روزنامه زاردکوه

شنبه ۲۸ بهمن ماه ۱۴۰۲ ● ۱۷ فوریه ۲۰۲۴ ● ۷ شعبان ۱۴۴۵ ● شماره پیوسته ۲۶۲۷

سیاسی ـ اجتماعی ـ فرهنگی و اقتصادی ● سال سی و چهارم ● ۱۰۰۰۰ تومان

رییس دانشگاه شهرکرد:

دانشگاه و دانشجو باید پیشران در انتخابات باشند

صفحه ۲

نماینده ولی فقیه در چهارمحال و بختیاری:

شورآفرینی در کنار سلامت اجتماعی دو امر مهم در تبلیغات انتخاباتی است

صفحه ۳

نقش فضای مجازی در جریان‌سازی مشارکت حداکثری انتخابات

دبیر شورای فضای مجازی چهارمحال‌وبختیاری نقش فضای مجازی در جریان‌سازی در سطح جامعه را بسیار مهم ارزیابی کرد و گفت: فضای مجازی هم در گرم کردن تنور انتخابات و هم خدای ناکرده در متقاعد کردن اقشار مردم برای عدم مشارکت بسیار تأثیرگذار است.

مهدی طهماسبی، دبیر شورای فضای مجازی چهارمحال‌وبختیاری با گرامیداشت اعیاد شعبانیه و با اشاره به اینکه حوزه و بُرد تأثیرگذاری مثبت یا منفی فضای مجازی در زندگی امروز یک اصل اساسی است، اظهار کرد: امروز همه ما شاهد اثرگذاری ویژه این فضا در بستر پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی فراگیر و گسترده هستیم و مشاهده می‌کنیم که مخاطبان فضای مجازی پیوسته در معرض بمباران خبری و اطلاعاتی قرار دارند.

فضای مجازی بستری همیشه آماده و در دسترس است لذا مخاطبان و کاربران فضای مجازی همواره خود را بخشی از این فضا می‌دانند که اثرگذاری به‌مراتب بیشتری از بسترهای رسمی و فضاهای سنتی دارد لذا فضای مجازی باید به‌عنوان یک ابزار خوب در عرصه‌های مختلفی که نیازمند جامعه مخاطب است، مورد استفاده قرار گیرد.

فضای مجازی با توجه به انتخابات پیش‌رو برای تعیین نمایندگان مجلس شورای اسلامی و خبرگان رهبری نیز می‌تواند با اثرگذاری بالا در خدمت این رویداد مهم سیاسی در همه مراحل قرار بگیرد که در این راستا لازم است رویکرد خلاقیت و نوآوری و جذابیت منطبق بر خواسته مخاطب و نیز محور قرار دادن واقعیت‌ها مورد دقت و توجه باشد.

● **فرصت‌های فضای مجازی برای انتخابات**

فضای مجازی در مقایسه با رسانه‌های رسمی بستر آزادتر و گسترده‌تری را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد. فضای مجازی بسیاری از قیدها و الزامات فضای رسمی را ندارد و هرکسی در هر جا می‌تواند به این فضا دسترسی پیدا کند.

مخاطب در فضای مجازی صرفاً یک مصرف‌کننده نیست در حالی که در رسانه‌های گوناگون مخاطب تنها یک مصرف‌کننده است یعنی در فضای مجازی این امکان را دارد که محتوایی را تولید کند و در معرض نمایش قرار دهد.

ادامه مطلب در صفحه ۲

اول دفتر

سیاست آغوش باز!

▪ وحید حاج سعیدی ▪

براساس شاخص های اجتماعی و فرهنگی، انتخابات یک مقوله رقابتی است و استفاده از ابزار و ادوات مختلف تبلیغاتی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و ... در کسب آرای بیشتر امری طبیعی و اجتناب ناپذیر است.

این رویه در همه ممالک دنیا مرسوم است و کاندیداهای انتخابات مختلف برای به دست آوردن آراء بیشتر به ویژه در ماه ها و روزهای منتهی به انتخابات از هیچ کوششی فروگذار نمی کنند. اما آنچه که در این بین بیش از سایر مقولات دارای اهمیت است، شناسایی مطالبه عمومی مردم و توجه ویژه به خواسته اصلی طرفداران و درک متقابل آنان است.

چرا که هرگونه اشتباه محاسباتی در گمانه زنی ها و یا تلاش برای تحمیل عقاید به جمعیت طرفدار، اگر با نتیجه عکس همراه نشود، دستکم تبعات ناخوشایندی را در آینده به همراه خواهد داشت که اصل خدمتگزاری و تلاش برای توسعه و آبادانی منطقه را زیر سوال خواهد برد.

«سیاست آغوش باز» و یا به عبارتی جذب حداکثری و دفع حداقلی اگر چه یک شیوه موثر و کارگشا در کسب و جذب آراء محسوب می شود ولی تبعات منفی این شیوه در آینده، به مراتب از مزایای آن بیشتر است.

ادامه در صفحه ۲

آگهی مزایده فروش دام
شرکت شیر و گوشت زاگرس شهرکرد (سهامی عام)
شماره ثبت ۵۰۳۴ و شناسه ملی ۱۰۶۸۰۰۴۷۰۸۰

شرکت شیر و گوشت زاگرس شهرکرد (سهامی عام) در نظر دارد دام های مازاد بشرح ذیل را از طریق برگزاری مزایده عمومی نوبت اول فروش دام روز **شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۲** رأس ساعت ۱۱ صبح به فروش برساند.

موارد فروش در مزایده :

- تعدادی گاو غیر آبستن کشتارگاهی.
- تعدادی گاو آبستن داشتی.
- تعدادی تلیسه غیر آبستن کشتارگاهی.
- تعدادی تلیسه آبستن داشتی.
- تعدادی گوساله نر شیرخوار.

اهم موارد مزایده:

- متقاضیان می توانند جهت ارائه قیمت حداکثر تا ساعت ۱۱ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۲ به محل شرکت، واقع در استان چهارمحال و بختیاری، شهرکرد، کیلومتر ده جاده سامان(شرکت شیر و گوشت زاگرس شهرکرد) حضور بهم رسانند.
- سپرده شرکت در مزایده بابت هر رأس گاو غیرآبستن کشتارگاهی،گاو آبستن داشتی،تلیسه غیر آبستن کشتارگاهی و تلیسه آبستن داشتی مبلغ ۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و بابت هر رأس گوساله نر شیرخوار مبلغ ۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.
- دام های قابل فروش مزایده در محل به آدرس فوق الذکر می باشد.
- مزایده بدون حضور شرکت کنندگان برگزار می گردد.
- کمیسیون مزایده در رد و یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات واصله مختار می باشد و شرکت کنندگان حق هرگونه اعتراضی را از خود سلب می نمایند.
- سپرده نفرات اول، دوم و سوم درصورت تشخیص کمیسیون مزایده نزد شرکت باقی می ماند و درصورت انصراف هریک ازنفرات اول تا سوم سپرده ایشان به نفع شرکت ضبط خواهد شد.
- سایر شرایط و جزئیات، در اسناد و فرم شرکت در مزایده دام موجود می باشد.

(ضمناً کلیه هزینه های مربوط به مزایده مذکور بر عهده برندگان مزایده می باشد)

تلفن: ۳۲۳۲۸۰۰۱-۰۳۸ - (داخلی ۱۰۸ بازرگانی) فاکس: ۳۲۳۲۸۰۰۰-۰۳۸

آگهی مناقصه پیمانکاری تخلیه و چیدمان بار و علوفه
شرکت شیر و گوشت زاگرس شهرکرد (سهامی عام)
شماره ثبت ۵۰۳۴ و شناسه ملی ۱۰۶۸۰۰۴۷۰۸۰

شرکت شیر وگوشت زاگرس شهرکرد (سهامی عام) در نظر دارد پیمانکاری تخلیه و چیدمان کلیه بار و علوفه مجتمع خود را بشرح ذیل از طریق برگزاری مناقصه عمومی نوبت اول روز **شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۲** رأس ساعت ۱۴ بعدازظهر به افراد و پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

***موضوع مناقصه :**

- تخلیه و چیدمان کلیه بارها (کیسه ای و فله ای)
- تخلیه و چیدمان کلیه علوفه
- فله کردن علوفه و سبوس

***اهم موارد مناقصه :**

- کارکرد بصورت روزکار (محاسبه کارکرد بصورت هر کیلوگرم تخلیه بار و علوفه)

– میزان سپرده شرکت در مناقصه : پانصد میلیون ریال.
– مبلغ فروش فرم و اسناد مناقصه : یک میلیون ریال .
– کلیه هزینه های مربوط به برگزاری مناقصه: بر عهده برنده مناقصه می باشد.
– زمان شروع فروش اسناد مناقصه : از روزشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۰۵ و آخرین زمان تحویل اسناد به شرکت روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۰ ساعت ۱۲ظهر می باشد.
– زمان بازگشایی پاکات متقاضیان : روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۲ رأس ساعت ۱۴ بعدازظهر.

- جلسه مناقصه بدون حضور شرکت کنندگان برگزار می گردد.
- پیشنهاداتی که مشروط، ناقص، مخدوش وغیر خوانا و خارج از زمان اعلام شده ارائه گردند، به تشخیص کمیسیون مناقصه رد خواهد شد و ارسال پیشنهادات مذکور هیچگونه حقی برای متقاضی وتعهدی برای مناقصه گزار درقبال ایشان ایجاد نخواهد کرد.

– محل برگزاری مناقصه : استان چهارمحال و بختیاری، شهرکرد، کیلومتر ۱۰ جاده سامان، شرکت شیر وگوشت زاگرس شهرکرد.

- کمیسیون مناقصه در رد و یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات واصله مختار می باشد و شرکت کنندگان حق هرگونه اعتراضی را از خود سلب می نمایند.
- متقاضیان می بایست قیمت پیشنهادی خود را در پاکات لاک و مهر شده و در وقت اعلام شده به دبیرخانه شرکت ارائه فرمایند و پیشنهادات در جلسه مناقصه و در حضور اعضاء کمیسیون در ساعت مشخص شده بازگشایی می گردند.
- سایر شرایط و جزئیات موضوع مناقصه، در فرم و اسناد شرکت در مناقصه موجود می باشد.

تلفن: ۳۲۳۲۸۰۰۱-۰۳۸ (داخلی ۱۰۸ بازرگانی)- فاکس: ۳۲۳۲۸۰۰۰-۰۳۸

روزنامه زردکوه
E-mail : zardkoohbakhtiyari@yahoo.com
E-mail : zardkooh1@yahoo.com

اول دفتر

سیاست آغوش باز!

ادامه از صفحه نخست

بی هیچ تردید در موسمی که یک کاندیدا با اقبال عمومی بیشتری در جامعه مواجه می شود باید با هوشمندی و تدبیر بیشتری به موقعیت پیش رو بنگرد و مختصات مطالبه اصلی و عمومی مردم را که همان ایجاد تغییر است، ببینید، بشنود و بپذیرد.

