



۱۶
اجرای طرح‌های گردشگری غیرکارشناسانه در آشوراده، نگرانی های زیادی ایجاد کرده است
آشوب در آشوراده



۱۴
آیا مرکبات آن قدر که درباره‌شان تحقیق می‌شود، مفید هستند؟
زیبا، آب‌دار، مطمئن!

۱۵
جدال بر سر پیشگویی مغز
نتایج تحقیقات در حوزه علوم شناختی، بحث‌ها در مورد ماجرای سنتی جبر و اختیار انسان را وارد فضای تازه‌ای کرده است





عیسی محمدی
جامعه

در این شماره و در ادامه مطالب مرتبط با اقتصاد خانواده، می‌خواهیم از یك ایده جالب صحبت کنیم. البته این ایده، ایده ما نیست، بلکه در بازار وجود داشته و افراد زیادی علاقه‌مند آن هستند. شاید با نام‌های مختلفی هم آن را بشناسند؛ اقتصاد آموزش، اقتصاد تدریس، اقتصاد مشاوره، اقتصاد محتوا، بازاریابی محتوا و... . فردی به نام ژان بقوسیان، از پژوهشگران و نویسندگان حوزه بازاریابی مدرن کشورمان، مطالب موجود در این زمینه را جمع‌آوری کرده و چیزهایی به آن افزوده و ایده‌ای تحت عنوان کارخانه اطلاعات را به راه انداخته است. حالا این عنوان در حال فراگیرتر شدن است و افرادی زیادی به سمت و سوی آن رفته‌اند، اما این ایده چیست و چه کارکردی دارد؟

بخش قابل توجهی از مشاغلی که با آن روبه‌رو هستیم، با اطلاعات سر و کار دارند. شما وقتی پیش یك وکیل می‌روید، در واقع پیش کسی می‌روید که اطلاعات حقوقی‌اش از شما بیشتر است. وقتی پیش یك روان‌شناس می‌روید نیز همین اتفاق می‌افتد. حتی وقتی که سر و کارتان با معلمان و مدرسان، سخنرانان، مجری‌ها، حتی مدیران، روابط عمومی‌ها، املاکی‌ها، مدیران تبلیغات، مدیران بازاریابی، برنامه‌نویس‌ها و... می‌افتد، باز هم با کسانی روبه‌رو هستید که برتری‌شان بر شما، فقط به اطلاعات بیشتر و عمیق‌تر و دسته‌بندی شده آنها باز می‌گردد؛ در واقع این افراد از ابتدا به صورت منظم و دسته‌بندی شده و مستمر، اطلاعاتی را به دست آورده‌اند و حضور ذهن داشته و می‌توانند در هر لحظه‌ای که نیاز باشد و به صورت طبقه‌بندی شده و کاربردی، این اطلاعات را در اختیار شما بگذارند.

وقتی ایده کارخانه اطلاعات شکل می‌گیرد

اطلاعات و آشنایی با آن در دنیای اقتصاد مهم است؛ بسیار مهم. پس با احاطه بر اطلاعات به صورت دسته‌بندی و طبقه‌بندی شده می‌توان به درآمد خوب و حتی قابل توجهی هم رسید. آیا این‌طور نیست؟ برنامه‌نویسی که درآمد خوبی دارد در واقع اطلاعات کاربردی بیشتری نسبت به دیگران دارد. بخشی از فرآیند دسته‌بندی و طبقه‌بندی اطلاعات، البته در نهادهای رسمی و با مجوزهای لازم صورت می‌گیرد؛ مثل دانشگاه‌ها، موسسات آموزشی، سازمان‌های فنی و حرفه‌ای، دوره‌های غیرحضوری و مجازی و... اما بخش قابل توجهی از آن نیز به صورت آزاد می‌تواند اتفاق بیفتد. در واقع در بخش دوم، افرادی که در این حوزه فعال هستند به واسطه این‌که نهادهای رسمی نیاز بازار را رفع نمی‌کنند، خود اقدام به پژوهش و مطالعه و جمع‌آوری و طبقه‌بندی اطلاعات می‌کنند. از همین جاست که ایده کارخانه‌داری اطلاعات شکل می‌گیرد. اما چطور؟

