

## الاعلام، الجنوس و الاستهلاك

بحث في العلاقة بين وسائل الاعلام المختلفة والمستهلكين من  
الشباب الذكور و الإناث في مدينة شيراز

مجيد موحد محمد تقي عباس شوازي ندا مرحمتي

### مقتطف

يعتبر الاستهلاك والمستهلكين اليوم ظاهرة ذات ابعاد متعددة التي قد تبدلت الى احد المواضيع المهمة في بحوث العلوم الاجتماعية و الثقافية. فدراسة هذه الظاهرة تحظى بأهمية بالغة من جوانب متعددة ليس بعنوانها مسئلة علمية اكايمية فحسب بل لأنها مسئلة حديثة الظهور وتتطور بسرعة في المجتمع الايراني. وعلى هذا الاساس فان البحث يسعى الى كشف العلاقة بين وسائل الاعلام والنزعة الاستهلاكية لدى الناس، ويستفيد من نظرية التواصل والاقناع لمعرفة دور قنوات وسائل الاتصال المختلفة من راديو وتلفزيون وقنوات فضائية و جنس المخاطبين من ذكور و إناث في الاستهلاك. وطريقة التحقيق تمت بصورة جمع المعلومات من استمارات الاستطلاع، وقد كانت عينة هذا التحقيق ٤٠٠ نفر من الشباب في اعمار (١٨-٢٩) من سكان مدينة شيراز. أختيرت العينات بصورة انتقائية وعلى مراحل متعددة و تظهر نتائج هذا البحث وجود علاقة بين المستهلك (حسب نوعه) ووسائل الاعلام المختلفة وان الرجال علاقتهم بوسائل الاعلام المختلفة اشد مما يجعلهم أكثر استهلاكاً من النساء.

### المفردات الاساسية

الاستهلاك، ووسائل الاعلام المختلفة، الجنوس، العلاقات الاجتماعية، مهارة الاقناع.

## النساء، السوق، و رموز الإستهلاك

احمد محمد بور      مريم بهمني

### مقتطف

حصل تغيير عميق في طريقة الحياة وروال الحياه اليومية لدى نساء ايران في العقد الاخير والذي يظهر ليس في نوعية البضائع المستهلكة فقط بل في المكان، الزمان، المحيط، ومظاهر الإستهلاك، مما يمكّننا من الحديث عن الاقتصاد و رموز الإستهلاك. المقالة تدرس بصورة خاصة سلوك وطريقة حياة النساء في احد اسواق شيراز الكبيرة والفخمة. يستعرض البحث بعضا من النظريات المتعلقة بالاستهلاك، نوع المستهلك (امراة او رجل)، الطبقة التي ينتمي اليها، وفي هذا البحث تم الاهتمام بالكيفية و الاستفادة من علم الانثروبولوجيا لإجراء الدراسة. جمعت المعلومات عن طريق مشاهدة ومقابلة ٣١ من النساء البائعات والمشتريات، و تم انتخاب افراد العينة بشكل مقصود و بهدف و تحليل النتائج على اساس التحليل الموضوعي (تماتيک). توصلت نتيجة التحقيق الى ان السوق ليس فقط مكاناً لتسويق البضاعة المعتادة للجميع، بل هو مكاناً لمعرفة مظاهر الاستهلاك، نوعية البضائع، الاستهلاك الظاهري، التجول، التعرف على الهوية، التعرف على اصدقاء. ومن هذا المنطلق، يكون التسوق احد التصرفات والاعمال الفرعية في السوق.

### المفردات الاساسية

النساء، تحليل موضوعي، رموز الإستهلاك، الانثروبولوجيا



## الجمال والتبرج وجراحة التجميل

جواد افشاركهن

اسماعيل بلالي

### مقتطف

في مجتمعنا الحالي هناك علاقة وطيدة بين مفاهيم الجمال والتجميل والنوعية الجنسية. وعلى هذا الاساس فأن اغلب المنظرين للحركة النسوية وطفوا قسما من جهودهم النظرية حول هذه المسألة، وفي هذا المقال ونظراً لأهميته يُعرض مفهوم الجمال بصورة مختصرة و من ثم يُستدل على ان الجميع يعتقد انه يستطيع الحصول على الجمال بالسعي وبذل المال. ثم يُستعرض البحث تاريخ هاتين المقولتين في العالم وايران. وفيما يخص ايران فقد ذكر البحث دور الاعلام والمطبوعات الكبير في تسرّب نظرة وثقافة الغرب المتعلقة بالجمال. وبعدها قُدمت احصاءات عن مدى استعمال مواد التجميل وكذلك العمليات الجراحية في العالم وفي ايران ومدى ازدياد ذلك في كل مكان. ويطرح البحث ثلاثة نظريات مرتبطة بحضارة استعمال مواد التجميل. ثم يطرح مواقف الحركة النسوية (فمينيسم) المؤيدة والمخالفة لعمليات جراحة التجميل و يُختم البحث بعرض نتيجة البحث المطروح.

### المفردات الاساسية

التجمل، الجمال، جراحة التجميل، ايران، العالم، فمينيسم، حضارة الجمال.

## المرأة والفن

حسن بلخاري

### مقتطف

الفن في أعم تعريف له هو ظهور الاستعدادات الفطرية وطلب الجمال عند الانسان في قوالب وانتاجات فنيه، مفاهيم محسوبة بشكل مطلق على الذات الانسانية. فهل في هذه الحالة نستطيع ان نحدد له جنسا بعد تعريف الفن، الذي يعتبر امرا عرضيا؟ و هل نستطيع ان نعتبر جنس الفنان عاملا في ايجاد الفرق بين المفهوم والمصدق؟ وهل نستطيع تقسيم الفن الى فن الرجال وفن النساء؟ وهل تؤثر الظروف الثقافية والايديولوجية والمكانة الاجتماعية على مفهوم الفن ونسبته و خصوصا فن النساء؟ وهل القوانين والحدود الفقهية في المجال الفني تعتبر الجنس عاملاً رئيسياً في صدور احكام مختلفة بالنسبة للمرأة والرجل؟ الاجابة عن هذه الاسئلة بحاجة الى تحليل وبحث عميق عن مفهوم الفن من خلال فلسفة الفن والفكر الاسلامي وهذا البحث يبين و يوضح العلاقة بين المرأة والفن و يجين على الاسئلة التي طرحت اعلاه.

### المفردات الاساسية

النوع، المرأة، فميينيسم، الأسس النظرية للفن.