اما زمانی که سیاست آغوش باز به راهبرد اصلی یک کاندیدا تبدیل شود و افراد مخالف و وابسته به سایر جناح ها که با اهداف مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و در خوشبینانه ترین حالت با انگیزه خدمت رسانی خود را به کاندیدای برتر (به زعم دیده ها و شنیده ها) نزدیک کرده اند، با آغوش باز پذیرفته شوند و در کنار مشتاقان تغییر یا حتی جلو تر از آنها(!) قرار گیرند و فرش قرمز برایشان پهن شود، قطعاً اصل مطالبه عمومی جامعه زیر سوال خواهد رفت مگر این که باور داشته باشیم هدف، وسیله را توجیه می کند!

این نگاه سطحی به انتخابات و عدم پیش بینی چالش ها، توقعات، انتظارات و تبعات سیاسی پیش رو، در آینده کارآمدی نماینده پیروز را با چالش مواجه خواهد ساخت و انرژی و زمان ارزشمند فراوانی را از برنده در انتخابات ضایع خواهد کرد. به هوش باشیم...

نقش فضای مجازی در جریان‌سازی مشارکت حداکثری انتخابات

ادامه از صفحه نخست

باتوجه به انبوه ظرفیت‌های موجود در فضای مجازی این بستر می‌تواند در حیطه دعوت مردم به مشارکت عمومی و حضور در پای صندوق‌های رأی نقش مهمی را ایفا کند همچنان که ما می‌بینیم بسیاری از گروه‌ها و کانال‌ها این‌روزها مشغول انجام همین رسالت هستند و با تولید و انتشار محتوا مردم را برای حضور پرشور در این رویداد مهم سیاسی دعوت می‌کنند؛ از دیگرسو، جبهه مخالف و معاند نیز به‌شدت مشغول کار در این فضا است تا مردم و به‌ویژه نسل جدید را از رأی دادن منصرف کند یعنی کاملاً در جهت برعکس امیدآفرینی تلاش دارد.

شناساندن و معرفی نامزدهای انتخابات از دیگر ظرفیت‌های فضای مجازی است. فضای مجازی فرصتی را در اختیار نامزدها قرار می‌دهد که بدون صرف هزینه‌های هنگفت رایج برای تبلیغات و جذب رأی‌دهندگان به راحتی به تبلیغ و ارائه برنامه‌ها و راهبردها و اهداف برای طیف وسیعی از مخاطبان بپردازد؛ فضای مجازی فارغ از بریز و بپاش‌های تبلیغاتی در فضای حقیقی می‌تواند بستر بسیار مطلوبی برای تبلیغات انتخاباتی باشد.

البته اخلاق انتخاباتی حکم می‌کند که نامزدها و طرفداران آنان به‌دور از نگاه تخرب‌گرانه به رقیبان مسیر صحیح تبلیغات انتخاباتی را طی کنند و به تعبیر مقام معظم رهبری «نیتشان را خدایی کنند». نیت تخریب‌گرانه و کاسب‌کارانه می‌تواند یکی از آفت‌های فضای مجازی در موضوع انتخابات به‌ویژه تبلیغات انتخاباتی باشد که می‌طلبد تولیدکنندگان محتوا در این حوزه نظام اخلاقی را رعایت کنند.

قانون در حوزه فضای مجازی دچار ضعف است. این امر باعث می‌شود فعالیت‌های فضای مجازی گاه با ناهنجاری‌ها و قانون‌شکنی‌ها همراه باشد و بایدها و نبایدها رعایت نشود.

نقش فضای مجازی در جریان‌سازی در سطح جامعه بسیار مهم است. فضای مجازی هم در گرم کردن تنور انتخابات و هم خدای ناکرده در متقاعد ساختن اقشار مردم برای عدم مشارکت بسیار تأثیرگذار است، ضریب نفوذ اینترنت و فضای مجازی بر طبق آمارها، ۷۰ درصد بیشتر از رسانه‌های رسمی است بنابراین اقشار مختلف مردم به‌ویژه نسل جدید می‌تواند تحت تأثیر جریان‌سازی فضای مجازی، خود و جامعه را منتفع یا متضرر کند یعنی با تأثیرپذیری از این فضا ممکن است مطابق با ارزش‌ها و آرمان‌ها یا علیه آنها اقدام و عمل کند.

بهره‌گیری از فضای مجازی در ایجاد شور انتخاباتی در جامعه ضروری است. فضای مجازی این ظرفیت را دارد که با ارائه محتوای هنری، خلاقانه و جذاب به سیل عظیم مخاطبان، یک جریان انتخاباتی پرشور را در جامعه ساری و جاری کند یعنی این فضا توان و ظرفیت شورآفرینی و امیدآفرینی یک جریان رسانه‌ای مثبت و سازنده را دارد، مقام معظم رهبری در این خصوص قائلند که ارزش و اهمیت فضای مجازی به اندازه اهمیت انقلاب اسلامی است.

اگر محتوای ما در فضای مجازی منطبق بر اصول روانشناسی تبلیغی و کاربردی و مبتنی بر سواد رسانه باشد و نیز هنر و خلاقیت و نوآوری در آن به کار گرفته شود، نه‌تنها این محتوا مورد استقبال مخاطبان قرار می‌گیرد بلکه ضریب‌دهی به آن در کانال‌ها و گروه‌ها در شبکه‌های اجتماعی مختلف و سکوهای بومی و ملی بالا می‌رود زیرا کاربران فضای مجازی به دنبال انتشار و بازارسال محتوایی هستند که قابلیت جذب مخاطب را داشته باشد.

بنده مصادیق فراوانی از این دست محتوای جذاب و خلاقانه، هنرمندانه و روان‌شناسانه را در فضای مجازی مشاهده کرده‌ام که تولیدکننده اثر با به‌کارگیری خلاقیت و ابتکار مطلبی را تولید و منتشر می‌کند و در دقایق و ساعات کوتاهی در سطح وسیعی از شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های استانی و ملی به سرعت پخش می‌شود و بازدید بالا می‌خورد.

• کنش‌گران فضای مجازی پای کار انتخابات هستند

در ایام منتهی به انتخابات مشغول برپایی نشست‌ها با فعالان فضای مجازی هستیم. نشست‌ها و گعده‌های کوچک اما اثرگذار با حضور ادمین‌های کانال‌ها، گردانندگان صفحات مجازی و مدیران گروه‌های بومیو استانی در سراسر استان برگزار می‌شود زیرا معتقدیم این فضا بسیار اثرگذار است و می‌تواند اثرگذارتر نیز بشود که البته این جلسات رسانه‌ای نشدند. در این جلسات به فعالان فضای مجازی تأکید می‌شود که مردم را به مشارکت دعوت کنند، دغدغه‌مند باشند و خودشان را بخشی از جامعه بدانند و نیز، مطالبه‌گر باشند.

نامزدهای انتخابات نیز بر این موضوع کاملاً واقف هستند که فعالان فضای مجازی و گردانندگان کانال‌ها و صفحات مجازی در سکوها و پلتفرم‌های گوناگون در سطح استانی و ملی منشأ تأثیر هستند و لذا به سمت این افراد رفته و از این ظرفیت برای تبلیغ و اطلاع‌رسانی می‌توانند استفاده کنند.

فعالان فضای مجازی استان باوجود تمام مشکلات و گلایه‌ها از مسئولان باز هم پای کار هستند. این افراد اگرچه از عدم همراهی مسئولان و نبود نشست‌های اثرگذار گلایه‌مند هستند اما رصد و پایش ما از فضای مجازی استان نشان می‌دهد که این افراد مشغول دعوت از مردم برای مشارکت در انتخابات هستند.

دغدغه‌مندی فعالان فضای مجازی بسیار مهم است بنابراین باید این افراد خود را جزوی از جامعه بدانند و همچنین مطالبه‌گری و انتقاد را نیز داشته باشند. باور داریم کسی مطالبه می‌کند که امید به بهبودی دارد یعنی کسی که راکد است هیچ امیدی به بهتر شدن اوضاع ندارد لذا در این جلسات تأکید داریم که فعالان فضای مجازی مطالبه‌گری را در دستور کار قرار دهند.

محتوا و مطالبی ناظر بر بایدها و نبایدهای اخلاق انتخاباتی و نیز قوانین انتخابات آماده شده است که در اختیار فعالان و کنش‌گران فضای مجازی استان قرار می‌گیرد تا آگاه‌سازی صورت بگیرد و این افراد بر طبق چارچوب کار کنند که شأن و منزلت آنها حفظ شود و مشکلی پیش نیاید.

این نشست‌ها تا روز برگزاری انتخابات ادامه دارد و طی هماهنگی با دستگاه‌های نظارتی و قضایی تلاش شده است که از فعالان فضای مجازی حمایت لازم صورت گیرد و فضای باز در اختیار فعالان و کنش‌گران باشد./ایکنا

رییس دانشگاه شهرکرد:
دانشگاه و دانشجو باید پیشران در انتخابات باشند

رییس دانشگاه شهرکرد با اشاره به دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی و ششمین دوره انتخابات خبرگان رهبری گفت: دانشگاه و دانشجویان در قالب تشکل‌های مختلف دانشجویی باید در بحث انتخابات پیش رو پیشران باشند.

یاسر پیرعلی افزود: دانشگاه و دانشجو به عنوان یک مرجع ،نقش مهمی در ایجاد تحرک اجتماعی دارد و در همین ارتباط برنامه‌های منسجم و مشخصی برای انتخابات پیش رو در دانشگاه تعریف شده است.

وی دلسردن کردن مردم از حضور در انتخابات را از دسیسه‌های دشمن معرفی کرد و اظهار داشت: دانشگاه و دانشجویان می‌توانند با برگزاری مناظره‌های دانشجویی، جلسه‌های تحلیلی ویژه استادان، رویدادهای مساله محور، تریبون‌های آزاد، اردوهای راهیان پیشرفت و تولید محتوای چندرسانه‌ای روشنگری و نقش مؤثری در داغ کردن تنور انتخابات ایفا کنند.

پیرعلی اضافه کرد: همچنین با هدف ایجاد تحرک و شور انتخاباتی تلاش شده شرایط حضور نامزدها برای تبیین و ارائه برنامه‌های خود و سوال و جواب با دانشجویان در دانشگاه فراهم شود.

وی تاکید کرد: در شرایط حساس امروز حضور پرشور آحاد مردم در عرصه انتخابات تاثیر اجتماعی و بین‌المللی مهمی برای نظام به دنبال دارد.

رییس دانشگاه شهرکرد در خصوص نقش دانشجویان و استادان در انتخاب هوشمندانه گفت: دانشگاه به عنوان یک مرکز علمی در انتخابات نقش مرجع، تاثیرگذار و راهبردی دارد.

وی با اشاره به الگوپذیری دانشجویان از استادان اظهار داشت: مواضع استادان دانشگاه به عنوان افسران جنگ نرم و مورد وثوق، برای راهبری دانشجویان مشخص باشد.

رییس دانشگاه شهرکرد با تاکید بر ضرورت حضور رسانه‌ها در دانشگاه با هدف ایجاد شور و انگیزه حضور در انتخابات افزود: سکوت استادان دانشگاه به عنوان افسران علمی جبهه جنگ نرم، موجب رکود و رخوت دانشجویان می‌شود.

دشمنی‌های بدخواهان نظام ادامه دارد

وی تاکید کرد: امروز بدخواهان نظام در شرایطی که رژیم صهیونیستی به دلیل جنایت‌های وحشیانه در غزه در انزوا قرار گرفته است ،تلاش می‌کند با کم‌رنگ جلوه دادن حضور مردم در عرصه انتخابات فشار خود را علیه جمهوری اسلامی دوچندان کند.

