

یک‌شنبه ۲۳ شهریور ۱۴۰۴ | ۲۱ ربیع‌الاول ۱۴۴۷

گزارش یک مهساگریندی

هر سال با نزدیک‌شدن به مهر، خانواده‌ها نه فقط دغدغه کیف و لوازم‌التحریر که دغدغه لباس فرم دارند؛ لباسی که قرار بود ساده باشد، اما حالا به یکی از پیچیده‌ترین بخش‌های آغاز سال تحصیلی تبدیل شده‌است. لباسی که هدفش، نظم و هویت مشترک بود؛ برای آنکه بچه‌هایی از خانه‌های متفاوت، در مدرسه یک‌شکل و برابر دیده شوند، اما امروز، همین لباس ساده برای خیلی از خانواده‌ها به مشکلی بزرگ و پرهزینه تبدیل شده، مشکلی که نه فقط خرج روی دست‌شان می‌گذارد، بلکه گاهی عزت نفس‌شان را هم زیر سؤال می‌برد.

■ ■ ■

مسئولان وزارت آموزش و پرورش می‌گویند تهیه لباس فرم نه اجباری است و نه وابسته به تولیدی خاص. می‌گویند خانواده‌ها از آزندن خودشان انتخاب کنند، حتی پارچه را خودشان بخrend و لباس را بدوزند، اما واقعیت چیز دیگری است. بسیاری از خانواده‌ها از فشارهای پنهان، کیفیت پایین لباس‌ها و هزینه‌هایی سخn می‌گویند که گاه دو برابر مبلغ رسمی هستند! تولیدکنندگان هم از قیمت‌گذاری‌های غیرمنصفانه، نبود شناخت تخصصی در انتخاب پارچه و حتی قطعی برقی در اوج فصل کار شکایت دارندو در این میان، دانش آموزانی هستند که اگر لباس مشخص‌شده از تولیدی مورد نظر را نپوشند با آنگاه سنگین همکلاسی‌ها یا مسئولان مدرسه روبه‌رو می‌شوند. متأسفانه لباسی که باید فقط لباس باشد، حالا در گیر ضعف نظارت و نگاه بازاری شده‌است!

■ افزایش چشمگیر قیمت لباس فرم

براساس بررسی‌های میدانی، هزینه تأمین لباس فرم مدرسه در سال ۱۴۰۴ به‌طور محسوس افزایش یافته و بار مالی قابل توجهی بر دوش خانواده‌ها گذاشته‌است. در مدارس دولتی، قیمت لباسا فرم دخترانه از حدود یک‌میلیون و ۵۰۰ هزار تومان آغاز می‌شود و بسته به کیفیت دوخت، نوع پارچه و طراحی اختصاصی هر مدرسه، گاه تا ۲ میلیون تومان نیز می‌رسد. این در حالی است که در سال گذشته، قیمت‌ها بین ۵۴۸ هزار تا ۸۲۵ هزار و ۵۰۰ تومان متغیر بود. به این ترتیب، رشد قیمت‌ها در این بازه زمانی به ۱۰۰ تا ۱۵۰ درصد رسیده‌است.

در مدارس پسرنه نیز شرایط مشابهی حاکم است؛ لباس فرم پسران معمولاً بین یک‌میلیون و ۳۰۰ تا یک‌میلیون و ۵۰۰ هزار تومان قیمت دارد. با توجه به طراحی ساده‌تر در این لباس‌ها، انتظار می‌رفت افزایش قیمت کمتر باشد، اما در عمل تفاوت چندانی با رپویش دخترانه دیده نمی‌شود. این در حالی است که در سال گذشته، همین لباس‌ها در بازه ۴۴۸ هزار تا ۸۲۵ هزار و ۵۰۰ تومان عرضه می‌شدند. حال این افزایش ۱۰۰ تا ۱۵۰ درصدی، فشار مالی قابل توجهی بر خانواده‌ها وارد کرده‌است و بسیاری مجبور شده‌اند با وجود امکان استفاده از لباس فرم سال گذشته، لباس فرم جدیدی را تهیه کنند!

