

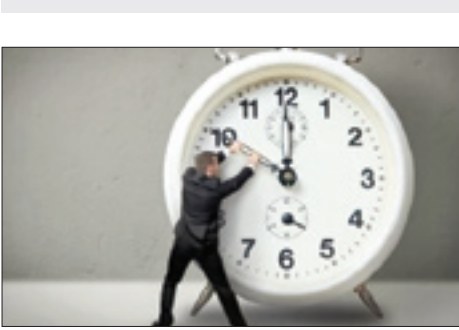
این صفحه پیام‌ها، متن‌ها، عکس‌نوشت‌ها و خبرهای کوتاه منتشر شده در فضای مجازی را باز نشر می‌دهد. تلاش بر این است که دیدگاه‌ها و نظرات کاربران اندیشمند شبکه‌های اجتماعی در عرصه مکتوب دیده می‌شود.



آیت‌الله سعادت پرور (ره):

صرف علم آموزی، بدون تواضع و فروتنی، تنها فن و صنعت و ایجاد نقش و صورتی در ذهن است که جز بر خودبینی، غرور و نادانی شاگرد نمی‌افزاید و در نهایت جز به دنیادوستی و محبت مظاهر دنیا، به سرنوشت دیگری نمی‌انجامد. چنین شاگردی به عرض‌انداز در برابر استاد، دوستان و هم‌درسانش تمایل پیدا نکرده و مردم را به خود دعوت می‌کند تا آنجا که غروری خیالی، او را فرارگفته و طالب ریاستی دروغین می‌شود و برای رسیدن به جاه و مقام و برتری بر هم‌سنگانش تلاش می‌کند.

منبع: **کانال تلگرامی «ندای سعادت»** به استناد کتاب **سرالسرآه**، ج ۱، ص ۵۲۴



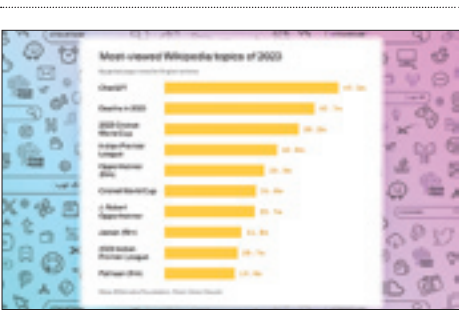
قدر لحظات زندگی را بدانیم

کانال تلگرامی «استاد فاطمی‌نیا» بخشی از گفته‌های مرحوم آیت‌الله فاطمی‌نیراره) را به اشتراک گذاشت. ایشان بیان داشته‌اند:امیرالمؤمنین(ع) می‌فرماید: «فَاعْمَلُوا وَالْاِحْوَالِ هَادِنَهُ وَالْاِقْلَامِ جَارِيَهُ: عمل کنید در حالی که اوضاع و احوال آرام است و قلم‌ها می‌نویسد». تا زمانی که در زندگی دنیا عافیت داریم، باید قدر بدیتهای و عافیت دنیا را مقدمه‌ای برای تحصیل عافیت آخرت قرار دهیم. وقتی از دنیا برویم قلم‌ها تعطیل می‌شود و دیگر عملی نمی‌توانیم انجام دهیم. تا فرصت هست کاری باید کرد. بندگی خدا را بکنیم، گره از کار دیگران باز کنیم، حتی یک تبسم و لبخند به روی دیگران هم نوشته می‌شود. باید قدر لحظات زندگی را بدانیم.



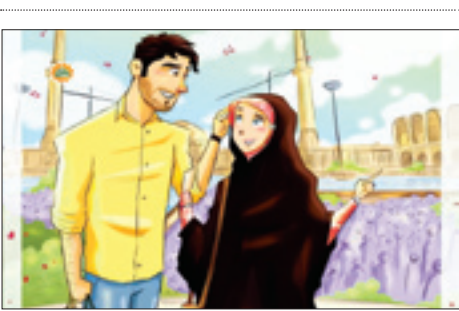
پاسخگویی با حرف‌های فرق دارد!

