

اخبار اجتماعی

اردبیل چاق ترین استان کشور



رئیس انجمن دیابت استان اردبیل گفت: در کشور ۷ میلیون دیابتی شناسایی شده و به همین تعداد نیز بیمار دیابتی از بیماری خود مطلع نیستند.

منوچهر ایران پرور در سمینار علمی پیشگیری از دیابت که با همکاری دانشگاه علوم پزشکی در اردبیل برگزار شد، اظهار کرد: عدم رعایت رژیم غذایی سالم به ویژه خوردن غذاهای پر چرب و مصرف نکردن روزانه میوه و سبزی و کم تحرکی عاملی بر تشدید این بیماری بوده که اگر توجه نکنیم در ۲۰ سال آینده تعداد بیماران به دو برابر خواهد رسید. ایران پرور افزود: در استان اردبیل بین ۷۰ تا ۸۰ هزار بیمار دیابتی داریم که تنها ۲۰ هزار نفر از آن ها شناسایی و در بانک اطلاعاتی مشخصات آن ها به ثبت رسیده که انتظار می رود سایر افراد نیز اطلاعات خود را در این سامانه ثبت کنند. وی به افزایش بیماری دیابت در بین کودکان به ویژه نوع دو اشاره و تصریح کرد: به دنبال شیوع دیابت نوع یک در کودکان به ویژه کودکان چاق ما در سال های اخیر شاهد گسترش دیابت نوع دو در کودکان هستیم که به خانواده ها توصیه می کنیم از خوردن غذاهای فست قود و آماده فرزندانشان را بر حذر کنند و آنها را به سمت ورزش و تحرک بیشتر سوق داده و مواد غذایی پر کالری نظیر کیک و کلوچه و چیپس و پفک را به هیچ وجه برای فرزندانشان نخورند.



مسافران تاکسی باید جان به جاده دهند



پنج هزار و ۴۰۰ محل حادثه خیز در جاده ها وجود دارد. این جمله ای تکراری است که بارها از زبان پلیس و سایر مسئولان شنیده شده، اما گویا هیچ گوش شنوایی نیست، نقاط حادثه خیز سر جای شان هستند و این مردمانند که در این نقاط جان می یازند.

جاده های نا ایمن ما، در انتظار گرفتن جان کسانی هستند که هیچ نقشی در اتفاقات ناگوار جاده ای ندارند یا با داشتن حداقل تقصیر، بزرگ ترین تقاضا را پس می دهند. باید مقصران اصلی به خود آمده و بداندند تا چه میزان در گرفتن جان انسان ها همراهی کرده اند و مقصر هستند. مهندسان و مشاوران ساخت راه ها و جاده ها، کجایند که اکنون پاسخگوی خانواده هایی باشند که عزیزانشان به راحتی در جاده های نا ایمنی که آن ها دو دستی با وجود تمام نواقص تحویل داده اند، جان باخته اند.

برای این جاده ها، مردم عادی و مسئول و غنی و فقیر، پرایدنشین و بنزنشین فرقی نمی کند، هر که در مسیرش قرار گیرد رادر خود فرو می برد.

بر اساس گزارش سازمان جهانی بهداشت سالانه بیش از ۲۵ میلیون نفر در تصادفات رانندگی در سراسر جهان جان خود را از دست می دهند،

از سوی دیگر گفته می شود تصادفات جاده ای نهمین عامل مرگ و میر در جهان است و بیشترین مرگ و میر ناشی از تصادفات در کشورهای کم درآمد صورت می گیرد. با توجه به این آمارها، میزان خسارات جانی ناشی از تصادفات رانندگی در ایران رami توان یک فاجعه دانست چرا که در طول هفت سال و ۱۱ ماه دفاع مقدس ۱۸۸ هزار و ۱۵ رزمنده به شهادت رسیدند و اگر این آمار را به ۱۷ هزار شهید ترور و دیگر شهدای هسته ای و مدافع حرم نیز اضافه کنیم، باز به شمار قربانیات تصادفات جاده ای یک دهه اخیر نمی رسد. جاده های کشور روزانه جان حدود ۴۳ نفر را می گیرد و ۹۰۰ نفر ا مصدوم می کند. در حالی شاهد ۴۳ نفر کشته به صورت روزانه آن هم به دلیل تصادفات جاده ای در کشور هستیم که ۹۴ درصد از حمل و نقل کشور به صورت زمینی و جاده ای انجام می شود. هر چند میزان جان باختگان جاده ای نسبت به سال های گذشته به رغم افزایش خودرو کاهش یافته است اما هم چنان خودرو و جاده در ایران قربانی می گیرد.

