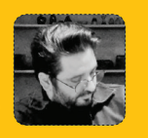
ZENDEGI-SALAM
روزنامه خراسان رضوی
دوشنبه • ۱۱ آبان ۱۴۰۵
۲۲ جمادی الاول ۱۴۴۸
۲ نوامبر ۲۰۲۶
شماره ۶۲۱۱

هالووین، جلوه تازه‌ای از زندگی نمایشی

جنجال حضور تعداد کمی از جوانان با گریم‌های هالووینی در تهران، بار دیگر توجهات را به موضوع مهمی جلب کرد: برخی یک پدیده را برای خودش می‌خواهند یا ظرفیت نمایشی متمایز بودن؟ و پیامد این رفتار برای مخاطب آنان چیست؟



سید مصطفی صابری | روزنامه‌نگار



حضور چند جوان با گریم‌های هالووینی در خیابان‌های تهران، بار دیگر بهانه‌ای شد تا یکی از پنهان‌ترین و در عین حال فراگیرترین آسیب‌های زیست جهان مدرن شهری عیان شود. تعداد این افراد در فضای واقعی شاید به انگشتان دست هم نرسد؛ اما ماشین پرقدرت شبکه‌های اجتماعی و الگوریتم‌های تشنه توجه، این اقلیت کوچک را به بمبی بزرگ از تصاویر پرهزینه و پرهیاهو بدل کردند. پرسش بنیادین این مطلب نقد آیینی و ارداتی نیست که آن هم در جای خودش قابل بحث است، بلکه باید دنبال کالبدشکافی این تغییر مسیر نگران کننده رفت که چرا بسیاری از پدیده‌ها دیگر نه به خاطر ذات‌شان، بلکه به خاطر «فرصت نمایشی» که به صاحب‌شان می‌دهند، خواسته می‌شوند؟ وقتی کتاب خریدن، کافه‌گردی یا جشن‌های عاریه‌ای به ابزاری برای تولید «منزلت و تمایز» بدل می‌شوند، پیامدش برای نوجوانی که در اتاق کوچک خود نشسته چیست؟ نوجوانی که زیر بمباران این تصاویر فیلترشده، تصور می‌کند زندگی واقعی دیگران همیشه درخشان است و خانواده، شهر، محله و طبقه اقتصادی و اجتماعی او را از این قافله به ظاهر جذاب عقب نگه داشته‌اند؛ نقطه‌ای که در آن شوآف اقلیت، به حس محرومیت نسبی و سرخوردگی عمیق جمع زیادی تبدیل می‌شود.

حقیقت پنهان هیاهویی اجاره‌ای

جمعه‌شب، خیابان ایرانشهر تهران؛ جمعی از جوانان با چهره‌های گریم‌شده و لباس‌های نامتعارف آمده‌اند تا هالووین را جشن بگیرند. عکاسی می‌کنند، فیلم می‌سازند و تصاویر در کسری از ثانیه در فضای مجازی دست به دست می‌شود. در سمت دیگر شهر، هزاران جوان دیگر همین ویدئوها را روی اسکرول گوشی خود می‌بینند. آنچه رخ داده، تجمعی کوچک از اقلیتی با امکانات و دغدغه‌های خاص است؛ اما برونداد مجازی آن، تصویری از یک جامعه در حال تغییر و سراپا جشن می‌سازد. این جا دقیقا نقطه آغاز سوءتفاهم است. هالووین و امثال آن، برای طیفی از جوانان صرفا بهانه‌ای برای تخلیه هیجان، دورهمی یا تنوع است؛ گروهی که ممکن است خیلی به عقبه تاریخی این آیین کار نداشته باشند، اما امکانات مالی و فراغتش را دارند. در این میان، برخی کسب‌وکارها در حوزه میکاپ، عکاسی و کافه‌ها هم رونق می‌گیرند. جالب این که برخلاف موجی که ایجاد می‌شود خود موضوع فراگیر نیست؛ چراکه اکثریت حس‌وحال یا بودجه‌اش را ندارند و زندگی روزمره‌شان در مدار دیگری می‌چرخد.

