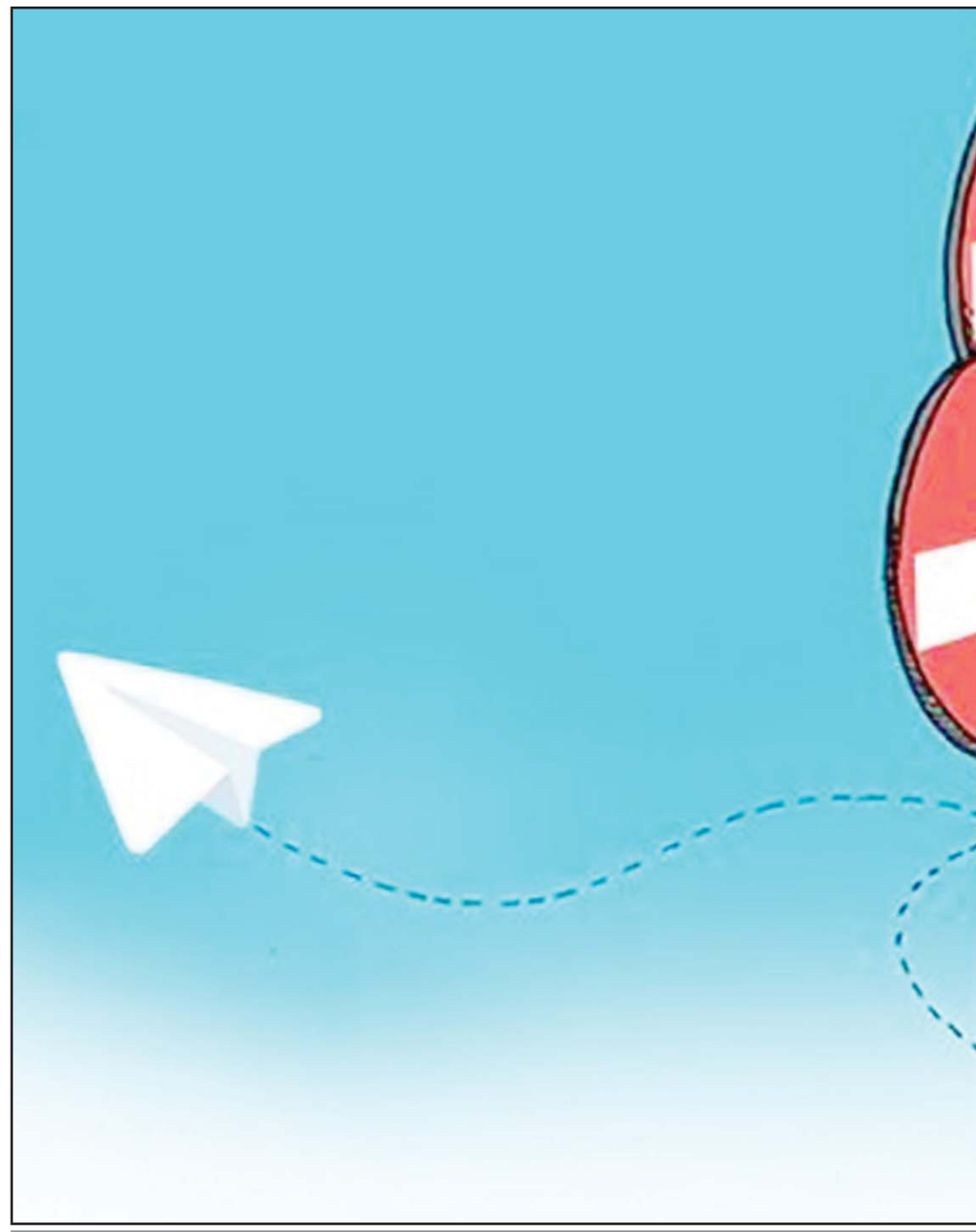
وضعیت تلگرام بعد از فیلترینگ

شکست



را دهند
د مطالب‌شان سرشار از محتوا باشد
ه در دنیا دارای سه میلیارد کاربر است
عی تبلیغ کند، مردم عکس آن عمل می‌کنند
ا بازار بهره می‌برند؛ حالا می‌خواهند با آن‌ها چه کنند؟
یکرد کوچ دستوری، فیلترینگ و حذف، منجر به کاهش مخاطبان نخواهد شد
رسان‌های داخلی و خارجی برای اطلاع رسانی و افزایش شفافیت خبری استفاده کنند

