

از قلم تافرماندهی

شهید حسن باقری با نام اصلی غلامحسین افشردی، یکی از برجسته‌ترین چهره‌های فکری و نظامی دفاع مقدس بود که پیش از جنگ، در رشته روزنامه‌نگاری تحصیل می‌کرد. او ذهنی تحلیلگر، نگاهی دقیق و قلمی توانمند داشت و همین ویژگی‌ها بعدا نقش مهمی در موفقیت هایش در جبهه ایفا کرد. علاقه او به کشف حقیقت و ثبت واقعیت، باعث شد روزنامه‌نگاری

را به عنوان مسیر تحصیلی خود انتخاب و با نگاهی اجتماعی و مسئولانه به مسائل کشور فکر کند. با آغاز جنگ تحمیلی، حسن باقری مسیر زندگی خود را از کلاس درس به میدان نبرد تغییر داد. او با بهره‌گیری از دانش، قدرت تحلیل و شناخت عمیق از شرایط، به‌سرعت پیشرفت کرد. نقش شهید باقری در شناسایی مواضع دشمن و طراحی عملیات‌های

بزرگ، تأثیری تعیین‌کننده در روند جنگ داشت؛ تا جایی که بسیاری او را «مغز متفکر جنگ» می‌دانستند. با وجود مسئولیت‌های سنگین، او همیشه انسانی متواضع، اخلاق مدار و دلسوز رزمندگان بود که بر نظم و تفکر تأکید می‌کرد. شهید باقری سال ۱۳۶۱ و در جریان شناسایی منطقه عملیاتی فکه، بر اثر اصابت ترکش خمپاره به‌شهادت رسید.



دیگر فقط یک شهروند عادی نیست؛ او یک «رسانه» است و هر رسانه‌ای، مسئولیت دارد؛ مسئولیت نسبت به حقیقت، نسبت به خانواده و نسبت به آینده جامعه.

دکتر محمدعلی الستی در این باره معتقد است: «با وجود این‌که بی‌شک آزادی بیان حقی همگانی است، این امر به هیچ‌وجه مسئولیت اجتماعی چهره‌های پرمخاطب را در رعایت صحت و دقت در موضوعگیری‌های رسانه‌ای دربراهر موضوعی نفی نمی‌کند.»

این استاد دانشگاه اظهار می‌دارد: «در صورت نبود مسئولیت‌پذیری اجتماعی از سوی این چهره‌ها، قطعاً افزایش و ارتقای سواد رسانه‌ای مخاطبان می‌تواند مکانیسمی بازدارنده برای کاهش پیامدهای این آسیب رسانه‌ای باشد.»

وی تأکید می‌کند: «از سوی دیگر با توجه به این‌که بازنشر بدون نقد سخنان چهره‌های مشهور نقشی انگارناپذیر در بازتولید ناآگاهی در سطح جامعه دارد، اهمیت و ضرورت عملکرد هوشمندانه رسانه‌ها در این زمینه بیش از پیش آشکار می‌شود.»

سبک زندگی؛ جایی که خطاها انباشته می‌شود

سبک زندگی، نه با تصمیم‌های بزرگ بلکه با تکرار پیام‌های کوچک ساخته می‌شود؛ پیام‌هایی‌که هرروز در گوش‌های هوشمندمن می‌بینیم. سبک زندگی حاصل تکرار رفتارها و باورهاست. وقتی سلبریتی‌ها، سبک زندگی مصرف‌زده، فردگرایانه، خانواده‌گریز یا لذت‌محور را تبلیغ می‌کنند، این‌الگوها به‌تدریج عادی می‌شود و در زندگی خانواده‌ها رسوب می‌کند. خانواده‌ای که توان اقتصادی یا فرهنگی همراهی با این الگوها را ندارد، دچار احساس ناآامی، مقایسه‌مخرب و تنش درونی می‌شود.

خانواده‌ها و راهکارها

والدین امروز ناچارند علاوه بر تربیت سنتی، نقش «سواد رسانه‌ای» را نیز ایفا کنند. خانواده‌ای که نسبت به منبع پیام‌های تفاوت است، فرزندش رانتها به دست الگوریتم‌ها و سلبریتی‌ها سپرده‌است.

