

مشهد در حسرت ۷۲ درصدی که نیامدند!

محدودیت‌های کرونایی در ۹ ماه اخیر، شمار زائران مشهد را ۷۲ درصد کاهش داده است



تکتّم جاوید

t.javid@shahraranews.ir

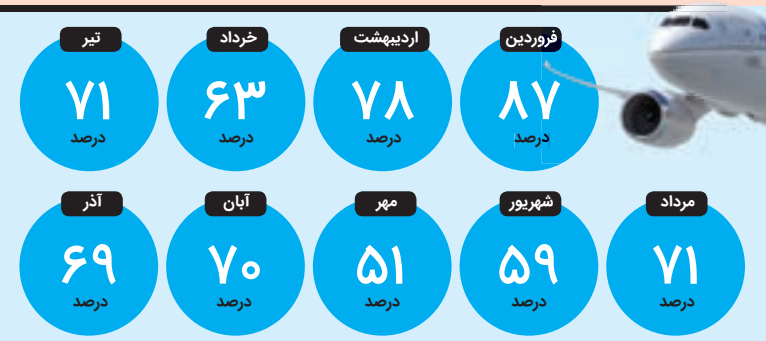


شیوع بیماری عجیب و ناشناخته کرونا، زندگی در شرایط عادی را تغییر داد، کسبو کارها را از رونق انداخت و افراد را اسیر چهار دیواری خانه و محدود به شهرهایشان کرد. سفر و گردشگری، از مهم‌ترین حوزه‌هایی بود که انجامش در دوران شیوع این بیماری، تاحدودی ممنوع شد، با این هدف که سرعت انتقال کرونا از شهری به شهر دیگر به کمترین میزان ممکن برسد. مشهد به عنوان زائرپذیرترین شهر کشور، سالانه پذیرای حدود ۳۰ میلیون مسافر و زائر بود و مشاغل بسیاری حول همین حضور شکل گرفته بود و می‌چرخید اما از اسفند سال گذشته که ایران میزبان کرونا شد، ورود به شهر مشهد نیز به شدت کاهش یافت. این کاهش‌ها بقدری چشمگیر بوده است که می‌توان صفت «زائرپذیری» را از نام مشهد برداشت و آن را یک شهر معمولی به حساب آورد.

● نخستین نوروز متفاوت

اسفندسال ۹۸ کشور وارد مرحله پیشگیری از کرونا و اعمال محدودیت‌ها شد. تعطیلی مدارس و کاهش حضور کارمندان در ادارات و تعطیلی کسبوکارهایی همچون باشگاه‌های ورزشی، سالن‌های زیبایی و پارک‌ها همگی روش‌هایی برای حفظ فاصله اجتماعی و کاهش آمار مبتلایان و مرگومیر بود. در این میان اما عده‌ای هنوز به سفر و استفاده از تعطیلات آخر هفته یا تعطیلات عید نوروز اصرار داشتند؛ موضوعی که باعث شد محدودیت‌آمده‌های بین شهری تصویب و به‌طور رسمی ورودی شهرها به روی مسافران و غیربومی‌ها بسته شود. مشهد نیز امسال برای اولین بار، نوروزی بدون مسافر و زائر را تجربه کرد که شبیه به شوکی باورنایذیر بود. قزمز و بحرانی شدن شرایط بیشتر شهرها که مشهد نیز از آن‌ها جدا نبود، باعث شد به تناوب و در زمان‌هایی از سال، محدودیت رفت‌وآمد اعمال شود. مراسم مذهبی در محرم و صفر یا شهادت امام‌(ضاح) همانند هر سال برگزار نشد و حتی دکتر محمدحسین بحرینی، رئیس دانشگاه علوم پزشکی مشهد، از زائران بارگاه ملکوتی امام‌(ضاح) خواست عزاداری‌ها و سوگواری‌ها را در شهرهای خود برقرار و از سفر به مشهد و خراسان رضوی پرهیز کنند. آمار ورودی به شهر مشهد در ۱۱ ماه گذشته می‌تواند

مقایسه درصد کاهش ورودی مسافر به مشهد در ۹ ماهه سال جاری نسبت به سال قبل



محدودیت‌های مهم از ۳۰ بهمن ۱۳۹۸ (اعلام رسمی شیوع کرونا در ایران)



