

درگفت‌وگویی شهربانو با تولیدگرو فعال فضای مجازی بررسی شد

زوج‌های اینستاگرامی؛

سراب یا واقعیت؟!

آمنه مستقیمی | این روزها بازار بلاگری و زوج‌های در اصطلاح اینستاگرامی به قدری داغ است که گاهی یادمان می‌رود همه آنچه آن‌ها نمایش می‌دهند و مامی بینیم در فضای مجازی رخ می‌دهد و چه بسا واقعیت چیز دیگری است و مانمی دانیم. اما همین فضای مجازی این روزها بلای جان خیلی از زندگی‌ها شده؛ دربارہ چرایی تأثیرگذاری این زوج‌ها و دنبال شدنشان توسط مخاطبان با حجت‌الاسلام سید محسن میرمرشدی، دکتری فلسفه، پژوهشگر، تولیدکننده رسانه و فعال فضای مجازی و دبیر ستاد راهبری بازی‌های رایانه‌ای حوزه‌های علمیه گفت‌وگو کرده‌ایم.

تعبیر «زوج‌های اینستاگرامی» به چه معناست و اساساً چه چیز باعث تولد و فعالیت چنین زوج‌هایی در فضای مجازی شده است؟

اگرچه در مباحث اجتماعی نوین از این قسم، تعریف دقیق و آکادمیکی نداریم؛ اما شاید بتوان گفت زوج‌های اینستاگرامی آن‌هایی هستند که به دنبال دیده شدن از طریق نمایش بخشی از زندگی مشترکشان هستند. کسانی که به وسیله جلوه‌گری و فخرفروشی از زندگی‌های خانوادگی خود و بعضاً با استفاده از چالش و طنز و کارهای متفاوت و حتی ناپسند، سعی در جلب توجه دیگران دارند. این افراد در یک سوی ترازو و مخاطبان آن‌ها هم در کفه دیگر ترازو قرار دارند و باید هر دوی این‌ها بررسی شوند. اساساً اینستاگرام سکویی برای نمایش رویدادها و سبک زندگی است، اما عده‌ای به ویژه در ایران از آن برای فخرفروشی و جلوه‌گری استفاده می‌کنند و حضور در این پلتفرم بهانه‌ای برای نمایش و دیده شدن و اثرگذاری بر مخاطبان است تا ادامه به کسب درآمدهای آن چنانی هم برسند و در این مسیر زندگی‌های خانوادگی و روابط زوجین و جزئی‌ترین مسائل زندگی‌شان را با مخاطبان (فالوورها) به اشتراک می‌گذارند.



آیا این اشتراک‌گذاری مشکلات و معضلاتی را به همراه دارد؟

نرم‌افزار اینستاگرام اجازه می‌دهد افراد رویدادهای زندگی‌شان را در معرض نمایش قرار دهند و مسائل روزمره را با یکدیگر به اشتراک بگذارند، این مسئله باعث می‌شود که افراد دیگران را با خود مقایسه کنند و از زندگی و داشته‌های خود احساس ناامیدی و کمبود کنند. این مسئله امروز به معضلی جهانی تبدیل شده است و حتی در برخی ایالت‌های آمریکا استفاده از آن برای نوجوانان با محدودیت‌هایی روبه‌رو شده است. بنابر مطالعات آکادمیک و علمی، برخی از اختلالات روانی همچون افسردگی و پرخاشگری، خودکم‌بینی و نبود اعتماد به نفس و حتی خودکشی‌ها ناشی از حضور بی‌رویه در این فضا و تحت تأثیر محتوای اشتراکی اینستاگرام و پلتفرم‌های شبیه به آن است.

چرا برخی زوج‌ها حاضرند صفر تا صد زندگی خود را با مخاطبان به نمایش بگذارند و آن‌ها را در همه حالات و تجربیات خود سهیم کنند؟

انسان در طول زندگی در صدد کسب رضایت و خوشبختی است. برخی افراد برای به دست آوردن رضایت از زندگی همیشه دنبال تأیید دیگران هستند و این تأیید خواهی از ضعف اعتماد به نفس و خودکم‌بینی در آن‌ها ناشی می‌شود؛ چون از خوشبختی خود اطمینان ندارند، زندگی‌شان را در معرض دید و قضاوت دیگران می‌گذارند تا تأیید آن‌ها را دریافت کنند؛ که این از کمبودهای روان‌شناختی محسوب می‌شود؛ البته همه ما در درونمان قدری از تأیید خواهی را داریم، اما وقتی این مسئله به اعتیاد و مبنای زندگی انسان تبدیل شود نشان می‌دهد فرد حس آرامش درونی و رضایت از زندگی ندارد. گروه دیگری نیز چون احساس خوشبختی ندارند دائم در زندگی دیگران سرگرم می‌کشند تا ببینند آن‌ها چه می‌کنند؛ این از قدیم بوده و امروز اینستاگرام این



اجازه را به آسانی به آن‌ها می‌دهد و در این میان بلاگرها و اینفلوئنسر ها از آب گل‌آلود به نفع خود استفاده و از این میل و کمبود، درآمدزایی و سبک‌سازی زندگی می‌کنند.

میزان تأثیر و نفوذ این ابزارها در مخاطب چقدر است و تا چه اندازه می‌تواند در زندگی دیگر زوج‌ها نفوذ داشته و آسیب‌رسان باشد؟

اینکه بلاگرها و اینفلوئنسر ها جزئی‌ترین مطالب و مسائل زندگی خود را با مخاطب به اشتراک می‌گذارند و نظرات بقیه برایشان مهم است، فارغ از درآمدزایی، یک جور نمایش دادن محبت همسرشان برای خود و نوعی تلقین خوشبختی و تلقین دارا بودن و امثال آن به دیگران است؛ گویی در درون خود به این خوشبختی یا میزان محبت همسر و پول و دارایی‌شان شک دارند، کسی که از نظر شخصیتی کمبودی ندارد و واقعاً خوشبخت است ضرورتی به این نمایش دادن خود و تأیید دیگران ندارد.

وقتی انگیزه درآمدزایی به این حس خودکم‌بینی و ضعف اضافه می‌شود، افراد دست به هر کاری برای دیده شدن بیشتر و کسب درآمد بالاتر می‌زنند. در مرحله اول نوع سفر، تغذیه، پوشش و تفریح و... را به اشتراک می‌گذارند و چون خیلی‌ها این تجربه‌ها و شرایط را ندارند، در ذهن خود کمبودهایی احساس می‌کنند. این حس کمبود ممکن است خیلی بروز ظاهری نداشته باشد و

