سال دهم * شمارۀ ۱۰۹-۱۱۰ * دلو-حوت ۱۳۹۷

افغان بیسیم

شرکت مخابراتی افغان بیسیم اولین خدمات انرژی برق سولری تحت نـام «پرداخت نمایید و استفاده نمایید» (Pay As You Go) را در افغانستان راه اندازی نمود

مصاحبه با محترم نصیر احمد درانی؛ وزیر زراعت، آبیاری و مالداری

انترنت 4.5G چیست؟

در آیندۀ نزدیک پرداخت هزینه تنها با اثر انگشت ممکن خواهد بود

ماهنامۀ افغان بیسیم، سال دهم * شمارۀ ۱۰۹-۱۱۰ * دلو-حوت ۱۳۹۷

Tenth year * 109-110th Edition * February-March 2019

Afghan Wireless

Economic, Scientific, Cultural & Social Magazine





نام خود را منحیث
۱۰۱۰۱۰۱۰۱۰ صدای زنگ ۱۰۱۰۱۰۱۰۱۰
خویش ثبت نمایید

بسته	هزینه	مدت اعتبار	تمدید به شکل اتومات
هفته وار	10 افغانی	7 روز	بلی

#606* را دایل نمایید

4.75G+
افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS
ارتباط دهندهٔ افغانستان
Connecting Afghanistan

HD VOICE | SWiFi | @myawcc | www.afghan-wireless.com | 152

با فامیل افغان بیسیم یکجا شوید

وسیع ترین پوشش با شفافترین صدا
سریعترین انترنت 4.75G+

4.75G+
افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS
ارتباط دهندهٔ افغانستان
Connecting Afghanistan

امتیازات

جدید سیمکارت تاپ*

100 ام بی | 30 پیام کتبی | 30 دقیقه

*این امتیازات برای 30 روز قابل اعتبار میباشد
دقایق و پیام های کتبی فقط از افغان بیسیم به افغان بیسیم قابل استفاده میباشد

HD VOICE | SWiFi | @myawcc | www.afghan-wireless.com | 152

ماهنامهٔ
افغان بیسیم
در گسترهٔ فرهنگ، اجتماع، اقتصاد و معلومات
سال دهم ❖ شمارهٔ ۱۰۹-۱۱۰ ❖ دلو-حوت ۱۳۹۷

فهرست مطالب

۲	چشم انداز
۳	شرکت مخابراتی افغـان بیسیم اولین خدمات...
۵	مصاحبه با محترم نصیر احمد درانی؛ وزیر زراعت...
	تکنالوژی معلوماتی
۸	انترنت 4.5G چیست؟
۹	در آیندهٔ نزدیک پرداخت هزینه تنها با اثر انگشت...
۱۱	حافظهٔ Micro SD و اجزای داخلی آن
۱۳	په Password ټاکنه کې دا پنځه تېروتنې ونکړئ!
۱۵	چرا هوش مصنوعی در بازی‌ها تقلب می‌کند؟
۱۶	غلبه بـر ترس، در برابر کمرهٔ
۱۸	چه تفاوتی بین میگابایت و گیگابایت وجود دارد؟
۱۹	تفاوت دیجیتل و انالوگ
۲۲	شیوه پیدا کردن تمامء عکس ها در ویندوز ۱۰
	اقتصادی
۲۵	تبلیغات آنلاین بهترین و موثرترین راه برای رشد...
۲۷	بازاریابی ویروسی
۳۰	په راکړه ورکړه کې د ویب پانو ارزښت
۳۳	آشنایی با تولید به‌هنگام (JIT)
۳۶	چگونه فروشگاهی فزیکی در کنار فروشگاه آنلاین...
۴۰	تبلیغات آنلاین بهترین و موثرترین راه‌برای رشد...
۴۲	استخراج نفت خام
	فرهنگی
۴۳	گلشن شعر
۴۵	بررسی اصول بنیادی تفکر
۴۷	طنزیه (فکاهیه) مقالې او دهغوی ځانګړنې
۴۹	روانشناسی مثبت
۵۱	انار شیزم
۵۳	تاثیرات جنگل‌ها بالای تغییرات اقلیمی
	معلومات عمومی
۵۷	چگونگی نوشتن Resume کاری
۷۴	دریچهٔ تصاویر

صاحب امتیاز
شرکت مخابراتی افغان بیسیم

مؤسس
امین رامین

هیأت تحریر
ولی محمد سلطانی
سید زکریا هاشمی
عبدالرحیم دانش
محمد ناصر ناصری

مدیر مسئول
نقیب الله فلک
naqibullah.falak@afghan-wireless.com

ویراستار
عبدالحق سمون
abdulhaq.samoon@afghan-wireless.com

طراح و گرافیست
عصمت‌الله احراری

تایپ و کمپیوتر
کلیم الله نیازی

عکاس
رامین اکبری

آدرس
شرکت مخابراتی افغان بیسیم، خواجه ملا، سرک دارالامان، حجاری نجاری سابقه، کابل - افغانستان.

وب سایت
www.afghan-wireless.com

تماس با ما
۱۸ ۱۸ ۷۰۳ (۰۰۹۳)
magazine@afghan-wireless.com

یادآوری

- دفتر مجلهٔ افغان بیسیم، از آثار نویسندگان، فرهنگیان و قلم بدستان استقبال می‌کند.
- دفتر مجلهٔ افغان بیسیم، در قبول کردن، رد کردن، تغییر و اصلاح مطالب، بدون هرگونه اطلاع به نویسندهٔ آن، دست باز دارد.
- دفتر مجلهٔ افغان بیسیم، پذیرای پیشنهادات، نظریات و انتقادات سالم خوانندگان خود می‌باشد.
- بجز چشم انداز و گزارشات، مسؤلیت سایر نوشته‌ها بدوش نویسندگان آن می‌باشد.

شرکت مخابراتی افغان بیســیم، در پهلوی این‌که یک شرکت مخابراتی می‌باشد، یگانه شرکت است که برای غنامندی فرهنگ نوشتن و خواندن در جامعه تلاش می ورزد. از اینرو مجلهٔ شرکت مخابراتی افغان بیسیم ماهوار به دست چاپ سپرده می شود، تا قلم بدســتان، فرهنگیان و پژوهش‌گران عزیز کشور در عرصه‌های مختلف از جمله مطالب مخابراتی، اقتصادی، فرهنگی و معلوماتی در زمینه‌های نوشــتن و تحقیق خود استفاده نمایند. بر این اســاس فرهنگیان عزیز کشور می توانند از مجلهٔ ماهوار افغان بیســیم به عنوان یک مرجع تحقیقی اســتفاده نمایند. روی هم رفته دست اندرکاران مجلهٔ شرکت مخابراتی افغان بیسیم سعی می نمایند، تا مطالب بروز شده را در زمینه‌های متعدد تهیه نموده و بدست خوانندهٔگان گرامی قرار دهد.

جنگ و ناامنی تنها عواملی نیست که افغانستان را با چالش مواجه نموده، بلکه ده ها عامل دیگر نیز در افغانستان، جان و زندهٔگی باشنده ها کشور ما را تهدید می کند، که یکی از آنها آلودگی هوا است. از جمله شهرهای افغانستان، کابل شهری است که در فصل زمستان نسبت به دیگر فصل های سال، میزان آلوده‌گی هوا با مصرف زغال سنگ و چوب چندین برابر می شود.

طبق نظرسنجی نهادهای گوناگون هواشناسی جهان، شهر کابل در رده‌بندی میزان آلودگی هوا در شهرهای مهم جهان، به عنوان آلوده‌ترین شهر جهان شمرده می شود.

افغان بیســیم افتخاردارد که برعلاوهٔ خدمات بی‌نظیر مخابراتی، این بار یک اقدام بی‌پیشینهٔ را در عرصهٔ انرژی آفتابی در کشــور گذاشــت. انرژی آفتابی که از جمله انرژی پاک به شمار می‌آید، در تمام کشــورهای جهان به صورت گسترده در حال افزایش اســت. زیرا؛ گرم شدن محیط زیست به واسطهٔ سوخت‌های فوسیلی امروزه حیات جهان را به مخاطره انداخته است و اکثریت از کشورهای به منظور استفاده انرژی‌های آفتابی بیشترین تلاش خود را می‌نمایند.

شرکت مخابراتی افغان بیسیم در حالی این خدمات را راه اندازی نمود، که مردم افغانستان بیش از هر وقت دیگر، به برق بدون آلوده‌گی که همان برق ســولری است، نیاز دارد. از طرف دیگر اســتفاده کننده‌های این خدمت با کم‌ترین پرداخت می توانند، از برق ســولری شرکت مخابراتی افغان بیسیم به خوبی اســتفاده نمایند. مشتریان عزیز که از این خدمات استفاده می نمایند، پرداخت خود را از طریق خدمات پولم (MyMoney) شــرکت مخابراتی افغان بیســیم، به طور قسط وار انجام داده می توانند.

از ســوی دیگر افغانستان که از منابع آبی خود کم‌ترین استفاده را دارد، از اینرو برق وارداتی در کشور سوخت اکثریت از شــهروندان را تشکیل داده است. از طرف دیگر که امروزه بحث جهانی شدن اقتصاد پایدار مطرح است، پایداری اقتصاد تکیه برهوای پاک دارد. محیط زیســت سالم باعث می شود، که اقتصاد پایدار شکل گیرد و ازهمین رو امروزه جهان به طرف انرژی آفتابی که به انرژی پاک محســوب می شود، روی آورده اســت. انرژی پاک می تواند به اقتصاد و محیط زیست افغانستان نیز کمک نماید، از طرف دیگر شهر کابل به عنوان مرکز افغانستان امروزه از هوای کاملاً آلوده برخورداراست که این معضله باعث به میان آمدن امراض گوناگون شده است.

به همین منظور برای شــهروندان عزیز کشور لازمی پنداشته می شــود، تا از سوخت‌های فوسیلی کمتر استفاده نمایند و بهترین راه در این زمینه همین اســتفاده از برق های سولری است و خوشبختانه شرکت مخابراتی افغان بیسیم این نعمت بزرگ را به کم‌ترین پرداخت هزینه فراهم کرده است.

به امید روزی که افغانســتان نه تنها از لحاظ انرژی و برق خودکفا باشــد، بلکه یک کشور صادر کننده نیز در این عرصه قدعَلَم نماید.



شرکت مخابراتی افغان بیسیم اولین خدمات انرژی برق سولری تحت نام «پرداخت نمایید و استفاده نمایید» (Pay As You Go) را در افغانستان راه اندازی نمود

شرکت مخابراتی افغان بیسیم اولین شبکهٔ مخابراتی موبایل در افغانستان می‌باشد، که سریع‌ترین خدمات انترنت 4.75G+، خدمات مکالماتی با شفاف‌ترین صدا و خدمات پولی از طریق موبایل را برای بیشتر از 5 میلیون مشتریان خویش عرضه می‌نماید. شرکت مخابراتی افغان بیسیم به ادامهٔ همکاری های قبلی برای پیشرفت افغانستان، حالا خدمات "پرداخت نمایید و استفاده نمایید" (Pay As You Go)، را جهت مصؤنیت، مؤثریت و تهیهٔ انرژی برق سولر خانه‌گی برای هموطنان ما که از روشنایی برق محروم اند، راه اندازی نمود.

این سیستم انرژی برق سولر خانه‌گی توسط شریک ستراتیژیک افغان بیسیم؛ شرکت دی‌لایت (d.light) ساخته شده است، شرکت که وسایل سولری و روشنایی آنرا بیشتر از 85 میلیون نفر در 65 کشور استفاده می‌نمایند. نهاد مالی بین المللی (IFC) حمایت کنندهٔ این ابتکار توسط پروگرام لایتنگ افغانستان (Lightening Afghanistan) می‌باشد، که مختص به ایجاد بازار برای محصولات و خدمات انرژی سولری است.

شرکت مخابراتی افغان بیسیم و نهاد مالی بین المللی (IFC) با همکاری از نهادهای معتبر چون؛ لایتنگ گلوبل، GSMA، (d.light) و د افغانستان برشنا شرکت که در عرصه‌های ارتباطات، توسعهٔ اقتصادی، اجتماعی و عرضهٔ خدمات انرژی برق در جهان پیشتاز استند، تطبیق کنندهٔ این برنامه می‌باشد.

شرکت مخابراتی افغان بیسیم و همکاران ستراتیژیک آن اولین خدمات "پرداخت نمایید و استفاده نمایید" (Pay As You Go) را در محفل که در مرکز رسانه‌های بیات برگزار گردیده بود، افتتاح



نمود. محترم امین رامین؛ رئیس شرکت مخابراتی افغان بیسیم، راه اندازی این خدمات را در راســتای خودکفا بودن افغان‌ها در بخش انرژی بالخصوص برق، مؤثر دانسته افزود: "این تحفهٔ روشــنایی برای هزاران افغان انرژی برق ثابت و روشــنایی شفاف را در سراسر افغانستان فراهم خواهد نمود".

محترم داکتر احســان الله بیات؛ بنیان گذار شــرکت مخابراتی افغان بیسیم و رییس عمومی بیات گروپ دسترسی مردم افغانستان به برق مداوم و با مصرف خیلی کمتر را یک خدمت بی پیشینه عنوان کرد.

داکتر احســان الله بیات در ادامه افزود: "آوردن تحفهٔ روشنایی به افغانستان بدون عزم و ارادهٔ محکم و تعهد همکاران ســتراتیژیک ما بخصــوص IFC, d.Light, GSMA ، د افغانستان برشنا شرکت و Lighting Asia، ناممکن بود. به امید اینکه زحمات و تعهدات ناگســستنی ما در قبال ملت ما برای تمام افغان ها فرصت ها، خوشبختی ها و امیدها را به بار آورد."

باوجــود این که برق مداوم برای رشــد اقتصادی و تقویت صنعتــی یک نیاز مبرم در کشور محسوب می‌گردد و افغانستان با داشــتن آب فراوان و منابع سرشار، ظرفیت خوبی برای تولید برق دارد، اما هنوز هم این کشــور با پرداخت پول گزاف از برق وارداتی استفاده می‌کند.

شرکت مخابراتی افغان بیسیم همانند دیگر خدمات در بخش های مختلف همچون؛ مخابراتی، فرهنگی، علمی، ورزشی و دیگر بخش ها، در زمینهٔ خودکفایی مردم افغانستان از لحاظ انرژی و برق نیز سعی می نماید، تا هموطنان ما را صاحب برق دوامدار نمایند.



مصاحبه با محترم نصیر احمد درانی؛ وزیر زراعت، آبیاری و مالداری

مصاحبه کننده: عبدالحق سمون

محترم انجنیر نصیر احمد درانی 62 سال سن دارند و تحصیلات لیسانس اش را در دیپارتمنت تخنیک بخش انجنیری در پوهنتون کابل و تحصیلات فوق لیسانس را در رشته‌ی انکشاف و بازسازی در پوهنتون نبراسکای ایالات متحدهٔ امریکا با درجهٔ عالی، به پایان رسانیده اند. آقای درانی تجربه‌ی کاری ۳۴ ساله در بخش‌های گوناگون مرتبط به رشته‌های تحصیلی‌اش دارد.

ایشان از سال ۱۳۹۳ تا اواخر ۱۳۹۶ وزیر احیا و انکشاف دهات بودند. او در این مدت، روی طرح میثاق شهروندی، که "خیز بلند حکومت وحدت ملی برای انکشاف متوازن" خوانده می‌شود، کار کرده و نیز با تلاش‌های پی‌گیر، ایجاد اصلاحات و ادغام‌سازی اداره‌های موازی و بهبود خدمت‌رسانی به مردم، برنامه‌های توسعه‌ای زیادی را در سراسر روستاهای کشور در راستای کاهش فقر تطبیق کرده است. بر اساس موفقیت‌های فراوان آقای درانی در وزارت احیا و انکشاف دهات، به منظور بهبود کار در سکتور زراعت، ایشان در ماه دلو ۱۳۹۶ به عنوان وزیر زراعت، آبیاری و مالداری تعیین شدند.

در اینجا دربارهٔ کارکردهای محترم درانی صاحب به حیث وزیر زراعت، آبیاری و مالداری با ایشان حرف زدیم، که توجهٔ تان را خواهانیم.

سؤال: از آنجا که توسعه و مدرن‌سازی زراعت و مالداری افغانستان یکی از اهداف وزارت زراعت می‌باشد، شما در این عرصه تا کدام حد موفق هستید؟

جواب: خوش‌بختانه طی یک سال و سه ماه که به حیث خدمتگار در وزارت زراعت آمده‌ام، بیشتر روی پروژه‌های زیربنایی که برای تقویت اقتصاد و توسعه زراعت رول اساسی دارد، تمرکز داشته‌ام. ساخت پنج مسلخ معیاری و استاندارد که نُه سال قبل کارش آغاز شده و به دلایل مختلف متوقف مانده بود، دوباره کارش آغاز و سرعت گرفت. در این زمینه با قاطعیت و جدیت تلاش کردیم و خوش‌بختانه مسلخ ریشخور دو ماه قبل تکمیل و مورد بهره‌برداری قرار گرفت. مسلخ‌های شکردره و ولایت‌های



بلخ و هرات نیز تا چهار ماه آینده تکمیل می‌گردد. هم‌چنین مسلخ کندز در تابستان آینده تکمیل می‌گردد و فعلاً کار به شدت روی آن جریان دارد. برای ۱۱ بندر کشور شبکه‌های قرنطین تکمیل و آماده بهره برداری شده است. بزرگ‌ترین کمپلکس لابراتوار را در بادام‌باغ تکمیل کرده‌ایم و سال آینده مجهز با تکنولوژی مدرن افتتاح می‌شود. این لابراتوار در قسمت آزمایش امراض و آفات نباتی، محصولات زراعتی وارداتی و صادراتی و سایر بخش‌ها برای افغانستان حیاتی و مهم است. قرار است در سال 1399 خورشیدی، کار 12 سرد خانه به ظرفیت 500 تن در ده ولایت کشور و 8 سردخانه 5هزار تنه آغاز گردد. هم‌چنین پنج سیلو و ذخایر ستراتژیک و یک گُدام بزرگ که ظرفیت مجموعی 195هزار متریک تُن گندم را دارد در شش ولایت ساخته می‌شود.

در سال مالی 1397، پروژه‌های بزرگ آبیاری مانند کانال خوش‌تپه، اندخوی، زمین‌داور و بند موسی‌قلعه در هلمند آغاز شده و این پروژه‌ها از آرزوهای بزرگ مردم هستند که اکنون در حال تحقق است.

در سال جاری در بخش‌های توسعهٔ باغداری، منابع طبیعی، مالداری، حمایت از زنان و سایر بخش‌های مرتبط کاری وزارت زراعت رشد چشم‌گیری داشته است.

سؤال: افغانستان از جمله کشورهای زراعتی محسوب می‌شود، آیا توسعهٔ اقتصادی از راه زراعت در کشورهای جهان سوم به خصوص افغانستان ممکن است؟

جواب: زراعت قلب اقتصاد افغانستان را تشکیل می‌دهد و زنده‌گی 80 درصد مردم به زراعت وابسته است، بنا بر آن زراعت می‌تواند باعث رشد اقتصاد ملی و افزایش عواید مردم گردد. خوش‌بختانه در سال جاری با وجود خشک‌سالی تولیدات سبزیجات و میوه‌های تازه افزایش یافته است. زعفران رشد بی‌پیشینهٔ داشته است؛ هم از نگاه تولید و هم از نگاه صادرات. 90 درصد مجموع صادرات کشور را محصولات زراعتی تشکیل می‌دهد. کارهای بنیادی در بخش زراعت روی دست گرفته شده که می‌تواند باعث شگوفایی اقتصاد کشور در آینده گردد.

سؤال: چقدر زمین کشور برای زراعت و حاصل‌خیزی مساعد است و هم‌چنان چند فی‌صد نفوس کشور را زارعین تشکیل می‌دهند؟

جواب: در مجموع 7.6 میلیون هکتار زمین زراعتی در کشور است، که 3.8 آن زمین‌های للمی و بقیه زمین‌های آبی اند و تاکنون 2.6 میلیون هکتار زمین‌های آبی تحت پوشش آبیاری قرار دارد. در مجموع قسمی که قبلاً گفتم 80 درصد مردم به زراعت و مالداری مشغول هستند.

سؤال: اکثر زارعین کشور از ناحیهٔ نبود سردخانه‌ها برای حاصلات خود شکایت دارند. آیا در این زمینه شما کدام اقدامات را داشته‌اید؟

جواب: در مورد سرد خانه‌ها، قرار است ۱۲ سردخانه به ظرفیت 500 تن در ولایت‌های غزنی، میدان‌وردک، لوگر، پکتیا، پروان، کاپیسا، تخار، فاریاب، نیمروز و فراه ساخته شود. این ولایت‌ها به دلیل داشتن برق و تولید بیشترین میوه انتخاب شده‌اند. قرار بود امسال کار آن آغاز شود، ولی متأسفانه درمراحل تدارکاتی شرکت‌ها و کمپنی‌های واجد شرایط به دلیل این که در کشور در بخش سردخانه تجربه مشابه وجود ندارد، علاقه‌مندی وجود نداشت و برای بار دوم به اعلان رفته و در حال حاضر در آخرین مراحل تدارکاتی رسیده است. هم‌چنین هشت سردخانه پنج هزار تُنی نیز شامل است که در سال 1399 کار آن آغاز شود. ما در بخش سردخانه‌های انرژی صفری، دست‌آوردهای خوبی داریم که در یک تعداد زیادی از ولایت‌ها ساخته شده است.

سؤال: برای بهبود پرورش مرغ‌های گوشتی و تخمی زراعتی که در این اواخر در کشور رونق یافته، چه برنامه‌ها راه‌اندازی شده است؟

جواب: سکتور مرغداری رشد چشم‌گیری داشته است. در حال حاضر از طریق هزاران فارم داخلی که ایجاد شده سالانه 94 هزار متریک تُن گوشت مرغ در کشور تولید می‌شود، که می‌تواند 56 درصد نیازهای کُل کشور را برطرف سازد. خوش‌بختانه هفته‌ی یک‌بار گوشت مرغ تولید داخلی شامل مینوی نیروهای امنیتی نیز هست و تلاش داریم که این را هفته دو بار بسازیم. به هدف تقویت و انکشاف این سکتور، چندی پیش واردات مرغ‌های پیر را به کشور نیز متوقف ساختیم تا مرغداران داخلی تقویت شوند و از طرف دیگر از بیماری‌ها و امراض که از طریق مرغ‌های وارداتی شیوع می‌کرد، جلوگیری صورت بگیرد.

سؤال: ترویج تخم‌های اصلاح شده به دهاقین که حاصلات بیشتر می‌دهد، در امر جلوگیری از کاشت مواد مخدر چقدر مؤثر تمام خواهد شد؟

جواب: ۱۰ هزار متریک تُن تخم اصلاح شده امسال در فصل کشت و ۲۰ هزار متریک تُن کود یوریا به دهقانان توزیع کردیم و سال آینده این مقدار را بیش‌تر هم می‌سازیم.

سؤال: حاصلات زراعتی افغانستان چقدر مصرف زراعتی مردم را فراهم می‌نماید؟

جواب: در اکثریت بخش‌ها به خودکفایی نزدیک هستیم، در بخش تولید گوشت مرغ تقریباً به خودکفایی رسیده‌ایم. در بخش زعفران پیشرفت چشمگیری داشتیم، در عرصهٔ حاصلات غله ۴.۵ میلیون تُن تولید داشتیم که خشک‌سالی باعث کاهش غله شد و توقع داریم در سال آینده حاصلات غله بیش‌تر شود. حاصلات شالی و برنج ما افزایش یافته است و ۶۳ درصد در این بخش خودکفا هستیم. هم‌چنان در بخش سبزیجات، سبزخانه‌ها را ایجاد کردیم و مشکلات ما در حال حل شدن است. در بخش میوه نیز هر سال ده‌ها هزار باغ میوه می‌سازیم و میوه‌های زودرس را هم ترویج کرده‌ایم که در نتیجه ما به خودکفایی نزدیک می‌شویم.

سؤال: جناب وزیر صاحب! به عنوان پرسش شوخی گفته می‌توانید؛ اولین کارتان در کجا و اولین معاش‌تان چقدر بود؟

جواب: اولین کار من در یکی از بخش‌های وزارت معادن و پترولیم بود. دقیق اولین معاش خود را لباس و تحفه برای خانواده‌ها خریداری کردم.

سؤال: شرکت مخابراتی افغان بیسیم نه تنها در بخش مخابرات پیشتاز بوده، بلکه در عرصهٔ غنامندی فرهنگ کشور نیز نقش مؤثر را ایفا نموده است و ماهنامهٔ افغان بیسیم یکی از این ابتکارات می‌باشد. می‌خواهیم در این باره نظرتان را داشته باشیم.

جواب: شرکت مخابراتی افغان بیسیم بدون شک که با تکنالوژی روز مجهز است و برای اولین بار خدمات انترنتی 4G را در کشور عرضه کرده است، نشان دهندهٔ پیشتاز بودن این شبکه را نشان می‌دهد و آرزو دارم که افغان بیسیم بیش از این سهولت‌ها و فرصت‌ها را برای مردم و مشتریان خود فراهم سازد.

سؤال: در آخر، دربارهٔ زندگی شخصی‌تان بگویید.

جواب: خوشبختانه زندگی نسبتاً خوبی دارم. چهار پسر و دو دختر دارم. فرزندانم از نظر تحصیل هر کدام به درجه‌های عالی رسیده‌اند.



انترنت 4.5G چیست؟

انترنت 4.5G چیست؟ این روزها پوشش انترنت 4.5G در افغانستان گسترده‌تر شده و بسیاری از کاربران می‌توانند از انترنت با سرعت بالا استفاده کنند. اما نسل 4.5 انترنت چیست و چه ویژگی‌ها و مزایایی دارد؟

امروزه با پیشرفت تکنولوژی، نیاز به انترنت پرسرعت بیشتر از همیشه حس می‌شود و به همین دلیل شبکه انترنت روزبه‌روز در حال توسعه است و نسل‌های مختلف انترنت همراه یکی پس از دیگری از راه می‌رسند. در حالی که این روزها شرکت‌های بزرگ دنیا از شبکه 5G صحبت می‌کنند، نسل 4.5 آخرین نسل انترنت در کشور ماست. در این مقاله سعی داریم مزایا و تفاوت‌های انترنت 4.5G را بررسی کنیم.

قبل از هر چیز باید بگوییم که حرف G مخفف کلمه Generation به معنای نسل است و طبیعتا با روی کار آمدن هر نسل، پهنای باند و سرعت انترنت بهبود می‌یابد. نسل چهارم انترنت توانست انترنت پرسرعت را برای کاربران تیلیفون همراه به ارمغان بیاورد. نسل پنجم نیز چند سالی است که مورد مطالعه‌ی شرکت‌های بزرگ دنیا قرار گرفته و قرار است به زودی رشد چشمگیری را در این حوزه رقم بزند.

انترنت 4.5G چیست و چقدر سرعت دارد؟

انترنت 4.5G در بین نسل 4 و 5 قرار می‌گیرد و با نام 4G+ یا LTE-A نیز شناخته می‌شود. نسل 4.5 خدمات نسل 4 را ارتقا داد و از تکنیک‌های مخابراتی استفاده می‌کند، تا بتواند از شبکهٔ4G و ابزار سخت افزاری، سرعت بالاتر و پایداری بیشتری را ارایه دهد. به بیان ساده‌تر می‌توان گفت انترنت 4.5G مدل به‌روز شده و پیشرفته‌تر 4G است. در این نسل، دستگاه گیرنده انترنت به جای دریافت تمام پهنای باند از یک باند فریکونسی، پهنای باند را به‌طور همزمان از چند باند فریکونسی دریافت می‌کند.

به این ترتیب با 4.5G می‌توان به سرعت حدود 1.2 گیگابیت بر ثانیه نیز دست پیدا کرد، که البته دستیابی به چنین سرعتی به پوشش شبکه اپراتور و سخت افزار موجود از جمله مودم بستگی دارد. در مجموع، سرعت انترنت نسل 4.5 تقریباً 10 برابر 3G و حدود 2 برابر 4G است.

چگونه می‌توانید از نسل 4.5 انترنت استفاده کنید؟

برای استفاده از نسل 4.5 انترنت، گوشی موبایل شما باید قابلیت پشتیبانی از شبکهٔ 4.5G را داشته باشد، که البته گوشی‌های جدید این قابلیت را دارند. بنابراین بهتر است در هنگام خرید گوشی به مشخصات ارتباطات و شبکه آن نیز توجه کنید. به‌طور کلی دستگاهی می‌تواند قابلیت پشتیبانی از انترنت 4.5G را داشته باشد، که به LTE Cat6 یا بالاتر مجهز باشد و حداقل از دو آنتن با دو فرکانس در یک باند LTE و MIMO نوع 2×2 بهره ببرد. اگر مطمئن شدید که گوشی شما از این قابلیت پشتیبانی می‌کند، باید سیم کارت مورد نظر را از اپراتور تهیه کرده و تنظیمات 4.5G را نیز در گوشی خود فعال کنید.

در حال حاضر اپراتورهای بزرگ مخابراتی کشور ما از جمله شرکت مخابراتی افغان بیسیم 4.75G+ انترنت را به مشترکان خود ارایه می‌دهند. فعلاً پوشش‌دهی این نسل در کشور کامل نشده، اما اپراتورها سعی می‌کنند وضعیت خود را بهبود ببخشند و امکان دستیابی تمام مشترکان به انترنت پرسرعت 4.5G را فراهم کنند.

منبع: گجت نیوز؛ با اندک تصرف

در آینده نزدیک پرداخت هزینه تنها با اثر انگشت ممکن خواهد بود



مدت زیادی از حضور پول دیجیتل و کارت‌های اعتباری در زندگی روزمره ما می‌گذرد، اما این پول‌ها و کارت‌ها تغییر چندانی در نحوه خرید و پرداخت هزینه و سرعت انجام این عملیات نداشته‌اند. به همین دلیل کارشناسان توسعهٔ دیجیتل در تلاش هستند، که روشی جدید از طریق سیستم‌های بایومتریک برای پرداخت هزینه‌ها ابداع کنند و در این راه هم به موفقیت‌هایی دست یافته‌اند. این سیستم‌های جدید امنیت بسیار بالاتری دارند و سرعت و دقت عملکرد آن‌ها خبر از آینده‌ای جدید پیش روی ما می‌دهد. در کنار این سیستم‌ها هوش مصنوعی هم توانسته است تجربه کاربر را از خرید کردن تغییر دهد و آن را به سطحی بالاتر برساند. ما در این مقالهٔ اختصاصی به جدیدترین فن‌آوری‌ها در خرید و پرداخت هزینه خواهیم پرداخت و آینده‌ای را که در این زمینه پیش روی ما است ترسیم و تشریح خواهیم نمود.

پول دیجیتل و تأثیر آن در زندگی ما

پول دیجیتل اگرچه این روزها سبک زندگی و روش پس انداز و خرج کردن را به طور کلی تغییر داده است، اما هنوز هم بسیاری از کارها ساده نشده‌اند. تصور کنید برای خرید به یک فروشگاه رفته‌اید، حال پس از انتخاب اجناس مورد نظر باید در یک صف طولانی بایستید و پس از این که نوبت تان رسید، کیف پول خود را درآورده و کارت اعتباری تان را به صندوق‌دار تحویل دهید تا آن را در دستگاه کارتخوان وارد کند. سپس رمز خود را وارد کنید و اگر سیستم بانکی دچار اشکال نباشد و موجودی کافی باشد، پرداخت انجام خواهد شد و شما یک رسید کاغذی دریافت خواهید کرد. حال بسته به این که چقدر عجله داشته باشید، چقدر خرید در سبد داشته باشید و صف پیش روی شما چقدر طولانی باشد این فرآیند می‌تواند بسیار خسته کننده و حتی دردناک باشد. بنابراین پول دیجیتل تغییر چندانی در سیستم پرداخت و خرید روزمره ما ایجاد نکرده و تنها فایده آن حذف پول کاغذی از مبادلات روزمره بوده است.

پرداخت هزینه با انگشت در محیط!

اما توسعه دهندگان دنیای دیجیتل در تلاش هستند، که تغییری اساسی در این سیستم به وجود آورند و روش‌های پرداخت را به شکل گسترده‌تر و متنوع‌تر توسعه دهند و در این راه نیز گام‌های مهمی برداشته شده است. یک نمونهٔ ملموس آن که این روزها هم روز به روز در حال گسترش است، پرداخت از طریق سیستم‌های موبایلی است که باعث افزایش سرعت مبادلات شده است و شما در صورت استفاده از اپلیکیشن‌های مخصوص مثل Apple Pay یا Samsung Pay و یا استفاده از سیستم‌های ارتباطی تیلیفون همراه، برای پرداخت بسیاری از هزینه‌ها دیگر نیازی به استفاده از پول نقد و حتی کارت کشیدن هم ندارید. این سیستم‌ها در حال توسعه یافتن هستند و به زودی شاهد به کار گیری آن‌ها در ساعت‌های هوشمند، موترها و حتی انگشتان خودمان نیز خواهیم بود.

با توسعه این فن‌آوری دیگر روش‌های پرداخت هزینه بسیار

متنوع‌تر خواهد شد و این کار چنان در زندگی روزمره ما عجین خواهد شد که هیچ زمانی برای انجام دادن آن نیاز نخواهد بود. با توسعه ابزارهای بایومتریک جدید در سیستم‌های فروشگاهی مثل Amazon Go ابزارهای شما مشکلی در ارتباط با سیستم پرداخت نخواهند داشت و حتی محیط اطراف شما هم می‌تواند پاسخگوی درخواست شما باشد و پرداخت هزینه را بدون دردسر و فوت وقت و با امنیتی بسیار بیشتر برای شما انجام دهد. برای این کار شما فقط به اثر انگشت خود برای شناسایی و پرداخت شدن هزینه از حساب خود نیاز خواهید داشت و با کمک ابزارهایی که اثر انگشت شما را Scan می‌کنند، به سادگی قابل انجام خواهد بود. شاید تنها ایرادی که بتوان به این سیستم پرداخت جدید گرفت این است که با توسعه چنین سیستمی خرج کردن پول بسیار ساده‌تر خواهد شد و افراد میزان پولی را که هزینه می‌کنند درک نخواهند کرد، که البته از این نظر به نفع فروشگاه‌داران خواهد بود.

واقعیت افزوده در تجربهٔ خرید

در کنگره دنیای موبایل که امسال در بارسلونا برگزار شد، Mastercard از ایدهٔ جدید خود در خرید به کمک واقعیت افزوده پرده برداری کرد. در این تکنولوژی از تصاویر دیجیتل به جای تصاویر واقعی استفاده می‌شود و کار پرداخت هزینه و خرید ساده‌تر انجام می‌شود. الیوت گلدنبرگ رییس پرداخت دیجیتل ماسترکارت انگلستان می‌گوید: "هیجان انگیزترین تکنولوژی‌هایی که در پرداخت هزینه و خرید پیش روی ما هستند، آن‌هایی نیستند که کمی سرعت کار را افزایش داده‌اند، بلکه آن‌هایی هستند که تجربهٔ خرید کردن را تغییر خواهند داد. تجربه خرید کردن با کمک واقعیت افزوده امروزه در فروشگاه‌هایی مثل IKEA در دسترس است و کار انتخاب را برای مشتریان بسیار ساده‌تر کرده است.

آیندهٔ پیش رو در تجربهٔ خرید و پرداخت هزینه

به هر حال پرداخت هزینه از طریق تیلیفون همراه تنها آغاز راه است و این تکنولوژی چیزی نیست که یک شبه به وجود آمده باشد و توسعه مراحل بعدی آن مثل جا افتادن آن در جامعه و اقتصاد مدت زیادی به طول خواهد انجامید و قوانین و فرهنگ مربوط به آن نیز در طول زمان وضع شده و مورد استفاده قرار خواهد گرفت. چیزی که واضح است این است، که پرداخت هزینه با کمک تکنولوژی‌های محیطی و بایومتریک و در کنار آن استفاده از هوش مصنوعی و واقعیت افزوده در تجربه خرید می‌تواند گامی بزرگ و مهم در توسعه فن آوری در دنیای امروز باشد و جهان آینده ما را شکل دهد.