رییس دانشگاه شهرکرد اظهار داشت: مشارکت محدود مردم در عرصه دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی و ششمین دوره انتخابات خبرگان رهبری موجب قدرت‌نمایی هرچه بیشتر دشمنان نظام، بدخواهان انقلاب و ناکارآمد جلوه دادن نظام می‌شود.

وی گفت: حضور پرشور مردم در عرصه انتخابات افزون بر تاثیرگذاری خارجی و تقویت ارتباطات بین‌الملل موجب به نمایش گذاشتن وحدت و انسجام داخلی می‌شود.

پیرعلی با تاکید بر افزایش دشمنی‌های دشمن در این بازه زمانی اضافه کرد: نباید اجازه داد حضور کمرنگ ملت در عرصه انتخابات به ابزاری برای تخریب نظام تبدیل شود.

چهارمحال و بختیاری با ۱۲ شهرستان و بیش از یک میلیون نفر جمعیت چهار نماینده در مجلس شورای اسلامی دارد.

انتخابات دوره دوازدهم مجلس شورای اسلامی و دوره ششم مجلس خبرگان روز ۱۱ اسفندماه در سراسر کشور برگزار می‌شود.

جانشین فرماندهی سپاه حضرت قمر بنی‌هاشم (ع):
سران عشایری در شکوه وحدت حضور یافتند

جمعی از سران ایلات و طوایف جامعه عشایری استان چهارمحال و بختیاری عازم همایش شکوه وحدت در تهران شدند.

جانشین فرماندهی سپاه حضرت قمر بنی‌هاشم (ع) در جمع خبرنگاران گفت: در آستانه چهل و ششمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، ایران عزیز بار دیگر شاهد حضور معنادار و زمان‌شناسی به‌موقع عزیزان بختیاری استان چهارمحال و بختیاری این قشر خدوم، وفادار و مؤمن به انقلاب هستیم.

سردار علی افضلی افزود: در آستانه آزمون بسیار بزرگی در پیش روی خود هستیم که صحنه انتخابات است و همان‌گونه که در روزهای گذشته مردم ما ثابت کردند همیشه پای نظام و انقلاب هستند، این بار هم با حضور در همایشی که سران و بزرگان طوایف و ایلات مختلف ازجمله عشایر بختیاری عزیزمان حضور دارند، تجدید بیعت دوباره با امام راحل و شهدا و آرمان‌های امام عظیم‌الشأن خواهند داشت تا ان‌شاءالله یک‌صدا و یک‌کلام بگوییم که تا آخر پای‌کار نظام ایستاده‌ایم.

جانشین فرماندهی سپاه حضرت قمر بنی‌هاشم (ع) گفت: هدف از انقلاب ما مقدمه سازی برای تحویل نظام به صاحب اصلی حکومت جهانی یعنی حضرت ولی‌عصر (عج) هست، ان‌شاءالله به دست غیور مردان بختیاری و باهمت و حضور منسجم ملت عزیز ایران اسلامی این هم محقق خواهد شد.

گفتنی است؛ در این روز سران ایلات و طوایف جامعه عشایری با حضور در جوار قبور مطهر شهدای گمنام شهرکرد و بزرگداشت یاد و خاطره اسوه‌های ایثار و فداکاری، با بدرقه جانشین فرماندهی سپاه حضرت قمر بنی‌هاشم (ع) و مسئولین بسیج عشایری استان چهارمحال و بختیاری عازم همایش «شکوه وحدت» در تهران شدند.

نماینده شهرستان خانمیرزا:
بیش از ۲۰ مدرسه تخریبی در خانمیرزا وجود دارد

نماینده شهرستان خانمیرزا گفت: بیش از ۲۰ مدرسه تخریبی در خانمیرزا وجود دارد که باید بازسازی شود.

محمدیعقوب باقری اظهار کرد: برخی مسائل در استان باید بصورت کلان دیده شوند و مشکلات جزء از جمله ساخت مدرسه باید نیازسنجی و توسط دستگاه های ذیربط انجام گردد.

وی گفت: برای اشتغال و توسعه پایدار ظرفیت عظیمی در استان چهارمحال و بختیاری وجود دارد پتانسیل مناطق مختلف استان در زمینه های صنعتی یا کشاورزی و دامپروری باید شناسایی و تقویت گردد.

باقری تصریح کرد: در راستای رفع مشکل بیکاری استان چهارمحال و بختیاری در دولت سیزدهم اقدامات خوبی صورت گرفته که جای تقدیر دارد.

باقری با اشاره به لزوم ایجاد زمینه های سرمایه گذاری در استان چهارمحال و بختیاری ، گفت: با استفاده از خدمات بنیاد های علوی و برکت می توان اشتغال پایدار و توسعه همه جانبه در استان را شاهد باشیم.

وی با اشاره به اینکه زیبنده نیست که مدارس کانکسی یا کمبود فضای آموزشی داشته باشیم ، افزود: مدارس تخریبی، نبود خانه های بهداشت، بیکاری و ... باید مورد توجه قرار گیرند.

باقری تصریح کرد: با توجه به اینکه برای شهرستان خانمیرزا سرمایه گذار مراجعه نموده اما بدلیل نبود زیرساخت لازم ، اقدامی صورت نگرفته ، انتظار می رود بنیاد برکت یکی از پروژه های مهم شهرستان خانمیرزا در روستای بابامنصور را حمایت کنند.

وی با اشاره به اینکه بیش از ۲۰ مدرسه تخریبی در شهرستان خانمیرزا وجود دارد، گفت: توجه به رفع معضلات مدارس ضروری است .

باقری افزود: شهرستان خانمیرزا قطب گلخانه های استان چهارمحال و بختیاری بوده و با وجودمتقاضیان بسیار جهت احداث گلخانه اعتبار اندک برای ارائه تسهیلات اختصاص داده شده است.

آگهی مزایده زمین– نوبت اول

شهرداری هفشجان باستناد مصوبه شماره ۷۴ مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۲۳ و ۴۹ شورای محترم اسلامی شهر و ارزیابی کانون کارشناسان رسمی دادگستری درنظردارد نسبت به فروش ده قطعه زمین تجاری از مجتمع فن آوران هفشجان بصورت مزایده و ازطریق سامانه ستاد اقدام نماید. متقاضیان واجد شرایط وصلاحیت داردرصورت تمایل شرکت درمزایده میتوانند باتوجه به شرایط مشروحه ذیل حداکثرقیمت پیشنهادی خود را در سامانه ستاد اعلام فرمایند.

۱ – مساحت پلاکها از ۸۰ متر مربع الی ۲۲۰ مربع متغیر میباشد.
۲ – قیمت هر متر مربع پلاکها با توجه به موقعیت آنها از ۸۰/۰۰۰/۰۰۰ الی ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال میباشد.
۳ – ارائه یک فقره ضمانتنامه بانکی یا فیش بانکی واریز بحساب شماره IR۵۴۰۶۰۰۳۲۰۲۰۱۱۰۵۹۶۶۱۶۱۰۰۳ نزد بانک مهر ایران معادل ۵ درصد از قیمت کل پلاک بابت سپرده شرکت درمزایده الزامی می باشد.
۴ – شهرداری در رد یا قبول هریک ازپیشنهادات مختار است.
۵ – برنده گان اول ، دوم هرگاه درمدت تعیین شده (هفت روز از زمان ابلاغ شهرداری) حاضر بانعقاد قرارداد نشوند سپرده آنها بترتیب بنفع شهرداری ضبط خواهد شد.
۶ – سایراطلاعات وجزئیات مزایده دراسناد مزایده مندرج است .
۷ – اسناد مزایده تا ساعت ۱۹ مورخه ۱۰ / ۱۲ / ۱۴۰۲ در سامانه ستاد قابل دریافت میباشند.
۸ –آخرین مهلت تسلیم پیشنهادات پایان وقت اداری مورخه ۲۱ / ۱۴۰۲/۱۲ می باشد.
۹ –تاریخ بازگشایی پاکات رأس ساعت ۹ صبح مورخه ۲۲ / ۱۲ /۱۴۰۲ می باشد.
۱۰ –کلیه هزینه های کارشناسی بعهده برنده گان مزایده می باشد.
۱۱ – شماره شناسه ملی شهرداری ۱۴۰۰۲۲۰۸۰۰۴ میباشد.
۱۲ – سایر جزئیات مربوط به معامله در سامانه خدمات الکترونیک دولت ذکر گردیده است./ شناسه آگهی: ۱۶۶۶۴۸۹

داود رشیدی هفشجانی – شهردار هفشجان

نماینده ولی فقیه در چهارمحال و بختیاری:

شورآفرینـــی در کنار سلامت اجتماعی دو امـــر مهـــم در تبلیغات انتخاباتـــی است

نماینده ولی فقیه در چهارمحال و بختیاری گفت: شورآفرینی در کنار سـلامت اجتماعی همراه با تقوا و حفـظ وحدت و ارزش‌های دینی باید در تبلیغات نامزدهای مجلس شورای مدنظر قرار بگیرد.

حجت‌الاسلام والمسـلمین محمدعلی نکونام در خطبه‌های نماز جمعه شـهرکرد با توجه به احادیث، یکـی از ویژگی اهالی بهشـت را ترک نشـدن نماز جمعه آن‌ها دانسـت و اظهار کرد: روز جوان نزدیک اسـت و جوانان باید با الگوگیـری از حضرت علی اکبر علیه السلام، قدم در راه تقوای الهی قرار دهند.

وی همچنیـن عبـادت از روی یقیـن و کیفیـت بخشی به عبادات با الگو گرفتن از حضرت علی بن ابی‌طالب را از ویژگی‌های راستین مسلمانان دانست و افـزود: با توجـــه به احادیث سـه ویژگی جامعه متمـدن که باید توجـــه ویژه به آن شـود، شـبکه سازی در کنار عمق بخشـــی و وحدت آفرینی در جامعه است.

نکونام پر محتوا کردن جامعه با فرهنگ اسلامی و سـبک زندگی دینی را از راه‌های تحقق عمق بخشی در جامعه دانسـت و تصریح کـرد: جامعه با فرهنگ جامعه‌ای اسـت که دسـتورهای علـوی در آن زنده باشـد و جامعه ما با جدیت و فعال در این امور، هر کدام از مردم به نوبه خودشان نقش آفرینی می‌کنند.

وی اقتصـاد مقاومتـی و کارآفرینـی را ضرورت جامعه دانسـت و تصریح کرد: این امر تا حدود قابل توجهی در جامعه ما با همکاری مردم در عرصه‌های اقتصادی شـکل گرفته اسـت ولی هنـوز راه زیادی مانده است تا به سرحد مقاومت برسیم.

نماینـده ولـی فقیه در اسـتان همچنیـن حضور پرشکوه مردم در راهپیمایی ۲۲ بهمن و شکرگزاری ۴۵ سـالگی انقلاب را مسـرت بخـش و امیدآفرین بیان کرد و از مردم و مسـئولین برگزاری این حرکت بزرگ فرهنگی و اجتماعی تشکر کرد.

نکونام در ادامه از برگزاری جلسـه با کاندیداهای مجلس شـورای اسـلامی خبر داد و افزود: تبلیغات باید به گونه‌ای باشد که شورآفرینی در کنار سلامت اجتماعی همراه با تقوا و حفظ وحدت و ارزش‌های دینی باشد.