■ از قانون تا اجرا!

در راستای تحقق عدالت آموزشی و حمایت از حقوق خانواده‌ها، شیونامه‌ای تازه برای ساماندهی و نظارت بر تهیه و توزیع پوشاک دانش‌آموزان از سوی اداره کل انجمن اولیا و مربیان وزارت آموزش‌وپرورش به استان‌ها ابلاغ شد. این شیوونهامه بر پایه سندن تحول بنیادین طراحی شده و هدف آن افزایش شفافیت، کاهش هزینه‌های تحصیلی و استفاده مؤثر از ظرفیت خانواده‌ها در تعلیم و تربیت فرزندان اعلام شده‌است.

گزارش ۲ محمدصادق قفقوری

پرونده‌های پرسروصدای واگذاری بی‌ضابطه زمین‌های بسیار ارزش‌شان تهران به پانده‌های قدرت و ثروت در چند دهه گذشته خبر داده‌است. این خبر خوشحال‌کننده و البته اندکی تأسف بر انگیز است، چون ناقص رسانه‌ای شده‌است؛ این حق بدیهی مردم است که دست‌کم اسامی «باند‌های قدرت و ثروت» را بدانند که هکتارها زمین در بهترین نقاط ششمیرانات و دماوند را قاپذیداند و چند سال است از عواید آن بهره‌برداری می‌کنند.

روز گذشته مرکز رسانه قوه قضائیه از ورود دستگاه قضایی به پرونده‌های پرسروصدای واگذاری بی‌ضابطه زمین‌های بسیار باارزش به باندهای قدرت و ثروت خبر داد.

مدیر عامل خبرگزاری قوه قضائیه در این باره گفته‌است: پرونده واگذاری هکتارها زمین به افراد خاص در دهه‌های گذشته، در حال رسیدگی است؛ در دهه‌های گذشته زمین‌های بسیار باارزشی با مبالغ بسیار ناچیز به افراد خاص واگذار شده‌است.

■ ■ ■

روز همین رابطه، علی‌القاصی مهر، رئیس کل دادگستری تهران گفت: حدود ۱۷۳ پرونده در دادگستری استان تهران برای همین اراضی و اشخاص تشکیل شده‌بود که تقریباً همه این پرونده‌ها رسیدگی شده و آرای آن‌ها نیز در محکومیت اداره‌منع طبیعی صادر شده‌بود، اما اخیراً در راستای اهمیت این پرونده‌ها و اجرای دستورات صادره از ناحیه رئیس قوه قضائیه، این ۱۷۳ پرونده به صورت ویژه و مورد به مورد، در کار گروهی ذیل شورای حفظ

جامعه سرویس اجتماعی ۶۰-۸۸۵۲۳

گزارش «جوان» از لباسی که باید نماد برابری باشد، اما باری بر دوش خانواده‌ها شده‌است

فرم مدرسه، بی‌فرم در اجرا!



مدرسه فهرستی از لوازم داد که لباس فرم هم جزوش بود. گفتند خرید از تولیدی معرفی‌شده اجباری نیست، اما وقتی بیشتر پیگیر شدیم، گفتند لباس باید حتماً مهر مدرسه را داشته باشد. حتی تلویحا گفتند اگر فرم از جای دیگری تهیه شود، ولی دقیقاً شبیه لباس معرفی‌شده نباشد، ممکن است دانش آموز را سر صف نپذیرند یا تذکر بدهند. وقتی مدرسه عملاً فقط یک تولیدی را تأیید می‌کند، دیگر کسی جرئت ندارد دنبال

گزینه دیگری برود و در سر برای خودش بترشد. در کنار این اجبارهای پنهان، گلایه از کیفیت پایین لباس‌ها هم بخش بزرگی از ناراضیانی خانواده‌ها را شکل می‌دهد. بسیاری می‌گویند پارچه‌های مورد استفاده نه تنها مرغوب نیستند، بلکه دانش آموز با آن احساس راحتی نمی‌کند؛ آنطور که این خانواده‌ها می‌گویند با وجود کیفیت پایین این لباس‌ها، قیمت نهایی‌شان اغلب گران تمام می‌شود.

