

بررسی تأثیر فضای مجازی بر تعریف "زن ایده آل"

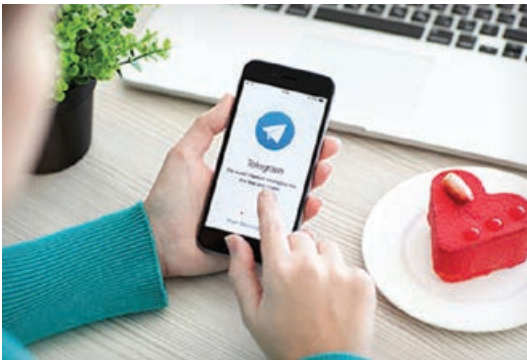
در جامعه ایرانی

زن خوب، زنی است که...؟!

مهین ساعدی- فضای مجازی به ویژه اینستاگرام پر شده از تصاویر هنرنمایی خانم هایی که خیلی کدبانو هستند، برای صبحانه شوهر و فرزندان گرمای آب پر تقال درست می کنند همراه با سوسیس و تخم مرغ. قبل از ظهر عکس های هنرنمایی شان را می ببینیم که چه لباس فشنگی برای فرزندشان دوختند، چه تعداد گل و گیاه پرورش داده اند، خانه شان چه چیدمان فشنگی دارد، برای ناهار هم که پیش غذا و غذای اصلی و دسر را با نهایت سلیقه و ظرافت تزئین کرده اند و از چند زاویه عکس گرفته اند تا خلق ... همه بدانند کدبانوی محترم چه قدر خانواده را تحویل گرفته. عصرانه هم دمنوش و موهیتو با کیک و بیسکویت خانگی. بعد هم تصاویری از ورزش و باشگاه و کلاس زبان یا پیانو، در نهایت هم تصاویر شام و بعد تر هم که عکس هایی از قصه گفتن برای خوابیدن بچه و ... واقعا تمام این کارها نیاز خانه و خانواده است؟ اگر هم نیاز باشد انعکاس مستمر آن ها در شبکه های اجتماعی تا چه اندازه درست است؟ بد تر این که آیا شبکه های اجتماعی در حال جا انداختن قالب های لوکس و یکسان از کدبانوی ایده آل هستند و این تصویر زن ایده آل آیا با واقعیت های زندگی و شرایط جامعه ما تناسبی دارد؟ آیا این ماجرا باعث اسراف، تجمل و تحمیل استرس بر خانواده ها به ویژه خانم ها نیست؟ پیامد کانال های تلگرامی مشابه که نقش خانم ها را از محور اصلی خانواده و مربی فرزندان به موارد ساده تنزل داده اند چیست؟ در این پرونده به تأثیر شبکه‌های اجتماعی در تعریف «زن ایده‌ال» می‌پردازیم و با دکتر اکبری جامعه شناس و بنفشه دولت آبادی روان شناس حوزه خانواده گفت‌وگو می‌کنیم و در نهایت به شما راه‌های شناسایی کانال پر محتوارا نشان می‌دهیم.

تعریف نقش زنان با ورود تکنولوژی به جامعه

تکنولوژی، عامل تخریب زنان؟



زن جامعه در حال گذار، باید همه فن حریف باشد. ترکیبی از سنتی و مدرن؛ هم شاغل و هم خانه‌دار، هم تحصیل کرده و هم کدبانو، هم مادر باشد و تمام وقت در خدمت فرزندانش، هم در جامعه حضور داشته‌باشد و از پیشرفت عقب نماند. هم با بهای مردان کار کند و در تأمین معاش خانواده سهیم باشد، هم یک زن هنرمند باشد و از هر انگشتش هنری بریزد. در حقیقت زن مورد نظر جامعه در حال گذار یک زن نیست، بلکه یک «فرانسان» است. زن ایده‌ال بودن در جامعه سنتی یا مدرن، سخت و دست‌نیافتنی نیست، اما صرف زن بودن در جامعه در حال گذار سخت است چه برسد به زن ایده‌ال بودن. آن‌چه در این میان وجود دارد پر و بالی است که زنان، خود به نقش‌هایشان می‌دهند و در این زمینه تا آن‌جا جلو رفته‌اند که در شبکه‌های اجتماعی، گروه‌ها، کانال‌ها و صفحات فراوانی یافت می‌شود که در همه آن‌ها به زنان آموزش می‌دهند «چگونه بیشتر زن باشند؟!»، «خانم های خوش ذوق»، «انرژی مثبت زنانه» و این که زنان چطور باید به زنانگی‌شان بپردازند و در دنیای پر هجمه امروز از آن غافل نشوند، امری ضروری است اما باید به‌خاطر داشت رواج مطالبی با مفهوم فوق ایده آل و فانتزی و با پیامد تخریبی علیه زنان می‌تواند بر نگاه زنان نسبت به خود تأثیری منفی داشته‌باشد.

