

بلای روزمرگی‌های بلاگرهای لاکجری

بررسی پشت پرده ویدئوهای «روزمرگی» و «اتاق گردی» در پیج‌های اینستاگرامی که بعضی‌ها با اشتیاق به تماشایشان می‌نشینند و از تاثیر آن بر فرهنگ و سبک زندگی غافل هستند

اشکان محمودی | خبرنگار



خانه‌هایی مجلل با وسایل لوکس، تفریحات متنوع، انواع کلاس‌های آموزشی و وعده‌های غذایی گران‌قیمت؛ این‌ها فقط بخشی از درونمایه ویدئوهای روزمرگی در اینستاگرام است که این‌روزها طرفداران زیادی پیدا کرده‌است. سبک زندگی‌هایی که بیشتر به تبلیغات تلویزیونی شبیه‌اند تا یک زندگی واقعی. در این ویدئوها برخی بلاگرها به ما نشان می‌دهند در یک روز معمولی زندگی خود چه می‌کنند. اگر خوش‌شانس باشیم فلان بلاگر در ویدئویی چند دقیقه‌ای تمام اتاقش را به ما نشان می‌دهد و به اصطلاح، ما را به «اتاق گردی» یا «روم تور» دعوت می‌کند! ویدئوهای «روزمرگی» و «اتاق گردی» مخاطبان زیادی دارند و بیشتر افراد در فضای مجازی با اشتیاق به تماشای این ویدئوها می‌نشینند. چه به دلیل این ویدئوها دنبال می‌کنیم؟ بیرون از کادر مرعبی ویدئوهای روزمرگی اینستاگرامی چه می‌گذرد؟ البته برخی از صفحات هستند که افرادی تجربیات مفید و سازنده زندگی خود را در اختیار دنبال‌کنندگان قرار می‌دهند و بدیهی است این صفحات مفید مد نظر این پرونده نیست. در پرونده امروز، به بررسی آن چه در این ویدئوها می‌بینیم و نمی‌بینیم؛ می‌پردازیم. در جریان نگارش این پرونده به چندین بلاگر پیشنهاد مصاحبه دادیم که بیشتر آن‌ها پیشنهاد ما را رد کردند یا پس از آگاهی از موضوع و پرسش‌ها، از پاسخ دادن امتناع ورزیدند.

در روزمرگی بلاگرها به دنبال لحظات نریسته خود هستیم

در گفت‌وگو با یک روان‌شناس به بررسی زبرویم‌رابطه پیچیده ما و بلاگرها پرداختیم

باورود فضای مجازی به کشور، عصر جدیدی برای ادامه فعالیت کسب‌وکارها به‌صورت اینترنتی به‌وجود آمد. در چند سال اخیر، پای افرادی بی‌بهره از مهارت به‌عرصه مجازی باز شد که صرفاً با اتکا به عنصر نمایشگری تمام تلاش‌شان را برای رسیدن به شهرت به‌کار گرفتند و با جذب تبلیغات، تحت عنوان «بلاگر سبک زندگی» معرفی شدند. این دست صفحات در اینستاگرام بازدهور آمیزی بیشتری نسبت به بسیاری از کسب‌وکارهای اینترنتی داشتند که خبر از علاقه مخاطبان فضای مجازی به محتوای چنین صفحاتی می‌داد. محتوای این صفحات از چه جنسی‌اند و تماشای آن‌ها چه پیام‌هایی را به دنبال دارد؟ دکتر «مینا دادگستر مقدم»، روان‌شناس و دانش‌آموخته زوج‌درمانگری و خانواده‌درمانگری به‌سوال‌ات‌ما درباره این موضوع پاسخ می‌دهد.



بلاگرهایی که دچار اختلال شخصیت نمایشی هستند



چه چیزی باعث می‌شود بعضی‌ها حاضر شوند زندگی شخصی‌شان را به نمایش بگذارند؟ دکتر «دادگستر مقدم» توضیح می‌دهد: «هرکدام از ما برای بهتر زیستن به یک الگو نیاز داریم. افراد الگوهای خود را از دنیای واقعی یا دنیای مجازی انتخاب می‌کنند. در عصر امروز، ارتباطات حقیقی خیلی کم‌رنگ

