info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۱۴۹۳
دوشنبه / ۱۳ آبان / ۱۳۹۸
۶ / ربیع الاول / ۱۴۴۱
04 / Dzw / 2019

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کریم بلوار تهران، خیابان فرهنگ، جنب کانون گارشناسان، رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۲۸۳۸-۳۲۵۳۴۳۳۳-۰۲۶ فکس: ۳۲۵۵۳۸۳۸
فکس اینترنتی پیام آشنا: ۰۲۱-۸۹۷۸۶۷۳۹
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۴۲/۴۶
چاپ: کارگر

کافه پیام

برای انعکاس نظرات و گلایه ها و پیشنهادات خود درباره مسائل البرز با پیام آشنا تماس بگیرید

۳۲۵۵۳۸۳۸
۳۲۵۴۱۴۹۵
۰۹۰۱۴۰۴۸۳۳۳

با شعرای کرج

یاد تو

یاد تو می کند
در سرداب اندیشه
دل به خاک نشسته ام
یالا می روم
از پله ی نیاز
ترا می بینم
از پشت دیوار خیال
آن سوی غرور
نشسته بر نیمکت افتاده
زیر تکدرخت دروغ
ورق ورق کنده ام
فرهنگ لغات خاطراتم را
به دنبال واژه ی بی رحمی

بهروز قاسمی (رها)

خبرچه

خاطرات ۶۰ سال روزنامه‌نگاری بلوری منتشر می‌شود

محمد بلوری، روزنامه‌نگار پیشکسوت حوادث، خاطرات ۶۳ سال کار خود در مطبوعات را با عنوان «خاطرات شش دهه روزنامه‌نگاری» منتشر می‌کند.

به گزارش پیام آشنا، محمد بلوری، روزنامه‌نگار پیشکسوت که از او با عنوان پدر حادثه‌نویسی یاد می‌شود، حافظه زنده رویدادهای ۶ دهه اخیر است.

بلوری از انتشار کتاب خاطراتش تا ۱۰ روز دیگر در کتابفروشی‌ها خبر داده است. وقایع این کتاب، خاطرات بلوری از سال ۱۳۳۴ و زمانی که به روزنامه کیهان وارد شده تا امروز است.

کتاب خاطرات ۶ دهه روزنامه‌نگاری توسط نشر نی و به اهتمام سعید آزاد کار، منتشر شده است. این کتاب، رامی تواند به نوعی بررسی مطبوعات ایران از دهه ۳۰ تا دهه ۹۰ به شمار آورد.

بلوری هنوز هم به روزنامه‌نگاری مشغول است. او در جایی گفته بود که در توجوانی از بو کردن روزنامه‌های تازه چاپ‌شده لذت می‌برد و رویای نوشتن در سر می‌پروراند و توسط یکی از استادانش در مدرسه دارالفنون به روزنامه کیهان معرفی شد.

به گفته بلوری، یک خبرنگار حوادث باید یک شخصیت ثانویه هم داشته باشد؛ کسی که بتواند قتل‌ها و جنایت‌ها را رویایت کند. محمد بلوری پیش از این کتاب‌های دیگری چون تاکسی سرویسی برای قاتل، خاطرات خبرنگار جنایی، وقتی کولی‌ها کوچ می‌کنند، شقایق‌های تنهایی و شب گناه را منتشر کرده است.

گرتا تونبرگ با لئوناردو دی کاپریو دیدار می کند

لئوناردو دی کاپریو در دیداری با گرتا تونبرگ، دختر نوجوان کنشگر محیط زیستی در کالیفرنیا او را «هیرو دوران ما» خواند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از همشهری، گرتا تونبرگ که در حال سفر کردن به شهرهای گوناگون آمریکای شمالی برای آگاهی افکار عمومی درباره بحران اقلیمی است، به کالیفرنیا رسیده و با لئوناردو دی کاپریو، هنرپیشه مشهور هالیوودی که به خاطر فعالیت‌های محیط زیستی‌اش شناخته شده است، دیدار کرده است.

