



روایت متکی درباره کلک آمریکایی‌ها در مذاکرات هسته‌ای؛
**اوباما درباره تأمین سوخت ۲۰ درصد نامه
 نوشت و تعهد داد، اما عمل نکرد!**

ایران همدل نیازمند ثبت، ضبط و الگوگیری است





■ شنبه ۱۷ آذرماه ۱۴۰۳ ■ شماره ۳۰۱۲ ■ کشور

sepehrgharb.news@gmail.com

پنجره

ایرانی یا اسرائیلی؟ حق انتخاب با مشتری است

سپهرغرب، گروه متن زندگی: انजार از اسرائیل کلمه جدیدی نیست، کلمه ای است که برای بسیاری از کسانی که بعد از انقلاب به دنیا آمده اند و بزرگ شده این انقلاب مهدوی هستند، در سراسر عمرشان تکرار شده است. نفرین بر اسرائیل و مرگ بر اسرائیل آرزوی بزرگ نه تنها بسیاری از ما است بلکه هم اکنون آرزوی بسیاری از مردم جهان شده است. اما به راستی ما برای مقابله با این اهریمن بزرگ چکار کرده‌ایم. فقط احساس انजार و نفرت کافی است؟ فقط آرزو و دعای نابودی این رژیم اهریمی کافی است؟

در یکی از محله‌های تهران مغازه کوچکی است که مشتری کمی هم ندارد. اما با این وجود وظیفه خود دانسته تا تمام تلاش خود را برای نابودی اسرائیل انجام دهد. او از مغازه اش شروع کرده و ویتئینی را به اجناس حامی اسرائیل اختصاص داده و بالای ویتئین نوشته با خرید این اجناس به رژیم صهیونیستی کمک می‌کنید. او حدود یک سالی پیشود که این کار را انجام داده و با وجود اینکه در محله ای کاملاً مذهبی واقع شده، بازخوردهای متفاوتی از مردم گرفته است.

حامی ارتش اسرائیلیم یا حامی مظلومین فلسطین و لبنان؟

حدود نیم ساعت مهمان مغازه بودم و در همین چند ساعت بازخوردهای مشتریان در قبال این اجناس برابم جالب بود. برخی بی تفاوت، برخی حساس و برخی گویا اصلاً ندیده‌اند.

حاج محمود همراه نوه اش وقتی وارد مغازه شد، طبق لیستی که به او داده شده بود اجناسش را انتخاب کرد، موقع حساب چند تا از آن اجناس را شنید که: بابایی چرا از این جنس اسرائیلیها میخری؟ حاج محمود بی خیر از همه جا با دقت بیشتری به قفسه‌ها نگاه کرد و تازه متوجه ماجرا شد. اجناس اسرائیلی و حامی اسرائیل را پس داد و جنس مشابه با کیفیت ایرانی آن را خرید.

خانوم محبیهای وارد مغازه شد به قفسه اجناس اسرائیلی و حامی اسرائیل یک نگاه انداخت و بی توجه به نوشته یادداشت حسد چند تا از آن اجناس را خرید. وقتی علتش را پرسیدم گفت: «انشالله که اینطور نیست چون کیفیت این جنس‌ها عالی است و من هیچ‌وقت مشابه ایرانی آن را نمی‌خرم. همین موقع هم چند روز پیش از مراسم گلریزون مبلغ هنگفتی به لبنان کمک کرد. به راستی فاز چنین آدم‌هایی چیه هم به ارتش اسرائیل کمک میکنند، هم به مردم لبنان. واقعا حامی کی هستند؟

تو این محل کمتر خانوم غیر چادری دیده میشه، خانومی با حجاب نامتعارف وارد مغازه شد و خیلی جالب از فروشونده خواست تا جنسی مشابه با کیفیت ایرانی، از اجناس داخل مجموعه محصولات حامی اسرائیل را به او بدهد.»

کالای با کیفیت ایرانی جایگزین کالای اسرائیلی
فروشنده مغازه وقتی تعجب من را از عکس العمل اقتضار مختلفی که در این چند دقیقه مشتری گلرزوه بودند دید گفت: «اجناس زیادی در ایران وجود دارند که با واسطه و با بی واسطه با اسرائیل مرتبط هستند. هر سال اسرائیل تعدادی برند را اعلام میکند و از دوستان و حامیان خود میخواهد یا خرید آن برندها از اسرائیل حمایت کنند. برخی از این برندها مانند، کواکولا و پپسی جزء روزمره‌های زندگی ما شده است.»

وی ادامه داد: «ما اول قصد داشتیم با توجه به اینکه شوینده فروشی هستیم، برندهای مرتبط با اسرائیل را شناسایی کنیم و اصلاً آنها را نیاوریم. اما بعد از بررسی متوجه شدیم ممکن است مردم متوجه اسرائیلی بودن آن برندها نشده و اگر ما هم نداشته باشیم در جستجوی خرید آن برند، از فروشگاه دیگری تهیه نماید. لذا تصمیم گرفتیم برندهای مرتبط با اسرائیل را تهیه کرده و برند ایرانی با کیفیت بالای آن را نیز در فروشگاه موجود داشته باشیم. ما با این کار این امکان را برای مشتریان خود فراهم کرده‌ایم که بین اجناس لبنان و اسرائیل بودن حق انتخاب داشته باشند.»

با توجه به استفتانات برخی مراجع بخصوص مقام معظم رهبری در خصوص حرام بودن خرید اجناس اسرائیلی و حاکم کالاهایی که سود آن مستقیماً به رژیم صهیونیستی واریز می‌شود، بر همه بایسته است نسبت به خرید این کالاها بی توجه نباشیم. ای کاش دولت و دستگاههای مسئول ضمن شناسایی این برندها و برداشت اشتباهی که صهیونیستی بودن نسبت به لغو مجوز ورود و یا ابطال مجوز تولید محصولات شرکتهای حامی صهیونیستی اقدام می‌کردند و قوانین لازم در خصوص خرید و فروش این کالاها را وضع می‌نمودند. ما حالا با توجه به اهمال کاربهای مسئولین در این خصوص ما باید تکلیف شخصی خودمان بدانیم و با حذف محصولاتی که مستقیم یا غیرمستقیم بر اقتصاد رژیم صهیونیستی تأثیرگذار هستند از سبد خرید خود، ضربه کاری برای ضعیف ساختن اقتصاد رژیم صهیونیستی بزنیم. با یک جستجوی کوچک میتوانیم لیست بسیاری از برندهای شناخته شده مانند، پپسی، کواکولا، کیت کت، دامسترز، فیری، پرپل، فینیش و هزاران برند پوشاک، خوراکی و… را که با اسرائیل مرتبط هستند شناسایی کنیم و مقابله با اسرائیل را در زندگی خودمان شروع کنیم.

