



لاکچری بازی با جیب خالی

زندگی‌شان به دو بخش کاملاً مجزا تقسیم شده است؛ دو بخشی که از زمین تا آسمان با یکدیگر فرق دارد.

زندگی‌شان به دو بخش کاملاً مجزا تقسیم شده است؛ دو بخشی که از زمین تا آسمان با یکدیگر فرق دارد. از خروسخوان صبح تا نیمه‌های شب، عکس‌هایی از زندگی شخصی‌شان در فضای مجازی منتشر می‌کنند که حسرت را در دل بینندگان می‌گذارد. سبک زندگی لاکچری آنها هزاران لایک می‌خورد و خیلی‌ها در دلشان آرزو می‌کنند کاش جای آنها بودند. آنها هم دقیقاً همین را می‌خواهند. همین حس حسرت دیگران نسبت به خودشان. اوضاع مالی خوبی ندارند، در خانواده‌های کاملاً معمولی و حتی فقیر زندگی می‌کنند، اما خیلی خوب بلدند چطور انسانی دیگر با سطح اقتصادی عالی را در ذهن بقیه ترسیم کنند. تصویر لاکچری بازی با جیب خالی

داستان لاکچری بازی با جیب خالی در فضای مجازی، قصه‌ای است که سر دراز دارد. شبکه‌های اجتماعی را که باز کنید، نمونه‌های متعددی از ترویج این فرهنگ تازه وارد را می‌توانید به چشم ببینید. آدم‌هایی که صبح تا شب، فرهنگ مصرف‌گرایی و زندگی تجملی را به تصویر می‌کشند، اما اگر سری به زندگی شخصی‌شان بزنید، سبک زندگی واقعی آنها هیچ ارتباطی به تصاویر شیک به اشتراک گذاشته شده ندارد.

این که یز مصرف‌گرایی در عین نیاز مالی، به یک ارزش تبدیل شود؛ طوری که حتی فرد حاضر می‌شود از نان شبش بزند، اما فلان لباس برند را بپوشد، در زمره آسیب‌های خزانده‌ای است که فرهنگ و ساختارهای اجتماعی کشور را نشانه رفته است.

اگرچه اغلب نوجوانان و جوانان درگیر این آسیب هستند، اما فرهنگ مصرف‌گرایی و یز زندگی لاکچری در همه رده‌های سنی و در همه طبقات اجتماعی ریشه دوانده است.

پای تبلیغات در میان است

حاضر است همه حقوق ناچیز ماهانه‌اش را خرج کند تا ساعتی مارک دار بخرد و بعد هم عکس آن را در صفحه شخصی‌اش به اشتراک بگذارد. برایش مهم نیست در چه وضعیت فرهنگی، تحصیلی و اقتصادی قرار دارد، بلکه فقط می‌خواهد ادای آدم‌های مهم و پولدار را دریاورد و با به اشتراک گذاشتن عکس‌هایی از زندگی جعلی‌اش، دل همه را برباید.

دکتر بهروز بیرشک، روان‌شناس و عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی ایران در گفت‌وگو با جام‌وگم؛ جم تاکید دارد بخش مهمی از این رفتارها، ریشه در تبلیغات گسترده‌ای دارد که در جامعه منتشر می‌شود و البته بخش دیگر آن به روحیات شخصی فرد برمی‌گردد که تا چه حد تحت تاثیر تبلیغات قرار می‌گیرد.

به گفته بیرشک، عمده دلیل این لاکچری بازی‌ها با جیب خالی در کمبودهایی است که فرد در درون خود احساس می‌کند. این گونه افراد فکر می‌کنند با تغییر شکل و شمایل زندگی خود، زندگی‌شان هم تغییر پیدا می‌کند، در حالی که سطح زندگی‌شان دگرگون نمی‌شود و خارج از دنیای مجازی، منزلت اجتماعی به دست نمی‌آورند.

