

ماهنامه الکترونیکی داخلی مخابرات منطقه قزوین  
شماره پنجم پائیز ۱۳۹۷

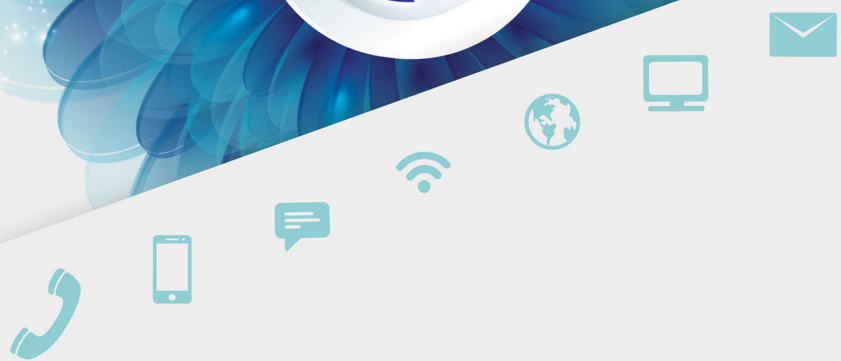


انسجام وحدت عامل پیشرفت جامعه اسلامی  
کنترل درآمد و هزینه ها در سه ماهه چهارم

سرمایه گذاری بیش از حد  
طوفان فکری...مزایا و چالشها

چرایی و چگونگی اقتصاد رفتاری  
رابطه میان برند و وفاداری مشتریان





# ارتباطی فراگیر

شرکت مخابرات ایران  
(سهامی عام)

# پایه



ماهنامه الکترونیکی داخلی مخابرات منطقه قزوین

شماره پنجم پاییز ۱۳۹۷

سرمقاله  
اخبار

- رابطه بین برند و مشتریان
- سرمایه گذاری بیش از حد
- کنترل درآمدها و هزینه ها
- اینارگران
- طوفان فکری
- یلدا در فرهنگ ایرانی
- کارمندان نمونه تابستان
- زمستان شاد
- اخبار آموزشی و رفاهی

● فرشید مبادر ثانی

● فریدالدین ایوبی

● فاطمه امیر آبادی

● محمد محمدعلیان

فاطمه شعبانی

لیلا دهقانی

زهرا شکرناهی

● فوشین خلایقی

زهرا اشهبامعی

پگاه جهانفر

و

علی فالاح

قزوین- انتهای بلوار امام خمینی  
ضلع شرقی صدا و سیما  
مخابرات منطقه قزوین  
طبقه سوم- واحد روابط عمومی

● مدیر مسئول

● سر دبیر

● دبیر تحریریه  
ویراستار

● امور هنری صفحه آرایی  
عکس

● همراهان این شماره

● نشانی

ماهنامه پیام قزوین از همکاران ، محققان و نویسندگان در حوزه های مختلف مخابراتی ، اجتماعی و سازمانی مقاله می پذیرد  
ماهنامه در اصلاح ، ویرایش و انتشار آثار آزاد است  
مطالب دریافت شده عودت نمی گردد

آدرس سایت و کانال



@ravabet5711396

tc-qazvin.ir

## طوفان فکری... مزایا و چالش‌های پیش رو

طوفان فکری (Brain Storming) یک ابزار شناخته شده است که به ما در ایجاد راه حل‌های خلاقانه برای یک مسأله کمک می‌کند. روش طوفان فکری به ویژه بهنجاری بسیار مفید است که بخواهیم سنت شکنی کنیم و الگوهای تفکر مثبت شده را تغییر دهیم طوری که بتوانیم به روشی نوبه بهر چیز بنگریم.

روش طوفان فکری، ادغام یک شیوهی غیر رسمی و راحت با تفکر خلاق برای حل مسأله است. ابتدا از افراد خواسته می‌شود به نظرات و اندیشه‌هایی برسند که حتی ممکن است در ابتدا کمی غیرعقلانه به نظر آیند. روش طوفان فکری را می‌توان به روشی غیر رسمی و راحت با تفکر خلاق برای حل مسأله است. البته تا زمانی که بخواهی مدیریت شود. در فرآیند روش طوفان فکری اصلاً از ایده‌ها انتقاد نمی‌شود و افراد کاملاً آزادند که نظرات جدید و خلاقانه‌ای مطرح کنند. این موضوع سبب می‌شود جلسات روش طوفان فکری تجربه‌ی لذت بخشی را برای افرادی به همراه داشته باشد که برای نزدیک ساختن اعضای گروه بسیار عالی است. استفاده از روش طوفان فکری می‌تواند افراد را به راه‌حل‌ها متعهد سازد زیرا آنها خودشان در یافتن این راه‌حل‌ها سهمی داشته‌اند. بهترین روش برای روش طوفان فکری، ادغام روش طوفان فکری فردی با گروهی است. در روش طوفان فکری گروهی باید قوانینی وضع شوند تا کار راحت‌تر انجام شود.

هدف این است که برخی از این ایده‌ها را بتوان به صورت راه حل‌های خلاقانه ارائه داد تا مشکل را حل کرد، یا به ایده‌های بیشتر و جدیدتری رسید. در این شیوه هدف این است که همه‌ی افراد شرکت داشته باشند و برای این کار برای افراد انگیزه ایجاد می‌شود تا راه‌های تفکر معمولی خود را کنار بگذارند.

طوفان فکری به کمک می‌کند از اعضای تیم برای راه‌حلی که در نهایت انتخاب می‌شود نظر بخواهیم (راه‌حلی که آنها خود ارائه داده‌اند). دیگر اینکه از آنجا که روش طوفان فکری جالب است به اعضای تیم کمک می‌کند تا یکدیگر متحد شوند و در محیطی مثبت و پرثمر مشکلات را حل کنند.

از زمان حضور مهندس مبادثانی در مجامع منطقی تفرین از اقدامات در خور و شایسته‌ای که انجام شده، اجرای جلسات طوفان فکری در حوزه‌ی ارتباطات درون سازمانی بوده است. از سال ۹۶ تاکنون ده جلسه در این خصوص برگزار شده است و به نظر می‌رسد عمل خوبی برای بیان ایده‌ها، مسائل و مشکلات و به شکلی و بهم افزایی در تقسیمات و مشکلات در فعالیت‌های سازمانی است. این نکته را می‌توان به فال نیک گرفت که مدیریت ارشد سازمان با حضور فعال در این جلسات، علاوه بر مشارکت در مباحث به عنوان یک فرد، فارغ از جایگاه سازمانی، می‌تواند با زور خود و نظرات و ایده‌ها و عقاید همکاران و مشارکت آنان را در بحث با مورد بحث قرارداد و از همین راهکار به گرفته‌ها و مشکلات مبتدا به سازمان از نگاه همکاران بیاید از سوی دیگر فرصت بسیار معتمنی است تا همکاران در یک بستر مشارکتی و جوی دوستانه ارائه نظریات و ایده‌های خود بپردازند و با فرخ‌بال به مسائل و مشکلات و انتقادات خود به علکرد، اهداف و رویه‌ها بپردازند که حاصل آن می‌تواند تقسیمات شایسته‌ای در حوزه‌های مختلف برای سازمان باشد.

آنچه تاکنون اتفاق افتاده، حرکت نوپایی است که بی‌شک حضور حداکثری همکاران ف با مطالعه و ارائه‌ی ایده‌ها و نظرات، می‌تواند بر غنای آن بیفزاید و قضا هر گونه اقدام و دستور کار در این جلسات با هماهنگی همکاران و مطالعات در حوزه سازمانی می‌تواند شمره باشد.

از بهر می همکاران عزیز خواهشمندیم علاوه بر مشارکت فعال، نظرات و ایده‌های خود را در این گروه به اشتراک بگذارید، باشد تا ما این هم اندیشی بتوانیم چراغ راه آینده را با اهداف روشنتر و تقسیمات صحیح‌تر، همواره روشن

نگه داریم...

## معارفه رئیس اداره حراست مخابرات منطقه قزوین



مراسم معارفه رئیس جدید اداره حراست مخابرات منطقه قزوین با حضور مدیر منطقه و مسئولین حراست استان و مخابرات ایران برگزار گردید.

آقای مهندس مبادرثانی با ذکر این نکته که حراست همواره نقش اساسی در تصمیم گیری ها و برنامه های آینده شرکت ایفا می نماید یادآور شد که در ادامه نیز شاهد بهبود و ادامه این جریان باشیم .



در ادامه آقای سرخیل از مسئول حراست استانها در شرکت مخابرات ایران هم بر نقش مهم حراست در ایجاد وحدت و تفاهم بین نیروها و همچنین مقابله با جنگ نرم دشمن تاکید کرد. در پایان این مراسم از زحمات چند ساله آقای محمودی تقدیر و آقای ایوبی به عنوان رئیس جدید اداره حراست معرفی شد.

## برگزاری مراسم رحلت جانگداز پیامبر اکرم (ص) و شهادت امام حسن (ع) و امام رضا (ع) در مخابرات منطقه قزوین



بمناسبت ایام عزاداری رحلت پیامبر اکرم حضرت محمد مصطفی (ص) و سلاله پاک ایشان حضرت امام حسن مجتبی (ع) و حضرت امام رضا (ع) آوین سوگواری با حضور مسئولین و کارکنان مخابرات منطقه قزوین برگزار گردید.

این مراسم سخنرانی و ذکر مصیبت توسط مداحان اهل بیت عصمت و طهارت انجام شد.



## همایش پیاده روی خانواده بزرگ مخابرات منطقه قزوین

حضور پرشور کارکنان مخابرات منطقه قزوین در دومین همایش پیاده روی، همزمان با سایر مناطق مخابراتی کشور



همراه با سایر مخابرات مناطق در کشور پهنای ایران و در راستای سیاست های شرکت مخابرات ایران، مخابرات منطقه قزوین اقدام به برگزاری پیاده روی بزرگ خانوادگی با حضور مهندس مبادرثانی، مدیر مخابرات منطقه، معاونین، مدیران و جمع کثیری از همکاران به همراه خانواده گرامیشان نمود.



به گزارش روابط عمومی مخابرات منطقه قزوین، به منظور ایجاد روحیه نشاط و شادابی و همچنین ایجاد انگیزه و قدردانی از فعالیت پرسنل تعداد ۱۰ کارت هدیه یک میلیون ریالی قرعه کشی گردید، به ۱۲ نفر از همکارانی که در مسابقات طناب کشی جهت آقایان و دارت جهت بانوان برگزار گردید، وسایل ورزشی اهداء گردید. به ۷۰ نفر از فرزندان زیرده سال همکاران نیز قمقمه ی آب اهداء گردید.

ادامه ی این همایش به ۵۰ نفر از همکارانی که در طرح وصول مطالبات همکاری نموده بودند، کارت هدایایی اهداء گردید.



مهندس مبادرثانی ضمن تقدیر و تشکر از خانواده همکاران و حمایت های بی دریغ آنها بیان نمود: اعتقاد ما بر این است تقابل و ارتباط دوطرفه بین سازمان و کارکنان و خانواده بر روی احساس تعلق سازمانی آنها تاثیر مثبت و معناداری خواهد داشت. و امروز اینجا جمع شده ایم تا تقابل بین سازمان و همکاران را تجلی بخشیم.



این همایش در مسیر بوستان فدک و تپه ی نورالشهداء برگزار گردید. همکاران با حضور بر مزار شهدای گمنان و قرائت فاتحه، یاد و نام شهدای انقلاب اسلامی را نیز گرامی داشتند.



## افتتاح غرفه دائمی مخابرات منطقه قزوین



مخابرات منطقه قزوین در راستای ارائه خدمات مخابراتی، برندسازی و ارتباط مستمر با مشترکین اقدام به اجرای غرفه دائمی با همکاری و مشارکت شرکت نمایشگاه های بین المللی استان نموده است. در حال حاضر خدمات همراه اول، تلفن ثابت و ADSL در این غرفه انجام می شود.

از مهمترین اقدامات در غرفه آشنایی شهروندان از قابلیت های فیبر نوری و ثبت نام با سرویس یک ماهه رایگان FTTH می باشد.

لازم به ذکر است: در نمایشگاه بین المللی استان، ۴ نمایشگاه با موضوعات مختلف، هر ماه برگزار می شود.



## مهندس مبادرتانی در دیدار با رئیس سازمان نظام مهندسی

مهندسی

مخابرات منطقه قزوین زیرساخت FTTH را برای کلیه برج های تجاری و مجتمع های مسکونی ایجاد کرده است



به گزارش روابط عمومی مخابرات، مدیر مخابرات منطقه قزوین در دیدار با رئیس نظام مهندسی قزوین بیان داشت: با اجرای فیبرنوری در مجتمع های تجاری و مسکونی علاوه بر خدمات دیتا با پهنای باند زیاد این عمل می تواند در کاهش هزینه های ساخت اثرگذار و از این بستر می توان خدمات دیگر را نیز جاری سازی کرد.

