

به نام خداوند بخشاینده مهربان



فصل نامه داخلی ایران مال

شماره ۲، زمستان ۱۳۹۹

www.iranmall.com



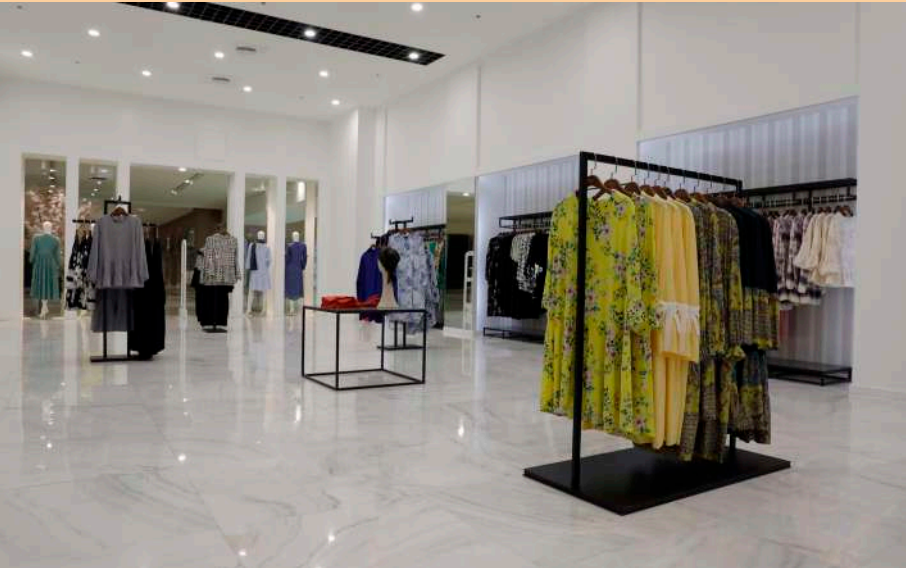
ایران مال

اداره کل روابط عمومی



۲۵..... شایسته ای؛ در راس ایران مال
 ۲۶..... آینده درخشان ورزش های یخی کشور
 ۲۸..... تیمچه حاج علی اکبر
 ۳۰..... حجره، فراتر از یک معنا
 ۳۲..... رد پای توسعه در توس
 ۳۴..... تاریک ترین شب سال
 ۳۶..... آینده را با «آینده داران» بسازید
 ۳۹..... پلی به سوی تعالی فرهنگی
 ۴۰..... پنجمین کنگره جهانی یوسرن
 ۴۲..... گفت و گو با فواد بابان
 ۴۲..... پهلوانان ایران مال، همچنان بی رقیب

۴ سرمقاله
 ۶..... بازدید های برتر ایران مال
 ۸..... نشستن در جان فضا
 ۱۰..... مسافرانہ کلید گشایش تماشاخانه
 ۱۲..... پنج راهکار برای جذب مشتری
 ۱۴..... ایرانی یا خارجی؟
 ۱۶..... سفره پهن ایران مال
 ۱۸..... صید از پی صیاد دویدن هنر است
 ۲۰..... چیزی بیش از شستشوی خودرو
 ۲۲..... نقطه اتکاء نقاهتگاه
 ۲۴..... کجای مال را بیشتر دوست دارید؟



چند

مدیر مسوول: مرتضی عُرقی
سر دبیر: حسین سفاری
مدیر هنری: محمد مهدی درویشان پور
عکس: محمد نوروزی
روی جلد: شربت‌خانه ایران‌مال



ایران‌مال

ادواتل روابط عمومی

فصلنامه داخلی ایران مال

آدرس دفتر مرکزی

تهران . انتهای بزرگراه شهید همت

بزرگراه شهید خرازی . ایران‌مال

اداره کل روابط عمومی

کد پستی : ۱۴۹۶۹۱۶۷۷

تلفن : ۰۲۱ - ۴۶۰۲۵۰۳۸

www.iranmall.com

info@imcc.ir

[@the_iranmall](https://www.instagram.com/the_iranmall)

می‌کردند. در این میان آنچه بیش از هر چیز به چشم می‌خورد نقاشی‌های در هم و برهم یا گرافیتی‌هایی (Graffiti) بود که روی درودیوار، واگن‌ها و اتاقک‌های اتوبوس‌ها نقش بسته بود. در آن زمان دو جرم‌شناس یعنی جیمز ویلسون و جورج کلینگ مأمور بررسی مسئله هرج‌ومرج در نیویورک و حل آن شدند. آنان هم پس از بررسی علمی، تئوری پنجره شکسته (Broken Window Theory) را مطرح و تأکید کردند که هرج‌ومرج و نابسامانی ممکن است نه به دلایل اساسی و لاینحل، بلکه به دلایل کوچک ایجاد شوند و سپس گسترش یابند. ویلسون و کلینگ گفتند که اگر پنجره‌ای شکسته باشد و مرمت نشود، شیشه‌های سالم دیگر هم خواهند شکست و بی‌قانونی و هرج‌ومرج از خیابان به خیابان و از محله‌ای به محله دیگر گسترش می‌یابد. آن‌ها از همه مشکلات بنیادین و متعدد نیویورک روی نقاشی‌های کشیده شده روی دیوارها و داخل واگن‌های مترو دست گذاشتند و پیشنهاد کردند که با اصلاح این تصاویر امکان بروز تغییر در نیویورک وجود خواهد داشت.



ایران مال

پنجره‌ای به سوی شکوفایی اقتصادی

مرتضی عرفی



شکوفایی اقتصادی برای همه کشورهای جهان به‌عنوان یک هدف عالی محسوب می‌شود. دستیابی به این هدف را می‌توان از دو دیدگاه خرد و کلان بررسی کرد. اگرچه دیدگاه کلان برای دستیابی به شکوفایی اقتصادی شامل قدم‌ها و حرکت‌های متعددی در زیرساخت‌ها و رونمای اقتصادی کشور است، اما ایجاد و تقویت بنگاه‌های چندمنظوره اقتصادی و فرهنگی مانند ایران مال یکی از ملزومات مهم برای ایجاد تلقی واقعی از پیشرفت و امکان‌پذیر بودن دستیابی سریع به شکوفایی اقتصادی در کشوری با امکانات فراوان مانند ایران اسلامی است.

بد نیست در این زمینه به مثالی اشاره کنیم. اگر شما در دهه هشتاد میلادی در خیابان‌های نیویورک قدم برمی‌داشتید، کمتر نشانه‌ای از یک شهر پیشرفته جهان را در آن مشاهده می‌کردید. در آن زمان نیویورک یکی از شهرهای پر هرج‌ومرج جهان محسوب می‌شد. باج‌گیری در ایستگاه‌ها و در داخل قطارها امری روزمره و عادی بود. مترو نیویورک به علت فرار از پرداخت پول بلیت سالی ۲۰۰ میلیون دلار ضرر می‌داد. مردم از روی نرده‌ها به داخل ایستگاه می‌پردند و یا خودروهای عمومی را به‌عمد خراب

آن است. یکی از بخش‌های مهم خدماتی ایران هم مراکز خرید چندمنظوره، با کارکردهای جامع اقتصادی تفریحی، ورزشی و فرهنگی است که می‌تواند باراندازی مهم در جهت عرضه و صادرات کالاهای ساخت داخل به بازارهای بین‌المللی محسوب شود.

مدیریت متمرکز کارآمد و مسئول در بازار بزرگ ایران می‌تواند پندار بی‌نظمی و حتی بی‌قانونی را از اذهان مخاطبان داخلی و بین‌المللی در عرصه‌های مختلف اقتصادی

بزداید و نشان دهد که می‌توان اقتصاد آینده ایران را بر پایه مراکز مدرن، روزآمد، با فن‌آوری‌های پیشرفته و درنهایت مرتبط با مراکز شاهرهای اقتصادی در جهان

مدیریت متمرکز، کارآمد و مسئول در ایران مال می‌تواند پندار بی‌نظمی و حتی بی‌قانونی را از اذهان مخاطبان داخلی و بین‌المللی در عرصه‌های مختلف بزداید

پایه‌ریزی کرد و به‌سرعت به‌پیش برد. با توجه به این سخنان درکنار ظرفیت‌های کم‌نظیر اقتصاد ایران می‌توان برای به‌فعلیت رساندن قابلیت‌های اقتصادی کشور، برنامه‌ریزی داشت و تلاش کرد. برای اینکه پس از سال‌ها مشکلات اقتصادی بتوانیم به سوی شکوفایی اقتصادی برویم باید نوع نگاه مسئولان، نخبگان و عموم مردم را به شکل راهبردی تغییر دهیم. در این مسیر گام ابتدایی نگاه امیدوارانه‌تر به پنجره‌های زیبای گشوده شده به روی آینده اقتصادی و از بین بردن تلقی غلط ناممکن بودن اصلاح و پیشرفت اقتصادی با تغییرات کوچک و برنامه‌ریزی شده بر اساس علم و دانش روز است.

به‌این‌ترتیب تأسیس و ادامه کار بازار بزرگ ایران را می‌توان یکی از حرکت‌های مناسب بخش خصوصی کشور در جهت حل مشکل پنجره‌های شکسته به‌خصوص در اقتصاد کشور و بهبود و رونق کسب‌وکار به شکل بنیادین دانست. فعالیت بازار بزرگ ایران و تداوم روند رو به رشد آن می‌تواند موجب ایجاد حرکت‌های زنجیره‌ای و پیش‌برنده اقتصاد ملی شود.

در پی این پیشنهاد یک کارگاه بزرگ تعمیر و نقاشی واگن در محله هارلم بر پا شد و واگن‌های دارای نقاشی‌های یاس اور خیابانی بلافاصله به آنجا منتقل و نقاشی شدند. آن‌قدر این اصلاح واگن‌ها ادامه یافت که نقاشی‌های روی واگن‌ها از نیویورک رخت بربست و شگفت‌آورتر اینکه این حرکت به بخش‌های دیگر نیویورک هم تسری یافت و بعد یک دهه این شهر آشوب زده به شهری مدرن و قابل سکونت تبدیل شد. الگویی که نظریه پنجره شکسته به وجود آورد این بود که لازم نیست تغییرات، بنیادی و اساسی باشند بلکه تغییراتی کوچک و شاید ظاهری می‌توانند تحولات سریع و زنجیره‌ای را در جامعه به وجود آورند.

اگر تولید هر اقتصادی را به سه بخش کشاورزی، صنعت و خدمات دسته‌بندی کنیم، سهم بخش خدمات در اقتصاد جهانی حدود ۶۰ درصد است. به‌عبارت‌دیگر ارزش بخش‌های خدماتی یک و نیم برابر ارزش تولیدات بخش کشاورزی و صنعتی است. بنابراین توجه به بخش خدمات و رهاسازی ظرفیت‌های آن می‌تواند ۶۰ درصد توان اقتصادی یک کشور را فعال سازد. این مسئله به‌خوبی گویای ظرفیت‌های اقتصادی بخش خدمات در ایران و خرده‌فروشی به‌عنوان یکی از ارکان



در میان اقشار مختلف بازدیدکنندگان که روزانه از مجموعه ایرانمال بازدید می‌کنند، افراد زیادی نیز وجود دارند که حسب موقعیت شغلی و اداری خود و یا برای نشان دادن عظمت این سازه فرهنگی به میهمانان خارجی خود به صورت رسمی و گروهی به این مجموعه می‌آیند. در واقع این مجموعه نمونه کوچکی است از عظمت فرهنگ و تمدن ایرانی اسلامی که با همت کارآفرینان این مرز و بوم در یک سازه خیره کننده کنار هم جمع شده اند و تشکیل یک هویت واحد را داده اند.

آنچه در ادامه می‌آید برخی اظهارنظرهای صورت گرفته در خلال بازدیدهای رسمی است که با رعایت تمامی ظرافت ها و پروتکل های بهداشتی در ماه های گذشته صورت گرفته است:



خانم پویا محمودیان، معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی میراث فرهنگی و گردشگری:
 « ایران مال یکی از ظرفیت های بسیار خوب کشور است که دارای زیرساخت های فنی- مهندسی قوی است. ایران مال قطعا می تواند به عنوان یکی از جاذبه های گردشگری در شهر تهران و به عنوان یکی از مقاصد گردشگری برای گردشگران خارجی قلمداد شود.»



خانم مهین فرهادی زاد، معاون توسعه ورزش بانوان وزارت ورزش
 « ایران مال به عنوان تنها دارنده پیست مجهز یخ در کشور می تواند در توسعه ورزش هاکی روی یخ بسیار مؤثر باشد.»

بازدیدهای برتر



دبیرکل کمیته ملی یونسکو در ایران:

انسان با دیدن این مجموعه عظیم احساس هویت می کند

مهدی معظمی

عظمت، طراوت، زیبایی و شکوه هنر ایرانی اسلامی از جمله مواردی هستند که معمولاً هر بازدید کننده ای پس از آمدن به ایران مال به آنها اشاره می کند. استفاده از پوشش های گیاهی زنده و با طراوت از یکسو و نقش ها و دیوارنگاره های بازار سنتی در کنار عظمت و شکوه کتابخانه جندی شاپور از سویی دیگر، چشم هر بازدید کننده ای را به خود خیره می کند.



« این بازدید در حاشیه امضای تفاهم نامه همکاری با فدراسیون کشتی ایران صورت گرفته است. افزایش مبادلات ورزشی و فرهنگی میان صربستان و ایران برای دو طرف سودمند است.»

آقای حجت اله ابوبی، دبیرکل کمیته ملی یونسکو در ایران

«نماینده شورای علمی فرهنگی ملل متحد (یونسکو) برای انتقال مرکز اسناد و کتابخانه خود به ایران مال آمادگی دارد. انسان با دیدن این مجموعه عظیم احساس هویت می کند.»

آقای ماچی فائو کوفسکی، سفیر کشور لهستان در ایران

« باید همکاری های اقتصادی میان بخش خصوصی ایران و لهستان افزایش یابد. بزرگی و وسعت ایران مال موجب شگفتی است و طراحی و خدمات ارائه شده در بخش های مختلف، بازار بزرگ ایران را در سطح ممتاز بین المللی قرار می دهد.»

آقای زلیکو ترایکوویچ، رئیس فدراسیون کشتی صربستان





ریشه چند هزار ساله «باغ ایرانی» اشاره دارد، همچنین ساخت مجموعه زیبای تیمچه حاج علی اکبر که بازار سنتی ایرانی را به زیبایی هر چه تمام‌تر به تصویر می‌کشد، نمونه‌هایی از توجه ویژه به فرهنگ اصیل ایرانی و هنر معماری سنتی کشور است. پر واضح است ساخت مسجد زیبای محمد رسول (ص) نیز در همین راستا قابل تفسیر است. اما توجه به فرهنگ ایرانی صرفاً در این بناها خلاصه نشده است. نقش‌های سنتی اقوام مختلف ایرانی در جای جای ایران‌مال دیده می‌شود. از جمله می‌توان به بازنمایی نقش لباس «چوقا» به عنوان لباس قوم بختیاری در نقش‌ها و نمای این بنای بزرگ اشاره کرد و البته نمونه‌های دیگر از این دست وجود دارند که اشاره به همه آنها فرصتی جداگانه می‌طلبد.

بدیهی است با چنین عقبه‌ای، نمی‌توان در ایران‌مال به سادگی از کنار مناسبت‌های ملی و مذهبی گذشت. چاپ بنرهای مرسوم و کلیشه ای تبریک و تسلیت و گرمی‌داشت نیز جز «اسقاط تکلیف» یا به اصطلاح از سر باز کردن نمی‌توان تفسیر کرد. لذا طراحی روشی نظام‌مند برای اشاره و پرداختن به این مناسبت‌ها نیاز به فکری بکر داشت که البته جمع این نیاز و راهکارهای موجود به نتیجه‌ای دلپذیر ختم شد. چون می‌دانستیم مجموعه بازار سنتی ایران‌مال محل مناسبی برای به ثمر رسیدن این گونه طرح هاست.

به عنوان اولین تجربه در محرم سال ۹۸ ایده پرداخت ویژه به ایام عزاداری امام حسین(ع) در بازار سنتی در روابط عمومی بازار بزرگ ایران شکل گرفت. ایده اصلی این بود که به نوعی خاص و منحصربه‌فرد این مناسبت گرمی داشته شود.

نشستن در جان فضا

تجربه موفق از پرداخت غیرکلیشه ای به مناسبت های تقویمی

سید مصطفی حسینی

پرداختن به مناسبت‌های ملی و مذهبی در مراکز تجاری و اداری اصولاً به دلایل مختلف، با دشواری‌هایی همراه بوده است. بخشی از این دشواری‌ها به وجود اجبار و تحمیل برخی ایده‌های کلیشه‌ای برای پرداختن به این مناسبت‌ها باز می‌گردد. در واقع روابط عمومی‌ها متناسب با تقویم رسمی کشور، خود را ملزم به اعلام و گرمی‌داشت برخی مناسبت‌ها می‌بینند که خود چندان اطلاع درستی از اهمیت آنها ندارند. طبیعی است که عدم اطلاع و دانش کافی باعث می‌شود که روابط عمومی‌ها با این مناسبت‌ها به صورت منفعل، فرمایشی و دستوری برخورد کنند و در نهایت بازنمایی نامناسبی از آن ارائه نمایند. یکی از کارهای مهمی که اخیراً روابط عمومی بازار بزرگ ایران در خصوص برقراری ارتباط موثر با مخاطبان خود انجام داد، توجه خاص به مناسبت‌های ملی و مذهبی بود که این موضوع بیش از هر چیز ریشه در ماهیت ایران‌مال دارد. این مجموعه بزرگ، با نگاهی خاص و عمیق به هویت فرهنگی کشور و وجود بناهایی چون باغ ماهان و باغ دیدار که به



تاریخ تا امروز این استندها بارها و بارها شاهد رونمایی از آثار هنری فاخر متناسب با مناسبت‌های مهم بوده‌اند و اخیراً نیز با معرفی فضاهای مهم ایران‌مال به صورت دائمی در ورودی و خروجی بازار سنتی جای‌گذاری شده‌اند.

این تجربه موفق به همه آموخت که پرداختن به مناسبت‌های ملی و مذهبی در ایران‌مال دیگر فرمایشی و از نوع اسقاط تکلیف نیست، بلکه به بخشی از وجود اصلی مال تبدیل شده است. طراحی استندهای چوبی بازار سنتی تجربه شیرینی بود که نشان می‌داد، تبلیغات باید در جان

فضا بنشینند، چشم‌نواز و عاری از هرگونه حرکات تصنعی و ویژگی‌های غیرطبیعی باشد. بدیهی است از تبلیغات برای سازه‌ای به بزرگی ایران‌مال که از فرهنگ دیرین این دیار نشان‌ها دارد، جز این نیز انتظار نمی‌رود.

لذا از گروهی از کارشناسان هنری دعوت شد تا برای فضای بازار سنتی چیدمانی نو پیشنهاد دهند. این گروه با نظارت تیم تولید محتوای روابط عمومی ایران‌مال، دکوراسیونی از جنس چوب و با رنگی متناسب با رنگ بازار سنتی پیشنهاد دادند که از دو جزء عمده تشکیل شده بود.

یک استند عریض که پرده‌ای در وسط داشت و دو گوشواره که در واقع نقش کتیبه‌های عزا روی آن‌ها قرار می‌گرفت. جزء دیگر شامل استندهای کوچک بود که فقط کتیبه‌های عزا را در دل خود جای می‌داد. در آن زمان یک

نقاشی قهوه‌خانه‌ای که نمایش‌گر نبرد روز عاشورا بود، به عنوان پرده اصلی استند چوبی عریض، زینت بخش بازار شد و پرچم‌های عزا در گوشه گوشه بازار قرار گرفتند. دهه محرم که تمام شد و بازخوردهای مثبت از این اقدام به روابط عمومی رسید، این فکر را پدید آورد که می‌توان بقیه مناسبت‌ها را نیز با آثار هنری فاخر و در همین «مدیوم» پوشش داد. از آن

**تبلیغات باید در جان فضا
بنشینند، چشم‌نواز و عاری از
هرگونه حرکات تصنعی و
ویژگی‌های غیرطبیعی باشد**





«مسافران» کلید گشایش تماشاخانه

با نمایش «مسافران» چراغ تئاتر در ایران مال روشن شد

مجید غلامرضایی

ایران مال منجر به ترغیب و تلاش مضاعف سایر بخش‌های فرهنگی و هنری در کشور گردد.

اکبر تشکری نیا معاون فرهنگی ایران مال نیز دیگر سخنران این مراسم بود که از مراحل مختلف ساخت و طراحی تماشاخانه به ارائه گزارش پرداخت. تشکری نیا همچنین توجه ویژه به توسعه فرهنگی را از مهم‌ترین انگیزه‌های ساخت ایران مال برشمرد و از آن به‌عنوان بزرگ‌ترین مال خاورمیانه یاد کرد.