سبک زندگی نشسته و بروز بیماری‌های مختلف

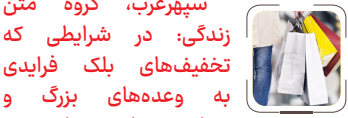
سپهرغرب، گروه متن زندگی: رئیس مرکز تحقیقات گوارش و کبد دانشگاه بقیه‌الله با بیان اینکه «سبک زندگی نشسته» در بروز بسیاری از بیماری‌ها نقش دارد، خاطرنشان کرد: مجموعه‌های متولی سلامت، سالانه یک نقشه راه برای بیماری‌ها منتشر می‌کنند. آخرین نقشه راه منتشر شده در خصوص بیماری‌های گوارشی بیانگر این است که بسیاری از انسان‌ها دارای «سبک زندگی نشسته» هستند. بررسی‌ها بیانگر این است که بخش عمده‌ای از مردم ایران نیز از الگوی سبک زندگی نشسته پیروی می‌کنند. سبک زندگی نشسته از منظر بیماری‌های گوارشی بسیار بد است و در بروز بیماری‌هایی از این دست به ویژه بیماری‌های کبدی بسیار نقش دارد. سبک زندگی نشسته علاوه بر بیماری‌های کبدی در بروز مشکلات دفعی مانند یبوست و بیماری‌های قلبی– عروقی نیز بسیار نقش دارد.
محمدعلی ایبضی با بیان اینکه فعالیت بدنی روزانه بسیار اهمیت دارد، افزود: در گذشته، فعالیت‌های هوزای در کانون توجه بودند و بر این فعالیت‌ها تأکید می‌شد. این روزها دیدگاه‌ها تغییر کرده و علاوه‌بر فعالیت‌های هوزای، بر فعالیت‌های غیرهوزای نیز تأکید می‌شود.
دستورالعمل‌هایی درباره «فعالیت‌های ورزشی درجا» در دسترس است؛ به نحوی که افراد می‌توانند فعالیت‌های ورزشی ۳۰ تا ۵ دقیقه‌ای با شدت‌های مختلف داشته باشند و این فعالیت‌ها برای کارمندان مناسب است.

www.sepehrpress.ir

هیجان خرید یا توهم نیاز؟

بلک‌فرایدی چه بر سر ما می‌آورد؟

سپهرغرب، گروه متن زندگی: در شرایطی که تخفیف‌های بلک فرایدی به وعده‌های بزرگ و جذاب تبدیل شده‌اند، یک جامعه‌شناس به نقش روان‌شناسی در رفتار خرید اشاره می‌کند: «این تخفیف‌ها اغلب یک بازی روانی هستند که با ایجاد احساس موفقیت و رضایت آتی، افراد را به خریدهایی تشویق می‌کنند که در واقع به نفعشان نیست. بسیاری از احساس فوریت و رقیب به درصدهای بالا، به راحتی افراد را به سوی خریدهای تکانشی می‌برد.»



هیجان خرید

بلک فرایدی دیگر فقط یک رویداد پرهنسوی غربی نیست؛ امروز این فرهنگ جهانی، مرزها را پشت سر گذاشته و به ایران رسیده است. در روزهایی که شبکه‌های اجتماعی پر از تبلیغات و سوسه‌کننده و پیشنهادهای شگفت‌انگیز هستند، بسیاری از مردم ایران نیز درگیر تب‌وتاب خریدهای انبوه و استفاده از تخفیف‌ها می‌شوند. اما چه چیزی باعث شده این پدیده در جامعه‌ای با شرایط خاص اقتصادی و اجتماعی همچون ایران تا این حد ریشه بدواند؟

برای پاسخ به این پرسش، با دکتر سمیه توحیدلو، جامعه‌شناس و عضو رسمی گروه جامعه‌شناسی جنبش‌ها و تغییرات دسترسی بین‌المللی جامعه‌شناسی گفت‌وگو کردیم. او به تحلیل نقش رسانه‌ها، تبلیغات، تغییر سبک زندگی و تأثیرات روانی و اقتصادی این رویداد پرداخته و به ما نشان می‌دهد که بلک فرایدی تنها یک روز تخفیف نیست، بلکه بازتابی از تحولات عمیق‌تر در رفتار مصرفی و جامعه‌شناسی اقتصادی ما‌ست.

تأثیرات بلک فرایدی در ایران: از تغییر سبک زندگی تا سوگیری‌های اقتصادی

توحیدلو معتقد است که بلک فرایدی به عنوان یک رویداد جهانی، بیشترین تأثیر خود را از رسانه‌ها و تبلیغات بین‌المللی می‌گیرد. او می‌گوید: «پلتفرمی شدن خرید، مشابه آنچه در آمازون یا دیجی‌کالا و ترب دیده می‌شود، عامل مهمی در انتقال این فرهنگ به ایران است. اما این فقط نقش رسانه‌ها و تبلیغات نیست؛ تغییر سبک زندگی مصرقی، که با جهانی شدن همراه است، الگوهای خرید در ایران را نیز تغییر داده و مصرف‌گرایی خریدهای انعطاف‌پذیر جایگزین خریدهای محدود و ثابت شده است.»

این جامعه‌شناس از زاویه اقتصاد رفتاری به تحلیل این پدیده می‌پردازد و می‌گوید: «ما در رفتارهای خرید بلک فرایدی شاهد پدیده‌هایی چون سوگیری زمان حال هستیم. یعنی افراد در شرایطی که امید به آینده کم است یا ارزش پول ملی کاهش یافته، مزایای آتی را به منافع بلندمدت ترجیح می‌دهند. تروم و کاهش ارزش پول ملی افراد را به سمت خریدهای اضطراری و بدون نیاز سوق می‌دهد، زیرا باور دارند که خرید امروز بهتر از فرداست.»

