

سپردن مسئولیت مرغداری به روباه!

نویسندگان گزارش می‌گویند کسانی که «علاقه‌مند به وابسته نگه داشتن جهان به سوخت‌های فسیلی» هستند نباید بر مذاکرات اقلیمی نظارت کنند



جیل استین صدای سبزه‌ها و فلسطین

در برنامه‌های انتخاباتی جیل استین بر ممنوعیت ایجاد زیرساخت‌های جدید برای سوخت‌های فسیلی و تغییر صد درصدی تولید انرژی و روی آوردن به انرژی‌های تجدیدپذیر تأکید شده است

۳

نگاهی به ابعاد مختلف و ضرورت‌های آگاهی‌بخشی اصولی در بخش گردشگری

گردشگری پایدار با آموزش آگاهانه

آموزش در بخش گردشگری به تغییر نگرش‌ها، تقویت مهارت‌ها و ایجاد رفتارهای مسئولانه در میان تمامی ذی‌نفعان گردشگری کمک می‌کند

۴

تهران، استانبول و لس آنجلس: آیا زلزله‌ای بزرگ در راه است؟

مهدی زارع
زلزله‌شناس و رئیس شاخه زمین‌شناسی
فرهنگستان علوم

۲

دیپلماسی «اعظم»

ستاره حجتی، روزنامه‌نگار

۷

کارآفرینی و توسعه پایدار

حسام زند حسامی
عضو هیئت‌علمی گروه کارآفرینی دانشگاه آزاد

۵

پیام ما چالش‌ها و فرصت‌های همکاری شرکت‌ها با خیریه‌ها را بررسی می‌کند

خدمت یا فرار از مسئولیت؟

توسعه مسئولیت اجتماعی نیازمند همکاری تمام ذی‌نفعان، از جمله دولت، بخش خصوصی، و جامعه مدنی است تا ایران بتواند به‌عنوان یک کشور پیشرو در زمینه مسئولیت اجتماعی شناخته شود و به اهداف توسعه پایدار دست یابد

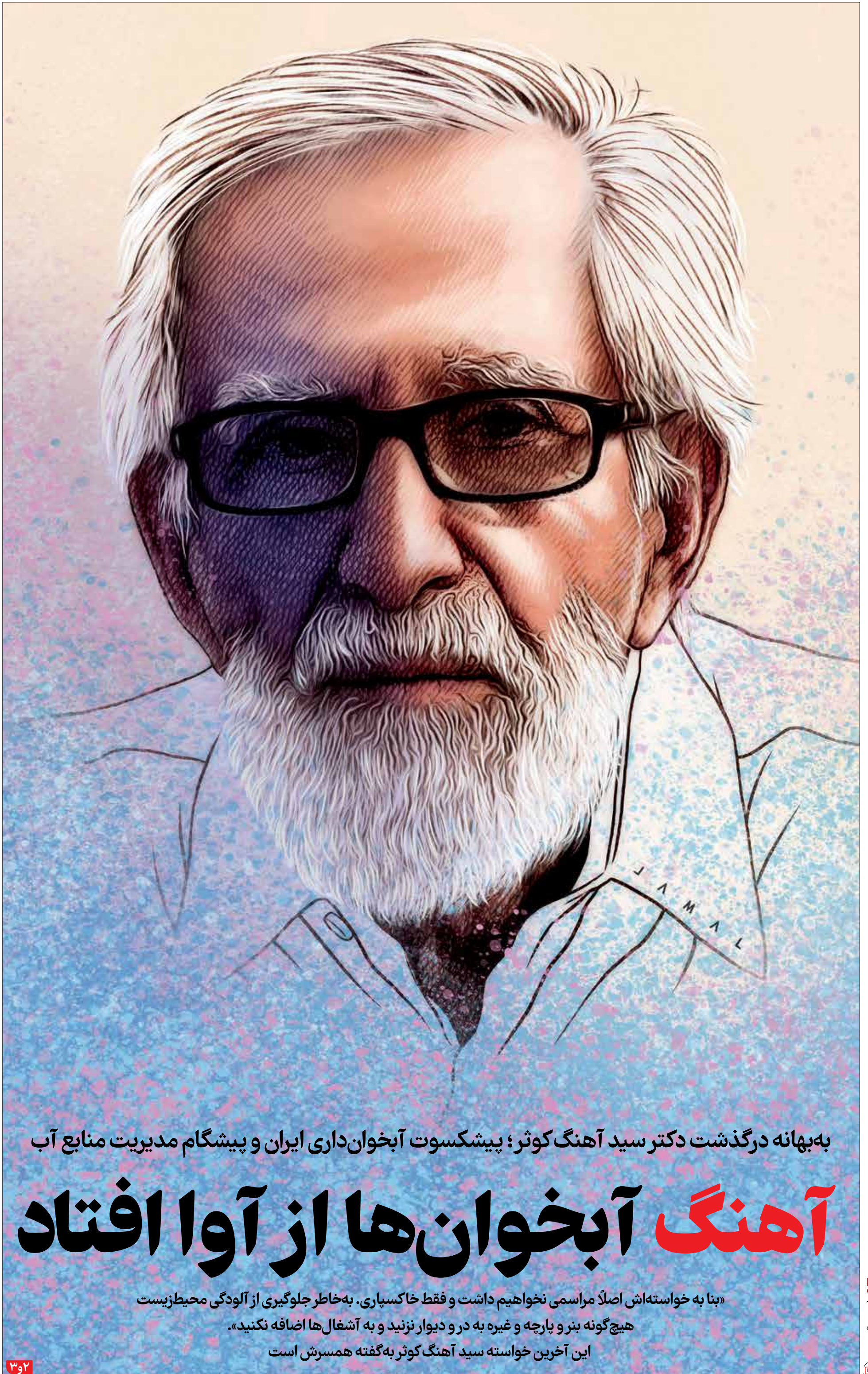
۵

زندگی در حاشیه توسعه پایدار

توسعه پایدار از نگاه سازمان ملل متحد اهداف ۱۷گانه‌ای دارد، از جمله ریشه‌کنی فقر، سلامتی و رفاه همه، کاهش نابرابری و توجه به محیط‌زیست

شهرزاد هاشمی
کنشگر اجتماعی

۸



به‌بهانه درگذشت دکتر سید آهنگ کوثر؛ پیشکسوت آبخوان‌داری ایران و پیشگام مدیریت منابع آب

آهنگ آبخوان‌ها از آوا افتاد

«بنا به خواسته‌اش اصلاً مراسمی نخواهیم داشت و فقط خاکسپاری. به‌خاطر جلوگیری از آلودگی محیط‌زیست

هیچ‌گونه بنر و پارچه و غیره به در و دیوار نزنید و به‌اشغال‌ها اضافه نکنید.»