مهندس مبادرتانی ضمن تاکید بر اتصال منازل به شبکه فیبر نوری ایمن گفت: با توجه به تغییرات عمده در حوزه ارائه خدمات باید از این خدمات در حوزه شهری استفاده بهینه کرد که می بایست در آینده روی خدماتی که ارائه می دهیم مدیریت کنیم، چرا که فناوری علاوه بر ارائه خدمات به مردم میتواند درآمدزا و اشتغالزا باشد که ایجاد زیرساخت ها لازمی این کار می باشد.

مهندس مجابی رئیس نظام مهندسی قزوین نیز ضمن تقدیر از مخابرات در ایجاد زیرساخت ها که لازمه توسعه شهری است گفت: ایجاد امکانات مخابراتی هم در ایمنی و هم در امور رفاهی مردم تاثیر دارد.

وی ضمن استقبال از ارائه سرویس FTTH به مجتمع های تجاری و مسکونی گفت: ما نیز با برگزاری جشنواره ی ساختمان برتر، به دنبال افزایش دانش بهره برداران هستیم تا مردم از امکانات ساختمان های برتر، که قطعا ایجاد فناوری های مخابراتی در این زمینه نقش بسزایی دارند، بیشتر مطلع شوند.

در ادامه ی جلسه به تفاهم نامه مخابرات و نظام مهندسی اشاره و طرفین تاکید کردند که تفاهم نامه موجود، اجرایی گردد.

## رابطه میان شخصیت برند و وفاداری مشتریان



گردآوری  
نوشین غلامی روچی

طی دهه های اخیر، توجه بسیاری از پژوهشگران بازاریابی به این موضوع جلب شده است که افراد برای توصیف ایده آل های شخصیتی خود به چه نحوی به انتخاب از بین برندهای گوناگون می پردازند. این امر سبب تعریف مفهوم جدیدی تحت عنوان شخصیت برند گشته است. اهمیت برند و تاثیر آن در فروش کالاها و خدمات به طور فزاینده ای در حال افزایش بوده و آگاهی از شخصیت برند و ابعاد آن برای همه ی موسسات حائز اهمیت است و توجه بسیاری از مدیران را به خود معطوف ساخته است.

امروزه، شخصیت برند به عنوان یک موضوع مهم و برجسته مورد بحث قرار گرفته است و تمامی فعالیت های بازاریابی شرکت ها با هدف داشتن مشتریانی که به شخصیت برند باور داشته باشند و آن را از بین رقبا تشخیص و ترجیح دهند و همچنین تقویت ارتباطات میان برند و مشتریان، به منظور افزایش وفاداری به برند انجام پذیرفته است. علایم تجاری نقش راهبردی و مهمی در کسب مزیت رقابتی و تصمیمات مدیریت راهبردی شرکت ها دارند. این که مشتریان به نام و نشان های تجاری وفاداری نشان دهند، معیار مناسبی برای ارزیابی اثرات بلندمدت تصمیمات بازاریابی خواهد بود. شرکت ها برای رشد و گسترش حضور در بازار باید به نقش نام و نشان های تجاری خود در ایجاد وفاداری مشتریان آگاهی داشته باشند. دنیای امروز تجارت در عصر فرا رقابتی قرار دارد، دورانی که در آن برندهای قوی بین المللی وارد عرصه های گوناگون تولید شده اند و بقای شرکت های بزرگ از سوی رقبا با تهدید مواجه شده است. برای برخورد با این مسئله شرکت های نامدار جهانی باید ضمن ارزیابی وضعیت فعلی جایگاه برند خود و چگونگی درک مصرف کنندگان از آن، در پی حفظ و تقویت جایگاه خود و ارتقای آگاهی مصرف کنندگان از برند خود باشند.

برند به عنوان یکی از ارکان بازی رقابتی امروز، عنصری است که باید به دقت تعریف، ایجاد و مدیریت گردد تا سازمان ها و شرکت ها بتوانند با تکیه بر نقش راهبردی و مهمی که در تصمیمات راهبردی شرکت ها و خلق تمایز در محصولات و فعالیت ها، ایفا می کنند، به سودآوری دست یابند. اما مساله این جا است که بخش های بازارهای کنونی که در حال رقابتی تر شدن هستند، روز به روز کوچکتر می شوند و حفظ مشتریان قدیمی و جذب مشتریان جدید در آن به مراتب دشوارتر می گردد و در این شرایط سازمان هایی موفق اند که بتوانند انتظارات مشتریان را به درستی کشف نموده، در راستای اعتلای شخصیت برند شرکت گام بردارند و از طریق وفادار ساختن مشتریان به برند شرکت، به نوعی هزینه جذب مشتری که پنج تا ده برابر بیشتر از حفظ مشتری است، تقلیل یابد.

به این ترتیب شناساندن ویژگی های یک برند مناسب به مشتریان و نقش آن در ایجاد و تحکیم وفاداری مشتریان به برند شرکت که به رشد و تحکیم حضور محصول شرکت در بازار خواهد انجامید،

مساله ای است که شرکت ها با آن سرو کار دارند و این در حالی است که اغلب آن ها مفهوم رقابت در فضای رقابتی جدید را به درستی درک نکرده و جهت گیری مؤثری نداشته اند که این عدم انطباق اثر تخریبی بر روی جایگاه برند دارد.

از آن جایی که هدف مدیریت ارتباط با مشتریان ایجاد روابط بلند مدت با آن ها می باشد، توسعه و حفظ شخصیت برند یکی از راه های دستیابی به این هدف می باشد. شخصیت برند که از طریق بازاریابی، ترفیعات فروش و مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی می تواند شکل بگیرد، یکباره ایجاد نمی شود اما زمانی که بوجود آمد عمر طولانی خواهد داشت و می تواند به کاهش هزینه های فعالیت های ترفیعی و صرفه جویی ناشی از مقیاس برای شرکت بینجامد. بنابراین ضرورت توسعه و دستیابی به روش های بازاریابی اثربخش و کارا به منظور ایجاد و جا انداختن شخصیت برند مناسب برای موسسات حائز اهمیت است همچنین وفاداری مشتریان به سازمان مقوله ای است که از عوامل متعددی تأثیر می پذیرد، که یکی از آن ها شخصیت برند شرکت است. شناخت دقیق ابعاد این عامل و تعیین میزان نقش آن ها در وفاداری مشتریان به سازمان در کمک به مدیران جهت تصمیم گیری های درست بازاریابی از



اهمیت زیادی برخوردار است و شرکت‌ها باید نسبت به تاثیر شخصیت برند در وفاداری مشتریان و در نتیجه سودآوری شرکت توجه بیشتری نمایند. جوانمرد و سلطان زاده، ۱۳۸۸ اهمیت و ضرورت پژوهش حاضر به نقش راهبردی برندها در جذب و حفظ مشتریان باز می‌گردد، چرا که بهره‌مندی از مشتریان وفادار به برند، می‌تواند تضمین‌گر بقای یک شرکت بوده، به ثبات جایگاه رقابتی منجر گردد.

نتایج مطالعات صورت گرفته نشان از تاثیر ویژه شخصیت برند بر روی ادراکات مشتریان از کیفیت محصولات در کنار اثرگذاری اعتبار شرکت روی ادراکات مشتری و وفاداری می‌باشد.

درواقع مشتریان، ایجاد ارتباط با برندها را طبیعی دریافته‌اند و آنها را با ویژگی‌های مختلف شخصیتی همچون درستکار، شاد، فریبا، یا محکم توصیف می‌نمایند. یک برند قوی به شرکت این امکان را می‌دهد تا عملیات متمایزتری را نسبت به رقبای انجام دهد و به ارزش‌ها و شهرت برند خود بیفزاید.

از آن جایی که ذهنیت ما براساس برند شکل می‌گیرد، براساس برند انتخاب می‌کنیم و در نهایت قضاوت ما نیز براساس برند است، پس در بسیاری از بازارها و کسب‌وکارهایی که به تکنولوژی تولید محصولات نیاز دارند، برند نقش اصلی ایفا می‌کند.

از جمله ابعاد شخصیت برند عبارتند از:

۱. بعد صداقت: بیانگر سلامت و درستکاری یک برند می‌باشد.
۲. بعد اشتیاق و هیجان: مواردی نظیر روحیه و جسارت یک برند را در بر می‌گیرد.
۳. بعد صلاحیت (شایستگی): (به قابلیت اطمینان و موفقیت یک برند اشاره دارد).
۴. بعد کمال (خبرگی): (سطح بالای برند را شامل می‌شود مواردی همچون باشکوه و جذاب بودن).
۵. بعد قوت و استحکام: بیانگر مستحکم و قوی بودن یک برند می‌باشد.

و همینطور از جمله ابعاد وفاداری مشتری نیز عبارتند از:

۱. وفاداری نگرشی: به ترجیح مشتری و گرایش نسبت به یک برند خاص اشاره دارد، وفاداری

نگرشی تمایل مشتریان به تعهد نسبت به یک برند خاص است.

وفاداری نگرشی می‌تواند به عنوان، تسخیر اجزای عاطفی شناختی وفاداری برند شناخته شود و بیانگر میل به تبلیغات افواهی است اما برای هر سازمانی، تعهد در سطوح عاطفی و شناختی زمانی معنا می‌یابد که به رفتار خرید واقعی منجر گردد.

۲. وفاداری رفتاری: وفاداری رفتاری را رضایت مصرف‌کننده توأم با خرید منظم یک برند خاص تعریف می‌نمایند، بعد رفتاری وفاداری بر رفتار مشتری در تکرار خرید تاکید دارد، وفاداری رفتاری به این معناست که مشتریان مجدداً از همین برند خرید خواهند کرد.

هرچند که تنها ایجاد یک شخصیت برند قوی مهم نیست اما ایجاد یک شخصیت درخور استفاده‌کنندگان از برند مهم است. مصرف‌کنندگان تمایل دارند تا برندهایی را انتخاب نمایند که شخصیت برند متجانسی با مفهوم خودشان داشته باشد. بنابراین مسئله‌ی بغرنجی که مدیران برند با آن مواجهند این است که چگونه شخصیت برندی ایجاد نمایند که با شخصیت افراد بازارهدف آنها سازگار باشد.

طبق نظر لوی محصولاتی که یک مشتری خریداری می‌نماید، معنای شخصی و اجتماعی داشته و شیوه‌ایی را که مصرف‌کننده در مورد خود فکر می‌کند تقویت می‌نماید. برندها به عنوان نشانه‌های اجتماعی، با تجانس میان برند و خویشتن‌شناسی مصرف‌کننده، به عنوان یک عامل انگیزشی کلیدی در انتخاب مصرف‌کننده در نظر گرفته می‌شود. تعدادی از مطالعات اثبات نموده‌اند که یک تجانس میان تصویر / شخصیت برند و شخصیت افراد وجود دارد.

سرمایه‌گذاری بیش از حد!

گردآورنده: زهرا شهامتی



هنرمند مورد علاقه‌تان قرار است در نمایشی بازی کند و شما بلیت آن نمایش را خریده‌اید. روز نمایش، دو خبر ناراحت کننده به گوشتان می‌رسد: نخست، هنرمند مورد علاقه‌تان بیمار است و یک بدل به جای او بازی می‌کند؛ دوم، کارکنان حمل و نقل شهری اعتصاب کرده‌اند. این یک کابوس است. اگر بلیت‌تان را یکی از مشتری‌هایتان یا دوستی به شما هدیه داده باشد چه می‌شود؟ اگر برای آن بلیت ۱۰۰ پوند پرداخت کرده باشید چه می‌شود؟

خطای هدر رفتن پول [به وضوح نشان می‌دهد که در چنین حالتی، اگر فرد پول بلیت را خودش پرداخته باشد، به احتمال زیاد به دیدن نمایش کسی که حتی او را نمی‌شناسد می‌رود. برگزارکنندگان کنفرانس‌ها هم همین نظر را دارند: هر چقدر مردم هزینه‌ی بیشتری پرداخت کنند، احتمال این که در کنفرانس شرکت کنند بیشتر است. این حس، حس "نگرانی از دست دادن [۲]" کلاسیک است. بلیتی که استفاده نشود، به معنی از دست دادن آن است؛ بدتر از آن؛ نوعی "ولخرجی" است.

در راه بازگشت به خانه از محل کار، یک حراجی عالی می‌بینید: یک وعده غذای آماده‌ی خوب با ۲۵ درصد تخفیف نسبت به قیمت همیشگی. یکی می‌خرد، اما وقتی به خانه می‌رسید، احساس می‌کنید که چه خوب می‌شد اگر دوستی هم کنارتان بود. تلفن می‌کنید و او می‌پذیرد که بیاید. برای خرید

یک وعده غذای دیگر به همان رستوران می‌روید. اما - لعنت به این شانس-حراج تمام شده است! مجبور می‌شوید غذا را به قیمت کامل بخرید. اما اتفاق بدتری می‌افتد: هر دو غذا را گرم می‌کنید و منتظر می‌مانید؛ که دوست‌تان تماس می‌گیرد و می‌گوید که نمی‌تواند بیاید. شما هر دو غذا را گرم کرده‌اید؛ غذاهایی که نمی‌توان دوباره گرمشان کرد. باید یکی را دور بریزید. با وجود این واقعیت که وعده‌های غذایی یکسان هستند، مردم تقریباً همیشه وعده‌ای را می‌خورند که برای پول کامل پرداخت کرده‌اند.

