشنهادها در مهلت مقرر در فراخوان
۳- دریافت رسید تحویل پیشنهادها

- **سایر شرایط مناقصه:**

شرکت کنندگان در مناقصه می‌بایست دارای هر **۳** شرط زیر باشند، درصورت عدم ارائه هریک از موارد ذیل شرکت کننده از مناقصه حذف می گردد: **۱-** دارای گواهینامه معتبر صلاحیت حداقل رتبه **۳** بهره برداری و نگهداری از تصفیه‌خانه‌های فاضلاب از وزارت نیرو باشند. **۲-** پیشنهاددهندگان می‌بایست حداقل برابر مبلغ مناقصه قراردادهای مشابه (حداکثر در **۳** قرارداد) در ۴ سال گذشته داشته باشند و مدارک و مستندات آن (شامل رونوشت قرارداد به همراه آخرین صورت وضعیت تأیید شده یا مفاصاحساب تامین اجتماعی درخصوص کارهای اتمام یافته) را ارائه نمایند. **۳-** ارائه حداقل یک رضایت‌نامه از یکی از قراردادهای ارائه شده در بند فوق الزامی است. نماینده پیشنهاددهنده می‌بایست در محدوده زمانی تاریخ فروش اسناد لغایت پایان تحویل اسناد نسبت به بازدید از محل پروژه اقدام نماید. حضور نیافتن جهت بازدید و عدم تکمیل و ارائه فرم بازدید تایید شده از سوی مناقصه گزار به منزله حذف از مناقصه خواهد بود. به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از انقضا مدت مقرر در فراخوان واصل شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های مخدوش یا کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد. هزینه درج هر ۲ نوبت آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد. پیشنهادات شرکت کنندگان حداقل تا **۳ ماه** بعد از آخرین موعد تسلیم پیشنهادها، اعتبار خواهد داشت و برای یک دوره ۳ ماهه دیگر قابل تمدید می‌باشد. سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه درج گردیده است. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن **۴۴۴۲۱۳۸۰-۰۷۶** تماس یا به سایت‌های **www.kish.ir** و **www.urban.kish.ir** مراجعه فرمایید.