



مدیریت فضای مجازی با نگاه به آموزه‌های قرآنی

اینجا نیک و بد را باهم اشاعه می‌دهند!

■ **حجت‌الاسلام علیرضا فرهنگ***

یکی از ابزارهایی که امروزه بر روند زندگی‌ها به طور محسوس اثر گذاشته، فضای مجازی است؛ فضایی که در دهه اخیر به‌طور جدی وارد زندگی مردم ما شده و به رغم فراهم ساختن فرصت‌های جدید در زمینه‌های مختلف، تهدیدهایی را نیز برای آنان به همراه داشته است. در این نوشتار سعی کرده‌ام با نگاهی قرآنی، به موضوع فضای مجازی و تأثیر آن بر زندگی‌مان بپردازم.

■ ■ ■

■ **رسانه‌ای برای تبلیغ و ترویج افکار و عقاید**

در آیات متعددی از قرآن و در روایات مختلف به اهمیت اخبار و تبلیغ و اثرگذاری بر فکر، روح و روان انسان‌ها اشاره شده است. یکی از مصادیق این رسانه‌ها را می‌توان فضای مجازی نام برد. به عنوان مثال خداوند متعال در آیه شریفه ۸۳ سوره مبارکه نساء در رابطه با اثرگذاری اخبار و نشر آن بر روح و فکر مردم می‌فرماید: «گروهی از منافقان و افراد ضعیف الایمان زمانی که خبری از پیروزی و شکست به آنها برسد بدون تحقیق، آن را شایع می‌سازند و اگر آن را به پیامبر و پیشوایان که قدرت تشخیص کافی دارند ارجاع کنند از ریشه‌های مسائل آگاه خواهند شد و اگر فضل و رحمت خداوند همگی جز عده کمی از شیطان پیروی می‌گردید».

این در حالی است که اگر زمانی برای اثرگذاری بر فکر مردم از طریق حاکم‌کنندگان با نقل قول زینبار افراد را تحت تأثیر قرار می‌دادند، امروزه این زبان شایعه پراکنی و انتقال اخبار از طریق فضای مجازی در حال گسترش است. در روایات نیز اشاره شده است حرفی که نشر داده می‌شود، بدانید از طرف کیست، بعد سراغ آن گفتار بروید. امام محمد تقی(ع) در این باره می‌فرماید: «هر کس به حرف‌های سخنرانی گوش سپارد (و علاقه‌مند و متمایل به او باشد) بنده او شده است. پس اگر آن سخنان را خدا (و مکارف و احکام او) سخن

سبک رفتار

امروزه سلبریتی‌ها بیش از همیشه خود را به رخ جامعه می‌کشند و گروه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند، با این همه تولد و رواج فرهنگ سلبریتی صرفاً ناشی از اینترنت نیست. شازون مارکوس در کتاب خود با عنوان «درام سلبریتی» ضمن تأکید بر آنچه گفته شد به بررسی روند شکل‌گیری فرهنگ سلبریتی پرداخته است. وب‌سایت بخشی از این کتاب را با عنوان «۱۵۰ سال است می‌خواهیم بدانیم سلبریتی‌ها چطور سلبریتی شدند» و ترجمه حسین رحمانی منتشر کرده است که خلاصه آن را در ادامه می‌خوانید.

■ ■ ■

چرا خیلی از آدم‌ها این همه به سلبریتی‌ها اهمیت می‌دهند؟ از مولدان قرن بیست‌ویکم بپرسید که چه چیزی تعیین‌کننده فرهنگ سلبریتی است تا بر رسانه‌های دیجیتال انگشت بگذارند. رسانه‌هایی که به دارندگان گوشی هوشمند امکان داده است ظرف چند ثانیه «لایک» بزنند و رتوبیت کنند.

