



خرید خیالی در شهر مجازی

فاطمه سجادی

اشاره

فضای مجازی عبارتی است که در مقابل جهان واقعی به کار می‌رود و مفهوم آن فضایی است که وجود فیزیکی و واقعی ندارد؛ یعنی دنیایی متشکل از ابزارها و داده‌های الکترونیک که دیده نمی‌شود اما وجود دارد و مانند یک دنیای واقعی شامل اماکن، وسایل و شهروندانی است که در آن زندگی می‌کنند. این تکنولوژی که در عرصه‌های مختلف به بهبود و پیشرفت زندگی کمک شایانی کرده است، در دستان نظام سلطه غرب قرار دارد. نظام سلطه به عنوان سیستمی که خود را متولی امور جهان می‌داند، پیوسته در پی افزایش نفوذ خویش در سراسر دنیا است. یکی از راهکارهای غرب برای حفظ جایگاه سلطه‌گری‌اش در جهان برقرار ساختن نظامی واحد و جهانی مبتنی بر سبک زندگی غربی است. فضای مجازی، ابزاری برای تحقق این هدف به شمار می‌آید. در این مقاله تلاش شده است ابعادی از این پروژه تبیین گردد.

فضای مجازی؛ ابزار جنگ نرم

مهم‌ترین جنبه فضای مجازی کارکرد رسانه‌ای آن است؛ چرا که پیشرفت تکنولوژی امکان ارسال و دریافت همه اشکال داده‌های دیجیتال اعم از متن، صوت، تصویر، فیلم و... را در آن فراهم کرده است. بُعد رسانه‌ای فضای مجازی از آن جهت اهمیت دارد که «رسانه‌ها اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ‌اند، چه به معنای هنر و اشکال نمادین و چه در معنای مدها، خلق و خوها، شیوه‌های زندگی و هنجارها». درست است که فرهنگ فرد؛ رفتار، عملکرد، چگونگی پوشش و تمدن او را تعریف می‌کند ولی اگر پوشش شخصی در تقلید از دیگران تغییر کند، تحت تاثیر قرار گرفتن فرهنگ بومی وی از فرهنگ بیگانه امری طبیعی خواهد بود.

گرداندگان و طراحان فضای مجازی، عوامل غیر خودی و بیگانه‌ای هستند که اصول و فرهنگ آن‌ها بر فضای مجازی حاکم است. با توجه به ماهیت تمدن غرب و تاریخ آن، تضاد آشکاری بین فرهنگ غرب و فرهنگ اسلامی وجود دارد. اثرگذاری فرهنگ غربی بر رفتار، کنش، علایق و در مجموع سبک زندگی مخاطب مسلمان محدود به شمایل و آداب ظاهری نمی‌شود بلکه به مرور زمان بر ارزش‌های دینی و ایمان او هم تاثیر می‌گذارد. ترویج سبک زندگی غربی در عرصه‌های مختلف فضای مجازی و پذیرش آن توسط مخاطب، حمله‌ای از جانب دشمن است که ایمان و یقین مسلمانان را نشانه رفته است. به منظور اثبات این ادعا باید ابتدا ریشه و منشأ سبک زندگی مشخص شود.

سبک زندگی اسلامی؛ هویت اسلامی

سبک زندگی افراد، معرف هویت شخصی و اجتماعی آن‌ها است. «آنتونی گیدنز» در تعریف سبک زندگی می‌گوید: «شیوه زندگی را می‌توان به مجموعه‌ای کم و بیش از عملکردها تعبیر کرد که فرد آن‌ها را به کار می‌گیرد، نه فقط به خاطر این که نیازهای جاری او را برمی‌آورند بلکه