والدین نمی‌توانند صرفاً با منع و محدودیت، فرزندانشان را محافظت کنند. راه حل، گفت‌وگو و آموزش سواد رسانه‌ای است. دراین میان، خانواده‌ای موفق است که منبع پیام را بررسی کند، درباره محتوای دیده‌شده صحبت کند و به فرزند پیام‌وزد هر حرف مشهوری، لزوما درست نیست. راهکارهای مقابله با شرایط موجود، عبارت است از: تقویت سواد رسانه‌ای خانواده‌ها، مطالبه مسئولیت‌پذیری از چهره‌های مشهور، حضور فعال‌تر کارشناسان واقعی در رسانه‌ها، نقد محترمانه اما صریح اظهارنظرهای

غیرتخصصی و آموزش به نوجوانان برای تفکیک شهرت از صلاحیت. الستی، جامعه‌شناس ارتباطات می‌گوید: «پدیده جابه‌جایی مرجعیت ناشی از عملکرد سه عامل است؛ اول، اظهارنظرهای غیرمسئولانه و غیرتخصصی برخی چهره‌های پرمخاطب؛ دوم، بازنشر بدون نقد سخنان چهره‌های مشهور که منجر به بازتولید ناآگاهی در اجتماع و میان کاربران می‌شود؛ سوم، فقدان یا ضعف سواد رسانه‌ای که موجب پذیرش بی‌چون‌وچرای اظهارنظر چهره‌های مشهور – مانند شاخ‌های اینستاگرام و نظایر آن- در حوزه‌های نامرتبط و فاقد صلاحیت می‌شود.»

این استاد دانشگاه با اشاره به برخی راهکارها اظهار می‌دارد: «برای جلوگیری از وقوع این پدیده نامطلوب، ارتقای مسئولیت‌پذیری چهره‌های پرمخاطب، بازنشر هوشمندانه سخنان افراد مشهور و افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان از ضروری‌ترین و مهم‌ترین اقدامات به‌شمار می‌آید.»



س می‌نشیند

سبک زندگی و که کمتر مورد	از هر چیز، مسئولیت می‌طلبید. اگر این مسئولیت نادیده گرفته شود، هزینه آن را نه سلبریتی‌ها بلکه خانواده‌ها و فرزندان‌شان خواهند پرداخت.
کوتاه، بی‌اثر و سبک زندگی	این گزارش که در خلال آن به اظهارات دکتر محمدعلی الستی، جامعه‌شناس ارتباطات و استاد دانشگاه
ره‌های پرنفوذ	اشاره شده، تلاشی است برای بازگشت به یک پرسش
چه بخواهند بودن، پیش	ساده اما حیاتی: «چه کسی حق دارد درباره زندگی ما نسخه بپیچد؟»

ساختگی، باعث می‌شود مخاطب‌گارد انتقادی خود را کنار بگذارد. عامل دوم «تکرار و همه جاحضوری» است؛ به این معنا که اظهارنظرهای مداوم، پست‌ها، استوری‌ها و توئییت‌ها، ذهن مخاطب را اشباع می‌کند. پیام، حتی اگر غلط باشد، با تکرار به «باور» تبدیل می‌شود. عامل سوم «فقدان مرجعیت جایگزین» است؛ در شرایطی که نهادهای رسمی، کارشناسان و رسانه‌های تخصصی کمتر دیده می‌شوند یا زبان ارتباطی ضعیفی دارند، سلبریتی‌ها جای خالی مرجع‌فکری را پر می‌کنند.

خانواده؛ اولین قربانی اظهارنظرهای بی‌مسئولیت

هیچ نهادی به‌اندازه خانواده از این اظهارنظرها تأثیر نمی‌پذیرد. خانواده، جایی است که سبک زندگی شکل می‌گیرد؛ جایی که نوجوان ارزش‌ها را می‌آموزد و هویت خود را می‌سازد.

