کسب و کار

جدیدترین روش برندسازی شخصی

«اگر سه نفر شما را نسب خطاب کردند، بروید و یک زین بخرید» این یک ضرب‌المثل مجارستانی است که دوری کلارک آن را بر سر زبان‌ها انداخت. کلارک نویسنده و مشاور بازاریابی استراتژیک است و البته «کارشناس برندسازی شخصی» او سال‌هاست که در زمینه وجهه حرفه‌ای و پرداخت دیگران تحقیق می‌کند و به افراد نیز مشاوره می‌دهد. به اعتقاد او، راز موفقیت حرفه‌ای در عصر حاضر، متمایز بودن از دیگران و به زبان حرفه‌ای، برندسازی شخصی است.

چند سال است که عبارت «برند شخصی» به یکی از سوژه‌های جذاب حوزه کسب و کار تبدیل شده است. مقالات بسیاری در این‌باره نوشته شده و دهها کتاب نیز منتشر شده اما برند شخصی به چه معناست؟ چرا مهم است؟ بهترین روش برای برندسازی شخصی چیست؟ به بیان ساده برند شخصی، وجهه شما در محیط حرفه‌ای است. شما سال‌ها تلاش کرده‌اید برای خودتان وجهه و اعتباری دست و پا کنید. وقتی اتاق را ترک می‌کنید می‌دانید دیگران درباره شما چه می‌گویند. «او یک بازاریاب خلاق است» یا «فلانی، یک وکیل کارکشته است» یا «او همه چیز را درباره بازار صادرات فلان کشور می‌داند.» دیگران شما را با این مشخصات می‌شناسند. اما این تنها مزیت برند شخصی نیست. طبق نظر دیوی کلارک، در دنیای شلوغ و پر همهمه امروز که رقابت در آن به شدت تنگاتنگ است، اگر کارشناس یک حوزه بخواهد از دیگران متمایز شود، یا اصطلاحا «به چشم بیاید» تنها راهش این است مدیریت وجهه و برندسازی شخصی را یاد بگیرد. او می‌گوید: «برند شخصی شما مثل کارت ویزیتتان است.» او طی سال‌های اخیر، بارها تاچار شده به دلایل مختلفی مثل از دست دادن شغلش، برند شخصی خود را بازبینی و دوباره تعریف کند. از گزارشگر گرفته تا کارشناس کمیسیون‌های سیاسی، استاد دانشگاه و نویسنده مستقل. همین باعث شد او به حوزه برندسازی شخصی علاقه‌مند شود و نهایتا دو کتاب در این‌باره بنویسد. او معتقد است که در بازار متغیر امروز، همه ما باید برندسازی شخصی را بلد باشیم و بتوانیم در صوت نیاز، آن را بازتعریف کنیم. او می‌گوید میان درک ما از خودمان و نگاه دیگران نسبت به ما ممکن است شکاف وجود داشته باشد. پس باید همواره نظرات دیگران نسبت به خودمان را زیر نظر داشته باشیم. او با اشاره به این ضرب‌المثل مجارستانی «اگر سه نفر شما را نسب خطاب کردند، بروید و یک زین بخرید» تاکید می‌کند که اگر چند نفر، نظری یکسان درباره شما داشتند، باید لحظه‌ای مکث کنید. شاید میان تصویر شما از خودتان و تصویر دیگران از شما شکاف عمیقی وجود داشته باشد و لی می‌گوید: «برها از خود بپرسید که من از بیرون چطور دیده می‌شوم؟ خودم دوست دارم از نگاه دیگران، چه شکلی دیده شوم؟ اگر بتوانید این دو را با یکدیگر همسو کنید، گام مهمی در راستای برندسازی شخصی برداشته‌اید.» کلارک که سال‌ها در بازار مدیریت برندسازی شخصی تحقیق و فعالیت کرده، اخیرا در مقاله‌ای، از یک روش جدید برندسازی شخصی پرده برداشته که کار را برای کسانی که قصد برندسازی یا بازتعریف برند خود را دارند، آسان می‌کند. او می‌گوید: «به برندسازی شخصی به چشم یک پروژه نگاه کنید.»