بازیگر ۴۴ ساله برنده جایزه اسکار روز جمعه ۱۰ آبان در پستی روی اینستاگرام دو عکس از دیدارش با این دختر ۱۶ ساله سوئدی منتشر کرد. دی کاپریو در این پست نوشت: «گرتا تونبرگ به رهبر دوران ما بدل شده است.»

دی کاپریو درباره تونبرگ از هنگام ورودش به آمریکا و پس از سخنرانی جنجالی در مجمع عمومی سازمان ملل در نیویورک توجه عمومی را به خود جلب کرده است. «امیدوارم پیام گرتا مدخل بیداریاشی برای رهبران جهان در هر جایی باشد که زمانی برای بی عملی باقی نمانده است. من به خاطر گرتا و سایر کنشگران جوان در هر جای جهان است که به آینده امیدوارم.»

گرچه این عکس‌ها اظهارنظرهای منفی روی اینستاگرام دریافت کردند، اما کاربران واکنش‌های مثبتی هم به این عکس‌ها نشان دادند و از جمله آن دور «تیم رویایی» و «یک جفت قرشته روی زمین» نامیدند.

از تمام خوانندگان پیام آشنا می خواهیم، یکی از مهم ترین مشکلاتی که در محله ی زندگی خود با آن دست به گریبان هستید برایمان پیامک کنید تا در ستون «پیامک های وارده» با نام تان-در صورت تمایل- منتشر شود.

SMS
۳۰۰۰۴۸۰۲۶۰۲۶۰

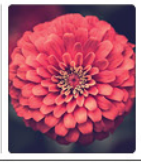
خوانش

امروز با حافظ

حلقه زلفش تماشاخانه باد صباست
جان صد صاحب دل آن جا بسته یک مو ببین
عابدان آفتاب از دلبر ما غافلند
ای ملامتگو خدا را رو مبین آن رو ببین

از شعر و استعاره و تشبیه برتری
با هیچکس به جز تو
نستجیده‌ام تو را

فیصر امین پور



اذان

اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۴:۵۳	۰۶:۱۸	۱۱:۵۲	۱۷:۲۵	۱۷:۴۲

برگه

وضع و حال مردمان تنگ فکر به وضع و حال بطری های تنگ دهان می ماند: هرچه کمتر در خود دارند، با سر و صدای بیشتری آن را به خارج پرتاب می کنند.

الکساندر پوپ

دیدگاه

به بهانه یکم نوامبر روز جهانی نویسنده

نویسندگی در جامعه جرات می خواهد!

رامین جهان پور

یکم نوامبر در تقویم بین المللی دنیا، روز جهانی نویسنده اعلام شده وما در شرایطی با این اتفاق فرهنگی مواجه ایم که حرفه "نویسندگی" در جامعه و کشور ما شرایط بسیار بحرانی و نا مطلوبی را مـی گذراند.ازیکطرف رکود بازار کالاهای فرهنگی از جمله نشریات و کتاب ها و ازطرفی دیگر گرانی کاغذ وحل نشدن این معضل باعث شده که جامعه نویسندگی ما یکی از سخت ترین دوران حیاتش را طی کند. نویسنده: نویسنده است چه برای رادیو بنویسد چه برای تلویزیون چه برای نشریات بنویسد و چه برای انتشارات.دستمزد پایین نویسـنده ها در کشـورکه از هیچ قانون وچارچوبی برخوردارنیست نیز به این معضل دامن زده اسـت اما با این حال هسـتند نویسندگانی که مسـتقیما با یک سری از نهادها وارگان هـای دولتی همکاری دارند وکارهای سفارشی یا دستمزدهای مطلوبی از آنها تحویل می گیرندو وضعیتشان بهتر از مابقی است.

این گروه از نویسـندگان چون طبیعتا جز اقلیت هستند در بحث اصلی ما جایی ندارند اما روی سخنم با اکثریت نویسندگانی است که در جامعه حموتشان را با سیلی سرخ نگه داشته اند و اکثریت آنها چون حرفه دیگری بلد نیسـتند وهم اینکه عمر و زندگی لشان را دراین راه گذاشـته اند به هزارویک دلیل مجبورند به کارشان ادامه بدهند و مصداق این جمله را که عاشـق کارشان هسـتند به کار می گیرند.