از طرفی، هر روز با فرایند بی رویه خصوصی سازی و پیمان کاری و شرکتهای شدن حیات انسان ایرانی مواجهیم و از سوی دیگر باید انسان ایرانی را به گونه ای تربیت کرد که با این منطق سازگار باشد و «روان شناسی گری» راهی فراهم می کند برای تحقق این شعار که هر ایرانی یک شرکت تجاری

مردم و برآمدن «وان شناسی عامیانه» شکلی از عوام زدگی افسار گسیخته و خود شقیفته وار به وجود آورده که در هر سطحی، هر فردی بدل به یک «وانشناس-پلیس» کوچک شده که رگ های جنون را در رفتارها و نگرش ها و باورهای دیگران جستجو می کند! ادبیات زندگی روزمره پراز اصطلاحات روانشناسختی است و هر فرد در درون خود به دنبال رستگاری می گردد و از محرک های منفی محیطی فاصله می گیرد؛ دیگران برای او به مثابه دشمنانی هستند که «انرژی منفی» می دهند اخبار بد حال را بد می کند و باید از آن ها پرهیز کرد، سیاست عرصه ای است که عمل در آن عرصه سودآور نیست و شکلی است از حماقت، درگیری با امور اجتماعی وقت کشی است، باید خود واقعی را پیدا کرد باشد تا رستگار شد! ریشه مشکلات اجتماعی در افراد است، کافی است از خود شروع کنیم؛ اول «خود» را اصلاح کن، بعد به فکر اصلاح جامعه باش. غلبه روش های زرد روان شناسی در مدیریت رفتار به جای حل معضل به صورت بنیادی، تا به حدی است که «بحران آب» به رفتار شهروندان حواله داده می شود، در حالی که کمتر از ۱۰ درصد مصرف آب در شهرها است، مسئله ترافیک و آلودگی هوا به رفتارهای افراد حواله داده می شود در حالی که بحران در اقتصاد سیاسی ایران خودور است، بحران محیط زیستی باینر «قطع درختان را قطع کنیم» پاسخ می گیرد در حالی که نهادهایی که خود در مظان اتهام ویران سازی محیط زیست و باغات هستند این بنرها را برای «فرهنگ سازی» به در و دیوار می زنند. از طرفی، هر روز با فرایند بی رویه خصوصی سازی و پیمان کاری و شرکتهای شدن حیات انسان ایرانی مواجهیم و از سوی دیگر باید انسان ایرانی را به گونه ای تربیت کرد که با این منطق سازگار باشد و «روان شناسی گری» راهی فراهم می کند برای تحقق این شعار که هر ایرانی یک شرکت تجاری.

شاهر ضاچنین ادامه می دهد: در این همایش هامقداری اطلاعات و ویژگی ها و علائم و نشانه هایی ارائه می شوند که بعضی از آن ها ممکن است درست باشند. اما این درست بودن به معنای آن نیست که برای همه می توان تجویز کرد و در مورد همه جواب می دهد. این اساتید! از ویژگی های کلی صحبت می کنند که در میان همه افراد مشترک است و همه دوست دارند این ویژگی ها را داشته باشند. ممکن است بخشی از آن ها هم درست باشند اما این محتواها بر اساس مستندات علمی نیست و هیچ دلیل علمی برای اثبات آن ها وجود ندارد. وی تاکید می کند: از عوامل اصلی گرایش مردم به این کتاب ها، همایش ها و کارگاه ها دسترسی آسان به آن ها است. برخی از این کتاب ها و اساتید در همه جا پیدا می شوند. دسترسی بالا و زبان ساده گرایش افراد را به سمت این بازار بالا برده است.

