

## همه چیز فدای چشم و همچشمی

از وقتی پسر جوان به روستای خودشان برگشته بود، انگار جور دیگری حرف می‌زد، سعی می‌کرد آرام‌تر صحبت کند



جام جم آنلاین: از وقتی پسر جوان به روستای خودشان برگشته بود، انگار جور دیگری حرف می‌زد، سعی می‌کرد آرام‌تر صحبت کند و کلمات را کامل بیان کند و لب‌هایش را به میزان کمتری باز کند، می‌گفتند او شبیه شهری‌ها حرف می‌زند، قبلاً وقتی نگاهش می‌کردند، با پوزخند از کنارش رد می‌شدند که &#171;پسر رفت و برایمان شهری برگشت، دیگر حرف زدن خودمان هم یادش رفت.&#171;

اما بعدتر جوان‌ترها بیشتر سعی می‌کردند شبیه او حرف بزنند، بخصوص دخترهای روستا گاه و بی‌گاه از حرف زدن او تقلید می‌کردند تا این‌که دیگر &#171;شهری.&#171; حرف زدن مد شد و هر کس تلاش می‌کرد در مقابل چشمان دیگران این‌گونه صحبت کند و رقابت برای آن بیشتر شد.

شاید تصورش سخت باشد که نوع حرف زدن هم می‌تواند چشم و همچشمی باشد، اما پنهان از چشمان ما و به صورت ناخودآگاه این رفتار هم یکی از نشانه‌های چشم و همچشمی بین مردم است. سعید معیدفر، عضو انجمن جامعه شناسی ایران و رئیس سابق این انجمن معتقد است: &#171;رایج شدن واژه‌های خارجی در جملات یا به شیوه خاص صحبت کردن گاه باعث می‌شود دیگران از هم تقلید کنند و شکلی از صحبت کردن یا کلماتی رایج شود.&#171;

### یک پدیده در حال تغییر

معیدفر به عنوان یک جامعه‌شناس تعریف خود را از این پدیده می‌دهد و می‌گوید: &#171;چشم و همچشمی مکانیزمی است که در جهت همنوایی و سازگاری افراد با تغییرات در جامعه صورت می‌گیرد.&#171; به گفته او، جامعه معمولاً دو نوع وضعیت دارد؛ وضعیتی ثابت یا در حال تغییر، چشم و همچشمی در هر کدام از این دو وضعیت به شکلی بروز می‌کند، &#171;زمانی که شرایط در جامعه‌ای ثابت است، پدیده چشم و همچشمی نیز کمتر دیده می‌شود اما وقتی در جامعه‌ای به دلایلی نوآوری در عرصه‌های مختلف مثل پیشرفت تکنولوژی یا ورود پدیده‌های تازه به دفعات و با فاصله کم صورت می‌گیرد، افراد دائماً با این تغییرات سعی می‌کنند چیزهای جدید به دست آورند، از مدهای جدید استفاده کنند و خود را به این تغییرات نزدیک کنند. سبک جدید هنری یا سبک جدید لباس، یا حتی سبک‌های جدید در حوزه‌های فرهنگی، ادبی و مسائلی مانند آن پیش می‌آید و افراد سعی می‌کنند از آنها پیروی کنند.&#171;

ناصر قاسم‌زاد، روانپزشک نیز تحلیل ویژه‌ای از بعد روان‌شناسی برای این پدیده دارد و در مورد این سوال که آیا چشم و همچشمی یک بیماری است یا خیر، توضیح می‌دهد: &#171;همه افراد در شرایط عادی میل به پیشرفت و تکامل دارند و بخشی از این داشتن‌ها جزو خرید و وسایل روزمره زندگی است، دیگر نمی‌توانید به کسی بگویید قدیم‌ها یخچال، ماشین لباسشویی یا تلویزیون ال سی وجود نداشته، پس درحال حاضر استفاده از آنها نشانه چشم و همچشمی است، بلکه این وسایل نیاز امروز آدم‌ها برای زندگی است.&#171;

