

آنچه این روزها در صفحات رسانه‌های مجازی تبدیل به یک پدیده نسبتاً اجتماعی شده است، «پستیچی» داستان زندگی خصوصی «چیسنا یرثسی» در قالب پاورقی‌هایی در اینستاگرام شخصی او است. در این حد که به موضوع بخشی از گفت‌وگوهای روزمره تعداد قابل توجهی از مردم تبدیل شده و صفحه اینستاگرام یرثبی را به یک صفحه پرپزاید تبدیل کرده است. این پدیده، هر مطالعه‌کننده اجتماعی را تریغ می‌کند که در این منظر این رویداد، به فهم از جامعه ایرانی به صورت «کنون و این جایی» راهی باز کند. درباره این پدیده به نظر ۲ پرسی کلان می‌توان مطرح کرد:

**الف** - چرا فردی از جامعه نخبگانی کشور که دستی در تألیف و ترجمه کتاب تا ۸۰ جلد، نمایشنامه‌نویسی و کارگردانی تئاتر دارد و آن‌طور که خود گفته است، روزنامه‌نگاری بین‌المللی است و نویسنده یکی از فیلمنامه‌های یکی از مقبول‌ترین یا پرطرفدارترین چهره‌های سینمایی کشور یعنی حاتمی‌کیا نیز هست، اینچنین بی‌محایا زوایای زندگی شخصی خود را در فضای عمومی طرح می‌کند و گفته است که جزئیات بیشتری را در کتاب زیر چاپ از این داستان که حالت مشروح‌تری دارد، خواهد آورد؟

ب- چرا داستان پستیچی یرثبی با چنین بازخوردی اجتماعی روبرو می‌شود که خوانندگان هر روز

منتظرند که قسمت بعدی داستان را بخوانند؟

تلاش من این است که در ۴ بخش «روانشناختی»، «رسانه‌ای»، «هنری» و در نهایت «جامعه‌شناختی» درباره این پدیده سخن بگویم که نوعی بازگشایی یک دریچه برای تأمل در اینجا و اکنون جامعه ایران است و هر کس چنین دغدغه‌ای دارد، نمی‌تواند از این فرصت به‌دست آمده صرف‌نظر کند.

■ **تحلیل روانشناختی**

یک نظریه در روانشناسی وجود دارد که به نظریه «پنج من» معروف است. خلاصه این نظریه می‌گوید برخلاف انتظار، هرکسی تنها یک «من» ندارد؛ بلکه هر فرد توان‌مان پنج «من» دارد. یکی خودش واقعا آنچنان که هست. دوم تصویری که هرکس از خود دارد. سوم تصویری که دیگران از فرد دارند. چهارم تصویری که فرد از تصور دیگران درباره خود دارد. پنجم تصویری که دیگران از تصور فرد از خودش دارند.

وقتی از یک طرف به فهرست بلند تلاش‌های چیسنا پیرثبی از نگارش کتاب و فیلمنامه تا کارگردانی و روزنامه‌نگاری نگاه می‌کنیم و از طرف دیگر به موضوعیت چیسنا یرثبی در فضای اجتماعی توجه می‌کنیم، این برداشت می‌تواند شکل بگیرد که بین «تصور چیسنا یرثبی از خود» و «تصور جامعه از او» یعنی بین منم دوم و من سوم یکی شکافی وجود دارد که در برخی کامنت‌ها نیز جلوه‌گر است؛ مثل موردی که چیسنا یرثبی خود به آن اعتراض می‌کند

که برسیدم‌اند که شما به غیر این داستان یا رمان کتاب دیگری نیز دارید؟! در حالی که همه‌چیزان که وی بیان کرده است، تا ۸۰ مجلد کتاب دارد.

این میل طبیعی در همه وجود دارد که می‌خواهند دیده شوند و از نظر اجتماعی موضوعیت داشته باشند. آنچنان که یک وجع افراطی

آن مثلی است که می‌گوید «من مشهور باشم ولو به بدنامی؛ بهتر است از اینکه گمنام باشم».