**بهتر است که دوستش داشته باشید و از دستش بدهید، تا این که هرگز دوست نداشته باشید.**

آلفرد لورد تنیسان، ۱۸۸۰

**تفکر اقتصادی** اقتصاددانان معتقدند که هزینه‌های هدررفته در تصمیم‌گیری‌های منطقی مورد توجه قرار نمی‌گیرند. این یک مثال قدیمی است: در خریدن بلیت فیلمی اشتباه کرده‌اید که البته وجه بلیت غیر قابل استرداد است. این هزینه‌ای هدررفته است و فقط می‌توانید از میان دو گزینه‌ی زیر یکی را انتخاب کنید:

- از آنجایی که پول بلیت را پرداخت کرده‌اید، به تماشای فیلمی می‌روید که نمی‌خواهید ببینیدش.
- پول بلیت را پرداخت کرده‌اید، اما به دیدن فیلم نمی‌روید و وقت‌تان را صرف کاری می‌کنید که از آن بیش‌تر لذت می‌برید.

به هر حال از خرید بلیت پشیمانید، اما تصمیم فعلی شما باید بر این اساس باشد که بدون در نظر گرفتن قیمت بلیت، اصلاً مایل به دیدن فیلم هستید یا نه؟ درست مثل وقتی که می‌خواهید به رایگان به دیدن فیلمی بروید.

کسی که منطقی فکر می‌کند، احتمالاً گزینه‌ی دوم را انتخاب می‌کند، چرا که در این صورت فقط یک اتفاق ناخوش‌آیند برایش پیش می‌آید (پولش را هدر داده است). حال آن که گزینه‌ی اول از هر دو سو ضرر است: (پول و زمان. هر دو هدر رفته‌اند)، بنابراین گزینه‌ی دوم، مسلماً ارجح است.

**گذشته یک کشور بیگانه است. در آن جا کارها را طوری دیگر انجام می‌دهند.**

ال. هارتلی، ۱۹۵۰

بسیاری از مردم از «هدر رفتن» منابع متفرند. به همین دلیل هم احساس می‌کنند که علی‌رغم میلشان، موظفند به دیدن فیلم بروند؛ زیرا در غیر این صورت، هزینه‌ای که بابت بلیت پرداخت شده به هدر خواهد رفت: پولی که به سختی به دست آمده و مالیات آن پرداخت شده، دور ریخته شده است. این همان "خطای هزینه‌ی هدررفته" است: توجه داشته باشید: «خطا!» این رفتار کاملاً غیرمنطقی و نادرست است؛ چرا که با توجه به اطلاعاتی که به تصمیم‌گیری مربوط نمی‌شود، منابع (زمان) را از بین برده است.

هزینه‌های هدررفته اغلب به هزینه‌هایی اطلاق می‌شود که حالت هشداردهنده‌ی فوق‌العاده‌ای دارند. یک نمونه از این هزینه‌ها ممکن است سرمایه‌گذاری در یک کارخانه، پروژه‌ی تحقیقاتی یا خریدن ماشین‌آلاتی باشد که ارزش آن‌ها کم‌تر از چیزی است که انتظار می‌رود یا، بدتر، دیگر ارزشی ندارند. دولت ممکن است ۵۰ میلیون پوند برای ساختن یک نیروگاه برق ای، واقعاً ضروری صرف کرده باشد، اما بودجه تمام شده و با وجود صرف پنجاه میلیون پوند، ارزش فعلی نیروگاه تقریباً صفر است، زیرا هنوز کامل نشده است. با این حال، می‌توان با ۲۰ میلیون پوند دیگر آن را تکمیل کرد یا به طور کامل آن را رها کرد و تأسیسات انرژی سبز دیگری با ۱۰ میلیون

پوند ساخت. رهاکردن و ساختن تأسیسات جدید، منطقی‌تر به نظر می‌آید؛ حتی اگر نشان‌دهنده‌ی از دست دادن تمام ۵۰ میلیون پوند باشد. ۵۰ میلیون پوندی که سرمایه‌گذاری شده یک هزینه‌ی هدررفته است.

**رویایا همیشه در گذشته طراحی شده‌اند.**

ای. فیلیپس، ۱۹۹۳.

اما چطور مسئولان (از نظر اقتصادی) غیرمنطقی هستند و در چنین شرایطی به پایان رساندن پروژه را انتخاب می‌کنند؟

روانشناسان تشخیص داده‌اند که هزینه‌های هدر رفته اغلب بر تصمیمات ناشی از نگرانی از دست دادن سرمایه تأثیر می‌گذارد: هزینه‌ی پرداخت شده در گذشته، به معیاری برای ارزش‌گذاری در حال حاضر و آینده تبدیل می‌شود؛ در صورتی که هزینه‌ی پرداخت شده باید بی‌اهمیت باشد و هست! بنابراین تصمیم بر به پایان رساندن پروژه به هر قیمت، رفتاری غیرمنطقی است. مردمی که در گذشته‌شان گیر کرده‌اند؛ تصمیمات ناشیستی می‌گیرند تا به خیال خود زیان را جبران کنند.

**کسی که گذشته را کنترل کند، می‌تواند آینده را هم کنترل کند.**

جورج اورول، ۱۹۴۸

در اروپا به خطای هزینه‌های هدررفته **اثر کنکورده** [۳] هم می‌گویند. دولت‌های انگلیس و فرانسه در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰، حتی پس از این‌که مشخص شد کنکورده از نظر اقتصادی دیگر به‌صرفه نیست و تولید آن هدر دادن پول است، همچنان به تولید و توسعه‌ی این نوع هواپیما ادامه دادند. به‌ویژه این‌که دولت بریتانیا می‌دانست کنکورده یک، " فاجعه‌ی تجاری" است که هرگز نباید شروع می‌شد. اما این بیش‌تر به از دست دادن

وجهی سیاسی و الزامات آن مربوط می‌شود تا تصمیم‌گیری نادرست.

هزینه‌های خوب بعد از هزینه‌های بد. اقتصاددانان رفتاری، خصوصیات کسانی را که مستعد از دست دادن سرمایه‌های خود و خطای پرهیز از هزینه‌ی هدر رفته هستند، شناسایی کردند. به نظر آن‌ها، تصمیماتی که منجر به هزینه کردن نابجا در یک پروژه می‌شود، از نشانه‌های سنتی (قدیمی) این نوع خطاست. آن‌ها خاطر نشان می‌شوند که ناامیدی ناشی از هدر رفت سرمایه، زمانی که قیمت‌ها کاهش می‌یابد، مرتبط است با "گرایش به فروش سرمایه‌گذاری برنده" و "به‌راحتی از دست دادن آن" و "برداشت پول از بازار سهام". آن‌ها موارد زیر را برای کمک به تصمیم‌گیری بهتر پیشنهاد می‌کنند:

- **آستانه‌ی تحمل خود را برای رویارویی با ضرر احتمالی ارزیابی کنید؛** به این ترتیب که قدرت تحمل خود را برای از دست دادن، وقتی همه چیز اشتباه است، بسنجید؛ به این ترتیب حداقل خودآگاه می‌شوید.

- **متنوع عمل کنید؛** به طوری که اگر چیزی با یکی از جنبه‌های کسب و کار/ سرمایه‌گذاری شما مناسبتی نداشت، با هیجان کم‌تر و منطق بیش‌تری نسبت به آن واکنش نشان دهید.

- **تمرکز بر کل، عرصه‌ی وسیع، تصویر بزرگ، نگاه کردن به اهداف بلندمدت و استراتژی‌ها.** به‌طوری که احتمال کم‌تری بدهید که وقتی چیزهایی در مسیری اشتباه پیش می‌روند، ممکن است واکنش خاصی نشان دهید.

- **گذشته را فراموش کنید؛** گذشته هم‌چون آب زیر پل است. قربانی بدبختی یا اشتباهات بد نباشید. به

یاد داشته باشید که این برای توجیه گذشته نیست. بلکه باید نگاهتان به وضعیت فعلی و آینده باشد، نه گذشته.

- **سعی کنید زیان‌های خود را دستاورد تلقی کنید.** از دست دادن می‌تواند درس‌های ارزشمندی به شما بدهد. حتی ممکن است بار مالیاتی را کاهش دهد. نمی‌توانید گذشته را عوض کنید، اما می‌توانید آن را متفاوت بپذیرید.

- **سود خود را گسترش دهید و آن چه را از دست داده‌اید، بازسازی کنید.** بپذیرید که نتایج مثبت در ادوار مختلفی به دست می‌آید، اما خبر بد فقط یک بار می‌آید. بنابراین می‌توانید با آن مواجه شوید و آن را از راه به‌در کنید.

- **کاهش سرمایه‌گذاری و توجه کم‌تر به آن.** سهام خود را هر روز مطالعه نکنید، بلکه یک بار در هفته این کار را انجام دهید. اجازه ندهید که نگرانی از دست دادن، آرامش ذهنی شما را تهدید کند.

مراجع:

- اولین تجربه‌ی کلاسیک صورت گرفت. ۱۹۶۸  
نظریه‌ی چشم‌انداز مورد بحث قرار گرفت. ۱۹۷۹  
مقاله‌ی مهمی در مورد این موضوع منتشر شد. ۱۹۸۵  
بلسکی و گیلویچ، کمک به از بین بردن حس از دست دادن. ۱۹۹۹  
کوهن، کتاب روانشناسی بازار سهام را منتشر کرد. ۲۰۰۰

[1] sunk-cost fallacy

[2] loss aversion

[3] Concorde effect

## تفکر بسیجی راهگشای تمام مشکلات جامعه است



منافع ملی موجب موفقیت و مرتفع شدن مشکلات خواهد بود و اگر هر جناحی تنها به منافع خود توجه داشته باشد قطعاً توجه به منافع شخصی و گروهی نمی تواند راهگشا باشد.

وی تصریح کرد: همواره در برابر تهدیدها، فشارها، تحریمها و توطئه‌های دشمنان ۲ عامل مهم رهبری بی‌بدیل و حضور مردم با تفکر بسیجی، جهادی و انقلابی موجب موفقیت کشور ایران اسلامی در جهان بوده است.



مدیر مخابرات منطقه قزوین با تأکید بر اینکه بسیجی مصمم یک لحظه از عمر خود را به هدر نمی دهد، افزود: بسیجیان اگر بعد از دفاع مقدس نیز موفق بوده‌اند از خود گذشتگی، فداکاری و ایثار از مهمترین دلایل آن بوده و باید همواره آنان را در کسب علم و سازندگی الگو قرار داد.

وی در ادامه از بسیجیان مخلص مخابرات خواست چونان همیشه، با روحیه ی بسیجی ، پیشتاز در زمینه های مخابراتی و ارائه خدمات بهینه به مردم شهیدپرور استان، در صحنه حاضر باشند.



در ادامه ی این نشست ، مهندس میادرتانی به سئوالات مطرح شده از سوی همکاران، پاسخ داد.

در نشست مشترک حلقه های صالحین پایگاه مقاومت بسیج شهید نصرآبادی، مهندس میادرتانی مدیر مخابرات منطقه قزوین با اشاره به اینکه بسیج یکی از نهاد های انقلابی است و یادگار تا همیشه جاوید بنیان گذاری جمهوری اسلامی می باشد افزود: این نهاد مردمی از ابتدای تاسیس تاکنون منبع خیرات و برکات فراوانی بوده است. بسیجیان در دوران هشت سال دفاع مقدس، در کنار نیروهای ارتش و پاسدار خدمات ارزشمندی برای پاسداری از انقلاب اسلامی و ایران عزیز انجام داده اند، که نمونه آن وجود شهدای گرانقدر، جانبازان عزیز، آزادگان بر افتخار و ایثارگران دلآوری است که تا همیشه نامشان و یادشان زینت بخش هر محفل و مجلس است و اکنون نیز در عرصه های گوناگون به خدمت رسانی مشغول می باشند. مدیر مخابرات منطقه قزوین در ادامه بیان داشت: امروز جوانان جبهه مقاومت در سوریه، عراق، یمن و فلسطین با تاسی از فرهنگ بسیجی در برابر استکبار جهانی با شجاعت و غیرت مبارزه می کنند. وی با بیان اینکه فرهنگ بسیج در تمامی حوزه ها کارساز است، افزود: تفکر بسیجی راهگشای تمام مشکلات جامعه است.