روایت خاصی را هم که وی برای هویت شخصی خود برگزیده است در برابر دیگران متجسس می‌سازند»؛ یعنی مجموعه رفتارها، عادت‌ها و تصمیم‌گیری‌های یک فرد که شخصیت او را نشان می‌دهد، معرف شیوه منتخب او برای زندگی نیز هست. در تعریف‌های جامعه‌شناختی مانند نمونه‌ای که گذشت، رفتار، رکن اصلی است، بدون این که ریشه و منشأ آن مورد توجه قرار گیرد. روانشناسان اگرچه هنجارها و ارزش‌ها را خاستگاه رفتار می‌دانند اما با این دو مؤلفه نیز نمی‌توان تعریفی جامع از سبک زندگی ارائه کرد. «محمدحسین شریفی» تعریفی را جامع تلقی می‌کند که در چهار چوب قرار گیرد و با این رویکرد سبک زندگی را چنین تعریف می‌کند: «مجموعه‌ای از رفتارهای سازمان‌یافته که متأثر از باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های پذیرفته‌شده و متناسب با امیال و خواسته‌های فردی و وضعیت محیطی، و وجهه غالب رفتاری یک فرد یا گروهی از افراد شده‌اند.» با توجه به این تعریف می‌توان گفت که واحد سبک زندگی، رفتار است. این رفتار از ارزش‌ها سرچشمه می‌گیرد و ارزش‌ها ریشه در نگرش فرد دارند. از آن‌جا که خاستگاه نگرش افراد جهان‌بینی آن‌هاست، می‌توان گفت که اعتقادات و بینش، زیربنایی‌ترین لایه سبک زندگی به شمار می‌آیند.

سبک زندگی در جامعه اسلامی باید جلوه ظاهری اعتقادات و ارزش‌های اسلامی باشد؛ یعنی هر عمل و رفتاری که به هر نحو در نگاه دین ناپسند آید، مردود می‌باشد. برای نمونه، زندگی در جامعه اسلامی اگر با انفاق و یا قناعت همراه نباشد، مورد تایید دین نیست. در نتیجه هرچند این زندگی در متن جامعه اسلامی جریان دارد ولی نام سبک زندگی اسلامی بر آن اطلاق نمی‌شود. افزون بر این، پایبند نبودن به ارزش‌های دینی رفته‌رفته به تضعیف ایمان می‌انجامد. امیرالمؤمنین امام علی علیه‌السلام در مورد رابطه دو سویه ایمان و عمل می‌فرماید: «فبالایمان یستدل علی الصالحات و بالصالحات یستدل علی الایمان»؛ با ایمان می‌توان به اعمال صالح راه برد و با اعمال نیکو می‌توان به ایمان دسترسی پیدا کرد. همان‌گونه که

ایمان به اعمال آدمی جهت می‌دهد، شیوه عملکرد فرد نیز در ایمانش مؤثر خواهد بود. در نتیجه اثرپذیری از فرهنگ بیگانه در جامعه اسلامی، تهدید بزرگی برای ارزش‌های دینی به شمار می‌آید. از آن‌جا که به سبک غربی‌ها زیستن با برخی دستورات دینی اسلام سر ناسازگاری دارد، گرایش به سمت آن به بی‌ایمانی می‌انجامد. یکی از مظاهر زندگی غربی، زندگی در عیش و آسایش و به اصطلاح تجمل‌گرایی است.

