



## برندسازی شخصی در عصر رسانه‌های نوین

حسن فرحانی  
پژوهشگر علوم ارتباطات و رسانه

این روزها همه ما با شخصیت پردازی‌های غلوشده اطرافیان مان در شبکه‌های اجتماعی آشنا هستیم. یک روز دوستی را می‌بینیم که با چند جلسه حضور در دوره عکاسی در «بیو» صفحه خود نوشته عکاس و هنرمند و روز بعد فامیلی که خود را آرتیست و نوازنده معرفی می‌کند و شما می‌دانید که همین دو سه روز قبل نخستین سازش را با هم از میدان بهارستان خریداریه‌اید یا بسیاری دیگر از این دست معرفی‌ها در فضاهای رسانه‌ای مانند حوزه صنعت، خودرو، پوشاک، مسافرت و گردشگری، آشپزی، تحصیلات و امور دانشگاهی و... و ما همچنان گنج و مبهوت به این همه خودنمایی و ساختن نقاب‌های پوشالی از سبک زندگی‌هایی که واقعیت خارجی ندارند. در این چند سطر به این موضوع می‌پردازیم که برندسازی شخصی، حرکت بر لبه تیغ است؛ لبه تیغی که یک طرفش، خودشیفتگی و به قول «ژان بودریار» فیلسوف و متفکر نامی فرانسوی «وانامی» یا وانمود کردن است و طرف دیگرش، سبک زندگی حقیقی و واقعی است. حال ببینیم منظور از برندسازی شخصی چیست و کجا با خودنمایی مزوج و مخلوط می‌شود و خط ممیز این دو کدام است؟

به هر روی برندسازی شخصی و رابطه آن با خودنمایی مفاهیم مهمی در دنیای امروز هستند که تأثیر زیادی بر موفقیت فردی و حرفه‌ای یا اضمحلال و ورشکستگی افراد دارند.

### فلسفه برندسازی شخصی

برندسازی شخصی یا پرسونال برندینگ به‌معنای مدیریت شهرت و تصویر فرد در ذهن دیگران است. این فرآیند شامل ایجاد، موقعیت‌یابی و حفظ تأثیر مثبت از خود براساس ویژگی‌ها، ارزش‌ها و تجربیات فردی است. هدف اصلی برندسازی شخصی، ایجاد یک تصویر منحصر به فرد و مثبت است که به فرد کمک می‌کند تا در میان رقبا متمایز شود و به اهداف شغلی و شخصی خود دست یابد.

### منافع کلیدی برندسازی شخصی

- خودآگاهی:** درک عمیق از ویژگی‌ها و نقاط قوت فرد.
- استراتژی:** برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف مشخص.
- بازخورد:** دریافت نظرات دیگران برای بهبود تصویر برند شخصی.
- احساسات:** ایجاد ارتباط عاطفی با مخاطبان.

### رابطه بین برندسازی شخصی و خودنمایی

خودنمایی به معنای تلاش برای جلب توجه و تأثیرگذاری بر دیگران است. این مفهوم می‌تواند به دو صورت مثبت یا منفی تجلی یابد. در زمینه برندسازی شخصی، خودنمایی مثبت می‌تواند به تقویت برند فرد کمک کند، در حالی که خودنمایی منفی ممکن است منجر به برداشتهای نادرست یا منفی از فرد شود.

### ابعاد مختلف خودنمایی در برندسازی

- جلب توجه:** استفاده از روش‌های خلاقانه برای جذب مخاطب.
- تأثیرگذاری:** تلاش برای ایجاد تأثیر مثبت بر دیگران.
- مدیریت تصویر:** کنترل نحوه ادراک دیگران از خود. در نهایت، موفقیت در برندسازی شخصی، مستلزم توازن بین خودنمایی و اصالت است. افراد باید بتوانند خود را به‌شکلی معرفی کنند که هم جذاب باشد و هم با ارزش‌ها و با هویت واقعی‌شان نیز همخوانی داشته باشد. اما چگونه می‌توان برندسازی شخصی را در زندگی روزمره به کار برد؟ برای به کار بردن برندسازی شخصی در زندگی روزمره، می‌توان از روش‌ها و استراتژی‌های مختلفی استفاده کرد که به تقویت هویت فردی و حرفه‌ای کمک می‌کند. در زیر به برخی از این روش‌ها اشاره می‌شود:

