

بسمه تعالی

اینستاگرام آن بخشِ خودشیفته شخصیتان را دوست دارد

آیا لایک‌های اینستاگرام و فیس‌بوک ما را به خودشیفتگانی مغرور بدل کرده یا از قبل هم همین‌طور بوده‌ایم؟

کارمن فیش‌ویک



ترجمه: سیدمحمدحسین صاحب‌فصول مرجع: Guardian

رسانه‌های اجتماعی در اصل به‌عنوان ابزارهایی برای ایجاد ارتباط با دیگران و بیرون از آمدن از تنهایی طراحی شده‌اند، اما در واقع، تجربه حضور در آن‌ها معمولاً حسی از تنهایی و انزوا به ما می‌دهد. شاید دلیل این تناقض، محدودیت این رسانه‌ها در بازنمایی کامل زندگی انسانی باشد. شبکه‌های اجتماعی ظرفیتی برای بیان غم‌ها، تردیدها و کاستی‌های ما ندارد و در مقابل، آن دسته از گرایش‌هایی را تقویت می‌کند که از اساس با همدلی در تضاد است.

تخمین زمان مطالعه : ۹ دقیقه

همین چند عدد و رقم قادرند داستانی گویا از خودشیفتگی روایت کنند: روزانه بیش از هشتاد میلیون عکس روی اینستاگرام بارگذاری می‌شود، بیش از ۳٫۵ میلیارد لایک ردوبدل می‌گردد و حدود ۱٫۴ میلیارد نفر، معادل بیست درصد کل جمعیت جهان، جزئیاتی از زندگی‌شان را بر روی فیس‌بوک منتشر می‌کنند.

آیا این رسانه‌های اجتماعی بودند که گونه‌ای نسبتاً متواضع از جان‌داران را به مستی خودشیفته شهرت طلب تبدیل کردند یا ما ذاتاً همین‌قدر خودمحور بوده‌ایم؟

موارد تشخیص اختلال شخصیتی خودشیفتگی ۱ در آمریکا طی ده سال گذشته رشد چشم‌گیری داشته است، رشدی که نرخش تنه به تنه نرخ رشد چاقی می‌زند.



پژوهش‌های متعددی ادعا می‌کنند که بین افزایش خودشیفتگی و فراگیری رسانه‌های اجتماعی رابطه مستقیمی یافته‌اند. پژوهشگرها رفتارهایی از جمله تلاش در جذب فالوئرهای بیشتر، تمایل به درمیان گذاشتن چیزهایی از زندگی خود با فالوئرهای و نیز تنقید به ارائه تصویری مثبت در کلیه اوقات را به عنوان نمونه‌هایی از جلوه‌های خودشیفتگی در رسانه‌های اجتماعی برمی‌شمارند. به علاوه، پژوهشگرها رابطه مستقیمی بین تعداد دوستان فیس‌بوکی افراد با شدت ابتلای آن‌ها به دسته‌ای از خصلت‌های مخرب اجتماعی یافته‌اند، خصلت‌هایی که معمولاً مرتبط با خودشیفتگی قلمداد می‌شوند.

بالین‌حال، کیاران مک‌ماهون، روان‌شناس و رئیس مؤسسه سایبر سیکوریته^۲، اعتقاد دارد که ارتباط بین خودشیفتگی و رسانه‌های اجتماعی آن‌قدرها هم سراسرست و قطعی نیست.

مک‌ماهون می‌گوید: «دانشگاهیان معمولاً بر سر داده‌ها و شیوه سنجش آن‌ها بحث دارند. در کل، خودشیفتگی رشد یافته و استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیز رشد داشته است. باوجوداین، همبستگی بین این دو چندان قطعی و روشن نیست.»

او می‌گوید: «محتمل است که آنچه در قالب رسانه‌های اجتماعی بازتاب می‌یابد رشد خودشیفتگی در بستر گسترده‌تر فرهنگی غرب باشد. رواج رسانه‌های اجتماعی در چنین حدی مستلزم این است که قبل از آن خودشیفتگی ریشه دوانیده باشد.»

لوسی کلاید نیز به عنوان مشاور و روان‌درمانگر، اعتقاد دارد که تمایلات خودشیفتگی در همه افراد وجود دارد و اینکه امروزه این گونه خصلت‌ها بیشتر قابل لمس شده از آنجا ناشی می‌شود که رسانه‌های اجتماعی راج و همه‌گیر شده‌اند.

کلاید می‌گوید: «به نظر من رسانه‌های اجتماعی مسبب اختلالات شخصیت نیستند، بلکه صرفاً امکان ظهور و تجلی آن‌ها را فراهم می‌کنند. اگر کسی خودشیفته باشد، می‌خواهد بازتاب‌های مثبتی از خود نشان دهد. او جهان را به دید آینه می‌نگرد و مرتباً به دنبال تصدیق شدن است. از این رو برای چنین فردی محتمل است که بخش اعظمی از زندگی خود را با حساسیت بسیار زیاد و بنا بر اقتضائات رسانه‌های اجتماعی گزینش و پالایش کند.»

