

گفت‌وگو با فردین علیخواه، جامعه‌شناس، درباره نسبت اینستاگرام و زندگی روزمره؛

زندگی با فیلتر اینستاگرام

اینستاگرام با هار روز حدود ۹۵ میلیون عکس و فیلم بارگذاری می‌کنند و اغلب آن‌ها کمتر از ۴۰ سال دارند. دنیل پنی در مجله معتبر بوستون ریویو می‌نویسد: اینستاگرام شبکه اجتماعی بورژوازی و اهاست و البته آن‌ها بی‌پایان ادر می‌آورند. بنابراین جای تعجب نیست که مدها و سبک‌های زندگی توسط این کاربران جوان پولدار و به عبارتی بهتر «ذائقه‌سازان» و «ذی نفوذان» ساخته می‌شوند و به مخاطبان تشنه که هر روز ساعت‌ها صبر فیدین و جذب محتوای بصری می‌کنند، می‌رسند.



میترا فردوسی، پژوهشگر مطالعات فرهنگی

اولین پرسش: آیا می‌شود گفت این شبکه اجتماعی توسط سلبریتی‌ها و ذائقه‌سازان و ساختن نوع خاصی از سبک زندگی فراگیر شده است؟

باید توجه داشت که تغییر یا شکل‌گیری سبک زندگی منابع مختلفی می‌تواند داشته باشد. در این خصوص نگاه من به نقش شبکه‌های اجتماعی و به‌طور خاص اینستاگرام در موضوع اشاعه سبک زندگی و شکل‌گیری ذائقه، نقش تسهیلگری است و به همین دلیل فکری می‌کنم یا یاد از اصطلاحاتی نظیر دستگاه ذائقه‌سازی با احتیاط استفاده کرد. در واقع من با نگاه دترمینیستی یا تعیین‌گرایی به رسانه موافق نیستم. به نظر من در مرتبه یارده نخست اتفاقی در اذهان رخ داده است و شبکه‌های اجتماعی پس از آن وارد کارزار می‌شوند. برای مثال این ارزش در زندگی امروز در حال ریشه دواندن است که باید در این عمر کوتاه که مشخص نیست چه سرنوشتی در انتظار آن باشد از زندگی لذت برد گذشته و آینده را هر دو در خود حال زندگی کرد. شبکه‌های اجتماعی بعد از گسترش چنین جهان‌بینی وارد می‌شوند. آنان عمدتاً مصداق‌هایی برای افراد فراهم می‌کنند تا بگویند مردم چگونه از زندگی‌شان لذت ببرند. یا این نگاه که من باید از نظر زیبایی در مقایسه با سایرین سرآمد باشم. در مورد اخیر هم شبکه‌های اجتماعی مصداق‌ها و روش‌های زیباشناسی رادر اختیار جویندگان آن قرار می‌دهند البته می‌توان سؤال کرد که نقش شبکه‌های

شاید در وهله نخست بگویم در اینستاگرام جز به اشتراک‌گذاری لحظه‌های ناب و خاص زندگی اتفاق خاص دیگری که نمی‌افتد و نباید سخت گرفت. اما نکته دقیقاً همین جاست که لحظه‌هایی که در اینستاگرام ثبت می‌شوند، لحظه‌های لزوماً واقعی یا برش‌هایی از داستان روزمره ما نیستند خبر بد این است: ما برای این که پست‌های مان داشته باشیم، لحظات اینستاپسند خلق می‌کنیم. به عبارتی گاهی تصاویر اینستاگرامی ما، بخشی از زندگی نیست بلکه زندگی واقعی ما بخشی از زندگی مجازی مادر اینستاگرام است. «محتوای اینستاپسند» در کنار هم نماینده یک جهان‌بینی نو ظهورند که در آن «فتوژنیک» بودن غذا به جای خوشمز بودن می‌نشیند، «عکس‌خور» بودن کافه به کیفیت آن و حتی این وسواس اینستاپسند بودن به انتخاب دوست‌ها و به روابط اجتماعی هم کشیده شده است و همان طور که آن دو باطن فیلسوف معاصر می‌گوید: «بر اساس منطق اینستاگرام، وقت گذرانی با دوست چاق دوران دبیرستان یک اشتباه گذشت‌ناپذیر است، به جایش باید آدم‌های اینستاپسند پیدا کنی!» این جاست که در برابر این پدیده متناقض باید دست‌به‌دامان تحلیل‌های جامعه‌شناسی شد تا دانسته‌های این جهان‌بینی جدید را برای مان بشکافد. در این مورد با فردین علیخواه جامعه‌شناس و تحلیلگر مسائل اجتماعی، به گفت‌وگو نشستیم با