محمد رستم‌پور در توثیتی نوشت: «پاسخگویی» با «حرف‌اف» فرق دارد. پاسخگویی ناظر به سؤال و شبهه و اشکال موجود در ذهن مخاطب رخ می‌دهد و حرف‌اف معمولاً هدف مشخصی ندارد و از این جهت است که به ضد خود تبدیل می‌شود.



پربازدیدترین صفحه ویکی‌پدیای انگلیسی در سال ۲۰۲۳

کانال تلگرامی «تک‌توب» خبر داد: طبق آمار ویکی‌پدیا، صفحه ChatGPT به پربازدیدترین صفحه ویکی‌پدیای انگلیسی در سال ۲۰۲۳ تبدیل شده. این صفحه امسال بیش از ۴۹ میلیون بازدید داشته و اگر بقیه زبان‌ها رو هم حساب کنیم، بازدید صفحه ChatGPT به ۲۹ میلیون بازدید میرسه. صفحه فیلم Oppenheimer هم پربازدیدترین صفحه ویکی‌پدیا در بین فیلم‌ها و صفحه Taylor Swift هم پربازدیدترین صفحه در بین سلبریتی‌ها در سال ۲۰۲۳ بود.



تفاوت‌ها را بپذیریم

کاربری با نام «دکتر نوبهار» نوشت: هیچ وقت نباید همسرمان را با ویژگی‌های خودمان قیاس کنیم و بسنجیم، یعنی سلاک ما برای قضاوت کردن ویژگی‌های خودمان نباشد، مثلاً چون من به فلان چیز اهمیت می‌دهم، پس او هم باید اهمیت دهد یا چون من اینگونه صحبت می‌کنم، او هم باید همان طور صحبت کند. اگر زوجین تفاوت‌ها را بپذیرند و در کنار هم با آن تفاوت‌ها به تفاهم برسند، یک زوج شوخیت خواهند بود.

گایبران

چهارشنبه ۲۲ آذر ۱۴۰۲ | ۲۹ جمادی‌الاول ۱۴۴۵

||||| روزنامه جوان | شماره ۶۹۲۲



ایده‌های کاربران توئیتر برای توسعه فرهنگ کتابخوانی بین دانش آموزان

نیاز به نسل جدیدی از کتاب‌ها داریم

یاسر احمدوند، معاون فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در توثیتی از کاربران پرسید: «چطور دانش‌آموزان را به کتابخوانی علاقه‌مند کنیم؟ پیشنهادی دارید؟» کاربران در پاسخ به وی، ایده‌هایی را طرح کردند که برخی از آنها خلاقانه و قابل توجه است.



■ سلمان سلیمانی:

چند کار تو مدرسه‌مون انجام دادم، نتیجه خوبی حاصل شده:از خانواده‌ها خواستم الگو باشن و شب‌ها گعده کتابخوانی داشته باشن ولو به مدت ۱۰ دقیقه، باشگاه کتابخوانی زدیم، تأسیس کافه کتاب در مدرسه، تشویق بچه‌های کتابخوان، تهیه کتاب‌های مورد علاقه و فردی برای هر شخص، درگیر کردن معلم‌ها، معرفی الگوهای مناسب، برگزاری کلاس‌های تندخوانی و شیوه‌مطالعه.

■ رضا حاجی آبادی:

۱. ساعت کتابخوانی در مدارس ۲. معرفی ناگفته‌های تاریخ ادبیات ۳. حضور نویسندگان و مؤلفان در مدارس ۴. تأسیس کتابخانه مدرسه ۵. احیای ساعت انشا.

■ زهره سادات:

مشارکت در آماده‌سازی یک کتابخانه کوچک، من از بچه‌ها می‌خواستم اگه تمایل دارن داستانی رو که خواندن تعریف کنن یا نمایش اجرا کنن. خودم گاهی داستان می‌خوندم و با سؤال و گام‌به‌گام پیش می‌رفتم. برایشون جذاب بود.

■ علی محمدپور:

گیمیفیکیشن(بازی‌افرینی مبتنی برکنلبه‌برای درگیر کردن کاربرها با کتاب، مسابقه رقابت). کاهش هزینه تهیه و دسترسی به کتاب(بیشتر کتابفروشی‌ها کتاب کودک ندارند. بسترهای دیجیتال یکی از راه‌هاست). امکانپذیری دسترسی به کتاب (میگیم بخونه،انداصله‌ها که بخونه). رنگ انشا کتابخوانی و غیره.

