

بررسی تاثیر و نقش فضای مجازی در سبک زندگی اسلامی*



محمدطاهر مطهری کلور / آرشی هاشم‌زاده علی‌آباد**
محمدرضا عطایی / عباس نجفی

چکیده

در جامعه امروزی، حقیقت این است که اگر زندگی، شیوه، روش و سبک زندگی آدم‌هایی که زندگی می‌کنند، بر مبنای یکسری مباحث و مبانی متقن استوار باشد، طبیعتاً قوام جامعه و مباحث مربوط به امور اجتماعی نیز مستحکم خواهد شد. از این رو، یکی از مسائل مهمی که امروزه نظر بسیاری از سیاست‌گذاران را به خود جلب کرده، موضوع سبک زندگی و عوامل مؤثر بر آن است.

طی سال‌های گذشته، رهبر معظم انقلاب نیز بر این مورد تأکید فراوان داشته‌اند که این عوامل مشخص شود و در اختیار سازمان‌ها قرار گیرد. یکی از این عوامل، تأثیر فضای مجازی است. در واقع، از جمله مباحثی که همیشه جزء دغدغه‌های اصلی جامعه در این زمینه بوده، تأثیر فضای سایبری و مجازی بر زندگی ایرانی - اسلامی است. با وجود آنکه در حوزه فضای مجازی، مطالعات خاصی صورت نگرفته، اما همیشه شاهد تأثیرگذاری آن بر شیوه زندگی افراد بوده‌ایم. رسانه‌های اجتماعی به دلیل فضای تعاملی و محاوره‌ای بودنش، بر اعضای خود بسیار اثر گذارند. تأثیر مخرب شبکه‌های مجازی بر شاخص‌های مختلف زندگی، همچون: پوشش، همسریابی، روابط دوستانه و فعالیت‌های سیاسی، به وضوح مشاهده می‌شود؛ اما هنوز این مشکلات و معضلات ریشه‌یابی نشده است. بر همین روند، در حال حاضر، فضای مجازی به تهدید مبدل شده است؛ در صورتی که می‌تواند یک فرصت به شمار بیاید؛ به شرط اینکه با سیاست از قبل تعیین شده با آن برخورد کنیم. در این مقاله، سعی شده است با تبیین و تعریف مفاهیم فضای مجازی و سبک زندگی اسلامی، نقش فضای مجازی را در گسترش سبک زندگی اسلامی مورد بررسی قرار دهیم.

کلیدواژگان: اینترنت، جامعه، زندگی اسلامی، سبک زندگی، فضای مجازی.

* این مقاله برگرفته از «اولین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی و مطالعات اجتماعی ایران» می‌باشد.

** دانشجویان کارشناسی پیوسته دانشگاه فرهنگیان مرکز آموزش عالی ازدگان نیر.

مقدمه

مطالعه و پژوهش در موضوع «سبک زندگی»، در واقع به عنوان یک حوزه مطالعاتی «بین رشته‌ای» تلقی می‌شود. ورود دانش‌های گوناگون از جمله ارتباطات، رسانه و دین‌شناسی به این حوزه نیز شاهدهی بر مدعای فوق است. «سبک زندگی» به عنوان دانشی نوپدید و فراگیر، ظرفیت مسئله‌سازی در حوزه‌های گوناگون عمل و زندگی از یک طرف، و علم و نظر از طرف دیگر را دارد. امروزه با گسترش کارکردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره، شاهد شکل‌گیری نسل جدیدی از ابزارهای اینترنتی هستیم که امکانات بیشتری را برای روابط متقابل، مذاکره، گفت‌وگو و به‌طور کلی روابط دوسویه، فراهم آورده است. (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱، ص ۳۱ - ۶۲) این ابزارها، در کنار نکات مثبت و منفی بسیاری که پیرامون آنها وجود دارد، آثار بسیاری بر شیوه تفکر و زیستن آحاد جامعه و در کل، «سبک زندگی» داشته است. «سبک زندگی» که امروزه به یکی از مفاهیم بنیادین در تحلیل‌های اجتماعی تبدیل شده (ربانی و شیرینی، ۱۳۸۸)، از جمله حوزه‌های جدید و مهم مطالعاتی محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر، توجه عده قابل ملاحظه‌ای از محققان اجتماعی را به خود جلب کرده است. (شکوری، ۱۳۸۵)

اکنون در فضای مجازی و شبکه‌های گسترده اجتماعی حاصل از نسل جدید اینترنت، شاهد پدیده نوینی به نام «زندگی دوم» هستیم که با توجه به امکانات گسترده و جذابیت‌های بی‌شمار به سرعت به فضای محبوب نسل جوان تبدیل شده است. «فیلیپ روزدال»، بنیان‌گذار زندگی دوم می‌گوید:

«زندگی دوم، یک بازی رایانه‌ای نیست؛ بلکه جایی است که مردم آنگونه که می‌پسندند، زندگی می‌کنند، سرگرمی دارند و حتی به شکلی که دوست دارند، درآمد کسب می‌کنند. در واقع، زندگی دوم، بهترین محل برای کسانی است که از محیط اطرافشان خسته شده‌اند یا در شرایط بد آب و هوایی یا کاری زندگی می‌نمایند. زندگی دوم، دنیایی است که مطابق با میل افراد طراحی می‌شود.» (ویستا، ۱۳۹۲)

در ابتدا باور این مسئله سخت است که چگونه می‌توان با دنیای مجازی بدین گونه ارتباط برقرار کرد؛ ولی طبق آمار به‌دست آمده، افراد با یک بار وارد شدن به این دنیا چنان مجذوب آن می‌شوند که به آن عادت خواهند کرد و اهمیت آن به گونه‌ای می‌شود که نمی‌تواند آن را به راحتی کنار بگذارد.

اگرچه هیچ یک از مؤلفه‌های این زندگی واقعیت ندارند، ولی به طور چشمگیری در زندگی فرد اثر می‌گذارند. در فضای زندگی مجازی، «سبک زندگی خاصی که هیچ‌گاه رنگوبوی واقعیت و تجسم مادی را به خود نخواهد گرفت، شکل می‌گیرد.» در این فضا که مرز هم نمی‌شناسد، همه به نوعی یک متعامل به حساب می‌آیند و هیچ کس به جهت آنکه از کشوری خاص است، مورد بازخواست قرار نمی‌گیرد؛ بلکه بیشتر به جهت آنچه هست، مورد ارتباط قرار می‌گیرد. اهمیت این نوع زندگی، از یک طرف به دلیل تجارب با واسطه‌ای است که در آن روی می‌دهد؛ اما به دلیل وقت بسیاری که از یک فرد در فضای مجازی می‌گیرد و به لحاظ تأثیرات شگرفی که در شیوه تعاملات و حضورش در فضای واقعی ایجاد می‌کند، می‌تواند

در حوزه مطالعات «سبک زندگی»، از اهمیتی به مراتب بالاتر برخوردار شود. در «سبک زندگی مجازی‌شده»، یک نوع «ازجاکنندگی» دیده می‌شود که افراد با اینکه در محلی خاص زندگی می‌کنند، اما بدون مرز، در فضا و زمانی دیگر، در حال سیر هستند که شرط وقوع ازجاکنندگی است. (گیدنز، ۱۳۸۴) این مسئله، با ارزش‌ها و فرهنگ بسیاری از جوامع، از جمله جامعه اسلامی ما، همخوانی ندارد و می‌تواند تهدیدی فراروی نسل آینده که اکنون نوجوانان و جوانان دانش‌آموز و دانشجوی ما هستند، محسوب شود.