تجمل‌گرایی در فضای مجازی

سریال‌های ماهواره‌ای: مردم بیش از این‌که از گفته‌ها و نوشته‌ها تاثیر بگیرند، از رفتارها متأثر می‌شوند. روانشناسان نیز بر این مسأله تاکید دارند که ۷۵ درصد یادگیری از طریق بینایی صورت می‌پذیرد. این مسأله به عنوان اصلی تربیتی در کلام امام صادق علیه‌السلام مشهود است: «کونوا دعاة للناس بغیر ألسنتکم لیروا منکم الورع و الاجتهاد و الصلاة و الخیر فان ذلک داعیة»؛ مردم را با غیر زبانتان بخوانید تا از شما پارسایی و کوشش و نماز و خوبی را ببینند؛ زیرا این امور آنان را به سوی حق فرامی‌خواند. شبکه‌های ماهواره‌ای با استفاده از دو مؤلفه سرعت در انتقال اطلاعات و زیبایی توانستند از فرصت آموزشی پیش آمده بیش‌ترین استفاده را بکنند. پخش سریال‌های اجتماعی با اندکی چاشنی عشق، مخاطبان بسیاری را به خود جذب می‌کند؛ سریال‌هایی که به سبب پخش زنجیروار علاوه بر مدیریت زمانی مخاطب، زمینه وابستگی او به شخصیت‌ها و همزادپنداری با آن‌ها را فراهم می‌کند. برقراری رابطه حسی با شخصیت‌های سریال رفته‌رفته مخاطب را به داخل داستان می‌کشاند و علاقه‌مند می‌سازد که در دنیای واقعی حس و حال آن‌ها را تجربه کند. شبکه‌های فارسی‌زبان از جمله زمزمه، فارسی ۱، GEM، mbc persia، pmc family (که با زیرنویس فارسی اقدام به پخش سریال می‌کند) چندی است به پخش



تلفن همراه، روزهای اول حضورش در ایران کالایی لوکس بود که فقط در دست به اصطلاح بچه پولدارها دیده می‌شد، اما امروزه نه تنها خود موبایل دیگر کالایی لوکس محسوب نمی‌شود بلکه با اندک هزینه‌ای می‌توان دو سیم‌کارت تهیه کرد.

سریال‌های ترکیه‌ای اقدام کرده‌اند. همه این سریال‌ها نقاط اشتراک متعددی با هم دارند اما نکته مورد بررسی در این مجال تجمل‌گرایی در آن‌هاست. زندگی در خانه‌های ویلایی، ولع خرید، چشم و هم‌چشمی که به خرید کالاهای غیرضروری می‌انجامد و خرید کردن از فروشگاه‌های مجلل، همه مؤلفه‌های یک زندگی اشرافی و تجمل‌گراست که به هیچ وجه در این سریال‌ها مذموم نیست بلکه آن قدر زیبا به نمایش درمی‌آید که مخاطب را در حسرت این زندگی فرومی‌برد.

الگوداشتن، از نیازهای اولیه معیشتی و اجتماعی انسان در زندگی به شمار می‌رود. مجذوب‌الگوهای زیبا و دل‌فریب شدن برای انسانی که حب زیبایی و جمال در ذات او قرار دارد، طبیعی است. آن‌چه ناپسند به شمار می‌آید تاثیرپذیری از الگوهای زیبا خارج از چهارچوب دینی است. تغییر اولویت‌ها در برطرف کردن نیازهای زندگی نتیجه تقلید از الگوهای ماهواره‌ای است. محوریت جلوه و زیبایی به عنوان معیار در تهیه کالا به جای توجه به کارآمدی آن در زندگی به معنای جایگزینی معیارهای غربی به جای ضوابط اسلامی است.

اینترنت: وب‌سایت زندگی دوم جایی است که افراد نسخه دلخواهی از زندگی آرمانی خود را در آن شبیه‌سازی می‌کنند. آن‌ها با ورود به سایت ابتدا اقدام به عضویت در آن می‌کنند. پس از آن که فرد تمام ویژگی‌ها اعم از علایق، خصوصیات رفتاری، ویژگی‌های شغلی و روانشناسی خود را در وب‌سایت ثبت کرد، درخواست برقراری ارتباط می‌کند. فرد می‌تواند در آن‌جا شغل برگزیند، حساب بگشاید و حتی اقدام به ازدواج کند. اگر زندگی فرد رضایتمندی او را به همراه نداشته باشد سکندلایف به او این امکان را می‌دهد که زندگی دومی به موازات زندگی اول خود ایجاد کند؛ اگر از دوستان، خانواده، اندام و ظاهر و محل زندگی خود راضی نیست، می‌تواند خانواده‌ای جدید داشته باشد. سکندلایف برای او اندامی جدید می‌سازد، برایش افرادی را ایجاد می‌کند که پیرو و مرشدش باشند و تمام شخصیت او را به جایی می‌برد که برایش به ظاهر جذاب‌تر باشد. غرق شدن در چنین دنیایی لذت زندگی واقعی را از فرد می‌گیرد. شخص ساعت‌ها در محیطی به سر می‌برد که همه چیز دارد و بازگشتش به دنیای واقعی همراه با حرص و طمع کسب داشته‌های مجازی‌اش است.





