دریچه

محمد سرابی؛ روزنامه‌نگار

لطفا دست نزنید

بلاگرها و اینفلوئنسرها برای افزایش دنبال‌کننده، مرزشکنی و هنجارشکنی‌های عجیبی را ثبت می‌کنند

چند روز پیش تصویری از یک بلاگر در موزه‌ای تاریخی در فضای مجازی منتشر شد که نشان می‌داد از راهبندها عبور کرده و با کلیدهای یک پیانوی ۱۲۷ساله بازی می‌کند. امسال تصاویر مشابهی از بلاگرها و اینفلوئنسرهایی دیده‌ایم که در آب‌های غارعلیصدر شنا کرده‌اند، زنان را در برنامه زنده اینستاگرامی کتک زده‌اند و... چرا عده‌ای برای دیده‌شدن نیازمند عبور از مرزها و شکستن قوانین هستند؟

ضدفرهنگ یادگاری نویسان

سال پیش بود که معلوم شد خرابکاران با شیء تیزی روی دروازه ملل مجموعه باستانی تخت جمشید نام خود را نوشته بودند. مهرداد ناظری، جامعه‌شناس و عضو هیأت علمی دانشگاه در این‌باره به همشهری می‌گوید: «یکی از موضوعاتی که در سال‌های اخیر در جامعه ما بسیار بروز و ظهور پیدا کرده، نوعی خودپرستی، منفعت‌طلبی یا فردگرایی مفرط است. در حقیقت، ما به مرحله‌ای رسیده‌ایم که دیگر منافع عمومی یا منافع جمعی آن‌قدر برایمان اولویت ندارد؛ با پدیده‌ای روبه‌رو هستیم که افراد اخلاقیات جمعی را مورد توجه قرار نمی‌دهند و به‌دنبال نوعی لذت‌جویی آنی هستند که نتیجه آن می‌تواند حذف یا بی‌توجهی به میراث ملی باشد.»

اقتصاد بیشتر دیده‌شدن

درآمد داشتن از صفحه‌های اینستاگرامی به تبلیغاتی بستگی دارد که مبلغ آن با تعداد دنبال‌کنندگان صفحه تعیین می‌شود. ناظری با اشاره به اینکه اقتصاد امروز نوعی اقتصاد مبتنی بر توجه است، می‌گوید: «اقتصاد مبتنی بر توجه یعنی اگر بتوانم توجه‌ها را به‌خودم جلب کنم از لحاظ اقتصادی و فردی رشد می‌کنم. جوامع و افرادی که کمتر با فرهنگ آشنا هستند، متأسفانه در این سیرک دیجیتال شرکت می‌کنند و یا به این موضوع می‌خندند، یا این موضوع را جالب فرض می‌کنند، یا آن را غیرمنتظره می‌بینند؛ همین باعث می‌شود ویوی صفحه آن فرد بالا برود و در نهایت همه اینها به‌نظر من کمک می‌کند که ما با پدیده‌ای غیرمنتظره روبه‌رو شویم که برای عده زیادی تأسف‌آور است، ولی برای عده‌ای می‌تواند شرایط متفاوتی داشته باشد.»

اصل و شرح

ایران عزیزتر شد

پایان این گفت‌وگو به موضوعی فراتر از روانشناسی مجازی می‌رسد؛ هویت ملی و تغییر احساس تعلق مردم به ایران پس از جنگ. حاتمی که پیش از جنگ ۱۲روزه درباره گسست هویتی نوجوانان به مسئولان نامه نوشته بود، در بخش پایانی گفت‌وگو از تغییری صحبت می‌کند که به اعتقاد او پس از جنگ ۴۰روزه در نگرش بخشی از جامعه نسبت به هویت ایرانی شکل گرفته است. «من الان در حال تهیه نامه‌ای هستم تا به مسئولان تبریک بگویم. به‌نظرم بعد از جنگ ۴۰روزه، هویت ملی و اسلامی ما تقویت شده است. کسانی که قبلا حتی ایرانی بودن خودشان را کتمان می‌کردند، حالا با افتخار از ایرانی بودنشان صحبت می‌کنند.»