سبک زندگی

سبک در لغت، به معنای طرز، شیوه، روش، طرز بیان ما فی‌الضمیر را گویند. (معین، ۱۳۸۷) زندگی به معنای زنده‌بودن، زیست، حیات، مدت عمر، وضع مالی، مال و منال بیان شده است. سبک زندگی که از آن به Life Style تعبیر می‌شود، همان سبک و یا طرز زندگی است. سبک زندگی،

اکنون در فضای مجازی و شبکه‌های گسترده اجتماعی حاصل از نسل جدید اینترنت، شاهد پدیده نوینی به نام «زندگی دوم» هستیم که با توجه به امکانات گسترده و جذابیت‌های بی‌شمار به سرعت به فضای محبوب نسل جوان تبدیل شده است

اما هیچ الگویی برای سبک زندگی اسلامی ارائه نشده و نوشته جامع در این زمینه وجود ندارد؛ یعنی نوشته‌ای وجود ندارد که نخست همه ابعاد را سنجیده و دیگر اینکه انسجام همه ابعاد را با یکدیگر لحاظ کرده باشد.

مفهوم «سبک زندگی»، از جمله مفاهیم علوم اجتماعی و مردم‌شناسی است که در دهه اخیر بسیار مورد توجه عالمان علوم اجتماعی و مدیران فرهنگی قرار گرفته است. مفهوم سبک زندگی، در معانی بسیار محدود (همانند کیفیت نشستن) و بسیار گسترده (همانند مدل سبک زندگی تجویزی اسلام) کاربرد داشته و در علوم مانند: جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، پزشکی و یا مدیریت حضور دارد؛ هم از دریچه «هست‌ها» به سبک زندگی نگاه می‌شود و هم از دریچه «بایدها و تجویزها» در تعریف آن نظریه‌های مختلفی مطرح شده که در ذیل به چند تعریف اشاره می‌کنیم:

بنا بر نظریه «وبر»، سبک زندگی از جنس رفتار است که تمایلات آن را هدایت می‌کند و فرصت‌های زندگی بسته را برای بروز آن فراهم می‌کنند. به نظر مک‌کی، سبک زندگی الگویی است که از ارزش‌ها و باورهای مشترک یک جامعه و گروه برآمده باشد که به شکل رفتارهای مشترک ظاهر می‌شود. مفهوم سبک زندگی در آرای «وبلن»، به منظور بررسی پدیده مصرف در آمریکا به کارگرفته شد. البته او تعریف دقیقی از این الگو عرضه نکرده است؛ اما این مفهوم را دال

در واقع، شیوه و طرز زندگی است که هرکس در یک جامعه برای خود برگزیده و بر اساس آن، رفتار و کردار خود را شکل می‌دهد. ترکیب سبک زندگی در کتاب‌های لغت، به معنای روش خاصی از زندگی و فعالیت یک شخص یا گروه آمده است. در این راستا، به مواردی چون: عادت‌ها، نگرش‌ها، سلیقه‌ها، معیارهای اخلاقی و سطح اقتصادی توجه می‌شود که با هم شیوه زندگی فرد یا گروه انسانی را شکل می‌دهد. (ابهری، ۱۳۹۳) طبق تعریف برخی دیگر از اندیشمندان، سبک زندگی عبارت است از: حد و مرزی که در چارچوب آن، اعضا از جهت توزیع درآمدها و انگیزش‌ها شبیه یا متفاوت از یکدیگر باشند. سبک زندگی هر فرد، گروه و ملتی، برآمده از فرهنگ و آداب و رسوم آن فرد، گروه و ملت است. ادوارد تایلور (۱۸۳۲-۱۹۱۷م)، نخستین انسان‌شناس برجسته بریتانیایی است که هم‌زمان را پژوهش‌های مردم‌شناسی خود درباره تاریخ آغازین بشر و توسعه تمدن، در سال ۱۸۷۱ میلادی، کتابی با عنوان «فرهنگ ابتدایی» نوشت که سرآغاز آن، نخستین تعریف رسمی و فنی فرهنگ را در بر داشت:

«فرهنگ یا تمدن به مفهوم وسیع کلمه در قوم‌شناسی، عبارت از مجموعه علوم، دانش‌ها، هنرها، افکار و عقاید، اخلاقیات، مقررات و قوانین، آداب و رسوم و سایر آموخته‌ها و عاداتی است که انسان به عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند.» (ابهری، ۱۳۹۳)

بر اساس این تعریف، می‌توان ادعا کرد فرهنگ، جوهر اصلی سبک زندگی را تشکیل می‌دهد و سبک زندگی نیز بخشی از جلوه عینی و مصداق خارجی فرهنگ شمرده می‌شود؛ فرهنگ با اثرگذاری در ساخته‌ها و اندوخته‌های مادی و معنوی جامعه انسانی، در قالب سبک زندگی نمایان می‌شود. (ابهری، ۱۳۹۳) درباره سبک و یا شیوه زندگی همین بس که نوع، طرز رفتار، ترجیحات و جهت‌گیری‌های خاص هریک از ملت‌ها و گروه‌ها، ارتباط مستقیم با شخصیت و حتی هویت او دارد.

سبک زندگی در مطالعات دینی

مطالعه در این حوزه زیاد انجام نگرفته است و تنها در برخی مؤلفه‌ها مثل: تغذیه، ورزش و فراغت، آن هم به مختصر، به دیدگاه‌های دینی پرداخته شده است؛





بیشتر و بهتر زندگی کند و از مواهب این دنیا لذت ببرد.» گاه نیز می‌گویند: «هدف، لذت است...»؛ اما در قرآن هیچ‌یک از این تعبیرها نیامده است. قرآن می‌فرماید: «انس و جن، فقط برای عبادت پروردگار آفریده شده‌اند.» (ذاریات، آیه ۵۶) در هر صورت، در قرآن کریم یک کلمه یا مفهوم به عنوان هدف زندگی انسان نیامده است؛ ولی تأکید شده که انسان، بیپه‌ده آفریده نشده است. (مؤمنون، آیه ۱۱۶) و شناخت نیز به‌عنوان مقدمه عبادت مطرح است. (مطهری، ۱۳۷۹)

۲. اصل در زندگی انسان، زندگی اجتماعی است
با یک نگاه سطحی و سریع به قرآن، می‌شود فهمید که اسلام، دین زندگی اجتماعی است. شاید بشود گفت که این موضوع، نیاز به توضیح و استدلال دارد. قوانین زندگی همچون: خرید و فروش، ازدواج، خانواده، جنگ و صلح، رابطه اخلاقی افراد با یکدیگر، بسیاری از عبادات، توجه به امور سیاسی و اداره حکومت، احکام ارث، وصیت، دیات و یا قصاص، همگی که در قرآن آمده است، بیشتر اجتماعی است؛ البته مواردی هم مانند عبادات هستند که صدرصد فردی‌اند. واژه‌هایی مثل: «قوم»، «ناس»، «امت»، «قریه»

بر شیوه زندگی متمایز طبقه مرفه و نمودی از جایگاه طبقاتی آنها قلمداد کرده است. تعریفی که در این پژوهش مورد نظر و انتخاب ما بوده، تعریف دوم است که فصل‌های این پژوهش طبق آن تدوین شده است. کم‌وبیش در همه آنها، دو مفهوم را می‌توان یافت که مورد توجه است و هر دو مفهوم نیز به واژه «سبک» برمی‌گردد: یکی مفهوم وحدت و دیگری مفهوم تمایز؛ به این معنا که سبک زندگی دلالت بر مجموعه عناصری دارد که به طور نظام‌مند با هم در ارتباط هستند و یک کل را تشکیل می‌دهند و همین وحدت و نظام واحد، این کل را از کل‌های دیگر تمایز می‌دهد. (کاویانی، ۱۳۹۲)

