

سبک ارتباط



آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی از منظر جهانی

اینستاگرام، سعادت آبادی که رنج و محنت به بار می آورد!

■ زهرا چیذری

شاید انگیزه اولیه بسیاری از افراد برای عضویت در شبکه‌های اجتماعی ارضای حس کنجکاوی و تأمین نیازهای خبری، احساس تعلق به گروه یا سرگرمی باشد، اما عضویت و مشارکت در این شبکه‌ها در عمل به کاربران این امکان را می‌دهد تا سبک زندگی آرمانی خود را که در دنیای واقعی امکان دسترسی به آن را ندارند برای دیگران به تصویر بکشند. با داشتن چنین سبکی از زندگی، فرد می‌تواند شکل متفاوتی از روابط را در فضایی گسترده‌تر و با افرادی بیشتر تجربه کند. امروز

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به بخشی از زندگی ما تبدیل شده است، به گونه‌ای که در عمل به سختی می‌توان فضای مجازی را از فضای حقیقی جدا کرد. تسهیل ارتباط در بستر فضای مجازی یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی است. از سوی دیگر دسترسی همگانی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی موجب شده تا به موازات دسترسی و حضور اقشار مرفه جامعه و به اشتراک گذاشتن تصاویر و فیلم‌هایی از سبک زندگی اشرافی، طبقات متوسط و ضعیف جامعه نیز در این شبکه‌ها حضور داشته و فعالیت کنند و امکان بازدید

طرح مصومیدین‌پیری‌اچوان

نتایج مطالعات روی شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد هر چه کاربر از شبکه‌های اجتماعی بیشتری در طول روز استفاده کند احتمال بیشتری برای بروز مشکلاتی از قبیل عصبانیت و افسردگی برای وی وجود دارد. در واقع دیدن پست‌های دوستان گوناگون که فرد با آنها از طریق انواع مختلف شبکه‌های اجتماعی ارتباط برقرار کرده می‌تواند منجر به بروز احساس حقارت و همچنین حس سرزنش در فرد شود

محملی برای انتشار تصویر دلخواه از خود

شبکه‌های اجتماعی به کاربران خود امکان می‌دهند تا با ایجاد پروفایل، تصویر و اطلاعات دلخواه خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. از سوی دیگر شبکه‌های اجتماعی و به خصوص شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه موجب شده‌اند تا هر یک از افراد، رسانه‌ای شخصی در اختیار داشته باشند.

رسانه‌ای که عملاً تحت مالکیت هیچ سازمان و نهاد داخلی نیست، پس آنچه در آن منتشر می‌شود از کنترل نهادهای قدرت خارج است. این شبکه‌ها به کاربران خود این امکان را می‌دهند تا تصویر دلخواه از خود را با دیگران به اشتراک گذاشته و خود را آنگونه که دوست دارند به دیگران معرفی کنند. به همین دلیل هم شبکه‌های اجتماعی در دنیای کنونی به یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی تبدیل شده‌اند. پیام‌های منتشر شده در این شبکه‌ها اما درست مانند هر رسانه دیگری انرژی اجتماعی از خود بر جای می‌گذارد. انرژی که با از فضای مجازی فراتر گذاشته و در سطح جامعه نمود می‌یابد.

شبکه‌ای با ۷۰۰ میلیون کاربر و چالش‌های جهانی

در میان شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام و تلگرام کاربران زیادی دارند. اینستاگرام هم اکنون بیش از ۷۰۰ میلیون کاربر دارد. شبکه اجتماعی اینستاگرام با قابلیت به اشتراک‌گذاری تصاویر و فیلم و حتی پخش زنده، یکی از پر اقبال‌ترین شبکه‌های اجتماعی است که عمده جوانان از مخاطبان پر و با قرض آن هستند. انگیزه بسیاری از این افراد، عضویت در گروه است و بنا بر اثر پذیرد از گروه همسال اغلب آنها از الگوی رفتاری یکسانی تبعیت می‌کنند.