یادداشت

با کشیدن، سفت تر گردد کمند:

سعی نکن

در سال ۱۹۹۹، چارلز بوکوفسکی (نویسنده و شاعر آمریکایی) در قبرستان لس آنجلس، در زیر سنگ قبری ساده دفن شد. روی این سنگ قبر، علاوه بر نام، نشانی از یک بوکسور در میان تاریخ تولد و مرگ نقش بسته است که سمبل «کشاکی و مبارزه» در زندگی‌اش است. جمله‌ای موج‌نیز روی این سنگ قبر حک شده است: «سعی نکن»

همین جمله، فلسفه بوکوفسکی در هنر و زندگی را خلاصه می‌کند، ولی چه معنایی از این جمله استنباط می‌شود؟ تنها با مراجعه به نامه‌ها و یادداشت‌هایش می‌توان ادراک وی را پشت این دو کلمه پیدا کرد.

در اکتبر ۱۹۶۳، در نامه‌ای به جان ویلیامز کورینگتون، به پروسشی اشاره کرد که از وی شده بود: «چگونه می‌نویسی و خلق

اجتماعی در شکل‌گیری چنین ایده‌ها و ارزش‌هایی در جامعه چیست؟ آیا نقش اصلی در این زمینه را نیز آن‌ها بر عهده دارند یا سایر نهاد‌های اجتماعی هم در این زمینه نقش خاص خود را ایفا می‌کنند؟ سبک زندگی جزء مواردی است که زمان زیادی برای شکل‌گیری آن لازم است و اگر هم شکل گرفت ماندگاری طولانی دارد و به دشواری تغییر می‌کند. منتها من باصل استدلال شما موافقم. این روزها شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه در بین جوانان نقش قابل توجهی ایفا می‌کنند.

این سبک زندگی اینستاگرامی شده چه ویژگی‌هایی دارد؟

افراد در شبکه اجتماعی نظیر اینستاگرام، سبک‌های زندگی مختلفی را در معرض دید دیگران قرار می‌دهند. برای مثال در یکی پاسداشت طبیعت پرنگ تر است، در دیگری بازنمایی زندگی فانتزی یا لاکچری در خانه، در یکی نمایش صرف ثروت و در دیگری دوستی و الفت با حیوانات و البته ترکیبی از این‌ها هم قابل شناسایی است. روشن است که فرد یا «خود» محور همه انواع بازنمایی‌ها در شبکه‌های اجتماعی است. در مجموع می‌توان گفت اتمسفر کلی حاکم بر این تصاویر بازتاب زیبایی‌شناسانه زندگی است. هر چند تعیین معیارهای اجتماعی برای زیبایی‌شناسی دشوار است ولی در مجموع افراد تلاش می‌کنند نشان دهند نگاهی زیبایی‌شناسانه به زندگی روزمره دارند و به خوبی می‌توانند از هر امر هنری و غیرهنری رمزگشایی کنند. برای مثال اگر قرار است غذای روی

آن چه در فضای شبکه‌هایی مانند اینستاگرام بازنمایی می‌شود کمتر به زندگی روزمره راجع دارد. برای مثال آیا واقعاً همه ایرانیان هنگام خواندن کتاب، سبک گل و فنجان قهوه در کنار کتاب‌شان قرار دارد؟

میز ناهار خوری به نمایش درآید تلاش می‌شود تا نمودی زیبایی‌شناسانه از آن، یعنی به شکل تزئین شده و رنگ‌بندی شده نشان داده شود. داشتن سلیقه برتر و مواجهه ذوقی با زندگی در همه امور زندگی روزمره در شبکه‌های اجتماعی حرف نخست را می‌زند.

البته باز هم قبل از این موارد می‌توان این پرسش جامعه‌شناسانه مطرح کرد که هم‌اکنون کدام طبقه یا کدام سبک زندگی در ایران به عنوان الگو حضور دارد و افراد تلاش می‌کنند تا از آن تقلید یا پیروی کنند؟ نمایندگان این سبک زندگی یا طبقه چه کسانی هستند؟ آیا مدلی وجود دارد و آنچه در شبکه‌های اجتماعی می‌بینیم پیروی از آن مدل است؟ آن مدل در داستان چیست؟ آیا آنان لزوماً طبقات مرفه هستند؟ نکته جالب آن است که عده‌ای در شبکه‌های اجتماعی صرفاً پول خود را نشان می‌دهند و نه سبک زندگی خود را! دقیقاً دلال‌ها را در دست می‌گیرند و به‌تاز می‌بینند. این سبک زندگی را می‌توانیم به روزمره زندگی از محققان این حوزه در شرایط جدید شما مدام این احساس را دارد که روی صحنه هستید.