نگرش اسلامی به زندگی

۱. زندگی، به تبع کل هستی، هدفمند است

انسان، به‌الزام مطلوبی نهایی را دنبال می‌کند و کارهایی را که انجام می‌دهد، برای دستیابی به آن خواهد بود. ممکن است چیزی که برای کسی هدف نهایی است، برای شخص دیگر نهایی نباشد؛ اما معلوم است شخص دوم نیز در آخر به دنبال رسیدن به یک هدف نهایی دیگر است. (مصباح یزدی، ۱۳۷۶) در بیان هدف نهایی از دیدگاه قرآن، به مفاهیمی همچون: سعادت، فلاح و رستگاری می‌رسیم که دیگر تعلیل‌بردار نیستند. مفهوم سعادت و لذت بسیار به هم نزدیک‌اند؛ اما لذت در موارد لحظه‌ای و کوتاه‌مدت نیز به‌کار می‌رود؛ درحالی‌که سعادت، تنها در مورد لذت‌های پایدار یا کم‌وبیش پایدار کاربرد دارد. درباره کسی که غذایی می‌خورد و از آن لذت می‌برد، مفهوم سعادت را به‌کار نمی‌برند؛ بلکه می‌گویند: «از خوردن غذا لذت برد.» در سعادت، لذت نهفته است؛ اما لذت، همیشه با سعادت همراه نیست. سعادت‌مند در این جهان، کسی است که لذت‌های او از نظر کیفیت و یا کمیت نسبت به درد و رنج‌هایش برتری و فزونی دارد و در آن، دو ویژگی لحاظ می‌شود: برتری از جهت کیفیت، و دوام از جهت کمیت. قرآن در مقایسه میان لذت‌های دنیوی و اخروی، به منظور دعوت به سوی لذت کامل‌تر می‌گوید: «لذت آخرت، از لذت دنیا بهتر و پایدارتر است.» (اعلی، آیه ۱۷) قرآن کریم مردم را به دو دسته «شقی» و «سعید» تقسیم می‌کند و جایگاه واقعی هرکدام را نشان می‌دهد. (مصباح یزدی، ۱۳۸۴) برخی می‌گویند: «هدف زندگی انسان، سعادت است و سعادت، یعنی اینکه هرچه

امروزه، دنیا با سرعت بسیار زیاد در حال تحول است و این تحول، در حوزه رسانه‌های دیجیتال بیشتر احساس می‌شود و به هر میزان که این تحولات رشد می‌کنند، تغییراتی را هم در عرصه محتوا و فرهنگ شاهد خواهیم بود

و «اناس»، هر کدام به خوبی گویای این مطلب‌اند که اصل در زندگی انسان، زندگی اجتماعی است؛ به سخن دیگر، از دیدگاه اسلام، انسان از انزوا و رهبانیت و زندگی فردی منع شده است؛ اما نباید چنین تلقی شود که انسان در تکالیف نیز اجتماعی است؛ بلکه برعکس است؛ به دیگر عبارت، فرد فرد انسان‌ها تکلیف دارند و هر کسی نتیجه اعمال خود را می‌بیند (مریم، آیه ۵۹) و عمل نکردن دیگران به تکلیف، به هیچ وجه، دلیل و توجیهی برای عمل نکردن ما نمی‌شود. (نجم، آیه ۳۸-۴۰) بسیاری از بزرگان دینی، انبیا، ائمه و اولیای الهی، در زمان و شرایطی به تکلیف دینی عمل می‌کردند که هیچ‌کس آنها را همراهی و تأیید نمی‌کرد؛ بلکه چه بسا همه با ایشان مخالفت می‌کردند و می‌جنگیدند. (مصباح یزدی، ۱۳۸۴)

مفهوم‌شناسی فناوری و فضای مجازی

فناوری، یعنی کاربرد دانش، ابزارها و مهارت‌ها برای حل مشکلات عملی و گسترش توانایی‌ها یا کاربرد دانش و ابداع وسایل و سیستم‌هایی برای ارضای نیازهای انسان است و زمینه‌ای عقلانی که در جهت اطمینان از مهار کردن طبیعت فیزیکی به وسیله انسان از طریق کاربرد قوانین علمی شناخته‌شده، طراحی شده است. در واقع، فناوری، قدرت آموزش و یادگیری ندارد؛ بلکه سیستمی نظام‌مند برای انتقال دانش و یادگیری است که در عصر فعلی کاربرد بسیار دارد. اصطلاح فضای سایبری، از ترکیب دو واژه «سایبر» و «فضا» تشکیل شده که برای درک آن، بهتر است هریک از واژه‌ها جداگانه بررسی شود. سایبر، از لغت یونانی سایبرنتیک، به معنای سکان‌دار یا راهنما مشتق شده است. اصطلاح فضای سایبر را نخستین بار ویلیام گیسون، نویسنده کانادایی داستان علمی - تخیلی، در کتاب نورومونس در سال ۱۹۸۴ به کار برد. برای وی فضای سایبر، فضای تخیلی است که از اتصال رایانه‌هایی پدید آمده که تمامی انسان‌ها، ماشین‌ها و منابع اطلاعاتی را در جهان به هم متصل کرده است. این معنا به طور تقریبی، مشابه معنایی است که امروزه از کاربرد لفظ فضای مجازی وجود دارد. در واقع، فضای مجازی، برای توصیف تمام انواع اطلاعاتی ایجادشده از طریق شبکه‌های رایانه‌ای به کار برده می‌شود و از این جهت، مجازی یا مصنوعی است که در محیط مادی و فیزیکی مکانی را اشغال نکرده است و توسط نرم‌افزار تولید می‌شود. (امام جمعه، ۱۳۸۲، ص ۲۵)

مفهوم‌شناسی فضای مجازی از دیدگاه جلالی، به این شرح است که او آسیب‌های فناوری اطلاعات را در سه بُعد می‌داند؛ وی، اولین بُعد را آسیب اخلاقی بیان می‌کند. حدود ۱/۵ درصد از مجموع اطلاعات موجود در پایگاه‌های اینترنتی، غیراخلاقی است و بیش از ۹۰ درصد از آنها، تجاری است و بقیه نیز با سایر امور علمی، فرهنگی، ورزشی و دیگر موضوعات، مرتبط است. در همین راستا، یکی از چالش‌های اساسی گسترش فناوری ارتباطات در جهان، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی است. قرار گرفتن در معرض فرهنگ‌های گوناگون، آزادی‌های زیاد در یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه و امکان دسترسی به اطلاعات غیراخلاقی گوناگون از طریق اینترنت، از جمله نمونه‌های

هویت دیجیتالی که محصول جامعه اطلاعاتی و اجتماعات مجازی است، کاربران و کاربران وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی را هدف قرار می‌دهد و هویت ملی و محلی آنها را به سوی هویت فراملیتی تغییر می‌دهد

این خطرها هستند. در کشورهای در حال توسعه، از جمله کشور ما، بنا بر شرایط فرهنگی و اجتماعی، احتمال آسیب‌پذیری بسیاری در اثر تعامل گسترده با دیگر فرهنگ‌ها وجود دارد. با وجود پیشرفت‌های حاصل‌شده در سازوکارهای امنیتی و کنترلی در اینترنت، قابلیت‌های کنترلی در این‌گونه موارد، کمتر مؤثر واقع می‌شوند. بنابراین، توجه به شرایط فرهنگی و اجتماعی کشورها یا مناطق جغرافیایی خاص، قبل از ایجاد شهر الکترونیک، و نیز آماده کردن خانواده‌ها از بُعد فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی، ضروری است. بُعد دیگر، آسیب‌های پزشکی است. بازی‌های رایانه‌ای به سبب داشتن صفحات گرافیکی، تنوع رنگ و سرعت زیاد تعویض صفحات، تأثیرات منفی بر روی مغز و اعصاب کودکان و حتی بزرگ‌ترها می‌گذارد و در نتیجه، برخی اختلالات را موجب می‌شوند. استفاده زیاد از رایانه، آثار منفی بر بینایی افراد به جای می‌گذارد و موجب سوزش چشم‌ها می‌شود. تأثیرهای منفی رایانه بر بدن افراد عبارت‌اند از: دردهای شدید کمر، دست، گردن و سر که به صورت آرتروز ظاهر می‌شود و گاهی موجب ایجاد کیست مفصلی در مچ دست

می‌شود؛ افتادن سرشانه‌ها و خارج شدن ستون فقرات از حالت طبیعی؛ و مشکلاتی که به دلیل نشستن به مدت طولانی در پشت رایانه و تایپ و کار زیاد با آن به وجود می‌آید.