اما مشکل از آن جا آغاز می‌شود که این اقلیت به خاطر پرسروصدا بودن با کمک الگوریتم‌ها، استاندارد دیده شدن را تعیین می‌کنند؛ چراکه در عصر اقتصاد توجه، الگوریتم‌ها نماینده آماری جامعه نیستند؛ آن‌ها محتوایی را برجسته می‌کنند که رنگی‌تر، عجیب‌تر، هیجان‌انگیزتر و قابل اشتراک‌تر باشد. بنابراین چند مهمانی و تجمع محدود می‌تواند در صفحه کاربران به یک موج اجتماعی تبدیل شود. در حالی که آنچه بیشتر دیده می‌شود، الزاما بیشتر اتفاق نیفتاده است؛ اما متاسفانه شبکه اجتماعی استثنا را به جای قاعده می‌نشاند و زندگی آرام و معمولی را از صحنه رقابت دیده شدن حذف می‌کند و خطر از همین جا شروع می‌شود که مخاطبان چنین محتواهایی تصور کنند زندگی روزمره نه آن چیزی است که تجربه می‌کنند، بلکه آن است که در دل ویدئوهای پربازدید می‌بینند.

فقط و فقط نمایش

ورای درست و غلط بودن هالووین و پیامدهای مصرف‌گرایانه‌اش، سوال مهمی که باید پرسید این است که آیا افرادی که گریم‌های عجیب دارند و در شبکه‌های اجتماعی تردد می‌کنند می‌خواهند هالووین را تجربه کنند و بعد از آن تصویری ثبت می‌کنند، صرف نمایش، تمایز داشتن و نوعی سرمایه فرهنگی سراغش می‌روند؟ این پرسش ما را با ساعتی حضور در یک کتابفروشی معروف خیابان فرشته تهران می‌توان پاسخ داد. کسی وارد کتابفروشی می‌شود، چند کتاب را در قاب عکس می‌چیند و بدون خرید یا مواجهه واقعی با محتوای کتاب‌ها، محل را ترک می‌کند. مسئله رفتار شخصی او نیست؛ این مثال نشان می‌دهد حتی کتاب، کافه، سفر، جشن و شادی هم ممکن است نه به دلیل ارزش ذاتی‌شان، بلکه به دلیل فرصت نمایش دادن، مورد توجه قرار گیرند. در این وضعیت، تجربه زیسته به مواد خام تولید محتوا تبدیل می‌شود. فرقی نمی‌کند گریم هالووینی باشد یا حضور در یک کتابفروشی؛ مهم این است که تجربه، دیگر برای زیستن نیست، بلکه برای ثبت شدن تولید می‌شود که طی آن فرد تلاش می‌کند بار بودن ژستی که هیچ چیزی از عقبه و تاریخچه و آدابش نمی‌داند، تمایزی طبقاتی برای خود بسازد و اگر این رفتار به اشتراک گذاشته نشود، انگار اصلا رخ نداده است.



تولد اضطراب نوظهور مصرفی

پیامد این سبک زندگی نمایشی، صرفا یک خودنمایی ساده در اینستاگرام نیست؛ ماجرا از جایی بحرانی می‌شود که بازار و شبکه‌های اجتماعی دست به یکی می‌کنند تا نوع تازه‌ای از «اضطراب مصرفی» را به روان جامعه تزریق کنند. در الگوی سنتی، مصرف گرایی بر پایه خرید کالا معنا پیدا می‌کرد: ماشین بهتر، ساعت گران‌تر یا لباس مارک‌دار. اما در عصر سلطه پلتفرم‌ها، مصرف از سطح کالا عبور کرده و به ساحت رویداد و ترند هار سیده است. هالووین در این ساختار فقط چند دقیقه هیجان خیابانی نیست، بلکه یک بسته مصرفی کامل و پرهزینه است؛ از خرید لباس‌های خاص و رزرو وقت گریم‌های سینمایی گرفته تا هزینه کافه‌ها، عکاسی آتلیه‌ای و تدارک اکسسوری‌های یک‌بارمصرف. وقتی این بسته نمایشی با تکرار مداوم در اکسپلورر بازتولید می‌شود، پیامی نامرئی اما بسیار پرانگیزه به مخاطب مخابره می‌کند: «اگر می‌خواهی به‌روز، جذاب، شاد و متعلق به طبقه پیشرو باشی، باید این رویدادها و یا مناسک و اردا تی را بخری و اجرا کنی.» در چنین فضایی، نداشتن امکان مالی دیگر صرفا یک تنگنای اقتصادی نیست، بلکه به عنوان نقصی هویتی و نشانه‌ای از عقب‌ماندگی زیستی ترجمه می‌شود. جامعه‌ای که هنوز در تأمین بدیهیات روزمره خود دست‌وپا می‌زند، حالا با فهرست بی‌پایانی از مناسک فصلی و اجاره‌ای روبه‌روست که برای اثبات عقب نماندن از قافله، باید هزینه‌شان را بپردازد.

