

گزارش خبری

پرطرفدارترین کالاهای دست‌دوم دیوار

بررسی داده‌های دیوار نشان می‌دهد لباس، موبایل و مبلمان پرترکراترین آکشی‌های دست‌دوم در یک سال گذشته بوده‌اند. بیشترین متوسط بازدید کاربران دیوار (بازکردن آکشی برای دیدن جزئیات آن) هم از یک دسته کالای شاید غیرقابل پیش‌بینی بوده است: تجهیزات سوارکاری! چه کالاهای دست‌دومی در دیوار بازارشان داغ‌تر است و بیشتر خریدوفروش می‌شوند؟ داده‌های دیوار نشان می‌دهد بیشترین تعداد آکشی‌های منتشرشده دست‌دوم طی یک سال گذشته در دیوار، مربوط به لباس بوده است. گوشی موبایل جایگاه دوم تعداد انتشار آکھی را در این جدول دارد و در مقام سوم نیز مبلمان قرار گرفته است. بازار دست‌دوم در دیوار داغ است و کاربران دیوار در یک سال گذشته به صورت متوسط از هر آکشی کالای دست‌دوم (در ۲۴ ساعت اول) ۱۶۵ بازدید داشته‌اند. اما چه کالاهایی بیشترین بازدید آکھی را در دیوار داشته‌اند؟ به زبان ساده کدام کالاهای دست‌دوم خریدوفروش‌شان در دیوار روی بورس است و بازارشان سکه؟

محبوبیت لباس

بیشترین تعداد آکھی منتشرشده بین کالاهای دست‌دوم در سال ۱۴۰۲ و نیمه اول ۱۴۰۳، مربوط به لباس بوده است. علاوه‌براین، آکھی‌های لباس‌های دست‌دوم رتبه نیز دوم بیشترین بازدید را در میان آکھی‌های کالاهای دست‌دوم دارد. البته تعداد زیادی از آکھی لباس‌های دست‌دوم مربوط به لباس شب و میهمانی یا لباس عروس است که هم کم آدم را برای یک شب راه می‌اندازد و هم از هزینه‌های اضافی جلوگیری می‌کند. هزینه دست‌دوم در اروپا و آمریکا هم زیاد است و خیلی‌ها ترجیح می‌دهند خرید بسیار کمتری در مقابل خرید لباس از فروشگاه‌ها پرداخت کنند. سایت‌ها و اپلیکیشن‌های زیادی هم در آمریکا و اروپا به صورت تخصصی در این حوزه فعالیت می‌کنند. **Depop**: یک پلتفرم مخصوص خریدوفروش لباس دست‌دوم که بین نسل «z» محبوب است و در انگلیس فعالیت می‌کند. **ThredUp**: یکی از بزرگ‌ترین بازارهای آنلاین برای خریدوفروش لباس‌های دست‌دوم با کیفیت و برنده که در آمریکا به کاربرانش خدمات می‌دهد که بتوانند لباس دست‌دوم خودشان را آکھی کنند و بفروشند یا از بین آنها خرید انجام دهند. **Poshmark**: یکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های خریدوفروش است که به کاربرانش اجازه می‌دهد لباس، لوازم خانگی و لوازم اکسسوری دست‌دوم خریدوفروش کنند.