این آخرین خواسته سید آهنگ کوثر به‌گفته همسرش است

۳۰۲

به مناسبت ۲۴ اکتبر (سوم آبان) روز جهانی مقابله با تغییر اقلیم است

جیل استین؛ صدای سبزها و فلسطین

در برنامه‌های انتخاباتی جیل استین بر ممنوعیت ایجاد زیرساخت‌های جدید برای سوخت‌های فسیلی و تغییر صد درصدی تولید انرژی و روی آوردن به انرژی‌های تجدیدپذیر تأکید شده است



سپیده رحمن‌پور |

پژوهشگر حوزه تغییر اقلیم |

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

—

خبر

تبعات تحریم شرکت‌های هواپیمایی ایران از سوی اتحادیه اروپا:

از سه برابر شدن نرخ بلیت تا تعلل در استرداد وجه به مسافران

سخنگوی سازمان هواپیمایی کشوری با اعلام اینکه «پرواز ایرلاین‌های داخلی در منطقه طبق برنامه انجام می‌شود و هیچ مشکلی در این زمینه نیست»، به ایسنا گفت: «شرکت‌های هواپیمایی داخلی به منطقه پروازهای خود را انجام می‌دهند، هیچ مشکلی برای پروازهای رفت و برگشت ایرلاین‌های داخلی وجود ندارد و پروازها طبق برنامه انجام می‌شود. مسافران برای دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص زمان پرواز خود از شرکت هواپیمایی اطلاعات لازم را دریافت کنند» سخنگوی سازمان هواپیمایی کشوری گفت: «فقط پروازهای شرکت هواپیمایی ایران‌ایر به اتحادیه اروپا باطل شده است که وجه بلیت آن مسترد خواهد شد. مسافران می‌توانند شکایات و نظرات خود را در سایت سازمان هواپیمایی ثبت کنند که حتماً به شکایات رسیدگی خواهد شد» «جعفر یازلو» با بیان اینکه برای استرداد وجه بلیت مسافران به تمامی شرکت‌های هواپیمایی خارجی بخشنامه زدہایم، گفت: با بررسی‌های انجام شده و شکایات دریافتی از مسافران پروازهای تعلیق‌شده، مشاهده شد که برخی از شرکت‌های هواپیمایی استرداد وجه کامل بلیت مسافران را به هفته‌های بعد موکول کرده‌اند و این عمل موجب نارضایتی مسافران شده است. برخی از شرکت‌های هواپیمایی در زمان استرداد وجه بلیت استفاده‌نشده یا توجیه غیر قابل استرداد بودن تعرفه نسبت به کسر آن از وجه بلیت اقدام کرده‌اند؛ درحالی‌که این سازمان شرایط استرداد بلیت را طی بخشنامه‌های گذشته تصحیح‌شده غیردوطلبانه الزام کرده است. به تمامی شرکت‌های هواپیمایی خارجی ابلاغ می‌شود که ضمن عدم تعلل در استرداد وجه بلیت مسافران تمهیدات لازم به‌منظور استرداد وجوه مزبور با قید فوریت انجام گیرد و نتیجه به دفتر نظارت بر فرودگاه‌ها، شرکت‌ها و مؤسسات هوانوردی سازمان هواپیمایی کشوری اعلام شود. عدم استرداد وجه کامل بلیت‌ها تماماً استفاده‌نشده تحت هر عنوان تخلف محسوب می‌شود» اتحادیه اروپا ۲۳ مهرماه جاری سه شرکت هواپیمایی ایران‌ایر، ماهان و ساها را تحریم کرد، یک روز بعد از اعلام این خبر، سازمان هواپیمایی ایران اعلام کرد: «شرکت هواپیمایی ایران‌ایر پروازهای مقاصد اروپایی خود را به دلیل اجتناب از تبعات ناشی از عدم صدور اجازه فرود در فرودگاه‌های کشورهای اروپایی و همچنین جلوگیری از سرگردانی مسافران در فرودگاه‌های داخل و خارج از کشور، ابطال کرد». این تحریم در روزهای اخیر تبعات بسیاری در حوزه گردشگری و سفر شهروندان ایرانی داشته است، از جمله اظهارات «رحمت‌الله رفیعی»، رئیس انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی ایران، اعلام کرده است: «در همین چند روز که موضوع تحریم‌های اروپا بر ایرلاین‌های داخلی مطرح شده است، قیمت بلیت‌های پرواز در برخی مسیرها سه برابر افزایش یافته است. بلیت همین مسیر پرواز تهران-استانبول هم سه برابر گرانتر شده است. نرخ بلیت پرواز در برخی مسیرها به بیش از ۱۰۰ میلیون تومان رسیده است. در مسیر تهران-ترکیه که قیمت بلیت پرواز ۱۲ تا ۱۵ میلیون تومان بود.



حیدر فقیه

مسئول آموزش انجمن حرفه‌ای راهنمایان گردشگری استان بوشهر

آموزش به‌عنوان شاه‌کلید دستیابی به گردشگری پایدار، نقشی حیاتی در تغییر نگرش‌ها و رفتارهای تمامی ذی‌نفعان این صنعت دارد. از گردشگران گرفته تا جوامع محلی و مسئولان صنعت گردشگری، همه به‌نوعی در این فرایند دخیل هستند و آموزش می‌تواند ابزاری مؤثر برای ایجاد تغییرات مثبت در این زمینه باشد.

آگاهی جوامع محلی و پایداری گردشگری

گردشگری پایدار به‌معنای بهره‌برداری از منابع طبیعی و فرهنگی به‌گونه‌ای است که این منابع برای نسل‌های آینده نیز حفظ شوند. در این حال، این نوع گردشگری باید به‌گونه‌ای طراحی شود که برای جوامع محلی، اقتصاد منطقه و حتی گردشگران، مزایای بلندمدتی به‌همراه داشته باشد. آموزش می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در این مسیر ایفا کند. آگاهی بخشی به ذی‌نفعان صنعت گردشگری درباره اهمیت حفاظت از منابع طبیعی، احترام به فرهنگ‌های محلی و استفاده پایدار از منابع، اولین گام در جهت دستیابی به گردشگری پایدار است. یکی از اهداف اصلی آموزش در گردشگری پایدار، تغییر نگرش‌ها و رفتارها است. بسیاری از مشکلات محیط‌زیستی و اجتماعی که از گردشگری ناشی می‌شوند، نتیجه کمبود آگاهی و عدم درک صحیح از تأثیرات منفی این صنعت هستند. برای مثال، گردشگران ممکن است ندانند که زباله‌های رهاشده توسط آنها چگونه به محیط‌زیست آسیب می‌زند یا اینکه حضور انبوه آنها در یک منطقه طبیعی می‌تواند به حیات‌وحش و زیستگاه‌های محلی آسیب برساند. به همین دلیل، آموزش می‌تواند این نگرش‌ها را تغییر دهد و رفتارهای مسئولانه‌تری را در میان گردشگران و سایر ذی‌نفعان به‌وجود آورد. آموزش در این حوزه تنها به گردشگران محدود نمی‌شود. جوامع محلی، کارکنان صنعت گردشگری و حتی سیاستگذاران نیز نیاز به آموزش دارند تا بتوانند نقش خود را در توسعه پایدار این صنعت ایفا کنند. به‌عنوان مثال، آموزش جوامع محلی درباره ارزش‌های فرهنگی و طبیعی آنها می‌تواند به افزایش تعهد آنها نسبت به حفظ این منابع کمک