امکان به اشتراک‌گذاری تصاویر در این شبکه به کاربران امکان می‌دهد تا هویت دلخواه خود را بسرای کاربران دیگر به نمایش بگذارند. این ویژگی متأثر از اصول و ارزش‌های اجتماعی حاکم است که از سوی گروه‌های مرجع و توسط رسانه‌های رسمی و بیشتر رسانه‌های غیررسمی همچون همین شبکه‌های اجتماعی ترویج می‌شود، اما در خلال اشتراک‌گذاری این تصاویر شاهد نوعی رقابت برای سبک‌های جدید و انحرافی از نظام‌های ارزشی و ساختارهای پارادایمی هستیم.

انگار وارد «سعادت‌آباد» شده‌ای!

به اینستاگرام که سر می‌زید انگار وارد «سعادت‌آباد» شده‌اید. تصاویر به اشتراک گذاشته شده در این شبکه اجتماعی همگی از خوشبختی، رفاه، ثروت و اوج سعادت افراد حکایت دارد. تصویری از فرمان و برند ماشینی لاکچری که با ساعت برند و نظایر آن می‌شود، عکس سلفی با نمادی از کشوری خارجی و توضیحاتی برای آنهایی که با نماد مورد نظر اشتباهی ندارند.

ایستادن در کنار ماشین‌های گرانیقیمت و تفریحات لاکچری دیگر نمونه‌هایی است که با سر زدن به صفحات اینستاگرام سلبریتی‌هایی‌بشک با آن مواجه خواهید بود، اما تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مخاطبان و تغییر سبک زندگی باعث شده است اشتراک‌گذاری این قبیل عکس‌ها منحص به صفحات اینستاگرام سلبریتی‌ها نباشد و اغلب کاربران این شبکه اجتماعی حتی اگر شده با توهمییل گرانیقیمت پارک شده در گوشه خیابان، عکس بگیرند و داشته‌هایشان را در شبکه‌های اجتماعی اینچینی به اشتراک بگذارند و اگر ثروت هم ندارند به ثروتمند بودن ظاهر کنند. به بیان دیگر تصاویر به اشتراک گذاشته شده در صفحات مختلف این شبکه اجتماعی گاهی اژاماً به معنای ثروتمند بودن صاحب این صفحات نیست، بلکه این افراد تصاویر مطلوب و آرزوهای خود را به نمایش می‌گذارند. ثروت هم ندارند، این رفتار واکنشی به تصاویر به اشتراک گذاشته شده از سوی چهره‌های مشهور است که منجر به بروز حس تبعیض در دیگر افراد شده و جزیایی از نمایش ثروت را به راه‌انداخته است. در واقع مدت‌ها است شگاف‌های طبقاتی و اجتماعی میان اقشار و طبقات مختلف بروز و ظهور می‌یابد و رفته رفته منجر به ایجاد احساس محرومیت نسبی می‌شود.

سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۴۸۴۷۱

سبک تقلید



رنگ باختن هویت با تقلید از سلبریتی‌های خودشیفته

این همه هزینه می‌کنیم تا خودمان نباشیم

■ محمد مهدی نیک‌ضمیر

شبکه‌ها ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف هستند. برای اقتصاد سرمایه‌داری که مبتنی بر نوآوری جهانی شدن و تراکم غیر متمرکز است، برای کارگران و شرکت‌های مکنی به انعطاف‌پذیری و قابلیت فرهنگ مکنی

به ساخت‌شکنی و تجدید ساختار بی‌پایان؛ برای سازمانی که در بی‌القای مکان و تابودی زمان است. با این همه ریخت‌شناسی شبکه، منبع سازماندهی مجدد بنیادین قدرت نیز هست. کلیدهایی که شبکه را به هم متصل می‌کنند، برای مثال جریان‌های مالی که کنترل امپراطوری‌های رسانه‌ای را در دست دارند و بر فرایندهای سیاسی تأثیر می‌گذارند ابزار ممتاز قدرت هستند، بنابراین قدرت مداران کسانی هستند که کنترل کلیدها را در دست دارند. از آنجا که شبکه‌ها چندگانه‌اند، مرزها (دهک) و کلیدهایی که بین شبکه‌ها عمل می‌کنند به منابع اصلی شکل دهی، هدایت و گمراه ساختن جوامع تبدیل می‌شوند. همگرایسی تکامل اجتماعی و تکنولوژی‌های اطلاعات در سرتاسر