بیشترین تعداد آکھی‌ها مربوط به کدام لوازم است؟

بعد از لباس، بیشترین آکھی فروش در سال ۱۴۰۳ مربوط به کدام کالاهای دست‌دوم است و کاربران دیوار برای فروش کدام کالاهای دست‌دوم و کارکرده آکھی بیشتری منتشر کرده‌اند؟ این آمار برای دسته‌های لوازم آشپزخانه، کالای دیجیتال، لوازم شخصی و سرگرمی و فراغت است؛ موبایل: تخمین زده می‌شود از دهه ۹۰ میلادی که گوشی‌های همراه وارد سبک زندگی مردم شدند، تا امروز چیزی حدود ۳۰ میلیارد دستگاه گوشی همراه در دنیا تولید شده باشد. مسیر تولید چشم‌عظیمی از زباله دیجیتال برجامانده از گوشی‌های کهنه و مصرف‌شده منابع بیشتر کره زمین برای تولید گوشی‌های نو، فقط با یک راه‌حل کندتر پیش می‌رود: استفاده از گوشی‌های موبایل دست‌دوم که هنوز هم کار می‌کنند. شبیه همین کاری که کاربران دیوار می‌کنند و بعد از لباس، بیشترین آکھی را برای فروش گوشی‌های کارکرده منتشر کرده‌اند. **مبلمان**: رتبه سوم تعداد آکھی‌های دست‌دوم متعلق به مبلمان است. تفاوت قیمت بین مبلمان نو با کارکرده، خرید دست‌دوم آن را مقرون‌به‌صرفه و اقتصادی می‌کند و خیلی از ایرانی‌ها در دیوار دنبال خرید آن هستند. **کیف‌وکفش**: نسل‌های گذشته اول سال یک جفت کفش می‌خریدند و تا آخر سال همان کفش را می‌پوشیدند و کفش بیچاره بعد از بازنشستگی آن قدر کهنه و خراب بود که صاحبش چاره‌ای جز دورانداختن آن نداشت. اما الان هرکسی چندین جفت کفش دارد و مجموع روزهای استفاده از کفش در سال آن قدر کم است که خیلی‌هایشان نو و سالم در جاکفشی منتظر بیرون‌رفتن نشسته‌اند. برای همین فروش کیف‌وکفش دست‌دوم رتبه چهارم را بین تعداد آکھی‌های منتشرشده دست‌دوم در سال ۱۴۰۳ دارد. **یخچال**: یخچال جزه کالاهایی با عمر خیلی بالاست. اتفاقاً وقتی یخچالی چند سال در یک خانه بدون خرابی کارکرده، در حقیقت امتحانش را به‌خوبی پس داده است. از طرف دیگر، قیمت یخچال در سال‌های اخیر به قدری بالا رفته که خرید یک یخچال کارکرده مدل بالا می‌تواند کاملاً اقتصادی باشد.

دست‌دوم‌های پر بازدید روی دیوار

کاربران دیوار از کدام آکھی‌های کالاهای کارکرده بیشترین بازدید را داشته‌اند؟ به زبان ساده یعنی کاربران بیشتر آکھی‌های کدام کالای دست‌دوم را برای دیدن جزئیات آن باز کرده‌اند؟ برای پیداکردن کالاهای دست‌دومی که کاربران دیوار بیشترین متوسط بازدید را از آکھی‌های آن کالا داشته‌اند، ما چهار دسته لوازم آشپزخانه، کالای دیجیتال، لوازم شخصی و سرگرمی و فراغت را بررسی کرده‌ایم. بیشترین متوسط بازدید کاربران دیوار از یک دسته کالای عجیب بوده است: تجهیزات سوارکاری! دیوارها بیشتر از هر کالای دست‌دوم دیگری از لوازم مربوط به اسب و سوارکاری بازدید کرده‌اند و به‌طور متوسط از هر آکھی در ارتباط با اسب و تجهیزات سوارکاری بیشتر از ۵۶۰ بار (در ۲۴ ساعت اول انتشار) بازدید شده که تقریباً ۳.۵ برابر بیشتر از متوسط بازدید کاربران دیوار از دیگر کالاهای دست‌دوم است.

صدرنشین‌های دیگر بازدید دست دوم

کالاهای دست‌دوم دیگر که بین کاربران دیوار محبوب هستند هم شامل این موارد می‌شود: لباس،لباس هم بیشترین تعداد آکھی کالاهای دست‌دوم را به خودش تعلق داده و هم بین آکھی‌های با بیشترین متوسط بازدید، رتبه دوم را دارد که بخش قابل توجهی از این بازدیدها مربوط به لباس عروس یا لباس‌های شب است. **ظروف پذیرایی**: ایرانی‌ها علاقه زیادی به ظروف پذیرایی دارند؛ از سوپ‌خوری و گلدان کریستال بگیرند تا بشقاب و پیش‌دستی و ظروف دیگر پذیرایی از میهمان. برای همین هم بوفه‌های چوبی که ظروف کریستال و گران‌قیمت درون آن جا گرفته‌اند، بخشی از دکوراسیون ثابت خانه خیلی از دوستان و اقوام ماست. بازدید از آکھی‌های ظروف سرو و پذیرایی آشپزخانه رتبه سوم آکھی کالاهای دست‌دوم است. سکه و تمبر، یکی از نوستالژی‌های دوران کودکی ایرانی‌ها، کلکسیون‌کردن آلبوم تمبر و سکه بود. ظاهراً این نوستالژی هنوز هم پیش کاربران دیوار فعال است و رتبه چهارم بیشترین متوسط بازدید از هر آکھی بین کالاهای دست‌دوم مربوط به رتبه‌دسته سکه و تمبر است. موبایل: خریدن سکه و همراه و دست‌دوم هم یک خرید اقتصادی و به‌صرفه است و هم کمک به محیط زیست. کافی است بدانید در ازای ساخت هر گوشی موبایل نو، ۵۵ تا ۷۰ کیلوگرم گازهای گلخانه‌ای تولید می‌شود. خلاصه اینکه فرهنگ خرید گوشی‌های کارکرده و دست‌دوم بین کاربران دیوار برقرار است و بازدید از گوشی‌های دست‌دوم رتبه پنجم را بین کالاهای دست‌دوم دارد.