یك ایده کاملا جالب و چشمگیر

تا حالا یك کارگاه یا کارخانه را از نزدیك دیده‌اید؟ هر کارگاه و کارخانه‌ای، خط تولیدی دارد و عده‌ای روی آن کار می‌کنند و در نهایت، محصولی ارائه می‌شود. در واقع همه چیز کاملا مشخص و تعریف شده است و محصول نیز کاملا قابل مشاهده بوده و مشتریانی نیز برای آن وجود دارند. از سوی دیگر بخشی از فرآیند خلاقیت، ترکیب ایده‌های مختلف است. پس ایده کارگاه و کارخانه را با ایده تولید محتوا و اطلاعات و متن ترکیب می‌کنیم: آیا ایده کارخانه و کارگاه تولید اطلاعات می‌تواند کارساز باشد؟ بله و چنین است که کارخانه اطلاعات شکل گرفته و کارخانه‌داران اطلاعات متولد می‌شوند. در واقع فرآیند تولید و بسته‌بندی و ارائه و بازاریابی محصول که خاص کارگاه و کارخانه‌هاست، به این فرآیند سرایت داده شده و در مورد محصولات مرتبط با اطلاعات و محتوا و آموزش، همین فرآیند اتفاق می‌افتد. تعداد افراد درگیر فرآیند تولید نیز از یك تا ده‌ها نفر می‌تواند متغیر باشد. این، آیا ایده جالبی نیست؟

کشف یك نکته شگفت‌انگیز

شاید کمی گیج شده باشید. برایتان دقیق‌تر توضیح می‌دهیم. هر کسی مهارتی دارد. یك نفر خوب صحبت می‌کند، یك نفر رزمی‌کار خوبی است، یك نفر راننده قابل قبولی به نظر می‌رسد، نفر دیگر فروشنده خوبی است و دیگری مدرس یا کارگر و نویسنده و مهندس و برنامه‌نویس خوبی. بخشی از این فرآیند به واسطه علاقه اتفاق افتاده. یعنی فرد به حوزه‌ای علاقه داشته و رفته و در آن حوزه، به طور ناخودآگاه به تجربه رسیده، اما چون این کار را در حوزه‌ای که به آن علاقه داشته پیگیری کرده، به راحتی آب خوردن آن را انجام می‌دهد. چون این کار را به راحتی انجام می‌دهد، این تصور را دارد که دیگران نیز این کار را به خوبی او انجام می‌دهند. چنین افرادی شگفت‌زده خواهند شد اگر بدانند که در کل فامیل‌شان، افراد کمی مهارت‌های آنها را دارند. حتی در کل محله و منطقه و حتی شهر، ممکن است که افراد انگشت‌شمار یا کمی باشند که می‌توانند به اندازه آنها، به خوبی این کارها را انجام بدهند. این آیا شگفت‌انگیز نیست؟

جامعه هدفی که تشنه مهارت شماست

من به راحتی و شاید در زمان کمتر از دو ساعت این مقاله را می‌نویسم. در نوشتن این مقاله سختی نمی‌بینم؛ چرا که به نوشتن و مطالعه اصول موفقیت علاقه‌مندم. پس فکر می‌کنم دیگران نیز این کار را به همین راحتی انجام می‌دهند، اما چنین نیست؛ افراد زیادی وجود ندارند که این کار را به خوبی انجام دهند. نکته شگفت‌انگیزتر این‌که افراد دیگری هم وجود دارند که دوست دارند این مهارت مرا یاد بگیرند و از راه نوشتن پول دربیاورند؛ کاری که هم معیشت و هم عشق آنها باشد. این افراد گاهی حتی حاضرند برای این آموختن، هزینه نیز بدهند؛ حتی حاضرند برای مشاوره گرفتن در این زمینه هزینه هم صرف کنند. این چنین است که اقتصاد آموزش و اقتصاد مشاوره شکل می‌گیرد. مگر موسسات کنکور و انتخاب رشته در حوزه‌های کنکور سراسری و کارشناسی ارشد و دکترا، کاری غیر از این انجام می‌دهند؟ و البته گردش مالی فوق‌العاده بالایی هم دارند. پس اقتصاد آموزش و اقتصاد تدریس مهم است. به قول برایان تریسی، ما در آستانه عصری هستیم که در آن محتوای آموزش صوتی جزو گزینه‌های اول کسب دانش و تخصص و اطلاعات مردم خواهد بود.