شدن این چنین هزینه سرسام‌آوری، جز تجمل‌گرایی چه می‌تواند باشد؟ اخیراً در شبکه‌های اجتماعی صفحاتی با نام «بچه پولدارها» ایجاد شده است که در آن افراد، ثروت و دارایی‌های خود را به دیگر اعضا نشان می‌دهند. ایجاد صفحاتی این‌چنینی بر گذار جامعه از ارزش‌های معنوی به ارزش‌های مادی دلالت می‌کند. پیش‌تر، افرادی از منزلت و جایگاه والای اجتماعی برخوردار بودند که ایمان و تقوای بالایی داشتند، اما اکنون ثروت برای عده‌ای به وسیله‌ای برای کسب احترام و منزلت مبدل شده است. افراد ثروتمند با برشمردن دارایی‌های خود، ناامیدی را برای مردم به بار می‌آورند و ناامیدی باعث گسترش حرص و طمع میان مردم برای رسیدن به آن ماشین و آن زندگی اشرافی و ... می‌شود.^۱

تجمل‌گرایی علاوه بر این که فرد مبتلا به این خصیصه را دچار حرص و آز و طمع فزون‌خواهی را در او تشدید می‌کند، مانند یک بیماری واگیر حرص و طمع را به دیگر افراد جامعه سرایت می‌دهد و به یک بیماری همه‌گیر تبدیل می‌شود. این ویژگی خود به تنهایی می‌تواند جامعه اسلامی را از پا درآورد. ابن‌خلدون درباره تاثیر تجمل‌گرایی در اجتماع می‌گوید: «جوامع هر اندازه بیش‌تر در تجمل‌خواهی و اعیان‌منشی فرو روند، به همان اندازه به مرز سقوط نزدیک‌تر می‌شوند. به این صورت که هر قدر تجمل و اسراف زیاد شود، به همان اندازه تهیدستی نیز افزایش می‌یابد تا جایی که دیگر ثروت موجود جواب‌گوی اسراف و تجمل نخواهد بود.»^{۱۰} امام صادق علیه‌السلام در باب حرص و پیامدهای آن می‌فرماید: «شخص حریص از دو خصلت محروم است و به دو خصلت پای‌بند؛ چون از قناعت محروم است، راحتی را از دست داده و چون از رضا محروم است، دارای یقین نیست.»^{۱۱} یقین، اصلی مهم در تعمیق ایمان به باورهای دینی است. مثل یقین به رزاقیت، مدبر و حافظ‌بودن خداوند متعال. یک مسلمان تنها با یقین و اعتماد به خدا، در صف دلاوران جنگ بدر می‌ایستد، با یقین خانواده را رها می‌کند و راهی کربلا می‌شود و با یقین در زمان انتظار ثابت‌قدم می‌ماند.

پی‌نوشت‌ها

۱. مک کوبل، دنیس، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلائی، ص ۲۲.
۲. گیدنز، آنتونی، تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان، ص ۱۲۰.
۳. شریفی، احمدحسین، سبک زندگی اسلامی ایرانی، ص ۲۰.
۴. نهج البلاغه، خطبه ۱۵۶.
۵. حر عاملی، محمد، وسائل الشیعه، ج ۱۵، ص ۲۴۶، ج ۳، ص ۲۰۴.
۶. www.seconddlife.com
۷. Sims
۸. برای اطلاعات بیشتر تر رک. به: borhan.ir/NSite/FullStory/News/?Id=۳۳۳۴.
۹. برگرفته از مصاحبه «پایگاه اطلاع‌رسانی تبریز بیدار» با مرتضی بخشایش؛ عضو هیأت علمی دانشگاه تبریز. tabrizebidar.ir/news/۴۲۳۸۳۴
۱۰. مقدمه ابن‌خلدون، ص ۲۲.
۱۱. صدوق، الخصال، ج ۱، ص ۸۰، ح ۱۰۴.



