

آسیب های اجتماعی نو ظهور زنان در فضای مجازی به ویژه اینستاگرام

گروه پژوهشی خادمین دین^۱

چکیده:

آسیب های اجتماعی نو ظهور، آسیب هایی هستند که بر اثر فناوری های جدید ارتباطی مانند اینترنت، ماهواره، تلفن های هوشمند و شبکه های اجتماعی و پیام رسان ایجاد شده اند و تاثیرات مهمی بر فرد و به تبع آن جامعه داشته اند. این آسیب ها که به دو دسته اجتماعی و روان شناختی تقسیم می شوند، به دلیل استفاده بیشتر و خصوصیات ویژه روان شناختی زنان، بر این قشر از جامعه تاثیری دوچندان دارند. به نظر می رسد زنان بیشتر از مردان تحت تاثیر فضای مجازی قرار می گیرند و در نتیجه آسیب های فضای مجازی بر آنان بیشتر از مردان است. از طرفی به دلیل نقش ویژه زنان در مدیریت خانواده و تربیت فرزند، آسیب هایی که بر اثر فضای مجازی بر آنان وارد می شود، از اهمیت بیشتری برخوردار است. در حال حاضر بسیاری از زنان ایرانی، زمان زیادی از وقت خود در شبانه روز را در شبکه های اجتماعی سپری می کنند. از میان شبکه های اجتماعی، اینستاگرام به عنوان رسانه ای تصویر محور، تاثیرات بیشتری بر زنان دارد و در نتیجه می تواند آسیب های بیشتری را نیز به همراه داشته باشد. پژوهش حاضر با رصد کاربران زن اینستاگرام و تحلیل کنشگری آنان، درصدد بررسی آسیب های اجتماعی اینستاگرام بر زنان ایرانی است. در یک نگاه کلی، مهم ترین این آسیب ها عبارت اند از: سایبر سکس، تعرض جنسی، روابط آزاد با نامحرم و خیانت سایبری، عادی سازی بی اخلاقی، مدگرایی، اعتیاد مجازی، افشای حریم خصوصی، بی توجهی به انجام دستورات دینی از جمله رعایت عفاف و حجاب، تغییرات فرهنگی، مشکلات روحی و روانی، میل به ابراز وجود، جلوه گری خود ایدئال، فردگرایی و تضعیف نقش مادری و همسری

کلید واژه ها: آسیب های اجتماعی نو ظهور ، اینستاگرام ، زنان ، فضای مجازی

مقدمه :