مخاطبانی که بی‌حوصله شده‌اند

موضوع مهم است و هرچقدر سعی می‌کنیم که ساده‌تر و متمرکزتر صحبت کنیم، واقعا شدنی نیست و باید همه چیز را کامل توضیح بدهیم. ایده اول این است که ما مهارت‌هایی داریم که به صورت خدادادی یا اکتسابی، در انجام آنها بسیار راحت هستیم. به این موارد توانایی‌های ویژه ما هم می‌گویند؛ حوزه‌هایی که به راحتی کارهای مرتبط در آن را انجام می‌دهیم، هنگام انجام کار گاهی زمان را فراموش می‌کنیم و البته هنگام یادگیری در این حوزه‌ها، احساس سختی و مرارت نخواهیم داشت. ایده دوم این است که با خیل عظیمی از جامعه هدفی روبه‌رو هستیم که می‌خواهند اطلاعات طبقه‌بندی شده و کاربردی در حوزه‌های مختلف را سریعا جذب کنند. شاید بپرسید که همه این اطلاعات در اینترنت هست، چه نیازی به این کار احساس می‌شود؟ پاسخ این است که مخاطبان روزگار ما به شدت کم‌حوصله و کم‌زمان شده‌اند و سریع می‌خواهند به این اطلاعات دسترسی داشته باشند. نکته بعدی آن است که به واسطه فراوانی دیوانه‌کننده اطلاعات در اینترنت، یك فرد نمی‌داند از کجا شروع کند و دچار تحیر و سرگردانی می‌شود. کارخانه‌داران اطلاعات ایجاد شده‌اند تا چنین خلأهایی را پر کنند.

پاراگراف آخر را خیلی فشرده‌تر می‌نویسیم: شما می‌توانید از خانه و در حاشیه کار کارمندی و غیرکارمندی خودتان، اقدام به تولید محتوای آموزش و ارائه اطلاعات کاربردی‌ای که دارید، کرده و آنها را از طریق فرمت‌های موجود مانند مقاله، فایل صوتی و تصویری، فایل مالتی‌مدیا، پادکست، وبینار، برگزاری دوره‌های مجازی، کتاب، کتاب الکترونیك، فایل سخنرانی، کارگاه، دوره‌های صوتی و... به مشتریان احتمالی ارائه کنید. اینترنت بستری فوق‌العاده برای بازاریابی محصولات و خدمات شما خواهد بود. البته باید اصول حرفه‌ای و مدرن بازاریابی را هم بیاموزید. در کمتر از یك ماه و با کمترین هزینه، شاید بین سه تا پنج میلیون تومان می‌توانید اقدام به این کار کنید. در حال حاضر حتی بسیاری از نوجوانان به برنامه‌های مدیریت صدا، تصویر، ویدئو و... کاملا احاطه دارند. چرا از این مهارت‌ها پولسازی نکنیم؟ حتی می‌توانید کارخانه اطلاعات خانوادگی را راه بیندازید؛ هر کدام بخشی از کار را عهده‌دار شوید. امکاناتی چون نرم‌افزارهای لازم، میکروفن، هدست، رایانه و... جزو ملزومات چنین اتفاقی است. دوره‌های کامل‌تر نیز در اینترنت موجود است که می‌توانید با جست‌وجوی عنوان کارخانه اطلاعات به آنها دسترسی داشته باشید.

