



وضعیت تجمل گرایی در جوامع مختلف جهان به عوامل فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی گوناگون بستگی دارد. به عنوان نمونه در بسیاری از کشورهای غربی، تجمل گرایی نشانه‌ای از موفقیت و پیشرفت اجتماعی تلقی می‌شود. برندهای لوکس و کالاهای گران قیمت به‌طور گسترده‌ای تبلیغ می‌شوند و مردم به خرید آنها تمایل دارند. چین هم از بلای تجمل گرایی در امان نبوده، به‌طوری‌که در چند دهه اخیر، با رشد اقتصادی سریع، تجمل گرایی در این کشور به شدت افزایش یافته است.

طبقه متوسط جدید به دنبال نشان دادن ثروت و موفقیت خود از طریق خرید کالاهای لوکس است. در هند نیز با افزایش ثروت و طبقه متوسط، تجمل گرایی روندی افزایشی رای طی می‌کند. مراسم‌های عروسی و جشن‌ها به نمایش ثروت و تجمل تبدیل شده‌اند.

در کشورهایی نظیر امارات متحده عربی و عربستان سعودی، تجمل گرایی به عنوان بخشی از فرهنگ اجتماعی محسوب می‌شود. خرید کالاهای لوکس و زندگی در مجتمع‌های مسکونی گران قیمت رایج است و نمایش ثروت در مناسبت‌های اجتماعی اهمیت ویژه‌ای دارد. اما در برخی کشورهای آفریقایی، تجمل گرایی بیشتر در بین طبقه ثروتمند و سلبی‌رئی‌ها دیده می‌شود. این افراد به دنبال نمایش ثروت و موفقیت خود هستند، درحالی‌که بخش بزرگی از جمعیت با فقر دست و پنجه نرم می‌کند. واقعیت امر این است که با جهانی شدن و ارتباطات بیشتر، فرهنگ تجمل گرایی به راحتی از یک کشور به کشور دیگر منتقل می‌شود. این امر افزایش فشار اجتماعی برای دستیابی به سبک زندگی لوکس در جوامع مختلف را به دنبال داشته باشد.

یکی از چالش‌هایی که والدین برای تولد فرزند بعدی با آن مواجهند، حسادت فرزند اول به نوزاد جدید است. همین ابتدای کار باید توجه داشته باشید که این رفتار، یک مساله غیرعادی نیست. به عبارت دیگر، نباید از مشاهده این رفتارها ازسوی فرزندان خود متعجب شوید. برای برادران و خواهران طبیعی است که مراحل شدید احساسی را بگذرانند. امکان دارد آنها نسبت به یکدیگر هم‌زمان عشق و

راهکارهایی برای کاهش حسادت فرزند اول به فرزند دوم

نفرت را احساس کنند. با این حال، بهترین سنی که کودک پذیرش دارد و ما می‌توانیم برای داشتن فرزند دوم اقدام کنیم، سه تا پنج سالگی است. اولین و مهم‌ترین نکته‌ای که والدین باید در نظر داشته باشند، مدیریت و تقسیم یکسان توجه بین فرزندان است. به عبارت دیگر، فرزند بزرگتر نباید احساس کند که با آمدن برادر یا خواهر جدید کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. مورد مهم بعدی، وسایلی است که فرزند اول ما

«جام جم» از نقش فضای مجازی در ترویج تجمل گرایی گزارش می‌دهد

بلای تجمل گرایی مجازی

ایلا مهاد
 گروه جامعه

فضای مجازی، تیغ دولبه‌ای است که اگر درست استفاده نشود می‌تواند بلای جان بشر قرن بیست ویکمی باشد. دنیایی که در پیچه ورود به آن صفحه نمایش گوشی هوشمندی است که حلال در دست کودکان مدرسه روهم دیده می‌شود. جادوی سیاهی که کاربران را میخکوب می‌کند و به هر جایی که دوست دارد می‌برد، از خانه زن و مردی که ۳۰ سال اختلاف سنی دارند و با حرکات ناموزن مقابل لنز دوربین درآمدرزی می‌کنند تا خانه لوکس و زندگی لاکچری فلان بازیکن هالیوود یا فوتبالیست فلان تیم، همه چیز حساب شده است؛ از لباسی که اینفلوئنسر باید بپوشد، نوع آرایش و آکسسوری‌هایی که به نمایش گذاشته تا صحنه پشت سرش که قرار است چیزی را تبلیغ کند.

