



Instagram

Instagram

اینستاگرام

تا چندی پیش نگاتیو کالای گران و خاص بود که نه ارزان بدست می آمد و نه ارزان مصرف می شد. مصرفیت داشتن نگاتیو، عکاسی را به هنر تبدیل کرده بود. چشم عکاسان باید سوژه و قاب را با وسواس می جست و انتخاب می کرد. بنابراین هر چیزی شانس آنرا نمی یافت که به «عکس» تبدیل شود. بنابراین عکس امری همه جایی و همگانی نبود و کم و بیش به بخشی از حوزه ی فاخر مصرف فرهنگی مربوط می شد. حتی آن هنگام که بنا بود یادگارهایی از اشخاص بر روی دیوار یا طاقچه قرار بگیرد، آیینی از آماده سازی و ژست های تعریف شده طی می شد؛ چون احتمال تکرار و تعدد آن آسان نبود.

با دیجیتال شدن عکاسی، تولید و مصرف عکس آنپنان آسان و هر جایی شد که به بخشی از زندگی روزمره تبدیل شد. گوشی های تلفن همراه و نرم افزارهای موبایلی جزء جزء زندگی را قاب بندی می کنند و به اشتراک می گذارند. به نوعی عکس به زبان بی زبان گفتگو و تعاملات میان فردی بدل شده و جای متن و مفهوم را گرفته است. زندگی انباشته از عکس و تصویر چگونه باید ادراک شود؟ در این میان «اینستاگرام» با جذابیت رو به تزاید خود، تصویری جدید از دنیایی است که زندگی به روایت عکس را در خود جای داده است. اما رمز و راز این جاذبه چیست:

تفاوت رمان جدید با قصه های گلستان سعدی یا کلیله و دمنه چیست؟ ایران علیرغم اینکه سرزمین ادبیات و قلم بوده است اما هیپکاه اثری شبیه به «رمان» را در میراث ادبی خود ندارد. پرداختن به جزئیات احوال و اقوال و بازگویی اغراق آمیز ابعاد زندگی دنیوی در سنت ادبی و هنری ما امری نامطلوب بوده است. فرهنگ و ادبیات انسان مدار مدرن در گفتن و به تصویر کشیدن جزئیات نفسانی مبالغه می کند و این نشانی از «سوبژکتیویته» رفته کرده در وجود انسان مدرن است. وقتی دوربین ها به سمت فاعل عکاسی برمی گردد و خود را سوژه می کند (سلفی) در واقع گویی هیث وجودی خویش را برتر از همه ی جهان پیرامون خود درک می کند. عکس سلفی، آوردن «خود» از حاشیه است به کانون توجه؛ هم توجه خود و هم دیگران. فرد منتشر در تاریخ امروز ما هر قدر بیشتر بی مایه می شود بیشتر «خود» را به رخ می کشد. یکی از تجلیات این فردگرایی سوبژکتیویستی در «خود نمایی اجتماعی» و «تن نمایی» است. صفحه ی شخصی فرد منتشر در اینستاگرام در عین حال که پرده برداری تصویری از ابعاد متکثر و پاره پاره ی ذهن اوست، بیرون آوردن هرکس از بعد منفی و باطنی وجودش به عالم تظاهر و ابراز است. ممکن است در گرایش های مدرن مطالعات روانشناختی، این به اتفاق عنوان رهاشدن افراد از «درون گرایی» یا «خودسانسوری» اطلاق شود، و این هم دقیقاً مرحله ای از افلاق فردگرایانه ی اومانیستی است.



هجاب نمایشی و کشف هجاب تدریجی؛

در این میان حضور تصویری عقیفانه ی زنان و دختران در اینستاگرام مساله ی متناقض نمای دیگری است. آنها هم خود را می پوشانند و هم به رخ می کشند. نمایش شیوه ی پوشش نوعی ابزار ابراز هویت است. از طرفی باید پوشش و میا و عفاف به عنوان یک هویت به چشم آید و چشم پرکن باشد و از طرفی باید مصداق عفاف و هجاب باشد و این همان پارادوکس تصویری شدن زنان محببه است. وسوسه ی «خودنمایی» اینستاگرام ابتدا زنان مومنه را در «لانگ شات» قرار می دهد و آرام آرام به چشم بیننده نزدیک می کند. خاصیت جلوه فروشی اینستاگرام بتدریج بر دختران غلبه می کند و کشف هجابی تدریجی رخ می دهد چراکه اساساً اینستاگرام دنیای جلوه فروشی و اشتراک گذاری همه ی ابعاد یک زندگی هرچایی و دم دستی است؛ قرار دادن همه ی پستو در ویترین؛ حتی اگر شهروند این شهر رویایی بنواهد از معنوی ترین حالات خود تصویرسازی کند درواقع چه اتفاقی می افتد؟ به نمایش گذاشتن نفسانی احوالی که نمایشی نیست. چیزی مانند «تظاهر به افلاص» یا «نمایش عفاف»!