نگاهی به ابعاد مختلف و ضرورت‌های آگاهی بخشی اصولی در بخش گردشگری

گردشگری پایدار با آموزش آگاهانه

آموزش در بخش گردشگری به تغییر نگرش‌ها، تقویت مهارت‌ها و ایجاد رفتارهای مسئولانه در میان تمامی ذی‌نفعان گردشگری کمک می‌کند

در دنیای امروز، صنعت گردشگری به یکی از مهمترین و تأثیرگذارترین بخش‌های اقتصادی تبدیل شده است. میلیون‌ها نفر هر ساله به مقاصد مختلف سفر می‌کنند و از زیبایی‌ها و جذابیت‌های طبیعی و فرهنگی جهان بهره‌مند می‌شوند. با این حال، رشد فزاینده و گاهی غیرمسئولانه این صنعت، چالش‌های جدی زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی را به‌همراه داشته است. به همین دلیل، مفهومی تحت‌عنوان «گردشگری پایدار» به‌وجود آمد که به دنبال ایجاد تعادلی میان منافع اقتصادی، حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، و بهبود شرایط اجتماعی جوامع محلی است. در این مسیر، یکی از مهمترین عوامل برای دستیابی به گردشگری پایدار، آموزش است.

آموزش به‌عنوان شاه‌کلید دستیابی به گردشگری پایدار، نقشی حیاتی در تغییر نگرش‌ها و رفتارهای تمامی ذی‌نفعان این صنعت دارد. از گردشگران گرفته تا جوامع محلی و مسئولان صنعت گردشگری، همه به‌نوعی در این فرایند دخیل هستند و آموزش می‌تواند ابزاری مؤثر برای ایجاد تغییرات مثبت در این زمینه باشد.

یکی از مهمترین مسائل در آموزش گردشگری پایدار، شناسایی و تفکیک گروه‌های هدف است. هر یک از گروه‌های درگیر در صنعت گردشگری نیازمند آموزش‌هایی خاص هستند که متناسب با نقش و وظایف آنها باشد. گردشگران به‌عنوان مصرف‌کنندگان نهایی خدمات گردشگری، نقش اساسی در تعیین الگوهای گردشگری دارند. آنها می‌توانند با انتخاب مقاصد پایدار، استفاده از خدمات بومی و حمایت از جوامع محلی، به توسعه گردشگری پایدار کمک کنند. اما برای این که چنین رفتارهایی از سوی گردشگران شکل بگیرد، نیاز به آموزش‌های خاص وجود دارد. این آموزش‌ها می‌تواند شامل مواردی نظیر آگاهی از تأثیرات زیست‌محیطی سفرها، کاهش ردیاب کربنی، احترام به فرهنگ‌های محلی و حمایت از اقتصادهای بومی باشد. به‌طور مثال، گردشگران باید بدانند که استفاده از بومگردی‌ها و حمل‌ونقل عمومی چگونه می‌تواند به کاهش اثرات منفی سفرهایشان بر محیط‌زیست کمک کند. جوامع محلی که مقاصد گردشگری در نزدیک به محل زندگی آنها قرار دارد، از جمله ذی‌نفعان اصلی در گردشگری پایدار هستند. آموزش این گروه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چراکه موفقیت یا شکست پروژه‌های گردشگری پایدار تا حد زیادی به همکاری و مشارکت جوامع محلی وابسته است. این آموزش‌ها می‌تواند شامل موضوعاتی نظیر حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی، توسعه مهارت‌های مرتبط با گردشگری (مانند راهنمایی تورها، تولید صنایع‌دستی و ارائه خدمات اقامتی)، و آشنایی با حقوق و نقش آنها در فرایند توسعه گردشگری باشد. این آموزش‌ها به جوامع محلی کمک می‌کند تا نه تنها از مزایای اقتصادی گردشگری بهره‌مند شوند، بلکه نقش فعالی در حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ منطقه خود ایفا کنند.

محبوب‌ترین روش‌ها برای ارائه آموزش تبدیل شده‌اند. این دوره‌ها می‌توانند از طریق پلتفرم‌های مختلف برگزار شوند و شامل ویدئوهای آموزشی، وبینارها باشند. یکی از مزایای اصلی این روش، دسترسی گسترده‌تر به مخاطبان است؛ زیرا افراد از هر نقطه‌ای از جهان می‌توانند در این دوره‌ها شرکت کنند. همچنین، این روش می‌تواند هزینه‌ها را کاهش دهد و به ارائه محتوای به‌روزتر کمک کند. یکی دیگر از روش‌های مؤثر در آموزش گردشگری پایدار، برگزاری دوره‌های آموزشی است. معنی در مقاصد گردشگری یا جوامع محلی است. این نوع آموزش به شرکت‌کنندگان این امکان را می‌دهد که به‌طور عملی با چالش‌ها و مسائل واقعی مواجه شوند و راه‌حل‌های پیشنهادی را در عمل ببینند. برای مثال، بازدید از مناطق حفاظت‌شده طبیعی یا پروژه‌های موفق گردشگری پایدار می‌تواند تجربه‌ای الهام‌بخش برای افراد باشد و آن‌ها را به درک بهتری از اهمیت حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی برساند. رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های موبایل به یکی از مهمترین ابزارهای اطلاع‌رسانی و آموزش تبدیل شده‌اند. این ابزارها می‌توانند به‌صورت گسترده‌ای برای آگاه‌سازی گردشگران و ذی‌نفعان دیگر مورد استفاده قرار گیرند. از طریق این پلتفرم‌ها، می‌توان محتوای آموزشی در قالب مقالات، ویدئوها و اینفوگرافیک‌ها درباره مقاصد گردشگری، اصول گردشگری پایدار و نکات زیست‌محیطی ارائه داد. به‌علاوه، استفاده از اپلیکیشن‌های موبایل می‌تواند تجربه‌های آموزشی شخصی‌سازی‌شده‌تری را برای گردشگران فراهم کند و به آنها کمک کند تا در حین سفر، تصمیمات مسئولانه‌تری بگیرند. همکاری با مؤسسات آموزشی و دانشگاه‌ها یکی دیگر از راه‌های مؤثر برای تقویت آموزش در گردشگری پایدار است. این همکاری‌ها می‌توانند به توسعه دوره‌های آموزشی تخصصی، انجام پژوهش‌های علمی و برگزاری کنفرانس‌های آموزشی کمک کنند. مؤسسات آموزشی با دارا بودن دانش تخصصی و منابع کافی می‌توانند برنامه‌های آموزشی جامع‌تری را تدوین کرده و به تربیت نیروهای متخصص در زمینه گردشگری پایدار بپردازند. همچنین، این مؤسسات می‌توانند پژوهش‌های کاربردی درباره بهترین روش‌های اجرای گردشگری پایدار انجام دهند و نتایج آنها را به سیاستگذاران و مدیران اجرایی منتقل کنند.