منبع: مجلهٔ قرمز

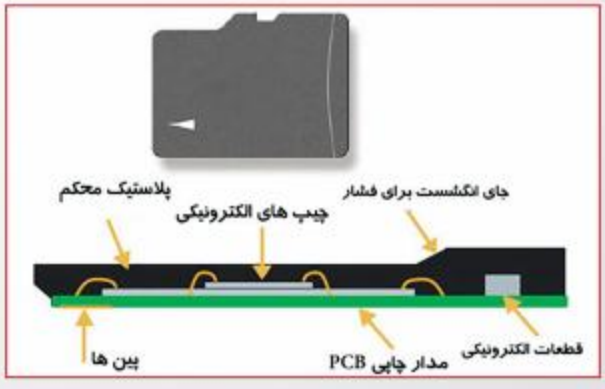




حافظه Micro SD و اجزای داخلی آن

واقعاً چه طوری میشـود تا رم موبایل خودتان که کوچک‌تر از ناخن دسـت تان 64 گیگا بایت اطلاعات جا داد؟ 64 گیگابایت؛ یعنی 64 میلیارد بایت و هر بایت هم 8 بیت هسـت. یعنی 512 میلیارد بیت (صفر و یک) جا خوش کردن. باورتان می شـود؟ اگر شـود یا نشـود، این اتفاق واقعاً میفتد. حـالا ببینیم این حافظهٔ SD که حالا کوچکتر شده و به نام حافظهٔ Micro SD یاد می‌شود، چیست و چه طور این کارها را انجام میدهد؟

حافظهٔ Micro SD چیست؟



SD مخفـف عبارت Secure Digital به معنی دیجیتل باامن هست. حالا چرا باامن؟ به دو دلیل؛ یکی قفل سخت افزاری و دیگری به دلیل قفل نرم افزاری. قفل سـخت افزاری همان سـلاید کوچک کنار حافظهٔ SD هسـت، که وقتی آن بـه حالت قفل تغییر وضعیت بدهید، دیگر با اطلاعات داخل حافظه کاری نمی تواند بکنید، فقط می توانید، آن را بخوانیـد. (Read Only) قفل نرم افزاری به نوعی حمایت از حقوق ناشران موزیک به حساب میاید. داستانش طولانی اسـت، فقط در این حد بدانید که اگر اطلاعات طی فرآیند خاصی رمز نگاری باشـد، دیگر کسی نمی تواند آن اطلاعات را کاپی کند و زحمات چندساله موزیک ساز را به خاک و خون بکشد .

حافظهٔ Micro SD نوعی از میموری کارت هایی است، که با قطع برق اطلاعات خودش را از دست نمیدهد. در زبان انگلیسی به این نوع حافظه ها Non Volatileمیگویند، مثلاً حافظهٔ رم کمپیوتر این طوری نیسـت. از حافظـهٔ Micro SD در موبایل، تبلت، لپ تاپ و کمرهٔ عکاسی و فلم برداری و دیگر وسایل الکترونیکی جهت ذخیره سازی اطلاعات؛ مثل عکس، صدا و فلم استفاده میشود .

از ابتدا حافظه های SD بودن که اندازه بزرگی داشتن و به مرور زمان Mini SD طراحی شـد و حالا هم حافظـهٔ Micro SD که عبارت مایکرو Micro به معنی خیلی کوچک هست .

اجزای داخلی حافظه SD

اگر دم دست تان یه حافظهٔ SD باشد (از این رم بزرگ که بیشتر برای کمره ها و موبایل های قدیمی 4، 5 سال پیش بود) با یک تیغ تیز می توانید بسته اش را باز کنید و داخلش را ببینید. حافظه های



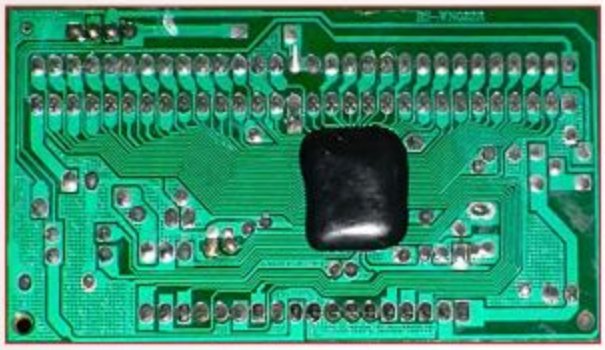
فلش مثل: فلش میموری ها و کارت های حافظه معمولاً از یک چیپ حافظه مثلاً، 32 گیگ یا 16 گیگ و یک عدد چیپ کنترل کننده و تعدادی قطعه الکترونیکی دیگر مثل خازن و مقاومت تشکیل شدند .

کارت های حافظهٔ Micro SD را نمی توانید باز کنید؛ چون به صورت پرس شده هستند، اما زیر همان پلاستیک محکم، قطعاتی که در کارت های حافظهٔ SD هستند، استفاده میشوند، اما در ابعاد بسیار کوچک تر. قدیماً که بازی های سیگا و مایکرو بودند، داخل شان را که باز میکردی، یک مودل آی سی می دیدید که به آی سی قیری معروف بودند. شبیه قیر بودن، زیر این قیر که در واقع یک ترکیب کیمیاوی به نام Epoxy هست، یک مدار مجتمع بسیار کوچک وجود دارد، که در کارت های حافظهٔ Micro SD هم از این نوع مدار که معروف به COB هست استفاده میشود. COB مخفف Chip On Board هست.

فرآیند تولید حافظهٔ Micro SD خیلی جالب است. این رم های موبایل ابتدا در تعداد زیاد، قالب بندی میشوند و یک پلاستیک ساده بزرگ روی یک قالب خاص قرار میگیرد، مثلاً 20 تا رم موبایل روی یک قالب بزرگ هستند. بعد مدار الکتریکی یا PCB آن طراحی و کار گذاشته میشود، اجزای الکترونیکی مثل خازن و مقاومت از طریق روش SMT روی بورد قرار میگیرند، آی سی ها که شامل حافظه فلش و همچنین کنترول کنندهٔ حافظه هست، از طریق روش COB روی بورد سوار میشوند. سپس توسط روش پکیجینگ یک نوع پلاستیک محکم روی آن میکشند. بعد از این کار، این قالب بزرگ توسط روش های برش مثل برش لیزر و یا واترجت (فشار آب) به قسمت های کوچک تر که همان رم های موبایل هستند، برش می خورد. شکل زیر نمای کلی از اجزای داخلی یک حافظهٔ Micro SD را نشان میدهد .

عملکرد حافظه فلش و کنترول کننده در حافظه Micro SD چیست؟

حافظهٔ فلش که بعداً به طور مفصل در موردش توضیح میدهیم، همان طور که از اسمش مشخص است برای ذخیره سازی اطلاعات با سرعت بالا استفاده میشود. سرعت خواندن و نوشتن و پاک کردن و... بستگی به نوع صنف حافظه دارد. اما قسمت کنترول کنندهٔ حافظه، وظیفهٔ هماهنگ سازی بین حافظهٔ فلش و دستگاه جانبی مثل لپ تاپ و تبلیت و موبایل را دارد. کارهایی مثل copy/paste



کردن اطلاعات، فرمت کردن، پاک کردن، مدیریت انرژی (ولتاژ)، با امن سازختن دیجیتل، کنترول خانه های حافظه... توسط کنترول کنندهٔ حافظه انجام میشود .

منبع: www.elmefarda.com





په Password باندې تاکنه کې دا پنځه تېروتنې ونکړئ!

هدایت الله ظاهر

دېر خله به مو اورېدلي وي، چې د فلاني شخص بانکي حساب هک شو او غلا دې وشوه. یا د یوه شخص د ټولنیزو رسنیو اکاونټونه هک شوي وي او د دوی شخصي معلومات تر پټ شوي وي. ښایي تاسو هم یوه ورځ له ورته برخلیک سره مخ شئ، له همدې کبله اړینه ده، چې د خپلو هر دول بانکي حسابونو، یا هم د ټولنیزو رسنیو حسابونو او یا د نورو په لیکه (Online) انټرنېټي حسابونو د هک کېدو د مخنیوي لپاره، لاړې چارې وڅېړئ.

د انټرنېټي حسابونو خوندیتابه ته پاملرنه کول، له دې کبله زیات ارزښت لري، چې نن سبا د نړۍ زیات شمېر انسانان په یاده نړۍواله شبکه کې حسابونه لري. داسې حسابونه؛ چې د دوی دېر مهم او محرم اسناد یا معلومات پکې خوندي دي. له همدې کبله ددې حسابونو ساتنه داسې اړینه ده، لکه د خپل کور او یا هم د کارولو د توکو ساتنه.

پېچلی خو په عین حال کې له حافظې ژر نه وتونکی پاسورډ، کولای شي ستاسو د انټرنېټي حسابونو خوندیتوب سل په سلو کې تضمین کړي. دلته مو د پاسورډ تاکلو په هکله پنځه تکي تشریح کړي دي، چې په عملي کولو سره به یې ستاسو انټرنېټي حسابونه له هک کېدو خوندي شي.

۱. د ټولو حسابونو لپاره یو شان پاسورډ نه تاکئ!

هېڅکله دا تېروتنه ونکړئ، چې د بېلابېلو حسابونو لپاره یو پاسورډ وټاکئ. دا خکه چې که احتمالاً کوم چا ستاسو بدنامی ته ملا ترلې وي او د یوه حساب پاسورډ مو وموميي، نو د بل حساب لپاره به هرومرو همدا پاسورډ ازمایي. که چېرې مو د ټولو حسابونو لپاره همدا یو پاسورډ ټاکلی وي، نو له نومورې سره به تاسو په خپل لاس، په خپلې بدنامی کې مرسته کړې وي.

که تاسو دا وېره لرئ، چې د څو اکاونټونو پاسورډ به مو له یاده ووځي، نو په حقه یاست، خو دا هم له یاده مه باسئ، چې د څو حسابونو لپاره یو پاسورډ ټاکل، په خپل لاس خانته کنده ویستل دي. داچې د بېلابېلو انټرنېټي شبکو؛ لکه: Gmail, Yahoo, Facebook, Twitter, Instagram,Telegram YouTube, لپاره بېلابېل پاسوردونه ټاکل ستونزمن کار دی، خو بیا هم دومره ستونزمن ندی، چې تاسو پرې لوی رېسک واخلئ.

ددې چارې د حل لپاره، نېردې پاسوردونه وکاروئ، د مثال په توګه: که د Gmail لپاره مو پاسورډ aRt€r@303$ وي، نو د Facebook لپاره aRt€r@505$ وکاروئ. په همدې توګه aRt€r@010، $aRt€r&788، $aRt€r@999 د څو حسابونو لپاره مناسب پاسوردونه دي.

۲. لنډ او ساده پاسورډ مه ټاکئ!

هرکله چې کوم هکر د پاسورډ د غلا هڅه کوي، نو لومړی له اسانه او ساده کلمو پیل کوي او د یوه هیکر لپاره دا سخته نده، چې ستاسو د پاسورډ د غلا لپاره لومړی اسانه او لنډې کلمې تایپ کړي.



وازمایل شي. ښکاره خبره ده، چې ښایي هکر لومړی ستاسو د ټیلیفون شمېره، د کور پته، د زیږېدو نېټه، د تذکرې شمېره، د دفتر یا اداري نوم او یا د اوسېدو خای د پاسورډ په توګه وازمایي. نو کـه دا نومونه مو پاسـورډ په توګه کارولي وي، په حقیقت کې مو د خپل خان د بدنامی لپـاره په خپل لاس هکر ته د خپلـو رازونو کیلي ورکړې ده.

له همدې کبله، د خپلو انټرنېټي حسـابونو لپاره داسې پاسوردونه ونه ټاکئ، چې ستاسـو د کمپیوټر یا ټیلیفون په تنې و کې په پرله پسې او ترتیب سـره راغلي وي، لکه: QWERTY، 1234567890، یا د ATM کیبورډ د شـمېرو ترتیب (159753)، ASDF123 او نور. د قوي پاسـورډ ټاکلو لپاره کولای شئ، د پاسورډ پورته نمونو څخه په ګټنه، نور پاسوردونه هم وپنځوئ.

۳. د اشخاصو او ځایونو له نومونو ډډه وکړئ!

د فلمي ستورو، مشهورو اشخاصو او ځایونو نومونه هیڅکله هم د پاسـورډ په توګه مه ټاکئ. دا ټول داسـې نومونه دي، چې په اسانی سره د تشـخیص ور دي. بله داچې هکران د پرمختللو پروګرامونو په مرسـته یاد نومونه په ډېر سرعت سره لټوي. که چېرته نومورې نومونه ډېر عام وي، نو د هکرانو په (Search engine) کې موندل کېږي او په اتومات ډول د پاسورډ خای کې تایپ کېږي.

٤. د زیږېدو نېټه، ټیلیفون شمېره، کور پته...

زیاتره خلک ددې لپاره چې پاسـورډ یې لـه یاده ونه ووځي، د زیږېـدو نېټه، یـا ټیلیفون شـمېره، ولایت، د ټیلیفـون او کمپیوټرو کمپنی (لکه: SAMSUNG، Nokia، Apple iPhone، Sony، Huawei، DELL، Panasonic، Lenovo، Toshiba) او یـا د اوسېدو خای د پاسـورډ په توګه کاروي. دا پاسـوردونه دومره اسانه دي، چې حتا ستاسـو نږدې ملګری هم کولای شي، ستاسو انټرنېټي اکاونـټ پرې هک کړي. لکه څنګه چې پورته وویل شـول، هکران لومړی تر ټولو سـاده کړنلارې په نظر کې نیسي او د ساده کړنلارو له دلې یوه هم داده، چې د یاد شخص د چاپېریال او ډېر تکراري نومونه

۵. د قاموسونو لغتونه مه ټاکئ!

پورته هم ورته اشاره وشـوه، چې هکران د پیاوړو پروګرامونو په مرسته Search engine په کار اچوي، ترڅو مروج نومونه په اتومات ډول د پاسـورډ په توګه وازمایي. طبیعي خبره ده، چې د نومونو په دې لټون کې به تر هرڅه لومړی د مشـهورو قاموسـونو، لکه: کامبریج، اکسـفورډ، Babylon، Longman، Merriam Webster او نور لغتونـه پلټي. که مو له یادو قاموسـونو کوم لغت د پاسـورډ په توګه کارولـی و، نو دا ډډه اوسـئ، چې اکاونټ مو د هـک کېدو کنډې ته ورغورځولی.

که بیا مو هم د قاموسـونو لغتونه د پاسـورډ په توګه کارول، نو د هغوی ښې ته بدلون ورکړئ، د مثال په توګه: Watermelon ستاسو د خوښـې داسـې لغت دی، چې د انګلیسـي کلمې په اوږدلو مو سمدسـتي ذهن ته درځي. اوس نو ددې لپاره چې پاسورډ مو همېشه په یاد وي، همـدا Watermelon د خپل انټرنېټي پاسـورډ په توګه ټاکئ.

خو Watermelon په انګلیسـي قاموسونو کې شتون لري، له همدې کبله هکران په ډېرې اسـانی کولای شي، یاد لغت کشف او پاسورډ مو وموميـ. نو دا چې هم مو Watermelon د پاسورډ په توګه کارولی وي او هم د هکرانو له لاسرسي څخه مخنیوی کړی وي، دغه لغت کې یو څه نوښـت راولئ، مثلاً: WaTєr@mE10n په توګه یې ولیکئ. WaTєr@mE10n نو داسـې کلمه ده، چې هم پکې شـمېرې، هم انګلیسـي توري او هم سمبولونه کارول شي. له همدې کبله په قاموسـونو کې هیڅ شـتون نه لري او پر دې سربېره دې دول لیکلو ته یې د چا فکر هم نه ور اوړي.

چرا هوش مصنوعی در بازی‌ها تقلب می‌کند؟

کارشناس یادگیری ماشینی شرکت گوگل، روش‌های جالبی که نرم افزار هوش مصنوعی برای تقلب در بازی یا برنامه‌ها بکار می‌گیرد را بررسی نموده و دلیل آن را تشریح کرده است.

برای مثال یک برنامه به خصوص برای نباختن در بازی Tetris طراحی شـــده که به سادگی با متوقف کردن بازی سعی می‌کند وقت بیشتری برای تصمیم‌گیری داشته باشد.

پژوهشگر آزمایشگاه هوش مصنوعی دیپ مایند، Victoria Krakovna سعی کرده با پرسش از همکاران و دوســتان خــود، مثال‌هایی برای اخلاقی رفتــار نکردن هــوش مصنوعــی پیدا کند تا مشــخص گردد، این فناوری به چه دلیل تقلب می‌کند.



ایــن مســئله می‌توانــد نگرانی‌هایی دربــاره‌ی آینــده‌ی این تکنولــوژی مطــرح کند؛ چرا که نشــان می دهد هــوش مصنوعی راه‌های دیگــری غیر از روش‌های تعیین شــده برای جلو بردن مقاصدش در پیش می‌گیرد.

این محقق باور دارد بزرگترین نگرانی این نیست که هوش مصنوعی، به دستورات تعریف شده عمل نکند، بلکه ممکن است فرمان‌های موجود را به روش اشتباهی انجام دهد.

برای مثال یک شــبیه ساز زندگی مصنوعی که به منظور شبیه سازی سیر تکاملی طراحی شده بود، فراموش کرده بود انرژی مورد نیاز برای به دنیا آوردن کودکان را در نظر بگیرد. بدین ترتیب گونه تعریف شده توسط این شبیه ساز سعی کرده بود با خوردن فرزندانش انرژی لازم برای به دنیا آوردن بچه های بیشتر را تهیه کند.

درست اســت برنامه‌های هوش مصنوعی سعی می‌کنند بهترین و ســریعترین نتیجه را برای حل مســائل پیداکنند، اما ممکن اســت آنها حرکت‌های غیرقانونی در پیش بگیرند، که آن‌چنان با اخلاقیات انسانی هم‌خوانی ندارند. توسعه‌ی هوش مصنوعی با هوشتر بدین معنی نخواهد بود، که بهترین راه درست برای حل مســائل یافت می‌گردد، بلکه امکان دارد بدین شکل بهترین راه تقلب پیدا شود.

این کارشناس در همین زمینه خاطر نشان نموده:

«اگر ما بتوانیم هوش مصنوعی بســیار باهوشی بســازیم، آنگاه این سیستم بهتر می‌تواند راه های رســیدن به هدف‌هایش را تخمین بزند و بدین شکل باید انتظار داشته باشیم، که راه‌های گریز بیشــتری در برنامهٔ خود تشخیص دهد. ممکن اســت راه حلی که هوش مصنوعی پیدا می‌کند، آن چنان با آموخته‌های ما نخواند و مدنظر ما نباشد.»

منبع: www.digiato.com



غلبه بر ترس، در برابر کمره

شاید شنیده باشید که برگزار کردن جلسات و برنامه های پخش زنده می تواند تاثیر بسزایی بر کسب و کار شما داشته باشد، اما در عین حال با یک فاکتور ترس ناشی از قرار گرفتن در برابر کمره پخش زنده در شبکه های اجتماعی هم دست و پنجه نرم کنید. به نظرتان آشنا است؟

امروزه امکان پخش زنده برای مخاطبین در اغلب شبکه ها اجتماعی مانند: فیسبوک، انستاگرام، پریسکوپ، تویتر یا حتی یوتیوپ امکان پذیر است. اگر می دانستید که پخش زنده قدم مهم بعدی از رشد کار و کسب شماست، آنگاه چی کار می‌کردید؟

حتماً می‌دانید که هیچ چیز خوب و با ارزش، راحت و آسان به دست نمی آید! پس به شما یادآور می‌شوم که در پس این ترس مزایا و منافع بسیار زیادی برای کار و کسب شما در انتظار است. در ادامه با ارائه راهکارهایی قصد ایجاد آرامش درونی و آماده کردن شما برای غلبه بر این ترس درونی داریم. پیش از آغاز برنامهٔ زنده، خلاصه ای از مطالب مورد ارایهٔ خود آماده کنید شاید بتوان گفت بهترین راه برای فرو ریختن ترس ها و داشتن یک برنامه زنده موثر و با کیفیت فکر کردن در مورد مطالبی است که قصد مطرح کردن آنها در برنامه خود را دارید.

البته پیشنهاد نمیکنم که برای این کار کلمه به کلمه صحبت های خودتان را مکتوب کنید، چرا که این کار موجب می شود در نظر مخاطب اجرایی مصنوعی و نقش آفرینانه داشته باشید . . . در واقع نقطه مقابل آنچه که باید باشد. در حالی‌که این لیست باید تنها به عنوان ابزاری جهت ممانعت از فراموشی مطلب توسط شما مورد استفاده قرار بگیرد. در این لیست حتی می توانید به کارهایی که در حین اجرا باید انجام دهید هم اشاره کنید، از جمله بازخورد گرفتن از مخاطب، باز کردن یک موضوع جدید و ...

بر مخاطب تمرکز داشته باشید. . . نه خودتان این نکته خیلی مهم است!

اگر در میانه برنامه به این نتیجه رسیدید که تمرکز شما به جای مخاطب بر روی خودتان است. عدم لرزش صدا، نکاتی که باید مطرح کنید، اینکه در جلوی کمره چگونه به نظر برسید و ...

باید به یاد داشته باشید، که احتمالاً زیاد مهمترین مرکز توجه خود را از دست می دهید و آن هم چیزی نیست جز مخاطب شما. باید همواره به یاد داشته باشید، که هدف اصلی در اینجا شما نیستید، بلکه ارائه یک خدمت به مخاطب شماست. پیش از آغاز برنامه زمانی برای شناسایی نیازهای مخاطب صرف کنید، اینکه بزرگترین نیازهای وی چیست؟ اینکه آنها نیاز به فائق آمدن و حل کردن چه چیزهایی دارند؟ اینکه در واقع نیاز دارند چه چیزی از شما بشنوند؟

اینکه بخوبی بدانید به چه صورت می توانید برای مخاطب مفید واقع شوید، به شما کمک می کند تا بهتر و بیشتر روی خود مسلط باشید و برنامه زنده خوبی را اجرا کنید.

یک اجرای آزمایشی (تمرینی) تدارک ببینید

داشتن یک برنامه تمرینی تا حد زیادی می تواند میزان آمادگی شما برای اجرای زنده را مشخص کند و همچنین ترس شما از برنامه زنده و قرار گرفتن در برابر کمره را کم کند.

برای این کار هم روش های مختلفی وجود دارد:

- اجرا در برابر یک آینه را تمرین کنید
- صدا و تصویر خود را ضبط کنید
- یـک پخش زنده خصوصی را تدارک ببینید که مخاطبی برای آن نباشد

چک کنید که حتما باطری اضافه در اختیار دارید و دستری انترنت شـما قابل اطمینان باشد شاید اشـاره به این نکته اصلا اهمیتی نداشته باشـد، اما بسیاری بوده اند که به آن بی توجهی کرده اند و با نتایج بدی روبرو شـده اند. به یاد داشته باشید که با حل شدن و اطمینان داشتن از عدم نقص کمپیوتر، گوشـی موبایل، انترنت و ... باز هم مسائل بسیار دیگری وجود دارد که فکر شـما را در حین اجرا به خود مشـغول کند و شما را نگران کند، پس دیگر سعی کنید موضوع ثانویه دیگری از طرف شما ایجاد نشده باشد.

توجه داشـته باشید که در حین این برنامه آنقدر که شما به ظاهر و صدای خود اهمیت می دهید، دیگـران اهمیت نمی‌دهند توجه به این مسائل یک چیز کاملا عادی است که هر شخص دیگری در این برنامه ها ممکن اسـت به آنها توجه کند، اما در واقع کمتر کسی از مخاطبین به این موضوع فکر خواهد کرد که مثلا موی شما نامرتبط است یا اینکه مثلا تی شرت شما قدری چروکیده است.

در حالیکه توجه کردن به ظاهر شـما و اطمینان از مرتبط بودن آن به شـدت می تواند بر اعتماد به نفس شـما افزوده و کیفیت کار شما را افزایش دهد، اما باید به یاد داشته باشید که مخاطب شما بیشتر مشغول محتوای در حال ارائه از طرف شـما خواهد شد، تا اینکه بخواهد وقت خودش را برای مواردی اینچنین صرف کند.

فقط با یک نفر صحبت کنید

فرض کنید کـه در حال صحبت کردن در برابر اتاقی هسـتید که مملوء از صدها نفر انسان باشد، چه احساسی به شما دست می دهد؟

حالا فـرض کنید که گفتگـوی شـخصی و رو در رو با یکی از دوستان یا مشـتریان خودتان را دارید. مطمئنا متوجه تفاوت بزرگی بین این دو مورد خواهید شد، درست است؟

پـس پیش از آنکه برنامه زنده شـما آغاز شـود، تصـور کنید که مشتری ایده‌آل شما کیست. سـپس همچنان که در بالا هم اشاره شد، به مهمترین مشکل و نیاز وی فکر کنید. وقتی برنامه زنده شما هم آغاز می شـود، تصور کنید که در حال صحبت کردن با این شخص هستید، اینگونـه تجربه برنامه زنـده ای موثرتر و البته بهتر را خواهید داشـت. اینگونه در ضمن ترس خود از برنامه زنده را هم به شدت کم می کنید.

بدترین حالت ممکن را تصور کنید

بدترین حالت ممکن در یک برنامه زنده، تپق زدن است که ممکن اسـت برای بسـیاری پیش بیاید. همواره به یاد داشته باشید که یکی از مواردی کـه به هیجان این برنامه ها می افزایـد و آنها را برای مخاطب جذاب می کند، می تواند همین تپق زدن های گاه و بی گاه شـما باشد، فقط باید بتوانید آنها را بخوبی مدیریت کنید. در حین برنامه زنده، هیچ چیز قابل پیش بینی نیست.

اول از همه به این توجه داشـته باشید که مخاطب شما هرگز نمی داند که شـما در کجا و چه لحظه ای تپق می زنید. آنها برای بررسی و موشکافی صحبت شما وقت نگذاشته اند، بلکه بیشتر برای یادگیری از شما وقت صرف می کنند. دوم اینکه آنها می خواهند یک انسان واقعی را در آن طرف صفحه ببینند. . . نه یک انسـان اتو کشـیده و مجسمه مانند. و به عنوان نکته پایانی به یاد داشـته باشـید که هر قدر این فرایند تکرار شود، اجرای آن برای شما آسـان و آسان تر می شـود و تکنیک های بیشتر و بیشـتری برای اجرای موفقیت آمیز برنامه های خود می آموزید. فقط کافی است که دست از تلاش برندارید.

منبع: www.ibazaryabi.com





چه تفاوتی بین میگابایت و گیگابایت وجود دارد؟

تفاوت بین میگابایت و گیگابایت شمار بایت هایی است، که هر یک از این واحدها دارند و میزان داده هایی است که نگه می دارند. یک میگابایت یک میلیون بایت یا حدود 1000 کیلوبایت است. یک گیگابایت حدود یک میلیارد بایت یا حدود 1000 میگابایت است.

هم میگابایت و هم گیگابایت در زندگی روزمره مورد استفاده قرار می گیرند. این واحدها برای سنجش بزرگی آهنگ ها، تصاویر و بازی ها به کار می روند. اگر تیلیفون همراه و یا کمپیوتر داشته باشیم و بخواهیم بازی ای را دانلود کنیم، می توانیم ببینیم این بازی چند میگابایت است و یا وقتی فلمی را می خریم تا دانلود کنیم، می توانیم ببینیم که این فلم چند گیگابایت است.

واحد پایه برای اندازه گیری داده (Data)، بایت است و با پیشرفت مداوم فناوری این واحد بیشتر و بیشتر برای سنجش ها رایج می شود. وقتی می خواهیم کمپیوتر بخریم، کمپیوتری را می خواهیم، که دارای یک هارد دیسک با تعداد بالای گیگابایت باشد، تا بتواند مقدار زیادی اطلاعات را ذخیره کند.

گیگابایت یکی از بزرگ ترین واحدهای اندازه گیری داده ها است، که ما روزانه مورد استفاده قرار می دهیم. به طور معمول، اندازه ها گرد می شوند. به یک میگابایت گفته می شود حدود هزار کیلوبایت، اما دقیق تر آن می شود 1024 کیلوبایت و یک گیگابایت هم 1024 میگابایت است.



تفاوت دیجیتل و انالوگ

تفـاوت دیجیتل و انالوگ یکی از سـوالاتی اسـت که ذهن خیلی ها را مشـغول کرده است. در این نوشته می خواهیم، بـه طور مختصر و مفید بـرای تان بگوییم که دیجیتـل و انالوگ در دنیـای الکترونیک چه فرقی با هم دارند.

همانطور که می دانید و شاید خوب هم ندانید، علم الکترونیکی ترکیبی از مدارات انالوگ و دیجیتل هسـت. یعنی تلویزیون، گوشی موبایل، کنسول بازی، لپ تاپ و هر وسیلهٔ الکترونیکی دیگر، از دیجیتل و انالوگ استفاده مـی کنند. هر کدام از این دو، کاربرد خودشـان را دارد. حالا که دنیا، دنیای دیجیتلی است، بازهم الکترونیک را نمیشود بدون آنالوگ تصور کرد، اصلاً غیر ممکن است.

دیجیتل ساخته دست بشر اسـت، در واقع آنالوگ از ابتدای هسـتی وجود داشته، اما دیجیتل را خود انسان طراحی کرده اسـت. در واقع، دیجیتل همان سـیگنال آنالوگ اسـت، که نمونـه برداری شـده و گرنه دیجیتل شخصیت مستقل ندارد. بنابراین صدای دیجیتل، صدایی هسـت که از همین صدای آنالوگ نمونه برداری شـده است. خلاصه این را بدانید که دیجیتل ساخته دست بشر اشت و تمام چیزهایی که در طبیعت وجود دارند؛ آنالوگ هستند مثل: صدا، نور، مقناطیس، تصویر و ...

در مورد آنالوگ

قبلاً به طور مفصل در مورد سیگنال آنالوگ توضیح دادیم، پیشـنهاد می کنـم آن را بخوانید. بـه طور کلی سیگنال آنالوگ یک سـیگنالی است، که به طور پیوسته در زمان، مقادیـر مختلفی دارد؛ یعنی لحظه ای از زمان نیست که سـیگنال آنالوگ، مقدار نداشـته باشد. مثلاً سیگنال برق شـهر که 220 ولت است، نمونهٔ خوبی از سیگنال آنالوگ است.

در مورد سیگنال دیجیتل

قبلاً در مورد سیگنال دیجیتل مفصل توضیح دادیم، به طور کلی سیگنال دیجیتل یک سیگنال گسست است. یعنی ممکن است در بعضی از لحظات مقدار نداشته باشد. ساعت Pulse نمونهٔ دقیقی از سیگنال دیجیتل است . این صفر و یک در دنیای کمپیوتر، در واقع همین سیگنال دیجیتل یا سیگنال باینری هست .

مثال هایی از دیجیتل و آنالوگ

یکی از بهترین مثال هایی که میشود در مورد تفاوت دیجیتل و آنالوگ زد، ساعت هست. ساعت عقربه ای نمونه ای از دنیای آنالوگ و ساعت دیجیتل همانطور که از اسمش هم مشخص است، نمونه ای از دنیای دیجیتل است. با استفاده از ساعت عقربه ای شما می توانید حدود زمان را بگویید و خیلی سخت است که بگویند دقیقاً ساعت چند است. اما در ساعت دیجیتل، خیلی راحت تا مایکرو ثانیه هم قابل شمارش است .

■ صدا و ویدیو سیگنال های آنالوگ هستند، البته صدا و تصویر را می توانیم به دیجیتل هم تبدیل کنیم، اما ماهیت صدا و تصویر یک چیز آنالوگ است، چون در هر لحظه از زمان مقادیر یا اطلاعات مختلفی دارند.

■ سیستم تلویزیون های قدیمی یاد تان است؟ یک آنتن هوایی می بود، که هیچ وقت تصویر درست نشان نمیداد. خلاصهٔ حرف این است، که آنتن هوایی سیستم آنالوگ بود و Noise روی آنتن تأثیر میداشت و تصویر آن طوری میشد. مثلاً اگر یک موتربار بری از کنار خانهٔ تان تیر میشد، تصویر تلویزیون Noise میشد. اما با تلویزیون دیجیتل، یا گیرنده های دیجیتل خیلی راحت حتی با یک آنتن هوایی کج و گول هم میشود تصویر خوب گرفت. Noise روی سیگنال دیجیتل تأثیر خیلی خیلی کمی دارد.

فرق سیگنال دیجیتل و آنالوگ

■ یکی از بدبختی هایی که سیگنال آنالوگ دارد این است که نویز میگیرد. آنتن های تلویزیون یک نمونهٔ از سیستم آنالوگ هستند که سیگنال آنالوگ را به تلویزیون می فرستند. آن برفکی که بر تصویر بود، Noise است. اما سیگنال دیجیتل به خاطر ماهیتی که دارد، ذاتاً Noise اثر کمتری روش میدارد.





چـون طبیعت Noise آنالوگ هسـت مثل صدای موتباربری یا برف و باران .

■ نگهـداری اطلاعات بـه صورت دیجیتل خیلـی راحت تر اسـت، ارزان تر اسـت و از همه مهمتر، حجم خیلی کمی اشـغال می‌کند. حالا یک حافظهٔ Micro SD کلـی اطلاعـات جا میشـود. حافظهٔ Micro SD ، کلاً 1 سـانتی در نیم سانتی اسـت، اما می توانید کلی فلم سینمایی یا موسـیقی در آن نگهداری کنید. یا مثلاً یک کتاب الکترونیکی به طور کلی 2 مگابایت می شـود، در صورتی که کتاب کاغذی هم وزن دارد هـم حجم و هم کلی درخت باید تلف شود، تا کاغذ ساخته شد.

■ امنیت اطلاعات به صورت دیجیتل، بیشتر است. الآن دیگر خیلی راحت میشود روی فلش و هارد و... قفل گذاشت. یا مثلاً می توانیم اطلاعات ارسـالی در یک بستر ارتباطی را رمزگذاری کنیم، که هکر متوجه نشود.

■ اطلاعـات دیجیتل کمتر آسـیب می بینـند، مثلاً: قدیماً شـما صدا را روی نوار کاسـت ضبط می کردید، یا گوش می کردید. اگر آن نوار کاسـت می شکست یا نوارش پاره میشـد، دیگر به درد نمی خورد. اما حالا فلش میموری یا External hard disk به این راحتی ها خراب نمیشود.

■ سـیگنال آنالوگ معمولاً با سیگنال سینوسـی نمایش داده میشـود و سـیگنال دیجیتل هم با شـکل موج مربعی (معمولاً، همیشـه این طوری نیسـت، مخصوصاً در مورد سیگنال آنالوگ).

■ پیـاده سـازی مـدارات دیجیتل، انعطاف پذیری بیشتری دارد؛ یعنی به شکل های مختلف مـی توانیم یک مدار دیجیتل را پیاده سـازی بکنیم، امـا آنالوگ انعطاف کمتری دارد .

■ سـیگنال دیجیتل برای پیاده سازی مدارات کمپیوتری عالی اسـت و سـیگنال آنالوگ برای انتقال صوت و تصویر مناسب است.

■ هزینهٔ سـاخت در دنیای آنالوگ به مراتب کمتر از دنیای دیجیتلی است .

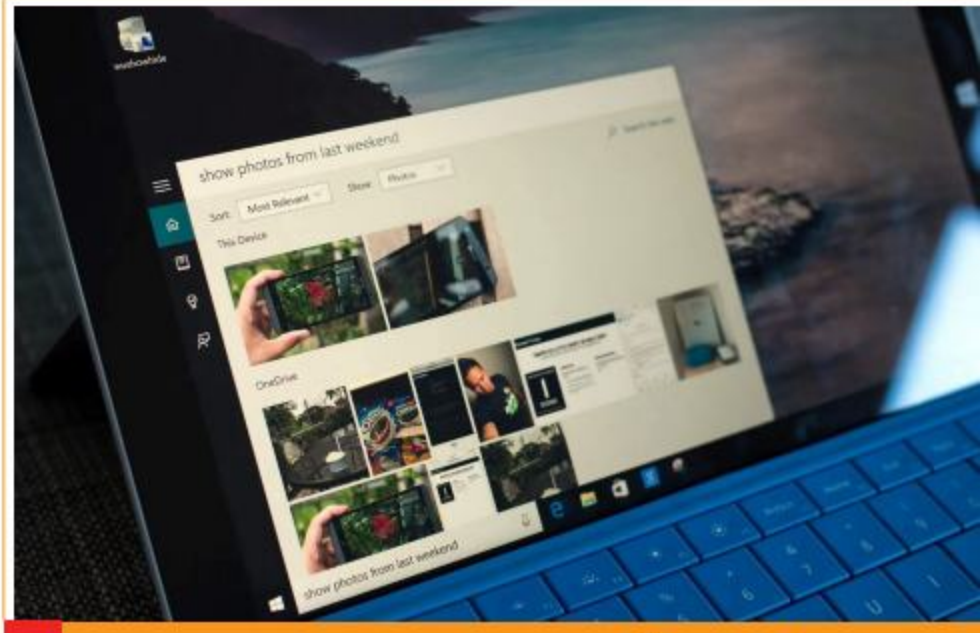
شباهت آنالوگ و دیجیتل

شباهت آنالوگ و دیجیتل در این است، که جفت شان اول و آخر به صورت سیگنال الکترونیکـی در میان، یعنی یـا جریان یا ولتـاژ. آن صفر و یک در واقـع یا جریان یا ولتاژ (بسـتگی بـه موقعیت و مـدار دارد) فقط مـدارات دیجیتل، آن جریان یا ولتاژ به صورت مقطعی و گسسـته در زمان هست، اما در آنالوگ به صورت پیوسته است .

بد نیست یک نکتهٔ دیگر را هم بدانید. مدارات و قطعـات دیجیتل، خودشـان با اسـتفاده از قطعات آنالوگ ساخته میشوند. مثـلاً یک آی سـی که فقط صفـر و یک را می فهمد، از ترانزیسـتور پُر اسـت، ضمناً مقاومت و خازن هم بعضاً استفاده میشود. ترانزیستور، مقاومت و خازن و... خودشان قطعات آنالوگ هسـتند، اما با آرایش های مختلـف و طراحی های خـاص، تبدیل به مدارات دیجیتل میشود.