این میل به دیده شدن به دلیل ارزشی است که افراد در احترام دیگران به خود احساس می‌کنند و معتقدند موضوعیت اجتماعی داشتن بالاآرفتن جایگاه اجتماعی آنها خواهد شد، یعنی انسان‌ها خواهان احترام دیگران به خود هستند و از این احترام لذت می‌برند و احساس رضایت می‌کنند

غالب کسانی که به دنبال ثروت یا قدرت یا طی کردن مدارج عالی در حوزه علم و هنر بویژه سینما یا موسیقی هستند، اینها به خودی خود برایشان اصل نیست بلکه اصل ایجاد احترام است. سوی دیگران برای خود است و برخی فکر می‌کنند این احترام از قدرتمند یا ثروتمند یا هنرمند شدن به دست می‌آید. عموماً همه ما کم و بیش دارای چنین میلی هستیم.

به نظر می‌رسد این رمان که به صورت پاورقی منتشر شده، برای نویسنده به مثابه فرصتی است که بتواند این شکاف «من دوم» با «من سوم» را پر کند و این احساس را که تاکنون حق او در جامعه آنچنانی که او از خودش متصور است، ادا نشده است، جبران کند، البته این کار هزینه‌هایی برای نویسنده دارد که جمع وسیعی از مردم را وارد عرصه زندگی خصوصی خود می‌کند و بناچار او و اطرافیان‌اش را در معرض مسائلی ناخواسته قرار می‌دهد.

این هزینه‌ها در حدی هست که نویسنده اذعان دارد تاکنون این ماجرا را حتی برای دخترش با این جزئیات نگفته است و در نوشته‌های دیگر تنها خود را پاسخگوی این داستان می‌داند و از دیگران می‌خواهد که از چسب دخترش و ریچانه و… را بهم زنند. در واقع چیزی که هزینه این گشودن زندگی خصوصی با جزئیات بسیار را به عرصه عمومی توجیه می‌کند، احتمالاً شیرینی این موفقیت



**تحلیل پدیده «پستیچی» از ۴ بعد روانشناختی، رسانه‌ای، هنری و جامعه‌شناختی**

# میل به دیده شدن

■ دکتر پرویز امینی ■

به‌دست‌آمده از نزدیک شدن من سوم به من دوم نویسنده است. ذوق‌زدگی از استقبال مردم از این رمان و نیز نگرانی از به حاشیه کشاندن این موفقیت اجتماعی می‌تواند چنین برداشتی را تقویت کند.

■ **تحلیل رسانه‌ای**

طرح روایت پستیچی در رسانه‌های کلاسیک مثل کتاب یا مطبوعات یا مجلات رخ نداده است بلکه در رسانه‌های خاصی شکل گرفته است که در برابر رسانه‌های کلاسیک می‌توان آنها را رسانه‌های جدید یا به تعبیر دقیق‌تر در برابر رسانه‌های مدرنی مثل تلویزیون، «رسانه‌های پست مدرن» نامگذاری کرد. در واقع پدیده پستیچی یرثبی در بستر یک تحول رسانه‌ای بزرگ صورت گرفته است که عمری ۱۵ تا ۲۰ ساله دارد. در فضای پست‌مدرن بر تکثر، تفاوت و نفی سلسله‌مراتب و مرکززدایی تأکید می‌شود که در این رسانه‌های نوپدید تا حدود زیادی ظهور دارد. این تحولات در ۴ سطح قابل بیان است:

اولین تحول شکسته شدن انحصار رسانه‌ای و ایجاد نوعی تکثر است؛ در گذشته مثلا ۲۰ تا ۲۵ سال قبل یک انحصار در ابزار رسانه‌ای در دنیا وجود داشت به طوری که جنگ اول خلیج فارس را تنها یک رسانه در اوایل دهه ۹۰ یعنی سی‌ان‌ان پوشش می‌داد و افرادی مانند «بودریار» و پست‌مدرن فرانسوی، اساسا منکر جنگ شدند و گفتند جنگی رخ نداده مگر در رسانه؛ اما حالا شما با انواع و اقسام رسانه‌های ریز و درشت روبه‌روید که در حال ساختن

تصویر ما از واقعیت‌های جهانند.