وی همچنیـن برگزاری انتخابات خداپسـند و به انجام رسـیدن رای‌گیری‌ها به صورت سـالم و پاک را مهم دانسـت و گفت: نماینده‌هـای خبرگان خود نمادی از تقوا هسـتند و اطرافیـان و طرفداران آنها نیز باید شـان کاندیداهای مجلس خبرگان رهبری را حفظ کنند.

فرمانده انتظامی چهارمحال و بختیاری تاکید کرد؛

توجه کاندیداها به سلامت انتخابات/ برخورد قانونی با هرگونه تخطی

فرمانـده انتظامـی چهارمحال و بختیـاری گفت: سـلامت در انتخابات باید مد نظـر تمامی کاندیداها باشد و با هرگونه تخطی در انتخابات برخورد قانونی می‌شود. سردار منوچهر امان الهی در نشست صمیمی کاندیداهـای مجلس بـه نماینده ولی فقیه در اسـتان چهارمحـال و بختیاری اظهار کـرد: در انتخابات باید رقابت سالم مد نظر تمامی کاندیداها باشد.

وی با اشـاره بـه اینکه تلاش ما بر این اسـت که انتخابات سـالم با حضور حداکثری را در سطح استان برگزار کنیم تصریح کرد: بیان و گفتار کاندیداها بسیار مهم است نباید در زمان تبلیغات حرفی را بیان کنند که موجب ضرر و مشکل شود.

امـان الهی بـا تاکید بـر اینکه از چالش‌هـای روز انتخابات جلوگیری شـود خاطر نشان کرد: کاندیداها همـه قوانین را مد نظر قرار دهنـد و از قانون تخطی نکنند که هر جا تخلفی دیده شود برابر با قانون تذکر و برخورد خواهد شد.

وی در پایان خاطر نشـان کرد: امیدواریم با کمک یکدیگر انتخابات پر شـوری را رقم بزنیم و هرکس پیروز میدان شـد منشـأ خیر و برکت برای اسـتان باشد.

معاون فرماندار شهرکرد:

مشـــارکت در انتخابـــات را افـــزایش دهیـــم

معاون سیاسی، اجتماعی و امنیتی فرماندار شهرکرد گفـت: باید همه تمهیدات لازم را برای مشـارکت در انتخابات افزایش دهیم تا دغدغه رهبر انقلاب برطرف شود.

یحیی حیدری در جلسه شـورای اداری شهرستان شهرکرد، اظهار کرد: تمام تمهیدات لازم طبق رهنمود مقام عظمای ولایت بر طبق چهار راهبرد مهم انتخابات شامل سلامت، امنیت، رقابت و مشارکت در چهارمحال و بختیاری فراهم شده است.

وی تصریـح کرد: تمامی مـوارد مربوط به مجریان انتخابات در حال انجام است و در بحث مشارکت طبق فتوای مقام معظم رهبری باید مشارکت را افزایش دهیم تا دغدغه ایشان نیز برطرف شود.

حیدری با تاکید بر اینکه تا مقام معظم رهبری دستور لغو جهاد تبیین را ندهند، ادامه دارد اذعان داشت: ما در هر سمتی هستیم بحث جهاد تبیین واجب عینی است.

معاون اجتماعی، سیاسی و امنیتی فرماندار شهرکرد با اشاره به تلاش دشمن برای ایجاد ناامیدی در جامعه بیان داشت: در جامعه فضای مجازی متأسفانه رها شده اسـت و دشمن دائماً در حال پمپاژ ناامیدی در جامعه است.

وی ادامـه داد: طبقـــه فرمـــایـش رهبر معظم رهبری ما در مسـیر قله هستیم و باید به قله‌هایی که مدنظـر ولی فقیه هست برسیم؛ مشـــکلاتی هست ولـی با همت می‌توان مشـــکلات را مرتفع کـرد.

حیدری یادآور شـد: دو نعمت مجهول سلامت و امنیت اسـت که امنیت را مرهون سـربازان گمنام امام زمان هستیم.

وی با تاکید بر اینکه لیاقت مردم ما بیشتر از خدماتی است که به آن‌ها ارائه می‌شود خاطر نشان کرد: خدمات نظام در طول ۴۵ سال باید بیان شود و مردم ما همیشه پای نظام بوده اند.

معاون اجتماعی، سیاسی و امنیتی فرماندار شهرکرد گفت: ۵۰ درصد فضای مجازی دست دشمن است و مردم اخبار را از فضای مجازی می‌گیرند.

۱۳۸ مگاوات برق از طریق انرژی‌های تجدیدپذیر در کشور تولید می‌شود

مدیر حوزه مدیریت سازمان صنایع کوچک ایران گفت: در راسـتای رفع مشـکل تامیـن برق صنایع براساس برنامه ریزی انجام شده تلاش می‌شود با راه اندازی شـهرک‌های خورشیدی تا پایان امسال ۱۳۸ مگاوات برق از طریق انرژی‌های تجدید پذیر تولید و وارد مدار شود.

علـی بلالی دهکردی در حاشـیه افتتاح ۲ واحد صنعتی در چهارمحال و بختیاری افزود: از این میزان تولید برق پیش‌بینی شده تاکنون ۴۰ مگاوات برق از طریق انرژی‌های تجدید پذیر در کشـور تامین شده است.

وی اظهـار داشـت: با توجه به پیـک مصرف و قطعی برق صنایع در فصل تابستان؛ توافق‌نامه‌ای بین سازمان صنایع کوچک، شهرک‌های صنعتی و ساتپا از وزارت نیرو برای صدور مجوز شهرک خورشیدی منعقد شده است.

مدیر حوزه مدیریت سازمان صنایع کوچک ایران گفت: براسـاس این توافق‌نامه وزارت نیرو نسـبت به صدور جواز تاسـیس نیروگاه‌های خورشیدی و شرکت شهرک‌های صنعتی و سازمان صنایع کوچک در استان‌ها نیز نسبت به تامین زمین اقدام می‌کنند.

وی یـادآور شـد: در کنـار ایـن توافق‌نامـه و هدف‌گذاری انجام شده یک سری مولدهای مقیاس کوچک هم بـرای تامین برق به کمـک واحدهای صنعتی می‌آیند.

بلالـی اضافه کـرد: انرژی خورشـیدی، انرژی پاکی اسـت که با توجـه به شدت تابش خورشید، وضعیـت دمـا و میـزان رطوبت کـه پارامترهای مخالفی هستند می‌طلبد زمینه تولید آن را در کشور فراهم کرد.

وی یـادآور شـد: امـروز ایجاد شـهرک انرژی خورشـیدی به خصوص در اسـتان‌هایی که جهت تابش خورشـید در آن‌ها مناسب است به عنوان یک مصوبه الزامی است.

بلالـی دهکـردی در خصـوص چهارمحـال و بختیاری گفت: این اسـتان با توجه به جهت، شدت و تابش انرژی خورشیدی و دما شرایط مناسبی برای تولید انرژی پـاک دارد که باید از این ظرفیت برای تولید انرژی مورد نیاز صنایع استان استفاده کرد.

وی ادامـه داد: بـا توجـه به اینکه ممکن اسـت شـهرک انرژی خورشیدی در سایتی دور از شهرک باشد براساس هماهنگی انجام شده با وزارت نیرو از خطوط انتقال موجود این وزارتخانه استفاده می‌شود. به گفته بلالی دهکردی بر این اساس تولید انرژی در یک سـایت و مصرف در جای دیگر و انتقال انرژی نیز به وسیله مدارهایی که از سوی وزارت نیرو تامین شده انجام می‌شود.

مدیـر حوزه مدیریـت سـازمان صنایع کوچک ایران گفت: تلاش می‌شـود با تامین انرژی از طریق انرژی‌های تجدید پذیر تابستان آینده با مشکل قطعی برق صنایع در کشور روبرو نشویم.

در چهارمحال و بختیاری بیش از یک هزار واحد صنعتی در حال فعالیت اسـت کـه ۳۶ واحد از این مجموعه واحدهای بزرگ و دارای اشتغال بالای ۱۰۰ نفر و ۳۲ واحد متوسط با اشتغال بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر و بقیه واحد های صنعتی کوچک هستند.

تاکنـون با صدور بیش از ۲ هزار جواز تاسـیس و افـزون بر ۴۰۰ طرح با سـرمایه گذاری بالای ۶۰ درصد طرح‌های صنعتی اجرایی شده که در راستای کمک به تکمیل این طرح گام‌های بلندی برداشـته شده است.

این اسـتان برخی محصـولات صنعتی از جمله لوازم خانگی، تولید چادر مشکی، موکت و برخی از صنایع دیگر رتبه‌های مطلوبی در کشور دارد.

رئیس ستاد انتخابات کشور:

خط قرمـز ستاد انتخابات، اصل بی‌طرفـی و سلامت انتخابات است

رئیس ستاد انتخابات کشور گفت: ملاک و معیار برای همه برگزارکنندگان انتخابات عمل به مُر قانون است و همان طور که بارها تاکید شده خط قرمز ستاد انتخابات اصل بی‌طرفی و سـلامت انتخابات است.

سـید محمدتقی شـاهچراغی، معاون سیاسی وزیر کشـور در همایش سلامت انتخابات در چهارمحال و بختیاری با اشاره به تلاش‌های دولت مردمی برای حل مسائل کشور، اظهار کرد: در چهار دهه گذشته در تمام دولت‌ها به ویژه در دولت سـیزدهم، تلاش هـای فراوان و خدمات ارزنده ارائه شـده اسـت و حل مسـائل مردم باید ادامه دار و با سرعت بیشتری صورت بگیرد.

رییس ستاد انتخابات کشور افزود: مردم ما همواره براسـاس باورهای دینی و اعتقـادی خود در میدان حضـور فعال و با بصیرت دارند و حضور پرشـور و شـعور مردم سراسر ایران در راهپیمایی ۲۲ بهمن امسـال برخلاف همه هجمه و تلاش‌های دشـمنان نشـان از زمان‌شناسـی مردم ایران دارد و این وظیفه ما مسـئولان را سـنگین‌تر می‌کند.وی در تشـریح اقدامات سـتاد انتخابات کشور بیان کرد: در وزارت کشور بسیاری از نواقص برگزاری گذشته احصاء و جمع بندی شـده و برای رفع آن‌ها برنامه ریزی‌ها و اقدامات میدانی صورت گرفته است و ستاد انتخابات کشـور با هماهنگی استانداران و فرمانداران به دنبال برگزاری انتخابات مطلوب و تسـهیل در روند اخذ رای مردم ایران اسلامی هستیم.

شـاهچراغی افـزود: آمـوزش هـا و مانورهای انتخاباتی عوامل اجرایی به صورت متعدد و با هدف هماهنگی، آمادگی و رفع نواقص شعبه‌های اخذ رأی برگزار شـده است، همه دستگاه‌ها و ادارات به ویژه وزارت ارتباطـات عملکرد و هماهنگی خوبی برای اجرای خوب انتخابات و تسهیل در مشارکت مردم و تحقق عدالت انتخاباتی دارند.