در این مراسم مجید رجیبی معمار مدیرعامل خانه هنرمندان نیز حضور داشت که وی نیز در گفتگو با روابط عمومی ایران مال، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در عرصه هنر کشور را گنجینه‌ای گران‌بها دانست که در شرایط اقتصادی فعلی قادر است بار سنگینی از دوش دولت بردارد.

از دیگر میهمانان این مراسم احمد مسجد جامعی عضو شورای شهر بود که از افتتاح این پروژه فرهنگی در ایران مال ابراز خرسندی کرد.

مراسم افتتاحیه تماشاخانه در ایران مال با حضور بزرگان و پیشکسوتان عرصه تئاتر و تنی چند از مسئولان هنری کشور برگزار شد و درهای این مجموعه با نمایش «مسافران» به کارگردانی، بازیگری و تهیه‌کنندگی علی عمرانی به روی هنر ششم باز شد.

ایران مال در عصر دوشنبه ۲۴ شهریور ماه ۹۹ درهای تماشاخانه خود را بر روی دعوت‌شدگان به این مراسم باز کرد. سید محمد مجتبی حسینی معاون امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی همراه با احمد مسجد جامعی عضو شورای شهر تهران از میهمانان این مراسم بودند که در کنار پیشکسوتان عرصه تئاتر، رونمایی از این تماشاخانه را به مدیران ایران مال تبریک گفتند.

داریوش ارجمند پیشکسوت عرصه تئاتر و سینما در این مراسم به سخنرانی پرداخت و ضمن ارج نهادن به تلاش بخش خصوصی در توسعه فرهنگ و هنر این مرزوبوم، تماشاخانه ایران مال را نمونه بارز این تلاش برشمرد. ایشان ایران مال را طرحی ملی و کشوری برشمرد و آن را میراثی ماندگار برای آیندگان دانست و در خاتمه ابراز امیدواری کرد تا افتتاح تماشاخانه



طی ماه‌های قبل از افتتاح، جمع زیادی از هنرمندان عرصه نمایش در ایران مال حضور یافتند و از تماشاخانه و امکانات آن بازدید کردند. هنرمندانی چون استاد هادی مرزبان، آتیلا پسیانی کارگردان و بازیگر مطرح سینما و تئاتر در کنار حسین مسافر آستانه کارگردان برجسته تئاتر، همچنین حمید نیلی دبیر جشنواره تئاتر مقاومت، در این بازدیدها ضمن آشنایی با فضاهای گردشگری ایران مال از نزدیک با توانمندی‌های این مجموعه در عرصه سینما و تئاتر نیز آشنا شدند.

مجموعه تماشاخانه ایران مال دارای بیش از پنجاه فضای اختصاصی است که با کاربری‌های هنری، فنی، تفریحی، خدماتی و بهداشتی به علاقه‌مندان تئاتر و هنرمندان خدمات می‌دهد. پیش‌بینی می‌شود با پایان یافتن بیماری همه‌گیر کرونا در کشور این مکان به یک کانون فرهنگی مناسب برای اهالی هنر و بخصوص تئاتر به‌عنوان «هنر ششم» تبدیل شود.

تماشاخانه ایران مال دارای دو سالن اصلی و از مجهزترین مجموعه‌های نمایش در ایران است

اما پایان‌بخش این مراسم، اجرای نمایش‌هایی آئینی از علی عمرانی بود. علی عمرانی هنرمند برجسته تئاتر و سینما در دو بخش بر روی صحنه رفت و با اجرای نمایش‌های خود، به‌طور رسمی صحنه تئاتر این سالن را افتتاح کرد. اجرای نمایش «مسافران» با موضوع امام رضا (ع) اولین بخش از اجرای علی عمرانی بود و پس از آن نمایش «مجموعه پنج تکه از تعزیه‌خوانی ایام محرم» نیز اجرا شد تا پایان‌بخش اولین نمایشی باشد که در تماشاخانه ایران مال به روی صحنه می‌رود.

مجموعه تماشاخانه ایران مال دارای دو سالن اصلی و یک سالن تمرین، همراه با سالن انتظار و لابی است که با زیربنای ۳۷۰۰ مترمربع میزبان علاقه‌مندان حوزه نمایش خواهد بود. از دیگر امکانات این مجموعه که جزو مجهزترین مجموعه‌های نمایشی در کشور است، می‌توان به کافی‌شاپ مجزا، اتاق‌های متعدد فرمان، گرم، کارگردانی و پلاتوهای تمرینی اشاره کرد.



خریداران در هر بازدید بیش از ۱۰۰ دلار خرج کرده اند که ۱۲ درصد افزایش یافته است و ۸۲ درصد از خریداران اظهار داشتند که امسال هم قصد دارند همانند سال گذشته یا حتی بیشتر در مراکز خرید هزینه کنند.

شیوه جذب خریدار

گردش عادی در مال با یک هدف آغاز می شود و در حدود ۸۱ درصد از خریداران می گویند که بر اساس یک برنامه مشخص خرید از مال بازدید می کنند. باین حال اگر آن ها داخل فروشگاه شوند تقریباً سه چهارم (۷۳ درصد) فقط گردش می کنند. این فرصت در اختیار شما است تا نظر آن ها را جلب کنید. برای جلب توجه آن ها می توانید این راهکارها را اجرا کنید:

۱. **به موبایل فکر کنید:** زمان حضور در مال، خریداران وقت زیادی را در تلفن های همراه خود می گذرانند. تقریباً از هر ۱۰ نفر شش نفر از آن ها برای برقراری ارتباط با دوستان و گرفتن نظراتشان در مورد خریدهای احتمالی از تلفن همراه خود استفاده می کنند. ۵۸ درصد از تلفن همراه برای بررسی اطلاعات محصول و ۵۶ درصد از آن ها برای مقایسه قیمت استفاده می کنند. افراد زیر ۴۵ سال گروهی اند که به احتمال زیاد از کوپن های تلفن همراه استفاده می کنند و شامل ۶۶ درصد از افراد هستند. از آنجاکه خریداران به طور مداوم از تلفن همراه خود استفاده می کنند پیام کوتاه را مدنظر قرار می دهند تا با پیشنهادهای و تخفیف های ویژه به آن ها دسترسی داشته باشید. از مشتریان درخواست کنید که آیا می خواهند برای دریافت پیامک از فروشگاه شما ثبت نام کنند. راهکارهای پیام متنی می تواند از حصار جغرافیایی (geo-fencing) برای هدف قرار دادن مشتری در شعاع خاصی از فروشگاه استفاده کند یا از طریق تسخیر یا دربرگیری جغرافیایی (geo-conquesting) همه مشتریان را در شعاع خاصی مخاطب قرار دهد. پیام های متنی می تواند یک روش عالی برای یادآوری به مشتریان عادی باشد که حتی اگر برای بازدید از فروشگاه شما هم به مال نیامده اند سری به آنجا بزنند.

۲. **مخاطبان خود را بشناسید:** نوجوانان

مقاله ای از ریوالسونسکی
منتشر شده در پایگاه Small Business Trends
مارس ۲۰۲۰

پنج راهکار برای جذب مشتری

مهرنوش بیات

شایعات مربوط به مرگ مالها بسیار اغراق آمیز است. مطالعات جدید نشان می دهد که خریداران بیشتر از قبل در مالها وقت می گذرانند و نه تنها خرید می کنند بلکه آن ها برای سرگرمی، صرف غذا و معاشرت و گذران وقت هم از این مراکز استفاده می کنند. مطمئناً با شروع فصل تعطیلات و بازگشایی مدارس میزان رفت و آمد به مالها بیشتر شود و این در حالی است که میزان مراجعه به مالها در طول سال ثابت است. حال این سوال مطرح می شود که چگونه می توان از میزان مراجعه افراد استفاده کرد تا خریداران بیشتری را به فروشگاه جذب کرد؟

بازدید بیشتر، زمان بیشتر، هزینه بیشتر

با افزایش خرید آنلاین، سازندگان عمده مالها با سرمایه گذاری های خود تجربه مال سازی را بهبود بخشیدند تا کاری کنند که مشتریان مدت زمان طولانی تری را در آنجا بگذرانند و این امر نتیجه بخش بوده است. تقریباً از هر ۱۰ خریدار ۳ نفر در این نظرسنجی (۲۸ درصد) اظهار داشتند که امروز در مقایسه با دو سال پیش بیشتر از مالها بازدید می کنند. در گروه سنی ۱۸ تا ۴۴ سال، ۴۰ درصد بیشتر از دو سال پیش وقت خود را در مال می گذرانند. به طور کلی، خریدار میانگین ۲ ساعت و ۴۲ دقیقه برای هر گردش در مال وقت می گذارد و در این مدت به ۶،۱ فروشگاه مراجعه می کند.

همچنین میزان پولی که مشتریان در هر خرید صرف می کنند افزایش یافته و این بالاترین میانگین در سال های گذشته بوده است. از سال ۲۰۱۱ تاکنون





محصولات و خدمات جدید ارائه شده در مال می دانند.
۴. بدانید که تعطیلات چگونه بر الگوی خرید
 تأثیرگذار است: جدا از تعطیلات زمستانی، روز مادر و روز ولنتاین، مردان بیشتری را برای خرید هدایا به مال ها می کشاند این در حالی است که بازگشایی مدارس و تعطیلات زمستانی نوجوانان بیشتری را برای خرید لباس و وسایل مدرسه جذب می کند. اگر هر یک از این ها جزو ویژگی های جمعیتی شناختی مشتریان شماست، می توانید برای جلب توجه آن ها در آن بازه زمانی استفاده کنید.

۵. فراتر از خرید فکر
 کنید: علاوه بر خرید و گشت وگذار ممکن که مصرف کنندگان در مال ها به خوردن غذا در بیرون از منزل، تماشای فیلم یا بازدید از مکان های تفریحی دیگر همچون بازی یا سالن های بولینگ بپردازند و فراموش نکنید، همه به غذا خوردن احتیاج دارند، بنابراین بسیاری از خریداران زمانی به فودکورت یا مکان های دیگر مراجعه می کنند. تبلیغات یا حضور داشتن در نزدیکی این مکان ها می تواند به کسب و کار شما کمک کند تا توجه مصرف کنندگان را حتی اگر برای خرید نیامده باشند جلب کنید.

اطلاع از اینکه مشتری هدف شما چه زمانی از مال بازدید می کند، می تواند به شما در ایجاد تبلیغات یا برپایی رویدادی خاص برای جذب او کمک کند

همانند آقایان بیشتر، آخر هفته ها به مال می آیند. از دوشنبه تا پنجشنبه خانم ها بیشتر از آقایان و خریداران بالای ۵۵ سال بیشتر از مصرف کنندگان جوان از مال ها بازدید می کنند. برای همه گروه های سنی بیشترین بازدیدها بعد از ظهر و پیش از غروب انجام می شود. اطلاع از اینکه مشتری هدف شما چه زمانی از مال بازدید می کند می تواند به شما در ایجاد تبلیغات یا برپایی رویدادی خاص برای جذب آن ها کمک کند. به عنوان مثال، کتاب فروشی می تواند یک ساعت برای قصه گویی والدین کودکان خردسال در طول روز از دوشنبه تا پنجشنبه اختصاص دهد.
۳. فروشگاه های همه چیز فروش (Piggyback):
 لباس و لوازم تزئینی متداول ترین اجناسی هستند که مردم در مال ها خرید می کنند: ۸۹ درصد خریداران به دنبال لباس و ۶۷ درصد به دنبال لوازم تزئینی هستند. حتی اگر خودتان این محصولات را نمی فروشید با در اختیار قرار دادن نمونه، بروشور یا کوپن های نزدیک به این فروشگاه ها از محبوبیت آن ها بهره مند شوید. همچنین تبلیغات خرید را در نزدیکی این مکان ها در نظر بگیرید. بیش از هشت نفر از مجموع ۱۰ مصرف کننده (۸۳ درصد) می گویند که متوجه تبلیغات دیداری مانند تبلیغات بنری می شوند و بیش از نیمی از آن ها این نوع تبلیغات را روش خوبی برای اطلاع از

درصد خریداران به دنبال لباس و ۶۷ درصد به دنبال لوازم تزئینی هستند. حتی اگر خودتان این محصولات را نمی فروشید با در اختیار قرار دادن نمونه، بروشور یا کوپن های نزدیک به این فروشگاه ها از محبوبیت آن ها بهره مند شوید. همچنین تبلیغات خرید را در نزدیکی این مکان ها در نظر بگیرید. بیش از هشت نفر از مجموع ۱۰ مصرف کننده (۸۳ درصد) می گویند که متوجه تبلیغات دیداری مانند تبلیغات بنری می شوند و بیش از نیمی از آن ها این نوع تبلیغات را روش خوبی برای اطلاع از

ایرانی یا خارجی؟

دیدگاه خریداران ایران مال در خصوص کیفیت کالای ایرانی و خارجی

هما تقوایی

همیشه کالاهای خارجی در مقابل کالاهای داخلی (ساخت ایران) از توجه بیشتر و اولویت بالاتری در میان خانواده‌های ایرانی برخوردار بوده اند؛ موضوعی که به وضوح نشان می‌دهد ایرانی‌ها ذهنیت بهتری نسبت به کیفیت کالاهای ساخت خارج دارند. دیدگاه غالب مردم این است که محصولات خارجی از کیفیت بهتری برخوردارند و سال‌های بیشتری برای‌شان کار می‌کند.

حجره

شاید بتوان گفت عدم حمایت جدی و سیستماتیک از تولید کنندگان داخلی همواره یکی از مهم‌ترین عوامل کاهش توان رقابت کالاهای ایرانی با کالاهای خارجی بوده است. در این میان پیشنهاد تحلیلگران اقتصادی برای حل این مشکل، اصلاح باور مردم و مصرف‌کنندگان در خصوص کالای ایرانی است که این امر هم نیازمند کیفیت و قیمت رقابتی است. حمایت از کالای ایرانی یکی از محورهای مهم اقتصاد مقاومتی است که برای تحقق آن تمام احاد جامعه اعم از مسئولان، تولیدکنندگان، کارگران و مردم به عنوان مصرف کنندگان نهایی، مسئولند. بدیهی است پشتیبانی از تولید ملی به منزله حمایت از اشتغال، کار و سرمایه ملی و کارگر ایرانی است و ایران‌مال نیز همچون سایر بخش‌های جامعه، خود را در برابر این مهم مسئول می‌داند. در این راستا برای دریافت دیدگاه‌های مختلف مردمی به بخش‌های مختلف ایران مال رفتیم و نظر آنان را در این خصوص جویا شدیم. بخشی از سخنان این عزیزان را باهم می‌خوانیم:

علی محمدی، ۴۲ ساله محل گفتگو: باغ دیدار

ساخت چنین مجموعه‌ای از سوی بانک آینده قابل تقدیر است چرا که این مجموعه باعث شده است تا غیبه مال‌های مشابه در کشورهای همسایه را نخوریم. از طرف دیگر شنیده ایم که مبلغ اجاره فروشگاه‌های این مجموعه در صدی از فروش است و لذا فروشندگان انعطاف لازم را با توجه به نوسانات درآمدی دارا می‌باشند. بنابراین هیچ فروشنده و تولیدکننده‌ای با درآمد ماهانه کم مغازه خود را از دست نمی‌دهد. این امر باعث می‌شود تا فضای حمایتی برای فروشنده ایجاد شود که این بسیار قابل توجه است.

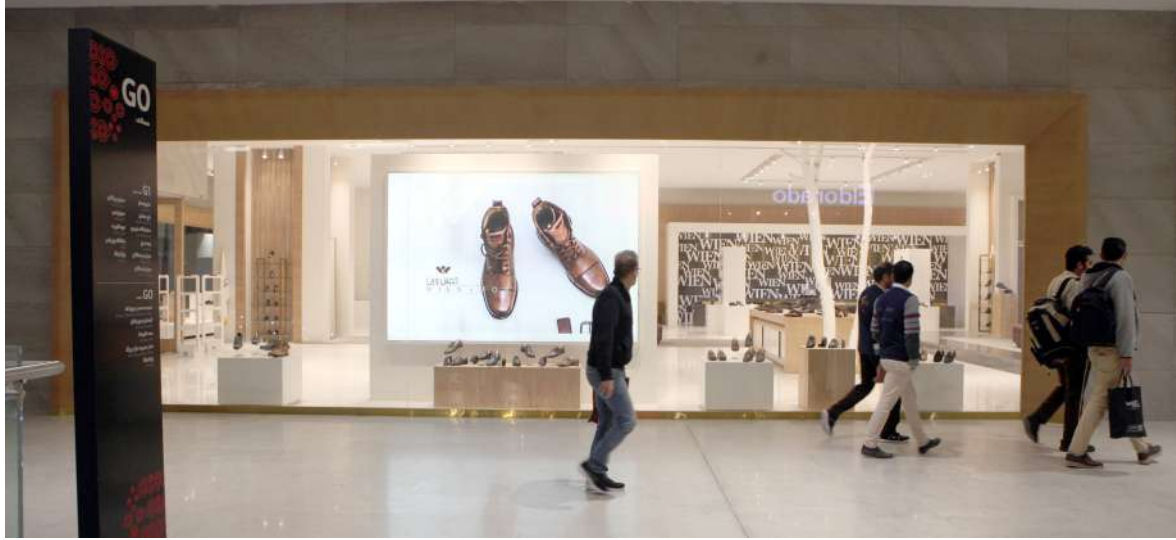
الهام حنایی ۳۴ ساله محل گفتگو: راهروی جنوبی طبقه ۳

خوشبختانه اخیراً کیفیت کالاهای تولیدکنندگان ایرانی بهتر شده است. به عنوان مثال در زمینه پوشاک از نظر طراحی، کیفیت پارچه و دوخت کیفیت خوبی دارند و همه خانواده‌ها با هر سلیقه و سطحی از توان مالی می‌توانند از آنان خرید کنند. از فروشگاه «سله بن» و «سارک» با قیمت

بازدیدکننده خانم

محل گفتگو: تالار اشراق طبقه ۳

به نظر بنده تعداد تولیدکنندگان داخلی که کالای باکیفیت تولید می‌کنند، کم است که این می‌تواند به علل مختلف مثل عدم حمایت از آنان باشد. البته این حمایت باید چند جانبه باشد و به قول معروف با یک گل بهار نمی‌شود. متأسفانه با توجه به شرایط اقتصادی فعلی و کم شدن توان خرید مردم، من نوعی ترجیح می‌دهم با خرید کالایی که از کیفیت آن اطمینان ندارم ریسک نکنم.



حمایت‌ها ادامه پیدا کند و البته که می‌تواند به شکوفایی خود مجموعه هم کمک کند.

مینا مرزبان ۳۷ ساله محل گفتگو: هایپر استار

بنده از مشتریان ثابت ایران مال و مخصوصا هایپر استار آن هستم که به طور متوسط هفته ای یک مرتبه از اینجا خرید می‌کنم. اکثر برندهای محصولات در هایپر استار ایرانی هستند. محصولات ایرانی مخصوصا در بخش غذایی کیفیت خوبی دارند. پوشاک زنانه آن هم از میان تولیدکنندگان خوب ایرانی هستند که از خرید و استفاده آن رضایت کامل دارم.

محمدعلی کامکار ۵۸ ساله محل گفتگو: راهروی جنوبی طبقه

وقتی حرف از حمایت به میان می‌آید نباید انتظارات تنها از مصرف‌کننده باشد و فقط از ما توقع داشته باشند. دولت، تولیدکننده و مصرف‌کننده، هر سه در این حمایت نقش دارند. اگر من به عنوان مصرف‌کننده با خرید اجناس ایرانی از آنان حمایت می‌کنم، تولیدکننده هم موظف است با کیفیت مطلوب و قیمت مناسب این تعامل را حفظ کند. پیشرفت تولیدکنندگان داخلی تاکنون خوب بوده ولی تحریم‌ها و نبود فضای رقابتی باعث شده که این روند مطلوب نباشد. حمایت‌های این مجموعه و بانک آینده هم بسیار قابل تقدیر است.

عدم حمایت جدی و سازمان یافته از تولیدکنندگان داخلی یکی از مهم‌ترین عوامل کاهش توان رقابت کالاهای ایرانی بوده است

متوسط و مناسب تا فروشگاه «سالیان» که کیفیت بهتر و قیمت بالاتری دارد. ما هم ترجیح می‌دهیم کالای تولیدکنندگان ایرانی را بخریم چون هم طراحی زیبایی دارند و قابل رقابت با مشابه خارجی هستند. اولویت دادن این مجموعه به حضور برندهای ایرانی، اتفاق خوبی است.

یک بازدیدکننده خانم محل گفتگو: طبقه ۳ باغ ماهان

مدتی قبل طرحی به نام «آینده داران» در ایران مال اجرا شد که به نظر بنده یک حمایت دو جانبه از خریدار و صاحبان فروشگاه‌ها بود. علت آنکه، با شرایط پیش آمده ناشی از همه‌گیری کرونا هم فروشندگان و تولیدکننده‌ها وضعیت مساعدی ندارند و هم مردم در شرایط اقتصادی بدی قرار دارند. امیدواریم که اینگونه طرح‌ها و این حمایت‌ها از سوی صاحبان مجموعه ادامه یابد.