مهندس میادرتانی، پیشرو بودن، برخورداری از تفکر ناب اسلامی، بصیرت، دغدغه مندی، مردمی بودن، اخلاص در عمل و ولایتمداری را از مهمترین عوامل موفقیت این نهاد مقدس برشمرد و ادامه داد: بسیجیان در همه بحرانها و فتنه‌های سالهای اخیر، تمام کننده بودند و با جان و دل از مردم و کشور دفاع کردند. از خود گذشتگی و توجه به

## تاکید بر کنترل های درآمد و هزینه ها

### درسه ماهه چهارم سال

مهندس مبادرثانی در مراسم تودیع و معارفه چند تن از مدیران و رؤسای ادارات شهرستانه ابا تاکید بر تحقق درآمدهای عملیاتی ، گفت: در سه ماهه آخر سال کنترل های درآمدی و هزینه ها با دقت بیشتری انجام شود و در این راستا کلیه بخشها در جهت رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده یادی نمایند.



ارتباطات سیار تقدیر و مهندس رجیبی به مسؤلیت مدیرجدید ارتباطات سیار منصوب شدند.

ضمنا مهندس پرواسی به ریاست اداره مخابرات شهر صنعتی البرز، مهندس نوروزی به سمت رئیس اداره پشتیبانی فنی و مهندس سلمانی به سمت رئیس اداره دیتا منصوب شدند.



مهندس مبادرثانی در دیدار با اعضای شورای پایگاه مخابرات منطقه قزوین

## بسیج خدمت خالصانه برای تبدیل شدن امور دینی و معنوی به فرهنگ است.

مدیرمخابرات منطقه قزوین با تقدیر از زحمات همکاران در مباحث درآمدی مخابرات گفت: وضعیت نسبت به سال گذشته با زحمات همکاران و تشکیل کمیته لاوصولی و هماهنگی بخش ها خوب بوده ولی تا رسیدن به اهداف ، فاصله داریم.

مهندس مبادرثانی با اشاره به پروژه FTTH گفت این از پروژه های مهم و زیرساختی است که تلاش داریم علاوه بر تحقق دولت الکترونیک و استقبال مجتمع های تجاری و مسکونی ، شرایط را برای بهره مندی مردم از این امکانات فراهم سازیم.



مدیر مخابرات منطقه قزوین ضمن تبریک به مناسبت هفته بسیج گفت: بسیج خدمت خالصانه برای تبدیل شدن امور دینی و معنوی به فرهنگ است و افزود: باید کاری کنیم که نام و اعتبار چند ساله بسیج برای همیشه محبوب و مقدس بماند و مایه دلگرمی و آرامش باشد.

در این دیدار هر یک از اعضای شورای پایگاه،موارد و مسائل پایگاه را با ایشان مورد بررسی قرار دادند و برنامه ریزی جهت برنامه های فرهنگی، آموزشی و اردویی سه ماهه پایان سال انجام شد.

در ادامه جلسه تعدادی از مدیران و رؤسای ادارات به بیان نظرات و دیدگاه های خود پرداختند و آقای مهندس اهوازی هم به عنوان مدیر تجاری منصوب شدند و از تلاش های ایشان در مسؤلیت

## تاریخچه شب یلدا

گردآوری:  
فاطمه امیرآبادی



دیر زمانی است که مردمان ایرانی و بسیاری از جوامع دیگر، در آغاز فصل زمستان مراسمی را برپا می‌دارند که در میان اقوام گوناگون، نام‌ها و انگیزه‌های متفاوتی دارد. در ایران و سرزمین‌های هم‌فرهنگ مجاور، از شب آغاز زمستان با نام «شب چله» یا «شب یلدا» نام می‌برند که همزمان با شب انقلاب زمستانی است. به دلیل دقت گاهشماری ایرانی و انطباق کامل آن با تقویم طبیعی، همواره و در همه سال‌ها، انقلاب زمستانی برابر با شامگاه سی‌ام آذرماه و بامداد یکم دی‌ماه است. هر چند امروزه برخی به اشتباه بر این گمانند که مراسم شب چله برای رفع نحوست بلندترین شب سال برگزار می‌شود؛ اما می‌دانیم که در باورهای کهن ایرانی هیچ روز و شبی، نحس و بد یوم شناخته نمی‌شده است. جشن شب چله، همچون بسیاری از

آیین‌های ایرانی، ریشه در رویدادی کیهانی دارد.

بسیاری از ادیان نیز به شب چله مفهومی دینی دادند. در آیین میترا (و بعدها با نام کیش مهر)، نخستین روز زمستان به نام «خوره روز» (خورشید روز)، روز تولد مهر و نخستین روز سال نو بشمار می‌آمده است و امروزه کارکرد خود را در تقویم میلادی که ادامه گاهشماری میترايي است و حدود چهارصد سال پس از مبدأ میلادی به وجود آمده؛ ادامه می‌دهد.

امروزه می‌توان تولد خورشید را آنگونه که پیشینیان ما به نظاره می‌نشسته‌اند، تماشا کرد: در دوران باستان بناهایی برای سنجش رسیدن خورشید به مواضع سالانه و استخراج تقویم ساخته می‌شده که یکی از مهمترین آنها چارتاقي نیاسر کاشان است که فعلاً تنها بنای سالم باقی‌مانده در این زمینه در ایران است. چارتاقي نیاسر بنايي است که تولد خورشید بگونه‌ای ملموس و قابل تماشا در آن دیده می‌شود. این ویژگی را چارتاقي «بازه هور» در راه نیشابور به تربت حیدریه و در نزدیکی روستای رباط سفید، نیز دارا است که البته فعلاً دیواری نوساخته و الحاقی مانع از دیدار پرتوهای خورشید می‌شود.

هر ساله مراسم دیدار طلوع و تولد خورشید در چارتاقي نیاسر، و بررسی نظریه نگارنده، با حضور دوستداران باستان‌ستاره‌شناسی ایرانی و دیگر علاقه‌مندان، در شهر نیاسر کاشان برگزار می‌شود.

### حافظ در شب یلدا

معمولاً در شب یلدا رسم بر این است که صاحب‌خانه، دیوان حافظ را به بزرگتر فامیل که سواد دارد، می‌دهد. سپس هر یک از میهمانان نیت کرده و بزرگ مجلس، این جمله را می‌گوید و تفعلی به گنجینه حافظ می‌زند: «ای حافظ شیرازی/ تو محرم هر رازی/ بر ما نظر اندازی/ قسم به قرآن مجیدی که در سینه داری...» یا هر چیزی شبیه به این. این رسم یکی از رسوم پرترفدار شب یلداست که امروزه با فن‌آوری روز نیز به‌روز شده. به طوری که در بعضی خانواده‌ها به جای کتاب حافظ، از فال‌نامه، نرم‌افزار تفاعل مجازی در رایانه، پایگاه‌های اینترنتی ویژه فال، نرم‌افزارهای ویژه تلفن همراه، سامانه پیام کوتاه یا پیامک و... برای انجام این رسم استفاده می‌کنند که سرگرمی خوبی برای خانواده‌ها در این شب بلند سال است.

### پیشینه جشن یلدا



یلدا در افسانه‌ها و اسطوره‌های ایرانی حدیث میلاد عشق است که هر سال در «خرم روز» مکرر می‌شود.

ماه دلداده مهر است و این هر دو سر بر کار خود دارند که زمان کار ماه شب است و مهر روزها بر می‌آید. ماه بر آن است که سحرگاه، راه بر مهر ببندد و با او در آمیزد، اما همیشه در خواب می‌ماند و روز فرا می‌رسد که ماه را در آن راهی نیست.

سرانجام ماه تدبیری می‌اندیشد و ستاره ای را اجیر می‌کند، ستاره ای که اگر به آسمان نگاه کنی همیشه کنار ماه قرار دارد و عاقبت نیمه شبی ستاره، ماه را بیدار می‌کند و خبر نزدیک شدن خورشید را به او می‌دهد. ماه به استقبال مهر می‌رود و راز دل می‌گوید و دلبری می‌کند و مهر را از رفتن باز می‌دارد. در چنین زمانی است که خورشید و ماه کار خود را فراموش می‌کنند و عاشقی پیشه می‌کنند و مهر دیر بر می‌آید و این شب، «یلدا» نام

می‌نهادند. باوری بر این مبنا نیز بین مردم رایج بود که در شب یلدا، قارون (ثروتمند افسانه ای)، در جامه کهنه هیزم شکنان به در خانه‌ها می‌آید و به مردم هیزم می‌دهد، و این هیزم‌ها در صبح روز بعد از شب یلدا، به شمش زر تبدیل می‌شود، بنابراین، باورمندان به این باور، شب یلدا را تا صبح به انتظار از راه رسیدن هیزم شکن زربخش و هدیه هیزمین خود بیدار می‌مانند و مراسم جشن و سرور و شادمانی بر پا می‌کردند.

## جشن یلدا در ایران امروز

جشن یلدا در ایران امروز نیز با گرد هم آمدن و شب‌نشینی اعضای خانواده و اقوام در کنار یکدیگر برگزار می‌شود. آیین شب یلدا یا شب چله، خوردن آجیل مخصوص، هندوانه، انار و شیرینی و میوه‌های گوناگون است که همه جنبه نمادی دارند و نشانه برکت، تندرستی، فراوانی و شادکامی هستند.

## یلدای ایرانی، شبی که خورشید از نو زاده می‌شود

یلدا و جشن‌هایی که در این شب برگزار می‌شود، یک سنت باستانی است و پیروان میتراپیسم آن را از هزاران سال پیش در ایران برگزار می‌کرده‌اند. در این باور یلدا روز تولد خورشید و بعدها تولد میترا یا مهر است.

این جشن در ماه پارسی «دی» قرار دارد که نام آفریننده در زمان پیش از زرتشتیان بوده است که بعدها او به نام آفریننده نور معروف شد. یلدا برگرفته از واژه‌ای سریانی است و مفهوم آن «میلاد» است. ایرانیان باستان این شب را شب تولد الهه مهر «میترا» می‌پنداشتند و به همین دلیل این شب را جشن می‌گرفتند و گرد آتش جمع می‌شدند ... آن گاه خوانی الوان می‌گسترده و «میزد» نثار می‌کردند. «میزد» نذری یا ولیمه‌ای بود غیر نوشیدنی، مانند گوشت و نان و شیرینی و حلوا، و در آیین‌های ایران باستان برای هر مراسم جشن و سرور آیینی، خوانی می‌گسترده که بر آن افزون بر آلات و ادوات نیایش، مانند آتشدان، عطردهان، بخوردان، برسم و غیره، برآورده‌ها و فرآورده‌های خوردنی فصل و خوراک‌های گوناگون، از جمله خوراک مقدس و آیینی ویژه‌ای که آن را «میزد» می‌نامیدند، بر سفره جشن

می‌گیرد. از آن زمان هر سال مهر و ماه تنها یک شب به دیدار یکدیگر می‌رسند و هر سال را فقط یک شب بلند و سیاه و طولانی است که همانا شب یلداست.

## فلسفه خوراکی های سفره شب

«یلدا»

پیشینیان بر این باور بودند که در این شب فرشته بدی ها (اهریمن) با فرشته خوبی ها (امشاسپندان) به جنگ می پردازد و در این نبرد طولانی فرشته خوبی ها اهریمن را شکست می دهد و صبح، پس از زاده شدن دوباره خورشید (پیروزی روشنائی بر تاریکی) آغاز می شود. اما شب یلدا فقط دور هم نشینی و مرور خاطره ها نیست، علاوه بر آداب و رسوم فوق شامل رسوم تغذیه ای خاص خود نیز است. انتخاب مواد غذایی خاصی از بین سایر مواد غذایی و تأکید برقرار دادن این مواد غذایی بر سر سفره شب یلدا نه تنها یک رسم، بلکه نکات تغذیه ای خاصی را دنبال می کند که در اینجا به این نکات می پردازیم:

• **هندوانه:** یکی از ارکان سفره شب یلدا، میوه هندوانه است که همیشه به شیوه های جذابی تزئین می شود، اما چرا هندوانه؟ هندوانه یادآور گرمای تابستان و حرارت است. باور بر این است، اگر

ویتامینهای گروه E و B، روی، کلسیم، فسفر و پتاسیم، منیزیم، ویتامین A و پروتئین است که وجود این مواد در بدن موجب افزایش تراکم استخوان و جلوگیری از ریزش مو و چین و چروک پوست، درمان افسردگی، افزایش قدرت بینایی و رفع خستگی و گرفتگی عضلات می شود. اما باید توجه کرد با اینکه چربی موجود در آجیل از نوع مضر نیست، اما دارای کالری بالایی است و برای جلوگیری از افزایش وزن در خوردن آن باید اعتدال رعایت شود. \*در آخر، بیان این نکته نیز بسیار مهم است که دور هم بودن در شب یلدا و انجام صله رحم، موجب افزایش صمیمیت و محبت در نزد اعضای خانواده، رفع کدورتها و در نتیجه ایجاد یک حس و حال مثبت در مغز و روح انسان می شود، پس شب یلدا تنها طولانی ترین شب سال نخواهد بود بلکه می توان از آن به عنوان یک شب با خواص روحی و تغذیه ای فراوان نام ببریم.