اظهارنظرهای غیرکارشناسی، بیش از هر چیز، خانواده را هدف قرار می‌دهد. به‌ویژه وقتی یک چهره مشهور، فرزندآوری را مانع رشد فردی می‌داند، ازدواج را امری دست‌وپایگیر معرفی می‌کند، سبک خاصی از تربیت فرزند را بدون پشتوانه علمی تبلیغ می‌کند، روابط زناشویی را ساده‌سازی یا تحقیر می‌کند،

سطوح بلند

و اکاینبت‌های بالایی یکی از تکانی است. استفاده از نردبان کسته یا لق می‌تواند به سقوط ن. نردبان باید پایه‌های سالم و طحی کاملاً صاف قرار گیرد. هرگز، پله‌آخر نردبان نایستید یا دست نکنید. همچنین ایستادن روی شدت خطرناک است. بهتر است در خانه حضور داشته باشد تا در

و همراه است و همین موضوع

هد. پیش از تمیز کردن لوستر، ر وسیله برقی، حتما جریان برق

نهاد خانواده را مانع «آزادی فردی» معرفی می‌کند یا ارزش‌های بومی و دینی را به سخره می‌گیرد. در واقع، این چهره در حال بازتعریف سبک زندگی برای میلیون‌ها دنبال‌کننده است، بدون آن‌که مسئولیت پیامدهای آن را بپذیرد.

نوجوانان؛ مخاطبان بی‌دفاع

نوجوانان، بیشترین دنبال‌کنندگان سلبریتی‌ها هستند. این گروه سنی، هنوز در حال شکل‌دهی به نظام ارزشی خود است و بیش از هر چیز، به الگو نیاز دارد. نوجوان، تخصص را تشخیص نمی‌دهد، محبوبیت را معادل حقیقت می‌داند و مخالفت والدین را «عقب‌ماندگی» تلقی می‌کند. وقتی چهره‌ای محبوب، سبک خاصی از زندگی، پوشش، روابط یا حتی بی‌اعتنایی به خانواده را عادی سازی می‌کند، نوجوان از آن الگو می‌گیرد. اینجاست که شکاف نسلی عمیق‌تر می‌شود و خانواده، قدرت تربیتی خود را از دست می‌دهد.

«الستی» جامعه‌شناس ارتباطات می‌گوید: «کودکان، نوجوانان و جوانان در شرایط کنونی جامعه، بیش از پیش به انتخاب الگوهای سلبریتی به‌جای نقش‌آفرینان واقعی زندگی توسعه‌یافته مدنی تشویق می‌شوند. چراکه نوجوان امروز، بیش از آن‌که پای صحبت پدر و مادر یا معلم بنشیند، در معرض بمباران محتوای سلبریتی‌هاست. نوجوان، هنوز قدرت تحلیل انتقادی کامل ندارد. او محبوبیت را با درستی و حقیقت اشتباه می‌گیرد.»

وی می‌افزاید: «به بیان دیگر جامعه در این شرایط، به جای تقویت رهبری درونی و ظرفیت نقد هوشمندانه اظهارنظرها، وارد فاز رهبری برونی یا دگر رهبری می‌شود که در آن رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به تولید رهبران فکری فراهم‌آمده و برآمده از شهرت -نه تخصص- می‌پردازند.»

بلاگرها و آشپزها؛ از دستور غذا تا نسخه زندگی

پدیده قابل تأمل، ورود بلاگرها و حتی آشپزهای مشهور به حوزه‌های کاملاً نامرتبط است. فردی که با آموزش یک غذای خاص یا نمایش زندگی لوکس خود معروف شده، ناگهان درباره تربیت کودک، مهاجرت، مسائل روان‌شناختی، روابط زناشویی و «سبک زندگی درست» نسخه می‌پیچد! این نسخه‌ها، اغلب ساده‌انگارانه، تقلیدی از الگوهای غربی و بی‌توجه به بافت فرهنگی و اقتصادی خانواده ایرانی است.

در سال‌های اخیر، بلاگرها به پدیده‌ای تعیین‌کننده در سبک زندگی تبدیل شده‌اند. آنها با نمایش خانه، سفر، غذا، روابط و فرزندان‌شان، تصویری از «زندگی ایده‌آل» می‌سازند.

اما برخی خانواده‌ها و افراد جامعه نمی‌دانند که این تصویر اغلب غیرواقعی است، بر پایه تبلیغات پنهان شکل گرفته و با زندگی اکثریت خانواده‌ها فاصله دارد.