یکی دیگر از موضوعاتی که توحیدلو

به آن اشاره می‌کند، توهم صرفه‌جویی و اثر چارچوب در تصمیم‌گیری‌های خرید است:«تخفیف‌های بالا باعث می‌شود که افراد احساس کنند سود می‌کنند، اما در واقع این تخفیف‌ها اغلب با افزایش قیمت اصلی کالا همراه است. از طرفی، نمایش درصدهای بالا مثل ۷۰ درصد، یک چارچوب ذهنی ایجاد می‌کند که حتی اگر کالا نیازی نباشد، افراد را به سمت خرید سوق می‌دهد. این چارچوب‌ها، هرچند غیرواقعی، رفتار مصرف‌کنندگان را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهند.»

او درباره رفتارهای تکانشی و اضطرابی ناشی از تبلیغات توضیح می‌دهد:«تبلیغات با محدود نشان دادن زمان و تعداد کالاها، حس فوریت را در افراد ایجاد می‌کند و آن‌ها را به تصمیم‌گیری سریع و تکانشی وامی‌دارد. در کنار آن، خرید با تخفیف در شرایط مالی تورمی، استرس ناشی از کاهش سرمایه را کاهش می‌دهد و حس کنترل بیشتری به افراد می‌دهد.»
به گفته توحیدلو، شبکه‌های اجتماعی نیز نقش مهمی در گسترش فرهنگ بلک فرایدی در ایران دارند:«تبلیغات و فشارهای فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی، افراد را به رقابت برای خرید بیشتر ترغیب می‌کند. این رقابت، حس پیروزی در خرید را تقویت کرده و خرید بیش از نیاز را رواج می‌دهد.» در نهایت، او به تأثیر تعریض‌ها اشاره می‌کند: «به دلیل کاهش دسترسی به کالاهای خارجی، تبلیغات پلتفرم‌ها روی این کالاها افزایش یافته و قیمت‌های به ظاهر مقرون‌به‌صرفه آن‌ها باعث جلب توجه بیشتری می‌شود.»

بلک فرایدی؛ فرصت یا تهدید برای فرهنگ و اقتصاد ایرانی؟
رویدادهایی مانند بلک فرایدی در کنار فرصت‌های اقتصادی که ممکن است برای بخشی از جامعه ایجاد کنند، چالش‌های عمیق‌تری نیز به همراه دارند. توحیدلو در این باره می‌گوید: «یکی از جدی‌ترین ایراداتی که می‌توان به بلک فرایدی وارد کرد، تقویت فرهنگ مصرف‌گرایی است. این رویداد افراد را به خریدهای انبوه، هیجانی و اغلب غیرضروری سوق می‌دهد، در حالی که فرهنگ سنتی ما بر قناعت و مدیریت منابع تأکید دارد. از سوی دیگر، بلک فرایدی ذاتاً پدیده‌ای غربی است و به نوعی، الگوهای مصرف غربی را به جامعه‌ای با ارزش‌های متفاوت وارد می‌کند.

این تطبیق‌ناپذیری فرهنگی می‌تواند به مرور زمان باعث تضعیف باورهای اصیل در جامعه شود.»
او همچنین به چالش‌های اقتصادی این رویداد اشاره می‌کند:«تخفیف‌های غیرواقعی و تبلیغات فریبنده از دیگر مسائلی است که بارها تجربه شده است. وقتی مردم متوجه این تناقض می‌شوند، اعتماد عمومی کاهش می‌یابد و ناراضیاتی اجتماعی افزایش پیدا می‌کند. علاوه بر این، خریدهای تکانشی و هیجانی باعث می‌شود مردم اغلب نیازهای واقعی خود را نادیده بگیرند و رقابت ناسالمی در جامعه شکل بگیرد.»

از منظر اجتماعی، توحیدلو به نکات قابل توجهی اشاره می‌کند: «یکی از پیامدهای جدی این رویداد، تشدید احساس ناامنی است. مردم به این باور می‌افتند که فرصت‌های اقتصادی محدود شده و تنها راه بقا، خرید با تخفیف است. این نگرانی می‌تواند به افزایش مصرف‌گرایی منتهی شود. همچنین، فشارهای اقتصادی ناشی از تورم و گرانی، افراد را به سمت خریدهای هیجانی سوق می‌دهد. این وضعیت می‌تواند به افزایش شکاف طبقاتی منتهی شود.»

توجهی اشاره می‌کند: «یکی از پیامدهای جدی این رویداد، تشدید احساس ناآرامی است. این تخفیف‌ها معمولاً دسترسی دهک‌های متوسط به بالا به کالاهای لوکس را تسهیل می‌کند، در حالی که طبقات پایین حتی با تخفیف‌های سنگین نیز قادر به خرید این کالاها نیستند. این احساس ناآرامی می‌تواند به شکاف‌های طبقاتی دامن بزند و ناامیدی اجتماعی را تشدید کند.»

او همچنین نقش شبکه‌های اجتماعی را در بازنمایی خریدهای این دوره مورد نقد قرار می‌دهد:«تبلیغات گسترده در شبکه‌های اجتماعی، نیازهای کاذب و توقعات فراینده‌ای ایجاد می‌کند. مردم به این باور می‌رسند که برای زندگی بهتر باید به تمام این کالاها دسترسی داشته باشند، در حالی که تا پیش از این شاید حتی نیازی به آن‌ها حس نمی‌کردند. این نوع مصرف‌گرایی بی‌رویه یا ایجاد حس محرومیت، چه در صورت توانایی خرید و چه در صورت ناتوانی، بر روان افراد تأثیر منفی می‌گذارد.»

به باور او، پیامدهای اقتصادی و اجتماعی این رویداد، تمایل به پس‌انداز و برنامه‌ریزی بلندمدت را در جامعه کاهش می‌دهد:«در شرایط تورمی، افراد به جای تمرکز بر خرید کالاهای سرمایه‌ای یا ضروری، به خرید کالاهای مصرفی و اغلب غیرضروری روی می‌آورند. این رفتار، نه‌تنها منابع اقتصادی خانواده‌ها را به هدر می‌دهد، بلکه الگوهای اشتباه مصرفی را در جامعه رواج می‌دهد.»

توحیدلو همچنین به نکته‌ای کمتر مطرح‌شده درباره بلک فرایدی اشاره می‌کند:«این رویداد، ناآرامی فضای در خرید را نیز تقویت می‌کند. دسترسی به این تخفیف‌ها عمدتاً از طریق پلتفرم‌های آنلاین ممکن است که در شهرهای بزرگ تمرکز هستند. این شرایط، شهرها و مناطق محروم را بیشتر به حاشیه می‌برد.»