با ظهور فناوری دیجیتال و پیدایی محیط سایبر، حوزه مطالعات ارتباطات جمعی نیز همانند دیگر حوزه‌های زندگی اجتماعی دگرگون شده است. بدینسان که در پی گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و امکان ذخیره‌سازی و جستجوی اطلاعات و نیز با پیدایش شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌رسانها، مخاطب منفعل به‌عنوان کاربری فعال و منبع تولید، توزیع و دریافت پیام تغییر وضعیت داده است. امروزه هزاران شبکه اجتماعی در اینترنت فعالیت دارند که هرکدام بر مبنای موضوع خاصی راهاندازی شده‌اند. هدف خدمات شبکه‌های اجتماعی ساختن جوامع آنلاین از افرادی است که مایلند عالیق و فعالیت‌های خود را به اشتراک بگذارند و با عالیق و فعالیت‌های سایرین آشنا شوند. شبکه‌های اجتماعی مجازی این امکان را فراهم میکند که کاربران براساس نیازهای خود، در میان انبوهی از محتواهای گوناگون، دست به انتخاب زده و با توجه به ذائقه، نیاز، سلیقه و از سوی دیگر، رسانه‌های تعاملی، امروزه این امکان را برای کاربران فراهم کرده. میل خویش، از پیام‌های رسانه‌ها استفاده کند تا تنها مصرفکننده یا دریافتکننده پیام‌های ارسال شده به سمت آنان نبوده و در صورت دارا بودن توانایی و تمایل، خود نیز دست به تولید محتوا بزنند. زنان یکی از مهمترین کاربران شبکه‌های اجتماعی هستند و به علت اهمیتی که این قشر از کاربران دارند، شناخت نوع و میزان استفاده آنان از شبکه‌های اجتماعی و نقش آن در حوزه‌ها و جنبه‌های مختلف زندگی آنان، دست اندرکاران حوزه رسانه‌های نوین، ذینفعان و کارشناسان حوزه خانواده و رسانه‌ها را برای کاهش آسیب‌ها و تقویت مزیت‌ها و منفعت‌های شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی زنان، یاری میرساند. زنان به دلیل جایگاه ویژه‌ای که در خانه و خانواده دارند، و به جهت تأثیر گسترده‌ای که بر روحیات، اخلاقیات و رفتارهای دیگر اعضای خانواده میگذارند از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند. کوچکترین تغییر، تحول و دگرگونی در سطح و حوزه نیازها و کمترین حد از ارتقاء یا کاهش تواناییها، مهارتها... در میان زنان، میتواند اثرات عمیق و گسترده‌ای بر دیگر اعضای خانواده داشته باشد. لذا در صورت شناسایی عوامل اثرگذار بر این تغییرات، و حتی شناسایی نحوه استفاده زنان از رسانه‌ها به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی که در میان زنان از استقبال زیادی برخوردار است، میتوان بر اثرات جانبی و غیرمستقیم آن بر دیگر اعضای خانواده نیز کنترل و مدیریت داشت. از سوی دیگر بسیاری از زنان به دلیل محدودیتهایی که در جامعه و در عرصه‌های مختلف اجتماعی دارند، فضای مجازی را گستره آزادی دانه و شاید متفاوتتر و یا حتی بیشتر از مردان از این فضا استفاده کنند. نتایج اغلب پژوهش‌های پیشین نشان داده که میزان کمیت و نوع کیفیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، بر جنبه‌ها و ابعاد مختلف زندگی کاربران اثر بسزایی میگذارد. با توجه به آثار مثبت و منفی گرایش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان اهمیت و. کاربران، شناخت آثار آن به منظور تقویت آثار مثبت و کنترل و کاهش آثار منفی آن، امری ضروری و الزم است ضرورت پژوهش حاضر از آنجا ناشی میشود که شناخت میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط زنان، دست‌اندرکاران این رسانه‌ها و حوزه مطالعات ارتباطات اجتماعی را برای تقویت آثار مثبت یاری رسانده و از سوی دیگر با شناخت آثار سوء میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، افراد ذیربط را در کنترل و کاهش این آسیب‌ها مدد خواهد رساند. لذا، این پژوهش با هدف مطالعه، بررسی و تحلیل وضعیت مصرف رسانه‌های نوین در میان زنان طراحی و اجرا شده است. و مسأله اصلی این پژوهش پاسخگویی به این سؤال است که میزان و نوع استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، چگونه است؟

میزان و نوع استفاده زنان از شبکه اجتماعی اینستاگرام

۸۴/۵ درصد زنان مورد مطالعه به استفاده از اینستاگرام پاسخ داده اند ۱۵/۵ درصد احتمال در اینستاگرام عضو نبوده اند ۵۱/۲ درصد از استفاده کنندگان از اینستاگرام سابقه حضور بین یک تا ۵ سال داشته‌اند که سابقه طولانی استفاده از این شبکه می‌تواند مربوط به جذابیت و کاربردهای فانتزی این شبکه باشد. ۷۳/۹ درصد از جمعیت ۸۴/۵ زنان به صورت منظم از اینستاگرام استفاده می‌کرده اند که این درصد بالا مؤید جذابیت و کاربردی بودن این شبکه نزد کاربران است ۵۳/۴ درصد زنان نمونه در روز کمتر از ۵ بار و ۴۶/۶ درصد بیشتر از ۵ بار اینستاگرام را چک می‌کنند. شناخت نوع استفاده این زنان می‌تواند ما را در کشف علت باز دیدهای روزانه زیاد از اینستاگرام یاری کند. زنان مورد مطالعه بیشتر جهت دریافت آموزشهای گوناگون علمی، آشپزی، بهداشتی و سلامت و... از صفحات اینستاگرام استفاده میکنند میانگین ۳/۶ در مقیاس اندازه گیری ۱ تا ۵ و این نشان دهنده کارکرد آموزشی اینستاگرام در میان زنان است.

۱۱ آسیب اینستاگرام برای زنان

در سال‌های اخیر محبوبیت شبکه‌های اجتماعی به شدت افزایش یافته به طوری که محبوب‌ترین شبکه‌ها صدها میلیون کاربر دارند. رسانه‌های نوین از روش‌های متنوعی برای انتقال پیام استفاده می‌کنند و با حجم زیادی از اطلاعات، در ساخت فرهنگ عمومی و ارزش‌های مطلوب یا نامطلوب، باورها و افکار عمومی موثرند. این فناوری‌ها هم می‌توانند در راستای ارتقای علمی افراد و جامعه نقش داشته باشند و هم در صورت افراط، می‌توانند زمینه‌ساز مشکلات رفتاری و روانشناختی افراد و در نهایت جامعه باشند.