شهر

روزنامه شهرامید وزندگی

شنبه ۲۴ بهمن ۱۳۹۹ جمادی الثانی ۱۴۴۰ شماره ۳۳۵

۰۴

↓

جامعه

مصطفی توفیقی

«مرور آمدهام تا درباره ابهامات پرونده‌ام توضیح بدهم. از هم سن‌وسال‌های خودم که این گزارش را می‌بینند تقاضا دارم چند دقیقه توصیه‌های من را گوش کنند.» این جمله‌ها سراغ گرفت‌وگویی چشم‌درچشم یکی از اینفلوئنسرهای ایران است که درسایت رکنا منتشر شد. «سحر تبر» که سعی دارد از گذر این فیل ویدئویی «فاطمه خویشوند» باشد، خودش، نه هیچ‌کس و هیچ چیز دیگر. می‌گوید: «به هیچ وجه نمی‌دانستم اعمال و رفتارم جرم محسوب می‌شود و کارهای من از روی هیچ قصد خاصی نبود. از اشتباهاتم واقعا پشیمانم.» می‌گوید: «در ابتدا خیلی خوشایند بود. اما الان که توان آن را پس داده‌ام از آن خیلی پشیمانم.» می‌گوید: «هرقدر به سحر تبر بیشتر فکر کردم، بیشتر از کار خودم پشیمان شدم. من کارهایی کرده‌بودم که با قوانین کشور متضاد بود و داشتم مجازات می‌شدم.» می‌گوید و می‌گوید و می‌گوید و گفته‌هایش را تکرار می‌کند، درست مانند روزهایی که سحر تبر با آن چهره و سرو وضع غریب و نامتعارف، جمله‌هایی را تکرار می‌کرد برای بیشتر و بیشتر دیده شدن؛ دیده‌شدنی که نه فقط به قیمت جوانی و آبروی و خانواده‌اش تمام شده، که حالا دهه‌فتادی‌ها و دهه‌هشتادی‌هایی را که عشق اینفلوئنسر شدن و فالوربازی هستند، به هراس انداخته است.

● شاید نماینده سلسل خاکستری

به شهادت کسانی که دنبال کننده او در اینستاگرام بوده‌اند، سحر تبر با بسیاری از اینفلوئنسرهای متفاوت است، به‌ویژه از این جهت که او برای فعالیت‌بودن، هر کاری نمی‌کرده است. آن‌ها می‌گویند که او را هر روز در گوشی تلفن همراهشان می‌دیده‌اند، می‌گویند سحر تبر بدھن و بی ادب نبوده است، اهل بی حیایی و هتک حرمت نبوده، افسیون و فحشا تبلیغ نمی‌کرده و از آن‌هایی نبوده که برای شهرت دست به «هرکاری» بزنند، اما در میان بسیاری از آن اینفلوئنسرهایی که برای کسب فالور و در نهایت درآمد بیشتر، هر چارچوبی را به هم می‌زنند، این سحر تبر بود که خوب یا بد، فرشته عدالت، بال‌هایش را دور او حلقه کرد. او شاید نماینده نسلی خاکستری باشد که می‌تواند خیلی زود به این نقطه برسد که «دنبال شهرت و هیجان نباشد»، نسلی که در نوجوانی (فاطمه خویشوند در ۱۸ سالگی به زندان رفت) بزرگ دیده می‌شود، اوج می‌گیرد، مشهور می‌شود، سپس به زمین می‌افتد، با بال‌های زخمی از پرواز بی‌موقع، صورت‌های خسته از عمل‌های پیاپی جراحی زیبایی، و پشیمانی از همه چیز. نسلی با آرزوهای مختصر و پروازهای سریع؛ تپیدن از «خود» برای سرگرم کردن دیگران...