برند شخصی، ضامن امنیت شغلی

امروز، اکثر افراد حرفه‌ای می‌دانند داشتن یک برند شخصی چقدر ارزشمند است. به هر حال، اگر نام شما در سازمان، با یکسری مفاهیم یا نقاط قوت یا ویژگی‌ها یا نظرات گره خورده باشد، احتمالا در سازمانتان ماندنی هستید. شاید الان در این جایگاه با این مشکلی نداشته باشید اما اگر بخواهید پیشرفت کنید، باید خود را به نوعی از دیگران متمایز کنید. اگر یک برند شخصی قدرتمند داشته باشید، مردم معمولا فرصت‌های جدید را به شما پیشنهاد می‌کنند یا دوست دارند با شما کار کنند. یک برند شخصی قدرتمند، مثل بیمه‌ای است که به شما امنیت شغلی می‌دهد.

اما بسیاری از ما آنقدر مشغله داریم که نمی‌توانیم به شکلی جدی و مداوم به ایجاد یک برند شخصی قدرتمند فکر کنیم یا روی آن تمرکز داشته باشیم؛ حتی اگر بدانیم که چنین اقدامی در بلندمدت به نفعمان است. وقتی کلی کار روی سرمان ریخته، جلسات ایمیل‌ها و سایر وظایف وقتمان را پر کرده، چطور می‌توانیم زمان پیدا کنیم تا در این زمینه بسیار مهم، پیشرفت حاصل کنیم؟

یکی از روش‌های ایجاد برند شخصی قدرتمند، استفاده از اصول مدیریت پروژه است. باید کاری کنید که دیگران، شما را به واسطه تخصصتان بشناسند. ما با اتکا به تحقیقات دیوی کلارک در رابطه با بازآفرینی برند شخصی و سابقه کار آنتونیو رودریگز در مدیریت پروژه، چارچوبی طراحی کردیم که به کسانی که در ابتدای این مسیر هستند، کمک می‌کند. البته تمام عناصر مدیریت پروژه به صورت تمام و کمال در برندسازی شخصی به کار نمی‌روند. مثلا در برندسازی شخصی، «اسپانسر پروژه» شما تقریبا همیشه خودتان هستید. اما در اینجا به شش اصل کلیدی مدیریت پروژه اشاره می‌کنیم که احتمال موفقیت شما در برندسازی شخصی را دوچندان می‌کند حتی با وجود حجم بالای حواس‌پرتی‌ها و مشغله‌هایی که حرفه‌ای‌ها هر روز تجربه می‌کنند.

۱- هدف خود را شناسایی کنید

ایجاد و اصلاح برند شخصی، هم زمانبر است و هم هیچ‌وقت یک مساله فوری نیست. پس با خودت می‌گویی چرا به خودمان زحمت دهیم؟ مهم است که قبل از شروع کار، هدف خود را شفاف مشخص کنید. وگرنه، وقتی از نظر زمانی در تنگنا قرار می‌گیرید و وقتتان محدود می‌شود، انگیزه‌تان به مرور کمتر و کمتر خواهد شد.

۲- دربارهٔ سرمایه‌گذاری‌ها تصمیم بگیرید

این پروژه چقدر هزینه خواهد داشت؟ وقتی از یک پروژه شرکتی صحبت می‌کنیم، هزینه ممکن است شامل این موارد باشد: زمان کارکنان، هزینه‌های تبلیغات، تحقیق و توسعه، نمونه‌سازی اولیه، نرم‌افزار، تولید و...

۳- به شکلی شفاف، مزایا و نحوه دریافتی آنها را مشخص کنید

یک سوال حیاتی هست که همه مدیران پروژه از خود می‌پرسند: از کجا بفهمیم که موفق بودیم؟ چه اتفاقی باید افتاده باشد و در چه مدت زمانی؟

۴- افراد ذی‌نفع را شناسایی کنید

شاید به نظر برسد که ساختن یک برند شخصی قدرتمند، پروژه‌ای است که تنها روی خودتان تاثیر می‌گذارد اما در حقیقت ارزشش را دارد که به افراد ذی‌نفعی که ممکن است تاثیری بگیرند، فکر کنید. مثلا اگر ناگهان در شبکه‌های اجتماعی فعال شوید یا کارهایی در راستای پرچسبه ساختن خود انجام دهید، رئیستان ممکن است احساس تهدید کند یا نگران شود که مبادا شما دور از چشم او برای استعفا نقشه می‌کشید. اگر امکانش هست، باید او را در جریان اهدافتان قرار دهید و از او حمایت بخواهید.