بهترین زمان برای خریدوفروش کالای دست‌دوم

نگاهی به تعداد آکھی‌های کالاهای دست‌دوم و متوسط بازدید (بازدید در ۲۴ ساعت اول انتشار آکھی) در یک سال گذشته نشان می‌دهد آکھی‌گذارها و خریداران در ماه‌های گرم سال بیشتر از ماه‌های دیگر تمایل به خریدوفروش کالاهای کارکرده خود داشته‌اند. تعداد آکھی‌های منتشرشده کالاهای دست‌دوم در سه ماه گرم سال (خرداد، تیر و مرداد) و دو ماه آخر سال (بهمن و اسفند) نسبت به باقی ماه‌های سال افزایش دارد. اما برخلاف آکھی‌گذارها، کاربران دیوار بیشتر در ماه اول سال، یعنی فروردین، بیشترین متوسط بازدید از هر آکھی را داشته‌اند و هر آکھی کالای دست‌دوم ۲۴بار بازدید (در ۲۴ ساعت اول انتشار) شده است.

شرق، گروه جامعه: شب یلدا که در ایران به‌عنوان طولانی‌ترین شب سال جشن گرفته می‌شود، یکی از نمادین‌ترین آیین‌های فرهنگی و اجتماعی این سرزمین است. این جشن که ریشه‌هایی عمیق در تاریخ و اساطیر ایرانی دارد، در سال‌های اخیر به‌طرز چشمگیری توجه بیشتری را به خود جلب کرده است. اگرچه شب یلدا در دوره‌های مختلف تاریخ ایران در توجه مردم کاسته یا افزوده شده، اما در سال‌های اخیر شاهد احیای این آیین با شکوه بیشتری هستیم. درک این روند نیازمند بررسی عوامل مختلفی است؛ با پیشرفت مدرنیته و گسترش سبک زندگی غربی، جامعه ایرانی بیش از پیش احساس ازدست‌دادن هویت فرهنگی خود را تجربه می‌کند. شب یلدا به‌عنوان یکی از اصیل‌ترین آیین‌های ایرانی، به بستری برای بازیابی این هویت تبدیل شده است. از طرف دیگر شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تلگرام به بستری برای نمایش جشن‌ها و آیین‌ها تبدیل شده‌اند. در این پلتفرم‌ها، افراد عکس‌ها و ویدئوهای مرتبط با شب یلدا را منتشر می‌کنند که به گسترش اهمیت و جذابیت این شب کمک می‌کند. در جامعه‌ای که به دلیل عوامل مختلف ازجمله استرس اقتصادی، تحولات سیاسی و شکاف نسلی دچار تنش‌های فراوان است، شب یلدا به فرصتی برای تقویت روابط خانوادگی و اجتماعی تبدیل شده است. این شب، زمانی برای کنارگذاشتن اختلافات و تمرکز بر ارزش‌های مشترک است. یکی از ابعاد مهم شب یلدا، توانایی آن در ایجاد حس همبستگی میان افراد جامعه است. از دیدگاه نظریات جامعه‌شناسی، به‌ویژه نظریه عملکردگرایی، آیین‌هایی مانند شب یلدا می‌توانند به‌عنوان مکانیسم‌هایی برای تقویت پیوندهای اجتماعی و کاهش انزوای فردی عمل کنند. در این راستا، دورهمی‌های خانوادگی و تبادل تجربه‌های جمعی، نه‌تنها باعث کاهش استرس‌های فردی می‌شود بلکه در ساخت یک اجتماع مقاوم‌تر نیز مؤثر است. سعید معیفر، جامعه‌شناس در تحلیل گرامیادشت آیین شب چله به «شرق» می‌گوید: «مردم دلشان می‌خواهد سنت‌ها را زنده نگه دارند. این این حتی در سخت‌ترین شرایط مورد اقبال مردم بوده و این نشان‌دهنده ریشه‌های عمیق آن در فرهنگ ایرانی است.» او معتقد است آیین شب چله می‌تواند در بدترین شرایط هم کمک‌حال مردم باشد؛ چراکه از چند جهت اهمیت دارد: «در این شب خانواده‌ها همدیگر را می‌بینند، گفت‌وگو می‌کنند و تا حدی این شب می‌تواند زمینه‌ساز همبستگی، تعامل، کنارگذاشتن کدورت‌ها، بدبینی‌ها و ایجاد پیوند و شادی با یکدیگر باشد. در عین حال یک آیین ملی است؛ از این جهت که در این شب اغلب خانواده‌ها با تمام خانواده‌هایی که در گستره ایران فرهنگی زیست می‌کنند، این آیین را گرامی می‌دارند.» به گفته او این آیین پیوند گسترده‌ای میان تمام کسانی است که از گذشته‌های دور ساکنان این سرزمین بزرگ بودند: «همگن است آیین یلدا در خانواده‌ها نزد اقوام و ملل مختلفی که در این سرزمین زندگی می‌کردند تفاوت‌هایی داشته باشد، اما در نهایت نقاط اشتراک مهمی با همدیگر دارند و از این طریق نیز زمینه پیوستگی و همبستگی را فراهم می‌کند. بنابراین می‌توانیم بگوییم که آیین یلدا میراث بسیار خوبی است که در شدیدترین شرایط هم می‌تواند حال مردم را خوب کند». این جامعه‌شناس ادامه