شده‌است و آدم‌ها در زندگی روزمره به‌ایده‌آل‌ما فاصله زیادی دارند. رسالت اصلی بلاگرها الگودهی است؛ الگودهی از نوع لباس پوشیدن تا سبک زندگی و ارتباط با دیگران. در دنیای مجازی، هیچ‌کدام از ما شبیه به واقعیت خودمان نیستیم و همه چیز به بهترین شکل ممکن نمایش داده می‌شود. این برای مخاطبان فضای مجازی جذاب است و فضای مناسبی برای انتخاب الگو به‌وجود می‌آید. یک زندگی نمایشی بدون عیب‌ونقص، گزینه مناسبی برای الگوگرفتن است. اما چرا بلاگرها این کلیپ‌ها را به اشتراک می‌گذارند؟ می‌توان گفت در صد بالایی از بلاگرهایی که محتوای آموزشی یا کسب‌وکار ندارند و محتوای پیچ‌شان از زندگی روزمره خودشان می‌گذرد، دچار اختلال شخصیت‌نمایشی هستند و نیاز به توجه و تأییدشدن زیادی در آن‌ها وجود دارد. همه‌انسان‌ها این نیاز را دارند اما در این افراد بیشتر از حد معمول است و همین باعث می‌شود که تمایل داشته‌باشند خودشان و زندگی شخصی‌شان را به‌نمایش بگذارند زیرا در پی آن، تأیید و تحسین‌های زیادی نصیب فرد می‌شود. اصولاً این افراد توانایی تحمل نقد را ندارند و به‌ر نظر منفی، به‌شدت واکنش نشان می‌دهند.»

خطرات تماشای تجمل‌گرایی

می‌خواهم بدانم آیا تماشای این‌روزمرگی‌های مجلل، غیر از هدیه‌دادن حال خوب‌تصنعی، پیام دیگری هم دارد؟ دکتر دادگستر مقدم می‌گوید: «بعد دیگر این ویدئوها، تجمل‌گرایی است. حضور در مراکز خرید لوکس، استفاده از لباس‌های برند و تعدد زیورآلات و لوازم‌آرایش چیزی است که تقریباً در همه ویدئوهای روزمرگی یا اتاق‌گردی مشهود است. تجمل‌گرایی مصرف‌گرایی بیش‌ازحد این بلاگرها هم از همان اختلال شخصیت‌نمایشی سرچشمه می‌گیرد، شخصی که از نظر روانی کامل باشد، هیچ‌گاه به دنبال نمایش خودش نخواهد بود. کسی که عزت‌نفس ندارد، به دنبال تأیید بیرونی است. برای اخذ تأیید بیرونی باید طبق ارزش‌های فضای مجازی عمل کرد؛ از نوع پوشش و نحوه آرایش گرفته تا همه جزئیات سبک زندگی. تجمل‌گرایی، مصرف‌گرایی و خرید لوازم خانگی گران‌قیمت چیزی است که متأسفانه در فضای مجازی مخاطبان زیادی را به خود جذب می‌کند. مخاطب می‌خواهد حتی اگر نتوانست این امکانات را در زندگی‌اش به‌دست بیاورد، دست کم استفاده از آن‌ها را در زندگی‌اش شخص دیگری ببیند و در ذهنش همانندسازی کند. این دیدن باعث تغذیه ذهنی و ترشح انواع هورمون‌های لذت می‌شود و به همین دلیل است که پاسخ بیشتر دنبال‌کنندگان به چرایی دنبال کردن این صفحات چنین است: «حس خوبی به‌من می‌دهد.»

افسردگی، سرخوردگی و

فاصله گرفتن از دنیای واقعی

خانم «دادگستر

مقدم» درباره عواقب

دنبال کردن این

روزمرگی‌ها، چنین شرح

می‌دهد: «اشخاص بعضاً از



این سبک زندگی‌ها الگو می‌گیرند و این باعث می‌شود شخص در زندگی دیگر تلاشی برای زیست واقعی خود نکند. ما فکر می‌کنیم صرفاً تماشاگر این صفحات هستیم و برای ادامه راه خود تغییر می‌کنیم اما این طور نیست. روان آدمی، خواهان تنبلی و فعالیت نکردن است. یکی از مهم‌ترین آسیب بلاگرها این است که مخاطب، آن بخشی از زندگی‌اش را که دوست دارد اما به‌دستش نیآورده است؛ یا بلاگر تجربه می‌کند و حال خوب‌ر ا به‌دست می‌آورد. بعد از آن تمایل کمی برای ایجاد تغییر در زندگی واقعی دارد. شاید میلی برای تغییر داشته