تئودور آدورنو و دانیل بورستین، منتقدان فرهنگی میانه قرن اسیستم آبدین‌تر بودند. نظر آنها این بود که ستاره‌ها در رسانه بر مردم بی‌فکر تعمیل کرده است. بعدتر و در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ اندیشمندانی از قبیل جکی استاسی و هنری جنکینز مردم را مسئول دانستند. هیچ ستاره‌ها را می‌سازند یا نابود می‌کنند. در دوره‌های رونق و شکوفایی، زندگینامه سلبریتی‌ها معمولاً شهرت و آوازه را به استعداد، اقبال و سخنگوشی گره می‌زنند و در دوره‌های خطر و بی‌ثباتی از خوددیرانگری افراد مشهور بیشتر می‌شنویم.

هر یک از این دیدگاه‌ها قدرت را فقط به یکی از اجزای معادله نسبت می‌دهند؛ رسانه، مردم یا ستاره‌ها. همه این دیدگاه‌ها اشتباه‌اند، زیرا همه آنها در دست هستند. هیچ گروهی به‌تنهایی قدرت آن را ندارد که ستاره‌ای را بسازد یا نابود کند. سه گروه هم‌قدرت، تهیه‌کنندگان رسانه، افراد جامعه و خود سلبریتی‌ها در تئانی و رقابت با یکدیگر سلبریتی‌ها را به شهرت می‌رسانند. قدرت هیچ کدام تعیین‌کننده نیست و هیچ کدامشان هم ناتوان نیستند. این تلاش سه‌جانبه برای ایجاد، تعیین و ساقط کردن

سلبریتی‌ها خستگی‌ناپذیر است.

شبکه‌های اجتماعی کنش و واکنش مخاطبان، رسانه و ستاره‌ها را تشدید کرده و سرعت بخشیدند، ولی فرهنگ مدرن سلبریتی را بوتیوب و توییتر خلق نکرده‌اند. فرهنگ مدرن سلبریتی ۱۵۰ سال پیش و به لطف مطبوعات عامه‌پسند، عکاسی تجاری، راه‌آهن، کشتی بخار و سازمان ملی پست پدید آمده است.



همه ما حتی آنهایی که سلبریتی‌ها را نادیده‌می‌گیرند، بخشی از قصه‌ای هستیم که می‌توانیم بر برون دادش مؤثر باشیم، ولی هرگز نمی‌توانیم دقیقاً پیش‌بینی‌اش کنیم. سلبریتی‌ها نه باز یچه‌اند و نه خدا. اعضای جامعه نه مصرف‌کنندگان منفعلند و نه خالقانی با قدرت مطلق



سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۴۹۸۴۷۱

۱



اگر زمانی برای اثرگذاری بر فکر مردم از طریق شایعه‌کنندگان با نقل قول زبانی افراد را تحت تأثیر قرار می‌دادند، امروزه این زبان شایعه پراکنی و انتقال اخبار از طریق فضای مجازی در حال گسترش است. در روایات نیز اشاره شده است حرفی که نشر داده می‌شود، بدانید از طرف کیست، بعد سراغ آن گفتار بروید

■ **فرصت‌سازی یا فرصت‌سوزی؟**

فضای مجازی از آنجا که بر روز، جذاب و متنوع است، گاهی به یک نوع سرگرمی برای انسان‌ها چه کوچک و چه بزرگ تبدیل شده است، در حالی که غالباً انسان‌ها از فرصت عمر و چگونگی استفاده از عمر غافلند و بی‌شک اعتیاد به این فضا باعث تلف شدن عمر انسان می‌شود. در حالی که می‌توان به خوبی و در راستای اهداف واقعی از آن استفاده کرد.

در آیه ۷۷ سوره قصص آمده است: «نصیب خود را از دنیا فراموش نکنید» در روایات یکی از مهم‌ترین مصادیق نصیب فراموشی‌های عمر انسان می‌داند. در تفسیر البرهان ذیل این آیه، امام‌ریزی در زندگی برای خود و فرزندان ایجاد کند. به طور فراغ پال، جوانی و نشاط خودت را در این دنیا در فضا‌های مختلف از بین ببر.»