جک پرایس سی‌وچهارساله ظرف ده سال اخیر توانسته بیش از شصت هزار فالوئر فیس‌بوک، اینستاگرام و توییتر از سراسر جهان برای خود دست‌وپا کند. او ده‌ها بار در روز به حساب‌هایش در رسانه‌های اجتماعی سر می‌زند و می‌گوید پروفایلش را با

وسواس به‌روزرسانی می‌کند. او خودش را خودشیفته توصیف نمی‌کند، بلکه خود را فردی معرفی می‌کند که تکنولوژی موجود را در جهت رشد کسب‌وکار و هم‌گام‌ماندن با انتظارات [مشتریان] به کار گرفته است.

پرایس، که در اینجا نامش را تغییر داده‌ایم، می‌گوید: «گاهی پیش می‌آید که ساعت‌ها برای فکر کردن راجع به اینکه چه می‌خواهم منتشر کنم وقت می‌گذارم. فکر می‌کنم به اینکه فالوئرهایم چه محتوایی می‌خواهند و نیز به اینکه می‌خواهم چه تصویری از خودم برای فالوئرهایم بسازم. به زمانی که به این ترتیب صرف می‌شود به دید نوعی سرمایه‌گذاری پرسود نگاه می‌کنم، چراکه باعث می‌شود موفق و مشهور شوم و درآمد کسب کنم.»

او می‌گوید: «من غالباً لحظات زندگی را به مثابه «محتوای مناسبی» برای فالوئرهایم در شبکه‌های مجازی نگاه می‌کنم. این کار بسیار شبیه عکس گرفتن است. به اشتراک گذاری لحظات خوشی مهم‌تر است از تجربه‌شان در زندگی واقعی.»

در دهه ۱۹۶۰، خودشیفتگی به عنوان نوعی اختلال شخصیتی مورد توجه قرار گرفت و در سال ۱۹۸۰ معیارهای شاخص رسمی برای تشخیص این اختلال وضع شد. ویژگی‌ها و علائم اختلال شخصیتی خودشیفتگی شامل این موارد است: احساس نیاز شدید به تحسین شدن، خودمهم‌پنداری بیش از حد و فقدان توان هم‌دلی با دیگران. براساس آنچه در راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی ۳ آمده، سایر معیارهای اختلال شخصیتی خودشیفتگی عبارت‌اند از: رویاپردازی درباره موفقیت‌های نامحدود، میل بی‌حد به جلب توجه دیگران و درعین حال واکنش سرد به دیگران و نیز انتخاب دوستان براساس پرستیژ و موقعیت اجتماعی و فارغ از ارزش‌های شخصیتی. در مقام مشاهده‌گر، به سهولت می‌توان شیوه رفتار افراد در رسانه‌های اجتماعی را با ویژگی‌های خودشیفتگی تطبیق داد.

نسل هزاره به شکلی ویژه در معرض اثرات بالقوه سوء رسانه‌های اجتماعی هستند. جوانان در فاصله ۱۷ تا ۲۱ سال، برای یافتن موقعیت خود در جامعه و کسب استقلال از مراقبان دوران کودکی، ضرورتاً دوره‌ای از خودشیفتگی را سپری می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند تأثیرات گذار از این مرحله رشد را برای آنان تا حد نامناسبی مضاعف کنند.

کلاید می‌گوید: «افراد در این گروه سنی به شدت تحت تأثیر هم‌تایان خود هستند. چیزی که برای این گروه سنی اهمیت حیاتی دارد این است که دیگران با چه دیدی به آن‌ها می‌نگرند. بخش عظیمی از توجه فرد در امور زندگی صرف این می‌شود که بازخورد مثبتی از خود برای دیگران ایجاد کند. مثلاً برای گرفتن یک سلفی عالی دقت فراوانی به خرج داده می‌شود، چون این چیزها تا ابد در فضای آنلاین باقی می‌مانند. چنین امری فشار کم‌نظیری را بر فرد تحمیل می‌کند و او را در وضعیت روانی پرفشار و دردناکی گرفتار می‌سازد. این فشار از توان لازم برای تقویت خودشیفتگی از پیش موجود فرد برخوردار است و ویژگی‌های خودشیفتگی هم تا حدی در همه ما وجود دارند.»