فرار از خود واقعی

وقتی موفقیت فردی عیان باشد، نیازی به تبلیغات دروغین در فضای مجازی ندارد. دکتر مهرداد فلاطونی، پژوهشگر، نویسنده و روان‌شناس در گفت‌وگو با جام‌وگم؛ جم تاکید می‌کند: لاکچری بازی در فضای مجازی و این گونه نمایش‌ها معمولاً محصول خود کم بینی افرادی است که اعتماد به نفس لازم برای

روبه‌‌رو شدن با واقعیت‌های زندگی خودشان را ندارند.

همچنین به قول او، این نمایش‌ها در فضای مجازی، نوعی تلاش بیهوده برای جبران نداشته‌های زندگی فرد است؛ به گونه‌‌ای که چون فرد احساس می‌‌کند نمی‌‌تواند به آرزوهای واقعی‌اش برسد، ماکتی از آن شرایط آرمانی و ایده‌‌آلش را به دید مخاطبانش می‌‌گذارد و با فریب آنها، احساس رضایت درونی می‌‌کند.

این که فضای مجازی به شکلی درآمده است که در آن بیشتر آدم‌‌ها پولدار هستند، همه تحصیلات بالا دارند، بهترین غذاها را می‌‌خورند و فقط لباس برند می‌‌پوشند، خود دلیل واضحی است که بخوبی نشان می‌‌دهد بخش عمده‌‌ای از این ادعاها دروغ است، زیرا این ادعاها خلاف جریان معمولی است که در زندگی واقعی، شاهد آن هستیم.

حال هرچقدر فضای مجازی گسترش پیدا کند، به گفته فلاطونی، دامنه فعالیت این افراد هم بیشتر می‌‌شود.

زمانی که میان هویت واقعی فرد و هویت آرمانی که مدنظر دارد، اختلاف معناداری وجود داشته باشد و فرد هویت اجتماعی‌اش را در زندگی لاکچری تعریف کند، آن وقت به قول این روان‌‌شناس، امکان دارد دست به رفتارهای فریبنده‌ای بزند تا از خود واقعی‌اش فرار کند.

اضطراب مداوم؛ آفت لاکچری بازی

کم نیاروندن و هم‌رنگ جماعت پولدار شدن، هدفی است که شاید با ظاهرسازی به دست بیاید؛ اما در بلندمدت، فرد بسختی می‌‌تواند به این زندگی دروغین ادامه دهد.

بیرشک، روان‌‌شناس و استاد دانشگاه در توضیح آسیب‌‌هایی که این افراد متحمل خواهند شد، یادآوری می‌‌کند: وقتی مدام به دنبال نمایش چهره‌‌ای باشید که متعلق به خودتان نیست، حفظ این چهره و خراب نشدن وجهه دروغینی که از خود ترسیم کرده‌‌ایم، با استرس مداوم همراه است؛ طوری که چنین افرادی مدام نگران این هستند که مبدا دیگران از ماهیت زندگی واقعی‌شان آگاه شوند.

وقتی معیار رشد و موفقیت در ذهن جوان ایرانی، پیشرفت علمی و اخلاقی باشد یا حتی پیشرفت اقتصادی از مسیر تلاش باشد، آن‌‌گاه به باور بیرشک، دیگر ظاهرسازی برای نشان دادن یک خود غیرواقعی، مشتری نخواهد داشت.

این روان‌‌شناس بر این باور است باید رسانه‌‌ها و نهادهای فرهنگ‌‌ساز در مسیری حرکت کنند که نوجوانان و جوانان، تعریفشان از زندگی موفق تغییر کند و به این نتیجه برسند که توجه افراطی به مادیات، مصرف‌‌گرایی و ظاهر شخصی، ملاکی برای موفقیت نیست. حال وقتی جوان به این نتیجه برسد، دیگر دلیلی نمی‌‌بیند بخواهد عکس فلان کالای لوکس در زندگی شخصی‌اش یا عکس سفر و تفریحات شخصی‌اش را برای خودنمایی به اشتراک بگذارد.