بدون تردید اعتیاد به فضای مجازی، به صحت، نشاط، جوانی و در یک کلام فرصت عمر ضرر می‌زند و انسان را از آخرت محروم می‌کند. در روایات داریم: دست دادن فرصت‌ها در آینده برای انسان غصه و ناراحتی به وجود می‌آورد. در کتاب بحارالانوار از قول پیامبر (ص) آمده است: «ترک فرصت غصی از دست رفتن فرصت‌ها غصه و اندوه را به دنبال دارد.» پس اگر در فضای مجازی خود و فرزندان را مدیریت نکنیم، آنان ما را مدیریت می‌کنند! در نتیجه فرصت‌سازی تبدیل به فرصت‌سوزی می‌شود.

■ **برای پر کردن این خلأفکری کنیم**

برای مقابله با برنامه‌های مخرب باید برنامه‌های جذاب داشت. نمی‌شود! مگر یک نپهی کنیم! اما معرفی رادر مقابل آن معرفی نکنیم. آیه ۲۶۸ سوره بقره وقتی امر شیطان به فقر و فحشا را ذکر می‌کند بلافاصله به امر خدایه مغفرت و فضل اشاره می‌کند. در واقع این مطلب را منتقل می‌نماید که اگر جایی از بدی یک فضا و نپهی از آن برای فردی گفته شد، باید در رابه روی او باز کرد تا اگر او را از کار نپهی کردیم به کار خوبی وارد کنیم. پس در صورت نداشتن جایگزین باز به مشکل بر می‌خوریم.

رسانه‌ها، مردم یا ستاره‌ها

چه کسانی در نگارش فرهنگ سلبریتی دخیل هستند؟

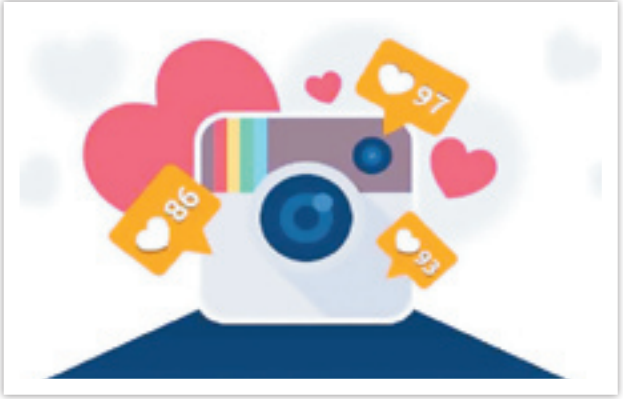
آکرون تا زنونسل تماشانگار داشت.

تعدادی از نامه‌هایی که ادوین بوث نگه‌شان داشت «ستایش‌نامه»هایی بودند که می‌خواستند وعده ملاقاتی با او ترتیب دهند. در نامه‌های دیگر برای پول، کار و درس رایگان بازیگری به او التماس کرده‌اند. عده‌ای الدما داروهای تقلبی برایش می‌فرستادند و عده‌ای هم می‌کوشیدند عقاید مذهبی‌اش را عوض کنند. دهها نفر هم شعرهای بلندی برای بوث می‌فرستادند که محتوایشان ترکیبی از همه موارد قبلی بود.

بیشتر نامه‌ها در ستایش از بوث به راه افراط رفته‌اند، ولی تعداد زیادی هم شامل انتقادهایی بی‌مضایقه است و برانزده تزلزل‌های توبیتری. سال ۱۸۶۶ مکاتبه‌کننده‌ای به ادوین بوث توصیه کرد که چطور رنچارد سوم بهتری باشد. مکاتبه‌کننده با گلابه می‌نویسد: «ظاهر شما به قدر کافی عبوس و محزون نیست. بهتر است قوز کمر تان بیشتر باشد و وقتی وارد صحنه می‌شوید، باید لنگزدنت بیشتر باشد.» بقیه منتقدان ادب و متانت کمتری داشتند. «شکسپیر دوم» با خط خرت‌جنگ‌قورباغی‌ای که خط‌به‌خط بدتر می‌شود، توصیه تندتری می‌کند: «جناب آقای بوث، هملت شما میالغه‌آمیز است. کچو کولگی دامن‌ی تان نقش را بکنواخت می‌کند. بعضی قسمت‌ها خوب است، ولی در قسمت‌های دیگری که باید مثل آدم‌های منطقی بازی کنید، شبیه دیوانه‌ها بازی می‌کنید».