بازی‌های یارانه‌ای: سیمز^۲ بازی شبیه‌سازی زندگی و از جمله پرفروش‌ترین بازی‌های دنیا است که پنج بار در رکوردهای گینس ثبت شده است. در این بازی، شخص ابتدا نماینده خود در بازی را طراحی می‌کند. شکل ظاهری، پوشش، جنس، سن، نژاد، اندام، جزئیات چهره، زیورآلات و صفات شخصیتی خود را از میان پنجاه شخصیت تعریف شده در بازی انتخاب می‌کند. در نهایت، بازیکن با مشخص کردن آرزوهای شخصیت مجازی وارد بازی می‌شود و به انتخاب محل سکونت خود در شهری کاملاً زیبا و ایده‌آل می‌پردازد. از عوامل جذابیت بازی؛ تنوع مناسبات، ارتباطات و روش‌های کسب درآمد است که از یکنواخت‌شدن آن جلوگیری می‌کند. سازندگان بازی کوشیده‌اند که بازیکنان سیمز را یک بازی کاملاً بی‌طرف و متعادل تصور کنند. شهر در سیمز بی‌نام است و به‌گونه‌ای طراحی شده است که شهری خاص را تداعی نکند. واحد پولی و زبان مردم شهر، خیالی است. در مجموع می‌توان گفت سازندگان سیمز چشم به بازار جهانی داشته و نمی‌خواستند هیچ جامعه‌ای را از جهت برد اثرگذاری از دست بدهند. سیمز یک بازی کمال‌گراست. در هیچ جای بازی، دشواری‌های دنیای واقعی به چشم نمی‌خورد. تنها طبقه مرفه به نمایش درمی‌آید و جلوه‌ای از طبقه کم‌درآمد و کارگر در آن نیست. در نتیجه این بازی مروج سبک زندگی مبتنی بر نظام سرمایه‌داری است. مصرف‌زدگی و تجمل‌گرایی در بازی شاهد دیگری بر این ادعاست. در اصل، استمرار و بقای یک نظام سرمایه‌داری وابسته به ترویج فرهنگ این دو مؤلفه در جهت ایجاد تقاضای کاذب به منظور تامین بازار و افزایش سرمایه است. سیمز به‌گونه‌ای طراحی شده که «خرید»، انگیزه مسلط برای ادامه بازی است.^۳

تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی: تلفن همراه، روزهای اول حضورش در ایران کالایی لوکس بود که فقط در دست به‌اصطلاح بچه‌پولدارها دیده می‌شد، اما امروزه نه تنها خود موبایل دیگر کالایی لوکس محسوب نمی‌شود بلکه با اندک هزینه‌ای می‌توان دو سیم‌کارت تهیه کرد. رقابت اکنون نه در مدل تلفن که در شماره‌های تلفن همراه به چشم می‌خورد. قیمت‌های نجومی در شماره‌های رند عددی کم‌کم جای خود را به شماره‌های رند اسمی داده است. حروفی که سال‌ها روی شماره‌گیر تلفن نقش بسته بود، اکنون می‌توان از آن در شماره‌گیری استفاده کرد. شماره تلفنی که به جای عدد با حروف بیان می‌شود مانند «حسینی ۰۹۱۲». جالب این‌جاست که این شماره‌ها با قیمت‌هایی بالای ۵۰ میلیون تومان منحصر به فرد هستند؛ یعنی از حدود ۵۰۰۰۰۰۰۰ حسینی در ایران این شماره می‌تواند فقط متعلق به یک نفر باشد. هدف از متحمل