چالش‌ها، منابع، راهکارها

اگرچه آموزش به‌عنوان ابزاری حیاتی برای توسعه گردشگری پایدار شناخته می‌شود، این فرآیند با چالش‌هایی همراه است که باید به آنها توجه شود. یکی از چالش‌های اساسی در آموزش گردشگری پایدار، نبود آگاهی گروه‌ها نیازهای آموزشی خاصی دارند و طراحی برنامه‌های آموزشی که بتواند تمامی این نیازها را به‌طور جامع پوشش دهد، کار پیچیده‌ای است. به‌عنوان مثال، نیازهای آموزشی یک گردشگر با نیازهای یک مدیر هتل یا یک سیاستگذار بسیار متفاوت است. در نتیجه، برنامه‌های آموزشی باید به‌صورت منطقی و متناسب با گروه‌های مختلف طراحی شوند. همچنین، پژوهش‌های جدید و منابع اصلی برای به‌روزرسانی محتوای آموزشی مورد استفاده قرار گیرند. آموزش بدون شک شاه‌کلید دستیابی به گردشگری پایدار است. این امر به تغییر نگرش‌ها، تقویت مهارت‌ها و ایجاد رفتارهای مسئولانه در میان تمامی ذی‌نفعان صنعت گردشگری کمک می‌کند. گردشگران ویژه برای توسعه گردشگری پایدار هستند، به چشم می‌خورند. یکی دیگر از چالش‌های آموزش در گردشگری پایدار، مقاومت در برابر تغییر است. بسیاری از افراد و سازمان‌ها ممکن است به‌دلیل عادت به روش‌های قدیمی و سنتی، در برابر پذیرش تغییرات جدید و اصول پایدار مقاومت نشان دهند. این مقاومت می‌تواند از سوی گردشگران، جوامع محلی، کارکنان صنعت گردشگری و

بهره‌گیری از شیوه‌های نو و متنوع در آموزش گردشگری پایدار

برای دستیابی به اهداف آموزشی در حوزه گردشگری پایدار، استفاده از روش‌های متنوع و خلاقانه ضروری است. امروزه با گسترش فناوری‌های ارتباطی و دسترسی گسترده به اطلاعات، روش‌های نوینی برای آموزش و آگاه‌سازی به‌وجود آمده است. برخی از این روش‌ها عبارتند از برگزاری کارگاه‌های آموزشی، این کارگاه‌های آموزشی می‌توانند به‌عنوان روشی مؤثر برای انتقال دانش و مهارت‌های مرتبط با گردشگری پایدار مورد استفاده قرار گیرد. این کارگاه‌ها می‌توانند به‌صورت حضوری یا آنلاین برگزار شوند و شامل مباحث تخصصی، تمرین‌های عملی و بحث‌های گروهی باشند. با توجه به گسترش اینترنت و دسترسی آسان‌تر به فناوری، آموزش مجازی و دوره‌های آنلاین به یکی از

حتی سیاستگذاران وجود داشته باشد. غلبه بر این مقاومت نیازمند تلاش مستمر در زمینه آموزش و ایجاد آگاهی است. ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزشی در تغییر نگرش‌ها و رفتارها یکی از چالش‌های اساسی است. در بسیاری از موارد، ممکن است نتایج آموزش‌ها به‌صورت فوری قابل‌مشاهده نباشد و اثرات آن در بلندمدت نمایان شود. این امر می‌تواند توجیه سرمایه‌گذاری در برنامه‌های آموزشی را برای برخی از ذی‌نفعان دشوار کند. صنعت گردشگری به‌سرعت در حال تغییر است و مسائل جدیدی نظیر تغییر اقلیم، بحران‌های جهانی مانند پاندمی‌ها، و فناوری‌های نوین در حال تأثیرگذاری بر این صنعت هستند. به همین دلیل، محتوای آموزشی باید به‌طور مداوم به‌روز شود تا با چالش‌های جدید همگام باشد. این امر نیازمند انعطاف‌پذیری در طراحی برنامه‌های آموزشی و به‌روزرسانی مداوم آن‌ها است. با توجه به چالش‌های ذکر شده، باید راهکارهایی برای بهبود وضعیت آموزش در حوزه گردشگری پایدار در نظر گرفت. این راهکارها می‌توانند به ایجاد یک چارچوب آموزشی مؤثر و کارآمد کمک کنند. اولین گام برای بهبود وضعیت آموزش در گردشگری پایدار، تدوین یک استراتژی جامع آموزشی است که تمامی گروه‌های ذی‌نفع را در نظر بگیرد. این استراتژی باید شامل اهداف مشخص، محتوای آموزشی مناسب برای هر گروه و روش‌های ارزیابی اثربخشی باشد. همچنین، لازم است برنامه‌های آموزشی به‌گونه‌ای طراحی شوند که نیازهای خاص هر منطقه و جامعه را پوشش دهند. برای اجرای موفق برنامه‌های آموزشی، تأمین منابع مالی و نیروی انسانی متخصص ضروری است. دولت‌ها، سازمان‌های بین‌المللی و بخش خصوصی می‌توانند در این زمینه نقش کلیدی ایفا کنند. همچنین، تشویق به همکاری‌های بین‌المللی و استفاده از تجارب کشورهای موفق در این زمینه می‌تواند به بهبود وضعیت آموزش در گردشگری پایدار کمک کند. یکی از مهمترین جنبه‌های آموزش در گردشگری پایدار، تغییر نگرش و رفتار ذی‌نفعان است. برای این منظور، ایجاد فرهنگ پذیرش تغییر ضروری است. این امر می‌تواند از طریق آموزش‌های مستمر، ارائه تجربیات موفق و برجسته‌سازی مزایای گردشگری پایدار به‌دست آید. استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، واقعیت مجازی و تحلیل داده‌ها می‌تواند به بهبود فرایندهای آموزشی در گردشگری پایدار کمک کند. این فناوری‌ها می‌توانند تجربه‌های شخصی‌سازی‌شده و مبتنی بر نیازهای واقعی مخاطبان ایجاد کنند و همچنین، ارزیابی بهتر اثربخشی برنامه‌های آموزشی کمک نمایند. با توجه به تغییرات سریع در صنعت گردشگری، به‌روزرسانی محتوای آموزشی یک ضرورت است. برنامه‌های آموزشی باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که بتوانند به‌سرعت با مسائل و چالش‌های جدید سازگار شوند. همچنین، پژوهش‌های جدید و منابع اصلی برای به‌روزرسانی محتوای آموزشی مورد استفاده قرار گیرند. آموزش بدون شک شاه‌کلید دستیابی به گردشگری پایدار است. این امر به تغییر نگرش‌ها، تقویت مهارت‌ها و ایجاد رفتارهای مسئولانه در میان تمامی ذی‌نفعان صنعت گردشگری کمک می‌کند. کارکنان صنعت گردشگری و سیاستگذاران، همگی باید از طریق آموزش‌های مستمر با اصول و مبانی گردشگری پایدار آشنا شوند و بتوانند نقش خود را در توسعه این نوع گردشگری به‌درستی ایفا کنند. از سوی دیگر، برای دستیابی به نتایج مؤثر، لازم است آموزش‌ها به‌صورت جامع، منطقی و متناسب با نیازهای گروه‌های مختلف طراحی شوند و با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و روش‌های خلاقانه، به گسترش آگاهی و تغییر رفتار کمک کنند. در نهایت، گردشگری پایدار تنها از طریق آموزش مستمر و مؤثر می‌تواند به واقعیت تبدیل شود و به حفظ منابع طبیعی و فرهنگی برای نسل‌های آینده منجر گردد.