● هنر: خودنمایی،

خودنمایی، خودنمایی کافی است در صفحه تلفن همراهتان، اینستاگرام را باز کنید تا مجموعه‌ای از خودنمایی‌های اینفلوئنسرها، یکی پس از دیگری شما را به صفحه این «شاخ‌های مجازی» هدایت کند، از فلان بازیگر و خواننده تا بهمان فوتبالیست و شومن، اما آنچه در این میان شگفت‌تر است، نمایش‌های عجیب و غریب اینفلوئنسرهایی است که منهای «عجیب‌بودن» یا بهتر بنویسیم «خودنما بودن»، هنر بیشتری برای آنکه هزاران عضو جامعه مجازی را به دنبال خود بکشاند ندارد. در این میان اینفلوئنسرهای مشهدی هم حسابی برای خودشان جای‌باز کرده‌اند، از فلان خانم جوان مشهدی که سعی می‌کند با نوبه‌نو پوشیدن لباس‌های نیمه برهنه تا تازہ کردن خال کوبی‌هایش، خودش را «میس» مشهد معرفی کند تا آقایی که روزی چند وعده غذا را روی سرو کله‌اش خالی می‌کند و آن یکی دیگر که سعی می‌کند با خوردن چندین وعده غذایی در یک برداشت

من در چشم توأم!

درباره «اینفلوئنسرهای مشهدی» و حراج اخلاق به بهانه شهرت‌جویی و کسب درآمد



نوعی بیماری روانی سبب خودنمایی برخی‌ها در فضای مجازی می‌شود

دکتر سیما فردوسی، روان‌شناس، در گفت‌وگو با شهر آرا درباره این پدیده می‌گوید: «به همان اندازه که برخی از این رفتارها در فضای مجازی، ناشی از برنامه‌ریزی‌های اقتصادی پشت پرده است، تعداد شایان توجهی از اینفلوئنسرها هم ناخواسته تا این حد مشهور می‌شوند. این دسته دوم از نظر اقتصادی هم ناموفق‌ترند چون هدف و برنامه دقیقی درباره این قضیه ندارند. مسئله این است که «متفاوت بودن»، رمز اصلی این شهرت‌جویی‌هاست و همان قدر که افراد دارای نبوغ می‌توانند خودشان را از دیگران متفاوت کنند، بیماران روانی هم قابلیت‌انواعی از خودنمایی بی‌پرده را دارند که می‌تواند موجب شهرت آن‌ها در فضای مجازی شود.» فردوسی توضیح می‌دهد: «بسیاری از این افراد به‌طور مشخصی روان پریش یا دوقطبی و



در اصطلاح بدون آقابالاسر می‌دانند.» این کارشناس شبکه‌های اجتماعی درباره این حرفه غیررسمی پول‌ساز توضیح می‌دهد: «اینفلوئنسر بودن، به‌طور کلی هر شیوه مطرح کردن خود در فضای مجازی برای جذب سرمایه از طریق تبلیغات و اسپانسرینگ را شامل می‌شود که البته ورود به این عرصه با آموزش‌هایی غیررسمی نیز همراه است که شاه‌کلید همه این آموزش‌ها این است: مطرح‌شدن و توی چشم‌بودن به هر قیمتی.»

● نامتعارف و غیرمنتظره

این «به هر قیمتی»، درست همان جایی است که اهمیت اجتماعی کاروبار اینفلوئنسرها پررنگ‌تر می‌شود؛ «قیمتی» که در ابتدا چندان هم زیاد و پرمخاطره نشان نمی‌دهد. کافی است بخش‌های دیگری از صحبت‌های اخیر «سحر تبر» را مرور کنیم: «عده‌ای از شاخ‌های مجازی را شناخته‌بودم و به این فکر بودم که می‌شود مثل آن‌ها بود اما فکرم را نمی‌کردم در اینستاگرام این همه معروف شوم، و اینکه: «وقتی عهانی شدم خوشحال نشدم؛ من برای داخل ایران بودم حتی وقتی مخاطبانی از کشورهای خارج می‌آمدند، پشیمانی می‌کردم که از خارج کشور چه کسانی در پیچ هستند و افرادی زیادی را بلاک کردم. من شهرت می‌خواستم اما نه در حد جهانی.» سحر

این بازتاب روح و روان بخشی از جامعه نوجوان و جوان ایرانی است که خویشن خویش را در زندان قرار از خود، زندان عمل‌های نمایشی و «بیکر تراشی‌های بی‌پرده»، در زندان مجازات‌های قضایی و از همه مهم‌تر در زندان قضاوت‌های اخلاقی، به بند می‌کشد