بازار داغ روانشناس‌نماها

رئیس انجمن علمی مطالعات روان‌درمانی ایران از جولان افراد فاقد صلاحیت در اینستاگرام و صداوسیما گفت

جامعه امروز

فاطمه عسکری نیا | روزنامه‌نگار | ظاهرا برای پیداکردن روانشناس، دیگر نیازی به جست‌وجوی طولانی نیست. کافی است چند دقیقه در اینستاگرام بچرخید تا با انبوهی از صفحه‌هایی روبه‌رو شوید که هرکدام وعده‌ای برای شناخت شخصیت، کشف تروماهای کودکی و درمان مشکلات روانی دارند. یکی در چند ثانیه اختلال دوقطبی را تشخیص می‌دهد، دیگری از روی چند سؤال شما را خودشیفته می‌خواند و فردی دیگر نسخه رهایی از آدم‌های سمی زندگی را می‌پیچد. در این بازار شلوغ، گاهی تعداد دنبال‌کنندگان و قدرت بیان افراد از تخصص و صلاحیت حرفه‌ای آنها پیشی می‌گیرد. اما ماجرا فقط به اینستاگرام محدود نیست؛ بعضی از این چهره‌ها به برنامه‌های تلویزیونی، همایش‌ها و نشست‌های رسمی هم راه پیدا کرده‌اند و از همین مسیر برای فروش دوره‌ها و پکیج‌های گران‌قیمت خود مشتری پیدا می‌کنند. محمد حاتمی، استاد دانشگاه خوارزمی و رئیس انجمن علمی مطالعات روان‌درمانی ایران، در گفت‌وگو با برنامه پارک‌وی همشهری نسبت به گسترش این پدیده هشدار می‌دهد؛ پدیده‌ای که به گفته او، می‌تواند اعتماد مردم به خدمات تخصصی سلامت روان را از بین ببرد.

۲۴میلیون دنبال‌کننده برای نسخه‌های چندثانیه‌ای

حاتمی با اشاره به افزایش نیاز جامعه به خدمات روان‌شناختی پس از کرونا و بحران‌های سال‌های اخیر می‌گوید بخشی از افراد فعال در شبکه‌های اجتماعی، بدون داشتن تخصص و صلاحیت حرفه‌ای، از این نیاز عمومی برای معرفی خود به‌عنوان روانشناس و مشاور استفاده کرده‌اند.

او در توضیح تفاوت روانشناس متخصص با مدعیان این حوزه می‌گوید: «روانشناس کسی است که در دانشگاه‌های معتبر تحصیل کرده و برای فعالیت حرفه‌ای، پروانه سازمان نظام روانشناسی و مشاوره را دریافت کرده باشد. البته دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که هنوز پروانه ندارند، در شرایط مشخص و زیرنظر سوپروایزر می‌توانند فعالیت کنند. اما مسئله، افرادی هستند که اساسا تخصصی در روانشناسی ندارند و خودشان را روانشناس معرفی می‌کنند.» رئیس انجمن علمی مطالعات روان‌درمانی ایران از ارائه پرونده حدود ۸۰صفحه فعال در حوزه روانشناسی زرد به نهادهای نظارتی خبر می‌دهد و می‌گوید: «تعداد دنبال‌کنندگان برخی از این صفحات به ۲۴میلیون نفر هم می‌رسد. به اعتقاد او، این اعداد نشان می‌دهد که با یک پدیده محدود در فضای مجازی روبه‌رو نیستیم و نفوذ این افراد در زندگی و تصمیم‌های مردم جدی است.»



عکس: هنرمهری / محسن صیادی

تلویزیون به روانشناس‌نماها تریبون ندهد

یکی از انتقادهای صریح حاتمی در این گفت‌وگو متوجه رسانه‌ها، به‌ویژه صداوسیماست. او می‌گوید: «برخی از افرادی که تخصصی در روانشناسی ندارند، با حضور در برنامه‌های تلویزیونی و نشست‌های رسمی، برای خود اعتبار اجتماعی ایجاد می‌کنند و از همین اعتبار برای جذب مخاطب و فروش محصولات آموزشی استفاده می‌کنند.» حاتمی از مکاتبات و تذکرات خود به مسئولان صداوسیما درباره حضور این افراد خبر می‌دهد و معتقد است: «رسانه ملی باید در انتخاب کارشناسان حوزه سلامت روان دقت بیشتری داشته باشد.»