او به مسئله‌ای کلیدی اشاره می‌کند: «تبلیغات بلک فرایدی معمولاً بر کالاهایی مانند لوازم آرایشی، پوشاک و دیگر محصولات مصرفی که بیشتر مورد نیاز زنان هستند، متمرکز است. این مسئله کلیشه‌های جنسیتی را تقویت کرده و فشار روانی مضاعفی بر زنان وارد می‌کند تا در این عرصه نیز مطابق انتظارات عمل کنند. این نوع تبلیغات هم در غرب و هم در جامعه ما به وضوح دیده می‌شود.»

توحیدلو درباره دلایل ایجاد حس فوریت در خرید بلک فرایدی می‌گوید: «محدودیت زمانی و کالایی که در این رویدادها برجسته می‌شود، اولین عاملی است که افراد را به خرید هیجانی سوق می‌دهد. این حس که ممکن است کالای مورد نظر تمام شود یا تخفیف از دست برود، ترس از محرومیت را در افراد تقویت می‌کند.»
«تبلیغات گسترده و فضای رسانه‌ای، با نمایش جمعیتی‌هایی که برای خرید هجوم آورده‌اند، حس تأیید اجتماعی را برمی‌انگیزد. وقتی افراد می‌بینند که همه مشغول خرید هستند، این تصور ایجاد می‌شود که تصمیم آن‌ها نیز منطقی

و درست است. در نتیجه، این روند به خریدهای تکانشی سرعت بیشتری می‌بخشد.»
توحیدلو همچنین به حس رضایتی که پس از خرید ایجاد می‌شود اشاره دارد:



رویدادهایی مانند بلک فرایدی در کنار فرصت‌های اقتصادی که ممکن است برای بخشی از جامعه ایجاد کنند، چالش‌های عمیق‌تری نیز به همراه دارند. توحیدلو در این باره می‌گوید: «یکی از جدی‌ترین ایراداتی که می‌توان به بلک فرایدی وارد کرد، تقویت فرهنگ مصرف‌گرایی است. این رویداد افراد را به خریدهای انبوه، هیجانی و اغلب غیرضروری سوق می‌دهد، در حالی که فرهنگ سنتی ما بر قناعت و مدیریت منابع تأکید دارد.»

www.sepehrpress.ir

این نوع رفتارهای مصرفی داشته باشد. درک اهمیت مدیریت مصرف، بودجه‌بندی و پرهیز از خریدهای هیجانی باید از همان دوران نوجوانی به افراد آموزش داده شود. توحیدلو با اشاره به نقش نسل جوان و کاربران فضای اعلام‌شده در این رویدادها افزود: «بخش زیادی از خریدهای بلک فرایدی توسط جوانانی انجام می‌شود که معمولاً درآمدزا نیستند و تنها مصرف‌کننده‌اند. بنابراین، آگاهی بخشی به این نسل و خانواده‌های آنان اهمیت بالایی دارد.»

او به ضرورت نظارت و شفافیت در بازار نیز اشاره می‌کند: «در بسیاری از مواقع تخفیف‌های اعلام‌شده واقعی نیستند و کالاها به قیمتی بالاتر از ارزش واقعی‌شان فروخته می‌شوند. بنابراین، علاوه بر هوشیاری خریداران، نظارت جدی‌تر بر بازار و فروشگاه‌های ضروری است.»
وی در پایان خاطرنشان می‌کند: «به جای مقابله با این رویدادها، باید افراد را به سمت خرید هوشمندانه و اقتصادی هدایت کرد و فضایی فراهم کرد که مصرف‌کنندگان به ترجیحات داخلی و خریدهای منطقی توجه بیشتری داشته باشند.»

«این حس که افراد توانسته‌اند از تخفیف استفاده کنند، در شرایط تورمی یک حس موفقیت اقتصادی کوتاه‌مدت به همراه دارد، اما اغلب بدون توجه به نیاز واقعی و برنامه‌ریزی مالی است که همین امر می‌تواند برنامه‌ریزی‌های بلندمدت را مختل کند.» او توصیه می‌کند: «برای خریدهای این چنینی، لازم است افراد از پیش نیازهای واقعی خود را ارزیابی کرده و از تصمیم‌های هیجانی پرهیز کنند.»

چگونه در بلک فرایدی خریدی هوشمندانه و سودمند داشته باشیم؟

توحیدلو در خصوص مدیریت فرهنگ خرید در بلک فرایدی می‌گوید: «نخستین گام، آموزش و آگاهی‌بخشی به افراد است. نباید با خریدر نفی مطلق به مقابله با این رویدادها پرداخت، زیرا این نوع مواجهه در شرایط امروز جامعه ما ممکن است باعث افزایش توجه و اهمیت این نوع رویدادها شود.»

وی تأکید می‌کند که فرهنگ‌سازی در مورد ترجیح کالاهای داخلی به وارداتی و آموزش سواد مالی و رسانه‌ای از سنین پایین می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی در مدیریت خریدها داشته باشد. در زیر به بررسی این ارتباط پرداخته‌ایم.

۱. کاهش بهره‌وری
افراد معتاد معمولاً بهره‌وری پایینی در محیط کار دارند. مصرف مواد مخدر می‌تواند تمرکز، حافظه و عملکرد فرد را کاهش دهد.
۲. افزایش غیبت
فرد معتاد ممکن است به دلیل مشکلات سلامتی ناشی از مصرف مواد، مکرراً در محل کار حاضر نشود یا با تأخیر بسیار باشد، که این می‌تواند به بیکاری منجر شود.
۳. رفتار نامناسب
اعتیاد می‌تواند باعث تغییرات رفتاری مانند پرخاشگری، بی‌تفاوتی یا خشونت شود که این رفتارها ممکن است در محیط کار پذیرفته

نشود و منجر به از دست رفتن شغل شود.
۴. مشکلات سلامتی

مشکلات سلامتی جسمی و روانی ناشی از اعتیاد می‌تواند توانایی فرد برای انجام وظایف شغلی را کاهش دهد و به بیکاری بیانجامد
۴. افزایش استرس و افسردگی
بیکاری می‌تواند منجر به افزایش استرس و افسردگی شود، و در برخی موارد، افراد ممکن است به مواد مخدر یا الکل به عنوان یک روش مقابله با این احساسات منفی روی بیاورند.