وقتی بلاگر، درباره تربیت کودک یا روابط زناشویی نظر می‌دهد، بسیاری از خانواده‌ها ناخودآگاه خود را با او مقایسه می‌کنند؛ مقایسه‌ای که اغلب به احساس ناکافی بودن می‌انجامد.

رسانه‌ها؛ بازنشر یا بازدرنگی؟

رسانه‌های رسمی نیز در این میان بی‌تقصیر نیستند، چون آنهاگاه برای جذب مخاطب، به بازنشر بی‌نقد اظهارنظرهای سلبریتی‌ها روی می‌آورند. تیرهای جنجالی، نقل قول‌های بریده‌شده و دعوت از چهره‌ها به عنوان «کارشناس»، این چرخه را تقویت می‌کند.

رسانه‌ای که دغدغه خانواده دارد، نمی‌تواند نسبت به این مسأله بی‌طرف باشد. رسانه اگر خانواده‌محور است، باید میان «خبر» و «تبلیغ ناآگاهی» تمایز قائل شود.

آزادی بیان یا مسئولیت اجتماعی؟

هیچ‌کس منکر حق اظهارنظر نیست. اما تفاوت مهمی وجود دارد میان حق اظهارنظر فردی و تأثیرگذاری اجتماعی گسترده. کسی که میلیون‌ها دنبال‌کننده دارد،

پیشگیری از آسیب‌های عضلانی وستون فقرات

جابه‌جایی وسایل سنگین یکی از شایع‌ترین دلایل کمردرد و آسیب‌های اسکلتی در ایام خانه‌تکانی است. هنگام بلند کردن اجسام سنگین، زانوهای تان را خم کنید و کمرتان را صاف نگه دارید. بلند کردن ناگهانی یا چرخاندن کمر در حین حمل وسیله می‌تواند باعث آسیب جدی شود. اگر وسیله‌ای سنگین است، حتماً از دیگران کمک بگیرید یا آن را روی زمین هل دهید. استفاده از کمربندهای محافظ طبی برای افرادی که سابقه کمردرد دارند مفیداست.

ایمنی کودکان در زمان خانه‌تکانی

خانه‌تکانی، محیط خانه را برای کودکان به فضایی پر خطر تبدیل می‌کند. مواد شوینده، وسایل نوک‌تیز، شیشه‌های شکسته و زمین خیس همگی عامل خطر هستند. بهتر است کودکان را در زمان نظافت در مکانی امن بربید یا کاملاً زیر نظر بزرگ‌ترها باشند. هرگز

را از فیوز اصلی قطع کنید. استفاده از دست خیس برای لمس وسایل برقی یکی از شایع‌ترین دلایل برق‌گرفتگی است. اگر سیمی فرسوده دیدید، به آن دست نزنید و تعمیر آن را به فردی متخصص بسپارید. استفاده از چند راه‌ی‌های فرسوده یا قرار دادن آنها روی زمین خیس هم بسیار خطرناک است.

استفاده ایمن از مواد شوینده و شیمیایی

هرچند مواد شوینده قوی قدرت پاک‌کنندگی بالایی دارند اما استفاده نادرست از آنها می‌تواند سلامت افراد را خیلی جدی تهدید کند. بنابراین مواد شوینده مختلف را با هم ترکیب نکنید؛ به‌ویژه ترکیب وایتکس و جوهرنمک که باعث تولید گاز سمی می‌شود می‌تواند به تنگی نفس، سوختگی مجاری تنفسی و حتی مرگ منجر شود. هنگام استفاده از شوینده‌ها، برچسب راهنمای مصرف را بخوانید. استفاده از دستکش، ماسک و تهویه مناسب محیط از الزامات کار با این مواد است. همچنین مواد شیمیایی باید در ظروف اصلی و دور از دسترس کودکان نگهداری شوند.

