

سبک‌نگرش



۵ نکته درباره هرزه‌نگاری فقر و آسیب‌هایش

فقر را ریشه‌کن کنیم یا به فقیر کمک کنیم؟

■ تلخیص: سلما سلطانی

چهره فقر در ذهن ما چگونه تداعی می‌شود؟ کودکی سیاه‌چرده که تکه‌ناتی خشک به دندان می‌کشد و مگس‌ها اطراف صورتش پرسه می‌زنند. خیریه‌ها و نهادهای مردمی عمدتاً وقتی به فکر فقر زدایی می‌افتند، چنین تصویری را نشان می‌دهند و از توانمندان می‌خواهند با صدقه‌ای کم‌یاز یا ده به حل مشکل فقرا ایستایند، اما استمرار چنین روشی به پدیده‌ای منجر می‌شود که به آن «هرزه‌نگاری فقر» می‌گویند؛ هرزه‌نگاری فقر پیچیدگی مسئله فقر را نادیده می‌گیرد و انسان‌ها را به‌جای مبارزه اجتماعی، به دادن صدقه‌ای ناچیز راضی نگه می‌دارد. این مطلب را امیلی رونیک نوشته‌است که در بخش ارتباطات اجتماعی و دیجیتال سازمان امداد سانس جهانی کار می‌کند؛ مطلب او را با کمی تلخیص می‌خوانید.

عموماً باعث تأسف است که رسانه‌انسان‌ها را استعمار کند و آنها را تا سرحد اشیا پایین بیاورد. دست‌کم تا حدی ناراحت می‌شویم، وقتی می‌بینیم رسانه‌انسان‌ها را -اعم از زن و مرد- به خصوصیاتی فرو می‌کاهد که بتوان از آن برای اثبات نکته‌ای برانگیختن واکنشی احساسی یا سودآوری استفاده کرد. اگر امر را در تبلیغات، فیلم‌ها و هرزه‌نگاری می‌بینیم، نحوه بازنمایی فقرا در رسانه‌ها نیز همین مشکل را دارد، چون از وضعیت آنها و چه‌بسان هرچه‌های‌شان برای منفعت مالی سوءاستفاده می‌کنیم. قضیه مانند استفاده از بازی از زنان است و باید مکتبی کنیم و از خود سوآلی بپرسیم، آیا کاری اخلاقی است که ویژگی‌های یک انسان را صرفاً برای مخاطبان نشان دهیم تا تجربه‌ای احساسی برانگیزیم و نهایتاً پولی به جیب بزنیم؟ این کار که «هرزه‌نگاری فقر» نام دارد، هیچ‌کمی به پرداختن به مشکل اصلی و ساختاری فقر نمی‌کند. در این نوشتار، به پنج مشکل اصلی این کار متداول می‌پردازم.

هرزه‌نگاری فقر باز نمود غلطی از فقرا ارائه می‌دهد

فقر هم از مشکلات فردی ناشی می‌شود و هم مشکلات نظام‌معنی، یعنی هم شرایط شخصی و هم نظام‌های اجتماعی و قضایی که در آن دو حالت خارج نیستند یا فقرا را توانمند می‌سازند یا شرایط‌شان را تداوم می‌بخشند. اما هرزه‌نگاری فقر مقوله فقر را صرفاً به‌مثابه رنج مشاهده‌پذیر و ناشی از نبود منابع مادی تعریف می‌کند؛ این امر میل دارد.

راه‌نما

به گفته دایانا جورج، منتقد این حوزه سازمان‌ها نمی‌توانند مخاطبان را به راحتی مجاب کنند که فقر واقعی بیرون از زندگی روزمره آنهاست و در فرهنگی جاس دارد که تصاویر اشباعش کرده‌اند. جورج می‌نویسد نمایش استیصال شدید شاید تنها راه چاره به نظر بیاید. هرزه‌نگاری فقر نشان می‌دهد که مخاطبان می‌توانند به راحتی با راهکاری ساده یا صدقه حلش کنند. هرزه‌نگاری فقر یکی از تجربه‌های پیچیده انسان را فهمیدنی، مصرف‌پذیر و آسان حل جلوه می‌دهد.