مادر یکی از دانش‌آموزان در این باره می‌گوید: «وقتی برای خرید لباس به تولیدی طرف‌دار قرار دادم مدرسه ر قتم، تعجب کردم. پارچه‌ای که برای فرم استفاده‌شده بود، هم بی کیفیت بود و هم گرم. لباس یک‌میلیون و ۱۰۰ هزار تومانی که شاید حتی تا آخر سال هم دوام نیاورد!» او با بیان اینکه جنس این لباس‌ها به گونه‌ای است که خیلی زود ظاهر خود را از دست می‌دهند، ادامه می‌دهد: «البافت پلاستیکی است، باعث تعریق بچه‌ها می‌شود و چون باید مدام شسته شود، زود خراب می‌شود.»

یکی دیگر از پدران نیز خاطره مشابهی دارد: «لباس فرم

پسرم در سال گذشته آن قدر کیفیت پایینی داشت که

وسط سال مجبور شدیم یک شلوار جدید از بازار بخریم. اگر از ابتدا پارچه بهتری انتخاب شده‌بود، نه تنها لباس

تا آخر سال می‌ماند، بلکه هزینه اضافی به ما تحمیل

نمی‌شد.»

■ تولید سخت، نظارت ضعیف

تولیدکنندگان نیز انتقادهایی جدی دارند. یکی از قیمت‌های مصوب می‌گوید: «ما مجبوریم از پارچه ارزان استفاده کنیم، چون قیمت‌گذاری‌ها سالانه پایین اعلام می‌شود. در حالی که هزینه‌های تولید مثل دستمزد خیاط، اجاره کارگاه و استهلاک دستگاه‌ها دائماً در حال افزایش است.»

او به مسئله‌ای ساختاری‌تر هم اشاره می‌کند، یعنی نبود تخصص در نهادهای تصمیم‌گیر. به گفته این تولیدکننده، آموزش و پرورش و اتحادیه‌ها درباره کیفیت پارچه تصمیم می‌گیرند، در حالی که شناختی از جنس و دوام پارچه ندارند؛ «هر چند خیاطان را دعوت می‌کنند، اما در نهایت نظر متخصصان را نادیده می‌گیرند.»

او پیشنهاد می‌دهد که چندنوع پارچه با کیفیت مشخص تهیه شود و انتخاب نهایی بر اساس نظر خانواده‌ها و علاقه‌سنجی از آنها صورت گیرد. در این صورت، هم رضایت خانواده‌ها افزایش می‌یابد و هم دوام لباس‌ها بیشتر خواهد شد.

اما کارگاه‌های تولیدی با چالش‌هایی فراتر از قیمت نیز مواجه هستند. از قطعی مکرر برق گرفته تا تأخیر در ثبت سفارش توسط مدارس. یکی از تولیدکنندگان در این رابطه می‌گوید: «در اوج کار تابستانی، وقتی برق روزانه قطع می‌شود، روند دوخت به شدت کند می‌شود. از آن طرف، مدارس هم سفارش‌ها را دیر ثبت می‌کنند که باعث می‌شود لباس‌ها تا شروع سال تحصیلی آماده نباشد.»

بدون شک اگر قرار است چرخه تولید لباس فرم مدارس به درستی عمل کند، باید ساختار آن به گونه‌ای طراحی شود که در آن، تخصص، شفافیت و احترام متقابل به درستی رعایت شود؛ مفاهیمی که اغلب به حاشیه رانده شده‌اند.

