

خوب گوش نمی دهی چه چیز مهمی را از دست می دهی و چرا؟

سارا حجتی پور

« شنیدن » هنر گمشده این دوران است . کیت مرفی در جست وجوی هنر گوش سپردن ، سراغ جاسوس ها و کشیش ها و روان درمانگرها و آدم هایی رفته است که ناچار می بایست در وضعیت سکوت برای شنیدن قرار بگیرند . او با نثری طنزآمیز و با اتکاب به یافته های روان شناسی ، جامعه شناسی و عصب شناسی در آغاز به شرح چیستی « گوش کردن » و اهمیت آن می پردازد و سپس راهکارهای عملی برای بهبود قدرت شنیدن پیش رویمان می نهد .

اپیکتتوس ، فیلسوف یونان باستان ، می گوید : « طبیعت به مایک زبان و دو گوش داده است تا بتوانیم دوبرابر آنچه می گوئیم بشنویم . « اما زندگی امروز انسان آکنده از گفتن و حرف زدن است تا شنیدن و سکوت کردن . ما آن قدر که به دنبال کسب مهارت های فن بیان و نفوذ کلام در بحث های سیاسی و یا به دست گرفتن رشته کلام در جلسه های کاری هستیم ؛ در وضعیت موجود آیا کسی هست که بخواد به پیش از پیش بشنود و قدرت شنیدن را در عرصه زیست خود گسترش دهد ؟ ما خواندن این کتاب را به کسانی که به دنبال تغییر و ارتقای قدرت های درونی خود در راستای بهتر شنیدن از خود و دیگران هستند ، پیشنهاد می کنیم . این کتاب می تواند افق تازه ای را درباره خود و جهان پیرامونتان به روی شما خواننده اهل تأمل بگشاید .

● بخشی از کتاب را با هم بخوانیم:

آخرین باری که به حرف های کسی گوش کردیدی بود ؟ طوری که واقعا گوش کرده باشید ، بدون اینکه فکر کنی بعدش چه بگویی ، به گوشه همراهتان نگاه کنی و یا بپری وسط حرفش تا نظرتان را بگویید . آخرین باری که کسی واقعا به حرفتان گوش کرده کی بود ؟ طوری که آن قدر حواسش به حرفتان بوده وواکنش بجایی به آن بحث داشته که احساس کرده اید واقعاً درک شده اید .

در زندگی مدرن ، بسیار شنیده ایم که باید به حرف دلمان ، به صداهای درونمان و به غریزه مان گوش کنیم ، اما به ندرت به گوشمان خورده که باید مشتاقانه و با دقت به حرف دیگران گوش کنیم . در عوض ، همیشه در حال گفت وگوبا کسانی هستیم که انگار ناشنوایند و خیلی اوقات در مهمانی ها ، جلسات کاری و حتی سر شام های خانوادگی می پریم توی حرف هم . چون یاد گرفته ایم به جای دنبال کردن گفت وگوها آن ها را هدایت کنیم . عموماً هدفمان از گفت وگو ، چه آنلاین و چه حضوری ، متمایز کردن خود ، شکل دادن به روایت و اصرار بر دیدگاه هایمان است . ما چیزهایی را ارزشمند می دانیم که بیان می کنیم ، نه چیزهایی را که دریافت می کنیم .

ولی می شود به یقین گفت که گوش کردن از حرف زدن ارزشمندتر است . چه جنگ هایی که به خاطر گوش نکردن به پا نشده ، چه ثروت هایی که به باد نرفته و چه دوستی هایی که خراب نشده !

گلوبین گولچ جمله معروفی دارد : « تا به حال هیچ کس نبوده که با گوش کردن خودش را از کار بیکار کند ! « فقط با گوش کردن است که می توانیم گفت وگویی ایجاد کنیم ، درک کنیم ، ارتباط برقرار کنیم ، همدلی کنیم و انسانیت مان را ارتقا ببخشیم . گوش کردن اساس هر رابطه موثقی است ، از جمله روابط شخصی ، حرفه ای و سیاسی .