سیگنال دیجیتل و آنالوگ را می توانیم به همدیگر تبدیـل کنیم. مبدل هایی وجود دارند که ایـن کار را انجـام میدهند. مثلاً تبدیل HDMI بـه VGA، داخل خودش یک مبـدل دیجیتل به آنالـوگ دارد. چون VGA یک سیسـتم آنالوگ و HDMI هم یک سیسـتم دیجیتل هست. یا مثلاً گوشی موبایل، از مبدل آنالوگ به دیجیتل استفاده میشـود، چون صدای انسـان آنالوگ است و بخاطری اینکه راحت ارسـال شود، باید دیجیتل شـود. خیلی جاهـا از مبدل های دیجیتل به آنالوگ یا برعکس اسـتفاده می کنند.

منبع: وبسایت علم فردا



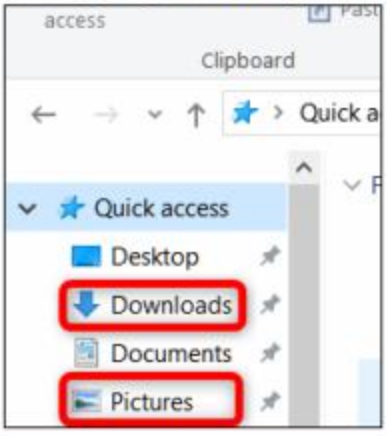
شیوهٔ پیدا کردن تمام عکس ها در ویندوز ۱۰

چگونه تمام عکسهای شما را بصورت دستی پیدا کنید؟

اگر تا کنون کاربر ویندوز بوده باشید می دانید که، در ویندوز هر تصویر و عکسی در جای مشخصی ذخیره می شوند. مثلاً بعضی از عکس هایی که دانلود می کنید، در بخش دانلود ذخیره می شوند. خود ویندوز تصاویرش را در بخش Pictures نگهداری می کند. برخی از سرویس های ذخیره سازی مثل: DropBox،iCloud و OneDrive عکس ها را در فولدرهای اختصاصی خود نگهداری می کنند.

اگر هم بخواهید از کمرهٔ گوشی، یا کمره عکاسی تصاویر را منتقل کنید ممکن است در فولدرهایی قرار گیرند، که خودتان نام آن ها را مشخص می کنید و در چنین شرایطی بعد از مدت ها واقعاً بیاد آوردن محل ذخیره دشوار تر می شود.

اگر می خواهید به طور دستی و سریع، فولدر عکس های خود را بررسی کنید و از محتویات آن ها با خبر شوید باید به



بخش "Quick Access" مراجعه کنید. این بخش در سمت چپ سیستم قرار دارد، که جایگاه آن را در عکس زیر مشاهده می کنید:

در این قسمت مراجعه به دو فولدر مشخص شده؛ یعنی دانلودها و تصاویر، به شما کمک می کند که اولین گام بردارید تا محل رسمی ذخیره عکس ها را بررسی کنید.

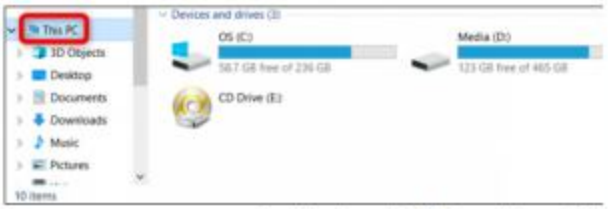
یک روش بهتر: به ویندوز اجازه دهید عکس ها را پیدا کند

File Explorer یا کاوشگر فایل یک بخش مهم و پرفایده برای جستجوی فایل ها به شمار می آید، که عکس نیز جزو این فایل ها است.

برای استفاده از File Explorer:

1. File Explorer را باز کنید
2. برای مشخص کردن مکان جستجو This PC را انتخاب کنید

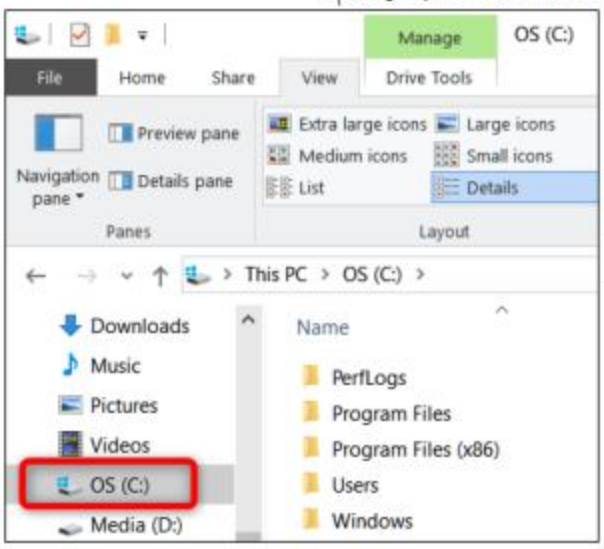
با این ویژگی شما تصمیم می گیرید، که تمام فایل های موجود در تمام بخش های سیستم را برای عکس ها مورد جستجو قرار دهید. اما می توانید برای جستجوی سریع تر، با به بیاد داشتن فولدر محل ذخیره



عکس ها، از Drive خاصی استفاده کنید.

برای این منظور در بخش دسترسی سریع می توانید بجای انتخاب کل سیستم، درایو مورد نظرتان را مشخص کنید.

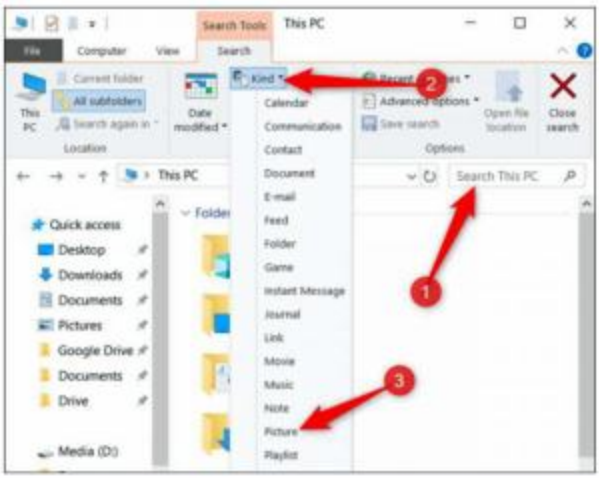
مثلاً در این مثال ما برای پیدا کردن عکس در ویندوز ۱۰، Drive C را انتخاب کرده ایم.



در مرحلهٔ بعد باید مشخص کنید که می خواهید، از این Drive صرفاً عکس ها مورد جستجو قرار بگیرند.

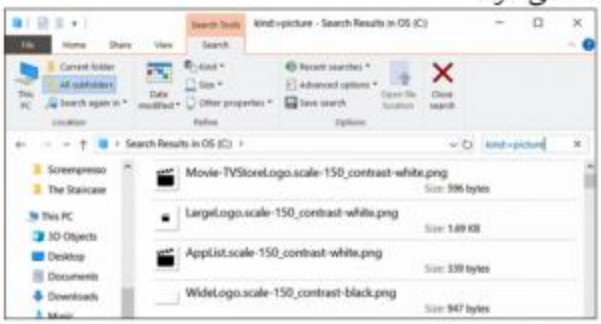
به همین منظور روی کادر جستجو در بالا و سمت راست کلیک کنید. در این کادر، عبارت Search نوشته شده است.

در مرحلهٔ بعد کمی بالاتر بروید و Kind را کلیک کنید و گزینهٔ Pictures را انتخاب کنید.



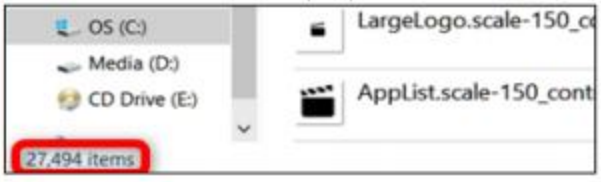
البته به جای این که به مسیر شماره های ۲ و ۳ بروید می توانید دستور زیر را در داخل باکس جستجو بنویسید تا نتیجهٔ مشابه را دریافت کنید.

همان طور که مشاهده می کنید، تمامی نتایج مختلف را می توانید به راحتی در این قسمت مشاهده کنید. معمولاً فرمت های پر استفاده مثل: JPG، PNG،GIF و BMP در این قسمت نمایش داده می شود.

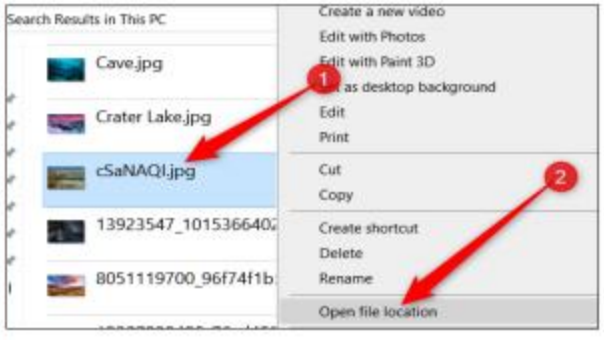


اگر به دنبال تصاویری از فرمتی نامانوس مثل: RAW، هستید باید از شیوه ای دیگر برای پیدا کردن آن استفاده کنید.

بعد از این که جستجو کامل شد، سیستم به شما می گوید که چند عکس برای تان پیدا کرده است. برای این منظور می توانید محل نمایش تعداد عکس ها را در تصویر زیر ببینید. مثلاً برای جستجویی که من برای Drive C انجام دادم ویندوز ۲۷,۴۹۴ عکس پیدا کرد.



برای پیدا کردن محل ذخیره عکس ها می توانید عکس مورد نظر خود را انتخاب کنید و بعد با راست کلیک بر آن گزینه "Open File Location" را انتخاب کنید.



بعد از این که عکس ها را یافتید کافی است که آن را به پوشه ای مشخص منتقل کنید که بعد از این، بتوانید سریع به تصاویر مورد نظر خود برسید.

منبع: www.gooyait.com



بهترین اپلیکیشن‌های هواشناسی برای اندروید

1Weather

این اپلیکیشن در بسیاری از سایت‌های معتبر جهان امتیاز بالایی را کسب کرده و در فروشگاه گوگل نیز به «انتخاب ادیتورها» تبدیل گشته است.

Accuweather

یکی از بهترین اپلیکیشن‌هایی که در فروشگاه اندروید به چشم می‌خورد، بی‌تردید Accuweather است. گفتنی‌ست این اپلیکیشن به‌صورت پیش‌فرض بر روی بسیاری از دستگاه‌ها نصب است و از طرفی طیف وسیعی از برنامه‌ها از این منبع مورد اعتماد اطلاعات خود را می‌گیرند.

YoWindow

رابط کاربری یکی از مهم‌ترین بخش‌های یک اپلیکیشن است و بدون وجود آن کار با برنامه‌ها غیرممکن می‌شود. توسعه‌دهنده YoWindow این موضوع را درک کرده و برای این اپلیکیشن از یک رابط کاربری دوستانه و تعاملی بهره برده است.

Carrot Weather

اگر می‌خواهید برنامه‌های جدید را در حوزهٔ تشخیص وضعیت آب‌وهوا داشته باشید و از برنامه‌های معمولی خوش‌تان نمی‌آید، Carrot Weather یکی از بهترین گزینه‌های شماست.

Dark Sky

یکی از بهترین اپلیکیشن‌هایی که می‌توانید برای اطلاع یافتن از وضعیت آب‌وهوا برای پلت‌فرم اندروید و هم iOS دانلود کنید، این مورد است Dark Sky. تا حالا ۵۰۰ هزار بار از فروشگاه گوگل دریافت شده و امتیاز نسبتاً بالایی را کسب کرده است.

Today Weather

GooglePlay هر سال از بهترین برنامه‌ها پرده برمی‌دارد و جالب است بدانید این برنامه توانسته در لیست بهترین نرم‌افزارهای سال ۲۰۱۷ فروشگاه گوگل قرار بگیرد. پس انتظارات از Today Weather بالا می‌رود و توقعات زیادی از این مجموعه برتر داریم.

Yahoo Weather

اگر بخواهید سریعاً از وضعیت آب‌وهوا مطلع شوید و مایل به نصب یک برنامه ساده و در عین حال زیبا هستید، Yahoo Weather گزینه بسیار مناسبی برای شماست.

منبع: www.itresan.com

4.75G+

زندگی سریعتر
زندگی بهتر

افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS
ارتباط دهندهٔ افغانستان
Connecting Afghanistan

بهترین، بزرگترین و سریعترین بسته های انترنتی



4G LTE | 3G | SWiFi | HD VOICE | Certified Network | @myawcc | www.afghan-wireless.com | 152 (24 HRS)

افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS
ارتباط دهندهٔ افغانستان
Connecting Afghanistan

4.75G+

زندگی سریعتر
زندگی بهتر

سریعتر

بزرگتر

بهتر

32 جی بی 1500 افغانی



از بستهٔ **32** جی بی **1** جی بی آن بشکل روزانه استفاده میگردد و **2** جی بی فیسبوک برای **7** روز قابل استفاده میباشد.

فعال سازی: #1*32*477* را دایل نمائید

برای غیر فعال سازی
#2*32*477*

در صورت استفاده بیشتر از یک جی بی، مصرف انترنت از بسته هاییکه قبلاً فعال گردیده باشد وضع میگردد و یاهم 8 افغانی فی ام بی از بیلانس اصلی تان در صورتیکه کدام بسته انترنتی از قبل فعال شده نداشته باشید وضع میگردد.



تبلیغات آنلاین بهترین و موثرترین راه برای رشد کسب‌وکار شما

تبلیغات آنلاین بهترین راه برای رشد کسب و کار شماست. دردنیای امروزه مردم در قیاس با زمان گذشته، زمان زیادی را به فضای وب و انترنت اختصاص می‌دهند و حتی بسیاری از فعالیت‌های روزانه خود مانند خرید، تماشای فلم، گوش دادن به موسیقی را با استفاده از انترنت انجام می‌دهند.

در حال حاضر دسترسی به انترنت، حتی در شهرها و روستاهای کوچک هم فراهم شده است. به طور کلی، تعداد کاربران انترنت همچنان در حال افزایش است. در چنین شرایطی، تبلیغات آنلاین بهترین و موثرترین راه برای رشد کسب‌وکار شما خواهد بود.

تبلیغات آنلاین بهترین راه برای رشد کسب و کارها

کاربران آنلاینی که زمان زیادی را صرف حضور و فعالیت در وب‌سایت،اپلیکیشن و شبکه های اجتماعی گوناگون می‌کنند، درصد زیادی از مخاطبان شما را تشکیل می‌دهند. تبلیغات در فضای وب‌سایت‌ها، یکی از موثرترین و در عین حال، کم‌هزینه‌ترین روش‌های تبلیغات دیجیتال است. مدیااد، شبکه تبلیغات دیجیتال در وب‌سایت‌ها است که به برندها و کسب‌وکارهای انترنتی یا سنتی در صنایع مختلف کمک می‌کند تا متناسب با خواسته، هدف و بودجه تبلیغاتیشان، تبلیغات اثرگذار و هدف مندی را خلق کنند که منجر به سودآوری روبه رشد کسب‌وکارها شود.

تبلیغات برندها و کسب‌وکارها در معتبرترین و پرمخاطب‌ترین وب‌سایت‌های جهان در دسته بندی های گوناگون نمایش داده می‌شود. میدیا اد در مدت زمان بسیاری کمی توانست توجه کسب‌وکارها و برندهای بزرگ و کوچک را جلب کند و با وب‌سایت‌های ناشر معتبری همکاری کند.

تمرکز اصلی مدیااد در ابتدای فعالیتش، تبلیغات همسان بود. تبلیغات همسان یا نتیو نوعی از تبلیغات انترنتی است که با



همانندسازی شکل و ظاهر تبلیغ با رابط کاربری (UI) و نمایش در مرتبط‌ترین رسانه‌ها، اثربخشی بیشتری را در دنیای تبلیغات دیجیتال برای کسب و کارها به همراه دارد. مدیااد به تازگی خدمات وسرویس های جدیدی را ارائه کرده است. تبلیغات بنری، تبلیغات ویدئویی و تبلیغات ریتارگتینگ یا هدفگیری مجدد از جمله خدمات جدید مدیااد برای تبلیغ‌دهندگان هستند. به علاوه، ایجاد پلتفرم نمایش ویدئو (player) هم یکی دیگر از خدمات مدیااد برای صاحبان وب‌سایت‌ها و ناشران است که امکان کسب درآمد از تبلیغات در سایت را فراهم می‌کند.

به صورت کلی، جذب کاربر جدید، یکی از اهداف اولیه تمامی کسب‌وکارها است، اما بازگرداندن، حفظ کاربر و تبدیل کاربر به مشتری، مهم‌ترین و دشوارترین هدفی است که بازاریابان چه در مجموعه‌های بزرگ و چه در مجموعه‌های کوچک باید دنبال کنند تا به هدف نهایی، که وفادار کردن مشتری است نزدیک شوند. پژوهش‌ها و تجربه‌های قبلی نشان داده که ۹۸ درصد از بازدیدکنندگان وب‌سایت‌ها در اولین بازدید، بدون هیچ خریدی سایت را ترک می‌کنند. این مسئله، اهمیت تبلیغات ریتارگتینگ را مشخص می‌کند. تبلیغات ریتارگتینگ یا هدفگیری مجدد، روش تبلیغاتی موثری است که به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا کسانی که بیشترین احتمال خرید را دارند، مورد هدف قرار گیرند. در این نوع تبلیغات، کسانی مجدداً مورد هدف قرار می‌گیرند که قبلاً از وب‌سایت شما بازدید کرده‌اند، با محصولات و خدمات موجود درگیرشده‌اند یا آن را در سبد خرید قرار داده، اما به دلایل مختلف، خرید خود را تکمیل نکرده‌اند.

استفاده از تبلیغات ریتارگتینگ به شما کمک می‌کند تا کاربران جذب‌شده را حفظ کنید، از بودجه بازاریابی خود به صورت بهینه‌تر استفاده کنید و پیام تبلیغاتی خود را به صورت موثرتر و هوشمندانه‌تر به مخاطب منتقل کنید. استفاده از این نوع تبلیغات، باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های بازاریابی نیز می‌شود و در نهایت، ROI را در خدمات دیجیتال مارکتینگ افزایش می‌دهد. به طور کلی، بودجه لازم برای جذب هر کاربر جدید، خیلی بیشتر از حفظ کاربر قبلی است. بنابراین، اگر نتوانید کاربر جذب‌شده خود را حفظ کنید، تلاش‌های بازاریابی خود را هدر داده‌اید و متحمل هزینه‌های بیشتری خواهید شد.

تبلیغات ریتارگتینگ مدیااد در دو نوع بنری و همسان (نیتیو) قابلیت پخش و نمایش دارند. یکی از قابلیت‌های ریتارگتینگ مدیااد که باعث تمایز آن نسبت به دیگر سرویس‌های ریتارگتینگ می‌شود، همکاری با سرویس تبلیغات آنلاین تپسل است. این قابلیت ویژه، این امکان را در اختیار مدیااد قرار می‌دهد که علاوه بر رفتار کاربران در فضای وب، رفتار کاربران در فضای اپلیکیشن را نیز مورد استفاده قرار می‌دهد و کاربران را در هر دو فضا هدفگیری می‌کند و تبلیغات مرتبط به هر کدام را به آنها نمایش می‌دهد. شروع کمپین ریتارگتینگ مدیااد در دو هفته اول به صورت کاملا رایگان اجرا می شود.

منبع: وبسایت تکراتو



بازاریابی ویروسی

بازاریابی ویروسی یکی از استراتژی‌های تبلیغاتی مبتنی بر شبکه‌ی عصبی است که از پتانسیل شبکه‌های اجتماعی برای ترویج یک محصول استفاده می‌کند. نام آن (الگو گرفته از همان روشی که ویروس از یک فرد به فرد دیگر منتقل می‌شود) به نحوه انتشار اطلاعات درباره محصول با افراد دیگر در جامعه یا شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد.

اساس بازاریابی ویروسی در انتشار اطلاعات از طریق دهان به دهان است، اما فناوری‌های مدرن اجازه می‌دهد که تاثیر ویروسی بسیاری از بسترهای مبتنی بر انترنت را در بر بگیرد. بازاریابی ویروسی معمولاً به مخاطبان خود ارزشی چون حق انتخاب می‌دهد. این جذبه می‌تواند چیزی به سادگی یک آهنگ یا بازی سرگرم‌کننده باشد. هر چه محتوای آگهی عمیق‌تر باشد، مردم بیش‌تر تشویق می‌شوند که برای انتقال مفهوم پیام به دیگران، آن را به اشتراک بگذارند.

چگونه کمپاین تبلیغاتی ویروسی خلق کنیم؟

برای موفقیت و گیرایی بازاریابی ویروسی ۶ معیار کلیدی وجود دارند:

- ارزش اجتماعی: مردم هر چقدر چیزی را باارزش‌تر بدانند بیش‌تر آن را به اشتراک می‌گذارند.
- گیرایی: محتوایی که مبتکرانه به نظر برسد شانس بیش‌تری برای انتشار دارد.
- احساس: هر چقدر با موضوعی بیش‌تر درگیر شده باشیم آن را بیش‌تر بازنشر می‌کنیم.
- مردم: وسعت پراکندگی مطلب افراد بیش‌تری را به انتشار آن تشویق می‌کند.
- ارزش عملی: مردم اطلاعات مفیدی برای کمک به دیگران به اشتراک می‌گذارند .
- داستان: حکایت‌های پندآموز نسل‌ها سینه به سینه منتقل شده‌اند.

روش‌ها و معیارها

معیارها: برای روشن‌شدن و سازماندهی اطلاعات مربوط به قیاس‌سنجی تبلیغات ویروسی، امکان‌سنجی معیارهای کلیدی باید در رابطه با اهداف تنظیم‌شده برای کمپاین ویروسی در نظر گرفته شود. در این حالت، برخی از نتایج شناختی کلیدی فعالیت‌های بازاریابی ویروسی می‌تواند شامل معیارهایی مانند تعداد بازدید، تعداد کلیک‌های موفق و تعداد اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی باشد که نشان می‌دهد مخاطبان اطلاعات دریافتی از طریق پیام بازاریابی را پردازش می‌کنند.

معیارهایی چون تعداد نظرات برای یک محصول یا تعداد اعضای یک صفحه



وب سایت نیز تعداد افرادی را که اطلاعات ارایه‌شده توسط بازاریابان را تایید کرده‌اند را تعیین می‌کنند.

نگرش مخاطب نسبت به برند را می‌توان از طریق بررسی اطلاعاتی چون تعداد لایک و اشتراک در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار داد. بررسی تعداد نظرات با محصول و کیفیت ارزیابی‌ها توسط کاربران نیز معیار مناسبی است. بررسی اقدامات رفتاری بسیار مهم است، زیرا هدف نهایی بازاریاب‌ها از فعالیت‌های ویروسی تغییر در الگوی مصرف‌کنندگان و مجاب کردن آن‌ها به خرید است.

شاخص‌های متعددی وجود دارد که می‌توان آن‌ها را در این زمینه به عنوان تابعی از اهداف بازاریابان به کار برد. برخی از آن‌ها اغلب آمار رسانه‌های آنلاین و اجتماعی مانند تعداد و کیفیت اشتراک‌گذاری‌ها، دیدگاه‌ها، بررسی محصول و نظرات را در بر می‌گیرند. تعامل مشتریان با برند را می‌توان از طریق فاکتور تعداد دنبال‌کنندگان، دوستان، کاربران ثبت‌نام‌شده، و زمان صرف‌شده در وب سایت اندازه‌گیری کرد.

شاخص‌هایی که پس از تایید محتوای بازاریابی، شامل تعدادی از درخواست‌ها برای اطلاعات، نمونه‌ها و یا بررسی نمونه هستند، بر اقدامات مصرف کنندگان تمرکز دارند. با این وجود، واکنش به پیغام‌های واقعی در عمل، از جمله نرخ تبدیل بسیار مهم است.

انتظار می‌رود گرایش مصرف کنندگان به سمت مشارکت در اهداف برند و افزایش فروش، در حجم و مقدار شود. با این حال مدیران باید عوامل دیگری را در نظر بگیرند که به طور بالقوه می‌توانند بر فروش علاوه بر فعالیت‌های بازاریابی ویروسی تاثیر بگذارند. بازاریابی ویروسی علاوه بر اثرات مثبت بر فروش، انتظار کاهش قابل‌توجهی در هزینه‌های بازاریابی نیز به همراه دارد.

روش‌ها: عمده‌ترین روش‌های بازاریابی ویروسی عبارت است از:

- مشارکت مشتری و خدمات نظرسنجی
- مشارکت‌های سازمانی خاص
- موتورهای جستجوی و بلاگ‌ها
- ادغام با فناوری‌های تلیفون همراه
- اشکال مختلف چاپی و بازاریابی مستقیم
- خدمات هدفگیری بازار
- بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO)
- بهینه‌سازی رسانه‌های اجتماعی (SMO)
- رادیو و تلویزیون
- بازاریابی مشارکتی

هدف‌گیری کاربران در کمپاین‌های ویروسی نیز براساس سه اصل مهم است:

- گردهمایی پروفایل‌های شبکه‌های اجتماعی
- آنالیز تقریبی بازار
- آنالیز چگالی کلمه کلیدی

با استفاده از این سه معیار مهم در یک مدل تبلیغاتی، یک شرکت مدیریت تبلیغات می‌تواند به مشتریان هدف خود با یک راهکار مقرون‌به‌صرفه نزدیک شود.

بستر انترنت این امکان را فراهم کرده است که تبلیغات بسیار سریع‌تر از سابق منتشر شوند. برندها از لحاظ شناخت عمومی می‌توانند یک شبه راه صد ساله را طی کنند. با این حال تکنولوژی‌های انترنت و رسانه‌های اجتماعی به خودی خود یک آگهی را ویروسی نمی‌کنند. آن‌ها فقط افراد را قادر می‌سازند تا محتویات را سریع‌تر به افراد دیگر تقسیم کنند. بنابراین یک کمپاین

باید به طور معمول مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های زیر پیروی کند تا بتواند به طور بالقوه موفق باشد:

- محتوای عرضه شده باید برای بسیاری از افراد جذابیت داشته باشد.
- ارزش اشتراک‌گذاری با دوستان و خانواده را داشته باشد.
- از یک سکوی بزرگ، به طور مثال YouTube یا اینستاگرام استفاده شود.
- از یک تقویت اولیه برای جلب توجه استفاده شود.
- محتوای عرضه شده از کیفیت خوب برخوردار باشد.

شبکه‌های اجتماعی

رشد شبکه‌های اجتماعی به میزان قابل توجهی در اثر بخشی بازاریابی ویروسی نقش داشته است. در سال ۲۰۰۹ ، دو سوم کاربران انترنت حداقل هر هفته از یک سرویس شبکه اجتماعی یا وبلاگ بازدید کرده‌اند. فیسبوک به تنهایی بیش از ۱ میلیارد کاربر فعال دارد. در سال ۲۰۰۹ زمان صرف شده برای بازدید از شبکه‌های اجتماعی از ایمیل پیشی گرفت. مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۰ نیز نشان داد که ۵۲ % از افراد اخبار را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند.

معرفی رسانه‌های اجتماعی باعث ایجاد تغییر در چگونگی استفاده از بازاریابی ویروسی و سرعت انتشار اطلاعات و تعامل کاربران شده است. این امر باعث شده است که بسیاری از شرکت‌ها از رسانه‌های اجتماعی به عنوان راهی برای بازاریابی خود و محصولات شان استفاده کنند.

بازاریابی افراد تأثیرگذار (Influencnsers)

افراد تاثیرگذار پیام‌های تبلیغاتی را بهتر از آگهی‌های کمپیوتری به مخاطبان منتقل می‌کنند. تحقیقات نشان داده است که افراد، تعامل با انسان‌ها را به تصاویر تبلیغاتی ترجیح می‌دهند. بنابراین به نظر می‌رسد که افراد تاثیرگذار رابط بین برند و مشتریان شرکت‌ها هستند. شرکت‌ها اگر در تبلیغات ویروسی قدرت اینفلوئنسرها را دست‌کم بگیرند بسیار متضرر خواهند شد.

در سال ۲۰۱۶ بیش از ۶۰% برندهای جهانی از افراد تاثیرگذار در بازاریابی بهره جسته‌اند. گروه اول تاثیرگذاران افراد مطرحی هستند که به دلیل تجربه‌ی رضایت‌بخش از برند به صورت عمدی یا غیر عمدی آن را تبلیغ می‌کنند. دوم، افراد مطرحی هستند که عقد قرارداد با شرکت‌ها مزیت دیده شدن در کنار توجهات عمومی به محتوا یا صفحه خود را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند.

منبع: www.zoomit.ir





په راکړه ورکړه کې د ویب پانو ارزښت

فریدون عثماني

لـــه 25 دهر کلونه کېږي، چې ویب پانو د راکړې ورکړې (کاروبار) په دګر کې پښه اېښې او نن سبا يې ارزښت ټولو ته د لمر په څېر روښانه دی. کـــه څه هم په راکړه ورکړه کې د ویب پانو له ښـــکېلتیا دوه نیمې لســـیزې تېرېږي، خو بیا هم یو شـــمېر خلکو د خپل کاروبار لپاره له ویب پانو ګټته نه ده کړې. ستاسو په اند دلیل يې څه دی؟

د هغو نظرپوښـــتنو له مخې چې ترســـره شـــوي دي، یو شمېر کاروباریان او د شـــرکتونو څښتنان وایي، چې د خپل کاروبار د ودې لپـــاره يې له ویب پانو خکه ګټتـــه نه ده کړې، چې یو خو په دې برخه کې پوره مهارت نه لري. دویم داچې دا کار یو څه لګښـــت هم لري، چې د دوی له وسه پوره نه دی او بله داچې ددې کار لپاره لازم وخت هم نه لري. همدا موضوع د لاښـــې روښـــانتیا لپـــاره په لاندې درې پوښتنو کې څېړو:

■ **لومړی پوښتنه: ولې ستاسو کاروبار وب پانې ته اړتیا لري؟**

د هغـــو کوچنیو کاروبارونو شـــمېر مخ پـــه زیاتېدو دی، چې د مســـلکي ویب پانو په مرســـته په لویو کاروبارونو تبدیل شوي وي. دا خبـــره ددې ښـــکارندویه ده، چې ویب ســـایټونه توانېدلي د خپلو مخاطبانو پـــه منځ کې خای پیداکړي او د هغوی د کاروبار د پراختیا لپاره بریالي رولونه ولوبوي.

● د پېرېدونکو توقعاتو ته ځواب ویونکي اوسئ

په اوس وخت کې د نـــور هر وخت په پرتله، پېرېدونکي دا تمه لري، چې ستاسو د شـــرکت اړوند مالومات په انلاین توګه ستاسو په ویـــب پانه کې پیداکړي. په حقیقت کې زیاتره پېرېدونکي وړاندې له دې چې، ستاسو نه څه وپېري، ستاسو په ویب پانه کې په انلاین توګه څېړنې کوي.

اوس شـــرایط داســـې دي، چې که چېرې پېرېدونکي وغواړي له خپل ســـیمه ییز پلورنځي څخه څه وپېري، نـــو لومړی باید ددې پلورنځـــي له ویب پانې کتنه وکړي. که تاســـو د خپـــل کاروبار لپاره هیـــڅ ویب پانه ونلرئ، نو په حقیقت کې خپلو پېرېدونکو ته دا پیغام رسوئ، چې کاروبار مو لا هم په منځنیو پېرېو کې دی او یا هم دا چې د پېرېدونکو پیداکولو لپاره هیڅ علاقه نه لرئ.

که چېرې غواړئ د خپل کاروبار د پرمختګ لپاره ویب پاڼه جوړه کړئ، نو غوره به وي چې هر هغه څه چې په ویب پاڼه کې خپروئ، باید لنډ، کره او اپډېټ وي. دا خکه چې زاړه مالومات په هیڅ توګه د مخاطبانو پام خانته نه را اړوي. زیات تمرکز مو باید د منځپانګې په مسلکیتوب وي.

• د شرکت اطلاعات او تجارتي نوم ثابت وساتئ

ستاسو د ویب پاڼې په طراحی او پرمختګ کې د شرکت پېرېدونکو او ویب پاڼې کارووڼکو نظرونه د ډېر ارزښت وړ دي. خو په نهایت کې همدا تاسو یاست، چې د خپل کاروبار لپاره کوم دول ویب پاڼه خوښوئ. کولای شئ پرېکړه وکړئ چې ستاسو د شرکت په اړه عوامو ته کوم دول مالومات خپرېږي؟ د یوې مسلکي ویب پاڼې په لرلو سره، ستاسو د شرکت په اړه د خلکو د هر ډول احتمالي ابهاماتو مخه نیولی شئ. له همدې کبله ښه لاره داده، چې د خپل ذهن سره سم خپله ویب پاڼه جوړه کړئ او له تقلیده پرهېز وکړئ.

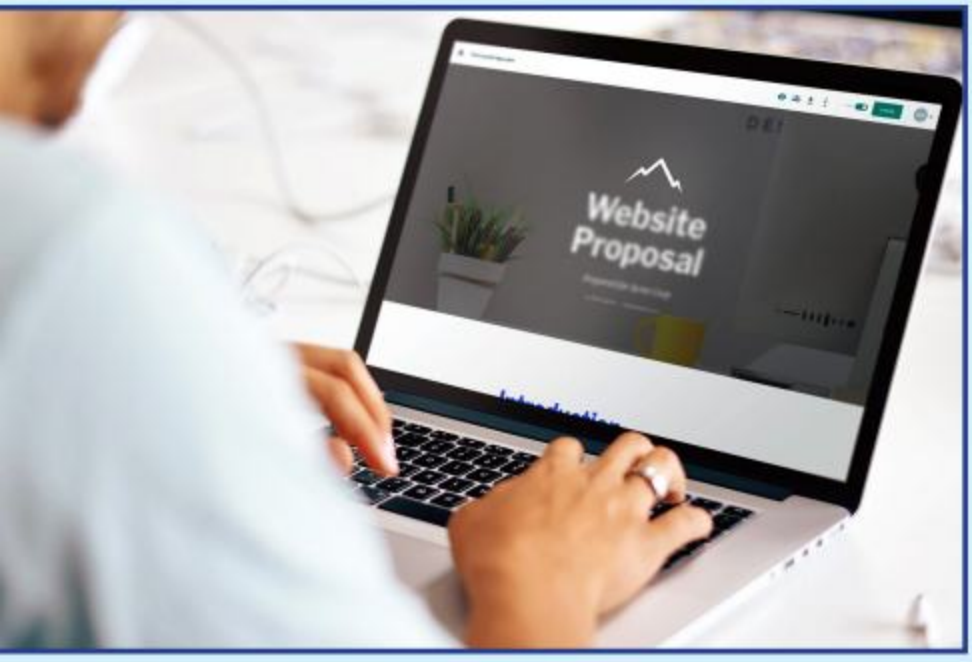
• د سنتي تبلیغاتو پر خلاف، ویب پاڼه ارزانه او ګټوره ده

زیاتره کوچني کاروبارونه په سنتي تبلیغاتو او خبرتیاوو متکي دي، ترڅو د خلکو په ژبو د خپل شرکت نوم راوړي. هیڅ شخص نه غواړي چې ددې شرکت څښتنانو ته ووایي، چې دا سنتي تبلیغات راکم کړي. په افغانستان کې دا چاره د خصوصي تلوېزونونو په اړه ښه صدق کوي. لیدلي به مو وي، چې خینې خصوصي تلوېزونونه هر پنځه دقیقې وروسته اوږده اعلانات خپروي، خصوصاً د ژوندیو سپورتي خپرونو پر مهالو چې لیدونکو ته سخت ستړي کوونکي تمامېږي. ډېری سوداګر په دې باور دي، چې سنتي تبلیغات د نوو تبلیغاتو په پرتله زیات لګښت لري، خو دا وینا سمه نده.

کېدای شي د ویب پاڼې جوړولو په لومړي سر کې یو څه لګښت پرې کړئ، خو په دایمي توګه تاسو هیڅ لګښت پرې کولو ته اړتیا نه لرئ.

