

اداره کل آموزش و پرورش استان مازندران با برگزاری جشنواره «کلانوا» در مدارس به دنبال احیای فرهنگ و هنر بومی محلی در میان نسل کودک و نوجوان مشغول به تحصیل در مدارس است.

مدیر کل آموزش و پرورش استان مازندران درباره جشنواره «کلانوا» به خبرنگار ایرنا گفت: این جشنواره پژواک هویت بومی از مدرسه‌های روستایی مازندران است.

فریدون کلبادی نژاد افزود: این جشنواره با محوریت نیما پوشیچ و احیای هنر بومی در مدارس با شعار «صدای من از دل مدرسه» و با تمرکز ویژه بر زندگی، احوال و اشعار نیما پوشیچ، پدر شعر نو ایران، با هدف تلفیق هنر و تربیت با توجه ویژه به مدارس روستایی مازندران برگزار می‌شود. وی ادامه داد: این رویداد فرصتی است برای دانش‌آموزان تا ضمن تقویت مهارت‌های هنری، زبانی و پژوهشی، با ریشه‌های فرهنگی و هویتی خود آشنا شوند و گامی در مسیر رشد فردی و اجتماعی بردارند.

به گفته مدیر کل آموزش و پرورش مازندران، احیا و پاسداشت میراث معنوی بومی مازندران، شناسایی و پرورش استعداد‌های هنری در زمینه شعر، آواز و موسیقی محلی، هویت‌بخشی فرهنگی و ارتقای نشاط معنوی، بهره‌گیری از هنر به عنوان ابزار تربیتی در مدارس، تقویت روحیه همدلی، امید و نشاط در بین دانش‌آموزان و آشنایی با چهره‌های ماندگار شعر و موسیقی، با تمرکز بر نیما پوشیچ از اهداف کلیدی جشنواره است.

در صفحه ۸

رویا فروشی زیست‌بوم؛ رسانه‌ها چگونه طبیعت را به کالا تبدیل کردند؟

در صفحه ۲

نقش قلم
روزنامه

با چهل و پنج سال سابقه انتشار

سه شنبه ۱۵ مهر ۱۴۰۴، ۱۴ ربیع الثانی، ۰۷ اکتبر ۲۰۲۵،
سال چهل و پنجم - شماره ۷۳۷۵، ۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

خزر در حال ناپدید شدن؛

هشدار زمین شناسان درباره فاجعه‌ای خاموش

در صفحه ۲



صالحی امیری: خراسان رضوی باید الگوی استان‌های دیگر باشد

مخصوص

شغل دوم فرهنگیان

شرکت بازرگانی توسعه خدمات معلم کالا

moallemkala.ir



فروشگاه اینترنتی معلم کالا

تامین کننده انواع کالا برای فرهنگیان

طرف قرارداد با آموزش و پرورش

اقساط کسر از حقوق

حداقل حقوق از ۲۰ میلیون به بالا

برای کسب اطلاعات بیشتر کلمه معلم کالا رو پیامک کن

آدرس دفتر سرپرستی شمال کشور: ساری / خ فرهنگ / جنب آموزش و پرورش / فرهنگ ۱۰



۰۹۰۱ ۱۹۰ ۵۶۹۴

استخدام نیرو باسابقه ومتعهد

شرکت بازرگانی توسعه خدمات معلم کالا
جهت تکمیل نیروی انسانی خود از بین
افراد واجد شرایط استخدام می نماید



- مدیر مالی
- حسابدار
- طراح گرافیک
- طراح رابط کاربری
- خدمات
- حمل و نقل



جهت کسب اطلاعات بیشتر

۰۹۰۱ ۱۹۰ ۵۶۹۴

مازندران / ساری

خیابان فرهنگ / فرهنگ ۱۰



عالیشاه: پرونده‌های کثیرالشاکی باید سریع و دقیق رسیدگی شود



دادستان ساری درباره پرونده‌های کثیرالشاکی گفت: این پرونده‌ها باید با دقت و سرعت رسیدگی شود.

به گزارش نقش قلم علی‌اکبر عالیشاه در جلسه کمیته راهبری برنامه عملیاتی و سند تحول قضایی با اشاره به موضوع مهم زندانیان غایب پس از اعزام به مرخصی، افزود: شناسایی، پیگیری و اعاده این زندانیان باید با قاطعیت انجام شود؛ چراکه این موضوع از جنبه امنیت اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم مجدد، اهمیت بسزایی دارد.

دادستان مرکز مازندران در ادامه بر ضرورت تعیین تکلیف شعبات نامتعارف تاکید و خاطرنشان کرد: باید علل عملکرد نامتعارف این شعبات به صورت دقیق ریشه‌یابی و برای اصلاح آن‌ها تصمیم‌گیری کارشناسی اتخاذ شود.

عالیشاه یکی از محورهای جدی سند تحول قضایی در استان را تسریع در الکترونیکی‌سازی کامل پرونده‌ها عنوان و اظهار کرد: «اکنون بخش زیادی از پرونده‌ها به‌صورت الکترونیکی مدیریت می‌شوند؛ اما لازم است این فرایند با نظارت سیستمی کامل شود. همچنین، ضابطین قضایی باید با سرعت، دقت و استاندارد بالا، پرونده‌ها را اسکن و بارگذاری کنند.

دادستان مرکز استان مازندران در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به آغاز بکار مجتمع شوق زندگی نقش خدمات اجتماعی این مجموعه در فرآیند بازتوانی افراد، مهم ارزیابی کرد و افزود: باید از ظرفیت مجموعه «شوق زندگی» برای شناسایی خانواده‌های آسیب‌دیده و نیازمند به خدمات حمایتی استفاده شود.

عالیشاه تاکید کرد: مجموعه «شوق زندگی» بستری مهم برای باز اجتماعی‌سازی و کاهش بازگشت مجدد به جرم می‌باشد و لازم است خانواده‌های مشمول به درستی شناسایی و از این خدمات بهره‌مند شوند.

دادستان مرکز مازندران همچنین کیفیت صدور قرارها و اظهار نظرهای قضایی را مورد توجه قرار داد و با بیان اینکه کیفیت قرارهای نهایی و کیفرخواست‌ها، در فرآیند دادرسی تأثیرگذار است افزود: پرونده‌ها باید با دقت و استناد به دلایل و مواد قانونی بررسی شوند تا اصحاب پرونده به اقصاء قضایی برسند.

عالیشاه با تاکید بر ضرورت حضور نمایندگان دادستانی در جلسات دادگاه، اظهار کرد: در پرونده‌های مهم، حتی قبل از جلسات دادگاه نیز در صورت نیاز، نماینده دادسرا باید حاضر شده و توضیحات تکمیلی ارائه دهد. اگر اقتضا کند و با نظر رئیس دادگاه همراه باشد، بازپرس نیز می‌تواند برای شفاف‌سازی در جلسه دادگاه حضور پیدا کند.

دادستان مرکز مازندران همچنین درباره پرونده‌های ملی و کثیرالشاکی گفت: این پرونده‌ها نیازمند دقت و سرعت مضاعف در رسیدگی هستند و باید با حساسیت ویژه و بدون وقفه پیگیری شوند تا ضمن تأمین حقوق شاکیان، اعتماد عمومی نیز تقویت شود. عالیشاه با اشاره به موضوع نیابت های قضایی نیز یادآور شد: در مواردی که اجرای نیابت مقدور نیست، دلایل آن باید دقیقاً ذکر و به مرجع معطی نیابت بازگردانده شود. همچنین، سرعت در اجرای نیابت ها نیز از ضرورت های اجتناب‌ناپذیر است.

دادستان مرکز مازندران در ادامه با قدردانی از فضای تعامل و همکاری در دادسرای مرکز استان، گفت: تعامل مثبت بین مدیران، قضات و کارکنان اداری باید تقویت شود. مسئولان با حسن نظر به دغدغه‌ها و مشکلات همکاران گوش دهند و در چارچوب امکانات، برای رفع تنگناها تلاش کنند.

عالیشاه با تاکید بر همگامی دادسرا و دادگاه در پرونده‌های مهم، تصریح کرد: اعتقاد دارم دفاع از کیفرخواست‌های صادره باید با صلابت انجام شود و در جهت تحقق عدالت، دادگاه و دادسرا مکمل یکدیگر هستند. هیچ حقی نباید در این فرایند تضییع شود.

الناز پاک‌نیا

رسانه‌ها سال‌ها با تصویرسازی رمانتیک از جنگل‌ها، سواحل و روستاهای شمال، این مناطق را به بهشت مصرفی بدل کرده‌اند. اما همین رویافروشی زیست‌بومی امروز به بحران‌های زیست‌محیطی، ویلاسازی بی‌رویه و مصرف‌گرایی مکانی دامن زده است؛ جایی که طبیعت به کالای خرید و فروش تبدیل می‌شود.

در جهان امروز، مصرف‌گرایی تنها به کالاها و خدمات محدود نمی‌شود. شهرها، روستاها، جنگل‌ها و حتی مناظر طبیعی نیز در معرض نوعی مصرف‌گرایی جدید قرار گرفته‌اند که جامعه‌شناسان از آن با عنوان مصرف‌گرایی مکانی یاد می‌کنند. در این نگاه، مکان دیگر صرفاً ظرف زندگی و زیست مردم نیست، بلکه به کالایی تبدیل می‌شود که باید آن را خرید، فروخت و مصرف کرد بدون آنکه به مسئولیت اجتماعی و انسانی در این حوزه توجه شود و عواقب زیست محیطی و طبیعی آن مورد توجه قرار گیرد.