معاون سیاسی وزیر کشور گفت: برای مشارکت حداکثری و حضور پرشور مردم گروه‌ها و اجتماع‌های مختلـف از جمله خود نامزدهای مجلس شـورای اسلامی و خبرگان رهبری، احزاب، حلقه‌های میانی، گروه‌های جهادی، بانوان و خواص و سیاسیون نقش سازنده خواهند داشت.شاهچراغی در تشریح روند اخذ رای در قانون جدید انتخابات، تصریح کرد: طبق قانـون جدید انتخابات ملاک در اخذ رأی، شـماره ملی فرد واجد شـرایط است و هر رای دهنده فقط یک نوبت می تواند با ارائه یکی از پنج سـند هویتی کارت ملی، گواهینامه، کارت پایان خدمت، گذرنامه و شناسنامه در انتخابات شرکت کند.

رئیس ستاد انتخابات کشور افزود: ملاک و معیار برای همه برگزار کنندگان انتخابات عمل به مُر قانون است و همان طور که بارها تاکید شده خط قرمز ستاد انتخابات اصل بی‌طرفی و سـلامت انتخابات است.

وی گفـت: همه این تمهیدات و برنامه‌ریزی‌ها برای برگزاری انتخابات سالم و پرشور در روز ۱۱ اسفند مـاه خواهد بود و ما مکلف به برگـزاری انتخابات مطابق با چهار راهبرد سـلامت، امنیت، مشارکت و رقابت هستیم.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار چهارمحال و بختیاری:

۲۵۸ هـــزار میلیارد ریال طرح سرمایه‌گـــذاری در چهـــارمحال و بختیاری در دست اجـــراست

معـاون هماهنگـی امـور اقتصـادی اسـتاندار چهارمحـال و بختیـاری از اجـرای ۱۵ طرح کلان سـرمایه‌گذاری در این استان با مشـارکت بنیادها و شـرکت‌های بزرگ خبر داد و گفت: این تعداد طرح با حجم سرمایه‌گذاری ۲۵۸ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال در دست اجراست.

محمدکاظـم منزوی افزود: از این تعداد، ۱۱ طرح با حجم سرمایه‌گذاری ۲۲۰ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال مصوب سـفر رییس‌جمهـور و اعضای هیات دولت به اسـتان است و با سـرعت در حال اجرایی شدن است.

وی بـه مهمترین این طرح‌ها اشـاره کرد و گفت: احداث دامداری سـه هزار راسـی در دشـت‌زرین شهرسـتان کوهرنـگ از جمله این طرح‌هاسـت که مجوز آن گرفته شـده و مراحل اجرایی شـدن آن با سرعت در حال پیگیری است.

معـاون هماهنگـی امـور اقتصـادی اسـتاندار چهارمحال و بختیاری ادامه داد: تکمیل زنجیره تولید ماهیان سـردآبی از دیگر این طرح‌هاسـت که مقرر شده سازمان دامپزشـکی کشور در استان آزمایشگاه مرجع راه‌اندازی کند و تفاهم‌نامه آن نیز امضا شـده و در تلاشـیم با احداث ساختمان این آزمایشگاه، تجهیـزات آن از را به سـرعت از تهـــران دریافت کنیم.

منزوی از احیـای یک واحد تولید آب معدنی در جونقان شهرسـتان فارسان خبر داد و گفت: در کنار این مجموعه، مقرر شده تا سازمان هلال‌احمر نیز در خصوص تولید آب معدنی در اسـتان سرمایه‌گذاری کند.

وی تصریح کرد: همچنین در سـفر رییس‌جمهور مجوز تغییر تولید محصول پتروشیمی بروجن گرفته شـد و بدین ترتیـب با راه‌انـدازی ایـن مجموعه، محصول آن کریستال ملامین خواهد بود.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار چهارمحال و بختیاری افزود: در بخش معدن نیز شرکت توسعه معادن کوثر برای ورود به اسـتان اعلام آمادگی کرده و بزودی نیز در این خصوص خبرهای خوبی اعلام می‌شود.

وی با بیان اینکه صندوق بازنشستگی کشوری نیز سـه طرح مهم تولیدی در این اسـتان در دست اجرا دارد، گفت: تولید مکمل شیرخشک، فعال‌سازی خط تولید کـره و احداث سـردخانه و همچنین احداث دامـداری در جونقان از جمله این طرح‌هاسـت که خط تولید کـره تا پایان سـال به بهره‌برداری خواهد رسید.

معـاون هماهنگـی امـور اقتصـادی اسـتاندار چهارمحال و بختیاری یاداور شد: جدای از طرح‌های سـرمایه‌گذاری سفر رییس‌جمهور، چهار طرح دیگر نیز در اسـتان در دست اجراسـت که شامل کارخانه کارتن‌سازی در جونقان، کارخانه تولید روغن، تولید کریستال ملامین در لردگان و راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای اتکا اسـت که برای اجرای هر چهار طرح ۳۳ هزار میلیارد ریال سرمایه‌گذاری شده است.

در چهارمحال و بختیاری بیش از یک هزار واحد صنعتی در حال فعالیت اسـت کـه ۳۶ واحد از این مجموعه واحدهـای بزرگ و دارای اشـتغال بالای ۱۰۰ نفـر و ۳۲ واحد متوسـط با اشـتغال بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر و بقیه واحد های صنعتی کوچک هستند.

تاکنون با صـدور بیش از ۲ هزار جواز تاسـیس و افـزون بر ۴۰۰ طرح با سـرمایه گذاری بالای ۶۰ درصد طرح‌های صنعتی اجرایی شده که در راستای کمک بـه تکمیل این طرح گام‌های بلندی برداشـته شده است. این استان برخـی محصولات صنعتی از جمله لوازم خانگـی، تولید چادر مشـکی، موکت و برخـی از صنایـع دیگـر رتبه‌هـای مطلوبی در کشـور دارد.

اخبار

اسـامی نامزدهای انتخابات مجلس خبرگان رهبری در چهارمحال و بختیاری اعلام شد

فرماندار شهرسـتان شـهرکرد در اطلاعیه‌ای اسامی و کدهای انتخاباتی نامزدهای انتخابات ششمین دوره مجلس خبرگان رهبری از حوزه انتخابیه چهارمحال و بختیاری را روز پنجشنبه اعلام کرد.

به گزارش روابط عمومی فرمانداری شهرستان شهرکرد، اسامی و کدهای انتخاباتی نامزدهای انتخابات ششمین دوره مجلس خبرگان رهبری از حوزه انتخابیه چهارمحال و بختیاری به شـرح زیر اعلام می‌شود:

۱ – علیرضا اسلامیان فرزند عبدالحسین – کد انتخاباتی: ۱۵
۲ – عبدالله کیوانی هفشجانی فرزند نوروز – کد انتخاباتی: ۱۹
۳ – منصور مظاهری کرونی فرزند محمد – کد انتخاباتی: ۲۳

بر اساس این اطلاعیه تبلیغات انتخاباتی مجلس خبرگان رهبری از چهارشنبه ۲۵ بهمن آغاز و تا ۲۴ ساعت قبل از شروع اخذ رأی ادامه خواهد داشت.

آغـاز فعالیت تبلیغات انتخاباتـی نامزدهای مجلس خبرگان در استان

رییس سـتاد انتخابات چهارمحال و بختیاری گفت: از تعداد ۹ نامزد ثبت‌نام شـده برای ششمین دوره مجلس خبرگان رهبری در چهارمحال و بختیاری تعداد سه نفر از آن‌ها احراز صلاحیت شده‌اند.

محسن حسـین‌میرزایی افزود: این تعداد برای یک کرسی مجلس خبرگان رهبری در چهارمحال و بختیاری به رقابت می‌پردازند.

چهارمحال و بختیاری با ۱۲ شهرستان و بیش از یک میلیون نفر جمعیت یک نماینده در مجلس خبرگان رهبری دارد.انتخابات دوره دوازدهم مجلس شورای اسلامی و دوره ششم مجلس خبرگان روز ۱۱ اسفندماه در سراسر کشور برگزار می‌شود.

***

در دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد رخ داد؛

آغاز به تحصیل نخسـتین گروه دانشـجویان رشته فیزیوتراپی

مدیرگروه فیریوتراپی دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد از پذیرش و آغاز به تحصیل اولین گروه دانشجویان در مقطع کارشناسی رشته فیزیوتراپی در این دانشگاه خبر داد.

میثم صادقی ثانی در تشریح این خبر اظهار کرد: همزمان با آغاز نیمسـال دوم تحصیلی۱۴۰۳-۱۴۰۲، اولین گروه دانشـجویان در مقطع کارشناسی رشته فیزیوتراپی شامل ۱۲ نفر(۴ پسر و ۸ دختر) در دانشـکده پیراپزشکی مجتمع آموزشی پردیس رحمتیه دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، تحصیل خود را آغاز کردند.

وی افزود: این دانشـجویان با جدیدترین و بروزترین تجهیزات آموزشی و درمانی خریداری شـده در حیطه فیزیوتراپی، آموزش خواهنـد دیـد، همچنین کتـب مورد نیاز دانشـجویان در رشـته فیزیوتراپی، خریداری و دردسترس قرار گرفته است.

صادقی ثانی ادامه داد: پیش‌بینی شـده برای رفع نیازها و ارتقاء آموزشی و بالینی، ۴ مرکز آموزشی درمانی فیزیوتراپی در شهرکرد دایر شود که ۲ مرکز فیزیوتراپی تخصصی در رشته‌های نورولوژی و قلب و ریه، ۲ مرکز توانبخشـی جنرال، حوزه زنان، سرطان‌ها و مشکلات کف لگن در دست اقدام و اجراست.

وی تصریح کرد: هم اکنـون گروه فیزیوتراپی با ۳ عضو هیئت علمی، آموزش دانشـجویان را عهده دار اسـت وبه زودی ۲ عضو هیئت علمی دیگر نیز در این رشته جذب خواهد شد.

صادقی ثانی گفت: این دانشـجویان پس از ۴ سال با فراغت از تحصیل می‌توانند خدمات پیشگیری و درمان بیماری‌های اسکلتی عضلانـی، قلبی ریـوی، مغز و اعصاب و متابولیکـی را به جامعه هدف ارائه کنند.وی یادآور شـد: پیگیـری دریافت مجوز پذیرش دانشـجویان در دوره دکتـرای حرفه‌ای رشـته فیزیوتراپی نیز در دست اقدام است.به گزارش روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی شـهرکرد، مدیرگروه فیریوتراپی دانشـگاه علوم پزشکی شهرکرد گفت: تاسیس این رشته در دانشگاه حاصل قریب به یک دهه تلاش همه همکاران دانشگاهی در ادوار مختلف و در حوزه‌های ریاستی، معاونتی، دانشـکده‌ای، بیمارسـتانی و خارج از دانشگاهی بود، که قابل تقدیر و تشکر است.

***

آتش‌سوزی واحد تصفیه روغن سفید دشت بروجن مهار شد

مسوول آتش‌نشـانی شهر سفید دشت شهرستان بروجن گفت: واحد تصفیه روغن سفید دشت که روز چهارشنبه دچار آتش‌سوزی شده بود با حضور نیروهای آتش نشانی مهار شد.

مصطفی نفر علت آتش سوزی شرکت تصفیه روغن نشتی روغن بر روی کوره عنوان کرد.وی اظهار داشت: ۲ تیم عملیاتی آتش‌نشانی از شهرداری و قطب صنعتی شهر سفید دشت اعزام شدند.مسوول روابـط عمومی اورژانس ۱۱۵ و مرکز مدیریت حوادث دانشـگاه علوم پزشکی چهارمحال و بختیاری گفت: در حادثه آتش سوزی واحد تصفیه روغن سفید دشـت چهار نفر مصدوم شدند که با ۲ دستگاه آمبولانس به بیمارستان کاشانی شهرکرد اعزام شدند.

