

رفتارهای اغراق گونه با این هدف مشخص صورت می گیرد که ثابت کند متعلق به طبقه ممتازتری است تا بدین گونه دیگران را به احترامی دروغین وا دارد.

تظاهر به خوشبختی در شبکه های اجتماعی؛



انسان موجودی است اجتماعی که در تعامل با گروه های اجتماعی هویت پیدا می کند.

ارتباطات انسانی به یمن شبکه های اجتماعی به شدت فراوان شده است اما فردگرایی و خود محوری انسان، او را تنها تر از همیشه کرده است.

ترس از طرد شدن و دیده نشدن چنان هراسناک است که انسان حاضر است برای فرار از این موقعیت خود ساخته، دست به هر اقدامی بزند بخصوص زمانیکه ترکیب تنهایی و نافرهیختگی اجتماعی به حد اعلای خود برسد.

در عصری زندگی می کنیم که شبکه های اجتماعی تمامی مناسبات اخلاقی و عرفی انسانها را تحت تاثیر خود قرار داده است.

شبکه های اجتماعی این امکان را به کاربران می دهد که خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و بر این اساس با دریافت لایک و یا کامنت های تحسین برانگیز، بر احساس دیده نشدن چیره شوند و تنهایی را کمتر احساس کنند.

فراگیر شدن سلفی در فضای مجازی ما را با این واقعیت تلخ آشنا می کند که بشر بیش از تمام دورانها تنهایی در جمع را تجربه می کند.

وقتی ما با یکدیگر و در کنار خانواده عکس می گیریم نشان از حضور دیگران مهمی دارد که ما در کنار آنها هویت پیدا می کنیم اما افزایش رو به رشد عکس های سلفی که فرد از خودش در اتاق و یا مسافرت تفریحی می گیرد صرفا درجه تنهایی و تمنای دیده شدن در او را نشان می دهد.

این افراد علی رغم اینکه با ظاهری همراه با غرور و القای شایستگی ظاهر می شوند اما این نمایشگری های غیرمتعارف، کدهایی است که نشان از نیاز آنان به توجه و احترام دارد.

در واقع شیوع و انتشار عکس های سلفی در جامعه، نماد تنهایی انسان است که پر از تمنا برای دیده شدن و پسندیده جلوه کردن است تا خلاء های اجتماعی بودنش را جبران کند.

کاربران به دو شیوه در فضای مجازی خودنمایی می کنند آنهایی که به اشکال متنوع و مختلف تلاش می کنند خود را آدم خوشبختی جلوه دهند و بر این اساس مشاهده می کنیم که کاربران در شبکه های همچون اینستاگرام نمادهایی از یک زندگی متقاعد کننده و موفق از جمله حضور در رستوران های مجلل، طبیعت رنگارنگ، گذران اوقات فراغت در مکان های توده پسند و یا دلدادگی های نمایشی را به گونه ای فخر فروشانه به اشتراک می گذارند و یا با انتشار عکس سلفی با افرادی که زیبا به نظر می رسند و در جامعه موقعیت های ستایش بر انگیزی دارند به ارزش های خودشان می افزایند.

گاهی نیز برخلاف این گروه، کاربرانی را مشاهده می کنیم که با ژست های روشنفکرانه و سمبلیک، تنهایی و انزوای خود را به نمایش می گذارند و به دیگران اینگونه القاء می کنند که بودنشان را نباید نادیده بگیرند.

با دقت در تعاملات کاربران در فضای اینستاگرامی درمی‌یابیم که این اپلیکیشن عرصه بازنمایی تصاویر خوش گذرانی‌ها و یا به رخ کشیدن نداشته‌های بزرگ یا چهره مدیریت شده‌ای است که تنها در تصویر خلاصه می‌شود.

در اکثر تصاویری که به اشتراک گذاشته می‌شود کاربران یا سلبریتی‌هایی را مشاهده می‌کنیم که شایستگی، سبک زندگی یا چهره ظاهری خودشان را با انواع پروتز و سولاریوم به شکل توده پسند تغییر و به نمایش می‌گذارند تا میل به دیده شدن را با افزایش لایک و کامنت‌های تحسین برانگیز ارضاء کنند.

از سوی دیگر عده‌ای از طبقات فرودستی که در محرومیت فرهنگی قرار دارند نیز وجود دارند که در این سناریو به عنوان طرفدار و فالوور ظاهر می‌شوند که وظیفه آنان جز لایک کردن و تحسین اینگونه نمایشگری‌ها نیست.

شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام تبلور تئوری "مصرف متظاهران" است که تورستین وبلن به خوبی به آن اشاره کرده است.

در واقع ما در عصری زندگی می‌کنیم که با سه مشخصه "مصرف اغراق شده"، "تن آسای غلو شده" و به رخ کشیدن فزاینده ثروتمندی "تعریف می‌شود.

این متغیرها که در قالب الگوی رفتار در جامعه معین شده است مفاهیمی هستند که عده‌ای تحت آن می‌کوشند تا خود را در چشم دیگران برتر و متمایزتر نشان بدهند. در گذشته مصرف به منظور رفع نیازهای زیستی و مادی بوده و نمایش دارایی، شان و منزلتی را برای افراد به ارمغان نمی‌آورد.

مصرف متظاهران یکی از مکانیسم‌های رفتاری انسان امروزی است که با تحلیل محتوا در شبکه‌های اجتماعی، به خوبی فهم و انتزاع می‌گردد. زیرا انسان در عصر کنونی از مرز مصرف برای تامین نیاز عبور کرده و به مرحله‌ای رسیده است که تمایل دارد سبک زندگی‌اش را در قالب رشک برانگیزانه‌ای بازنمایی و با دیگران به اشتراک بگذارد و همه این رفتارهای اغراق گونه با این هدف مشخص صورت می‌گیرد که ثابت کند متعلق به طبقه ممتازتری است تا بدین گونه دیگران را به احترامی دروغین وا دارد.

*مصطفی آب‌روشن - جامعه‌شناس
روزنامه آفتاب یزد

برچسب ها: [آسیب‌های اجتماعی](#) [1]
[شبکه‌های اجتماعی](#) [2]