نویسندگان مقاله حاضر برای آسیب‌شناسی فضای مجازی بر زنان به مشاهده و بررسی مطالب موجود در پست‌ها، کامنت‌ها و استوری‌های برخی از کاربران پرداخته‌اند. علاوه بر این، ۱۰ نفر از کنشگران زن در اینستاگرام که به صورت مطلوب در حوزه زنان فعالیت می‌کنند جهت انجام مصاحبه در مورد آسیب‌های اجتماعی زنان در اینستاگرام انتخاب و مصاحبه‌هایی در مورد مهمترین آسیب‌های اینستاگرام بر زنان با آنان انجام شده است. در ادامه فهرست و شرح کوتاهی از این آسیب‌های آمده است؛

۱- عادی سازی بی اخلاقی: کاربران زن اینستاگرام در معرض مشاهده مفاسد اخلاقی مانند قماربازی، شرابخواری،

خشونت، انحرافات جنسی و نیز دروغ و فریب، فحاشی، ... قرار می‌گیرند و پس از مدتی به دلیل عادی شدن مواجهه با چنین مواردی قبح چنین اعمالی از بین رفته و حتی در برخی از موارد منجر به انجام رفتارهایی خلاف اخلاق در فضای حقیقی نیز می‌شود.

۲- مدگرایی: شبکه اینستاگرام با تبلیغ، الگومایی و ترویج ظاهری خاص، به همراه ارائه راه‌های دستیابی به آن، افراد را برای رسیدن به ایده‌آلی بی‌منطق و غیرواقعی، به تکاپو می‌اندازد.

۳- **افشای حریم خصوصی:** روزانه موارد بسیاری از افشای حریم خصوصی بانوان و انتشار تصاویر شخصی آنها به پلیس سایبری گزارش داده می‌شود. برخی زنان در اینستاگرام با انتشار تصاویری بازسازی شده و غیرواقعی، به دنبال جذب تعداد زیادی لایک و فالوئر هستند. این رفتار باعث ایجاد احساس اعتماد به نفس کاذب در آنان می‌شود و می‌تواند زمینه‌ساز بروز اختلالات و بیماری‌های روانی از جمله خودشیفتگی شود.

۴- **بی‌توجهی به انجام دستورات دینی از جمله رعایت عفاف و حجاب.**

۵- **مشکلات روحی و روانی:** مصاحبه‌شوندگان در پژوهش حاضر مشکلات روحی و روانی را یکی از آسیب‌های شایع اینستاگرام برای زنان می‌دانند. مصاحبه‌شوندگان افزایش اضطراب و نگرانی، افسردگی، ناامیدی و یاس، پرخاشگری، خودکم‌بینی‌ها و کاهش اعتماد به نفس را از مهمترین آسیب‌های رایج تلقی کرده‌اند.

۶- **میل به ابراز وجود:** زنان جوان در اینستاگرام با انتشار تصاویر و ویدئوهایی از خود، حالات روحی و احساسات درونی به شکل اغراق‌آمیزی به نمایش می‌گذارند؛ برای نمونه در حال مصرف مواد مخدر و مشروبات الکلی. انتشار این تصاویر اغراق‌آمیز هم برای خود فرد و هم دیگران آسیب‌زا است و منجر به بروز احساسات با شدت و عمق غیرحقیقی می‌شود.

۷- **فرد گرایی و تضعیف نقش مادری و همسری:** برخی از کاربران افراطی اینستاگرام به نقش مهم و ارزشمند خود در خانواده که همسری و داشتن تعامل مناسب با همسر است بی‌توجهی کرده و آن را امری با اولویت تلقی نمی‌کنند. افزون این‌که بر اثر تبلیغات منفی بسیاری از گروه‌های فمینیستی در اینستاگرام، ازدواج و مادری امری بی‌ارزش تلقی می‌شود.

۸- **اعتیاد مجازی:** استفاده افراطی از اینستاگرام و وابستگی شدید به آن، نوعی از اعتیاد مجازی است. اینکه زنان به صورت ناخودآگاه و ناخواسته سراغ اینستاگرام می‌روند از نشانه‌های اعتیاد به آن است.

۹- **جلوه‌گری خود ایده آل:** آنچه در اینستاگرام با آن مواجهیم ابراز خود به صورت غیرحقیقی است. زنان در اینستاگرام با انتشار تصاویری بازسازی شده و غیرواقعی، به دنبال جذب تعداد زیادی لایک و فالوئر هستند. به عبارت دیگر آن ویژگی‌هایی از خود را نمایش می‌دهند که دوست دارند باشند نه آنچه به صورت حقیقی هستند. این رفتار باعث ایجاد احساس اعتماد به نفس کاذب در آنان می‌شود و می‌تواند زمینه‌ساز بروز اختلالات و بیماری‌های روانی از جمله خودشیفتگی شود.