مقداری هندوانه در شب یلدا بخورید در سراسر زمستان طولانی، سرما و بیماری بر شما غلبه نخواهد کرد و این باور، با خواص هندوانه که سرشار از ویتامین های A و B و C می باشد مطابقت دارد. \***انار:** این میوه در سفره شب یلدا نماد شادی و زایش است. انار میوه ای است که از قدیم از آن به عنوان میوه ای خون ساز یاد می شد. به افرادی که رنگی مهتابی و از نظر جثه رنجور بودند، توصیه می شد که آب انار بنوشند. امروزه اثبات شده انار سرشار از ویتامین ث است که سبب تقویت سیستم ایمنی بدن و تصفیه کننده خون و سرشار از آهن است، در نتیجه موجب افزایش انرژی و خون سازی در بدن فرد می شود و تصفیه خون مانند زندگی یا زایش دوباره انسان است، به همین علت انار را نماد زایش و شادی می دانند. \***آجیل:** آجیل شب یلدا شامل پسته، بادام، گردو، فندق و در بعضی مناطق کشور از میوه های خشک نیز به عنوان آجیل شب یلدا استفاده می شود. آجیل به عنوان سالم ترین تنقلات شناخته شده و دارای فیبر بالاست که در درمان یبوست، چاقی، انواع سرطان ها از جمله سرطان معده و روده بسیار مؤثر است. آجیل دارای انواع



بعضی وقتها یک زمان وجود ندارد که مهم است

# اکنون

مهمترین است

زیرا تنها **زمان** است که در کسری ماست





*Mike Reifman*

[www.mikereifman.com](http://www.mikereifman.com) © all rights reserved

سلامت رانمی خوبندپاچ گفت

سرباد کریان است

کسی سبرزیار دکرد پاچ گفتن ویداریان را

نکده جز پیش پاراود، تولد

که ره تانیک و

لغزان است

و کردست مجت سوی کی یازی

به اکره آور دست از بل بیرون

که سر ساخت سوزان است

نفس، کز کرگاه سینه می آید برون، ابری شود تانیک

چو دیدار ایتد در پیش چشانت

نفس کلان است، پس دیگر چه داری چشم

ز چشم دوستان دور یازدیک؟

میجای

جو انردن! ای ترسای سپر سپرین چرکین

هوا بس با جانروزه سرد است... آی

دمت گرم و سرت خوش باد

سلام را تو پاچ گوی، دگبکشای

منم من، میان حر شبت، لولی وش منموم

منم من، سنگ تپا خوردی رنجور

منم، دشنام پس آفرینش، نقدی باجور

نه از رومم، نه از زنگم، جهان

سیرنگ سیرنگم

بیابکشای در بکشای، دکنگم

حریفا! منیزانا! میهان سال و باهت پشت در چون موج می لرزد

تنگر کی نیست، مرکی نیست

صدای کر شنیدی، صحبت سرا و دندان است

من اشب آدم تم وام بگزارم

حسابت را کنار جام بگزارم

چه می گویی که بیکه شد، سحر شد،

باهد او آمد؟

فریمت می دهد، بر آسمان این سرخی بعد از حرکت نیست

حریفا! گوش سر بارده است این، یاد کلاری سبیل سرد زمستان است

و قنیل سپر تنگ میدان، مرده یازنده

به تابوت تسبر ظلمت ز تو می مرگ اندود، پنهان است

حریفا! رو چراغ باده را بنروز، شب بار و زیکمان است

سلامت

رانمی خوبندپاچ گفت

هواد گمیر، در باهت، سرباد کریان، دستپاننان

نفسها بر، دلها نشسته و نگلین

در تان اسکلتهای بلور آسین

زمین دلرده، سقف آسمان کوتاه

نهار آلوده مهر و ماه

زمان است

مهدی اخوان ثالث

# نصرتان



فایل صوتی  
با صدای شاعر

## اقتصاد رفتاری چیست و چرا باید از آن بدانیم



گردآوری  
زهرا شکرناهی

با این آزمایش ممکن است فکر کنیم که فروش ژامبون ۹۰٪ گوشت منطقی‌تر است، چون مشتری بیشتری دارد. اما آیا تصمیم‌گیری بر اساس ۱۰ نمونه آزمایشی، انتخاب معقولی است؟

### مردمی شگفت‌انگیز با خریدهایی شگفت‌انگیز

ممکن است بارها از این که یک فیلم یا یک کتاب خیلی بد، پرفروش شده است تعجب کرده باشید. شاید وقتی در بازار قدم می‌زنید و محصولاتی به معنی واقعی کلمه زشت را می‌بینید، از خود بپرسید چه کسی چنین چیزی را می‌خرد؟

با چه منطق اقتصادی‌ای می‌شود توجیه کرد که محصولی با قیمت ۹۹ هزار تومان، خیلی ساده‌تر از همان محصول با قیمت ۱۰۰ هزار تومان به فروش برسد؟ در حالی که آمار فروش با قیمت‌های ۱۰۰ هزار و ۱۰۱ هزار به این اندازه تفاوت ندارد.

شاید بعد از مدتی مردم متوجه شوند که محصول ۹۹ هزار تومانی قصد دارد آن‌ها را فریب دهد. برچسب قیمت ۹۸۰۵۰۰ تومان، این اثر را به طور کامل از بین می‌برد. از نظر روانی حتی دو قیمت ۹۸۵۰۰ تومان و ۹۸۰۵ هزار تومان یکی نیستند.

حالا نظرتان در مورد برچسب «۹۵ هزار تومان + ۵ هزار تومان هزینه حمل» چیست؟ شاید تعجب کنید اگر بشنوید که این قیمت نسبت به قیمت ۹۹ هزار تومانی، برای بیشتر مردم پیشنهاد بهتری به نظر می‌رسد. به خصوص که معمولاً هزینه حمل در آخرین مرحله به کاربر اعلام می‌شود. در این هنگام، تصمیم مشتری برای خرید تقریباً قطعی شده است و بعید است که به خاطر ۵ هزار تومان، تصمیمش را عوض کند.

اما این هنوز بهترین پیشنهاد نیست. نظرتان در مورد برچسب قیمت «۱۰۵ تومان ~~۱۹۵ تومان~~ چیست؟» فوق‌العاده است! نه؟

### گزینه‌هایی دقیقاً مشابه

اگر انسان موجودی کاملاً منطقی بود، باید همیشه به پیشنهادهایی مشابه، واکنشی مشابه می‌داد. کسی که پیشنهاد ۹۵ هزار تومانی را انتخاب خوبی نمی‌داند، ممکن

وقتی در مورد قوانین اقتصاد صحبت می‌کنیم، فرض کرده‌ایم که تمام مردم، منطقی و پیش‌بینی‌پذیر هستند. آدم‌هایی که اگر در یک فروشگاه، دو کالای کاملاً مشابه را با دو قیمت متفاوت عرضه کنیم، هرگز نمونه گران‌تر را نمی‌خرند. مشتری‌هایی که در قیمت پایین بیشتر خرید می‌کنند و اگر کالایی گران شود به دنبال جایگزینی برای آن می‌گردند. تمام مردم این کار را می‌کنند، تنها در صورتی که تمام مردم منطقی باشند. اما آیا واقعاً همه مردم همیشه رفتارهایی منطقی دارند؟ حقیقت این است که آدم‌ها بیشتر با توجه به احساسات، حدسیات و هیجان‌های گذرا تصمیم می‌گیرند، نه با تحلیل‌های دقیق منطقی. اقتصاد رفتاری قصد دارد این رفتارها را تجزیه و تحلیل کند.

وقتی می‌گوییم بیشتر مردم تصمیم‌هایی احساسی و هیجانی می‌گیرند، قصد نداریم بگوییم که بیشتر مردم آدم‌های کم‌هوشی هستند. هر کس (به غیر از پلیس آهنی) در طول زندگی‌اش تصمیماتی احساسی و غیرمنطقی می‌گیرد. هر چه باشد ما انسان هستیم، نه روبات.

فرض کنید صاحب یک سوپرمارکت هستید. یک بازار یاب دو محصول را به شما عرضه می‌کند. فکر می‌کنید کدام محصول فروش بهتری خواهد داشت؟

۱- ژامبون گوشت، با ۱۰٪ چربی، آرد و تخم‌مرغ

۲- ژامبون ۹۰٪ گوشت

هر کس در طول زندگی‌اش تصمیماتی احساسی و غیرمنطقی می‌گیرد. هر چه باشد ما انسان هستیم، نه روبات.

این دو محصول کاملاً مشابه هستند. حتی اگر بخواهیم دقیق باشیم، محصول اول اطلاعات بیشتری دارد و دقیقاً به شما می‌گوید ۱۰٪ باقی‌مانده از چه چیزی تشکیل شده است. این سوال را از ۱۰ نفر پرسیدم. تنها دو نفر ژامبون اول را انتخاب کردند.

افت قیمت، باعث افزایش فروش می‌شود، به شرط آن که قیمت به شکل مشکوکی افت نکند.

## مسابقه و تقسیم جوایز

معمولا بعد از برگزاری مسابقات، مراسمی برای تقسیم جوایز در نظر می‌گیرند. اما یک مسابقه بسیار معروف وجود دارد که شرکت‌کننده‌ها بر سر نحوه تقسیم جوایز با هم رقابت می‌کنند. اسم این مسابقه، مسابقه چانه‌زنی است.

بازی از این قرار است: به یک شرکت‌کننده مقداری پول (مثلا ۱۰۰ هزار تومان) می‌دهند. او باید این پول را بین خودش و شرکت‌کننده دیگر تقسیم کند. اگر طرف دوم پیشنهاد را بپذیرد، هر کس سهمش را بر می‌دارد. در غیر این صورت هیچ پولی به هیچ‌کدام از شرکت‌کننده‌ها داده نمی‌شود.

طرف دوم معمولا پیشنهاد پنجاه-پنجاه را می‌پذیرد. اما طرف اول دوست دارد سهم بیشتری داشته باشد. به همین دلیل پیشنهاد «۹۰ هزار برای من، ۱۰ برای تو» یا «۸۰ هزار برای من، ۲۰ هزار برای تو» را مطرح می‌کند. آیا بازیکن دوم باید این پیشنهادها را بپذیرد؟

در واقع هر پیشنهادی از سمت بازیکن اول منطقی است. بازیکن دوم باید بین دریافت ۱۰ تومان و عدم دریافت پول، یک گزینه را انتخاب کند. واضح است که ۱۰ تومان از هیچ بهتر است. با این وجود بازیکن دوم ترجیح می‌دهد هیچ پولی نگیرد، اما در مقابل یک پیشنهاد ناعادلانه، تسلیم نشود.

## صفر برابر نیست با صفر

از نظر علم اقتصاد، داشتن صفر تومان پول، هیچ فرقی با به دست آوردن یک میلیون تومان و از دست دادن فوری این مبلغ ندارد. در هر دو حالت حساب بانکی ما در نهایت صفر خواهد بود. درست مانند مثال ژامبون ۹۰٪، این دو حالت هیچ تفاوتی با هم ندارند.

اما وقتی مردم چیزی را از دست می‌دهند که به تازگی به دست آورده‌اند، درست همان حسی را ندارند که انگار آن چیز را هرگز به دست نیاورده بودند.

است چند روز بعد همین پیشنهاد را بپذیرد. حتی ممکن است کمی بعد از خرید، پشیمان بشود. اما اگر متوجه بشود که یکی از دوستانش همین کالا را با قیمت ۱۰۵ هزار تومان خریده است، ممکن است احساس بهتری پیدا کند. هرچند، در تمام این مدت هیچ چیز برای او تغییر نکرده است.

به همین دلیل برخی از مردم ترجیح می‌دهند به بازار بروند، تا کالایی را ۱۰ هزار تومان ارزان‌تر از فروش اینترنتی بخرند. بدون آن که کرایه رفت‌وآمد و زمان صرف شده برای خرید آن کالا را به قیمت تمام شده اضافه کنند.

اقتصاد رفتاری، ترکیبی است از اقتصاد، روانشناسی و جامعه‌شناسی. در یک آزمایش، دو قهوه کاملا مشابه را با برچسب قیمت متفاوت به آزمایش‌شونده‌ها دادند. بیشتر آزمایش‌شونده‌ها قهوه گران‌تر را ترجیح دادند. عده کمی هم طرف قهوه ارزان‌تر را گرفتند. اما تقریبا هیچ‌کس نگفت طعم این دو قهوه کاملا مشابه است.

## پیشنهادهایی بیش از اندازه فوق‌العاده

می‌دانیم که همیشه کم شدن قیمت، باعث افزایش فروش می‌شود. اما اقتصاد رفتاری، مرزی برای این قاعده در نظر می‌گیرد. اگر قیمت یک کالا بیش از اندازه ارزان شود، خریداران از انتخاب آن منصرف می‌شوند.

فرض کنید قیمت پیراهن تیم محبوبتان ۲۰۰ هزار تومان است. پیشنهاد ۱۸۰ هزار تومانی برای این تی‌شرت، پیشنهاد خوبی است. اما اگر با برچسب قیمت ۳۵ هزار تومان مواجه بشوید، چه فکری خواهید کرد؟ «حتما اصل نیست!»