آب در زندگی است. هیچ‌کس نمی‌تواند ادعا کند آبی که در لوله‌های آب‌خانه ما وجود دارد، صددرصد سالم است؛ به‌طور حتم کمی املاح و آهک و... دارد. آیا می‌توان گفت چون این آب کمی املاح دارد، مردم از آن استفاده نکنند و از فردا فکر دیگری به حال خود بکنند؟ ما منکر وجود محتوای بد در رسانه‌های نوین نیستیم اما راهکار مواجهه با محتوای بد حذف، قهر و انکار نیست. راهکار آن تقویت سواد رسانه‌ای و ابزار تشخیص مردم برای انتخاب محتوای خوب از بد، مدیریت زمان استفاده از تلگرام برای تقویت دانش و مهارت‌های زندگی در عرصه فردی و اجتماعی، همدلی، همگرایی، نشاط و انگیزه در خانواده و محل کار و همچنین برای تقویت شفافیت و نظارت همگانی بر عملکرد دولت است. باید به مردم محتواهای خوب، گروه‌ها و کانال‌های خوب را معرفی کرد. باید آن‌ها را از چگونگی افزایش امنیت اطلاعات شخصی و حریم خصوصی‌شان آگاه کرد تا بتوانند از محتوای رسانه بهره ببرند و به کنشگرانی مسئول، شهروندانی آگاه، فعال و باانگیزه در قبال جامعه و خانواده خود تبدیل شوند.

شفیع بهرامیان: شاید بتوان وجود پیام‌رسان‌های موبایلی را در جوامع خاورمیانه به‌نوعی خدمت به دموکراسی، مردم‌سالاری و شکستن انحصار و مونولوگ دولت‌ها در تملک و اداره رسانه‌های جمعی دانست. از این منظر، تنوع و چندصدایی و امکان شنیدن و شنیده شدن همه صداها (فارغ از کم یا زیاد بودن‌شان) از دستاوردهای شیوع این گونه رسانه‌های موبایلی است. بر اساس نظریه مشارکت دموکراتیک رسانه، ایجاد فرصت و اعطای امکانات ارتباطی و اطلاع‌رسانی به همه قطعات قومیتی تشکیل دهنده پازلی به‌نام دولت – ملت، می‌تواند سبب ایجاد توازن، تعادل و همگرایی اقوام و گروه‌ها شود. در کنار این نیز تا حدودی این گونه ابزارک‌های ارتباطی سبب افزایش آگاهی مردم در باب حقوق شهروندی و همچنین افزایش نظارت بر امور و مطالبه‌گری آن‌ها از حکومت‌هاست که می‌تواند در درازمدت سبب نظارت بر روندهای اصلی جامعه، اصلاح امور و به شفافیت و پاسخگویی کشاندن نهادهای مختلف دولتی و حاکمیتی منجر شود.

اما از سوی دیگر این گونه رسانه‌های ارزان و پرمخاطب اگر در اختیار برخی نخبگان قومیِ در حسرت قدرت و جایگاه قرار گیرد، می‌تواند سبب رشد و شیوع تمایلات افراطی قومیتی، واگرایی، دیگران هراسی، کاهش تحمل و مدارا و همزیستی با دیگران و درنهایت ایجاد شکاف در جامعه شود. در مجموع معایب و محاسن پیام‌رسان‌های موبایلی رابطه مستقیمی با میزان سواد رسانه‌ای استفاده‌کنندگان و مردمی دارد که مخاطبان آن‌ها هستند؛ به عبارتی هرقدر استفاده‌کنندگان به عینک انتقادی و مهارت‌های تجزیه‌وتحلیل رسانه‌ها و محتواهای آن مجهز باشند، کمتر در معرض اثرات منفی این گونه رسانه‌ها قرار خواهند گرفت و بیشتر برای این سنخ از مردمان است که این رسانه‌ها داری محاسن هستند اما برعکس و به دلیل اینکه توده مردم از سواد رسانه‌ای پایینی برخوردارند، متاسفانه در بسیاری موارد پیام‌رسان‌های موبایلی و به خصوص

مسعود رفیعی طالقانی:
آیا اینکه داعش از پیام‌رسان استفاده می‌کند را می‌توان این گونه تعبیر کرد که پیام‌رسان، بد یا تروریستی است؟ یاد گفتاری از سهراب سپهری افتادم که گفته است در همه‌جا الفبای پارسی ۳۲ حرف دارد اما یکی مثل سعدی پیدا می‌شود و از این الفبا زیباترین و نغزترین اشعار تمام طول تاریخ ادبیات پارسی را می‌سازد و یکی هم پیدا می‌شود که از همین ادبیات، انواع فحش‌های رکیک را بسازد

تلگرام، بستری برای اشاعه شایعات، تحریک توده‌ها، تجاوز به حریم خصوصی افراد، سیاه‌نمایی، هراس‌افکنی و ناامید کردن عامه مردم و همچنین ایجاد دانایی کاذب برای شهروندان می‌شود. بر این اساس و با آموزش مفاهیم و اصول سواد رسانه‌ای به مردم و خانواده‌ها، تا حدود زیادی می‌توان از ثمرات و کارکردهای اجتماعی، آموزشی، ارتباطی، اقتصادی و فرهنگی این رسانه مستفیض شد.