پژوهش‌هایی چند ادعا می‌کنند رسانه‌های اجتماعی اعتماد به نفس ما را تقویت می‌کنند. مک‌ماهون بر آن است که رسانه‌های اجتماعی به افراد اجازه می‌دهد که درآمدن به قالب هویت‌های متفاوت را امتحان کنند و فضای امنی برای خود در جامعه بیابند. درعین حال او این مسئله را نیز تأیید می‌کند که رسانه‌های اجتماعی در مقطعی زمانی، که به خودی خود بگرنج است، فشار اضافی را ایجاد می‌نمایند و می‌توانند افراد را به زیاده‌روی در به اشتراک گذاری وادار کنند.

او می‌گوید: «اگر پروفایل شما ملال‌آور باشد، لایکی دریافت نخواهید کرد. ولی اگر از چیزی در مورد خودتان پرده‌برداری کنید یا مطلبی حساسیت‌برانگیز منتشر کنید، آن وقت است که لایک‌های بیشتری خواهید گرفت. افرادی که بیش از پنج‌هزار فالوئر دارند، مدام در این فکرند که برای دریافت واکنش، هر بار لازم است چه مطلبی منتشر کنند.»

ویلیام رابرتس از باکینگ‌همشایر از کاربران همیشگی رسانه‌های اجتماعی است. او به‌خوبی به محدودیت زاویه دید واقعیت از دریچه شبکه‌های اجتماعی واقف است. این جوان نوزده‌ساله رسانه‌های اجتماعی را محلی برای خودنمایی افراد می‌داند و، برای محافظت از خود در قبال اثرات سوء این شبکه‌ها، استفاده‌اش از آن‌ها را فعالانه مدیریت می‌کند.

رابرتس می‌گوید: «تنها هدف کارکردی اینستاگرام تبلیغ و ترویج لحظات ویژه زندگی افراد است و آدم‌ها غالباً میهمانی‌ها، تفریحات و اوقاتی را که با دوستان سپری می‌کنند را سوژه خود قرار می‌دهند. پست‌های خود من به‌ندرت احساساتم در لحظات ناراحتی، افسردگی یا تنهایی را بازگو می‌کنند و همگی بازتاب‌دهنده جنبه‌های مثبت زندگی‌ام هستند.»

به‌نظر کلاید، اینکه افراد همه جنبه‌های شخصیت خود را در شبکه‌های اجتماعی به نمایش بگذارند تقریباً غیرممکن است و مسئله هم همین است.

او می‌گوید: «همه ما تلاش می‌کنیم آشفته‌گی تجربه زندگی بشر را پاک‌سازی کنیم. زندگی مدرن دشوار است. اگر ما در پی نفی آشفته‌گی خود برآییم، عملاً نخواهیم توانست با دیگران و آشفته‌گی‌هایشان ارتباط برقرار کنیم و این واقعاً تنهایی‌آور و منزوی‌کننده است.»

کلاید می‌گوید: «ما خود را به تکه‌های یک‌بایتی فروشکسته‌ایم. ما قطعاً پیچیده‌تر از آنیم که در یک سلفی یا ۱۴۰ کاراکتر توئیتر بگنجیم. اگر باورمان شود که چیزی جز این‌ها نیستیم، پذیرفتن و تحمل پیچیدگی‌های خودمان و دیگران غیرممکن می‌شود. بسیار سخت خواهد شد که بتوانیم خود واقعی‌مان باشیم با همه کاستی‌هایمان. رسانه‌های اجتماعی هم اینجا ما را تنها خواهند گذاشت.»

شاید به‌سختی بتوان راجع به ارتباط مستقیم خودشیفتگی در میان نسل هزاره با رسانه‌های اجتماعی حکم قطعی صادر کرد. اما به نظر می‌رسد رسانه‌های اجتماعی خودشیفتگی از پیش موجود افراد را دامن زده و تقویت می‌کنند.

مک‌ماهون می‌گوید: «چیزی که ضروری است بر آن متمرکز شویم نگرستن به درون است، نه رفتار بیرونی‌مان. اینکه افراد در رسانه‌های اجتماعی به دنبال تأییدات بیرونی از سوی دیگران هستند دلیلی دارد. باید در پی جستن احوال آن چیزی برآییم که قلب‌های مردم از آن خالی شده است.»

پی‌نوشت‌ها:

• این مطلب را کارمن فیش‌ویک نوشته است و در تاریخ ۱۷ مارس ۲۰۱۶ با عنوان «I, narcissist – vanity, social media, and the human condition» در وب‌سایت گاردین منتشر شده است. وب‌سایت ترجمان در تاریخ ۱۴ فروردین ۱۳۹۶ این مطلب را با عنوان «اینستاگرام آن بخشِ خودشیفته‌ی شخصیتان را دوست دارد» و با ترجمه‌ی سیدمحمدحسین صاحب‌فصول منتشر کرده است.

•• کارمن فیش‌ویک (Carmen Fishwick) پیش‌تر عضو تیم انجمن‌های گاردین بوده است.

Narcissistic personality disorder (NPD) [۱]

Cyber Security Institute [۲]

Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders [۳]