مصرف‌گرایی مکانی به وضعیتی گفته می‌شود که فضاها و مکان‌ها به‌سان کالا مصرف می‌شوند. ارزش یک مکان دیگر به ویژگی‌های طبیعی یا اجتماعی آن وابسته نیست، بلکه به بازنمایی رسانه‌ای و تصویری آن بستگی دارد. رسانه‌ها، تبلیغات و گردشگری با بازتولید تصاویر رؤیایی، میل به تجربه را به میل به تملک تبدیل می‌کنند.

به زبان ساده تر گردشگر به‌جای آن‌که برای تجربه چندروزه به یک روستا یا ساحل برود، به فکر خرید ویلا یا زمین در آن منطقه می‌افتد. این‌جا مکان نه خانه مردم، بلکه کالای سرمایه‌ای است.

مصرف‌گرایی مکانی معمولاً از سه مسیر رسانه‌ها و تبلیغات، سوداگری زمین و فرهنگ مصرفی شکل می‌گیرد. در عصر رسانه‌ها، زیبایی‌های یک مکان به‌طور اغراق‌شده بازنمایی می‌شود این امر تقاضای رسانه‌ساخته به خرید و فروش زمین و ویلا دامن می‌زند و در نتیجه افراد به‌جای تجربه مکان، به تملک آن

تمایل پیدا می‌کنند.

حاصل این بازنمایی، کالایی‌شدن طبیعت که در آن جنگل، ساحل و زمین کشاورزی به کالا تبدیل می‌شوند. تملک به جای تجربه رونق می‌یابد و سفر کوتاه‌مدت جای خود را به مالکیت دائمی می‌دهد. از نتایج این روند جدید، بی‌توجهی به ظرفیت زیست‌محیطی فشار بیش از حد بر منابع آب، خاک و هوا است. یکسان‌سازی مکان‌ها از نتایج دیگر این تجربه است که در آن مکان‌ها ارزش اصیل خود را از دست داده و صرفاً به لوکیشن تبدیل می‌شوند.

بی شک مصرف‌گرایی مکانی آثار گسترده‌ای دارد، آثار زیست‌محیطی این مصرف جدید، نابودی جنگل‌ها، تغییر کاربری اراضی کشاورزی و بحران زباله است، فشار بر زندگی بومیان، افزایش فاصله طبقاتی و تغییر سبک زندگی به واسطه این مصرف نمود می‌یابد و به حاشیه‌رفتن تولید کشاورزی مهم ترین عاقبتی است که با تهدید امنیت غذایی و اقتصاد کشاورزی منطقه روبه رو می‌شود. در حوزه فرهنگی نیز کاهش اصالت مکان‌ها و تبدیل آن‌ها به نسخه‌های تکراری از برندهای مصرفی، خاطرات نوستالژیک را با نابودی مواجه می‌کند.

در بسیاری از نقاط جهان این پدیده قابل



مشاهده است؛ در ایران نیز نمونه بارز آن را می‌توان در مازندران و گیلان دید؛ جایی که رسانه‌ها سال‌ها تصویر بهشت شمال را ترویج کرده‌اند و نتیجه آن، هجوم برای ویلاسازی و تغییر کاربری گسترده زمین‌های کشاورزی بوده است.

رسانه‌ها و تصویر یک رویای سبز

مازندران سال‌هاست با پدیده‌ای مواجه است که در نگاه نخست نشانه رونق اقتصادی به نظر می‌رسد، اما در حقیقت تهدیدی جدی برای زیست‌بوم و امنیت غذایی کشور است: رشد ویلاسازی و تغییر کاربری اراضی کشاورزی. این روند تنها محصول سوداگری اقتصادی نیست؛ رسانه‌ها نیز با تصویرسازی‌های خود نقشی مهم در شتاببخشیدن به این جریان داشته‌اند.

رسانه‌های ملی و تبلیغاتی سال‌ها مازندران را به‌عنوان بهشت سبز و سرزمین آرامش معرفی می‌کنند. این تصویرسازی اگرچه به رشد گردشگری کمک کرده، اما پیامدی ناخواسته داشته است: میل روزافزون به خرید زمین و ویلاسازی. به بیان دیگر، طبیعت شمال به جای آن‌که میراثی ملی و مشترک باشد، به کالایی مصرفی در ذهن مخاطبان تبدیل شده است.

دوگانه رسانه‌ها: تهدید یا فرصت؟

رسانه‌ها در این ماجرا هم می‌توانند تهدید

رویافروشی زیست‌بوم؛ رسانه‌ها چگونه طبیعت را به کالا تبدیل کردند؟

باشند و هم فرصت. رسانه‌ها اگر بر روایت‌های رمانتیک و تبلیغاتی اصرار ورزند، عملاً به مائشین شتاب‌دهنده مصرف‌گرایی مکانی بدل می‌شوند. اما اگر تصویر کامل واقعیت را بازتاب دهند — از بحران زباله و ترافیک گرفته تا تهدید امنیت غذایی — می‌توانند نقش بازدارنده و هشداردهنده ایفا کنند.

قدرت رسانه در دستورکارسازی اجتماعی و سیاسی روشن است. همان رسانه‌هایی که با یک مستند تلویزیونی موج خرید زمین به راه انداخته‌اند، می‌توانند با روایت واقعیت‌های تلخ، افکار عمومی را برای توقف روند تخریب بسیج کنند.

رسانه‌های محلی مازندران سال‌هاست درباره نابودی جنگل‌ها، دفن اراضی کشاورزی و بحران زباله هشدار داده‌اند. اما صدای آن‌ها در برابر روایت‌های ملی کمتر شنیده شده است. این نابرابری قدرت رسانه‌ای نشان می‌دهد که تغییر گفتمان بدون همراهی رسانه‌های ملی امکان‌پذیر نیست.

برای مهار مصرف‌گرایی مکانی نیاز به تغییر روایت رسانه‌ها وجود دارد، رسانه‌ها باید از تصویر رمانتیک به تصویر واقع‌گرایانه تغییر مسیر دهند، توجه رسانه‌ها به حوزه آموزش عمومی مورد نیاز است تا با جا انداختن این ایده که ارزش مکان در حفاظت و تجربه آن است، نه در تملک از مصرفی شدن طبیعت جلوگیری کنند. تقویت رسانه‌های محلی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است تا بتوانند روایت متفاوتی از زیست‌بوم خود ارائه دهند. از سوی دیگر، ایجاد دغدغه ملی و شنیده شدن صدای حاشیه در رسانه‌های مرکز نیز می‌تواند به این دغدغه و تخریب محیط زیست پایان دهد. مصرف‌گرایی مکانی نمودی تازه از جامعه مصرفی است؛ جایی که طبیعت و مکان‌ها به جای آن‌که میراثی مشترک برای حفاظت باشند، به کالایی برای تملک و سوداگری بدل می‌شوند. اگر این روند مهار نشود، نه تنها محیط‌زیست بلکه هویت فرهنگی و اجتماعی جوامع نیز آسیب جدی خواهد دید.

پژوهشگر و فعال رسانه‌ای در مازندران

صالحی امیری: خراسان رضوی باید الگوی استان‌های دیگر باشد



دستی با تاکید بر اعتبار معنوی استان خراسان رضوی به عنوان آبروی ایران و پایتخت معنوی ایران گفت: خوشبختانه با ایجاد زیرساخت‌های مناسب، امروز می‌توانیم بسیاری از همایش‌های ملی و بین‌المللی در خور شأن نظام را در این استان برگزار کنیم. وی همچنین به ایده‌های جدید مطرح شده در حوزه آستان قدس رضوی اشاره کرد که قابلیت پیگیری دارند تا بخش عمده ایرانیان را برای سفر به استان خراسان رضوی ترغیب کنند.

صالحی امیری تاکید کرد: آنچه مهم است اینکه هر کسی که وارد حریم خراسان رضوی می‌شود، احساس معنویت، رهنایت و آرامش در او موج بزند. وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی همچنین از بخش خصوصی که با صداقت و به دلیل علائق به ایران دوستی و دلبستگی به امام رضا (ع) در شهر مشهد سرمایه‌گذاری کرده‌اند، قدردانی کرد.

از زمانی که دکتر مظفری به عنوان استاندار خراسان رضوی انتخاب شد، احساس مثبتی داشتیم که او می‌تواند در حوزه کاری این وزارتخانه اقدامات مفید و مثبتی را انجام دهد.

وی با اشاره به جایگاه ممتاز خراسان رضوی در حوزه‌های مختلف اظهار کرد: خوشبختانه با اقدامات شایسته در استان همه حوزه‌ها تبدیل به قطب شده‌اند؛ از جمله قطب زبارتی، قطب صنایع دستی و قطب گردشگری سلامت را به نام این استان داریم. بنابراین خراسان رضوی باید الگوی ۳۰ استان دیگر کشور باشد.

صالحی امیری ادامه داد: انتظارات فراتر از برنامه‌ریزی‌های فعلی است و خراسان رضوی باید در بخش‌های مختلف تأسیسات گردشگری و زبارتی، الگوسازی برای تمام کشور انجام دهد و تجربیات خود را به سراسر کشور منعکس کند.

وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع

جایگاه ممتاز استان در قطب زبارت، قطب صنایع دستی و قطب گردشگری سلامت

وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی گفت: استان خراسان رضوی «آبروی ایران» و «پایتخت معنوی کشور» است و باید این استان الگوی ۳۰ استان دیگر کشور باشد.

سید رضا صالحی امیری در مراسم ویدئو کنفرانس افتتاح طرح‌های گردشگری همزمان با سراسر کشور در مشهد با قدردانی از جهاد انجام شده در ساخت و تأمین زیرساخت‌های گردشگری استان خراسان رضوی اظهار کرد: شما موفق شدید این استان را به نقطه‌ای برسانید که هر کسی از هر نقطه دنیا اراده کند برای سفر به این خطه، امکان پذیرایی خوبی در این استان برایش فراهم هست.

وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ضمن ابراز رضایت از عملکرد مدیریتی استان خراسان رضوی افزود:

حجت الاسلام نامدار: اجتهاد و مرجعیت از ارکان اصلی فقه شیعه است

ندارد. وی اضافه کرد: ورود زنان به سطوح بالای علمی و فقهی، علاوه بر اثرگذاری در تدوین و فهم بهتر احکام مرتبط با مسائل زنان، به تقویت هویت علمی آنان در جامعه نیز منجر می‌شود. نامدار در پایان تأکید کرد: فقه شیعه در طول تاریخ با تکیه بر عقلانیت و شرایط زمانه، پاسخگوی مسائل متنوع بوده و امروز نیز با بهره‌گیری از ظرفیت علمی زنان، می‌توان به پویایی بیشتر در حوزه اجتهاد دست یافت.

دامنه گسترده‌ای نداشت اما با گسترش مسائل نو و نیاز جامعه به پاسخ‌های تخصصی، فقه شیعه به سمت پویایی و توسعه اجتهاد پیش رفته است و در این مسیر، زنان نیز می‌توانند نقش ایفا کنند. نماینده ولی فقیه با اشاره به تفسیر برخی از آیات و روایات که گاهی به عنوان مانع فقهی برای مرجعیت زنان ذکر می‌شوند، تصریح کرد: برداشت‌هایی مانند آیه «الزَّجَالُ قَوْمٌ عَلَى الْنِّسَاءِ» ناظر به نقش مدیریتی در خانواده است و ارتباطی با صلاحیت علمی و استنباط احکام

داشت: این دو جایگاه به توان علمی و شرایط تخصصی وابسته‌اند و در منابع شرعی، محدودیتی برای حضور زنان در این سطوح دیده نمی‌شود. نامدار ادامه داد: نبود نام زنان در فهرست مراجع تقلید گذشته بیشتر به عوامل تاریخی و فرهنگی بازمی‌گردد تا منع شرعی. این مسئله از جمله موانع ساختاری است که با تغییر نگرش و بازخوانی گفتمان درون فقهی می‌توان آن را اصلاح کرد.

وی افزود: در زمان حضور ائمه علیهم‌السلام، به دلیل دسترسی مستقیم به معارف دینی، اجتهاد

نماینده ولی فقیه در نهاد رهبری دانشگاه فرهنگیان مازندران گفت: مرجعیت و اجتهاد از ارکان اصلی فقه شیعی است.

به گزارش نقش قلم حجت‌الاسلام علی نامدار در نشست علمی «نقش‌آفرینی زن در عرصه اجتهاد و مرجعیت: از امکان تا واقعیت» که در مدرسه علمیه تخصصی الزهراء (س) ساری برگزار شد، به بررسی مبانی فقهی و اجتماعی مرجعیت زنان پرداخت.

وی با اشاره به اینکه اجتهاد و مرجعیت از ارکان اصلی فقه شیعه هستند، اظهار

سگ‌های ولگرد، شهروندان بی‌پناه:

وقتی خیابان‌های مازندران به قلمرو ترس تبدیل می‌شوند

سمانه اسلامی ورکی

از بی‌عملی شهرداری‌ها تا مرگ‌های خاموش ناشی از هاری؛ معضل سگ‌های بلاصاحب در مازندران به بحران اجتماعی بدل شده است. در کوچه‌پس‌کوچه‌های شهرهای مازندران، ترس دیگر فقط یک احساس نیست؛ واقعیتی است که هر روز با صدای قدم‌های سگ‌های ولگرد در ذهن شهروندان تکرار می‌شود. معضلی که سال‌هاست در سایه بی‌تدبیری، بی‌برنامگی و بی‌توجهی نهادهای مسئول، به کابوسی جمعی بدل شده است. در یکی از صبح‌های پاییزی، بانویی کارمند در مسیر محل کارش در قائمشهر، با تعقیب بی‌وقفه یک سگ بزرگ‌جنه، سیاه و دم‌بریده مواجه شد؛ تجربه‌ای که نه‌تنها روز او را به اضطراب بدل کرد، بلکه بازتابی از واقعیتی تلخ در شهرهای مازندران بود: خیابان‌هایی که دیگر امن نیستند.

دستورالعملی که فقط روی کاغذ مانده

دستورالعمل کنترل جمعیت سگ‌های ولگرد سال‌هاست در ستاد مرکزی کنترل جمعیت حیوانات ناقل بیماری به انسان در سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های کشور تصویب و جهت اجرا از سوی شهرداری‌ها و دهیاری‌های سراسر کشور به استانداری‌ها ابلاغ شده و با وجود اینکه متولی اصلی این موضوع شهرداری است اما هنوز روی کاغذ باقی مانده است و بسیاری از محلات کرمانشاه از جمله محلات کم‌برخوردار دوچندان با این مشکل دست و پنجه نرم می‌کنند.

براساس دستورالعمل کنترل جمعیت سگ‌های ولگرد پس از جمع‌آوری سگ‌های ولگرد از سطح شهر و روستا و انتقال آن‌ها به قفس نگهداری موقت در مرکز نگهداری، عملیات معاینه، تشخیص و تفکیک سگ‌های اصیل و سگ‌های آلوده زیر نظر دامپزشک انجام می‌شود و سگ‌های ولگرد آلوده و غیر مفید از سگ‌های اصیل مفید تفکیک و سگ‌های مفید توسط دامپزشک واکسیناسیون و قرنطینه شده، پس

مازندران در حالی است که براساس اعلام پزشکی قانونی تعداد مراجعه به این مراکز به دلیل سگ‌گزیدگی در امسال را چند برابر سال گذشته است.

آمارهایی که هشدار می‌دهند، اما شنیده نمی‌شوند

مدیرکل پزشکی قانونی مازندران چندی پیش اعلام کرد که طی سال گذشته ۱۶۳ مصدوم ناشی از سگ‌گزیدگی برای بررسی صدمات و جراحات به این نهاد مراجعه کردند که این رقم در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۲، افزایش ۳۳ درصد را نشان می‌دهد. علی‌عباسی با بیان اینکه که از این موارد ۱۱۲ نفر مرد و مابقی زن هستند، افزود: بیشترین سن مصدومان ناشی از گاز گرفتگی سگ بین ۴۱ تا ۵۰



دامپزشکان، فعالان محیط زیست و کارشناسان شهری بارها راه‌حل‌هایی چون عقیم‌سازی، واکسیناسیون، ایجاد پناهگاه‌های استاندارد و واگذاری مسئولانه را پیشنهاد داده‌اند. اما تا زمانی که شهرداری‌ها، استانداری و نهادهای مسئول به جای هم‌افزایی، به دنبال رفع مسئولیت باشند، این کابوس ادامه خواهد داشت.

هاری، به دلیل ناآگاهی یا کم‌توجهی به هشدارها درباره اقدامات درمانی مربوط به پس از حیوان‌گزیدگی متأسفانه همچنان شاهد مواردی معدود از وقوع مرگ ناشی از هاری هستیم.

سیدعالیه علوی افزود: دولت هزینه زیادی برای مقابله با بیماری‌های ناشی از حیوان‌گزیدگی انجام می‌دهد. هزینه هر نوبت واکسن ضد هاری حدود ۳۰۶ یورو و هزینه سرم ضد هاری حدود ۲۰ یورو است. با توجه به نیاز هر فرد به دریافت سه دوره واکسیناسیون، برای درمان هر فرد به‌طور متوسط بالغ بر ۸۰ یورو هزینه‌های درمان می‌شود. وی خاطرنشان کرد: فقط در سال گذشته، دولت نزدیک به ۴۰ میلیارد ریال برای تأمین سرم و واکسن در تنکابن هزینه کرد. اما با وجود رایگان بودن ارائه این خدمات، برخی از بیماران پس از حیوان‌گزیدگی از مراجعه به بیمارستان و دریافت خدمات درمانی ویژه خودداری می‌کنند.

رئیس شبکه بهداشت تنکابن خاطرنشان کرد: در حالی که مرکز درمان پیشگیری هاری شهرستان تنکابن به‌طور ۲۴ ساعته فعال است و خدمات رایگان واکسیناسیون و سرم ضد هاری را ارائه می‌دهد، همچنان شاهد مرگ‌های ناشی از هاری هستیم.

باوجود تمامی مصیبت‌های ناشی از رها بودن این سگ‌ها در جامعه اما به نظر می‌رسد که اتفاق خاصی برای جمع‌آوری آنها رخ نداده است؛ معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار مازندران پارسال در جمع شهرداران مازندران گفت: با تشکیل کارگروهی، موانع جمع‌آوری سگ‌های ولگرد در شهرهای مختلف مازندران توسط شهرداری‌های این خطه از شمال کشور برطرف می‌شود.

عبدالرضا دادبود ادامه داد: همه تلاش‌ها بر آن است تا مشکلات پیش روی جمع‌آوری سگ‌های ولگرد از پیش روی شهرداری‌ها استان برداشته شود.

شهرداری‌ها: از تلاش‌های مقطعی تا پاسکاری مسئولیت



شهرداری قائمشهر با ایجاد محل نگهداری سگ‌ها در نزدیکی محل دیوی زباله، توانست برای مدتی معضل را کنترل کند. اما این موفقیت کوتاه‌مدت بود. طبق گفته شهردار قائمشهر، برخی شهرداری‌های دیگر استان، به جای حل مسئله، سگ‌های ولگرد را به قائمشهر منتقل و رها کرده‌اند. این یعنی پاسکاری بحران، نه حل آن.