باشد اما میل تلاش در او وجود ندارد. زیرا مغزش آن حس خوب را تجربه کرده‌است. این آسیب در بانوان و افراد جوانی که در آستانه ساختن مسیر زندگی خود هستند، جدی‌تر است زیرا حس هم‌ذات‌پنداری و افکار هیجانی تنهایی خود به این فکر خواهد کرد که زندگی واقعی من تماشای این ویدئوها برای مخاطبان، افسردگی، سرخوردگی و فاصله گرفتن از دنیای واقعی است. هر چقدر حس خوبی به مخاطب دست دهد، باز هم در تنهایی خود به این فکر خواهد کرد که زندگی واقعی من با فلان بلاگر چقدر فرق دارد! برای شبیه شدن به یک بلاگر باید خیلی از اهداف زندگی خودتان را کنار بگذارید و به ظواهر زندگی اهمیت دهید. هیچ‌کس نمی‌تواند مثل بلاگرها زندگی کند زیرا آن زندگی واقعی نیست. بهترین راه برای پیشگیری این است که این صفحات را دنبال نکنید. فضای مجازی محیطی برای آموزش یا حداقل به خوشی گذراندن زمان کوتاهی است. صفحاتی را دنبال کنید که در آن ترسیم سبک زندگی افراد وجود نداشته باشد.»



ردپایی که برخی بلاگرها در فرهنگ و زندگی اجتماعی‌ما گذاشته‌اند

کند. گاهی این عقیده بدون صحبت و فقط با پیام‌هایی در ویدئو به مخاطب انتقال داده می‌شود. پیام‌هایی که در ضمیر ناخودآگاه ما ذخیره می‌شود و وقتی در موقعیت مشابهی قرار می‌گیریم، یکی از معیارهای ما برای انتخاب و تصمیم‌گیری، فرهنگی است که آن‌ها در ذهن ما جا انداخته‌اند. از طرح‌های روی دیوار اتاق فلان بلاگر نوجوان و نمادهایی که در زیورآلاتش استفاده می‌کند تا کمدهایی که پر از لوازم آرایشی و لباس‌های متنوع است. این‌ها در ذهن ما می‌مانند و بدون این که بخواهیم به سمت این فرهنگ ناهنجار تمایل پیدا می‌کنیم. این‌جا همان جایی است که افرادی از میان ما سبزی می‌شوند و با آرزوی جذب مخاطب، ویدئوهایی بی‌محتوا با محوریت این صدازش‌ها

دهد اما تعدادی از آن‌ها که متأسفانه کم هم نیستند راه دیگری را می‌روند. معمولاً این بلاگرها از مسائل اقتصادی تا کلیشه‌های فرهنگی‌بر از نظر می‌کنند. بعضاً تعدادی از مخاطبان فضای مجازی که در زمان فراغت و استراحت خود به این صفحات مراجعه می‌کنند، سخنان آن‌ها را معتبر می‌پندارند و خود به ترویج این نظرات بعضاً غلط می‌پردازند. بیشتر بلاگرها تحصیلات مرتبط با مسائلی که در صفحه‌شان درباره آن بحث می‌کنند، ندارند و فقط روی موج ایجادشده سوار می‌شوند تا به باز دیدهای بیشتر برسند. البته همیشه این گونه نیست که بلاگری در یک ویدئو به‌صراحت نظر خود را درباره یک ارزش یا کلیشه فرهنگی اعلام و دنبال‌کنندگان خود را به تأیید آن دعوت

ZENDEGI - SALAM

ضمیمه روزنامه خراسان

یکشنبه ۶ شهریور ۱۴۰۱
۳۰ محرم ۱۴۴۴ • ۲۸ آگوست ۲۰۲۲

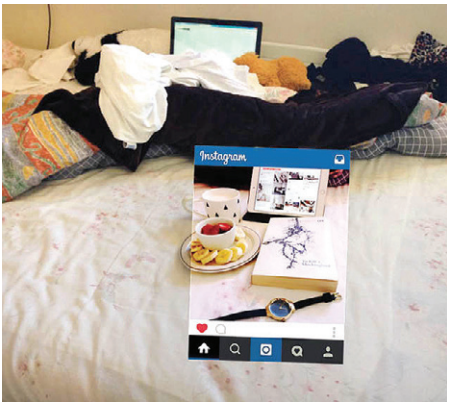
شماره ۲۱۰۱۹

۲۳۳۹



از اجاره ساعتی قهوه‌ساز تا استفاده از اجناس تبلیغاتی

یکی از نزدیکان یک بلاگر در گفت‌وگو با ما می‌گوید که وسایل گران‌قیمت در ویدئوهای روزمرگی از کجای می‌آیند؟



