

### حکمت الهی در اینستاگرام

کتاب «این است گرام»، نوشته مصطفی امینی خواه، در دفتر نشر معارف به چاپ سوم رسید. آن‌طور که تسنیم نوشته، این کتاب تلاش دارد تا روی دیگر اینستاگرام، به عنوان یکی از بسترهای مجازی پرترفدار در ایران را به مخاطب معرفی کند. در معرفی این اثر آمده است: «اینستاگرام در ایران به واسطه جذابیت‌های بصری، بیش از ۴۰ میلیون ایرانی را به خود راه داده و با آنها زندگی می‌کند. اینستاگرام یک رسانه است. کارکرد اصلی رسانه کنترل و مدیریت فرهنگ است. گفتن‌ام ایجاد می‌کند و با آن، ارزش‌ها و ذهنیت‌هایی را حاکم می‌کند که یارای مقابله و مقاومت با آن نیست و به همین راحتی ممالک و سرزمینی فتح می‌شود. لذا یکسان‌سازی فرهنگی و ادبیات رخ می‌دهد و فرهنگ‌های اصیل بومی در این فرهنگ مهاجم هضم می‌شود. رسانه کارکردهایی از قبیل زبانمایی، بدیخت‌نمایی، بزرگ‌نمایی، کوچک‌نمایی، مهم‌نمایی، عادی‌نمایی، عادی‌سازی، بحران‌سازی و... دارد که هرکدام از آنها دوسویه است. می‌تواند فرهنگ و ملتی را به آسمان برد و می‌تواند به چاهی انداخت که هیچ ریسمانی کارگر نیفتد. «این است گرام»، بنا دارد قضاوت عادلانه‌ای درباره اینستاگرام

داشته باشد. در این محکمه، هم سخن اندیشه‌ورزان غرب را به دقت شنیده‌ایم، هم کلمات عالمانی مسلمان را با وسواس خوانده‌ایم. «این است گرام» اینستاگرام را از لنز «حکمت الهی» می‌بیند و آداب زیست در این مجازخانه را به حقیقت می‌گیرد. دفتر نشر معارف کتاب حاضر را در ۲۵۶صفحه و به قیمت ۳۵هزار تومان در دسترس علاقه‌مندان قرار داده است.



به پاور پژوهشگران تهدیدهای دنیای امروز، تهدیدهای رسانه‌ای است که به جنگ‌افزاری پرقدرت برای تحت استیلاء درآوردن کشورها تبدیل شده است

#### عکس:

ایستا

### هنرمندان، پاسبان اخلاق رسانه باشند

یک پژوهشگر ارتباطات معتقد است با تحولات حوزه‌های ارتباطاتی و رسانه‌ای به نظام‌نامه اصول اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای بومی نیازمندیم. مریم سلیمی که مدرس دانشگاه است و با خبرگزاری ایستا حرف می‌زده همچنین تاکید کرده: در آستانه انتخابات، روزهای قبل، حین و پس از آن، و ایامی که جامعه دچار هیجانات، بحران‌ها



مهدی توکلیان

فعال فرهنگی

اخلاق در فرهنگ و هنر ایران اسلامی و در بین هنرمندان، نخبگان و فرهیختگان ایرانی قدمتی طولانی دارد. میراث تمدنی سرزمین آریایی براساس اخلاق، ادب و هنر مانا شده است. خوشنویسان ایران اسلامی در زمره هنرمندان اخلاق‌محوری بوده‌اند که در امضای پایانی آثار خود، در نهایت تواضع و فروتنی، با عباراتی چون حقیر، فقیر و روسپاه اسم خود را ثبت کرده‌اند و رفتار و آداب‌شان بسان سرمشق «ادب آداب دارد»، دارای آداب خاصی بوده است و اساس تربیت اصیل ایرانی بر اسلوب متین و معقول قرار داشته است. مناطقی که عوارض تمدن امروزی، اصول آن را در هم نریخته است، هنوز هم بر همین پایه قرار دارند. به‌عنوان نمونه، از همان ابتدا برای کودک قصه و مثل می‌گویند. این کار فواید بسیار داشته و دارد؛ یکی این‌که گوش کودک با حدیث مشقت‌ها و ناهمواری‌های زندگی آشنا می‌شود، مقاوم و سخت‌جان بار می‌آید و از آغاز کودکی همان‌طور که لطایف و زیبایی‌های زندگی رامی‌شناسد، در آموختن ادب نیز ورزیده می‌شود. بنابراین ایرانیان ادب را از کودکی در داستان‌ها و نقل‌ها و روایت‌ها در عصر به دور از رسانه‌های نوین آموخته‌اند و به نسل‌های بعد از خود نیز منتقل کرده‌اند.