۱۰- تغییرات فرهنگی : نویسندگان مقاله حاضر معتقدند این فضا، قواعد فرهنگ واقعی را کمرنگ می‌کند. در فضای واقعی، در جامعه ایران، قواعد عرفی و قانونی مشخصی برای مثال در مورد رعایت حجاب وجود دارد. این قواعد در فضای مجازی، یا به صورت اندکی به نمایش گذاشته می‌شوند یا اصلاً به نمایش گذاشته نمی‌شود. تا جایی که انتشار و تماشای عکس بی‌حجاب، برای بسیاری از کاربران، امری طبیعی و به هنجار در فضای مجازی به شمار می‌آید.

۱۱- روابط آزاد با نامحرم و خیانت سایبری: به دلیل اینکه فضای مجازی بسیاری از تاثیرات فضای واقعی را دارد، از نظر اسلام در حفظ حریم در ارتباط با نامحرم، فرقی بین محیط واقعی و محیط مجازی نیست و ارتباط در محیط مجازی همانند خلوت دو نامحرم است و چون کسی به آنجا راه ندارد، بنابراین محل اشکال است. آموزش سواد دیجیتال، سواد رسانه و سواد فضای مجازی، برای همه کاربران لازم و ضروری است.

پنج راهکار برای جلوگیری از آسیب‌های فضای مجازی بر زنان

- نخست اولین راهکار مدیریت خود و ترک اعتیاد مجازی است. کاربران اینستاگرام باید توجه کنند گشت و گذار در فضای مجازی اگر بدون نیاز واقعی و توجیه علمی صورت گیرد باعث از دست رفتن سرمایه عمر و اتلاف وقت خواهد شد؛ بنابراین، ترک سرگردانی و بی‌برنامگی در استفاده از فضای مجازی به عنوان بهترین راهکار جهت ایمن ماندن از آسیب‌ها است.

- دوم افزون بر مدیریت خود، باید آموزش‌های مجازی لازم از سوی سازمان‌ها مربوطه گسترش یابد. در غیر این صورت دیگر نمی‌توان با آسیب‌های اجتماعی ایجاد شده مقابله کرد.

- سوم نقش حیاتی والدین در آموزش و کنترل فرزندان نیز نباید نادیده گرفته شود.

- چهارم افزایش آگاهی درباره فضای مجازی و فلسفه آن و نیز کارکردها و آثار آن نیز از عوامل مهم بازدارنده دیگر است. بسیاری از آسیب‌ها بر اثر ناآگاهی در این زمینه است. آموزش سواد دیجیتال، سواد رسانه و سواد فضای مجازی، برای همه کاربران لازم و ضروری است.

- پنجم تقویت باورهای دینی از دیگر راهکارهایی است که نویسندگان مقاله حاضر بر آن تاکید می‌کنند. بنا به باور آنها «تقوای حضور» موجب می‌شود با وجود حضور در فضایی پرخطر، فرد از آسیب‌های آن در امان ماند.

در سطح جهان، اینستاگرام نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی دارای بیشترین سرعت (خصوصی نمیشوند) عینوفر، ۱۳۹۵ بهطوری که تعداد کاربران آن در جهان از یک میلیون نفر در سال ۲۰۱۰ به (Sheldon, رشد است) نقل شده در ۲۰۱۵ Site Statista, بیش از یک میلیارد نفر در سال ۲۰۱۸ رسیده است) ۲۰۱۸.