۵- منابع و آیتم‌های محقق شدنی را لیست کنید

یکی از کارهای خسته‌کننده در مدیریت پروژه این است: پروژه‌ها توسط آدم‌ها انجام می‌شوند و امکان اتوماتیک کردن آنها وجود ندارد. پس باید مطمئن شوید که زمان کافی برای ساخت و مدیریت برند شخصی دارید. در اغلب موارد، قبل از شروع پروژه توصیه می‌کنیم که یک یا دو فعالیتی را که در حال حاضر انجام می‌دهید، متوقف کنید. شاید مجبور شوید فعالیت‌های داوطلبانه خود را کاهش دهید یا از فعالیت ورزشی دست بکشید یا تصمیم بگیرید امسال، زبان ایتالیایی نخوانید. اما تامین منابع کافی برای خودتان، مثل زمان، یک نقطه شروع کلیدی است.

۶- نقشه‌تان را به‌طور جدی پیش ببرید

در پایان، باید از خود بپرسید: «این کار چطور و چه زمانی به انجام خواهد رسید؟» از هر مدیر پروژه‌ای بپرسید به شما می‌گوید که پروژه‌ها یک روال معمول دارند. در اینجای پروژه شما احساس آرامش دارید چون پایانی خیلی دور است. استرس زمانی سراغتان می‌آید که پروژه به اواسطش می‌رسد و حس می‌کنید پایان مهلت‌ها را سرعت نزدیک می‌شود. یکی از وظایف کلیدی یک مدیر پروژه تقسیم پروژه به اقلام تحویل دادنی کوچک و دارای مهلت است تا این استرس‌ها کاهش یابد.

مترجم: مریم مرادخانی
منبع: HBR

فهرست استان‌هایی که اراضی نهضت ملی مسکن را کامل تأمین کردند

بر اساس گزارش‌های ارایه شده توسط معاونت مسکن و ساختمان در نشست شورای مسکن به ریاست وزیر راه و شهرسازی اعلام شد که ادارات کل راه و شهرسازی استان‌های سیستان و بلوچستان، خراسان‌جنوبی، بوشهر و لارستان (اداره کل راه و شهرسازی جنوب استان فارس) مواردی هستند که اراضی طرح نهضت ملی مسکن را برای ساخت در چهار سال به طور کامل تامین کرده‌اند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، نشست بررسی روند پیشرفت پروژه‌های طرح نهضت ملی مسکن به ریاست رستم قاسمی وزیر راه و شهرسازی و با حضور معاونان وی در حوزه‌های مسکن، شهرهای جدید، سازمان ملی زمین و مسکن، ریاست بانک مسکن، ریاست بنیاد مسکن در ساختمان دادمان و به شکل ویدیوکنفرانسی با مدیران کل راه و شهرسازی استان‌ها با بررسی تاثرترین روند تامین اراضی، پالایش متقاضیان و اجرای پروژه‌های طرح برگزار شد.

بر اساس تاثرترین آمار ارایه شده در جلسه شورای مسکن به ریاست وزیر راه و شهرسازی حدود ۵ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر متقاضی در طرح نهضت ملی مسکن ثبت‌نام کردند که در مراحل نهایی پالایش را در ادارات کل راه و شهرسازی استان‌ها و همچنین شهرهای جدیدی گذراندند.