کسب و کاری که هزینه‌ای ندارد

زندگی +

پس ایجاد کارخانه اطلاعات یك نیاز است؛ برای پاسخ دادن به خلأیی که در زمینه اطلاعات متمرکز و دسته‌بندی شده و کاربردی در حوزه‌های مختلف وجود دارد. کلاس‌ها و دوره‌هایی که در این زمینه شکل گرفته‌اند و ادبیاتی را که در این زمینه وجود دارد هم باید از این جنبه تفسیر و تبیین کرد و نام‌هایی چون اقتصاد محتوا، اقتصاد آموزش، کارخانه‌داری اطلاعات، بازاریابی محتوا و... می‌تواند داشته باشد. حالا به بخش مهم ماجرا می‌رسیم. کارخانه اطلاعات هزینه زیادی می‌خواهد و ما نمی‌توانیم این هزینه را تأمین کنیم. چه کنیم؟ پیش‌فرض این سؤال غلط است؛ چراکه در فضای مجازی و اینترنت و همچنین در فرآیند شکل‌دادن یك کارخانه یا کارگاه تولید اطلاعات، می‌توان با کمی دانش و خلاقیت و با کمترین هزینه، اقدام به کار کرد. اتفاقا مزیت بزرگ این حوزه، همین کم‌خرج بودن و پربازده بودن آن است. نکته بعدی هم آن است که این فرآیند، برای همه کسانی که درگیر اطلاعات هستند یا متخصص محسوب شده یا به‌واسطه تجربه رسمی و غیررسمی، در حوزه‌ای به حرفه‌ای‌گری رسیده‌اند، می‌تواند کارساز باشد. حتی برای کسانی که اطلاعات عمیقی ندارند هم می‌تواند کارساز باشد؛ فقط باید روش انجام کار را به خوبی بلد باشند.

خرید مدیریت شده

یکی از مشکلات رایجی که برای بعضی اتفاق می‌افتد، رودربایستی در خریدهای روزانه و هفتگی است. یکی از این خجالتی بودن‌ها هم در حوزه خرید میوه اتفاق می‌افتد؛ چون احساس می‌کنیم که خرید چند عدد از یك میوه زیاد جالب نیست، در نتیجه اقدام به خرید کیلویی آن می‌کنیم. حتی موردهایی هم مشاهده می‌شوند که خریدهای جعبه‌ای اتفاق می‌افتد. البته به واسطه گرانی بی‌قاعده و غیرمنطقی و آزارنده میوه‌ها در روزهای اخیر و روزهای منتهی به نوروز، این عادت نه چندان جالب کمتر شده است، اما کماکان وجود دارد. یعنی فرد می‌داند که دارد بیشتر از حد مورد نیازش خرید می‌کند، ولی به خاطر این‌که خجالت می‌کشد، نمی‌تواند بر این عادت خود غلبه کند.

با تصمیم قبلی

جمله‌ای هست منتسب به وین گرتسکی، حرفه‌ای‌ترین و امتیازآورترین بازیکن تاریخ هاکی. او می‌گوید که «یك بازیکن خوب هاکی در لحظه تصمیم می‌گیرد ولی یك بازیکن عالی، تصمیم خود را از قبل گرفته است.» به نظر می‌رسد در حوزه خرید و بودجه‌بندی روزانه، باید از یك بازیکن خوب تبدیل به یك بازیکن عالی بشوید. یعنی از قبل تصمیم بگیرید که چه اتفاقی باید بیفتد.

این عادت زشت ما ایرانی‌ها

اسراف و تبذیر، یکی از وجوه منفی سبك زندگی ایرانیان است. همین یکی، دو سال پیش بود که سازمان بین‌المللی غذا معروف به فائو، اعلام کرده بود که ضایعات غذای ایرانیان، به اندازه ۶۰ درصد نفتی آنها و معادل دورریز غذای ۱۰ کشور اروپایی است؛ چیزی معادل ۳۵ میلیون تن و ارزشی معادل ۱۵ میلیارد دلار، البته با قیمت دلار آن روزها. به نظر می‌رسد که رتبه اول ایران در دورریز غذا، در بهترین حالت هم جزو پنج کشور اول در این حوزه خواهیم بود، شایسته این سبك زندگی نیست. پس برای خرید، باید از قبل تصمیم خود را گرفته باشیم؛ نه این‌که موقع ورود به بازار میوه و تره‌بار، جوگیر شده و کیلویی و حتی جعبه‌ای خرید کنیم.