متأسفانه بسیاری از زنان جامعه ما به دلیل در دسترس بودن این شبکه‌ها، ایجاد هیجان در زندگی، تأییدطلبی و تأیید مثبت گرفتن، در معرض دید بودن و جلب توجه، این شبکه‌ها را جایگزین فضای واقعی زندگی‌شان کرده‌اند. این افراد بیشتر زمان فراغت و حتی زندگی‌شان را در این شبکه‌ها می‌گذرانند که به دلیل محتوای غیر کارشناسانه و صرفا تجربی این کانال‌ها و صفحات، فرد دچار بحران عزت نفس می‌شود و ما شاهد رفتارهای افراطی و تفریطی در شبکه‌های اجتماعی می‌شویم. استفاده از کانال‌های مربوط به زندگی زن‌اشویی، ارائه راهکارهای اغلب غیر کارشناسی، مشاوره‌های غیر تخصصی، بیان تجربیات زنانه و ارائه راه‌حل برای مشکلات یکدیگر نه تنها به زندگی افراد کمک نمی‌کند که خیلی آرام، تیشه به ریشه زندگی بسیاری افراد نیز می‌زند. وجود برخی کانال‌ها و صفحات در شبکه‌های اجتماعی که دنبال کننده‌های زیادی هم دارد متأسفانه باعث شده‌است زنان از مشکلات و کمبودهای اصلی زندگی شخصی خود غافل شوند و با استفاده از تجربیات متفاوت دیگران برای حل مشکلات خود سعی کنند و چون تکه‌ای نامتقارن در پازل زندگی شخصی‌شان رفتار کنند و بیشتر از گذشته ناکام، سرخورده و غمگین شوند. در حقیقت این گونه کانال‌ها و حتی صفحات اینستاگرام، تداعی کننده گذشته‌هاست که خانم‌ها در مکانی جمع می‌شدند و سعی داشتند برای یکدیگر نسخه ببیچند که اغلب هم مسئله‌ساز می‌شد. گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی موجب شده‌است همه افراد در زندگی یکدیگر سرک بکشند و اسرار زندگی خانواده‌ها سر به‌هم‌ر باقی نماند و همین امر زمینه‌ساز بسیاری از مشکلات خانوادگی در زندگی‌ها شده‌است.

راه‌های شناسایی یک کانال معتبر

- ❖ کانالی که محتوای دست اول تولید و از کپی کردن پرهیز کند.
- ❖ مطالب کانال حتما با ذکر منبع، نام نویسنده و در صورت

- ارائه مشاوره با ذکر نام و سوابق کاری مشاور منتشر شود.
- ❖ هدف کانال کاملا واضح و مشخص باشد، جامعه مخاطبین تعریف شده و مطالب بر اساس سن و نیاز آن‌ها

- منتشر شود.
- ❖ نام کاربری ادمین و به‌عبارتی راه‌های ارتباط‌گیری با مدیر کانال مشخص باشد.

گفت‌وگو با دکتر حسین اکبری جامعه شناس در خصوص تأثیر شبکه های اجتماعی روی خانم ها

نوع جدیدی از تعریف «زن» در حال شکل گیری است

دکتر حسین اکبری، جامعه‌شناس و عضو هیئت‌علمی دانشگاه فردوسی مشهد، در خصوص تأثیر شبکه‌های اجتماعی روی نقش‌پذیری خانم‌ها می‌گوید: «الگو سازی فرهنگی در جامعه و تعریف الگوهای خاص جنسیتی و رفتاری مانند تغییر در تعریف اجتماعی از «زن ایده آل» از مهم‌ترین پیامدهای شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی در ارتباط با زنان است.» رئیس انجمن جامعه‌شناسی ایران، دفتر خراسان با اشاره به این که تعریف تیپ «ایده‌ال» از کودکی در هر فردی در فرایند اجتماعی شدن با توجه به معیارهای پذیرفته شده فرهنگی به مرور شکل می‌گیرد و افراد، خود و دیگران را با آن مقایسه می‌کنند، ادامه می‌دهد: «در نرم افزارهای اجتماعی مثل تلگرام یا اینستاگرام که به نوعی رسانه‌های جدیدی به حساب می‌آیند، سعی می‌شود با تغییر تعاریف الگوهای فرهنگی، نوع خاصی از تعریف «زن ایده‌ال» ارائه شود، مثلا در تعریف ایده‌آل فرهنگی از زن در ایران، «مادر بودن» عنصر محوری محسوب می‌شود، ولی در حال حاضر این تعریف تغییر یافته و ویژگی‌هایی چون ظاهر، زیبایی، تفریحات و ... دارای اولویت بیشتری در تعریف یکن زن از «خود» است و به تبع آن مدیریت بدن مهم‌ترین اولویت اول برخی از زنان شده و حتی نقش مادری را نیز در آن‌ها تحت تأثیر قرار داده‌است؛ در حقیقت نوع جدیدی از زن - به لحاظ اجتماعی- در حال شکل‌گیری است. این جامعه‌شناس مسائل اجتماعی ایران با عنوان این که تغییر الگو باعث تغییر ارزش‌ها و