یکی از مشکلات اساسی نویسندگان این است که در جامعه موجود تسـخر قرار گیرد، پس با همین الان و همین جا بـا هم دعوا کنیم، یا با هم دست بدهیم و یا هم دوست باشیم» روی دسـتش را فرار کرد. زست پسر قلدر نشان می داد که غاتلگیر شده است و آنها با هم دوست شدند. در قلب این مذاکره مختصر قدرت شگفتی آفرینی نهفته است. درحواست ملاقات تنها با جرات دعوا کردن، امکان دوست داشتن و دستی که فرار شده است. همه آنها غیرمنتظرباند. نتیجه چیست؟ یک گشـایش میان دو دشمن. در بیشتر مقالاتی که درباره مذاکره نگاشته شده است، شگفتی آفرینی به عنوان یک تاکتیک متفی در نظر گرفته شده اسـت. مثلا با اضافه کردن شرکای جدید، تغییر ضرب‌الاجل ها، پس گرفتن قول، یا دادن اولتیماتوم می‌توانید طرف مقابـل را از میدان به در کنید و باعث شـوید آنها تصمیمات ضعیف اتخاذ کنند. شـگفتی آفرینی منفی می‌تواند واقعا موثر باشد. اما مذاکره‌کنندگان می‌توانند از شـگفتی آفرینی در جهت مثبت استفاده کنند. برای دادن سیگنال همکاری، ایجاد خطاتیست از بین بردن الگوهای منفی و ایجاد حسـن شهرت. برای آنکه بتوان از شگفتی آفرینی به طور سازنده استفاده کرد، باید ابتدابفهمیم شگفتی آفرینی واقعا چیست.

هر چند شـگفتی آفرینی زودگذر اسـت، اما از لحاظ شـناختی پیچیده نیز هسـت. در کتاب شـگفتی آفرینی که یکی از همکاران ما (تانیا) به همراه دکتر لی آن رنینگر در نگارش آن همکاری داشت،به این نکته اشاره کردیم که شگفتی آفرینی تنها یک حالت واحد نیسـت بلکه مجموعه‌ای از حالت‌هاسـت. ما به آن توالی شـگفتی آفرینی می گوییم، انجماد، بیـدا کردن، تغییر جهت، به اشتراک گذاشتن، وقتی واقعه غیرمنتظره‌ای اتفاق می‌افتـد، ما در حالت انجماد قرار می گیریم. یک موج الکتریکی مغزی همه فرآیندهای شناختی دیگر را به حالت سکون قرو می‌برد و ما را مجبور می‌کند روی همان مسـاله تمرکز کنیم در مرحله بعد، مغز ما سـعی می‌کند یک توضیح برای آن اتفاق پیدا کند. زمانـی که نتیجه‌گیری حاصل می‌شـود یک تغییر جهت احساسی و شناختی را تجربـه می‌کنیم. همچنین دیدگاه خود را نیز تغییر می‌دهیم (مثلا: من به X فکر می‌کردم، اما حالا متوجه Y شدم) و طبق نظر دانشمند علوم اعصاب ولفرام شولتز، شگفتی می‌تواند احساسات را تا حدود ۴۰۰ درصد تشدید کند. سرانجام، برای آنکه واقعه غیرمنتظره‌ای که با آن مواجه شدیم معنی داشـته باشد و آسیب‌شناختی آن کاهش یابد، آن را با دیگران به اشـتراک می‌گذاریم. ما در اصطلاح روانشـناسـی بـه آن حـس کردن» می‌گوییم.

