

در بعضی از مطالعات، استفاده از زن به عنوان ابزار تبلیغاتی مهم و موثر، نوعی برده داری مطرح شده است؛ منتقدان معتقدند که استفاده ابزاری از زنان در تبلیغات یک نوع برده داری و خشونت علیه آنان است

## حرکات چشم در زنان و مردان متفاوت است

تحقیقات محققان نشان داده حرکات چشم در زنان و مردان با یکدیگر فرق دارد. به گزارش باشگاه خبرنگاران به نقل از پویی نیوز، براساس یک پژوهش تازه دانشمندان دریافته‌اند مردان و زنان در شیوه نگاه کردن به اجسام روش های مختلفی دارند. گفتنی است، اگر چه حرکات چشم زنان کم تر از مردان است اما دید آن ها طولانی تر و نگاهشان متنوع تر است. بزرگ ترین تفاوت در حرکات چشم هنگامی است که شرکت کننده تصاویری از مردم را ملاحظه کردند تفسیر زنان و مردان از جهان با یکدیگر متفاوت است و مردان ارتباط چشمی مستقیم با چهره اشخاص دارند در حالی که زنان نگاه خود را کمی رو به پایین و به سمت بینی و دهان می اندازند.



# استفاده غیراخلاقی از زن در تبلیغات

## به چه قیمتی؟

گروه خبری //

استفاده ابزاری از زنان در تبلیغ کالاها در فضای مجازی، موضوعی است که همچنان بدون نظارت به حال خود رها شده است.

آزادی، روشنفکری، تساوی حقوق زن و مرد و ... اصطلاح‌هایی هستند که در سال‌های اخیر بسیار استفاده می‌شوند. عمدتاً کسانی که دنبال راهی برای لایوشانی بی بند و باری‌ها هستند، از محدودیت‌هایی که اسلام جهت حفظ کرامت و وقار زن برای او مشخص کرده، گلیزه می‌کنند و بعضاً آن‌ها را بوج و بی‌اساس می‌دانند.

همین دیدگاه منجر به انتشار تصاویر و پیام‌هایی در صفحات مجازی می‌شود که هیچ توجیه اخلاقی و منطقی برای آن وجود ندارد و نه تنها باعث جذابیت و جلب توجه به سمت بانوان نمی‌شود؛ بلکه حریم خصوصی آنان را هم خدشه دار می‌کند.

شاید یکی از دلایلی که برخی شرکت‌ها و صاحبان برندهای تجاری اجازه استفاده ابزاری از زنان در تبلیغات کالا را به خود می‌دهند، نبود آگاهی از سوی تعدادی از افراد جامعه باشد. این شرکت‌ها با تفکری از پیش تعیین شده و جهت‌دار، دست روی نقطه ضعف جامعه گذاشته و جذابیت‌های سیمایی و جنسی زنان را در تبلیغات خود برجسته می‌کنند تا پاکدامنی و عفت زن ایرانی بیش از پیش زیر سوال برود.

اما نکته مهم این است که چرا نهاد نظارت بر این تبلیغات، همچنان به این موضوع بی‌توجه است و بیش از ۵۰ درصد تبلیغات فعلی در سایت‌ها و صفحات مجازی بر پایه بازی با حجاب، عفاف و جایگاه زن ساخته می‌شوند و هدفی جز جلب رضایت از طریق خودنمایی و عشوهِ گری زنان در تصاویر و کلیپ‌هایشان ندارند. با وجود اینکه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بارها اعلام کرده با این نوع تیزرهای تبلیغاتی برخورد می‌کند؛ اما انگار برخورد‌ها راه به جایی نمی‌برد. چراکه این وضعیت همچنان ادامه دارد. پیش از این گفت و گویی با حجت الاسلام سالک نایب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس دهم داشتیم که از بررسی تبلیغات نامتعارف در فضای مجازی، توسط کمیسیون متبوعش خبر داد. اما به نظر می‌رسد حالا که مجلس جدید چند ماهی است فعالیت خود را آغاز کرده، باید نظارتی روی تبلیغات نامتعارف داشته باشد.

مگر نه اینکه در بند ۱۰ الحاقی ماده ۶ قانون مطبوعات مصوب ۱۳۷۹ استفاده ابزاری از افراد (اعم از زن و مرد) در تصاویر و محتوا، تخخیر و توهین به جنس زن، تبلیغ تشریفات و تجملات نامشروع و غیرقانونی مصداقی از تجاوز به حریم خانواده و نادیده گرفتن

منزلت زن دانسته و در قانون مطبوعات ممنوع شده است!