هاری، بیماری کشنده‌ای‌ست که از بزاق حیوان آلوده منتقل می‌شود و در صورت عدم درمان، منجر به مرگ می‌شود. با وجود این خطر جدی، هنوز هیچ برنامه جامع، پایدار و هماهنگ برای کنترل سگ‌های ولگرد در مازندران اجرا نشده است. این یعنی جان انسان‌ها، در اولویت نیست.

دامپزشکان، فعالان محیط زیست و کارشناسان شهری بارها راه‌حل‌هایی چون عقیم‌سازی، واکسیناسیون، ایجاد پناهگاه‌های استاندارد و واگذاری مسئولانه را پیشنهاد داده‌اند. اما تا زمانی که شهرداری‌ها، استانداری و نهادهای مسئول به جای هم‌افزایی، به دنبال رفع مسئولیت باشند، این کابوس ادامه خواهد داشت.

یادشدها



لباس بسیج را بر سپاه ترجیح داد

برادر شهید بزرگی می‌گوید: بسیار به امام و ولایت معتقد بود. ولایت پذیری‌اش همین بس که فرمودند جبهه‌ها را خالی نکنید. او به عنوان بسیجی به جبهه رفت خیلی‌ها به او گفتند لباس پاسداری بپوشد اما او قبول نکرد. می‌گفت: امام فرمودند بسیجی باشیم.

امام فرمودند بسیجی باشیم

محسن بزرگی امیری یکم فروردین ۱۳۴۷، در شهرستان فریدونکنار به دنیا آمد. پدرش قاسم، تاجر بود و مادرش فاضه نام داشت. تا پایان دوره راهنمایی درس خواند. به عنوان بسیجی در جبهه حضور یافت. بیست و سوم خرداد ۱۳۶۷، در شلمچه بر اثر اصابت ترکش به شکم، شهید شد. مزار او در تکیه معصوم‌زاده زادگاهش واقع است.

بچه مظلوم و قانعی بود

پدر شهید می‌گوید: بچه مظلوم و قانعی بود هیچ‌گاه از ما چیزی طلب نمی‌کرد. شش ساله بود رفتیم امیرکلا برای خواهرهایش لباس بگیریم دیدیم محسن رفت پشت دیوار جا خورده است و نمی‌خواهد برای او چیزی بگیریم، بسیار ساده‌پوش بود. هیچ‌گاه لباس نو بر تن نمی‌کرد. فقط لباس بسیجی را بر تن می‌کرد. شب‌های ماه رمضان ما را سحر بیدار می‌کرد و خودش برای خواندن نماز شب بر مزار شهدا می‌رفت.

امام فرمودند بسیجی باشیم

برادر شهید مهدی می‌گوید: محبوبیت خاصی بین اعضای خانواده داشت. از سفر یا منطقه می‌آمد حتما باید به افراد کوچکتر سر بزند و برای شان هدیه می‌آورد. همیشه حتی در نامه‌ها و وصیت‌نامه‌اش ما را شرکت در نماز جماعت، نظم در کارها و رعایت کردم حق مردم سفارش می‌کرد. بسیار به امام و ولایت معتقد بود ولایت پذیری‌اش همین بس که فرمودند جبهه‌ها را خالی نکنید به عنوان بسیجی به جبهه رفت خیلی‌ها به او گفتند لباس پاسداری بپوشد اما او قبول نکرد. می‌گفت: امام فرمودند بسیجی باشیم.

بسیار اهل کمک به دیگران بود، چنانکه به منطقه می‌رفت پدر یک مقدار پول به او می‌داد و یک مقدار ما می‌دادیم. پدرم به او می‌گفت: پسر این پول‌هایی که می‌گیری چه کار می‌کنی؟ به اندازه ده تا مسافرت است. می‌گفت: پول‌ها را به دوستان خود که می‌خواهند به شهر برای خرید به منزلشان بیاپند می‌دهم، تا زمانی که زنده بود و به جبهه می‌رفت. یک ریال از سپاه نمی‌گرفت. خواهر شهید می‌گوید: از ویژگی‌ها ارزش این که به صورت پنهانی به پتیمان کمک می‌کرد و دست‌شان را می‌گرفت.

دارای سعه صدر خاصی بود

همرمز شهید محمدعلی آزادی می‌گوید: ایشان دارای سعه صدر خاصی بودند چنانکه ۳۰۲ روز قبل عملیات والفجر ده بود ما خودمان را برای عملیات آماده می‌کردیم برادر جهانگردی فرمانده گروهان و آقا محسن مشمول دسته‌ها بودند از آن‌جا که ما کمتر در عملیات کوهستانی شرکت کرده بودیم، ایشان نیروهای گروهان را به کوهپیمایی می‌بردند تا رزمندگان جهت عملیات آمادگی کامل داشته باشند. همان‌طور که در دامنه کوه راه می‌رفتیم آقای جهانگرد تعادل خود را از دست داد و سر خورد و دست ایشان به روی ماشه اسلحه رفت و تیری از آن خارج شد و به پای آقای محسن خورد. رنگ از چهره آقای جهانگرد پریده بود و بسیار مضطرب و نگران بود. آقا محسن با همان حال مجروحیت به او دلداری می‌داد برای حفظ روحیه نیروها و زیر سوال نرفتن شخصیت آقای جهانگرد بسیار خویشتن دار صبورو مقاوم بود.

خزر در حال ناپدید شدن؛ هشدار زمین‌شناسان درباره فاجعه‌ای خاموش



دریای خزر این پهنه آبی منحصربه‌فرد جهان که برای قرن‌ها پشتوانه زندگی، اقتصاد و فرهنگ جوامع ساحلی بوده است، امروزه با تغییراتی چشمگیر روبه‌رو شده است و داده‌های علمی و مشاهدات میدانی از روند نگران‌کننده‌ای در سه دهه اخیر و «کاهش تدریجی اما پیوسته سطح آب این بزرگ‌ترین دریاچه جهان» حکایت دارد.

این تغییر اگرچه در نگاه روزمره چندان محسوس نیست و هنوز سواحل شمالی ایران انعکاس‌دهنده آسمان بی‌کران شمال است؛ سواحل مملو از موج و مرغان دریایی است و هنوز می‌شود آواز دلنشین رودخانه‌ها و فریاد شاد کودکان در ساحل‌ها را شنید اما خزر این میراث مشترک میلیون‌ها نفر، آرام و بی‌صدا در حال محو شدن است چرا که خطوط ساحلی در حال تغییر هستند، پهنه‌های آبی کوچک‌تر شده‌اند و فعالیت‌های اقتصادی وابسته به دریا با چالش‌های جدیدی روبه‌رو شده است.

در گفت‌وگوی پیش‌رو، در مصاحبه با مهندس فرشید رضانی مدیرکل زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی استان گیلان به بررسی ابعاد مختلف این پدیده، از دلایل علمی این کاهش سطح آب تا پیامدهای آن برای اکوسیستم‌های حساس ساحلی، از تأثیر بر فعالیت‌های اقتصادی تا ضرورت برنامه‌ریزی برای مدیریت این تغییرات، می‌پردازد.

این گزارش می‌کوشد با نگاهی علمی و مستند، تصویری روشن از وضعیت کنونی دریای خزر ارائه دهد و زنگ هشدار باشد برای توجه جدی‌تر به این میراث طبیعی بی‌همتا

آقای مهندس رضانی، با تشکر از وقتی که در اختیار ما قرار دادید، با توجه به داده‌های علمی که از کاهش ۲۵۰ سانتی‌متری سطح آب خزر از سال ۱۳۷۴ خبر می‌دهند، به نظر شما این روند چه تأثیرات ملموسی می‌تواند بر استان شمالی مانند گیلان داشته باشد؟
رضانی: با سلام و تشکر از پیگیری شما برای نجات خزر، باید توجه داشت که این تغییرات به صورت تدریجی در حال وقوع است؛ مهمترین تأثیرات را می‌توان در سه حوزه مورد بررسی قرار داد: اکولوژیک، اقتصادی و اجتماعی. در بعد اکولوژیک، ما شاهد تغییر در خطوط ساحلی و تأثیر بر تالاب‌های ساحلی هستیم. در بخش اقتصادی، فعالیت‌های مرتبط با دریا مانند کشتیرانی و گردشگری ساحلی می‌توانند تحت تأثیر قرار گیرند. در حوزه اجتماعی نیز جوامع محلی که وابستگی مستقیم به دریا دارند، با چالش‌های جدیدی روبه‌رو خواهند شد.

کاهش ۲۵۰ سانتیمتری سطح تراز آب دریای خزر از سال ۱۳۷۴ تا ۱۴۰۴ درحالی اتفاق افتاد که سطح آب اقیانوس‌ها در همین دوره زمانی به‌طور میانگین سالانه حدود سه میلی‌متر افزایش داشت که نشان می‌دهد دریای خزر در مسیر تغییری جدی و بی‌سابقه قرار دارد. مدیرکل زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی استان گیلان: دریای خزر در مسیر تغییری جدی و بی‌سابقه قرار دارد. سرعت افت سطح آب خزر طی پنج سال گذشته چهار تا پنج برابر بیشتر از دوره‌های قبل بوده است. اگر این روند ادامه یابد، سطح آب سالانه حدود ۳۰ تا ۵۰ سانتی‌متر کاهش پیدا می‌کند که تقریباً معادل دامنه نوسانات فصلی طبیعی سطح آب خزر است و نشان می‌دهد وارد مرحله بحرانی تغییرات تراز آب

می‌شویم.
باتوجه به آنکه نوسانات سطح آب دریای خزر حدود صد برابر سریع‌تر از دریاها و اقیانوس‌های آزاد انجام می‌شود، این ویژگی منحصربه‌فرد موجب می‌شود تغییرات خط ساحلی در مناطق جنوبی خزر بسیار محسوس، سریع و تأثیرگذار باشد.
بندر آستارا
طبق بررسی‌های زمین‌شناسی، کاهش سطح آب دریای خزر در کدام مناطق ساحلی بیشتر بوده است؟

رضانی: تحقیقات نشان می‌دهد بیشترین میزان عقب‌نشینی خط ساحل در سواحل جنوبی خزر، در استان‌های گیلان و گلستان بوده است. در گیلان، محدوده آستارا تا شفارود بیشترین تغییرات خط ساحلی را داشتند و در گلستان نیز از بندرتکمن تا گمیشان بخش قابل توجهی از پهنه آبی به ماسه‌زارهای خشک تبدیل شده است.