به نظر شما منطق بازار چه طور بر محتوای اینستاگرام سوار شده است؟

وقتی شبکه‌های اجتماعی گسترش یافتند برخی نظریه‌پردازان بسیار خوش‌بین شدند. حتی کسانی که روی موضوع شهرت کار می‌کردند معتقد بودند امری مانند شهرت قبلاً صرفاً در دستان رسانه‌های جمعی غول‌پیکر بود و آنان بودند که تصمیم می‌گرفتند چه کسی سلبریتی شود، اما از این پس شاهد شهرت دموکراتیزه شده خواهیم بود. رسانه‌های جمعی کم‌رنگ خواهند شد و رسانه‌های فردی نظیر اینستاگرام رشد خواهند کرد و همین امر دستیابی به شهرت را دموکراتیزه خواهد کرد. عده‌ای از چرخش رسانه‌ای به سوی مردم معمولی صحبت کردند. این که مخاطب دیگر صرفاً مصرف‌کننده نیست، ما در شبکه‌های اجتماعی از مصرف‌کننده به سوی مشارکت‌کننده خواهیم رفت، ولی متأسفانه این اتفاق با همه‌جوه آن رخ نداد. بازار پایان در مدت زمان کوتاهی متوجه پتانسیل عظیم شبکه‌های اجتماعی برای تبلیغات شدند.

آنان همان مردم معمولی را هدف گرفتند. این که چگونه می‌توان آنان را به خرید تشویق کرد. جالب آن که به تدریج همه قواعد تبلیغات در رسانه‌های سنتی به فضای شبکه‌های اجتماعی سرایت کرد. نور، صدا، رنگ، تصویربرداری پس‌زمینه، همه و همه مجدداً برای صید مخاطبان به کار گرفته شدند. منتها در این‌جا نه سوپر استارها بلکه آدم‌های معمولی دیگران را به خرید تشویق می‌کنند. آنان صمیمیتی کاذب و تصنعی می‌سازند و در پس همین صمیمیت به دنبال کنندگان خود کالا تحمیل می‌کنند. قرار بود تولید محتوا توسط افراد صورت گیرد. تولید محتوایی فارغ از کالایی شدن و قرار بود شبکه‌های اجتماعی بیشتر به رها شدن از قید و بندهای زندگی مصرفی و تجملی کمک کنند تا وابستگی بیشتر به آن.

محتوای اینستاپسند که در خود پلت فرم اینستاگرام قابل‌دگرگیری با این هشتگ (#Instagrammable) است، خود نماد نوعی جهان‌بینی نو ظهور است که ششاید بدون هیچ راجع‌ی به واقعیت زندگی روزمره، بر اساسی از عناصر گوناگون و تلفیقی باشد؛ مثلاً زندگی در ماشین‌های ون قدیمی که به عنوان نوع جدیدی از نگرش به خانه و حتی خانواده، اکنون ترند شده است. این جهان‌بینی جدید یا این دین جدید، چه تأثیری بر پیر وانش می‌گذارد؟

صحت کردن از تأثیر دشوار است. ولی همان طور که خودتان هم اشاره کردید آن چه در فضای شبکه‌هایی مانند اینستاگرام نمای می‌شود کمتر به زندگی روزمره راجع دارد. برای مثال آیا واقعاً

قاعده‌ای در اینستاگرام شکل گرفته است که بیشتر کاربران صرفاً خوشی و سرخوشی خود را منعکس می‌کنند. حتی وقتی از مرگ هم صحبت می‌کنند تصویر خرما با مغز گردو در داخل یک سینی نقره را به نمایش می‌گذارند

همه ایرانیان هنگام خواندن کتاب، سبک گل و فنجان قهوه در کنار کتاب‌شان قرار دارد؟ درباره تأثیر به اصطلاح زندگی که به واسطه رسانه‌ها باز نمود می‌شود باید گفت یکی از آثار آن شکل‌گیری احساس محرومیت و عقب‌ماندگی در زندگی در دنبال کنندگان است. گویی همه جهان با زندگی پر خور و ذوقی دارند و کارشان فراغت و فراغت‌شان کار است.