قیمت‌های بیش از اندازه ارزان، خریدار را مشکوک می‌کند.

## وقتی اقتصاددانان ما مرخصی می‌گیرند

اقتصاد رفتاری پیشنهاد می‌دهد که «افت قیمت، باعث افزایش فروش می‌شود، به شرط آن که قیمت به شکل مشکوکی افت نکند».

به همین دلیل بیشتر شرکت‌ها در مناسبت‌های ویژه، مثل روز پدر یا شب یلدا تخفیف می‌دهند.

حس مادری که به تازگی فرزندش را از دست داده است، شبیه به حس مادری نیست که فرزند ندارد.

برای ما ناراحتی‌های از دست دادن، تأثیرگذارتر از خوشحالی‌های به دست آوردن است. به همین دلیل است که بیشتر مردم از ریسک پرهیز می‌کنند.

از نظر ریاضی هیچ فرقی نمی‌کند اگر قرار باشد «بین یک پاکت ۱۰۰ هزار تومانی و یک پاکت خالی یکی را انتخاب کنیم»؛ یا قبل از انتخاب، «۵۰ هزار تومان بگیریم و شانس خود را به شخصی دیگر بفروشیم.»

در دنیای واقعی برخی از افراد با پیشنهادهایی بالاتر از ۵۰ هزار تومان نیز شانسشان را نمی‌فروشند. عده‌ای دیگر حتی یک پیشنهاد مطمئن ۲۵ هزار تومانی را به احتمال باخت ترجیح می‌دهند. به همین دلیل آدم‌ها به دو دسته آدم‌های ریسک‌پذیر و ریسک‌گریز تقسیم می‌شوند. بین این دو دسته، عده کمی هم هستند که کاملاً منطقی فکر می‌کنند.

## چرا بیشتر مردم منطقی نیستند؟

دلایل زیادی برای غیرمنطقی بودن آدم‌ها ارائه شده است. برخی می‌گویند مرکز کنترل احساسات مغز (لیمبیک) مسئول تصمیم‌گیری ما است و بخش منطقی مغز (نئوکورتکس) تأثیری بر روی تصمیمات انسان ندارد. در این نظریه، تصمیمات احساسی دلیل زیست‌شناختی دارد و نه دلیل روان‌شناختی.

یک نظریه دیگر این است که کمبود اطلاعات باعث می‌شود آدم‌ها غیرمنطقی رفتار کنند. وقتی در مورد قانون تقاضا حرف می‌زنیم، فرض کرده‌ایم که همه از قیمت‌ها، قبل و بعد از تغییر قیمت خبر دارند. وقتی مغازه‌داری می‌گوید کالایش ۱۰۰ هزار تومان قیمت داشت و بعد از تخفیف قیمت آن ۶۰ هزار تومان شده است، بسیاری از مردم فکر می‌کنند که این اطلاعات ساختگی هستند، یا قیمت ۱۰۰ هزار تومان برای این کالا از ابتدا زیاد بود و فروشنده حتی بعد از تخفیف هم سود زیادی خواهد کرد.

در مورد ژامبون ۹۰٪ گوشت، مردم نمی‌دانند که آن ۱۰٪ باقی‌مانده چیست. اما در مورد ژامبون ۱۰٪ آرد، تخم‌مرغ و چربی، مقدار بی‌خبری ما ۹۰٪ خواهد بود. بیشتر مردم فکر می‌کنند تصمیم بر اساس ۱۰٪ بی‌اطلاعی، تصمیم مطمئن‌تری است.

## آیا غیرمنطقی بودن بد است؟

یک دانشجو، با جیب خالی، تحصیلاتش را رها می‌کند تا شرکت خودش را راه بیندازد. او دوست ندارد برای دیگران کار کند. رویای این دانشجوی فقیر این است که دنیا را تغییر بدهد. چند سال بعد، او از مشهورترین چهره‌های کارآفرینی جهان می‌شود. اسم او استیو جابز است.

منطقی نیست که کسی با کشتی چوبی تصمیم بگیرد عرض اقیانوس اطلس را بییماید. کریستف کلمب با همین تصمیم غیرمنطقی آمریکا را کشف کرد.

البته هزاران هزار آدم غیرمنطقی دیگر هم بودند که شکست خوردند و امروز کسی نامشان را به یاد نمی‌آورد.

برنارد شاو می‌گوید: آدم‌های منطقی خود را با دنیا تطبیق می‌دهند. آدم‌های غیرمنطقی اما می‌کوشند تا دنیا را با خود تطبیق دهند. دنیا پیشرفت‌هایش را مدیون همین آدم‌های غیرمنطقی است.

## ریسک‌پذیری بهتر است یا ریسک‌گریزی؟

اگر بعضی از مردم ریسک‌پذیر نبودند، شاید اجداد ما هرگز غذاهایی جدید، سرزمین‌هایی کشف نشده و منابعی تازه را امتحان نمی‌کردند. اولین کسی که غار امن خود را رها کرد و خانه‌ای در نزدیکی رود ساخت، کاری به مراتب بزرگ‌تر از استیو جابز و کریستف کلمب انجام داده بود. شاید حتی جانش را در راه این تغییر از دست داده باشد. مثلاً به خاطر سیل، بیماری یا حمله جانوران.

اما اگر بعضی از آدم‌ها ریسک‌گریز نبودند، شاید تمام نسل بشر به خاطر سیل، بیماری یا حمله جانوران می‌مردند و نسل ما منقرض می‌شد.

فروش معتبر وپیشخوان های دولت در سراسر استان می باشد

مسئول روابط عمومی مخابرات منطقه قزوین

به تماسهای تلفنی و پیامکی تحت عنوان فروش سیم کارت یا اهدای جوایز پاسخ مثبت ندهید

## پیام تبریک

باخبر شدیم که آقای **پرهام فلاح** فرزند آقای اسماعیل فلاح(همکار اداره حراست) به عنوان پدیده مسابقات والیبال استان، در رده سنی ۸۶ انتخاب شده اند.ضمن تبریک، برای ایشان، موفقیت و پیشرفت را آرزومندیم.



نشریه پیام قزوین، منتظر دریافت اخبار و موفقیت‌های علمی، ورزشی و هنری فرزندان عزیز همکار می باشد.

۳۳۶۶۰۰۶۶-۳۳۶۷۹۰۱۰

ماهنامه الکترونیکی مخابرات منطقه قزوین

شماره پنجم پاییز ۱۳۹۷

ایوبی مسئول روابط عمومی مخابرات منطقه قزوین گفت: گزارشات زیادی از تماس های تلفنی اشخاص مبنی بر فروش سیمکارت و اهدای جوایز گوناگون همراه اول رسیده است که هیچکدام مورد تایید نمیباشد ومخابرات استان به هیچ عنوان برای فروش سیم کارتهایی با شرایط ویژه و یا جوایز و قرعه کشی و ... به صورت تلفنی و یا ارسال پیامک بامشترکین تماس نمی گیرند وی از شهروندان خواست که به این گونه تماسهای تلفنی پاسخ مثبت ندهند.

ایوبی افزود: سرویسهای ویژه ای از قبیل مکالمات با تخفیف ۵۰ درصدی و رایگان بودن آن در روزهای تعطیل، اینترنت رایگان یکساله و ... از جمله مواردی است که افراد سودجو با عناوین مختلف و بعضاً از طریق شماره سایر اپراتورها مبادرت به فریب مردم از طریق تماس تلفنی با مشترکین نموده و به صورت نقدی وجوه مختلفی را درب منزل یا در محل کار از افراد اخذ می نمایند. این افرادحتی به نام شبکه های رادیویی اقدام به کلاهبرداری نموده و ممکن است شهروندان را به سمت دستگاههای ATM(خودپرداز)کشانده و به عناوین مختلف از آنها موجودی حساب بگیرند که تمامی این اقدامات مجرمانه بوده و منشاء کلاهبرداری میباشد.

وی از مشترکین استان خواست در صورت مشاهده چنین مواردی، سریعاً پلیس فتا را در جریان امر قرار دهند.

مسئول روابط عمومی مخابرات منطقه قزوین اعلام داشت: تنها درگاه معتبر و قانونی برای خرید سیم کارت، مراجعه به سایت [www.mci.ir](http://www.mci.ir) و یا مراجعه حضوری به دفاتر



# ایشانگران

## دیدار با خانواده محترم شهدای مخابرات





# ایشان گران



گفتگو با همکار گرامی مجید سلیمانی

فرزند جانباز شهید علی اکبر سلیمانی



لطفا فایل ویدئویی زیر را مشاهده فرمایید



## برادرم... یا لطیف

مقدسش از قفس خونین جسم رهائی یافت و جسم او در جامه های غرق از خون باقی ماند، پلاکش خون اندود بود.

ناگهان صدائی در گوشم نجوا کرد، همانجا کنار خیابان ایستادم، صدای ناله ای جانکاه بود که زنی از اعماق وجود برمی آورد. طنین صدا چقدر آشنا بود، تلخ بود و ناباور اما این صدای ناله های مادرم بود.

بی آنکه بخواهم اشک از چشمانم جاری شد و نمیدانستم این اشکها از که فرمان می گیرند؟

من برجای ماندم و همکلاسی ام را می دیدم که می خندید و می رفت!! حتی متوجه ماندنم نشد.

نه برماندن من تقصیری بود، نه بررفتن او!!! نه بر اشکهای من تقصیری بود و نه بر خنده های او!!!

.....

روزها سپری شد. رنج کشیدیم و دوام آوردیم و...

در این بین ناله های مادرم همچون روح برادرم جاودانه ماند که مدام او را می خواند آی بابک بابک بابک.....

روزها گذشت و گذشت و امروز سهم برادرم در این کره خاکی خانه ایست، خانه ای به اندازه قامتش. مزاری با وسعت بی انتهای درد!!!!

راستی که نامش ورودی یک کوی و معبر را نیز آراسته است و یابندگان نابلد را به مقصدی روشن رهنمون می گردد.

سالها پیش، اولین نوه نازنین مادر دلسوخته ام به نامش مزین شد و اینچنین، نام برادر همیشه برفضای خانه طنین انداز است. جز اینها که گفتم، نشان دیگری از او در این عالم نیست.

مادر، از ما خواست که قدمی در این عالم از خون او سبز نگردد و خونی که ریخت همچون صاحبش بی هیاهو باشد. هیچ یک فرمان او را نقض نکردیم تا به امروز و شاید تا به ابدیتی روشن....

و اما اکنون تمام آنچه را که بیان نمودم خیانتی بود که پس از سالها در حق مادر و خواسته اش روا داشتم.

لیلا دهقانی - پاییز ۸۷

وقتی تیر دشمن به هدف اصابت کرد، این گلولی برادرم بود که با سه گلوله شکافته شد. قامت رعنائش آرام آرام خمید و بر خاک افتاد. با هر ضربه قلب مهربان او، خون گرم و جوانش، بی مهلبا فوران می کرد و با هر فورانش، فریاد آزادی و رهائی را می سرود. آن روز بیشتر از همیشه با همکلاسی ام به انتظار به سرآمدن ساعت مدرسه بودیم. زنگ نوید بخش آخر کلاس با هیاهوی بچه ها به هم پیچیده بود و ما راه مشترک و همیشگی را به سوی خانه پیش گرفتیم.

در مسیر بازگشت، گویا در ذهنم بی مقدمه، جوینار کوچکی از خون برادرم جاری شد. جویناری گرم و سرخ از خون زنده اش که بر روی خاک سوخته میرفت و میرفت و بر سر راهش از هر چیز عبور میکرد. از روی سنگهای سوخته و سیاه، و از هر آنچه که در بیابان بود، می گذشت اما این از تقدیس خورش نمی کاست.

بوته های خار نیز در این بین، چه رفع عطشی با خون برادرم می نمودند.

من و همکلاسی ام می رفتیم و می خندیدیم و مثل هر روز به درب مغازه پدرش رسیدیم... برادرش درکنار پدر ایستاده و مشغول شمارش دسته اسکناس درشتی بود و جواب سلام ما را با تکان سر و بدون نگاه و حتی بدون صدا بیان کرد تا مبادا بزرگترین اشتباه تاریخ را مرتکب گردد. برق زنجیر درشت طلای او توجهم را جلب کرد و مرا به یاد زنجیر معصومانه ای انداخت که پلاکی را به گردن برادرم آویخته بود.

لحظه ای به خود لرزیدم و یاد برادر در وجودم چنگ انداخت... اما طبق معمول هرروز، بدون توقف زیادی از آنجا گذشتیم.

برادرم در سکوت به خود می پیچید، درسکوت فریاد می کرد، نگاهش به آسمان بود، حتی ناله ای نمی کرد. معلوم نبود کدامین طبقه آسمان با نگاهش در آمیخته بود، که این همه درد، ناله ای را در وجودش برنمی انگیخت.

همکلاسی ام وارد مغازه ای شد که ویتربینش توجه او را جلب کرده بود، هیجان غریبی و تلخی قلبم را فرا گرفته بود.