در گیلان، محدوده آستارا تا شفارود بیشترین تغییرات خط ساحلی را داشتند و در گلستان نیز از بندرتکمن تا گمیشان بخش قابل توجهی از پهنه آبی به ماسه‌زارهای خشک تبدیل شده است.

براساس بازبیدهای میدانی از برخی مناطق ساحلی مانند سواحل شرق بابلسر، کاهش سطح آب موجب انسداد دهانه رودخانه‌ها، انباشته شدن رسوبات ماسه‌ای، شکل‌گیری پهنه‌های ماسه‌ای وسیع و تغییر مورفولوژی طبیعی ساحل شده است. این وضعیت باعث می‌شود جریان‌های برگشتی در زمان طوفان‌ها آسیب‌پذیری سواحل خشک را افزایش دهند و خطر فرسایش شدید و حتی تهدید ایمنی شناگران و ساکنان ساحلی بیشتر شود.

یکی از مهم‌ترین پیامدهای کاهش سطح آب دریای خزر، خشک شدن یا کاهش شدید سطح آب تالاب‌های ساحلی است. این تالاب‌ها نه‌تنها بخشی از میراث طبیعی کشور هستند بلکه نقش کلیدی در تنظیم اکوسیستم‌های ساحلی، جذب آلاینده‌ها، تأمین زیستگاه پرندگان مهاجر و حفظ تعادل اکولوژیکی دارند.

شما به تأثیری که ساخت و سازها در کاهش تراز آب خزر داشتند، اشاره کردید، اما نباید از عوامل طبیعی غافل ماند، چه عوامل طبیعی را در این زمینه تأثیر گذار می‌دانید؟

رضانی: مهم‌ترین عامل تأثیر گذار بر کاهش سطح آب دریای خزر گرمایش زمین و افزایش سرعت تبخیر آب است؛ تبخیر در دریای خزر پنج برابر بیشتر از بارانی

معاون فرهنگی دانشگاه گیلان:

بیش از ۱۴۰۰ اثر به دبیرخانه اجلاسیه نماز ارسال شد



مقاله حائز استاندارد شناخته شدند که در نهایت ۱۳ اثر برگزیده و انتخاب شدند که هنگام برپایی سی و دومین اجلاسیه سراسری نماز، از نفرات برگزیده تجلیل و تقدیر خواهد شد.

معاون فرهنگی دانشگاه گیلان با اشاره به اینکه موضوع این دوره «اقامه نماز، مادران، فرزندان و فناوری نوین» است، بیان کرد: آثار ارسالی به دبیرخانه سی و دومین اجلاسیه سراسری نماز توسط ۷۳ داور از استانهای مختلف کشور مورد بررسی قرار گرفت.

سی و دومین اجلاسیه سراسری نماز روز پنجشنبه هفته جاری به میزبانی استان گیلان در رشت برگزار می‌شود که قرار است حجت‌الاسلام والمسلمین محسن قرائتی رئیس ستاد اقامه نماز کشور، علیرضا کاظمی وزیر آموزش و پرورش و مسئولان ارشد استان گیلان در این اجلاسیه حضور یابند.

معاون فرهنگی دانشگاه گیلان گفت: یک هزار و ۴۲۲ اثر از سراسر کشور به دبیرخانه سی و دومین اجلاسیه نماز در گیلان ارسال شد.

ایرج شاکری با اشاره به اینکه دبیرخانه سی و دومین اجلاسیه سراسری نماز در گیلان مسقر است، اظهار کرد: این آثار در بخش‌های مختلفی همچون پوستر، اینفوگرافی، تجربه زیسته، مقالات علمی، تالیفات و تحقیقات مربوط به نماز است که بیشترین آثار در حوزه مقالات علمی به دبیرخانه ارسال شده است. وی افزود: استان اصفهان با ۱۵۴ اثر، بیشترین آثار را به دبیرخانه سی و دومین اجلاسیه سراسری نماز در گیلان ارسال کرد؛ ضمن اینکه گیلان با ۱۴۴ اثر و استان قزوین با ۱۳۱ اثر در رتبه‌های بعدی قرار دارند که گیلان با این تعداد اثر رشد قابل توجهی نسبت به ادوار گذشته این اجلاسیه دارد.

وی ادامه داد: از آثار ارسال شده به این دبیرخانه، ۷۲۳ اثر به کمیته علمی راه یافت که از این تعداد، ۱۴۴

امنیت ساندویچ‌های سرد، خط قرمز سلامت شما در گرما!



اهمیت رعایت بهداشت ساندویچ‌های سرد در فصول گرم و ایام سفر، مسئله‌ای حیاتی برای حفظ سلامت عمومی است. ساندویچ‌های سرد، برخلاف غذاهای پخته‌شده، فاقد مرحله نهایی پخت هستند به همین دلیل، این نوع محصولات در دسته غذاهای با ریسک میکروبی متوسط تا بالا قرار می‌گیرند و رعایت دقیق شرایط بهداشتی در تمام مراحل تهیه، نگهداری و توزیع آن‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

به گزارش نقش قلم رعایت دقیق و بی‌کم‌وکاست استانداردهای بهداشتی در تمام مراحل زنجیره تولید، از تهیه مواد اولیه تا بسته‌بندی و نگهداری، ساندویچ‌های سرد برای تضمین سلامت مصرف‌کنندگان امری ضروری و حیاتی است. به طور خاص، نگهداری این ساندویچ‌ها در دمای کنترل‌شده ۱ تا ۴ درجه سانتی‌گراد، به عنوان یک گام پیشگیرانه کلیدی، از رشد و تکثیر باکتری‌های بیماری‌زا جلوگیری می‌کند و کیفیت و ایمنی محصول را تا زمان مصرف حفظ می‌کند.

مسئولیت حفظ سلامت غذا تنها بر عهده تولیدکنندگان نیست و مصرف‌کنندگان نیز نقش محوری در این فرآیند ایفا می‌کنند. هوشیاری و دقت نظر در هنگام خرید ساندویچ‌های سرد می‌تواند به طور قابل توجهی ریسک ابتلا به بیماری‌های ناشی از غذا را کاهش دهد. مهم‌ترین نکاتی که شهروندان باید به آن توجه کنند، شامل بررسی دقیق سلامت و یکپارچگی بسته‌بندی (بدون هرگونه پارگی، تورم یا تغییر شکل)، اطمینان از وجود شماره پروانه ساخت بهداشتی و تاریخ انقضا روی محصول، و مهم‌تر از همه، مشاهده نگهداری صحیح ساندویچ‌ها در یخچال‌های فروشگاه با دمای مناسب است. نادیده‌گرفتن هر یک از این شاخص‌ها می‌تواند عواقب جبران‌ناپذیری برای سلامت به همراه داشته باشد.

این گزارش با هدف ارائه یک تصویر جامع از اهمیت بهداشت ساندویچ‌های سرد در فصل گرما و سفرهای تابستانی تدوین شده است تا مصرف‌کنندگان، کارگزاران بهداشت عمومی، و ارائه‌دهندگان خدمات غذایی بتوانند با آگاهی بهینه‌تر تصمیم‌گیری کنند و از خطرات سلامت جلوگیری کنند.

اهمیت ساندویچ‌های سرد در فصل گرما

ساندویچ سرد، به عنوان یک وعده غذایی چندلایه که در آن دو یا چند برش نان، مواد غذایی سرد یا تازه را در خود جای می‌دهند، تعریفی متمایز از ساندویچ‌های گرم دارد. این مواد غذایی می‌توانند شامل پروتئین‌های پخته و سرد شده مانند مرغ یا گوشت، انواع سبزیجات تازه یا پخته، محصولات لبنی همچون پنیرهای سرد، سس‌ها و حتی مواد اولیه‌ای باشند که به صورت سرد سرو می‌شوند. تفاوت کلیدی این نوع ساندویچ‌ها با مدل‌های گرم، در عدم وجود یا محدودیت فرآیند حرارتی مجدد قبل از مصرف است. این ویژگی، ضمن سهولت در آماده‌سازی، لزوم توجه ویژه به اصول بهداشتی و زنجیره سرد را برجسته می‌سازد تا از هرگونه فساد میکروبی جلوگیری شود.

متخصص تغذیه: چای جایگزین آب نیست

یک متخصص تغذیه گفت: بهترین مایع برای حفظ سلامت بدن، آب است و چای، به ویژه اگر پررنگ و همراه با قند مصرف شود، نه‌تنها جایگزین مناسبی برای آب نیست، بلکه می‌تواند باعث دفع آب از بدن شود. سعید هادی، در برنامه «فراسو» رادیو سلامت درباره مصرف زیاد چای توسط سالمندان، افزود: ما توصیه می‌کنیم که بهترین و اصلی‌ترین مایع برای بدن، آب است. چای نیز جزو مایعات محسوب می‌شود، اما باید با رعایت نکاتی مصرف شود.

وی ادامه داد: چای پررنگ، به‌ویژه اگر با چند حبه قند همراه باشد، حاوی مقدار زیادی کافئین است که به‌عنوان دیورتیک عمل کرده و باعث دفع آب از بدن می‌شود.