ساختار اجتماعی شالوده مادی جدید را برای اجرای فعالیت‌ها ایجاد کرده‌اند. این شالوده مادی که درون شبکه‌ها جای دارد فرایندهای اجتماعی مسلط را مشخص می‌کند و بدین پیش‌شخصات طراحی فعلی رسانه‌های مادی که درون شبکه‌ها جای دارد فرایندهای اجتماعی مسلط را مشخص می‌کند و بدین ترتیب ساختار اجتماعی را شکل می‌دهد. نکته منفی در طراحی فعلی رسانه‌های جدید ظرفیت پایین آنها در حفاظت از حریم خصوصی افراد است. این ویژگی در ارتباط رو در رو به طرز بسازی وجود دارد. در دریافت پخش تلویزیونی و چاپ این توان نشانمان ماند اما برای پخش تلویزیونی تعاملی و رسانه‌های چاپی الکترونیکی این وضعیت وجود ندارد. در حقیقت در تمام استفاده‌ها از رسانه‌های جدید مشخصات کاربرسان ثبت می‌شود. کانتزل معتقد است شبکه‌ها ساختارهایی باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را درون خود پذیرا شوند تا زمانی که این نقاط توانایی ارتباط

نتایج تحقیقات جهانی از اثرات تخریبی اینستاگرام

تحقیقات جهانی هم نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی و به خصوص اینستاگرام تأثیر مخربی روی افراد دارند. در سال ۲۰۱۶ چارز وانگر و استر آگوربر هم درباره نقش اینستاگرام در رابطه با صورتی که زنان بزگسال از بدن خودشان دارند مطالعه‌ای انجام دادند که نشان می‌دهد بین تصویری که زنان از خود در اینستاگرام به نمایش می‌گذارند و رضایت آنها از خودشان ارتباط وجود دارد. این مسئله در جامعه امریکا با جمعیت ۵۰ درصدی دارای اضافه وزن، بسیار با اهمیت است. بر اساس گزارش منتشر شده در سی‌ان‌نا کارچر در تحقیقی که از سوی انجمن سلطنتی بهداشت عمومی انگلستان روی هزار و ۵۰۰ نوجوان و جوان ۱۴ تا ۲۴ ساله انجام شده است، نشان داده که اینستاگرام در میان سایر شبکه‌های اجتماعی بیشترین اثرات روانی مخرب را بر ذهن کاربران خود می‌گذارد. این در حالی است که به عقیده بسیاری از کارشناسان، اپلیکیشن‌هایی که در آن کاربران تصاویر مختلف را به اشتراک می‌گذارند باعث می‌شود تا کاربر بتواند خود را نشان دهد و هویتش را ابراز کند، اما در عین حال همین شبکه‌های اجتماعی باعث بروز بیشترین میزان عصبانیت، افسردگی، پر خاشگویی و ترس فراموش شدن در کاربر می‌شود.

مطالعات گذشته نشان داده است کاربران جوانی که بیش از دو ساعت در روز را صرف مشاهده و پیمایش صفحات شبکه‌های اجتماعی می‌کنند بیشتر از سایرین به بیماری‌ها و مشکلات روانی مبتلا می‌شوند. مثلاً دیدن عکس‌های دوستان در حالی که به مسافرت رفته یا شب‌های خود را در تفریحگاه‌های مختلف