شهرام خاکسار ۴۸ ساله محل گفتگو: راهروی شمالی طبقه ۱

بنده به عنوان سرپرست خانواده با توجه به شرایط نامساعد اقتصادی فعلی اگر کالایی ایرانی، کیفیت خوب و قیمت مناسبی داشته باشد، قطعاً استقبال می‌کنم. حضور فروشگاه‌هایی مثل «ایران کتان» در این مجموعه بسیار قابل تحسین است. البته بهتر است نظارت دقیق تری روی قیمت اجناس باشد. از آنجا که به دلیل محدودیت‌های ناشی از همه‌گیری کرونا بسیاری از کسب و کارها وضعیت خوبی ندارند، امیدواریم این



در این راستا مجموعه ایران مال علاوه بر دعوت از برندهای معتبر غذایی، توجه به غذاهای سنتی هر کشور را نیز در توسعه سیاست های گردشگری خود گنجانده است. از این رو گردشگران در ایران مال علاوه بر خرید و بازدید از فضاهای آراسته، می توانند غذاهای سنتی ایرانی و خارجی را نیز تجربه کنند. انواع غذاهای سنتی، فست فودها و غذاهای خارجی را می توان در رستوران ها و فودکورت های ایران مال یافت که البته هریک مشتریان خاص خود را دارند. نظر به اهمیت موضوع برآن شدیم تا در هر شماره از فصلنامه «حجره» به معرفی غذاهای ارائه شده در رستوران های ایران مال بپردازیم و علاوه بر نحوه تهیه، سرو و ارائه غذاها در مورد تاریخچه و ملیت آنها نیز گزارش دهیم.



غذای کودک به صرف بازی

همه ما بر این باوریم که در میان همه های مختلف از اسامی غذاها، نگرانی همه والدین مشترک است: «سلامتی کودک باید حفظ شود». این که مواد تشکیل دهنده آسیبی برای کودکان ایجاد نکند و اینکه بهداشت محیط در مکان طبخ و عرضه رعایت شود.

فود کورت الماس در ضلع شرقی ایران مال و در طبقه G0 تلاش کرده است تا این دغدغه را کاهش دهد. در این مجموعه انواع غذاهای ایرانی، خارجی و فست فود توسط رستوران ها ارائه می شود. پیتزا سیب ۳۶۰، برند شناخته شده کشور در حوزه فست فود است که در بخش جنوبی این مجموعه قرار دارد در بین منوی سفارشات این پیتزا فروشی که بیش از ۴۰ شعبه در سراسر کشور دارد، منوی هوشمندانه ای قرار دارد:

«پکیج غذای کودک»

مرتضی معدن دار مدیر این شعبه از سیب ۳۶۰ است که پکیج غذای کودک را معرفی می کند: «پکیج غذای کودک از غذاهای سالم و مقوی تشکیل شده است که علاوه بر طعم واقعی غذا، سلامت کودکان را نیز در نظر دارد.»

وی این پکیج را مناسب برای سنین قبل از ۱۲ سال می داند و ویژگی آن را اینگونه بیان می کند: «نگرانی خانواده ها برای سلامتی کودکان، دغدغه

سفره پهن ایران مال به همراه بازی و بسته غذای کودک

مجید غلامرضایی

همه انسان ها برای بقاء و زنده ماندن نیاز به تغذیه مناسب دارند. غذا فقط چیزی برای خوردن نیست، بلکه امر پیچیده ای است که بخش وسیعی از فرهنگ یک جامعه، دین و ملت را تشکیل می دهد، به عبارت دیگر غذا و غذاخوردن، چیزی بیش از ارضای نیازهای فیزیولوژیک است. غذا نه تنها برای بقاء ضروری است، بلکه یکی از لذات بزرگ زندگی است که به عنوان نقطه مرکزی بسیاری از موقعیت های اجتماعی و اتفاقات اوقات فراغت تلقی می شود.

نوشیدنی ها و غذاهای رایج در گوشه و کنار دنیا را می توان بخشی از فرهنگ غالب جوامع دانست که در طول تاریخ در یک منطقه جغرافیایی قوام یافته و هر کدام به دلایل متعددی برجای مانده اند. شاید بتوان دلیل ماندگاری برخی غذاها را برخورداری آنها از بالاترین استاندارد طبخ، طبع و طنازی در آن منطقه دانست که افراد خوش اشتها نیز در طول تاریخ به تثبیت و ترویج و ممیزی آنها کمک کرده اند. از همین روست که برخی کشورها را با نام غذای شاخص آن کشور به خاطر می آوریم. ایتالیا کشوری است که دارای بالاترین درآمدهای حاصل از صنایع نقلیه موتوری، گردشگری، مد و لباس و صنایع غذایی است ولی غالب مردم دنیا به دلیل نفوذ و غلبه ذائقه غذایی آنها در ممیزی فرهنگ ها، ایتالیا را با «پیتزا و اسپاگنی» می شناسند، ژاپن را با «سوشی»، لبنان را با «فلافل» و ترکیه را با «کباب ترکی».



غذا خوردن یکی از لذت‌های بزرگ زندگی است که به عنوان نقطه مرکزی بسیاری از موقعیت‌های اجتماعی و اوقات فراغت تلقی می‌شود

با کمی تامل در بازارهای مشابه می‌توان دریافت که با خلاقیت و نوآوری می‌توان به دستاوردهای خوبی رسید. این تفکر که مشتری‌ها را بشناسی و با تفکیک سنی و جنسی بهترین خدمات را به آنها ارائه کنی، جایش را در ایران‌مال باز کرده و مشتریان زیادی برای خود بدست آورده است. در بخش‌های بعدی این گزارش به بررسی انواع غذاهای موجود در ایران‌مال می‌پردازیم و مزه‌های آن را برایتان تشریح خواهیم کرد.

« لطفاً با شکم خالی به ایران‌مال سفر کنید »

طولانی‌مدیران ارشد این برند بود تا جایی که بسته ویژه کودک طراحی و به کلیه شعب سراسر کشور عرضه شد. در این بسته پیتزای مخصوص با گوشت تازه مرغ و قارچ غذای اصلی بوده و شکل و طراحی آن مثلی و کودکانه است که برای کودک جذابیت دارد سیب زمینی سرخ شده و آمیوه طبیعی بجای نوشابه‌ها نیز در این بسته جای دارد. در این بسته جایزه‌های مختلفی با تفکیک دختر کوچولو و پسر کوچولو وجود دارد.

در کنار این پیتزا فروشی پدران و مادران و سیل کودکان باکنک در دست به نوبت نشسته‌اند و بنظر می‌رسد لبخند رضایت در بین همه آنها مشترک است. در فاصله زمانی برای آماده شدن غذا نیز خانواده‌ها بیکار نمی‌مانند. برگه‌های مخصوص با جدول بندی و بازی‌های کودکانه طراحی شده که همگی در حال بازی هستند. بازی‌هایی چون: «دوز»، «اسم فامیل»، «جدول اعداد» و بازی‌های «مسیریابی» در اختیار کودکان قرار گرفته است. به گفته مدیر این شعبه، پکیج کودک جزو پر فروش‌ترین غذاهای این برند زنجیره‌ای کشور است.

در ضلع شمالی مجموعه رستوران الماس نیز رستورانی با طراحی و رنگ آمیزی کودکانه چشم‌نوازی می‌کند که به عنوان رستوران کودک معرفی شده است اما متأسفانه با شرایط کرونایی طی ماه‌های اخیر، افتتاح آن به تأخیر افتاده است.

آنچه که امروزه پزشکان بر آن تأکید می‌کنند اهمیت تغذیه کودک در رشد جسمی و روحی آنان است غذاهای دارای کلسیم، فیبر، ویتامین‌های مختلف، فسفر و پتاسیم و پروتئین‌هایی که سلامت آینده فرزندان را تأمین می‌کند.





زندگی کرده پاسخ‌های جذابی برای چالش‌های مطرح‌شده درباره عکاسی با تلفن همراه (موبایلی) و عمومی شدن هنر عکاسی دارد که خلاصه آن در ادامه می‌آید:

به نظر شما عکاسی یک هنر است یا یک حرفه؟

دنیای شیرین عکاسی علاوه بر آن که هم هنر است و هم حرفه، یک روش زندگی است. هنر عکاسی یک دنیای بی‌پایان است که هرکسی به سهم خود می‌تواند با حضور در آن، سری میان سرها داشته باشد، البته به شرطها و شروطها...

به نظر شما عکاسی یک رشته‌ی تخصصی است یا با پیشرفت فناوری و پیدایش ابزارهای امروزی همه می‌توانند عکاس باشند؟

خب در اینکه امروزه دیگر عکاسی انحصاری نیست و عمومی شده است، شاید تردیدی نباشد ولی موضوع بسیار مهم این است که فکر کردن، ایده داشتن و درست ثبت کردن تا حدودی سخت و تخصصی است و قطعاً کار هرکسی نیست. امروزه با پیشرفت‌های فراوان در زمینه تجهیزات عکاسی، فقط جسارت افراد بالا رفته است. امروزه همه با

صید از پی صیاد دویدن هنر است

رسول خوش عقیده

شاید وقتی که اولین دوربین عکاسی در ایران، به کاخ ناصری راه پیدا کرد، حتی تصور هم نمی‌رفت که این پدیده روزی به جزء جدایی‌ناپذیری از ملزومات زندگی بشری تبدیل خواهد شد. عکس روزگاری به‌عنوان یک کالای گران‌بها تنها در اختیار اشراف و گروهی خاص قرار داشت و عکاس صفتی بود که پیش از گذراندن دوره‌های آکادمیک و تخصصی به هیچ فردی اطلاق نمی‌شد؛ اما از آنجاکه امروزه ماجرا طور دیگری است، لذا سؤالات بسیاری در این زمینه وجود دارد که غالباً نیز با موافقان و مخالفانی همراه بوده است.

با آنکه عکاسان همیشه شکارچیان ماهری برای شکار سوژه‌های خود بوده‌اند و کم‌تر کسی را می‌شود به ریزبینی آن‌ها پیدا کرد، اما این گزارش به‌گونه‌ای دیگر تنظیم شده است و این بار صید به دنبال صیاد رفته تا تجارب زیسته و سال‌ها تلاش یکی از عکاسان مجرب و نام‌آشنای کشورمان را ثبت و ضبط نماید.

محمد نوروزی از عکاسان پیشکسوت و نام‌آشنای معاصر است که بیش از چهار دهه تاریخ ایران را از نگاه دوربین ثبت کرده است. او که با عکس



عکاسی با تلفن‌های همراه هم مانند هر پدیده دیگری آدابی دارد. احترام به حریم خصوصی افراد، خط قرمز هر نوع از عکاسی است و زیر پا گذاشتن آن برخلاف اصول انسانی است

به نظر شما ایران‌مال و جاذبه‌های آن تا چه اندازه می‌توانند به‌عنوان یک موضوع عکاسی مطرح باشند؟

ایران‌مال فضایی فرهنگی، اجتماعی، تاریخی و اقتصادی است. وجود بازار سنتی و طراحی خاص تیمچه حاج علی‌اکبر، زیبایی‌ها و سرزندگی باغ‌های ماهان و دیدار و عظمت کتابخانه جندی‌شاپور، هر کدام به‌نوعی جذابیت و زیبایی خود را دارند که هرکسی از دریچه دید خود و با تلفن همراهش می‌تواند مشغول به عکاسی از آن‌ها شود. حالا ثبت عکس‌های مردم ممکن است از خودشان و خانواده یا از زیبایی‌ها و جذابیت‌های ایران‌مال باشد. بهترین و شیرین‌ترین لحظات زندگی خود من شامل لحظاتی است که یا مشغول عکاسی بوده‌ام یا شاهد جوانان و خانواده‌هایی که در حال عکاسی هستند.

به‌عنوان کلام آخر چه توصیه‌ای برای بازدیدکنندگان ایران‌مال دارید؟

به نظر من اگر فردی قصد آمدن به ایران‌مال را دارد حتماً از خالی بودن کارت حافظه و شارژ باتری تلفن همراه یا دوربین خود مطمئن باشد، چون در ایران‌مال به قدری موضوعات و فضاهای دل‌نشین و زیبا وجود دارد که ممکن است ناکامی در ثبت عکس هر گوشه آن مسبب افسوس و پشیمانی شود.

دوربین عکاسی و یا تلفن همراهشان عکس‌برداری می‌کنند اما اینکه چقدر صحیح و تابع اصول فنی و اخلاقی پیش می‌روند، جای صحبت بسیار دارد.

آیا عکاسی با تلفن همراه را مستلزم آموزش می‌دانید؟

قطعاً عکاسی با تلفن‌های همراه هم مانند هر پدیده دیگری آدابی دارد. در صورت احترام به حریم خصوصی افراد خط قرمز هر نوع از عکاسی است و زیر پا گذاشتن آن برخلاف اصول انسانی است. مسلماً در بحث فنی هم اگر کسی بتواند با تنظیمات شخصی و مناسبی که امروزه در تلفن‌های همراه وجود دارد آشنا شود، می‌تواند عکس‌های مناسب‌تری را ثبت کند. حالا ممکن است این عکس‌ها خانوادگی و یادگاری یا حتی حرفه‌ای مثل ثبت یک رویداد باشند.

آیا عکاسی موبایلی را رقیبی برای عکاسی با دوربین حرفه‌ای می‌بینید؟

البته هنوز هم هستند اساتید پیشکسوتی که دوربین‌های دیجیتال را هم به‌صورت کامل نپذیرفته‌اند، موبایل که جای خود دارد. ولی چشم‌پوشی از فناوری، نرم‌افزارها و تجهیزات که با سرعت بسیار زیادی در حال تکامل و تغییرات هستند هم روش مناسبی نیست. به نظر من در سال‌های پیش رو بهتر می‌توان به این مورد پاسخ داد، چراکه هنوز فناوری‌های نو در مرحله آزمون و خطا قرار دارند.

شما به‌عنوان یک عکاس حرفه‌ای چه حسی درباره عکاسی در ایران‌مال دارید؟

به قولی توصیف خیلی از مواردی که می‌شود درک کرد، ممکن نیست. من با چند دهه سابقه عکاسی (خبری، مستند و...) خدای بزرگ را شاکرم که این روزها علی‌رغم ساعات کاری زیادی که دارم و حتی در فضای بسیار وسیعی مثل ایران‌مال، وقتی با مردم مواجه می‌شوم، حال خوبی دارم. شاید هر عکسی بهانه‌ای است برای آغاز گفت‌وگو که سرانجام به ثبت عکس‌های دلخواهم ختم می‌شود. مردم ما در برقراری ارتباط مهربان و قابل‌احترام‌اند که این موضوع، زمینه‌ی خوبی را برای عکاسی فراهم می‌کند و شخصاً بارها از این موضوع بهره فراوان برده‌ام.





البته این امر آنچنان هم موضوع تازه‌ای نیست. به یادگار ماندن کاروانسراها در مجاورت بازارهای قدیمی، یادآور حقیقتی قابل اعتنا در شیوه زندگی انسان‌ها از گذشته‌های دور تا کنون می‌باشد. آن روزها که تجار و مردم به قصد خرید، کاروانی به راه می‌انداختند و با خدم و حشم راهی بازار می‌شدند، ناگزیر بودند تا برای استراحت همراهان و رسیدگی به مرکب‌هایشان مکانی را برای رفع نیازهای لحظه‌ای و ضروری خود اختصاص دهند که رفته رفته این نیاز در گذر زمان تغییر و تکامل یافت تا اینکه امروز به مراکز خدمات خودرویی در کنار مرکز خرید، مبدل شده است. امروزه آمیختگی این مهم با مشغله فراوان مردم منجر به رقابتی شدن ارائه خدمات خودرویی در میان مراکز تجاری شده است و این موضوع به عنوان یکی از نقاط قوت بازارها در رقابت با یکدیگر به حساب می‌آید. طبیعی است این خدمات هر چه متنوع‌تر و سهل‌تر به مشتریان ارائه شوند، رضایت بیشتری را به دنبال خواهند داشت. به همین جهت ظرفیت کافی پارکینگ‌ها و سهولت دسترسی به آنها در یک مجتمع تجاری نمایانگر میزان اهمیت دادن متولیان آن مجموعه به رفاه هر چه بیشتر مشتریان است.

اکنون با توجه به وسیع‌تر بودن گستره اهداف و فعالیت‌های ایران‌مال نسبت به مراکز صرفاً تجاری، ارائه خدمات خودرویی به عنوان یک مکمل رفاهی مضاف بر دیگر خدمات در نظر گرفته شده است تا آسودگی خاطر مناسبی را به مراجعان هدیه کند.

وجود سه کارواش با خدماتی متفاوت و متنوع در روش‌های شست‌وشو از جمله اقداماتی است که در راستای ادعای اهمیت دادن به رفاه بیشتر مشتریان عملیاتی شده است. کارواش شست‌وشو با آب، کارواش شست‌وشوی بدون آب (نانو) و کارواش تمام اتوماتیک (شست‌وشو با دستگاه‌های پیشرفته بدون دخالت دست) در نقاط مختلف پارکینگ ایران‌مال از جمله خدماتی است که در ادامه به اختصار تشریح می‌شوند:

چیزی بیش از شستشوی خودرو!

رسول خوش عقیده

این روزها که زندگی غالب

انسان‌ها با ماشین‌ها پیوندی

ناگسستنی دارد، دریافت خدماتی

همسو با روند تکنولوژی از نیازهای مهم

جامعه محسوب می‌شود. این موضوع تا

جایی مورد توجه انسان‌ها قرار گرفته

است که رسیدگی به خودروهایشان تبدیل

به اولویتی مهم در برنامه‌ریزی‌های روزمره

شده است.



منتقل شوند.

بنابراین جرم های بسیار ریز غیر قابل رویت، در ابعاد نانو از روی سطوح پاک می شوند. هم چنین این مواد بعد از فرآیند تمیزکاری، با ایجاد یک لایه با چسبندگی بالا از سطح محافظت می کنند.

شست و شو با آب

به عبارتی این روش قدیمی ترین روش شستن خودرو در جهان به حساب می آید. با وجود این، هنوز بسیاری از مردم اعتقاد دارند هیچ روشی نمی تواند جای شستن با آب را بگیرد. ایران مال نیز برای احترام به این باور عمومی علاوه بر وجود دو کارواش با روش های مدرن تر از ایجاد کارواش آبی نیز چشم پوشی نکرده است. اما با توجه به پدیده های کم آبی و اهمیت صرفه جویی آب، سعی بر آن رفته است تا با بهره جستن از دستگاه های پیشرفته این روش را ترکیب بر تراکم هوا و ذرات پرفشارتر آب انجام دهد تا از خط قرمزهای محیط زیستی عبور نکند.

البته این مورد یکی از خدمات متنوع خودرویی ایران مال است که به آن پرداخته شد. وجود نیاز خدمات خودرویی و اهمیت آنچه در ابتدا گفته شد، این موضوع را به یکی از نقاط توجه مدیران این مجموعه تبدیل کرده است. این خدمات که شامل: کارواش، تعمیرگاه، مراکز سرویس خودرو و... می شود، در نقاط مختلف ایران مال به چشم می خورد که در آینده جداگانه به هر کدام از آنها خواهیم پرداخت.

شست و شو با دستگاه های تمام اتوماتیک

کارواش اتوماتیک یک سیستم مکانیزه جهت شست و شو و خشک کردن انواع مختلف وسایل نقلیه است. ساختار کارواش اتوماتیک به گونه ای هوشمند طراحی شده که نیاز به نیروی خدماتی را به حداقل برساند. سرعت شستشوی خودرو در این روش علاوه بر صرفه جویی در مصرف آب و نتیجه ای مطلوب تر، باعث آن می شود که رضایت مشتریان در پایان فرآیند شستشو بیشتر شود.

