

آفت عاشقانه‌های کور

قرارهای ناشناس یا به قولی بلایند دیت‌ها که این روزها ویدئوهای زیادی از آن در فضای مجازی می‌بینیم، چیست و فرهنگ جامعه را به چه سمتی می‌برد؟

ZENDEGI - SALAM

ضمیمه روزنامه خراسان

دوشنبه ۳۰ مهر ۱۴۰۳

۱۷ ربیع الثانی ۱۴۴۶ • ۲۱ اکتبر ۲۰۲۴

شماره ۳۱۶۱۳

۲۸۳۲

در زندگی سلام امروز بخوانیم:

۲ با تغذیه هوای قلبت رو داشته باش

۳ استراتژی خطرناک «بابک کریمی» در برابر خودکشی

۳ فرزندان اول ۴۸ درصد بیشتر در معرض اضطراب هستند

۴ طنز | در ۱۰ روز اندازه ۱۰۰ سال پولدار شوید



اکرم انتصاری | روزنامه نگار

پرونده

شاید شما هم حین گشت و گذارهای مجازی بریده ویدئوهایی از بلایند دیت‌های مختلفی که در اینستاگرام و یوتیوب ساخته می‌شود، دیده باشید. بلایند دیت (Blind date) یک نوع قرار ملاقات ناشناس است که یک شخص سوم آن را برگزار می‌کند. او سوالاتی را از دو نفر حاضر در برنامه که یکدیگر را نمی‌شناسند و بینشان یک پرده جدا شده یا یک چشم‌پند روی چشمشان است، می‌پرسد و بعد از رد و بدل شدن پرسش و پاسخ‌هایی به آن‌ها اجازه می‌دهد همدیگر را ببینند، پیش‌بینی‌هایی را که درباره ظاهر هم داشتند بررسی کنند، به سوال‌های بعدی جواب دهند و در نهایت مشخص کنند که آیا حاضرند با هم بیشتر آشنا شوند یا نه؟ البته بلایند دیت‌ها هر روز دارند با شکل و شمایل جدیدی ساخته می‌شوند؛ گاهی از فاز قرار ملاقات دو نفره به ملاقات چند پسر با یک دختر یا چند دختر و یک پسر تبدیل می‌شوند و در بعضی برنامه‌ها یک شرکت‌کننده غیر معمولی از این بلایند دیت به آن بلایند دیت می‌رود و کم‌کم به شاخ مجازی تبدیل می‌شود. البته این برنامه‌ها بی‌شباهت به برنامه‌تری که «از دواج با اسرارول» نیستند؛ این که تا چه اندازه این ملاقات‌ها و برنامه‌ها جنبه سرگرمی و تفریح دارد و چقدر می‌تواند به روند دواج کمک کند سوالی است که ما در کنار سوال‌های دیگرمان درباره این برنامه‌ها داشتیم و سعی کردیم در این پرونده به دنبال پاسخ‌هایی برای آن باشیم.

زیر پوست بلایند دیت‌ها چه می‌گذرد؟

آنچه این روزها در نسخه‌های مختلف بلایند دیت‌های بینیم، بیشتر روایت‌کننده آن چیزی است که زیر پوست فرهنگ و جامعه دار اتفاق می‌افتد و در سانه‌های جمعی ملی از آن خبری نیست. جوانانی که دست و صورتشان را تئوپیر سینگ پوشانده است، لباس‌هایشان شبیه بخشی از آن چیزی است که در کوچه خیابان می‌بینیم ولی در صداوسیما نه. بعد از پرسش‌هایی مانند این که «گذشته‌تر چقدر واست مهمه؟ دیت بد هم داشتی؟ مادیات برایت مهم است؟ کدوم پسر یا دختر کنسه؟ ماشین طرف مقابل برایتان اهمیت دارد؟» چالش‌هایی مثل تماس با یکی از اعضای خانواده طرف مقابل، چالش‌های پاک کردن آرایش صورت یا مجازات‌های ۵ ثانیه‌ای هم به ترکیب برنامه‌ها اضافه می‌شود تا آن را برای بیننده جذاب‌تر کند. استفاده از کلمات غیرفارسی مانند دیت، پارتنر، اکس، کابل و اصطلاحاتی که نسل جدید از آن استفاده و با آن ارتباط برقرار می‌کنند هم یکی از مواردی است که شاید این برنامه‌ها در نظر نسل جدید قابل قبول‌تر کند. البته بعضی وقت‌ها جواب و توقعات عجیب مانند «ماشین طرف مقابل پراید نباشه. کمتر از شاسی سوار