روزنامه جوان | شماره ۳۹۸۲۳۹۸

تغییری که فقط خرج می‌تراشد

یکی از پرسش‌های ساده اما مهمی که بسیاری از خانواده‌ها با آن مواجهند، این است که چه ضرورتی دارد رنگ لباس فرم مدرسه، هر سال عوض شود؟ اگر لباس فرم قرار است راهکاری برای یکدست‌سازی ظاهر دانش‌آموزان، کاهش تفاوت‌ها و تقویت حس تعلق باشد، آیا بهتر نیست که یک دانش‌آموز بتواند لباس خود را حداقل دو یا سه سال بپوشد، به‌جای آنکه هر سال، فقط به دلیل تغییر رنگ یا جزئیات ظاهری، ناچار به خرید لباس جدید شود.

گرچه بخشنامه‌های رسمی وزارت آموزش‌وپرورش تأکید دارد که مدارس نباید هر سال رنگ و طرح لباس را تغییر دهند، اما در عمل، این اتفاق بارها و در مدارس مختلف تکرار می‌شود. گویی تغییر رنگ در برخی مدارس، عملاً به تصمیمی سلیقه‌ای و بدون منطق آموزشی تبدیل شده‌است؛ تصمیمی که نه بر اساس نیاز دانش‌آموزان، بلکه گاه بر اساس قرارداد با تولیدی‌های خاص یا نگاه‌های مدیریتی مقطعی گرفته می‌شود!

در نتیجه این سیاست‌های ناپایدار، لباس سال گذشته عملاً بی‌استفاده می‌شود. دانش‌آموزی که لباس سالم و قابل استفاده‌ای از سال پیش دارد، نمی‌تواند آن را به کلاس بیاورد، چون رنگ آن با فرم امسال متفاوت است. در چنین شرایطی، اگر خانواده‌ای توان خرید لباس جدید را نداشته باشند، فرزندش نه تنها متفاوت دیده می‌شود، بلکه ممکن است در معرض نگاه سنگین دیگران یا حتی تذکر کادر مدرسه قرار گیرد!

■ هدف را گم کردیم!

لباس فرم مدرسه، روزی با نیت کاهش تفاوت‌های ظاهری، کاستن از فشار رقابت‌های طبقاتی و ایجاد نظم در فضای آموزشی وارد مدارس شده؛ طرحی که قرار بود سادگی را جایگزین تجمل کند و یکدستی ظاهری را به ابزاری برای تقویت حس تعلق جمعی بدل سازد، اما امروز، بعد از گذشت چند دهه، شاهد آن هستیم که هدف اصلی را گم کرده‌ایم و به بیراهه رفته‌ایم.

در نبود نظارت دقیق و اجرای اصولی، آنچه به‌عنوان لباس برابر معرفی شد، گاه به ابزاری برای فشار اقتصادی، محدودیت‌های ناگفته و حتی تبعیض اجتماعی تبدیل شده‌است. تصمیم‌گیری‌های سلیقه‌ای، تغییرهای مکرر در رنگ و مدل و اجبارهای پنهان، نه تنها هدف اولیه را تضعیف کرده، بلکه بار اضافی بر دوش خانواده‌ها گذاشته‌است.

اگر قرار است لباس فرم همچنان بخشی از ساختار مدرسه باقی بماند، باید رویکردها تغییر کند. تصمیم‌گیران باید صدای والدین و تولیدکنندگان را بشنوند؛ کیفیت را جایگزین کمیت نکنند و به‌جای تحمیل، امکان انتخاب آگاهانه بدهند. این موضوع صرفاً مربوط به انضباط ظاهری نیست، بلکه مستقیماً به عدالت آموزشی، کرامت خانواده‌ها و احترام به حق انتخاب آنها گره خورده‌است.

تا زمانی که نگاه اقتصادی بر این سیاست سایه انداخته باشد، لباس فرم نه تنها به هدفش نمی‌رسد، بلکه به منبعی از ناراضیانی و گسست تبدیل خواهد شد. اما اگر سیاست‌گذاران به جای تحمیل، راه گفت‌وگو را باز کنند

و نگاه انسانی، مشارکتی و حمایتی در پیش بگیرند، شاید لباس فرم دوباره به چیزی که باید باشد، نزدیک شود، یعنی لباسی ساده، برای مدرسی که قرار است جایی برای برابری، احترام و آراش باشند و نه ابزار رقابت، فشار و تفاوت‌ها.