■ ساره گوردوزی:

اگر رنگ کتاب به منهای واقعی محقق بشه و کتابخانه مدارس تقویت بشن، گام‌های اصلی برداشته میشه.

■ م. زمانیان:

دعوت از نویسندگان در مدارس. امضای کتاب

و اهدای همون کتاب به بچه‌ها. وقتی بچه‌ها ببینن کسی که کتاب رو نوشته چه ارج و

قرب داره، نگاه‌شون به نویسنده عوض میشه و به خواندن اثر نویسنده ترغیب میشن.

■ محمدصادق دهنادی:

نیاز به نسل جدیدی از کتاب داریم، کتاب‌های چند رسانه‌ای و نوع جدیدی از نویسندگی با رویکرد شناختی کسب، نگهداشت و افزایش توجه.

■ جواد حسینی:

پدران و مادران نقش مهمی در کتابخوان شدن فرزندان دارن. بچه‌ها غیرمستقیم از والدین الگو می‌گیرن.

■ علی مصمصوی:

باید شروع کتابخوانی شون با کتاب‌هایی باشه که به موضوع علاقه‌مند هستن. این

باعث میشه از کتاب لذت ببرن و به تفریح مورد علاقه‌شون تبدیل بشه.

■ علیرضا رفیعی:

وقتی کاری را (خواندن یا خلاصه کتاب) با اشتیاق و لذت جلوی آنها انجام دهید، مسلماً توجهشان جلب خواهد شد و علاقه‌مندی‌شوند اما اگر فقط در مرحله تعریف باقی بماند، در قالب آموزش و پرورش نخواهید گارد بسته‌اش را از سر خود باز کنید.

■ س. واحدی:

بشر کاری را انجام می‌دهد که فایده داشته باشد و لزوماً فایده مادی مطرح نیست. اگر در اطرافیان اهل مطالعه‌بودن ارج و قرب داشته باشد، تشویق می‌شوند. اگر جامعه به باسوادها امتیاز دهد، همه در مطالعه سبقت می‌گیرند. الان چقدر نسل جدید اشتیاق خواندن زبان داره؟ دلایلش احتمال به دست

آوردن شرایط بهتر زندگی است.

■ عبدالمحمد شعرانی:

معلم را کتابخوان کنید، بچه‌ها هم کتابخوان خواهند شد. پس خرید کتاب به معلم‌ها بدهید. نویسنده و شاعران کودک را به استان‌ها و مدارس روستایی بفرستید. کتاب کتابخانه‌های سمدار را تأمین کنید. از آموزش و پرورش بخواهید گارد بسته‌اش را از مقابل سمن‌های حوزه کتاب باز کند.

■ علی رضائی:

طرحی در اداره کل فرهنگی - هنری وزارت آموزش‌وپرورش با حضور و مشارکت نویسندگان و نشران به نام «دانیای و توانایی» باسوادها امتیاز دهد، همه در مطالعه سبقت مدرسه - ۵۰ هزار نمایشگاه، وزارت ارشاد به این طرح هم کمک کند.

قانون علاقه به چرندیات

کانال تلگرامی «اقتصاد به زبان ساده» نوشت: نوس کویت پارکینسون، مورخ و نویسنده انگلیسی در سال ۱۹۵۷ «اصل پیش‌یافتادگی» یا «قانون علاقه به چرندیات» را مطرح کرد. او متوجه شد مردم به موضوعات مبتذل و پیش‌یافتاده ارزشی بیشتر از موضوعات تخصصی



می‌دهند. نظریه پارکینسون بر اساس مشاهداتش از کمیته مسئول تصویب طرح احداث یک نیروگاه اتمی بود. ماجرا از این قرار بود که افراد کمیته اکثر وقت جلسات را صرف بحث روی موضوعات بیپهوده و پیش‌یافتاده و غیر مهم، ولی قابل فهم برای عوام کرده بودند، مثلاً مدت طولانی را صرف بحث درباره شکل و نوع سقف جایگاه دوچرخه کارمندان کرده بودند، در حالی که به موضوعاتی چون طراحی ساختمان و تجهیزات اصلی خود نیروگاه اتمی کم توجهی می‌شد؛ موضوعی که بسیار مهم‌تر و پیچیده‌تر و بررسی آن دشوارتر و تخصصی‌تر بود.