آخرین بُعد مطرح‌شده، آسیب فرهنگی - اجتماعی است؛ کودکانی که از بدو زندگی و در دوران کودکی، به دلیل کمبود فضاهای تفریحی و آموزشی در منزل، با بازی‌های رایانه‌ای مشغول می‌شوند، به مرور نوعی انزواطلبی را پیش می‌گیرند که در نهایت، باعث منزوی شدن آنان از اجتماع می‌شود؛ حال آنکه کودکان در دوران رشد باید با هم‌نوعان و کودکان هم‌سن خود بازی‌های دسته‌جمعی انجام دهند تا ارتباطات اجتماعی را فراگیرند. منزوی شدن کودک و بازی با افرادی که در دنیای واقعی وجود خارجی ندارند، در آینده ممکن است آثار بسیار منفی و نامطلوبی را در رفتارهای اجتماعی کودک ایجاد کند. همچنین، قهرمانانی که در بازی‌های رایانه‌ای ظاهر می‌شوند، با تصاویر و صحنه‌های خشونت‌آمیز همراه هستند که پیامدهای منفی فرهنگی - اجتماعی را به دنبال دارد. (جلالی، ۱۳۸۲)

شبکه‌های اجتماعی مجازی

انقلاب ارتباطات، نوع جدیدی از ارتباطات مجازی را که خالی از روح حاکم بر روابط واقعی اجتماعی است، به وجود آورده است. از طریق ماهواره یا اینترنت، جهان جدیدی به موازات جهان واقعی به وجود می‌آید. رسانه‌های الکترونیکی، مخاطبان وسیع و متنثری دارند که مجموعه‌هایی از حیث محتوای نمادین را به این مخاطبان عرضه می‌کنند. در چنین شرایطی، فضای مجازی شکل می‌گیرد و فرهنگ‌ها همه از طریق واسطه‌های الکترونیکی منتقل می‌شوند و مفاهیم زمان و مکان معانی تازه‌ای پیدا می‌کنند. فواصل زمانی و مکانی، عملاً از میان برداشته می‌شوند و انتقال اطلاعات، داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان ارتباط

هم‌زمان میان افراد در نقاط مختلف به وجود می‌آید. جهان، طی چند سال گذشته، قدم به دنیای جدیدی تحت عنوان «وب ۱» و در ادامه «وب ۲» گذاشته که ظرف مدت زمان اندکی، «وب ۲» به سبب امکان ارتباط تعاملی دوسویه مورد استقبال کاربران فضای سایبری قرار گرفته است. اکنون، نتایج پژوهش‌ها بیانگر افزایش فعالان مجازی نسبت به شبکه‌های اجتماعی است که در عصر کنونی به محبوب‌ترین نوع وبسایت‌ها بدل شده و کاربران، بخش قابل توجهی از وقت خود را به این شبکه‌ها اختصاص داده‌اند. در ابتدا «وب ۱»، دنیای اطلاعات را در فواصل زمانی سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۰ متحول ساخت و با ایجاد دسترسی همگانی به اطلاعات مختلف بدون هیچ‌گونه محدودیتی، در دنیای فیزیکی انقلابی شگرف در زمینه دسترسی به اطلاعات و پیشرفت علم ایجاد کرد و پس از آن، «وب ۲» و وبسایت‌های دوسویه و شبکه‌های اجتماعی مجازی، از سال ۲۰۰۰ تاکنون دنیای ارتباطات را چنان دگرگون ساخته‌اند که کاربران این بار ضمن دریافت پیام، خود شخصاً اقدام به خوراک‌دهی سایت‌ها و وبلاگ‌ها می‌پردازند. گسترش وبلاگ‌ها از سال ۱۹۹۹ میلادی و در ایران از سال ۱۳۸۰، با راه‌اندازی چندین سرویس رایگان و یا ارزان‌قیمت در خصوص وبلاگ و وبلاگ‌نویسی آغاز شد و به عنوان رسانه‌ای محاوره‌ای، عمومیت یافت؛ به‌صورتی که بیشتر وبلاگ‌نویسان، از وبلاگ برای بحث درباره موضوعات مورد علاقه استفاده کرده، با به‌کارگیری لینک‌های متعدد با امکان دنبال کردن، مباحث مورد علاقه خود را در اختیار خوانندگان قرار داده، آنها را ضمن شرکت در مباحث مورد نظر و آگاهی از سایر دیدگاه‌های موجود، ترغیب به بیان عقاید و نظریات خود می‌کنند. وبلاگ‌ها

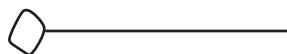




یا فروملی، شکستن انحصار کنترل و مدیریت دولت‌ها بر حجم عظیم اطلاعات، خدشه در سلسله‌مراتب‌های قدیمی، پخش و اشاعه قدرت میان گروه‌ها و افراد، غیرملمی شدن و غیرسرزمینی شدن اقتصاد و سیاست، و در نهایت، فرارسیدن پایان عمر دولت - ملت هستند.» (صدوقی، ۱۳۸۰)

تأثیر و کاربرد رسانه‌ها بر تغییر سبک زندگی
 محتوایی که هر لحظه در رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شود، برخلاف رسانه‌های سنتی، بیانگر نظریات یک حزب یا ارگان خاص نیست؛ بلکه بازتاب عقاید و دیدگاه‌های افراد مختلف از سرتاسر جهان است. یک فرد سیاسی، همان‌قدر امکان استفاده از رسانه‌های اجتماعی را دارد که یک فعال محیط زیست، یک کارگر، یک معلم، یک کودک دبستانی و یک بیمار روانی، آن امکان را دارد. فرصت حضور و فعالیت در رسانه‌های اجتماعی، برای همگان یکسان است و هر فردی می‌تواند رسانه شخصی خود را داشته باشد. اینکه عده‌ای از آن استفاده نمی‌کنند و یا امکان بهره‌مندی از آن را ندارند و عده‌ای دیگر نیز افراط می‌ورزند، بحث دیگری است. افراد در رسانه‌های اجتماعی، در جایگاه یک خبرنگار، اخبار را مخابره می‌کنند؛ مانند یک عکاس، عکس‌هایی را که گرفته‌اند، بارگذاری

رسانه اسلامی با توجه به رسالت دینی و اسلامی خود، نه تنها از ارائه خشونت‌طلبی و مصرف‌گرایی جلوگیری می‌کند، بلکه آن را نفی می‌کند. رسانه اسلامی با خلق کتاب‌ها، فیلم‌ها و بازی‌های رایانه‌ای، به خلق اسطوره تربیت دینی پرداخته، با تبعیت از سیره ائمه اطهار(ع) و ارائه تصویری از سبک زندگی آنها، به ارائه الگو می‌پردازد



بعضاً دارای یک مؤلف و برخی هم به صورت گروهی اداره می‌شوند و عملکرد برخی از آنها، نظیر پرتال بوده، خوانندگان را به سایر وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌ها هدایت می‌کنند؛ درحالی‌که برخی دیگر، در عرصه‌های مختلف و در ارتباط با مسائل سیاسی، اجتماعی، علمی و فرهنگی اقدام به نشر اطلاعات کرده، مخاطبان را با رویکردی کاملاً آزاد قادر به مطالعه مطالب و در صورت تمایل بیان و ارائه دیدگاه‌ها و نظریات مرتبط با آن موضوع می‌نمایند. در مجموع، این ارتباطات دوطرفه در «وب ۲»، سبب ایجاد شبکه‌های اجتماعی بزرگی همچون فیس‌بوک (سومین جامعه بزرگ دنیا)، آمازون (بزرگ‌ترین کتاب‌فروشی دنیا)، ویکی‌پدیا (بزرگ‌ترین دائرةالمعارف دنیا)، ابای (بزرگ‌ترین سوپرمارکت دنیا) و