احتمالاً شما هم پس از چند دقیقه تماشای این دست کلیپ‌ها، به بخش نظرات ویدئو مراجعه می‌کنید. نظرات اول همیشه پر از انرژی‌های خوب و ایموجی‌های قلبی است اما اگر بیشتر در عمق نظرات کنکاَش کنید، با موجی از حس حسرت و یأس و گاهی خشم مواجه خواهید شد. افسوس‌هایی مثل «کاش آشپزخانه من هم مثل تو بود» و «چه خونه و زندگی لاکجری!» یا طعنه‌هایی که از نفرت مخاطبان نشئت می‌گیرد. آیا واقعاً ما وسایلی موجود در این کلیپ‌ها، از آن خود‌بلاگر است؟ یکی از نزدیکان یک بلاگر در گفت‌وگو با ما، درباره کالا‌های متعدد لوکس در ویدئوهای روزمرگی چنین توضیح می‌دهد: «در مسابقاتی که یک بلاگر برگزار می‌کند، اسپانسرهای شرکت می‌کنند و نمونه‌هایی از اجناس خود را به عنوان جوایز قرعه‌کشی برای بلاگر ارسال می‌کنند. بعضی از این قرعه‌کشی‌ها برندگان آن، صوری‌اند و اجناس اسپانسر‌ها در دست بلاگر یا وابستگان او می‌ماند و در ویدئو‌ها یا استوری‌های مختلف از آن‌ها استفاده می‌شود. همچنین در شرایط تبلیغات بعضی از بلاگرها ذکر شده‌است اجناسی که برای تهیه ویدئوهای تبلیغاتی برای بلاگر ارسال می‌شوند، عودت داده نمی‌شود. بعضی دیگر از بلاگر‌ها در همان مدتی که کالای تبلیغاتی در اختیارشان است، ویدئوهای اتاق‌گردی‌شان را ضبط می‌کنند یا با حضور در آتلیه‌های مختلف، با لباس‌ها و وسایلی از خودشان تصویربرداری می‌کنند که قرار است چندروز دیگر پس‌شان دهند! غیر از بحث‌های تبلیغاتی، با تماشای ویدئوهای مربوط به بلاگرهایی که رابطه نزدیک با هم دارند، متوجه تشابه برخی لباس‌ها و وسایل دکوری می‌شوید. قرض دادن و مبادله پوشاک و وسایل الکترونیک بین بلاگرها، حقیقتی است که بیشتر مخاطبان از آن بی‌خبر هستند ولی بعضاً دنبال‌کنندگان پروپاقرص‌شان در بخش نظرات به این موضوع اشاره می‌کنند که با انکار سرسخت و حذف‌نظر مواجه می‌شوند». این منبع آگاه که در گروه تلگرامی عده‌ای از بلاگرها هم عضو بوده‌است، ادامه می‌دهد: «در آن گروه، بلاگرها به یکدیگر مغازه‌هایی را معرفی می‌کنند که وسایلی خانگی را به‌صورت روزانه یا حتی ساعتی اجاره می‌دهند. بیشتر مشتریان این مغازه‌ها خانم‌هایی هستند که برای مهمانی‌های مهم یا کلیپ‌های اینستاگرامی وسایل خانگی کوچک مانند قهوه‌ساز، فر و رمیزی و تستر اجاره می‌کنند تا از قافله فقر فروشی جانمانند!».

تهیه می‌کنند و صفحه اینستاگرام‌مان از ویدئوهایی با عناوین «خوردن ۱۰ کیک شکلاتی در یک دقیقه!» و «آنباکس (جعبه‌گشایی) پنجاه تخم‌مرغ شانس!» اشباع می‌شود. گاهی اوقات، آینده‌شغلی و تحصیلی ما تحت تأثیر بلاگرها قرار می‌گیرد. به‌عنوان مثال، دانشجویان بلاگری را در نظر بگیرد که با ویدئوهای یک دقیقه‌ای پرزرق‌وبرق «یک روز تحصیلی با من!» از محیط دانشگاه‌شان و تفریحات بعد از آن، از دانشگاه و درس‌سنگین آن چیزی جز خوش‌گذرانی و راه‌هموار نشان نمی‌دهند. مخاطبان این پیج‌ها، نوجوانانی هستند که با آرزوی پذیرفته شدن در دانشگاه و آینده بعد از آن، کورکورانه و با شناخت ناقص به سمت رشته‌ای می‌روند که هیچ خبری از واحدهای درسی، بازار کار و آینده شغلی‌اش ندارند و عواقب جبران‌ناپذیری در انتظارشان خواهد بود.