هادی با بیان اینکه مصرف زیاد چای می‌تواند بدن را دهیدراته کند، افزود: در سالمندان، کم‌آبی بدن می‌تواند علائم گوارشی و عمومی ایجاد کند. بنابراین توصیه می‌شود اگر فردی روزانه پنج لیوان چای می‌نوشد، آن را به دو تا سه لیوان کاهش دهد و چای را به‌صورت کم‌رنگ، ولرم و کم‌شکر مصرف کند. این متخصص تغذیه اظهارکرد: هرچه چای پررنگ‌تر باشد، میزان کافئین آن بیشتر است و آب بدن را بیشتر تخلیه می‌کند. به همین دلیل، در سالمندان که نیاز بیشتری به حفظ آب بدن دارند، مصرف آب باید در اولویت قرار گیرد و چای تنها به‌صورت متعادل و کنترل‌شده نوشیده شود.

مهر

رعایت دقیق اصول بهداشتی در تمام مراحل، از تهیه تا مصرف، برای پذیرش و مصرف ایمن این ساندویچ‌ها حیاتی است

اهمیت ساندویچ‌های سرد در فصل گرما و ایام سفر غیرقابل انکار است. سهولت حمل و نقل و نگهداری کوتاه‌مدت، آن‌ها را به گزینه‌ای ایده‌آل برای مسافران و افرادی تبدیل کرده است که به دنبال غذایی سریع و در دسترس هستند. در شرایطی که امکان پخت یا گرم کردن غذا محدود است، ساندویچ سرد می‌تواند انرژی لازم برای فعالیت‌های روزانه را تامین کند.

با این حال، همین سهولت استفاده، چالش‌های بهداشتی خاص خود را به همراه دارد. خطرات میکروبی، به ویژه در دمای بالای محیط، حمل و نقل نامناسب و نگهداری طولانی‌مدت، این محصولات را به یکی از دغدغه‌های اصلی حوزه سلامت مواد غذایی تبدیل کرده است. بنابراین، رعایت دقیق اصول بهداشتی در تمام مراحل، از تهیه تا مصرف، برای پذیرش و مصرف ایمن این ساندویچ‌ها حیاتی است.

برای تضمین ایمنی و کیفیت ساندویچ‌های سرد، رعایت ویژگی‌های بهداشتی و ایمنی در راس امور قرار دارد. این امر با استفاده از مواد اولیه باکیفیت، تازه و عاری از آلودگی آغاز می‌شود. نگهداری صحیح مواد اولیه در شرایط ایده‌آل و حفظ مداوم "زنجیره سرد" (Cold Chain) که به معنای حفظ دمای پایین و مناسب در تمام طول مسیر از تولید تا مصرف است، از پایه‌های اساسی محسوب می‌شود. علاوه بر این، کنترل عوامل محیطی مانند نور، رطوبت و آلودگی‌های محیطی بر کیفیت مواد غذایی ضروری است. همچنین، توجه دقیق به تاریخ مصرف و پرسب‌گذاری صحیح محصولات، اطلاعات حیاتی را برای مصرف‌کنندگان فراهم می‌آورد تا بتوانند با اطمینان خاطر از ایمنی ساندویچ سردی که انتخاب

می‌کنند، بهره‌مند شوند.

خطرات میکروبی و شرایط نگهداری صحیح

ساندویچ‌های سرد، با وجود سهولت و محبوبیتشان، به دلیل عدم گذراندن مرحله نهایی پخت، بستری مساعد برای رشد انواع باکتری‌های مضر فراهم می‌کنند. باکتری‌هایی مانند لیستریا مونوسیتوژنز، سالمونلا، ای‌کولی، استافیلوکوکوس اورئوس و کلسترییدیوم پرفرنزنس، که هر کدام شرایط و سرعت رشد متفاوتی دارند، می‌توانند سلامت مصرف‌کننده را به خطر اندازند.

نکته بسیار مهم این است که بازه دمایی ۵ تا ۶۰ درجه سلسیوس به عنوان "دامنه دمایی خطرناک" شناخته می‌شود، زیرا در این محدوده، اکثر میکروارگانیسم‌ها به سرعت تکثیر می‌یابند. حتی در ساندویچ‌های سرد که تصور می‌شود ایمن‌تر هستند، اگر نگهداری آن‌ها بیش از حد تعیین شده یا در شرایط نامناسب محیطی صورت گیرد، خطر رشد و فعالیت این باکتری‌ها همچنان پابرجاست و می‌تواند کیفیت و ایمنی غذا را به شدت تحت تأثیر قرار دهد.

عوامل متعددی در تشدید خطرات میکروبی ساندویچ‌های سرد نقش دارند که درک آن‌ها برای رعایت بهداشت ضروری است. مهم‌ترین این عوامل، دمای نگهداری نامناسب است؛ گرمای بیش از حد یا نگهداری طولانی‌مدت در دمای اتاق، بستری ایده‌آل برای رشد سریع میکروب‌ها فراهم می‌آورد. کیفیت و تازگی مواد اولیه نیز تأثیر مستقیمی بر سطح خطر دارد؛ استفاده از مواد خام یا پخته‌ای که تاریخ مصرفشان رو به اتمام است یا کیفیت لازم را ندارند، میزان آلودگی احتمالی را افزایش می‌دهد. تماس با سطوح آلوده، ابزار غیر استریل، یا عدم رعایت بهداشت فردی توسط پرسنل تهیه و عرضه، از دیگر راه‌های ورود میکروارگانیسم‌ها به ساندویچ هستند. همچنین، بسته‌بندی نامناسب و عدم حفظ سرما در طول

نکات برای خواب بهتر در دوران تشدید بیماری کرون

۷. شرایط خواب را بهینه کنید

برای موفقیت در خواب، روال آرامش‌بخش یک ساعت قبل از خواب ایجاد کنید. ممکن است شامل حمام، کشش سبک و موسیقی آرام باشد. ساعت خواب و بیداری منظم داشته باشید، قبل از خواب صفحه نمایش‌ها را کنار بگذارید و در اتاقی سرد و تاریک و بدون مزاحمت بخوابید.

۸. دفترچه خواب داشته باشید

ممکن است نتوانید دقیقاً متوجه شوید کدام بخش بیماری کرون شما را بیدار می‌کند. مدت زمان خواب، علائم و عوامل بیداری را ثبت کنید تا بتوانید مشکلات را شناسایی و برطرف کنید.

۹. به متخصص خواب مراجعه کنید

متخصصان پزشکی خواب می‌توانند با پزشک بیماری‌های التهابی روده همکاری کنند تا مطمئن شوند خواب کافی دارید. ممکن است داروهای خواب، درمان شناختی رفتاری (CBT) یا تکنیک‌های دیگر برای بهبود خواب به شما کمک کنند.

زاویه خواب نیز توجه کنید.

۳. به رژیم غذایی‌تان دقت کنید

قبل از خواب سیر نشوید. وعده‌های شبانه را سبک و راحت هضم انتخاب کنید. کافئین را محدود کنید؛ حتی یک فنجان قهوه بعد از ظهر می‌تواند خواب شما را مختل کند.

۴. چرت روزانه را محدود کنید

وقتی خواب شبانه دشوار است، وسوسه می‌شوید هر زمان که می‌توانید بخوابید. اما سعی کنید خواب روزانه را کاهش دهید و انرژی خود را برای خواب شبانه ذخیره کنید.

۵. نیاز به دستشویی را مدیریت کنید

گاهی اوقات نیاز به دفع شما را از خواب بیدار می‌کند. همراه با وعده‌های غذایی منظم، در طول روز روده خود را تخلیه کنید. با پزشک خود درباره تمرینات روده و تمرینات کف لگن مشورت کنید تا کنترل بیشتری روی نیاز به دستشویی در شب داشته باشید.

۶. از تکنیک‌های آرام‌سازی استفاده کنید

علائم جسمی بخش بزرگی از اختلال خواب هستند، اما وضعیت روانی شما هم تأثیر دارد. تمرینات تنفس عمیق، ذهن‌آگاهی و مدیتیشن نه تنها استرس را کاهش می‌دهند، بلکه به کنترل علائم افسردگی که می‌تواند خواب را مختل کند، کمک می‌کنند.

زندگی با بیماری کرون می‌تواند خواب شما را مختل کند. مطالعات نشان می‌دهند که افراد مبتلا معمولاً کمتر از دیگران می‌خوابند و کیفیت خواب آن‌ها نیز پایین‌تر است.

به گزارش نقش قلم ،زندگی با بیماری کرون می‌تواند خواب شما را مختل کند. مطالعات نشان می‌دهند که افراد مبتلا معمولاً کمتر از دیگران می‌خوابند و کیفیت خواب آن‌ها نیز پایین‌تر است. با این حال، روش‌هایی وجود دارد تا حتی در دوران تشدید بیماری هم خواب بهتری داشته باشید.

۱. داروهای خود را بررسی کنید

اگر علائم شما مانع خواب می‌شوند، ممکن است دارو به خوبی عمل نکنند. گاهی ترکیبی از درمان‌ها لازم است تا التهاب، درد، خورنیزی و اسهال کنترل شود. مدیریت بهتر بیماری به بدن شما کمک می‌کند راحت‌تر استراحت کنید.