تغییر رفتارهای اجتماعی با زندگی‌های نمایشی

در چند دهه اخیر، زندگی ایرانیان به‌طور چشمگیری تحت تأثیر فضای مجازی قرار گرفته به‌طوری‌که شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تلگرام و واتساپ، نحوه ارتباط افراد را تغییر داده‌اند. افراد می‌توانند به راحتی با دوستان و خانواده در ارتباط باشند و همچنین با افراد جدید آشنا شوند. البته فضای مجازی مروج تجمل گرایی و مصرف گرایی هم شده و این یعنی تغییر در سبک زندگی شهروندان. در چنین شرایطی افراد به دنبال الگوهای جدید زندگی هستند و این الگوها غالباً تحت تأثیر محتوای منتشرشده در فضای مجازی است.

فضای مجازی به عنوان یک ابزار قدرتمند نقش مهمی در ترویج تجمل گرایی ایفا می‌کند، بنابراین تأثیرات عمیقی بر رفتارها و نگرش‌های اجتماعی دارد. با تولد دنیای مجازی، برندها و شرکت‌ها برای تبلیغات شان، تصاویری جذاب و زندگی‌های ایده‌آل را تبلیغ می‌کنند تا شهروندان تشویق به خرید کالایشان شوند. این درحالی‌است که افراد مشهور و اینفلوئنسرها هم در این فضا زندگی‌های لوکس شان را به نمایش می‌گذارند؛ نمایش‌هایی که باعث ایجاد حس رقابت و آرزو در میان دنبال کنندگان می‌شوند، البته گاهی اوقات هم شهروندان عادی، زندگی خودشان را با آنها مقایسه می‌کنند که همین مقایسه هم

تجمل گرایی می‌تواند ارزش‌های جامعه را تغییر دهد و



دارد و می‌خواهیم از این وسایل برای فرزند دوم هم استفاده کنیم، اگر می‌خواهید از این وسایل استفاده کنید حتما باید از فرزندان اجازه بگیرید. از طرفی، دادن مسئولیت به فرزند بزرگتر، باعث کاهش میزان حسادت فرزند اول به نوزاد جدید خانواده می‌شود. حتما به عنوان والدین باید روی این مساله حساس باشید، چراکه بی‌توجهی شما نسبت به این مسائل ممکن است باعث بروز مشکلاتی در همان دوران کودکی شود.

افراد با درآمدهای پایین تر ممکن است به دلیل فشار اجتماعی احساس ناکافی بودن کنند. بنابراین نظار بهتری، تمرکز بر تجمل ممکن است ارزش‌های سنتی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار دهد و به سمت فرهنگ مصرف گرایی سوق دهد. در واقع تجمل گرایی به تدریج می‌تواند به تضعیف ارزش‌های سنتی مانند سادگی، مهربان نوازی و همدلی منجر شود. در بسیاری از موارد، افراد بیشتر به دنبال نمایش ثروت و تجملات هستند تا ایجاد ارتباطات عمیق و معنادار. او می‌گوید: «رقابت برای دستیابی به تجملات می‌تواند به افزایش استرس و اضطراب در افراد منجر شود، به ویژه جوانان که تحت فشار برای تطابق با استانداردهای اجتماعی قرار دارند.» این آسیب شناس اجتماعی اظهار می‌کند: «تجمل گرایی می‌تواند روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد، زیرا ممکن است افراد به جای ارتباطات عمیق، به دنبال ارتباطات سطحی و مبتنی بر ظاهر باشند.» ابهری بیان می‌کند: «تمرکز بر تجملات ممکن است به کاهش رضایت از زندگی منجر شود، زیرا افراد ممکن است به جای قدردانی به خاطر آنچه که دارند، همواره در جست و جوی چیزهای جدید و لوکس باشند.» او معتقد است در جامعه‌ای که تجمل گرایی رواج دارد، ممکن است روحیه همکاری و همدلی کاهش یابد و افراد بیشتر به فکر منافع شخصی خود باشند. این آسیب‌ها می‌توانند به تدریج به مشکلات اجتماعی و فرهنگی بزرگ تری منجر شوند و نیاز به توجه و مدیریت دارند.