جراحی تأثیر گذاری رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی

دور کهام و مرتون معتقدند وقتی فقر تأثیر مخرب خواهد داشت که در مقابل فقر، «تصویر» یا «قول» آرزوهای بلندپروازانه ارائه شود، در آن صورت فقر غیرقابل تحمل می‌شود. گونیک‌اشاره می‌کند که فقر کالاهای اقتصادی در واقع عاملی نیست که تولید انومی کند. برعکس یک شکل سنتی و پذیرفته شده از فقر وجود دارد که انسان به آن عادت کرده است، اما شرایط وقتی تغییر می‌کند که از طریق گسترش وسایل ارتباط جمعی تصویر یک نوع زندگی دیگر و مرفه‌تر مثلاً با برنامه‌های تلویزیونی یا ویدئویی تا قصی نقاط جوامع تکامل نیافته رخنه کند. در بی تضاد این دو عامل، نیازهای بی‌حد و حصر رشد می‌کنند و پس از آن حرکت‌های ناگهانی رکود یا رشد اقتصادی بسیاری از مواقع وضعیت انومی به شکل یک همگشتگی فرهنگی جشی و از دست دادن هویت فرهنگی را در پی دارد که نه فقط یک نارضایتی عمیق بلکه

علاوه بر آن ناآرامی‌های سیاسی گسترده‌ای را به‌وجود می‌آورد.

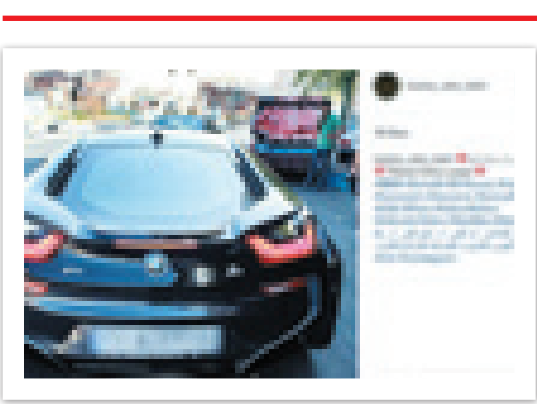
رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های تصویری، در ترویج ارزش‌های مادی و روحیه تجمل‌گرایی و مصرف زدگی نقش بسزایی دارند؛ زیرا سبک زندگی هنرمندان و ستاره‌های تلویزیون و سینما و نیز ورزشکاران را فراروی مخاطبان قرار می‌دهند و به‌طور طبیعی مخاطبان تمایل زیادی دارند تا سبک زندگی گروه‌های مرفوح فر را پیش بگیرند. اگر به فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی پیش از پرورزی انقلاب اسلامی نظر افکنیم، در می‌یابیم که در فیلم‌های نشان داده شده در سینما و تلویزیون و نیز سریال‌های تلویزیونی، نمایش صحنه‌های مختلف از قصر و خانه‌های مجلل شخصیت پولدار فیلم، سفرهای رنگین، قاشق و چنگال‌های لوکس، استخر و تجملاتی از این‌دست، در مقابل دید مخاطبان قرار می‌گیرد. در واقع سوسه زندگی تجملاتی که صحنه به صحنه و فیلم به فیلم تغییر می‌کرد، تماشاگر را به الگوهای جدید مصرفی فرامی‌خواند. به عبارتی،