بیرون مغازه منتظر اوماندم و پس از انجام خرید با طنین خنده های او به راه افتادیم در حالیکه چشمانم کم کم تاری می شد.

فوران خون برادرم مثل طپش های قلب و نفس های شمرده اش، ذره ذره، آرام می گرفت و تا آخرین طپش و آخرین نفس هیچ چیز نگفت، هیچ ننالید و هیچ چیز نخواست و سرانجام روح

ماهنامه الکترونیکی مخابرات منطقه قزوین

شماره پنجم پاییز ۱۳۹۷



## اخبار امور اداری

اخبار آموزشی:

### برگزاری کلاس مهارت های زندگی ویژه بانوان

دوره مهارت های زندگی با همکاری امور بانوان مخابرات منطقه و با حمایت سازمان بهزیستی استان قزوین از تاریخ ۲۳ آبان ۹۷ به صورت رایگان برگزار گردید. مدرس دوره سرکار خانم توسلی و مخاطبان آن بانوان شاغل در مخابرات منطقه می باشد. مهمترین سرفصل های دوره مذکور شامل مهارت برقراری ارتباط موثر، مهارت روابط بین فردی، مهارت هیجانات منفی، مهارت مدیریت استرس و مهارت مقابله با افسردگی و ... می باشد.



### برگزاری دوره های آموزشی فنی و تخصصی

طبق اعلام نیاز همکاران و هماهنگی انجام شده با آموزش مخابرات ایران کلاس های فنی - تخصصی برای همکاران فعال در حوزه شبکه در شش ماهه دوم ۹۷ طبق جدول زمانبندی زیر در مخابرات منطقه قزوین برگزار خواهد شد:

ردیف	عنوان دوره	تاریخ شروع	تاریخ پایان
۱	کسب و کار در FTTH	۹۷/۱۲/۱۱	۹۷/۱۲/۱۴
۲	ساختار سوئیچ NEAX	۹۷/۹/۱۰	۹۷/۹/۱۳

### برگزاری کارگاه های سلامتی

به منظور افزایش اطلاعات و آگاهی همکاران در زمینه سلامت جسمی و روحی و همچنین پیشگیری از بیماری ها، اداره امور اداری

و منابع انسانی در نظر دارد کارگاه های سلامتی برای همکاران و خانواده همکار با همکاری مرکز بهداشت بلندیان برگزار نماید. در این خصوص دو کارگاه که در پاییز سال ۹۷ برگزار گردید به شرح ذیل می باشد:

۱. اصول تغذیه سالم
۲. کارگاه خطرسنجی و سرطان پروستات ویژه آقایان شاغل در مخابرات

### عکس هایی از برگزاری دوره اطفاء حریق در تاریخ ۹۷/۸/۲۹



## اخبار رفاهی

اهم فعالیت های واحد رفاه در پاییز ۹۷ به شرح ذیل می باشد:

- عقد تفاهم نامه دندان پزشکی با آقای دکتر رسولی طبق تعرفه بیمه دانا
- عقد تفاهم نامه با عینک سازی و اپتومتریست با آقای دکتر کریمی و خانم دکتر ترکمن
- هماهنگی با بیمه دانا و پرداخت هزینه نگهداری بیماران و معلولان در منزل
- عقد تفاهم نامه با تالار شهر



## تولدها:



**تولد فرزند:** پارسا فرزند آقای مهدی جوادی نژاداردکانی ،  
هانان فرزند خانم پریسا جهانفر، مهرسا فرزند آقای اصغر  
کشاورز صالح

## ازدواج:



**ازدواج:** آقای میلاد حیدری

## اخبار کارگزینی

لیست انتصابات و جابجایی ها در سال ۹۷ به شرح ذیل می باشد:

ردیف	نام و نام خانوادگی	سمت
۱	آقای امیرحسین اهوازی	مدیر تجاری و امور مشتریان
۲	آقای طاهر رجبی	مدیر ارتباطات سیار
۳	آقای غلامعلی نوروزی	رئیس اداره پشتیبانی فنی
۴	آقای رضا سلمانی	رئیس اداره شبکه دیتا
۵	آقای محمد جمال ایوبی	رئیس اداره حراست
۶	آقای یوسف پرواسی	رئیس اداره مخابرات شهرستان البرز
۷	حسین کشاورز	کارشناس مسئول حفاظت فیزیکی
۸	آقای حمید عباس پور خوشدست	کارشناس مسئول نگهداری و پشتیبانی شبکه انتقال
۹	آقای محمدرضا غفاری	کارشناس مسئول نظارت و آزمایش تحویل دیتا
۱۰	آقای جمال محمودی	کارشناس مسئول مدیریت و کنترل شبکه دیتا

متولدین زمستان:



نشریه پیام قزوین شما را تبریک گفته و برایتان روزگاری سرشار از شادمانی و سربلندی آرزومند است

30	سیدسعید	رفیعی
31	کبری	زارعی محمودآبادی
32	رضا	سلمانی
33	ابراهیم	صادقی
34	مهدی	صادقی کجیدی
35	عباس	صدری
36	حسین	ضیائیان
37	علی	طالبی
38	فرشته	طاهرخانی
39	شهلا	عشایری
40	فرهاد	علی پناهی رامندی
41	علی ممتاز	غفوری
42	نوشین	غلامی روچی
43	کریم	غیاثوند
44	عزیز	فتاحی اندبیل
45	امیرسجاد	فتوره چی
46	ساسان	فلاح زوارکی
47	لیلا	کاظمی
48	محمدجواد	کریمی
49	بابک	مافی
50	سمیه	مافی
51	شهین	محبی
52	گلناز	محمدبیگی سلخوری
53	علی	مختاری
54	دلیری	مریم
55	اکبر	ملکی
56	سیدحسین	میرعابدینی
57	شیوا	نجومی
58	طاهره	نخبه روستا
59	وحید	نصیری
60	احمد علی	نعمتی
61	غلامعلی	نوروزی
62	هادی	یوسفی

1	زهرا	احمدی
2	عباس	اسدی
3	سید احمد	اسماعیلی
4	امیر	اسماعیل زاده
5	مریم	افشار
6	رضا	الموتیان
7	جواد	امیراحمدی
8	فاطمه	امیرآبادی
9	فریدالدین	ایوبی
10	محمدجمال	ایوبی راد
11	حامد	آقاجانی
12	علی	آقاجانی
13	مریم	باجلان
14	جعفر	برخورداری دورباش
15	حسن	برزگر عباسی
16	وحید	بغدادی
17	احمد رضا	پارسا
18	امین	پازوکی
19	کمال	جمالی
20	احمد	چراغی
21	فهیمة	حاج شفیعی ها
22	سیدمصطفی	حسینی
23	سعید	حمیدی
24	لیلا	دهقانی رحیم آبادی
25	فرهنگ	ذوالفقاری
26	علی	رحمانی
27	یعقوب	رحمانی
28	فرزانه	رحیمی
29	محمد	رفیعی



فایل صوتی



## کارمندان نمونه

در راستای پاسداشت خدمات و تلاشهای کارکنان و با توجه به نقش مهم و اساسی این همکاران در تحقق اهداف مخابرات، در انتهای فصل پاییز سال ۹۶ پیشنهادی از سوی مدیر منطقه جهت انتخاب کارمند نمونه مطرح گردید و کمیته ای متشکل از: مدیرمنطقه، معاون منطقه، ناظر مالی و مدیر دفتر مدیر منطقه، مدیر مالی و پشتیبانی، مدیر شبکه، رئیس اداره حراست، رئیس اداره بازرسی، رئیس اداره منابع انسانی، مدیر تجاری و مسئول روابط عمومی تشکیل گردید.

مهمترین هدف این کمیته از انجام این طرح در سطح مخابرات منطقه ی قزوین: ارج نهادن به خدمات، عملکرد و تلاشهای ارزشمند کارکنان انتخاب و معرفی کارکنان نمونه به عنوان الگوهای موفق در سطح اداره ایجاد زمینه های تقویت فعالیت کارکنان در راستای بهبود و تقویت عملکرد مخابرات تقویت و اعتلای فرهنگ کار مفید و ایجاد باور مثبت نسبت به آن در سطح مخابرات تشویق و ترغیب کارمندان به انجام خدمات موثر در راستای تحقق اهداف مخابرات بود.

پس از تشکیل کمیته فرم های انتخاب کارمند نمونه توسط واحد روابط عمومی تهیه گردید و با توجه به اهمیت مشارکت تمام کارکنان در تصمیم گیری های مهم، این فرم ها در اختیار تمام همکاران قرار گرفت. در این فصل علاوه بر خوداظهاری با روسای ادارات نیز هماهنگی گردید و هر رئیس اداره نیز حداکثر به نفر از کارکنان خود را به عنوان نمونه به روابط عمومی معرفی نمود.

برخی از همکاران اسامی خود و یا فرد واجد شرایط را در فرم ها درج نموده و فرم خود ارزیابی را تکمیل نمودند. پس از جمع آوری فرم ها، و تشکیل جلسات متعدد، در این فصل ۴ نفر از همکاران در تمامی حوزه های کاری من جمله ستاد، مالی اداری و تدارکات، شبکه، شهرستانها و... به عنوان کارمند نمونه معرفی شدند.

جوایز در نظر گرفته شده برای کارمندان نمونه، علاوه بر لوح تقدیر، و اهداء آن در مراسمی به همین مناسبت و تفریحی کیش با یک نفر همراه در نظر گرفته شده است.

**کارمندان نمونه ی فصل تابستان: آقایان جواد مهردادى - محمدرضا رهبر - رضا محمدحسنى و سرکار خانم فهیمه محمدی**

امید است انتخاب کارمندان نمونه در جهت هم افزایی تعلق سازمانی به صورت مستمر انجام گردد و درفصول مختلف شاهد انتخابهای شایسته تری باشیم.

### کارمندان نمونه فصل تابستان سال ۱۳۹۷



محمدرضا رهبر  
حوزه ارتباطات سیار



جواد مهردادى  
حوزه مخابرات شهرستان



رضا محمدحسنى  
حوزه توابع



فهیمه محمدی  
حوزه مالی

تورا من چشم در راهم

# منطقه آزاد

## اینجا منطقه ی آزاد است...

"منطقه ی آزاد... جهت بیان آزادانه حرف های همکاران  
همکارانی که تمایل دارند می توانند مطالب مورد نظر  
خود را به دبیر تحریریه ارائه فرمایند  
بی تردید در این صفحه رعایت امانت داری با تمام توان  
انجام می گردد

## چگونه زمستانی شاد و سالم تر داشته باشیم؟



گردآوری  
فاطمه شعبانی

تغییرات آب و هوا، دما و نور در این فصل سال تاثیرات خاصی بر بدن و ذهن شما می‌گذارد که در کل می‌تواند تاثیرات زیادی بر سلامت شما بگذارد.

سرما، فصل مهمانی، شادی، ثبت خاطرات، و خوش گذراندن کنار آتش است. اما در عین حال، فصل سرماخوردگی، خستگی و مصرف بیش از حد کالری نیز هست. تغییرات آب و هوا، دما و نور در این فصل سال تاثیرات خاصی بر بدن و ذهن شما می‌گذارد که در کل می‌تواند تاثیرات زیادی بر سلامت شما بگذارد. این تاثیرات را شناخته و یاد بگیرید که چگونه می‌توانید از آنها در جهت منافع خود استفاده کنید. با این کار، زمستان شاد و سالم تری پیش رو خواهید داشت.

### اثر سرما: سیستم ایمنی بدن شما

با تغییر آب و هوا، احتمالاً اولین چیزی که به ذهن شما می‌رسد، وجود احتمال بیمار شدن است. بنا به اعلام یک موسسه آماری، حدود ۲۰ درصد از آمریکایی‌ها هر ساله مبتلا به آنفلوآنزا می‌شوند.

زدن واکسن‌های مربوطه می‌تواند در پیش‌گیری از ابتلا به بسیاری از این بیماری‌ها بسیار موثر باشد.

### شرایط را مدیریت کنید

نسبت به میکروب‌ها حساس باشید. این به این معناست که شما باید مدام دست‌های خود را بشویید تا دستانتان همیشه تمیز باشند.

تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهد احتمال ابتلا به بیماری‌های تنفسی در افرادی که حداقل روزی پنج بار دستان خود را می‌شویند، ۴۵ درصد کمتر است.

### چند راهکار ساده

همیشه از خودکار خودتان استفاده کنید، تلفن همراه خود را به کسی قرض ندهید یا از کسی قرض نگیرید، همیشه ژل یا اسپری ضد میکروب در کیف خود داشته باشید تا پس از تماس با محیط‌های گوناگون، دست‌های خود را با آن ضد عفونی کنید.

مهم‌ترین نکته ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که هنگام شستن دست‌های خود با صابون، دست خود را زیر شیر آب کف مالی نکنید.

بلکه ابتدا خوب دست‌های خود را با صابون به هم بمالید سپس آبکشی کنید. در غیر این صورت، تاثیر صابون در نابودی میکروب‌ها و جرم‌ها کاهش می‌یابد.