### تبلیغاتی که زنان را قربانی موفقیت خود می‌کند

همچنین در دستورالعمل مطول تهیه آگهی‌های تبلیغاتی در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران بندهای بسیاری به شیوه بازنمایی زنان در تبلیغات اختصاص پیدا کرده است. در اصل ۵۸ این دستورالعمل آمده است: «حضور خانم‌ها در آگهی‌هایی که وضعیت کالا و مصارف آن به نقش خانم‌ها بستگی نداشته باشد، مجاز نیست».

اصل ۵۹ این دستورالعمل نیز اذعان داشته: «آگهی‌های رادیو-تلویزیونی نباید تداعی‌کننده این امر باشد که اشتغال و تلاش زن ایرانی محدود به امور منزل است و در عرصه‌های علمی و فرهنگی حضور ندارد و به طور کلی زن مسلمان ایرانی نباید تحقیر شود». در اصل ۶۰ نیز آمده است: «آگهی نباید تداعی‌کننده ترجیح بین جنس مذکر و مؤنث باشد».

در اصل ۶۲ نیز مطرح شده: «آگهی‌ها نباید تداعی‌کننده این فکر باشند که زن‌ها از مردها ناتوان‌ترند و نقش هر کدام باید کامل و بی‌نقص مشخص شود». در بخش مقررات خانواده در بند ۳ نیز به مقوله مهمی اشاره شده و آمده است: «برای حفظ کرامت زن، نمایش تصاویر او در آگهی نباید هدف تبلیغ قرار گیرد». همه این‌ها تنها بخشی از قواعد فراوان بازنمایی زن در تبلیغات است.

اما امروزه فضای مجازی و پلتفرم‌های نوین تحت اینترنت، بستری را فراهم کرده‌اند که شرکت‌های برجسته یا نوپا بتوانند بدون هیچ نظارتی، تمام هنجارهای فرهنگی و ارزش‌های زنانگی را نادیده گرفته و تبلیغات خود را با همان نگاه شی‌انگارانه و اتکا به جذابیت جنسی زنان به دست مخاطبان برسانند.

### استفاده ابزاری از زن در تبلیغات نوعی برده داری است

مریم نیری جامعه شناس فرهنگی، درباره استفاده ابزاری از زنان در تبلیغات به خبرنگار ما گفت: با توجه به اینکه رسانه‌های ارتباط جمعی نقش بی‌بدیلی در معرفی و تعیین سبک زندگی ایفا می‌کنند و تأثیر انکارناپذیری در ایجاد، تقویت و حتی تغییر نگرش مخاطبان دارند، استفاده از عناصر متنوع محتوایی و ابزارهای مختلف برای جذب مخاطب و افزایش تأثیر آگهی‌های تبلیغاتی دغدغه اصلی برنامه‌سازان و مبلغان تجاری است.

وی افزود: استفاده ابزاری از زن به عنوان یکی از

عناصر مهم برای اثربخشی در تبلیغات تجاری، در هر جای دنیا و کشور خودمان مورد انتقاد بسیاری از اندیشمندان و نخبگان فرهنگی قرار گرفته است. با نگاه به مطالعاتی که در این زمینه انجام شده است، می‌بینیم که استفاده نامتعارف از زن چه تبلیغات محیطی و چه آگهی‌های اینترنتی همیشه مورد نقد بوده است. نیری عنوان کرد: با اینکه زن امروز ایرانی پا به پای یک مرد در جامعه ظاهر می‌شود، هنوز هم در تمام دنیا و حتی در کشورمان، بیشتر به زیبایی‌های ظاهری و بصری او توجه و از این ویژگی‌ها در نقش‌های تبلیغات به تعبیری سوءاستفاده می‌شود.

وی با بیان اینکه نقش آگهی‌ها و تبلیغات صرفاً معرفی آن کالا یا برند مخصوص نیست، ادامه داد: تولیدکننده آن کالای تبلیغی از این طریق فضای گفتمان حاکم در جامعه را معرفی می‌کند و همچنین خودش سازنده گفتمان جدید درباره نقش‌های مختلف است. رسانه با توجه به تأثیری که در شکل‌گیری افکار عمومی دارد، همواره کلیشه‌سازی می‌کند.