تلفن همراه هوشمند و زندگی روزمره در اینستاگرام

تحریک پذیری، چند کارکردی و اتصال دائم به اینترنت، ویژگی‌های تعیین کننده تلفن‌های همراه هوشمند و وب موبایلی است. این ویژگی سبب میشود تا تلفن هوشمند در روالهای زندگی روزمره جایگیر شوند. بدین وسیله میتوان تلفن همراه را بدون Frey, (کمترین مزاحمت برای ثبت و ضبط لحظها و تصویربرداری از سوژه به هنگام انجام فعالیتهای روزمره به کار برد رسانه‌های شخصی جدید طی کمتر از دو دهه وارد قلمروی معمولی زندگی ما شده و به بخشی از قواعد و (2012 عاداتهای ما تبدیل شده و رسانه‌ها را به امری عادی و اجتنابناپذیر تبدیل کرده‌اند. منظور از معمولی تمام کارهایی است که ما در زندگی روزمره انجام میدهم و بهطور خاص شیوه‌هایی است که ما کردارهای پوشیدن لباس، گذران اوقات فراغت و پخت و پز را انجام میدهم) حسنی، ۱۳۹۵). امکان به اشتراک‌گذاری دیداری آنی زندگی روزمره، هم با افرادی است که با آنها روابط صمیمانه داریم و در دایره خویشاوندان و اعضای گروه‌های کوچک قرار میگیرند و هم افراد کاملاً بیگانه که اتصال آنها بهواسطه شبکه‌های شدن روابط آنلاین به وقوع پیوسته است. در اینستاگرام با انواع گوناگون بازنماییها مواجه میشویم که در صفحه اول اینستاگرام ما قرار میگیرند و فاقد تجربیات و روابط مشترک پیشین با آنها بودهایم و بهواسطه تحولات فناوری به شکل مجازی در نزدیکی ما قرار گرفته‌اند. این تحولات که بخش زیادی از آنها در شبکه اجتماعی اینستاگرام متبلور شده‌اند، روالهای زندگی روزمره ما را با الگوها و هنجارهای جدیدی مواجه کرده‌اند. با رواج بیشتر اینستاگرام، افراد بیش از 2007 (به گفته جمیسون 1 (گذشته با این لحظه‌ها درگیر و آنها را به شکل دیداری به اشتراک میگذارند) حسنی، ۱۳۹۵ ارتباط دیداری در اصل اطلاعاتی است که از طریق تصاویر به بیننده منتقل میشود و در واقع خالق تصویر آن را خلق و (قابندی کرده است تا بهطور اختصاصی از طریق یک رسانه برگزیده انتقال دهد و سپس بیننده آن تصویر از طریق فیلترهای آنها را تفسیر و فهم میکند 2 شخصی که از تجربیات شخصی، پس زمینه فرهنگی و اجتماعی و نگرشها تشکیل شده است، تحلیل نحوه سازماندهی عکسها و نوع تصاویر به اشتراک گذاشته (2012) به بیان الپتون (Hellberg, به نقل از ۲۰۱۵ شده میتواند بینش و آگاهی نسبت به هویت، جنسیت، قومیت، سبک زندگی، جنسیت، کردارهای نمایش خود، روابط و زندگی اجتماعی را افزایش دهد

یافته‌های پژوهش درباره میزان استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی در شبانه‌روز به تفکیک حوزه تخصصی تحصیلی نشان داد؛ میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط تحصیل کرده‌های علوم هنری و علوم انسانی به مراتب بیشتر از فارغ‌التحصیالن حوزه‌های مهندسی، علوم و کشاورزی است، فارغ‌التحصیالن علوم پزشکی کمترین استفاده را از شبکه‌های اجتماعی می‌برند. تحلیل آنکه^۲ به علت فعالیت‌های هنری، تحصیل کرده‌های هنر احتمال جستجو در شبکه‌ها برای آشنایی با محصولات و^۳ به کالاهای هنری و تحصیل کرده‌های علوم انسانی احتمال دلیل مهارت کسب شده به واسطه رشته تحصیلی در یافته‌ها درباره برقراری رابطه با دیگران (دوستان، آشنایان، خانواده، خویشاوندان و...) بیشتر از این شبکه‌ها استفاده میکنند میزان استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی مجازی در شبانه روز به تفکیک وضعیت تأهل و مجرد، نشان داد که مجردها به مراتب بیشتر از متأهلین از شبکه‌های اجتماعی استفاده میکنند. از نظر تحلیلی، این نتیجه دور از انتظار نیست. زنان مجرد به واسطه فرصت بیشتری که دارند، میتوانند برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی زمان بیشتری صرف کنند ولی زنان متأهل مشغله‌های بیشتری داشته و فرصت کمتری برای گذران اوقات در شبکه‌های اجتماعی دارند. تأمل و تفکر در یافته‌های پژوهش و تحلیل و بررسی میزان و نوع استفاده زنان مورد مطالعه از شبکه‌های اجتماعی مجازی نشانگر جذابیت این شبکه‌ها نزد زنان و استقبال گسترده و گرایش زیاد به این شبکه‌هاست. اما با توجه به اینکه توئیتر و فیس‌بوک، خصلت مشارکتی بیشتری در حوزه‌های تولید محتوا و مشارکتهای اجتماعی، سیاسی و فرهنگی دارد، زنان از این شبکه‌ها کمتر استفاده کرده‌اند. این نتایج، لزوم توجه به توانمندسازی زنان در کنشگری در شبکه‌های اجتماعی را مورد تأکید قرار میدهد. در هر حال، گرایش شدید زنان به استفاده زیاد از این شبکه‌ها در طول شبانه‌روز، مؤید نظریه کاستلز است که معتقد بود منطق جامعه شبکه‌های به گونهای در حال سرایت به کلیه ابعاد زندگی انسان و تمام فضاها، فرهنگی و اقتصادی است. از سوی دیگر انتخاب زنان از میان شبکه‌های اجتماعی گوناگون و محتواهای مختلف آن، مؤید نظریه استفاده و رضامندی بوده و نتایج پژوهش حاضر نشاندهنده این است که زنان با توجه به نیازهای خود (آموزش علمی، بهداشتی، آشپزی، تفریح و سرگرمی، ارتباط با دوستان و...) از شبکه‌های اجتماعی مختلف استفاده میکنند تا حد بیشتری از رضایتمندی در آنان حاصل شود. نظریه کاشت که بر میزان زیاد استفاده از رسانه‌ها و تأثیر آن بر ابعاد مختلف فکری و رفتاری فرد، تکیه میکند نیز قابل تأمل است. میزان زیاد استفاده از شبکه‌های اجتماعی هرچند که ممکن است به منظور برقراری روابط با خویشان، دوستان، همکاران و... در این شبکه‌ها باشد، اما در نهایت به کاهش روابط چهره به چهره زنان با اعضای خانواده و دیگران منجر شده که توجه به تبعات منفی و نامطلوب این امر، ضروری است.