هنجارهای رفتاری زنان می‌شود، اضافه می‌کند: «شکل‌گیری و عملکرد برخی از کانال‌ها و صفحات، وابسته به جریانات اجتماعی است ولی بیشتر آن‌ها وابسته به الگوی جهانی شدن و ایجاد فرهنگ اجتماعی غربی شکل گرفته‌اند. طبیعی است که محتوای همه کانال‌ها برنامه‌ریزی نشده اما کانال‌هایی وجود دارند که روی آنها کار می‌شود، سرمایه‌گذاری شده و کارشان فرهنگ‌سازی در کشورهای در حال توسعه است و ایران به لحاظ موقعیت خاص‌اش بیشتر در معرض توجه قرار دارد.» عضو هیئت‌علمی دانشگاه فردوسی مشهد درباره ایجاد الگوی رفتاری توسط شبکه‌های اجتماعی می‌گوید: «این فرایند «در حال شدن» است و نمی‌توان گفت تاکنون کاملا موفق عمل کرده است یا خیر، چراکه این جریان از سال‌ها پیش با ورود ماهواره و به‌ویژه ایجاد شبکه‌های سریال فارسی زبان شروع و کم‌کم با شبکه‌های اجتماعی در حال تحکیم و گسترش است، فرایندی است که ادامه داشته و خواهد داشت. اجتماعی می‌گوید: «این فرایند «در حال شدن» و نمی‌توان گفت تاکنون کاملا موفق عمل کرده است یا خیر، چراکه این جریان از سال‌ها پیش با ورود ماهواره و به‌ویژه ایجاد شبکه‌های سریال فارسی زبان شروع و کم‌کم با شبکه‌های اجتماعی در حال تحکیم و گسترش است، فرایندی است که ادامه داشته و خواهد داشت. اجتماعی می‌گوید: «این فرایند «در حال شدن» و نمی‌توان گفت موجب تغییر فرهنگی شده اما روی اقشار مختلف جامعه به‌ویژه زنان تأثیر گذار بوده است.»

مدیریت فرهنگی کشور ضعیف عمل می کند

او با بیان این‌که عمومی شدن شبکه‌های اجتماعی و ساختن گروه‌های خانوادگی، کانال‌ها و صفحات آشپزی، خیاطی و ... پای زنان خانه‌دار جامعه را هم به این شبکه‌ها باز کرده



است، می‌افزاید: «همانطور که قبلا گفتیم ساخت الگوهای فرهنگی خاص یکی از کاربردهای این شبکه‌های مجازی است ولی تأثیرگذاری آن بستگی به نوع مواجهه سیستم فرهنگی و ساختار اجتماعی کشور دارد. در حقیقت این شبکه‌ها مانند شمشیر دولبه هستند که هم می‌توانند در جهت ایجاد الگوها و تعاریف مناسب فرهنگی استفاده شوند و هم موجب گسترش الگوهای نامناسب فرهنگی شوند. تجربه نشان داده است که سیستم فرهنگ‌سازی کشور قادر به استفاده درست از این بستر نیست در نتیجه این بستر به بستری آسیب‌زا برای زندگی اجتماعی و فرهنگی ایرانیان تبدیل شده است.» اکبری با اشاره به مثبت‌بودن محتوای برخی کانال‌ها، گروه‌ها و صفحات‌ها برای زنان می‌گوید: «محتوای همه این کانال‌ها و ارتباطات مابین زوجین و چه بسا در برخی موارد می‌توانند آموزش‌های مناسبی را در حوزه همسرمداری، آشپزی، فرزندپروری، مهارت‌های زندگی و ... به خانم ها منتقل کنند یا برخی اختلافات مابین زوجین را رفع کنند اما مشکل از آنجا شروع می‌شود که این شبکه‌ها به‌صورت هدفمند شکل خاصی از الگوهای رفتاری و رابطه‌ای را تعریف کنند یا با تعریف الگوهای مصرف‌گرایانه مثل مدیریت بدن و زیبایی، تغییر قیافه، تغییر دکوراسیون و ... در کنار تغییر ذائقه های فرهنگی، باعث فشارهای اجتماعی و اقتصادی منفی بر شخصیت زنان و کل خانواده شوند.»