• رښتیني پېرېدونکي پیداکړئ

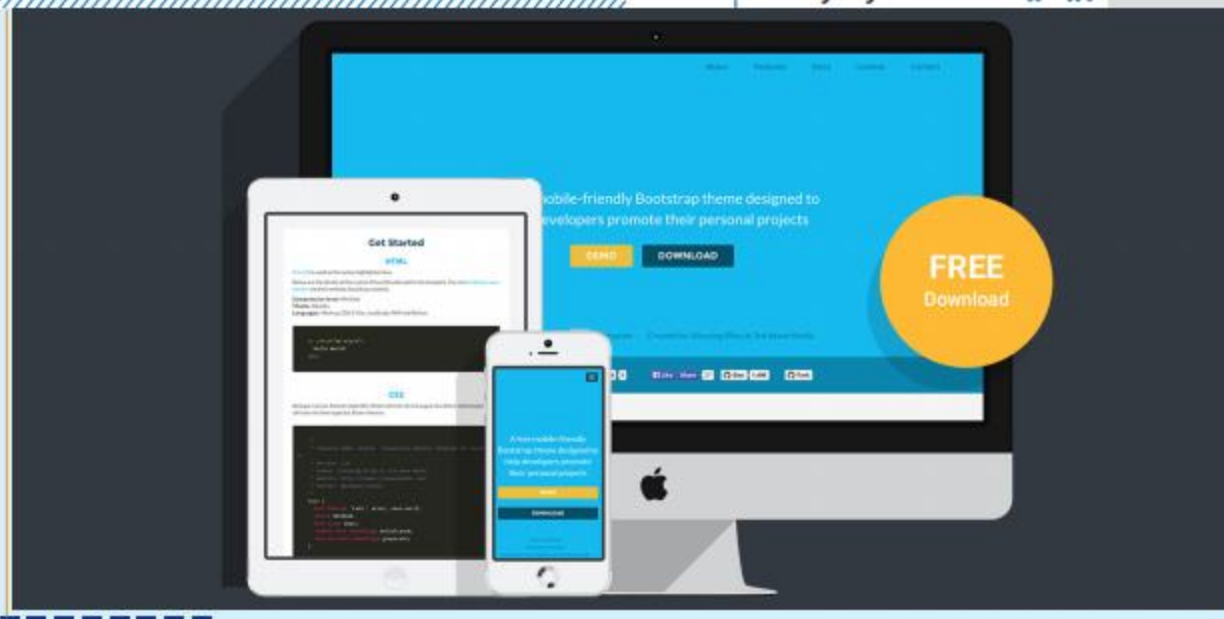
د ویب پاڼې لرلو یوه بله خوبي په دې کې ده، چې نه یوازې پېرېدونکي ستاسو ویب پاڼه کتلی شي، بلکې د ویب پاڼې له لارې تاسو ته مثبت او منفي نظرونه هم درکړي. دا هم امکان لري، چې که ویب پاڼه مو د پېرېدونکو د خوښې وړ وګرځي، ښایي نورو خلکو ته یې هم وروپیژني. بله داچې تاسو د برښنالیک، د اړیکو فورمو او



انلاین خبرو اترو له لارې کولای شئ خپلو پېرېدونکو سره، له هرخایه خبرې وکړئ او د خپلو محصولاتو او خدماتو په اړه د هغوی نظر واورئ. دا وړه خبره نه ده، چې خلک له زرګونو کېلومتره لرې واټن څخه تاسو سره د نظر شریکولو اسانتیا لري. ددې خبرې ارزښت تاسو ته د انټرنېټ او ټولنیزو شبکو د پراختیا له وخته وراندې ښه پته لګېدای شي. د رښتینو پېرېدونکو له پیداکولو وروسته د هغوی د شخصي اطلاعاتو خوندیتوب او نظر ته خواب ورکول باید ستاسو لومړیتوب وي. دا خکه چې هغه پېرېدونکي په حقیقت کې ستاسو لپاره د اجوړې پرته تبلیغاتي سرمایه ده.

■ دویمه پوښتنه: په ټولنیزو شبکو کې پر فعالیت سربېره هم ویب پاڼې ته اړیا لرو؟

زیاتره کاروباریان او د شرکتونو څښتنان



فکر کوي، چې ګواکې په تولنیزو رسنیو کې د دوی پراخه فعالیت به یې د کاروبار لپاره کافي وي. ښایی تاسو د تولنیزو شبکو له ډلې په فیسبوک کې ښه فعال او ګڼ شمېر ملګري او ملاتړي ولرئ، چې دا په خپل ذات کې عالي کار دی.

خو پر دې هرڅه سربېره ستاسو د کاروباري ودې لپاره دا کافي نه ده، دا خکه چې ښایي تاسو د تولنیزو شبکو له کارولو سره دومره روږدي شئ، چې اصلي ویب پانې ته مو هیڅ وخت پیدانکړئ. هېره نکړئ، چې مشهورې تولنیزې شبکې تول خلک نه کاروي او نه هم اړینه ده، چې هر څوک دې ستاسو پلیټفورم وکاروي. کېدای شي دغه شبکې ستاسو په هېواد کې ګڼ شمېر، خو په نوره نړۍ کې د ګوتو په شمېر ملاتړي ولري.

له بل پلوه په تولنیزو شبکو کې ستاسو شتون په حقیقت د نومورو شبکو د قوانینو او اصولو په محدودیت کې دی. تاسو نه شئ کولای په تولنیزو شبکو کې هاغومره ازادي ولرئ، څومره چې په یوه شخصي ویب پانه کې لرئ. له همدې کبله پر تولنیزو شبکو سربېره تاسو ار یاست، چې د خپل کاروبار لپاره یوه جلا ویب پانه هم ولرئ، ترڅو خلک په پرته له محدودیته ورته لاس رسی ولري.

■ درېمه پوښتنه: دېر وخت مې ویب پانه نده اپډېټ کړې، څنګه یې بېرته احیا کړم؟

که مو ویب پانه زړه شوې وي او د زیات وخت لپاره مو پکې فعالیت نه وي کړی، نو هیڅ فکر مه کوئ. د ویب پانې اپډېټول دېر وخت ته ارتیا نه لري، خو له اپډېټولو وروسته د دېر وخت لپاره کار ورکوي. د ویب پانې د اپډېټولو ترڅنګ بله مهمه موضوع، د ویب پانې منځپانګه ده او منځپانګه باید مناسبه او تازه وي.

همدارنګه د ویب پانې نورو برخو لکه، ساعتونو او کالیزو اپډېټولو ته مو هم باید پام وي. خینې وخت دا کوچني کارونه ددې سبب کېږي، چې د خلکو په نظر کې لټ مالوم شئ. دا خکه چې د کالیزو او ساعتونو تاریخ باید اپډېټ شي.

همدارنګه د رنګونو بدلون، فونټ او تصویرونو ته مو هم باید پام وي. ددې چارې لپاره دوه لارې وجود لري؛ لومړی داچې د ویب پانې اپډېټولو لپاره مسلکي کسان په کار وګومارئ. دویمه داچې له هغه کسانو چې ویب پانه یې درته ډیزاین او اپډېټ کړې، وغواړئ چې د ویب پانې په اپډېټولو مو پوه کړي. د ویب پانې اپډېټول سخت کار ندی او حتا کولای شئ، چې د ګرځنده ټیلیفون له لارې هم دا کار سرته ورسوئ.

■ وروستی خبره

د کاروبار لپاره د ویب پانې لرل، یو ارزښتناک کار دی. اوس مهال یو زیات شمېر د کاروبار څښتنان د بېلابېلو سیالانو ترمنځ د خپل برنډ پېژندګلوی ته متې بډ وهلې دي. که خلک ونه پوهېږي، چې تاسو په کومه برخه کې فعالیت لرئ، نو څنګه ستاسو محصولات وتاکي؟

همدا اوس هم دېر ناوخته ندي. سر له اوسه پیل وکړئ او د یوې ویب پانې په جوړولو خپل کاروبار ته لا پراختیا ورکړئ.



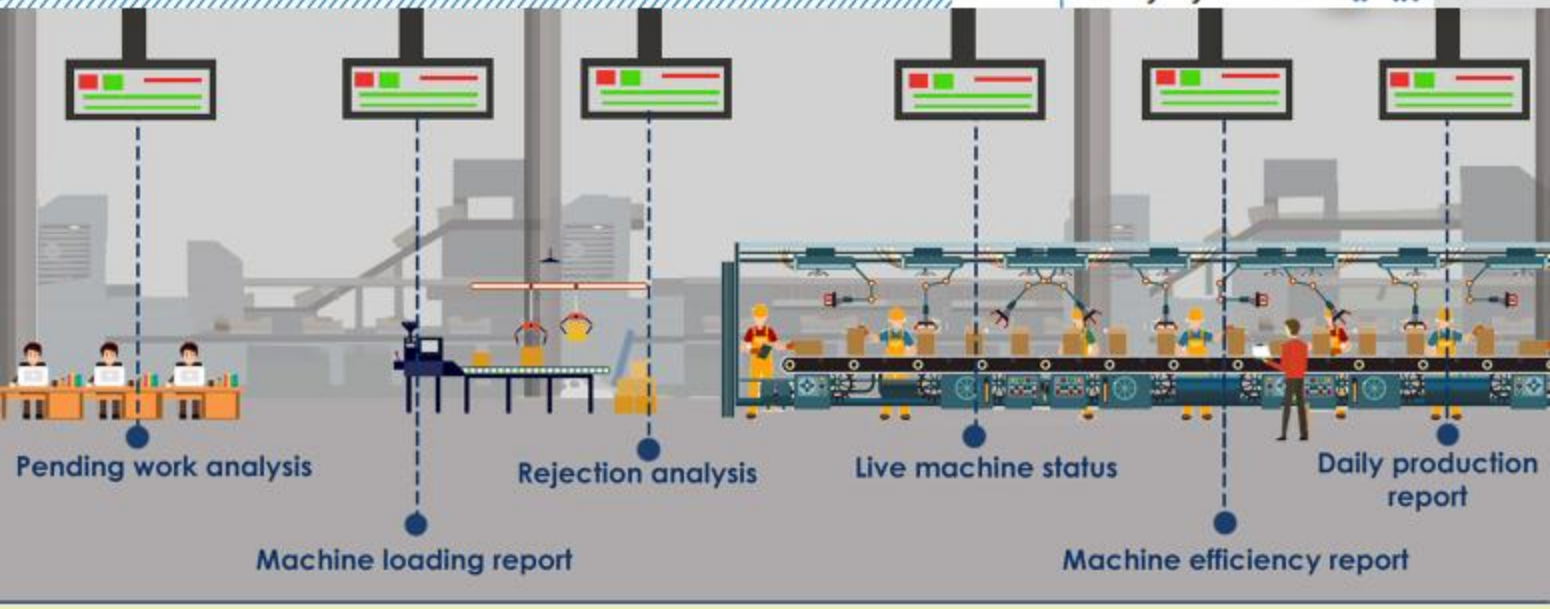
تهیه توسط:
عبدالقاهر مدبر

آشنایی با تولید به‌هنگام (JIT)

سیستم تولید به‌هنگام (Just In Time) یکی از پیشرفته‌ترین سیستم‌های برنامه ریزی است که در صدر هرم سیستم‌های نوین برنامه‌ریزی و کنترول قرار گرفته است. امروزه به لحاظ محدودیت‌های اقتصادی و توسعه و پیچیدگی بازارها، استفادهٔ بهینه از منابع در دسترس و شناخت و پاسخگویی به موقع، به خواسته‌های مشتری در بخش‌های مختلف بازار به امری اجتناب ناپذیر تبدیل گردیده و سازمان‌ها را بر آن داشته تا با حذف ساختارها و روش‌های کار سنتی، سهم خودرا در بازار حفظ نمایند. سیستم تولید به‌هنگام که نخستین بار توسط «تانچی اونو» در شرکت تویوتا به کار گرفته شد، یکی از همین سیستم‌ها است که به سرعت مورد توجه سایر شرکت‌های جاپانی قرار گرفت و با توجه به یکسان بودن فرهنگ خاص مورد نیاز این سیستم در اکثر شرکت‌های جاپانی اجرا گردیده و توسعه یافت. اما با گذشت حدود سه دهه از معرفی این نظام و علیرغم تلاشی که اکثر سازمان‌های غیر جاپانی در جهت به‌کار گیری اصول این نظام صرف کردند، به دلایل که یعنی برداشت و تعاریف پراکندهٔ اصول و نظریات این سیستم، توسعه و اشاعهٔ آن از رشد قابل ملاحظه‌ای برخوردار نبوده و اکثر افراد آنرا تنها برنامه‌ای برای کنترول موجودی تلقی می نمایند. در حالی‌که حذف موجودی اضافی انبارها تنها یکی از اصول مورد اشاره و توجه این نظام می باشد.

از دیگر فواید این سیستم می‌توان به کاهش قابل توجه کار در جریان ساخت، زمان تحویل محصول به مشتری، فضای مورد نیاز، ضایعات، ضایعات دورریز و دوباره کاری، افزایش در بهره وری، بهبود روابط با عرضه کنندگانی که بهتر و موفق‌تر هستند و نیروی کار دارای انگیزه، راضی و با نشاط‌تر اشاره کرد. تولید به هنگام یک سیستم مدیریت جاپانی است که از اوایل دههٔ 1970 در بسیاری از مؤسسات تولیدی جاپان مورد استفاده قرار گرفت. این سیستم نخستین بار توسط تانچی اونو در شرکت تویوتا به عنوان ابزاری برای برآورده ساختن خواسته‌ی مشتری با حداقل تأخیر معرفی و به کارگرفته شد. به همین دلیل تانچی اونو اغلب پدر سیستم تولید به‌هنگام نامیده می‌شود. سیستم تولید به‌هنگام سیستمی جامع برای کنترول موجودی‌های تولید است. در این سیستم هیچ موجودی مواد اولیه خریداری نمی‌شود و هیچ محصولی ساخته نمی‌شود مگر هنگامی‌که ضرورت ایجاب کند. این سیستم اساساً بر کاهش هزینه‌ها از طریق حذف موجودی‌ها انبار تمرکز دارد. به عبارت دیگر، سیستم تولید به‌هنگام، تفکر و نگرش نوین در ادارهٔ سازمان‌های صنعتی است که با اصول، تکنیک‌ها و روش‌های خاصی، به دنبال حذف کامل اتلاف و افزایش بهره‌وری در تمامی فعالیت‌های داخل و خارج سازمان می‌باشد.

در تعریف انجمن حسابداران



رسمی امریکا (AICPA)، سیستم تولید به‌هنگام چنین آمده است؛ فلسفه‌ی ساخت بر مبنای برنامه‌ی حذف ضایعات و هزینه‌های انبارداری و بهبود متوالی سودمندی، که شامل اقدام‌های موفقیت آمیزی از فعالیت‌های ساخت موردنیاز محصول نهایی می‌شود، از طراحی مهندسی تا تحویل، به انضمام تمام مراحل تبدیل مواد خام به جلو. "عناصر اولیه‌ی داشتن موجودی مورد نیاز در زمانی که لازم است، برای پیشرفت کیفیت و به صفر رساندن معایب با هدایت زمان و کاستن زمان هر مرحله با بازبینی تغییرات عملیات‌های خود و به انجام رساندن این سفارشات با حداقل هزینه."

■ تفاوت سیستم کلاسیک با سیستم تولید به‌هنگام

در سیستم تولید سنتی، معمولاً سه نوع موجودی که شامل مواد، کار در جریان و کالای ساخته شده می‌باشد، نگهداری می‌شود. مدیرانی که از این نوع سیستم استفاده می‌کنند، موجودی‌هارا نوعی سپر حفاظتی در برابر نوسان‌های نامطلوب اقتصادی در روند تولید و عامل تضمین تداوم فعالیت‌های تولیدی می‌دانند و آنها را از ابزار تحکیم بازاریابی، جلب مشتری و نگهداری بازار و به تعبیری وسیله‌ی مؤثری برای توسعه‌ی بازار فروش خود تلقی می‌کنند.نگهداری این موجودی‌ها در هر حال مستلزم تحمل هزینه در ارتباط با انبار داری، انبار گردانی، ضایعات، کنترول وغیره و همچنین هزینه‌ی فرصت است که در نهایت از طریق هزینه‌های عمومی ساخت (سربار) بخشی از قیمت تمام شده‌ی تولید را تشکیل می‌دهد و موجب افزایش بهای تمام شده‌ی تولیدات مؤسسه می‌گردد.

امروزه، مدیران شرکت‌های بزرگ و معتبر تولیدی بر این باورند که کاهش هزینه‌ی تولید به ویژه در شرایط رقابت که از عناصر لاینفک نظام اقتصاد مبتنی بر بازار است، الزامی می‌باشد و برای دست‌یابی به این مقصود، ضرورت تأمین، حفظ و توسعه‌ی منافع شرکت ایجاب می‌کند تا با طرح‌ریزی‌های سنجیده و دقیق در زمینه‌های تولید و فروش بتوانند موجودی‌ها را در شرایط متعارف به حداقل ممکن و در شرایط ایده‌آل به حد صفر برسانند و با این تدبیر، هزینه‌های مربوط به نگهداری موجودی‌ها را در جهت کاهش بهای تمام شده‌ی تولید صرفه جویی نمایند. نتیجه‌ی اجرایی و عملی چنین پندار و نگرش و کوشش‌هاش مؤثر برای تحقق آن منجر به ابداع سیستمی در زمینه‌ی موجودی گیری مواد، کار در جریان و کالای ساخته شده گردیده است که اصطلاحاً سیستم موجودی‌گیری به‌هنگام نامیده می‌شود.

ویژگی‌های عمده‌ی سیستم تولید به‌هنگام (JIT) در فرآیند تولید

- سرعت یکنواخت و هموار تولید: یکی از هدف‌های با اهمیت سیستم تولید به‌هنگام، برقراری جریان مستمر تولید است که با خرید مواد و کالاها از فروشندگان شروع و با تحویل کالا به مشتریان تمام می‌شود. سرعت‌های ناهماهنگ تولید، موجب تأخیر یا ایجاد موجودی‌های بیش از اندازهٔ کالاهای در جریان ساخت می‌گردد. این هزینه‌های بدون ارزش افزوده، در سیستم تولید به‌هنگام حذف می‌شود یا به نحو چشمگیری کاهش می‌یابند.
- حذف نقاط بحرانی چنانچه در طی فرآیند (پروسه) تولید کلیه دوایر با سرعتی هماهنگ کار نکنند، محصولات نیمه تمام در دوایر با سرعت پایین‌تر انباشت می‌شوند که باعث افزایش هزینه‌های نگهداری

می‌شود. به این دوایر نقاط بحرانی گفته می‌شود و فرآیند حذف آن‌ها پروسهٔ حذف نقاط بحرانی نامیده می‌شود. در سیستم تولید به‌هنگام، کالاها در هر یک از مراحل تولید تنها هنگامی ساخته می‌شود که در مرحله‌ی بعدی مورد نیاز باشد. در این صورت، موجودی کالاهای در دست ساخت بین مراحل تولید کاهش می‌یابد یا کاملاً حذف می‌شود. در نتیجه، مدت انتظار و هزینه‌های بدون ارزش افزودهٔ آن کاهش می‌یابد. دراین روش تولید هیچ کالایی قبل از دریافت پیام از مرحله‌ی تولیدی بعد ساخته نمی‌شود، موجودی‌ها اضافه نمی‌گردد و فرآیند تولید جریانی هموار و یکنواخت خواهد داشت.

• خرید یا تولید به مقدار نسبتاً کم: در سیستم JIT، کالاها به منظور ایجاد موجودی انبار خریداری یا ساخته نمی‌شود و تنها هنگام ضرورت برای تهیه یا ساخت آن اقدام می‌گردد. نتیجهٔ این کار، کاهش فضای انبار مورد نیاز و زمان عاطل و همچنین هزینه‌های بدون ارزش افزوده آن است.

• راه اندازی سریع و کم هزینه‌ی ماشین آلات: با توجه به تولید مقادیر نسبتاً کم در هنگام ضرورت، لازم است که بتوان راه اندازی ماشین آلات را به سرعت انجام داد. فن‌آوری پیشرفتهٔ تولید و کنترول ماشین‌ها توسط کامپیوتر در جهت دست‌یابی به این هدف کمک می‌کند.

• کیفیت بالا برای مواد اولیه و کالاهای ساخته شده: اگر قرار است که کالاها و قطعات هنگام نیاز در دسترس قرار گیرد، لازم است که کیفیت آن نیز در سطحی قابل قبول باشد. زیرا درغیر این صورت، خط تولید دچار وقفه و مبالغ با اهمیتی از هزینه‌های بدون ارزش افزوده ایجاد می‌شود. علاوه بر این، چون موجودی بسیار کمی از کالاهای ساخته شده نگهداری می‌گردد لازم است که کیفیت آن نیز در سطح بالا و قابل قبول باشد. به این دلیل، سیستم کنترول جامع کیفیت غالباً با سیستم تولید به‌هنگام همراه است.

• بهبود سیستم تولید از طریق کار گروهی: حفظ توان رقابت در بازارهای جهانی ایجاب می‌کند که واحدهای تولیدی همواره در جستجوی راه‌هایی برای بهبود کیفیت محصولات، افزایش کارایی عملیات و حذف هزینه‌های بدون ارزش افزوده باشند. این دست‌آوردها به بهترین شکل



ممکن می‌توان از طریق کار گروهی حاصل شود و بسیار از واحدهای تولیدی از طریق ایجاد سیستم‌های انگیزیش، این وضعیت را در واحد خود ایجاد می‌کنند.

• معامله با عرضه کنندگان محدود: سبب می‌شود که شرکت همواره از جهت تأمین به موقع مواد اولیه مطمئن باشد و نیازی به ذخیره سازی غیر ضروری مواد اولیه نباشد.



چگونه فروشگاهی فیزیکی در کنار فروشگاه آنلاین داشته باشیم؟

به باور بسیاری از کارشناسان، صنعت خرده‌فروشی در آستانه‌ی «آخرالزمان» قرار دارد و تحولات ناشی از آن از مدتی پیش آغاز شده است.

زمزمه‌های اخیر درباره‌ی تعطیلی برخی شعب فروشگاه زنجیره‌ای Sears و در عین حال خبر راه‌اندازی و اداره‌ی بیش از ۶۰۰ زنجیره‌ی خرده‌فروشی حضوری آمازون، حکایت از این دارد که صنعت خرده‌فروشی در میانه‌ی تغییراتی چشمگیر قرار گرفته است.

مسلماً راه‌اندازی فروشگاه‌های فیزیکی آمازون گو (Amazon Go) از آن خبرهایی است که آینده‌ی صنعت خرده‌فروشی را نشان می‌دهد. این اخبار از تغییری بزرگ در قواعد بازی تجارت الکترونیک نشان دارد. ادغام فروشگاه‌های آنلاین و حضوری و تلاش فروشگاه‌های فیزیکی برای به‌دست‌آوردن سهم بازار تجارت الکترونیک از یک سو و خیز فروشگاه‌های انترنتی برای حضور در فضای خرده‌فروشی فیزیکی به‌منظور تکمیل زنجیره‌ی تأمین و دستیابی به بازارهای بزرگ‌تر از دیگر سو، همگی نشان‌دهنده‌ی تغییری شگرف در صنعت خرده‌فروشی است.

در واقع، مشتریانی که روزگاری برای خرید به فروشگاه‌های زنجیره‌ای هجوم می‌آوردند و سپس با فراگیرشدن فروشگاه‌های آنلاین به این شکل از خرید روی آوردند، همچنان ترجیح می‌دهند خریدشان را در فروشگاه‌های سنّتی یا به اصطلاح «خشت‌وگِلی» (Brick and Mortar) انجام دهند.

فرآیند و محصول و فضای ارتباط با مشتری در کسب‌وکارهای خشت‌وگِلی، فیزیکی است و این قبیل مراکز صرفا به طریقه‌ی سنّتی و معمولا بدون استفاده از انترنت فعالیت می‌کنند. این دست مراکز فروش به‌دلیل آنکه تجربه‌ای عمیق‌تر از تعامل با برند را در اختیار مشتری قرار می‌دهند، با اقبال مصرف‌کنندگان کنونی مواجه شده‌اند.

براساس مطالعه‌ی مؤسسه‌ی NFR، 79 درصد از مصرف‌کنندگان اعتقاد دارند تجربه‌ی آن‌ها از خرید و نیز کم‌وکیف تعامل با برند است که فراوانی و میزان

خرید آن‌ها و نیز تعداد مراجعاتشـــان به فروشگاه را معین می‌کند. علاوه‌براین، تقریبا ۶ نفر از هر ۱۰ خریدار به بهانه‌ی برگزاری رویدادهای خاص در فروشگاه از جمله امکان امتحان‌کردن محصولات، جشـــنواره‌های فروش ویژه، نمایش عرضه و معرفی محصولات جدید، جلســـات آموزشی مرتبط با شـــیوه‌ی اســـتفاده از محصولات خاص و نیز رویدادهای تجربی و میدانی دیگر تدارک‌دیده‌شـــده‌ی خرده‌فروشان، به فروشگاه‌ها مراجعه می‌کنند.

درنتیجه، به‌دلیل تجربه‌ی شـــخصی عمیق‌تری که مشـــتری از مراجعه به فروشگاه‌های سنّتی و حضوری کسب می‌کند، توسعه‌ی روزافزون فروشگاه‌های «کلیک‌به‌خشت» (Click and Mortar) را شـــاهد هستیم. منظور از فروشگاه کلیک‌به‌خشت فروشگاهی است که علاوه‌بر فروش مجازی، به راه‌اندازی فروشگاه فزیکی و انجام عملیات فروش از این طریق نیز مبادرت کند.

درواقع، هم‌اکنون برندهای فروشگاهی بســـیاری در کنار فعالیت‌های آنلاین خود به راه‌اندازی شعب فزیکی اقدام می‌کنند. امروزه، برندهایی مثل Everlane و Warby Parker و Wayfair که به‌صورت آنلاین فعالیت می‌کنند، به‌منظور ایجاد راهی جدید برای ارتباط با مخاطبانشان به گشایش فروشـــگاه‌های خشت‌وگِلی روی آورده‌اند. این قبیل فروشـــگاه‌ها امکان مشاهده و لمس و تجربه‌ی محصولات و برندهای مختلف را برای مشـــتری فراهم می‌کنند و باعث تعامل عمیق‌تر با مشـــتری و وفادارسازی او به برند می‌شوند.

همان‌طورکه می‌دانیم، تبدیل‌شدن از فروشگاه مجازی به فروشگاه فزیکی و فعالیت هم‌زمان در هر دو فضا، فرایندی مسئله‌ســـاز و گاه ناممکن برای بسیاری از برندها است. اجاره‌های بلندمدت و سنگین و لزوم ســـرمایه‌گذاری کلان و هزینه‌های مربوط به تدارکات عملیاتی، این فرایند را وقت‌گیر و پرهزینه می‌کند. باوجود تمایل مصرف‌کنندگان برای انواع جدیدی از تجارب خرید، الگوی فعلی ظرفیت لازم برای ایجاد این دســـت تجربه‌ها را ندارد؛ بنابراین، نیازمند ایجاد الگویی تازه در صنعت فروشگاه‌داری هستیم. در واقع، اگر این صنعت بخواهد به حیاتش در عصر دیجیتل ادامه بدهد، خود را با نیازمندی‌های این عصر نیز باید تطبیق دهد.

با وجود جنب‌وجوش‌ها و تلاش‌های بســـیار برای پیاده‌سازی و به‌کارگیری فناوری در حوزه‌های



مختلف به‌منظور بهبود تجربه‌ی مشتری، اغلب نقش خرده‌فروشان سنّتی در این معادله نادیده گرفته می‌شود. ازاین‌رو، الگوی سنّتی خرده‌فروشی توفیق چندانی در استقرار و به‌کارگیری فناوری نداشته است. این صنعت، گویی در چرخه‌ای باطل گیر افتاده و دربرابر تغییر مقاومت می‌کند.

در واقع، مدل فعلی خرده‌فروشی تازمانی‌که نتواند ساختارهایش را برای تحقق نیازهای جدید برندها و مصرف‌کنندگان بهبود دهد، به پیشرفت شایان‌توجهی دست نخواهد نیافت. خرده‌فروشی‌ها درنهایت درمی‌یابند پذیرش تغییر و سوارشدن بر موج تحول می‌تواند به آن‌ها درجهت اجرای روان‌تر استراتژی‌ها و عملیات بازگشت سرمایه کمک کند. بنابراین، فراهم‌کردن ابزارهای مناسب و بسترهای لازم برای رشد و توسعه، استفاده از فناوری برای ساده‌سازی فرایندهای عملیاتی، تأمین سیستم پشتیبانی قوی به‌منظور تضمین موفقیت در درازمدت و فراهم‌آوردن بسترهای لازم برای برندها به‌منظور ایجاد تجربه‌ای مطلوب برای مصرف‌کنندگان، ازجمله الزامات تحول در این صنعت محسوب می‌شود.

حال چه می‌شود اگر بتوانیم فناوری‌ها و فرایندهایی که کارآمدی خود را در صنایع دیگر و به‌خصوص تجارت الکترونیک اثبات کرده‌اند، در تجارت‌های خشت‌وگِل اعمال کنیم؟

درک ضرورت و انتخاب استراتژی مناسب به‌عنوان بخشی از فرایند تحول بسیار اهمیت دارد. اگر قصد دارید درکنار فروش آنلاین، فروشگاه حضوری راه‌اندازی کنید، نکات زیر را درنظر بگیرید:

خرده‌فروشی سنتی همچنان زنده است؛ اما به فناوری نیاز مبرم دارد

بسیاری از امور زندگی ما به‌لطف فناوری آسان شده است؛ پس چرا از فناوری در تسهیل فرایندهای اداره‌ی کسب‌وکارمان استفاده نکنیم؟ فروشگاه‌های سنّتی باید خود را با وضعیت درحال‌تغییر وفق دهند و به تحول دیجیتلی روی بیاورند؛ وگرنه از دور رقابت خارج خواهند شد. هم‌اکنون، خدمات متعددی نظیر Dor، Shopify، Square، Zendesk، و QuickBooks فرایندهای اغلب خسته‌کننده و وقت‌گیر، اما لازم برای اداره‌ی فروشگاه‌ها را خودکار کرده‌اند. این برنامه‌ها و نرم‌افزارها به حذف و خودکارسازی وظایف معمول و روزمره در فروشگاه‌ها مانند عملیات فروش، ارزیابی پاخور فروشگاه، پشتیبانی از مشتری و امور حسابداری کمک و زمان لازم را برای تمرکز بیشتر بر تعامل با مشتریان و توسعه‌ی کسب‌وکار و کمک به رشد و شکوفایی جامعه‌ی محلی فراهم کرده‌اند؛ جامعه‌ای که در آن به کار مشغولیم.

به انجمن بپیوندید یا خود در ایجاد آن پیش‌قدم شوید

انجمن‌های حمایتی و صنفی علاوه‌بر نقش خود در پشتیبانی از بسیاری از امور روزمره‌ی بنگاه‌های اقتصادی، به رشد و توسعه‌ی آن‌ها نیز کمک می‌کنند. با گروهی از افراد، مربیان، دوستان و مشتریان هم‌فکر خود شبکه‌ای ارتباطی ایجاد کنید؛ افرادی که به یاری‌رساندن به شما و کسب‌وکارتان متعهد هستند. علاوه‌بر شبکه‌ی محلی، می‌توانید نیم‌نگاهی نیز به سازمان‌های بزرگ ملی بیندازید. اتاق‌های بازرگانی و انجمن‌های صنفی محلی و اتحادیه‌های تجاری می‌توانند دراین‌زمینه یاری‌تان کنند. پیوستن به خرده‌فروشی‌های چندبرندی نیز راهی آسان برای شبکه‌سازی و تبدیل‌شدن به بخشی از مقصد خرید بزرگ‌تر محسوب می‌شوند و درعین‌حال، به افزایش محبوبیت و شهرت کسب‌وکارتان کمک می‌کنند.

مسئولیت اجتماعی‌تان را ادا کنید

راهی برای ادای دِین خود به جامعه پیدا کنید. می‌توانید بخشی از محصولاتتان را به مناسبت‌های مختلف اهدا کنید،



کمپاین‌های اجتماعی راه بیندازید، در امور اجتماعی داوطلب شوید و در فعالیت‌های مؤسسات خیریه‌ی همسو با ارزش‌های کاری خود سهیم شوید.

مسئولیت اجتماعی راهی عالی برای صرفه‌جویی در منابع و تثبیت جایگاه اجتماعی ما است. مشتریان امروزی مایل‌اند بدانند که پول خود را کجا خرج می‌کنند. بنابراین، احتمال خرید مصرف‌کنندگان از برندهایی بیشتر است که ارزش‌هایی مشترک با آن‌ها و اجتماعشان دارند.

ایجاد تجربه‌ای ناب برای مشتری

وقتی کسب‌وکاری در رفع خواسته‌های مصرف‌کنندگان خود ناتوان باشد و تجربه‌ی مشتری اولویت آن نباشد، مصرف‌کنندگان نیز به رقیب روی می‌آورند و در پی کسی خواهند رفت که بتواند این نیازها را برطرف و تجربه‌ای دلچسب برای آن‌ها فراهم کند. تجربه‌ی مشتری همان انتظارات آگاهانه یا ناآگاهانه‌ی او از ارتباط با برند ما است؛ انتظاراتی که از تمام تعاملات مشتری با برند نشئت می‌گیرد.

ازاین‌رو ارتباط پیوسته و مؤثر با مصرف‌کنندگان، کلید ایجاد تجربه‌ای مطلوب برای وی و عاملی است که به بازگشت مشتری و تکرار خرید می‌انجامد. فراموش نکنید هیچ‌کس با واردشدن به فروشگاهی که رابطه‌ی انسانی در آن وجود ندارد، تجربه‌ی شیرینی به‌دست نخواهد آورد. بنابراین، همواره در فکر روش‌های نوآورانه برای ایجاد تجربه‌ای منحصربه‌فرد برای مشتریان خود باشید؛ تجربه‌ای که آن را در جایی غیر از فروشگاه شما نمی‌یابند. خرده‌فروشان موفق هنر فروش را احیا خواهند کرد؛ چراکه باور دارند هسته‌ی اصلی خرده‌فروشی‌های فزیکی موفق، تجارب و احساسات خاصی است که در حین خرید به مشتری القا می‌شود.

ایده‌هایی مثل ویترین‌ها و قفسه‌های تعاملی جذاب، سفارشی‌سازی در نقطه‌ی فروش، ارائه‌ی نمونه‌ی محصولات و امکان تحویل در همان روز سفارش، مدیریت هوشمند موجودی، به‌کارگیری فناوری انترنت اشیا ازجمله راهکارهایی هستند که به ایجاد تجربه‌ای متمایز برای مشتریان حضوری کمک می‌کنند. «مدیریت تجربه‌ی مشتریان» فراتر از خدمات معمول به مشتری است و راهبردی متمایزکننده به‌شمار می‌آید که تعاملات مشتری را درجهت برآورده‌کردن انتظاراتش و درنتیجه، افزایش رضایت و وفاداری و حمایت مشتری طراحی می‌کند. می‌توان با پیاده‌سازی فرایندهای مدیریت تجربه‌ی مشتریان، ارزشی منحصربه‌فرد برای آن‌ها ایجاد کرد تا نه‌تنها به برندتان وفادار شوند؛ بلکه آن را به دوستان و خانواده‌ی خود نیز معرفی کنند؛ روشی که به‌طور حتم، ارزشمندترین و اثربخش‌ترین نوع تبلیغات است.

شاید گمان کنیم رشد افسارگسیخته‌ی فروشگاه‌های مجازی، صنعت خرده‌فروشی سنّتی را به‌سوی زوال و مرگ تدریجی پیش می‌برد؛ اما آمارهای متعددی نشان می‌دهد مصرف‌کنندگان همچنان به مراجعه به فروشگاه‌های فزیکی علاقه نشان می‌دهند. باوجوداین، نمی‌توان تحول شتابان این صنعت را کتمان کرد؛ بنابراین، بازیگران این صنعت برای رشد و توسعه باید نوآوری‌های فناورانه را برای ارتقای تجربه‌ی مشتریان به‌کار بگیرند.

اولویت‌دادن به مشتری و تنظیم عرضه و محصولات براساس ارائه‌ی بهترین تجربه خرید در فروشگاه‌ها، توجه به دغدغه‌های جامعه‌ی محلی و تمرکز بر ارائه‌ی خدماتی که به بقا و بالندگی کسب‌وکار ما کمک می‌کند، به طراحی الگویی جدید در صنعت خرده‌فروشی می‌انجامد که هم مطلوب خریداران و هم موردنیاز برندها است و مسیر آینده‌ی این صنعت را روشن می‌کند.

منبع: وب سایت زومت





تبلیغات آنلاین بهترین و موثرترین راه برای رشد کسب‌وکار شما

تبلیغات آنلاین بهترین راه برای رشد کسب و کار شماست. دردنیای امروزه مردم در قیاس با زمان گذشته، زمان زیادی را به فضای وب و انترنت اختصاص می‌دهند و حتی بسیاری از فعالیت‌های روزانه خود مانند خرید، تماشای فلم، گوش دادن به موسیقی را با استفاده از انترنت انجام می‌دهند.

در حال حاضر دسترسی به انترنت، حتی در شهرها و روستاهای کوچک هم فراهم شده است. به طور کلی، تعداد کاربران انترنت همچنان در حال افزایش است. در چنین شرایطی، تبلیغات آنلاین بهترین و موثرترین راه برای رشد کسب‌وکار شما خواهد بود.

تبلیغات آنلاین بهترین راه برای رشد کسب و کار

کاربران آنلاینی که زمان زیادی را صرف حضور و فعالیت در وب‌سایت، اپلیکیشن و شبکه های اجتماعی گوناگون می‌کنند، درصد زیادی از مخاطبان شما را تشکیل می‌دهند. تبلیغات در فضای وب‌سایت‌ها، یکی از موثرترین و در عین حال، کم‌هزینه‌ترین روش‌های تبلیغات دیجیتل است. مدیااد، شبکه تبلیغات دیجیتل در وب‌سایت‌ها است که به برندها و کسب‌وکارهای انترنتی یا سنتی در صنایع مختلف کمک می‌کند تا متناسب با خواسته، هدف و بودجه تبلیغاتیشان، تبلیغات اثرگذار و هدف مندی را خلق کنند که منجر به سودآوری روبه رشد کسب‌وکارها شود.

تبلیغات برندها و کسب‌وکارها در معتبرترین و پر مخاطب‌ترین وب‌سایت‌های جهان در دسته بندی های گوناگون نمایش داده می‌شود. میدیا اد در مدت زمان بسیاری کمی توانست توجه کسب‌وکارها و برندهای بزرگ و کوچک را جلب کند و با وب‌سایت‌های ناشر معتبری همکاری کند.