می‌دهد: «در عین وحدت نشان‌دهنده کثرت جامعه ایرانی هم هست. یعنی در عین حال که در گستره بسیار بزرگ ایران فرهنگی انجام می‌شود که این نوعی وحدت در میان مردم است، به صورت جداگانه در منزل و نزد اقوام و گروه‌های مختلف هم برگزار می‌شود که احتمالاً با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند و نزد فرهنگ‌های مختلف با تفاوت‌هایی اجرا می‌شود. اما مهم این است که همه در یک شب این آیین را برگزار می‌کنند و از این طریق نوعی همبستگی گسترده میان مردم وجود دارد.» او به اسباب و ابزار مورد نیاز در این آیین هم اشاره دارد، آن هم در شرایط دشوار اقتصادی؛ «این آیین بالاخره سورا و ساتی هم می‌خواهد. ممکن است در گذشته‌ها سفره‌های رنگین‌تری را در این شب می‌دیدیم. ولی ممکن است به خاطر همین وضعیت اقتصادی خیلی بد در بخش‌هایی از ایران فرهنگی بزرگ و حداقل در جغرافیای ایران امروز که مردم در تنگنا هستند، نتوانند همه ابزار و لوازم این شب را فراهم کنند و با حداقل‌ها این شب را گرامی بدارند.» این جامعه‌شناس معتقد است گرامیادشت این شب از سوی مردم رانمی‌توان لزوماً به معنای نوعی مقاومت مدنی مردم در مقابل مشکلات جاری تلقی کرد: «نمی‌توان این اصطلاح را به کار برد، چون ممکن است کسانی که این آیین را به کار می‌برند، اساساً نفس این آیین و زیبایی‌ها، جلوه‌های متعدد و حس و حالش مدنظرشان باشد تا اینکه الزاماً بخواهند آن را به نحوی به عنوان یک ابزار برای مخالفت یا مقاومت در مقابل قضایای دیگر نشان دهند. این آیین جذابیت‌های خاص خودش را دارد و دارای جذب و کشش فراوانی است. جالب است که حتی در شرایط سخت هم می‌تواند بیان ازان را یکبارچه کند و مردم را که درگیر روزمرگی هستند، فرا بخواند.»

