



ادامه از صفحه ۷

و جای خود را به فروشگاه‌های چند منظوره بزرگ می‌دهند.

در کنار آن، هایپرمارکت برای احداث احتیاج به فضای بیش‌تری برای فروشگاه‌ها و پارکینگ‌ها و ناماسازی اطراف و جلب مشتری دارند تا بتوانند در بازار رقابت همچنان باقی بمانند، در نتیجه فضا و زمین‌های بیش‌تر زیرمجموعه ساخت و ساز و پارکینگ‌ها رفته، از سوی دیگر باید در اطراف جاده‌سازی شود که باز هم نیاز به زمین و تخریب آن است.

هایپرمارکت مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی بیش‌تر و بیش‌تر را تبلیغ می‌کنند.

برای ایجاد محصولات (بویژه خوراکی و پوشاکی) از کود و سم بیش‌تری استفاده می‌شود که باز هم ضرری مضاعف به چرخه محیط‌زیست می‌زند و این در حالی است که اگر به جامعه اخلاقی نگاه کنیم نیز نتیجه این تغییرات اخلاقی جدایی افراد از یکدیگر، رفتارهای جزیره‌ای و کاهش تبادلات و اعتماد میان افراد را بدنبال دارد.

در اکثر این فروشگاه‌های نیازی به رویا رویی مردم نیست زیرا از ماشین‌آلات و دوری از مردم و تعامل دو طرفه آدم-آدم استفاده نمی‌شود و همکاری و کمک از طرف مردم به یکدیگر و تعامل با یکدیگر بوسیله ماشین‌ها تامین و مردم صرفاً بعنوان ماشینی مصرف‌کننده که فقط خرید کرده و زباله تولید می‌کنند، تبدیل می‌شود و مردم فقط بعنوان مصرف‌کننده زباله‌ساز و در نهایت بعنوان مخرب محیط‌زیست و نابودکننده اطراف خودشان و اضافه کردن گازهای گلخانه‌ای و ندیدن اطرافیان خود معرفی می‌شوند.

در این میان سهم سهامداران فروشگاه‌ها و هایپرمارکت دیده نمی‌شود و آن‌ها از این گونه اثرات مبرا شناخته می‌شوند و شاید خود به راحتی ندانند که چه اتفاقی در حال شکل‌گیری است، آن‌چه روی می‌دهد کاهش تعاملات سوازنده انسانی، افزایش قدرت تبلیغات، افزایش رفتارهای غیرمسئولانه، افزایش میزان پسماند و دورریزها بخصوص دورریزهای مواد خوراکی، چاقی و بیماری است.

الله، علی(ع)، آقاجون! ما و قصه عکس‌های مان

دکتر فردین علیفواه (جامعه‌شناس)

سرگذشت ما و عکس‌های مان سرگذشت جالبی است. چند دهه قبل در خانه‌ها عموماً سه قاب بالای طاقچه اتاق بود: الله، علی(ع) و آقاجون! در واقع در جامعه‌ای که "مرد" محور امور بود تنها عکس پدر خانواده می‌توانست روی طاقچه باشد آن هم بعد از الله و علی(ع). باگذشت زمان، به تدریج عکس‌های خانوادگی هم روی دیوارها و طاقچه‌ها جا باز کردند. عکس‌هایی که اعضای خانواده دست بر سینه در کنار آرامگاه امام رضا (ع) ایستاده بودند. در این عکس‌ها هم عموماً پدر خانواده در مرکز عکس قرار داشت. با تغییر و تحول جامعه، به تدریج عکس‌های خانوادگی آتلیه‌ای با محوریت زن و شوهر هم در کنار آن عکس‌های روی دیوار و طاقچه‌ها رفتند. عموماً خانواده‌ها یک آلبوم عکس داشتند که با عکس عروسی پدر و مادر آغاز می‌شد. عکس‌ها مثل یک سریال تلویزیونی بودند. سرگذشت خانواده را از زمان شکل‌گیری تا به امروز نشان می‌داد. در واقع با آلبوم عکس، خانواده ابزاری برای بیان سرگذشت خودش داشت. آدم‌ها وقتی دل‌شان تنگ می‌شد آلبوم را ورق می‌زدند. وقتی مهمان می‌آمد آلبوم‌ها آورده می‌شد، تخمه می‌شکستند و دور هم عکس می‌دیدند و هر کس خاطره روزی را که عکس گرفته شده بود نقل می‌کرد. آدم‌ها برنامه‌ریزی می‌کردند که مثلاً فلان روز به آتلیه بروند و عکس بگیرند. برای همین قبل و بعد از عکس گرفتن در آتلیه، تفریح می‌کردند. عکس گرفتن به معنای یک روز خوب بود. یکی از خاطرات به یاد ماندنی زندگی هم حرف‌زدن از فیگورهای عکاس‌ها یا خودمان موقع گرفتن عکس در آتلیه بود. دوربین‌های شخصی که آمد با آن فیلم‌های

۱۲، ۲۴ و ۳۶ تایی، دوره انتظار پرشدن حلقه و بردن به عکاسی و گرفتن از عکاسی را با خودش آورد. خیلی اوقات پیش می‌آمد که عکس‌هایی از خودمان می‌دیدیم که خودمان آن‌ها را نداشتیم. در مراسمی عکس گرفته بودیم و طبیعتاً فقط صاحب دوربین عکس‌ها را داشت. همه اعضای خانواده معمولاً یک آلبوم داشتند و معمولاً آدم‌ها با ازدواج می‌توانستند آلبوم عکس جداگانه‌ای داشته باشند. داشتن آلبوم عکس به معنای مستقل شدن از خانواده بود.