نمی‌شوم یا دختری که خرج خودش رو نده کنسه» و سوال‌هایی که در سانه‌ها مطرح نمی‌شود شاخک‌های بیننده را تیز می‌کند تا سر نوشت دوشرکت‌کننده را تا آخر پیگیری کند. به نظر می‌رسد این برنامه‌ها در نبود برنامه‌هایی برای فرهنگ‌سازی و رابط در سانه‌های ملی و جمعی دارند با ملغمه‌ای از چالش‌ها، دیدگاه‌های مختلف به درست یا غلط وارد فاز فرهنگ‌سازی می‌شوند.

ظرفیت جدید بلایند دیت باز شد!

همان‌طور که گفتیم بلایند دیت‌ها در شکل‌های مختلف ساخته می‌شوند و حتی نسخه مذهبی آن هم منتشر شده که واکنش‌های زیادی را به دنبال داشته است. البته این بخشی از موضوع است و طرف دیگر آن به صفحه و کانال‌های مختلفی برمی‌گردد که در فضای مجازی مشغول عضوگیری برای بلایند دیت هستند. تعدادشان هم کم نیست و هر کدام برای خود یک شیوه‌نامه دارند. به سراغ این کانال‌ها می‌روم. این یکی مخصوص تهران است و عضوهایی را می‌پذیرد که فقط و فقط دختر باشند. برای وارد شدن اسم‌تان در فهرست باید ۱۰۰ هزار تومان بپردازید و بعد هم طبق

قوانین کانال «اسم، سن، آیدی تلگرام، عکس از فیس و یک ویس معرفی» ارسال کنید تا ادمین یک پسر از اعضای کانال پسرهارا به شما معرفی کند و با هم به دیت بروید. البته این که این قرارها واقعی است و آیا طرف مقابل صرفاً می‌خواهد یک قرار آشنایی داشته باشد یا نه، هیچ تضمینی وجود ندارد. جالب این که بعضی از این کانال‌ها ظرفیت محور هستند و هر بار با نوشتن «ظرفیت تکمیل شد یا ظرفیت جدید باز شد» حسابی بازار گرمی می‌کنند. بعضی کانال‌ها هم به شکل دیگری اداره می‌شوند و افراد بعد از وارد شدن به گروه، فرم‌هایی باوای‌ای می‌رسانند تا آن‌ها فرم‌ها را تکمیل کنند و از طریق آن دو طرف با هم آشنا شوند. البته اگر فقط غرض آشنایی باشد و نه سناریوهای پیچیده و ترسناک. در یوتیوب و اینستاگرام هم که هدف از چنین تولید محتوایی مشخص است، کسب درآمد دلاری از ویدئوهای پر بازدید یوتیوب، یا افزایش آمار فالوئر اینستاگرامی، دیده‌شدن در اکسپلور و در نهایت افزایش سطح تعامل پیج و بالا بردن تعرفه تبلیغات، عجیب این که چنین بستر سودجویانه‌ای که مشخص است نمی‌تواند زمینه‌یک آشنایی درست برای دواج فراهم کند بین قشر زیادی از جوانان جدی هم گرفته می‌شود.

سودجویی اقتصادی و فالوئر گرفتن؛ اسم رمز بلایند دیت‌ها

«صالحه خدادادی» دکتری مطالعات زن و پژوهشگر حوزه خانواده از تاثیر رواج بلایند دیت‌ها در جامعه می‌گوید و دنیای بعد از آن را پیش‌بینی می‌کند