نویسنده : کیت مرفی

ترجمه : سمانه پرهیزکاری

قیمت : ۹۸۰۰۰ تومان

ناشر : ترجمان علوم انسانی

تعداد صفحه : ۲۱۶

نکته روز

چگونگی استعلام ملک



شادفر

خرید و فروش ملک سرمایه زیادی را می طلبد و سبب جابه جایی و انتقال سرمایه زیادی از یک فرد به فرد دیگر می شود، باید در این زمینه با دقت و در نظر گرفتن قانون اقدام کرد.

- قبل از هرگونه معامله یا نقل و انتقال ملک، از شهرداری و نهادهای مربوط استعلام بگیرید.
- به خاطر داشته باشید هرگونه ساخت وساز غیرمجاز در حریم شهر تخلف محسوب می شود.
- احداث ساختمان با رعایت ضوابط قانونی و فنی، خانواده شما را در مقابل تهدیدهای زلزله ایمن می کند.
- ساختمان هایی که بدون پروانه ساخت احداث می شوند، فاقد استحکام بنا هستند.
- چنانچه قصد انجام عملیات ساختمانی دارید، پیش از خرید ملک مورد نظر با مراجه به شهرداری از امکان صدور مجوز احداث ساختمان و نیز نوع کاربری و تراکم آن اطلاع به دست بیاورید.
- برای کسب اطلاعات بیشتر در این زمینه با سامانه تلفنی ۱۳۷ تماس بگیرید یا به شهرداری منطقه تان مراجعه کنید. همچنین می توانید به نشانی الکترونیکی sm.mashhad.ir رفته و اطلاعات لازم را کسب کنید.

پرسش از شما، پاسخ از ما

همراهان گرامی می توانید پرسش های خود با موضوع پزشکی، روان شناسی و شخصیت شناسی را به روش های زیر با ما در میان بگذارید و در کوتاه ترین زمان ممکن پاسخ آن ها را در همین صفحه مشاهده کنید.

تلفن: ۰۵۱-۳۲۲۸۸۸۸۱، داخلی: ۲۲۸

پیام رسان: ۰۵۴۶۶۵۸۴۰۰، پیامک: ۳۰۰۰۷۲۸۹

حق همیشه با مصرف کنندگان است!

درباره حقوق مصرف کننده بیشتر بدانیم

عادل نجفی | هر چند این روزها شرایط اقتصادی جامعه مناسب نیست و بسیاری از خانواده ها در تنگنای معیشتی قرار گرفته اند، اما فرارسیدن نوروز و سال نوهمه ما را به سمت بازارهای مختلف می کشاند. از فروشگاه های ارازا ق روزمره گرفته تا پوشاک و زیورآلات به تدریج شاهد حضور بیشتری های بیشتری هستند. در این میان هر مصرف کننده ای متناسب با بودجه و ملزومات مورد نیازش که به بازار مراجعه کند، فقط با دریافت کالای خود، کارش به پایان نمی رسد و تولید کنندگان و فروشندگان محصولات نیز در برابر خدمات عرضه شده به مشتریان و مصرف کنندگان مسئولیت ها و وظایفی دارند.

سوزه روز

مصرف کننده کیست؟

بر اساس تعاریف قانونی «مصرف کننده» شخصی است که کالا یا خدمتی را می خرد. باید توجه داشته باشید که این تعریف شامل افرادی که کالاها یا خدمات را برای اهداف تجاری خریداری می کنند، نمی شود. برای نمونه، شهروندی که یک پاکت شیر را از فروشگاه ای برای استفاده شخصی تهیه می کند، به عنوان مصرف کننده شناخته می شود، اما شهروندی که شیر را به منظور تهیه بستنی و سپس فروش آن تهیه می کند، مصرف کننده تلقی نمی شود. این تعریف درباره تمامی شیوه های عرضه و خرید محصولات شامل حضوری، مجازی و یا بازاریابی شبکه ای نیز می شود.