در این مقاله به دنبال کشف مؤلفه‌های باز نمود یافته سبک زندگی در صفحات اینستاگرامی زنان جوان و پاسخ به این پرسش بودیم که «زنان جوان ایرانی فعال در شبکه اجتماعی اینستاگرام چه تصویری از سبک زندگی خود در این فضا به نمایش می‌گذارند؟». در سالهای اخیر شبکه اجتماعی اینستاگرام با امکانات خاص خود توانسته جایگاه و محبوبیت فراوانی میان کاربران ایرانی عالقهمند به فضای مجازی، به‌ویژه زنان جوان پیدا کند. زنان و دختران ایرانی فعال در اینستاگرام با انتشار عکسها و تصاویری از فعالیت‌های روزمره‌شان این لحظات را با دیگران به اشتراک گذاشته و آنان را در احساسات و تجربیات خود سهیم میکنند. این پُستها و تصاویر در واقع باز نمودی است از علایق، انتخابها و ترجیحات، ارزشها و نگرشها و به‌طور کلی سبک زندگی آنها که گاهی میتواند برای دیگر زنان و دنبال‌کنندگان این صفحات جذاب و الهام‌بخش باشد زنان جوان ایرانی فعال

در اینستاگرام اغلب تمایل دارند وجوه خوشایند زندگی خود را به نمایش بگذارند. بهخصوص آن دسته از کاربرانی که تعداد دنبالکنندگان بالایی دارند، تمایل زیادی به تأثیرگذاری مثبت بر مخاطبان و دنبالکنندگانشان دارند. آنها عالوه بر باز نمود موضوعات شخصی و مسائل روزمره، از دغدغههای بزرگتری حرف میزنند یا بسیاری از مسائل شخصی را با هدف تأثیرگذاری و داشتن یک نتیجهگیری عمومی بیان میکنند. این دست زنان جوان، قابهای مختلفی از زندگی خود را به نمایش میگذارند. ...حضور در عرصههای مختلف اجتماعی و پذیرفتن همزمان نقشهای متعدد همچون خانهداری، مادری، دانشجویی، شغلی و زندگی روزمره آنها را تلفیقی از این نقشها ساخته است. اگرچه زنان جوان ایرانی در سالهای اخیر به جایگاه اجتماعی والتری در جامعه دست پیدا کرده و توانمندیها و استعدادهای خود را در عرصههای مختلف شغلی و تحصیلی بهمنصه ظهور رساندهاند، اما از نقشهای سنتی خود نظیر خانهداری و رسیدگی به امور خانواده و فرزندان نیز غافل نشدهاند. باز نمود زندگی روزمره زنان، بهویژه آنان که همزمان چندین نقش را در عرصههای مختلف بر عهده دارند، نشان از تالش آنها برای ایجاد محترم و ارزشمند شمردن اراده و تصمیم شخصی زنان در انتخاب . تعادل میان این نقشها دارد تا هیچیک فدای دیگری نشود نقش و سبکزندگیشان برای آنها از اهمیت ویژهی برخوردار است. آنها جایگاه و نقش یک زن خانهدار را به همان اندازه مهم، جدی و کلیدی تلقی میکنند که نقش یک زن کارمند در جایگاه شغلی یا یک زن دانشجو در جایگاه تحصیلیاش را و هیچیک را برتر از دیگری نمیدانند. در واقع، همانطور که مطالعات مشابه دیگر (عینیفر، ۱۳۹۵) نیز نشان داده است این نقشها نیستند که به زنان هویت، قدرت و برتری میدهند، بلکه زنان