حال تصور کنید این توالی شـگفتی آفرینی چه نقشی می‌تواند در مذاکرات ایفا کند. مثلا تصور کنید بیـشنهادی دریافت می‌کنید که بسـیار پایین‌تر از سطح انتظار شماست. به عنوان مثال انتظار داشتید پیشنهاد حقوق معمول را دریافت کنید ولـی آنچه دریافـت کردهاید حتی کفاف اجاره‌خانـه را نیز نمی‌دهد. ابتدا شـما به حالت انجماد فـرو می‌روید (مثـل کامپیوتری که در حالت هنگ به سـر می‌برد)، سپس به مغز خود فشار می‌آورید تا یک توضیح برای آن پیدا کنید («چرا این واقعا من هسـتم؟»، «آیا واقعا خود آنها هسـتند که چنین پیشنهادی دادهاند؟»). سپس افکار خود را تغییر جهت می‌دهید و به این نتیجه می‌رسـید که قطعا خود آنها هسـتند. عصبانی می‌شوید (۴۰۰ درصد عصبانی‌تر از زمانی که مبلغ حقوق را دانستید) سپس یک شکایت جنجالی از سطح دسـتمزدهای آن شرکت تهیه می‌کنید و در وبسـایت‌های مربوط به اشتراک می‌گذارید. از طرف دیگر شـگفت‌زده شدن در جهت مثبت می‌تواند مثل یک چک پاداش امضا شـده باشد و می‌تواند این احسـاس را در شما ایجاد کند که بهترین پیشنهاد دنیا را دریافت کردهاید (چه واقعا دریافت کرده باشید و چه نه).

با توجه به اینکه می‌دانیم شگفت‌زده شدن تا چه حد می‌تواند بی‌ثبات‌کننده باشد، بهتر اسـت قرض را بر این بگذاریم که این شگفت‌زدگی می‌تواند به ما ضربه بزند. هرچند داشتن برنامه قبل از مذاکره بسیار ارزشمند است، با این حال غیرممکن است که برای هر نتیجه‌ای آمادگی داشـته باشیم. اما اینکه انتظار آنچه انتظار نمی‌رود را داشته باشیم می‌تواند اثر بی‌ثبات‌کننده شـگفت‌زده شدن را کاهش دهد و حتی باعث شود ما از این موقعیت به نفع خود استفاده کنیم. مهارت‌های زیر به طور اخص موثرترین تکنیک‌ها برای مذاکره‌کنندگان هستند تا از قدرت شگفت‌زدگی مثبت بهره‌مند شوید.

۱-مرحله «Q»، پرسشگری

آن‌طـور کـه مـا در تحقیقـات خـود در Life Labe Learning متوجـه شـدیم، بهترین مذاکره‌کننـدگان، وقتی اتفـاق غیرمنتظره‌ای رخ می‌دهـد متوجـه آن می‌شـوند و در حالت شـگفت‌زدگی باقی می‌مانند. آنها به خود اجازه نمی‌دهند وارد حالت نتیجه‌گیری (تغییر جهت) بشـوند، بلکه قضاوت را به تعویق می‌اندازند و جای آن وارد حالت پرسـشـگری می‌شوند. ما به این حالت مرحلـه «Q» می‌گوییم. تحقیقاتی که توسـط گـروه Huthwaite انجام شـده نشان می‌دهد که مذاکره‌کنندگان خبره دو برابر مذاکره‌کنندگان دیگر سوال می‌پرسند. آنها تقریبا ۲۱/۳ درصـد از ارتباطات خود را صرف اطمینان این مسـاله می‌کنند که سوالات درست پرسیده‌اند و در زمانـی که بی‌ثباتی افزایش می‌یابد آنها نیز سوالات بیشتری می‌پرسند.

تحقیقـات مـا در موسـسه Life Labe Learning نیز الگوی مشابهی را نشان داد. در یک مورد یکی از مدیرانی که با او کار می‌کردیم با یک گفت‌وگوی سخت با یکی از کارمندان مواجه شد که به‌طور غیرمنتظره‌ای درخواست افزایش حقوق کرده و گفته بود «من برای مدت طولانی کم‌ارزش انگاشته شـده‌ام» در این حالت پاسخ معمول یک «مدیر متوسط» عبارتی از این دست بود: «بیشتر از این دمسنرد در بودجه تعریف نشده اسـت». یا «حقوق شما بسیار منصفانه اسـت». اما این مدیـر دوار مرحله Q شـد: «آیا ممکن اسـت آنچه در ذهن شمـاسـت را با من در میان بگذارید؟ با ارزش انگاشـته شدن از نظر شما چه معنایی دارد؟» در نتیجه این گفتوگو مشخص شد نیاز واقعی آن کارمند چیست: اینکه به عنوان یک عضو مهم دیده شـود. سپس آنها نتوانستند با هم مذاکره کنند و برای دیدهشـدن بیشتر آن کارمند به نتایجی برسند. در نتیجه هم در بودجه صرفه‌جویی شد و هم یکی از اعضای مهم تیم در شرکت باقی ماند. قبل از مذاکره، طی آن و حتی بعد از آن، از خود کنجکاوی نشان دهید. بگویید «می‌خواهم بدانم چه چیز آنها را به این اندیشـه رسـانده اسـت.» بعد مرحله Q شروع می‌شود. مطمئن شوید اولین قدمی که برمی‌دارید، پرسش حداقل یک سوال باشد.