یا از سوی دیگر، فردی دارای رفاه مالی است و ممکن است برای عروسی خود تصمیم بگیرد دو برابر برگزاری یک عروسی معمولی خرج کند. او بهترین انتخاب و ویژگی‌ها را برای مراسم خود برمی‌گزیند، در این شرایط نمی‌توان به این فرد &#171;بیمار.&#171; گفت، بلکه او به زندگی عادی خود در حالی که نیاز به بهتر بودن و کمال دارد، ادامه می‌دهد.&#171;

خرید جهیزیه یکی از رایج‌ترین شکل‌های چشم و همچشمی است. مادر سارا معتقد است: &#171;مردم عقلشان به چشمشان است، نمی‌شود جلوی زبان مردم را گرفت، دختر که بی‌جهیزیه خانه بخت برود تا ابد پشتش حرف است، جهیزیه باید مفصل باشد.&#171; به همین دلیل مادر سارا وارد هر مغازه‌ای که می‌شود، انگشت اشاره‌اش را به سوی پرده‌ها و مبلی‌های پرزرق و برق می‌برد و به هر فروشنده‌ای می‌رسد، می‌گوید: &#171;چیزی می‌خواهم که چشم پرکن باشد.&#171;

دکتر قاسم‌زاد یکی از نشانه‌هایی را که چشم و همچشمی تبدیل به بیماری شود، تأکید و اصرار فرد بر ویژه بودن و گران بودن وسایل خود می‌داند و می‌گوید: &#171;وقتی فردی دائماً به این فکر می‌کند که چه کار کند تا از دیگران متمایز باشد و این تمایز خود را به رخ بکشد، این به رخ کشیدن، دیگر طبیعی نیست و در این موارد فرد به نوعی بیمار محسوب می‌شود.&#171;

اما در این میان، ضرب‌المثل‌های ایرانی را نیز نباید از یاد برد؛ آن وقت که گفته می‌شود &#171;هرکه بامش بیش برفش

بیشتر؛ دکتر قاسم‌زاد معتقد است نباید فراموش کرد ایران کشوری مصرف‌گراست و مصرف‌گرایی در کشور ما از قدیم رایج بوده؛ به طوری که افراد سعی می‌کردند در شرایط داشتن رفاه بیشتر، مصرف بیشتری هم داشته باشند. #171؛ عمدتاً چشم و همچشمی بین افراد مرفه بیشتر دیده می‌شود.؛

### چشم و همچشمی یک مکانیزم اجتماعی

بسیاری از کارشناسان و روان‌شناسان اجتماعی می‌گویند چشم و همچشمی ناشی از نبود اعتماد به نفس است. از نظر روان‌شناسان و کسانی که در حوزه روان‌شناسی اجتماعی تحقیق و پژوهش می‌کنند، پدیده چشم و همچشمی در میان افراد، نشانه نیاز آنها برای جلب توجه اطرافیان و مورد تأیید قرار گرفتن است؛ اما سعید معیدفر جامعه‌شناس، در این زمینه نظر دیگری دارد و معتقد است چشم و همچشمی فرآیندی اجتماعی است. #171؛ اساس چشم و همچشمی امری طبیعی است و بسته به این‌که چگونه از آن استفاده کنید، ممکن است مشکل ساز باشد، باید به کمک افراد جامعه بیاید. مانند خودرویی است که اگر قوانین را درست رعایت کنید، شما را بخوبی به مقصد برساند، یا آن‌که به دلیل رعایت نکردن قوانین منجر به خسارت یا حتی مرگ شود. این پدیده نیز بسته به این‌که گروه مرجع از چه گروه‌هایی باشند، ممکن است مثبت یا منفی باشد و جامعه را درگیر یک سری خصایل اخلاقی خاص، مصرف‌زدگی یا درگیر رفتارهای نامتعادل کند یا در مقابل، آن را به سمت و سویی بهتر سوق دهد.؛