در فضای مجازی به آن اهمیت داده نمی‌شود. هر چند فضای رسانه‌ای این روزهای جهان به‌شدت در حال گسترش است اما استقبال از معنویت و گرایش به اصول اخلاقی نیز از رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار است. نکته قابل توجه این است که رسانه در دنیای امروز ابزار جنگ نرم است. به باور پژوهشگران تهدیدهای دنیای امروز، تهدیدهای رسانه‌ای است که به جنگ‌افزاری پر قدرت برای تحت استیلاء درآوردن کشورها تبدیل شده است. در این میان، کشوری برنده میدان خواهد بود که هم ساز و برگ تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی بزرگ‌تر و پیشرفته‌تری را فراهم کرده باشد (آمادگی سخت‌افزاری) و هم در زمینه

ارتباطات، متقاعدسازی و تولید فرهنگی، خبری، هنری و تبلیغاتی جلوتر از رقیبان خود حرکت کند. ناگفته پیداست که تولید مناسب محتوا برای نشر و بازنشر در فضای مجازی با استعانت از ساحت هنر، فرهنگ و ادب صحیح اسلامی - ایرانی می‌تواند یکی از راه‌های مقابله با همه‌های فرهنگی در فضای رسانه‌ای جنگ نرم باشد. همچنان‌که ضروری است در کنار محیط خانواده به سایر اجتماعات مانند محیط مدرسه و دانشگاه و... نیز توجه جدی شود. بروز و ظهور رفتارهای جامعه در محیط آموزشی و خانواده شکل می‌گیرد. لذا شیوه سخن‌گفتن و آداب ادب داشتن در عمل نیز باید دارای الگویی صحیح باشد و افراد

و... است، بیش از هر زمان به رعایت اخلاق رسانه‌ای نیازمندیم. او ادامه داده: بد اخلاقی و بی‌اخلاقی رسانه‌ای با نشر در رسانه‌های اجتماعی گاه برجسته‌سازی شده و همین تکرارها می‌تواند با عادی شدن‌شان، از قبح آنها بکاهد. سلیمی با بیان این‌که در اخلاق رسانه‌ای همه سهم دارند، یادآور شد: از دولتمردان و مسؤولان، سلبریتی‌ها،

خبرنگاران، کارشناسان، مجریان و... تا مخاطبان و شهروندان عادی، باید با پاسبان و مسؤول سهم خود باشند. موضوع میزان سهم و تقصیر نیست، موضوع احساس مسؤولیت برای رعایت اخلاق رسانه‌ای است. البته نباید بحث رعایت اخلاق رسانه‌ای بهانه و مانعی از بیان واقعیت‌ها یا شنیده شدن صدای افشار مختلف جامعه شود.

آدمی با گفتارش سنجیده و باکردارش دارای ارزش می‌شود. بنابراین مناسب است تا چیزی بگوید و رفتاری انجام دهد که به او ارزش باشد. با تأملی ساده و دقتی مضاعف در دستورات اسلامی و توجه به نکات تربیتی در احادیث و روایات، می‌توان به شیوه‌نامه‌ای به دور از هر حاشیه، در باب ادب اسلامی دست یافت. گفته‌های نادرست، ناحق و بدون شناخت که براساس پندارها و تحلیل‌های جاهلانه باشد، پیامدهای ناگواری دارد. حضرت علی (ع) انسان‌ها را از گفته‌های بدون نکتۀ و ناحق چنین باز می‌دارد: «بپرهیز از سخن‌گفتن درباره چیزی که راه آن را نشناسی و حقیقت آن را ندانی؛ زیرا گفتار تو راهنمای عقل توست، و سخن تو خبر از شناخت تو می‌دهد. پس نگه‌دار درازی زبان خود را از آنچه ایمن هستی و کوتاه کن سخن خود را به آنچه آن را نیکو دانی.» همچنین آن حضرت می‌فرماید: «ذع القول فیما لا تعرف و الخطاب فیما لم تُکَلِّف؛ واگذار سخن را درباره آنچه نشناسی و گفت‌وگو را در جایی که وظیفه آن را نداری؛ نیکو بگو گفتار آداب اسلامی حکم می‌کند انسان گفتاری نیکو داشته باشد و از گفتن هر سخن ناروایی بپرهیزد. خداوند در قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «قُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا؛ با مردم به زبان خوش سخن بگویید.» (بقره: ۸۳) یا «قُلْ لِّعِبَادِیْ یُقُولُوا الَّتِیْ هِیْ أَحْسَنُ؛ به بندگانم بگو آنچه را که بهتر است، بگویند.» (اسراء: ۵۳)