بنابر اعلام محمودمحمودزاده معاون مسکن و ساختمان، برای متقاضیانی که در طرح نهضت ملی مسکن ثبت‌نام کردند و تعداد ۳ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر حائز سه شرط (تاهل، عدم بهره‌مندی از تسهیلات دولتی و عدم مالکیت) بوده‌اند که تاکنون حدود یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد توسط ادارات کل راه و شهرسازی و با نظارت سازمان ملی زمین و مسکن و حدود ۱۹۱ هزار واحد نیز توسط شهرهای جدید تامین زمین شده است و این رقم با انجام الحاق‌ها و تغییر کاربری‌ها به حدود دو میلیون و ۸۰۰ هزار واحد می‌رسد.

معاون مسکن و ساختمان یادآور شد: بنا بر دستور وزیر راه و شهرسازی و توافقاتی که انجام شده است تامین اراضی تمامی واحدهای طرح نهضت ملی مسکن به تعداد ۴ میلیون واحد مسکونی که در برخی از استان‌ها مشکلاتی داشته باید حداکثر تا پایان مردادماه به اتمام برسد و نتایج نهایی شوند.

وی همچنین بر تسریع در تامین اراضی با کاربری مسکونی تاکید کرد.

بر اساس گزارش‌های ارایه شده توسط معاونت مسکن و ساختمان، استان‌های سیستان و بلوچستان، خراسان‌جنوبی، بوشهر و لارستان (اداره کل راه و شهرسازی جنوب استان فارس) استان‌هایی هستند که اراضی طرح نهضت ملی مسکن را به طور کامل تامین کرده‌اند و استان‌های قم، کردستان، هرمزگان، ایلام و تهران ۵ استانی هستند که مکلف شده‌اند تا اراضی اجرای طرح نهضت ملی مسکن را تا مردادماه سال جاری شناسایی، معرفی و تامین کنند.

در این جلسه محمودزاده بر اهتمام مدیران کل راه و شهرسازی و مدیران استانی در اجرای طرح نهضت ملی مسکن بر روی اراضی تامین شده تاکید کرد و توضیح داد: طرح نهضت ملی مسکن سیاست دولت، تاکید رئیس‌جمهوری و نیاز جامعه است که امیدواریم با تامین اراضی که انجام شده است هرچه سریعتر پالایش‌ها نهایی و ساخت واحدهای طرح نهضت ملی مسکن به مرحله اجرایی و عملیاتی برسد. تا مردم شاهد عملکرد مناسب مجموعه دولت در بخش مسکن باشند.

لزوم امکان سنجی و بررسی همه جانبه ابعاد طرح «مسیر ویژه اتوبوس در کرج»

سرپرست شهرداری کرج بر ضرورت تبیین اهداف و جزئیات طرح ایجاد مسیر ویژه اتوبوس تاکید کرد.

به گزارش پیام آشنا منوچهر غفاری در جلسه بررسی طرح مسیر ویژه اتوبوس در خیابان شهید بهشتی و بلوار شهید چمران که باحضور اعضای شورای شهر و مشاور طرح برگزار شد، گفت: قرار است پیش از اجرایی شدن این پروژه، فاز مطالعاتی و امکان سنجی پیاده سازی آن با بررسی همه جانبه انجام شود.

وی با بیان اینکه نیاز است اهداف اجرای این طرح با جزئیات بیشتری تبیین شود، توضیح داد: اعتبار مورد نیاز، چگونگی جلامایی ایستگاه‌ها و طول کلی پروژه از جمله مواردی است که قبل از ایجاد این مسیر باید مشخص شود.

وی ادامه داد: در این مسیر اجرای این پروژه گره‌های ترافیکی مثل میدان شهدا و زیرگذر چهارراه طالقانی وجود که نیاز است با دقت بررسی شوند چون ممکن است ایجاد این مسیر در شرایط فعلی به ترافیک بیشتر در این محدوده منجر شود. وی توضیح داد: جلبه جایی تعداد بیشتری مسافر، کاهش ترافیک، آلودگی هوا و زمان سفر از جمله اهداف ایجاد مسیر ویژه اتوبوس در کلانشهرهای امروزی است ولی واقعیت این است اگر همه جوانب این طرح بررسی نشود، مشکلات مضاعفی به شهروندان و شهروندان تحمیل می‌شود بنابراین باید همه جوانب طرح در نظر گرفته شود.