بسیاری دیگر، در تمامی زمینه‌های زندگی بشر شده و به نوعی تمامی روابط اجتماعی جامعه بشری را تحت تأثیر خود قرار داده است. به اعتقاد صاحب‌نظران ارتباطات، شبکه‌های اجتماعی باعث شکل‌گیری مفاهیمی همچون صمیمیت و اعتماد در فضای سایبری شده‌اند؛ مفاهیمی که در گذشته‌ای نه چندان دور، دستیابی و تحقق آن در حدّ یک رؤیا بود. مرادعلی صدوقی، در کتاب تکنولوژی اطلاعاتی و حاکمیت ملی، در مورد نقش و تأثیر وسایل ارتباط جمعی نوشته است:

«برخی معتقدند که این ابزار موجب جابه‌جایی قدرت از دولت ملی به بازیگران غیردولتی، فرا





رسانه اسلامی نیز با ارائه تمثیل گونه اهداف خود، منظور خویش را به بیننده منتقل می‌کند؛ چرا که بیننده به ارائه مطالبی که مستقیماً به او گفته می‌شود، واکنش نشان داده و در برابر آن مقاومت می‌کند؛ ولی در روش تمثیل‌وار، رسانه پیام‌های تربیتی و دینی خود را به صورت غیرصریح بیان می‌کند و از این طریق، به «آموزش پنهان» می‌پردازد



این والدین هستند که ارتباط را آغاز می‌کنند و با افزایش سن فرزندان، درصد انجام این کار افزایش پیدا می‌کند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تأثیر رسانه بر رشد اجتماعی، به عواملی مانند: تعامل با خانواده، همسالان، مدرسه و شبکه‌های ارتباطی بستگی دارد؛ برای مثال، هنگامی که رابطه کودک با خانواده‌اش رضایت‌بخش نباشد، به تلویزیون پناه می‌برد و درباره آنچه می‌بیند، به تخیل می‌پردازد. به گونه‌ای مشابه، پژوهش‌های کنونی نشان می‌دهد که استفاده از رایانه می‌تواند به درک کودک از خود و جامعه‌پذیری وی کمک نماید؛ مثلاً استفاده از شبکه رایانه‌ای در مدارس منجر به آسان‌سازی تعاملات گروهی، همکاری و شکل‌گیری دوستی‌ها شده است. در مکان‌هایی مانند کلوب‌های رایانه‌ای نیز کودکان به مبادله افکار و ایجاد روابط می‌پردازند که باعث ایجاد موقعیت اجتماعی برای آنان و به دست آمدن عزت نفس می‌شود.

کاربرد رایانه در خانه نیز موقعیت‌های مخصوص خود را دارد. قرار دادن رایانه در اتاق شخصی، به جای گذاشتن آن در یک مکان عمومی، به انزوای اجتماعی منجر می‌شود. همچنین، استفاده از اینترنت در خانه به بالا رفتن سطح تنهایی و افسردگی می‌انجامد؛ هر چند تحقیقات در این زمینه مبهم است. مشخصاً ایمیل‌ها و

می‌نمایند؛ همانند یک رهبر سیاسی، بیانیه صادر می‌کنند؛ همچون یک رهبر مذهبی یا یک فیلسوف، مبانی فکری و عقیدتی خود را با دیگران مطرح می‌نمایند؛ احساسات، دلتنگی‌ها و شاید عقده‌های شخصیشان را بدون هیچ هراسی بیان می‌کنند و در کل، در گفتن و نوشتن و نشر دادن آزاد هستند و این، امکانی است که در جهان فیزیکی وجود ندارد. بدین ترتیب، لیبرالیسم به شکل کامل در قالب یک زندگی دوم پیاده شده است.

از طرف دیگر، خصوصی بودن اینترنت برای هر شخص، به این معناست که افراد به تنهایی و از پشت دستگاه ارتباطی خود وارد دنیای مجازی شده و بر یکسری حساب‌های کاربری و پروفایل‌ها مالکیت دارند؛ درحالی که ممکن است فرد در دنیای واقعی، تملک چندانی نداشته باشد. این موضوع، ضمن اینکه بر جذابیت فضای مجازی می‌افزاید، بر میزان فردگرایی انسان نیز دامن زده و او را خودمحورتر خواهد کرد. گرایش افراد به سوی استفاده از تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند، خودبه‌خود زمان حضور آنها در فضای مجازی را افزایش خواهد داد. در طی یک بررسی، در کشور آمریکا مشخص شد مردانی که از دستگاه موبایل خود به رسانه‌های اجتماعی وارد می‌شوند، تقریباً ۱,۵ ساعت در روز بیشتر از مردانی که از رایانه شخصی برای انجام این کار استفاده می‌کنند، در رسانه‌ها زمان می‌گذرانند. برای زنان نیز آمار مشابهی به دست آمده است.

شبکه‌های اجتماعی، تعامل فرزندان با والدین را نیز دگرگون کرده‌اند. بر اساس تحقیقاتی، رابطه فرزندان و والدین آنها در فیسبوک بررسی شده است؛ در سنین ۱۳-۱۷ سالگی، ۶۵ درصد نوجوانان برای والدین خود درخواست دوستی ارسال می‌کنند؛ در سنین بالاتر، این میزان به ۴۰ درصد کاهش پیدا می‌کند؛ اما در سنین بالاتر از ۴۰ سال، تمایل فرزندان به انجام این کار مجدداً افزایش یافته، به ۵۰ درصد می‌رسد. همچنین، در تعاملات بین فرزندان و والدین، دختران بیشتر از پسران بر روی دیوار والدین خود آیت‌هایی را به اشتراک می‌گذارند؛ درحالی که پسران ترجیح می‌دهند دریافت‌کننده باشند. علاوه بر این، در ارسال کامنت معمولاً

اتاق‌های چت، شیوه ارتباط افراد با یکدیگر را تغییر داده است؛ همان‌طور که بازی‌های رایانه‌ای امروزه، به روشی برای تعامل و گفت‌وگو تبدیل شده است. به نظر جرج گربرنر، بینندگانی که ساعات بسیاری را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند (مخاطبان پرمصرف)، اطلاعات و ایده‌ها را رده‌بندی می‌کنند و تأثیر در معرض رسانه بودن، چیزی را تولید می‌کند که وی آن را «کاشت» می‌نامد. گربرنر تماشاگران تلویزیون را به دو دسته «بینندگان عادی» و «بینندگان پرمصرف» تقسیم کرد و با مقایسه این دو گروه، دریافت که مخاطبان پرمصرف تلویزیون علاقه بیشتری به تلویزیون داشته، ساعات بیشتری را به تماشای تلویزیون می‌پردازند. تلویزیون برای بینندگان پرمصرف در حکم همه چیز بوده، منبع اصلی همه انواع اطلاعات، اندیشه‌ها و آگاهی‌ها برای آنها به شمار می‌رود. تلویزیون برای این مخاطبان، همه چیز را تحت انحصار خود درآورده است. نتیجه قرار گرفتن در معرض هر نوع پیام‌های تلویزیونی و تأثیرپذیری از آنها، چیزی است که گربرنر نام آن را کاشت نهاده است. در واقع، کاشت به معنای

تصریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، از آثار دوگانه و متناقض گسترش ارتباطات جمعی بر وحدت نمادی جامعه سخن می‌راند. از یک سو، گسترش کتب، مطبوعات، رادیو و تلویزیون، ویدئو و یا شبکه‌های اطلاع‌رسانی، می‌توانند باعث تحکیم وحدت نمادی شوند و از سوی دیگر، همین رسانه‌ها به همراه ماهواره‌هایی که پخش برنامه‌های تلویزیونی کشورهای مختلف را بر عهده دارند، می‌توانند اسباب تضعیف وحدت نمادی جامعه را فراهم کنند. با گسترش ارتباطات از راه دور و از بین رفتن فواصل زمانی و مکانی، غلظت نمادی و اطلاعاتی محیط‌های کنونی، به طور غیرقابل وصفی افزایش یافته است؛