محسن ابراهیمی افزود: حال یکی از مصدومان مساعد نیست.

***

پلیس بروجن:

گروگان ۴۰ ساله از دست آدم‌ربا رهایی یافت

فرمانده انتظامی شهرستان بروجن از عملیات غافلگیرانه پلیس در رهایی فرد گروگان از چنگ یک آدم‌ربا خبر داد.

به گـزارش معاونت اجتماعـی نیروی انتظامـی چهارمحال و بختیاری، سـرهنگ کوروش صفیان روز پنجشنبه با اعلام این خبر افزود: در پی مراجعه حضوری یکی از شهروندان به پلیس آگاهی شهرسـتان بروجن مبنی بر ربایش فردی ۴۰ سـاله توسط شخص ناشناس، بلافاصله اقدامات اولیه در این راستا آغاز شد و موضوع با حساسیت ویژه‌ای توسط ماموران پلیس آگاهی پیگیری شد.

به گفته وی، با انجام تحقیقات تخصصی و اطلاعاتی، با بررسی دقیق اظهارات خانواده فرد ربوده شده و سرنخ‌های به دست آمده، ماموران تحقیقات گسترده‌ای را برای رهایی گروگان آغاز کردند و سرانجام موفق شدند هویت متهم را در یکی از استان‌های همجوار شناسایی کنند.

وی افزود: آدم‌ربا که به همراه فرد گروگان به استان فارس متواری شده بود پس از آنکه عرصه را بر خود تنگ دید گروگان را رها کرد و به مکان نامعلومی متواری شـد که با هماهنگی و نیابت قضایی و سـرعت عمل پلیس، فرد آدم‌ربا دستگیر شد و با تشکیل پرونده جهت سـیر مراحل قانونی در اختیار مرجـع قضایی قرار گرفت.

صفیان در ادامه تصریح کرد: فرد گروگان گرفته شده صحیح و سالم به خانواده‌اش تحویل داده شد و متهم در تحقیقات مقدماتی، انگیزه خود را از آدم‌ربایی، اختلافات قبلی عنوان کرد.

روزنامه کثیرالانتشار زرد کوه (سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی)

• شنبه ۲۸ بهمن ماه ۱۴۰۲ • سال سی و چهارم • شمـاره ۲۶۲۷ •

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: علی یوسف پور

* مطالب و نوشته های زردکوه لزوماً دیدگاه گردانندگان آن نمی باشد.

* زیر نظـر شورای سردبیـری

صفحـه آرایی: مرضیه نافیان

نشانی دفتر شهرکرد: خیابان شریعتی - کوچه ۵۵- پلاک ۱۲

همراه: ۰۹۱۳۳۸۱۳۳۷۳ نمابر: ۳۲۲۲۳۱۰۱ تلفن: ۳۲۲۲۰۸۵۲ و ۳۲۲۲۰۸۵۰ ص پ: ۱۹۸

چاپ و لیتوگرافی : قم/ شاخه سبز تلفن: ۰۹۱۹۲۵۲۸۶۶۵

چاپ شهرکرد : جهانبین تلفن: ۳۳۳۴۸۱۸۶ لیتوگرافی: ارغوان تلفن: ۳۲۲۴۳۱۹۳

E-mail : zardkooh1@yahoo.com

E-mail : zardkoohbakhtiyari@yahoo.com

Site: www.zardkoohnews.com

Telegram: https://telegram.me/zardkoohnewspaperw

مصرف‌گرایی در کنار تورم یکی از ریشه‌های تنگنای معیشتی جامعه است

تـــله‌مصرف‌گـــرایی

برخـی بـا اشـتراک‌گذاری زیسـت مصرفـی خود در شـبکه‌های اجتماعی، خرید و پاسـاژگردی و به عبارت دقیق کلمه «مصرف کاذب» را ترویج می‌کنند. خریـدن بیـش از نیاز و تبدیل‌شـدن به مصرف‌کنندگان قهار ویژگی بارز خیلی از آدم‌هاست و در این میان تبلیغات و تغییر شکل رسانه‌ها از حالت سنتی به نوین و توسعه آن در بستر فضای مجازی، بیش از هر مؤلفه دیگری، فرهنگ اجتماعی را هدف گرفته و طی آن افراد را به مصرف بیشـتر کالاهـا و خدمـات و فرهنـگ مادی‌گرایی و میل بی‌وقفه به جدیدترین محصولات واداشته است.

پرواضح است که با نفوذ مصرف‌گرایی در شبکه‌های اجتماعی؛ محتوای تبلیغاتی و حمایت‌شـده لابـه‌لای محتوایـی که هـرروز از شـبکه‌های اجتماعی به ذهن ما سرازیر می‌شـوند فراوان‌اند و به‌طور نامحسـوس بر تفکر ما تأثیـر می‌گذارد و مصرف غیرضروری را تشویق می‌کند.

واژه مصرف‌گرایی به معنی گرایش و علاقه بیش‌ازاندازه‌به مصرف کردن است. به‌عبارت‌دیگر، فرد مدام نسـخه‌ای از هر چیز را می‌خرد تا آن را داشـته باشد. در جوامع پیشـین نیز مصرف وجود داشته، ولـی در حد رفـع نیاز بوده اسـت. اما امـروزه در ایـن زمینه، اهـداف دیگری فراتر از حد نیاز مطرح اسـت، به‌گونه‌ای که معادل خوشـبختی و لذت و خوشی قلمداد می‌شود. بنابراین، این مقوله که از آن تحت عنوان «فرهنگ مصرف‌گرایی» یاد می‌کنند، به سـبک زندگی بسیاری از خانواده‌ها تبدیل‌شده و دستکم گوشه‌ای از ذهن آنان را به خود مشـغول داشـته است.

اما در مسئله مصرف‌زدگی، توان مالی بسیاری از آدم‌ها با زندگی نمایشی آن‌ها تطابق نـدارد و بالطبع دچار چالش‌هایی در معیشت خود می‌شوند. برمبنای مثالی که جامعه شناسان مطرح می‌کنند، «برای شـما هیچ منطق اقتصـادی وجود ندارد کـه پیراهنی را در یک فروشـگاه عرضه برند بـه مبلغ ۸۰۰ هـزار تومان بخرید، درصورتی‌که، می‌توانید پیراهنی با همان کارکـرد را در یـک فروشـگاه دیگر به یک‌دهم قیمـت خریداری کنیـد. برای خریداری آن پیراهـن ۸۰۰ هزارتومانی ممکن اسـت اسـتدلال‌های زیادی مثل «دوام بیشـتر» آن وجود داشته باشد، اما قطعاً کسـی که پیراهنی را به این قیمت خریـداری می‌کند، نظرگاهـش به دوام و کیفیت خوب آن نیسـت. چنین کسی بسـیار زود می‌تواند پیراهن‌های بیشتری نیـز بخـرد. منطـق ایـن خریـد مداوم نیسـت، زیرا تداوم در خـود یک منطق صرفه‌جویی را به همراه دارد. یعنی شما جنس بادوامی را به بهایی گزاف می‌خرید و در ادامه مجبور نیستید، در مدت زمان اندکی پـس‌ازآن خریداری، همان جنس را دوباره بخریـد، ولی دوام یک پیراهن حد معینی دارد. منطق خرید کالاهایی از این جنس منطق اقتصادی و مبتنی بر نیاز نیست، بلکه مصرف‌گرایی است.»

سـتار پروین، جامعه‌شناس دراین‌باره می‌گوید: «در زمان‌های گذشـته مردم به تهیـه کالاها و خدمات ضروری و درجه اول و بعد کالاهای غیرضروری با اولویت و توان خرید خود می‌پرداختند و در تهیه و تولید مایحتاج خود نقش داشتند و این اندیشـه رایج مردم بود، اما برای اشـاعه مصرف‌گرایی لازم بـود این نوع نگرش تغییر یابد؛ بنابراین به‌وسـیله تبلیغات از طریق وسایل ارتباط‌جمعی، نوع نگرش مـردم تغییـر کرد و مـردم در پی هرچه بیشتر مصرف کردن بودند و هستند. نظام سـرمایه‌داری از رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری برای آماده‌سـازی بسـترهای فرهنگی و فکـری مصرف‌گرایی بهـره می‌گیرد و قشرهای اندیشـه‌ور و متوسط را هدف خـود قـرار می‌دهـد. در مصرف‌گرایی نوین، اشـخاص بدون داشتن نیاز واقعی به دلایلی مانند رفتار متظاهرانه به خرید می‌پردازنـد و در پـاره‌ای از اوقات قادر بـه کنتـرل خرید خود نیسـتند تا جایی که روانشناسـان این نـوع مصرف‌گرایی را بیمـاری می‌دانند و بـه معالجه آن‌ها می‌پردازند و در پـی یافتن راهکارهایی برای آن هستند.»

پرویـن در خصوص علـل اجتماعی مصرف‌گرایی در جامعه ایران را پیچیده دانسـته و عنوان می‌کند: «می‌توان تغییر مبنای ارزشـی از ارزش‌هـای معنوی به سـمت ارزش‌های مـادی را از عواملی دانسـت که مادی‌گرایی و کالایی شـدن جامعـه را ترویج کرده اسـت. دهه اول انقلاب به دلیل ماهیت انقلاب اسلامی و ارزش‌های فرهنگی خاص آن، ارزش‌های معنـوی و دینی بر ارزش‌های مادی غلبه داشـت که نمود این موضوع را می‌توان در جنگ تحمیلی یافت. این تغییر ریشه در شـرایط آن دوران دارد. یکی دیگر از عوامل اجتماعـی مؤثر در مصرف‌گرایی وجود نابرابری‌های اجتماعی و شـکاف طبقاتـی اسـت کـه هـرروز دامنـه آن نیـز گسـترده‌تر می‌شـود. نابرابری‌های اجتماعی، انسجام و همبستگی اجتماعی را مضمحـل می‌کند و پیامدهای مختلف ازجملـه افزایـش محرومیت نسـبی و افزایش انـواع نابسـامانی‌های اجتماعی ازجمله جرم را بـه همراه دارد. درنتیجه این وضعیـت، طبقات بالا به خود اجازه می‌دهند تا دسـت به هنجارفرستی بزنند و دارایی‌هـای خـود را بـه رخ طبقات فرودست بکشانند. ثروت‌های بادآورده، سوءاسـتفاده از موقعیـت و رانت‌هـای مختلـف عمومی جهـت ثروت‌اندوزی بی‌حدومرز، ابهـام در معیارهای تحرک اجتماعـی همـه از عواملـی اسـت که می‌توانـد بـه مصرف‌گرایـی و نمایش ثروت و تجملاتی شدن روابط اجتماعی دامن بزند.»