سرپرست شهرداری کرج اضافه کرد: در فرایند اجرای این طرح باید حفظ سلامت و امنیت کسانی که می‌خواهند در رفیوژهای میانی از ایستگاه‌ها استفاده کنند هم مدنظر گرفته شود.

وی ابراز کرد: با ایجاد این مسیر، به تزریق ناوگان جدید اتوبوس به کرج نیاز داریم که باید نحوه چگونگی تامین آنها هم به طور شفاف مشخص شود.

غفاری با تاکید بر اینکه قبل از هر کار باید ابهامات و سوالات مربوط به این طرح رفع شود، افزود: برای اینکه تجربه ناموفق اجرای برخی پروژه‌ها تکرار نشود، باید همه زوایای این طرح بررسی شود تا در صورت اجرایی شدن، شاهد رضایت شهروندان و اقدامی اثرگذار در شهریاتیم.

ساماندهی قراردادهای اجاره اماکن شهرداری کرج از سوی سازمان فاوا

رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری کرج از ساماندهی قراردادهای اجاره اماکن شهرداری از سوی این سازمان خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، سعید حق‌شناس گفت: با توجه به لزوم ساماندهی قراردادهای اجاره اماکن شهرداری، پیاده‌سازی سامانه‌ای جهت اجرای این مهم در دستور کار سازمان فاوا قرار گرفت و پس از بومی‌سازی نرم‌افزار و تکمیل اطلاعات پایه و اعمال اصلاحیه لازم، نرم‌افزار آماده استقرار شد.

وی با اشاره به اینکه سازمان مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی که دارای بیشترین تعداد قرارداد اجاره اماکن است، به‌عنوان پایلوت استقرار سیستم تعیین شده است، افزود: پس از آن گام‌های اجرایی شامل جلامایی اماکن روی نقشه، ثبت اطلاعات ملکی و ثبت اطلاعات قراردادی به‌منظور تکمیل بانک اطلاعاتی مشخص شد.

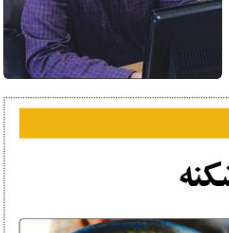
این مسئول اضافه کرد: پس از طرح آزمایشی اولیه سازمان مشاغل شهری و فرآورده‌های کشاورزی، استقرار سامانه در سایر سازمان‌ها از جمله سازمان‌های فرهنگی اجتماعی و ورزشی، سیما منظر و فضای سبز شهری، آتش‌نشانی و خدمات ایمنی، حمل‌ونقل بار و مسافر و سازمان مدیریت پسماند آغاز شد.

رئیس سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری کرج ادامه داد: در حال حاضر برگزاری اطلاعات سازمان آتش‌نشانی و نیز جلامایی اماکن سازمان‌های سیما منظر و فضای سبز شهری و فرهنگی اجتماعی و ورزشی به اتمام رسیده و ثبت اطلاعات ملکی سازمان فرهنگی آغاز شده است.

حق‌شناس بایان این موضوع که پس از تکمیل بانک اطلاعاتی اماکن و قراردادهای مربوطه، اجرای سیستمی فرایند مزایده و عقد قرارداد اجرا خواهد شد، گفت: در همین راستا فرایندهای سازمان‌های مذکور با برگزاری جلسات کارشناسی متعدد احصا و جهت بازبینی و تائید نهایی به آن‌ها ابلاغ شده تا پس از آن پیاده‌سازی فرایندها در سیستم اجاره اماکن صورت پذیرد.

وی توضیح داد: همچنین با توجه به ضرورت وحدت رویه در فرایند پرداختی‌های مربوط به اجاره اماکن شهرداری، پس از ابلاغ مستندات از سوی اداره کل تشخیص و وصول درآمد پیاده‌سازی صدور فیش سیستمی پرداخت اجاره‌ها در برنامه‌های کاری پروژه یادشده قرار خواهد گرفت.