شست و شوی بدون آب (نانو)

در این نوع کارواش دیگر نیازی به آب برای شست و شو نیست و با استفاده از مواد مخصوص برآمده از فناوری نانو و اسپری ذرات نانو بر روی سطح بدنه خودرو، لکه ها پاک می شوند. این

مواد بعد از نشستن روی سطح می توانند با ابعاد بسیار ریز نانومتری به بافت لکه ها نفوذ کنند و بعد از گسست مولکولی به رشته های به هم پیوسته تبدیل و به الیاف دستمال

ظرفیت کافی پارکینگ ها و سهولت دسترسی به آنها در یک مجتمع تجاری نمایانگر میزان اهمیت دادن متولیان آن مجموعه به رفاه هر چه بیشتر مشتریان است



نقطه اتکاء نقاهتگاه

آنهایی که تبدیل نمایشگاه به نقاهتگاه را ممکن کردند

هما تقوایی

کشید و دو ماه نیز در خدمت بیماران کرونایی بود. اما چندماه پس از برچیده شدن نقاهتگاه خود به این بیماری مبتلا شد و با عزم راسخی که همیشه با خود دارد، توانست بر این ویروس غلبه کند. او معتقد است وجود ترس کنترل شده در میان مردم لازم است چون کووید ۱۹ بیماری بسیار جدی و کشنده ای است و در حال حاضر نیز به دلیل عدم وجود این ترس، میزان شیوع و درگیری افراد با بیماری به شدت افزایش یافته است. آنچه در ادامه می آید خلاصه ای است از گفتگوی کوتاهی که با ایشان انجام شده است:

خاطره‌ای به یاد ماندنی از زمان برپایی و فعالیت نقاهتگاه ایران مال دارید؟

خاطرات زیادی در نقاهتگاه رقم خورد که اکثر این خاطرات تلخ است. به طور میانگین روزانه ۳۶۵ تماس تلفنی داشتیم. متاسفانه بیمارستان ارتش به جای مدیریت تماس‌های خود، شماره همراه من را در اختیار عموم مردم قرار داده

عصر روز ۲۵ اسفند ماه سال ۹۸ پس از بازدید هیئتی از وزارت بهداشت، مدیران ایران مال تصمیم گرفتند تا مرکز نمایشگاهی ایران مال را به مرکز سلامت و نقاهتگاه بیماران تبدیل کنند. در مدت ۵۴ روز فعالیت بی وقفه این مرکز، افراد بیشماری در حوزه‌های مختلف مشغول به خدمت رسانی بودند. افرادی که با وجود نگرانی از ابتلای خود و انتقال این بیماری به عزیزانشان، تا آخرین روز فعالیت نقاهتگاه حضور موثر داشتند و خود را در انجام این مسئولیت اجتماعی خطیر سهیم کردند.

علی جعفری یکی از همکاران همیشه در صحنه ایران مال است که به واسطه شغل و مسئولیت خود، برای برپایی و ارائه خدمت مناسب در نقاهتگاه، زحمات بسیاری



یادمان باشد در هر موقعیت و پست سازمانی اگر تفکر «خادم مردم بودن» داشته باشیم حس خوب خدمت را در کنار تمامی فشارها تجربه می کنیم

بودند و همین امر باعث شده بود عموم بیماران استان تهران برای پذیرش با بنده تماس بگیرند. اما با این وجود، طی یکی از تماس‌ها دو پزشک سالخورده که توان مراقبت از یکدیگر را نداشتند و هر دو دچار بیماری شده بودند، طی تماس با بنده دستگاه و تجهیزات مورد نیاز را دریافت کردند و آموزش‌های لازم بار دیگر به آن‌ها گوشزد شد و خدا را شکر بعد از گذشت چند روز بهبود پیدا کردند که به شخصه برای بنده بسیار خوشایند بود. یکی از خاطرات دوران فعالیت این است که برای دو مرتبه ساعت سه بعداز نیم شب از خواب بیدار شده و با تلفن صحبت کرده بودم و این در حالی بود که به گفته همسرم اصلاً تلفن زنگ نخورده بود و من در خواب داشتم با تلفن خاموش صحبت می کردم.

آیا همچنان تماسی از سوی مردم برای دریافت خدمات پزشکی دارید؟

تماس‌ها کمتر شده ولی با اینکه حدود ۶ ماه از زمان پایان فعالیت نگاهتگاه می‌گذرد، ولی مردم همچنان تماس می‌گیرند و درخواست کمک دارند.

سخت‌ترین روز کاری شما در نگاهتگاه چه روزی بود؟

بیشترین حجم سختی کار در روزهای نخست به ویژه در زمان آماده سازی بود و این موضوع از قبول مجموعه به دانشگاه بابت آماده سازی نگاهتگاه نشأت می‌گرفت، که در نهایت خدمات قابل قبول و تجهیز نگاهتگاه به صورت کاملاً استاندارد در مدت زمان کم، به عنوان یک رکورد به ثبت رسید.

آیا نگران ابتلای خودتان به کرونا و انتقال آن به خانواده نبودید؟

متأسفانه این نگرانی دائماً همراه من بود و در شهریورماه با وجود مراقبت‌های بسیار، بنده به کرونا مبتلا شدم تا جایی که ۴۰ درصد از ریه‌ام را هم درگیر کرد و کار به بیمارستان کشید و به اعضای خانواده نیز منتقل شد ولی خوشبختانه بهبود یافتیم.

جمله ای از بیماران نگاهتگاه شنیدید که برایتان لذت بخش باشد؟

بله، بسیار پیش آمد. خوشبختانه طبق نظرسنجی های انجام شده ۹۹ درصد بیماران از سرویس دهی نگاهتگاه رضایت کامل داشتند و فراتر از انتظارشان بود. چون سرویس دهی در بیمارستان های دولتی به دلیل تعداد بالای بیماران ضعیف تر است. دانشگاه علوم پزشکی ایران و کیتینگ همکاری بسیار خوبی با ما داشتند. میان وعده بیماران با متخصص تغذیه هماهنگ شده بود و حضور روانشناس در کنار بیماران مجموعه کاملی را برای خدمت به بیماران فراهم آورده بود. به عنوان مثال ۵ نفر از اعضای یک خانواده با هم در نگاهتگاه بستری بودند. آنها می گفتند که به دلیل درگیر شدن تمام اعضای خانواده ممکن بود نتوانند این سطح از خدمات را برای یکدیگر فراهم کنند و این برای من خاطره خوبی بود.

در میان بیماران کسی بود که دوست نداشته باشد پس از بهبودی به منزل برود؟

یکی از بیماران نگران سلامت فرزندش بود که به سرپرستی گرفته بود. پس از ۱۴ روز بستری مایل بود که همچنان در نگاهتگاه بماند تا فرزندش را آلوده به ویروس نکند. ترس بیمار پس از بررسی و مشاوره پزشک و روانشناس کمتر و ترخیص شد. حضور روانشناس و روانپزشک در نگاهتگاه بسیار موثر بود که از هفته سوم تیم روانشناسی در مجموعه مستقر شد.

مردم در چند ماه اخیر با افزایش شیوع کووید ۱۹ و حتی درگیر شدن خانوادگی به این بیماری از لحاظ روحی بسیار شکننده و آسیب پذیر شده اند. در انتها چه توصیه ای برای تشخیص، پیشگیری و زندگی با بیمار در یک منزل دارید؟

وجود ترس کنترل شده در میان مردم لازم است چون کووید ۱۹ بیماری بسیار جدی و کشنده ای است. اطلاعات در مورد این بیماری هرچه بالاتر باشد راحت تر می توان آن را مدیریت کرد. نظر متخصصان این است که هرگونه علامت شبیه سرماخوردگی باید کووید ۱۹ در نظر گرفته شود مگر آنکه خلافش ثابت شود. در مرحله اول باید قرنطینه انجام شود سپس باید از بیمار تست گرفته شود. اگر علائم بیمار شدت یافت باید به مراکز جامع سلامت مراجعه و داروهای لازم برای آنان تجویز شود.

کجای مال را بیشتر دوست دارید؟

الهه رضایی

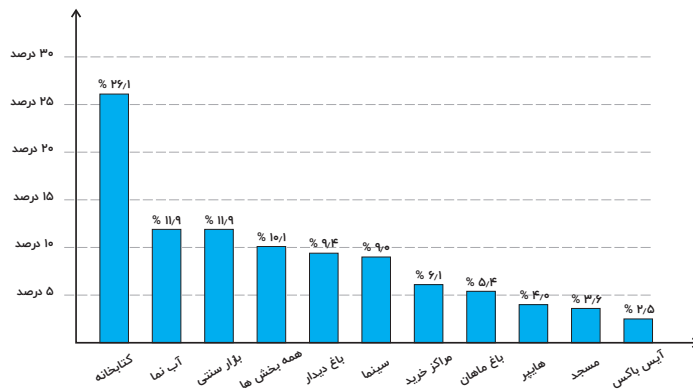


در این نظرسنجی هستند و خانمها با ۲۴ درصد، نسبت به آقایان مشارکت کمتری دارند. بیشتر شرکت کنندگان در این نظرسنجی (۶۸ درصد) در گروه سنی ۴۰-۱۸ سال هستند. بیشترین فراوانی در زمینه سطح تحصیلات شرکت کنندگان در نظرسنجی با حدود «۳۸ درصد» متعلق به مقطع کارشناسی و کمترین فراوانی با حدود «۱۰ درصد» متعلق به مقطع دکترا است.

شاید برای شما این سوال مطرح باشد که بازدید کنندگان ایران مال به چه شبکه اجتماعی، بیشتر علاقه نشان می دهند؟ تحقیق ما نشان می دهد، اینستاگرام بازار بزرگ ایران با ۴۱ درصد، بیشترین دنبال کننده را در حوزه فضای مجازی، نسبت به دیگر شبکه ها دارد.

با گردشی در بازار بزرگ ایران استندهای کوچک نظرسنجی را در برخی نقاط مشاهده می کنید. ممکن است خیلی از ما این استندها را چندان جدی نگیریم اما نتایجی که نظرسنجی های آن می تواند با هزینه بسیار کم مشکلات جدی را شناسایی و راه حل های موثری برای آنها ارائه کند.

در مجموع ۵۹۶ نفر در نظرسنجی سه ماهه دوم سال ۱۳۹۹ اداره کل روابط عمومی شرکت کرده اند که از این تعداد، ۲۲ نفر از پاسخگویان غیرایرانی و از کشورهای کانادا، آلمان، انگلستان، فرانسه، چین، امارات و عمان بوده اند. ۹۰ درصد از شرکت کنندگان غیرایرانی در این نظرسنجی، از مهمان نوازی ایران مال و حدود ۷۰ درصد از خدمات ارائه شده در ایران مال ابراز رضایت کرده اند. تقویت سرویس حمل و نقل و نیاز به نقشه راهنما و همچنین لزوم ایجاد فضایی برای نگهداری از کودکان از جمله پیشنهادهای انتقادهای ارائه شده توسط این بازدید کنندگان بوده است. از نظر شرایط عمومی آقایان با ۷۶ درصد، بیشترین افراد شرکت کننده



جذاب ترین بخش

شایسته ای در رأس ایران مال

حجره

مجید شایسته از آبان ۱۳۹۹ به مدیرعاملی بازار بزرگ ایران منصوب شده است. مجید شایسته که سابق طولانی مدیریتی در مجموعه‌های مهم و اقتصادی کشور از جمله منطقه آزاد کیش، ایران خودرو، هیأت مدیره و مدیرعامل منطقه آزاد کیش، بیمه پارسیان و فدراسیون تنیس جمهوری اسلامی ایران را دارد هم‌اکنون با طرح‌های مبتکرانه متعددی، متصدی مدیریت یکی از بزرگ‌ترین مال‌های جهان شده است.

مأموریت اصلی شایسته در ایران مال چابک سازی و اصلاح ساختار این مجموعه بزرگ است تا موانع تحقق چشم‌اندازهای درخشان برای این مجموعه عظیم اقتصادی فرهنگی و ورزشی را برطرف سازد. تکمیل بخش‌های ناتمام ایران مال و به حداکثر رساندن قابلیت‌های ایران مال از دیگر

مأموریت‌های مجید شایسته در سمت مدیرعاملی بازار بزرگ ایران است. مدیرعامل ایران مال این مجموعه را نماد سربلندی برای کشور می‌داند و معتقد است،

باید با برنامه‌ریزی دقیق و اجرای مناسب و به هنگام برنامه‌ها این نماد سربلندی را به‌خوبی اداره کنیم. مجید شایسته بابت این‌که باید با روش‌های علمی درآمدزایی برای ایران مال را افزایش دهیم، تأکید می‌کند: کاهش هزینه‌ها، چابک سازی سیستم اداری و استفاده مطلوب‌تر از نیروی انسانی از رئوس برنامه‌ها در دوران تصدی مدیرعاملی بازار بزرگ ایران است. مجید شایسته گفته است که در دوران مدیرعاملی از تجارب مدیران قبلی حداکثر استفاده را خواهد کرد و افزوده است:

من هر جا که بوده‌ام مبنای کارم مدیریت درآمد و هزینه بوده است، بنابراین در ایران مال هم باید هم درآمدها را با روش‌های علمی افزایش دهیم و هم به کاهش هزینه‌ها همت بگذاریم.

مدیرعامل ایران مال تأکید کرده است که باید طوری برنامه‌ریزی شود که هرروز یک اتفاق بزرگ در ایران مال داشته باشیم و این کار با نگاه دوباره به ظرفیت‌ها و بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های فراوان موجود در ایران مال امکان‌پذیر است.

اداره کل روابط عمومی ایران مال هم مانند دیگر بخش‌های بازار بزرگ ایران ضمن تبریک انتصاب آقای مجید شایسته به مدیرعاملی ایران مال برای ایشان موفقیت روزافزون را به‌خصوص در سمت جدید آرزومند است.

باید هر روز یک اتفاق بزرگ داشته باشیم و این بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت‌های فراوان ایران مال امکان‌پذیر است



آینده درخشان ورزش های یخی کشور با پیست یخ حرفه ای ایران مال

مهرنوش بیات



اعظم سنایی

(کاپیتان تیم ملی بانوان هاکی روی یخ ایران)

چند سال است که مشغول به فعالیت در

این رشته هستید؟

پانزده سال است که در این رشته فعالیت دارم. در حال حاضر کاپیتان و مربی تیم ملی هاکی و مدیر آموزش مجموعه آیس باکس هستم. نخستین بار بازی های انتخابی تیم ملی هاکی روی یخ را در ایران مال تجربه کرده اید، لطفاً در این مورد و همچنین افراد برگزیده آن توضیح دهید.

دهم و دوازدهم شهریورماه امسال اولین بازی های انتخابی تیم ملی هاکی روی یخ هم در بخش بانوان و هم در بخش آقایان در این مجموعه برگزار شد که از میان نفرات شرکت کننده در هر بخش ۳۳ نفر به اردوی تیم ملی دعوت شدند. به دلیل شرایط کرونا امکان برگزاری اردوها و تمرینات متمرکز با حضور تمام بازیکنان وجود نداشت از همین رو اردوها در قالب مسابقات یک هفته در میان برای آقایان و بانوان برگزار شد که از هفته دوم مهرماه به دلیل بدتر شدن شرایط حاصل از کرونا، مسابقات ذریبط برای مدتی متوقف شده است، اما بازیکنان همچنان تمرینات خود را به صورت انفرادی دنبال می کنند.

زمین اسکیت روی یخ ایران مال به عنوان تنها پیست استاندارد المپیک در ایران توانسته است با فراهم آوردن امکانات ایده آل برای ملی پوشان کشور بعد از گذشت چندین سال تاییدیه فدراسیون جهانی را به دست آورد. این مجموعه می تواند امکان حضور مؤثر کشورمان را در مسابقات جهانی فراهم کند. در میان چهره های این ورزش زیبا نام دو تن یعنی آقای فرزاد هوشیدری و خانم اعظم سنایی کاپیتان های تیم ملی آقایان و خانم های هاکی روی یخ کشورمان درخشش بیشتری دارد. تیم های هاکی روی یخ ایران خود را برای بازی های آسیایی هاکی روی یخ آقایان به میزبانی سنگاپور و مسابقات بانوان به میزبانی فیلیپین، آماده می کنند. این مسابقات اردیبهشت سال ۱۴۰۰ برگزار خواهد شد. روابط عمومی ایران مال گفت و گوی کوتاهی با خانم اعظم سنایی کاپیتان تیم ملی هاکی روی یخ بانوان و آقای فرزاد هوشیدری کاپیتان تیم هاکی روی یخ آقایان انجام داده است که در ادامه می خوانید:



هاکی روی یخ ایران بی شک در پنج سال آینده روزهای بسیار درخشانی را در پیش خواهد داشت و پیشرفت چشمگیری خواهد کرد

اولین اعزام پیش رو مسابقات بین‌المللی سنگاپور خواهد بود



اولین اعزام پیش رو ما برای حضور در مسابقات بین‌المللی، چلنج کاپ آسیا در اردیبهشت‌ماه سال آینده در کشور سنگاپور خواهد بود که باید با حضور در این «چلنج کاپ‌ها» و کسب مقام، رنگ خود را در آسیا بالا ببریم تا ان‌شاءالله در سال ۲۰۲۲ بتوانیم در المپیک زمستانی آسیایی حضور داشته باشیم.

بزرگ‌ترین چالش هاکی روی یخ را در حال حاضر چه می‌دانید؟

بزرگ‌ترین چالش پیش روی ما مانند بسیاری از رشته‌های دیگر وجود ویروس کروناست که مانع از برگزاری اردوها و داشتن تمام بازیکنان با حداکثر ظرفیت برای تمرینات شده است و به‌تبع آن حضور در مسابقات بین‌المللی است که نیاز به گرفتن ویزا برای بازیکنان دارد. این امر به حدی دشوار شده که ۹ نفر از بازیکنان ما از حضور در تورنمنتی که در دبی برگزار می‌شد، بازماندند و در کنار این موضوع هم مسئله همیشگی که تیم با آن مواجه است، نداشتن بودجه لازم برای برگزاری اردوها و اعزام به مسابقات است که امیدواریم با توجه به پتانسیلی که این رشته دارد، بتوانیم در ادامه چند اسپانسر جذب کنیم.

نقش ایران‌مال و بخش خصوصی را در بهبود شرایط برای این رشته ورزشی چگونه ارزیابی می‌کنید؟
قطعاً ایران‌مال با فراهم کردن و ساخت این مجموعه و اولین پیست استاندارد در ایران و همچنین سپردن آن به فرد متخصص آن، یکی از مهم‌ترین کارها را در راستای توسعه این ورزش انجام داده است.

فرزاد هوشیدری

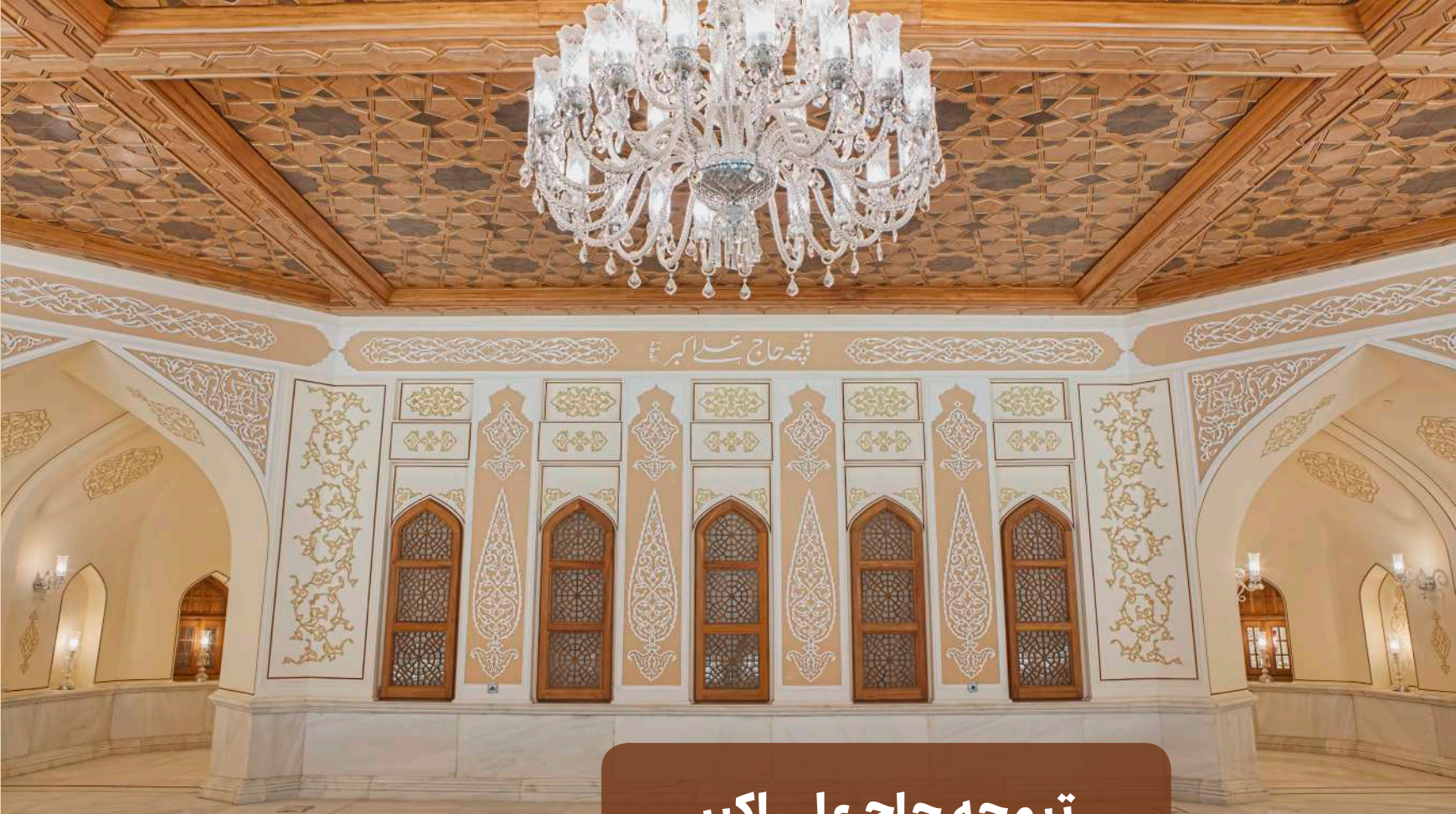
(کاپیتان تیم ملی آقایان هاکی روی یخ)

نظر شما درباره آینده ورزش هاکی در ایران چیست؟ چه قدر می‌توان ایران‌مال را در پیشرفت این ورزش مؤثر دانست؟
هاکی روی یخ ایران بی‌شک در ۵ سال آینده روزهای بسیار درخشانی را در پیش خواهد داشت و پیشرفت چشمگیری خواهد کرد و به‌عنوان مختلف بین‌المللی دست خواهد یافت. قطعاً این مهم بدون کمک بازار بزرگ ایران و عدم وجود پیست یخ استاندارد دست‌یافتنی نمی‌بود.