از آدم‌های سمی تا بسته‌های چندصد میلیونی

روانشناس‌نماها فقط با وعده درمان فوری مخاطب جذب نمی‌کنند. بخشی از فعالیت آنها بر پایه جملات کوتاه و جذابی است که در نگاه اول به مخاطب احساس قدرت و رهایی می‌دهد؛ حاتمی معتقد است: «این توصیه‌ها بدون شناخت شرایط فرد می‌توانند آسیب‌زا باشند. ممکن است فردی با شنیدن چنین جملاتی روابط خانوادگی و اجتماعی خود را قطع کند و به‌تدریج منزوی شود.» او همچنین نسبت به توصیه‌هایی که افراد را به سرکوب غم و اندوه یا نادیده‌گرفتن احساساتشان دعوت می‌کنند هشدار می‌دهد. به گفته او، احساسات بخشی از زندگی انسان هستند و نمی‌توان با چند جمله انگیزشی آنها را حذف کرد. حاتمی از بسته‌هایی با قیمت ۲۰میلیون تومان و سخنرانی‌هایی با مبالغ چندصد میلیون تومانی نام می‌برد و می‌گوید: «برخی از این افراد در کافه‌ها، مراکز تجاری و حتی در قالب تورهای گردشگری با عنوان خودشناسی و روانشناسی فعالیت می‌کنند.»

تشخیص درست مهم‌تر از درمان

اما مردم چطور می‌توانند روانشناس واقعی را از مدعیان این حوزه تشخیص دهند؟ توصیه حاتمی این است که پیش از مراجعه، پروانه فعالیت متخصص را بررسی کنند. به گفته او، پروانه و منشور اخلاقی باید در محل فعالیت نصب شده باشد و مراجعان می‌توانند با مراجعه به سایت سازمان نظام روانشناسی و مشاوره، اسامی افراد دارای مجوز را بررسی کنند. حاتمی می‌گوید: «ما در روانشناسی به‌دنبال تغییر پایدار هستیم، نه تسکین کوتاه‌مدت. باید ریشه مشکل را پیدا کنیم.»

داده نما

تهران ۵میلیون گیمر دارد

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای گزارش وضعیت مصرف بازی‌های دیجیتال در استان‌های پرمصرف کشور را منتشر کرد

پربازیکن‌ترین استان‌های کشور

تهران
۵ میلیون و ۳۷۰هزار بازیکن
خراسان رضوی
۲میلیون و ۸۸۰هزار بازیکن
فارس
یک میلیون و ۶۸۰هزار بازیکن

۳ استان خاص

خراسان رضوی: بیشترین بازیکن به نسبت جمعیت
۴۱درصد
خوزستان: بیشترین تعداد بازیکنان خانم
۴۰/۶درصد
تهران: بیشترین تعداد بازیکنان کنسولی
۴۰/۹درصد

۲۹/۳سال
میانگین کشوری سن بازیکنان

۹۴/۵درصد
بازی‌ها در کشور با تلفن همراه انجام می‌شود

صفحه‌آرا: حامد یزدانی

زبان مشترک جاده‌ای



ویدئویی که یکی از کاربران فضای مجازی درباره رسوم جالب کامیون‌داران در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرده، مورد توجه کاربران قرار گرفته است. این ویدئو راننده کامیونی را نشان می‌دهد که وقتی قصد سبقت‌گرفتن از کامیون دیگری را دارد، راننده کامیون جلوتر با راهنمای سمت راست به او علامت می‌دهد که می‌تواند از او سبقت بگیرد. بعد از انجام سبقت هم کامیونی که جلو رفته، با روشن کردن راهنمای چپ و راست، از راننده پشت سر تشکر می‌کند. اگرچه تعارفات جاده‌ای این کامیون‌داران در جاده‌های اروپا اتفاق افتاده، رانندگان خودروهای سنگین در ایران هم چنین زبان مشترک و تعارفات جاده‌ای با هم دارند.