برش

تجمل گرایی در میان جوانان می‌تواند به شکل گیری هویت‌های ناپایدار و ناراضیتی از خود منجر شود

جامعه ایران هم در پیروی از تجمل گرایی مستثنا نیست. در واقع جامعه ایران به دلایل مختلف تحت تأثیر تجمل گرایی قرار گرفته است. بر اساس نظر صاحب نظران این حوزه، با گسترش رسانه‌ها و به ویژه شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ تجمل گرایی به سرعت در حال گسترش است. افرادی راحت می‌توانند سبک زندگی لوکس و تجملاتی رامشاهد کنند و این موضوع فشار اجتماعی برای پیروی از چنین سبکی را افزایش می‌دهد. البته نوسانات اقتصادی و افزایش قیمت هادر سال‌های اخیر، بسیاری را به سمت خرید کالاهای لوکس و تجملاتی سوق داده است. برخی افراد به دنبال جبران احساس ناراضیاتی اقتصادی خود از طریق خرید کالاهای لوکس هستند، و واقعیت تلخ ماجرا اینجاست که جوانان به ویژه تحت تأثیر فرهنگ تجمل گرایی قرار دارند. این فشار می‌تواند به شکل گیری هویت‌های ناپایدار و ناراضیاتی از خود منجر شود، چرا که آنها ممکن است احساس کنند که نمی‌توانند به استانداردهای اجتماعی برسند. در کل، «تجمل گرایی در جامعه ایران یک پدیده پیچیده است که تحت تأثیر عوامل مختلف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی قرار دارد و نیازمند توجه و مدیریت است. البته نکته قابل تامل این است که رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در ترویج فرهنگ تجمل گرایی ایفا می‌کنند و سلبی‌رئی‌ها و تأثیرگذاران اجتماعی به عنوان الگوهایی برای سبک زندگی لوکس مورد توجه قرار می‌گیرند.

طراح: بیژن گورانی

جدول ۶۸۷۴

جدول عادی

افقی: (۱) از فروع دین- شهرستانی در آذربایجان غربی- مغز س(۲) از تقسیمات کشوری- خاموش- چاره ساز(۳) دانش ذاتی- غذایی از گوشت چرخ کرده وارد نخودچی- سفر دسته جمعی(۴) دارای تمایز- گروه سیاسی- جای خوش گذرانی(۵) معروف ترین پیست اسکی ایران- مشورت(۶) ضرب کننده سکه- میوه تازه به بازار آمده- سردرد شدید(۷) حساب فصل اول- تربیت(۸) کلیدی در موسیقی قطعه‌ای ضربی که در فاصله بین آوازها نواخته می‌شود- نشانه مصدر جعلی(۹) پول عراق- خط تلفن- منفصل(۱۰) ستایشگر- رستنی چتری- جایگاه شمشیر(۱۱) بی‌دغدغه- نقاش ایرانی عهد تیموری و صفوی(۱۲) به تنهایی- پوشاکی زنانه- میکروسکوپ(۱۳) آگلی زینتی- گرفتن- اکنون(۱۴) مدرن و پیشرفته- جنگ و جدال- سم حشره کش(۱۵) درخت انگور- برقی- راه‌آواز.