این تکثر رسانه‌ای در حدی است که ما مثل جزیره‌ای در محاصره این اقیانوس رسانه‌ای هستیم. تقریباً تمام ارتباط ما با جهان از دریچه رسانه‌هاست. جهان اگر مستقل از رسانه‌ها باشد خیلی کوچک‌تر از جهانی است که از طریق رسانه‌ها در دسترس ما قرار می‌گیرد. ظهور در این رسانه‌ها «وجود داشتن» هم معنا شده است. هر که «ظهور»ی در این رسانه‌ها ندارد انگار «وجود» ندارد.

در نسبت بعد روانشناسی و رسانه‌ای این نکته مهم است که واجد احترام شدن، منوط به دیده شدن است و دیده شدن منوط به ظهور در این رسانه‌هاست، بنابراین طبیعی است جمع کثیری از کسانی که خواهان دیده شدن هستند مانند خوانندگان و آرتیست‌های سینما، دارای ظهور و بروز قابل توجهی‌اند و چیسنا یرثبی نیز احتمالا استثنا نیست و در رقابت برای دیده شدن، با سوژه مهمی در این فضا ظاهر شده است.

دومین تغییر رسانه‌ای تغییر در مدیوم اصلی است. در هر دوره‌ای در بین رسانه‌های موجود، یک رسانه، رسانه غالب است. مثلا یک دوره مطبوعات، یک دوره رادیو در جنگ دوم جهانی و در چند دهه گذشته، ما در حال تجربه تلویزیون به عنوان رسانه غالب هستیم اما تلویزیون یک رسانه در حال افول است. اینترنت و فضای مجازی در حال تبدیل به رسانه غالبند که آمارها چه در سطح جهانی و چه داخلی و حجم پوششی که به رویدادها از این طریق داده می‌شود، این نکته را تأیید می‌کند.

دلایل زیادی وجود دارد مثل دسترسی آسان و ارزان و تقریبا همه جایی امسا دلایل مهم‌تری را می‌توان تأکید کرد؛ چسبندگی این ظرفیت رسانه‌ای به زندگی که عملاً اینترنت و فضای مجازی را به محیط‌زیست دوم تبدیل کرده است و خرید و فروش و انجام کارهای روزمره اداری و بانکی و شکل‌گیری دوستی‌ها و ازدواج‌ها و حتی

تاملات



کسین وطن امروز

تجربه این عشق را می‌دهد. روایت واقعی از زبان کسی که این عشق را خود تجربه کرده است، در مخاطب احساس همدلی بیشتری ایجاد می‌کند و قدرت همدات‌پنداری خواننده با نویسنده را افزایش می‌دهد. اما یکی از نکات در دلایل متعارف شکل‌گیری پدیده پستیچی، روایت این عشق با گشوده شدن حریم خصوصی نویسنده به سوی مخاطبان است که خود فی حد ذاته برای مخاطب کنجکاو ایرانی (!) جذاب است.

خوب یا بد، درست یا نادرست، این تمایل به آگاهی از زندگی خصوصی افراد، خصوصا چهره‌های مشهور اجتماعی، یک خصیصه اجتماعی عموم ما ایرانیان است. حالا این ملاحظه را داشته باشیم که کنجکاوی برای آگاهی از حریم خصوصی، با مساله‌ای به نام عشق درآمیخته شده باشد که نتیجه، یک معجون بسیار جذاب برای مخاطب خواهد بود که پستیچی یرثسی از این معجون برخوردار است.

