



«ایران» در گفت‌وگو با کارشناسان آسیب‌های دنیای بلاگری و اینفلوئنسرها را بررسی کرد

پوچ، گمراه کننده و پرلایک

پرستور فیعی خیزرگر

هستند که بزرگنمایی نمی‌کنند و وضعیتی که دارند کاملاً مبتنی بر علم و اخلاق است. آنها براساس تکنولوژی، ارتباطات و اینترنت سعی می‌کنند فضایی درست کنند که زندگی برای افرادی که نیاز به خدمات آنها دارند آسانتر شود.

این پژوهشگر علوم رفتاری می‌گوید: این روزها با توجه به شرایط فعلی درآمد خیلی خوبی برای بلاگرها وجود دارد و آنها در اپ‌هایی مانند اینستاگرام که محدودیت‌های کم‌تر و گستره بیشتری دارد توفیق بالاتری خواهند داشت. اما واقعیت این است که در شرایط کنونی کشور بلاگر را به‌عنوان فردی می‌شناسیم که به هر قیمتی تلاش می‌کند دیده شود و از درگاه‌های مختلفی مانند دروغ‌گویی و غلو کردن مسائل زندگی خود و اتفاقات پیرامون تلاش می‌کند هیجاناتی را ایجاد کند و گروهی از افراد جامعه را به‌دنبال خود بکشد. متأسفانه این موضوع آسیب‌هایی را به همراه دارد.

او با اشاره به اینکه آسیب‌هایی که افرادی با ساختار نادرست ایجاد می‌کنند در دو حوزه رفتار و محتوا اتفاق می‌افتد،

گرفتار در میان خبرهای زرد

مجید رضانیان استاد دانشگاه و پژوهشگر ژورنالیسم

در حال حاضر در بین شبکه‌های مجازی، اینستاگرام یک «شبکه اجتماعی تصویر محور» است. در عین حال در ایران دایره حضور و استفاده کاربران از اینستاگرام بسیار گسترده‌تر از ویژگی‌هایی است که این شبکه اجتماعی دارد. است. به این معنا که این شبکه اجتماعی علاوه بر جنبه تصویری «جنبه ارتباطی» نیز، دارد و در برخی موارد «آرا و واکنش‌های شهروندان»- در مواجهه با رویدادهای مختلف- را بیان می‌کند. «کسب و کار» جنبه چهارم است و می‌توان گفت جنبه اقتصادی و کسب و کار بسیار گسترده‌تر از سایر وجوه آن به چشم می‌خورد.

در بخش نخست، تفاوت تصویر محور بودن اینستاگرام در مقایسه با سایر پلتفرم‌ها در شبکه‌های اجتماعی این است که اینستاگرام وجوه مختلف را پوشش می‌دهد. تصاویر مختلف از رویدادها و ویژگیه آنچه در «سبک زندگی» مردم و جامعه می‌گذرد، در اینستاگرام به صورت تصویری منعکس می‌شود. در حال حاضر در سطح دنیا به این گونه است که شما علاوه بر مشاهده یک «زندگی مجازی» و سایر در بین شهروندان، یک «زندگی واقعی» را هم می‌بینید. در واقع افراد آنچه را که در زندگی واقعی نمی‌توانند «ابراز» کنند، در فضای مجازی و در چه تصویری اینستاگرام خودابرازی و بازنمایی می‌کنند. از این رو، فرد آنچه را که از خود و زندگی‌اش بازنمایی می‌کند، ممکن است لزوماً همه واقعیت زندگی‌اش نباشد.

به یاد داشته باشیم این فضا دو بخش دارد، به این معنا که انسان‌ها آن گونه که در فضای واقعی امکان ابراز برخی موارد را ندارند در شبکه اجتماعی اینستاگرام، امکان ابراز آن را به شکل تصویری دارند.

وجه ارتباطی اینستاگرام نیز همانند سایر پلتفرم‌ها در شبکه‌های اجتماعی به دلیل سوشیال بودن طبیعی است. از این رو چه به صورت تصویری و چه به صورت متن و حتی به وجوه دیگر باعث گسترش ارتباطات کاربران با یکدیگر شده و این واقعیتی است که باید پذیرفته شود.