۲. وضعیت خواب خود را تغییر دهید

هیچ وضعیت خواب واحدی وجود ندارد که علائم بیماری التهابی روده را در طول شب متوقف کند. اما برخی موقعیت‌ها راحت‌تر هستند؛ مثلاً خوابیدن به پهلو می‌تواند به کاهش رفاکس اسید کمک کند. با موقعیت‌های مختلف آزمایش کنید و ببینید چه چیزی برایتان مناسب است. به جزئیات مثل حمایت بالش و

همایش راهوران محله و تجلیل از نمونه‌های ترافیکی مازندران



نقش هوش مصنوعی در بازاریابی؛ از تحلیل داده تا شخصی سازی تبلیغات

در فضای پرشتاب بازاریابی دیجیتال، اگر می‌خواهید یک قدم جلوتر از رقبا باشید باید تغییرات را زودتر ببینید و هوشمندانه‌تر از دیگران عمل کنید. هوش مصنوعی دقیقاً همین امکان را به شما می‌دهد: از تولید محتوای شخصی‌سازی‌شده برای هر مخاطب تا تحلیل‌های پیش‌بینانه‌ای که رفتار مشتری را با دقت بالاتری پیش‌بینی می‌کند. در این مقاله می‌بینید هوش مصنوعی چه جایگاهی در بازاریابی دیجیتال دارد و چگونه استراتژی‌های شما را متحول می‌کند. اگر می‌خواهید بدانید کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی چیست و چطور استفاده از آن نتایج واقعی تبدیل می‌شود، تا انتهای مطلب همراه ما باشید.

۱. بخش‌بندی مشتری و هدف‌گیری؛ نوعی استفاده از هوش مصنوعی در بازاریابی
مدل‌های یادگیری ماشین که بر بستر رایانش ابری اجرا می‌شوند، بخش‌بندی مشتریان را در مقیاس گسترده مدیریت می‌کنند؛ به‌طوری‌که بازاریاب‌ها قادر باشند با حجم‌های عظیم داده کار کنند و آن‌ها را برای استفاده در کمپین‌ها «برش و طبقه‌بندی» نمایند. خروجی این بخش‌بندی وقتی ارزشمند است که فوراً به اقدام تبدیل شود. به این منظور با پیامک هوشمند می‌توانید پیام مناسب را همان لحظه به سگمنت درست ارسال کنید و شخصی‌سازی را از سطح تحلیل به اجرا برسانید.

برای نمونه بسیاری از بازاریابان از بینش‌های پلتفرم‌های تحلیل مکالمات مبتنی بر هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی هزینه‌های بازاریابی استفاده می‌کنند که داده‌های مکالمات فرست‌پارتنری را استخراج می‌کنند. (مثال فرضی): تیم بازاریابی یک شرکت خدمات تأسیسات در اهواز متوجه می‌شود تعداد تماس‌های مربوط به «تعمیر کولرگازی» افزایش یافته است. فناوری هوش مصنوعی، عبارات کلیدی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی تماس‌ها را شناسایی می‌کند و سیگنال قدرتمندی برای اجرای موج جدید تبلیغات دیجیتال و ارسال فوری پیام تخفیف تعمیر A/C با پیامک هوشمند به همان سگمنت محلی فراهم می‌آورد.

۲. اتوماسیون بازاریابی و بهینه‌سازی کمپین؛ کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی دیجیتال
برای اجرای تریگرهای رفتاری (تبت‌نام، ره‌اشدن سبد، خرید مجدد)، هوش مصنوعی پیام اتوماسیون پیامکی دقیق و قابل‌اندازه‌گیری فراهم می‌کند. درواقع پلتفرم‌های بازاریابی مبتنی بر هوش مصنوعی امکان اتوماسیون در مقیاس وسیع را برای کارهای تکراری مانند ایمیل، انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی، جایگذاری تبلیغات و توزیع محتوا فراهم می‌کنند. حذف فرایندهای روتین، زمان بیشتری در اختیار بازاریابان می‌گذارد تا بر وظایف باارزش‌تر مانند خلاقیت در بازاریابی و تدوین استراتژی کمپین تمرکز کنند. ثبت داده‌های کمپین از تماس‌های تلفنی، حلقه گمشده انتساب را نیز برای تیم‌های بازاریابی تکمیل می‌کند. کلیک‌ها انتساب فروش به ایمیل یا تبلیغات دیجیتال را ساده می‌کنند، اما تماس‌های تلفنی از نظر انتساب شفاف نبودند. هوش مصنوعی این وضعیت را تغییر داده است؛ اکنون بازاریابی می‌تواند برای هر تماس، انتساب کامل دریافت کند.

چرا انتساب تا این اندازه مهم است؟ انتساب تماس به شما کمک می‌کند کمپین‌ها را طوری بهینه کنید که سرخ‌های تلفنی باارزش‌تری ایجاد کنند. برای مثال داده‌های انتساب تماس ممکن است به شما نشان دهد بودجه بیشتری را به کلیدواژه‌ها و آگهی‌های پربازده گوگل اذ اختصاص دهید که فروش تلفنی ایجاد می‌کنند؛ اقدامی که به افزایش درآمد با هزینه کمتر منجر می‌شود.

۳. تحلیل داده و مدل‌سازی پیش‌بینانه؛ نقش هوش مصنوعی در بازاریابی
هوش مصنوعی می‌تواند حجم عظیمی از داده‌های ساختاریافته و غیرساختاریافته را تحلیل کند، الگوها را در آن‌ها شناسایی کند و بینش‌های قابل اقدام درباره رفتار مشتری و تحلیل‌های پیش‌بینانه ارائه دهد. برای مثال تاریخچه خرید و الگوهای مرور وب به شرکت‌هایی مانند آمازون اجازه می‌دهد نیازهای مشتری را پیش‌بینی کنند و بر اساس همان داده‌ها، ارتباطات شخصی‌سازی‌شده‌ای را از طریق ایمیل، پیامک، تبلیغات وب و دستیارهای دیجیتال مانند الکسا ارسال کنند: «(ماه گذشته مایع ظرف‌شویی خریدید. مایلید دوباره تهیه‌اش کنید؟)».

هوش مصنوعی همچنین می‌تواند بینش‌های لحظه‌ای از مشتریان استخراج کند. آیا تا به حال هنگام خرید آنلاین، سبد خرید خود را رها کرده‌اید؟ چه‌قدر سریع ایمیل یا پیامکی دریافت کردید که پرسیده باشد آیا چیزی را فراموش کرده‌اید؟ این همان کار هوش مصنوعی است.

۴. پردازش زبان طبیعی (NLP)؛ یکی از ابزارهای هوش مصنوعی در بازاریابی
پردازش زبان طبیعی ابزار هوش مصنوعی برای فهم و تفسیر زبان انسانی است. NLP نقشی کلیدی در کمک به تیم‌های بازاریابی برای تحلیل احساسات مخاطبان، پایش شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی مبتنی بر صدا مانند جست‌وجوی صوتی ایفا می‌کند. این فناوری را می‌توان برای هر کاربر به‌صورت اختصاصی تنظیم کرد تا تجربه‌ای «فوق‌شخصی‌سازی‌شده» فراهم شود؛ برای نمونه یک چت‌بات می‌تواند در طول سفر مشتری همراه کاربر باشد و مسیرهای بعدی در سایت را برای دریافت اطلاعات بیشتر پیشنهاد دهد. NLP همچنین شبکه‌های اجتماعی را زیر نظر می‌گیرد. هوش مصنوعی تحلیل دقیق احساسات مشتریان را از پست‌های اجتماعی و سایر تعاملات استخراج و به تیم بازاریابی ارائه می‌دهد تا کمپین‌های جدید را آگاهانه‌تر طراحی کنند و بدانند چه زمانی باید تاکتیک‌های کمپین‌های جاری را تغییر دهند تا با سلیقه مصرف‌کنندگان هم‌خوان‌تر شود.

۵. تولید محتوا و لید جنریشن؛ آخرین کاربرد هوش مصنوعی در بازاریابی و فروش
هوش مصنوعی می‌تواند ترجیحات، علایق و رفتار مرور کاربران را تحلیل کرده و بر اساس آن برای هر مخاطب، محتوایی مرتبط و جذاب تولید کند. توانایی ساخت سریع و آسان محتوای اثرگذار، زمان و هزینه تیم‌های بازاریابی را کاهش می‌دهد. همچنین به بازاریابان اجازه می‌دهد محتوای موجود را به‌صورت هوشمندانه سامان دهی کنند تا کاربر فقط تبلیغات و پیام‌های بازاریابی مرتبط با نیازهای خود را ببیند. علاوه بر این هوش مصنوعی فاصله بین شناسایی مشتری مناسب و فروش را کوتاه‌تر می‌کند. AI با سرعت داده‌ها را تحلیل کرده و شباهت‌های بین محصول یا خدمت شما و مشتریان بالقوه را تطبیق می‌دهد. برای مثال اگر شرکت شما به‌تازگی با یک سازمان بزرگ در حوزه سلامت قرارداد بسته باشد، هوش مصنوعی می‌تواند به‌سرعت پایگاه‌های داده مشتریان را اسکن کند و فهرستی از دیگر کسب‌وکارهای حوزه سلامت با نیازهای مشابه تهیه کند تا تیم شما بتواند به آن‌ها بازاریابی و فروش انجام دهد.

از ترکیب هوش مصنوعی و بازاریابی دیجیتال با SMS.ir نتیجه بگیرید!

اکنون می‌دانید که استفاده از هوش مصنوعی در بازاریابی از بخش‌بندی دقیق مشتریان و اتوماسیون کمپین‌ها تا تحلیل داده‌های لحظه‌ای، پردازش زبان طبیعی و تولید محتوا/لید، زنجیره یکپارچه‌ای می‌سازد که بازگشت سرمایه را شفاف و قابل‌اندازه‌گیری می‌کند. نقطه تمایز، اتصال این قابلیت‌ها به یک بستر اجرایی قابل اعتماد است تا ایده‌ها به اقدام و اقدام به نتیجه تبدیل شود.