۲-بگویید «بله اگر»

یکی از اصول کلاسـیک بدامه عبارت «بله، و» است. چگونه می‌توانید یک صحنه نوشته نشده را پویا و جذاب نگه دارید؟ به هر پیشـنهادی که طرف مقابل می‌دهـد بگویید «بله» بعد بگویید «و» سپس ایده خود را در آن صحنه مطرح کنید. مثلا اگر طرف مقابل شـما روی صحنه می‌گوید «ما روی ماه هستیم» شما می‌گویید «بله، و این ماه از پنیر خامه‌ای سـاخته شده است.» هرچه بازیگـران صحنه ایده‌های بیشـتری از یکدیگر بسـازند، کل اجرا شـگفت‌انگیزتر و لذتبخش‌تر خواهد بود. همانطور که این اصل در بدامه‌گویی وجود دارد، یک پیشنهاد غیرمنتظره طی مذاکره می‌تواند در مقایسه با مشارکت انفرادی اعضا، نتایج بهتر و خلاقانه‌تری در بردانشته باشد. البته هنوز هم بسیاری از ما شگفتی آفرینی را در نطفه خفه می‌کنیم چرا که فکر می‌کنیم برنامه‌های ما را مورد تهدید قرار می‌دهد. عبارت «بله، و» در یک مذاکره رقابتی چندان واقع‌بینانه نیسـت. لذا «بله اگر» می‌تواند یک سناریوی «برد- برد» را رقم بزند. به عنوان مثال:

- «من می‌خواهم کمتر از قیمتی که درخواست شده برای این خانه پرداخت کنم» «بله، اگر آنالیز را خودتان جلیه جا کنید»
- «من ۱۰ درصد افزایش حقوق می‌خواهم» «بله اگر بتوانی هزینه‌ها را ۱۰ درصد کاهش دهی.»
- «مـن حق امتیـاز بالاتـری روی این کتاب می‌خواهم» «بله، اگر ۱۰۰۰ نسخه بفروشی.»
- «من می‌خواهم در یک شـهر دیگر کار کنم» «بله اگر با حقوق پایین‌تر مشکلی نداشته باشی.» یا «بله اگر بتوانی مشتری جدید در این شهر پیدا کنی.»

۳-مهندسی شگفتی آفرینی

علاوه بر مدیریت درست شگفتی آفرینی، می‌توانیم طوری تعامل ایجاد کنیم که به همکاری و خلاقیت منجر شود. به عنوان مثال، تصور کنید اگر به جای شـروع یک مذاکره رسمی، اینگونه شروع کنید: «ببیـن، من کمی نگران هسـتم اما می‌خواهم این مذاکره برای هر دو نفرمان خوب پیش برود. می‌توانیم توافق کنیم که مذاکره تا زمانی که هر دو راضی نباشیم به پایان نرسد؟» چنین حرکت مثبت و غیرمنتظـره‌ای می‌تواند ما را به مرحله رضایتمندی بیشـتر در فرآیند و نتیجه مذاکره ببرد. به عنوان مثال روی باید با یکی از همسـایگان خود که از صدای پیانویی که از آپارتمان او می‌آمد عصبانی بود، مذاکره می‌کرد. وقتی همسـایه وارد خانه او شد، او برای رویه‌رو شدن آماده بود. اما به جای تقابل، روی از او خواست بگوید موسیقیدان مورد علاقه او کیسـت. همسایه با کمی تعجب و احتیاط گفت «شوپن» بعد چه اتفاقی افتاد؟ روی و او خواندهاش را برای یک اجرای خصوصی شوپن (که توسط همسرش نواخته شد) دعوت کرد. این دعوت مسیر مذاکره را تغییر داده و محیط بسیار صمیمی‌تری را رقم زد.