بایسته است که مسئولان و خانواده‌ها هنگام استفاده از این فضا، با آگاهی کامل وارد این مجموعه بی‌مرز شوند و ضمن شناخت دیگر فرهنگ‌ها و ملل، سبک زندگی اسلامی خود را حفظ نمایند و حتی الامکان آن را نیز به دنیا عرضه کنند و دیگر ملت‌ها را با سبک زندگی اسلامی و نیز هدف‌دار بودن زندگی و ارزشمندی خلقت انسان، آشنا نمایند

به طوری که این غلظت به هیچ وجه قابل مقایسه با غلظت نمادی محیط‌های نیم‌قرن گذشته جوامع نیست؛ به عبارت ساده‌تر، شهروندان جوامع معاصر، به ویژه جوامع پیرامون، نه تنها در معرض مستقیم سمبولیسم شناختی و سمبولیسم اظهاری بیگانه قرار گرفته‌اند، بلکه در معرض بمباران نمادی آنها نیز هستند. (چلبی، ۱۳۷۵)

مارتین سگالین، در کتاب جامعه‌شناسی تاریخی خانواده تأکید می‌کند که امروزه در کنار تفکیک جغرافیایی حوزه‌های کار و سکونت، ناپدید شدن پدیده همسایگی، وجود مادران شاغل و متخصصان مسئول مراقبت از اطفال و تأثیر تلویزیون، از جمله عواملی هستند که به ایجاد

القای یک جهان‌بینی مشترک، نقش‌های مشترک و ارزش‌های مشترک به وسیله تلویزیون است. گربرنر، برای دفاع از نظریه کاشت که مبتنی بر مقایسه بینندگان پرمصرف و عادی تلویزیون است، مدارک و شواهد تحقیقی بسیاری را ارائه کرده است. او با تحلیل تفاوت‌های زیاد که بین پاسخ‌هایی که بینندگان پرمصرف و عادی به سؤالات او می‌دادند، متوجه شد که پاسخ‌های بینندگان پرمصرف، به جهانی که تلویزیون برای آنها ترسیم کرده بود، نزدیک‌تر بود. بر اساس این نظریه، تلویزیون ذهنیت بینندگان پرمصرف خود را چنان شکل داده و قالب‌گیری می‌کند که از نظر این دسته از بینندگان، جهان، پدیده‌ای پست، ناآرام و غیرقابل اعتماد جلوه می‌کند. (Gerbner، ۱۹۷۶)

آثار مخرب رسانه‌های عمومی و ابزار مجازی از نظر جامعه‌شناسی مسعود چلبی، جامعه‌شناس ایرانی، در کتاب خود به نام جامعه‌شناسی نظم؛

شکاف بین دنیای کودکان و بزرگسالان کمک می‌کند. (سگالین، ۱۳۷۰)

نتایج یک مطالعه در انگلستان نشان داده است که حدود یک‌سوم طلاق‌ها در این کشور با شبکه اجتماعی فیس‌بوک در ارتباط است.

در این مطالعه، حدود پنج‌هزار دادخواست طلاق مورد بررسی قرار گرفته و مشخص شده که در ۳۳ درصد این دادخواست‌ها، به فیس‌بوک به عنوان یکی از دلایل درخواست طلاق اشاره گردیده است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که معمولاً یکی از طرف‌ها به گونه‌ای از فیس‌بوک استفاده می‌کند که باعث نارضایتی طرف دیگر می‌شود. طبق مطالعه‌ای از سوی مؤسسه حقوقی انگلستان، در سال ۲۰۱۱ در یک‌سوم پرونده‌های طلاق، از فیس‌بوک نام برده شده است. این رقم، در سال ۲۰۰۹ یک‌پنجم بوده است. در روزگاران گذشته، ردیابی یک رابطه نامشروع هفته‌ها به طول می‌انجامید و دوندگی بسیاری می‌طلبید؛ اما امروزه این کار، تنها با یک کلیک ساده انجام می‌گیرد و عواقبش ممکن است همیشگی و ویرانگر باشد.

رونالد اینگه‌ارت، معتقد است تغییر ارزشی، روندی است که از نسلی به نسل دیگر رخ می‌دهد؛ نه به طور مداوم، از سالی به سال دیگر. وی، معتقد است که اشاعه رسانه‌های جمعی به تغییر ارزش‌ها منجر شده است؛ به طوری که در عصر کنونی، جهانی‌شدن ارتباطات و رسانه‌ها، بر شکاف ارزش‌های نسلی تأثیر گذاشته است. لباس‌های متحدالشکل جوانان یا موسیقی پاپ، از نمودهای تأثیر رسانه بر تغییر رفتارها و ارزش‌های نسل کنونی و عدم پای‌بندی به سنت‌های فرهنگی خود است. (یوسفی، ۱۳۸۳)

یان رابرتسون، جامعه‌شناس، معتقد است از اوایل قرن بیستم، رشد و گسترش تدریجی رسانه‌های جمعی و وسایل ارتباطی چنان بر زندگی بشر سایه افکند که آثار مثبت و منفی فراوانی بر آن گذاشته است. از همه مهم‌تر اینکه در عصر کنونی با ظهور اینترنت و فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، به‌ویژه اینترنت، فضای ارتباطات و تأثیرگذاری آنها، توسعه زیادی یافته است؛ به طوری که ما هم‌اکنون، تحت تأثیر این رسانه‌های نوین «دهکده جهانی» به سر می‌بریم؛ به عبارتی، مخاطبان جهانی رسانه‌ها و نسل‌های کنونی، در معرض انتشار و نمایش پیام‌های متنوع رسانه‌ای قرار دارند و پیام‌هایی را دریافت می‌کنند که می‌تواند سنت‌ها و الگوهای فرهنگی و اجتماعی و نسلی جوامع و همچنین، روابط نسلی آنها را دستخوش چالش و دگرگونی کند. (بیات، ۱۳۸۲)

از طرفی، هویت دیجیتال که محصول جامعه اطلاعاتی و اجتماعات مجازی است، مخاطبان و کاربران وسایل نوین ارتباطی و اطلاعاتی را هدف قرار می‌دهد و هویت ملی و محلی آنها را به سوی هویت فراملیتی تغییر می‌دهد. یک فرد ایرانی که به وسایل نوین ارتباطی دسترسی دارد و از مهارت‌های لازم برای استفاده از آنها برخوردار است، در درجه اول، شهروند اجتماعات مجازی است که عملاً عضو آن شده است. هویتی که این هم‌وطن پیدا می‌کند، ممکن است با هویت ملی‌اش در تضاد باشد و نهایتاً به کاهش انسجام اجتماعی جامعه‌اش بینجامد. او دیگر در یک جامعه ارگانیک زندگی نمی‌کند که هویت هم‌بسته‌ای با این جامعه داشته باشد.