SMS.ir همین نقش را برای شما ایفا می‌کند: اجرای کمپین‌های پیامکی هوشمند و هدفمند، شخصی‌سازی پیام‌ها بر اساس سگمنت‌های رفتاری، تریگرهای خودکار (Transactional/OTP/Behavioral)، گزارش‌دهی و آنالیتیکس لحظه‌ای، A/B تست پیام‌ها و یک API پایدار برای اتصال به وب‌سایت، فروشگاه آنلاین و CRM. اگر می‌خواهید «هوش مصنوعی و بازاریابی دیجیتال» را از سطح تحلیل به سطح فروش و وفادارسازی ارتقا دهید، امروز زمان آغاز است. کمپین بعدی خود را با SMS.ir طراحی کنید و اثر آن را در نرخ تبدیل، تعامل و نگهداشت مشتریان ببینید.



«کلا نوا» جشنواره‌ای برای کودکان مازندران

فضای جامعه در آرامش اجباری و سکوت انتحاری مقدمه‌رهایی را رقم می‌زد، سرپوش ابرآلود جامعه و کشاکش نهضت‌های اجتماعی در مقابل هم صف‌آرایی می‌کردند، وقتی جنبش‌های قرن بیستم میدان تحول را تغییر داد، کنش‌های اجتماعی با نیروی محرکه قلم داستان فرهنگی بیشتر شد و دامنه‌اش را گسترش داد و تار و پود جامعه را زیر و رو کرد.

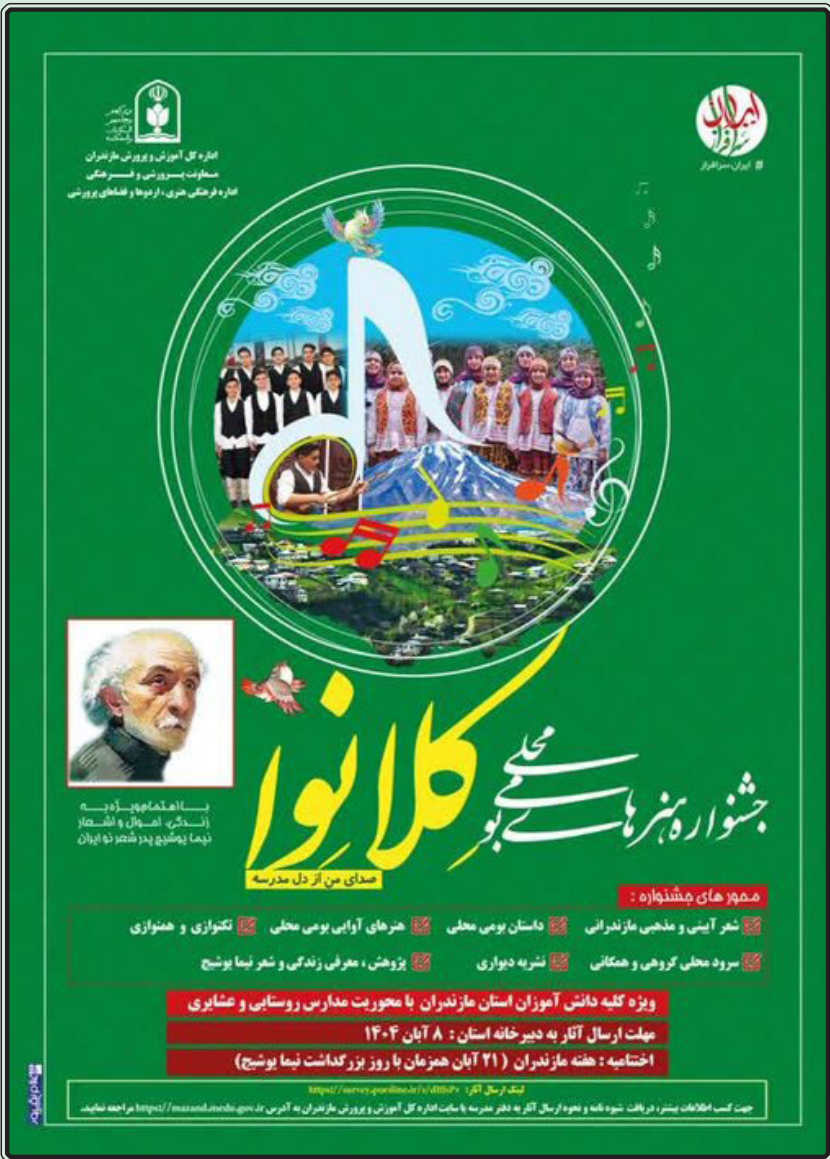
آستانه این تغییرات در انتهای افول سلسله قاجاریه زنگوله نوید بخش‌رهایی را از انجماد و رکود بصدا در آورد، تاریخ در حال ورق خوردن بود که در روستای کوهستانی یوش شهرستان نور مازندران در قبیله ایلخان علی اسفندیاری معروف به نیما پوشیخ متولد شد.

جامعه یخ زده در حال فروپاشی بود و هر لحظه نوید دگرگونی جدیدی را رقم می‌زد، سکون بی‌وقفه و سکوت ممتد جامعه پرواز پرندگان را فراموش نکرد و قفنوس بیدار از خاکستر سیاهی برخاست و اشکال رنگین سیمرغ را نهاده‌ی می‌کرد و برگ‌زین فصل نو را نوید می‌داد.

سال ۱۲۹۹ سرآغاز قدمهایی شد که تحول را تدوین و تغییر را تضمین کرد، نیما اوان کودکی را در کوهستان‌های سر به فلک کشیده البرز(یوش) گذراند و در تمرینات جنگ و گریز کوهستان آموخت که زندگی او همچون صخره‌های زمخت وحشی در مسیر او هموار نیست و از سنگلاخ‌های تو در تو باید گذشت و در اندام طبیعت نوشت سرنوشت را از کوه و دشت باید سرشت.

خوش اقبالی نیما از آنجا آغاز شد که در میان قبایل ایللی زیست، شور جوانی را با هی‌هی‌گله‌ها با ناله‌نی‌ها، با نغمه‌کوه‌ها با دختران زیبا، طبیعت آنان را عریان دید و شیفتگی عشق را تجربه کرد و اسیر دامش شد و دامنش با رنگ دیگری با هم شد.

جوانی سرگشته در جولانگه عشق خودباخته ساخته ساز جدیدی شد و سازهای درونش را در ریخت و آوازه‌اش بر قله‌های کوه در ناله‌های شب در آواز پرستو‌های مهاجر می‌توان دید.



اداره کل آموزش و پرورش استان مازندران با برگزاری جشنواره «کلا نوا» در مدارس به دنبال احیای فرهنگ و هنر بومی محلی در میان نسل کودک و نوجوان مشغول به تحصیل در مدارس است.

مدیر کل آموزش و پرورش استان مازندران درباره جشنواره «کلا نوا» به خبرنگار ایرنا گفت: این جشنواره پژواک هویت بومی از مدرسه‌های روستایی مازندران است.

فریدون کلبادی نژاد افزود: این جشنواره با محوریت نیما پوشیخ و احیای هنر بومی در مدارس با شعار «صدای من از دل مدرسه» و با تمرکز ویژه بر زندگی، احوال و اشعار نیما پوشیخ، پدر شعر نو ایران، با هدف تلفیق هنر و تربیت با توجه ویژه به مدارس روستایی مازندران برگزار می‌شود.

وی ادامه داد: این رویداد فرصتی است برای دانش‌آموزان تا ضمن تقویت مهارت‌های هنری، زبانی و پژوهشی، با ریشه‌های فرهنگی و هویتی خود آشنا شوند و گامی در مسیر رشد فردی و اجتماعی بردارند.

به گفته مدیر کل آموزش و پرورش مازندران، احیا و پاسداشت میراث معنوی بومی مازندران، شناسایی و پرورش استعداد‌های هنری در زمینه شعر، آواز و موسیقی محلی، هویت‌بخشی فرهنگی و ارتقای نشاط معنوی، بهره‌گیری از هنر به عنوان ابزار تربیتی در مدارس، تقویت روحیه همدلی، امید و نشاط در بین دانش‌آموزان و آشنایی با چهره‌های ماندگار شعر و موسیقی، با تمرکز بر نیما پوشیخ از اهداف کلیدی جشنواره است.

وی ادامه داد: آواها و نواهای کمتر شنیده‌شده روستاهای مازندران، امتیاز ویژه‌ای در داوری دریافت خواهند کرد.

به گفته مدیرکل آموزش و پرورش مازندران، این جشنواره با مشارکت گسترده مدارس، مربیان پرورشی و خانواده‌ها، بستری برای تحقق اهداف تربیتی، عدالت آموزشی و کیفیت‌بخشی به فعالیت‌های فرهنگی هنری در سطح استان فراهم می‌آورد.

علی اسفندیاری معروف به نیما پوشیخ ۲۱ آبان سال ۱۲۷۶ ه. ش در منطقه کوهستانی یوش شهرستان نور در غرب مازندران بدنیا آمد، این شاعر اسطوره‌ساز عاشق عصیانگر به جامعه نگرستن آموخت و نظم‌نوینی را در تاریخ ادبیات ایران پا نهاده است.

عموم مردم از آشنفتگی‌های اجتماعی و جبر سیاسی ترسناک محکوم به سکوت و صبر و ضیافت روزگار خویش بودند و اغلب در غرش سیاهی؛ نان را به گدایی می‌بردند، نه دستی در آستین داشتند نه بزمی راستین می‌ساختند.



شرکت بازرگانی توسعه خدمات معلم کالا

معلم کالا

moallemkala.ir

فروشگاه اینترنتی خرید اقساطی