فنون اشتباه‌دلیری

این روان‌شناس درباره این که شبکه‌های اجتماعی سعی دارند تعریف جدیدی از زن ارائه دهند، اضافه می‌کند: «متأسفانه برخی کانال‌ها با ارائه مطالب به اصطلاح علمی، که معمولا بدون منبع ارائه می‌شوند تأثیرات مخربی روی زنان و به تبع کل خانواده می‌گذرانند که گاه جبران‌ناپذیر است و قدرت تصمیم‌گیری صریح را از زنان می‌گیرد.» او می‌گوید: «مطالب عنوان شده در این شبکه‌ها، باعث می‌شود خانم‌ها، "زن ایده‌آل" را زنی بدانند که تنها به فکر دلبری کردن و استفاده از پوشش‌های خاص است، این گونه مطالبی که بانوان را از واقعیت ایده‌آل بودن دور می‌کند آثار مخربی دارد و تلاش دارند مادر صرفا را منتزای را جایگزین مادر ایده‌آل کنند.» دولت‌آبادی با اشاره به این که شبکه‌های اجتماعی با محتوای گوناگون آموزشی، مشاوره، روان‌شناسی و ارائه

- ❖ کانال یا صفحه دارای تأییدیه پلیس فتا باشد یا به یک رسانه معروف وابسته باشد.
- ❖ دارای تبلیغات‌اندک، اخلاقی و تمیز باشد

ZENDEGI - SALAM

ضمیمه روزانه روزنامه خراسان

چهارشنبه ۱۳۹۶
اول دی الحجه ۱۴۳۸ ۲۳ آگوست ۲۰۱۷

۸۳۹

با پخش قسمت جدید «شهرزاد ۲» شایعه قطع همکاری چاوشی با این پروژه قوت گرفت

چاوشی دل به رفتن بسته است؟

محسن چاوشی از ادامه همکاری با «شهرزاد» کناره گیری کرده؛ محسن چاوشی از ادامه فصل دوم «شهرزاد» کنار گذاشته شد؛ پایان همکاری محسن چاوشی و شهرزاد و گمانه زنی های بالا با پخش قسمت هشتم «شهرزاد» و انتقال اسم محسن چاوشی از روی کاور سریال به پشت آن شروع شد و بعد هم با پخش قسمت نهم و تک خوانی سینا سرلک تقویت شد. گمانه زنی هایی که توسط عوامل اصلی «شهرزاد» تکذیب شد اما کماکان نگرانی هایی را برای مخاطبان «شهرزاد» به خصوص آن هایی که طرفدار چاوشی هم هستند ایجاد کرده است! چرا هم‌زمان با انتقال اسم چاوشی از روی کاور، سینا سرلک تک خوانی داشت و چرا در تیتراژ پایانی قسمت نهم یک ترانه قدیمی از فصل اول پخش شد؟ شاید چیزی که این گمانه زنی و نگرانی ها را تقویت کرده رفتارهای خاص محسن چاوشی است که او را گاهی غیرقابل پیش بینی می‌کند. در این مینی پرونده دلایل موجود مبنی بر قطع همکاری چاوشی و شهرزاد یا ادامه آن را با هم بررسی می‌کنیم:

■ چرا ممکن است چاوشی و شهرزاد به پایان راه رسیده باشند؟

محسن چاوشی هنرمند خاصی است، خیلی وقت ها کاری را که صلاح بداند و فکر کند درست است بدون هیچ ملاحظه ای انجام می دهد. چنین رفتاری را بارها از او دیده ایم. مثل ماجرای همکاری اش با داریوش مهرجویی و پروژه «سنتری ۲»، خیلی راحت رقم بالایی (حدود ۵۰۰ میلیون) را برای همکاری اعلام کرد و بعدها هم منابعی نزدیک به او بدون ملاحظه این که سنتری اثر یک کارگردان بزرگ مثل مهرجویی است اعلام کردند چاوشی تعدا رقم نجومی برای سنتری ۲ پیشنهاد کرده تا لازم نباشد با آن گروه همکاری کند. این در حالی که هنرمندان زیادی اعم از بازیگر و خواننده وقتی کارگردانان پیش کسوتی مثل مهرجویی و کیمیایی به آن‌ها پیشنهاد کار می دهند رقم های کمتری پیشنهاد می دهند و اساسا چنین همکاری را اختیار عنوان می کنند یا لاقل سعی در ظاهرسازی چنین اموری دارند و از رسانه ای شدن اختلاقی سلیقه ها پرهیز دارند. چاوشی اما خودش است، حتی وقتی متهم می شود که کنسرت نمی گذارد چون صدایش کامپیوتری است بدون هیچ ترسی از منتقدین و بدون این که تحت تأثیر فشار هواداران قرار بگیرد از اجرای زنده و کنسرت پرهیز می کند و نهایت کاری که انجام می دهد چند کلیپ اینستاگرامی است تا نشان دهد صدایش دستکاری ندارد. خلاصه احساس می شود چاوشی بیشتر از آن که برای حاشیه سازی، برای پول و شهرت حتی محبوبیت بخواند برای دل خودش و در چارچوب های مورد علاقه خودش فعالیت می کند برای همین عجیب نیست اگر او با تمام تلاشی که تا این جای کار برای شهرزاد داشته و به رغم همه موفقیتی که این سریال برای چاوشی داشته به دلایلی قید این همکاری را ضمن رعایت ملاحظات حقوقی و تمهیدی کار، بزند. همین که اسم چاوشی روی کاور نیست و کلیپ «فندک تب دار» هم در قسمت جدید وجود ندارد و سینا سرلک هم تنهایی خوانده خودش پالس هایی نگران کننده است.

■ چرا ممکن است کار چاوشی و شهرزاد گره نخورده باشد؟

اظهار نظر مستقیم دو طرف ماجرا می تواند بخش زیادی از ابهام و سوءفاهم موجود را برطرف کند. اما چاوشی مثل همیشه مصاحبه ای نداشته، روی اینستاگرامش هم فقط دو پست وجود دارد و بقیه حذف شده اند. یکی از پست ها که مربوط به چند هفته قبل است با این مضمون که: «این بود زندگی؟» آن یکی دیگر هم ترانه کوتاهی است از حسین صفا دوست چاوشی که احساس نمی شود انتخاب و انتشار آن ربطی به شهرزاد داشته باشد؛ هر چند که از انتشارش سه روز می گذرد. با این حساب اظهارات رسمی آن سمت ماجرا می تواند رمزگشایی کاملی باشد از گمانه زنی قطع همکاری شهرزاد و چاوشی. به گزارش «مهر» تهیه کننده سریال «شهرزاد» درباره حاشیه ای که در مورد قطعه سینا سرلک در قسمت نهم و بدون همراهی محسن چاوشی ایجاد شد، بیان کرد که هیچ مشکلی بین سریال و چاوشی وجود ندارد. سید محمد امامی تهیه کننده این سریال در پاسخ به خبرنگار مهر درباره همکاری محسن چاوشی با «شهرزاد ۲» بیان کرد: «محسن چاوشی هم خواننده فصل اول «شهرزاد» بود و هم خواننده فصل دوم است و با این مجموعه قرارداد دارد اما به اقتضای کار و قسمت های مجموعه قطعاتی را تولید می کند. چاوشی و سینا سرلک ترک هایی دارند که با هم خوانده اند و هر کدام هم به طور جداگانه و مستقل قطعاتی را اجرا کرده اند و حتی ترکی که توسط سرلک برای قسمت نهم «شهرزاد» خوانده شده متعلق به ماه ها پیش است، بنابراین منافاتی در این همکاری نیست.» تهیه کننده سریال «شهرزاد» ادامه داد: «این دو خواننده قطعات مستقلی دارند که به طور متناوب در سریال پخش می شودو حاشیه ای که ایجاد شده درست نیست چراکه محسن چاوشی هم اکنون در حال تولید قطعاتی برای قسمت های بعد است.»

امامی همچنین درباره درج نشدن نام چاوشی روی جلد کاور قسمت نهم سریال «شهرزاد» که برخی شایبه ها را ایجاد کرد، یادآور شد: «طراحی استاندارد کاور این است که نام خواننده در پشت جلد درج شود و تنها در قسمت هایی که خواننده به طور مستقل کلیپ یا قطعه ای را خوانده است نام وی هم روی جلد اول آورده می شود تا به نوعی برای مخاطب اطلاع رسانی شود.» امامی در پایان بیان کرد: «شاید پیش از این نام او با یک اشتباه در سریال پخش می شودو حاشیه ای که ایجاد نام وی زمانی روی جلد اول کاور می آید که قطعه مستقلی را خوانده باشد.»