به گفته حق‌شناس با توجه به ضرورت یکپارچگی قراردادهای اجاره اماکن در مجموعه شهرداری، ارائه قالب قراردادهای مشخص جهت پیاده‌سازی در سیستم پس از دریافت قراردادهای یکپارچه اداره کل حقوقی و امور پیمان‌ها، تولید سیستمی قرارداد به ازای هر نوع ملک آغاز می‌شود.



گزارش شهری

غذاهای تابستانی طهرونی‌ها؛ از آبدوغ خیار تا اشکنه

بهاره خسروی - قدیم‌ها زندگی ساده بود و مردم امور روزانه از خورد و خوراک تا پوشاک را زیاد سخت نمی‌گرفتند و سعی می‌کردند از همان ابزار ساده و امکانات محدود بهترین استفاده و لذت را ببرند. برای مثال مطبخ خانه‌های تهران قدیم زیاد شلوغ و پروسیله نبود و یخچال و اجاق گازهای آنچنانی نبود، اما غذاهای لذیذی از آن بیرون می‌آمد.

معمولاً آشپزخانه‌ها را در گوشه زیرزمین یا حیاط جاداشتند یا چند تکه ظرف. گاهی اوقات حتی تعداد این ظروف از تعداد اعضای خانواده هم کمتر بود. بعضی‌ها که فقط یک قابله کوچک داشتند که با همین قابلمه باید برای همه اهل خانه یک غذای خوشمزه را طبخ می‌کردند. بساط اجاق گاز هم در گوشه حیاط با آجر و سیمان علم می‌شد. کار خانم خانه با خیس کردن نخود و چیدن گوشت و گوجه در کنار هم شروع می‌شد. به همین بهانه با فاطمه «ربیعی» از اهالی قدیم تهران و محله سلیمانی در باره غذاهای تهران قدیم در روزگاری خبری از قست فود ها افزودنی رنگارنگ غذایی نبود. گفت‌وگو کردیم.

آبدوغ خیار

نام آبدوغ خیار یا گردو، کشمش، سیب خشک شده و سبزی و... به‌عنوان غذای ویژه فصل تابستان سند خورده است؛ خوراکی خنکی که معمولاً از نیمه اردیبهشت ماه مهمان بیشتر خانه‌ها می‌شد و در فصل گرم حسابی می‌چسبید.

آش‌ها

براساس اسناد موجود، آش یکی از غذاهای قدیمی و ویژه شهر تهران است. آش بلغور و اسفناج شامل نخود و لوبیا سفید، بلغور و اسفناج مورد علاقه مردم تهران قدیم بود. آش‌های رشته، برنج و عدس و شله قلمکار هم از دیگر آش‌های پرطرفدار تهرانی‌ها بود.

آبگوشت

در گذشته نه چندان دور خانه‌ها یک آشپزخانه کوچک آبگوشت از جمله غذاهای پرطرفدار بیشتر خانه‌ها بود. آن زمان قیمت گوشت را سیری حساب می‌کردند و با توجه به کمبود لوازم و نبود تنوع، شام و ناهار بیشتر خانه‌ها آبگوشت بود. نکته جالب اینجاست که استفاده از رب برای طعم و رنگ دادن به غذا مثل امروز چندان رایج نبود و اغلب از گوجه رنده شده به جای رب برای طعم دادن به آبگوشت و بقیه غذاها استفاده می‌شد. آبگوشت اشکنه و لپه از دیگر آبگوشت‌هایی بود که در برنامه غذایی مردم تهران قدیم مورد استفاده قرار می‌گرفت.

پلوو خورشت

مصرف برنج در میان مردم تهران قدیم به‌عنوان وعده اصلی غذایی مثل امروز زیاد مرسوم نبود. شب‌عید، مهمانی‌ها و مراسم ویژه مثل عروسی و عزاداری وقت طبخ برنج به‌ویژه از نوع زعفرانی‌اش بود. خورشت قیمه از غذاهای پرمشتری خانواده خورشت‌ها بود. طبخ آن هم به این شکل بود که بعد از آماده کردن خورشت در پایان، برنج را با خورشت مخلوط می‌کردند. خورشت قورمه سبزی، فسنجان و باقالی پلو، خورشت گوجه و بادمجان و کباب کوبیده از دیگر غذاهای خوشمزه تهرانی‌ها بود که بسته به وسع مالی صاحبخانه برای مهمان ویژه خانه تهیه می‌شد.