زیستن در دنیای مجازی، تمام زندگی و حتی فهم انسان را تغییر می‌دهد. رسانه اسلامی با بمباران اطلاعاتی در زمینه تربیت اخلاقی و دینی افراد جامعه، بدون اینکه نیازی به حضور فیزیکی فرد باشد، تعالیم دینی و ارزشی مساجد، از جمله مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی را به او می‌آموزد

تهدیدهای پیش روی رسانه و فضای مجازی در ترویج سبک زندگی اسلامی

۱. یکی از پیامدهای منفی رسانه‌ها فضای مجازی، تحت فشار قرار گرفتن دین و اعتقادات مذهبی، به‌ویژه در رفتار و سبک زندگی بر اساس آموزه‌های اسلامی است. در رسانه‌ها، سبک زندگی اسلامی، تحت فشار سکولاریزم و نسبی‌گرایی واقع می‌شود که این پیامدها، اصول و ارزش‌های مطلق دینی را در شکل‌دهی سبک زندگی مطلوب تحدید می‌کنند. (رفیع‌پور، ۱۳۷۸)

۲. در اثر تأثیر رسانه‌ها و فضای مجازی، زندگی، بیش از پیش تابع تمایل مصرف‌گرایی شده است. مصرف‌گرایی و مدپرستی که توسط تجارت آزاد و جهانی‌شدن غربی افزایش یافته، تمایل به ایمان معنوی و رشد فرهنگی بر مبنای آموزه‌های اسلام را عمیقاً تضعیف کرده است که این امر، بسیاری از مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی را به چالش کشیده و آن را تهدید می‌کند. (اسماعیل یصحانی، ۱۳۸۱، ص ۵۳ - ۶۹)



فضای مجازی، ابزار گسترش فرهنگ است. از این رو، می‌توانیم از آن برای توسعه فرهنگ ایرانی - اسلامی خودمان استفاده کنیم. پس، باید حداکثر استفاده را در جهت آموزش، ارائه خدمات و استفاد‌های علمی - آموزشی داشته باشیم؛ با این حال، این نکته را نیز باید در نظر داشت که در کنار مزایای فضای مجازی، خطرات مخرب جبران‌ناپذیری نیز در این فضاها و شبکه‌ها در کمین خانواده‌ها و کودکان و نوجوانان است که می‌تواند خانواده‌ها را از سبک زندگی اسلامی و الگوگیری از زندگی ائمه اطهار(ع) جدا سازد و به سوی زندگی و فرهنگ غربی، تجمل‌گرایی و دنیاطلبی هدایت کند



فرصت‌های موجود رسانه و فضای مجازی در ترویج سبک زندگی اسلامی

۱. **گفتمان دینی:** از دیدگاه پست‌مدرن‌ها، گفتمان، محور شناخت و حتی وسیله‌ای برای تولید دانش است. (آهنچیان، ۱۳۸۲) رسانه با توجه به ویژگی گفتمان و در اختیار داشتن فرارسانه‌هایی چون: رایانه، اینترنت، ماهواره‌ها و سایر رسانه‌های دیجیتال نوین در فرایند تربیت دینی، به نهادینه کردن و ترویج سبک زندگی اسلامی منجر می‌شود.

۲. **الگوآفرینی دینی:** در رسانه‌های غربی افرادی چون آرنولد و استالونه، نماد خشونت و ایثارگری در فیلم‌های هالیوودی هستند و یا سامورایی‌ها در فیلم‌های ژاپنی که از طریق خشونت‌طلبی، مصرف‌گرایی و سکس، به ارائه تصویری از انسان ایده‌آل غربی که خود را فدای دیگران می‌کنند، می‌پردازد. رسانه اسلامی با توجه به رسالت دینی و اسلامی خود، نه تنها از ارائه خشونت‌طلبی و مصرف‌گرایی جلوگیری می‌کند، بلکه آن را نفی می‌کند. رسانه اسلامی با خلق کتاب‌ها، فیلم‌ها و بازی‌های رایانه‌ای، به خلق اسطوره تربیت دینی پرداخته، با تبعیت از

۳. رسانه‌ها و فضای مجازی در صدد هستند تا با سیطره یک فرهنگ، مسئله پلورالیسم فرهنگی را از بین ببرند و یک فرهنگ را با مؤلفه‌هایی که از روابط جدید اجتماعی و سیاسی بهره می‌برد، بر همه افکار، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها حاکم سازند. جهانی شدن سیاست، فرهنگ و اقتصاد، برخی ارزش‌ها و آموزه‌هایی را با خود به همراه دارد که عمدتاً در تعارض با باورها و ارزش‌های دینی و تصورات فرد مسلمان از سبک زندگی اسلامی است. (سجادی، ۱۳۸۱، ص ۴۷ - ۵۹)

۴. سطحی‌نگری در عرصه رسانه‌ها، متون و تصاویر، به دنیای بیرونی فراتر از دال‌ها اشاره ندارد. ایماژ، سطوح، ظاهر و حضور همه‌جایی در تفکر دوران اخیر است و ظاهر و نمود به باطن و جوهر تبدیل می‌شود. (نوذری، ۱۳۷۹) از این رو، در رسانه‌های نوین به محتوای دینی بهایی داده نشده و بر ظواهر دین تأکید می‌شود. در نتیجه، به ابعاد درونی دین که به ترویج سبک زندگی اسلامی منجر می‌شود، اشاره نشده و به سطوح و ظواهر دین و تربیت دینی بسنده می‌کنند که سبب می‌شود افراد در برابر ته‌اجمات فرهنگی بیگانگان، به‌زودی از پا درآیند و گرفتار «از خودبیگانگی فرهنگی» شوند؛ زیرا نمی‌توانند به ارزش آنچه خود در اختیار دارند، پی ببرند. (سادات، ۱۳۸۰)

۵. متزلزل شدن ارزش‌ها در اثر نبودن فضایی مناسب برای ظهور عقاید، زمینه برخورد بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها پدیدار می‌گردد که بیشترین تأثیر را بر ارزش‌های دینی و اخلاقی دارد؛ به طوری که در این عرصه، کشورهای جهان سوم به دلیل عدم تجهیز به امکانات مناسب، دچار ته‌اجم فرهنگی شده و داشته‌های خود را مانند سبک زندگی اسلامی، از دست خواهند داد. (جوادی یگانه، ۱۳۸۶)

سیره ائمه اطهار(ع) و ارائه تصویری از سبک زندگی آنها، به ارائه الگو می‌پردازد. (جوادی یگانه، ۱۳۸۶)

۳. **تمثیل و کنایه:** با توجه به سرمایه‌گذاری‌های کشورهای غربی بر رسانه‌ها و فضای مجازی، نه از راه مستقیم، بلکه از طریق غیرمستقیم، جامعه اسلامی را تهدید کرده، وانمود می‌کنند که برنامه ارائه‌شده برنامه‌ای مناسب است؛ ولی در لفافه به پیاده‌سازی برنامه خود می‌پردازند. رسانه اسلامی نیز با ارائه تمثیل‌گونه اهداف خود، منظور خویش را به بیننده منتقل می‌کند؛ چرا که بیننده به ارائه مطالبی که مستقیماً به او گفته می‌شود، واکنش نشان داده و در برابر آن مقاومت می‌کند؛ ولی در روش تمثیل‌وار، رسانه پیام‌های تربیتی و دینی خود را به صورت غیرصریح بیان می‌کند و از این طریق، به «آموزش پنهان» می‌پردازد. رسانه اسلامی منظور خود را با استفاده از فرامین دینی و معنوی‌سازی رسانه‌ای، علم روان‌شناسی، علم ارتباطات و ترفندهای رسانه‌ای به فراگیرنده القا می‌کند؛ بدون آنکه منظور و هدف خود را به صورت مستقیم بازگو کند. (حسنی، ۱۳۸۵)

۴. **سرگرمی و تفریح:** علم‌آموزی و تربیت با ابزار سرگرمی، از شگردهای رسانه‌ها و فضاهای مجازی است. از این‌رو، رسانه اسلامی با ارائه داستان‌ها، پخش فیلم و یا سخنرانی، از داستان‌های قرآنی و زندگانی ائمه اطهار(ع) در ارتباط با سبک زندگی اسلامی، به روشی که کودک و یا نوجوان دوست دارد، استفاده می‌کند و بدون هیچ مقاومتی، به ارائه پیام خود می‌پردازد. بر عکس رسانه‌های غربی که با ارائه برنامه‌های ضد ارزشی و تبلیغ مصرف‌گرایی، قصد بی‌هویت کردن بیننده را دارند، رسانه اسلامی با ارائه برنامه‌های مفید و شاد به معرفی و ترویج سبک

زندگی اسلامی مبادرت می‌ورزد و بیننده را در صورت خستگی از مطالعه یا کار روزانه، از امکانات تفریحی قابل دسترس در رسانه بهره‌مند می‌سازد و به «آموزش پنهان» فراگیر می‌پردازد. (پورطهماسبی، ۱۳۸۷)