تمرکز اصلی Media ad در ابتدای فعالیتش، تبلیغات همسان بود. تبلیغات

همســان یا نتیو نوعی از تبلیغات انترنتی اســت که با همانندسازی شکل و ظاهر تبلیغ با رابط کاربری (UI) و نمایش در مرتبط‌ترین رسانه‌ها، اثربخشی بیشتری را در دنیای تبلیغات دیجیتل برای کسب و کارها به همراه دارد. مدیااد به تازگی خدمات وسرویس های جدیدی را ارائه کرده اســت. تبلیغات بنری، تبلیغات ویدئویی و تبلیغــات ریتارگتینگ یا هدفگیــری مجدد از جمله خدمات جدید مدیااد برای تبلیغ‌دهندگان هســتند. به علاوه، ایجاد پلتفرم نمایش ویدیو (player) هم یکی دیگر از خدمات مدیااد برای صاحبان وب‌ســایت‌ها و ناشــران است که امکان کســب درآمد از تبلیغات در سایت را فراهم می‌کند.

بــه صورت کلی، جــذب کاربر جدیــد، یکی از اهــداف اولیه تمامی کسب‌وکارها اســت، اما بازگرداندن، حفظ کاربر و تبدیل کاربر به مشتری، مهم‌ترین و دشوارترین هدفی است که بازاریابان چه در مجموعه‌های بزرگ و چه در مجموعه‌های کوچک باید دنبال کنند تا به هدف نهایی، که وفادار کردن مشتری است نزدیک شوند. پژوهش‌ها و تجربه‌های قبلی نشــان داده که ۹۸ درصد از بازدیدکنندگان وب‌سایت‌ها در اولین بازدیــد، بدون هیچ خریدی ســایت را ترک می‌کنند. این مســئله، اهمیــت تبلیغــات ریتارگتینــگ را مشخص می‌کند. تبلیغات ریتارگتینگ یا هدفگیری مجدد، روش تبلیغاتی موثری اســت که به کســب‌وکارها کمک می‌کند تا کسانی که بیشترین احتمال خریــد را دارند، مورد هدف قــرار گیرند. در ایــن نوع تبلیغات، کســانی مجدداً مــورد هدف قرار می‌گیرند که قبلاً از وب‌سایت شما بازدید کرده‌اند، با محصولات و خدمات موجود درگیرشده‌اند یا آن را در سبد خرید قرار داده، اما به دلایل مختلف، خرید خود را تکمیل نکرده‌اند.

اســتفاده از تبلیغات ریتارگتینگ به شــما کمک می‌کند تا کاربران جذب‌شــده را حفظ کنید، از بودجهٔ بازاریابی خود به صورت بهینه‌تر اســتفاده کنید و پیام تبلیغاتی خود را به صورت موثرتر و هوشــمندانه‌تر به مخاطب منتقل کنید. اســتفاده از ایــن نوع تبلیغات، باعث صرفه‌جویی در هزینه‌های بازاریابی نیز می‌شود و در نهایــت،ROI را در خدمات دیجیتل مارکتینگ افزایش می‌دهد. به طور کلی، بودجه لازم برای جذب هر کاربر جدید، خیلی بیشــتر از حفــظ کاربر قبلی اســت. بنابراین، اگر نتوانید کاربر جذب‌شده خود را حفظ کنید، تلاش‌هــای بازاریابی خود را هدر داده‌اید و متحمل هزینه‌های بیشتری خواهید شد.

تبلیغات ریتارگتینگ Media ad در دو نوع بنری و همســان (Native) قابلیت پخش و نمایش دارند. یکی از قابلیت‌های ریتارگتینگ Media ad که باعث



تمایز آن نســبت به دیگر ســرویس‌های ریتارگتینگ می‌شود، همکاری با ســرویس تبلیغات آنلاین تپسل اســت. ایــن قابلیت ویژه، ایــن امــکان را در اختیار Media ad قرار می‌دهد، که عــلاوه بر رفتار کاربران در فضای وب، رفتار کاربران در فضای اپلیکیشــن را نیز مورد اســتفاده قرار می‌دهــد و کاربران را در هر دو فضا هدفگیری می‌کند و تبلیغــات مرتبط به هر کدام را به آنها نمایش می‌دهد. شــروع کمپاین ریتارگتینگ Media ad در دو هفتــه اول به صورت کاملاً رایگان اجرا می شود.

منبع: وبسایت تکراتو



استخراج نفت خام

استخراج نفت خام کاملاً به صورت حفاری است و حفر چاه با استاندارد های مخصوص خود و با توجه به دبی چاه صورت می گیرد. حفاری به دو صورت انجام می شود :

1- ضربه ای (چکشی):

در این روش ابتدا چینی ها با چوب خیز ران چاه می کندند. در واقع سرمته به چاه رانده می شده و با برخورد به سنگ ها، به آن ها ضربه می زده است.

2- دورانی:

سرمته وصل به موتوری است که دورانی می چرخد و لایه ها را خرد کرده جلو می رود.

امروزه هر دو این روش ها متداول اند. اما سیستم دورانی بیشتر به کار می رود و سیستم چکشی در حاشیه قرار می گیرد. اما سیستم ضربه ای ارزان تر و سیستم دورانی گران تر است. سرمته های امروزه متداول اند به سرمته های الماسی، اما الماس نیستند. در قدیم به هر چیزی که جسمی سخت را می تراشید یا می خراشید، الماس می گفتند. حتی با وجود آلیاژهای سخت امروزه، سرمته ها باید هر چند وقت یک بار عوض شوند.

مزایای سیستم دورانی

1- صاف بودن جداره ی چاه : در سیستم ضربه ای جداره ی چاه به علت ضربه ی شدید خرد می شود و سنگ ها بی هیچ قاعده یا کنترولی در هر جهتی خرد می شوند. در این جا سنگ ها به صورت نقاط تیز از دیواره های چاه بیرون می آیند که قابل قبول نیست. مسیر مته لوله گذاری می شود البته پس از این که حفر چاه صورت می گیرد. بنابراین اگر جداره ی چاه سنگ های نوک تیز داشته باشد جلوی لوله گذاری را می گیرد و نیز باعث لطمه به لوله و کم شدن طول عمر لوله می شود. چون جداره ی چاه صاف و نرم نیست، با زلزله سنگ ها ریزش می کنند و به درون چاه می ریزند.

در حفاری دورانی چرخش محور دوران در امتداد خط ثابتی است که ضربه نمی زند و دیواره ی چاه صدمه نمی بیند بنابراین جداره ی چاه صاف خواهد بود که دور لوله را گرفته و خود، محافظی برای ثابت نگه داشتن لوله است.

2- مستقیم بودن چاه : در سیستم ضربه ای چون سر مته ی سنگین از بالا رها می شود، چگونگی شکسته شدن سنگ ها در اختیار حفار نیست و آرام آرام چاه شروع به کج شدن می کند. در نتیجه اولاً لوله، گیر می کند و داخل چاه فرو نمی رود ثانیا وزن خاک اطراف دائماً روی لوله فشار می آورد و آن را کج کرده و می شکند و خود چاه نیز ریزش می کند. اما اگر خط مستقیم باشد نیرویی از اطراف به آن وارد نمی شود و بنابراین در سیستم دورانی امکان انحراف جداره ی چاه وجود نخواهد داشت.

منبع: www.article.tebyan.net

4.75G+

افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS

ارتباط دهندهٔ افغانستان
Connecting Afghanistan

The Only HD™ VOICE Network

یگانه شبکه
با شفافترین صدا



4G LTE | 3G | Swifi FREE WI-FI | HD VOICE | Certified Network | @myawcc | www.afghan-wireless.com | 152 (24 HRS)

4.75G+
افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS

کهکشان کامبو

399
افغانی/ 30 روز

یک جهان امکانات

HD VOICE



500 MB

1000 SMS

کهکشان
KAHKASHAN COMBO

اشتراک: #1*399*255*

نام پیشکش	قیمت (افغانی)	مدت اعتبار	امتیازات پیشکش			کود فعال سازی	کود غیر فعال سازی
			دقایق تماس از افغان بیسیم به افغان بیسیم	پیام های کتبی از افغان بیسیم به افغان بیسیم	فیسبوک (ام بی)		
کهکشان کامبو	220	30 روز	600	600	200	#1*220*255*	#2*220*255*
کهکشان کامبو	399	30 روز	1000	1000	500	#1*399*255*	#2*399*255*
کهکشان کامبو	15	24 ساعت	20	20	20	#1*15*255*	#2*15*255*
کهکشان کامبو	30	24 ساعت	60	60	60	#1*30*255*	#2*30*255*

گلشن شعر

مژگان فرامنش

کم نمی‌شود بی‌تو رنج روزگارانم
ای شکفته در جسم و رخنه‌کرده در جانم
بی‌تو گم‌شدم در خویش؛ بادهای سردرگم
خانه‌کرده در لای گیسوی پریشانم
سرزمینی‌ام دور از کوه و جنگل و دریا
مزرعی که خالی از قطره‌های بارانم
قلعه‌ای که نابودی رشدکرده در خونش
پاسبان به دست خویش کرده‌است ویرانم
من زنی که از اندوه سیب چیده در دامن
شبنمی که یخ‌بسته‌ست روی نقش مژگانم
چشم‌های نم‌دیده، مادرِ ستم‌دیده
سرزمینِ غم‌دیده، خطّه‌ی خراسانم!

کاوه جبران

ندارد
تو را از آب می‌گیرم تو را از بین ماهی‌ها
اگر این گریه بگذارد، اگر این بی‌پناهی‌ها
به حال مرد نابینا چه‌گونه سود خواهد داشت؟
چراغ کوچکی روشن بسازد، در سیاهی‌ها
نترس از گم شدن مریم، سراغم آمدی هر گاه
تنم را توته‌توته می‌گذارم، بر دو راهی‌ها
بنازم دست نقاشی، که بر رغم پشیمانی
دل خونین آدم را کشیده بر صراحی‌ها
خطر پشت خطر یک‌سو، سر طاس و سفر یک‌سو
من و این فصل تابستان، من و این بی‌کلاهی‌ها
اگر دیدی به خاک افتادن گل‌های سوری را
به یاد آور، خزان در ذات خود دارد تباهی‌ها





حمزه بابا

پرپرده چې لوظونه د دروغو دې ړښتيا کړم
ته راته سبا سبا کوه زه به بېګا کړم
توان لرمه دا چې د ماضي نه خراج واخلم
زه به پخوانی شمه ستا مينه به پخلا کړم
برند که حوادث دي د وختونو په ککو کې
زه به حوصله هم پښتنه ورته پيدا کړم
لا يې د سپين مخ خالونه شمېرم اوزګار نه يم
پرپرده الواته به د سپوږمۍ په لوړې بيا کړم
ستا په اننګو کې د حمزه د وينو سره دي
ته شوې د پښتو غزله خوان زه دې بابا کړم



اباسين يوسفزی

ګل به وي نسيم به وي دلبر به وي
زه چې ويلې کېږم نو سحر به وي
پام کوه جانان د يو نه زيات نشي
زړه به دې کعبه نه وي مندر به وي
سر يې د تنې نه چا بېل کړی دی
چېرته څوک ولې يا سخنور به وي
دومره نزديکيت مې بې وفا نه کړې
ياد به دې خفه وي مرور به وي
شعر د وړمې غوندې بې واکه وي
يا د اباسين غوندې ژور به وي



بررسی اصول بنیادی تفکر

ترجمه: زهرا جهانبانی/سایت علمی بیگ بنگ

این یکی از اساسی‌ترین سؤالات در علوم اعصاب است: انسان‌ها چگونه فکر می‌کنند؟ تا همین اواخر، دور از پاسخی قطعی بودیم. با این حال، دانشمندانی از مؤسسه علوم شناختی و مغز انسان ماکس پلانک (MPI CBS) و همکارانشان طی مقاله‌ای در مجلهٔ Science پیشنهاد جدیدی ارائه می‌دهند- انسان‌ها با استفاده از سیستم هدایت مغز فکر می‌کنند.

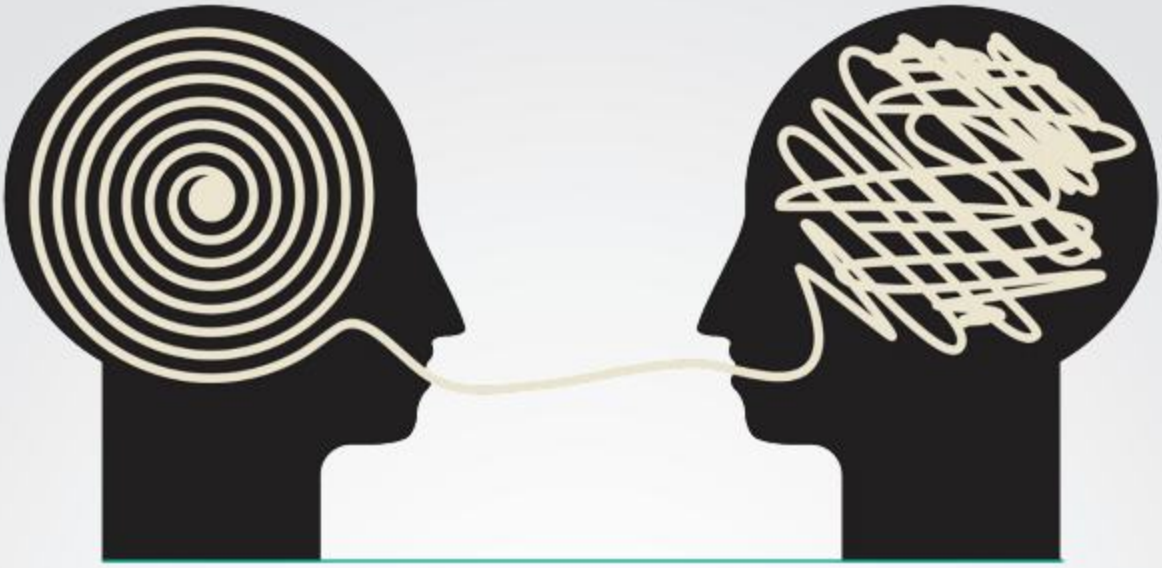
هنگام هدایت محیط، دو نوع سلول مهم در مغز فعال است. سلول‌های محل در هیپوکمپوس و سلول‌های شبکه در قشر انتورینال مجاو، مداری را تشکیل می‌دهند که موجب جهت‌گیری و هدایت می‌شود. این دانشمندان بیان کردند که سیستم هدایت درونی کار بسیار بیشتری انجام می‌دهد. آنها بیان دارند که این سیستم هم برای تفکر بسیار مهم است و توضیح می‌دهد که چرا به نظر می‌رسد دانش ما به شیوه‌ای فضایی، مرتب و سازماندهی شده است.

کریستین دونلر، نویسنده ارشد این مقاله و مدیر جدید مؤسسه علوم شناختی و مغز انسان ماکس پلانک، می‌گوید: «ما بر این باوریم که مغز اطلاعاتی درمورد محیط اطراف ما را در فضاهای شناختی ذخیره می‌کند. این فقط مربوط به داده‌های جغرافیایی نیست، بلکه به روابط بین اشیاء و تجربه هم مربوط می‌شود.»

اصطلاح «فضاهای شناختی» به نقشه‌های ذهنی‌ای اشاره دارد که افراد تجربه‌ها را در آن طبقه‌بندی می‌کنند. هرچیزی که ما با آن مواجه می‌شویم، خواص فزیکی دارد و بنابراین می‌تواند در ابعاد مختلف مرتب و طبقه‌بندی شود. دونلر می‌گوید: «مثلاً اگر من به ماشین‌ها فکر کنم، می‌توانم آنها را بر اساس قدرت موتورشان و وزن‌شان طبقه‌بندی کنم. ماشین‌های مسابقه‌ای با موتورهای قوی و وزن کم و همچنین کاروان‌هایی با موتور ضعیف و وزن زیاد و نیز ترکیب‌هایی مابین این‌ها داریم. می‌توانیم درمورد خانواده و دوستان‌مان به شیوهٔ مشابهی فکر کنیم؛ مثلاً بر اساس قد آنها، شوخ‌طبعی، یا درآمد آنها، و آنها را به عنوان بلندقد یا کوتاه‌قد، شوخ یا غیرشوخ، یا ثروتمندتر و کمتر ثروتمند، کدگذاری کنیم. با توجه به ابعاد مورد نظر، افراد در مغزمان در طبقات نزدیک‌تر یا دورتری از هم قرار می‌گیرند.»

نظریهٔ تفکر انسان

دونلر و تیمش در پیشنهاد خود، تک تک شواهد را با هم ترکیب کردند تا نظریه‌ای در مورد تفکر انسان ارائه دهند. این نظریه با کشف سلول‌های محل و شبکه‌ای در مغز جانوران جونده آغاز شد، که برند آ جایز آ نوبل شد، و سپس نشان داده شد که در انسان هم وجود دارد. هر دو نوع سلول، الگوهای فعالیتی را نشان می‌دهند که بیانگر موقعیت حیوان در فضاست، به عنوان مثال در حالی که به دنبال غذا می‌گردد. هر موقعیت در فضا به وسیله الگوی منحصر به فردی از فعالیت نشان داده می‌شود. در مجموع، فعالیت سلول‌های محل و سلول‌های شبکه‌ای، موجب شکل‌گیری نقشهٔ ذهنی از محیط.



اطراف می‌شود، که در طول دیدارهای بعدی ذخیره و دوباره فعال می‌شود.

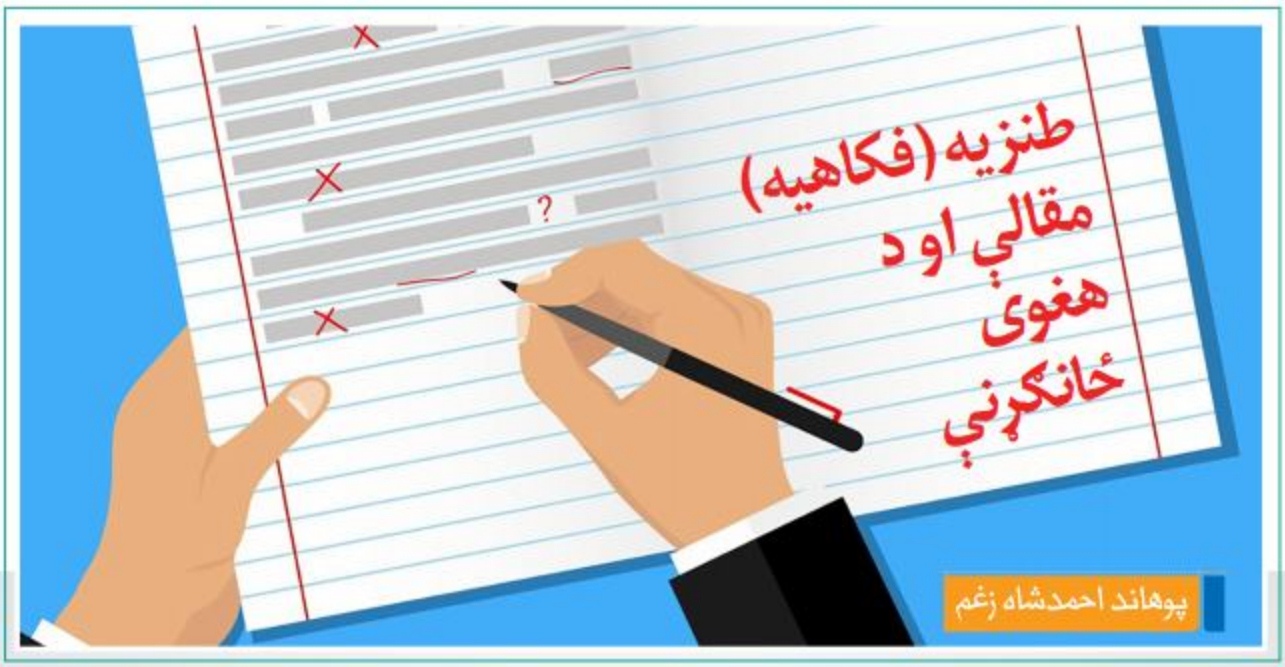
الگوی فعال‌سازی بسیار منظم سلول‌های شبکه‌ای را می‌توان در انسان‌ها مشاهده کرد- اما مهم‌تر اینکه، نه فقط در طول هدایت فضاهای جغرافیایی. مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۶ نشان می دهد که سلول‌های شبکه‌ای نیز در هنگام یادگیری مفاهیم جدید، فعال هستند. در آن مطالعه، داوطلبان یاد گرفتند تصویر پرندگان، که فقط به لحاظ طول گردن و پاها متفاوت بودند، را به نمادهای مختلفی مانند درخت یا زنگ، مرتبط سازند. پرنده‌ای با گردن دراز و پاهای کوتاه مربوط به درخت بود در حالی که پرنده‌ای با گردن کوتاه و پاهای دراز متعلق به زنگ بود. در نتیجه ترکیب خاصی از ویژگی‌های بدنی به وسیله نماد نشان داده می‌شد.

در آزمون حافظه متعاقبی که در اسکنر مغز انجام شد، داوطلبان نشان می‌دادند که پرندگان مربوط به کدام نماد بودند. جالب است که قشر انتورینال به شیوه‌ای بسیار شبیه به زمان هدایت، که سیستم هماهنگی را برای افکار ما ایجاد می‌کند، فعال شده بود. ژاکو بلموند، نویسنده اول این مطالعه، توضیح می‌دهد: «با ترکیب کردن همه این اکتشافات قبلی به این فرضیه دست یافتیم که صرف نظر از اینکه ما داریم به فضایی واقعی فکر می‌کنیم یا به فضایی بین ابعاد افکارمان، مغز نقشه‌ای ذهنی را ذخیره می‌کند. آموزش مغز ما می‌تواند مسیری در میان فضاهای افکار ما، در کنار ابعاد ذهنی مختلف، باشد.»

نگاشت تجربهٔ جدید

این عصب‌شناس ادامه می‌دهد: «این فرآیندها به ویژه برای نتیجه‌گیری در مورد اشیاء جدید یا موقعیت‌های جدید مفید است، حتی اگر هرگز آنها را تجربه نکرده باشیم.» انسان‌ها می‌توانند با استفاده از نقشه‌های موجود فضاهای شناختی، پیش‌بینی کنند که چیز جدیدی که می‌بینند چگونه و چقدر شبیه به چیزی است که قبلاً می‌دانستند؛ که این فرآیند با جای دادن آن چیز جدید در ابعاد موجود انجام می‌گیرد. اگر فردی تا به حال ببر، شیر یا یوزپلنگ را تجربه کرده باشد اما هرگز پلنگ را ندیده باشد، پلنگ را در محل مشابهی با سایر گربه‌سانان بزرگ در فضای شناختی مغز خود قرار می‌دهد.

فرد می‌تواند بر اساس دانش در مورد «گربه‌سانان بزرگی» که تا به حال در نقشه ذهنی ذخیره شده‌اند، در مواجهه با پلنگ به طور مناسبی واکنش نشان دهد. بلموند می‌گوید: «ما می‌توانیم به موقعیت‌های جدیدی که دائما با آنها روبرو می‌شویم تعمیم دهیم و نتیجه بگیریم که چگونه باید رفتار کنیم.»



سکوندنې (طنز، هزل، مطایبه او فکاهیات یوه معنا لري. طنزیه یا فکاهیه مقالې یو ټولنیز مطلب په داسې خوندورو الفاظو کې را اخلي، چې هم خندوونکی وي اوهم ملندې.

طنز د هجوې له ډولونو څخه دی، خو له هجوې سره یې توپیر په دې کې دی، چې د هجوې تېزي او صراحت په طنز کې نشته. په طنز کې ډېر خله اصلاح طلبانه او ټولنیز مقصدونه دي، په داسې حال کې، چې هجو خصوصي لوری لري. طنز د چا او یا شي د مقام تېټ راوستل دي، په داسې شکل چې د خندا او سرګرمی ور وګرځي او کله هم تحقیر پکې وي. هزل ټینګ (رکیک) او غیراخلاقي دی او تفریحي لوری لري.

فرهنګي کره کتونکو طنز په دوو ډولونو؛ رسمي یا مستقیم او غیر رسمي ویشلي دي.

- په مستقیم طنز کې، لومړی خبرې کوونکی شخص دی، په نېغه توګه له لوستونکي سره خبرې کوي.
- په غیرمستقیم طنز کې د اثر رامنځته کوونکي یا قهرمانان، خپل خان او خپلو باورونو باندې ملندې وهي.

طنز خندا پاروونکې کلمې دي، چې د انساني اروایي حالت سره تراو لري. په بله وینا؛ طنز د الفاظو هغه ډول آرایش دی، چې لوی تریخ واقعیت په زړېدونکي رانغاړي او په لنډه توګه یې خلکو ته وړاندې کوي.

ډاکټر سیروس شمیسا وایي: ((طنز په فارسي ادبیاتو کې د نظم او نثر په توګه موجود دی.)

تر هغه خایه، چې ما مطالعه کړې او را معلومه شوې، د طنز په چوکاټ او دایره کې ټوکې او ملندې هم راځي. فکاهیه او آن خینې خندا راوړونکې لنډې کیسې هم پکې راځي.

طنز، ټوکې او ټکالې په عامه توګه سره د تفریح او آرامی د احساس او خوند لپاره ویل کېږي، خو اصلاحي جنبه هم لري. ستیفن په دې باور و، چې: ((طنز، ټوکې او ټکالې د ژوندانه د لوړو ژورو هنرمندانه شعور دی، چې هنرمندانه څرګندونه پکې وشي.))

طنز ته مزاح هم وایي. د طنز او ټوکو ښکنه دا ده، چې هغه د ټولنیز بنسټ په کلک‌والي کې مرسته کوي، خو کله طنز ویل خطرناک هم وي او هغه دا چې د مقابل لوري د شخصیت کم راوستل یا سپکاوی پکې مطرح وي.

سرمحقق عبدالرحیم خدران په دغه برخه کې ډېر په زړه پورې مطالب ویلي؛ نومورې وایي: ((هغه څوک، چې منل شوي ارزښتونو ته په بې اعتنایی سره ګوري، نو بیا د ټوکمارو د ټوکو او طنز ویونکو تر سکوندنو لاندې راځي. په دې توګه سره وینو، چې ټوکې ټکالې په آسانی سره اجازه نه ورکوي، چې په یوه کلتوري او ژبني ساختمان کې شامل کسان یې د حلقې څخه ووځي او دغه جوړښت ته دې تاوان ورسېږي. په دې برسېره خندا په یوه ټاکلي اجتماعي جوړښت کې دننه کلتور د پردیو مضرو او نامطلوبو عناصرو څخه هم تر یوه حده پورې ساتي.

د طنز، ټوکو او ټکالو تاریخ د انسان له تاریخ سره تړلی دی. دا د یوې ورځې او یوه شخص محصول نه دی، بلکې د تاریخ په اوږدو کې زیږېدلی او وخت په وخت پکې زیاتوالی راغلی دی.



دا د ټولنې ګډمال دی. په ژبه او بیان کې په شعوري اوغیرشعوري دواړو صورتونو کې کومپډي عناصر پیداکېږي، چې البته دغه کومپډي عناصر په مختلفو ډولونو سره ویشـل کېږي؛ لکه: طنز، کنایه، رمز، تحریف، ظرفیت... او نوکې.))

د ټوکو نثر خوږ او له معنا ډک وي. په ټوکو کې نتیجه په وروستیو کرښو کې نغښتې او خندوونکې وي.

د طنز نثر په دې وروسـتیو کې مروج شوی او نن سبا په نړیواله کچه طنز ویل کېږي او لیکنې ډګر ته یې لار موندلې ده. د ټوکو توپیر له طنز سره دا دی، چې د ټوکو موضوع ډېر خله عیني وي، مخامخ او خولـه په خوله او یا د فکاهي پـه ډول د بل په آدرس ویل کېږي؛ خو طنز کېدلای شي طبیعي کیسه او پېښه نه وي او د یوه لیکوال یا شاعر له خوا جوړه شوې وي.

طنز یوه محتوا ده، چې په یوه قالب کې نغښـتل شـوې وي. په نړیوالو او زمونږ پښـتو ادبیاتو کې طنز په منظوم او منثور ډول موجود دی.

دلته به د ترکي ادبیاتو د یو طنز لیکوونکي لنډه پېژندنه او د کلام یوه برخه راواخلو:

عزیز نسـین د ترکیـې له مشـهورو لیکوالو، شـاعرانو او طنز لیکوونکو څخه دی، چې ډېر لنډ داستانونه یې ویلي دي. عزیز نسین ۳۷ ټوکه کتابونه لري. نومورې لیکي: تاسو زما په لېونتوب هغه وخت پوهېدای شـئ، چې زه په ترکیه کې په لس کلنـی کې د لیکنو لېوال شوم، هغه وخت زمونږ په کورنی کې په لیکلو او لوستلو قادر نه وو.

کله چې مې پلار زما له کاره خبرشـو، نـو د پلرونو په څېر یې راته وویل: ((زویه! هله همدا اوس کوښـښ وکړه، چې خپل استعداد سر له اوسه په کار واچوې، چې په راتلونکې کې تر یوه مړی ډوډی وخورې. که له ما اورې، شـاعري او لیکوالي یو خوا پرېږده، چې ټول عمر به خورېږي او په ژوند کې به مجروح او سرګردان یې.

بدبختي دا وه چې تراوسـه مې لا قلم په لاس کې نه و اخېستی، چې عسـکري لېسې ته یې واستولم. د عمر په اوږدو کې مې چې څه غوښـتل هغه مې ترسره نه‌کړای شـو او چې څه مې وکړل، هغه مې وروسـته خوښ نه‌کړل، په داسـې حال چې ما غوښتل لیکوال شم، سرټېری شوم. علت یې دا و، چې هغه وخت خوارانو او غریبانو یوازې همدومره کولای شـول، چې په عسکري ښوونځیو کې درس ولولي؛ په پای کې یې له ما څخه یو عسـکري افسـر جوړ کړ، خو شپږ کاله په هغه زندان کې وم او تري راووتـم او د خپل زړه په کار (لیکوالی) مې پیل وکړ.

په پیل کې مې په شاعری پیل وکړ؛ خو ددې لپاره چې شعر ته په ډېر درنښت قایل وم، ومې نه غوښتل هغه خراب کړم. بیا مې په رومان لیکلو پیل وکړ، نو لومړی مې خپل داسـتان ولیکه او یوې خپرندویه ټولنې ته مې وسپاره. مسوول مدیر د هغه له ویلو وروسته ددې پرځای چې پرنګ پرنګ وژاړي، په کړس کړس وخندل او زیاته یې کړه:

آفرین پرتا! بیا هم ماته دغسې داستانونه راوړه... دا ډول ناامېدي او وېره اوس راسـره ده او له یاده مې نـه ده وتلې. هغه څه مې چې د خلکو د ژړېدلو لپاره لیکلي، هغوی یې وخندول او په دې ډول یې زه فکاهي نویس (لیکوونکی) معرفي کړم؛ خو اوس هم، چې ډېر کلونه تېرېږي، په رښتیا نه پوهېږم، چې طنز لیکنه څه شی ده؟

طنز عربي کلمه ده، لغوي معنا یې ناز او کرشمه، پیغور، مسخره کول او سـرزنش کول او په اصطلاح کې یو خانګړی ادبي ډول دی، چې د پېژندنې لپاره یې بېلابېلو ادبیاتو او څېړونکو بېلابېلې توضیحي او تشـرېحي څرګندونې کړې دي. همدارنګه طنز هغه وینا ده، چې ټولنیز فساد او نادودي پکې راخي، یا دا چې:

((طنـز د ادبي پانو یـو ژانر او د لیکنې خانګـړې لاره ده، چې اصلي مقصد پکې انتقاد دی، خو دا انتقاد د شـوخی، رېشـخند او تمسـخر په جامه کې نغښـتي وي، د وینا لحن او انـداز یې په زړه پورو ټوکو ټکالو په بنه وي او مسـایل پکې زیاتره وخت سـرچپه او معکـوس مطرح کېږي. طنز په ادبي اصطلاح هغه نثر یا شـعر دی، چې په تمسخر سره په ټولنه کې د وګړو د نادودو، ناوړه کړنو، اخلاقي فسادونو، نیمګړتیاوو او کمزورۍ ښوونه کوي.))

اوس څرګنده شوه، چې طنز یو معنایي فورم دی، نه شکلي. طنز لکه کیسـه یا مثنوي یا لنډۍ خانګړی قالب نه لري، بلکې منظوم او منثور وي.

زما اصلي موخـه د طنز معرفي نه وه، کنه نو لازمه وه، د طنز په تعریفونـو، ډولونو، تاریخ، د طنز په لیکوالانـو او خینو بېلګو مو رنا اچولې وای. طنز د مقالې په شـکل او معنا لـه پلوه ډېر ډولونه لري؛ اوږدې او وړې، کیسـې، ډرامې ته ورته، فلمي، ادبي ټوټې، داستان او رومان ته هم ورته وي.



روانشناسی مثبت

برخلاف روانشناسی سنتی که بیشتر بر روی علل و نشانه های بیماری های روحی و روانی و اختلالات عاطفی تمرکز دارد، روانشناسی مثبت بر روی صفات، الگوهای فکری، رفتارها و تجاربی که به تفکر منجر می شوند و می توانند کیفیت زندگی روزمره فرد را بهبود ببخشند، تاکید دارد.

این موارد ممکن است در برگیرنده خوش بینی، معنویت، امیدواری، خوشبختی، خلاقیت، پشتکار، عدالت و اراده آزادانه باشد.

روانشناسی مثبت در مورد کاوش نقاط قوت فرد است و به جای تمرکز بر روی نقاط ضعف، بر روی نقاط مثبت فرد تاکید می کند. هدف از این نوع روانشناسی جایگزین کردن اشکال سنتی درمان با اشکال مدرن نیست بلکه می خواهد تعادل بهتر و بیشتری در فرایندهای درمانی فراهم آورد.

این نوع روانشناسی چه زمانی مورد استفاده قرار می گیرد؟

روانشناسی مثبت را می توان بر روی کودکان و بزرگسالان در مراکز آموزشی و مراکز مراقبت از سلامت روحی و روانی اعمال کرد و به عنوان تمرینات مشاوره شخصی نیز از آن بهره برد. برای روانشناسی مثبت خارج از حوزه تمرینات درمانی همچون مدیریت منابع انسانی و مدیریت کسب وکارها، فضای بازی وجود دارد.

چه انتظاری باید از این نوع روانشناسی داشته باشیم؟

روانشناسی مثبت اغلب به عنوان علم خوشحالی و شاد زیستن در نظر گرفته می

شـــود. یکی از سوالاتی که روانشناسان این حوزه تلاش دارند به آن پاسخ دهند این است: آیا فرد می تواند همزمان هم شاد باشـــد و هم واقعی و منطقی فکر کند؟ با اینکه روانشناســـی مثبت مشـــکلات موجود در جهان و در افراد را تایید می کند اما بر این باور اســـت که فـــرد هنوز هم مـــی تواند در چنین شـــرایطی خلاق، معنی گرا و شـــاد زندگی کند و به رضایت خوبی دست یابد.

هدف از این طرز تفکر به حداقل رســـاندن افکار و رفتار منفی در افراد و توســـعه طرز فکر خوش بینانه اســـت که می تواند زندگی فردی، حرفه ای و اجتماعی فرد را بهبود ببخشد. مشـــاوران و درمانگران این حوزه از انواع مختلف تجربیات و تداخلات برای کمک به افراد استفاده می کنند تا بتوانند آن ها را در مورد نقاط قوت خود آگاه سازند و بتوانند صفات و نقاط قوتشان را تقویت کنند.

این نوع روانشناسی چگونه کار می کند؟

رواشناســـی مثبت و حرکت آن از سال ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ آغاز شـــد. ایـــن موضوع با معرفی رویکرد انسانی تر برای درمان شروع به کار کرد.

بعد از این معرفی، روانشناسان به این نتیجه رسیدند که بررسی اسیب های موجود در فرد نمی تواند کمکی به او بکند و او را از مشکلات روحی و روانی باز دارد.