محافظت از پوست، چشم و دستگاه تنفسی

تماس مداوم با مواد شوینده باعث خشکی، ترک‌خوردگی و حساسیت‌های پوستی می‌شود. استفاده از دستکش مناسب در تمام مراحل خانه‌تکانی ضروری است. در صورت پاشیدن مواد

پارادیس‌ها

پرورنده خانواده و سبک زندگی

دوشنبه ۲۰ بهمن ۱۴۰۴ ■ شماره ۷۲۵۹

نگاه

چرا چهره‌های معروف به عنوان الگوهای زندگی شناخته می‌شوند؟

نفوذ سلبریتی‌ها در دنیای مدرن

در دنیای معاصر، سلبریتی‌ها در هر حوزه‌ای که باشند جایگاه ویژه‌ای در ذهنیت عمومی پیدا کرده‌اند. این افراد که در بخش‌های مختلف از جمله

موسیقی، سینما، ورزش و حتی شبکه‌های اجتماعی و فضا‌های مجازی به شهرت دست یافته‌اند، نه‌تنها به عنوان الگوهای موفق در رشته خود شناخته می‌شوند بلکه بسیاری از افراد جامعه به‌طور ناخودآگاه یا آگاهانه نظرات‌شان را در زمینه‌های مختلف زندگی مانند سیاست، روابط اجتماعی و حتی سلامت جسمانی و روانی به‌عنوان مرجع معتبر می‌پذیرند اما چرا این اتفاق می‌افتد؟ چرا مردم به راحتی از سلبریتی‌ها پیروی می‌کنند و نظرات آنها را در حوزه‌هایی که تخصص ندارند معتبر می‌دانند؟

در ادامه به بررسی دلایل روان‌شناختی و اجتماعی الگو قرار دادن سلبریتی‌ها می‌پردازیم و با اسناد به پژوهش‌های معتبر، علل و پیامدهای این پدیده را تحلیل می‌کنیم. همچنین راهکارهایی برای مقابله با این پدیده و جلوگیری از اثرات منفی آن در جامعه ارائه خواهیم داد.

دلایل روان‌شناختی الگو قرار دادن سلبریتی‌ها

نیاز به امنیت روانی: یکی از دلایل اصلی تمایل انسان‌ها به الگو قرار دادن سلبریتی‌ها، نیاز به یافتن کسانی است که به آنها احساس امنیت و اطمینان می‌دهد. انسان‌ها تمایل دارند در زندگی خود از افرادی که در یک حوزه خاص موفق هستند الگو بگیرند. این تمایل به دنبال رفع نیازهای روانی انسان‌ها به ویژه نیاز به هویت و حس تعلق شکل می‌گیرد. براساس نظریه «نیاز به تایید اجتماعی» انسان‌ها تمایل دارند از طریق ارتباط با افرادی که در جامعه موفق به‌نظر می‌رسند، احساس تایید و ارزشمندی پیدا کنند. به همین دلیل است که موفقیت سلبریتی‌ها در زمینه‌هایی مثل سینما، ورزش و... باعث می‌شود بسیاری از مردم چشم بسته از آنها تقلید کنند.

اثر دنباله‌روی اجتماعی: یکی دیگر از عواملی که باعث تقلید کورکورانه از سلبریتی‌ها می‌شود پدیده «دنباله‌روی اجتماعی» است. طبق تحقیقات روان‌شناسی اجتماعی، انسان‌ها در بسیاری از موارد تمایل دارند رفتارها و عقاید خود را با رفتارها و عقاید افراد موفق همسو کنند. این امر به‌ویژه در زمان‌هایی که افراد احساس می‌کنند اطلاعات و دانش کافی برای تصمیم‌گیری ندارند بیشتر بروز می‌کند. در چنین شرایطی آنها به سلبریتی‌ها به‌عنوان افرادی که در چشم عموم موفق به‌نظر می‌رسند، به‌عنوان مرجع اعتبار می‌دهند و این تمایل به دنباله‌روی از افراد مشهور به‌ویژه در دوره‌هایی که دچار عدم اطمینان و بحران می‌شوند تقویت می‌شود.

نقش رسانه‌ها در قدیس‌سازی از سلبریتی‌ها

رسانه‌های جمعی نقش اساسی در شکل دهی به تصویر سلبریتی‌ها در ذهن مردم دارند. این رسانه‌ها با استفاده از تبلیغات، مصاحبه‌ها و پوشش‌های گسترده، تصویری از سلبریتی‌ها به نمایش می‌گذارند که انگار این افراد نه‌تنها در حوزه‌های خاص خود بلکه در بسیاری از مسائل زندگی صاحب‌نظر هستند. طبق نظریه «ساخت واقعیت» رسانه‌ها می‌توانند تصویری به مردم ارائه دهند که ممکن است با واقعیت‌های اجتماعی فاصله زیادی داشته باشد اما آنچه رسانه‌ها به نمایش می‌گذارند به‌طور گسترده در ذهن افراد پذیرفته می‌شود.