زخم روانی بر روحیه نوجوانان

آسیب‌پذیرترین قربانیان این سازوکار، نوجوانانی هستند که شخصیت، هویت و احساس ارزشمندی‌شان هنوز قوام نیافته و به‌شدت محتاج تأیید گروه هم‌سالان هستند. نوجوانی که در محله‌ای معمولی یا شهری دورتر از پایتخت، روی تخت ساده‌اش نشسته و این برش‌های ۳۰ ثانیه‌ای را تماشا می‌کند، دچار خطای شناختی مهلکی می‌شود. او بدترین و خاکستری‌ترین لحظات زیست واقعی خود را با گلچین درخشان‌ترین و روتوش‌شده‌ترین ثانیه‌های دیگران مقایسه می‌کند.

این جا دقیقا نقطه زایش محرومیت ذهنی است. فرد شاید از نظر زیستی دچار فقر مطلق نباشد، اما به دلیل مقایسه مداوم خود با این استاندارد دروغین، خود را بی‌نهایت فقیر، منزوی و شکست‌خورده احساس می‌کند. گام بعدی این وضعیت، شرم منزلتی و خشم نسبت به پیرامون است؛ نوجوان حس می‌کند خانواده‌اش مانع خوشبختی او هستند، شهرش دلگیر و نامناسب است و طبقه اجتماعی‌اش شایسته تحقیر شدن است. برای فرار از این حقارت تحمیل‌شده، گروهی دست به رفتارهای جبرانی کاریکاتوری می‌زنند؛ تقلیدهای بی‌پشتوانه، خریدهای فراتر از توان جیب خانواده و تلاش مضاعف برای پر کردن شکافی که نه با پول پر می‌شود و نه با نقاب‌های اجاره‌ای. فاصله میان این آرزوهای تولیدشده با امکانات واقعی، زمینه گسیختگی روانی و نوعی آنومی فردی را رقم می‌زند؛ وضعیتی که در آن فرد دیگر نه با بستر زیستی و فرهنگی خودش احساس تعلق دارد و نه هرگز می‌تواند عضو واقعی آن طبقه ویترینی شود.

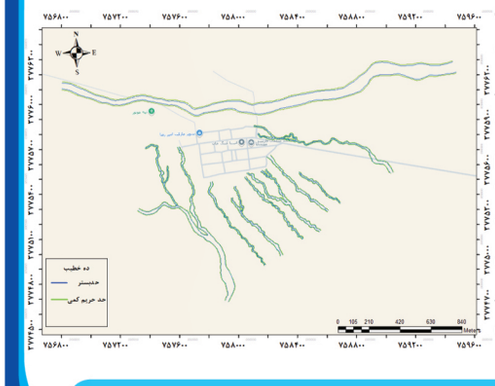


استانداردهای زندگی تابع الگوریتم‌های مجازی

ماجرا تمام شده، هیاهوی جمعه‌شب فروکش کرده، گریم‌ها با دستمال مرطوب پاک شده و لباس‌های اجاره‌ای به کمدها بازگشته‌اند. اما در سوی دیگر، نور آبی گوشی تلفن همراه در تاریکی یک اتاق خواب، هنوز روی صورت نوجوانی افتاده که ناباورانه به سقف زل زده است. او خسته از مقایسه‌های بی‌پایان، با حسی از بیگانگی به خانه، خانواده و زندگی معمولی‌اش نگاه می‌کند؛ بی‌خبر از این که بازی زندگی، شباهتی به استانداردهای بزک‌شده ندارد و بیشتر تماشاگران این ویترین‌ها نیز دست کمی از خود او ندارند. شاید هالووین و هر آیین نمایشی دیگری به‌خودی‌خود اهمیت چندانی نداشته باشند، اما مسئله تلخ، مسخ شدن استانداردهای زندگی در آینه الگوریتم‌هاست. فردا صبح، وقتی هیجان فضای مجازی فروبنشیند، چه کسی به این نسل خواهد گفت که زندگی حقیقی در فاصله میان باز کردن قاب تصویر تا فرورفتن در حسرت گم شده است؟

شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی **اطلاعیه مهم**

این شرکت در راستای اجرای ماده ۳ آیین نامه مربوطه به نحوه تعیین بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیلها و سایر مجاری آبی مبادرت به **تعیین حد بستر و حریم رودخانه استا جنگ خوان (روستای ده خطیب) به طول تقریبی ۱۰/۸ کیلومتر واقع در حوزه شهرستان خواف (مطابق با کروکی)** نموده است. لذا بدینوسیله به اطلاع کلیه اشخاص ذینفع و مجاورین می رساند برای کسب اطلاع از حد بستر و حریم رودخانه های یادشده به امور منابع آب شهرستان خواف واقع در بلوار مدرس - مدرس ۷ یا مشهد - بلوار خیام - نبش خیام ۳۵ - شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی، مراجعه نمایند و چنانچه اعتراضی نسبت به میزان بستر و حریم رودخانه های مذکور داشته باشند، می توانند (حداکثر ظرف مدت یک ماه) از تاریخ انتشار این اطلاعیه اعتراض خود را به دبیرخانه آن امور به نشانی فوق الذکر تسلیم و رسید دریافت دارند. بدیهی است به اعتراضات واصله پس از انقضاءِ مهلت قانونی به هیچ وجه ترتیب اثر داده نخواهد شد.

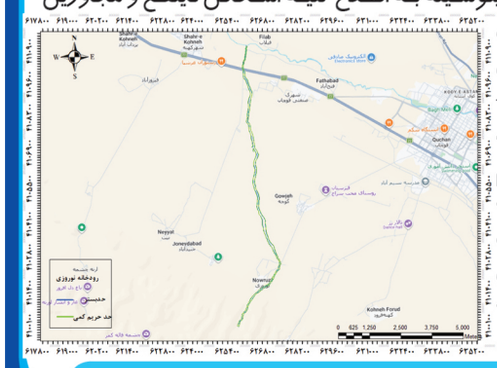


روابط عمومی شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی سامانه پیامکی ۳۰۰۰۶۳۹۴ و تلفن گویا ۳۱۴۳۵

۲۱۸۴۴۲

شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی **اطلاعیه مهم**

این شرکت در راستای اجرای ماده ۳ آیین نامه مربوطه به نحوه تعیین بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیلها و سایر مجاری آبی مبادرت به **تعیین حد بستر و حریم رودخانه نوروزی به طول تقریبی ۱۲ کیلومتر واقع در حوزه شهرستان قوچان (مطابق با کروکی)** نموده است. لذا بدینوسیله به اطلاع کلیه اشخاص ذینفع و مجاورین می رساند برای کسب اطلاع از حد بستر و حریم رودخانه های یادشده به امور منابع آب شهرستان قوچان - ابتدای جاده آسیایی مشهد ، اراضی شرکت سیمرغ - بلوار پروفسور صادقی و یا مشهد - بلوار خیام - نبش خیام ۳۵ - شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی، مراجعه نمایند و چنانچه اعتراضی نسبت به میزان بستر و حریم رودخانه های مذکور داشته باشند، می توانند (حداکثر ظرف مدت یک ماه) از تاریخ انتشار این اطلاعیه اعتراض خود را به دبیرخانه آن امور به نشانی فوق الذکر تسلیم و رسید دریافت دارند. بدیهی است به اعتراضات واصله پس از انقضاءِ مهلت قانونی به هیچ وجه ترتیب اثر داده نخواهد شد.