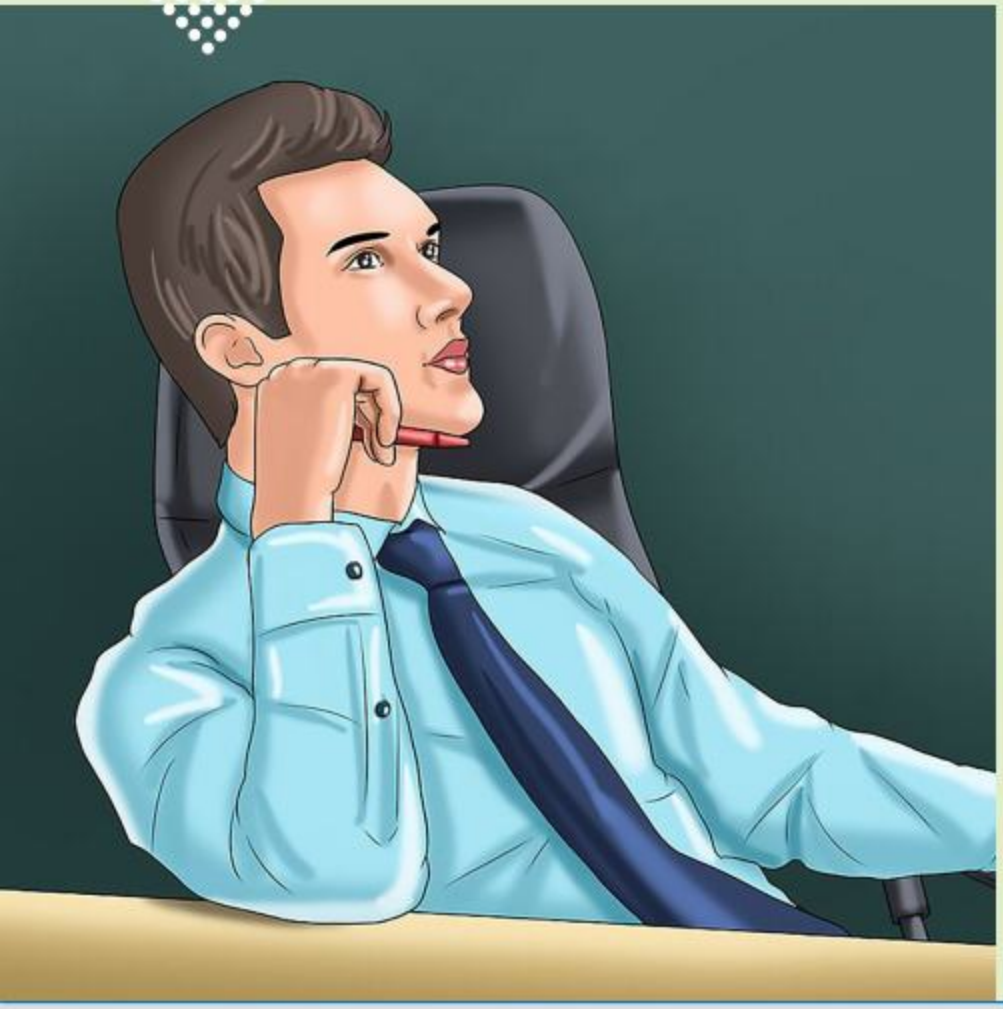
در اواخر ســـال ۱۹۹۰ روانشناسی به نام مارتیت ســـلیگمن به این نتیجه رسید که برای پیشگیری از بروز بیماری های روحی، محققان و شـــرکت کنندگان بایـــد به دنبال بررسی نقاط قوت افراد باشند و تنها بر روی نقاط منفی و نقاط ضعف او تمرکز نکنند.

او به این نتیجه رســـید که بررســـی و بهبود صفات شـــخصیتی مثبت یک فرد می تواند او را در برابر بروز بیماری های روحی و روانی بیمه کند. به همین خاطر پیشـــنهاد کرد که روانشناســـی موفقیت آمیز در آینده نباید تنها بر روی مشـــکلات فرد تمرکـــز کند و باید قدرت و نقاط قوت فرد را نیز مدنظر داشـــته باشـــد و بر روی بهبود آن ها تمرکز نماید. او تمریناتی را در حوزه خوشـــحالی و شادی پیشـــنهاد کرد که می توان از آن ها در افرادی که افســـردگی، اضطراب یا مشکلی دارند استفاده نمود.

در روانشناسی مثبت باید به دنبال چه چیزی باشیم؟

علـــم روانشناســـی مثبـــت را می توان در همه ســـطوح مربیگری، مشـــاوره و روان درمانی به کار بـــرد. به دنبال فرد حرفه ای متخصص و آگاه به علم روانشناسی مثبت بگردید. علاوه بر یافتن فردی که پس زمینه آموزشـــی مثبتی دارد، باید به دنبال درمانگری باشـــید که با او راحت هستید و می توانید مشکلات شخصی خود را با او در میان بگذارید.

منبع: مجلهٔ سلامت





انارشیزم

عبد الله قادری

در بارهٔ انارشـــیزم در مقالهٔ قبلی به صورت مختصر نوشته بودم، انارشـــیزم را تعریف و جنبه هـــای متعدد آنرا مورد بحـــث قرار داده ام، درمیان نظریات انارشیســـتی صورت بندی های گوناگون انجام گرفته اســـت. تشکیل نظریات جدیداً انارشیســـتی بعد از نوشـــته ویلیام گادوین در سال ۱۷۹۳ با نام تفحصی پیرامون عدالت سیاســـی و تأثیرش بر شادمانی و فضیلت عام آغاز شد. اکثریت اندیشمندان انارشیزم که می توان از آنها نام برد عبارت اند از: پرودون، باکونین، اشـــتیرنر، تاکر، تولستوی وکروپتکین که به دنباله کار گادویـــن درباره انارشـــیزم نظریـــات را ارایه داده اند. اغلب اندیشمندان و نظریه پردازان مکتب انارشیزم پیرو و یا نظریه پردازی یکی از شاخه های انارشیزم خواهد بود.

انارشیزم کمونیست

انارشیزم سندیکالیست (سندیکاگرا)

انارشیزم فردگرا (فردگرا)

انارشیزم دینی

انارشیزم فیمینیست

در مورد انارشیســـت کمونیســـت، سندیکالیست، دینی و فمینیســـت فعلاً بحث نمی کنم، از این میان رابطه به انارشـــیزم فرد گرا، معلومات را ارایه خواهم نمود، برای اینکه فردگرا بودن امـــروزه محور بحث اکثریت از مکتب های عقل گرا است.



انارشیزم فردگرا

اســـاس تیوریک انارشـــیزم فردگرا را در آثار ماکس اشتیرنر آلمانی و بنیامین تاکر آمریکایی می‌توان پیدا کرد. اشـــتیرنر درکتاب او و هرآنچه از اوســـت (چاپ نخست ۱۸۴۴) عقایدش را تشـــریح کرده‌اســـت. بـــه اعتقاد وی انســـان حق دارد هر آنچه می‌خواهد انجام دهد؛ و هر چه آزادی وی را ســـلب کند نابود باید گردد. اشتیرنر در بیان خود بیشـــترین تاکید را بر آزادی انســـان می کند و چنین



استنباط می شود که برای انسان عام و تام آزادی می دهد و در واقعیت امرانسان باید آزاد باشد فرق نمی کند که در کدام زمینه آزادی دارد، صرف مهم این است که آزادی را در تحت هر نوع شرایط برای انسان هدیه کرد.

ولی نکته مهم که در نظریات اکثریت از اومانست ها و نظریه پردازان انسان گرا در میابیم که، برای آزادی انسان تا آنجایی حد و مرز قایل شده نمی توانیم که آزادی یک فرد باعث از بین رفتن آزادی دیگران نشود.

به قول لاک؛ سرحد آزادی خود، آزادی است و هیچ مرز دیگری نمی تواند وارد آزادی گردد، پس آزاد بودن باید آزادی را کنترول نماید.

اشتیرنر نه تنها با قانون و مالکیت خصوصی سرمخالفت می‌دارد بلکه با مفاهیم دین وکشور و خانواده و عشق هم بنای ناسازگاری می‌گذارد، در این زمینه نیز بر آزادی توجه بیشتر دارد و آزادی را اصل قرار می دهد. منتها مخالفت وی با این مفاهیم به معنی فتوا به نابودی آنها نیست. بلکه از نظر وی، انسان در صورت رضایت خاطر، هرگاه بخواهد، می‌تواند به این مفاهیم تن دهد، ولی سرسپردگی به این مفاهیم وظیفه شخص نیست.

در میان اندیشمندان انارشیزم دید گاه های تاکر را با نام انارشیزم فلسفی نیز می‌شناسند و آن را سهم آمریکاییان در تاریخ نظریه انارشیزم به حساب می آورند، زیرا تاکر آمریکایی است که نظریات منسجم و تیوریک در باره انارشیزم از نوع فردگرایی دارد. در میان دید گاه های انارشیستی به صورت مداوم مخالفت های دیگاه ها وجود دارد، و نظریات موجود در این میان در اکثر اوقات در مقابل همدیگر قرار دارند.

این تقابل افگنی مخالفانی هم می‌دارد. تاکر در نظریه‌پردازی‌های خویش از دارایی چیست؟ پرودون اثر می پزیرد او با هرگونه اعمال قدرت از سوی دولت مخالف بود و آن را غیراخلاقی می‌دانست. تاکر و پیروانش با چهار انحصار اصلی‌ای که آبشخورشان وجود دولت می‌بود به مخالفت پرداختند: زمین، پول، دادوستد و حقوق پدیدآورندگان. نابودی این انحصارات را مایه از میان رفتن فقر می‌دانستند. بلاخره با قدرت گرفتن سندیکاها و سایر پیکره‌های اجتماعی در ایالات متحده انارشیزم فردگرا افول کرد.

روی همرفته در میان جوامع عقب مانده به اصطلاح آنارشیست های فرد گرا از نوع غیر تیوریک یا بگونه عمل گرایی قاعده آنارشیستی هرج و مرج گری دیده می شود و در کشور ما نیز همچون واقعیت های از نوع انارشیستی موجود است، در اکثریت از نقاط دولت حاکمیت ندارد و از طرفی دیگر، عده است که به شکل از اشکال به حکومت پشت می کنند.

در پایان می توان ابراز داشت فرد گرایی وجود دارد، اما در اصطلاح فردگرایی انارشیستی نه؛ چون در اکثریت کشور های که از لحاظ فلسفه اومانیستی پخته تر شده اند، دیگر فرد گرایی را از منظر فرد گرایی اومانست فلسفی و فرد گرایی مبتنی بر موجودیت فرد، در نظام بازار آزاد تلقی می شود. ولی در کشور های عقب مانده بیشتر فرد گرایی بر محورانارشیستی استوار است.



تأثیرات جنگل‌ها بالای تغییرات اقلیمی

نتایج برخی از مطالعات نشان می‌دهد که درختان همیشه ناجیان اقلیمی نیستند.

وقتی بحث مبارزه با تغییرات اقلیمی پیش می‌آید، درختان به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین سلاح‌ها مطرح می‌شوند. در وضعیتی که اکثر کشورها پیشرفت ناچیزی در زمینه‌ی کنترول انتشارات کاربنی خود دارند، بسیاری از دولت‌ها و حامیان محیط زیست برای کاهش تغییرات اقلیمی طرح‌هایی برای کاشت درختان با هدف جذب کاربن‌دی‌اکسید از اتمسفر آماده کرده‌اند. اما پژوهش‌های جدید نشان می‌دهند که درختان ممکن است همیشه به اندازه‌ای که انتظار می‌رود، سودمند نباشند.

طرح‌های مربوط به جنگل از زمان توافقنامه‌ی اقلیمی پاریس در سال ۲۰۱۵، از سوی دولت‌های مختلف برای جبران انتشارات کاربنی ناشی از استفاده از سوخت‌های فسیلی و دیگر منابع، توجه و تلاش زیادی را به خود جلب کردند.

چین قصد دارد که در مساحتی درحدود چهار برابر اندازه‌ی کشور انگلستان درخت بکارد. کالیفرنیا نیز مجوزهایی به مالکان جنگل برای فروش اعتباراتی به شرکت‌هایی که کاربن‌دی‌اکسید تولید می‌کنند، داده است و دیگر ایالت‌های آمریکا نیز برنامه‌های مشابهی درنظر دارند که می‌تواند موجب تشویق پروژه‌هایی که جنگل‌های جدید ایجاد می‌کنند و از جنگل‌های موجود محافظت می‌کنند، شود.

اتحادیه‌ی اروپا نیز برای مبارزه با تغییرات اقلیمی، راهکار ایجاد جنگل را مطرح کرده است. برخی از دولت‌ها نیز میلیاردها دالر را به پروژه‌های مرتبط با جنگل‌های گرمسیری اختصاص داده‌اند. بسیاری از دانشمندان از طرح‌های گسترش جنگل‌ها حمایت می‌کنند درحالی‌که برخی درمورد آن محتاط هستند. دانشمندانِ مشکوک استدلال می‌کنند که جنگل‌ها نسبت‌به چیزی که سیاست‌گذاران و حتی برخی از دانشمندان تصور می‌کنند، دارای تأثیرات اقلیمی پیچیده‌تر و نامشخص‌تری هستند.

اگرچه درختان با گرفتن کاربن طی فتوسنتز، موجب خنک شدن هوا می‌شوند، آن‌ها همچنین ترکیب پیچیده‌ای از انواع مواد کیمیاوی تولید می‌کنند که برخی از آن‌ها موجب گرم شدن زمین می‌شوند. برگ‌های تیره‌ی درختان نیز می‌توانند موجب جذب نور خورشید و گرم شدن هوا شوند.

تجزیه‌وتحلیل‌هایی در سال‌های گذشته انجام شده است، نشان می‌دهند که این تأثیرات گرمایش جنگل‌ها می‌تواند تاحدودی یا به‌کلی اثرات خنک‌کنندگی آن‌ها را بی‌اثر کند. چنین نگرانی‌هایی موجب ایجاد مباحثه‌های شدیدی در میان دانشمندان درمورد چگونگی تأثیرات اقلیمی جنگل‌ها در مناطق مختلف شده است.

هیچ‌کس منکر مزایای متعدد درختان

درختان کـه می‌توانند روی آلودگی هـوا و اقلیم تاثیر بگذارند، هستند. در همین حین برخی از پژوهشگران درمورد انتشـار نتایجی که مزایـای اقلیمی درختان را به چالش بکشـد، نگران هسـتند. حتی یک دانشمند پس از نوشـتن مطلبی علیه کاشـت درختان به هدف جلوگیری از تغییرات اقلیمی، تهدید به مرگ شد. هرچه دانشـمندان بیشـتر وارد این بحث می‌شوند، سوالات بیشـتری به‌وجـود می‌آیـد. در همین زمـان، افزایش هشـدارهای جدی درمورد تغییرات اقلیمی و احتمال تخصیص منابع مالی زیاد برای ایجاد جنگل، باعث شده است که موضوع تاثیر درختان روی اقلیم یک فوریت محسوب شود.

اگر برنامه‌های کاشـت درختان به‌همان صورت که تبلیغ می‌شـود، موثر باشـد، آن‌ها می‌توانند زمان ارزشمندی را برای دنیا به‌منظور کاهش وابسـتگی به سـوخت‌های فسیلی و جایگزینی آن‌ها با منابع پاک‌تر انرژی بخرند.

در مطالعـه‌ای کـه در سـال ۲۰۱۷ منتشر شـد، برآورد شـد که جنگل‌ها و دیگر ایکوسیسـتم‌ها می‌توانند بیش از یک‌سوم کل کاهش‌هـای کاربن‌دی‌اکسـیدی را کـه برای حفظ افزایش گرمـای جهانی زیر دو درجه‌ی سانتیگراد تا سـال ۲۰۳۰ لازم است، برآورده سـازند. اگرچه این مطالعه متکی به فرضیات بزرگی مانند دسترسی به مکانیسم‌های مالی و اراده‌ی سیاسی اسـت. نویسندگان این مقاله می‌گویند که در حالی‌که جهان با منبع اصلی انتشـارات کاربنی (سـوخت‌های فسـیلی) گلاویـز اسـت، جنگل‌ها می‌توانند راهکار موقت مهمی باشند.

نخسـتین کشـف مرتبـط بـا اینکـه گیاهـان کاربن‌دی‌اکسـید را از هوا می‌گیرند، به دهه‌ی ۱۷۸۰ برمی‌گردد؛ زمانی که جین سـنبیر کشـیش سویسـی گیاهان را در شـرایط مختلف محیطی پرورش داد. او نشـان داد که گیاهان کاربن‌دی‌کسـید را از هوا گرفته، تجزیـه می‌کننـد و کاربـن آن را مورد اسـتفاده قرار می‌دهند؛ ایده‌ای که توسـط اکتشافات بعدی در مورد مکانیسم‌های فتوسنتز تایید شد. پس از گذشت بیش از دو قرن، شواهد سنبیر مولفه‌ی مهمی از برنامه‌ریزی‌های



در ارتباط با محیط نیسـت؛ جنگل‌ها مزایای متعددی دارند و بخش عظیمی از تنوع زیستی خشکی را در خود جای داده‌اند و هیچ دانشـمندی طرفـدار از بین رفتن جنگل‌ها نیست.

اما همانطور که دولت‌ها، شرکت‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعـی برنامه‌هـای بلندپروازانه‌ی خـود را برای کاهـش تغییـرات اقلیمی پیـش می‌برنـد، برخی از دانشمندان درمورد تکیه روی جنگل‌ها به‌عنوان راه‌حلی برای مشکل گرمایش زمین تا زمانی که درک بهتری در این زمینه به دست آید، هشدار می‌دهند.

پژوهشگران مشغول انجام بررسی‌های گسترده‌ای با اسـتفاده از هواپیماهـا، ماهواره‌هـا و برج‌ها برای مشـخص کردن مواد کیمیاوی منتشـر شـده از سوی

طرح‌های مبارزه بـا افزایش تجمع کاربن‌دی‌اکسـید در اتمسفر به‌شـمار می‌آید. بر این اساس، درختان می‌توانند برای دهه‌ها یا حتی قرن‌ها، کاربن را در چوب و ریشه‌های خود ذخیره کنند. قرارداد آب‌وهوایی سال ۱۹۹۷ که با نام پیمان کیوتو نیز شـناخته می‌شـود، از کشورهای ثروتمند می‌خواسـت که برای محـدود کردن انتشـارات گازهای گلخانه‌ای، روی ذخیـره‌ی کاربن در جنگل‌ها تکیه کنند. در عمل به‌علت روندهای مالی و عوامل دیگر، کشورهای معدودی این کار را انجام دادند.

در مذاکرات بعدی چهارچوبی باهدف قادر سـاختن کشورهای ثروتمند برای ارائه‌ی پرداخت‌هایـی بـه کشـورهای گرمسـیری فقیرتر به‌منظور کاهش انتشـارات حاصل از جنگل‌زدایـی و افزایش ذخیـره‌ی کاربن در جنگل‌ها، تعیین شد. این چارچوب به‌موجب توافق نامه‌ی سـال ۲۰۱۵ پاریس که کشورها را متعهد به کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای می‌کرد، قانونی شـد و بیش از پنجاه کشـور متعهد به ایجاد پوشش درختی یا حفاظت از جنگل‌های موجود شـدند. چنین طرح‌هایی نیازمنـد اطلاعـات دقیقی درمـورد مقدار کاربنی که در جنگل‌ها ذخیره می‌شود، است.



طـی چند دهه‌ی گذشـته دانشـمندان بـرای تهیـه‌ی برآوردهـای ملـی از کاهش کاربن و منفعـت حاصل از ایجاد پوشـش گیاهی توسـط مطالعه‌های میدانی و استفاده از اطلاعات ماهواره‌ای تلاش‌هایی انجام داده‌اند. در سال ۲۰۱۱، یک گروه بین‌المللی از پژوهشـگران به این نتیجه رسیدند که جنگل‌ها در سرتاسـر جهان محل ذخیـره‌ی بزرگی برای کاربن هسـتند و نسـبت‌به گازهایی که آن‌ها طی تنفس و پوسـیدگی تولید می‌کنند، کاربن بیشـتری طی فتوسنتز و تولیـد چوب تولید می‌کنند. اگرچه این بدان معنا نیسـت که تمام جنگل‌ها موجب خنک شـدن سـیاره می‌شوند. دهه‌هاسـت دانشـمندان می‌دانند برگ درختان نسبت‌به دیگر پوشـش‌های گیاهی و مزارع و زمین‌های بایر، مقدار بیشتری از گرمای خورشـید را جذب می‌کنند. جنگل‌ها می‌توانند سـطح آلبدوی زمین را کاهش دهند به این معنا که سیاره مقدار کمتری از نور ورودی به زمین را به فضا بر می‌گرداند و این امر منجر به گرم شدن بیشتر می‌شود. این اثر به‌خصوص در عرض‌های بیشـتر و در کوهستان‌ها یا مناطق خشـک که در آن‌ها درختان کونیفر دارای برگ‌های تیره‌ی دارای رشـد آهسـته سـطح زمین را می‌پوشانند، برجسته‌تر است.

بیشتر دانشمندان توافق دارند که جنگل‌های گرمسیر، خنک‌کننده‌های اقلیمی آشکاری هستند: درختان در آن‌جا نسبتا سریع رشـد می‌کنند و مقادیر عظیمی از آب را وارد هوا می‌کنند که موجب تشکیل ابر می‌شود؛ دو اثری که به خنک شدن آب‌وهوا کمک می‌کنند. اخیرا مطالعاتی برای گنجاندن دیگـر راه‌هایی که جنگل‌ها می‌توانند روی اقلیم تاثیرگذار باشـند، انجام شده اسـت. دانشمندان می‌دانند که درختان با زندگی، رشـد و مـرگ در حال تبادل دائمی

می‌توانـد از طریق کمک به تولید ذرات آئروسـلی که نور خورشـیدی را به دام می‌اندازند، دارای تاثیر خنک‌کنندگی نیز باشد.

اونگر با اسـتفاده از یک مدل زمین-سیسـتم اثرات انتشارات کیمیاوی حاصل از جنگل را برآورد کرده است. نتایج او نشـان می‌دهد که در طول دوره‌ی صنعتی، تبدیل جنگل به زمین‌های کشـاورزی دارای تاثیر کلی ناچیزی روی اقلیم بوده است. از بین بردن جنگل‌ها، کاربن ذخیره شـده در درختان را آزاد می‌کند امـا در عین حال آلبدوی زمیـن را نیز افزایش می‌دهـد (منجر به خنک شدن می‌شـود) و از میزان انتشارات ترکیبات آلی فرار می‌کاهد. اونگـر به‌عنوان یک نتیجه پیشنهاد می‌کند که جنگل‌زدایی می‌تواند دارای اثرات اقلیمی نامشـخصی باشد. درختان در مناطق گرمسـیری و معتدل مقادیر عظیمی از ایزوپرن منتشر می‌کنند که در بیشتر طرح‌های جنگلی در نظر گرفته نمی‌شوند.

جنگل‌های شـمالی کـه در عرض‌های جغرافیایی بالاتر قرار گرفته‌اند، عمدتا ترپن‌ها را منتشر می‌کنند. این ذرات با ایجاد آئروسل‌ها می‌توانند نور خورشید را بلوکه کرده و تشکیل ذرات ابر را تقویت کنند. او خاطر نشـان کرد که مطالعه‌ی او یک مطالعـه‌ی مقدماتی بوده و خواستار افزایش نظارت روی مواد کیمیاوی حاصـل از جنگل‌ها و تعامـلات جوی آن‌ها شـد. او در نیویورک تایمز دراین مورد مطلبی تحت عنوان «برای نجات زمین، درخت نکارید» نوشـت با این اسـتدلال که تاثیـر گرم‌کنندگی یـا خنک‌کنندگی جنگل‌ها روی آب‌وهوا مشخص نیست و کاشت درختان یک اسـتراتژی خطرنـاک برای مبارزه با تغییـرات اقلیمی اسـت. این مقاله و به‌ویژه عنوانی که برای آن انتخاب شده بود، موجب بروز یک سونامی از اعتراضات پژوهشگرانی شد که این گزارش را به‌عنوان تهدیدی برای سال‌ها پژوهش تلقی کردند. گروهی از دانشمندان مشتکل از سی دانشمند علوم جنگل، در پاسخ به این مطلب در وب‌سایت مونگابی نوشتند که «ما شدیدا با این پیام پروفسور اونگر مخالفیم».

منبع: زومت



کاربـن، آب و نور و مواد کیمیاوی هسـتند که می‌تواند با آب‌وهوا در تعامل باشند.

«نادین اونگر» کیمیدان اتموسفیری در دانشگاه yale یکی از نخسـتین مطالعات جهانی را روی بخشی از این چالش انجام داده است: تاثیر ترکیبات آلی فرار یا VOC ها که توسـط درختان منتشر می‌شود. یکی از این ترکیبات ایزوپرن است، هایدروکاربن کوچکی که می‌تواند از طرق مختلف موجب گرم شـدن زمین شود. این هایدروکاربن می‌تواند با نیتروژن اکسید موجود در هوا واکنش نشان دهد و موجب تشکیل ازن شود که وقتی در بخش پایین اتمسفر جای می‌گیرد، یک گاز گرم‌کننده‌ی قوی اسـت. ایزوپرن همچنین می‌تواند طول عمر میتان اتمسفری را که یک گاز گلخانه‌ای دیگر اسـت، افزایش دهد. با این‌همه، ایزوپرن

4.75G+
افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS
ارتباط دهندهٔ افغانستان
Connecting Afghanistan

سریعتر
بزرگتر
بهتر

6 بسته عالی

کهکشان
KAHKASHAN COMBO

از بسته های جدید انترنتی کامبو لذت ببرید!

قیمت (افغانی)	امتیازات پیشکش	مدت اعتبار	کود فعال سازی
199	1 جی بی انترنت + 30* دقیقه تماس+ 300* پیام کتبی	30 روز	*477*198*1#
349	2 جی بی انترنت + 60* دقیقه تماس + 600* پیام کتبی	30 روز	*477*349*1#
499	4 جی بی انترنت + 120* دقیقه تماس + 1200* پیام کتبی	30 روز	*477*499*1#

*از افغان بیسیم به افغان بیسیم

از بسته های انترنت فوق الذکر (نصف آن برای استفاده عادی ونصف دیگر آن) بین 12:00 شب الی 7:00 صبح قابل استفاده میباشد.

بسته های عادی

قیمت (افغانی)	بسته ها	مدت اعتبار	کود فعال سازی
250	1 جی بی (1024 MB)	30 روز	*477*4*1#
400	3 جی بی (3072 MB)	30 روز	*477*5*1#
600	5 جی بی (5120 MB)	30 روز	*477*6*1#

4.75G+

زندگی سریعتر
زندگی بهتر

افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS
ارتباط دهندهٔ افغانستان
Connecting Afghanistan

حالا سیم کارت خویش را به 4G LTE تبدیل نمایید

از بسته های

4.75G+ به قیمت

3G لذت ببرید

1 جی بی

250 افغانی

در صفحهٔ پیام 1GB نوشته و به 151 ارسال نمایید

3 جی بی

400 افغانی

در صفحهٔ پیام 3GB نوشته و به 151 ارسال نمایید

5 جی بی

600 افغانی

در صفحهٔ پیام 5GB نوشته و به 151 ارسال نمایید

مدت اعتبار هر بسته 30 روز میباشد.

چگونگی نوشتن Resume کاری



معرفینامه میتواند بصورت تایپ شده در حداکثر یک یا دو صفحه در قالب اوراق چاپ شده و یا نسخه الکترونیکی در قالب فایلهای DOC PDF , از سوی کارجو به کارفرما ارائه گردد. در برخی کشورهای اروپایی و آسیایی به Resume عنوان سی وی CV که مخففی از عبارت CURRICULUM VITAE است نیز اطلاق می گردد.

کارفرمایان مایلند تا قبل از مصاحبه تیلیفونی و یا حضوری با متقاضیان، ضمن صرفه جویی در وقت خود کارجویان را از روی تجربیات و توانایی های شان گروه بندی یا اصطلاحاً غربال کنند. این کار به آنها این امکان را می دهد که با رتبه بندی Resume های وارده، افراد مورد نیاز خود را که دارای انگیزه و توانایی کافی هستند به مصاحبه دعوت و در نهایت بهترینها را استخدام نمایند. بررسی Resume متقاضیان ضمن ایجاد صرفه جویی در وقت کارفرمایان در مرحله گزینش باعث می شود تا معیارهای سنجشی آنها بشکل مؤثرتری انجام پذیرفته و از پرداختن به تماس‌ها و مصاحبه های غیر مرتبط با موضوع کار اجتناب گردد.

اگر بعنوان کارجو بدنبال کار هستید هوشیار باشید که ارائه Resume فرصت مناسبی برای عرضه و تبلیغ توانایی و مهارتهای شما به کارفرما است. هدف نهایی Resume این است که ملاقات با کارفرما را برایتان تضمین نموده و در نهایت شما را به سوی میز مصاحبه استخدامی هدایت نماید. به یاد داشته باشید که Resume شما، نماینده و معرف شما نزد کارفرمایی است که هنوز شما را ندیده و نمی شناسد. پس نحوه طراحی آن به گونه ای که معرف قابلیتها و شایستگی های شما باشد، از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

به یاد داشته باشید که همیشه و در هر ارتباطی اولین برخورد نقش کلیدی و مؤثری در ادامه و بقاء رابطه ایفاء می نماید و Resume شما اولین برخورد شما (هر چند غیر حضوری) با کارفرما بوده که نمایانگر شناخت یا تعبیر وی از قابلیتهای شما خواهد بود. لذا دقت داشته باشید که نوع انتخاب کلمات و ساختار جمله بندی شما در ذهن کارفرما می تواند بیانگر سطح دانش، تحصیلات و تجربیات اجتماعی شما باشد. Resume شما باید شما را فردی مشتاق و همچنین تجربیات کاریتان را مرتبط و جذاب نشان دهد.

ساختار ستندرد Resume :

هر Resume از ساختار و قالبی مشخص برخوردار است. این بدین معنی است که محتویات مندرج در Resume می بایست در قسمتهای مجزا و بترتیبی معین نوشته شود.



توصیه می شود قبل از توضیح هر قسمت، عنوان آنرا با یک تیتر از سایر محتویات جدا و مشخص نمائید. این امر سبب می شود تا چشم خواننده بسهولت و سرعت مطالب دلخواه را بیابد. در زیر به بررسی ساختار Resume در ۷ بند می پردازیم که ۳ قسمت اول در این بخش و ۴ قسمت بعدی در بخش بعد معرفی میشوند.

۱- اطلاعات شخصی

این قسمت شامل اطلاعات اولیه کارجو بوده و بعنوان اولین بخش Resume قرار می گیرد. اطلاعات این قسمت شامل نام کامل، شماره شناسنامه، شماره کارت ملی، تیلیفون تماس، آدرس ایمیل یا پست الکترونیک، سال تولد و محدوده سکونت کارجو می باشد.

نام باید بصورت کامل (نام و نام خانوادگی) بوده و با سایزی بزرگتر (Bold) درج شود. سال تولد صرفاً جهت اطلاع کارفرما از سن شماست و لذا درج دقیق ماه و روز آن غیر ضروری است. توصیه می شود بدلیل حفظ حریم اطلاعات شخصی از ذکر آدرس بطور کامل پرهیز نموده و صرفاً به مشخص نمودن محدوده سکونت اکتفا ورزید.

۲- علائق حرفه ای

این قسمت از Resume مبین توضیحی مختصر از علائق و خواستگاه حرفه ای کارجو می باشد. لطفاً توجه فرمائید که این بخش از Resume جنبه اختیاری داشته و در صورت تمایل به درج، پس از اطلاعات شخصی قرار می گیرد. درج مطالب در این قسمت باید صریح و کوتاه باشد یعنی چیزی در حدود دو یا سه خط. با صراحت و صداقت زمینه هایی که در آنها علاقمند به کار و فعالیت هستید را توضیح دهید. توجه داشته باشید که علاقه شما امریست جدا از توانایی تان و در این بخش نیازی به اشاره به توانایی و مهارتهای تان نیست.

دقت کنید که رابطه ای بین علائق شما و کاری که برایش درخواست می دهید برقرار باشد در غیراینصورت شاید کارفرما چنین بیاندیشد که شما درک درستی از نیاز وی و یا وظایف سمت مربوطه نداشته اید. این بخش مربوط است به نمایشی از شخصیت کاری خودتان در ذهن کارفرما. این نکته که کارفرما با خواندن این بخش از Resume تان شما را راسخ در جایگاهی که خودتان را در آینده در آن می بینید حس نماید، تصویر بسیار مؤثری از شخصیت مصمم و با انگیزه شما در ذهن وی ایجاد خواهد نمود.

۳- مدارک و سوابق تحصیلی

ذکر سابقه تحصیلی کارجو از نکات مهم در نگارش Resume می باشد و وجود آن ضروری است. لیستی از تحصیلات علمی و دانشگاهی خود تهیه کنید و آنها را بترتیب از آخر به اول در این قسمت درج کنید. دلیل اینکار اینست که کارفرمایان تمایل دارند تا ابتدا بروزترین و آخرین سوابق شما را بررسی کنند. برای هر مورد در لیست، نام رشته تحصیلی، نام دانشگاه یا موسسه و در نهایت تاریخ شروع و اتمام دوره تحصیلی را قید نمائید.

در زیر هر کدام از این موارد میتوانید به گرایش رشته مربوطه،

دروس اصلی یا مرتبط گذرانده شده، موضوع پروژه یا پایان نامه و در صورت تمایل معدل فارغ التحصیلی خود اشاره کنید. البته ذکر این موارد تنها در صورت مرتبط بودن با کار و سمت درخواستی پیشنهاد می شود و در صورت اشاره از نوع ارتباط آنها با کار مطمئن شوید. توصیه می شود در صورتیکه آخرین مدرک تحصیلی شما کمتر از کارشناسی یا لیسانس است، به معرفی رشته تحصیلی دبیرستانی خود نیز بپردازید.

٤- سوابق حرفه ای

این قسمت یکی از مهمترین و ضروری ترین بخش های Resume کارجو بوده و محل توجه ویژه ای برای بسیاری از کارفرمایان محسوب می شود. جهت تکمیل این بخش از Resume خود لیستی از سوابق کاری و سمتهای خود در گذشته تهیه نموده و آنها را مانند سوابق تحصیلی بترتیب از آخر به اول در این قسمت درج کنید. هر کدام از موارد ذکر شده در لیست این قسمت باید شامل جزئیات زیر باشد.

سمت و عنوان شغلی
نام شرکت، موسسه یا محل کار
مدت زمان فعالیت
مسئولیتهای سمت و کارهای مهم انجام شده

۵- تجربیات و دوره های تخصصی

درج این قسمت در Resume جنبه اختیاری دارد. چنانچه در حال ارسال درخواست برای یک کار تخصصی هستید، می توانید اطلاعاتی درباره گذراندن دوره های آموزشی مرتبط و یا تجربیات مهم در پروژه های مرتبط بصورت لیستی از عبارات خلاصه شده آماده نموده و آنها را بر حسب تاریخ (از امروز به گذشته) مرتب نمائید. برای هر مورد نام دوره، تاریخ و محل برگزاری آن، طول دوره و نوع گواهینامه اعطایی آن را مشخص نمائید.

۶- مهارتها

توصیه می شود پس از ذکر تحصیلات و سوابق حرفه ای، بخشی از Resume خودتان را به توضیح مهارتهایتان اختصاص دهید. این مهارتها می توانند هم شامل مهارتهای فنی و تکنولوژیکی مانند کار با نرم افزار یا سخت افزارهای مختلف باشد و هم شامل مهارتهای فردی مانند کارگروهی، مسئولیت پذیری، خلاقیت، نظم پذیری، میزان آشنایی با زبانهای خارجی و نظایر آن.هنگام ذکر مهارتها، میزان آشنایی خود با هر مورد را صادقانه قید نمائید یعنی مشخص کنید تا چه اندازه با زبان انگلیسی آشنا هستید .

۷- حضور در کنفرانسها

اگر در حال ارسال درخواست کار جهت انجام کارهای علمی و تحقیقاتی هستید، ذکر تجربیات شرکت در کنفرانسهای علمی و تخصصی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. لیستی از این فعالیتها تهیه کرده و آنها را بر حسب تاریخ (از امروز به گذشته) مرتب نمائید. برای هر مورد نام سمینار یا کنفرانس را به همراه تاریخ و محل برگزاری قید نمائید.

منبع: www.mehranfo.com



حقایق جالب در مورد اهرام مصر



سودا سلیمی

اهرام مصر همیشه مورد توجه گردشگران و باستان‌شناسان بوده ولی حقایق عجیبی در مورد این بناهای عظیم وجود دارد که مردم از آن‌ها آگاه نیستند.

بسیاری از مردم تنها چیزی که در مورد اهرام مصر می‌دانند این است که اهرام بناهای عظیمی بوده‌اند که در زمان‌های گذشته در مصر ساخته شده‌اند و در واقع آرامگاه فراعنه هستند. ولی حقایق جالب بسیاری د رمورد این بناها وجود دارد که عموم مردم از آن‌ها بی‌خبر هستند.

۱. اهرام جیزه دراصل معروف‌ترین اهرامی هستند که مردم آن‌ها را می‌شناسند، ولی در واقعیت حدود ۱۴۰ هرم در مصر باستان کشف شده است.

۲. بسیاری از مردم تصور می‌کنند که داخل اهرام پر از نوشته‌های رمزی است، در صورتی که داخل هرم جیزه هیچ نوشته‌ای یافت شده است.

۳. قدیمی‌ترین هرم، هرم زوسر (Pyramid of Djoser) است که در شهر سقاره (Saqqara) و در قرن بیست و هفتم قبل از میلاد مسیح ساخته شده است.

۴. هرم زوسر قدیمی‌ترین هرم مصر بوده و جوان‌ترین هرم، هرم خوفو (Pyramid of Khufu) و معروف به هرم جیزه است. هرم جیزه بزرگ‌ترین هرم کشف شده نیز است. ارتفاع این هرم ۱۴۶٫۵ متر بوده که امروزه به دلیل استهلاک، ارتفاعش به ۱۳۸٫۸ متر تقلیل یافته است.