پیام ما چالش‌ها و فرصت‌های همکاری شرکت‌ها با خیریه‌ها را بررسی می‌کند

خدمت یا فرار از مسئولیت؟

یکی از بزرگترین انتقادات به همکاری‌های شرکتی با خیریه‌ها، سطحی‌نگری در مواجهه با مسائل اجتماعی است



سپهر

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی به‌عنوان یکی از ارکان اساسی فعالیت‌های تجاری مدرن، نقش مهمی در شکل‌دهی به تصویر برند و ارتباط با جامعه ایفا می‌کند. همکاری با خیریه‌ها می‌تواند مزایای قابل توجهی به همراه داشته باشد، اما در عین حال چالش‌هایی همچون سطحی‌نگری و وابستگی مالی نیز وجود دارد که نیازمند بررسی دقیق است.

فرح ابوطالبی | پژوهشگر فرهنگی

فرح ابوطالبی | پژوهشگر فرهنگی

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

همکاری با خیریه‌ها می‌تواند به دو شکل عمده صورت گیرد: تأسیس خیریه‌های مستقل توسط شرکت‌ها یا همکاری با خیریه‌های موجود. این دو رویکرد دارای معایب و مزایای منحصر به خود هستند. در حالی که تأسیس خیریه می‌تواند به شرکت‌ها اجازه دهد به‌طور مستقیم در امور

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

همکاری با خیریه‌ها می‌تواند به دو شکل عمده صورت گیرد: تأسیس خیریه‌های مستقل توسط شرکت‌ها یا همکاری با خیریه‌های موجود. این دو رویکرد دارای معایب و مزایای منحصر به خود هستند. در حالی که تأسیس خیریه می‌تواند به شرکت‌ها اجازه دهد به‌طور مستقیم در امور

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی به‌عنوان یکی از ارکان اساسی فعالیت‌های تجاری مدرن، نقش مهمی در شکل‌دهی به تصویر برند و ارتباط با جامعه ایفا می‌کند. همکاری با خیریه‌ها می‌تواند مزایای قابل توجهی به همراه داشته باشد، اما در عین حال چالش‌هایی همچون سطحی‌نگری و وابستگی مالی نیز وجود دارد که نیازمند بررسی دقیق است.

فرح ابوطالبی | پژوهشگر فرهنگی

فرح ابوطالبی | پژوهشگر فرهنگی

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

همکاری با خیریه‌ها می‌تواند به دو شکل عمده صورت گیرد: تأسیس خیریه‌های مستقل توسط شرکت‌ها یا همکاری با خیریه‌های موجود. این دو رویکرد دارای معایب و مزایای منحصر به خود هستند. در حالی که تأسیس خیریه می‌تواند به شرکت‌ها اجازه دهد به‌طور مستقیم در امور

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

مسئولیت‌های اجتماعی شرکتی (CSR) به‌عنوان یکی از اصول اساسی در فعالیت‌های تجاری مدرن شناخته می‌شود. در دنیای پیچیده امروز، شرکت‌ها نه‌تنها به دنبال حداکثر کردن سود خود هستند، بلکه ناگزیرند نقش خود در جامعه را نیز مد نظر قرار دهند. از این‌رو، بسیاری از شرکت‌ها برای ارتقای وجهه برند خود و جلب توجه مشتریان، به همکاری با خیریه‌ها و سازمان‌های غیرانتفاعی اقدام می‌کنند. این همکاری‌ها می‌توانند بر روی وجهه عمومی شرکت‌ها تأثیر مثبت بگذارند، اما در عین حال چالش‌ها و انتقادات خاص خود را نیز دارند که باید مورد توجه قرار گیرد.

خدمات بهداشتی و درمانی برای خانواده‌ها کمک شایانی کرده‌اند. این بنیادها به‌خوبی توانسته‌اند کیفیت زندگی افراد نیازمند را ارتقا دهند.

علاوه‌براین، همکاری با خیریه‌های موجود به‌جای تأسیس خیریه‌های جدید می‌تواند بهترین گزینه برای شرکت‌ها باشد. خیریه‌های موجود معمولاً تجربه و شناخت بهتری از نیازهای واقعی جامعه دارند و می‌توانند به شرکت‌ها در درک مسائل اجتماعی و پیاده‌سازی راه‌حل‌های مؤثر کمک کنند. از همین رو، همکاری با مشاوران و سازمان‌های حرفه‌ای باید در اولویت قرار گیرد تا تأثیرگذاری بهتری در پی داشته باشد.

در نهایت، می‌توانیم مزایا و معایب همکاری شرکت‌ها با خیریه‌ها را به‌صورت زیر دسته‌بندی کنیم:

مزایا	معایب
ارتقای وجهه برند؛ بهبود تصویر برند و جلب نظر مشتریان	سطحی‌نگری؛ غفلت از مسائل اجتماعی واقعی
بهبود کیفیت زندگی؛ حمایت واقعی، به تبلیغات تبدیل می‌شود	ابزار تبلیغاتی؛ همکاری‌ها به جای حمایت واقعی، به تبلیغات تبدیل می‌شود
تجهیز منابع انسانی؛ بهره‌مندی از تخصص و توانمندی‌های انسانی	عدم تخصص؛ نبود آگاهی کافی در مدیریت امور خیریه
بهبود ساختار سازمانی؛ افزایش حرفه‌ای‌گری خیریه‌ها	وابستگی مالی؛ کاهش استقلال خیریه‌ها
امکان جذب مشارکت‌های بیشتر؛ افزایش منابع و مشارکت‌ها	مدیریت مالی ضعیف؛ احتمال مشکلات مالی و اتهامات
ایجاد روابط پایدار؛ تقویت ارتباط مثبت با جامعه	غفلت از مسائل اصلی؛ نادیده گرفتن چالش‌های اساسی خود

با تحلیل ابعاد مختلف همکاری شرکت‌ها با خیریه‌ها، روشن می‌شود که در حالی که این همکاری‌ها می‌توانند اثرات مثبتی را به همراه داشته باشند، اما وجود چالش‌ها و معایب آنها نیز غیرقابل انکار است. به همین دلیل، ضرورت اتخاذ یک رویکرد جامع و پایدار که علاوه‌بر همکاری با خیریه‌ها، شامل تلاش‌های جدی و عمیق برای حل مسائل اصلی جامعه و ایجاد تغییرات مثبت در طولانی‌مدت باشد، ضروری است. بنابراین، شرکت‌ها باید درک عمیق‌تری از مسئولیت‌های اجتماعی خود پیدا کنند و بر روی ایجاد یک جامعه عادلانه‌تر و پایدارتر گام بردارند.