دوربین‌های دیجیتالی که آمد، انقلابی بر پا شد و موبایل‌های دوربین‌دار که آمد انقلابی دیگر! امروزه با این‌که هر کس در طول یک ماه شاید صدها عکس بگیرد دیگر آلبومی وجود ندارد و چون آلبوم عکسی وجود ندارد دیگر هویتی هم وجود ندارد. عکس‌ها گرفته می‌شوند ولی حتی یک بار هم نگاه نمی‌شوند. عکس‌ها مانند پودر رختشویی فقط مصرف می‌شوند. همه عجله می‌کنند تا لحظه‌های شان را با عکس ثبت کنند ولی چون این جمله باب شده است که "در لحظه زندگی کنید" معمولاً به هیچ لحظه‌ای پس از ثبت شدن با عکس رجوع نمی‌شود. لحظه‌ها فقط ثبت می‌شوند! گویی لحظه‌ها برای فراموش شدن ثبت می‌شوند تا برای در خاطر ماندن! جالب آنکه برخی از آدم‌ها عکس‌های قدیمی‌شان را هم اسکن می‌کنند در حالی که به ندرت هزاران عکسی را که بتازگی گرفته‌اند، می‌بینند. فقط عکس است که روی عکس انباشته می‌شود. با تحولات جامعه، عکس‌های اقوام و فامیل کم‌تر و عکس با دوستان بیش‌تر شده است. دیگر از برخی از فامیل هیچ عکسی نداریم. هیچ عکسی حتی وقتی که از دنیا می‌روند به

سختی به یادشان می‌آوریم. "عکس‌های امام رضایی" کم شده و "عکس‌های آتلیایی" جای آن‌ها را گرفته‌اند. "عکس گرفتن" بیش‌تر از "عکس دیدن" مهم شده است. آدم‌ها دیگر هم خوب عکس می‌اندازند و هم خوب عکس می‌گیرند. تلفن‌های همراه دارای دوربین‌های قوی دو پیامد داشت: آن‌هایی که پشت دوربین بودند احساس کردند که استعداد عجیبی در عکاسی دارند و آن‌هایی هم که جلوی دوربین بودند با دیدن عکس خودشان از زمین و زمان گلیه کردند که چرا هنوز به عنوان یک "مدل" کشف نشده‌اند. در مقایسه با قدیم، امروز وقتی عکسی می‌گیریم اول خودمان را چک می‌کنیم. عکس‌هایی را که خوش‌مان نمی‌آید فوراً حذف می‌کنیم. در قدیم آدم‌ها برای عکس گرفتن آماده می‌شدند. آرایش می‌کردند و به خودشان می‌رسیدند. امروزه عکس گرفتن در موقعیت طبیعی باب شده است ولی هیچکس طبیعی عکس نمی‌گیرد. از کوچک تا بزرگ می‌دانند که چطور باید عکس بگیرند. همه از نحوه لبخند زدن تا نحوه قرار دادن پاها جلوی دوربین از قبل ممارست کرده‌اند تا در موقعیت؛ مجبور نباشند فیگور عکس گرفتن بگیرند! در واقع آدم‌ها طبیعی عکس نمی‌گیرند بلکه ژست طبیعی عکس گرفتن را برای عکس گرفتن انتخاب می‌کنند. به نظر می‌رسد امروزه دوره عکس گرفتن با دوستان هم در حال سپری شدن است. عکس‌ها تکی شده‌اند. خیلی از آدم‌ها فقط از خودشان عکس می‌گیرند! "من چقدر بی‌نظیرم!" قصه را تمام کنم. از لنز دوربین‌های قدیم "ما" بیرون می‌آمد ولی از لنز دوربین‌های امروز "من" متولد می‌شود.

سازمان‌های غیردولتی نقشی می‌اتی در شکل‌دهی و تمقق دموکراسی مبتنی بر مشارکت دارند.

اعتبار این سازمان‌ها در گرو نقش مسئولانه و سازنده‌ی ایشان در جامعه است. استقلال یکی از مهم‌ترین فصایص سازمان‌های غیردولتی و پیش‌شرطی است برای مشارکت واقعی.

نشریه سبز کاران با حمایت‌های مالی و معنوی هواداران به چاپ رسیده. در این‌جا بر خود لازم می‌دانم از سرکار خانم سهیلا مرتضوی و جناب آقای محمد میرفرفرای (کانون چاپ توفان) که مانند همیشه ما را یاری نمودند، سپاسگزاری نمایم.