یک مثال غیرمتعارف دیگر مربوط به یک ناظر ابار بود که با او مصاحبه کردیم و روشش آنقدر موثر بود که حتی بعد از آنکه شرکت را ترک کرد نیز ادامه یافت. هر وقت تیم او به یک نقطه بحرانی در تضاد یا مذاکره می‌رسیدند، آلبوم مورد علاقه‌اش از اوپـس را با صدای بلند اجرا می‌کرد و همه را وادار به «مهنویی» می‌کرد. این تنفس فاغلگیرکننده جو متشنج را از محیط دور می‌کرد و اراده افراد را برای همکاری افزایش می‌داد. به‌رغم تردیدی که در ابتدا وجود داشت، کارمندان او بر سر اینکه چه کسی آهنگ مورد علاقه‌اش را بخواند با هم رقابت می‌کردند. فاغلگیری در هر سطحی می‌تواند تاثیر سریعی روی حالات روحی، فرآیند نتیجه مذاکره و همچنین رابطه میان طرفین داشته باشد. در اینجا لیستی از فاغلگیری تهیه کردهایم که می‌تواند از آنها برای ایجاد چرخه امن اعتماد، حل خلاقانه‌تر مشکلات و همکاری بیشتر بهره ببرید:

- استفاده از ضمیرهای «من» و «ما»
- پیشنهاد افزایش ضرب‌الاجل
- اصرار روی ایده‌های مشترک
- تحسین در جمع
- استفاده از طنز درباره خود
- خود را آسیب‌پذیر نشان دادن
- دعوت به یک ناهار
- دعوت به یک دیدار برخی خلاقگیری‌های نامطلوب در پروژه‌ها که می‌تواند بـه چرخه بی‌اعتمادی، دشمنی، جبهه‌گیری و بن‌بست بیندیشد.
- توهین کردن
- طرح مقابل را مورد نقد قرار دادن
- کم کردن انتظارهای روی میز
- استفاده از ضمیر «شما»
- کوتاه کردن ضرب‌الاجل
- استفاده از افق جلسه نامناسب
- دیر سر قرار آمدن
- سرزنش طرف مقابل در مقابل جمع
- طعنه و کنایه زدن

غیرمنتظـره بودن در مذاکرات باید همیشـه با برنامه‌ریزی باشد. بهترین مذاکره‌کنندگان همیشه می‌دانند که چگونه باید اثر منفی را کم کنند و بر تاثیر مثبت بیفزایند. بنابراین اگر با افراد قلدر (بالاخص اگر خودتان جزو همان افراد قلدر هستید) ما شما را به این چالش دعوت می‌کنیم که یکی از ابزارهـای قوق را که در این مقاله شرح داده شـد، در مذاکره آتی خود مورد استفاده قرار دهید. شاید نتیجه شما را شگفت‌زده کند.

مترجم: رویا مرسلی

مقاله

شگفتی آفرینی؛ یک تاکتیک خوب برای مذاکره

برید جدید

سالانه ۲ میلیارد دلار ارزش اقتصادی معاملات پسماند گم می‌شود

ایسنا - نایب رئیس اتحادیه صنایع بازیافت ایران گفت: به دلیل نبود شفافیت و حضور دلالان در مدیریت پسماند، سالانه حدود دو میلیارد دلار ارزش اقتصادی حاصل از معاملات پسماند، عملا گم می‌شود و کسی ردی از آن پیدا نمی‌کند.

اشکان معمارزاده، نایب رئیس اتحادیه صنایع بازیافت ایران، از صادرات بخشی از مواد اولیه مورد نیاز صنایع بازیافت کشور خبر داد و گفت: وزارت صنعت، معدن و تجارت در این زمینه همکاری و تلاش کرده صادرات بخشی از مواد اولیه صنایع بازیافت که نیاز صنایع بازیافت کشور است را متوقف و از خام فروشی جلوگیری کند. اما این راه حل کوتاه مدت است و برای حل مشکلات مواد اولیه این صنعت کافی نیست. چراکه رشد صنعت بازیافت کشور در گروی حمایت‌های قانونی برای رقابت‌پذیری است.