نخستین بار بازی های انتخابی تیم ملی هاکی روی یخ را در ایران‌مال تجربه کردید. در این مورد و افراد برگزیده توضیح دهید؟

در تاریخ ۱۲ شهریورماه سال جاری اولین بازی های انتخابی تیم ملی ایس هاکی در ایس رینگ برگزار شد که از میان شرکت‌کنندگان در این تست ۳۳ نفر به اردوی تیم ملی دعوت شدند تا خود را برای حضور در «چلنج کاپ آسیا» آماده کنند.

مسابقات آسیایی و جهانی چه زمانی برگزار می‌شود و آیا تعداد نفرات اعزامی به این مسابقات مشخص شده‌اند؟



تیمچه حاج علی اکبر

پیوند معماری سنتی با معماری مدرن
از طریق سازه بی نظیر کاربردی

رسول خوش عقیده

تیرهای چوبی و کارگذاری آن‌ها بر روی دیوارها یا ستون‌های ساده گلی یا چوبی هرچند در ساخت سازه‌های روستایی آسان‌ترین روش به نظر می‌رسد، اما آنگاه که حرف ساختن سازه‌های بزرگ، «تو در تو» و گذرگاه‌های شهری به میان آمد، کاربرد پالارهای (تیرحمال) کوه‌پیکر و سپس فرسب‌های یک‌دست و متناسب بر روی آن‌ها، سنگی پیش پای معماران نهاد تا به اندیشیدن چاره‌ای بیانجامد. پیدایش نوآوری «طاق و چفت» دو امکان را با خود به ارمغان آورد؛

۱. اول آنکه خلق دهانه‌های هرچه فراخ‌تر آن هم در دور دست‌ترین نقاط با تکیه بر ساختار چفدی علاوه بر شکوه، ساخت طاق با قالب‌های سنگ یا آجر را ممکن می‌کرد بلکه جابجایی و کاربرد بسیار آسانتری نسبت به تیرهای کوه‌پیکر سنگی یا چوبی

«کاربندی» سبک خاصی از طاق و به عنوان یک هنر دیرینه در معماری ایرانی همواره مورد توجه بوده است. برای آشنایی و شناخت این هنر، شاید بهتر باشد ابتدا به تاریخچه «طاق و چفت» اشاره شود. مروری بر تاریخچه این هنر نشان می‌دهد قدمت «طاق» به حدود دو هزار سال پیش از میلاد و به منطقه میان‌رودان بازمی‌گردد و شناخته شده‌ترین سازه کهن ایران که «تخت جمشید» است با شیوه «نعل و پایه» ساخته شده است. در عین حال طاق و گنبد که خود نوعی طاق است از سالیان بسیار دور در معماری ایرانی کاربرد داشته‌است و کهن‌ترین آن پرستشگاه «چغازنبیل» متعلق به ۱۳۵۰ سال پیش از میلاد مسیح (ع) است. سالیان درازی سپری شد تا این هنر در معماری ایران و روم باستان به اوج خود برسد و به عنوان گونه‌ای از زیبایی جلوه‌گر شود. «طاق و چفت» سبک تازه‌ای بود که با کنار زدن شیوه کهن «نعل و پایه» توانست تا حد چشم‌گیری جایی برای خود در سده‌های میانی باز کند. شیوه «نعل و پایه» از دوران پیش از تاریخ به مدت هزاران سال یگانه شیوه پوشش آسمان بوده که سازه «Stonehenge» یکی از نمونه‌های آن است.

به نظر می‌رسد وجود محدودیت‌ها در شیوه‌های قبل منجر به اقبال بیشتر طاق و چفت به عنوان یک نوآوری شد تا بتواند با گسترش شهرنشینی، جایگاه خود را در معماری حفظ کند. کاربرد

جدید

کمیاب، داشتند.

۲. دیگر آنکه زمینه را برای گسترش هر چه شتابان‌تر شهر و شهرنشینی بیش از پیش آماده کرد تا جایی که نمونه‌های نخستین آن در تمدن‌های میان‌رودان بخصوص تمدن ایلام هنوز پا برجاست.

وقتی طاق زده می‌شود به دو دیوار قوی در دو طرف نیاز است. اگر دو دیوار ممتد باشد و طاق هم به طور یکنواخت روی آن بیاید، دیوار فرو می‌ریزد و طاق پایین می‌آید. معمار اعتقاد دارد که دیوار باید در بیرون دارای جرزهایی باشد تا مجموعه طاق و جرزهای آن از مقاومت و ایستایی کامل برخوردار باشد.

در بعضی بناها مشاهده می‌شود که این جرزها در داخل زده شده است. در هر حال اندام برابر عمودی مورد نیاز بود و بعد از این کار، فضای میانی باریک‌ها

را طاق می‌زنند؛ این کار با دو روش متداول انجام می‌شد؛ یا به این صورت که از طرفین طاق می‌زنند و در وسط به شکلی می‌رسند که نعلبکی مانند است و «تَهَنَبَن» نام داشت، یا اینکه کل طاق را به طور یکنواخت می‌زنند. این نوع پوشش «طاق تویزه» نام دارد. طاق تویزه را باریکه طاق یا لنگه طاق نیز می‌گویند.

اگر مجموعه‌ای از تویزه‌ها بالا رفته، در بالا به یکدیگر بافته شوند، کاربردی ایجاد می‌شود. به این ترتیب کاربردی مجموعه‌ای به هم بافته و درهم تنیده از تویزه‌هاست که سازه مقاومی ایجاد می‌کنند و تابع ضوابط و مقررات معینی نیز می‌باشند. فواصل پایه‌ها، حرکت و مسیر آنها، شکل هندسی

معینی در فضا ایجاد می‌کند و در نتیجه سطح بزرگ جهت پوشش به مجموعه‌ای از سطوح کوچک‌تر تبدیل می‌شود. در بالای کاربردی سطحی دایره‌ای شکل ایجاد می‌شود که روی آن را پوششی می‌پوشانند که «نهبن» نام دارد و به آن «عرق چین» نیز گفته می‌شود. شبکه کاربردی در بالا چشمه‌هایی به شکل لوزی و در پایین به شکل مثلث تشکیل می‌دهد که داخل آنها را طاق می‌زنند. در بناهایی مثل بازارها و سایر بناهای عمومی که استفاده از پنجره در دیوارها ممکن نیست، معماران در قسمت خورشیدی کاربردی (دایره مرکزی) روزن‌هایی ایجاد می‌کردند که عبور نور مناسب و تهویه را به بهترین وجه میسر سازد که در اصطلاح به نام «روشندان» مشهور است.

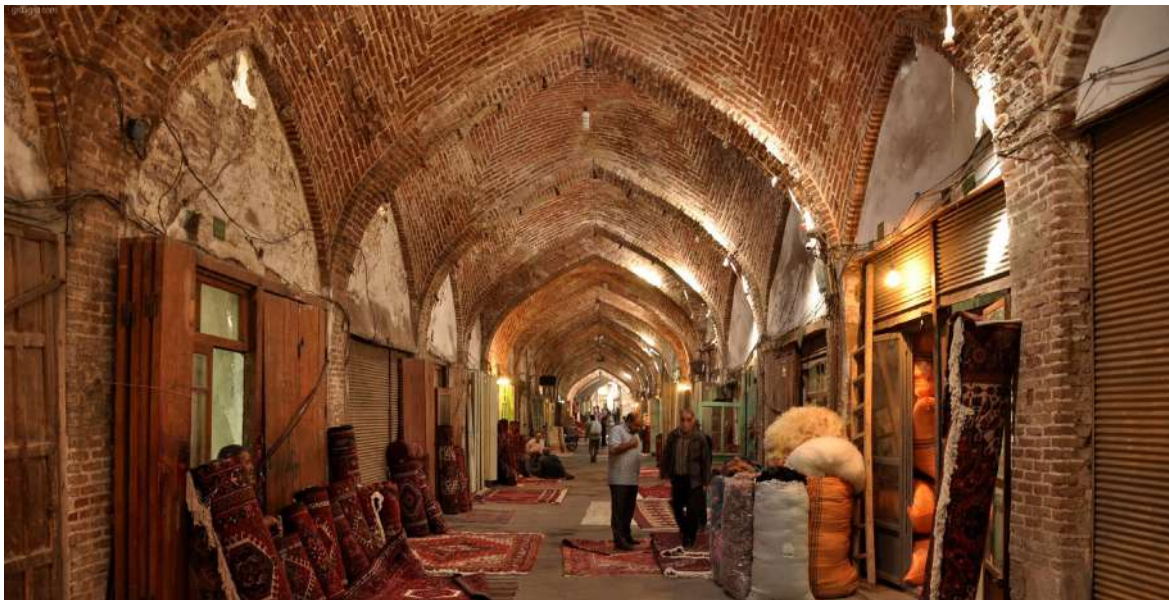
از آنجا که هر کاربردی دارای اندازه‌ها و تناسب‌ها معین است، باید روی طول و عرض معینی سوار شود، لذا معمار در ابتدا نوع کاربردی مناسب را انتخاب نموده، سپس ابعاد فضا را تابع ابعاد و تناسب‌ها کاربردی برمی‌گزیند. از قدیمی‌ترین انواع کاربردی گنبد مسجد جامع اردستان است.

چشم‌نوازی (از طریق مرتبط ساختن خطوط عمودی به خطوط منحنی شکل هماهنگ)، عایق کردن فضای داخلی از نقطه نظر حرارتی، به نظم در آوردن فضاهای داخلی، تنظیم نور و گاه صدا و همچنین رهایی از محدودیت‌های سازه‌ای نظیر تحمل بار، قابل‌اعتناترین دلایل خلق کاربردی‌هاست.

بسیاری از کارهایی که در معماری در راستای ساختار انجام می‌شود، بعدها به جهت زیبایی، جنبه تزئینی پیدا می‌کنند. از جمله این کارها، کاربردی است

که علاوه بر جنبه ساختاری در بنا، جنبه تزئینی نیز داشته است؛ حتی گاهی اوقات کاربردی به صورت سقف کاذب اجرا شده است. از قرن هفتم به بعد به تدریج کاربردی مستقل از اسکلت اصلی بنا در رابطه با خلق فضای معماری به کار گرفته شد تا به سازه‌ها زینت ببخشد. در معماری هزاره‌ی کنونی تلفیق کاربردی و دیگر هنرهای مربوط به طاق زنی منجر به خلق سازه‌های بی‌نظیری همچون بازار تبریز، بازار قزوین، بازار قم، بازار کاشان و بازار اصفهان شده است. اکنون بنا کردن تیمچه حاج علی‌اکبر ایران‌مال ضمن الهام گرفتن از این پنج بنای مشهور به خودی خود تبدیل به یکی از نمونه‌های ظریف و زیبا در معماری شده است تا طاق‌های متعدد و متنوع آن، یاد روزگاران دور را در اذهان زنده کند.

عایق کردن فضای داخلی از نقطه نظر حرارتی، به نظم در آوردن فضاهای داخلی، تنظیم نور و گاه صدا و همچنین رهایی از محدودیت‌های سازه‌ای نظیر تحمل بار، قابل‌اعتناترین دلایل خلق کاربردی‌هاست.



کلمه حجرات به معنی اتاق‌هاست و حجره مفرد همین کلمه یعنی اتاق است.

اما گذشته از ریشه زبانی، کلمه حجره در فرهنگ ایرانی مصارف متعددی دارد که در میان آنها، «دکان» و «اتاق درس در مدارس علمیه» بسیار مشهورند. اما نکته قابل توجه در این دو، ارتباط نامرئی میان آنهاست. حجره به دکان تجار در بازار گفته می‌شد و مدارس علمیه در مجاورت همین بازارها فعالیت داشتند. جالب آنجاست که حجره‌ها در بازار و حوزه همیشه نقش مؤثری در روند اجتماعی شهرها داشته‌اند و تأثیر هر دو در خلق و سمت‌وسو گرفتن وقایع تاریخی غیرقابل چشم‌پوشی است.

به نظر می‌رسد تبدلات فرهنگی (تأثیر و تأثر دو خرده‌فرهنگی که در مجاورت یکدیگر قرار دارند) در باب استخدام کلمه حجره در دو معنی بی‌تأثیر نبوده است. البته در گذر زمان این واژه در میان تازه‌واردان بازار اقبال کمتری یافت و جای خود را به کلماتی مثل مغازه و فروشگاه داد. هرچند که هنوز هم بسیاری از بازاریان قدیمی از این واژه استفاده می‌کنند.

ناگفته نماند حجره‌ها با فروشگاه‌های امروزی تفاوت‌هایی هم داشتند. به لحاظ ظاهری حجره‌های بازار به اتاق (مورد استفاده حجره در زبان عربی) شباهت زیادی داشت و علاوه بر مرکز فروش به‌نوعی دفتر کار تجار نیز بود. حجره‌داران

«حجره»

واژه‌ای فراتر از یک معنا

رسول خوش عقیده



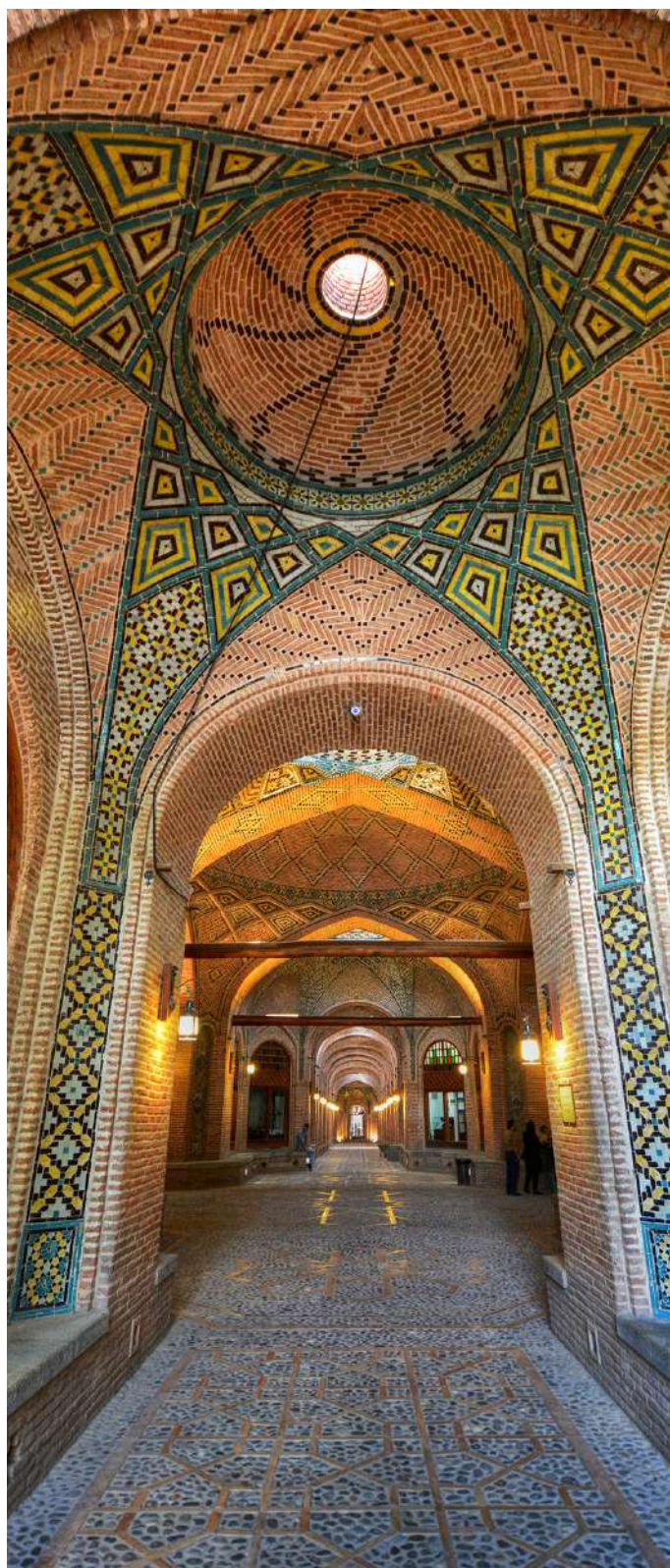
بدون هیچ تردیدی مطالعه تاریخ و آشنایی با فرهنگ و اصطلاحات زبانی هر جامعه‌ای می‌تواند مشعلی برای روشن کردن مسیر پیش رو، در اختیار فرهنگ پژوهان آن جامعه قرار دهد. بدیهی است بسیاری از نام‌ها، مثل‌ها و اصطلاحات زبانی، ریشه در فرهنگ و باورهای دیرین مردم دارد.

اگر تاکنون گذرتان به بازارهای قدیمی افتاده باشد به‌طور حتم کلمه «حجره» به گوشتان خورده است. حجره معادل عربی دکان است که به دلیل درهم‌تنیدگی زبان فارسی و عربی، سالیان سال وارد زبان بازاریان بوده است. هرچند به نظر می‌رسد دلیل استفاده از واژه‌ی حجره فراتر از تنیدگی زبان‌های فارسی و عربی باشد.

علی‌اکبر دهخدا در ذیل این واژه می‌نویسد: «پاره‌ای زمین دیوار کشیده‌ی مسقف». البته پیش از پرداختن به استفاده و کاربرد این واژه در فرهنگ فارسی، لازم است ریشه عربی آن را بشناسیم. شکی نیست که این کلمه مفهوم عمیقی در زبان عربی دارد. خداوند در قرآن کریم فرموده است:

«إِنَّ الَّذِينَ يَنَادُونَكَ مِنَ وَرَاءِ الْحُجُرَاتِ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ»
(سوره حجرات آیه ۴)

نزول سوره‌ای به نام حجرات در قرآن کریم گواه مبرهنی برای اطمینان ریشه‌یابی کلمه حجره است. همان‌گونه که در آیه فوق نیز آمده است،



از اعتباری فراتر از نقش یک فروشنده برخوردار بودند و حجره‌هایشان در واقع تضمینی برای اعتبار آنها به حساب می‌آمدند. اکنون کمی متفاوت شده است و بازاریان دفاتر کارشان را از فروشگاه جدا کرده‌اند و معمولاً خودشان در دفتر مدیریت می‌کنند و فروشنده‌ای را برای گرداندن فروشگاه استخدام می‌کنند.

تفاوت دیگر حجره با فروشگاه‌های کنونی، سازه‌های آنها بود که تا مدت‌ها سبک رایجی در شهرسازی محسوب می‌شدند. دکان‌هایی با درهای چهارلنگه‌ی چوبی و طاق‌های ضربی و دیوارهای آجری با چرتکه‌های آویخته به میخ، تصویر منحصر به فردی است که همیشه بعد از شنیدن نام حجره در اذهان تداومی می‌شود. در واقعیت نیز همین‌گونه بود و پیشرفت فناوری سبک‌های تازه‌ای را در معماری به ارمغان آورد و خواه‌ناخواه فروشگاه‌های امروزی را جایگزین آن بناهای سنتی و خاطره‌انگیز کرد.

مجموعه ایران مال تلاش کرده است تا ضمن حمایت از ورزش، فرهنگ، تولید و تجارت برآمده از همت ایرانی بسیاری از کارهای خود را به گونه‌ای طراحی و عملیاتی کند تا یادآور فرهنگ و هنر اصیل ایرانی باشد. برای مثال با طراحی سازه حجره عالمانه و عامدانه تلاش نموده تا یاد آن حجره‌های زیبای قدیمی بازار را زنده نگه دارد. حجره‌هایی که در روزهای نه چندان دور نقطه عطفی برای حمایت از وقایع اجتماعی و رونق کسب و کارها بودند. هر چند تکنولوژی روز دنیا در جای این مجموعه به چشم می‌خورد، اما مدیران و کارکنان آن همچنان حفظ ارزش‌های کهن ایران را سرلوحه فعالیت‌ها و اقدامات خود قرار داده‌اند.