متولد ایران، شهروند جهان

عروسک مشهور تودوک که در کشورهای دیگر هم مشتری دارد، محصول دست‌های زنان تاجمیر است

گزارش

سحر جعفریان عصر | روزنامه‌نگار | تودوک‌های قد و نیم‌قد با استخوان‌های چوبی و تن پارچه‌ای و دامن زری و سربند توری و صورت دکمه‌ای یا چشم و ابرو و لب‌ودهان نخی، بومی تاجمیرند؛ روستایی در استان خراسان جنوبی، شهرستان سربیشه. زنان تاجمیر مادر تودوک‌ها بوده و هستند. سر حوصله آنها را کوک زده و دوخته‌اند تا کودکان تاجمیر بازیچه محلی داشته باشند؛ بازیچه‌ای با نام عروسک تودوک که سال ۱۳۹۳به ثبت میراث فرهنگی ناملموس ایران رسید و تا ینگه دنیا به سوغات رفت. هاجر کلندرزهی از تودوک‌دوزان روستای تاجمیر در گفت‌وگو با همشهری از قصه‌های تاریخی این عروسک ایرانی و ماجراهای کارآفرینی زنان تاجمیر با آن می‌گوید.



تودوک، بازیچه گیس‌سفیدان و خردسالان

هاجر نخستین تودوک را وقتی دوخت که فاطمه، دخترش ۷سال داشت. اسم آن تودوک را گذاشت مه‌جبین بانو. مه‌جبین بانو، کمی شُل و وارفته، هنوز هم هست و سر تاقچه اتاق مهمان در خانه فاطمه نشسته است. هاجر بعد از آن نخستین تودوک، گه‌گاه تودوک‌های کوچک و بزرگ دیگری هم دوخت؛ تعدادی برای نوه‌هایش و تعدادی نیز برای دختران کم‌سن‌وسال همسایه. تا اینکه یکی از روزهای سال ۱۳۹۲ تودوک‌دوزی شد کسب‌وکارش؛ درست مانند بسیاری از زنان تاجمیر. هاجر از آن سال و از آن کسب‌وکار خاص می‌گوید: «تودوک، عاروسک کهنه‌سال (قدیمی) این حومه‌اس. بازیچه من گیس‌سفید بوده و الانم بازیچه بچه بچه منه.» برای ادعایی که گفته، گواه می‌آورد: «اینجا که شهر نیست اسباب‌بازی و از این چیا داشته باشه. ننه هرکس با لَت (تکه) پارچه و چند باریکه چوب و برگای بودار (معطر) براش وسیله بازی درست می‌کنه. تودوک یعنی دختر کوچیک بیشتر برا دختراس و مرد چوپون هم برا پسرا.» کمی مکث می‌کند؛ طوری که مطمئن شود شش‌دانگ حواس‌مان پی نکته مهمی است که حالا می‌خواهد بگوید: «تو این کاغذا (روزنامه) و اینترنتا نوشتن بی‌بی‌گل کلندرزهی، تودوک تاجمیر رو زنده کرد. بله، بی‌بی‌گل سبب شد که تودوک‌دوزی هم کار و نون ما بشه، هم اعتبار تاجمیر، ولی قبل از اون، بانوبخت کلندرزهی خدابیامرز بود که همه‌ش سنگ عاروسک تودوک رو به سینه می‌زد و می‌گفت نذارید ایی میراث، خاک شه.» سال ۱۳۹۰ یکی از صدها تودوک دوخته‌شده به‌دست بی‌بی‌گل کلندرزهی، سر از خانه عروسک بیرجند درآورد و سال بعدش هم یکی، دو تودوک او رسید دست شماری از فعالان اجتماعی و تسهیلگران امور کارآفرینی زنان روستایی: «چندتایی خانوم شهری اومدن تاجمیر. می‌گفتن واسه اشتغال‌زایی اومدن. باید زودتر از اون وقت می‌اومدن؛ خو اینجا کار نبود؛ زمینش که کویر برهوته و هواش هم خشک. گفتن شما تودوک بدوزید، ما براتون می‌فروشیم.» تودوک نخستین عروسک بومی و محلی ایران است که سال ۱۳۹۳ در فهرست میراث فرهنگی ناملموس ملی به ثبت رسید.

