

درباره خانه‌های شیرین (سوئیت هوم‌ها) اینستاگرام و تاثیرشان بر زندگی زنان

کوکب خانم‌های آنلاین



زندگی فوق‌العاده شاد، مرتب و پرانرژی خانم‌های خانه دار؛ این تعریف کلی سوئیت هوم‌ها در ایران است. در فرهنگ ما اهمیت دادن به خانواده و لذت بردن از خانه‌داری اتفاقاً تحسین برانگیز است؛ اما با کمی دقت و حساب کتاب در حال و احوال سوئیت هوم‌ها، به تناقض‌های عجیبی می‌رسیم. آیا این خانواده‌های زیبا و نمونه، واقعاً چنان‌که می‌نمایند هستند؟

فاطمه باقری

خبرنگار

سر و شکل صفحه سوئیت هوم چه شکلی است؟

برای داشتن یک سوئیت هوم خوب، کافی است در اینستاگرام یک صفحه بسازید و از اسم کوچک خودتان همراه دلی، لایف استایل، سوئیت هوم یا رنگی رنگی برای نامگذاری آن استفاده کنید. در قسمت معرفی صفحه هم بنویسید: «اینجا مهمان لحظات خوب من هستید»، «قصه زندگی من و همسر جان»، «روزمرگی‌های یک نوعروس»، «یک زوج پایه و پرانرژی»، «به همسر و مامان خوشحال و شاد» و... خط آخر هم ذکر کنید: تبلیغات = دایرکت یا «تبلیغ هم داریم». گاهی حتی یک صفحه نوپای سوئیت هوم با داشتن چهار یا پنج هزار دنبال کننده تبلیغات می‌گیرد و این یعنی اساس ساخت صفحه همان درآمدزایی است، نه مثلاً مفهوم بلاگری و تولید محتوا از لحظه‌های خانه‌داری. شاید بپرسید همین؟ تمام شد؟ بله همین! سوئیت هوم‌ها اغلب تفاوت زیادی با هم ندارند.

سرک کشیدن به اندرونی خانه

تب داشتن صفحه سوئیت هوم به قدری بالا رفته که شاید راحت‌ترین و پردرآمدترین فعالیت در فضای مجازی باشد و این فقط مخصوص خانم‌های خانه دار نیست. بیوی صفحه سوئیت هوم‌ها گاهی به این شکل است: روزمرگی‌های یک خانم معلم یا یک خانم کارمند یا حتی زندگی یک خانم دندانپزشک، یک دکترای شیمی یا یک استاد دانشگاه! از طرفی حتی فرقی نمی‌کند محل زندگی صاحب سوئیت هوم کجا باشد؛ گاهی زندگی یک خانواده در روستا یا یک شهر کوچک با همان فرمول‌های آشنا، مخاطبان زیادی پیدا می‌کند. این روزها شکل فعالیت سوئیت هوم‌ها به یک الگوی ثابت رسیده است: عکاسی و نوشتن از همه زیر و بم خانه و خانواده؛ مثلاً قصه آشنایی با همسر، عکس دونفره با شوهر به مناسبت‌های مختلف، ست مادر و فرزند و... نکته عجیب این‌که مرد خانه انگار مثل بقیه مردها سرگرم کار و تلاش نیست و در همه عکس‌ها و تمام ساعت‌های روز کنار خانمش در موقعیت‌های مختلف دلدادگی یا کار خانه و... دیده می‌شود؛ شاید توجیه این قصه همین باشد که درآمد خانم از یک استوری تبلیغاتی ممکن است برابر با حقوق یک ماه مرد خانه‌اش باشد. سوئیت هوم‌ها البته در آموزش خانه‌داری و تزئین سالاد و ژله و پخت بعضی غذاها دستی دارند که این هم در واقع در همه صفحه‌های سوئیت هوم ثابت و بی‌خلاقیت، تکرار می‌شود. حتی تبلیغ یا تبادل این صفحات با همدیگر هم شکل یکسانی دارد. مثلاً: «پلدا نمی‌خواست با شوهرش ازدواج کنه ولی حالا بیا ببین چه عاشقانه همدیگه رو دوست دارن.» یا «قصه عشق مهسا رو شنیدید که مثل بمب در اینستاگرام سروصدا کرده؟! یا «این همون دختر یزدی است که وسط استوری‌هاش خاطره‌های بامزه هم می‌کده!» یا «تا حالا عروس قد بلندتر از داماد دیدید؟ پیچ پرنیا و رضا رو فالو کنید.» برگزاری مسابقه هم یکی از راه‌های مهم دیده شدن این صفحات است؛ آن‌ها هم با تشویق مخاطب به برنده شدن، تنها با لایک یک عکس؛ «بچه‌ها اگر لایک این عکس به ۳۰ هزار تا برسد ۱۰ جایزه ۲۰۰ هزار تومانی خواهیم داشت!» و واقعیت این است که درآمد آنها از همین پست، چند صد برابر این جایزه‌هاست.