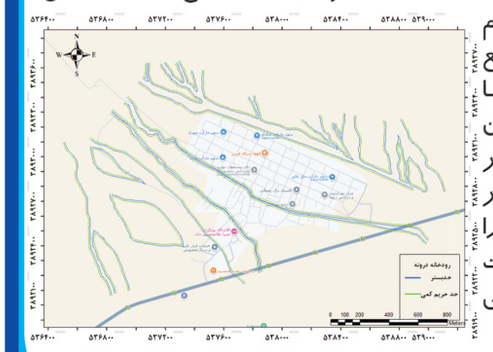


روابط عمومی شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی سامانه پیامکی ۳۰۰۰۶۳۹۴ و تلفن گویا ۳۱۴۳۵

۲۱۸۴۴۴

شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی **اطلاعیه مهم**

این شرکت در راستای اجرای ماده ۳ آیین نامه مربوطه به نحوه تعیین بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیلها و سایر مجاری آبی مبادرت به **تعیین حد بستر و حریم مسیل‌های درونه به طول تقریبی ۱۳/۴ کیلومتر واقع در حوزه شهرستان کاشمر (مطابق با کروکی)** نموده است. لذا بدینوسیله به اطلاع کلیه اشخاص ذینفع و مجاورین می رساند برای کسب اطلاع از حد بستر و حریم رودخانه های یادشده به امور منابع آب شهرستان کاشمر واقع در خیابان شهید منتظری جنوبی، بین منتظری جنوبی ۸ و ۱۰ و یا مشهد -بلوار خیام - نبش خیام ۳۵ - شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی، مراجعه نمایند و چنانچه اعتراضی نسبت به میزان بستر و حریم رودخانه های مذکور داشته باشند، می توانند (حداکثر ظرف مدت یک ماه) از تاریخ انتشار این اطلاعیه اعتراض خود را به دبیرخانه آن امور به نشانی فوق الذکر تسلیم و رسید دریافت دارند. بدیهی است به اعتراضات واصله پس از انقضاءِ مهلت قانونی به هیچ وجه ترتیب اثر داده نخواهد شد.

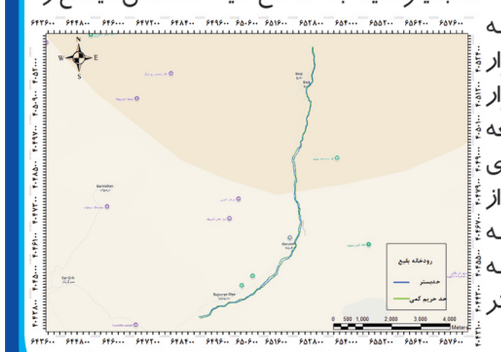


روابط عمومی شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی سامانه پیامکی ۳۰۰۰۶۳۹۴ و تلفن گویا ۳۱۴۳۵

۲۱۸۴۱۰

شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی **اطلاعیه مهم**

این شرکت در راستای اجرای ماده ۳ آیین نامه مربوطه به نحوه تعیین بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیلها و سایر مجاری آبی مبادرت به **تعیین حد بستر و حریم رودخانه بقیع به طول تقریبی ۱۱/۸ کیلومتر واقع در حوزه شهرستان نیشابور (مطابق با کروکی)** نموده است. لذا بدینوسیله به اطلاع کلیه اشخاص ذینفع و مجاورین می رساند برای کسب اطلاع از حد بستر و حریم رودخانه های یادشده به امور منابع آب شهرستان نیشابور واقع در بلوار جانبازان، گمنام غربی، روبه روی خیابان کیهان و یا مشهد - بلوار خیام - نبش خیام ۳۵ - شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی، مراجعه نمایند و چنانچه اعتراضی نسبت به میزان بستر و حریم رودخانه های مذکور داشته باشند، می توانند (حداکثر ظرف مدت یک ماه) از تاریخ انتشار این اطلاعیه اعتراض خود را به دبیرخانه آن امور به نشانی فوق الذکر تسلیم و رسید دریافت دارند. بدیهی است به اعتراضات واصله پس از انقضاءِ مهلت قانونی به هیچ وجه ترتیب اثر داده نخواهد شد.



روابط عمومی شرکت آب منطقه ای خراسان رضوی سامانه پیامکی ۳۰۰۰۶۳۹۴ و تلفن گویا ۳۱۴۳۵

۲۱۸۴۰۵