پیشگیری از کسست

معیفر تأکید می‌کند که متأسفانه زمینه‌های کسست، جانش‌ها و قطبی‌کردن‌ها زیاد است، اما چنین آیینی می‌تواند تا حدی بر این شرایط فائق آید. «متأسفانه برخی سیاست‌ها با نوعی رویکرد‌های ایدئولوژیک یا رویکرد‌هایی به‌اصطلاح «غیرساز» سعی کرده مردم ایران را تعریف‌کند و بگوید این ایرانی است و آن یکی نه. به عبارتی مردم را رویاروی همدیگر قرار دهد. این نوع سیاست‌گذاری‌ها که بر اساس یک نوع نگاه ایدئولوژیک می‌خواهد مردم را از همدیگر جدا کرده یا رودرروی هم قرار دهد، مشکلاتی ایجاد می‌کند؛ بگوید این باحجاب است، آن نیست. این فارس است، آن ترک است و… اما آیینی مانند یلدا این سیاست‌ها را به چالش می‌کشد و نشان می‌دهد که مای ایرانی قدرت فراوانی دارد و این سیاست‌ها هم در مقابل آن رنگ خواهد باخت. آیین یلدا، نوروز و آیین‌های مشابه علی‌رغم سیاست‌های قطبی‌ساز و جداکننده زمینه‌های همبستگی جامعه ایرانی را فراهم می‌کنند.» او معتقد است البته نباید انتظار داشت مردم با آگاهی به این موضوعات و سیاست‌ها یلدا را گرامی بدارند: «واقعاً این آیین کشش خاص خودش را دارد و می‌شود گفت به شکل ناخودآگاه این کار انجام می‌شود. جامعه‌شناسان برای هر پدیده اجتماعی دو نوع کارکرد در نظر می‌گیرند؛ یکی کارکرد آشکار و یکی کارکرد پنهان. کارکرد آشکار این آیین همین دوره‌های مالی خانوادگی است، همین شب‌نشینی و گفت‌وگوها. ولی کارکرد پنهان از این آیین ایجاد همبستگی اجتماعی سراسری است که در گستره ایران فرهنگی اتفاق می‌افتد. در واقع شاید خود مردم متوجه کاری که انجام می‌دهند نباشند، اما کسی که این ایده و اندیشه را ایجاد کرده، می‌دانسته که دارد چه کار می‌کند. به عبارتی یک طرح کلان یا یک کلان‌روایتی توسط پیشینیان پایه‌گذاری شده است. آن هم در سرزمینی که هزار رنگ بوده و اقوام متعدد در یک منطقه تمدنی وسیع زندگی می‌کرده‌اند.» این جامعه‌شناس ادامه می‌دهد: «علی‌رغم این گوناگونی‌ها، پیشینیان به دنبال آیینی بودند تا در مقاطعی از زمان بتوانند یک نوع هویت مشترک برای افراد ایجاد کنند. چنان‌که پیش‌تر گفتم، نوعی وحدت در عین کثرت. هر فرهنگ و قومی هم می‌تواند متناسب با شرایط خودش آن را برگزار کند. اما جالب و زیاست که همه اینها در زمان یکسانی برگزار می‌شود. با وجود این تفاوت‌ها، وجوه مشترک آن کلان‌روایت، آن را استمرار بخشیده است و همان‌طور که گفتم مردم هم ممکن است به آن آگاه نباشند ولی به‌طور نامحسوس این اتفاق می‌افتد.» معیفر معتقد است شاید یکی از رموز استمرار فرهنگ ایرانی و این آیین‌ها همین باشد: «اما امروز با استناد به گذشته این آیین را تحلیل می‌کنیم؛ وضعیت امروز را می‌بینیم و پیوستگی گذشته و امروز را درمی‌یابیم و بر اساس آن چنین روایتی را تفسیر می‌کنیم. بنابراین ممکن است تکت‌اک افراد خودشان چنین خودآگاهی‌ای نداشته باشند، اما درگیر این کنش مشترک شوند.»