ایـن جامعه‌شـناس در گفت‌وگـو با «ایرنـا» یکی دیگر از عوامل سـاختاری اثرگذار در مصرف‌گرایی را سـلطه نهاد اقتصاد برنهادهـای جامعه‌پذیری جامعه ازجملـه خانـواده و آموزش‌وپـرورش دانسـته و تصریـح می‌کند: «بر اسـاس این نگاه، جامعـه ایرانی در حال حاضر با آنومی نهادی مواجه اسـت، بدین معنا کـه ازیک‌طرف فرهنگ غالـب مبتنی بر مادی‌اندیشـی، کسب ثروت به هر شکل ممکن و رسـیدن به موفقیت به هر ابزار قانونی و حتی غیرقانونی اسـت. در این فرهنگ مادی‌گرایانـه، همگان برای نیل بـه موفقیـت دعوت‌اند، و هـر کس که موفق باشد حتی با ابزارهای غیراخلاقی و غیرقانونـی از منزلـت و پرسـتیژ بیشـتری برخوردار می‌شـود و هرکس بـه حداقل‌هـای خـود قانع باشـد و از ابزارهای نامشروع استفاده نکند با انگ‌ها و برچسب‌های منفی مواجه خواهد شد. طبعا در این شرایط، طبقات فرودست با فشـار هنجاری و تحقیر بیشتری مواجه خواهند بود که پیامد آن، احساس حقارت و رشد انواع آسیب‌های اجتماعی و جرم خواهد بـود. در این وضعیت پول معیار ارزش‌های انسان‌ها خواهد بود و انسان‌ها بـا آن سـنجیده خواهند شـود، طبیعتا افـراد بهره‌منـد و ثروتمندتـر از منزلت بیشـتری برخوردار هستند، مسئله‌ای که با مصرف‌گرایی و نمایـش کالاها پیوند دارد. این فرهنگ از افـراد می‌خواهد تا به هر قیمتی پیشـرفت کنند؛ از تقلب در امکانات برای رسـیدن به مـدارج بالاتر تا کلاهبرداری و فرار مالیاتی. از سـوی دیگر شرایط کنونی جامعه نشان می‌دهد که نهـاد اقتصادی بـا ارزش‌های خاص خود بـر دیگر نهادها ازجملـه نهادهای جامعه‌پذیری نسل آینده مانند خانواده و آموزش‌وپرورش سیطره دارد. وظایف و نقش‌های غیراقتصادی بی‌ارزش می‌شوند و هنجارها، استانداردها و زبان اقتصاد به بخشـی از زبان و گفتمان عمومی تبدیل می‌شود.»

پرویـن می‌گویـد: «به نظر می‌رسـد کـه وضعیت جامعـه ایرانـی به‌گونه‌ای اسـت کـه ارزش‌هـای نهـاد اقتصادی ازجمله موفقیت به هر شـکل، موفقیت خودخواهانه، حاکم شدن پول بر روابط اجتماعـی ازجملـه روابـط خانوادگی، کالایی شـدن آموزش بر آن حاکم شده است. در این شـرایط افراد به هر شکل ممکن به‌دنبال نمایش زندگی خود برای دیگران هسـتند و افراد مختلف در همه اقشار، درگیر در یک رقابت عینی و ذهنی بی‌پایان‌اند. در سطح نهادی، سلطه علایق اقتصادی، نظارت اجتماعی غیررسـمی را که به‌وسـیله خانواده و مدرسه اعمال می‌شـود تضعیف می‌کند. ایـن نهادها، قدرتشـان را برای تنظیم رفتـار افراد از دسـت می‌دهند و در عوض به مجرایی برای ارتقا موفقیت مادی بدل می‌شـوند. والدیـن کودکان را به‌سـوی موفقیت به هر قیمتی سـوق می‌دهنـد. خانواده‌ها، کودکان را تشـویق می‌کنند تا به بهترین مـدارس برونـد. در این میـان، اهمیت نهادهـای اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای اعمال نظـارت اجتماعی کاهش می‌یابد. در چنیـن فرهنگ رقابتـی، منافع فردی ارجحیـت دارد و بی‌اخلاقـی را رواج می‌دهـد و موجـب پذیـرش نابرابری می‌شـود و درنهایت به کمتر خوشبخت شدن با دیده تحقیر نگریسته می‌شود.»

• مصرف‌گرایـی، کالازدگـی و نمایشی بودن زندگی

پرویـن در خصـوص مصرف‌گرایی و رواج نمودهـای آن در جامعـه بیـان می‌کند: «مصرف‌گرایی در همه شئونات زندگی از تولد فرزندان، مراسم عروسی، مدیریـت بـدن و جراحی‌هـای مربوط و حتـی برگزاری مناسـک سـوگواری مشاهده می‌شود و به بخش جدایی‌ناپذیر گفتمـان فرهنگـی جامعـه و خانواده‌ها بدل شـده اسـت. امـروزه مناسـبات و کارکردهـای میان مدرسـه و خانواده به سـطح یک رابطه مادی تقلیل پیدا کرده اسـت. تمام تلاش خانواده‌ها معطوف به موفقیت فرزندانشان است، این موفقیت عمدتا در موفقیت‌های تحصیلی از طریق کنکور و رسیدن به شغل‌های با منزلت و پردرآمـد و درنهایت موفقیت‌های مادی خلاصه می‌شود. در این راستا خانواده‌ها متحمـل هزینه‌هـای بسـیار آموزشـی می‌شـوند. فضای آموزش هـم تبدیل به یک بنگاه تجاری شده است. هزینه‌های بسـیار برای کلاس‌های کنکور، فروش بسیار بالای کتاب‌های کنکوری هم نشان از رونـد مصرف‌زدگی و کالایی شـدن آموزش در ایران دارد. این شـرایط نشان می‌دهـد که نهـاد آموزش در ایـران نیز ارزش‌های اساسی خود را فراموش کرده اسـت و ارزش‌های اقتصادی آن، غالب شـده اسـت. این روند از آغازین دوران تحصیل کودکان شـروع می‌شـود و تب آن تـا مدارج عالی و تحصیلات تکمیلی برای دکتر و مهندس شـدن تداوم دارد. درواقع مصرف‌زدگی و نمایشـی شـدن زندگی از نمودهای یک جامعه ناسـالم اسـت که پیامدهـای اجتماعی متعددی مانند احساس تحقیر و محرومیت نسبی بـرای فرودسـتان، دسـت‌کاری اخلاق جامعه توسـط عناصر قـدرت و ثروت، احسـاس محرومیت نسـبی، نارضایتی و ناخرسـندی از زندگی، شـکاف بین داشته‌ها و انتظارات آتی و انواع اختلالات روانی را به همراه دارد.»

• جهان پرفریب تبلیغات

آنچـه در مقولـه مصرف‌گرایی نقش و سهم بسـزایی دارد، دنیای پُراعجاز و پرفریب تبلیغات اسـت. در همین رابطه سعید زند، پژوهشگر مطالعات فرهنگی در یادداشـتی که خبرگزاری مهر منتشر کـرده، می‌نویسـد، «نقـش رسـانه‌های ارتباط‌جمعی در گسترش مصرف‌گرایی چیـزی کمتـر از نقش صنعتی شـدن و تولیـد کالاهای انبـوه در جوامع نبوده و تولید انبوه و رسـانه‌ها، دو بال گسترش مصرف‌گرایـی به‌مثابه پدیـده‌ای جهانی بوده‌اند.

امروزه رسـانه‌ها با پیام‌هـای اقناعی خود بـه یکی از ابزارهای نظام اقتصادی سـرمایه‌داری برای یافتن مشتریانی برای کالاها تبدیل‌شـده‌اند. تبلیغات متعدد و متنوع که توسط متخصصان روانشناس و سازندگان تیزرهای تبلیغاتی برای داشتن حداکثر تأثیر بر مخاطب ساخته می‌شوند و در لابـه‌لای برنامه‌هـای تلویزیونی و رادیویی و حتی رسـانه‌های نوشتاری به خورد انسـان‌ها داده می‌شـوند به دنبال اقنـاع افراد برای خرید کالاها یا خدمات خاص، تغییـر نگرش آن‌هـا و انتخاب سـبک زندگی خاص برای انسان‌هاست (موحـد ،۱۳۸۹: ۵۴). کالاهایـی که افراد نیـازی واقعی به آن نداشـته و صرفاً بر اسـاس ایجاد نیاز کاذبی دست به خرید آن می‌زنند که رسانه‌ها باعث آن بوده‌اند. افزایـش سـطح درآمد مـردم در اغلب کشورهای پیشرفته و صنعتی، آزادی عمل در خرید و انتخـاب و مصرف کالاهای عرضه‌شده و نیز افزایش اوقات فراغت، عواملی بوده‌اند که به مصرف انبوه کالاها در جوامـع مصرف‌کننـده انجامیده‌انـد. عوامل یادشده، این جوامع را بر آن داشته که به فعالیت‌های بازاریابی روی آورده و با اسـتعانت از آن‌ها، به بسط و گسترش بیشتر مصرف و درنتیجه افزایش درآمد و سـود بپردازند. حجم عظیمی از پیام‌های رسانه‌ای در زمان حاضر اقتصادی است، به‌طوری‌که تبلیغات و پیام‌های بازرگانی در هر برنامه‌ای وجود دارد و تلاش دارد کـه مخاطـب را برای خریـد یک کالا، ایجاد احسـاس نیاز بـه آن، و برگزیدن سبک زندگی خاص ترغیب و اقناع کنند. بی‌شک تبلیغات تجاری با هدف معرفی کالا و خدمـات از ضرورت‌هـای عصر حاضر به شـمار می‌روند؛ اما متأسـفانه این‌گونه از تبلیغات با بهره‌گیری از برخی شـگردها و پاره‌ای مضامین و محتواها و نیز اسـتفاده از وسایل تأثیرگذار بر ذهن انسـان، برای سـودمند یافتـن کالاهای تولیدشـده و اقدام بـه خرید و مصرف آن، موجبات گسـترش مصرف‌گرایی را در جامعه به وجود آورده‌اند (مک کوایل ،۱۳۸٤: ۱٥٦). پیام‌هـای بازرگانی ضمن فاصله گرفتن از کارکرد اصلی و فلسـفه وجـود خود که معرفی کالاها و خدمات بوده است به‌وسـیله ایجاد احساس نیاز در مخاطب تبدیل‌شده‌اند و از این طریق به افزایـش مصرف‌گرایی که تأمین‌کننده منافع سـرمایه‌داری است، دامن می‌زنند. رسانه‌ها و تبلیغات بازرگانی و همچنین ابزارهای بازاریابی در مردم احساس نیاز کاذب به کالاهایی که واقعاً به آن‌ها نیازی ندارنـد ایجاد کرده و مردم را به سـمت خرید آن کالاها سوق می‌دهند.»

ازاین‌رو حسـین قادری، کارشـناس و پژوهشـگر مسـائل اجتماعـی بابیان اینکه تبلیغات بی‌رویه و تشـویق زندگی مصرف‌گرایـی در گسـترش شـکاف طبقاتی در جامعه، تأثیرات انکارناپذیری بر جای می‌گذارد، ابراز می‌کند: «واقعیت تلخـی که وجود دارد این اسـت که در حال حاضر چه در رسانه و چه در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، میلیاردها تومان صرف تولیـد برنامه‌ها و تبلیغات عمومـاً کم خاصیـت و گاه بی‌خاصیت و بی‌ثمری می‌شـود که به‌جز لطمه زدن به فرهنگ مردم و ترویج مصرف‌گرایی، هیچ خاصیت دیگـری ندارند. جدای از این‌که این رویه غلط به شـکل مسـتقیم و غیرمسـتقیم در ایجاد و تشدید شکاف طبقاتی مؤثر است، تأثیر مخرب فرهنگی و اخلاقی نیز برجای می‌گذارد و در اینجا باید گفته شـود که رسـانه چه وظیفه‌ای درزمینه فرهنگ‌سـازی برعهده دارد و اگر از انجام درسـت این رسـالت مهم ناتوان اسـت، دلیل آن مشـخص شده و آسیب‌شناسی لازم صورت گیرد.»