البته گاهی این پز دادن و نمایش لاکچری بازی‌ها در فضای مجازی، از سوی فردی انجام می‌‌شود که واقعا اوضاع مالی خوبی دارد که در این شرایط هم این رفتار، مذموم است.

دکتر بهروز مرادی، جامعه‌‌شناس نیز با اشاره به خطرات طبقاتی شدن جامعه یادآوری می‌‌کند: گاهی شکاف عمیق طبقاتی در جامعه، منجر می‌‌شود یک قشر برای فخر فروشی به قشری دیگر و برای نمایش ثروت و امکاناتش میان اقشار جامعه، به خودنمایی ثروت در برابر اقشار ضعیف جامعه کشیده شود یا این نمایش پولداری به محملی برای رقابت در بین اقشار مرفه تبدیل شود.

به گفته مرادی، جامعه‌‌ای که طبقاتی شده باشد، فرهنگش هم طبقاتی می‌‌شود. مثلاً گسترش تجمل گرایی کاملاً حاوی این مطلب است که یک قشر از جامعه می‌‌خواهد فاصله طبقاتی خود را هر طور که شده به دیگران نمایش بدهد و مدام این فاصله را به همه اثبات کند.

خودنمایی مجازی محصول شکست

شاید نتوان کسی را پیدا کرد که از داشتن یک زندگی راحت و مرفه، بدش بیاید، اما فلاطونی، پژوهشگر و روانشناس از آفتی حرف می‌زند که اگر شدت پیدا کند، دیگر این حس طبیعی، شبیه یک اختلال می‌شود.

به گفته او، خیلی از ما دوست نداریم مثلاً با وانت بار به محل کارمان برویم، چون نگران نگاه‌های هستیم که به ما می‌شود. این احساس تا حدی طبیعی است، اما وقتی مدام به مقایسه کردن زندگی خودمان و دیگران پردازیم و مدام نگران قضاوت‌های دیگران درباره زندگی‌مان باشیم، آن وقت لحظه به لحظه از خودمان دور می‌شویم. آن وقت به جای این که تلاش کنیم باطن زندگی‌مان را به سمت موفقیت و پیشرفت سوق دهیم، سعی می‌کنیم ظاهر زندگی‌مان را دستکاری کنیم تا مردم درباره ما دچار قضاوت ناجور نشوند.

این کار به گفته این روان‌شناس، شاید در وهله اول، لذت‌بخش باشد و توجه‌ها را به سمت ما سرازیر کند، اما بعد از مدتی فرد دچار عقده حقارت شده و مدام این عقده در او بزرگ‌تر می‌شود. او در درون خود می‌داند همه این ظواهر، فقط یک بازی است. وقتی ظاهر و باطن زندگی‌اش دچار تضاد و تناقض شد، شکست روحی به سراغش می‌آید و احتمال افسردگی در او بالا می‌رود.

همه اینها به اعتقاد فلاطونی، نوعی جنگ نرم هم محسوب می‌شود. یعنی اصلاً دور از انتظار نیست که فرهنگ بیگانه بخواهد جوان ایرانی را درگیر ظواهری کند که در مقام عمل، هیچ کاربردی ندارد. این که جوان ایرانی در حاشیه بماند و از جریان واقعی موفقیت و توسعه غافل شود، محصول شکست در جنگ نرم است. البته فلاطونی تأکید دارد داشتن آرمان بزرگ، موتور محرکه پیشرفت انسان است و بلندپروازی به هیچ وجه بد نیست، اما وقتی مسیر رسیدن به این بلندپروازی از تلاش مضاعف عبور نکند و فقط پوسته این موفقیت پوشالی به نمایش گذاشته شود، چنین آفتی می‌تواند نیروی انسانی جوان را از جریان توسعه کشور غافل کند.

امین جلالوند