۵. **مسجد مجازی:** زیستن در دنیای مجازی، تمام زندگی و حتی فهم انسان را تغییر می‌دهد. رسانه اسلامی با بمباران اطلاعاتی در زمینه تربیت اخلاقی و دینی افراد جامعه، بدون اینکه نیازی به حضور فیزیکی فرد باشد، تعالیم دینی و ارزشی مساجد، از جمله مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی را به او می‌آموزد. (عالی، ۱۳۸۲)

نتیجه‌گیری

امروزه، دنیا با سرعت بسیار زیاد در حال تحول است و این تحول، در حوزه رسانه‌های دیجیتال بیشتر احساس می‌شود و به هر میزان که این تحولات رشد می‌کنند، تغییراتی را هم در عرصه محتوا و فرهنگ شاهد خواهیم بود. تغییراتی که در عرصه فناوری دیجیتال اتفاق افتاده، بسیار همه‌گیر بودند؛ چراکه روش‌های سنتی، آب‌ورنگ خود را از دست داده، به استفاده از شبکه‌های مجازی و محتواهای آن علاقه‌مند شده‌ایم. امروز با گذشت چند سال، بیش از یک میلیارد کاربر اینترنتی و سایت‌های اینترنتی داریم. گروه‌های سنی ما نیز درگیر فناوری و فضای مجازی شده‌اند و از بازی‌های رایانه‌ای تا خدماتی که در حوزه فناوری است، همه درگیر این فضا می‌باشند.

این فضا به همان اندازه که از آن بهره می‌بریم، زیان‌هایی هم دارد که باید مراقب آن باشیم و در همه حوزه‌های فناوری از زیان‌های آن جلوگیری کنیم. در حوزه شبکه‌های اجتماعی، بازی‌های رایانه‌ای، حوزه آموزش و امثال آن، باید از خطرات احتمالی‌اش جلوگیری کرد. باید با ضوابط قانونی و چارچوب‌های فرهنگ اسلامی، از مبانی اسلامی خودمان محافظت کنیم. امروزه ۲۰ میلیون نفر در ایران، تنها از یک شبکه مجازی

رسانه اسلامی منظور خود را با استفاده از فرامین دینی و معنوی‌سازی رسانه‌ای، علم روان‌شناسی، علم ارتباطات و ترفندهای رسانه‌ای به فراگیرنده القا می‌کند؛ بدون آنکه منظور و هدف خود را به صورت مستقیم بازگو کند

استفاده می‌کنند و آموزش‌هایی را در این شبکه می‌بینند. همین امر باعث شده که بسیاری از مطبوعات و رسانه‌ها آموزش‌ها و اخبار خود را از طریق این شبکه به مردم ارائه کنند.

فضای مجازی، ابزار گسترش فرهنگ است. از این رو، می‌توانیم از آن برای توسعه فرهنگ ایرانی - اسلامی خودمان استفاده کنیم. پس، باید حداکثر استفاده را در جهت آموزش، ارائه خدمات و استفاده‌های علمی - آموزشی داشته باشیم؛ با این حال، این نکته را نیز باید در نظر داشت که در کنار مزایای فضای مجازی، خطرات مخرب جبران‌ناپذیری نیز در این فضاها و شبکه‌ها در کمین خانواده‌ها و کودکان و نوجوانان است که می‌تواند خانواده‌ها را از سبک زندگی اسلامی و الگوگیری از زندگی ائمه اطهار(ع) جدا سازد و به سوی زندگی و فرهنگ غربی، تجمل‌گرایی و دنیاطلبی هدایت کند. بنابراین، بایسته است که مسئولان و خانواده‌ها هنگام استفاده از این فضا، با آگاهی کامل وارد این مجموعه بی‌مرز شوند و ضمن شناخت دیگر فرهنگ‌ها و ملل، سبک زندگی اسلامی خود را حفظ نمایند و حتی‌الامکان آن را نیز به دنیا عرضه کنند و دیگر ملت‌ها را با سبک زندگی اسلامی و نیز هدف‌دار بودن زندگی و ارزشمندی خلقت انسان، آشنا نمایند.

منابع:

۱. آهنچیان، محمدرضا. ۱۳۸۲. آموزش و پرورش در شرایط پست مدرن. تهران: انتشارات طهوری.
۲. ابهری، مجید. ۱۳۹۳. تغییر سبک زندگی؛ خطر سقوط نسل آینده. پایگاه اطلاع‌رسانی عمارنامه.
۳. اسماعیل یصحنی، سعید. «جهانی‌سازی و استراتژی مقاومت». فصلنامه کتاب نقد، پاییز و زمستان ۱۳۸۱، ش ۲۴ و ۲۵.
۴. امام جمعه، طیبه. «آموزش و پرورش در عصر اطلاعات». فصلنامه فناوری آموزشی، آبان ۱۳۸۲، ش ۲.
۵. بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی. «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان». فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره پنجم، ۱۳۹۱، ش ۱.
۶. بیات، سهراب. ۱۳۸۲. روان‌شناسی اجتماعی. تهران: نشر مهرداد.
۷. پورطهماسبی، سیاوش. «نقش و عملکرد تربیتی رسانه در عصر پست مدرن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه شاهد، ۱۳۸۷.
۸. جلالی، علی‌اکبر. ۱۳۸۲. آسیب‌شناسی فناوری اطلاعات در خانواده. پژوهشکده خانواده.
۹. جوادی، یگانه، محمدرضا عبدالهیان و حمید. ۱۳۸۶. دین و رسانه (مجموعه مقالات). تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
۱۰. چلبی، مسعود. ۱۳۷۵. جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
۱۱. حسینی، محمد. ۱۳۸۵. فرهنگ و رسانه‌های نوین. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۱۲. ربانی، رسول و حامد شیری. «اوقات فراغت و هویت اجتماعی». فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، ۱۳۸۸، ش ۸۸.

۱۳. رفیع پور، فرامرز. ۱۳۷۸. وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی. تهران: نشر کتاب فرا.

۱۴. سادات، محمدعلی. ۱۳۸۰. اخلاق اسلامی. تهران: انتشارات سمت.

۱۵. سجادی، عبدالقیوم. «استراتژی کلان جامعه دینی در برخورد با جهانی شدن». نشریه پگاه، ۱۳۸۰، ش ۴۷۴۷.

۱۶. سگالین، مارتین. ۱۳۷۰. جامعه‌شناسی تاریخی خانواده. ترجمه حمید الیاسی، تهران: نشر مرکز.

۱۷. صدوقی، مرادعلی. ۱۳۸۰. تکنولوژی اطلاعاتی و حاکمیت ملی. تهران، وزارت امور خارجه، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

۱۸. عالی، مرضیه. «تبیین فرصت‌ها و چالش‌های جهانی شدن». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۸۲.

۱۹. کاویانی، محمد. «تربیت اسلامی؛ گذر از اهداف کلی به اهداف رفتاری». مجله پژوهش‌های میان رشته‌ای قرآن کریم، ۱۳۸۸، ش ۳۳.

۲۰. گیدنز، آنتونی. ۱۳۸۴. چشم‌اندازهای جهانی. ترجمه محمدرضا جلالی‌پور، تهران: طرح نو.

۲۱. مصباح یزدی، محمدتقی. ۱۳۷۶. پیش‌نیازهای مدیریت اسلامی. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره).

۲۲. _____. ۱۳۸۴. معارف قرآن؛ انسان‌شناسی. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره).

۲۳. مطهری، مرتضی. ۱۳۷۹. هدف زندگی. بی‌جا: حزب جمهوری اسلامی.

۲۴. نودری، حسینعلی. ۱۳۷۹. پست مدرنیته و پست مدرنیسم. تهران: انتشارات نقش جهان.

۲۵. یوسفی، نریمان. ۱۳۸۳. شکاف بین نسل‌ها؛ بررسی نظری و تجربی. تهران، نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

26. Gerbner, George 'University of Pennsylvania: Gross, Larry. Living With television, The Annenberg School of Communications. 1976. ■