۵. زمان آزاد بیشتر
بیکاری باعث می‌شود فرد زمان آزاد بیشتری داشته باشد، که این زمان ممکن است به مصرف مواد مخدر یا الکل اختصاص یابد. اعتیاد می‌تواند منجر به بیکاری شود و بیکاری خود می‌تواند اعتیاد را تشدید کند، که این چرخه معیوب می‌تواند به تخریب بیشتر زندگی فرد بیانجامد.

این روانشناس پیرامون راهکارها و اقدامات برای مقابله با اعتیاد توضیح داد:
از متخصصین برای ترک اعتیاد کمک بگیرید، حمایت اجتماعی و خانوادگی نقش مهمی در کمک به افراد برای ترک اعتیاد و پیدا کردن شغل مناسب دارد، مشاوره شغلی می‌تواند به افراد در توسعه مهارت‌های شغلی و یافتن شغل کمک کند، که این می‌تواند چرخه معیوب بیکاری و اعتیاد را بشکند، با توجه به پیچیدگی و همبستگی این دو موضوع، یک رویکرد جامع و هماهنگ برای مقابله با اعتیاد و بیکاری ضروری است که شامل درمان‌های پزشکی، روان‌شناختی، آموزشی و حمایتی باشد.

تأثیر اعتیاد در زندگی عاطفی و ارتباطش با بیکاری

به دنبال مشاوره و درمان‌های حرفه‌ای باشند تا بتوانند روابط عاطفی خود را بازسازی کرده و با مشکلات اعتیاد مقابله کنند.
۱. اعتیاد و بیکاری می‌توانند رابطه‌ای پیچیده و دو طرفه داشته باشند که هرکدام ممکن است باعث دیگری شود

و مشکلات موجود را تشدید کند. در زیر به بررسی این ارتباط پرداخته‌ایم.

۱. کاهش بهره‌وری
افراد معتاد معمولاً بهره‌وری پایینی در محیط کار دارند. مصرف مواد مخدر می‌تواند تمرکز، حافظه و عملکرد فرد را کاهش دهد.
۲. افزایش غیبت
فرد معتاد ممکن است به دلیل مشکلات سلامتی ناشی از مصرف مواد، مکرراً در محل کار حاضر نشود یا با تأخیر بسیار باشد، که این می‌تواند به بیکاری منجر شود.
۳. رفتار نامناسب
اعتیاد می‌تواند باعث تغییرات رفتاری مانند پرخاشگری، بی‌تفاوتی یا خشونت شود که این رفتارها ممکن است در محیط کار پذیرفته

نشانی از اعتیاد احساس گناه و شرم کند، که این خود می‌تواند به دوری و انزوا از شریک عاطفی منجر شود. این احساسات منفی می‌توانند تأثیرات روانی شدیدی بر هر دو طرف رابطه داشته باشند، از جمله اضطراب، افسردگی و کاهش عزت نفس.

۴. تخریب ارتباطات
فرد معتاد ممکن است به جای صرف وقت با شریک عاطفی، بیشتر وقت خود را صرف مصرف مواد کند، که این موضوع می‌تواند منجر به دوری و جدایی احساسی شود. اعتیاد می‌تواند فرد را از حلقه‌های اجتماعی و خانوادگی جدا کند و منجر به انزوی اجتماعی شود

مشکلات مالی
هزینه‌های مرتبط با خرید مواد مخدر می‌توانند باعث مشکلات مالی جدی شوند که این موضوع به تنش‌های اضافی در رابطه منجر می‌شود
۶. بار اقتصادی
افزایش بدهی و مشکلات مالی می‌تواند درگیری‌های بیشتری درگیر شدن با شریک عاطفی، بیشتر وقت خود را صرف مصرف مواد کند، که این موضوع می‌تواند منجر به دوری و جدایی احساسی شود. اعتیاد می‌تواند فرد را از حلقه‌های اجتماعی و خانوادگی جدا کند و منجر به انزوی اجتماعی شود
۵. مشکلات مالی
هزینه‌های مرتبط با خرید مواد مخدر می‌توانند باعث مشکلات مالی جدی شوند که این موضوع به تنش‌های اضافی در رابطه منجر می‌شود

۶. بار اقتصادی

بیماری التهابی روده چیست؟

سپهرغرب، گروه متن زندگی؛ مقامات بهداشتی آمریکا می‌گویند حدود ۱٫۶ میلیون نفر در این کشور تحت تاثیر بیماری التهابی روده (IBD) هستند. طبق اعلام «بنیاد کرون و کولیت»، سالانه بیش از ۷۰هزار مورد جدید IBD در ایالات متحده وجود دارد.

دکتر («وینکتر چدید»، متخصص گوارش در مایو کلینیک، توضیح می‌دهد که IBD چیست و چگونه می‌توان علائم آن را مدیریت کرد. به گفته وی، IBD یک بیماری جدی و مزمن است. دو نوع اصلی IBD وجود دارد، بیماری کرون و کولیت اولسراتیو. دکتر چدید می‌گوید: کولیت اولسراتیو تنها روده بزرگ تحت تاثیر قرار می‌دهد و باعث التهاب در کل کولون می‌شود. درحالی‌که بیماری کرون می‌تواند در هر نقطه از دستگاه گوارش از دهان تا راست روده تاثیر بگذارد.

بیماران اغلب اسهال، خونریزی مقعدی، خستگی، کاهش وزن و درد معده و مفاصل را تجربه می‌کنند. هیچ درمان و علت دقیقی برای IBD وجود ندارد، اما داروهای برای کاهش التهاب وجود دارد. همچنین، نظارت بر آنچه می‌خورید می‌تواند به کاهش برخی علائم کمک کند. داروهای ضد التهاب، سرکوبگرهای سیستم ایمنی، آنتی‌بیوتیک‌ها، تغذیه درمانی و عمل جراحی نیز راه‌آی بعدی است.



کتابخانه‌ها نیز با تأکید بر اهمیت عادت به مطالعه گفت: «اولین گام، اختصاص زمان کافی به مطالعه است.»

او به اهمیت برنامه‌ریزی برای کتابخوانی اشاره کرد: «مانند هر کار دیگری، مطالعه هم بدون برنامه‌ریزی ممکن نیست. داشتن نقشه راه مطالعاتی و مشورت با کتابخوانان حرفه‌ای می‌تواند کمک زیادی به ما بکند.»