در حقیقت، گفتار نیکو روش انسان‌های نیکو و باادب و گفتار زشت و ناروا روش انسان‌های فرومایه و بی‌ادب است. آن‌کس که خود را به روش نیکوگفتاری عادت دهد، همواره پیروز است و خود را از سرزنش دیگران بر کنار داشته است. امام علی(ع) می‌فرماید: «عَوِّذْ لِسَانَكَ حَسَنَ الْكَلَامِ ثَمَّنِ حَرَكِهَای فِرَاوَانِی مُوَاجِهْهُ اسْت. همچنین از طریق رسانه‌های نوین و فناوری اطلاعات، افراد جامعه خط مفروض میان فضای عمومی و خصوصی را تجدید سازمان می‌کنند و این امکانی است که جامعه فعالانه از آن استفاده می‌کند. آدمی مخفی است در زیر زبان این زبان، پرده است در گاه دهان چون که بادی، پرده را در هم کشید سز صحن خانه شد بر ما پدید

# دستاورد شرکت پتروشیمی اروند در حوزه رونق و جهش تولید



پتروشیمی اروند در راستای آرمان خود کفایی و توسعه صنعتی با هدف تأمین مواد اولیه صنایع پایین دستی مورد نیاز بازارهای داخلی و خارجی در سایت ۳ منطقه ویژه اقتصادی بندر امام (ره) و در زمینی به مساحت ۱۰۸ هکتار احداث شده است. این مجتمع مجری واحدهای الفین و EOG.MEG بود که به دلیل انتقال واحد الفین به گچساران و همچنین عقد قرارداد واحدهای کلر آلکالی، اتیلن دی کلراید، وینیل کلراید مونومر و پی‌وی‌سی توسط شرکت مدیریت توسعه صنایع پتروشیمی در سال ۱۳۸۱ با شرکت اوده از آلمان و سازه از ایران، ساخت و اجرای این مجموعه عظیم به شرکت تاسیس شده اروند محول شد. مجموعه زنجیره واحدهای کلر آلکالی (CA)، اتیلن دی کلراید و وینیل کلراید مونومر (EDC /VCM) و پلی‌وینیل کلراید (PVC) و نیز واحدهای جانبی همچون اسیدسولفوریک، واحد اکسیژن (ASU)، واحد (CF)، برج‌های خنک‌کننده، Air plant، کارخانه شست‌وشوی نمک و خطوط انتقال آب نمک است. از جمله محصولات با ارزش این مجتمع می‌توان به کاستیک (NAOH50%)، گاز کلر، آب ژاول، S-PVC.E-PVC.EDC اشاره کرد. قرارداد اجرای طرح مذکور به صورت E.P پس از برگزاری مناقصه و انتخاب شرکت Uhde آلمان و سازه ایران به عنوان پیمانکاران فازهای مهندسی و تأمین تجهیزات پروژه در تاریخ ۱۶ آبان ماه ۱۳۸۲ منعقد شد.



#### استراتژی‌های اصلی شرکت پتروشیمی اروند

- مدیریت پهای تمام شده محصولات
- از تقای بهره‌وری عوامل تولید
- افزایش کمی و کیفی تولید محصولات
- تحويل محصول با کیفیت و پسته‌بندی مناسب
- استفاده از امکانات با حداقل مصرف انرژی و حداقل آلایندگی محیط زیست

#### اهداف استراتژیک:

- افزایش سود آوری
- دستیابی به ظرفیت اسمی تولید
- دستیابی به سازمان یادگیرنده و دانشی
- افزایش رضایت‌مندی ذی‌نفعان
- تولید با رویکرد توسعه پایدار و صینات از محیط زیست
- مهم‌ترین دستاوردهای شرکت در حوزه رونق و جهش تولید

#### حوزه مالی:

- ۱- تعیین تکلیف بدهی ارزی شرکت پتروشیمی بندر امام به ریال و اقدام در راستای پرداخت آن
- ۲- افزایش سرمایه شرکت از مبلغ ۴۰۰ میلیارد ریال به ۴۰۰۰ میلیارد ریال
- ۳- استقرار نرم‌افزار مالی همکاران سیستم در راستای مدیریت و یکپارچه‌سازی سیستم‌های امور مالی و بازرگانی
- ۴- مدیریت فروش ارز ناشی از صادرات مطابق با دستورالعمل بانک مرکزی
- ۵- تعیین تکلیف مطالبات سنواتی شرکت‌های غدیر، کارون، آبادان و خوزستان