روانشناسی گری و فرافکنی مشکلات

دکتر ارش حیدری جامعه شناس، اخیرا به این موضوع چنین پرداخته است: ایران در دوده گذشته باموچی از روان شناسی گری و «ارتوپدی اخلاقی» مواجه شده که ریزترین لایه های روابط اجتماعی را در بر گرفته است. غلبه این رویکرد بر فضای عمومی تا به حدی است که مجموعه علوم انسانی در حال ادغام کردن خودش در روان شناسی گری است. مدیریت، مهندسی فرهنگی، جامعه شناسی، نگرش سنجی، سیاست گذاری اجتماعی، مددکاری، مشاوره علوم تربیتی و سایر

زیرشاخه های مهندسی اجتماعی چنان در سنجش و اندازه گیری خلیقات و منش ها و شخصیت ها غوطه می خورند که به جرأت می توان گفت همه این دانش ها زیرشاخه ای از علم روان شناسی شده اند. غلبه این نوع مواجهه با مسائل اجتماعی بر گفتارهای سیاستمداران، بخشی از روحانیون، مدیران، اساتید دانشگاه ها و... تا به حدی است که پیروی نکردن از دستورات شادکامی مثل لیخنزدن، انرژی مثبت دادن، خودبا سازی، ارتباطات اجتماعی و روابط عمومی بالا، سازگاری، استفاده حداکثری از منابع حداقلی، پیشرفت کردن، امیدوار بودن، خوداتکایی و استقلال و... تبدیل به حقایقی سفت و سخت و غیر قابل انکار شده اند که اگر کسی از این روش ها پیروی نکند، گویادچاراختلال است! هر شکلی از نقد و اعتراض و تحلیل به عنوان یک عمل بی فایده، شکلی از ناسازگاری، کمال گرایی منفی، ضدشادکامی، نقد غیر سازنده و... تلقی می شود. علاوه بر روان شناسان و سایر کارگران این حیطه، بسط و گسترش روان شناسی زرد در بین عامه

یکی از دلایل روی آوردن افراد به روان شناسی زرد، ساده و عامه پسند بودن محتوای این کارگاه ها است. افراد به سمت این همایش ها و کارگاه های روند درست مثل این که سراغ کتاب های فالگیری یا یک فال گیر می روند. این روش های زرد در روان شناسی، همان کاربرد فال گیرها و فال مردم دارند

استفاده کنند. این نوع روان شناسی ها به دنیای مطبوعات هم راه یافته اند؛ مجله هایی با این عناوین منتشر می شوند که در واقع تریبونی هستند برای اساتید روان شناسی زرد و بازاری. **روان کاوی یا فال گیری؟!** دکتر وحید شاهر، روان درمان گر در مورد رواج چنین جوی در جامعه می گوید: یکی از دلایل روی آوردن افراد به روان شناسی زرد، ساده و عامه پسند بودن محتوای این کارگاه ها است. افراد به سمت این همایش ها و کارگاه ها می روند درست مثل این که سراغ کتاب های فالگیری یا یک فال گیر می روند. این روش های زرد در روان شناسی، همان کاربرد فال گیرها و فال گیری را برای مردم دارند.

از همایش ها و کارگاه های مختلفی که در این زمینه ها برگزار می شود که استقبال می کنند. از سوی دیگر، اگر آموزش فنون مراقبه، فنگ شویی، یوگا و انرژی درمانی را حساب کنیم، سودهای کلان چند میلیاردي به جیب آموزش دهندگان این فنون می رود. اغلب کتاب های روانشناسی زرد ترجمه اند، اما این یک روی سکه است، بسیاری هم کتاب های روان شناسی زرد می نویسند، نام یک نویسنده خارجی روی آن می گذارند و نام خود را به عنوان مترجم روی کتاب می آورند! اما نسله های داخلی این روان شناسی ها هم شکل گرفته برای خود اساتید و سخنرانان بسیاری پیدا کرده است. این اساتید همایش های مختلفی در زمینه های موفقیت، خانواده خوش بخت و «بخواه تابشو» برگزار می کنند. جلسه اول بسیاری از این همایش های موفقیت را یگان برگزار می شود و همین افراد اتشوق می کنند که در جلسه اول حاضر شوند؛ آن گاه، در آن جا قناعت شوند که در صورت شرکت در این کارگاه ها موفق خواهند شد و یا حال شان خوب می شود. در واقع جلسات اول را یگان، نوعی روش نوین در جذب مشتری است. در این همایش ها معمولاً سی دی ها و کتاب های سخنران برای فروش عرضه می شود، که سودی چندین برابری برای برگزار کنندگان دارد. جالب این که هیچ نظارتی هم ایرانی حرف زدن و قصه شنیدن را دوست دارد. پس خیلی راحت