هراتی عضویت در گروه‌های کتابخوانی را راهی برای انگیزش دانست و تأکید کرد که این جمع‌ها فرصتی برای تبادل نظر و آشنایی با کتاب‌های جدید هستند.

او همچنین پیشنهاد کرد که همیشه کتابی همراه داشته باشیم و حتی اگر زمان کمی داریم، هر روز یک صفحه مطالعه کنیم. خریدن در کتابفروشی‌ها و کتابخانه‌ها و استفاده از کتاب‌های صوتی و الکترونیکی نیز از پیشنهادات دیگر اوست.

انتخاب آگاهانه کتاب، کلید شروعی لذت‌بخش در مطالعه

ابتسام درباره روش تشخیص کتاب‌های مفید و متناسب با علاقه‌مندی‌های افراد گفت: «اول از همه باید تکلیفمان با خودمان روشن باشد؛ یعنی بدانیم هدف و علاقه‌مان چیست. اگر این موضوع مشخص باشد، پیدا کردن کتاب خوب اصلاً کار سختی نیست. می‌توانیم از آدم‌های اهل کتاب بپرسیم یا در فضای مجازی جست‌وجو کنیم.»
او هشدار داد که اگر هدف و علاقه خود را آنلاین هم نیچهای نخواهد داشت: «وقتی خودمان ندانیم دنبال چه هستیم، حتی بهترین مشاور هم نمی‌تواند کمکی کند و فضای مجازی هم ما را به جایی نمی‌رساند.»
ابتسام تأکید کرده‌که شروع کار اهمیت زیادی دارد؛ مشاور معمولاً جاشش شده یا که کتابی را پیشنهاد ندهد که تجربه سنگین و ادنی‌کننده‌ای شود. اما اگر او هم یادش رفت، خودمان باید مراقب باشیم. نباید با کتاب‌های سنگین و تخصصی شروع کنیم، مخصوصاً اگر بخواهیم درباره علایق یا اهدافمان مطالعه کنیم.»

او توصیه کرد که ابتدا با کتاب‌های کلی‌تر و کم‌حجم شروع کنیم: «این نوع کتاب‌ها هم سبک‌تر هستند و هم این امکان را به ما می‌دهند که موضوعات متنوعی را امتحان کنیم. این‌گونه می‌توانیم علایق خودمان را به چالش بکشیم، موضوعات جدید را تجربه کنیم و در نهایت انتخاب‌های دقیق‌تری داشته باشیم.»

راز انتخاب کتابی که تا آخر بخوانیم

ابتسام در پاسخ به این پرسش که چگونه می‌توان کتابی انتخاب کرد که آن را نیمه‌کاره رها نکنیم، معتقد است: «نیمه‌کاره رها کردن وقتی کتابی را شروع می‌کنیم و می‌بینیم خوشمان نمی‌آید، به دردمان نمی‌خورد یا کیفیت دلچسبی ندارد، کنار گذاشتش اشکالی ندارد. خواندن و پیش رفتن در کتاب به ما نشان می‌دهد با آن کتاب چندیدیم.» او تأکید کرد که این روزها، برخلاف گذشته، کتاب‌ها مثل هندوانه در بسته نیستند؛ «امروزه با یک جست‌وجوی ساده می‌توانیم به اطلاعات کافی درباره محتوای یک کتاب دست پیدا کنیم. اما در نهایت، علاقه یا بی‌میلی ما به یک کتاب بستگی به هدف و علاقه‌مان دارد. اگر ندانیم دقیقاً چه می‌خواهیم و چقدر می‌خواهیم، احتمال دزدگی از کتاب‌ها بیشتر می‌شود.»

ابتسام معتقد است که درک حال‌وهوای خودمان پیش از انتخاب کتاب بسیار مهم است: «باید ببینیم حال و شرایط روحی‌مان چگونه است و بر اساس آن کتاب‌ها را انتخاب کنیم. اگر هدف و علاقه‌مان برپایان روشن

باشد، احتمال اینکه کتابی را نیمه‌کاره رها کنیم، کمتر می‌شود.»

محمدرضا هراتی، معاون توسعه کتابخانه‌ها و ترویج کتابخوانی، درباره وضعیت کتابخوانی در ایران توضیحاتی ارائه کرد که به تحلیل عمیق‌تری از آمارهای کتابخوانی نیاز دارد. وی اظهار داشت: «بر خلاف آنچه که برخی مطرح می‌کنند، وضعیت کتابخوانی در ایران وضعیت بحرانی و نگران‌کننده‌ای نیست. موضوع سرانه مطالعه ایرانیان و میزان کتابخوانی آن‌ها در چند دهه اخیر توجه بسیاری از جامعه‌شنخان را به خود جلب کرده است. در این راستا، تاکنون ۱۲ پیمایش ملی در کشور برای سنجش سرانه مطالعه انجام شده، اما نتایج این پیمایش‌ها همیشه یکسان نبوده و تعریف مطالعه نیز اغلب به سلیقه و انگیزه سازمان‌ها و افراد بستگی داشته است.»

هراتی معتقد است یکی از مشکلات اصلی در این زمینه، نبود تعریف دقیق از مطالعه و همچنین عدم شفافیت در هدف سنجش است. او بیان کرد: «متأسفانه، این سردرگمی‌ها به تدریج موجب شده است که ایرانیان را به‌طور عمومی کتاب‌نخوان قلمداد کنند، یک این نگاه ممکن است به تقویت حس تحقیر ملی منجر شود.»
معاون توسعه کتابخانه‌ها با اشاره به مفهوم سرانه مطالعه به‌عنوان میانگین زمانی که هر فرد در یک بازه مطالعه داشته برای مطالعه صرف می‌کند، به برخی کاستی‌های این معیار اشاره کرد. او توضیح داد: «مفهوم سرانه بیشتر در علم اقتصاد استفاده می‌شود و در حوزه مطالعه الزاماً کاربردی نیست، چرا که اندازه‌گیری دقیق این شاخص چالش‌برانگیز است. شاید معیارهای دیگری مثل تعداد کتاب‌های منتشر شده یا صفحات خوانده شده، وقت بیشتری داشته باشد. به‌عنوان مثال، کشور تایلند با جمعیت ۷۲ میلیون نفر و تولید ۶۷۵۰ عنوان کتاب در سال، سرانه مطالعه‌ای برابر با ۹ ساعت و ۲۴ دقیقه در هفته دارد که این عدد هم جای تأمل دارد و نیازمند دقت بیشتر است.»