لذت ابراز عقیده در جنگ گفتمان ها؛

بسیاری از کاربران شبکه های اجتماعی شیفته ی امکان بلند بلند گفتن باورمندی های خود هستند. در دنیایی که وجه بارزش تکثرگفتمان هاست، اینستاگرام مانند این است که در میان همومه ها و شلوغی های خیابان یک تابلو بلند کرده باشی تا توجه دیگران را به یک شعار جلب کنی. افشاکردن دائمی باورمندی ها و به خصوص قرارگرفتن در حلقه ای از تاییدها یا طردها، به یک لشکرکشی مجازی می ماند. بخشی از لذت بودن در این دنیای ظاهراً مجازی، به امکان برهنه کردن ذهن نه پندار استاندارد در برابر چشم های دیگران است.



پارادوکس آزادی و فشونت؛

مضور خالوورها به مثابه تماشاگرانی که برای یک سفران کف می زند، واجد وجه محدود کنندگی هم هست. هر ابراز عقیده ای با تایید، رد یا «نقومیدن» مواجه می شود. در غالب اوقات احساس آزادی ناشی از بلند بلند گفتن باورمندی ها، با تلفی ناشی از «نقومیدن» یا طرد درهم می آمیزد. از آنجا که اینستاگرام واجد وجه بصری بیشتری است، برای شخصیت های سمعی محدود کنندگی بیشتری دارد. آنها که بدنبال انتقال مفاهیم از طریق مفاهیم هستند، در اینستاگرام غالباً مغبون اند؛ اما حتی سرفوردگی ناشی از طرد یا نقومیدن، با امکان لذت بخش دیگری ترمیم می شود. اینستاگرام هم مانند اغلب شبکه های اجتماعی قدرت همکنندگی و حیات بخشی را به شهروندان خود می دهد. اوج فشونت در این دنیا، با «بلاک کردن» به مثابه دستور معروف کردن همراه است؛ مانند قیصر روم که انگشت شست خود را برای اعطای حیات یا گرفتن جان گلا دیاتورها حرکت می دهد. از طرفی آرام آرام احساس آزادی در بیان یله و بی حد و مصر باورمندی ها با وحشت ناشی از تفتیش عقاید شهروندان دیگر مواجه می شود. ذهن آزاد بتدریج می آموزد که برای کمتر طرد شدن و امکان کنترل واکنش ها به استانداردهای و تراشیدن حرف ها دست بزند و اینچنین است که احساس ها بودن فرو می نشیند.

نتیجه:

توجه داشته باشیم که پدیدارشناسی به معنای توجه به اقتضائات پدیده ها و جنبه های قدرتمند درونی آنهاست و نه انکار تمامیت اراده و اختیار انسان؛ این تمیز از آن باب بود که در ورطه ی دترمینیسم (جبرگرایی) تکنولوژی نخلطیم و تمام پدیده های اخلاقی، اجتماعی و روانشناختی را معلول یک امر تکنیکی ندانیم. ولی تاملات پدیدار شناسانه ساده لوحی ابزارانگاران را هم نفی می کند. هستند بسیاری که تفاوتی در انواع رسانه ها و تکنولوژی های ارتباطی نمی بینند و تصور می کنند می توانند بر راحتی آنها را در اختیار بگیرند و به انقیاد خود در آورند و در امان بمانند. به طور مثال هستند کسانی که با مقاومت فرهنگی بخواهند بر اقتضائات سوبژکتیویستی و عریان کننده ی اینستاگرام غلبه کنند؛ و این خود جالب خواهد بود که منتظر نتیجه ی این تنازع باشیم. مهمترین نکته برای غلبه بر این اقتضائات، خود آگاهی به ماهیت و کارکرد این نرم افزار و تغییر شیوه ی بودن در آن فضا است. به تعبیری هرکس شهروند مطیعی برای این عالم تکنیکی باشد به اقتضائات آن تن در داده؛ بنابراین شوریدن بر این اقتضائات، زمینه ی در امان ماندن و کمتر لطمه دیدن است.