بیان می‌کند: آسیب‌ها به این شکل اتفاق می‌افتد که آنها یک قیاس اشتباه بین ظاهر و باطن تولید می‌کنند. یعنی با نشان دادن زندگی‌های دروغین باعث ایجاد یک مقایسه ناکارآمد می‌شوند. ظاهر پرزرق‌وبرق زندگی بلاگرهای غیر متخصص به ایجاد یک حس بد در افراد جامعه منجر می‌شود. چون ما باطن زندگی خود را می‌شناسیم و فقط ظاهر زندگی آنها را می‌بینیم. این موضوع باعث تولید حسرت و حسرت زدگی می‌شود و این حسرت باعث ناامیدی در نگرش ما به زندگی و شغل‌مان می‌شود.

به گفته این روانشناس، این دسته از رفتارها به ترویج ثروت‌گرایی و تجمل در جامعه نیز منجر می‌شود. هیچ کسی نیست که بگوید من ثروت را دوست ندارم. هنگامی که در شرایطی سهل، یک فرد جمله‌ای را می‌گوید و کلمه یا تکه کلامی را تولید می‌کند و میلیون‌ها تومان پول به دست می‌آورد ما با افزایش توقع افراد در جامعه مواجه خواهیم شد. این موضوع

و اجرای برنامه‌هایی که وضعیت را رنگی نشان می‌دهد متأسفانه باعث ایجاد

چه باید کرد، می‌گوید: نخستین توصیه ما این است که ما باید سواد رسانه‌ای و آگاهی خانواده‌ها را افزایش دهیم. این آموزش باید در سطح خانواده، مدارس و رسانه صورت بگیرد. نکته دیگر قانونمند کردن جرایم سایبری، تولید و وضع قوانین و تشدید قوانین موجود و حتی سختگیرانه برخورد کردن با مجرمین سایبری است که می‌تواند این فضاها را امن کند.

او تأکید می‌کند: متأسفانه بلاکلیفی‌های رفتاری و اجتماعی و همچنین سردرگمی و بلاکلیفی نسل حاضر یکی از اتفاقات بسیار شایعی است که باعث تشدید رجوع و استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی می‌شود. مسلماً دنیای اختصاصی و منحصر به فرد شبکه‌های اجتماعی و قابلیت انتخاب موضوع براساس سلیقه شخصی یکی از درگاه‌هایی است که در نهایت باعث می‌شود افراد تصمیم بگیرند در دنیای کوچک خود زندگی کنند تا در دنیای بزرگ غرق بشوند. اینها نمادهایی است که می‌تواند به ما کمک کند که در نهایت بتوانیم قسمتی از آسیب‌های فراگیر پدیده‌های نوظهوری مثل شبکه‌های اجتماعی و بلاگر نماه‌ای غیر تخصصی را کاهش دهیم.

■ **مردم را در فضای مجازی واکسینه کنیم**

مرتضی قلیچ، جامعه شناس نیز بر این باور است که فضای مجازی به یک واقعیت اجتماعی در زندگی انسان‌های امروزی تبدیل شده است به گونه‌ای که دیگر نمی‌توان به آن صفت فضای مجازی را اطلاق کرد چرا که درست مانند فضای واقعی شده است.

او به «ایران» می‌گوید: جهان جدید جهانی است که سلبریتیزه شده و بلاگرها هم درحال تلاش هستند تا در این عرصه پیشرو باشند. به این معنا که راهنما و هادی مردم باشند. در شرایط فعلی ما چندین راه برای مقابله با فضای مجازی و بلاگر نماها پیش رو داریم. یک راه که تاکنون از آن پاسخ نگرفته‌ایم و به نظر می‌رسد راه اشتباهی بوده این است که قرنطینه فرهنگی ایجاد کنیم و دسترسی به فضای مجازی را محدود کنیم. شکل دیگر اشتباه این است که فضا را باز بگذاریم و رها کنیم. اما مدل سوم که به نظر می‌رسد شکل صحیح و مناسبی از نحوه برخورد باشد این است که ما مردم را در این فضاها واکسینه کنیم. به عبارتی وقتی سواد رسانه‌ای مردم را در همه عرصه‌ها بالاتر می‌بریم به نوعی تارش می‌کنیم که سمت دریافت کننده را تقویت کنیم و نه سمت عرضه کننده را.

او در ادامه به موضوع تبلیغات اشاره می‌کند و می‌گوید: تبلیغات همیشه در جامعه وجود داشته است. در برهه‌ای از زمان تبلیغات در فضای تلویزیون بود و بعدها به این نتیجه رسیدند در تلویزیون کالاها و مواردی که برای جسم انسان مضر است مانند نوشابه‌ها، تبلیغ نشود.