همه ما حتی آنهایی که سلبریتی‌ها را نادیده می‌گیرند، بخشی از قصه‌ای هستیم که می‌توانیم بر برون دادش مؤثر باشیم، ولی هرگز نمی‌توانیم دقیقاً پیش‌بینی‌اش کنیم. سلبریتی‌ها نه باز یچه‌اند و نه خدا. اعضای جامعه نه مصرف‌کنندگان منفعلند و نه خالقانی با قدرت مطلق. آنها با خودشان بحث می‌کنند و تصمیم شخصی هر فردی برای تعامل با چشم‌پوشی از سلبریتی‌ها در ایجاد و نابودی ستاره‌ها نقش دارد. روزنامه‌نگاران اخبار سلبریتی‌ها را پوشش می‌دهند تا توجه جامعه را جلب کنند. دسته‌ای از آنها سلبریتی‌ها را نقد و دسته دیگر خوراک سلبریتی‌ها را فراهم می‌کنند. در فرهنگ سلبریتی چیزی نیست جز همین‌های وهوی؛ نمایشی که عده زیادی در نگارش دخیلند ولی مهار کاملش در اختیار هیچ کس نیست.

بی‌مقدمه‌ای تعارف



اندر احوالات غرق شدگان در فضای مجازی

فالورهای عزیز! متشکرم که مرا شاخ کردید

■ **مجید محمد***

مردم در دنیای عادی و واقعی خود مانده‌اند که چه کنند تا زندگی بهتری داشته باشند و امورات آن را مدیریت کنند، بعد یک عده نه تنها رُیا‌های خود را مدیریت می‌کنند بلکه دنیای واقعی و مجازی را کنار هم می‌گذارند و مدام جابه‌جا می‌کنند. مطالعه فرما باید حکایت این جماعت را.

■ ■ ■

۱) قدیم‌ها اگر کسی قرار بود معروف شود باید خیلی سختی می‌کشید تا مثلاً در رسانه‌ای عکسی، مطلبی، چیزی از او منتشر شود تا مردم او را ببینند. مثلاً یک نویسنده سال‌ها زحمت می‌کشید، دهها عنوان کتاب چاپ می‌کرد، دم دمای مرگ حتی پس از مرگ معروف می‌شد. حالا از طرف می‌پرسی چه شد که به این شهرت رسیدی می‌گوید: بعد از دعای پدر م مادرم باید از فالورای اینستاام تشکر کنم که واقعا‌خواه‌م من هستند و مشوق من بودند! الان با یک میلیون فالور برای خودم شاخی هستم!

۲) روزی روزگاری یک شرکت تجاری بزرگ بین همکاران فضایی را ایجاد کرد تا فاکتورها و تبدلات تصویری برقرار و از احوال کاری هم با خبر شوند، بعد به تقلید کم‌کم پیام‌رسان‌های زیادی متولد شدند و تنها کاری که در آن‌ها نمی‌شود، تبادل اطلاعات و علم است، آنچه رونق دارد این است: سلام... کجایی... چی پوشیدی... به عکس الانتو ببینم!

۳) طوری که انگار یکی باید است، از مادر بزرگ پیرش می‌پرسد: ننه شما تلگرام نداری؟ خب بگذار بسات نصب کنم تا بعضی موقع‌ها بتونی من و نوه‌هاتو ببینی... ای بابا عزیز من این چه کاریه؟ همین گذاشتن گوشی تلفن و نداشتن اینترنت نهانه‌ای ست برای دیدن بی‌بی، چرا کاری می‌کنید که همین دیدار هم م‌و کول به سالی یک بار شود.