هرزه‌نگاری فقر به صدقه می‌انجامد نه کنشگری

به گفته جورج، هرزه‌نگاری فقر به صدقه می‌انجامد، نه کنشگری؛ مردم صدقه‌دهنده می‌شوند نه مدافع حقوق هرزه‌نگاری فقر نه می‌توانند درکی عمیق‌تر از معضل فقر ایجاد کنند و نه تغییرات ساختاری لازمی را به وجود آورد که برای کار اساسی درباره این معضل باید صورت‌بپذیرد. هرزه‌نگاری فقر می‌گوید هم معضل و هم راه چاره در منابع مادی ریشه دارند و مسئله فقر را می‌توان با تماس تلفنی ساده یا صدقه ماهانه‌ای حل کرد. شایان ذکر است که این نوع بخشش اگر تحت مدیریت سازمان‌هایی باشد که به‌شکل پایدار به معضل فقر می‌پردازند، می‌تواند تأثیرات شگرفی داشته باشد، اما در عین حال ایدئولوژی‌های خطرناکی را نیز تداوم می‌بخشد که ضرر‌شان به مراتب بیشتر از سودشان است. با این کار، فقرا



باز یگر و یاری‌گیر دید خیلی متفاوتی نسبت به فقر دارند. تعریفی که اکثر مخاطبان از فقر دارند بر پایه رنج جسمی و فقدان منابع مادی است، حال آنکه فقرا وضعیت خود را به‌لحاظ روان‌شناختی و احساسی توصیف می‌کنند. واژگانی همچون شرم، فردوستی، ناتوانی، خواری، افسردگی، انزوا و اجتماعی و محرومیت از حق صحبت و ابراز وجود در کلام آنان متداول است (بانک جهانی، ۱۹۹۰). نکته دیگری که جورج تشریح می‌کند، این است که هرزه‌نگاری فقر حالتی رقابتی می‌یابد، چون هر سازمان باید مدام مخاطبانش را مجاب کند که ما یا نیازمندترین یا «هستسحق‌ترین فقر» سرکار داره، نه «فقرا را لایق». سازمان‌ها به هر دری می‌زنند تا جذابیت و اهمیت خود را در چشم خیرین حفظ کنند و تقریباً هیچ‌گاه به موضوع اصلی که فقر است، نمی‌پردازند.

هرزه‌نگاری فقر هم بازیگر و هم بازی‌گیر را می‌فرید

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات هرزه‌نگاری فقر این است که موفقیت چشمگیری در توانمندسازی افراد نامناسب دارد. این امر به دو طریق صورت می‌گیرد. اولاً، هرزه‌نگاری فقر سه خیرین

د

فقر هم از مشکلات فردی ناشی می‌شود و هم مشکلات نظام‌مند، یعنی هم شرایط شخصی و هم نظام‌های اجتماعی و قضایی که همگی از دو حالت خارج نیستند؛ یا فقرا را توانمند می‌سازند، یا شرایط‌شان را تداوم می‌بخشند، اما هرزه‌نگاری فقر مقوله فقر را صرفاً به‌مثابه رنج مشاهده‌پذیر و ناشی از نبود منابع مادی تعریف می‌کند. هرزه‌نگاری فقر نشان می‌دهد که مخاطبان می‌توانند به راحتی با راهکاری ساده یا صدقه حلش کنند. هرزه‌نگاری فقر یکی از تجربه‌های پیچیده انسان را فهمیدنی، مصرف‌پذیر و آسان حل جلوه می‌دهد!