اوشان داد زمانی که صرف‌هر موضوع مرتبط باطرح می‌شد، نسبت معکوس با میزان بودجه‌اش داشت. درباره امضای قرارداد ۱۰ میلیون یوندی ساخت راکتور طی ۲/۵ دقیقه گفت‌وگو تصمیم‌گیری شد، اما کمیته روی پارکینگ دوچرخه ۴۵ دقیقه بحث کرد تا میان پارکینگ «بهتر و راحت‌تر» یا «ساده‌تر و ارزان‌تر» تصمیم بگیرد، حال آنکه فرق دو حالت حدود ۰ لپوند بود. یک راکتور به قدری پیچیده و گران‌قیمت است که یک انسان معمولی قادر به درک آن نیست و تخصصی در مورد ساختار و تجهیزات آن ندارد، بنابراین به راحتی با جمع کنار می‌آید و برای اینکه احقق به نظر نرسد سکوت می‌کند، اما همه می‌توانند یک پارکینگ دوچرخه ارزان و ساده را در ذهن‌شان مجسم کنند و هر کسی می‌تواند یکی از آنها را بسازد، در نتیجه افراد عادی برای اینکه در بحث حضور و در تصمیم‌سازی نقش داشته باشند، وارد این بحث کم‌اهمیت می‌شوند و برنامه‌ریزی برای این موضوع ساده به بحث‌های چرندی بی‌پایان منجر می‌شود و هر کسی می‌خواهد چیزی اضافه کند و سهم خودش را در تصمیم‌گیری کلان نشان دهد.

هرگز تمام رفتار جهان به زبان ریاضی در نخواهد آمد

کانال تلگرامی «ایشنتین چی میگه؟» نوشت: ایشنتین گفته بود تا آنجا که قضایای ریاضی، گویای واقعیت هستند، قطعی و اثبات‌پذیر نیستند و تا آنجا که قطعی و اثبات‌پذیرند، گویای واقعیت نیستند. شاید این بیشن در اثر صحبت‌های طولانی او با کورت گودل به وجود آمده بود. اولین بار گودل بود



که ثابت کرد قضایای اثبات‌پذیر در ریاضی زیر مجموعه قضایای صادقی هستند که هرگز در چارچوب ریاضیات نمی‌توان آنها را اثبات کرد. به عبارت دیگر گودل در ۲۳سالگی در رساله دکتری خود ثابت کرد بعضی احکام معتبر ریاضی هستند که اثبات آنها به یاری دستگاه‌های اصل موضوعی ریاضی که وسعت آنها به حساب هم می‌رسد، میسر نیست؛ نتیجه فلسفی این دستاورد گودل از سوی آلن تورینگ، ریاضیدان برجسته انگلیسی پدر هوش مصنوعی چنین بیان شد که بر مبنای قضیه ناتمامیت گودل، رایانه‌ها و روبات‌ها، هر چقدر هم پیچیده و پیشرفته ساخته شوند، هرگز قادر به انجام برخی از اموری که ذهن بشری به آنها تواناست، نخواهند بود. چون این روبات‌ها به هر حال بر اساس برنامه‌های از پیش نوشته‌شده کار می‌کنند و در حیطه قضایای اثبات‌پذیر خواهند ماند، ولی ذهن انسان فراتر از آن، ساحت قضایای صادق ولی اثبات‌ناپذیر را هم در بر گرفته است. هاکینگ، فیزیکدان برجسته هم تحت تأثیر قضیه ناتمامی گودل اظهار داشت که احتمالاً هرگز تلاش فیزیکدانان برای تنظیم اصولی که بتوانند بر مبنای آنها تمامی قوانین فیزیک را در قالب مدل ریاضی جامع و یکپارچه تبیین کنند، به ثمر نخواهد رسید. بر اساس قضیه ناتمامی گودل فرمول‌بندی اصل موضوعی چنین نظر به‌ای اساساً غیر ممکن است، هیچ‌گاه نمی‌توان اصولی اولیه ارائه داد که رفتار تمامی جهان را در چارچوب یک مدل ریاضی به دست دهد، چون جهان شامل قضایای درست ولی اثبات‌ناپذیر هم می‌شود، اما اگر بخواهیم با اصول موضوع محدود جهان را تبیین کنیم، صرفاً در ساحت قضایای اثبات‌پذیر می‌مانیم. به عبارت دیگر، برخی از رازهای جهان برای همیشه بر اندیشه بشری پوشیده خواهند ماند.