الهام گرفتن از بافت‌های تاریخی در بخش‌های مختلف ایران مال و پای نهادن به عرصه‌هایی فراتر از تجارت (از جمله ساخت سینما، تیمچه، مسجد جامع و ... که مستقیماً فعالیت فرهنگی به حساب می‌آیند) روابط عمومی این مجموعه را بر آن داشت تا خبرنگار و فصلنامه ایران مال را نیز به همین نام (حجره) بخواند، تا ضمن یادآوری تاریخ اجتماعی ایران، هماهنگ با سایر عناصر هنری و فرهنگی این مجموعه بزرگ، اخبار و اطلاعات لازم را به مخاطبان منتقل نماید.





ردپای توسعه در توس

طراحی «مشهدمال» ترکیبی از تجربه معماری ایرانی و عناصر جهانی

امیرحسین لواسانی

طراحی پروژه مشهدمال با تاکید بر هنر و اصالت ایرانی و با نگاه به عناصر بین‌المللی صورت گرفته است و تا حدودی در طراحی از ابر پروژه ایران‌مال الهام گرفته است. برای مثال: طراحی پروژه مشهدمال برگرفته از ایران‌مال و

در صورت تزریق منظم منابع مالی، مشهدمال تا دو سال آینده، تکمیل و افتتاح خواهد شد

براساس خطوط کشیده و بی‌نهایت است. مشهدمال به عنوان دومین مال کشور در طراحی و اجرا، یک پروژه چندمنظوره کامل به حساب می‌آید که خدمات رفاهی، تفریحی، ورزشی، تجاری و اقامتی به‌روزی را به بازدیدکنندگان ارائه می‌کند. همچنین در مشهدمال از برخی ویژگی‌ها و بخش‌های ایران‌مال برداشت‌هایی شده است که از آن جمله می‌توان به بازار سنتی اشاره کرد، اما در این میان تفاوت‌هایی نیز وجود دارد که در نوع خود بی‌نظیر بوده و نمونه آن حتی در ایران‌مال نیز وجود ندارد که بطور مثال می‌توان از «باغ حاره‌ای» مشهدمال نام برد.

پروژه‌های تجاری و اقامتی عموماً با

بانک آینده در آغاز دهه ۹۰ در راستای ارتقا سطح کیفی



خدمات و رشد زیرساخت‌های گردشگری در کشور مبادرت به طراحی و ساخت طرح‌های گردشگری و مجتمع‌های بزرگ تجاری کرد که اولین آن افتتاح «ایران‌مال» به عنوان یکی از پنج مال برتر جهان است. مجتمع عظیمی که روزانه میزبان بیش از ۳۰۰ هزار نفر از بازدیدکنندگان و مشتریان (البته قبل از شیوع بیماری کرونا) بوده است. در این راستا «فرمانیه مال» و «مشهدمال»

نیز دو مجتمع بزرگ دیگری هستند که با توجه به انتخاب مناسب موقعیت مکانی آنها، پیش‌بینی می‌شود استقبال بسیار مناسبی از آنها از سوی گردشگران ایرانی و بین‌المللی صورت گیرد. ناگفته نماند بانک آینده در طراحی تمامی زیرمجموعه‌های خود به خصوص مال‌ها بر هنر و اصالت ایرانی تاکید و اهتمام ویژه‌ای داشته است که تجلی آنها را می‌توان در جای جای این مال‌ها به وضوح مشاهده کرد.

در این رابطه گفتگویی داریم با نایب‌علی قنبری موتی - مدیرعامل شرکت ستاره تابناک هشتم توس (مشهدمال) - که خلاصه آن در ادامه می‌آید:

به عنوان اولین سوال بفرمائید با توجه به اینکه ایران‌مال و فرمانیه‌مال به عنوان ابر پروژه‌های بانک آینده محسوب می‌شوند، آیا در طراحی پروژه مشهدمال از معماری این دو ابر پروژه بهره‌گیری شده است؟ یا کاملاً متفاوت از این دو پروژه است؟



این پروژه در سال ۹۱ آغاز شد و تا به امروز ۷۵ درصد پیشرفت فیزیکی داشته است. این پروژه توسط شرکت «نور» کانادا طراحی و با مشارکت پیمانکاران ایرانی و بین‌المللی وارد مرحله اجرا و ساخت شد. پیش‌بینی‌های صورت گرفته بیانگر آن است در صورت تزریق منظم منابع مالی، این پروژه تا ۲ سال آینده به طور کامل افتتاح خواهد شد. گفتنی است در طراحی، اجرا و حتی نظارت بر عملکرد پروژه از مشاوران بین‌المللی نیز کمک گرفته شده است.

لطفاً از وسعت و متراژ این پروژه برای ما بگوئید؟

این پروژه در زمینی به مساحت ۸ هکتار است و با زیربنایی در حدود ۷۴۰ هزار متر مربع طراحی شده است که تا به امروز ۶۲۰ هزار متر مربع از آن ساخته شده است.

آیا مشخص شده است که بهره‌بردار مشهدمال کیست؟ و چه زمانی کار خود را آغاز خواهد کرد؟

طبق قراردادهای شرکت تجارت ایران مال با نام تجاری IMCC به عنوان بهره‌بردار پروژه مشهدمال انتخاب شده و زمانی که پروژه به پیشرفت فیزیکی ۸۵ درصدی برسد، فعالیت بهره‌بردار در تمام ابعاد آغاز خواهد شد.

اهداف اقتصادی و درآمدزایی طراحی و به اجرا در می‌آیند، در پروژه مشهدمال در کنار این موارد، چه مولفه‌های تاثیرگذاری در طراحی و ساخت به کار رفته است؟

این پروژه با توجه به موقعیت اقتصادی، جغرافیایی و گردشگری مناسب شهر مشهد، در یکی از بهترین مناطق این شهر اجرا شده که به طور حتم پذیرای گردشگران داخلی و خارجی بسیاری خواهد بود. اما در پاسخ به سوال شما باید بگویم که گردشگران بین‌المللی اصولاً به دنبال دریافت خدمات به‌روز و جهانی در قالب یک مجموعه به هم پیوسته هستند که از این منظر پروژه مشهدمال برای پاسخگویی به این نیازها و در راستای ارتقا کیفیت خدمات طراحی شده و به اجرا در آمده است.

فرآیند طراحی و ساخت پروژه مشهدمال از چه سالی آغاز شده و در حال حاضر پیشرفت پروژه را چگونه ارزیابی می‌کنید؟



زایش نور و روشنایی در تاریک‌ترین شب سال

مروری بر تاریخچه و فلسفه شب یلدا در فرهنگ و تمدن ایرانی

رسول خوش عقیده



یلدای امسال با توجه به شیوع بیماری کرونا با پدیده‌ای تازه روبرو بود. یلدای امسال با مرور خاطره سال‌های گذشته در کنار خانواده و یادی از بزرگ‌ترها و نشستن پای حرف آنها بطور قطع ما را دلتنگ آن نشست‌های صمیمی سال‌های گذشته کرد. همه ما می‌دانیم در همه اعصار تاریخ اهمیت به جمع‌گرایی و بجا آوردن صلح‌حرم جزء جدایی‌ناپذیری از فرهنگ ایران محسوب می‌شده است؛ چنانکه امروز هم شاهد بازنمایی بسیاری از آداب و رسوم و میراث بجا مانده از این سیر تمدنی هستیم.

یکی از آیین‌های تاریخی رایج در فرهنگ مردم کشورمان، همنشینی خانواده‌های ایرانی در آغازین شب فصل زمستان موسوم به «شب یلدا» است. شاید این موضوع در نگاه اول بهانه‌ای برای گرد هم آمدن افراد و خانواده‌ها و برپایی مهمانی‌هایی برای پناه آوردن از سرما به گرمای محافل جلوه کند اما نمی‌توان از مسائل عمیق‌تری در باب این موضوع که ریشه در باورها و سنت‌ها دارند، چشم‌پوشی کرد.

خالی از لطف نخواهد بود که با طرح دو پرسش تاریخی این موضوع را بازتولید نمائیم؛ اول آنکه اصلاً شب یلدا چیست؟ و دوم آنکه از چه زمان این شب جایگاهی در آداب و رسوم ایرانی برای خود پیدا کرده است؟ بسیاری از لغت‌شناسان از جمله دهخدا باور دارند که نام یلدا در واقع برآمده از ریشه‌های سریانی به معنی زایش و تولد است و احتمال دارد که با میلاد حضرت مسیح (ع) نیز ارتباطی مستقیم داشته باشد و عده‌ای هم آن را بی ارتباط با جشن‌های زمستانی در سرزمین‌های دیگر نمی‌دانند، اما آثار

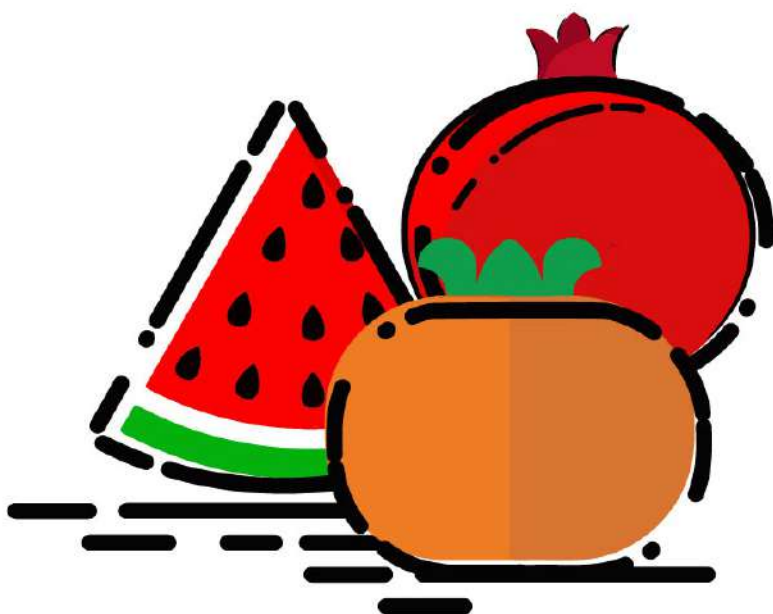
هنری و فرهنگی به جا مانده از دوره‌های پیش از تاریخ در ایران، این دست‌آورد زبان‌شناسانه را به پرده تردید می‌کشد. به چشم خوردن نام شب چله و پیش‌تر از آن عنوان جشن آفرینش در کتب تاریخی، فرضیه ردّ نظر متکیان به ریشه لغوی را جان بیشتری می‌بخشد. البته نقش باورهای اساطیری و داستان‌هایی که سینه به سینه نسل‌ها را دستخوش جامعه‌پذیری قرار داده‌اند نیز در پذیرش و ارتباط دادن آثار کشف شده با آیین ارزشی و ملی غیر قابل انکار است. با وجود این مراجعه به کتاب‌های کهن فارسی، با تابیدن روشنائی در زمینه چستی یلدا، آگاهی بیشتری به دست می‌دهد. دیدگاه‌هایی که اتفاقاً با فاصله گرفتن از خرافه و احساسات در سایه علم و دانش قرار می‌گیرند.

در این راستا با بررسی کوتاهی می‌توان پی برد که بسیاری از آداب و رسوم ایرانی با نخی نامرئی به علم نجوم و ریاضیات گره خورده‌اند و همین موضوع می‌تواند مرجعی برای جستجوی ریشه آنها باشد. برخی از باستان‌شناسان، تاریخ شب یلدا را هفت هزار ساله می‌دانند. استناد این گروه از باستان‌شناسان ظروف سفالی دوره پیش از تاریخ است که دارای نقوش حیوانی ماه‌های ایرانی، مانند عقرب، قوچ و... هستند. البته این یافته‌ها بسیار کمیاب‌اند، اما باستان‌شناسان معتقدند، می‌شود آیین مربوط به شب یلدا را تا هفت هزار سال قبل نیز، ردیابی کرد. در عین حال به رسمیت شناختن شب یلدا به حدود ۵۰۰ سال، قبل از میلاد برمی‌گردد. بر اساس تقویم بابلیان یلدا در زمان داریوش یکم به تقویم رسمی ایرانیان باستان وارد شده است.

ظاهراً گاه‌شماری ایرانی و انطباق کامل آن با تقویم طبیعی در همه ادوار مساله را روشن‌تر می‌کند که در سیر سده‌های متعدد، ایرانیان از علم نجوم و ریاضی در شکل دادن به ارزش‌ها و ساخت نمادها غافل نبوده‌اند و کوشیده‌اند تا ضمن زنده نگه داشتن نمادها و ارزش‌ها به مدد رسوم و سنت‌ها، همواره فرد، خانواده، ساختارها و در نهایت جامعه ملی را ذیل سایه ایزدی و درمسیر پویایی و تعالی قرار دهند.

اگرچه امروزه برخی به اشتباه بر این باورند که مراسم شب یلدا برای رفع نحوست بلندترین شب

نمادهای نوین‌تر پیوند بزند و به پدیده‌ای نوقدمایی تبدیل شود. یکی از جذاب‌ترین آیین‌های شب یلدا چیدمان سفره‌ای است که معمولاً با میوه‌های مخصوص، آجیل و دیگر تنقلات آراسته می‌شود. انار میوه اصلی این سفره محسوب می‌شود. پیشینیان انار را میوه باروری و برکت می‌دانستند. آنها این معنا را از دانه‌های زیاد آن دریافت می‌کردند. همچنین انار به خاطر رنگ قرمزش نماد شادی و خورشید است. هندوانه نیز مانند انار میوه مخصوص سفره یلدا است. حتماً سوال انگیز است که وجود هندوانه در ابتدای زمستان چه حکمتی دارد. همه می‌دانیم که هندوانه میوه‌ای تابستانی است؛ پس هندوانه علاوه بر رنگ سرخش نمادی از خورشید است و یادآور گرمای تابستان و حرارت است. به همین ترتیب آتش نیز به عنوان یکی از ارکان کهن و نمادین پیوند خورده با یلدا بوده است که هنوز هم در جای جای ایران زمین به چشم می‌خورد. خیلی دور نیستند خاطره مهمانی‌هایی که در آن همه دور کرسی می‌نشستند؛ قبل‌تر از آن دور آتش جمع می‌شدند؛ اکنون بخاری‌ها جای کرسی‌ها را در مجالس گرفته‌اند. آتش در گذشته نماد خورشید بود. بر اساس این عقیده آتش وسیله‌ای از بین بردن و فراری دادن تاریکی و نیروهای اهریمنی بوده است. همانگونه که می‌بینیم برگزاری جشن آفرین در شب یلدا علاوه بر پرداختن به فعالیت‌های نمادین، با وفور برکات و نعمت‌ها همراه است و هر ساله چند روز پیش از پایان پاییز شلوغی بازارها و معابر مبین این واقعیت است. امید که به زودی بیماری کرونا از تمام جهان رخت بپندد و باری دیگر گرد هم آییم و با پاسداشت این باورهای حکیمانه و ارزشمند شاکر نعمت‌های الهی باشیم.



سال برگزار می‌شود؛ اما در واقع چنین نبوده و در ایران باستان، مردم هیچ روز و شبی را نحس و بد یمن نمی‌دانستند. جشن شب یلدا، همچون بسیاری از آیین‌های ایرانی، ریشه در رویدادی کیهانی دارد.

ابوریحان بیرونی دانشمند قرن چهارم هجری شمسی در آثار الباقیه در مورد شب یلدا می‌گوید: «و نام این روز میلاد اکبر است و مقصود از آن، انقلاب شتوی (زمستانی) است. گویند در این روز، نور از حد نقصان به حد زیادت خارج می‌شود و آدمیان به نشو و نما آغاز می‌کنند و پری‌ها (دیوها) به ذبول و فنا روی می‌آورند.»

واضح است که با به سر رسیدن پاییز، خورشید در حرکت سالانه خود به پایین‌ترین نقطه افق جنوب شرقی می‌رسد که به مثابه کوتاه شدن طول روز و افزایش زمان تاریکی شب است. از منظری دیگر با آغاز زمستان خورشید حرکتی دوباره به سوی شمال شرقی پیش می‌گیرد که افزایش روشنایی روز و کاهش شب را به دنبال دارد. پس در نخستین بامداد زمستان، خورشید که طی شش ماه هر روز پایین‌تر از روز قبل قرار گرفته مجدد در مسیر شمال قرار می‌گیرد. ایرانیان باستان بر این باور بودند که نخستین بامداد زمستان، هنگام زایش یا تولد دیگرباره خورشید است و هر ساله این روز را به عنوان پدیده‌ی نمادین رویش و تعالی، گرامی می‌داشتند.

حال با رسیدن به پاسخ دو پرسش نخستین یعنی چستی و تاریخچه یلدا، نگاهی به آداب برگزاری این آیین ملی خالی از لطف نخواهد بود. هر آیینی در گذر زمان در عین اینکه اصول را حفظ می‌کند، در رویارویی با فرهنگ غالب در ادوار مختلف تاریخی تغییراتی را می‌پذیرد و به قولی نمادها به عنوان لایه بیرونی فرهنگ دائماً در حال بازسازی و تعامل با فرهنگ‌های مجاور هستند. از این سو جالب است بدانیم که آیین یلدا و جشن آفرینش مانند بسیاری از سنت‌ها با پدید آمدن مذاهب، ادبیات و هنر رویکردی منعطف نشان داده است و نمادهای جدیدی به آن اضافه شده است. برای مثال تفأل به اشعار حضرت حافظ، شاهنامه‌خوانی، قصه‌گویی در مورد قهرمانان ملی و دینی و... که در هزاره کنونی به این سنت اضافه شده است، موجب شده که یلدا ارکان کهن را با





آینده را با «آینده داران» بسازید

سید امیر حسین لوسانی

خدمات این بانک می‌گوید: بانک آینده با توجه به شیوع بیماری کرونا و حرکت جامعه به سمت خدمات برخط، طرح‌ها و برنامه‌های خود را به سمتی سوق داده که مراجعه کمتری به شعب صورت گیرد و مشتریان نیز از این موضوع راضی هستند، زیرا در قالب برنامه‌های تلفن همراه بانک آینده، نیاز خود را در کمترین زمان و بدون هزینه رفع می‌کنند. آنچه پیش روست خلاصه‌ای است از گفتگو با آقایان محمدرضا مددی و سید صادق قاضی:

بانک آینده طرح آینده داران را در خردادماه کلید زد و با اندکی زمان تنفس مرحله بعدی این طراح را آغاز کرده است، برنامه اصلی این طرح چه بوده است؟ مددی: ایران مال یکی از پروژه‌های بزرگ بانک آینده محسوب می‌شود و بانک در راستای حمایت و تقویت سمت تقاضا و بازدید مشتریان از این مجموعه برنامه‌ها و طرح‌های مختلفی طراحی کرده که یکی از این موارد طرح «آینده داران» است. در این طرح بانک آینده به دنبال تقویت حجم تقاضا و خرید بود، در همین شرایط همه گیر شدن بیماری کرونا ناخواسته میزان تقاضا در بازارهای

بانک آینده در کنار توجه به رشد زیرساخت‌های عمرانی کشور، به توسعه و رشد بازارهای مالی و ارتقاء خدمات به‌روز بانکی نیز توجه ویژه‌ای دارد، این بانک در دور جدید فعالیت خود «تجربه مشتری» را در دستور کار خود قرار داده و با ارائه خدمات به‌روز و جدید مسیر متفاوتی را در پیش گرفته است.

از خدمات به‌روز این بانک می‌توان به ارائه برنامه‌های برخط و محصولات متنوع بانکی اشاره کرد که در حال حاضر دو خدمت برنامه «کلید» و «طرح آینده‌داران» که مختص ایران مال است، جایگاه مناسبی را در بین مشتریان از آن خود کرده است در این رابطه محمدرضا مددی - مدیر طرح آینده داران ۱، معتقد است بانک آینده، بانکی است خلاق و نوآور که ماجراجویی در ارائه خدمات و محصولات جدید و نوین را دنبال می‌کند زیرا همواره با ارائه خدمات به‌روز و متفاوت نسبت به دیگر بانک‌ها، به دنبال کسب رضایت مشتری و سهام‌داران بوده است.

همچنین سیدصادق قاضی - رئیس شعبه بانک آینده در ایران مال در مورد

لازم به ذکر است که هر سازمان و بانکی بعد از معرفی محصول خود معمولاً از طریق نظرسنجی و بررسی داده های مربوط به مصرف کنندگان به ارزیابی بازار و محصول می پردازد که درخصوص محصول «آینده داران» بانک آینده، بازار بزرگ ایران را به عنوان یک بازار و محل اصلی برای بررسی محصول خود انتخاب کرده است.

پروژه آینده داران، چالش پذیر بودن بانک آینده را نشان می دهد زیرا اولین بانکی است که چنین شیوه اعتبار دهی را روی کارت شخصی مشتریان ارائه می کند و مشتریان بدون هیچگونه فرآیند طولانی مدت، می توانند اعتبار دریافت کنند و امکان خرید هر کالایی را داشته باشند.