این فعال فرهنگی گفت: در کلیشه‌سازی نقش انسان و شخصیتش را به مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی مبالغه‌آمیز و معمولاً منفی تنزل می‌دهند. در واقع این کلیشه‌سازی نوعی رمز نمادین میان ما و دیگران به وجود می‌آورد و اصولاً به چند طریق اتفاق می‌افتد. می‌توان گفت که رسانه‌ها، تصویر غلطی از حضور یا سلطه واقعی گروهی در جامعه را نشان می‌دهند؛ به حضور مؤثر آن گروه بی‌توجه هستند و یا اینکه حضور یک گروه در عرصه‌ای



خاص در جامعه را پررنگ می‌کنند. وی افزود: با توجه به این سه مورد فکر می‌کنم همین برای ما کفایت کند که در تبلیغات بازنمایی انواع محیط‌ها، کلیشه‌سازی درباره نقش زنان اتفاق می‌افتد؛ یعنی رسانه‌ها و تبلیغات تجاری نسبت به حضور مؤثر زنان در جامعه بی‌توجه هستند. همانطور که در برنامه تبلیغات فراوانی زن ایرانی یک زن کدبانو، خانه‌دار و همسر است و فقط به همسرداری و بچه‌داری می‌پردازد. حتی در زمان تبلیغ یک تکنولوژی، از آنان در راستای ایفای نقش همسری و مادری استفاده می‌شود. همچنین در برخی مواقع زن به عنوان ابژه جنسی مورد توجه قرار می‌گیرد. البته این مورد در ایران خیلی کم و در کشورهای دیگر پررنگ‌تر است.

نیری تصریح کرد: در بعضی از مطالعات، استفاده از زن به عنوان ابزار تبلیغاتی مهم و مؤثر، نوعی برده‌داری مطرح شده است؛ منتقدان معتقدند که استفاده ابزاری از زنان در تبلیغات یک نوع برده‌داری و خشونت علیه آنان است. وی با اشاره به نقش نهادهای نظارتی افزود: لازم است متولیان امر از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازندگان برنامه‌های صدا و سیما به قوانین تبلیغاتی کشور که طبق آن باید زنان با چهره و پوشش مناسب در تبلیغات ظاهر شوند و این تبلیغات به گونه‌ای نباشد که برتری یک جنسیت نسبت به دیگری را نشان دهد، پایبند باشند. متأسفانه ما همیشه در اجرا و نظارت قوانین خلأ داریم که امیدوارم دستگاه‌های مرتبط در این حوزه پررنگ‌تر و مؤثرتر حضور پیدا کنند. / باشگاه خبرنگاران جوان



استرس و اضطراب کنترل و مدیریت نشود، ممکن است تحت فشارهای روانشناختی قرار بگیرند. خاکباز مطرح کرد: از لحاظ روانشناسی به افراد کادر درمانی توصیه می‌کنیم بیش از اندازه پیگیر اخبار مربوط به کرونا در سطح رسانه‌ها اجتماعی

شود. / باشگاه خبرنگاران جوان

داستانی

## پرتقال برای زنان باردار چه فوایدی دارد؟

گروه خبری //



باشگاه خبرنگاران جوان نوشت: پرتقال غنی از ویتامین C است و موجب تقویت سیستم ایمنی بدن در طول بارداری می‌شود.

پرتقال بخصوص در تصفیه خون و بسیاری از بیماری‌ها مفید است، ویتامین C یکی از عوامل مهم مهارکننده سرطان است که پرتقال منبع این ویتامین محسوب می‌شود.

در دوران بارداری، زنان باردار باید مواد مغذی زیادی را دریافت کنند از جمله پروتئین‌ها، مواد معدنی، چربی‌ها و ویتامین‌های مختلف. ویتامین‌ها بسیار مهم هستند زیرا روی سیستم ایمنی بدن تأثیر بسیار زیادی دارند، مصرف ویتامین‌ها موجب بهبود سیستم ایمنی بدن زنان باردار می‌شود، بنابراین انواع ویروس‌ها، میکروب‌ها و باکتری‌هایی که باعث بیماری می‌شوند، نمی‌توانند آن‌ها را در تحت تأثیر قرار بدهند.

ویتامین C ویتامینی عالی برای حفظ و افزایش استقامت بدن زنان باردار است. از منابع مهم ویتامین C می‌توانیم میوه‌های خانواده‌ی مرکبات را نام ببریم. و یکی از میوه‌های این خانواده که هم بسیار خوش طعم و مزه است و هم فایده‌ی زیادی برای زنان باردار دارد، پرتقال است.