۴) بعضی‌ها به‌طور کل خانه و زندگی‌شان را جمع کرده و در اینستاگرام ساکن شده‌اند و تمام لحظات زندگی خود را با مجرم و نامحرم



بعضی‌ها علاوه بر اینکه در فضای مجازی هستند، هویتی مجازی نیز برای خود دارند. اینها همان های‌بی هستند که می‌خواهند چرآج چرآج خاموش سر از کار دیگران در بیاورند

به اشتراک می‌گذارند. صفحه‌اش را باز می‌کنی می‌بینی عکس یکی بااست و بعد زیر آن نوشته: من در حال راه رفتن چشم‌هایش را می‌بندد عکس می‌گیرد و می‌نویسد من در حال خواب. کلاً هر کاری می‌کند به همه می‌گوید و هیچ چیزش را از کسی پنهان نمی‌کند. خب البته برای ایشان بد هم نمی‌شود خواستگارش ببیند برای شناخت وی کافی است، تحقیق می‌خواهد چه کار؟!

۵) بعضی‌ها به گونه‌ای عناوین خود را تیتتر فضای مجازی‌شان می‌کنند! اگر صدسال پیش است که اگر کسی دیپلم داشت خیلی مهم بود. اکنون با وجود دانشگاه‌های پولی ورشته‌های ابگوشتی‌شان همه در حال گرفتن دکتری هستند.

۶) اکثر آدم‌ها تقدیر غرق در دنیای مجازی‌اند که ولشان کنی یک ماه از خانه بیرون نمی‌روند. می‌گوین رابطه فامیلی، می‌گوید: گروه تلگرامی خاندان ننه فاطمه! می‌گوین خرید، بازار، پاساژ، می‌گوید: اپلیکیشن خراج بازار، ناز، میران دم خونه! می‌گوین برو سینما، تئاتر، می‌گوید: سایت فیلم‌های روپر دهای فقط ۳هزار تومن! و...

۷) روایت داریم خانم‌هایی هستند که برای عکس پروفایل خود به آتلیه می‌روند و چه هزینه‌ها که نمی‌کنند.

۸) یادتان نرود در ست است که فضای مجازی است و واقعیت محض نیست، اما جعل عنوان جرم محسوب می‌شود. صفحه هر کسی را باز می‌کنی نوشته‌نویسنده، روانشناس بالینی، نقاش، کارگردان و جالب است همه را با هم نوشته است. بعد می‌گوین نویسنده‌ای کتاب و مقالات کو؟ می‌گویند نه نزد ایرانیان اوست. بس، می‌گوین مجوز مشاوره‌ت کو؟ می‌گویند

مدرک تحصیلمو نشونت بدم تا چشم‌ت در بید؟

اگر اینگونه است من هم درخت انار هستم، دیوانه بودن که مدرک نمی‌خواهد!

۹) مورد داشته‌ایم طرف مدت‌ها مدنظر داشته برای برطرف کردن بسوی بد بدنش اسبیری خوشبو‌کننده بخرد، تا اینکه همه را در اینستاگرام خرج می‌کند و فالسور مصنوعی می‌خرد، مثلاً به همه می‌گویند من دهها هزار طرفدار دارم. حالا کارش چیست؟ از بالای پشت بام خانه بادکنک

را پسر از آب می‌کند و می‌اندازد سرر مردم فیلم می‌گیرد پخش می‌کند! زبرش هم می‌نویسد: ایرانی است دیگر، عصبانی می‌شود!

۱۰) یک عده هم که بدبخت مجازی هستند. اینها خود را مستخره عام و خاص می‌کنند تا عده‌ای بیکار را جذب خود کنند و بتوانند لایه‌لای کارهای باطل و بیوهوشان تبلیغ مثلاً فلان کالا را کنند، من مانده‌ام فلان برند معروف چرا خود را اسباب خنده می‌کنند!