### روش‌های برندسازی شخصی

- خودشناسی:** شناسایی ویژگی‌ها، مهارت‌ها و استعدادهای منحصر به فرد خود، نخستین قدم در برندسازی شخصی است. این شناخت به ما کمک می‌کند تا براساس نقاط قوت، برند خود را بسازیم.
- تعیین اهداف مشخص:** برای برندسازی موثر، باید اهداف روشنی داشته باشیم. این اهداف می‌توانند شامل پیشرفت شغلی، جذب مخاطب یا افزایش اعتبار شخصی باشند.
- ایجاد یک تصویر جذاب:** طراحی یک ظاهر و هویت بصری که نمایانگر شخصیت و ارزش‌ها ما باشد، این شامل انتخاب نام، لوگو و حتی نحوه ارائه خود در شبکه‌های اجتماعی است.
- استفاده از شبکه‌های اجتماعی:** فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و به اشتراک گذاری محتوای مرتبط با تخصص و علاقه ما، می‌تواند به جذب مخاطب و ایجاد اعتبار کمک کند. این کار باعث می‌شود که دیگران ما را به‌عنوان یک مرجع معتبر بشناسند.
- اشتراک‌گذاری تجربیات و دانش:** با به‌اشتراک گذاشتن تجربیات و دانش خود در زمینه‌های مختلف، می‌توانیم ارتباط نزدیک‌تری با مخاطبان برقرار کرده و اعتبار خود را افزایش دهیم.
- توجه به بازخورد:** دریافت نظرات و بازخوردهای دیگران درباره برند شخصی، به ما کمک می‌کند تا نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی و در جهت راستای بهبود آنها اقدام کنیم.
- حفظ اصالت:** مهم‌ترین عنصر در برندسازی شخصی، اصالت است. باید خودمان باشیم و از تقلید پرهیز کنیم؛ زیرا منحصر به فرد بودن، کلید موفقیت در این مسیر است. با پیروی از این مراحل، می‌توان برند شخصی قوی‌تری ساخت که نه تنها در زندگی حرفه‌ای، بلکه در زندگی روزمره نیز تأثیرگذار خواهد بود.

### سخن پایانی؛

برندسازی شخصی نه‌تنها به ما کمک می‌کند تا هویت خود را تقویت کنیم، بلکه می‌تواند به‌عنوان یک فعالیت موثر برای افزایش اعتبار و حتی درآمد نیز عمل کند. با استفاده از روش‌های ذکرشده و تمرکز روی ایجاد ارزش واقعی، هر فرد می‌تواند برند شخصی خود را بسازد. البته با تأکید بر این نکته که شخص می‌بایست آن برند خاص را زیست کند و با سبک زندگی موردنظرش عمیق و عینجین باشد و گرنه می‌شود خودنمایی محض و نقابی که سرانجام یک روز از صورتش خواهد افتاد.

## معادن زغال سنگ ایران غیر اقتصادی است



به‌مآخذ ایمنی که از سوی وزارت صمت و وزارت کار و نظام‌مهندسی معادن برسانند، این برای جلوگیری از بروز مشکلات مشابه در آینده است.

امدادسانی را پیگیری کردند، آن لحظات، لحظات بسیار سنگینی برای همه کسانی بود که در آنجا حضور داشتند. وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه از همه تیم‌های امدادی در عملیات حادثه انفجار در معدن زغال‌سنگ طیس قدردانی کرد.

اتابک گفت: ما باید بتوانیم زغال‌سنگ را به قیمتی بخریم که معادن امکان بازسازی و تجهیز و آوردن تجهیزات کامل ایمنی را داشته باشند، قطعاً این حوادث در کشور دیده نمی‌شود.

به‌گفته وی، معادن زغال‌سنگ با قیمتی که الان عنوان و خریداری می‌شود، شرایطی پیدا کرده که بخشی از آن غیراقتصادی شده است.

وی خاطر نشان کرد: تمهیدی که برای این اندیشیده شده، این است معادنی که هم به‌لحاظ ایمنی مشکل دارند و هم به‌لحاظ اقتصادی قادر نیستند که خودشان را با معیارهای ایمنی تطبیق بدهند، همه تجمیع شوند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت عنوان کرد: تیم وزارت کار و تیم وزارت صمت مدتی به اینها فرصت می‌دهد، اگر خودشان را به معیارهای ایمنی رسانند که رسانند، اما اگر خودشان را به معیارهای ایمنی نرسانند، در این فاصله باید این معادن تجمیع شوند. اتابک بیان کرد: در فاصله‌ای که معادن خودشان را برای ایمن‌تر شدن آماده می‌کنند، حقوق همه کارگران پرداخت خواهد شد و کسی از لحاظ حقوق معطل نخواهد بود. وی ادامه داد: معادن باید خود را

### معادن زغال سنگ یارانه می‌گیرند

اما این کارها انجام نمی‌شود و این مسائل سبب شده است نرخ زغال‌سنگ تولید داخل نسبت به انواع وارداتی ارزان‌تر باشد.