سیدجواد شیخ‌الاسلامی / پژوهشگر فضای مجازی

پاپ مارت و «زشتی بامزه»

از عروسک‌های کوچک تا تغییر سلیقه نسل جدید

پاپ مارت (Pop Mart) یک شرکت چینی است که در سال‌های اخیر با فروش عروسک‌هایی مثل لبوبو (Labubu) به موفقیت بزرگی رسید. فقط در نیمه اول سال ۲۰۲۵ سود این شرکت بیش از ۳۶۰ درصد رشد داشت، اما داستان پاپ مارت فقط درباره فروش عروسک نیست، بلکه نشان می‌دهد نسل جدید چگونه به فرهنگ و زیبایی نگاه می‌کند و رسانه‌ها چه نقشی می‌توانند در این روند داشته باشند.

■ چرا پاپ مارت موفق شد؟

• **داستان‌سازی:** هر عروسک فقط یک اسباب‌بازی نیست؛ پشت آن شخصیت، قصه و دنیای خیالی وجود دارد. همین قصه‌ها باعث می‌شود مخاطبان احساس کند بخشی از یک «جهان مشترک» است.

• **هیجان خرید:** عروسک‌ها در قالب «جعبه کور» فروخته می‌شوند؛ یعنی خریدار نمی‌داند کدام عروسک داخل جعبه است. این حس غافلگیری خرید را به یک تجربه هیجان‌انگیز تبدیل می‌کند.

• **رسانه و شبکه‌های اجتماعی:** پاپ مارت طر فردانش را در شبکه‌های اجتماعی به هم وصل می‌کند و یک جامعه وفادار می‌سازد. • **ترکیب جهانی و محلی:** این شرکت در عین حضور در بازارهای بین‌المللی، از عناصر فرهنگی چین هم بهره می‌برد.

■ «زشتی بامزه» Ugly-Cute چیست؟

یکی از دلایل محبوبیت عروسک‌هایی مثل لبوبو، گرایشی تازه به نام زشتی بامزه است. در این نگاه، ویژگی‌هایی که در گذشته «زشت» حساب می‌شدند (مثل دندان‌های تیز یا ظاهر غیرمعمول)، حالا «بامزه» و دوست‌داشتنی‌اند.

این پدیده چند پیام دارد:

• نسل جدید به دنبال شکستن معیارهای قدیمی زیبایی است. • داشتن یک عروسک «عجیب» می‌تواند نشانه متفاوت بودن و داشتن سلیقه خاص باشد.

• در دنیایی پراز تصاویر بی‌نقص و تبلیغات براق، این‌نوع زیبایی غیرمعمول حس تازگی دارد. • با این حال، چند تکرانی هم وجود دارد:

• ممکن است بازار، این گرایش را صرفاً به کالایی تجاری تبدیل کند و معناهای اولیه‌اش از بین ببرد.

• اگر همه چیز زیبا و زشت به یک اندازه پذیرفته شود، معیارهای زیبایی کاملاً از بین می‌رود و نوعی سردرگمی ایجاد می‌شود.

■ پیامدها برای رسانه کودک و نوجوان در ایران

این روندها نشان می‌دهد رسانه‌ها باید هوشمندانه عمل کنند:

۱- خلق شخصیت‌های بومی: به جای تقلید از نمونه‌های خارجی، باید شخصیت‌ها و قصه‌های ایرانی خلق شوند؛ ریشه‌دار در اساطیر و فرهنگ محلی.

۲- تجربه‌سازی برای مخاطب: نوجوان‌ها می‌خواهند در داستان و ماجرا شریک باشند. رسانه می‌تواند با بازی‌ها و کمپین‌های تعاملی این نیاز را پاسخ دهد.