«از لحاظ تاریخی اولین بلایند دیت‌ها به دهه ۱۹۳۰ در آمریکا و برگزاری آن در دانشگاه و یک برنامه کم‌دی برمی‌گردد. بعد از آن پای بلایند دیت‌ها در فضای مجازی به خصوص یوتیوب کشورهای غربی باز شد و طرفداران قابل توجهی پیدا کرد. «وینی ویدز» یک یوتیوبر است که چند نمونه از بلایند دیت‌ها را در یوتیوب بارگذاری کرد و بعد از آن هم یک یوتیوبر معروف دیگر که آموزش‌های یوتیوبی برای درآمدزایی دارد، برنامه‌ای را در این فضا بارگذاری کرد. بلایند دیت‌ها در ایران با استقبال زیادی بین نسل موسوم به «زودیر» رو به رشد، از اواخر زمستان سال گذشته برنامه‌های مختلفی با عنوان بلایند دیت ساخته شد و این مسئله چنان قوت گرفت که حتی نسخه اسلامی بلایند دیت را هم ساختند و با ایرانیزه کردن آن سعی کردند به این برنامه‌ها تنوع دهند. «دکتر صالحه خدادادی با این مقدمه قرار است از شکل‌های مختلف بلایند دیت و اثرات و پرازدید شدن این قرار ملاقات‌های ناشناس بر افراد جامعه بگوید.

در بعضی برنامه‌ها تم حر مسرا تشکیل می‌دهند!



نیاز به کشف حقیقت نمی‌کنند این مواضع چارچوب شریعت تلقی می‌شود که بین نسل جوان تبعات منفی خود را دارد. مورد بعدی و جدید از انواع بلایند دیت‌ها حالت مشابه تشکیل حر مسراست! یعنی دخترانی را به صف می‌گذارند و یک پسر وارد می‌شود؛ از همان ابتدا شروع می‌کنند که آیا این دخترها با همان نگاه اول این پسر را می‌پذیرند یا وقتی آن پسر شروع می‌کند به گفتن یک سری از ویژگی‌ها و سلاقی شخصی‌اش، هر کدام از دخترها تا کجا مقاومت می‌کنند تا دیت بعدی را با آن فرد داشته باشند. «

بلایند دیت‌ها به دنبال فالوئر گرفتن هستند

وقتی از این پژوهشگر درباره هدف و پشت‌پرده ساخت برنامه‌های



بلایند دیت می‌پرسم، این‌طور پاسخ می‌دهد: «در مسئله بلایند دیت باید در نظر داشته باشیم که اولاً استقبال از آن ریشه در گذشته ما دارد. در واقع بلایند دیت‌ها گداری هستند به سنن قدیمی در امر دواج. یعنی یک بر اکت مضحک وسط سبک زندگی سنتی که از آن به اشتباه بوی مدرنیته بلند می‌شود؛ صرفاً برای این که آمار فالوئرهایشان را بالا ببرند. در همه این بلایند دیت‌ها به جز شخص سوم دو نفر به شدت معروف می‌شوند و اگر بعضی‌هایشان را بعد از برنامه چک کنید، می‌بینید برایشان فن پیج هم زدند و آمار فالوئرهایشان به صورت تصاعدی بالا رفته است. به نظر من

آدم‌های واقعی در جامعه به

مطبوعات و رسانه ملی را

ندارند

دکتر «نیره توکلی» جامعه‌شناس و پژوهشگر یکی از دلایل مهم پرازدید شدن بلایند دیت‌ها را نبود برنامه‌روشنگرانه در رسانه ملی می‌داند



هم‌اکنون بلایند دیت‌ها شکل و شمایل پیدا کرده است که یک جامعه‌شناس باید آن را تجزیه و تحلیل کند. به سراغ دکتر «نیره توکلی» جامعه‌شناس و پژوهشگر رقییم و نظر او را درباره اقبال به این نوع برنامه‌ها و پرازدید شدن آن پرسیدیم.