معاون پیشین معدنی وزارت صمت تأکید کرد: باوجودی که این محدودیت‌ها وجود دارد، اما رعایت نشدن دستورالعمل‌های ایمنی و تهیه نکردن تجهیزات نمی‌تواند محل اعتنا باشد، این یک الزام است و حتی در قانون هم آمده و اگر در قانون هم نیامده باشد، ایمنی موضعی نیست که بشوان از آن صرف‌نظر کرد و حتی اگر در کسب‌وکاری به‌دلیل پایین بودن توان اقتصادی صاحب

کسب‌وکار، امکان تأمین ایمنی وجود نداشته باشد، بازی باید به‌نفع ایمنی تغییر کند، چنانچه در همه واحدهای صنعتی شعار «اول ایمنی، بعد کار» برقرار است. محتشمی‌پور در ادامه از یارانه‌ای گفت که دولت پیش‌تر برای ارتقای ایمنی در معادن و تأمین تجهیزات در نظر گرفته بود و در این‌باره اظهار کرد: تخصیص بخش زیادی از این یارانه به دلیل ایراداتی که در فرآیند تخصیص بودجه‌های دولتی وجود دارد، محقق نشد، زیرا از مبلغی که در بودجه تخصیص داده شده بود، تنها بخش کوچکی تأمین شد، ضمن اینکه این مبلغ در ماه‌های چهارم و پنجم سال تخصیص داده می‌شود و در پایان ماه ششم نیز مهلت مصرف آن تمام می‌شود، در نتیجه به‌طورکلی برای تأمین تجهیزات ایمنی معادن که تقریباً همگی وارداتی هستند، به مجری پروژه



مشاور وزیر صمت گفت: خلاف آنچه در رسانه‌ها تأکید می‌شود در فهرست ایراداتی که به حادثه و تلفات در معادن زغال‌سنگ می‌انجامد، آخرین عامل حادثه ضعف تجهیزات بوده و گاه بررسی تیم‌های فنی نشان می‌دهد اساساً تنها موردی که حادثه‌ساز نبود، ضعف تجهیزات است، با این حال متأسفانه طوری اطلاع‌رسانی می‌شود که گویا همه تلفات برآمده از کمبود تجهیزات است.

رضا محتشمی‌پور، درباره این گزاره که پایین بودن حاشیه سود معادن زغال‌سنگ می‌تواند دلیل موجهی برای تأمین نشدن تجهیزات گران ایمنی باشد، گفت: این گزاره قطعاً درست نیست؛ اقتصاد زغال‌سنگ در سال‌های اخیر به‌دلیل کاهش نسبی قیمت‌های زغال‌سنگ با مشکلاتی مواجه شده و در همین حال در زمان لازم سرمایه‌گذاری کافی برای توسعه زنجیره تولید زغال‌سنگ انجام نشده و مهم‌ترین بخشی که نیاز به سرمایه‌گذاری داشته، اما سرمایه‌گذاری انجام نگرفته، فرآوری است. وی افزود: زغال‌سنگی که امروز در ایران تولید می‌شود، نسبت به زغال‌سنگ وارداتی از کیفیت خوبی برخوردار نیست، بنابراین مشتریان زغال‌سنگ ایران مجبور هستند تا برای رفع نیاز، زغال‌سنگ ایرانی را با انواع وارداتی ترکیب کنند، زغال‌سنگ ایرانی باید فرآوری شود و گوگرد آن کاهش یابد تا کیفیتش ارتقا یابد،

### پیگیری اصلاح مصوبه افزایش ظرفیت پزشکی



ظرف‌قندسی در ادامه بازنگری در سهمیه‌ها و عدالت آموزشی را از دیگر مسائل مورد پیگیری دانست و افزود: وقتی نتوانیم سازکاری فراهم کنیم که استادان و دانشجویان را نگه داریم و این همه هزینه به‌جای دیگر برود، این خسارت است.

باید دنبال حفظ و جذب نخبگان برویم تا ظرفیت‌های خود را حفظ کنیم، بنابراین یکی از اهداف ما نگهداری نخبگان است.

وزیر بهداشت خاطر نشان کرد: یکی از آفت‌های عدم‌عدالت آموزشی، مهاجرت است؛ اگر در پذیرش دانشگاه کسی که رتبه ۸۰ آورده است، قبول نشود، احساس می‌کند در آینده هم جایی در کشور نخواهد داشت. به‌نظرم همه باید تلاش کنیم تا عدالت آموزشی محقق شود. درخواست من از معاونت آموزشی این است که موانع نگهداری نخبگان را بررسی کند. راه‌حل این است قدر آنها را بدانیم و این افراد بدون تأخیر در جای مناسب قرار بگیرند.