اما با این حال مردم همچنان نوشابه مصرف می‌کنند و در پی وجود تقاضا در جامعه، کارخانه‌ها هم همچنان نوشابه تولید می‌کنند از این‌رو می‌توان گفت مردم باید به این آگاهی برسند که نوشابه برای سلامتی آنها مضر است. در مورد بلاگرها هم همین‌طور است. به هر حال جریان تبلیغ و بزرگنمایی ویژگی‌های یک کالا در گذشته هم بوده اما مهم‌ترین عنصر این است که در بعد سیاستگذاری آگاهی‌رسانی یعنی از فرایندهای تولید محتوا گذاتر کنیم. این آموزش هم فقط از طریق فیلم‌های رسانه‌ای صورت نمی‌گیرد و می‌تواند از طریق مدارس و حتی بیلبوردهای شهری رسانه‌ای و بهداشتی باید فعالانه‌تر عمل کنیم.

او تصریح می‌کند: فعالانه عمل کردن در این حوزه یعنی اینکه بتوانیم افراد جامعه را در فرایندهای تولید محتوا آگاه‌تر کنیم. این آموزش هم فقط از طریق فیلم‌های رسانه‌ای صورت نمی‌گیرد و می‌تواند از طریق مدارس و حتی بیلبوردهای شهری رسانه‌ای آموزش دهنده داریم شهر آموزش دهنده نیز داریم. شهری که مردم حتی هنگام قدم زدن در آن، آموزش می‌بینند. کسانی که مسئولیت اجتماعی را برعهده می‌گیرند از آموزش و پرورش و رسانه‌ها تا شرکت‌های تولیدی که مسئولیت اجتماعی را می‌پذیرند و حتی بلاگرهایی که عمدتاً در حوزه مسئولیت اجتماعی فعال هستند صورت بگیرد.

به گفته مرتضی قلیچ، باید بلاگرهایی را که دنبال کننده‌های بسیار زیادی دارند ولی عمدتاً از این امکان به‌عنوان یک ابزار و میانجی برای آگاهی‌رسانی به مردم استفاده می‌کنند نه برای کسب ثروت و شهرت اجتماعی به یک برند تبدیل کنیم. آنها شهرت دارند ولی از فضای مجازی برای افزایش ثروت بهره نمی‌برند بلکه از آن برای رهایی بخشی و آگاهی‌رسانی به مردم و خیر عمومی استفاده می‌کنند.

■ **یکشنبه ۱۵ اسفند ۱۴۰۰**

■ **سال بیست و هشتم**

■ **شماره ۷۸۶۵**

۲۳

پرونده

در گفت‌وگو با «ایران» مطرح شد

رفتار منفی سرایت می‌کند!

گسترش تفکر نقادانه؛ واکسینه کردن مردم

در مقابل بلاگرها

گروه اجتماعی، بلاگرها اشخاصی هستند که در زمینه‌های مختلف مانند مد و لباس، جاذبه‌های گردشگری، غذا، پزشکی، آرایش یا حتی رایانه در حال فعالیت هستند. برای اینکه یک بلاگر حرفه‌ای شوید اصلاً نیاز به داشتن تحصیلات ندارید، شما می‌توانید با گذاشتن چند عکس یا پست‌های جالب معروف شوید. گرچه در همه جای دنیا بلاگری یک حرفه است اما اینجا منظور ما از بلاگر همان اینفلوئنسرهایی هستند که فقط به دنبال لایک بیشتر و درآمدزایی بیشترند و در این میان به هر ترفندی دست می‌زنند و متأسفانه در این مسیر، زندگی بسیاری از افراد جامعه خصوصاً نوجوان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

امیرحسین جلالی ندوشن، روانپزشک در برابر این پرسش اصلی‌که چه میزان این بلاگرها روی زندگی



آدمی تأثیر می‌گذارند به «ایران» می‌گوید: سؤال اصلی شاید این است که آیا ما انسان‌ها ممکن است تقلیدپذیر باشیم یا در واقع ممکن است رفتاری به ما سرایت کند. به معنای دیگر آیا همان‌گونه که یک ویروس یا یک عطسه به انسان سرایت می‌کند، ممکن است در معرض یک رفتار قرار گرفتن باعث شود آن رفتار تقلید شود؟ البته که اینجا بیشتر منظور رفتار منفی است. چون وقتی به این اشاره می‌کنیم که فرد شیوه‌ای منفی را در پیش می‌گیرد موضوع این می‌شود که چقدر روی دیگران اثر می‌گذارد. واقعیت این است که بله، ما انسان‌ها به درجات متفاوت تقلید می‌کنیم و ممکن است در شرایط مشخصی رفتاری را عیناً تکرار کنیم و سرمشق بگیریم. در واقع ممکن است ما در تکرار برخی رفتارها خیلی دقیق فکر نکنیم.