مشاوره ارائه به ساعت که به دقیقه محاسبه می کنند، بعضی ها که منصف ترند، همان مبلغ پیشین را الان برای ۵۰ دقیقه می گیرند و بقیه، برای ۳۰ دقیقه. یعنی درست در جایی که مردم نیازمند گفت و گو و پیدا کردن راه حل برای افسردگی ها و حزن درونی شان هستند، افرادی هم هستند که با یدک کشیدن عنوان روان کاو روان شناس و مشاور، از این آب گل آلود ماهی می گیرند. یکی از دوستان که اخیرا دچار افسردگی شده و برای مشاوره نزد یک روان کاو می رفت، درمانش را در نیمه کاره ها کرد، وقتی علتش را پرسیدیم، گفت هزینه درمان، افسرده تر می کرد! در مطب مشاور، مدام حواسم به ساعت بود که از زمان مقرر، بیشتر نشود، چون در آن صورت باید هزینه مشاوره را به صورت تصاعدی می پرداختم و همین باعث فشار و استرس در من می شد. پس به این نتیجه رسیدم که دیگر برای مشاوره نروم و با مشکلاتم یک جور دیگری کنار بیایم یا حداقل به همین دارو درمانی اکتفا کنم که هزینه و استرسش کمتر است.

فور باغات را گاز بزن!

بازار داغ این روانشناسی های بازاری و زرد محدود به دنیای کتاب نموده است، چرا که، میزان مطالعه در میان مردم ما بسیار کم است یا اصلا کسی حال کتاب خواندن ندارد. اما انسان ایرانی حرف زدن و قصه شنیدن را دوست دارد. پس خیلی راحت



آذر فخری، روزنامه نگار

«افزایش اعتماد به نفس در یک روز»، «به سرعت ثروتمند شوید»، «موفقیت شما را تضمین می کنیم»، «ده روش برای رسیدن به اهداف تان»، «۱۲ میلیون تومان در ۱۲ ساعت»... این ها عنوانی از نمونه کتاب ها و کارگاه هایی است که تهیه کنندگان و گردانندگان آن ها نه تنها روانشناس نیستند که این مطالب با پژوهش علمی هماهنگ و سازگار هم نیست. این کارگاه ها اغلب بر مفاهیمی هم چون موفقیت، ثروت، اعتماد به نفس و آرامش تکیه می کنند. این همایش ها و کارگاه ها اغلب با تاثیرات کوتاه مدت بر مخاطبین، تصویری غلط از روان شناسی پدید آورده اند. روان شناسی زرد با استفاده از اغراق ها و فریب ها و گراف گویی های بسیار تلاش می کند تا بر مخاطب خود این را القا کند که همه چیز به سرعت درست می شود و می توان راه صد ساله را در یک شب طی کرد!

این بازار، با تمام مشکلات اقتصادی و معیشتی، هر روز داغ تر می شود. شاید هم علت داغی این بازار، همین مشکلات معیشتی و اقتصادی باشد. این روزها، مطب های روان کاوی، مشاوره و نیز بازار روان درمانی، با مشاوره یا با دارو، بسیار داغ است. مشاوران روان کاوی، دیگر طول گفت و گو و

از میان همه رنگ ها، روان شناسی، زرد را دوست دارد

داغ روان شناسی زرد بر پیشانی جامعه افسرده ما

غلبه روش های زرد روان شناسی در مدیریت رفتاری به جای حل معضل به صورت بنیادی، تا به حدی است که «بحران آب» به رفتار شهروندان حواله داده می شود، در حالی که کمتر از ۱۰ درصد مصرف آب در شهرها است، مسئله ترافیک و آلودگی هوا به رفتارهای افراد حواله داده می شود در حالی که بحران در اقتصاد سیاسی ایران خودرواست، بحران محیط زیستی باینر «قطع درختان را قطع کنیم» پاسخ می گیرد در حالی که نهادهایی که خود در مظان اتهام ویران سازی محیط زیست و باغات هستند، این بنرها را برای «فرهنگ سازی» به در و دیوار می زنند!