حق دانستن!

هر مصرف کننده ای حق دارد درباره تمامی ویژگی های یک محصول یا خدمت نظیر کیفیت، کمیت، خلوص، استانداردها و بهای خریدش اطلاع پیدا کند. تولید کنندگان و فروشندگان موظف اند تمامی اطلاعات مورد نیاز را در چهارگروه در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند. اول، محتویات محصول شامل اجزای تشکیل دهنده، تاریخ تولید و مشخصات فنی، دوم، موارد مرتبط با ایمنی که در صورت نیاز شامل موارد تعمیر و نگهداری نیز می شود. سوم، توان، مدت کارکرد، قابلیت تعمیر و ارزش باز مصرف محصول برای جلوگیری از آسیب های زیست محیطی. چهار، عوارض جانبی و مخاطرات احتمالی استفاده از محصول نیز باید به اطلاع مصرف کنندگان برسد. چنین اطلاعاتی باید به مصرف کنندگان برای انتخابی آگاهانه، آزادانه و رقابتی کمک کند. در حقیقت حق دانستن به مصرف کنندگان کمک می کند تا گرفتار تبلیغات فریکارانه، گمراه کننده و وعده های ضمانتی جعلی نشوند.

حق چانه زنی!

بله درست خواندید. شما به عنوان مصرف کننده نه تنها حق دارید محصول یا خدمتی را که می خواهید، خرید کنید، بلکه باید بتوانید دربارهای پراختی آن نیز چانه زنی کنید. به عبارت دیگر، بهای تمام شده درج شده بر روی کالاها، قیمت توافقی تولید کنندگان و ناظران دولتی بازارهاست و مصرف کنندگان می توانند درباره آن با فروشندگان چانه زنی کنند. همچنین هیچ فروشنده ای حق ندارد مصرف کنندگان را مجبور به خرید یک برند یا محصول خاص با توجه به سایر گزینه ها یا خریده ها کند. مصرف کنندگان باید بتوانند آزادانه و از میان گزینه های مختلف اقدام به انتخاب کنند.

همیشه و همه جا حق با مصرف کنندگان است!

مهم نیست شما در شهر دیگری در حال مسافرت هستید یا از طریق اینترنت محصول مورد نظر خود را از شهر دیگری خریداری کرده اید. شما به عنوان مصرف کننده مجاز هستید شکایت خود را از سکونتگاهتان تسلیم سازمان های حمایتی کنید. پیگیری و احقاق حقوق مصرف کننده، حتی پس از مهاجرت یا درگذشت او نیز توسط شرکت های تولید کننده ادامه می یابد.

شاید گمان کنید در مقابل بزرگان صنعت و فروشگاه های لوکس چندان شانس برای دفاع از حقوق خود ندارید. اما بررسی های موردی نشان می دهند در موارد متعددی شرکت های بزرگ چند ملیتی هم توسط مجریان قانون در زمینه نقض حقوق مصرف کنندگان نقره داغ شده اند.

بسته های نامحدود یک اپراتور

برای نمونه در سال ۲۰۱۴ میلادی بازرسان به سراغ شرکت AT&T رفتند که در ایالات متحده و اروپا خدمات تلفن همراه از قبیل مکالمه، پیام کوتاه و اینترنت را ارائه می دهد. بازرسان پس از مشاهده تبلیغات گسترده این شرکت درباره بسته های «اینترنت نامحدود»، آن را به دقت بررسی کردند. برخلاف ادعای شرکت اشاره شده، کاربران پس از مدتی استفاده از بسته های اینترنتی این شرکت تا حدی با کندی سرعت روبه رومی شدند که عطای آن را به لقایش می بخشیدند و به سراغ تغییر بسته اینترنتی مورد استفاده می رفتند. کاهش سرعت ۹۰ درصدی کاربران چنین بسته هایی از مصادیق بازاریابی دروغین تلقی شد و اکنون بالغ بر ۶ سال است که دادگاه های شرکت و وکلای کاربران شبکه در جریان است.