۳- بازتعریف زیبایی در فرهنگ ایرانی: سنت هنری ما پر از ایده‌هایی است که «زیبایی در نقص» را نشان می‌دهد، از عرفان گرفته تا نقاشی قهوه‌خانه‌ای. اینها می‌تواند پاسخی بومی به «زشتی بامزه» باشد.

۴- آموزش سواد رسانه‌ای: نوجوان‌ها باید یاد بگیرند تفاوت میان «ارزش فرهنگی» و «ارزش تجاری» را تشخیص دهند.

۵- اهمیت قصه‌گویی: درس اصلی پاپ مارت این است که قصه مهم‌تر از ظاهر محصول است. محصول بدون داستان ماندگار نمی‌شود.

■ جمع‌بندی

پاپ مارت و گرایش «زشتی بامزه» نشان می‌دهند نسل جدید به دنبال تجربه‌های تازه و هویت‌های متفاوت است. رسانه‌ها در ایران باید این نیاز را درک کنند، اما نه با تقلید کورکورانه، بلکه با خلاقیت بومی، قصه‌پردازی اصیل و آموزش انتقادی به نوجوانان. تنها در این صورت می‌توان روندهای جهانی را در خدمت فرهنگ و ارزش‌های ایرانی قرار داد.

روزنامه جوان | شماره ۳۹۸۲۳۹۸



طلسم واگن‌های چینی شکسته شد

دولت پیش پرداخت خرید واگن‌های مترو را داد؛ معاون شهردار می‌گوید که پنج ماه دیگر اولین قطار وارد تهران می‌شود. پیش‌پرداخت خرید واگن‌های مترو از چین با دستور رئیس‌جمهور پرداخت شد.

در همین رابطه، معاون شهردار تهران، محسن هرمزی روز گذشته گفت که اولین رام قطار متروی چینی تا بهمن وارد تهران می‌شود. گفتنی است دو سال پیش، قرارداد خرید ۲۹۱ دستگاه واگن مترو با چین بسته شد، اما موانعی بر سر راه خرید این واگن‌ها ایجاد شد. روز گذشته خبر رسید مشکلات به اتمام رسیده و رام اول قطار مترو از سالن رنگ خارج شده و در مرحله نصب تجهیزات است و رام دوم قطار مترو نیز در آستانه ورود به سالن رنگ است.

خبرگزینا

■ وزیر آموزش‌وپرورش گفت: هزار مدرسه در دست ساخت داریم که بخشی از برنامه‌های وسیع ما برای گسترش عدالت آموزشی است.

■ رئیس سازمان حفاظت محیط‌زیست با اشاره به شهادت سه محیط‌بان در سال جاری، اصلاح قانون حمل سلاح را اقدامی ضروری برای ارتقای جایگاه حقوقی آنان و مقابله قاطع با متخلفان دانست

و گفت: در حال حاضر ۵۰ درصد از پست‌های سازمانی در کل بدنه سازمان حفاظت محیط‌زیست تصلاصی است. محیط‌زیست با ضعف شدید نیروی انسانی روبه‌روست و چالش کمبود نیرو در پست‌های محیط‌بانی حتی فراتر از آن و تا ۶۰ درصد است.

■ رئیس سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی با اشاره به رونمایی از بسته یادگیری کلاس شوق‌انگیز گفت: کلاس شوق‌انگیز شامل سه رکن اساسی «محیط یادگیری مثبت»، «روش‌های تدریس موفق» و «کاربرد فناوری در آموزش» است. در این بسته مجموعه‌ای بیش از ۲ هزار و ۴۰۰ دقیقه محتوای آموزشی چندرسانه‌ای تولید شده و از جهت کارایی و جامعیت آن، نقل و اتفیک تسهیل شده و استفاده از فناوری‌های نوین کامی ویزه و جدیدی در آموزش‌وپرورش انجام گرفته‌است. ■ معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران اعلام کرد: ایستگاه متروی ورزشگاه تختی در اوایل آبان افتتاح خواهد شد و با تکمیل قسمت پایانی خط ۷، تردد شهروندان در محله افسریه و بزرگراه بسیج تسهیل می‌شود.