اشکنه و رشته

از ترکیب پیاز داغ، شنبلیله و تخم‌مرغ یک اشکنه خوشمزه آماده می‌شود. اشکنه یکی از خوراکی‌های مردم تهران قدیم بود که در سبد غذایی روزانه خانواده‌ها جایگاه ویژه‌ای داشت. یکی دیگر از غذاهای پرطرفدار غذاهایی بود که با رشته پخته می‌شد. در روزگاری که هنوز پای ماکارونی، این غذای خوشمزه و خوش رنگ و لعاب فرنگی در وعده‌های غذایی جایی باز نکرده بود عدس و رشته از غذاهای محبوب آشپزخانه مادر بود. نحوه پخت این غذا هم به این شکل بود که خانم‌ها از چند روز قبل با آرد، رشته‌هایی را آماده و در سوپ و رشته پلو از آن استفاده می‌کردند. غالباً این رشته را با عدس، مخلوط و آن را دم می‌کردند.

دلمه

تهران در دوران قدیم علاوه بر انار به درختان انگور و تاکستان‌هایش مشهور بود. اگر به عکس‌های قدیمی و خانه‌های حیاط‌دار حتی یکی، ۲ دهه پیش تهران نگاهی گذرا بیندازیم در گوشه و کنار بیشتر حیاط‌ها حتما رد پایی از درخت مو با برگ‌های پنجه‌ای پیدا می‌شد. سرد شدن نخستین جوانه برگ درخت مو در فصل بهار نوید یک غذای نوروانه برای خانم خانه داشت. دلمه برگ مو با چاشنی آبغوره یا ماست و سیر از خوراکی‌های ویژه فصل بهار در بیشتر خانه‌ها بود.

خوراکی‌های عصرانه

عصرانه‌خوری یکی از وعده‌های ثابت غذایی میان مردم تهران قدیم بود. مردم عصرها با خوردن یکسری خوراکی خوشمزه تا موعد شام سر می‌کردند. کاهو سنگجبین، نان و پنیر و سبزی، لبو، شلغم، نان و هندوانه و سیب‌زمینی پخته و... از خوردنی‌های محبوب وعده عصرانه بود.

جغوربغور

شهر تهران کشتارگاه‌های زیادی داشت. بعد از کشتن حیوانات به‌ویژه گاو و گوسفند در تعداد زیاد، دل و جگر گوسفند روی دست کشتارگاه‌ها باقی می‌ماند. این‌طوری بود که خانم‌ها غذایی به نام جغور بغور را ابداع کردند. این غذای تهرانی خوشمزه با دل و جگر گوسفند، پیاز داغ، رب و سیب‌زمینی تهیه می‌شد. حلیم، فرنی و کوفته‌های سرگجشکی و قلقلی هم از دیگر خوراکی خوشمزه تهران قدیم بود.

دیدگاه

چیزی به عنوان نقد وجود ندارد، فقط تاریخ وجود دارد

مانفرد توفاوری

چیزی به عنوان نقد وجود ندارد، فقط تاریخ وجود دارد. آنچه را که معمولاً به منزله نقد جازده می‌شود-همان چیزی که شما در مجلات معماری می‌یابید-معماران تولید می‌کنند که بی‌تعارف مورخان بدی هستند. در مورد نگرانی شما درباره این که چه چیز باید موضوع نقد باشد، بگذارید این نکته را مطرح کنم که تاریخ درباره ایژه‌ها نیست، بلکه درباره آدم‌ها، درباره تمدن انسانی است. آنچه باید مورد توجه مورخ باشد ادوار فعالیت معماری و این مسئله است که چگونه یک اثر معماری با زمانهای جور درمی‌آید. هر حالتی غیر از این به معنای تحمیل دیدگاه شخصی یک نفر به تاریخ معماری است.