وی ادامه می‌دهد: پس وقتی فرضاً یک چهره اینستاگرامی یا یک چهره عمومی مثلاً رستوران سبک تغذیه خاص مثلاً پر کالری را ترویج می‌کند این امکان هست که مردم به سمتش کشش پیدا کنند. یا در سبک پوشش و آرایش و... رفتار منفی می‌تواند سرایت کند. وی در پاسخ به این پرسش که آیا می‌شود روی چهره‌هایی که دنبال فالوئر هستند و با هر ترفندی دنبال مخاطب بیشتر، برچسب یک اختلال مثل خودشیفته را گذاشت نیز می‌گوید: واقعیت این است که گذاشتن تشخیص کلی روی افراد نه از نظر علمی دقیق است و نه امر اخلاقی است و خیلی هم کارگشا نیست. بهتر است به جای گذاشتن عناوین تشخیصی بر زبان آور بودن یک شیوه رفتار اشاره کنیم. حتی اگر تربیتی هم به مسأله نگاه کنیم می‌بینیم که اگر ما افراد را درست تربیت کنیم، دیگر روش نامطلوب خواهان پیدا نمی‌کند هر چقدر هم فرد مبلغ، جذاب باشد.

وی درباره روش مسلح کردن افراد در مقابل چنین آسیب‌هایی نیز می‌گوید: یک نقطه خطرپذیری بحث تلقین‌پذیری ما آدم‌ها این است که بگوییم این بساط را باید جمع کنیم تا از ذهن مردم صیانت کنیم. راهش این نیست. چون افراد راهی را که ببندیم اگر دنبال‌ش باشند سراغ راه‌های دیگر دسترسی به آن می‌روند. اتفاقاً راه‌های زیرزمینی دیگر قابل ردی هم نیستند. کم‌اینکه اگر جلوی محتوایی را بگیریم فرد دنبال فیلترشده‌اش می‌رود. اصل قصه این است که فضای مجازی به افراد امکان دسترسی به اطلاعات فراوان را می‌دهد و سودش ده‌ها برابر زیانش است. آدم‌ها دارند تجربه اجتماعی شدن را از سر می‌گذرانند تا دنیایشان را بزرگ کنند. موضوع اصلی این است که چقدر ما به مردم سواد رسانه‌ای را یاد داده‌ایم. چقدر تفکر نقادانه را به آنها یاد داده‌ایم؟

دکتر ندوشن با اشاره به نمانده‌های آموزشی در کشور و کارهایی که باید در این زمینه انجام دهند، تأکید می‌کند: ما به جای مسدود کردن باید بودجه کافی در اختیار نهادها قرار دهیم تا سواد رسانه‌ای بچه‌هایمان را از پیش دبستانی، در دبستان و دبیرستان و دانشگاه یا در سطح عمومی‌تر از طریق صدا و سیما و... بالا ببرند و آنها را با تفکر نقاد بزرگ کنند. آموزش و پرورش به جای اینکه دنبال تربیت مدیر باشد باید فضایی ایجاد کند که بچه‌ها قدرت نقادی پیدا کنند. بله معلمی که این فضا را ایجاد کند اول از همه خودش ممکن است مورد نقد قرار بگیرد. چه اشکالی دارد اگر خروجی آن این باشد که آن دانش‌آموز دیگر هر حرفی را که می‌شنود، درست قبول نکند؟ همین فرد است که دیگر هر حرفی بلاگر اینستاگرام زد، چشم بسته دنبال نمی‌کند.

وی در پایان بیان می‌کند: یک موضوع دیگر این است که کارهایی در همه جای دنیا ممنوع و غیرمجاز است و افراد اگر انجام بدهند به اشد مجازات گرفتار می‌شوند. در اینجا اشکالی که هست این است که ما یاد گرفته‌ایم هر حرکتی را جرم‌انگاری کنیم و راحل‌را در جرم‌انگاری می‌بینیم، اما واقعیت این است که برخی موارد باید جرم‌انگاری شوند. در نهایت هم همان طور که ما واکسن زدیم و مرگ‌ومیرهای کرونایی کاهش پیدا کرد و به زندگی عادی‌تر برگشتیم، باید در همه مسائلی که آسیب‌زاست دنبال واکسینه کردن مردم باشیم.