هراتی همچنین به مسئله دسترسی به کتاب اشاره کرد و خاطرنشان کرد: «آیا دسترسی به کتاب در همه کشورهای یکسان است؟ پیمایشی که دانشگاه تهران در زمستان ۱۴۰۲ برای نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور انجام داده، نشان می‌دهد که معیار زمانی سرانه مطالعه، ابزار مناسبی برای پاسخ به این پرسش نیست و نمی‌تواند معیاری دقیق برای مقایسه بین کشورها باشد.»
به باور او، بررسی جامع‌تری از وضعیت نشر، دسترسی به کتاب، زبان و فرهنگ جامعه می‌تواند دید بهتری از وضعیت کتابخوانی ایرانیان ارائه دهد.

آمار جدید کتابخوانی در ایران؛ ۳۶ درصد ایرانیان کتاب می‌خوانند

محمدرضا هراتی، معاون توسعه کتابخانه‌ها و ترویج کتابخوانی، درباره وضعیت کتابخوانی در ایران و چالش‌های دسترسی به کتاب گفت: «نتایج پیمایش ملی عادت‌های خواندن ایرانیان نشان می‌دهد ۳۶٫۱ درصد از پاسخگویان در شش ماه گذشته حداقل یک کتاب ۱۰۰ صفحه‌ای (غیردرسی) را کامل خوانده‌اند. این آمار برای زنان (۳۹٫۲ درصد) و جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال (۴۱٫۵ درصد) بیشتر است. همچنین افراد با تحصیلات دانشگاهی و کسانی که درآمد بالاتری دارند، در این زمینه آمار بالاتری را نشان داده‌اند.»
هراتی با اشاره به اینکه بیش از ۶۰ درصد از ایرانیان به کتاب دسترسی کافی ندارند، تأکید کرد که اقبال ۳۶ درصدی به کتاب در شش ماه گذشته، نافی گزاره‌های منفی در مورد کتاب‌نخوان بودن ایرانیان است و نشان می‌دهد که ایرانیانی که به کتاب دسترسی

دارند، به‌طور متوسط در سال حداقل دو کتاب می‌خوانند.

او به چالش‌های موجود اشاره کرد و گفت: «افزایش قیمت کاغذ و هزینه‌های تولید، کاهش تیراژ کتاب‌ها و قیمت بالای کتاب از جمله مشکلاتی است که با آن روبرو هستیم. اما وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با تدابیری نظیر تولید کاغذ داخلی، حمایت از ناشران و ارائه بن به اقشار مختلف، به دنبال رفع این چالش‌ها است.»

به گفته هراتی، یکی از راهکارهای مؤثر برای افزایش دسترسی به کتاب، توسعه کتابخانه‌های عمومی است. او با اشاره به مدل موفق کشورهای مختلف همچون استرالیا، فنلاند و سنگاپور در زمینه گسترش کتابخانه‌های عمومی گفت: «در این کشورها، امانت‌کنان از کتابخانه‌های عمومی به امری مرسوم تبدیل شده و یارانه‌های دولتی به‌طور مستقیم از طریق این کتابخانه‌ها به دست مردم می‌رسد.»

هراتی افزود: «در ایران نیز نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور با ایجاد کتابخانه‌های مرکزی، ناوگان کتابخانه سیار و توسعه عدالت فرهنگی در سراسر کشور به دنبال افزایش دسترسی مردم به کتاب است. به‌عنوان مثال، تاکنون ۱۳ استان کشور دارای کتابخانه مرکزی هستند و ۱۸ استان همچنان نیازمند این مراکز هستند. همچنین ۵۳ کتابخانه سیار در مناطق دورافتاده فعالیت می‌کنند که تعداد آن‌ها در دولت سیزدهم افزایش یافته است.»

معاون توسعه کتابخانه‌ها و ترویج کتابخوانی با اشاره به اینکه بیش از نیمی از اعضای کتابخانه‌های عمومی کشور را کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند، از برنامه‌های ویژه برای آن‌ها یاد کرد و افزود: «کتابخانه‌های ویژه کودکان و نوجوانان، نظیر کتابخانه‌های هدهد سفید، در توسعه کتابخانه‌های عمومی جایگاه خاصی دارند.»

بر اساس آمار، بیش از ۸۰ درصد ایرانیان عضو هیچ کتابخانه عمومی نیستند، و برای راهکارهای مناسب برای گسترش فرهنگ پوشش این نیاز، هر ۲۵ هزار نفر به یک کتابخانه عمومی نیاز دارد. در حال حاضر، ۲۸۰۰ کتابخانه عمومی در کشور فعالیت می‌کنند که بیش از ۸۰ درصد آن‌ها پس از انقلاب اسلامی ایجاد شده‌اند. هراتی با اشاره به برنامه‌های مختلف ترویج کتابخوانی نظیر طرح «کوله کتاب» برای مناطق صعب‌العبور و طرح «توشه کتاب» برای آموزش نویسندگی در روستاها، بر اهمیت این بخش کودک و گسترش عدالت فرهنگی تأکید کرد و افزود که این طرح‌ها با شتاب ویژه‌ای در حال پیشروی هستند.

پرامن‌ترین کتاب‌ها در کتابخانه‌های عمومی ایران

معاون توسعه کتابخانه‌ها و ترویج کتابخوانی با اشاره به اینکه بیش از نیمی از اعضای کتابخانه‌های عمومی کشور را کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند، از برنامه‌های ویژه برای آن‌ها یاد کرد و افزود: «کتابخانه‌های ویژه کودکان و نوجوانان، نظیر کتابخانه‌های هدهد سفید، در توسعه کتابخانه‌های عمومی جایگاه خاصی دارند.»

بر اساس آمار، بیش از ۸۰ درصد ایرانیان عضو هیچ کتابخانه عمومی نیستند، و برای راهکارهای مناسب برای گسترش فرهنگ کتابخوانی در جامعه شناسایی و اجرا شوند.»