آنچه برای درک معماری ضروری است {تسلط بر} ذهنیت است؛ یعنی ساختار ذهنی هر دوره. وظیفه مورخ بازآفرینی سیاق فرهنگی یک اثر است. مثلا معبدی را که به فرقه مدونا {حریم مقدس} اختصاص دارد و در دوره رنسانس ساخته شده در نظر بگیرید. آنچه ما را شگفت‌زده می‌کند این است که چه هماهنگ همه این بناها پلانی مرکزی و شکلی هشت‌وجهی دارند. این فرم را نمی‌توان بدون آگاهی از نگرش‌های مذهبی آن دوره و آشنایی با میراث به جا مانده از دوران باستان توضیح داد: {این بناها} طرح مجدد فرم معبدی است که {در دوران باستان} به خدایان مؤنث اختصاص داشته است. یا مورد پاپ الکساندر هفتم را در نظر بگیرید، کسی که علاقه‌اش به معماری گوتیک در کاتدرال سِپنا {اواسط قرن هفدهم} در مقایسه با حمایتش از برنینی در رم فقط از طریق آگاهی از محیط و سنت‌های سِپنایی قابل توضیح است.

مورخ باید همه عناصری که یک اثر را احاطه کرده، همه حواشی درگیر با آن را بسنجد؛ فقط آن زمان است که او می‌تواند اکتشاف حدود آزادی، یا خلاقیتی را که برای معمار یا حامی بنا در دسترس بوده است آغاز کند. (در گفت‌وگو با **Richard Ingersoll**، منتشر شده در مجله **Design Book Review**، ش ۹، سال ۱۹۸۶، به نقل از وبسایت **Reading Design**)

منبع: گفتار

توانایی یک گیاه در تصفیه پساب صنعتی

پژوهشگران دانشگاه گیلان با انجام یک مطالعه دریافتند که گیاه «وتیور» می‌تواند فلزات سنگین روی و کروم را جذب کند و می‌تواند از آن برای تصفیه پساب صنعتی استفاده کرد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، با افزایش جمعیت جهان و به دنبال آن توسعه صنایع مختلف، میزان پسابهای وارد شده به محیط زیست افزایش پیدا کرده است. بیشتر این پسابها حاوی فلزات سنگین و آلاینده‌های مختلف هستند و تاثیرات مخربی بر سلامت گیاهان و جانوران دارند.

تاکنون در مطالعات مختلف، روش‌های متفاوتی برای حذف این آلاینده‌ها مطرح شده است. یکی از روش‌ها برای پالایش محیط زیست، استفاده از گیاهان است. گیاهان قابلیت جذب فلزات سنگین را دارند و می‌توانند این آلودگی‌ها را از خاک و آب جذب کرده و در ریشه و اندام‌های هوایی خود ذخیره کنند.

یکی از گیاهانی که نقش مهمی در حفاظت از آب و خاک دارد، گیاه «وتیور» است. این گیاه با آب و هواهای مختلف سازگاری دارد و به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد، مقاومت بالایی در شرایط نامتعارف مانند شیرابه‌ها، پسابها، فاضلابها و فلزات سنگین دارد.

با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد گیاه وتیور، پژوهشگران دانشگاه گیلان با انجام یک مطالعه میزان جذب و انباشت فلزات سنگین در این گیاه را بررسی کردند.

در این مطالعه گیاهان، در دو گروه تیمار و کنترل قرار گرفتند. گیاهان گروه تیمار، با پساب صنعتی و گیاهان گروه کنترل با آب شهری آبیاری شدند. همچنین میزان فلزات سنگین یک گلدان بدون گیاه نیز اندازه‌گیری شد. این مطالعه به مدت ۶ ماه ادامه یافت و پس از مدت زمان آزمایش، تاثیر آبیاری با پساب بر عملکرد گیاه وتیور مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌های این تحقیق نشان داد که بیشترین فلزات سنگین موجود در پساب صنعتی، روی و کروم بودند و این عناصر بیشتر در ریشه گیاه وتیور ذخیره شده بودند و میزان کم‌تری در اندام‌های هوایی گیاه تجمع یافته بود.