هستند که موقعیتهای و نقشهایی که بر عهده میگیرند را ارزشمند ساخته زنان جوان ایرانی با حضور و فعالیت در . و با استفاده از ایده، خالقیت و شیوههای منحصر به فرد خود به آنها تمایز میبخشند شبکه اینستاگرام و به تصویر کشیدن تجارب روزمره خود در این فضای عمومی از حالت انفعال، خارج و به سوژههای فعال تبدیل میشوند. بسیاری از آنان با بیان مسائل معمول روزمره نظیر مادریو خانهداری درصدد معنا و ارزش بخشیدن به اموری هستند که از نگاه عموم غایب مانده یا کماهمیت شناخته میشود و از این طریق بهدنبال غلبه بر تصویرسازیهای سنتی حاکم بر اذهان عمومی، و ارائه تعریفی نو از زندگی زن و دختر ایرانی هستند باز نمود زندگی روزمره زنان جوان فعال در اینستاگرام نشان از آن دارد که از نگاه این قشر، تهیه و آماده کردن غذا صرفاً با هدف سیرشدن بدن صورت نمیگیرد، همانطور که کار کردن بیرون از خانه و اشتغال نیز صرفاً با هدف کسب درآمد و تأمین مالی خود و خانواده صورت نمیپذیرد. خانه نیز بهمعنای داشتن جایی برای سکونت صرف اعضای خانواده نیست، بلکه فعالیتهای روزمره زنان در عین حال که در راستای رفع نیازهای اولیه انسانی انجام میپذیرند، باید فعالیتی لذتآفرین و رضایتبخش برای عاملان آن یعنی زنان و خانواده آنها باشد. به همین دلیل، است که زنان نه تنها به پخت خوراک و غذا بلکه به طراحی، تزیین و تنوع آن نیز اهمیت داده و آن را از حالت یک وظیفه تکراری و خستهکننده هرروزه به فعالیتی هنری و خوشایند تبدیل میکنند. آنها کار کردن بیرون از خانه و پذیرفتن مسئولیتهای شغلی را نه فقط با هدف کسب استقلال مالی بلکه در جهت تأکید بر جایگاه اجتماعی و پیگیری عالیق و اهداف فردیشان پی میگیرند. زنان و دختران محل زندگی خود (خانه یا اتاق شخصی) را نه فقط به چشم سقفی برای زیستن، بلکه بهعنوان محلی برای آرامش خود و اعضای خانوادهشان میبینند لذا تالش میکنند آن را به سبک و سیاقی که خود میپسندند داشتن حریم و فضای شخصی موضوع دیگری است که برای زنان جوان ایرانی از جایگاهی . طراحی کرده و سامان بخشند ویژه برخوردار است. وقت گذاشتن برای خود و رسیدگی به امور شخصی یا خلوتکردن با خود و پرداختن به عالیق و اموری که برای آنها آرامشبخش محسوب میشود، فارغ از وظایف و دغدغههای روزمرهشان موضوعی است که نه تنها دختران جوان و مجرد بلکه زنان متأهل و صاحب فرزند نیز در فضای اینستاگرام بر آن تأکید زیادی دارند. از دیدگاه آنها نقشهای مختلف زنان همچون نقشهای خانوادگی (مادر و همسر بودن) یا نقشها و وظایف شغلی و... نه تنها نباید موجب نادیده گرفتن خود و بودریار 1. نیازهای شخصی شود، بلکه موفقیت در هریک از این نقشها در گرو توجه به خود و عالیق و نیازهای شخصی است