تأثیر رسانه‌های جمعی با فناوری‌های ارتباطی نوین متفاوت است

بورديو انگیزه مصرف محصولات فرهنگی و رسانه‌ای را میل ما به ابراز سلیقه و حسن انتخاب می‌داند که از نیازمان به جای گرفتن در سلسله مراتب اجتماعی سرچشمه می‌گیرد، اما در ارتباط با پتانسیل تغییر اجتماعی و توسعه، تفاوت اساسی بین رسانه‌های جمعی و رسانه‌های جدید وجود دارد. رسانه‌های جمعی می‌توانند به‌طور نظام‌مند برای اهداف و برنامه‌های توسعه مانند بهداشت و سلامت، کنترل جمعیت، نوآوری تکنیکی و… مورد استفاده قرار گیرند. در مقابل، فناوری‌های جدید، استفاده نامحدود و غیرهدفمند دارند و محتوای آنها فاقد جهت‌گیری و کنترل است. با این حال رسانه‌های مبتنی بر مشارکت تناسب بهتری برای ایجاد تغییر دارند؛ زیرا دارای دربرگیری و انعطاف بیشتری هستند. اگر به لحاظ تکنولوژیکی اشکال ارتباطات را به عنوان سازنده پیوند اجتماعی بدانیم باید گفت در جوامع اشباع شده از رسانه‌های مدرن، واسطه‌هایی مانند تلویزیون یا اینترنت به زندگی ما چارچوب می‌دهند، حتی زمانی که ما از آنها استفاده نمی‌کنیم. این بدان معنا نیست که ما از روابط رو در رو اجتناب می‌کنیم، بلکه به این معناست که ما روابط رو در رویمان را از طریق رسانه‌ها (واسطه‌ها)ی غالب یا مبادله اجتماعی اداره و هدایت می‌کنیم.

می‌گذرانند می‌تواند احساس طردشدگی یا تنهایی در فرد مشاهده کند،ه ایجاد کند. در این حالت حس مقایسه و ناامیدی در فرد افزایش می‌یابد. از طرفی گذاشتن برخی پست‌ها از سوی کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به بروز انتظارات غیرواقعی و همچنین احساس عدم رضایت از زندگی در کنار ایجاد عزت نفس پایین در فرد شود. شاید به همین دلیل است که اینستاگرام که یکی از اپلیکیشن‌های اجتماعی مخصوص به اشتراک‌گذاری تصاویر است به عنوان مخرب‌ترین شبکه اجتماعی از لحاظ مباحث روانی شناخته شده است. در واقع شاید یکی از اتفاقات رایجی که در اشتراک‌گذاری تصاویر بر اینستاگرام می‌افتد، قرار دادن فیلترهای مختلف روی عکس‌ها به خصوص عکس‌های دختران و خانم‌هاست که نشان می‌دهد این افراد درباره شکل ظاهری و اندام خود رضایت کافی نداشته و از این فیلترها برای اینکه به بهترین شکل در تصویر به نظر بیایند، استفاده می‌کنند.

نتایج مطالعات دیگری که روی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آنها بر فرد انجام شده، نشان می‌دهد که هر چه کاربر از شبکه‌های اجتماعی بیشتری در طول روز استفاده کند احتمال بیشتری برای بروز مشکلاتی از قبیل عصبانیت، افسردگی و از این دست برای وی وجود دارد. در واقع دیدن پست‌های دوستان گوناگون که فرد با آنها از طریق انواع مختلف شبکه‌های اجتماعی ارتباط برقرار کرده می‌تواند منجر به بروز احساس حقارت و همچنین حس سرزنش در فرد شود. از طرفی بر اساس مطالعات می‌توان گفت افرادی که از نظر ذهنی و روانی دچار مشکل هستند، بیشتر تمایل به استفاده از شبکه‌های اجتماعی دارند.



تماشاگر را به تغییر استاندارد زندگی خود دعوت می‌کرد و این استانداردها جز از راه مصرف بیشتر فراهم نمی‌شد. در دوره پس از پیروزی انقلاب در دهه اول، به خاطر شرایط انقلابی و سپس شروع جنگ هشت ساله تحمیلی و دوران دفاع مقدس، در عمل، بسیاری از مظاهر مادی به شدت رنگ باخت و حتی افراد ثروتمند با بی‌توجهی و گاهی با خشم افراد جامعه روبه‌رو شدند و کوشیدند تا حد ممکن، در ظاهر همچون دیگر افراد معمول جامعه باشند. به‌طور طبیعی فضای حاکم بر تلویزیون و رادیو هم تا حدود زیادی متأثر از فضای کلی جامعه بود و در بیشتر برنامه‌ها، مسائل مادی و رویه‌های تجمل‌گرانه چندان نمودی نداشت. با گذر زمان به سمت دهه ۷۰ و پس از آن، سریال‌های تلویزیونی در جهت کاهش ارزش‌های انقلابی، مذهبی و ارزش‌های مشابه آن قدم برداشته و به جای آن ارزش‌های مادی و ناپرابری را ترویج کردند.