استعاره‌های بصری خاصی که سلبریتی‌های اینستاگرام در تولید محتوای‌شان بیان می‌کنند ما را به مصاف با وسوسه‌های پایان‌ناپذیر و غیبه‌های بی‌امان می‌فرستند:

در واقع با عکس‌ها و ویدئوهای سفرهای هیجان‌انگیز و لاکچری و خوش‌آب‌ورنگ و خوراکی‌ها و همه چیز... ایامی توان هم‌داستان با آن دو باتن، که این وسوسه‌ها را مولد احساسات سرشار از حجم دردناک «ترس فقدان» می‌داند بگویم علت بخشی از ملال و سرخوردگی رو به افزایش نسل جوان (مصرف‌کننده اینستاگرام) همین موضوع است؟

دقیقاً با شما موافق هستم. به‌رغم آثار مثبتی که ممکن است شبکه‌هایی مانند اینستاگرام داشته باشند ممکن است زمینه رشد احساس محرومیت نسبی و شاید هم مطلق در بین افراد را افزایش دهند. در سال‌های اخیر روان‌شناسان مطالعات گسترده‌ای در این حوزه انجام داده‌اند. برخی از تحقیقات بر «لافت‌زنی فیسبوکی» شده‌اند. منتها نکته قابل‌تأمل آن است که پست‌های افرادی که احساس محرومیت به آن‌ها دست می‌دهد نیز در دیگران احساس محرومیت ایجاد می‌کنند! در واقع گویی قاعده‌ای در اینستاگرام شکل گرفته است که بیشتر کاربران صرفاً خوشی و سرخوشی خود را منعکس می‌کنند. حتی وقتی از مرگ هم صحبت می‌کنند تصویر خرما با مغز گردو در داخل یک سینی نقره را به نمایش می‌گذارند. من به جای ترس فقدان، ترس از معمولی بودن را ترجیح می‌دهم. با این که میکرو سلبریتی‌ها و حتی کاربران عادی اینستاگرام افرادی معمولی هستند، ولی همه تصاویر و رفتارهای‌شان بر این امر اصرار دارد که من آدمی معمولی نیستم و من با سایر آدم‌ها تفاوت دارم.

از گوشه و کنار

در راستای حمایت از زنان آسیب‌دیده؛ دومین گر مخانه زنان در پایتخت راه‌اندازی شد



معاون حمایت‌های اجتماعی سازمان رفاه خدمات و مشارکت‌های اجتماعی شهرداری تهران از راه‌اندازی دومین گر مخانه زنان در پایتخت خبر داد.

علی صادقی گفت: واقعیت کمبود زیرساخت برای حمایت از زنان کارتن‌خواب انکارناپذیر است. به همین دلیل شهرداری تهران در ماه‌های اخیر تلاش کرد نخستین گام‌ها را برای جبران این کمبود بردارد. وی با بیان این که در سال‌های گذشته تنها گر مخانه منطقه ۲۲ با ظرفیت ۵۰ نفر پذیرای زنان کارتن‌خواب بود، گفت: در روزهای اخیر گر مخانه‌ای با ظرفیت ۱۵۰ نفر در پارک هرنندی، محدوده انبار گندم راه‌اندازی شد. از ساختمان گر مخانه در گذشته با کاربری سالن یاس استفاده می‌شد، اما به تازگی با تجهیز به امکانات پزشکی، ترک اعتیاد و آموزش رفتارهای پرخطر، این فضا پذیرای زنان کارتن‌خواب است.

این مقام مسئول، دلیل راه‌اندازی دومین گر مخانه زنان در منطقه ۱۲ را حضور قابل توجه این افراد در منطقه مذکور دانست و تصریح کرد: با افتتاح این مرکز ظرفیت نگهداری از زنان کارتن‌خواب در تهران به ۲۰۰ نفر افزایش پیدا کرد. البته اعتقاد ما این است که این ظرفیت در پایتخت باید حدود ۵۰۰ نفر باشد. به گفته صادقی گر مخانه زنان منطقه ۱۲ از سه شب گذشته فعالیت خود را آغاز کرده است و به طور متوسط هر شب ۳۰ نفر در این مکان مستقر شدند.



اتوبوس دانشجویان فاقد معاینه فنی بوده است



مدیرعامل ستاد مرکزی معاینه فنی شهر تهران گفت: اتوبوس حادثه‌دیده حامل دانشجویان دانشگاه آزاد بره معاینه فنی نداشت و باید سال ۹۱ زده خارج می‌شد.