گاف لب تاپ ساز مشهور

به طور معمول تمامی لب تاپ ها با برخی نرم افزارهای از پیش نصب شده بر روی آن ها به مصرف کنندگان عرضه می شوند. موضوعی که اگر چه به خودی خود برای بسیاری از شرکت ها خوشایند نیست، اما اگر چه همه این نرم افزارها مورد تقاضای کاربران نیز نیستند اما مصداق نقض حقوق مصرف کنندگان نیز تلقی نمی شود. شرکت لنوو در عرضه لب تاپ های خود در ایالات متحده یک نرم افزار جانبی با عنوان VisualDiscovery عرضه کرد که به کاربران امکان فعال سازی کامل لب تاپ برای ورود به حساب های مختلف کاربری کمک می کند. اگر چه این نرم افزار توسط کاربران قابل پاک سازی بود، اما بررسی های کارشناسان نشان داد که این نرم افزاری می تواند به تمامی اطلاعات حساس کاربران که بر روی لب تاپ ثبت می شد، دسترسی داشته باشد. نام های کاربری و گذر واژه ها، جزئیات حساب های بانکی و حتی در برخی موارد اطلاعات گذرنامه های کاربران از جمله اطلاعاتی بود که در دسترس این نرم افزار قرار می گرفت. امری که مصداق محرز نقض حقوق مصرف کنندگان و تجاوز به حریم خصوصی آنان تلقی می شد با حکم دادگاه منجر به الزام لنوو برای کسب اجازه از خریداران برای نصب هرگونه نرم افزار پیش از تحویل آن به مصرف کنندگان شد.

تقلب خودرو ساز آلمانی

شرکت خودروسازی فولکس واگن با طراحی آزمایش های تقلبی کنترل کیفی آلودگی هوای خودروهای خود گزارش داد که محصولاتش استانداردهای لازم زیست محیطی را در اختیار دارند. همین اقدامات تبلیغاتی کافی بود تا هواداران محیط زیست برای فروش بیشتر محصولات این خودروساز آلمانی پای کار بیایند. اما بررسی نهاد های مستقل نشان داد که این شرکت نه تنها استانداردهای محیط زیستی را نقض کرده، بلکه حقوق مصرف کنندگان را در زمینه حق آگاهی درباره محصول مورد استفاده آن ها پایمال کرده است. بر اساس رای دادگاه در ایالات متحده با توجه به ۵۰۰ هزار مصرف کننده محصولات فولکس واگن، این شرکت ملزم به پرداخت جریمه ۱۴ میلیارد دلاری شد. این مورد به خوبی نشان داد که تبعات نقض حقوق مصرف کنندگان کوتاه مدت نیست و جایگاه تولید کنندگان را در زدا فکار عمومی برای بلند مدت خدشه دار می کند.



تألیف: مجید صالحی / تصویر آزاد

حقوق مصرف کننده شامل چه مواردی می شود؟

دولت ها وظیفه دارند برای حمایت از حقوق مصرف کنندگان تمامی محصولات، خدمات و شرایطی را که برای یک کالا یا خدمت در بازارهای مختلف ارائه می شوند، از لحاظ ایمنی و عدالت صحت سنجی کنند. هر سیستم اقتصادی کارآمد و رقابت محوری تلاش می کند تا با اجتناب از تقلب و گمراهی، ارزش های مثبتی را تولید کند. قوانین بازاریاننده، رتبه بندی، حریم خصوصی، هشدارها، شفافیت، نظارت و... از جمله معروف ترین مصادیق حقوق مصرف کنندگان در جهان هستند.