صداوسیما با آن چه در جامعه می‌گذرد، فاصله بسیاری دارد

دکتر توکلی سیاست‌های صداوسیما را دلیل بزرگ پرازدید شدن برنامه‌های بلایند دیت در فضای مجازی می‌داند و می‌گوید: «تاجایی که می‌دانم کمبود برنامه‌های روشنگرانه و کمبود آادی برای این که افراد، خواسته‌های مشروع خودشان را بیان کنند، باعث پرازدید شدن برنامه‌هایی مثل بلایند دیت شده است. صداوسیما و رسانه‌های تأیید شده با آن چیزی که در جامعه می‌گذرد بسیار فاصله دارند. بخشی نادیده گرفته می‌شوند و به همین دلیل هر برنامه بی‌ارزشی در فضای مجازی راحت دیده می‌شود و این یک اتفاق بسیار ناراحت‌کننده است. یعنی مردم جذب هر تبلیغ مشتمل‌کننده‌ای می‌شوند. علتش این است که آدم‌های واقعی در جامعه به مطبوعات و رسانه ملی راهی ندارند تا درباره این موارد افشاگری کنند. اگر روشنفکران واقعی و اساتید دانشگاه بتوانند عقایدشان را در رسانه ملی مطرح کنند این همه تارک فکری جامعه را در بر نمی‌گیرد. در حال حاضر، هر ارزشی به ضد ارزش تبدیل شده است و مردم خیلی کارها را به اصطلاح از روی بغض معاویه انجام می‌دهند. در فضاهای عمومی محدودیت داریم و خوب روشنگری نمی‌شود. یک عده که خودشان عقاید پوسیده و سنتی دارند، حرف‌هایی می‌زنند که با آن نمی‌شود به جنگ تبلیغات پیشرفته رفت. یعنی باید کسانی باشند که ارزش‌های واقعی را تبلیغ کنند، معلوم کنند ارزش‌ها چه هستند و حرف‌های تازای زده شود.»



دوست‌یابی هدف ثانویه این بلایند دیت‌هاست و هدف اول راه‌انداختن یک کسب و کار اینترنتی است. مثلاً یک خانم آیشگر بعد از شرکت در این برنامه‌ها بسیار معروف شد و الان فالوئرهای بسیار بالایی دارد. ضمن این که در بلایند دیت‌ها لازم نیست لزوماً سرمایه بدن خود استفاده کنند و می‌توانند صرفاً با معروف شدن به هدف اصلی خود یعنی کسب و کارشان برسد و شما به عنوان مخاطب باعث این اتفاق می‌شوی. در واقع بلایند دیت‌ها در حالت خوش‌بینانه، راهکاری برای افزایش فالوئر آن‌ها با هدف سودجویی اقتصادی است.»

شوگر ددی و شوگر مامی‌ها هم بلایند دیت می‌سازند

باتوجه به این که هم‌اکنون شاهد ساخت انواع و اقسام برنامه‌های بلایند دیت هستیم، نظر دکتر خدادادی را درباره آینده این برنامه‌ها و میزان اقبال به آن پرسیدم. او می‌گوید: «حدس من این است در آینده بلایند دیت جمعیت زیادی را دنبال خواهد کشید. شاید اگر این برنامه‌ها، مثل کانال‌های صیغه‌یابی امری پنهانی بود، طرفداران بیشتری داشت چون علی‌رغم این که مادر حال گذر از سنت به مدرنیته هستیم و خیلی از جوان‌ها هم خودشان را طرفدار مدرنیته می‌دانند، اما حضور والدین و جامعه سنتی جرئت و جسارت شرکت در این برنامه‌ها را به همه نمی‌دهد. به هر حال با شرکت در این برنامه‌ها شما دیده می‌شوی، چهره‌ات مات نمی‌شود و قرار است جمعیت زیادی در باره‌ات صحبت کنند که شاید اقوام، دوستان، همکار و هم‌محله‌ای‌ات باشند. بعد هم در فضای مجازی فالوئرهایت بالا می‌رود. به نظر من عمر بلایند دیت در ایران کوتاه است مگر این که تنوعی به آن اضافه شود که احتمالاً باز از برنامه‌های غربی الگوی جدیدی بگیرد. مثلاً در غرب بلایند دیت‌هایی برای انواع دگر باشان جنسی در حال شکل‌گیری است. البته باتوجه به فرهنگ و قوانین بعید می‌دانم در ایران این نوع برنامه‌ها اجرا شود. اما یک حالت دیگر که در ایران ممکن است برگزار شود بلایند دیت شوگر ددی‌ها و شوگر مامی‌هاست که در ایران ممنوعیتی ندارند و همین الان هم برخی در صفحات خود به راحتی از آن صحبت می‌کنند.»