می‌گوید به‌خاطر جایگاه‌شان در جامعه و منابعی که در اختیار دارند، می‌توانند منجی جوامع آسیب‌پذیری باشند که خود هیچ‌چیز از آنها نمی‌دانند. این کار نمی‌تواند مخاطبان را نسبت به نیاز متقابل به‌دگرگونی - که بین انسان و خواهر و برادران فقیرشان مشترک است- پدیدار کند و در عوض قیام‌هایی خطرناکی را تداوم می‌بخشد. ثانیاً، هرزه‌نگاری فقر باری‌گیران را ناتوان می‌سازد. هرزه‌نگاری فقر از سوژه‌هایش ابژه می‌سازد و آنان را بر اساس رنج‌شان تعریف می‌کند و هرگونه مؤلفه اساسی زندگی انسان را از آنان سلب می‌کند؛ مواردی همچون عاملیت، خودمختاری و پتانسیل نامحدود. تبلیغات و مطالب بازاریابی که رنج فقرا را نشان می‌دهند تا حمایت مالی از مردم استخراج کنند، لاجرم، این پیام را برای سوزهای‌شان به دنبال دارند که واقعا وابستگی بیچاره‌اند که برای هرگونه تغییر ماندگاری به حمایت ثروتمندان نیاز دارند، اما واقعیت این است که رسیدگی درست به فقر مستلزم توانمندسازی فقرا به شکلی است که بتوانند اجتماعات خود را متحول سازند. در این راه، حتی باید بی‌قابلی و نادانی خود را در درک ماهیت واقعی فقر بپذیریم.

هرزه‌نگاری فقر باز نمود غلطی از فقرا ارائه می‌دهد

جورج می‌نویسد «در چنین تصاویری، فقر کشف‌ت، زندگی و بیچارگی است.» اما واقعیت چیز دیگری است، فقر «چهره‌های زیادی» به خود می‌گیرد و راه‌حل ساده‌ای برای آن وجود ندارد. فقر شبیه آن کودک گرسنه‌ای نیست که مگس‌ها بر صورتش نشسته‌اند. در واقع فقر شبیه هیچ چیز خاصی نیست، بلکه پدیده‌ای چندوجهی است و باید به همین شکل نمایش داده شود. تام موفی گزارشگر می‌نویسد: «رنج بخشش از فقر است. همان‌طور که اختیار خوب و نشستن خانواده‌ای سر سفره غذا، فقر پدیده‌ای همه‌جانبه است و بر تمام وجود فرد تأثیر می‌گذارد، نه فقط آنچه دیده می‌شود. استیو کوربت و برایان فیکرت در کتاب خود یاد می‌کنند: «توصیف می‌دهند که بازیگر و یاری‌گیر دید خیلی متفاوتی نسبت به فقر دارند. تعریفی که اکثر مخاطبان از فقر دارند بر پایه رنج جسمی و فقدان منابع مادی است، حال آنکه فقرا وضعیت خود را به‌لحاظ روانشناختی و احساسی توصیف می‌کنند. واژگانی همچون شرم، فردوستی، ناتوانی، خواری، ترس، بیچارگی، افسردگی، انزوا و اجتماعی و محرومیت از حق صحبت و ابراز وجود در کلام آنان متداول است (بانک جهانی، ۱۹۹۰). نکته دیگری که جورج تشریح می‌کند، این است که هرزه‌نگاری فقر حالتی رقابتی می‌یابد، چون هر سازمان باید مدام مخاطبانش را مجاب کند که ما یا نیازمندترین یا «هستسحق‌ترین فقر» سرکار داره، نه «فقرا را لایق». سازمان‌ها به هر دری می‌زنند تا جذابیت و اهمیت خود را در چشم خیرین حفظ کنند و تقریباً هیچ‌گاه به موضوع اصلی که فقر است، نمی‌پردازند.

هرزه‌نگاری فقر برای سازمان‌ها کار ساز است!

دلیل دارد که این نوع از نمایش فقر این چنین میان سازمان‌های امدادی انسان‌دوستانه محبوب شده است. وقتی حرف سودرسانی می‌شود، هرزه‌نگاری فقر جوابگوست؛ گروه‌های تحقیق و ارتباطات در سازمان‌های مردم‌دیده چنین پیام‌هایی را به این دلیل تولید می‌کنند که اثرگذاری‌شان در آزمایش‌هایی دقیق به اثبات رسیده است. مئلاویتی یک تبلیغ‌کننده رنج‌کشیده‌انسان می‌دهد، احتمال صدق‌اندان خیلی بیشتر از وقتی است که مخاطب کودکی شاد و تندرست را می‌بیند. لب کلام اینکه هرزه‌نگاری فقر نتیجه سازمان‌های خوش‌بینی است که می‌خواهند پولی برای کارهای‌شان جور کنند و واقعا هم جوابگوست. بدین ترتیب، پرسشی مهم مطرح می‌شود: آیا سودبخشی هرزه‌نگاری فقر ارزش این را دارد که کلیشه‌های نارست‌تداوم یابند؟ به نظر من، پاسخ منفی است. تغییر پایدار در اجتماعات فقیر چیزی را فراتر از جمع کمک‌های مالی به آنهاست. اگر بخواهیم واقعا اجتماعات را دگرگون کنیم تا از عدالت اقتصادی و اجتماعی عامل آن خودانسان است و معمولاً در کنیم تصادفی خودشان شیده شود. نمی‌توانیم براساخته‌های خودمان را بر آنان تحمیل کنیم.