پرتقال یکی از قدیمی‌ترین و پر مصرف‌ترین مرکبات است که بشر از آن تا کنون استفاده کرده است و خواص پرتقال بخصوص در تصفیه خون و بسیاری از بیماری‌ها مفید است.

### خواص پرتقال

پرتقال سرشار از ویتامین‌های B، C، دارای آهن، کلسیم، فسفر، پتاسیم، سدیم و مس است.

### مزیت‌های سالم خوردن پرتقال در بارداری

بر طبق پیشنهاد انجمن ملی سلامت، یک مادر باردار باید هر روز ۸۵ میلی‌گرم ویتامین ث مصرف کند.

### منبع مناسبی از آنتی‌اکسیدان‌ها است

اساساً میوه‌های خانواده‌ی مرکبات دارای ویتامین C بسیار بالایی هستند. به عنوان مثال در یک پرتقال متوسط حدود ۸۰ میلی‌گرم ویتامین C وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت که این میوه برای تأمین مقدار مورد نیاز از ویتامین C برای زنان باردار مناسب است زیرا مقدار مورد نیاز روزانه‌ی این ویتامین برای زنان باردار به طور متوسط حدود ۸۸ میلی‌گرم در روز است.

علاوه بر این، آنتی‌اکسیدان و ویتامین C موجود در مرکبات می‌تواند استقامت بدنی زنان باردار را افزایش دهد. مصرف مرکبات به طور منظم می‌تواند سلامت جسمی مادر و جنین را به خوبی حفظ کند.

### غنی از ویتامین ث

پرتقال غنی از ویتامین ث می‌باشد که موجب تقویت سیستم ایمنی بدن در طول بارداری می‌شود.

### پرتقال باعث جذب روی و آهن می‌شود

تست‌های پزشکی نشان داده‌اند که پرتقال به سلامت کودک نیز کمک می‌کند و موجب تقویت سیستم ایمنی بدن کودک نیز می‌شود. ویتامین ث یک ویتامین قابل حل در آب است و نمی‌تواند به طور دائم در داخل بدن باقی بماند. زنان باردار هر روز باید پرتقال بخورند تا بتوانند این ویتامین را به بدن خود برسانند.

### سلامت چشم‌های جنین را حفظ می‌کند

به طور کلی، سلامت کودک به ویژه سلامت چشم او در زمانی که داخل رحم مادر است تعیین می‌شود. یکی از مزایای مرکبات برای زنان باردار این است که می‌تواند به ایجاد ویتامین A حاصل از ترکیبات کاروتنوئید کمک کند. و ویتامین A برای توسعه‌ی قوه‌ی بینایی جنین بسیار مفید است. بنابراین، پرتقال در بهبود بینایی جنین و حفاظت از نوزادان در برابر انواع مختلف بیماری‌های مرتبط با چشم و پوست بسیار مفید است.

### کاهش واکنش‌های آلرژیک با مصرف پرتقال

تحقیقات نشان داده‌اند که خوردن پرتقال موجب کاهش واکنش‌های آلرژیک می‌شود. همچنین به رشد مناسب مغز کمک می‌کند.

### فشار خون را در حد طبیعی حفظ می‌کند

وضعیت بدنی زنان باردار نوسان دارد و این بسیار قابل درک است از جمله این‌که گاهی فشار خون پایین است و گاه بالا می‌رود و در واقع تجربه کردن چنین شرایطی توسط زنان باردار طبیعی است. بارداری زنان را هم به لحاظ روانی و هم به لحاظ جسمانی تغییر می‌دهد و همین تغییرات ارتباط زیادی با سیستم سلامت زنان باردار دارد.

بنابراین، برای غلبه بر این وضعیت، زنان باردار می‌توانند به طور مرتب میوه‌های خانواده‌ی مرکبات را مصرف کنند. میوه‌های مرکبات حدوداً حاوی ۲۳۸ میلی‌گرم پتاسیم هستند. این مقدار پتاسیم برای تنظیم فشار خون بسیار مؤثر است و بنابراین به سلامتی زنان باردار کمک زیادی می‌کند.

### دارای خواص ضد التهابی

پرتقال دارای خواص ضد التهابی است که به درمان انواع بیماری‌ها مانند آرتریت کمک می‌کند.

### از فشار خون بالا و یبوست پیشگیری می‌کند

پرتقال به خاطر داشتن پتاسیم بسیار بالایی که دارد از فشار خون بالا در زنان باردار پیشگیری می‌کند. همچنین منبع خوبی از فیبر محسوب می‌شود و از یبوست نیز پیشگیری می‌کند.