۱۰ کلید دوست‌داشتنی بودن

کانال تلگرامی «هارکتینگ‌از» نوشت: جیب بلانت در کتاب خود به نام «هوش فروش» که خلاصه آن را قبلاً در کانال VIP مارکتینگ از منتشر کرده‌ایم، می‌نویسد: یکی از ویژگی‌های کلیدی فروشندگان باهوش این است که تلاش می‌کنند از نظر مشتریان شان دوست‌داشتنی



به نظر برسند. برای این منظور می‌توانیم از این ۱۰ روش استفاده کنیم:

- لبخند: یک لبخند گرم و خالصانه، بهترین راه برای ایجاد اولین تأثیر بزرگ است، چون انسان‌ها به صورت طبیعی جذب افرادی می‌شوند که لبخند می‌زنند.
- تن صدا: تن صدای مناسب، دوستانه و شادمان می‌تواند مکمل لبخندزند باشد و علاقه مشتری به ما افزایش دهد.
- مؤدب‌بودن: بدون شک افراد بی‌ادب، گستاخ و بی‌نزاکت اصلاً دوست‌داشتنی نیستند، ولی در مقابل افراد با ادب، متواضع و با نزاکت، بسیار دوست‌داشتنی هستند.
- لباس: برخلاف این نصیحت که می‌گوید «کتاب را بر اساس جلدهش قضاوت نکنید»، مشتریان ما را بر مبنای آن چه می‌پوشیم، قضاوت می‌کنند.
- آراستگی: برای اینکه دوست داشته شویم باید بهترین ظاهر را داشته باشیم، بوی خوبی بدهیم و موی سر و صورت و ناخن‌های‌مان تمیز، کوتاه و مرتب باشد.
- کانون توجه: هنگام گفت‌وگو با مشتری فقط و فقط باید به او توجه کنیم نه محیط اطراف.
- سبک رفتاری: انسان‌ها به صورت ذاتی جذب افرادی می‌شوند که شبیه خودشان هستند، بنابراین وقتی سبک رفتاری‌مان را با سبک رفتاری مشتری تطبیق می‌دهیم، میزان علاقه مشتری به ما افزایش می‌یابد.
- زبان: زبان مهم‌ترین بخش از سبک رفتاری است و به همین دلیل باید از کلمات، اصطلاحات و ادبیاتی استفاده کنیم که مشتری از آن استفاده می‌کند.
- اشتیاق: وقتی مشتری متوجه می‌شود علاقه و اشتیاق زیادی به شرکت و محصول‌مان داریم، او هم ناخودآگاه به شرکت و محصول‌مان علاقه‌مند می‌شود.
- اطمینان: بهترین راه برای افزایش علاقه در طول زمان، جلب اعتماد او از طریق عمل کردن به تمام وعده‌هایی است که به مشتری داده‌ایم.

تصویر منتخب



❖ **خیابان طالقانی شیراز**

از صفحه توئیتری **«IRANLAND»**

مترهای مان را گم کرده‌ایم

امیرمحمد مهرعلیان در توثیتی نوشت: مترهای اینستاگرام برای موفقیت را می‌شناسید؟! ارتفاع ما نشین! تعداد فالوور! ادنیای دیجیتال می‌خواهد همه چیز را تبدیل به عدد و رقم کند، حتی موفقیت، مهربانی و در نهایت رضایت ما از زندگی. ایراد از ادنیای دیجیتال نیست، ما مترهای مان را گم کرده‌ایم. # فضای مجازی # فرزند اینترنت