نقل و تلخیص از: وبسایت ترجمان / نوشته: امیلی رونیک | ترجمه: علیرضا شفیعی / نسیب / امرج.



و خانواده، رفیع نیاز و احتیاج کنند. نوع فقر دوم، فقر خدادادی است. گاهی خداوند متعال برای آزمایش بنده او را فقیر می‌سازد، یا به جهت دیگری مصلحت او در فقر و نداری است که از الطاف خفیه خداوند سبحان به حساب می‌آید. امام صادق «ع» می‌فرماید: «چیزی از دنیا به بنده‌ای عطا نشد، مگر برای عبرت گرفتن و چیزی از وی دریغ نگردید، به جز برای آزمایش.» صبر در برابر فقر نوع دوم، یعنی فقر خدادادی. براساس روایات اهل‌بیت «ع» فضیلت ثواب فراوانی دارد و انسان را به درجات والا می‌رساند. حتی امام صادق «ع» روایتی از قول رسول خدا «ص» نقل می‌کند: به کسی که در برابر فقر، صبور باشد و درجه و ثواب صدیقین عطا می‌شود. نوع سوم فقر، فقری است که در اثر نواقص و نارسایی‌های اجتماع، به برخی انسان‌ها تحمیل می‌گردد. شیوع فقر در برخی موارد، ناشی از بیماری‌های اقتصادی، نظمی در عملکردها و عمل نداشتن در امور اقتصادی به قوانین کشور و احکام اسلام یا حقه‌بازی و ضرر رساندن برخی از مردم به همدیگر است. عامل این نوع فقر، خود فقرا نیستند. از سوی خداوند متعال هم مقدر نشده است، اما خداوند از سر لطف خود برای این دسته از فقرا نیز که تقصیری در فقر شدن خود ندارند، جبران می‌کند. آنها اگر صبور باشند و نسیب‌بانی نکنند، نزد خداوند متعال مأجورند، یعنی اجر و پاداشی شبیه اجر فقرا نوع دوم خواهند داشت.

سبک تربیت



نقش ارتباطات مؤثر در بهبود روابط والدین و کودکان

فرزندم! من تو را می‌فهمم

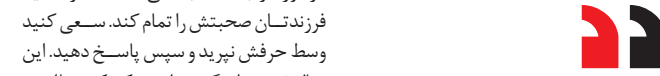
■ نادیا اسماعیلی

از بسد تولد، ارتباطات مؤثر با کودکان کمک می‌کند تا آنان در دنیای خود احساس امنیت کنند. ارتباطات گرم همچنین روابط بین کودکان و والدین را تقویت می‌کند. کودکان برای رشد و توسعه مهارت‌ها به ایمنی، امنیت و روابط قوی نیاز دارند، بنابراین برقراری ارتباط خوب با کودکان برای رشد و روابط آنان نیازی ضروری است. ارتباط خوب و مؤثر شامل گوش دادن و صحبت کردن به شیوه‌هایی است که به کودکان احساس مهم بودن و ارزشمندی می‌دهد. برقراری ارتباط خوب با کودکان به آنها کمک می‌کند تا مهارت‌های برقراری ارتباط با دیگران را توسعه دهند، اما ارتباط با فرزندان چرا مهم است؟ نکات و ملزومات ایجاد دلبستگی و مؤثر با فرزندان چیست؟