رسانه‌ها و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، این افراد را به‌عنوان کسانی که زندگی‌شان ایده‌آل است و در تمام ابعاد زندگی موفق هستند معرفی می‌کنند. این تصویر رسانه‌ای باعث می‌شود مردم به‌ویژه جوانان، بدون در نظر گرفتن تخصص سلبریتی‌ها در زمینه خاص آنها را به‌عنوان مرجع در سایر حوزه‌ها هم بپذیرند.

شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر رفتار اجتماعی: با ظهور شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، توئیتر و یوتیوب، سلبریتی‌ها به راحتی می‌توانند ارتباط مستقیم‌تری با مخاطبان خود برقرار کنند. این ارتباطات که به‌طور مستقیم و بدون واسطه از رسانه‌های رسمی صورت می‌گیرد باعث می‌شود مخاطبان احساس کنند سلبریتی‌ها جزو زندگی روزمره آنها هستند. طبق تحقیقات هر چه ارتباط میان سلبریتی‌ها و مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی بیشتر شود، تأثیرات اجتماعی آنها افزایش می‌یابد و افراد به راحتی تحت تأثیر نظرات آنها قرار می‌گیرند.

چگونه می‌توان از پرستش سلبریتی‌ها جلوگیری کرد؟

تقویت تفکر انتقادی و آگاهی بخشی: اولین و مهم‌ترین گام در مقابله با الگوپذیری بی‌چون و چرا از سلبریتی‌ها، توسعه تفکر انتقادی ر جامعه است. افراد باید پیام‌وزند نظرات و اطلاعات منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی یا رسانه‌ها را مورد ارزیابی و تحلیل قرار دهند. آموزش تفکر انتقادی از سنین پایین و در محیط‌های آموزشی می‌تواند به افراد کمک کند تا از پذیرش بدون تحقیق نظرات سلبریتی‌ها جلوگیری کنند. به‌عبارت دیگر افرادی که دارای مهارت‌های تفکر انتقادی هستند، کمتر تحت تأثیر تبلیغات یا به قولی ادا‌های سلبریتی‌ها قرار می‌گیرند.

ترویج فرهنگ احترام به تخصص و علم: در مقابل تسلیم بی‌چون و چرا در برابر سلبریتی‌ها، باید فرهنگ احترام به متخصصان و دانشمندان در جامعه را گسترش داد. سلبریتی‌ها باید آگاه شوند که تأثیرات حرف‌های آنان بر مردم می‌تواند منفی باشد و به جای اظهار نظر در حوزه‌هایی که تخصص ندارند، از متخصصان واقعی کمک بگیرند. علاوه بر این باید به مخاطبان یادآوری شود که موفقیت در یک حوزه خاص به‌معنای شایستگی در تمام ابعاد زندگی نیست.

استفاده از رسانه‌ها برای آگاهی بخشی: رسانه‌ها باید به معرفی افرادی که در زمینه‌های علمی و اجتماعی توانایی دارند و نظرات ارزشمند ارائه می‌دهند بپردازند. این اقدام می‌تواند به‌ویژه در دوران بحران‌ها و شرایط اجتماعی حساس مفید باشد و اثرات منفی تقلید کورکورانه از سلبریتی‌ها را بکاهد. بنابراین الگوپرداری بی‌چون و چرا از سلبریتی‌ها پدیده‌ای پیچیده و چندجانبه است که ریشه در نیازهای روانی انسان‌ها، تأثیرات رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی دارد. در حالی که سلبریتی‌ها در حوزه‌های خاص خود ممکن است الگوهای موفقیت باشند، نباید نظرات آنها در دیگر زمینه‌ها به‌عنوان مرجع معتبر پذیرفته شود. برای مقابله با این پدیده باید تفکر انتقادی را در جامعه ترویج داد، به افراد آگاهی داد و نقش رسانه‌ها را در معرفی اشخاص متخصص و علمی تقویت کرد.