شما به دریافت اعتبار به دور از هرگونه بروکراسی اداری اشاره داشتید، آیا امکانات به روز همچون بستر فضای مجازی و اینترنت در این مسیر مورد استفاده قرار گرفته است؟

مددی: مشتریان از هر مسیر ارتباطی با بانک همچون درگاه های اینترنتی می توانند در کمتر از یک ساعت اعتبار خرید را دریافت کنند. بانک آینده این طرح را در حالی طراحی کرده که شیوع ویروس کرونا بر فضای اقتصادی و اجتماعی خانواده ها سایه افکنده و آن ها را با چالش های اقتصادی و تفریحی بسیاری روبرو کرده است. اما با رویکرد بسیار مناسب بانک آینده در همراهی مردم، مشتریان بانک آینده با اعتبار «آینده داران» می توانند در رستوران های مجموعه ایران مال نیز اوقاتی را بدون دغدغه پرداخت هزینه داشته باشند. در مجموع می توان گفت، در شرایط فعلی حجم درآمد خانواده ها کاهش یافته و امکان هزینه کرد برای خانواده ها وجود ندارد، از این رو بانک آینده از طریق طرح «آینده داران» سمت تقاضا را تقویت کرده و با تقویت سمت تقاضا میزان داد و ستد در بازار بزرگ ایران نیز افزایش می یابد.

در مرحله قبلی طرح آینده داران برخی واحدها به زمان بازگشت پول انتقاداتی داشتند، در مرحله فعلی برای این موضوع چاره ای اندیشیده شده است؟

مددی: در مرحله فعلی ارائه اعتبار، مقرر شده تا روند پرداخت پول با توجه به میزان کارمزد



مختلف را کاهش داد. لذا با توجه به شرایط این بیماری و تاکید بانک بر طراحی برنامه های حمایتی از بازار بزرگ ایران، طرح آینده داران کلید خورد. به عبارت دیگر بانک آینده با طرح آینده داران در کنار تقویت حجم تقاضا، برنامه ای برد-برد برای مشتری، بانک و فروشندگان را پیگیری کرد.

در مرحله اول طرح، بیش از ۶۰ واحد حضور داشتند که با آغاز طرح، چالش های زیرساختی مشخص شد و بخشی از مشکلات در فاز اول رفع و در ماه های ابتدایی پاییز بررسی های بیشتر در زمینه بازطراحی و اجرای طرح صورت گرفت که خروجی های به دست آمده توقع بانک را محقق نکرد و دلیل اصلی آن هم عدم دستیابی به فاکتورهای مدنظر بانک بود، اعتباری ۵ میلیون تومانی که هم توقعات بانک را محقق نکرده و هم بر اساس تحقیقات صورت گرفته مشتریان و فروشندگان نسبت به این اعتبار انتقاداتی دارند.

بانک آینده با طرح آینده داران در کنار تقویت حجم تقاضا، برنامه ای برد-برد برای مشتری، بانک و فروشندگان را پیگیری کرده است



پرداختی به بانک برای هر واحد شناور باشد تا برای واحدهای مستقر در مجموعه ایران مال مشکلی در زمینه نقدینگی ایجاد نشود. این تصمیم‌گیری در مرحله فعلی طرح تاثیر قابل توجهی در همراهی واحدهای فروشگاه‌ها و خدماتی بازار بزرگ ایران داشته و اطلاعات فروشگاه‌های حاضر در طرح به لحظه روی سایت بانک آینده قرار می‌گیرد.

با فعال سازی برنامه «کیلید» حتی به صورت برخط می‌توان حساب جدید در بانک افتتاح کرد

این طرح ظاهراً تفاوت‌های بسیاری با دیگر طرح‌های سیستم بانکی دارد، به نظر شما مهمترین تفاوت این طرح با دیگر طرح‌های سیستم بانکی در چیست؟
مددی: بانک آینده در این طرح به دنبال حفظ عزت نفس مشتری است و زمانی که اعتبار در کارت مشتری شارژ و به وی ارائه می‌شود حس خوشایندی برای مشتریان به همراه دارد و در زمان خرید هم حتی فروشنده نمی‌داند که شما از حساب نقد خرید می‌کنید یا اعتباری که نزد بانک آینده در نظر گرفته شده است.

در مراحل بعدی امکان تغییر در شرایط طرح آینده داران وجود دارد؟

مددی: بانک آینده طرح «آینده داران» را یک محصول بانکی می‌داند و با گذر زمان این طرح رشد خواهد کرد، رشد این طرح به معنای رفع ابهامات و چالش‌های پیش رو و ارتقاء خدمات آن است. در مرحله اول طرح، عموماً واحدهای فروشگاه‌ها در آن حضور داشتند که در شرایط فعلی امکان حضور تمام واحدها و فروشگاه‌های مستقر در مجموعه فراهم می‌باشد. برای مثال واحدهای خدماتی و تفریحی شامل بیمه، تعمیرگاه و کارواش

مستقر در ایران مال نیز به این طرح اضافه شده‌اند.

یکی از خدمات مورد اقبال بانک آینده، برنامه «کیلید» است، لطفاً توضیحی در رابطه با این خدمت بفرمایید.

قاضی: برنامه کیلید در ابتدای امر برای شرکت‌ها و سازمان‌ها طراحی شده بود تا مدیران عامل و مسئولین مالی بدون حضور در محل کار خود و به لحظه عملیات بانکی شرکت را انجام دهند. رفته رفته این برنامه جایگاه



مناسبی را در بین مدیران مالی پیدا کرد و این محبوبیت مشتریان بسیاری را برای بانک آینده جذب کرد. این موضوع نیز عاملی شد تا مشتریان حقیقی نیز به برنامه کیلید اقبال نشان دهند.

در گذشته فعال سازی کیلید منوط به حضور افراد در شعب بانک بود، اما به نظر می‌رسد بانک شیبه جدیدی را در نظر گرفته است. لطفاً در این خصوص توضیح فرمائید.

قاضی: در گذشته برای فعال سازی برنامه کیلید باید مشتریان به شعب بانک مراجعه می‌کردند اما در حال حاضر بانک توانسته خدمات خود را به سمت، خدمات غیر حضوری و برخط سوق دهد و با فعال سازی برنامه کیلید به صورت برخط حتی می‌توان حساب جدید در بانک افتتاح کرد. در این شیوه، مشتریان تصویر مدارک هویتی خود را در برنامه بارگذاری می‌کنند و در لحظه متصدیان بانک با بررسی مدارک و برقراری تماس تصویری با مشتری، فعال سازی برنامه و افتتاح حساب را انجام می‌دهند و مشتری تنها برای دریافت کارت یا دفترچه بانکی خود به شعب بانک آینده مراجعه می‌کنند. البته نکته قابل توجه در برنامه کیلید و دیگر طرح‌های بانک آینده آن است که با گذر زمان بانک خدمات جدید و یک پارچه‌ای را برای برنامه‌های برخط و محصولات متعدد خود همچون طرح آینده داران ارائه خواهد کرد.

سوال بسیاری از مشتریان بانک آینده آن است که چرا برنامه‌های موبایلی این بانک همچون کیلید و همراه کارت جمع نمی‌شود؟

قاضی: بسیاری این سوال را دارند، در پاسخ به این موضوع باید اعلام شود که این دو برنامه متعلق به بانک آینده است اما دو رویکرد متفاوت از یکدیگر دارند و برنامه همراه کارت خدمات گسترده‌تری برپایه کارت بانکی برای مشتریان تمام بانک‌ها ارائه می‌کند.

تعامل فرهنگی پلی به سوی تعالی فرهنگی

مجید غلامرضایی



شاید با مرور فرآیند پیشرفت در کشورهای مختلف بتوان این فرضیه را مطرح کرد که توسعه اقتصادی و سیاسی هر کشور مستلزم ایجاد بسترهای اولیه در فرهنگ آن کشور بوده است. توسعه فرهنگی در این روزگار، به معنای رشد و ترقی ریشه‌های بومی و عامه‌مردمانی است که فن آوری را همگون با تمدن خویش می‌خواهند. آنچه که امروزه و در قرن بیست و یکم، دولت‌ها و نهادهای غیر دولتی بر آن تاکید دارند این است که توسعه فرهنگی پیش نیاز و اساس توسعه سیاسی و اقتصادی کشورهاست.

فرهنگ هر کشور آمیخته‌ای از باورها و اعتقادهای مردمی است که در طول تاریخ و در مواجهه با پدیده‌های اجتماعی بوجود آمده و بدیهی است در هر کشور دارای تمایزها و ویژگی‌های منحصر به فرد است. به باوری ساده‌تر فرهنگ‌های مختلف مانند خانواده‌هایی هستند که همسایه یکدیگر هستند، ولی براساس معیارهای مختلف در مواجهه با رویدادها، برخوردهای متفاوتی از خود بروز می‌دهند.

در اینجا است که تعامل فرهنگی معنی می‌یابد. اگرچه فرهنگ‌ها متفاوت است اما مبنای تعامل فرهنگی، گفتگو و مراوده میان فرهنگ‌هاست، به گونه‌ای که وجه اشتراک بین فرهنگ‌ها برجسته می‌شود و بر اساس آن رفتارهای مناسب‌تر بشری شکل می‌گیرد. البته این نوع از تعامل فرهنگی هم پایداری بهتر و بیشتری نسبت به تعامل‌های دولتی دارد و هم آثار مثبت دراز مدت و قابل‌اتکای بیشتری خواهد داشت.

طی هزاران سالی که از تمدن پارسی می‌گذرد، آنچه که همواره مانع فروپاشی تمدن و یکپارچگی کشور شده فرهنگ اصیل ایرانی است. فرهنگی که پیام آور صلح، ثبات و آرامش بر پهنای این مرز و بوم است و همیشه آماده تعامل با هر دگرگونی و تحولی بوده‌است. تعاملات فرهنگی مرز

نمی‌شناسد و می‌تواند با وجود تفاوت‌ها موجب همراهی انسانها با فرهنگ‌های مختلف شود. فرهنگ ایرانی با دارا بودن عنصر تعامل همواره توانسته بسیاری از فرهنگ‌های دیگر را به همراهی با خود وادارد.

ایران‌مال توسعه فرهنگی را بستری بر توسعه اقتصادی می‌داند. این روزها با یک جستجوی ساده در فضای مجازی می‌توان تصاویر مختلفی از کتابخانه جندی شاپور، تیمچه حاج علی اکبر، باغ ماهان و سایر فضاهای فرهنگی و سنتی ایران‌مال را یافت. سوال این است که در دنیای اقتصاد محور امروز و در بزرگ‌ترین مال خاورمیانه چه اتفاقی رخ داده که در کنار فروشگاه‌های مدرن، فضاهای فرهنگی نیز این چنین رخ‌نمایی می‌کنند؟ پاسخ مشخص است: اهمیت رشد فرهنگی با تمام وجود درک شده‌است و مردمی که تمدن و پیشینه خود را دوست دارند و به آن افتخار می‌کنند حتی در میان فشارهای اقتصادی و سیاسی با یادآوری آن حال دلشان خوب می‌شود. آنان ترجیح می‌دهند حتی اگر برای خرید با خانواده به جایی می‌روند تجلی باورها و مجموعه فرهنگ غنی خویش را پیش رو ببینند.

در میان بازارهای نوین و مال‌های فاخر دنیا، ایران‌مال توانسته است، دادوستد را با ریشه‌های سنتی و فرهنگی در فضایی مدرن عرضه کند. علاقمندی مدیران این مجموعه عظیم به فرهنگ کهن و غنی ایران و توجه به دانش و تاریخ کشور نمونه‌ای برای مدیران و کارفرمایان کشور پدید آورده است که جمع‌زبانی از آنان برای الگو گرفتن از آن روزانه راهی این مجموعه شوند. اهتمام ایران‌مال به فرهنگ ایران زمین می‌تواند چراغ راهی برای نخبگان اقتصادی کشور روشن کند تا در تنگناهای سیاسی و اقتصادی، از اتکا به فرهنگ غنی سرزمین خود دست برندارند و عشق به سرزمین مادری را از یاد نبرند.



پنجمین کنگره جهانی یوسرن ۲۰۲۰

شعار امسال، علم بدون مرز

هما تقوایی



کنگره بین المللی یوسرن یکی از مهم ترین فعالیت های این شبکه است که هر ساله با سخنرانی دانشمندان یک درصد برتر و برندگان جایزه نوبل و ابل به صورت بین رشته ای در پنج حوزه علمی شامل علوم صوری، فیزیک و شیمی، زیستی، پزشکی و اجتماعی برگزار می شود. شرکت کنندگان این رقابت، دانشمندان جوان کمتر از ۴۰ سال سراسر دنیا می باشند که بر اساس سابقه علمی-پژوهشی و نیز ارائه پروژه علمی توسط هیئت مشاورین مورد داوری قرار می گیرند. برگزیدگان هر رشته در ۱۰ نوامبر هر سال مصادف با روز جهانی صلح و توسعه علوم (World Science Day for Peace and Development) در جشنواره اهدای جوایز اعلام می شود. دوره های پیشین این کنگره از سال ۲۰۱۶ تاکنون به ترتیب در ایران (تهران)، اوکراین، ایتالیا و مجارستان برگزار شده است.

پنجمین کنگره بیم المللی یوسرن با برگزاری مراسم افتتاحیه در سالن اصلی مرکز نمایشگاهی ایران مال به صورت حضوری و مجازی کار خود را آغاز کرد. برنامه های کنگره شامل کارگاه ها و مناظره های علمی، گفت و گوی صمیمانه با دانشمندان و متخصصان و برنامه های ویژه نوآوری

پنجمین کنگره بین المللی شبکه جهانی آموزش و پژوهش های علمی با میزبانی ایران مال برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی ایران مال، پنجمین کنگره بین المللی شبکه جهانی آموزش و پژوهش های علمی (یوسرن ۲۰۲۰) با شعار علم بدون مرز و با حضور دانشمندان یک درصد برتر دنیا در علوم مختلف، ۱۷ الی ۲۰ آبان ماه ۱۳۹۹ با حمایت ویژه بیش از ۱۰۰ دانشگاه و مرکز علمی از ۳۵ کشور دنیا در ایران مال برگزار شد.

شبکه جهانی آموزش و پژوهش های علمی (یوسرن - USERN) سال ۲۰۱۶ میلادی با شعار «علم بدون مرز» و با هدف گسترش آموزش و پژوهش علمی اخلاق محور و بشر دوستانه و در نهایت پیشرفت علم برای اهداف غیرنظامی و مصالح عمومی در ۲۲ رشته علمی در دنیا ایجاد شده است. اجرای پروژه های علمی بین المللی، بین رشته ای و ایجاد بستری برای ارتباط بهتر میان پژوهشگران جوان و دانشمندان مجرب در تمام دنیا از برنامه های پیش روی این شبکه است.

این شبکه طی ۴ سال ابتدایی تاسیس خود، رشد علمی قابل توجهی داشته و فعالیت های ارزنده ای را در کارنامه خود ثبت کرده است. اعضای هیئت مشاورین شبکه یوسرن که مسئولیت تصمیم گیری های کلان شبکه را بر عهده دارند شامل دانشمندان یک درصد برتر علوم مختلف و نیز برندگان نوبل و ابل (Nobel and Abel) می باشند. اکنون بیش از ۴۷۰ نفر از دانشمندان یک درصد برتر رشته های مختلف و ۱۸ نفر از برندگان نوبل و ابل عضو هیئت مشاورین آن شده اند. همچنین، بیش از سیزده هزار نفر شامل اساتید و دانشجویان از ۱۲۰ کشور دنیا عضو شبکه شده اند.





برای جامعه» عنوان کرد و گفت: با توجه به تعدد مشکلات بشر امروز و به عنوان مثال درگیری جهانی کووید ۱۹ امیدواریم با گسترش این شبکه، ایجاد همبستگی میان علوم مختلف و برداشتن مرزهای جغرافیایی بتوانیم به حل مشکلات بشر کمک کنیم. چنان که پژوهش‌های مختلفی از سوی دانش پژوهان عضو این شبکه صورت گرفته است. به عنوان مثال می‌توان از مقاله ارزنده دکتر دانیل ساوتر (Daniel Sauter) از آلمان با عنوان «رمزگشایی عوامل تعیین کننده مولکولی، شیوع ویروس کرونا در جمعیت انسانی» نام برد.

همزمان با برگزاری کنگره یوسرن، ششمین جشنواره بین‌المللی نقاشی برای کودکان بیمار با محوریت سلامت نیز برگزار شد. حدود هزار اثر هنری ارسالی از ۳۳ کشور جهان در این جشنواره شرکت داده شد و کتابخانه جندی شاپور ایران‌مال به عنوان مکانی فرهنگی و فاخر با جذابیت‌های صوری برای برگزاری مراسم اختتامیه انتخاب شد. این مراسم با اهداء جوایز جشنواره بین‌المللی نقاشی آغاز و ۱۳ اثر برگزیده از کودکان و نوجوانانی از کشورهای ایران، هند، بلغارستان، پرو، اوکراین و بنگلادش در چهار گروه سنی ۳ تا ۶ سال، ۷ تا ۱۰ سال، ۱۱ تا ۱۴ سال و ۱۵ تا ۱۸ سال مورد تقدیر قرار گرفت.

در این مراسم سفرا و نمایندگان از کشورهای آلمان، ایتالیا، استرالیا، فنلاند، اوکراین، روسیه، اسلوانی، پرتغال، بلژیک، چین، بلغارستان و بنگلادش حضور داشتند. در بخش دوم جشنواره، منتخبان یوسرن ۲۰۲۰ از میان بیش از ۱۳ هزار نفر اعلام شدند که دون گرویی وو (Dongrui Wu) از چین، گریگوری آشتو (Gregory Ashto) از استرالیا، دانیل ساوتر (Daniel Sauter) از آلمان، محمد علی شهبازی از فنلاند و لیان شامال (Lianne Schamaal) از استرالیا به ترتیب در علوم صوری، فیزیک و شیمی، زیستی، پزشکی و اجتماعی به عنوان برگزیدگان اعلام و جوایز به نیابت از این دانش‌پژوهان بین‌المللی به سفرای کشورهايشان در تهران اهدا شد و در انتهای مراسم از میان کشورهای هند، هلند، ترکیه و اسلوانی، کشور ترکیه به عنوان میزبان یوسرن ۲۰۲۱ انتخاب شد.

بود که به صورت مجازی از ساعت ۹ صبح تا ۹ شب از روز هفدهم تا بیست و چهارم آبان ادامه یافت. این کنگره با مشارکت بیش از ۱۵۰۰ شرکت کننده از ۴۸ کشور و حضور ۱۵۰ سخنران (حضور مجازی) از ۳۵ کشور جهان مورد استقبال قرار گرفت. همچنین ۲۲ برنده جایزه نوبل پیام ویدیویی فرستادند که در مراسم افتتاحیه پخش شد.

رضا ملک‌زاده معاون تحقیقات و فناوری وزیر بهداشت، شه‌ریار نفیسی رئیس دانشکده پزشکی تهران، رامین کردی معاون بین‌الملل دانشکده علوم پزشکی تهران، الهام فخاری رئیس شورای استان تهران، پروین پاسالا رئیس دفتر استعدادهای درخشان وزارت بهداشت در مراسم افتتاحیه یوسرن ۲۰۲۰ حضور داشتند.

پروفیسور نیما رضایی رئیس و موسس شبکه جهانی آموزش و پژوهش علمی یوسرن فعالیت‌ها و دستاوردهای این شبکه را این‌گونه برشمرد: شبکه جهانی یوسرن بیش از ۹۰ گروه آموزشی و پژوهشی فعال و بیش از ۱۴ هزار عضو از بیش از ۱۲۰ کشور دنیا دارد و حدود ۱۰۰ دانشگاه معتبر جهان از طریق شبکه یوسرن به هم متصل شده‌اند. این شبکه بیش از ۵۰ سفیر فعال در علوم مختلف و بیش از ۵۰ دفتر فعال در داخل و خارج از ایران دارد. تاکنون بیش از ۹۰۰ مقاله علمی در مجلات معتبر جهان در علوم مختلف به چاپ رسانده و بیش از ۵۰۰ رخدادهای علمی در طی ۵ سال فعالیت شبکه جهانی یوسرن در داخل و خارج از کشور تشکیل شده که مهمترین آنها کنگره سالانه یوسرن است.

نیما رضایی محور پنجمین کنگره یوسرن را «علم



جناب بابان، به ایران مال خوش آمدید، قبل از ورود به گفت‌وگو در مورد ایران مال سوالاتی در زمینه زندگی شخصی داریم، شما چگونه با رادیو و تلویزیون آشنا و با این سازمان همکاری شدید؟

در سال ۱۳۳۹ همراه پدر که گوینده رادیو بودند، به صداوسیما رفت‌وآمد داشتم و این موضوع سرآغاز همکاری با صداوسیما شد. طی سال‌های ۳۹ تا ۴۳ در میدان ارگ برای رادیو برنامه کودک اجرا می‌کردم که به واسطه سمت جدید پدر در کرمانشاه، به این شهر نقل مکان کردیم. در طی آن سال‌ها نیز در کرمانشاه با پدر همکاری داشتم تا سرانجام در سال ۵۲ به استخدام رسمی صداوسیما درآمدم و تا سال ۵۶ گوینده خبر و گزارشگر رادیو بودم. در سال ۵۶ برای ادامه تحصیل به خارج از کشور مهاجرت کردم و در رشته هنرهای اجتماعی فوق‌دیپلم گرفتم و در ادامه مدرک لیسانس مکانیک را اخذ کردم.