ظرف‌قندی با بیان اینکه باید ادامه تحصیل در حوزه پزشکی را آسان کنیم، گفت: امروزه این ادامه تحصیل سخت است، باید تعادل را در این زمینه ایجاد کنیم، همچنین باید مراکز تربیت‌کننده دانشجویان را تقویت کنیم و به نخبگان اولویت بدهیم. وی در پایان تأکید کرد: ما در شورای معاونان مصوب کردیم افراد بیشتری را برای بعد از پایان دستگیری نگه داریم. پیش‌تر این میزان ۵ درصد بود، اما دبروز مصوب کردیم ۱۰ درصد این افراد را نگه داریم.

دانشجویان علوم پزشکی باید دلسوز بیمار باشند که قطعاً این امر با بخشنامه به‌دست نمی‌آید؛ بنابراین باید صحنه‌هایی فراهم کنیم که ارتباط ما با دانشجوی و دستیار چهره به چهره باشد.

ظرف‌قندی همچنین یکی از افت‌های اصلی آموزش چهره به چهره را افزایش ظرفیت پذیرش دانشجویان پزشکی و دور شدن از آموزش چهره به چهره دانست و افزود: در آموزش پزشکی باید ورودی‌ها را دانشجویان بحث کنیم، نه اینکه در کلاسی که ظرفیت آن ۶۰ نفر است، ۱۲۰ دانشجو بنشینند؛ این گله‌ای است که دانشگاه‌ها از ما دارند و امیدواریم بتوانیم افزایش ظرفیت پذیرش دانشجویان را اصلاح کنیم.

وزیر بهداشت با بیان اینکه افزایش ظرفیت پذیرش دانشجوی پزشکی دو پیوست مهم داشت که محقق نشده، گفت: نخستین پیوست این بود که به‌ازای هر دانشجو باید هزینه و بودجه‌ای پرداخت می‌شد که نشد و در پیوست دوم نیز باید زیرساخت‌های این افزایش ظرفیت فراهم می‌شد که امیدوارم این مصوبه افزایش ظرفیت موردبازنگری قرار بگیرد.

وی اظهار کرد: گاهی مسواری داشتیم که برخی دانشجویان دانشگاهی به ما می‌گفتند که ما ماما شدیم ولی یک زایمان انجام ندادیم. بنابراین آموزش باید با کیفیت و با تمام جوانب رشد کند. این بحث را در شورای عالی انقلاب فرهنگی پیگیری کنیم.

### بررسی نرخ حق‌العمل جایگاهداران سوخت



وزیر اقتصاد گفت: پیشنهادات جایگاهداران سوخت درباره نرخ حق‌العمل در دولت مطرح می‌شود.

به‌گزارش مهیر، عبدالناصر همتی در حاشیه جلسه شورای گفت‌وگو دولت و بخش خصوصی اظهار کرد: بحث اصلی در این نشست درباره تعهدات ارزی صادرکنندگان بود در این جلسه برخی از واردکنندگان نکاتی مطرح کردند که به دلایلی نتوانسته‌اند کالاهای خود را از گمرک خارج کنند، بنابراین قرار شد اگر گمرک دلایل آنها را تأیید کرد، آن عذر موجه تلقی شود.

وی افزود: همچنین در این جلسه درخواست انجمن صادرکنندگان قیر مطرح شد و مسئله اختلاف‌نظری که با بانک‌ها و موسسات اعتباری ری بانکی و به‌دلیل قصور در سوخت‌گیری جایگاهداران به‌جای دریافت از دولت، از مردم دریافت شود.

### عزل مدیران ارشد مبارزه با پولشویی بانک کشور

می‌شود، عملکرد مدیران ارشد مبارزه با پولشویی، موسسات اعتباری را مورد رصد و پایش قرار می‌دهد.

در این راستا و مستند به ماده ۲۱ دستورالعمل نحوه تشکیل و ساماندهی واحد مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم در بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی و به‌دلیل قصور در اجرای وظایف؛ مدیران ارشد مبارزه با پولشویی ۳ بانک کشور حائز شرایط عزل از مسئولیت مذکور شناسایی و از سمت خود برکنار شدند.

همچنین مدیران ارشد مبارزه با پولشویی ۳ بانک دیگر حسب تصمیم و

ابلاغ بانک مرکزی یک هفته فرصت دارند که مستندات تکمیلی ارائه دهند و در صورت عدم‌ارائه مستندات لازم، عزل می‌شوند.

بانک مرکزی با هدف ثبات و سلامت شبکه بانکی و سایر اشخاص تحت‌نظارت به‌صورت مستمر نسبت به ارزیابی عملکرد هیات‌مدیره و مدیران بانک‌ها و سایر اشخاص تحت‌نظارت، اقدام و از ظرفیت‌های موجود در قانون و دستورالعمل‌ها برای نیل به هدف فوق استفاده می‌کند و در صورت ارزیابی بانک مرکزی مبنی بر عملکرد ضعیف هیات‌مدیره و سایر سطوح مدیران نسبت به عزل و لغو صلاحیت ایشان اقدام خواهد کرد.