اما مساله اصلی پدیده پستیچی که به اکتونیت و اینجابیت ما مربوط است، خلّایی است که داستان یرثسی به نوعی آن را پر می‌کند. لطفاً به پدیده‌ای مثل روند تسریع طلاق خصوصا در کلانشهر تهران که اکنون به رقم یک طلاق به ازای هر ۲/۸ ازدواج رسیده است، خصوصا به رشد شتابنده طلاق‌های توافقی توجه کنید. در کنار این به ظهور پدیده‌ای به نام طلاق‌های عاطفی که رابطه زن و مرد همانطور که یرثبی گفته است به حضور ۲ مسافر در مسافر‌خانه تقلیل پیدا کرده است نیز دقت کنید و حالا اضافه کنید مساله‌ای به نام خیانت زوجین را که این قدر فراگیر شده است که رسانه ملی و سینما نیز در حال پرداخت نمایشی به آن هستند. باز اضافه کنید افزایش میل به تجرد و اختیار کردن آپارتمان‌های مجردی و کاهش تمایل به ازدواج و رفتن به سمت الگوهایی مثل ازدواج سفید را که تعهد ازدواج را برای طرفین نسلرد، از باز پدیده جدیدی به نام جشن طلاق که با کارت دعوت و دراماتیک بالای داستان یوسف دارد و خداوند در قرآن از آن به احسن‌القصی یعنی به تعبیر جناب آقای جوادی‌آملی؛ بهترین قصه‌گویی تعبیر کرده است. اما در عوض زندگی عموم دانشمندان و متفکران، زندگی یکنواخت و بدون حادثه و ماجرای خاصی است و بنابراین صورت داستانی یا نمایشی دادن به آن بسیار دشوار است. صداوسیما فکر کنم دو تجربه شکست خورده از نوع الیف ویزه در این باره دارد که یکی از آنها مربوط به زندگی ملاصدرا بود.

در داستان پستیچی، از لحظه ملاقات چیسنا با یک پستیچی و عشق در اولین ملاقات تا دعوا با کسی به‌خاطر چیسنا و پیدا کردن اتفاقی در اداره پست و سپس عمد بر گرفته شدن از طرف کمیته تا عقدشاند کنند تا ماجراهای بوسنی تا کار ریچانه و قطع امید از علی و ازدواج و طلاق و مجددا پیدا کردن علی و… مجموعه حوادثی است که نیاز دراماتیک داستان را خصوصا اینکه بر محور یک روابط عاشقانه است تأمین

می‌کند. دومین ویژگی هنری این است که کاراکترهای اصلی یعنی چیسنا و علی بیشتر شخصیت هستند تا تیپ. فرقی شخصیت با تیپ این است که تیپ دارای نمونه‌های مشابه بیرونی است و تقریبا تا پایان داستان، تصور مخاطب از آن تغییر نمی‌کند اما شخصیت جوهریایی دارای وجه یونیک و منحصر به فرد است که تصویر مخاطب در طول داستان از او در حال شکل‌گیری است و کمتر مانند تیپ قابل پیش‌بینی است. مثلا کاراکتر حاج کاظم در آژانس شیشه‌های یک روزمند بعد از جنگ به‌خصوصی است یا مجید در قسه‌های مجید یک نوجوان دانش‌آموز خاص است یا نوجوان فیلم بچه‌های آسمان و زهرا کاراکتر محوری روایت دا که شخصیت‌هستند.

در پستیچی هم ۲ کاراکتر چیسنا و علی یک جوهری کاراکترهای یونیک با روابط عاشقانه یونیک هستند. دختر نوجوان پرشوری که عاشق پستیچی محل است و عاشق فردی است که چهره سرشناس کمیته‌ای است و در بوسنی مأموریت‌های خطرناک انجام می‌دهد و در برابر جوانی به نام علی که عالمی به کل متفاوت با این دختر دارد اما عاشق اوست. تقریبا نه چیسنا و نه علی مثل هم‌نوعان فکری خود فردد و نفی تعهد به دیگری را به عنوان یک محور مشترک‌می‌بینید.

حالا بازگردیم به داستان پستیچی؛ چه می‌بینیم و چه احساس می‌کنیم؟ روح حاکم بر داستان چیسنا و علی که اتفاقا ۲ عالم متفاوت را نیز تجربه کرده‌اند چیست؟ خب، پاسخ اولیه عشق است اما این کافی نیست بلکه باید گفت ما روایت یک عشق صادقانه و مهم‌تر وفادارانه را تجربه می‌کنیم که تعهد طرفین، عشق نسبت به یکدیگر و عبور از خود در آن برجسته است. عشقی دهه‌اشتی و هفتادی که در دهه هشتاد و نود حکم کیمیا را پیدا کرده است و خلّا آن برای عموم ما امروز محسوس است. بنابراین داستان پستیچی یرثبی به خلّایی پاسخ می‌دهد که انگار در روزگار ما معدتا احساس می‌کنیم و می‌خواهیمش اما نمی‌توانیم به آن پاسخ بدهیم، چراکه فردیت چنان در ما ریشه دوانده است که نمی‌توانیم به ضرورت تعهد به دیگری از عشق، وفادار بمانیم.