ضرورت همکاری همه دستگاه‌ها برای توسعه فرهنگ کتابخوانی

هراتی به ضرورت همکاری همه دستگاه‌های فرهنگی کشور اشاره کرد و بیان کرد: «ترویج کتابخوانی تنها وظیفه نهادهای خاص نیست، بلکه تمامی نهادهای و سازمان‌های فرهنگی و آموزشی کشور باید با رویکردی جامع، در این زمینه فعال باشند. در همین راستا، تدوین و اجرای سند ملی خواندن و ترویج مطالعه مفید، گامی مؤثر بوده و کمیته‌ای دائمی از نمایندگان دستگاه‌های مختلف برای تحقق این هدف تشکیل شده است.»

او افزود: «این کمیته شامل نمایندگانی در سطح معاون دستگاه یا بالاتر از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، سازمان صدا و سیما و جمهوری اسلامی ایران، قوه قضائیه جمهوری اسلامی ایران، سازمان اسناد و کتابخانه ملی، سازمان تبلیغات اسلامی، ستاد عالی خانونه‌های فرهنگی و هنری مساجد، معاونت علمی و فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، وزارت ورزش و جوانان، ستاد کل نیروهای مسلح، شورای عالی استان‌ها، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، مرکز رسیدگی به امور مساجد، مجمع ناشران انقلاب اسلامی، وزارت کشور، شورای سیاست‌گذاری ائمه جمعه، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت ارشاد و شهرسازی و معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری است.»



www.sepehrpress.ir

تحلیل

مضرات تک‌فرزندی در جوامع امروزی

سپهرغرب، گروه متن زندگی؛ یک روانشناس بالینی سلامت گفت: تک‌فرزندی فواید و مضراتی دارد و کودکانی که در خانواده‌های تک‌فرزند رشد می‌کنند معمولاً تفاوت‌هایی با خانواده‌های چندفرزندی دارند.

دکتر جمیله زارعی پیرامون موضوع

تک‌فرزندی گفت: این موضوع در جوامع امروزی به دلیل تغییرات اجتماعی و اقتصادی بسیار مورد توجه قرار گرفته است. خانواده‌ها به‌دلیل مختلفی نظیر کاهش هزینه‌ها، اولویت‌های شغلی و شرایط زندگی، تمایل به داشتن یک فرزند دارند. تک‌فرزندی فواید و مضراتی دارد و کودکانی که در خانواده‌های تک‌فرزند رشد می‌کنند معمولاً تفاوت‌هایی با خانواده‌های چندفرزندی دارند. به‌علاوه، عواملی که به حفظ یک خانواده شاد و سالم کمک می‌کنند، بایستی مورد بررسی قرار گیرند و اینکه چقدر تعداد فرزندان می‌تواند ضامن شادی خانواده باشد یا خیر.

وی ادامه داد: در تک فرزندی با توجه بیشتر والدین (والدین در خانواده‌های تک‌فرزند می‌توانند توجه و زمان بیشتری را به فرزند خود اختصاص دهند. این امر می‌تواند منجر به ایجاد ارتباط عمیق‌تر و بهتر بین والدین و فرزند شود) منابع مالی بیشتر(با داشتن تنها یک فرزند، خانواده‌ها می‌توانند منابع مالی خود را بر روی یک فرزند متمرکز کنند. این مسأله می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی و فراهم آوردن امکانات بیشتر برای فرزند منجر شود)، تربیت مستقل (فرزندان تک‌فرزند معمولاً در محیطی مستقل رشد می‌کنند و ممکن است مهارت‌های اجتماعی و مدیریتی بهتری کسب کنند، زیرا آنها باید با بزرگ‌ترها بیشتر تعامل کنند) و کاهش تنش‌های خانوادگی (در خانواده‌های تک‌فرزند، احتمال بروز تنش‌های ناشی از رقابت بین خواهر و برادرها کمتر است، که این موضوع می‌تواند به ایجاد محیطی آرام و حمایت‌گر کمک کند) رو برو هستیم.



این روانشناس بالینی در خصوص مضرات تک‌فرزندی گفت: فرزندان تک‌فرزند ممکن است در دوران کودکی و نوجوانی احساس تنهایی کنند و نتوانند با مشکلات اجتماعی به خوبی کنار بیایند. والدین ممکن است انتظار زیادی از تنها فرزند خود داشته باشند، فرزندان تک‌فرزند ممکن است در مواجهه با موقعیت‌های اجتماعی و تعامل با دیگران به مشکل برخوردند، زیرا آنها فرصت کمتری برای یادگیری مهارت‌های اجتماعی از خواهر و برادرها دارند. در برخی موارد، فرزندان تک‌فرزند ممکن است به دلیل عدم وجود خواهر و برادر، در یادگیری ارزش‌های همدلی و همکاری دچار مشکل شوند، اشاره کرد.

وی افزود: فارغ از اینکه خانواده تک‌فرزند باشد یا چند فرزند، اصول کلیدی تربیتی بایستی لحاظ شود که کودک رشد روانی سالمی را تجربه کند. گاه برآورده کردن یکی از این اصول برای خانواده تک‌فرزند مستلزم صرف انرژی روانی یا مالی بیشتری خواهد بود و گاه برعکس، نیاز دیگری در خانواده دارای چند فرزند هزینه برتر خواهد بود.

وی درباره عوامل مؤثر در شکل‌گیری و حفظ خانواده شاد و سالم گفت: برقراری ارتباط مؤثر بین اعضای خانواده، به‌ویژه در مورد احساسات و نیازها، از اهمیت بالایی برخوردار است. این ارتباط می‌تواند به درک متقابل و حل مشکلات کمک کند. صرف زمان با کیفیت با هم به تقویت روابط خانوادگی کمک می‌کند. فعالیت‌هایی نظیر بازی‌های گروهی، سفرهای خانوادگی و شرکت در فعالیت‌های مشترک می‌تواند پیوندهای عاطفی را مستحکم‌تر کند. احترام به تفاوت‌ها و پذیرش یکدیگر به ایجاد یک محیط خانواده سالم کمک می‌کند.

خانواده‌ها باید بتوانند نظرات و احساسات یکدیگر را بپذیرند. ایجاد محیطی حمایت‌گر و عاطفی در آن اعضای خانواده احساس امنیت کنند، برای حفظ سلامت روانی خانواده ضروری است. مرزهای مناسب بین اعضای خانواده می‌تواند به حفظ حریم خصوصی و استقلال هر فرد کمک کند و از بروز تنش‌های غیرضروری جلوگیری نماید.