نیم‌نگاهی به وضعیت مسئولیت اجتماعی در ایران

۳. چالش‌ها و موانع

یکی از بزرگترین موانع پیشرفت در زمینه مسئولیت اجتماعی، عدم آگاهی کافی از مزایای مسئولیت اجتماعی در بین مدیران شرکت‌ها و سازمان‌هاست. بسیاری از مدیران هنوز به این باور نرسیده‌اند که سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی می‌تواند به افزایش اعتبار برند و بهبود روابط با مشتریان و ذی‌نفعان منجر شود.

چالش دیگری که وجود دارد، عدم وجود سازوکارهای شفاف برای اندازه‌گیری و ارزیابی تأثیرات فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی است. این موضوع باعث می‌شود شرکت‌ها نتوانند به‌خوبی موفقیت‌های خود را در این حوزه نشان دهند و انگیزه کافی برای ادامه فعالیت‌های اجتماعی نداشته باشند

در نهایت، افزایش آگاهی عمومی، تشویق به سرمایه‌گذاری در مسئولیت اجتماعی، و ایجاد قوانین و مقررات مشخص می‌تواند به توسعه فرهنگ مسئولیت اجتماعی در ایران کمک کند. این امر نه‌تنها به نفع شرکت‌ها و سازمان‌ها خواهد بود، بلکه به بهبود کیفیت زندگی مردم و توسعه پایدار جامعه نیز منجر خواهد شد.

توسعه مسئولیت اجتماعی نیازمند همکاری تمام ذی‌نفعان، از جمله دولت، بخش خصوصی، و جامعه مدنی است تا ایران بتواند به‌عنوان یک کشور پیشرو در زمینه مسئولیت اجتماعی شناخته شود و به اهداف توسعه پایدار دست یابد

خبر

در لایحه بودجه ۱۴۰۴ مطرح شد:

ساماندهی ۴۰ درصد هزینه مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دولتی

دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۴ کل کشور، تصمیم به ساماندهی ۴۰ درصد از هزینه مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌های دولتی دارد. منابع این اقدام، به‌صورت هدفمند در حوزه‌های مختلفی نظیر حمایت از زنان، توانمندسازی آنان، ترویج ازدواج، حمایت از خانواده و تأمین شیر مدارس در مناطق محروم هزینه خواهد شد. به‌گزارش ایرنا، براساس گزارش دیوان محاسبات کشور، تا سال ۱۴۰۲، تعداد شرکت‌های دولتی و شبه‌دولتی به حدود دو هزار و ۸۹۰ شرکت می‌رسد که شامل ۳۷۶ شرکت دولتی و هزار و ۹۹۲ شرکت زیرمجموعه مؤسسات غیردولتی است. در این راستا، دولت قصد دارد در قالب تبصره ۸ ماده واحد لایحه، منابع مربوط به مسئولیت اجتماعی شرکت‌های دولتی را ساماندهی و هزینه‌کرد آنها را هدفمند کند. این منابع در راستای اهداف برنامه هفتم پیشرفت، به تولید محتوای فرهنگی، برنامه‌های حمایت از خانواده، جوانی جمعیت و توانمندسازی بانوان اختصاص خواهد یافت. همچنین، این منابع شامل فعالیت‌های فرهنگی، هنری و ورزشی، ترویج فرهنگ کتابخوانی، گردشگری و پروژه‌های مناطق محروم نیز خواهند بود. علاوه‌براین، دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۴ سهمی از مالیات بر ارزش‌افزوده را به امور جوانان اختصاص داده است. براساس این لایحه، ۰.۲۷ درصد از کل ۹ درصد مالیات بر ارزش‌افزوده به وزارتخانه‌های ورزش و جوانان و آموزش‌وپرورش تخصیص خواهد یافت. لایحه بودجه ۱۴۰۴ به مجلس تقدیم شده و بنا به اعلام مسئولان، کلیات این لایحه در تاریخ هشتم آبان مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

مدیرکل بهزیستی بوشهر
تاکید کرد:

ضرورت ایفای مسئولیت اجتماعی نفت و گاز برای بهبود خدمات بهزیستی

مدیرکل بهزیستی استان بوشهر بر تقویت استفاده از ظرفیت‌های بالقوه برای تقویت به اهداف سازمانی نفت، گاز و پتروشیمی و ارتقای سطح رفاه و سلامت اجتماعی جامعه هدف به‌ویژه ساکنان پیرامونی منطقه پارس تأکید کرد. «حیدر عزیزنژاد»، مدیرکل بهزیستی استان بوشهر گفت: باتوجه‌به گستره خدمات و فعالیت‌های بهزیستی در سطح جامعه و محدود بودن منابع و اعتبارات دولتی، شناسایی شرکای اجتماعی جدید به‌ویژه بخش نفت و صنعت و استفاده از ظرفیت‌های مردمی یک الزام و ضرورت برای تحقق برنامه‌ها و مأموریت‌های بهزیستی در سطح استان است. به‌گزارش ایسا، عزیزنژاد در دیدار با نماینده دیوان استان در مجلس شورای اسلامی بر تقویت این ارتباط و استفاده از ظرفیت‌های بالقوه نماینده مجلس و مسئولین بخش نفت، گاز و پتروشیمی‌ها در قالب مسئولیت‌های اجتماعی خود تأکید کرد و خواستار کمک برای تقویت به اهداف سازمانی و ارتقای سطح رفاه و سلامت اجتماعی جامعه هدف به‌ویژه ساکنان پیرامونی منطقه پارس استفاده و بهره‌مندی این فضا شد.

با حمایت داروسازی دکتر عبیدی
انجام شد:

افتتاح بانک شیربیمارستان کودکان مفید

به‌تازگی با حمایت داروسازی دکتر عبیدی، بانک شیربیمارستان کودکان مفید تهران افتتاح شد. این اقدام بخشی از مسئولیت اجتماعی داروسازی عبیدی است که بر ارتقای سطح سلامت جامعه و حفظ جان نوزادان تأکید دارد شیر مادر، به‌ویژه برای نوزادان نارس و بیمار، بهترین منبع تغذیه است. نوزادانی که به‌دلیل مختلف مانند تولد زودرس یا فقدان شیر کافی در سینه مادر نمی‌توانند مستقیماً از شیر مادر تغذیه کنند، از خدمات بانک شیر بهره‌مند خواهند شد. این بانک با جمع‌آوری شیر اهدایی از مادران سالم و شیرده، نیاز نوزادان را برطرف می‌کند. تمامی شیرهای اهدایی پس از آزمایش و پاستوریزه شدن، به نوزادانی که به این نوع تغذیه نیاز دارند، ارائه می‌شوند. وجود بانک شیر دارای مزایای زیادی است، مانند نجات جان نوزادان، تقویت سیستم ایمنی و کاهش هزینه‌های درمانی. در شرایطی که نوزادان در بخش NICU بستری می‌شوند و توانایی هضم شیرخشک را ندارند، تنها راه ایمن برای حفظ سلامتی آن‌ها مصرف شیر بانک شیر است. ایران دارای ۱۳ بانک شیر بود و بانک شیربیمارستان مفید به‌عنوان چهاردهمین بانک در کشور شناخته می‌شود. این بانک به شماره تماس ۰۲۱-۲۲۹۲۱۵۱۶-۰۲۱ آماده پاسخگویی به سؤالات و ارائه اطلاعات بیشتر به والدین است.