چالش‌های مدرن شب یلدا

با وجود رشد اهمیت شب یلدا، این آیین با چالش‌هایی نیز روبه‌رو است. یکی از این چالش‌ها تجاری‌سازی بیش از حد این آیین است که ممکن است باعث کم‌رنگ‌شدن معانی عمیق فرهنگی و اجتماعی آن شود. همچنین، فشار اجتماعی برای «برگزاری یلداي کامل» می‌تواند باعث استرس مالی برای خانواده‌ها شود. به گفته نیره طبعی، پژوهشگر جامعه‌شناسی، تغییر سبک زندگی و کاهش فرصت‌های گردهمایی سنتی در میان خانواده‌ها، می‌تواند تهدیدی برای ادامه این آیین به شکل اصلی آن باشد. همچنین نسل‌های جوان که بیشتر به ابزارهای دیجیتال وابسته هستند، ممکن است ارتباط عمیق کمتری با فلسفه این شب برقرار کنند. او به «شرق» می‌گوید: «شب یلدا، با فلسفه‌ای عمیق و ریشه‌هایی در تاریخ و اساطیر، یکی از آیین‌هایی است که توانسته در گذر زمان پابرجا بماند و حتی در عصر مدرن نیز به‌طور چشمگیری مورد توجه قرار گیرد. این توجه بازتابی از نیاز جامعه به حفظ هویت فرهنگی، تقویت انسجام اجتماعی و بازسازی امید در مواجهه با چالش‌های زندگی مدرن است. با این حال، اهمیت‌دادن به معانی اصیل این شب و جلوگیری از غلبه جنبه‌های تجاری بر آن، برای حفظ این میراث فرهنگی ضروری است. در عین حال، بهره‌گیری از ابزارهای نوین برای انتقال معانی و ارزش‌های این آیین به نسل‌های آینده می‌تواند به یابداری آن کمک کند.»

از یلدا تا هالووین

در سال‌های اخیر، شاهد گسترش و استقبال مردم ایران از آیین‌ها و جشن‌های جهانی نظیر هالووین در کنار جشن‌های سنتی همچون شب یلدا بوده‌ایم. این پدیده از منظر جامعه‌شناسی نمایانگر تحولات مهمی در سبک زندگی، هویت فرهنگی و تعاملات اجتماعی ایرانیان است.

جامعه‌شناسان در گفت‌وگو با «شرق» از اهمیت آیین یلدا در حفظ همبستگی می‌گویند

آیین یلدا؛ وحدت در عین کثرت



جشن آیین یلدا، تهرانشهر

هالووین که ریشه‌هایی در فرهنگ غربی دارد، در میان نسل جوان ایران به‌ویژه در کلان‌شهرها، با جذابیت‌های بصری، فرصت‌های اجتماعی و فضای سرگرم‌کننده‌اش، جایگاه قابل توجهی پیدا کرده است. در مقابل، شب یلدا، به‌عنوان یکی از اصیل‌ترین جشن‌های ایرانی، همچنان به‌عنوان نماد هویت ملی و پیوند اجتماعی باقی مانده است. طبعی دراین‌باره می‌افزاید: «از دیدگاه جامعه‌شناختی، استقبال از جشن‌هایی مانند هالووین نشانگر روند جهانی‌شدن و تغییرات نسلی در ایران است. جوانان امروزی که بیشتر با رسانه‌های اجتماعی و فرهنگ‌های بین‌المللی در ارتباط هستند، تمایل دارند از آیین‌های جدید به‌عنوان فرصتی برای ابراز فردیت و تجربه‌های نو بهره ببرند. هالووین با تمرکز بر لباس‌های خاص و فضای خلاقانه‌اش، بستری مناسب برای این تمایلات فراهم می‌کند. این در حالی است که پذیرش چنین آیین‌هایی بعضاً باعث بروز تنش‌هایی در میان نسل‌های مختلف شده و بحث‌هایی درباره اصالت فرهنگی و خطر ازدست‌دادن هویت ملی را مطرح کرده است. در مقابل، شب یلدا همچنان جایگاه خود را در قلب فرهنگ ایرانی حفظ کرده است. این جشن که ریشه در اساطیر و تاریخ ایران دارد، فراتر از یک شب‌نشینی ساده است و مفاهیم عمیقی نظیر امید، پیوند خانوادگی و پیروزی روشنائی بر تاریکی را دربر دارد. از منظر جامعه‌شناختی، شب یلدا بستری برای تقویت سرمایه اجتماعی است؛ جایی که خانواده‌ها و دوستان گردهم می‌آیند تا از تجربیات مشترک و ارزش‌های فرهنگی لذت ببرند.» این جامعه‌شناس تصریح کرد: «با این حال، تعامل میان این دو نوع آیین، پرسش‌های مهمی را درباره هویت فرهنگی و تغییرات اجتماعی مطرح می‌کند. آیا استقبال از هالووین به معنای تضعیف شب یلداست یا اینکه هر دو می‌توانند در کنار هم به تقویت تنوع فرهنگی کمک کنند؟ پاسخ به این سؤال نیازمند بررسی عمیق‌تر ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و رسانه‌ای است که در شکل‌گیری این روند‌ها نقش دارند. به‌عنوان مثال، تبلیغات تجاری و رسانه‌های اجتماعی، هالووین را به‌عنوان یک رویداد جذاب و مدرن به تصویر می‌کشند، در حالی که شب یلدا بیشتر به سنت‌ها و خاطرات خانوادگی متکی است. از سوی دیگر، باید توجه داشت که بسیاری از جوانان ایرانی با استقبال از آیین‌های جهانی، به دنبال تقویت ارتباط خود با فرهنگ جهانی هستند، اما این به معنای کنارگذاشتن آیین‌های سنتی نیست. در واقع می‌توان این روند را به‌عنوان نمودی از ترکیب و تعامل فرهنگی دید که در آن، افراد از هر دو جهان بهترین‌ها را انتخاب می‌کنند. در این میان، نقش نهادهای فرهنگی و آموزشی در حفظ و انتقال ارزش‌های سنتی بسیار مهم است. ترویج جنبه‌های فرهنگی شب یلدا و ارائه آن به شکلی جذاب و متناسب با نیازهای نسل جوان، می‌تواند به حفظ جایگاه این آیین کمک کند.»