عمودی: (۱) خراش نامحسوس- ضد یکدیگر- نام نویسی(۲) زمان تعیین شده برای انجام کاری- دزدیدن- گرم خورده(۳) رهبر گروه- یاری کننده(۴) جانشین- جنگ نواز- منفک(۵) فصل خزان- نام پدر مولانا- نگاه خیره(۶) زمین آذری- آگاه باش- پرندهای کوچک با پرهای گزینها(۷) انبار غله- رشته باریک و دراز- بهره و نصیب(۸) هدف، نشانه، فاش شده- بی چیز(۹) هر عمل زشت و ناپسند- زننده- انکار کردن(۱۰) سرخ رگ- رمانی از محمد حجازی- مخفف اینک(۱۱) نشانه جمع فارسی- فرمانروا- بیش از حد لزوم(۱۲)

حل جدول عادی ۶۸۷۳

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	ک	ن	ز	و	د	ن	ج	ک	ت	ک	ت	ک	ت	ک
۲	پ	ا	ر	د	ا	م	ر	د	ا	م	ر	د	ا	م
۳	ن	ی	ز	ف	ا	ر	ه	ک	ی	خ	ا	ت	و	ا
۴	م	ش	ک	ی	ک	م	ر	ا	ت	ب	ب	ب	ب	م
۵	د	ه	ک	ی	ک	ل	ی	س	ل	ی	م	ی	م	ی
۶	م	ن	و	ر	ه	پ	ا	ت	ا	س	ک	ت	ی	ر
۷	ت	ا	ش	م	ا	ی	ل	ر	ا	ب	ر	ا	ب	ر
۸	د	ر	ا	ک	م	ر	ا	ی	ل	ی	ل	ی	ر	ا
۹	و	ج	ف	ک	ن	ز	ا	ک	ت	ب	ب	ب	ب	ی
۱۰	ا	ع	ر	ا	ب	ز	ک	ی	ل	ا	ی	ا	ی	ا
۱۱	ز	ن	ا	ر	ن	و	ی	د	م	ا	ه	ا	ن	ت
۱۲	ی	ک	ا	ب	ز	ا	ک	ا	ی	ل	ش	م	ش	م
۱۳	ک	ا	ب	ز	ا	ک	ا	ی	ل	ش	م	ش	م	ک
۱۴	و	ش	ی	ر	ا	م	ی	ن	ا	ک	ا	ر	ی	ک
۱۵	ا	ت	ل	ر	ه	ا	و	ر	د	ف	ی	ق	ن	ی

حل جدول ویژه ۶۸۷۳

۱۵	۱۴	۱۳	۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	ت	ک	ا	ب	ز	ا	ک	ا	ی	ل	ش	م	ش	م
۲	ف	ل	ا	ت	ا	س	ک	ت	ی	ر	ا	ک	م	ر
۳	ن	ی	ز	ف	ا	ر	ه	ک	ی	خ	ا	ت	و	ا
۴	م	ش	ک	ی	ک	م	ر	ا	ت	ب	ب	ب	ب	م
۵	ا	ب	ز	و	ت	ا	ب	ا	ل	ی	ج	ه	ه	ا
۶	ف	ر	س	ک	ی	ج	ن	ا	ن	س	ف	ا	ه	ت
۷	ر	د	ی	س	ل	ی	س	ل	ی	ک	ن	ا	ی	ا
۸	ی	ل	ی	ل	ی	ل	ی	ل	ی	ل	ی	ل	ی	ل
۹	م	ی	م	ی	م	ی	م	ی	م	ی	م	ی	م	ی
۱۰	ا	و	ل	ی	ا	ج	ر	ا	ی	م	ا	ش	ی	ا
۱۱	ن	ف	ا	ب	ز	ن	ا	ب	ز	ن	ا	ب	ز	ن
۱۲	س	ت	ا	ل	ی	ل	ک	ا	ی	ل	ن	د	ج	ا
۱۳	ک	ا	ی	ل	ش	م	ش	م	ک	ا	ی	ل	ش	م
۱۴	پ	ش	ت	ک	و	ه	پ	ن	د	ا	ر	ن	ی	ک
۱۵	ف	ی	ش	ت	ش	ا	ن	ر	خ	ا	ن	ف	ی	ل

از ریزرسته- پیامبر صبور- بند باز(۱۳) توریست- آخرین مرحله صحافی است(۱۴) دارای تشدید- از شاگردان میرعماد خوشنویس- صادق و صمیمی(۱۵) گوشه‌ای در دستگاه ماهور- سریچی کردن- انتها.