کمی اروپایی برخورد کنیم!

بد نیست بدانید در اروپا و آمریکا، خرید میوه دانه‌ای انجام می‌شود؛ چرا که هم به صرفه‌تر است و هم قیمت بالای میوه اجازه خرید کیلویی را نمی‌دهد و هم این‌که به این ترتیب، همه روزه می‌توانید اقدام به خرید کرده و از میوه‌های تازه استفاده کنید؛ نه این‌که میوه‌ها در درون یخچال شما سیاه و خراب شود. در این مورد، باید جمله مایك تایسون، بوکسور افسانه‌ای دهه ۹۰ را به یاد داشته باشیم که «نظم به انجام کاری می‌گویند که شما از آن متنفر هستید، اما با وجود این آن را طوری انجام می‌دهید که انگار عاشق آن کار هستید.» شاید از این ماجرا متنفر باشید، اما شما برای انتخاب عقلانی خود و رفاه بیشتر، این کار را انتخاب کرده‌اید. پس خرید دانه‌ای میوه‌ها را عار ندانید؛ پول کم آوردن بعد از خرید کیلویی و جعبه‌ای و فله‌ای را عار بدانید.

حق با شماست

info@jamejamonline.ir
روابط عمومی: ۲۲۲۶۲۱۴۲

#روستای_یخزده
علی لطفی از بیله سوار:
در روستای کوهستانی ایده لو در بیله سوار اردبیل چند روز است که اهالی به نفت دسترسی ندارند و ناچار با هیزم خانه‌هایشان را گرم می کنند، من کودکی سه ساله دارم که دود آتش ریه هایش را آزار می دهد. هرچه از مسؤولان پیگیری می کنیم که به روستای ما نفت برسانند، هیچ کدام پاسخ نمی دهند.

#ورودی_خروجی
صالحی از تهران:
شهرداری منطقه ۴ اخیرا اقدام به اصلاح ورودی و خروجی شهرك البرز در انتهای بزرگراه بابایی شرق کرده است که متاسفانه باعث ایجاد ترافیك سنگین در زیر گذر دانشگاه امام حسین(ع) شده است.

#مربی_داخلی
سعیدی از شیراز:
چرا مسؤولان وزارت ورزش از مربیان داخلی در تیم‌های پایه استفاده نمی‌کنند تا هم صرفه‌جویی در هزینه‌ها شود و هم برای نسل بعد مربیانی باتجربه تربیت شوند؟

#کلاهبرداری_آنلاین
سیدی از تهران:
چرا مسؤولان قوه قضاییه برای ریشه‌کنی کلاهبرداری در سایت‌های تبلیغاتی و فروش آنلاین که همه روزه شاهد کلاهبرداری از مردم در این سایت‌ها هستیم اقدامی صورت نمی‌دهند؟

#بلیت_دولت
گلبهاری از اصفهان:
بلیت‌های هوایی و ریلی برای ایام عید و با توجه به استقبال مسافران توسط شرکت و دفاتر فروش گران شده است و در صورت مداخله نکردن دولت ممکن است شاهد کلاهبرداری‌هایی در این زمینه باشیم.

#چاله_سرآسیاب
آشتیانی از تهران:
وجود چاله‌های فراوان در میدان سرآسیاب خیابان کرمان شرقی ورودی اتوبان امام علی(ع) باعث صدمه رساندن به خودروها شده است. شهرداری محترم رسیدگی کند.

#مترو_پله
گودرزی از تهران:
چرا در ۸ صبح مورخ روز شنبه ۹۷/۱۲/۴ که اوج تردد مسافران متروست. تکنیسین‌های تعمیرات پله‌برقی در حال تعمیر پله برقی سکوی ایستگاه دروازه دولت (خط۴ به خط۱) بودند؟ این امر باعث ازدحام بیش از اندازه مسافران در سکو شد.