تفاوت بلاگینگ با سوئیت هوم

خیلی‌ها در جواب انتقادها به این خانه‌های شیرین، می‌گویند بلاگری در همه جای دنیا یک شغل محسوب می‌شود. بلاگر طبق تعریف آن، کسی است که در زمینه خاصی حرفی برای گفتن دارد، بلاگرها به واسطه دانشی که دارند مخاطب را به خرید کالاها متقاعد می‌کنند. در واقع بلاگر کسی است که محتوا تولید می‌کند و این تولید محتوا بر مبنای هدفی است که دنبال می‌کند؛ مثلاً در حوزه زیبایی، مد، سفر، غذا، کتابخوانی، طنز و طراحی دکوراسیون و... اما سوئیت هوم‌ها از همان فعالیت‌های روزمره خانه، از عکس کتسو و کمد مرتب شده، میوه شستن، سبزی پاک کردن، پختن غذا، چیدن میز و عکس و فیلم عقد و عروسی و بارداری و عکس‌های رنگارنگ کودکان و معاشرت با دوستان و... برای کسب تبلیغ و درآمدهای فوق‌العاده استفاده می‌کنند.

حالا وجود سوئیت هوم‌ها چه اشکالی دارد؟

خیلی از مخاطبان پرشمار آنها اعتقاد دارند با سرزدن به سوئیت هوم‌ها انگیزه و انرژی خانه‌داری می‌گیرند؛ «من دوست شون دارم. چون خودم اونقدر منظم نیستم و دیدنشون برام انگیزه می‌شه پاشم یه کم منظم‌تر باشم. حتی خوبه آدم یه زن شاغل تمیز و فوق‌العاده باشه» و «به هرحال شغلشون همون خونه داریه؛ می‌شه گفت شاغلن و پول سلیقه‌شون رو می‌خورن.» مخالفان سوئیت هوم‌ها هم اعتقاد دارند این سبک زندگی قطعاً واقعی نیست و فقط باعث می‌شود زنان خانه دار دنبال‌کننده آنها، همیشه از خودشان ناراضی باشند: «چه جوری حوصله شون میشه از همه کارها فیلم و عکس می‌دارن؟ اینا چهره زن خانه دار رو هم خراب می‌کنن بابا! همیشه خونه تمیز، همیشه همه چی سر جای خودش، همیشه پذیرایی در حد رستوران لوکس!» یا «طرف سه قلو داره، همیشه جوری که انگار تازه از آرایشگاه بیرون اومده، خونه زندگیش در حد هتل ۵ ستاره تمیزه! زبانی که یه بچه دارن هم به سختی به خودشون می‌رسن چه برسه به ۳ قلو!» خیلی‌ها هم به سبک زندگی پرخرج و مصرف‌گرایی بی‌امان سوئیت هوم‌ها اعتراض می‌کنند؛ جایی که خانه ساده، باصفا و پرآرامش یک خانواده دوست‌داشتنی قرار است با همین تصاویر معصومانه، میلیون‌ها تومان درآمد داشته باشد؛ «مسلماً برای گرفتن تبلیغ و کسب درآمد خیلی‌هاشون این کارو می‌کنن ولی این روش به نظر من خیلی سطحی و بده برای کسب درآمد. اینها صادق نیستن، زیرپوستی و خائنانه تبلیغ می‌کنن. بماند که همه وسایل خونه و آشپزخونه‌شون هم بذل و بخشش فروشنده‌هاییه که از شون تبلیغ می‌گیرن.» شاید مهم‌ترین دلیل انتقاد به سوئیت هوم‌ها همین فشار روانی بی‌عدالتی در درآمدها باشد؛ دستمزد چند میلیونی صاحبان این صفحه‌ها، که انگیزه تحصیل و تلاش کردن را از جوان‌ترها می‌گیرد. اما در همین اینستاگرام خانم‌ها و مادرانی هم هستند که از سنت‌های خانه‌داری در قدیم، ایده‌های جذاب بازی‌های کودکان، تجربه زندگی در شهر یا کشور غریبه بعد از ازدواج، ایده‌های پس‌انداز و مدیریت مخارج خانه یا حتی قدردانی از دلخوشی‌های زندگی عکس می‌گیرند و پست می‌نویسند.

روایت‌های خانه‌داری یا حتی کوکب خانم بودن لزوماً بد نیست؛ بستگی دارد با چه هدفی باشد و چه تاثیری روی جامعه هدفش بگذارد؛ فشار روانی یا در اختیار گذاشتن تجربه‌ها؟