۱۱) و اما مدیر کل امور بیخودی المجازی باید از عده‌ای تقدیر کرد، یک عده نشسته‌اند و چون نه کسی هستند برای خوشان و نه دیگران، نه حرفی دارند و نه هنری، دم به دقیقه تقویم‌وار روزهای هفته را پسادآوری می‌کنند و می‌گویند: «صبح زیباتون بخیر!» دقایقی بعد «عصر دل‌انگیزتون بخیر!» و فرقی هم نم‌کند هوا بهاری است یا گرگ و میش زمستان... و از درگشت پیکاسو گرفته تا تازان بازه همه را به عموم مردم ایران یادآوری و ابراز تأسف می‌کنند.

۱۲) برداران و خواهران گرامی فضایی که در آن لنگر انداخته‌اید فضایی تنظیم شده با فرآیندهای کاملاً جاسوسی است. آقای محترم که فلان خانم را لایک می‌کنی، خانمی که همسر دوستت را لایک می‌کنی، تمام موارد مورد پسند شما برای دوستان شما و دوستان دوستان قابل رؤیت و واکاوی است... حالا مدام بروید در صفحه‌های

بد بد!

۱۳) آقا قب اول صبح متن‌هایت را در اینترنت منتشر کن! مورد داشته‌ایم چون آخر شب مخابرات به‌و اینترنت مجانی هدی می‌دهد، متن‌هایش را در فضای مجازی ساعت ۴ بامداد منتشر کرده، بعد تا خود صبح مدام استترس داشته: نکنه لایکم نکنن! نکنه یکی بیاد فحش بنویسه! بگذار بلند شم ببینم کی کلمنت گذاشته. نیمه‌های شب با چشم بسته خواب‌آلود گوش‌اش را چک می‌کند. همسرش هم بی‌خبر از وسواس ایشان به او شک کرده: «تا این وقت شب چت میکنی؟»

۱۴) بعضی‌ها علاوه بر اینکه در فضای مجازی هستند، هویتی مجازی نیز برای خود دارند. حالا به دلیل؟ الله اعلم... به نظر می‌رسد اینها همان‌هایی هستند که می‌خواهند چرآج خاموش سر از کار دیگران در بیاورند. غافل از اینکه عکس پروفایلش گل است، به تازگی صفحه‌ای را راه‌اندازی کرده و نام کاربری‌اش چند عدد است، سه تا متن به اشتراک گذاشته و به همه دختران قایل در خواست دوستنی داده است! خبر هم ندارد آنها که شماره‌شان را دارد در لیست مخاطبان تلفن همراه نام کاربری‌اش برای آنها مشخص است!

۱۵) روایت داریم بعضی از آقایان که زود از خانه بیرون می‌روند و دیر به خانه می‌آیند، خانم خود را در برنامه‌های آشپزی اینستاگرامی صفحه‌اش نگاه می‌کنند. البته غذا هم به ایشان نمی‌رسد یا پیک برای کسی می‌فرستند که اولین نفر تبلیغ ایشان را کند!

۱۶) کاش این وقت‌هایی را که برایتان طلانیوده و به آهن‌بدل کرده‌اید، صرف‌نگاه کردن و توجه به زندگی خود می‌کردید. این همه از بشقاب غذایتان عکس گرفتید و دل دیگران را آب انداختید، چه شد؟ این همه‌از رفتار بخت‌داو و تصویر زنده‌پخش کردید، این همه از زست‌های مختلف خود برای ما عکس منتشر کردید، چه شد؟ تویی دنیای واقعی طرف یکی عمر از برادر خود خیر ندارد و او را فراموش می‌کند، بالاخره هم به تشییع جنازه‌اش می‌رسد. اینجا که فضای مجازی است، کافی است عکس پروفایلت را به روز کنی، هیچ کس تو را به یاد نمی‌آورد

۱۷) اگر همه جهات همین صفحه چند اینچی گوشی تلفن همراهت است، زندگی را باخت‌ای. دنیا را پشت نگاه کن و جهان‌بینی آن را ببین که خدایش در همه کار همراه اوست.

■ **مددکار اجتماعی و خانواده**