در مبحث «نظام اشیاء»، معتقد است که هر یک از اشیاء در حکم یک نشان‌هاند و معنای خود را از نظام منسجم نشان‌ها کسب میکنند. در واقع کاربرد هر یک از اشیاء تعیین‌کننده نقش و مفهومشان نیست، بلکه اشیاء برای صاحبانشان منزلت و پرستیژ به همراه می‌آورند (بودریار، ۱۳۹۳: مقدمه مترجم). زنان جوان ایرانی فعال در اینستاگرام نیز با منتشر کردن عکسهایی از موقعیتهای و اشیای مختلف خود را معرفی و آنچه را که در زندگی روزمره با آن در تماسند به دیگران نشان میدهند و از این طریق بر تمایز خود با دیگران تأکید میکنند. این اشیاء صرفاً اشیایی معمولی نیستند، بلکه در حکم نشان‌هایی عمل میکنند که از سوی دیگر به بیان... در پس آنها معنایی نهفته است که کاربر با نمایش آن سعی در معرفی خود و سبکزندگیش دارد بودریار همواره در اشیاء به‌عنوان نشان‌ها دخل و تصرف صورت میگیرد. این دخل و تصرف سبب تمایزها میشود، خواه از طریق وابسته‌کردن فرد به گروه خودش به‌عنوان یک مرجع ایده‌آل و خواه با جدا کردن او از گروهش و ارجاع او به گروهی که از منزلت بالاتری برخوردار است (بودریار، ۱۳۸۹: ۷۸). زنان با نمایش اشیاء و فعالیتهای روزمره‌شان همچون خانه و وسایل آن، محل کار و لوازمش، گذران وقت با همسر یا دوستان، و... خود را معرفی و به نوعی متعلق به گروه‌های اجتماعی خاصی نشان میدهند. چنین بازآموزهایی نه به منظور ایجاد تعلق به یک گروه با منزلت بالاتر، بلکه با هدف منزلت بخشیدن به گروهی است که متعلق به آن هستند. زنان با نمایش روزمرگیهای به ظاهر عادی خود همچون خانه‌داری، پرورش و نگهداری از گل و گیاه در خانه، آشپزی و چیدمان خانه چنان اهمیتی به آن میبخشند که برای بسیاری از مخاطبان صفحات اینستاگرامی آنان تماشایی، جذاب و الهام‌بخش بوده و برای صاحبان این صفحات منزلت و سرمایه اجتماعی به همراه می‌آورد روی آوردن به دنیای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و قرار گرفتن کاربران آن در معرض دیگر اشکال سبکزندگی، بستری برای رهاشدن افراد از محدودیتهای ساختاری و نمایش عاملیت خود فراهم می‌آورد. در نهایت این امر موجب تغییر هویت شده و در دنیای واقعی و روزمره نیز به گونهای ملموس و در سطح انضمامی موجب تغییر سبکزندگی آنها میشود (به نقل از ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵). به‌نظر میرسد گرایش فراوان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی چون اینستاگرام که به محلی برای روزمره‌نگاری زنان و دختران ایرانی تبدیل شده عالوه بر آنکه امکان بازنمود خود و سبکزندگی خود را برای کاربرانش فراهم کرده است، برای مخاطبان این بازآمودها نیز به‌مثابه پلی عمل میکند که آنان را از سطح نیازهای اولیه همچون خوراک، پوشاک و مسکن فراتر برده و دغدغه‌ها و نیازهای جدیدی را در آنها شکل میدهد که به‌واسطه آن به اتخاذ راهبردها و ... گونه‌های جدیدی از کنش و نگرش در زندگی تمایل پیدا میکنند

منابع:

- آتشینصدف، عبدالرضا (۱۳۹۳) مفهومی‌شناسی، پیشینه و مؤلفه‌های سبک‌زندگی دینی. مجله پایش سبک‌زندگی، رصدنامه تحلیلی علمی و اطلاع‌رسانی سبک‌زندگی
- زاد ارمکی، تقی و شالچی، وحید (۱۳۸۴) دو جهان ایرانی: مسجد و کافی شاپ. فصلنامه فرهنگی و ارتباطات، شماره ۴
- هنوئیگدنه، عباس (۱۳۹۱) جوانان، سبک‌زندگی و هویت اجتماعی. فصلنامه مطالعات سبک‌زندگی، سال اول
- بودریار، ژان (۱۳۸۹) جامع‌ه مصرفی، ترجمه‌ه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث
- بودریار، ژان (۱۳۹۳) نظام اشیاء، ترجمه‌ه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث
- وردیو. پییر (۱۹۹۹) ترجمه حسن چاووشیان (۱۳۹۰) تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی، تهران: ثالث
- بیبک آبادی، غزال (۱۳۹۱) بررسی مؤلفه‌های سبک‌زندگی و الگوهای رفتار در فیلم‌های سینمایی پرفروش سه دهه سینمای ایران. فصلنامه مطالعات سبک‌زندگی، سال اول، شماره ۲
- تاپریال، واریندر و کانوار، پریا (۱۳۹۳) درک رسانه‌های اجتماعی، ترجمه‌ه منا یوسفی و فرشاد فحیمی، تهران: انتشارات
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲) مصرف و سبک زندگی. قم: نشر صبح صادق
- مهدویکنی، محمدسعید (۱۳۸۷) دین و سبک‌زندگی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ دوم
- مهدیزاده، سیدمحمد (۱۳۸۷) رسانه و بازنمایی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
- ولیزاده، محمد جواد (۱۳۹۱) ضرورت ارائه تعریف بومی از سبک‌زندگی. پایگاه تحلیلی تبیینی برهان