عکس نوشت

عکاس: عزت‌الله صوفی - ایمن‌ا



کاروانسرای «دودک» در شمال‌شرقی محلات، در مجاورت ساحل شرقی رودخانه قهرود و در مسیر جاده لیلیجان به دهستان خورهه قرار دارد. قدمت این بنا را از دوره صفویه می‌دانند، ولی معماری آن از شیوه معماری سلجوقیان پیروی می‌کند که به این دلیل، تخمین دقیق قدمت بنا مشکل است. این بنا در فروردین سال ۱۳۷۷ در فهرست آثار ملی کشور به ثبت رسیده است.

تئاتر

«جرمان»

روی صحنه می‌رود



نمایش «جرمان» به کارگردانی سیدمحمدصادق سیدت در پردیس تئاتر شهرزاد روی صحنه می‌رود. به‌گزارش ایران‌تئاتر، نمایش «جرمان» از روز پنجشنبه، سوم آبان‌ماه، هر شب ساعت ۲۰ و ۱۵ روی صحنه خواهد رفت. در خلاصه داستان این اثر که برداشتی از داستان‌های واقعی است، آمده است: «جرمان بیانگر دردهایی از دل جامعه است که می‌تواند داستان هریک از مخاطبان باشد، سه داستان برگرفته از واقعیتی که می‌تواند گذشته یا آینده شما باشد.»

موسیقی

ارکستر آکادمیک پایتخت

در وحدت می‌نوازد



ارکستر آکادمیک پایتخت با اجرای سمفونی برای ارکستر مجلسی اثر شوستاکوویچ و سمفونی شماره ۵ بتوون در تالار وحدت روی صحنه می‌رود. در این کنسرت علیرضا چهره‌قانی به‌عنوان کنسرت‌مایستتر حضور دارد. به‌گزارش ایستا، ارکستر آکادمیک پایتخت در سال ۱۳۹۵ به سرپرستی شهرام توکلی تأسیس شده است و شهرام توکلی رهبر ثابت این ارکستر است. البته در اجرای پیش رو، کاوه زوله ارکستر پایتخت را رهبری می‌کند. کنسرت ارکستر آکادمیک پایتخت از ساعت ۲۱:۳۰ جمعه یازدهم آبان‌ماه برگزار می‌شود.

یادداشت

زندگی در حاشیه توسعه پایدار



بعد از ساعتی عروس خانم تازه وارد سالن می‌شود و هلهله همه بلند می‌شود. پذیرایی ادامه دارد در شلوغی تقریباً خیلی‌ها نمی‌دانند چه خورده‌اند و اضافه خوراکی‌ها مال چه فردی بوده است. مراسم اصلی در حیاط تالار شروع می‌شود. بالاخره خانواده‌ها یکدیگر را می‌بینند و تبریک‌ها و خوش‌ویش‌های دلنشین مراسم جشن جان می‌گیرد. برنامه خداحافظی بیش از یک ساعت طول می‌کشد. بسیاری دسته‌دسته با هم عکس یادگاری می‌گیرند و تندتند راجعه تحصیلات و شغل فرزندان و بازنشستگی و این موضوعات حرف می‌زنند. در این زندگی‌های اغلب ماشینی و فرصت‌های اندک دیدار و گفت‌وگو، این جشن‌ها باعث خوشحالی و سرور است. حفظ آداب و رسوم، جمع شدن در شادی‌ها، دیدار با فامیل و دوستان زیبا و ضروری است، اما شاید بتوان آرام‌آرام تغییراتی در این آداب و رسوم ایجاد کرد که هم «بار» و «نگرانی» خانواده‌ها را در این مراسم‌ها کم کرد و هم آسیب کمتری به محیط‌زیست رساند. کما اینکه در بسیاری از شهرها چندسالی است شاهد مختصر شدن مراسم‌ها هستیم. شاید بتوان قسمتی از هزینه‌ها را برای شروع زندگی زوج جوان ذخیره کرد. شاید بتوان جمع شدن‌ها را ساده‌تر و پرمایه‌تر برگزار کرد. قسمتی از فسیلت دیدارها، به گفت‌وشنود است که از احوال هم باخبر شویم. شاید بپرسید این شرح واقعه معمولی چه ربطی به توسعه پایدار دارد. راستش همه تلاشم این بود یافتن «ربط» را به خواننده گرمی واگذار کنم. بدون قضاوت و پند و نصیحت‌های تکراری.

شاید لازم باشد دو دست لباس جدید استفاده کنند. از آن طرف عموماً خانواده داماد درگیر پیداکردن سالن مناسب و آپرومند یا پذیرایی ساده شام، شیرینی و میوه هستند که بخشی از آن دورریز است. عروس و دامادها هم درگیر آرایشگاه خوب، گل، کیک و ماشین عروس هستند. فرض ما این است که در شرایط کنونی تلاش طبقه متوسط و عموماً کارمندان، بر کم‌کردن هزینه‌هاست، مهمانان مسئله مهمی هم هستند. برای همین وقتی لیست را دوباره و چندباره نوشته‌اند، شده ۴۵۰ نفر. فامیل پدر و مادر داماد، فامیل عروس خانم، همکاران و دوستان صمیمی اولیا عروس و داماد و دوستان نزدیک خود عروس و داماد. در آخر با همه حذف و اضافه‌ها و در نظر گرفتن مسائل مختلف و حاشیه‌های اصلی، بالاخره هر تعداد مهمان باید خود را به این گوشه از شهر برسانند. همه آنها از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند. تعدادی از مهمان‌ها از شهرهای دور و نزدیک می‌آیند. اسکان آنها هم در خانه‌های فامیل دور و نزدیک مسئله دیگر است. می‌رویم داخل سالن، فضای شاد و فرخ‌بخش، دیدار اقوام و دوستان به‌همراه همه تعارف‌ها و تبریک‌ها در موج صدای بلند باندهای پرقدتر گم می‌شود و تقریباً همه در حال لب‌خوانی کردن صحبت‌های یکدیگر هستیم و دست‌ها بر سینه، تشکر می‌کنیم و لبخند می‌زنیم. در سکوی پرزوری عده‌ای از جوانان در حال پایکوبی و شادی هستند. امثال من میانسال مادرزنگ‌ها و خاله و عمه خانم‌ها بعدنابل میزهایی هر چه دورتر از باندهای صدا هستیم. تقریباً هیچ جای سالن بی‌نصیب از بلندگو و باندها نیست.