عمل به توصیه‌های جهانی برای کاهش آسیب‌ها

بی‌تردید حضور در شبکه‌های اجتماعی و برقراری ارتباط از ویژگی‌های زندگی امروز است. نقدهایی که بر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و به‌طور کلی‌تر رسانه‌ها وارد می‌شود به معنای رد کامل آنها نیست. مؤسسه سلطنتی سلامت عمومی انگلستان برای کاهش اثرات منفی شبکه‌های اجتماعی پیشنهاداتی نیز ارائه کرده است. برای مثال آنها توصیه می‌کنند برندهای تبلیغاتی و شخصیت‌های مشهور تصاویری که تغییرات ویرایشی در آنها صورت گرفته را به صورت عمومی اعلام و تصاویر تبلیغاتی را با برچسب‌های قابل دید برای کاربران منتشر کنند. همچنین به شبکه‌های اجتماعی و توسعه‌دهندگان آنها توصیه شده است پس از گذشت مدت زمان مشخصی از حضور کاربر در این شبکه‌ها پیام‌هایی را برای ترک کردن آن یا یادآوری مدت زمان سپری شده به نمایش بگذارند. توصیه‌هایی که ما نیز با رعایت آنها شاید بتوانیم حضور بی‌دغدغه‌تری را در دنیای مجازی داشته باشیم.

نگاه

نقش رسانه‌ها در تغییر ساختار نظام ارزشی جامعه

وقتی رسانه‌ها سبک زندگی را تغییر می‌دهند

نمایش ثروت و احساس تبعیض موضوعی است که از سوی دکتر فرامرز رفیع‌پور مورد توجه قرار گرفته است. دکتر رفیع‌پور در کتاب «توسعه و تضاد» به بررسی تغییر سبک زندگی و ارزش‌ها در سال‌های پس از جنگ پرداخته و با تأکید بر

ارزش شدن ثروت در جامعه تحت تأثیر عوامل متعددی، بحث نمایش ثروت و ارتباط آن با احساس تبعیض اجتماعی و بروز آسیب‌ها را مورد بررسی قرار داده است. وی همچنین در کتاب دیگری تحت عنوان «وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی: پژوهشی درباره تأثیر فیلم‌های سینمایی، سریال‌های تلویزیونی، ویدئو، روزنامه و تبلیغات» به بررسی این موضوع پرداخته است. یافته‌های تحقیق رفیع‌پور نشان می‌دهد که در بین فیلم‌های تحلیل شده، روند تغییر ارزش‌ها از سال ۱۳۶۰ و ۱۳۶۵ به سال ۱۳۷۰ و ۷۲ به چشم می‌خورد. در پر فروش‌ترین فیلم‌های سال ۱۳۶۰ و ۱۳۶۵ ارزش‌های ملی، مذهبی و انقلابی تبلیغ می‌شوند و در پر فروش‌ترین فیلم‌های سال ۱۳۷۰، ارزش‌های مصادی، ثروت، نابرابری و سودجویی به عنوان یک ارزش مثبت مطرح و روحیه مصرف‌گرایی افسانه‌داده می‌شود. این روند در حوزه سریال‌های تلویزیونی نیز قابل درک است و از سریال‌های تحلیل‌شده سال ۱۳۷۰ به بعد شاهدیم که در عین برابریه بودن پور نشان می‌دهد که در بین فیلم‌های رواج می‌یابند.

از سوی دیگر پژوهش‌هایی هم در حوزه نقش رسانه‌ها بر تغییر سبک زندگی و همچنین هویت صورت گرفته است. نتایج پژوهشی که تحت عنوان «بررسی رابطه میان استفاده از رسانه‌های نوین ماهواره، اینترنت و نگرش به هویت جنسیتی» انجام شده است، نشان می‌دهد بین میزان استفاده از رسانه‌های نوین