به گفته وی، مواد اولیه بازیافت معمولا به اسم مواد دیگر از کشور صادر می‌شوند و در این زمینه وزارت صمت باید اعلام کند که صادرات این مواد با چه کدهایی انجام می‌شود.

نایب رییس اتحادیه صنایع بازیافت ایران در ادامه کشـورهای همسایه همچون پاکستان و مشتری‌های کلان همچون چین را از جمله مهم‌ترین خریداران مواد اولیه بازیافت از ایران عنوان کرد و گفت که به دلیل نبود شفافیت در بازار پسماند کشور، عدد دقیقی از میزان صادرات این مواد در دسترس نیست.

همچنین، به گفته معمارزاده، محاسبات نشان می‌دهد که به دلیل نبود شفافیت و حضور دلالان در مدیریت پسماند، سالانه حدود دو میلیارد دلار ارزش اقتصادی ناشی از معاملات پسماند، عملا گم می‌شود و کسی ردی از آن پیدا نمی‌کند.

وی نبود ساماندهی در زمینه مبادلات پسماند را علت دیگر مشکلات مربوط به تامین مواد اولیه صنایع بازیافت عنوان کرد و گفت: اگر دسـتاندرکاران خرید و فروش پسماند در یک سامانه مشخصی همچون بورس، شناسنامه‌دار شوند و دست دلالان از این بخش کوتاه شود، بخشی از مشکلات حل خواهد شد.

نایب رئیس اتحادیه صنایع بازیافت ایران با بیان اینکه بازار پسماند در حال حاضر در انحصار شهرداری‌هااست. تصریح کرد: چارچوب این سامانه نیز از سوی اتحادیه صنایع بازیافت در حال طراحی است و در نهایت مدیریت این سامانه باید بر عهده یک نهاد غیر دیمنی و بی‌طرف گذاشته شود.

امین صدرنژاد، دبیر اتحادیه صنایع بازیافت ایران، اسـفندماه سـال گذشته از تعطیلی برخی کارخانه‌های بازیافت به دلیل کمبود مواد اولیه و افزایش قیمت این مواد خبر داده بود و علت آن حضور مافیا در بازار پسماند عنوان شده بود.

وقتی همه دروغ می گویند جز گوگل

همشـهری آنلایـن- کتـاب «همـه دروغ می‌گویند» نوشـته سـت استیونز-دیویدویتس، کارشناس آمریکایی کلان‌داده از سوی نشر گمان منتشر شده و به بازار آمد.

مـا به یکدیگر دروغ می‌گوییم. قول‌هایی می‌دهیم که هرگز عملی نمی‌شـوند. درباره خوداحتـرامی، روابط خانوادگی، درآمد و شـغل و حتی وضعیت سلامتی‌مان دروغ می‌گوییم. آدم‌ها می‌گویند از دست هم ناراحت نیسـتند اما هسـتند. آدم‌ها ممکن اسـت به دوسـتان، خانواده، رئیس، پزشک و حتی خودشان دروغ بگویند اما محرمانه‌ترین مسائلشـان را با گوگل در میان می‌گذارند. مردم سوالاتی از گوگل می‌پرسـند که شاید هیچ جای دیگری با هیچ کس دیگری مطرح نکنند. کتاب «همه دروغ می‌گویند» به ما می‌گوید که ارزش اطلاعات گوگل نه فقط در حجم بالای آن بلکه در صداقتی است که مردم در جست‌وجوهای گوگل بروز می‌دهند. نویسنده این کتاب کارشـناس کلان‌داده (Big Data) و دانش‌آموخته رشته اقتصاد و اقتصاد از دانشگاه‌های استنفورد و هاروارد است. «همه دروغ می‌گویند» کتاب اول اوست و در مدت کمی که از انتشارش می‌گذرد، شهرت زیادی نصیب نویسندهاش کرده است. این کتاب می‌گوید ما به همه دروغ می‌گوییم به جز به گوگل. با داریان، تحلیل داده‌های جسـتجوی گوگل می‌تواند حقایقی را درباره ذهن آدمیزاد و مسائلش به ما نشان دهد. که از طریق دیگری به دست نمی‌آید.