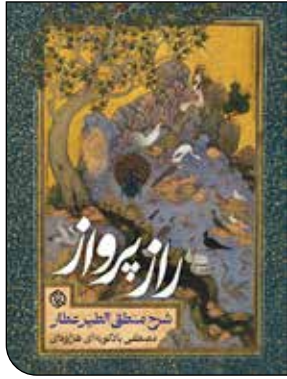
شهرزاد هاشمی | کنشگر اجتماعی

توسعه پایدار از نگاه سازمان ملل متحد اهداف ۱۷‌گانه‌ای دارد، از جمله ریشه‌کنی فقر، سلامتی و رفاه همه، کاهش نابرابری و توجه به محیط‌زیست. از آنجا که ایران در موضوع توسعه پایدار تقریباً در اجرای همه اهداف نقش‌هایی دارد، به موضوع آداب و سنن و برگزاری مراسم عروسی و ختم و... نگاه می‌کنیم؛ با این منظور که آیا این‌گونه مراسم‌ها با کدام اصل توسعه سازگار یا ناسازگار است. قضاوت با خوانندگان عزیز. چندی پیش، بعد از گذشت ماه‌های محرم و صفر جشن‌ها با فشرده‌گی و تراکم شروع شده است، طوری که هر هفته یک عروسی یا عقدگن می‌رویم. از مقدمات جشن از قبیل نامزدی و خرید طلا و لباس برای عروس و داماد و آماده‌سازی یک سرپناه با وسایل رفاهی معمولی زندگی که بزرگیم، می‌رسیم به ارسال «کارت عروسی» که اغلب شامل یک پاکت و یک کارت توضیحی و تزئینی می‌شود. با وجود فضای مجازی و ارتباط تقریباً همه مردم باهم در گروه‌های مختلف فامیلی، دوستانه و همکاران همچنان چاپ کارت و ارسال آن نوعی احترام به حساب می‌آید. چاپ و ارسال کارت همان و شور و ولوله خانواده‌های مدعو همان. سؤال مهم حالا «چی ببوشم؟» است. عموماً دختران و زنان جوان فامیل و آشنا لباس تکراری نمی‌پوشند. حتی

قفسه

راز پرواز

منتشر شد



«هفت شهر عشق را عطار گشت ما هنوز اندر خم یک کوچه‌ایم به جرئت می‌توان گفت که بعد از کتاب «منطق الطیر» استاد دکتر شفیعی کدکنی، دیگر هیچ نیازی به کنکاش بیشتر با روش آکادمیک درباره کتاب شیخ عطار، وجود ندارد. از این رو، «راز پرواز» تنها به ابعاد عاطفی-هنری و عرفانی آن اثر سترگ می‌پردازد تا شاید دلی را گرم، اشک شوقی را جاری و رذیایی را از پیر نیشابور در کوچه‌های «هفت شهر عشق» پیدا کند. در این کتاب ابتکاری، نگارنده شیخ عطار را در کار آموزش راز پرواز (معادل پارسی منطق الطیر) می‌یابد، نه به دانش او می‌نگرد و نه به الفاظ خراسانی‌اش؛ تنها به‌دنبال «عطر سخن عطار» است و می‌خوانیم:

کتاب «راز پرواز» شرح منطق الطیر عطار نوشته «مصطفی بادکوبه‌ای هزاوه‌ای» از سوی نشر «روزنه» به چاپ رسیده است. مصطفی بادکوبه‌ای؛ ادیب، شاعر و پژوهشگر ایرانی است. از او تاکنون آثار متعددی در حوزه فرهنگ و ادب فارسی منتشر شده است. کتاب راز پرواز (شرح منطق الطیر عطار) آخرین اثر استاد بادکوبه‌ای است که همانطور که از نامش پیداست، به بررسی کتاب جاودان منطق الطیر فریدالدین عطار نیشابوری می‌پردازد. نویسنده در این کتاب همانگونه که در مقدمه آن متذکر شده است، تلاش کرده که به دور از روش پژوهش‌های آکادمیک و دانشگاهی، نگاهی زنده، امروزی و متفاوت به منطق الطیر داشته باشد. نگاهی که بر «دانش» ما نیفزاید بلکه از منبت ما بکاهد؛ نگاهی که شاید با دردهای فریدالدین بزرگ آشنا شویم؛ دردهای کسی که عرفا، سخنش را تازیانه سلوک نامیده‌اند. نشر روزنه پیشتر کتاب «رازهای بزرگ حافظ» را از این نویسنده منتشر کرده است. در معرفی این کتاب به قلم نویسنده می‌خوانیم:

گنج‌نامه

در افق، بر لاله سرخ شفق می‌چکد از ایرها باران نور می‌گشاید دود شب آغوش خویش زندگی را تنگ می‌گیرد به بر باد وحشی می‌دود در کوچه‌ها تیرگی سر می‌کشد از بام و در شهر می‌خوابد به لالای سکوت اختران نجاکنان بر بام شب نرهم‌زیمک باده مهتاب را ماه می‌ریزد دورن جام شب نیمه‌شب ابری به پهنای سپهر می‌رسد از راه و می‌تازد به ماه جغد می‌خندد به روی کاج پیر شاعری می‌ماند و شامی سیاه در دل تاریک این شب‌های سرد ای امید ناامیدی‌های من برق چشمان تو همچون آفتاب می‌درخشد بر رخ فردای من. فریدون مشیری

سبزترین شهرهای جهان در سال ۲۰۲۴



درصد کاهش دهد. ریکیاویک، پایتخت ایسلند، با جمعیتی حدود ۱۴۰ هزار نفر، یکی از سبزترین شهرهای جهان است که سرمایه‌گذاری‌های کلان در انرژی‌های هیدروالکتریک و زمین‌گرمایی باعث شده است که بتواند نیازهای انرژی خود را به‌صورت پایدار و به‌طور کامل از انرژی‌های تجدیدپذیر تأمین کند.

درحالی‌که شهرهای بزرگ به‌عنوان مراکز اقتصادی و فرهنگی دنیا به‌شمار می‌روند، به منابع عمده‌ای از آلودگی و انتشار گازهای گلخانه‌ای تبدیل شده‌اند و باید تدابیر مؤثری برای کاهش اثرات منفی خود بر محیط‌زیست اتخاذ کنند. براساس گزارش بانک جهانی، شهرها مسلول بیش از ۷۰ درصد از انتشار دی‌اکسیدکربن در جهان هستند. سالانه بیش از دو میلیارد تن زباله در سراسر جهان تولید می‌کنند که علاوه بر آلودگی محیط زیست، دفع آنها نیز باعث انتشار مقادیر زیادی گازهای گلخانه‌ای و آلودگی در هوا می‌شود. اقدامات شهرها برای سبزتر شدن نه‌فقط کیفیت هوا و زندگی شهروندان را ارتقا می‌دهد، بلکه به حفظ محیط‌زیست نیز اسلو با جمعیت نزدیک به ۷۲۰ هزار نفر بهترین شهر از نظر ساختمان‌های سازگار با محیط‌زیست است و با اختلاف سبزترین شهر روی زمین شناخته می‌شود. نزدیک به ۷۲.۵ درصد از پایتخت نروژ با فضاهای سبز و ساختمان‌های دوستدار محیط‌زیست پوشیده شده است و متعهد شده است تا سال ۲۰۳۰ انتشار کربن خود را تا ۹۵