با گذر زمان در سال ۱۳۶۲ به تهران نقل مکان کردم و اختصاصاً کار خبر را در این شهر ادامه دادم. چند سالی در رادیو و تلویزیون به‌طور هم‌زمان کار می‌کردم که طبق قوانین جدید و شرایط صداوسیما گویندگی خبر در تلویزیون را پذیرفتم و در سال ۱۳۷۷ بازنشسته شدم و از آن زمان تا سال ۹۲ کار گویندگی را ادامه دادم و بعد از آن نیز تدریس در دانشگاه خبر را پیگیری کردم.

افرادی که با کار خبر سروکار دارند، عموماً کار را بر زندگی شخصی ترجیح

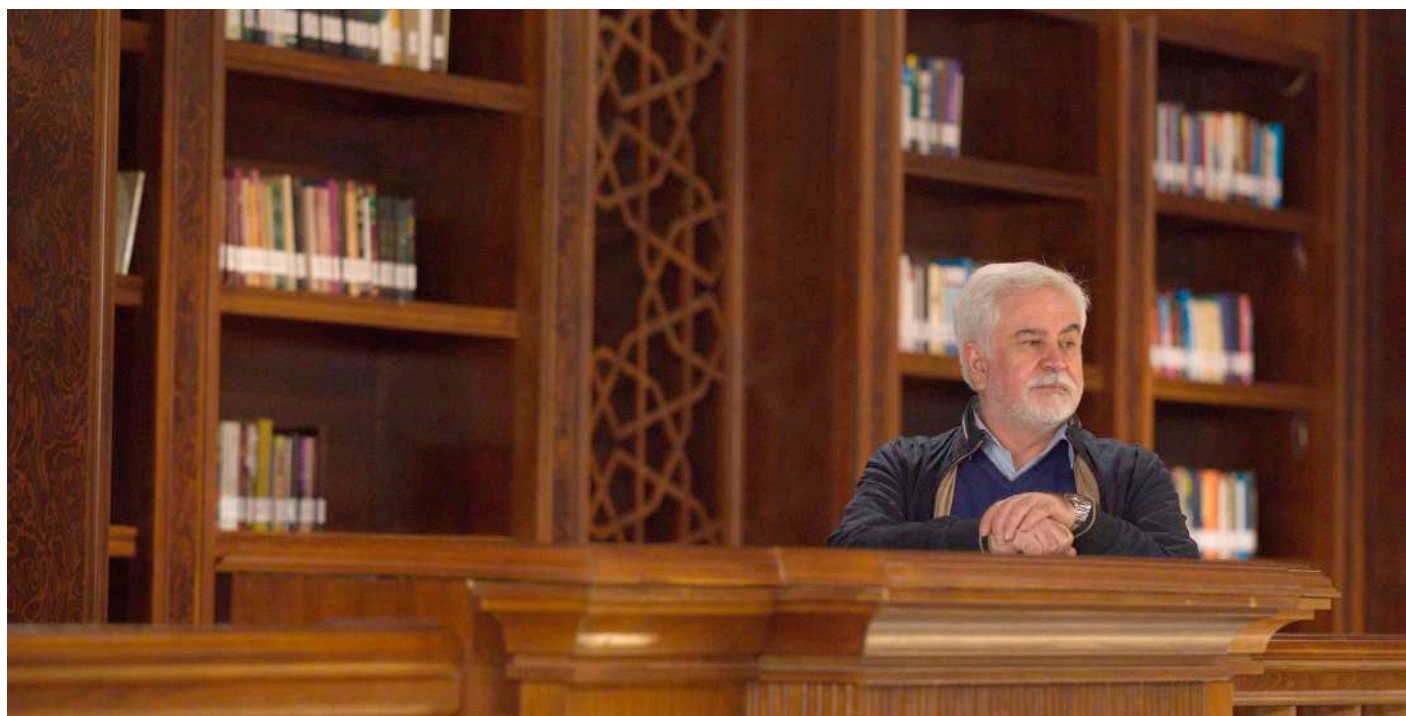


ایران مال، محفل همگرایی اقوام و ملل

فواد بابان در بازار بزرگ ایران

در روزگار امروز شاید رادیو و تلویزیون، جای خود را به فضای مجازی و رسانه‌های برخط داده، اما همچنان رادیو و تلویزیون حس خاطره‌انگیزی برای بسیاری افراد دارد.

یکی از قسمت‌های خاطره‌انگیز رادیو و تلویزیون برای افراد، بخش خبری ساعت ۱۴ و ۲۱ بوده و ایرانی‌ها این دو بخش خبری را با محمدرضا حیاتی، مرحوم قاسم افشار، فؤاد بابان، ناصر احمدی، حسن سلطانی، مرحومه ایران شاقول و سولماز اصغری می‌شناسند. از میان این افراد قاسم افشار و ایران شاقول چند سالی است که دعوت حق را لبیک گفته‌اند و مابقی افراد به‌عنوان پیشکسوت همچنان با رادیو و تلویزیون همکاری دارند. از میان این جمع فؤاد بابان به دعوت روابط عمومی ایران مال از مجموعه بازدید داشت. بابان با تماشای قسمت‌های مختلف ایران مال این سازه را الهام‌بخش طراحان و سازندگان ایرانی می‌داند و معتقد است، ایران مال در طراحی و اجرا محلی برای همگرایی ملل و اقوام مختلف است. مشروح این گفتگو را در ادامه می‌خوانید:



تپق و کاف جز جدانشدنی کار گویندگی است، آیا از کاف‌های خبری خود خاطره‌ای دارید؟

کار گویندگی کاری زنده است و اتفاقات غیرمترقبه در این کار به شدت رخ می‌دهد و همواره گویندگان به دنبال آن هستند که هرکدام از این اتفاقات را به چشم یک تجربه ببینند، اما هر بار اتفاقات متفاوت از دفعه قبلی است. مثلاً یک‌بار می‌خواستیم بگوییم همکارم خبرها را ادامه می‌دهد به‌اشتباه گفتم همسر خبرها را ادامه می‌دهد که البته به‌سرعت اصلاح کردم.

کدام اخبار را بیشتر دوست دارید؟

اخبار اقتصادی را بسیار دوست دارم و همواره علاقه‌مند بودم که گوینده این دسته اخبار باشم، زیرا اخبار اقتصادی در زندگی مردم تأثیر مستقیم دارد. ایرانی‌ها در حوزه اقتصاد و سیاست بسیار فعال و خیره هستند و با تکیه بر تفکر افراد متخصص در این زمینه امیدوار هستم تا در آینده نزدیک شرایط بهتری از بعد اقتصادی برای مردم رقم بخورد.

ایران مال بسیار زیباست و امروز که برای اولین بار وارد مجموعه شدم از زیبایی و عظمت این پروژه شگفت زده شدم. با توجه به مراداتی که از قبل با ایده پرداز مجموعه داشتم ایشان را انسانی خلاق، دوراندیش و فعال می‌شناختم و امروز با بازدید از ایران‌مال بیش از پیش شناخت شخصی بنده نسبت به تفکر و درایت ایشان عمیق شد و می‌توانم گفت ایران‌مال مکانی رویایی است.

می‌دانند، آیا برای شما هم این چنین بوده است؟

بنده در سن پایین ازدواج کردم و همسر معلمی برگزیدم که علاقه خاصی به کار صداوسیما نداشتند و این در حالی بود که کار و فعالیت در صداوسیما حرفه دلی من بود. ناگفته نماند باوجود آنکه اولین ترابزوی عقبه‌ای ایران را بنده ساختم و حتی ساخت‌وساز را برای کسب‌وکار خود انتخاب کردم اما قلب من برای گویندگی می‌تپید و می‌تپید.

دو فرزند دارم که هرکدام در رشته‌های خود مدرک دکترا و فوق دکترا دارند که دخترم بعد از کسب مدرک دکترا به رشته هنر علاقه‌مند شد، اما با ورود وی به سازمان مخالفت کردم، زیرا حرفه سازمان را باید از سنین جوانی آغاز کرد.

متأسفانه در ایران کار، شغل و رشته تحصیلی، آدم را پیدا می‌کند و این رویه درستی نیست و عاملی می‌شود که عموماً عشق و علاقه در انجام کار دیده نمی‌شود. هرگاه کار بر پایه عشق و علاقه انتخاب شود، برای افراد همراه با جذابیت خواهد بود و موجب ارتقا شغل و فرد می‌شود.



کدام قسمت از مال برای شما جذابیت بیشتری داشت؟

باغ ماهان یا سازه متحصربه‌فرد خود، در کنار کتابخانه و بخش‌های ورزشی برای بنده بسیار جذاب بود. نکته قابل توجه در بازدید بنده از این مال آن است که تمام اقشار جامعه برای خرید و رفع نیاز خانواده در ابعاد مختلف همچون فرهنگی، ورزشی و سرگرمی می‌توانند به ایران مال رجوع کنند.

لازم است ذکر کنم، بنده زمانی که متوجه شدم ایران‌مال با تکیه بر توان داخلی ساخته‌شده بسیار غرورمند شدم.

به بخش‌های ورزشی اشاره کردید، آیا نکته خاصی در این قسمت‌ها برای شما مهم جلوه کرد؟

وجود بخش‌های ورزشی نویدبخش روزهای خوبی برای ورزش کشور خواهد بود، زیرا در طراحی و اجرای این قسمت‌ها، استانداردهای جهانی و کمیته المپیک رعایت شده است و این مهم عاملی خواهد بود تا تیم‌های ورزشی حرفه‌ای در ایران‌مال برای حضور در میدان‌های بین‌المللی به تمرین و آماده‌سازی بپردازند.

زیبایی ایران‌مال باسنت و مدرنیته تلفیق شده و چشم هر بیننده را مجذوب خود می‌کند.

و این در حالی است که به دلیل وسعت بسیار زیاد مجموعه، تلفیق سنت، مدرنیته و زیبایی فعالیت بسیار سختی است.

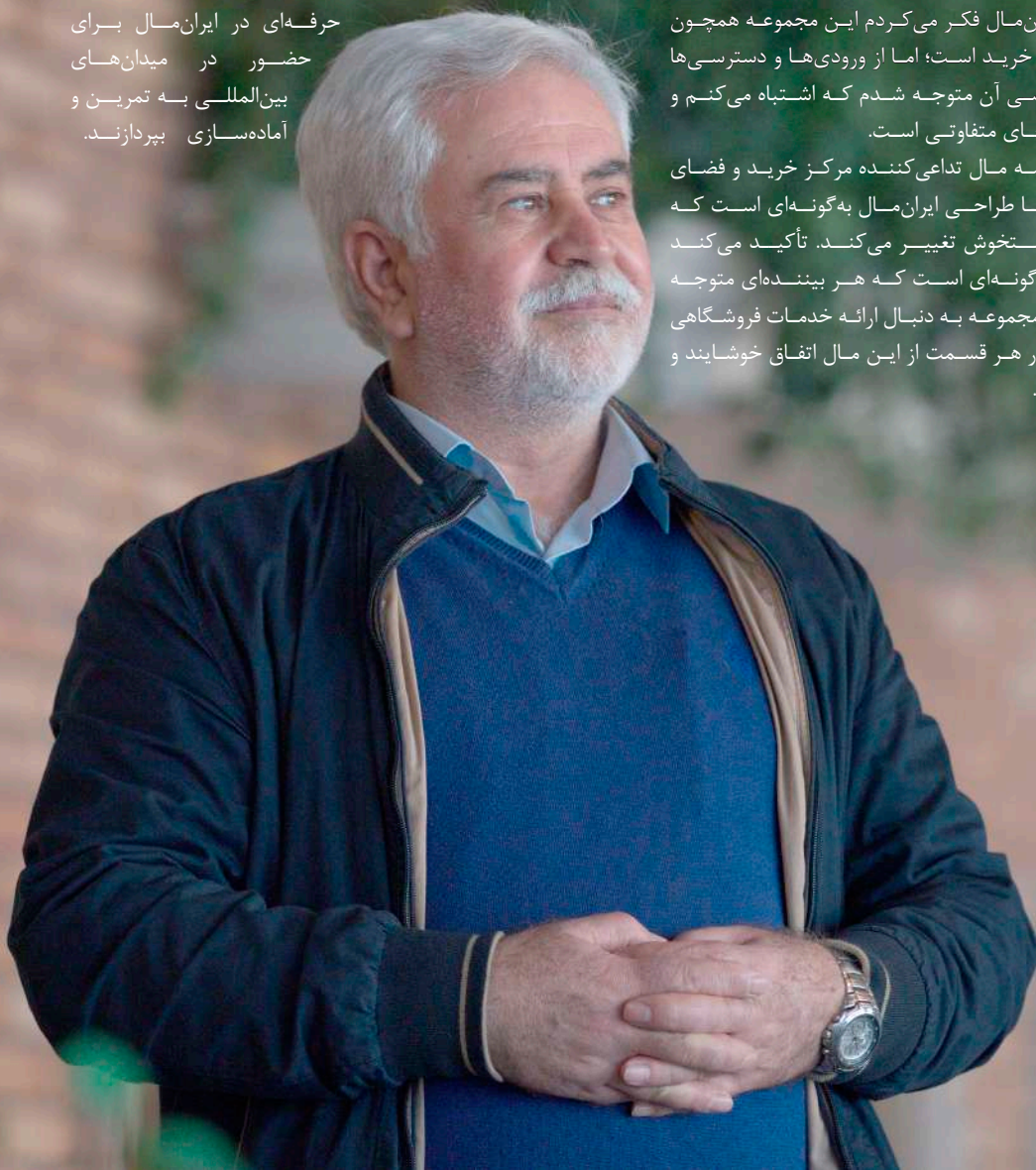
هنرهای به کار گرفته‌شده در بازار سنتی همچون نقاشی، خطاطی، آیینه‌کاری و فرهنگ و هنر ایران را معرفی و برای نسل‌های آینده حفظ کرده است.

نکته قابل توجه آن است که ایران‌مال در معماری و ساخت‌وساز الهام‌بخش خواهد بود و بسیاری از شرکت‌ها و حتی افراد می‌توانند در سازه‌های تجاری، اداری و حتی شخصی از ایران‌مال الگوبرداری کنند و بخش‌های مختلف ساختمان خود را با هنرهایی که در ایران‌مال احیاء شده، تزئین کنند.

کمی به بازدید امروز شما از ایران‌مال بپردازیم، در بدو ورود ایران‌مال را چگونه دیدید؟

قبل از ورود به ایران‌مال فکر می‌کردم این مجموعه همچون دیگر مال‌ها و مراکز خرید است؛ اما از ورودی‌ها و دسترسی‌ها بسیار جالب و تخصصی آن متوجه شدم که اشتباه می‌کنم و مجموعه ایران‌مال، جای متفاوتی است.

با وجود آنکه کلمه مال تداعی‌کننده مرکز خرید و فضای فروشگاه‌هاست، اما طراحی ایران‌مال به گونه‌ای است که تفکرات افراد را دستخوش تغییر می‌کند. تأکید می‌کند طراحی ایران‌مال به گونه‌ای است که هر بیننده‌ای متوجه خواهد شد که این مجموعه به دنبال ارائه خدمات فروشگاه‌ها نیست و قرار است در هر قسمت از این مال اتفاق خوشایند و متفاوتی رقم بخورد.



تمام قسمت‌ها حتی مسجد ایران‌مال، بیانگر تأکید بر همگرایی فرهنگ و قومیت‌های مختلف است و به نظر بنده آب‌نمایش مظهر همگرایی است، زیرا آب، آتش، نور و موسیقی با همدیگر تلفیق شده‌اند و نگاه بیننده را از آن خود می‌کند.

ایران‌مال فضاهای مختلفی دارد که بارها دیده‌شده صداوسیما و حتی بخش خصوصی برای ضبط برنامه‌های خود از ایران‌مال استفاده کرده‌اند، آیا چنین فضاهایی می‌تواند در ارتقا سطح کیفی تولیدات تلویزیونی تأثیرگذار باشد؟

صداوسیما باید از توان و امکانات بخش خصوصی بیشتر استفاده کند و برنامه‌های خود را به سمت احساس و خواسته مردم ببرد، همچنین ایران‌مال با توجه امکانات و فضای قابل‌دسترس، محل بسیار مناسبی برای ساخت برنامه‌های تلویزیونی و اینترنتی است.

به عنوان آخرین سؤال در یک سال اخیر کرونا تأثیراتی بر اقتصاد کشورها داشته است، این تأثیرات را چطور ارزیابی می‌کنید؟

کرونا به طور موقت تأثیر منفی بر کار داشته اما کرونا در یک سال اخیر بر اقتصاد، تجارت و نوع مراودات تأثیر گذار بوده و دگرگونی‌هایی به همراه داشته که به نظر می‌رسد این دگرگونی‌ها با سرعت بالا رخ خواهد داد و باعث رشد نیز خواهد بود.

تنها ۳۰ درصد فضای مجموعه به فضای تجاری اختصاص یافته، آیا شما در بازدید خود این نکته برایتان قابل توجه بود؟

طراحی فضای فروشگاه‌ها و تجاری به گونه‌ای است که هر لحظه به فضای عمومی، تجاری، تفریحی و ورزشی دسترسی دارید و با وجود آنکه تنها ۳۰ درصد مجموعه به فضای تجاری اختصاص یافته اما طراحی فروشگاه‌ها به گونه‌ای است که فضای بسیار زیبا و جذابی دارند.

ایران‌مال توسط بخش خصوصی و بانک خصوصی طراحی و ساخته شده است، آیا به نظر شما این موضوع تأثیری در تنوع طراحی مجموعه داشته است؟

ایران‌مال بیانگر خلاقیت، ارائه خدمات به جامعه و دولت است و امید می‌رود ایران‌مال سرآغاز آشتی بخش خصوصی و دولت باشد.

در جای جای ایران‌مال از فرهنگ‌های مختلف استفاده شده است، آیا می‌توان گفت که ایران‌مال محل همگرایی اقوام است؟





پهلوانان بازار بزرگ همچنان بی‌رقیب

فینالیست‌های بازار بزرگ ایران در کشتی آزاد، حسن یزدانی، رضا اطری، مجید داستان، میثم نصیری، امیرحسین حسینی، مصطفی حسین‌خانی، پیمان یاراحمدی، کامران قاسم‌پور، محمدحسین محمدیان و امیرحسین زارع بودند. در کشتی فرنگی هم تیم بازار بزرگ با نتیجه ۷ بر ۳ دانشگاه آزاد اسلامی را شکست داد و برای ششمین دوره متوالی قهرمان لیگ برتر شد. فرنگی کاران ایران مال در دیدار نهایی که سه‌شنبه ۲۵ آذر برگزار شد، رضا خدیری، علیرضا نجاتی، سامان عبدولی، محمد الیاسی، علی ارسلان، محمدعلی گرابی، سعید عبدولی، مهدی فلاح، مهدی علیاری و امین میرزازاده بودند.

تیم‌های هر دو رشته آزاد و فرنگی ایران‌مال در لیگ برتر کشتی ایران با اقتدار به قهرمانی رسیدند.

تیم کشتی آزاد و فرنگی بازار بزرگ ایران، پس از پیروزی بر همه حریفان خود در دورهای رفت و برگشت و نیمه‌نهایی و فینال، قهرمانی لیگ برتر را به دست آوردند. تیم کشتی آزاد ایران‌مال تا به حال در هفت دوره و تیم فرنگی در شش دوره از لیگ برتر کشتی کشور - جام یادگار امام (ره) - به مقام قهرمانی رسیده‌اند.

مرحله نهایی بیستمین دوره رقابت‌های لیگ برتر کشتی آزاد باشگاه‌های کشور جام یادگار امام (ره) و گرامیداشت شهید شهید حاج قاسم سلیمانی پنج‌شنبه ۲۷ آذر در محل خانه کشتی شهید ابراهیم هادی مجموعه ورزشی آزادی تهران برگزار شد. مسعود سلطانی‌فر وزیر ورزش و جوانان با حضور در سالن شهید ابراهیم هادی از نزدیک نظاره‌گر دیدار فینال بود. در دیدار فینال بازار بزرگ ایران با نتیجه ۷ بر ۳ استقلال تهران را شکست داد و برای هفتمین دوره پیاپی قهرمان شد.

مجموعه ی **VIENNA** از سری مدل های خاص **ENZA** بوده
که با طراحی چشمگیر و همچنین جزئیات بی نقص خود، بازتاب
دکوراسیون مدرن و امروزی در فضای شما خواهد بود .



enzaHOME

☎ ۰۲۱-۲۵۹۲۳۳ 📍 www.yatash.ir

تهران، انتهای اتوبان همت غرب، بازار بزرگ ایران مال، طبقه G0، واحد های ۱۱۳-۱۱۸-۱۴۰

BALLY



G2 طبقه | RCS102
کیف و کفش