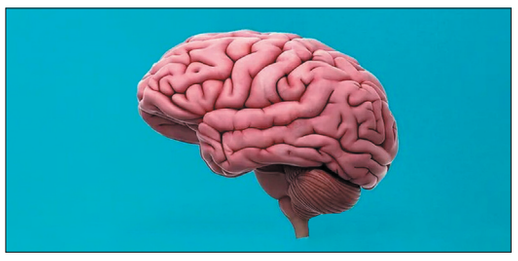
وی بیان می‌کنـد: «این را هم باید در نظر داشت که تکنولوژی جدید، نیازهای جدیدی خلق کرده اسـت. نیازهایی که بسـیاری از آن‌هـا کاذب و غیرضروری هستند، اما با رپورتاژ غول‌های رسانه‌ای به مـردم دنیا حقنه می‌شـوند. خاصیت نظام سـرمایه‌داری این اسـت که بدون مصرف‌گرایی به‌هیچ‌وجه قـادر به ادامه حیـات نخواهد بود، لذا علاوه بر جذب حداکثری مشـتری در بازارهای خودی جسـت‌وجوی بازارهـای مصـرف در کشـورهای دیگر را در دستور کار قرار داده اسـت. بـرای جلوگیـری از هجوم بی‌امـان بـه مصـرف، بخش مهمـی از وظایـف حاکمیت را می‌تـوان آموزش درسـت مصـرف در سـطوح مختلف آموزش اجتماعی دانسـت. وظیفه‌ای که باوجود خطیر بودنش هیچ تلاشی را نیز برای آموزش در کتب درسی یا فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی در برنداشته است؛ به‌این‌ترتیـب ضعـف آمـوزش موجب شـده اسـت تـا طبقـه دلال و غیرمولد روحیه تجمل‌گرایـی و مصرف‌گرایی را روزبه‌روز تشدید کند.»

قـادری خاطرنشـان می‌کنـد: «مصرف‌گرایـی صرفـا به معنـی تأمین نیازهـای کاذب ایجادشـده توسـط برندهای بزرگ اقتصادی نیسـت، بلکه گاهـی اوقـات مصـرف بیش‌ازحـد یا نادرسـت کالاهـای ضـروری مصرفی اسـت. برای مثال، مردم کشور ما به‌طور میانگین ٦ برابر مردم سـایر کشورها نان مصرف می‌کنند.

ایـن مسـئله که نـان جـزو یکی از ضروریات مصرفی خانوار است صحیح، امـا مصرف ٦ برابـری آن نشـان‌دهنده مصـرف غیرصحیح اسـت. در مصرف انـرژی نیـز وضعیتـی مشـابه داریم به این‌صـورت که حـدودا ۳ برابر سـایر کشورهای جهان آب، برق و گاز مصرف می‌کنیم. وضعیت مصرفی در برخی اقلام بیماری‌زا نیز همیـن روال را دارد. برای مثال ما ٤ برابر سـایر کشـورهای جهان نوشابه و همچنین ۲ برابر میانگین جهانی نمک مصرف می‌کنیم.» /رسالت

دانستنی های پزشکی

چگونه «سن مغز» را پایین نگه داریم؟



در تحقیقات جدید برای جوان نگه داشـتن مغز راهکارهایی پیدا شده است.

آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که «سن» واقعی مغز شما چقدر است؟ احتمالاً شنیده‌اید که می‌گویند مغز، سلول‌ها (نورون‌های) خود را با سرعت سرگیجه‌آوری از دست می‌دهد، به‌ویژه در سال‌های آخر عمر. شکی نیست که شما هم دوست دارید آنچه را که دارید تا جای ممکن از دست ندهید.

محققان حوزه «سـن» مدت‌هاست از مفهوم سن تقویمی ناراضی بوده و به دنبال جایگزین‌هایی بودند که شـاخص بهتری از عملکرد فرد باشند. افراد ٧٦ ساله‌ای هستند که قدرت قضاوت و چابکی ذهنی آن‌ها بسـیار بیشتر از همتایان جوان‌ترشان اسـت. بنابراین بهتر است مفهوم انعطاف‌پذیرتر و دقیق‌تری از «سن» را در نظر بگیریم. این همان چیزی است که باعث می‌شود دانشمندان بخواهند سن واقعی مغز را کشف کنند.

روش جدید سنجش سن مغز

دانشـمندان علـوم اعصاب بـا داشـتن زرادخانـه‌ای از ابزارهای تصویربرداری مغز، شـروع به جمع‌آوری شواهدی کرده‌اند که شاید به زودی به سـنجش واقعی سن مغز منجر شود. متأسفانه، از دیدگاه یک فرد معمولی، دسترسی به چنین اندازه‌گیری‌هایی هنوز میسر نشده اسـت. شما نمی‌توانید ساعت هوشمندتان را روی سرتان بگذارید تا عملکرد مغزتان را بازخوانی کنید. با این حال، این به آن معنا نیست که باید به طور کامل از این ایده دست کشید.

در یـک پیگیری جدیـد در مقیاس بزرگ، فنـگ کینگ ژانگ و همکاران دانشـگاه درکسـل (۲۰۲۳)، ۸٦۳ نفر از ٤۰۸٥ شرکت‌کننده اولیه را در یک تحقیق «بازنگری» متمرکز بر سنجش‌های بیولوژیکی، فراخواندند. ۱۳۸ نفر از آن‌ها آزمایشـات مبتنی بر مغز (اسـکن‌های MRI ساختاری) را انجام دادند.

منطق اساسی محققان برای به دست آوردن سن مغز، شبیه آموزش مدل برگشت یادگیری ماشینی به رایانه‌ها بود تا از هزاران شرکت‌کننده نمرات خام بگیرند و با استفاده از آن‌ها سن تقویمی را پیش‌بینی کنند. مغز جوان‌تر به این معناست که شما نسبت به همسالان خود، در این رقم پیش‌بینی‌شده، بهتر عمل می‌کنید.

مطالعات قبلی نشـان داد سـن بالاتر مغز با خطر بیشـتری برای بیماری‌هایی مانند سکته مغزی، دیابت و آلزایمر و با نرخ بالاتر مرگ و میر مرتبط است. با این حال، مطالعه ژانگ و همکاران، اولین موردی بود که به مقابله با چندبیماری پرداخت، یک موقعیت واقعی‌تر که در آن، بیماری‌های مزمن به صورت ترکیبی رخ می‌دهند.

شرایط مزمن شناسایی‌شده در MIDUS نمایانگر طیف وسیعی از سیستم‌های بدن (مانند آسم، بیماری‌های قلبی‌عروقی، چاقی، سرطان و HIV/AIDS و همچنیـن اختـلالات روانی: افسـردگی، اختلال اضطراب، سـوء مصرف الکل و سوء مصرف مواد) است. برای اینکه بتوان به فردی برچسـب چندبیماری زد، دست‌کم باید ۲ مورد از ۱۳ بیماری مزمن مورد اسـتفاده در تحقیق را داشته باشد. در نمونه مورد مطالعه، ٤۳درصد معیارهای چندبیماری جسمی و ۱۰درصدمعیارهای چندبیماری روانی داشتند.

یافته‌ها نشـان داد همانطور که پیش‌بینی می‌شـد، سن بیولوژیکی بالاتر با احتمال بیشتر ابتلا به دو یا چند بیماری مزمن مرتبط بود. سن بالاتر مغز به علاوه سن بیولوژیکی بالاتر، چندبیماری روانی بیشتری را به همراه داشت و برای مردان، سن بالاتر مغز با چندبیماری جسمی بیشتر نیز همراه بود. بنابراین، تأثیر سن مغز بر زندگی روزمره می‌تواند عمیق باشد.

با در نظر گرفتن اهمیت سـن مغز در قیاس با سن تقویمی، تعداد قابل‌توجهی از افراد ٦٥ تا ۷۰ساله بودند که اسکن مغز آن‌ها مشابه افراد ٤۰ساله و کمتر بود. روشن است برخی از آن افراد مسن، از مغزشان به درستی استفاده کردند.

درک سن مغز خودتان

تا زمانی که یک سـاعت هوشمند اختراع نشده که بتواند فوراً سن مغز شـما را بخواند، نکات مفیدی از این مطالعه به دسـت آمده که می‌توانید همین الان از آن‌ها اسـتفاده کنید. یک اثر محافظتی آموزش روی سن مغز نشـان می‌دهد داشتن آگاهی بیشتر می‌تواند در مبارزه با زمان در مغز، به شـما برتری دهد. با این حال، لازم نیسـت برای بهره‌مندی از این آگاهی، به کالج بروید. تحقیقات حوزه روانشناسی و پیری نشان داده است که حتی آموزش‌های شناختی ساده، مانند بهبود مهارت‌های استدلالی، می‌تواند مزایای طولانی‌مدتی داشته باشد که به شـما در مدیریت بهتر برنامه‌هـای روزانه‌تان کمک کند. پس، به حل چیستان‌های روزانه ادامه دهید تا مغزتان جوان‌تر بماند.

روان‌شناسان در حال توسعه ابزارهایی هستند که رفتار سن شناختی را بازخوانی می‌کند. فقط چیستان‌ها را حل نکنید، ببینید امتیاز شما در قیاس با افراد دیگر چگونه اسـت. پیشـرفت خودتان را دنبال کنید تا ببینید روز به روز چقدر پیشرفت می‌کنید.

نتیجـه دیگر این مطالعه این بود که هیچ دلیلی ندارد که باور کنید سن مغز شما ناگزیر بازتاب اثرات فرسایشی زمان خواهد بود. علاوه بر این، با توجه به تعامل بین سـن بیولوژیکی و مغز، به نظر می‌رسد آنچه برای بدن شما مفید است باید برای مغزتان و در کل دیدگاه‌تان نسبت به زندگی هم مفید باشد.

به گزارش وب گاه فرادید، به طور خلاصه، محققان به پیشرفت‌های جدید در این حوزه‌ی به سـرعت در حال رشـد ادامـه خواهند داد. بـا انجام کارهایی که اکنون می‌توانید برای فعال و جوان نگه داشـتن مغزتان انجام دهید، از رقبایتان پیشی بگیرید!/ایرنا

تبلیغات

امروزه دغدغه دنیای تبلیغات نه تنها ایجاد ارتباط بلکه تداوم رابطه با مخاطبان است.

برای تبلیغـــات در پر ســـابقه ترین نشریه استان با ما تماس بگیرید.

تلفن های پذیرش آگهی: ۳۲۲۲۰۸۵۰ - ۳۲۲۲۰۸۵۲ (۰۳۸) نمابر: ۳۲۲۲۳۱۰۱ (۰۳۸)

Telegram:https://t.me/zardkoohnewspaperw
Site: www.zardkoohnews.com
E-mail :
zardkooh1@yahoo.com
zardkoohbakhtiyari@yahoo.com