البته رفاه بیشتر می‌تواند موجب چشم و همچشمی بیشتر میان افراد شود. معیدفر در این زمینه می‌گوید: #171؛ در آغاز افرادی بیشتر به سمت سبک و کالاهای جدید می‌روند که استطاعت مالی بیشتر و فرصت‌های مناسب‌تری دارند و البته تعداد محدودتری این سبک یا کالا پذیرفته‌اند اما از همان زمان پذیرش تغییرات به دنبال آن در جامعه شکل می‌گیرد و برای این‌که این پدیده تغییر یا پذیرش در سطوح بیشتر جامعه منتقل شود، چشم و همچشمی پیش می‌آید.؛

وی در مورد این‌که چرا فرد چشم و همچشمی را انتخاب می‌کند، توضیح می‌دهد: #171؛ فردی که سبک جدید را انتخاب کرده از دیگران متمایز می‌شود و در چشم بقیه بیشتر نمایان می‌شود، در این حالت افراد به او حسادت کرده و سعی می‌کنند بیشتر به او نزدیک شوند، به هر شکلی شده آنچه او دارد به دست آورند و آنها نیز تغییر کنند. ممکن است این تغییر نوعی از آرایش کردن باشد، لباس پوشیدن یا حتی نوعی از سخن گفتن باشد.؛

### چشم و همچشمی با نگاهی دیگر

با توجه به گفته‌های این کارشناسان برخلاف ذهنیت عمده‌ای که وجود دارد، می‌شود با نگاهی دیگر به چشم و همچشمی‌ها نگاه کرد. سعید معیدفر توضیح می‌دهد: #171؛ این تفاوت و انتخاب سبک‌ها نیز در نتیجه یک مکانیزم اجتماعی ایجاد شده و در میان عده‌ای آغاز می‌شود، این عده نوآوران هستند که استطاعت، جسارت یا ریسک انجام یک رفتار یا داشتن یک کالا را دارند.؛

و در نهایت همه چیز را گروه مرجع یا نوآوران انتخاب می‌کنند. #171؛ انتخاب این همنوایی یا چشم و همچشمی به گروه مرجع بستگی دارد و گاه می‌بینید ممکن است گروه مرجع متکی به گروهی از جامعه باشد که در آن افراد فرهیخته‌ای باشند و میل خانواده‌ها به این‌که بچه‌های خود را به دانشگاه یا حتی برای ادامه تحصیل به خارج از کشور بفرستند، رایج می‌شود و می‌توان گفت این چشم و همچشمی از نوع مثبت است و موجب ارتقای فرهنگ دانشگاهی و تحصیلات بین افراد می‌شود.؛

همواره در رسیدن به این تغییرات، افرادی بخوبی آن را پشت سر می‌گذارند اما افرادی نیز هستند که دچار مشکلاتی در این راه می‌شوند و در نهایت سرخورده‌گی و ناامیدی را برای آنان به همراه دارد، این افراد دارای یک سری خشونت‌ها در زندگی اجتماعی خود می‌شوند.

سال 88 سازمان ملی جوانان تحقیقی انجام داد و اعلام کرد براساس تحقیقات انجام شده 25 درصد از زنان چشم و همچشمی دارند، 10 درصد این افراد به دلیل مشکلات روانی و کمبودهای دوران کودکی و 15 درصد نیز به دلیل حسادت و رقابت منفی چشم و همچشمی می‌کنند.

این گزارش سازمان ملی جوانان نشان می‌دهد زنان بیشتر از مردان گرایش به چشم و همچشمی دارند و عمده شکل رایج چشم و همچشمی‌ها در آنان نو کردن و خرید وسایل خانه است. البته به نظر می‌رسد دامنه چشم و همچشمی‌ها در زنان وسیع‌تر است و شامل همه چیز از کوچک تا بزرگ می‌شود اما مردان در موارد کمتری مثل خرید خودرو یا ملک ممکن است به رقابت و چشم و همچشمی با هم بیفتند، اما برای یک جامعه نیز می‌تواند در دسر ساز باشد. مثل آن که معیدفر توضیح می‌دهد: #171؛ جامعه باید برای شکل‌گیری سبک و چیزهای جدید و حتی پدیده چشم و همچشمی هدف‌گذاری شده باشد و نوآوران را از زمره فرهیخته‌ترین یا رشد یافته‌ترین افراد جامعه انتخاب کند.؛