#### حوزه نیروی انسانی:

- ۱- تدوین و طراحی ساختار سازمانی جدید با هدف بهینه‌سازی و صینات از نیروی انسانی کار آمد
- ۲- اجرای طرح طبقه‌بندی مشاغل کارکنان شرکت‌های پیمانکاری در راستای یکسان‌سازی پرداخت‌ها و افزایش انگیزه کارکنان
- ۳- برای نخستین بار امور اداری در حوزه استاندارد ۳۴۰۰۰ مدیریت منابع انسانی شرکت کرد و با همکاری کارکنان زیرمجموعه‌ها، موفق به کسب‌نشان برنزین سطح بلوغ C4 (از ۷ سطح بلوغ) شد.

#### حوزه عملیاتی:

- ۱- نصب و راه‌اندازی الکترولایزرهای L2 و M2 ترین دو واحد کلر آلکالی
- ۲- باز یافت آلفا سلولز در واحد کلر آلکالی
- ۳- تغییر در تعرفه کد صورت حساب برق شست‌وشوی نمک و صرفه‌جویی سالانه
- ۴- طراحی و ساخت BIG BAG STATION دوم
- ۵- طراحی جدید سیستم دیفراست سردخانه نگهداری مواد شیمیایی

#### ۶- راه‌اندازی واحد اشباع‌سازی نمک (SP) در مجتمع

#### حوزه بازرگانی:

- ۱- تأمین بخشی از سرمایه در گردش تولیدکنندگان داخلی و افزایش وفاداری ایشان از طریق فروش‌های اعتباری
- ۲- کسب مقام اول تناژ فروش محصولات در بورس کالا و همچنین کسب سهم بازار ۵۵درصد در تناژ فروش و حدود ۵۶ درصد در ارزش فروش محصول PVC-S6532 شده است.
- ۳- افزایش بازارهای هدف صادراتی
- ۴- فروش و بازاریابی گریدهای مختلف محصول EPVC (گریدهای ۶۸،۶۶ و ۷۲)
- ۵- کاهش هزینه‌های دموراز و انبارداری
- ۶- کاهش قابل ملاحظه زمان تحویل محصولات که منجر به افزایش قیمت‌های فروش صادراتی شده است
- ۷- کسب رتبه ۶۴ در شاخص فروش مطابق ارزشیابی IMI100 سازمان مدیریت صنعتی در سال مالی ۱۳۹۷ و ارتقای ۴۵ پله‌ای نسبت به سال ۱۳۹۵
- حوزه خودکنایی و حمایت از ساخت داخل:**
  - ۱- بومی‌سازی LUPEROX (آغازگر SPVC)
  - ۲- بومی‌سازی DEHA (اختتام‌دهنده واکنش PVC)
  - ۳- کاتالیست PD-SiO2 (کاتالیست هیدروژناسیون استیلن)
  - ۴- بومی‌سازی آلفاسلوز (فیلتراسیون جذبی)
  - ۵- بومی‌سازی Mersolat H95/H60 (امولسیفایر EPVC)
  - ۶- بومی‌سازی کاتالیست اوکسی مکس در واحد EDC/VCM
  - ۷- بومی‌سازی کاتالیست هیدروژناسیون استیلن در واحد EDC/VCM
  - ۸- بومی‌سازی بیرنگ و تعویض مکانیکال سیل کمپرسور C-15050B
  - ۹- بومی‌سازی، تهیه و ساخت کلیه کارت‌های کنترلی و قطعات سلونوپیدها و دیافراگم‌ها مربوط به واحد خشک‌سازی EPVC توسط شرکت‌های دانش‌بنیان
  - ۱۰- بومی‌سازی و تغییر در سیستم توزین کاتالیست واحد S-PVC

#### حوزه محیط زیست:

- ۱- نصب و راه‌اندازی پمپ ساتر فیوژی روی مخزن جمع‌آوری آب نمک حوضچه CA (کنترل TDS-PH)
- ۲- لایروبی حوضچه ته‌نشینی واحد CA جهت مهار پارامتر TSS (کنترل TSS-TDS-PH)
- ۳- خرید، نصب و راه‌اندازی پمپ جدید P-12007 جهت غلبه بر رینگ High TDS فجر (کنترل COD)
- ۴- نصب پکیج خنثی‌سازی روی کانال شمال شرقی (کنترل PH)
- ۵- پروژه نشتبایی و رفع نشتی LDAR پس از شناسایی پیمانکار شروع شده و در حال انجام فاز مطالعاتی است.
- ۶- پروژه باز یابی آب‌های کندانس در مبدل‌های آنولیت و کاتولیت