تودوک‌های تاجمیر سیتیزن‌های جهانی‌اند

همین که اسم تودوک رفت لابه‌لای اسامی میراث فرهنگی ناملموس ایران، سالن آجری و تقریبا ۲۰متری نمایشگاه و فروشگاه عروسک‌دوزی تاجمیر هم ساخته شد. هاجر گفت‌وگو را پیش می‌برد: «تو تاجمیر رسم نیست زنا خیلی از سرا (خانه) بیرون دربیان؛ واسه همین عاروسک‌خونه گلکاری (بنا) شد. اولا نصف زنای تاجیمر هرچی پارچه و دکمه و چوب داشتن، می‌آوردن عاروسک‌خونه و دورهم تودوک می‌دوختن.» بعضی روزها سالن آجری تازه بناشده تاجمیر از شمار زیاد زنان تودوک‌دوز جای سوزن‌انداختن نداشت و به‌ناچار تودوک‌دوزی شیفت‌بندی می‌شد؛ ۸صبح تا ۱۲ظهر و ۲بعدازظهر تا ۱۷غروب. زنانی که در دوزندگی و سایزبندی تودوک‌ها تروفرز بودند، روزی ۸ تا ۱۰ تودوک می‌دوختند. هاجر در این‌باره توضیح می‌دهد: «بیشتر ایا ۵ تا ۶تودوک می‌تونستن سر هم بدوزن، بستگی به تعداد سفارشا داشت. مثلا سفارشای عمده رو چند نفر از یه منزل، مادر و دختراش دست می‌گرفتن. سفارشای سوغات خارج رو هم حوصله‌دار و اونا که لتای پارچه‌ای گرون داشتن می‌دوختن.» به اعتقاد هاجر و بسیاری از زنان تاجمیر، تودوک بخت بلندی دارد که از این روستای مرزی تا راه‌هایی خیلی دور می‌رود؛ راه‌هایی که هاجر و آن بسیاری از زنان تاجمیر، پیش‌تر نامشان را نمی‌دانستند؛ آلمان، کانادا، برزیل، فرانسه، هلند و استرالیا.

مکث

جنگ عروسک‌کش

با آنکه جنگ کسب‌وکار تودوک‌دوزی تاجمیر را از رونق انداخته و بیش از یک سال از دوخت‌ودوز و تحویل آخرین سفارش هاجر می‌گذرد، اما او هنوز تکه‌های پارچه و چوب جمع می‌کند: «عادته یا امید نمی‌دونم. جمع می‌کنم دیگه اگه یه وقت پارچه سنگین ببینم یا دکمه قشنگ دَم‌دستم باشه.» تکه‌های پارچه سنگین را نگه داشته برای تودوک‌های عروس: «عاروس باید رخت بَرش گرون باشه؛ چه آدمیزاد باشه، چه تودوک. بَر باقی تودوکا از لت پارچه‌های معمولی، همینا که بر خودمونه، می‌دوزیم.» از زمزمه‌های مرسوم وقت تودوک‌دوزی نیز می‌گوید: «لَب‌جنبونکمون لالایی و قصه‌های خود عاروسکای تودوکه. مثلا قصه تودوک شاهدختی که عروس شاه از مابهترون شد یا تودوکای ننه و آقا که واسه سیری شکم بچه‌شون جگر خودشون رو بار می‌ذاشتن...» قصه‌های تودوک، گفت‌وگو را کشاند سوی چرایی و چگونگی طراحی و دوخت شناسنامه برای تودوک‌های دست‌دوز: «یکی، دو سال بعد از اینکه به کارمون سکه افتاد، چند تا از بچه‌های خُرد تاجمیر که سواد هم داشتن پیشنهاد دادن روی یه تیکه پارچه سفید اسم‌ورسم و قصه تودوک دوخته‌شده رو بنویسن تا بشه شناسنامه‌شون.»