### آب بنوشید

دریافت آب به میزان کافی باعث کاهش تاثیر میکروب‌ها و ویروس‌ها، پس از قرار گرفتن شما در معرض آنها می‌شود.

به گفته یکی از متخصصان، خلط موجود در بینی افراد یکی از عوامل اصلی مبارزه با میکروب‌ها در بدن است.

وقتی آب بدن شما کم می‌شود، این خلط نیز خشک شده و خاصیت خود را از دست می‌دهد.

### گرم بمانید

اگر سردتان باشد، مخصوصاً زمانی که از سرما می‌لرزید، قدرت سیستم ایمنی بدن شما برای مبارزه با میکروب‌ها کاهش می‌یابد، زیرا

همه توانایی خود را معطوف به بالا بردن درجه حرارت بدن شما کرده است.

این مسئله اهمیت گرم ماندن را دو چندان می‌کند. در سرما، سر و پاها قبل از سایر قسمت‌های بدن دچار سرما می‌شوند، به همین دلیل استفاده از دستکش و کلاه در این فصل عاقلانه به نظر می‌رسد.

همچنین به منظور جلوگیری از گرم شدن بیش از حد بدن و عرق کردن، که می‌تواند در نهایت موجب سرماخوردگی شود، چند لایه لباس بپوشید. پشم عایق خوبی است.

اگر قصد ورزش کردن دارید، از لباس‌هایی با جنس نایلون یا پلی‌استر استفاده کنید که رطوبت را جذب می‌کند.

### آرامش داشته باشید

درست است که گاه حفظ آرامش، خصوصاً در مناسبت‌های خاص، سخت است اما این کار ضروری است.

تحقیقات نشان می‌دهند افرادی که ورزش‌های ذهنی مانند یوگا و مدیتیشن انجام می‌دهند، هورمون استرس در بدنشان کمتر ترشح می‌شود.

متخصصان معتقدند استرس بیش از حد، ما را در برابر بیماری‌ها آسیب پذیر می‌کند. شما می‌توانید نتایج مشابهی را با روزانه ۱۰ دقیقه تمرکز بر تنفس‌تان کسب کنید.

سعی کنید آرام و عمیق نفس بکشید تا ماهیچه‌های بدنتان آرام شوند.

### تاثیر سرما بر خلق و خوی شما

احساس خمودگی و ناراحتی به دلیل طولانی شدن ساعات تاریکی فقط مربوط به ابعاد روانی نمی‌شود.



ساعات طولانی تاریکی و ساعات کوتاه روشنایی باعث کاهش تولید سروتونین در مغز، نوعی ماده شیمیایی که وجود آن نشاط و کاهش اشتها را در پی دارد، می‌شود.

در واقع حدود ۵ درصد از آمریکایی‌ها در فصل سرما دچار این نوع افسردگی که در اثر کاهش نور روز اتفاق می‌افتد، می‌شوند و حدود ۱۰ تا ۲۰ درصد نیز احساس خمودگی و ناراحتی می‌کنند.

## با این حس مبارزه کنید

کربوهیدرات‌های پیچیده، امگا ۳ و شکلات مصرف کنید.

سروتونین ماده ای است که نشاط بدن را به شکل طبیعی افزایش می‌دهد و با کاهش نور روز، میزان آن نیز کاهش می‌یابد.

کربوهیدرات معز را به ساخت سروتونین تشویق می‌کند، اما تحقیقات نشان می‌دهند که کربوهیدرات‌ها بدون پروتئین این کار را بهتر انجام می‌دهند (ما معمولاً به شما توصیه می‌کنیم که کربوهیدرات را با پروتئین مصرف کنید تا سطح انرژی خود را بالا نگه دارید اما برای ترشح سروتونین، کربوهیدرات به تنهایی کافی است).

سعی کنید بیشتر از کربوهیدرات‌هایی مانند غلات و حبوبات استفاده کنید. برخی تحقیقات نیز ارتباطاتی بین مصرف اسیدهای چرب امگا ۳ (موجود در ماهی) و مغزها (مخصوصاً گردو) با نشاط یافته اند.

سعی کنید این گونه غذاها را هفته‌ای ۲ تا ۳ بار مصرف کنید. بهتر از همه، شکلات تلخ است که یک ماده نشاط آور طبیعی است.

به دنبال گزینه‌هایی باشید که ۷۰ درصد یا درصد بیشتر از آن را شکلات تشکیل دهد.

این شکلات‌ها فواید بیشتری نسبت به بقیه دارند.

تغییرات آب و هوا، دما و نور در فصل زمستان تأثیرات خاصی بر بدن و ذهن شما می‌گذارد

## کمی نور اضافه کنید

برخی از انواع افسردگی را با افزایش دریافت نور می‌توان درمان کرد. در واقع نور درمانی تأثیرات مثبت خود را از هفته اول نشان می‌دهد در حالی که مصرف داروی ضد افسردگی، تأثیر خود را پس از دو هفته نشان می‌دهد.

برای شروع، می‌توانید چراغی خریداری کنید که نور آن از لامپ‌های معمولی بیشتر بوده و حاوی نور فرابنفش نیز باشد. اگر علائم افسردگی خفیف در شما مشاهده می‌شود، سعی کنید هر روز صبح خود را در معرض نور خورشید قرار دهید. مثلاً هر روز صبح به مدت ۳۰ دقیقه پیاده روی کنید حتی اگر هوا ابری است.

## یک لیست از چیزهایی که شما را خوشحال می‌کند تهیه کنید

با تهیه یک لیست از چیزهایی که شما را واقع خوشحال می‌کنند، با استرس و ناراحتی مبارزه کنید.

گاه ممکن است یک روز خوب آفتابی شما را خوشحال کند و گاه یک مسافرت طولانی و مجلل. نوشتن افکار مثبت بر روی کاغذ می‌تواند در بهبود حال شما بسیار موثر باشد.

با اینکار، نه تنها به ذهنتان فرصت استراحت و فاصله گرفتن از نگرانی‌ها و افکار منفی را می‌دهید، بلکه افکار مثبتی نیز در خود شکل می‌دهید.

این کار را مدام تمرین کنید و پس از مدتی ذهن شما یاد می‌گیرد چگونه بر نکات مثبت تمرکز کند.

## ورزش کنید

افزایش ضربان قلب، ترشح اندورفین را افزایش می‌دهد. اندورفین نوعی هورمون است که حس سلامتی و شادی شما را افزایش می‌دهد.

همچنین هورمون‌های استرس، مانند کورتیزول را کاهش می‌دهد. تحقیقات نشان می‌دهند که یکی از راه‌های افزایش اندورفین، ورزش است.

هر کاری که می‌تواند نوعی ورزش تلقی می‌شود را انجام دهید. مانند بازی با فرزندان، یا تمیز کردن سریع آشپزخانه، یا حتی بالا و پایین رفتن از پله‌ها.

## تأثیر سرما: میزان انرژی شما

احساس خستگی در سرما فقط به بعد روان شناسی مربوط نمی‌شود. تفاوت در میزان نور در فصول مختلف، تأثیراتی زیادی بر بدن افراد می‌گذارد. معمولاً افراد در اول روز انرژی بیشتری دارند.

به همین دلیل بهتر است کارهای مهم و کارهایی که احتیاج به تمرکز بیشتری دارند را در این ساعات انجام دهند و در ساعات بعد از ظهر، ورزش کنند تا سطح انرژی خود را بالا نگه دارند.

همچنین سعی کنید صبحانه و ناهاری سرشار از پروتئین (مانند تخم مرغ با پنیر کم چرب) بخورید تا هوشیاری و نشاط خود را در طول روز از دست ندهید.

وعده شام نیز باید شامل کربوهیدرات‌های سالم (مانند برنج قهوه ای) باشد.

بدن ما در شب به این گونه مواد نیاز دارد. مصرف کربوهیدرات‌های سالم، از مصرف انواع ناسالم آن (مانند بیسکوئیت و کیک) جلوگیری می‌کند.

با خستگی مبارزه نکنید: این فصل از سال، احساس خستگی طبیعی است. هر گاه

احساس خستگی کردید، چشمانتان را بسته و سرتان را به مدت ۲۰ تا ۳۰ ثانیه پایین بیاورید.

یا اگر وقت دارید، یک چرت ۲۰ دقیقه‌ای بزنید. در هر صورت، شما به بدن‌تان فرصت می‌دهید تا دوباره خود را بازسازی کند.

پزشکان همچنین پیشنهاد می‌کنند که افراد شب‌ها ۱۰ تا ۲۰ دقیقه زودتر به رختخواب بروند تا خستگی روزانه خود را جبران کنند.

## پیاده‌روی کنید، حتی اگر کوتاه باشد

وقتی ضربان قلب شما افزایش پیدا می‌کند، فشار خون شما نیز افزایش پیدا می‌کند و تاثیر این امر مانند تزریق آدرنالین به خون است.

بهترین کار این است که به شکل منظم ورزش کنید. تحقیقات در این زمینه نشان می‌دهند افرادی که هفته‌ای ۳ روز، روزی ۲۰ دقیقه نوعی ورزش سبک (مانند پیاده روی) انجام می‌دهند، خستگی شان تا ۶۵ درصد کاهش می‌یابد.

همچنین ثابت شده است که افرادی که نوعی ورزش نیمه سبک، مانند ایروبیک، انجام می‌دهند، کمتر احساس خستگی کرده و شب‌ها راحت‌تر می‌خوابند.

یکی از دلایل این امر این است که ورزش هورمون‌های استرس را کاهش می‌دهد، در نتیجه افراد ورزشکار آرامش بیشتری دارند.

## تاثیر زمستان: وزن شما

شما دچار جنون نشده‌اید اگر فکر می‌کنید لاغر ماندن در فصل سرما تقریباً غیر ممکن است. وقتی هوا گرم و روزها طولانی است، ورزش و فعالیت کردن راحت‌تر است.

در فصل سرما به دلیل روزهای کوتاه و هوای سرد، ورزش کردن سخت‌تر است. همچنین

میل بیشتر بدن به کربوهیدرات و وجود برخی مناسبت‌ها این مشکل را تشدید می‌کنند.

## ما چند راهکار را در نظر گرفته‌ایم که تاثیرات منفی سرما بر وزن شما را کاهش می‌دهد.

### خود را مجهز کنید

برای پیاده روی و ورزش در روزهای سرد سرما خود را آماده کنید. تمام لباس‌های مناسب این فصل را از کمدهای بیرون بکشید.

پوشیدن لباس‌های گرم (مانند شالگردن، دستکش، کاپشن و کلاه) ورزش در هوای سرد را لذت بخش‌تر می‌کند.

### ورزش را تا می‌توانید کم در دسترس و شیرین کنید

سعی کنید کمی بیشتر از معمول فعالیت کنید. مثلاً به جای اینکه در یک رستوران با دوستان قرار ملاقات بگذارید، همدیگر را در یک پارک در حال پیاده‌روی ملاقات کنید. یا هنگام خرید چند دور بیشتر به دور فروشگاه راه بروید. اگر تعدادی کیسه بار نیز در دست‌تان باشد، این ورزش سودمند تر می‌شود.

### غذاهای سالم مصرف کنید

محققان به این نتیجه رسیده‌اند که یکی از دلایلی که ما حتی پس از سیر شدن نیز دست از خوردن نمی‌کشیم، این است که غذاهای درستی مصرف نمی‌کنیم.

سعی کنید در فصل سرما بیشتر از میوه و سبزیجاتی، خصوصاً میوه‌هایی مثل پرتقال استفاده کنید. استفاده از میوه‌های منجمد نیز خالی از فایده نیست.

اما اگر میوه‌ها تازه باشند، خواص آن بسیار بیشتر است.

### خود را سرگرم کنید

در خانه ماندن زیاد گاه باعث بی‌حوصلگی و افسردگی می‌شود. اگر شما آدم حساسی باشید، این حس در شما تقویت می‌شود.

اما می‌توان با کمی ابتکار، سرما را به فصلی شاد و به یادماندنی تبدیل کرد. انجام فعالیت‌هایی شاد و لذت‌بخش می‌تواند باعث شود مغز شما دوپامین بیشتری تولید کند.

دوپامین نوعی هورمون است که احساسات منفی را از شما دور کرده و گاه از پرخوری‌های عصبی جلوگیری می‌کند.





## اینترنت بر روی فیبر نوری

(برای اولین بار در شهر قزوین)

سرعت ۸ الی ۵۰ مگابایت/ثانیه  
حجم ۳۶۰ الی ۲۰۰۰ گیگابایت دانلود در ماه  
پرداخت اقساطی و پس پرداخت بر روی قبض تلفن  
کیفیت بالا و بدون نویز بواسطه زیرساخت فیبر نوری

کابل کشی رایگان فیبر تا رایانه شما



شرکت مخابرات ایران

(سامی نام)

منطقه قزوین



شرکت مخابرات ایران  
دستی نام  
منطقه قزوین

# پرداخت آسان قبض تلفن ثابت با شماره