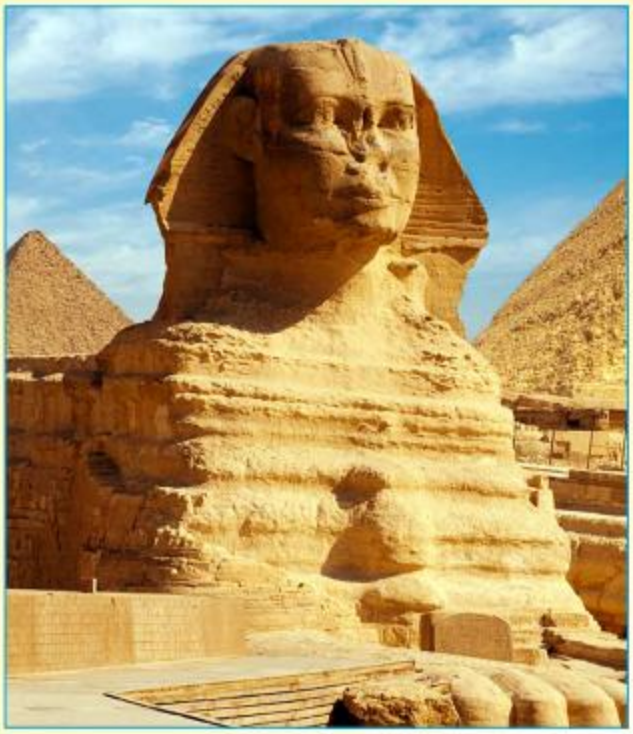
۵. قبل از اینکه کلیسای لینکولن در انگلیس ساخته شود، بلندترین بنای قدیمی ساخته‌ی دست بشر هرم جیزه بوده است. رکورد بلندترین ساختمان برای ۳۸۷۱ سال از آن این هرم بوده است.

۶. هرم جیزه در لیست عجایب هفتگانه‌ی باستانی، قدیمی‌ترین عجایب بوده که تا به امروز باقی است ولی عجایب دیگر به کل تخریب شده‌اند.

۷. تخمین زده شده است که تعداد کارگرانی که در ساخت هرم‌های مختلف مشغول به کار بوده‌اند حدود صد هزار نفر بوده که البته این مقدار بسته به هرم متفاوت تخمین زده شده است.

۸. مجسمه‌ی غول‌آسای ابوالهول از هرم جیزه محافظت می‌کند. باستان‌شناسان بر این باورند که چهره‌ی مجسمه‌ی ابوالهول شبیه به فرعون خفرا (Pharaoh Khafra) طراحی شده است.

۹. همه‌ی اهرام در ساحل غربی رود نیل ساخته شده‌اند تا خورشید پشت آن‌ها غروب کند، زیرا در افسانه‌های مصری بر این باور



هستند که این محل قلمرو مردگان است.

۱۰. مصریان باستان ذوق و نوآوری خود را در اشیا و جواهر زیبا و گران قیمتی که همراه مرده‌ها دفن می‌کردند، به نمایش می‌گذاشتند. آن‌ها بر این باور بودند که مردگان در زندگی بعد از مرگ از این اشیا استفاده خواهند کرد.

۱۱. اولین معمار اهرام مصر باستان ایمهوتپ (Imhotep) بوده است که در عین حال ریاضیدان، فیزیکدان و مهندسی زبردست بوده است. نام او به عنوان طراح هرم سوزر ثبت شده است.

۱۲. با این وجود که اکثر دانشمندان اعتقاد دارند جا به جایی این سنگ‌های عظیم که در ساخت اهرام از آن‌ها استفاده شده است توسط میله‌های مسی و غلتاندن سنگ‌ها به کمک این میله‌ها بوده است ولی همچنان نشانی از این امر به دست نیامده و چگونگی جابه‌جایی این سنگ‌ها به صورت قطعی مشخص نیست.

۱۳. موردی که در ساخت اهرام مشخص است این است که شیوه‌های ساخت اهرام به مرور زمان پیشرفت کرده و شیوه‌ی ساخت تمام اهرام با هم یکسان نبوده است.

۱۴. بعد از اینکه دوران ساخت اهرام در مصر پایان یافته بود، ساخت اهرام در منطقه‌ای که امروزه با نام کشور سودان می‌شناسیم رواج پیدا کرد.

۱۵. در قرن دوازدهم یکی از فرماندهان کرد به نام العزیز و سلطان دوم مصر به نام ایوبید سلطان (Ayyubid Sultan) قصد تخریب هرم جیزه را داشتند ولی هرم بسیار بزرگ بود و این مسئله آن‌ها را منصرف کرد. انها موفق به تخریب وجه شمالی هرم منقرع (Menkaure›s Pyramid) شدند و سوراخی در آن ایجاد کردند.

۱۶. اهرام ثلاثه‌ی جیزه در جهت صورت فلکی شکارچی یا اوریون (Orion) قرار دارند و شاید این هماهنگی به علت اعتقاد مصریان باستان به خدایی به نام اوریسیس (Orisis) (خدای تولد دوباره بعد از مرگ) بوده است.

۱۷. تخمین زده شده است که هرم بزرگ جیزه از بیش از ۲۳۰۰۰۰۰ بلوک سنگی که وزنی معادل ۲ تا ۳۰ تن دارند ساخته شده است. بعضی از بلوک‌ها به قدری بزرگ هستند که وزنی بیش از ۵۰ تن دارند.

۱۸. سنگ‌های اهرام با سنگ آهک پوشیده شده‌اند که به آن‌ها رنگ سفیدی داده و باعث شده که اهرام در مقابل نور خورشید مانند جواهری بدرخشد.

۱۹. با توجه به آهکی که اهرام را پوشانده است، ممکن است این بناها نه تنها از مناطق بسیار دور زمین بلکه از ماه هم قابل دیدن باشند.

۲۰. بر خلاف دمای بسیار بالای محیط بیرون اهرام، دمای داخل این بناها تقریبا ثابت و در حدود ۲۰ درجه‌ی سانتیگراد است.

۲۱. وزن دقیق این بناها مشخص نیست ولی تخمین زده شده است که وزن هرم خئوپس (Cheops) بیش از ۶ میلیون تن است.

۲۲. هرم خئوپس دقیقا رو به شمال ساخته شده است. در واقع این بنا یکی از دقیق‌ترین بناهای جهان است با وجود اینکه هزاران سال قبل ساخته شده است. خطای خروج از زاویه‌ی شمال این بنا بسیار ناچیز است و شاید این موضوع به خاطر این است که قطب شمال طی سالیان دراز مقداری جا به جا می‌شود پس روزگارانی این هرم دقیقا رو به شمال بوده است.

۲۳. به صورت میانگین برای ساخت هر هرم زمانی حدود ۲۰۰ سال صرف شده است که این بدین معنی است که اهرام به صورت همزمان ساخته می‌شد و نه یکی پس از دیگری.

۲۴. یکی از علل مقاومت بی‌نظیر این بناها، سیمان بسیار سخت آن‌هاست که ترکیب این سیمان هنوز نامشخص بوده و دانشمندان نمی‌دانند که این سیمان از ترکیب چه موادی حاصل شده است.

۲۵. بر اساس نظر باستان‌شناسان، اهرام نه تنها توسط برده‌ها ساخته نشده‌اند بلکه توسط کارگرانی که حقوق دریافت می‌کردند ساخته شده‌اند.

آیا امواج فراصوت می‌توانند به عنوان سلاح مورد استفاده قرار گیرند؟



امواج فراصوت یا التراساوند امواجی هستند که در حیطه شنوایی انسان قرار نمی‌گیرند یعنی بسامدی بالاتر از بازه شنوایی ما دارند. بشر حدود ۱۵۰ سال پیش به وجود امواج فراصوت پی برد و پس از آن زمان توانسته است از این امواج در زمینه‌های مختلف مثل ناوبری و پزشکی استفاده کند که معروف‌ترین آن سونوگرافی یعنی مشاهده قسمت‌های داخلی بدن به کمک امواج مافوق صوت است. اما آیا این امواج می‌توانند استفاده‌های مخربی هم داشته باشند و به عنوان سلاح به کار روند؟ در این مقالهٔ اختصاصی دربارهٔ کاربرد امواج فراصوت به عنوان سلاح مطالبی را بیان کرده و به سه سوال کلیدی در این زمینه پاسخ خواهیم داد.

ظهور یک بیماری مرموز در کیوبا

در اواخر سال ۲۰۱۶ تا میانه‌های سال ۲۰۱۷ یک بیماری مرموز در بین کارکنان سفارت آمریکا در کیوبا گزارش شد که با علائمی مثل سرگیجه، تهوع، اختلال بینایی و شنوایی، مشکل در خواب و تمرکز و حتی سخت گفتن همراه بود. البته مبتلایان فقط کارکنان سفارت نبودند بلکه چندین توریست کانادایی و چندین فرد کیوبایی نیز این علائم را از خود نشان می‌دادند. با تحقیقات گسترده‌ای که در این زمینه انجام شد مشخص شد علت این بیماری تداخل امواج صوتی خاصی هستند که در این مکان مورد استفاده قرار می‌گرفته‌اند. این مساله پرسش‌های زیادی را درباره استفاده از امواج فراصوت و حتی امواج صوتی به عنوان یک سلاح مخرب مطرح می‌کند که در ادامه به این سوالات پاسخ خواهیم داد.

کاربرد امواج فراصوت چیست؟

همان طور که گفتیم بیشترین کاربرد امواج فراصوت در پزشکی و برای مشاهده قسمت‌های داخلی بدن است اما این امواج استفاده‌های دیگری هم دارند مثلا بسیاری از ادارات از سنسورهای تشخیص حضور انسان برای لامپ‌های هوشمند خود استفاده می‌کنند تا اگر کسی وارد اتاقی شد لامپ آن اتاق روشن شود و اگر اتاقی خالی بود لامپ آن روشن نماند. استفاده دیگر از این امواج در موزه‌ها برای صوت‌های هدفمند است مثلا وقتی فردی به یک شیء در موزه نزدیک می‌شود یک صدای ضبط شده حاوی توضیحات در مورد آن شیء برای وی پخش می‌شود بدون آن که برای افراد دیگر مزاحمت ایجاد شود. کاربرد دیگر این امواج در دور نگه داشتن حشرات و جانوران موذی از محل زندگی انسان‌ها است چون دامنه

شنوایی این موجودات با انسان متفاوت است و این امواج مزاحمتی برای انسان ایجاد نمی‌کند اما جانوران موذی را از محیط دور می‌کند.

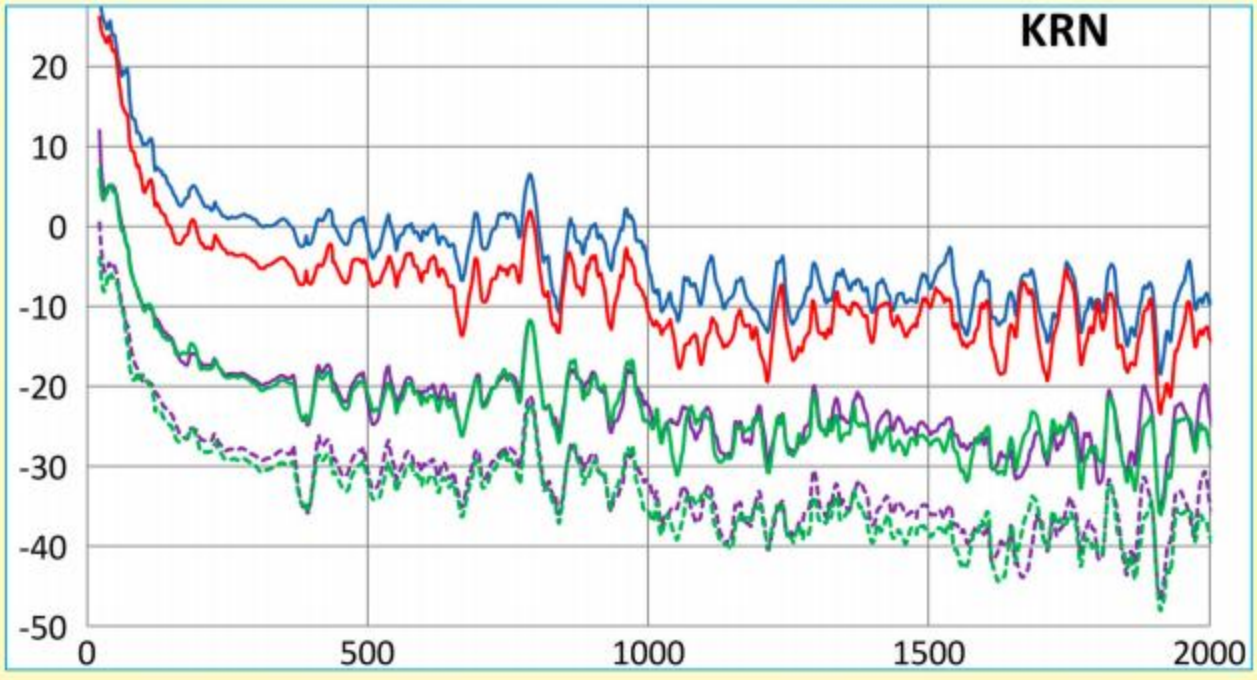
آیا لازم است نگران آسیب‌های امواج فراصوت به بدن باشیم؟

امواج فراصوتی به خودی خود مضر نیست اما ممکن است اختلالاتی در عملکرد سایر دستگاه‌ها به وجود آورد. به طور مثال این امواج ممکن است از طریق ابزارهای الکترونیکی شنوایی مثل سمعک و هدفون به صداهایی قابل شنیدن تبدیل شوند که آزاردهنده هستند اما آسیبی به وجود نمی‌آورند. هم امواج صوتی و هم امواج فراصوت هر دو می‌توانند دنیای فزیکی را تحت تاثیر قرار دهند و از همین ویژگی‌ها است که می‌توان برای کارهای مفید مثل پزشکی و ناوبری استفاده کرد. حتما می‌دانید که صداهای خیلی بلند باعث آسیب به گوش و شنوایی انسان می‌شوند اما دانشمندان تاکنون نشانه و مدرکی دال بر تاثیر منفی و دائمی امواج فراصوتی روی بدن انسان نیافته‌اند. البته ممکن است قرار گرفتن در معرض امواج قوی باعث سردرد موقتی و از دست دادن تعادل بدن شود اما با دور شدن از محیط این نشانه‌ها به کلی از بین می‌روند. بیشتر حیوانات می‌توانند امواج فراصوت را بشنوند، مثلاً سگ‌ها قدرت شنیدن سوت‌هایی با فرکانس بالا را دارند و نسبت به آن‌ها واکنش نشان می‌دهند. دانشمندان هنوز در مورد محدوده ایمن امواج فراصوت به توافق نرسیده‌اند و در این مورد اختلاف نظر دارند بنابراین به طور قطع نمی‌توان گفت که آیا این امواج می‌توانند اثر منفی ماندگاری روی بدن داشته باشند یا خیر. برخی از دانشمندان این ایده را در ذهن دارند که بتوانند از امواج مافوق صوت برای ساخت سلاح‌هایی بی‌ضرر جهت پراکنده کردن تجمعات انسانی استفاده کنند، همانند کاری که ما با حشرات و جانوران موذی انجام می‌دهیم. اما آیا انجام این کار و ساخت چنین سلاحی ممکن است؟ توضیح اتفاقی که در کیوبا افتاد می‌تواند به این سوال پاسخ دهد.

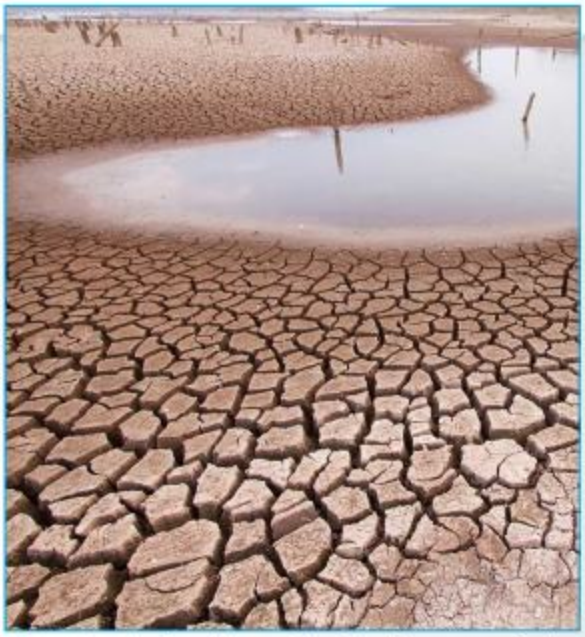
اتفاقی که در کیوبا افتاد چه علتی داشت؟

در اوایل سال ۲۰۱۷ دیپلمات‌های آمریکایی در کیوبا گزارش دادند که صدایی شبیه به صدای فلزات در گوش خود حس می‌کنند و علایم عصبی دیگری نیز مثل کاهش قدرت شنوایی در آنان مشاهده شد. این نشانه‌ها در همان زمان توسط توریست‌ها و دیپلمات‌های کانادایی هم گزارش شد. حتی برخی از آن‌ها دولت کیوبا را به کاربرد سلاح‌های مرموز مافوق صوت متهم کردند که حساسیت جهانی را برانگیخت. اما با بررسی‌هایی که صورت گرفت مشخص شد ابزاری شنودی که در اتاق‌های دیپلمات‌ها و مراجعه کنندگان نصب شده بود باعث این اتفاق شده است. اما هیچ ابزاری به تنهایی نمی‌توانسته امواجی را که در این اتاق‌ها ضبط شده تولید کند بلکه ترکیب و تداخل صداهای بیش از یک دستگاه به طور اتفاقی باعث به وجود آمدن این امواج مضر شده است.

منبع: www.redmag.ir



اسرائیل با چه فناوری هایی خودش را از بحران کمبود آب رهانده است؟



کمتر از یک دهه پیش، اقتصاد اسرائیل به خاطر خشکسالی بر لبه پرتگاه قرار گرفت. این در حالی است که گزارش ها نیز نشان می دهد منطقه خاورمیانه در بدترین دوره خشکسالی ۹۰۰ سال اخیرش است. اما با این که تغییرات آب و هوایی تأثیرات بدی بر منطقه خاورمیانه به جا گذاشته اسراییل نه تنها از این وضعیت جان سالم به در برده بلکه منابع آب خود را بهبود هم داده است.

آن چه اسراییل را در مقابل بحران خشکسالی مقاوم کرده انجام سرمایه گذاری در فناوری آب بوده است. چنان که در حال حاضر خودش را ابرقدرت جهانی آب می خواند.

بعد از جنگ جهانی اول بیشتر مردم جهان شهرنشین شدند و کشاورزی را یادگار گذشتگان می دیدند، ولی اسراییل کشاورزی را پایه و اساس قدرت اقتصادی آینده خود می دانست. به این ترتیب با این که در بسیاری از کشورهای صنعتی از میزان زمین های اختصاص یافته به کشاورزی کاسته می شد درواقع بر وسعت زمین های کشاورزی اسراییل افزوده می شد.

اما رونق کشاورزی همراه با ادامه روند رشد جمعیت در اسرائیل، آسیبی جدی بر ظرفیت آب آن وارد کرد. به قدری از سطح دریای جلیل، یکی از چند منبع قابل اتکای آب شیرین اسراییل در سال ۲۰۱۰ کاسته شد و نمک به اندازه ای در این دریاچه تاریخی نفوذ کرد که احتمال می رفت برای همیشه آسیب ببیند.

تلاش برای محافظت از منابع آبی و بازیافت آب بخشی از برنامه بازسازی زیرساخت های آب اسراییل بوده است اما این آب شیرین کن ها هستند که نقشی محوری را در تبدیل اسراییل از وضعیت خشکسالی شدید به وضعیتی که بیش از نیازهایش آب شیرین داشته باشد ایفا کرده اند.

به گفته نویسنده ای به نام «روآن جاکوبسن»، به تازگی مشخص شده که رکن اصلی تجدید حیات منابع آب اسرائیل، کارخانه آب شیرین کن سورک (Sorek) است که بزرگ ترین کارخانه آب شیرین کن اسمز-معکوس (RO) جهان است. شیرین کردن آب راهی برای جلوگیری از کاهش منابع آب های زیرزمینی و به گل ننشستن اقتصادی است که آب در آن کمیاب است.

البته منتقدان مدتی مدید به این فن آوری به خاطر انرژی بر بودن و هزینه بر بودن حمله می کردند. نقطه تمایز کارخانه سورک، پیشرفت آن در طراحی و همچنین استفاده از موادی است که آن را به صورت «ارزان ترین» کارخانه آب شیرین کنی که تا به حال ثبت شده در آورده است.

با موفقیت کارخانه سورک حالا این شرکت چشم انداز کسب و کار بزرگی را در سراسر جهان می بیند. یک شاخه فرعی شرکت سورک، کارخانه آب شیرین کن «کارلسبد» را در خارج از سن دیگوی آمریکا طراحی کرده است. این کارخانه که روزانه ۵۰ میلیون گیلن آب شیرین را به مناطق اطراف منتقل می کند، بزرگ ترین مرکز از این دست در آمریکای شمالی است.

به این ترتیب یک چرخش کامل در وضعیت اسرائیل به وجود آمده است. در سال ۲۰۰۴ اسراییل برای تأمین آب مورد نیازش به آب باران و سفره های آب زیر زمینی وابسته بود. حالا علاوه بر کارخانه سورک، سه کارخانه آب شیرین کن دیگر نیز به زودی افتتاح می شوند که می توانند در حدود نیمی از آب شیرین مورد نیاز اسرائیل را فراهم کنند.

به این کارخانه ها می توان برنامه بازیافت آب و آبیاری قطره ای (آن چه روزنامه اسراییلی هاآرتص آن را «جام مقدس» می نامد) را افزود که نقشی کلیدی را در بهره وری بالای بخش کشاورزی اسراییل در مقایسه با سایر نقاط جهان ایفا می کند.

منبع: www.triplepundit.com

رازهای مثلث برمودا



بخش پایانی

۲۱- چرا فقط بعضی از کشتی ها ناپدید می شوند؟

طبق گزارش های گارد ساحلی، تعداد زیادی کشتی به این محل می آیند و حتی قایق هایی نیز دیده شده اند، اما شمار کشتی ها و قایق های بلعیده شده خیلی خیلی کمتر از آن چه است که در این محل تردد دارند. شاید یکی از علت های این رخداد این باشد که محدوده خطرناک این مثلث هنوز کشف نشده است.

۲۲- آمار جدی و تاسف بار خسارت ها در برمودا

توضیحات علمی زیادی تا کنون ارائه شده که گویای این است که این مثلث به خودی خود خطرناک نیست اما غرق شدن سالانه ۲۰ کشتی و ۴ هواپیما در این منطقه نشانه ای کاملاً قابل درک برای این است که مطمئن شویم مثلث برمودا، جایی خطرناک است که باید بیشتر مورد دقت و کاووش قرار گیرد.

۲۳- مثلث برمودا فوق العاده گسترده است

برخلاف آن چه که ممکن است با دیدن نقشه ها و عکس ها از مثلث برمودا فکر کنید، این منطقه، دارای مساحتی قریب به ۸۰۵ هزار کیلومتر است که عمق آن نیز به گونه ای است که هیچ کشتی غرق شده ای در آن قابل شناسایی و کشف نیست.

۲۴- می دانید در زیر مثلث برمودا چه خبر است؟

مطالعات دانشمندان حاکی از این است که در داخل این منطقه، در اعماق آب، کوه های نوک تیز، گودال ها و دره هایی وجود دارد که ترس از این مکان را بیشتر می کند.

۲۵- مثلث برمودا گودال هایی با گاز هایدرات میتان هم دارد

شواهد دانشمندان گویای این است که در ته گودال ها گازهایی نظیر هایدرات میتان کشف شده است.

۲۶- مثلث برمودا کماکان بدون محدوده دقیق است

هر چند تا کنون سه راس برای این مثلث در نظر گرفته شده که یکی از آن ها برمودا است اما در عمل و در دنیای واقعی نمی توان محدوده خاص و دقیق این مثلث را تعیین کرد.

۲۷- خراب کاری های گاز میتان در برمودا خطرناک است

وجود گاز میتان در این منطقه موجب مواج تر بودن و در نتیجه سرعت عمل در غرق شدن کشتی ها، شود و از طرفی به احتراق و آتشسوزی هواپیماهای در حال حرکت نیز می انجامد.

۲۸- مثلث برمودا که مثلث نیست!

محدوده ای که تا کنون برای این منطقه در نظر گرفته شده چیزی بیش از یک مثلث است که در ذهن مردم جا باز کرده است. در واقع برای مثلث برمودا نه می توان ضلع در نظر گرفت و نه محدوده.

۲۹- می دانید مثلث برمودا خواهر دارد؟

همانطور که گفته شد مثلث برمودا یکی از ۱۲ نقطه ای است که فعالیت های فرا زمینی در آن رخ داده است. یکی از این نقاط که بسیار به برمودا شبیه است، در اقیانوس آرام قرار دارد و در نزدیکی



توکیو است. به این بخش از اقیانوس خواهر مثلث برمودا می گویند. تا کنون سابقه گم شدن و ناپدید شدن انسان ها در این بخش گزارش شده و شباهت آن را به برمودا بیشتر می نمایاند.

۳۰- مثلث برمودا تا کنون رازی سر به مهر است!

مثلث برمودا در اقیانوس اطلس واقع شده است. درک وجود ابرهای متراکم که به اختلال در هواپیماها و بالگرد ها می انجامد، موضوعی است که تا کنون در باره آن گزارش هایی ثبت شده اما نمی توان منشا این ابرها و گازهای احتمالی آن را تشخیص داد (حتی الامکان تا کنون چیزی در این باره گفته نشده است)

۳۱- طوفان های کاملا یهویی در مثلث برمودا

گفته شده که در این منطقه طوفان های شدیدی ناگهان بوجود می آیند و سریع نیز از بین می روند. هیچ گونه مرکز هواشناسی نتوانسته این طوفان ها را پیش بینی کند.

۳۲- جابجا شدن قطب در برمودا

در این منطقه نباید به قطب نما اعتماد کرد. در جهان دو نقطه وجود دارد که قطب نما در آن درست کار نمی کند. وقتی در این منطقه قرار می گیرید قطب نما یا از کار می افتد یا شمال اصلی را به جای شمال مقناطیسی نمایش می دهد و این موجب می شود که کشتی ها مسیر را گم کنند و سرگردان شوند و به هدف نرسند و به احتمال زیاد، با کمبود سوخت و غیره، نابود شوند. (البته اگر دستخوش، طوفان های دریایی نشوند).

۳۳- عمق مثلث برمودا باور نکردنی و دردسر ساز است

عمق مکان مثلث برمودا یکی از عمیق ترین قسمت های دنیا و اقیانوس ها است که گفته شده، انگار که در زیر این بخش چیزی بوده که گم شده است! این عمق به قدری زیاد است که هر چه غرق شود، هرگز در آن پیدا نخواهد شد.

۳۴-پدیده های الکتریکی عامل خاص بودن مثلث برمودا

بسیاری معتقدند که پدیده های الکترونیکی در این مکان موجب ایجاد اختلالات شده و حتی غرق شدن کشتی ها و هواپیماها را به میدان های الکترونیکی ربط می دهند

۳۵- پر خسارت است چون پر تردد است!

نظریه ای برای رد خطرناک بودن این منطقه ذکر شده که در آن گفته شده این منطقه مورد علاقه و مورد تردد خلبان ها و ملوان های آماتور زیادی است و طبیعتا با افزایش ترافیک تصادمات و تصادفات نیز بیشتر می شود و این می تواند علتی برای از بین رفتن کشتی ها شود.

۳۶- پایان دنیا یا مثلث برمودا

بسیاری از افراد این محل را پایان دنیا نامیده اند. شاید یکی از علت های این نامگذاری، نابود شدن و ناپدید شدن عجیب کشتی ها و انسان ها در آن باشد به طوری که هیچ آثاری از آن ها نیست.

۳۷- تحقیقات به کجا ختم می شود؟

با توجه به اینکه در عمل موثر بودن و اختلال آمیز بودن این منطقه بر دانشمندان ثابت شده اما هنوز نتوانسته اند پس از سال ها تحقیق روی آن علت پیدایشش را کشف کنند.

البته شاید برای اینکه رعب مردم در مورد این منطقه کمتر شود، گفته شده که این منطقه خطرناک نیست و همه چیز در آن چنان که باید غیرطبیعی نیست، اما، به نظر نمی رسد از کار افتادن قطب نما، گم کردن و بی اثر شدن زمان و مواردی نظیر این، بتواند با عقل طبیعی قابل درک باشد و طبیعی جلوه کند.

منبع: www.gooyait.com

چه تعداد توربین بادی نیاز است تا کل برق زمین تأمین شود؟



فهیمه شجاعی

محققان تخمین می زنند که مزارع انرژی بادی غیر شهری، پتانسیل فنی برای تولید الکتریسیته ای معادل با ۴۰ برابر الکتریسیته مصرفی جهان را دارند. با این حال ارزش انرژی حاصل از باد به خوبی درک نشده است.

به عنوان نمونه آمریکا در سال ۲۰۱۵ میلادی ۱۴٫۵ میلیارد دالر در پروژه های انرژی بادی سرمایه گذاری کرده با این حال بر طبق گزارش انجمن انرژی بادی آمریکا (AWEA)، مزارع بادی تنها ٤ درصد از برق این کشور را تأمین می کنند. در سطح جهانی هم وضع به همین منوال است.

جهانی که از انرژی بادی تغذیه می شود، چه شکلی دارد؟

استیو ساویر، دبیر کل شورای انرژی بادی جهانی، این معادله را حل کرد: ۲۱۰۰۰ تراوات ساعت (میانگین مصرف برق سالانه جهانی) تقسیم بر ۰٫۰۰۵۲۵٦ تراوات ساعت تولید انرژی بادی سالانه در هر توربین بادی، برابر است با تقریباً ۳۹۹۵٤۳٤ توربین واقع در ساحل.

ساویر می گوید که از نظر کاربری زمین، این تعداد توربین (۳۹۹۵٤۳٤ عدد) اگر در نزدیکی یکدیگر قرار گیرند حدود نیمی از منطقه آلاسکا را اشغال خواهند کرد.

پروژه های انرژی بادی سراسر جهان، بسته به مکان شان به نسبت های متفاوتی فضا را اشغال کرده اند ولی هرجا که این پروژه ها اجرا شده باشند، از ۰٫۰٤ مایل مربع (حدود ۰٫۱۰ کیلومتر مربع) تا ۰٫۰۲ مایل مربع (حدود ۰٫۰۵ کیلومتر مربع) برای هر میگاوات برق تولید شده فضا نیاز دارند. اگر توربین ها دور از هم قرار گیرند، ۳٫۹ میلیون توربین به فضایی در حدود مساحت اسپانیا نیاز خواهند داشت.

برای انجام این محاسبه، ساویر این نکته را در نظر داشت که توربین بادی به طور میانگین دارای خروجی ۲ میگاوات (MW) برق



است که حدود ۳۰٪ بهره وری دارد. یعنی در ۳۰ درصد زمان می تواند به پتانسیل کامل تولید برق دست پیدا کند چراکه باد همیشه نمی وزد و مزارع بادی گاهی برای روال جاری تعمیرات و نگهداری خاموش می شوند. همین درصد را باید در زمینه محدودیت های شبکه توزیع برق نیز محاسبه کرد. به این معنی که شبکه بیشتر از میزان برقی که قادر به مدیریت آن است نمی تواند از مزارع بادی برق دریافت کند. در این شرایط به عنوان مثال، مدیران چندین توربین را خاموش می کنند.

همان طور که پیش از این گفته شد، ۳۰٪ در واقع بهره وری خوبی برای توربین ها است. در مقایسه با توربین های بادی، پروژه های خورشیدی دارای میانگین بهره وری ۲۰٪ هستند و تأسیسات تولید برق با سوخت فسیلی به طور متوسط با ٤٠ تا ٦٠٪ ظرفیت کامل خود کار می کنند.

اگر میانگین پتانسیل توربین بادی (۲ میگاوات) را در ۳۰٪ کارایی انرژی سالانه و ۸۷٦۰ ساعت یک سال ضرب کنید به تخمین ساویر از میگاوات-ساعت تولید سالانه انرژی هر توربین می رسید(٥٢٦٥ میگاوات ساعت یا ۰٫۰۰٥۲٦٥ تراوات- ساعت).

بسته به اندازه توربین (توربین های بزرگ تر برق بیشتری تولید می کند) شاید به تعداد توربین کمتری نیاز داشته باشیم. اگر فقط از توربین های با بهره وری خیلی بالا استفاده کنیم(آنهایی که ٤ میگاوات برق در ٤٠٪ ظرفیت شان تولید می کنند). به این ترتیب در حدود ۱٫٤۹ میلیون توربین، قادر به تأمین برق مصرفی جهان خواهند بود.

به خاطر پیشرفت های انجام شده در فناوری توربین بادی، هزینه به کارگیری انرژی بادی نسبت به دهه ۱۹۸۰ به میزان ۹۰٪ کاهش یافته است. امروزه می توان توربین های بادی بلندتر و بزرگ تری ساخت و برق بیشتری نسبت به سال های قبل تولید کرد. مزارع بادی دور از ساحل که در آن توربین ها به جای خشکی در اقیانوس نصب می شوند، می توانند سه برابر توربین های ساحلی برق تولید کنند. چون که در دریا نسبت به زمین باد بیشتری می وزد. توافق برای نصب میلیون ها توربین در سطح جهانی پروژه غیر ممکنی است. حتی با وجود این که هزینه ها کاهش قابل ملاحظه ای پیدا کرده اند ولی کاهش وابستگی به سوخت های فسیلی همیشه هدفی ارزشمند به شمار می رود.

کشف انسولین



در ۱۶ می ۱۹۲۱، مرد قوی‌هیکلی که بیشتر به دهقان‌ها شباهت داشت وارد یکی از آزمایشگاه‌های دانشگاه تورنتو گردید. این مرد جوان ۲۹ساله موسوم به داکتر فردریک بانتینگ (F.Banting) بود که بعدها به عنوان یکی از بزرگترین کاشفان جهان پزشکی شناخته شد.

چندی پیش او از دانشگاه تورنتو تقاضا کرده بود که یک آزمایشگاه، ده سگ و یک دستیار مجرب در رشته شیمی و فیزیولوژی را برای مدت دو ماه در اختیار او بگذارد. قبول تقاضای بانتینگ برای دانشگاه بسیار آسان بود زیرا بهای تجهیزات درخواستی او از چند صد دالر تجاوز نمی‌کرد.

بانتینگ قصد داشت که بیماری کشنده و بی‌رحم شکر (Diabetes) یا بیماری قند را مغلوب دانش جدید سازد. تا آن زمان، پزشکان بیشماری دربارهٔ این بیماری کاوش کرده بودند، ولی کوشش هیچ‌یک از آن‌ها در شناسایی منشأ این بیماری و معالجه آن به جایی نرسیده بود.

همکار و دستیار بانتینگ در این تجربیات بسیار مهم، داکتر چارلز بست نام داشت. داکتر بانتینگ برای آغاز تجربیات خود از بست تقاضا کرد که چگونگی تحصیل شیره پانکراس (Pancreas) را که توسط دانشمند فرانسوی به نام هدون در یک کتاب پزشکی به زبان فرانسه نوشته شده بود برای او ترجمه کند.

یک پزشک یونانی دوهزار سال پیش، مرض قند را به این صورت توصیف کرده بود:

«این یک نوع بیماری است که گوشت را آب کرده و به ادرار تبدیل می‌کند».

در بدن این بیماران، عاملی وجود دارد که از سوختن قند و تبدیل آن به انرژی ممانعت به عمل می‌آورد. بنابراین کمبود انرژی مبتلایان به بیماری قند، از ذخیره چربی و پروتئین بدن آن‌ها تأمین می‌گردد. علاوه بر اینها بیماری قند همیشه با عطشی شدید و دفع‌نشدنی همراه است. مقدار زیاد آبی که توسط بیماران نوشیده می‌شود به صورت ادرار شیرین از بدن آن‌ها دفع می‌گردد. یکی دیگر از علائم دیابت، اشتهای زیاد در اشخاص بیمار است.

قبل از کشف مهم داکتر بانتینگ، بیماری قند تنها به کمک رژیم غذایی بسیار شدید معالجه می‌شد که کار بسیار شاق و طاقت‌فرسایی بود و عملا تنها در بعضی از بیماران، آن هم به صورت ناقص پاسخ



می‌داد.

داکتر بانتینگ همیشه خاطره مرگ دوست و همصنفی‌اش که در ۱۶سالگی در اثر دیابت در گذشته بود به یاد داشت. همچنین خاطره مرگ خاله‌اش او را همیشه متأثر می‌کرد. خاله‌ی بانتینگ قبل از ابتلا به بیماری قند، زن قوی‌هیکل و چاق بود در حالیکه هنگام مرگ، وزنش به ۳۶ کیلو نیز نمی‌رسید.

در این زمان، بانتینگ ۲۲ سال داشت و آخرین امتحانات خود را برای دریافت دیپلم فیزیولوژی و بیوشیمی می‌گذرانید. بانتینگ در جوانی آرزو داشت که تحصیلات خود را در رشتهٔ الهیات انجام داده و کشیش شود، ولی بعداً پشیمان شده و رشتهٔ پزشکی را برای تحصیل خود برگزید. هنگام تحصیل در دانشگاه، بانتینگ همواره دانشجوی ضعیفی به شمار می‌آمد. طی جنگ اول جهانی، بانتینگ در ارتش کانادا به عنوان جراح خدمت می‌کرد. به پاس شجاعت زیادش، عالی‌ترین نشان جنگی کانادا را به او دادند.

پس از خاتمه جنگ، داکتر بانتینگ به لندن آمد تا در این شهر به عنوان جراح ارتوپدیست کار کند ولی متاسفانه به هیچ‌وجه کار او نگرفت؛ به همین علت نامزدش از او جدا شد. چند ماه بعد، بانتینگ مطمئن شده بود که راه علاجی برای بیماری قند پیدا خواهد کرد. از این‌رو مطب و کتاب‌ها و تمام دار و ندار خود را فروخت تا با خیال راحت به بررسی‌های خود در این مورد بپردازد.