خبر

کاهش شدید مراجعات اهدای خون به دلیل سرما و آلودگی هوا تهرانی‌ها خون اهداکنید

ایستنا: مدیرکل انتقال خون استان تهران با ابراز نگرانی از استمرار کاهش مراجعات برای اهدای خون تحت تأثیر سرما و آلودگی هوا، بر ضرورت اهدای خون در این روزها تأکید کرد. دکتر سیدمنتظر شسبر، با بیان اینکه وضعیت اهدای خون همچنان نامناسب است، خاطرنشان کرد: کاهش دما همواره از علل کاهش مراجعه برای اهدای خون به حساب می‌آید. این روزها، سرما با آلودگی هوا همراه شده که این مؤلفه‌ها سبب کاهش شدید مراجعه برای اهدای خون شده‌اند. وی ادامه داد: با توجه به شرایط جوی، مردم ترجیح می‌دهند برای اهدای خون از خانه‌های خود خارج نشوند و در منازل بمانند. همچنین تأکید رسانه‌ها بر این است که مردم در شرایط آلوده از خانه خارج نشوند. مدیرکل انتقال خون استان تهران با بیان اینکه اهدای خون یک امر غیرضروری نیست، افزود: کاهش مراجعه برای اهدای خون از هفته‌های گذشته آغاز شده و همچنان ادامه دارد. با توجه به کاهش مراجعه برای اهدای خون از مردم می‌خواهم نسبت به اهدای خون اقدام کنند. شبر افزود: خداوند، خون را به انسان‌ها اعطا کرده و خونی که در رگ‌های انسان‌ها جریان دارد، هیچ جایگزینی ندارد. اهدای خون می‌تواند سبب نجات جان بیماران نیازمند شود. مدیرکل انتقال خون استان تهران درباره وضعیت اهدا و توزیع فراورده‌های خونی در مراکز درمانی نیز گفت: در حال حاضر، روزانه حدود هزار واحد خون در پایگاه‌های انتقال خون استان اهدا می‌شود؛ این در حالی است که هزار و ۶۰۰ واحد خونی در مراکز درمانی توزیع می‌شود. پیش از این و حدود دو هفته گذشته، حدود هزارو صد واحد خون در پایگاه‌های خون استان تهران اهدا می‌شد.

ام اس با تشخیص به موقع و داروهای موجود قابل کنترل می باشد

استرس و اضطراب می تواند منجر به بروز ام اس

و تشدید آن گردد

توانبخشی، مثبت اندیشی و ورزش برای بیماران

بیماران ام اس مفید است

www.iranms.org

۰۲۱-۶۶۹۵۱۱۸۷

۰۹-۶۶۹۵۳۹۰۷