جدول ویژه

افقی: (۱) ماندن در زندان-از برجسته ترین چهره های نقاشی قهوه خانه‌ای ایران- ترش و شیرین(۲) بسیار زیاد- چاشنی کباب- امتحان کردن(۳) افترا-

عمودی: (۱) قرص- سرکش- از یاران باوقای امام رضا(ع) (۲) مقابل باز کردن- سارق اماکن شلوغ- نامی دخترانه(۳) سیاهوست- مبارک(۴) نویسنده- فراوان- دکان کوچک(۵) پنهان- رهبر حکومت مآداها- درهم پیچیدن(۶) از حروف مقطعه قرآن- مدرن- پرده داری خانه کعبه(۷) عیش و عشرت- خد متکار زن- شگاف باریک(۸) آرد فروش- خدای هندو- شتاب زده(۹) بار عذرا- خودروی باریری- غار بعث(۱۰) قرارداد استعماری نفت ایران و انگلستان- سوره هفتاد و هفتم- جدید(۱۱) پارچه- بعد از ریاست- بخشی از بدنه خودرو(۱۲) نوعی سطح شیب دار- مزدور- واحدی در وزن(۱۳) دودی در شمال یونان- نوعی اختلال بینایی(۱۴) درجه بندی شده نمایشنامه‌ای درام از ژان بل سارتر- حرف اول یونانی(۱۵) جزیره‌ای در تانزانیا که مرکز عمده تولید میخک جهان است- درویش- حرف جرعی.



به گزارش جام جم و به نقل از کیوان خانزاده، مدیرعامل آرنّا، «دومین همایش ملی گهرشناسی و کانی‌های صنعتی، دی ۱۴۰۳» در تاریخ ۵ تا ۷ دی ۱۴۰۳ توسط دانشگاه فردوسی مشهد در شهر مشهد برگزار می‌شود. این همایش بین المللی با حمایت هلدینگ آرنّا در حوزه‌های مواد، متالورژی، معدن، جغرافیا، زمین شناسی و با محورهای مشروح ذیل طی ۳ روز انجام خواهد شد. برنامه‌های همایش در روز اول و دوم شامل مراسم افتتاحیه، سخنرانی در ارتباط با اهمیت گورها و کانی‌های صنعتی و بازدید از آزمایشگاه مرکزی دانشگاه فردوسی و ارائه مقالات علمی و مراسم اختتامیه است. برنامه‌های روز آخر نیز بازدید از کارخانه لعاب مشهد و بازدید از بخش گورهاهای موزه خراسان همراه با کارگاه‌های علمی و آموزشی خواهد بود. علاقمندان می‌توانند، مقالات خود را در موضوعات مرتبط تا تاریخ ۱۵ دی ماه جاری به دبیرخانه

همایش به نشانی مشهد، میدان آزادی، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشگاه علوم، گروه زمین شناسی، ارسال و برای کسب اطلاعات بیشتر از طریق شماره تلفن ۵۴۹۵-۵۱۳۸۸-۰۵۱۳۸۸ با دبیرخانه دانشگاه تماس برقرار نمایند. نتایج داوری نیز در تاریخ ۲۵ دی ماه جاری اعلام خواهد شد.

دومین همایش بین المللی گهرشناسی و کانی‌های صنعتی

محورهای همایش

- نوآوری‌های گهرشناسی
- سبک‌ها و تکنیک‌های نوین گهرتراشی
- روش‌های پیشرفته در بهسازی و ارتقای گهرسنگ‌ها
- روش‌های نوین فرآوری کانی‌های صنعتی
- اکتشاف گهرسنگ‌ها
- کاربردهای گهرسنگ‌های سنتتیک و طبیعی در فناوری‌های پیشرفته
- کاربرد گهرسنگ‌های سنتتیک و طبیعی در فناوری‌های پیشرفته
- روش‌های نوین فرآوری کانی‌های صنعتی
- روش‌های اکتشافی مدرن کانی‌های صنعتی
- کاربرد هوش مصنوعی در گهرشناسی
- روش‌های نوین در شناسایی شهاب سنگ‌ها
- کاربرد کانی‌های صنعتی در فناوری‌های پیشرفته