بانتینگ عقیده داشت که راز بیماری قند و همچنین داروی آن در غده پانکراس یا لوز المعده نهفته است. پانکراس غده‌ای است واقع در شکم و به رنگ زرد کمرنگ که کار آن ترشح شیره‌های گوارشی و همچنین ماده‌ای است که کار آن تنظیم قند خون می‌باشد.

تا قبل از کشف بانتینگ، دانشمندان از ترشح ماده مزبور توسط پانکراس بی‌اطلاع بودند. در سال ۱۸۸۹، یک دانشمند آلمانی برای پی‌بردن به اهمیت حیاتی پانکراس این غده را در بدن سگی قطع کرد؛ سگ مزبور بیش از دو سه روز زنده نماند.

نکتهٔ مهم اینکه یک روز بعد از قطع غده پانکراس، دانشمند مزبور مشاهده کرد که مگس‌های زیادی به روی ادرار حیوان جمع شده‌اند. دلیل این امر شیرین بودن ادرار سگ بود، زیرا با قطع غده پانکراس، سگ به مرض قند یا دیابت دچار شده بود.

از اینجا نتیجه حاصل می‌شد که شیره پانکراس دارای عاملی است که کار آن تنظیم متابولیسم یا سوخت‌وساز قند می‌باشد. برای اثبات این موضوع، کارشناسان مجرائی را که شیره غده پانکراس را به روده‌ها می‌برد در بدن سگی مسدود ساختند. مدتی بعد غده پانکراس پژمرده و ضعیف شد، ولی سگ به بیماری قند مبتلا نگردید. بنابراین با وجود مسدودبودن مجاری مزبور، ماده ضد دیابت همچنان توسط غده پانکراس شناخته شده و به طریقی وارد خون می‌شد.

سپس توجه دانشمندان به تعداد بیشماری سلول‌های مخصوص به نام سلول‌های جزیره‌ای یا islet شدند که در سرتاسر پانکراس پخش‌شده و توسط مویرگ‌هایی به هم مربوط بودند جلب شد.

آیا ماده مجهول ضد دیابت ساخته‌شده توسط این عنصر به جای روده مستقیماً داخل جریان خون نمی‌گردید؟

تعداد زیادی از کاوشگران برای اثبات این تئوری تحقیق کردند ولی کوشش آن‌ها نتیجه‌ای به بار نیاورد. دلیل این امر آن بود که بیشتر محققین برای به دست آوردن ماده ناشناخته، غده پانکراس سالمی را گرفته و آن را تحت فشار قرار می‌دادند. در نتیجه شیره‌های

گوارشی با این ماده مخلوط شده و آن را مانند سایر پروتئین‌ها منهدم می‌ساختند. بانتینگ می‌دانست که با بستن مجاری هادی شیره گوارشی در پانکراس، سلول‌های ترشح‌کننده شیره‌های مزبور زودتر از جزیره‌های کوچک سلولی پژمرده شده و از بین می‌روند.

بانتینگ به این ترتیب با مسدودکردن مجاری فوق در بدن یک سگ مشاهده کرد که سلول‌های سازنده شیره‌های گوارشی ظرف ۶ تا ۷ هفته کاملاً از بین رفته و قدرت سازندگی خود را از دست دادند. در این حال بانتینگ به آسانی توانست ماده ناشناخته را به‌طور خالص به دست بیاورد.

بانتینگ ۵ سانتی‌مترمکعب از این ماده را در بدن سگی که با قطع غده پانکراس مبتلا به دیابت شده بود، تزریق کرد. سگ نامبرده در حال مرگ بود ولی با تزریق این ماده حالش بهبود یافت. در این حال لازم بود که خون حیوان تجزیه شود. با تجزیه خون معلوم شد که مقدار قند خون از ۲۰۰ میلی گرم در دسی‌لیتر قبل از آزمایش به ۱۲۰ میلی گرم در دسی‌لیتر کاهش یافته است. بعداً با ادامه تزریق، این رقم به ۹۰ میلی‌گرم در دسی‌لیتر که حد متعارف و معمول قند در خون است تنزل پیدا کرد. بانتینگ این تجزیه را در بدن سگ‌های بیشماری انجام داده و اغلب آن‌ها را نجات داد. او این ماده مجهول را به مناسبت ترشح آن از سلول‌های جزیره‌ای (Isletine) نام‌گذاری کرده و سپس این نام را به انسولین (Insuline) تغییر دادند.

با این حال مانع بزرگی بر سر راه بانتینگ وجود داشت. بدین‌ترتیب که مقدار کل انسولین حاصل از یک پانکراس به طریق مذکور در فوق بسیار کم بوده و فقط برای زنده‌نگاه داشتن یک سگ مبتلا به دیابت به مدت یک روز کفایت می‌کرد در صورتی که میلیون‌ها افراد مبتلا به دیابت بایستی به کمک انسولین معالجه می‌شدند.

همکار بانتینگ از روی معلومات قبلی خود می‌دانست که پانکراس حیوانات به حالت جنینی به طور عمده از جزیره‌های سلولی تشکیل شده است. دلیل امر این است که جنین احتیاجی به شیره‌های گوارشی پانکراس ندارد، در صورتیکه انسولین لازمه حیات آن به شمار می‌رود. همچنین پانکراس گاو از لحاظ ذخیره‌ای انسولین غنی‌تر از پانکراس سگ می‌باشد، از این‌رو بانتینگ با استفاده از معلومات همکارش توانست مقدار بیشتری پانکراس به دست آورده و سگ‌های مورد آزمایش را مدت بیشتری زنده نگاهدارد.

بعدها آن‌ها توانستند انسولین را با روش‌های مخصوصی از پانکراس خوک، گوسفند و گاو ماده نیز به دست آورند.

هنوز مهم‌ترین و اساسی‌ترین مرحله آزمایش انجام نیافته بود. آن‌ها نمی‌دانستند که اثر انسولین در بدن انسان مبتلا به مرض قند چگونه است؟

در خانه‌ای در نزدیکی دانشگاه، پسربچه ۱۴ساله مبتلا به مرض قند بستری بود. وزن او از ۲۹ کیلوگرام تجاوز نمی‌کرد. علائم نشان می‌داد که بیشتر از چند روز از عمر آن کودک باقی نمانده است.

با این حال بانتینگ و همکارش برای جلب رضایت والدین بیمار جهت آزمایش دارو به روی بدن فرزندشان، مجبور شدند که جلوی چشمان آن‌ها چند قطره از انسولین را در بدن یکدیگر تزریق کنند. در مرحله اول آزمایش، معلوم شد که استعمال انسولین از راه دهان هیچ نتیجه‌ای ندارد.

روز بعد که یکی از روزهای ژانویه ۱۹۲۲ بود، نخستین تزریق انسولین در بازوی نحیف پسربچه‌ی مشرف به مرگ، توسط بانتینگ انجام گرفت. تجزیه خون مانند تجزیه‌های قبلی آن‌ها به روی سگ‌های مبتلا به دیابت، نقصان قند خون را نشان می‌داد.

چند روز بعد در مقابل دیدگان حیرت‌زده والدین پسربچه مریض، حال وی خوب شده و رنگ و رویش به حالت عادی بازگشت. این پسربچه ۱۳ سال دیگر زنده بود و در سال ۱۹۳۵ در اثر مرض دیگری درگذشت.

پس از این بیمار، صدهاهزار بیمار دیگر توسط انسولین از خطر مرگ نجات یافتند.

به پاس خدمت بزرگ بانتینگ به عالم بشریت، جایزه نوبل در رشته پزشکی در سال ۱۹۲۳ به او تعلق گرفت و او آن را با همکارش قسمت کرد. پارلمان سالیانه، ۷۵۰۰ دالر مواجب تعیین کرد که آخر عمر به او بپردازند. چند سال دیگر بانتینگ با همکارش در دانشگاه مشغول تحقیق بودند.

در سال ۱۹۳۴ لق بیر به بانتینگ هدیه شد. در سال ۲۰۰۴، او چهارمین شخصیت کانادایی برجسته تاریخ شناخته شد. در فوریه سال ۱۹۴۱، بانتینگ در حادثه هوایی غم‌انگیزی درگذشت.

در سال‌های دهه ۱۹۵۰ ساختار آمینواسیدی انسولین توسط فردریک سانژر کشف شد، در سال‌های دهه ۱۹۶۰ برای نخستین بار انسولین به صورت مصنوعی ساخته شد تا اینکه در سال ۱۹۷۸، انسولین با استفاده از مهندسی ژنتیک با استفاده از باکتری‌های E. coli ساخته شد.

انسولینی که امروزه بیماران از آنها استفاده می‌کنند، انسولین نوترکیب تولید شده توسط مخمری به نام saccharomyces cerevisiae با باکتری E. coli است.

منبع: www.akairan.com

توسعهٔ آزمایش مبتنی بر DNA ارزان قیمت برای پیشبینی طول عمر



محققان روشی را توسعه داده اند که با آزمایش DNA امکان تخمین طول عمر بیشتر یا کمتر از میانگین را برای افراد فراهم می کند.

این آزمایش که گفته شده در آینده نزدیک هزینه ای ۱۵۰ یورویی در بر خواهد داشت تغییرات ژنتیکی که بر طول عمر تأثیر می گذارند را مورد تحلیل قرار می دهد.

محققان آزمایشگاه آشر در دانشگاه ادینبرو سکاتلند با بررسی داده های ژنتیکی ۵۰۰ هزار نفر و نیز بررسی طول عمر والدین آنها به این نتیجه رسیده اند که انتظار می رود ۱۰ درصد از جمعیت، ۵ سال بیش از ۱۰ درصد پایینی این جامعه آماری زندگی کنند. به عبارت دیگر اگر ۱۰۰ انسان در ۱۰ گروه ۱۰ نفره را در نظر بگیرید و آزمایش امتیاز دهی طول عمر مورد بحث را بر آنها اعمال کنید، یکی از این گروه ها به طور متوسط ۵ سال بیش از پایین ترین گروه زندگی خواهند کرد.

آزمایش جدید که «سالیوا» نام دارد از طریق بزاق دهان انجام می شود و به افراد این امکان را می دهد تا شانس خود را آزمایش کنند. به گفته این دانشمندان مشخص شده که ۱۲ بخش از ژنوم های انسانی بر طول عمر اثر مهمی دارند و در عین حال ۵ مورد از آنها تا پیش از این گزارش نشده بودند.

متخصصان می گویند آن بخش هایی از DNA که بیشترین تأثیر را بر طول عمر دارند همان هایی هستند، که پیش از این ارتباطشان با بیماری های مهلک از جمله بیماری های قلبی و موارد مرتبط با استعمال دخانیات مشخص شده بود.

این محققان علاوه بر این اعلام کرده اند که انتظار دارند ژن هایی را کشف کنند که به طور مستقیم بر سرعت بالا رفتن سن انسان ها اثر می گذارد. البته اگر چنین ژن هایی حقیقتاً وجود داشته باشد اثر آنها بسیار کمتر از آن است که در پژوهش اخیر مشخص شوند.

«پل تیمرز» دانشجوی داکترا که در این آزمایشگاه فعالیت می کند گفته: «ما ژن هایی که بر مغز و قلب اثر می گذارند و مسئولیت بیشترین تنوع در طول عمر را دارند را یافته ایم».

منبع: www.digiato.com/article

په دفتر کې کوم حرکتونه جنسي ځورونه بلل کېږي؟



د «بي بي سي تري» کانال کوربه ښين زند له ۲۰ خوانانو سره پر دې بحث کړی، چې په دفترونو کې څه ډول رویه جنسي ځورونه بلل کېدای شي.

په دې بحث کې ښلابښلې پوښتنې را پورته شوي، لکه دا چې ایا پر یو چا ورتېټېدل سم کار دی؟ ایا مخامخ د یو همکار یا همکارې د ځېرې او یا ظاهري شخصیت ستاینه کولای شو؟ دې لړ کې وروستی حد کوم دی؟

له دې بحثه د راوتلې نتیجې په اړه د دفتري قوانینو ماهر وکیل «سیري ویډیټ» وایي، چې د جنسي ځورونې په تړاو عامه پوهاوي ته نوره اړتیا شته. نوموړی وایي: ‹‹خوان نارینه او ښځې باید د جنسي ځورونې په هکله خبرې وکړي. دوی ته د جنسي ځورونې حدونه لا هم معلوم نه دي. ››

نامناسب جنسي حرکتونه، له یو چا د نامناسبې ګټې اخېستنې هڅه، یا هغه شفاهي یا فزیکي چلند او رویه چې جنسي بڼه ولري، په چارو کې لاسوهنه وي، یا د دندې پر ځای ساتلو لپاره شرط وبلل شي او یا په دفترونو کې د وېرې فضا رامنځته کړي، ټول د جنسي ځورونې ډولونه بلل کېږي.

د قانون له مخې ټول انسانان محترم دي او باید د حیثیت درناوی ېې وشي. که ځوک داسې چلند کوي، چې له کبله ېې یو بل انسان د ځان سپکاوی محسوسوي، نو دا یو ډول ځورونه ده.

د یادونې وړ ده، چې د دوو کسانو تر منځ د چلند توضیح لپاره نیت یا تظاهر مهم نه دی، بلکې مهمه دا ده چې د یوه خانګړي چلند اغېز پر مقابل کس څه ډول دی.

د بېلګې په توګه دا دلیل نه منل کېږي، چې یو ځوک ووایي، هدف ېې د خورونې پر ځای ټوکې وې. سیري په دې اړه وایي:

‹‹له قانوني پلوه دا مهمه نه ده، چې ستاسې نیت یا اراده څه وه، بلکې دا ثابتول مهم دي، چې پر بل کس ستاسې د چلند څه ډول اغېز شوی دی. ››

هېڅوک نه غواړي په خواشینوونکي چاپېریال کې کار وکړي او که د یوه کس رویه د بل لپاره د خواشینی لامل کېږي دغه رویه جنسي ځورونه بلل کېږي.

که یو کس د خپل جنسیت له کبله له خواشینوونکي حالت سره مخامخ کېږي او یا له جنسي نژدیوالي د انکار په صورت کې له تبعیض سره مخامخ شي، دا هم جنسي ځورونه ده.

نارینه او ښځینه دواړه جنسیتونه د نامناسبې جنسي رویې ښکار کېدای شي. د قانون له مخې جنسي بڼه لرونکې خبرې، جنسي نژدېوالی یا لاس وروړل، په نامناسب انداز کتل، جنسي ګنګوسې خپرول او یا جنسي تصویرونه استول د جنسي خورونې ډولونه بلل کېږي.

ماهرین وایي، د جنسي خورونې قضیې له بشپړ تفصیل سره ثبت کېږي او که په کوم دفتر کې د یوه کس له لوري د بل کس جنسي خورونه ثابته شي، د دفتر مسوول یا ځښتن کس هم پر بلل کېږي.

وکیل «سیري» د جنسي خورونې ښکار کسانو ته مشوره ورکوي، چې لومړی باید په دفتر کې دننه له داسې کس سره سلا مشوره وکړي، چې باور پرې کوي.

نوموړی وایي، که دغسې کسان د قضیې ثبتولو اراده هم نه لري، باید له باوري کس سره سلا مشوره وکړي.

دفترونو کې د جنسي خورونې مخنیوي پالیسي کې باید دا هم معلومه وي، چې مثلاً د شرکت رئیس، د دفتر امر یا د بشري خواک اداري په ګډون چا ته یا کومې ځانګې ته شکایت کېدای شي.

منبع: www.bbc.com/pashto

دریچهٔ تصاویر



ولسوالی ده سبز کوه صافی



منطقهٔ گذری، ولسوالی جلگه - ولایت بغلان



بند قرغه - کابل



شاهراه سالنگ کابل

افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS

کمتر پرداخت کنید
بیشتر صحبت نمائید !



ماهانه
6000 دقیقه
499 افغانی

*233*2*1#

برای غیر فعال سازی: #2*2*233*

4G LTE | 3G | HD VOICE | SWIFI | @myawcc | www.afghan-wireless.com | 152 (24 HRS)

افغان بیسیم
AFGHAN WIRELESS

کمتر پرداخت کنید
بیشتر صحبت نمائید !



ماهانه

1200 دقیقه

300 افغانی

*233*4*1#

برای غیر فعال سازی: #2*4*233*

4G LTE | 3G | HD VOICE | SWIFI | @myawcc | www.afghan-wireless.com | 152 (24 HRS)

Concessionaire
AWCC

Founder
Amin Ramin

Board of Editors
Wali Mohammad Sultani
Sayed Zakaria Hashimi
Abdul Rahim Danish
Mohammad Nasir Nasiri

Chief Editor
Naqibullah Falak
naqibullah.falak@afghan-wireless.com

Editor
Abdul Haq Samoon
abdulhaq.samoon@afghan-wireless.com

Graphic Design
Esmatullah Ahrary

Type in Computer
Kaleemullah Niazi

Photographer
Ramin Akbari

Add
Khwaja Mula, Darul Aman Road,
Hajari Najari Bus station. Kabul - Afghanistan.

Website
www.afghan-wireless.com

Contact No
+93 (0) 703 181818
magazine@afghan-wireless.com

Annotation

- Afghan Wireless monthly magazine office most welcomes articles from writers, social workers and essayists.
- Afghan Wireless monthly magazine office holds the rights to accept, reject, change or modify any article without informing its writer.
- Afghan Wireless monthly magazine office accepts your sound suggestions, comments and feedbacks.
- Except editoral and reports, for all other articles, their writers are responsible.

Afghan Wireless Monthly
Cultural, Social, Economic and Scientific
Tenth year ❋ 109-110th Edition
February-March 2019



Table of contents

The Difference between an Entrepreneur and a Businessperson	2
We No Longer Need These 9 Body Parts	4
The 5 Most Addictive Substances on Earth	7
5 Major Social Media Marketing Mistakes and How to Overcome Them	9
A Moral Story	11



The Difference between an Entrepreneur and a Businessperson

People sometimes ask me what I think is the defining characteristic of an entrepreneur. What they really want to know, I believe, is the one quality that distinguishes a true entrepreneur from any other business¬person. I've thought about that quite a bit myself, and I've decided, if I had to narrow it down to one trait, it would be the ability to see things differently. A true entrepreneur is able to look at a situation and identify an opportunity, or a solution to a problem, or a path around an obstacle that, for some reason, everyone else has missed.

This came to mind recently when I met an entrepreneur named Linda Pagan. She's a milliner. That is, she makes and sells hats. Her store, located in New York City on Thompson Street in the SoHo district of Manhattan, is called simply the Hat Shop NYC. My wife, Elaine, and I were walking in the neighborhood when we happened upon the shop and decided to go in. Elaine wanted a hat to wear to the Inc. 5000 conference, and she picked one out. She also noticed the interesting hatboxes the store had and asked if her hat came with a box.

"Oh, yes," Linda said. "All of our hats come with boxes. There's a paper-packaging factory in Brooklyn that makes our boxes. As a matter of fact, see this box over here?" She pointed to a huge hatbox. "That type of box has become a big seller for our manufacturer, which is really thanks to me."

"What do you mean?" I asked. I couldn't imagine that she sold enough hats of that size to make a big difference to the box manufacturer.

She explained that she had been getting more and more requests for hats with large brims, mainly from women who were planning to attend the Kentucky Derby or New York City's Easter Parade. But she didn't have boxes wide and deep enough to hold such large hats. She had called the owner of the paper-packaging factory and described the kind of boxes she needed. Unfortunately, he said, the die cutter required to make boxes of that size had broken down decades earlier, and he hadn't fixed it because there wasn't enough demand for large hatboxes.

But without the appropriate boxes, Linda couldn't sell the wide-brimmed hats for which customers were willing to pay a premium. That meant sacrificing what was potentially a significant source of revenue. She asked the factory owner how much it would cost to fix the die cutter. A couple hundred bucks, he replied. She said she would gladly pay for the repair. Nevertheless, by the time she'd hung up the phone, Linda could tell he still wasn't convinced that it would be worth the effort and expense.

So she was surprised when, a few months later, the large hatboxes she'd requested arrived from the factory, but without the bill for fixing the die cutter. She talked to the factory manager, who told her that the owner had done some investigating on his own and concluded that there was, in fact, a growing market for hatboxes much larger than he was used to making. He had the die cutter fixed and proceeded to sell so many of the big boxes that he felt it wouldn't be right to bill Linda for the repair. He was grateful to her for recognizing an opportunity he had been totally unaware of.



Her ability to see the opportunity made me realize that Linda was more than a milliner and shopkeeper. She was a true entrepreneur.

SOURCE: www.inc.com



We No Longer Need These 9 Body Parts

Some human body parts serve no purpose despite once having a specific function among our ancestors.

The appendix, for example, is not an essential body part (though some research suggests it may act as storage for good bacteria). In some cases, the appendix gets inflamed or ruptures, which requires surgical removal of the organ.

Several other body parts used to be important for humans' survival, but they have since become useless. Some of them can be removed, and the absence of them does not lower people's quality of life.

Business Insider spoke with Dorsa Amir, an evolutionary anthropologist at Boston College, to learn more about what she calls "evolutionary leftovers." Amir said that if a trait becomes no longer useful but remains harmless to humans, then it tags along for the evolutionary ride.

Take a look at nine body parts that remained in the human body despite having no function for millions of years.

1. The appendix may be the most commonly known useless

organ.

Many years ago, the appendix may have helped people digest plants that were rich in cellulose, Gizmodo reported. While plant-eating vertebrates still rely on their appendix to help process plants, the organ is not part of the human digestive system.

"As we started switching to a more diverse diet and targeting meat, we didn't need super long and complicated intestinal tracts anymore," Amir told Business Insider.

However, there is increasing evidence that the appendix does store some useful gut bacteria, but it is unclear if "this was always its function for us, or whether this was an old dog learning new tricks," she said.

2. The palmaris longus muscle runs from the wrist to the elbow. About 10 percent of humans do not have it.

If you rest the back of your wrist on a table and connect your thumb to your pinky, you may see a band of muscle pop up on your wrist. That is a vestigial muscle called the palmaris longus. Amir said this muscle is there because it helped our ancestors climb trees.

According to the Encyclopædia Britannica, the muscle likely also helped early humans with their grip. But we started walking on two feet about 3.2 million years ago, making the muscle useless.

3. Humans no longer need very powerful jaws because our diets have shifted toward soft foods and cooked grains. Our jaws are also smaller, so we can't all fit in our wisdom teeth properly.

"Given that we eat pretty soft food now, and molars are usually used for grinding, we don't really need them anymore," Amir said.

4. Arrector pili are muscle fibres that produce goose bumps when they contract.

Our ancestors, who had a lot more body hair, used these fibres to their advantage, but we don't have a use for them anymore.

For animals with thick fur, arrector pili can help provide insulation. The fibres can also make animals look bigger – a porcupine benefits from this phenomenon.



5. Human embryos develop a tail between five and eight weeks after conception.

The tail vanishes by the time humans are born, and the remaining vertebrae merge to form the coccyx, or tailbone.

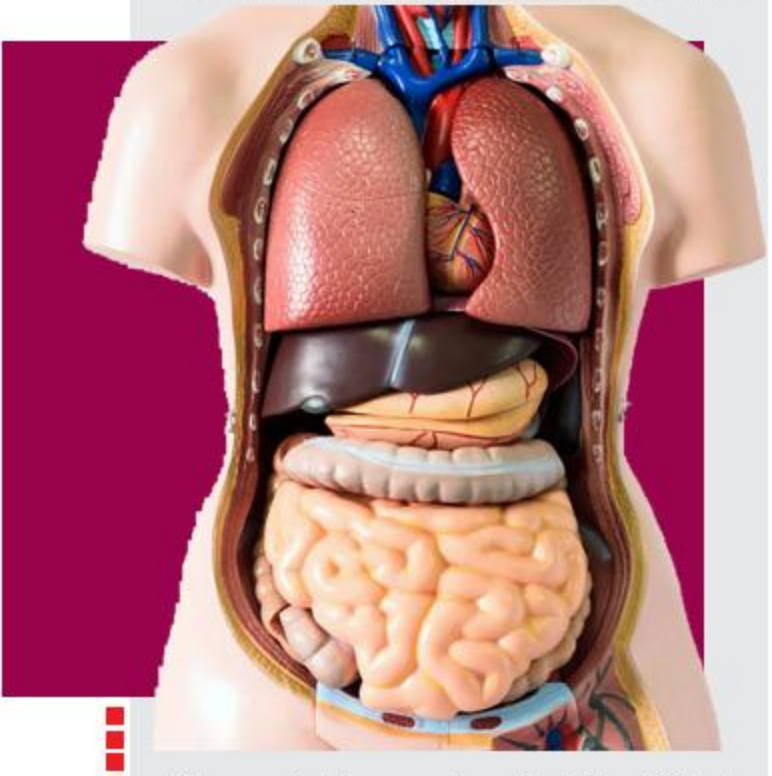
Tailbones helped our ancestors with mobility and balance, but the tail shrank as humans learned to walk upright. The coccyx now serves no purpose in humans.

"Our ancestors who had mutations that got

rid of the tail seemed to fare better, and thus our tails went away over many generations," Amir told Business Insider.

Human infants are rarely born with a vestigial tail, though it does happen, according to Britannica. Doctors can remove the tail through surgery without major issues.

6. Auricular muscles control the visible part



of the ear, but humans have lost the ability to use them. Other mammals use these muscles to detect prey and predators.

The auricular muscles of the ear help other mammals localise sound and express emotion, according to Britannica.

Unlike humans, animals such as cats have to move their ears to hear well. But Amir said that since we have flexible necks, we no longer have the need to move our ears toward sounds.

Some humans can wiggle their ears, but that's the best we can do.

7. The pyramidalis muscle, which is located in the lower abdomen, is shaped like a triangle. People have from zero to two of these muscles, but they don't help us.

According to Britannica, the pyramidalis muscle can help contract the linea alba, but this is not relevant to the function of one's abdominal muscles.

About 20 percent of humans do not have any pyramidalis muscles.

8. Male and female fetuses initially develop the same way, and testosterone triggers the formation of male sex organs later on. Before these hormones kick in, however, nipples have already begun to develop.

Men can't lactate under natural circumstances, but a high level of prolactin, the hormone that helps produce milk, can create this effect. Lactation is a side effect of digoxin, a heart medication, Scientific American reported.

While many male mammals could lactate under extreme scenarios, only the Dayak fruit bat, found in Southeast Asia, lactates spontaneously, according to Scientific American.

9. The plica semilunaris, or third eyelid, is a fold of tissue found on the inside corner of the eye. It resembles membranes that some animals use to protect their eyes.

Birds, reptiles, and some mammals can pull these membranes across their eyes to keep them moist and free of debris.

Gizmodo reported that our plica semilunaris is a remnant of these membranes, though humans are now unable to control the tissue.

"It's not exactly clear why humans don't have these anymore," Amir said, "but they're actually rare among primates so we must have lost them a long time ago."

Source: Business Insider



The 5 Most Addictive Substances on Earth

1. Heroin

Nutt et al.'s experts ranked heroin as the most addictive drug, giving it a score of 3 out of a maximum score of 3. Heroin is an opiate that causes the level of dopamine in the brain's reward system to increase by up to 200 percent in experimental animals.

In addition to being arguably the most addictive drug, heroin is dangerous, too, because the dose that can cause death is only five times greater than the dose required for a high.

Heroin also has been rated as the second most harmful drug in terms of damage to both users and to society. The market for illegal opiates, including heroin, was estimated to be US $68 billion worldwide in 2009.

2. Cocaine

Cocaine directly interferes with the brain's use of dopamine to convey messages from one neuron to another. In essence, cocaine prevents neurons from turning the dopamine signal off, resulting in an abnormal activation of the brain's reward pathways.

In experiments on animals, cocaine caused dopamine levels to rise more than three times the normal level. It is estimated that between 14-20 million peopleworldwide use cocaine and that in 2009 the cocaine market was worth about US$75 billion.

Crack cocaine has been ranked by experts as being the third most damaging drug and powdered cocaine, which causes a milder high, as the fifth most damaging. About 21 percent of people who try cocaine will become dependent on it at some time in their life.

Cocaine is similar to other addictive

stimulants, such as methamphetamine – which is becoming more of a problem as it becomes more widely available – and amphetamine.

3. Nicotine

Nicotine is the main addictive ingredient of tobacco. When somebody smokes a cigarette, nicotine is rapidly absorbed by the lungs and delivered to the brain. Nutt et al's expert panels rated nicotine (tobacco) as the third most addictive substance.

More than two-thirds of Americans who tried smoking reported becoming dependent during their life. In 2002 the WHO estimated there were more than 1 billion smokers and it has been estimated that tobacco will kill more than 8 million people annually by 2030.



Laboratory animals have the good sense not to smoke. However, rats will press a button to receive nicotine directly into their bloodstream – and this causes dopamine levels in the brain's reward system to rise by about 25-40 percent.

4. Barbiturates ('downers')

Barbiturates – also known as blue bullets, gorillas, nembies, barbs and pink ladies – are a class of drugs that were initially used to treat anxiety and to induce sleep.

They interfere with chemical signalling in the brain, the effect of which is to shut down various brain regions. At low doses, barbiturates cause euphoria, but at higher doses they can be lethal because they suppress breathing.

Barbiturate dependence was common when the drugs were easily available by prescription, but this has declined dramatically as other drugs have replaced them.

This highlights the role that the context plays in addiction: if an addictive drug is not widely available, it can do little harm. Nutt et al's expert panels rated barbiturates as the fourth most addictive substance.

5. Alcohol

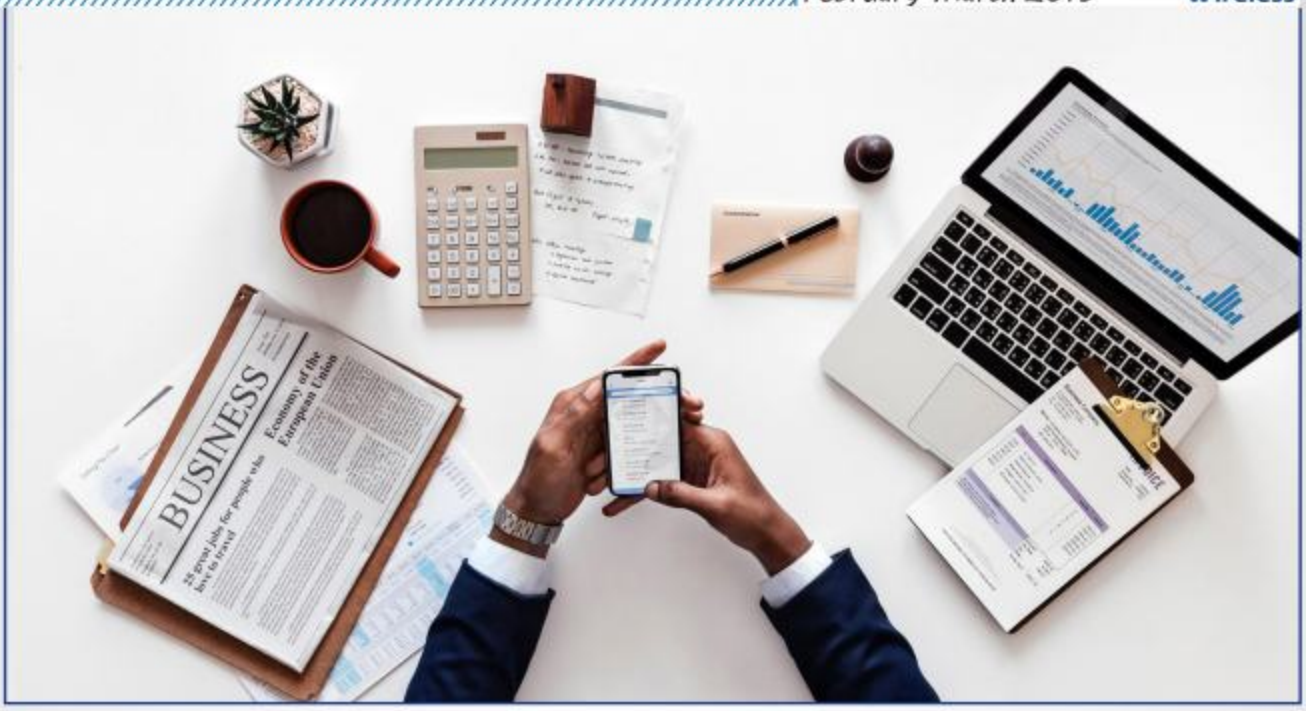
Although legal in the US and UK, alcohol was scored by Nutt et al.'s experts 1.9 out of a maximum of 3.

Alcohol has many effects on the brain, but in laboratory experiments on animals it increased dopamine levels in the brain's reward system by 40-360 percent – and the more the animals drank the more dopamine levels increased.

Some 22 percent of people who have taken a drink will develop a dependence on alcohol at some point during their life.

The WHO has estimated that 2 billion people used alcohol in 2002 and more than 3 million people died in 2012 due to damage to the body caused by drinking.

Source: www.sciencealert.com



5 Major Social Media Marketing Mistakes and How to Overcome Them

1. You're not listening to your audience

Your audience is speaking; but are you listening? Sure, you might see notifications appear on your dashboard but they represent a fraction of the social dialogue centered on your business, industry, service, products or competitors.

According to Brandwatch, 96% of people who discuss brands online do not actually follow those brands on social media. As such, business owners have to look beyond their own feeds to keep tabs on that chatter and obtain insights to influence overall strategy.

Utilizing social media listening tools is like turning up the volume on the conversations which represent opportunities for your business. Not only that, but they offer a unique means of researching a market, highlighting consumer demographics, gauging possible interest in new products and lines, reinforcing brand values, tracking the health of your company (and your rivals) and enhancing customer satisfaction.

2. You don't have a clear objective

This applies to business in general, but also to your social media strategy. It's no good simply posting a selection of random updates each day, hoping to attract a steady stream of likes, shares, new followers and sales. Broadening organic reach is more challenging than ever, as the likes of Facebook have become pay-to-play platforms. As such, stimulating interest and growing your audience requires investment in advertising.

With social media advertising, you can forensically track engagements, and as such it is crucial to set clear goals. How will you define the success or failure of a campaign? How much are you willing to spend to win a customer? And remember, it is essential to connect your social media output to wider business aims (and ROI) from the get-go: if you don't, social media can become a siloed platform, a form of brand waving with no real connection to the company as a whole.

3. You're not optimizing for each social network

At this point, you're probably utilizing a range of social media platforms – and largely that's a good move, even if some succeed more than others. However, a common mistake business owners make is to simply replicate updates and re-share them on different platforms. Not only is this somewhat lazy, but it overlooks one key point: audiences on different social networks are not homogenous; they are unique, and the content they expect is unique too.

When using multiple social platforms for marketing the same brand, you need to think outside the box but also reflect the desires of users on those particular channels. In some cases, improving ROI may even necessitate the closing of social accounts which are not performing or are not aligned with your business objectives. Decreasing your post output may also yield better results.

4. You're stretching yourself too thin

The pitfall of being active on social media is that you're, well, too active. So committed are you to driving brand awareness and gaining top marks for engagement, you wind up stretching yourself thin without really hitting the mark on any one medium.

As with any area of focus, you have to pay attention to which social channel is working and invest your time (and budget) accordingly. Using analytics to better appreciate which networks are paying dividends, and which are stagnating, is paramount.

This doesn't have to be a burdensome process, incidentally: you can leverage intuitive social media management tools to save time handling your accounts, streamline your workflows and ensure your content reaches your target market at the most advantageous time. Importantly, they'll help you drive meaningful engagement and yield tangible results, thereby ensuring you don't spread yourself thin.

5. You're not offering real value

One oft-cited mistake that remains worryingly common is this: you are too busy pushing your brand without providing value. While you may believe it's smart to use social media exclusively to build awareness, users gravitate to these platforms to engage and interact – not to buy.

Social advertising has many merits, but you absolutely must mix it up by sharing other relevant, topical or shareworthy content to ensure you're providing value. Create content – infographics, blog posts, videos – that answers a question or delivers a message that resonates with your audience. Content that humors, enlightens and gives pause.

Content that evokes emotion, a reaction at gut level, tends to play better than direct sales messages. And is it any wonder? Try to remember the last time a sales message on social media had you heading to an online store. Now think of the last time a status update or tweet put a smile on your face or made you mad!

Social is a two-way medium, so establish value by employing role reversal and asking your clients questions. Starting and then stoking conversations will undoubtedly improve your brand image and increase the likelihood of conversions.

Source: www.forbes.com



The Foolish Wolf's Flute

Let us enjoy reading this story of **The Foolish Wolf's Flute.**

There was a large flock of sheep grazing on a lawn.

A wolf stealthily stole a lamb. The lamb tried hard to get away but it could not. As the wolf was about to kill the lamb, an idea struck in the lamb's mind.

The lamb pleaded, "Oh wolf! I know that I am going to die now. Will you be kind enough to fulfil my last wish?"

The wolf asked, "What is your last wish?" The lamb replied, "I am fond of music. Before I die, I wish to hear you play the flute." The wolf agreed and played the flute.

When the wolf stopped the lamb said, "Oh! what beautiful music! Will you playa bit louder, please? You play far better than my shepherd".

The wolf was pleased by the flattery and started to play louder. In the mean time, the shepherd and the dogs who were in search of the missing lamb heard the sound. They came running and caught hold of the wolf. The lamb happily trotted away to his flock.

MORAL : If there is a will there is a way