سـت استیونز-دیویدویتس که سال‌ها در شرکت گوگل به تحلیل داده‌ها مشغول بوده اسـت، مثال‌هایی در ایـن کتاب، دارد از دانش‌آموزانـی که می‌خواهند در دبیرسـتان‌های بزرگ درس بخوانند. قهرمانانی که مسـیر موفقیتشان ناگهان منحرف می‌شـود. تاثیر سیاسـت بر آمارهای سقط جنین و پژوهشگرانی که با تحلیل داده، نور شهرها شـاخص‌های اقتصادی را تخمین می‌زنند. آنچه در این کتاب بر آن تاکید شده است، نه حجم داده بلکه صداقتی است که در آن‌ها پنهان اسـت. خواندن این کتاب برای کسـانی که به خواندن داسـتان‌های کوتاه واقعی علاقه‌مندند جذاب است. یا کسانی که معتقدند اینترنت تاثیرهای عجیب و غریبی بر زندگی ما گذاشته است.

کتاب «همه دروغ می‌گویند» در ۳۰۰ صفحه با ترجمه ریحانه عبدی، منتشر شده است. این کتاب را پیش از این نشر شفاف با ترجمه مهدی حبیب‌اللهی، هاودین ابراهیم بابردی، امیرحسین نکوئو و طناز کاوسی منتشر کرده بود.

سپیس ایکس ارائه اینترنت پهن‌باند ماهواره‌ای را از ۲۰۲۰ شروع می کند

ایسنا - شرکت خصوصی فضایی اسپیس ایکس ارائه سرویس اینترنتی پهن‌باند ماهواره‌ای را از ماهواره‌های استارلینک خودش آغاز می‌کند.

اسپیس ایکس برای ارائه اینترنت پهن‌باند ماهواره‌ای باید تا هشت راکت فالکون ۹ که ماهواره‌های کوچک استارلینک این شرکت را حمل می‌کنند، به فضا بفرستد. اسپیس ایکس قبلا در ماه سه (اردیبهشت) ۶۰ ماهواره استارلینک را با یک موشک فالکون ۹ به فضا فرستاده بود و ۶۰ ماهواره دیگر از این نوع هم ماه آینده به فضا فرستاده خواهند شد.

ایلان مامسـک مدیرعامل اسپیس‌ایکس هفته پیش برای نخسـتین بار با استفاده سیستم اینترنت ماهواره‌ای استارلینک توئیت فرستاد. مامسک در این توئیت نوشت با استفاده از یک ترمینال استارلینک در خانه‌اش به اینترنت وصل شده است. هنگامی که طرح کامل شود، مشتریان استارلینک با کسی را از شرکت اسپیس ایکس دریافت خواهند کرد و با استفاده از آن به اینترنت متصل خواهند شد.

اسپیس ایکس برای اینکه بتواند پوشش «جزئی» اینترنت پهن‌باند را ایجاد کند به دست کم ۴۰۰ ماهواره استارلینک نیاز خواهد داشت و برای پوشش «متوسط» این شمار باید به ۸۰۰ ماهواره برسد.

در طرح اولیه اسپیس ایکس شمار نهایی این مجموعه باید به ۱۲۰۰۰ ماهواره برسد. اما اخیرا این شـرکت برای فرستادن ۳۰۰۰۰ ماهواره دیگر از اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU) مجوز خواسته است.

اتحادیه بین‌المللی مخابرات که به سازمان ملل وابسته است، طیف فرکانس‌های رادیویی ماهواره‌ای را در جهان تحت نظارت دارد.

یکی از مشتریان اولیه اسپیس ایکس برای این سرویس اینترنتی نیروی هوایی آمریکا است که در حال آزمایش تکنولوژی استارلینک در هواپیماهای نظامی در برنامه‌ای با عنوان «صاعقه جهانی» (Global Lightning) است. نیروی هوایی آمریکا در این برنامه در حال آزمایش ارتباطات رمزپردازی‌شـده نظامی از طریق ترمینال‌های استارلینک در یک هواپیمایی بازبری نظامی C-۱۲ است.