■ **جامعه‌شناس سیاسی**
علاوه بر دلایل روانشناختی، رسانه‌ای و هنری، علایق و خلّاهای اجتماعی نیز در اتفاق پستیچی مؤثر هستند. برخی موارد اجتماعی تأثیرگذار در پدیده پستیچی شکل متعارف و کلاسیک دارند و برخی دیگر به اکتونیت و اینجابیت ما مربوط هستند. عشق به عنوان موضوع محوری داستان از دلایل جذابیت متعارف پستیچی است. با جرأت می‌توان گفت عشق از نظر جذابیت در جامعه ایران، به رقیب دارد و نه جایگزین. در شعر، موسیقی، رمان، داستان و کارهای نمایشی، هیچ موضوعی به اندازه عشق مجال بروز و جلب نظر پیدا نکرده است. نکته مضاعف ادعای روایت واقعی و رئال از این عشق است که به مخاطب یک احساس زنده از

تجربه این عشق را می‌دهد.

### عوض کردن زمین بازی باافکار عمومی در آستانه انتخابات

ادامه از صفحه اول

در واقع تلاش تنوریسین‌ها و فرماندهان عملیات روانی و رسانه‌های پر تعداد همراه با دولت، این است تا شخصیت و هویت سیاسی فعالان عرصه انتخابات آتی را حول محور برجام و میزان موافقت و مخالفت آنها با برجام شکل دهند و بر این اساس مخالفان خود را از عرصه بیرون کنند. اما نکته قابل توجه در این زمینه آن است که چیدمان زمین انتخابات بدین‌شکل توسط جریان یادشده و تلاش برای معیار قرار دادن برجام و ارزیابی فاصله هر گروه و فرد با برجام، در شرایطی صورت می‌گیرد که جریان یادشده تلاش می‌کند کلیت برجام و در واقع تصویری که توسط رسانه‌های دولت از برجام، به جامعه ارائه شده است، به‌عنوان محور قرار بگیرد و آنها‌بشدت مراقب هستند که معیار شدن برجام موجب این نشود که متن برجام و واقعیت‌های آن مورد توجه قرار گیرد. در واقع شبکه رسانه‌ای دولت به‌خوبی می‌داند که برجام در عرصه واقعی دستاورد قابل توجهی برای مردم و کشور نداشته یا حداقل اینکه میزان ستائنده‌ها با میزان داده‌های برجام به‌هیچ‌عنوان قابل قیاس نیست و اگر بنا بر این باشد متن و واقعیت برجام مورد توجه قرار بگیرد، باز هم در چنین وضعیتی، چیزی عاید دولتی‌ها نخواهد شد. لذا آنها تلاش می‌کنند از یک طرف، معیار رقابت در انتخابات را به جای عملکرد و کارنامه دولت بویژه در حوزه اقتصادی، موضوع برجام قرار دهند و گروه‌های سیاسی را براساس فاصله‌ای که با برجام دارند مورد بررسی قرار دهند، از سوی دیگر به این مهم هم توجه لازم را دارند که مبدا متن و واقعیت برجام مورد توجه و بررسی قرار گیرد بلکه تصویری که آنها از برجام ارائه داده‌اند باید محور باشد. با این وجود، نکته قابل توجه این است که این استراتژی صرفا فیلتری بر برجام نیست و هر مساله دیگری هم که بتواند عاملی باشد جهت اینکه افکار و اذهان عمومی را از عملکرد دولت دور بدارد، در راستای اهداف رسانه‌ها و حامیان دولت بازهم است و برای انتخابات آینده به کمک آنها خواهد آمد. در همین راستاست که حواشی که به‌ضبط در جریان سخنرانی برخی چهره‌های منتسب به اصلاح‌طلبان و حامیان دولت در دانشگاه‌ها یا شهرهای مختلف به وجود می‌آید، بیش از هرچیز در راستای اهداف انتخاباتی این جریان قابل تحلیل است.