سید نواب حسینی منش با ابراز تأسف از حادثه واژگونی اتوبوسی که سبب فوت ۱۰ دانشجو شد، افزود: شاید این بحث‌ها در چنین وضعیت مناسب نباشد، اما این اتوبوس دارای بره معاینه فنی نبود و باید سال ۹۱ از رده خارج می‌شد.

وی با بیان این که سال گذشته استاندار وقت بخشنامه‌ای به همه دستگاه‌ها، ادارات و وزارتخانه‌ها ابلاغ کرد که سرویس‌ها و خودروهای مصرفی باید دارای بره معاینه فنی باشند، در غیر این صورت نباید صورت وضعیت پیمانکاران را تأیید کرد، گفت: با وجود این تأکیدات هم چنان نهادهایی در برابر نظارت بر اجرای این بخشنامه مقاومت می‌کردند. حسینی منش با بیان این که در بررسی‌های اولیه از اتوبوس واژگون شده مشخص شد سال تولید این اتوبوس مربوط به سال ۸۱ است افزود: بر اساس سن فرسودگی، این اتوبوس که مربوط به اسلامشهر است باید سال ۹۱ از رده خارج می‌شد در حالی که مشغول فعالیت در سه بخش سرویس دانشگاه آزاد می‌شود.

مدیرعامل ستاد مرکزی معاینه فنی شهر تهران ادامه داد: متأسفانه ما تنها در زمان حوادث به برخی موضوعات توجه می‌کنیم و زمان‌های دیگر، درگیر مسائل دیگر می‌شویم که سراسر انجام می‌دهیم، رقوم خوردن حادثه‌های به این بزرگی و ناگواری است. شاید تأکید بر گرفتن یک معاینه فنی ساده در زمان‌های معمولی به چشم نیاید و تنها به عنوان پیشگیری از آلاینده‌ها، مورد توجه قرار گیرد، اما در این حادثه مشخص شد داشتن معاینه فنی از لحاظ ایمنی نیز مؤثر است.

موردش به او مراجعه کردند، از او پرسیدند در مورد کتاب‌هایش کمی توضیح دهد. در پایان صحبت‌های‌شان، از چارلز پرسیدند فلسفه زندگی تو چیست؟ برخی در پاسخ این پرسش، جواب‌های طولانی می‌دهند و برخی نوشته‌هایی بلندبالا ارائه می‌کنند. مثل یک پایان‌نامه و برخی بی‌پایان، شروع به حرف زدن می‌کنند. هنک در پاسخ فقط گفت: «سعی نکن»، حال برای تو این جمله چه معنی دارد؟

وایت: خوب، برای من، همیشه این معنی را می‌دهد که «طبیعی باش»

لیندا: بله، بله

وایت: نه این که... تبیل باش!

لیندا: «بله، من از مردم مختلفی که این جمله را در کتک‌ها می‌نویسند، پرسش می‌کنم؛ سستی عنصر باش؟ دراز بکش؟ و من فقط پاسخ می‌دهم: سعی نکن، فقط انجامش بده چون اگر داری وقت صرف می‌کنی تا چیز جدیدی را امتحان کنی، آن را انجامش نمی‌دهی. فقط سعی نکن.»

* منتشر شده در ماهنامه ادبی چوک شماره ۷۵

فرستاد و به وی گوش زد کرد: «مابیش از حد کار می‌کنیم، مابیش از حد تلاش می‌کنیم، سعی نکن، کار نکن، همه چیز در سر جایش قرار دارد، در دستم تقسیم به مانگام می‌کنند و انگار دارد تلاش می‌کند تا از آن رحم، به بیرون بجهد، این قانون گرایی، بیش از حد است. ولی باید همه چیز آزاد باشد، لازم نیست چیزی به ما گفته شود.»

کلید خوب سپری کردن زندگی و خلق هنری بر از نده، فکر نکردن بیش از حد یا مجادله برای یافتن راه حل است. کلید فرصت دادن برای ظاهر شدن استعدادهای مان است.

در سال ۲۰۰۵، مایک وایت بالیندا، همسر چارلز بوکوفسکی مصاحبه‌ای ترتیب داد و از وی درخواست کرد تا همه چیز را شفاف بیان کند:

وایت: داستان «سعی نکن» چیست؟ آیا تک‌های از نوشته‌هایش است؟

لیندا: آن کتاب‌های قطور را می‌بینی؟ اسم‌شان هست: «در آمریکا هر کسی چه کسی است؟»

شامل همه کس می‌شود، هنرمندان، دانشمندان، همه، نام چارلز هم در این مجموعه هست و وقتی برای نوشتن در