تبر و امثال او به سرعت شهرت می‌یابند، در حالی که خودشان هم انتظار این مقدار رسمیت شناخته نمی‌شود، نظارت و شفافیت درباره آن هم وجود ندارد و اینفلوئنسرها به همان اندازه که خودشان را از برخی قید و بندهای اخلاقی آزادتر می‌دانند، بیش از آن، خودشان را از نظر کسبوکار، بدون نظارت و



تنها در صفحه‌های فضای مجازی برای عروس‌هایشان کف خواهند زد.



اینفلوئنسرهای پوچ پرسروصداست: تبدیل شدن به «عروس مردگان»، مردگانی که

تصویری، نشان دهد که «زیاد خوردن» هم هنر می‌خواهد و... حالا خانم جوانی که فرزند داخل شکمش را سوژه کسبوکار جدید خود کرده است و با باز کردن صفحه برای چنین به‌دنیایانمده، حتی از خیر کاسبی کردن از قبل فرزند چندماهه در شکمش هم نگذشته است. مادر جوان، هر روز از آنچه بر جنبش و تدارکات به‌دنیایم‌اندن او می‌رود، پست و استوری می‌گذارد و به هزار ترفند، دنبال‌کنندگان (بخوانید مشتریان) را به این پیج می‌کشاند تا رفتارفته تبلیغات محصولات جدید صفحه را به آن‌ها قالب کند.

● سوژه: بدن، میکاپ، اطوار، جنین!

از طریق دایرکت اینستاگرام از این مادر جوان می‌پرسم: «هزینه تبلیغات در پیج شما چگونه است؟» بعد از چند روز جواب می‌دهد: «به خاطر تأخیر در پاسخ‌گویی عذرخواهم. به دلیل مسائل ناشی از بارداری و همچنین شلوغ بودن دایرکت، پاسخ شما به تأخیر افتاد. در خدمتم.» سوآلم را دوباره می‌پرسم، جواب می‌دهد: «باتوجه به شرایطی که گفتم در حال حاضر تبلیغات با فاصله زمانی بیشتری پذیرفته و درج می‌شود. قیمت‌ها هم باتوجه به روز و ساعت درج تبلیغ متفاوت است، و اینکه می‌خواهید تبلیغات در پیج شخصی من کار شود یا پیج بی‌بی، می‌گویم: «ترجیح می‌دهم در پیج فرزندان باشد.» می‌گوید: «بین ۲۰۰ هزار تومان تا ۵ میلیون تومان.»

برای تبلیغات قرارداد می‌بندید؟ -به دلیل برخی معذورت‌ها، در حال حاضر قرارداد مکتوب نداریم. اما سابقه تبلیغات ما بهترین قرارداد را برای شماست. می‌توانید در پیج بررسی بفرمایید. -اگر بخواهیم بعد از تولد فرزندان هم، کوچولوی شما بر ایمان تبلیغ کنند، برای شما ممکن است؟ -بله حتماً! در آینده برنامه‌های تبلیغاتی

کابوس زندان‌های تودرتو

«فرار از خود»، زندان «عمل‌های نمایشی» و «بیکر تراشی‌های بی‌پرده»، در زندان «مجازات‌های قضایی» و از همه مهم‌تر در زندان «قضاوت‌های اخلاقی» به بند می‌کشند، تا در نهایت مانند «فاطمه خویشوند» از آنچه در تازہ جوانی بر او رفته است، بگویند: «برایم مثل کابوس است.» فاطمه خویشوند در نهایت آن چیزی شد که خود می‌خواست، چیزی که نهایت بازی

نه این گزارش و نه داستان «سحر تبر» در اینجا پایان نمی‌یابد، چون داستان «خودنمایی» آدم‌ها و حکایت کسانی که از خود را صرف تماشا و دنبال کردن این «خودنمایی‌ها» می‌کنند، پایان نخواهد یافت، «فاطمه خویشوند» در آستانه بیست‌سالگی بازتاب روح و روان بخشی از جامعه نوجوان و جوان ایرانی است که خویشن خویش را در زندان