### گزارش امروز

### فرانسه در نقش ژاندارم آفریقا

ادامه از صفحه اول

با این وجود به گزارش خبرگزاری فرانسه، تروریست‌ها تا پاسی از شب با سنگر گرفتن در طبقه هفتم هتل در راهروهای آن اقدام به تیراندازی و مقاومت می‌کردند و دست آخر تنها مرگ ۳ تن از آنها تا پایان عملیات تأیید شد، به همین دلیل به نظر می‌رسد هنوز تروریست‌هایی در گوشه و کنار بلامکو مخفی شده باشند. دولت مالی نیز دیروز اعلام کرد از روز شنبه به مدت ۱۰ روز در سراسر کشور حالت فوق‌العاده برقرار می‌شود. اما در حالی که شبکه الجزیره گروه‌گانگبران را به گروه انفجاردین، قوی‌ترین شاخه القاعده در مالی منسوب می‌کرد در نهایت مشخص شد آنها به گروه افراطی در اصل الجزایری «مراپلون» مربوطند که همکاری «القاعده مغرب عربی» با همان هسته اولیه داعش پدیده‌های طرح شده را با این عینک بررسی کنیم. چرا تمایل به ازدواج کاهش یافته است؟ چرا طلاق افزایش سرسام‌آور دارد؟ چرا طلاق توافقی (آنقدر از دست هم خسته‌اند که هر دو می‌خواهند زودتر از دست هم رها شوند) رشد دارد؟ و چرا طلاق عاطفی (باهم ولی جدا از هم) به مساله جامعه ایران تبدیل شده است؟ مساله آزاردهنده خیانت در زوجین و نیز جشن طلاق و شکستن حلقه ازدواج با ابزار ساخت به معنای رهایی، چرا پیش آمده است؟ تمایل به نوعی روابط خاص مثل ازدواج سفید که تعهد ازدواج را نداشته باشد، چرا افزایش یافته است؟ شما در همه این پدیده‌ها، اصل بودن فردد و نفی تعهد به دیگری را به عنوان یک محور مشترک‌می‌بینید.

■ **فرانسه ژاندارم آفریقا**

ماجرای گروه‌گانگبری در هتل مجلل رادیسون بلسو در منطقه وی‌آی‌بی‌نشین باماکو پس از گروه‌گانگبری تابستان امسال در پایتخت مالی که به قتل ۱۳ نفر- از جمله ۵ کارمند سازمان ملل متحد -تجامید بخوبی یک روند را نشان می‌دهد. هتل رادیسون را به نوعی دومین سفارت فرانسه در مالی دانسته‌اند، چون محل اقامت خدمه ایرفرانس است و هم مسکن چندین مستشار نظامی این کشور در مستعمره سابق. به معنای دیگر این واقعه حامل این پیام بود که فرانسه برای دومین بار طی یک هفته هدف حمله تروریستی قرار گرفته و باید واکنش نشان دهد. این هتل در عین حال مهم‌ترین محل اقامت اتباع خارجی بود از جمله ۱۲ شهروند فرانسه که از کارکنان شرکت هواپیمایی ایرفرانس بودند و هیات‌بازگاری چندین نفری که در نشستی در بلامکو شرکت کرده بودند همراه با ۲۵ شهروند آمریکایی که تعدادی از آنها بازارگان بودند و همچنین اتباعی از ترکیه، چین، هند، روسیه و بلژیک. پس فرانسوی‌ها باید نقش خود را برای نجات همه آنها در قالب ژاندارم قدیمی آفریقا بازی‌یافتند. این در حالی است که نه تنها شمال مالی با وجود توافق صلح ۲ سال پیش کم‌اکان نارام است بلکه چندین کشور مجاور آن شامل لیبی، آفریقای مرکزی و نیجر وضعیت بحرانی دارند و آماده دخالت خارجی هستند.