سیاه نمایی به سبک تاناکورایی

آسیه ویسی

زندگی و درمان این ها، صدقه بدهید و کمک کنید. کسی که دوره می افتد و ساز دهنی می زند. کسی که ... کسی که ... این کسان، دست فروش نیستند، اینان متکدی اند، یا اصلا بگذارید تعارف را کنار بگذاریم و بگوئیم که این ها، گدا هستند. منتها نقاب به چهره زده اند، و از نمادها و نشانه هایی استفاده می کنند که هم ما و هم خودشان، آن نشانه ها را می شناسیم که در هنگام تبادل؛ برداشتن یک چسب زخم و دادن دوهزار تومان به آن ها، در واقع داریم به

کسی که توی قطار مترو یا هر جای دیگری، دستمال کاغذی و چسب زخم می فروشد. کسی که در همان جاها و یا هر جای دیگری، فال و بادکنک می فروشد. کسی که در همان جاها، بعد از تبلیغ جنس تقلبی اش، وقتی می بیند که کسی از او خرید نمی کند، دهان به گلایه و حتی ناسزا باز می کند. کسی که در خیابان و پیاده رو جلوی شما را می گیرد و چند تا عکس زن و دختر و پسر نشان می دهد و اصرار می کند که برای هزینه

مواد غذایی، است که مردم را به شدت دچار تنگنا کرده است. این که مدام در اخبار و در رسانه ای که دم دست تان هست می گوئید ما اصلا با کمبود هیچ کالایی مواجه نیستیم و فروشگاه ها از اجناس ضروری پر است، یک واقعیت است. فروشگاه های بزرگ و سوپر های محله همه چیز دارند، اما همین ها، آن قدر خلوت اند، که آدم فکر می کند دچار یک تعطیلی دراز مدت در این شهر شده است؛ کسی برای خرید نمی آید، چون پولی برای خرج کردن ندارد. به همه چیز هست، زیاد هم هست، اما توان خرید مردم افت کرده است. چیزی که نیست، پول و درآمد مکفی است و در آمد مکفی این روزها و در این جا یعنی توان خریدن کالاهای ضروری و صرفا شکم پر کن.

یک گدا کمک می کنیم. بچه ها قد کشیده اند و سایزشان بالا رفته است و با شروع فصل جدید، باید برای آن ها لباس و کفش مناسب فصل خرید. مادر و پدر اما، در گشت و گذاری در بازارها و فروشگاه ها، به این نتیجه می رسند که کاش گذر شان به یک فروشگاه «تاناکورایی» بیفتد ... و بعد آه کشان می گویند: یادش به خیر! از شروع امسال، با تلاطم های اقتصادی شدید، جامعه؛ شهر و کوچه و خیابان ما، چهره نامناسب و ناهنجاری گرفته است. روز به روز بر تعداد این افراد اضافه می شود، چون بر تعداد بیکاران افزوده می شود. بیکاری هم که نباشد، افزایش قیمت ها، و نه کمبود

در شهر، در کافه، در رستوران، در اتوبوس و مترو، در ترمینال، در فروشگاه های بزرگ، در جلوی دک های فلافل فروشی، زنان و مردان و بچه های گرسنه، مدام سرک می کشند تا چیزی بفروشند تا چیزی برای خوردن و پوشیدن گیرشان بیاید. مردم، کارمندان و کارگران حتی باسابقه، در گیر و جدال گرفتن وام های پنج یاده میلیونی هستند و در این مسیر راه به جایی نمی برند و دست شان در برابر صاحب خانه و طلبکاران باز و خالی مانده است. این زندگی، می تواند به سبک و سیاق تاناکورایی هم بگذرد که البته می گذرد، برای بعضی ها با خودسوزی و خودکشی، برای برخی با افسردگی و بستری شدن در بیمارستان روانی، برای عده ای با طلاق و فروپاشی زندگی خانوادگی و برای بعضی ها...