هنگامی که با فرزندان ارتباط برقرار می‌کنید، تمام توجه خود را به او بدهید. فرزندان را تشویق کنید تا درباره احساسات و افکارش با شما صحبت کند. گوش دادن و پاسخگویی به انواع چیزها - نه فقط چیزها یا خبرهای خوب - بلکه به احساساتی همچون خشم، خجالت، غم و ترس لازم است. روی زبان بدن، لحن و همچنین کلمات تمرکز کنید تا بتوانید واقعا بفهمید که فرزندان چه چیزی را بیان می‌کنند. از زبان بدن خود استفاده کنید تا نشان دهید به آنچه که فرزندان می‌خواهد یا شما به اشتراک بگذارید، علاقه‌مند هستید. البته با در نظر گرفتن آنچه کودک شما می‌تواند بفهمد و تا چه مدت می‌تواند توجه کند. شما می‌توانید از بدو تولد با صحبت زیاد با کودک خود و مکث کردن به گونه‌ای که گویی در حال گفت و گو با او هستید، ارتباط خوبی را ایجاد کرده و او را تشویق کنید. هنگامی که کودک شروع به صدا کردن و غر زدن کرد، به حرف‌هایش پاسخ منطقی دهید، منتظر بنمانید و ببینید آیا پاسخی دریافت می‌کند یا خیر.

وقتی روی ایجاد ارتباط خوب با فرزندان کار می‌کنید، این به او کمک می‌کند تا مهارت‌های برقراری ارتباط با شما و سایر افراد را توسعه دهد. همچنین رابطه شما را با فرزند بهبود می‌بخشد، زیرا این پیام را می‌فرستد که برای افکار و احساسات او ارزش قائل هستید. در اینجا چند ایده وجود دارد. زمانی را برای صحبت و گوش دادن به یکدیگر اختصاص دهید. وعده‌های غذایی خانوادگی می‌تواند زمان خوبی برای انجام این کار باشد. وقتی شما و فرزندتان در حال صحبت و ارتباط هستید، تلفن همراه، کامپیوتر و تلویزیون را خاموش کنید. این نشان می‌دهد که شما کاملاً روی تعامل و گفت‌وگو متمرکز شده‌اید. در طول روز در مورد چیزهای روزمره صحبت کنید. اگر شما و فرزندتان به‌رقراری ارتباط زیاد عادت دارید، در صورت بروز مشکل، صحبت کردن حل آن را آسان‌تر می‌کند.

برای صحبت در مورد انواع احساسات، از جمله خشم، شادی، ناامیدی، ترس و اضطراب آماده باشید. این به کودک شما کمک می‌کند تا کارهایش را توسعه دهد، اما بهتر است قبل از احساساتی در مورد آن صبر کنید تا از احساساتی مانند عصبانیت خلاص شوید. آنچه که زبان بدن فرزندان به شما می‌گوید را متوجه شوید و سعی کنید به پیام‌های غیر کلامی نیز پاسخ دهید. برای مثال به او بگویید: «تو امروز بعد از ظهر خیلی ساکتی. آیا اتفاقی در مدرسه افتاده است؟» اینگونه فرزندان را در مکالمات شرکت می‌کنید. این مهم می‌تواند به این سادگی باشد که رفتار شما یاد می‌گیرد که چگونه ارتباط برقرار کند. وقتی با فرزندان و دیگران به شیوه‌ای محترمانه صحبت می‌کنید، این پیام قدرتمندی در مورد ارتباط مثبت می‌دهد. اجازه دهید فرزندان صحبتش را تمام کند. سعی کنید مثال خوبی برای گوش دادن به کودک شما. از زبان و ایده‌هایی استفاده کنید که کودک شما آن را درک کند. اگر فرزندان متوجه صحبت شما نشود، ممکن است توجه کردن به او سخت باشد. هر درخواستی را برای مطابقت با سن و توانایی فرزندان ساده و واضح بیان کنید. اگر نیاز به ارائه بازخورد سازنده دارید، همزمان چند پیام مثبت بدهید. فرزند شما بیشتر به تحسین گوش می‌دهد تا انتقاد از سرگرفته‌از:



ترجمه و برگرفته از: Raisingchildren.net.au