مسعود رفیعی: ببینید، سوال شما سوال بسیار خوبی است و البته در این باره بحث‌های زیادی هم شده؛ شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها بی‌شک دارای مزایا و معایبی همراه باهم هستند؛ اما معنایش این نیست که خود آن‌ها به‌طور ذاتی خصلت خوب یا بدی را در خود حمل کنند. آن‌ها مثل یک ماشین هستند که سرنشینانش می‌توانند یک عده دانشمند صلح‌طلب فرهیخته باشند یا یک عده تروریست داعشی آدمکش. بگذارید مثالی بزنم؛ همان‌طور که می‌دانید، داعش یک جنبش سیاسی مدرن است که از تمام ابزارهای مدرن مانند جنگ‌افزارهای پیشرفته و اینترنت و اپلیکیشن‌های موبایلی و ... استفاده می‌کند؛ اما چه استفاده‌ای؟ یکسره در راستای قتل و خونریزی و جنایت. حالا کاری به این نداریم که با بهره‌برداری از ابزارها و تکنولوژی‌های مدرن و به‌روز دنیا، هدفش ارتجاعی‌ترین هدف سیاسی و اجتماعی است. خب این یعنی جمع نقیضین. اما آیا اینکه داعش از پیام‌رسان استفاده می‌کند را می‌توان

مینو بدیعی:
تلگرام محلی برای شایعه‌پراکنی و انتشار حرف‌های یاوه است. برای اینکه فقط عیب آن را نگفته باشیم و به مصداق «عیب آن جمله بگفتی هنرش نیز بگو» تلگرام در انتقال برخی اطلاعات موثر بوده است. این اطلاعات در مورد برنامه‌های معمولی و روتین مراکز و سازمان‌های مختلف بوده و همچنین برخی محافل خانوادگی و دوستانه را گردهم جمع کرده است. پاره‌ای از اطلاعات مفید نیز از طریق سایت‌ها و کانال‌های خبری مفید در اختیار اعضا گذاشته می‌شود که در برخی موارد اطلاعات عمومی را بالا می‌برد

این‌طور تعبیر کرد که پیام‌رسان بد یا تروریستی است؟ یاد گفتاری از سهراب سپهری افتادم که گفته است در همه‌جا الفبای پارسی ۳۲ حرف دارد اما یکی مثل سعدی پیدا می‌شود و از این الفبا زیباترین و نغزترین اشعار تمام طول تاریخ ادبیات پارسی را می‌سازد و یکی هم پیدا می‌شود که از همین ادبیات، انواع فحش‌های رکیک را بسازد. این که چیز پیچیده‌ای نیست. انسان از بدو تاریخ به‌واسطه اینکه ابزارساز بوده، قابل تفکیک با سایر موجودات بوده است و البته بعد از آن زبان، تمدن، تفکر و چیزهای دیگر پیداشده و مدام به تفکیک انسان از سایر موجودات دامن زده است. اما بخش اول این تفکیک، ابزارسازی انسان بود که موجب تمایز و تکامل او شد. حالا ما چگونه می‌خواهیم یک ابزار را به‌خودی خود نفی کنیم؟ این از اساس اشتباه است. همین حالا اگر دلایل فیلتر شدن ابزاری مثل تلگرام را بخوانید، متوجه می‌شوید که تمام فاکتورهای منفی که در حکم صادره برای فیلترینگ آن ذکرشده است را می‌توان به هر پیام‌رسان و شبکه اجتماعی دیگری نیز نسبت داد. پس بدیهی است که ابزار را نمی‌توان با برچسب مواجه کرد. این مردم هستند که از یک ابزار خوب یا بد استفاده می‌کنند. به‌قول معروف مشکلی اگر هست، از مسلمانی ماست و گرنه اسلام بد نیست. همین حالا و با همین مثلی که عرض کردم، اگر نگاه کنید می‌بینید چقدر جنبش‌ها و نهضت‌های اسلامی در طول تاریخ پس از پیدایش اسلام پیداشدند و هر یک اسلام را به‌نحوی که دوست داشته و دلش خواسته قرائت کرده و احکامی صادر کرده است.

در نامه‌های «مارکس» به «انگلس» هم اگر ببینید، مارکس با سوزدل نوشته است که می‌دانم بعد از من کسی مارکسیسم را درست نخواهد فهمید. خب این را می‌شود به ابزارها نیز تعمیم داد. حالا اینکه کسی پیدا می‌شود و از ابزار تلگرام برای انتشار فیلم مستهجن استفاده می‌کند، معنایش بد بودن تلگرام نیست. ما که نمی‌توانیم در جهان جدید و دنیایی که گردش اطلاعات دارد تمام هست و نیستش را رقم می‌زند، بیاییم جامعه را از ابزارها محروم کنیم و بعد انتظار داشته باشیم جامعه واکنش نشان ندهد.

متاسفانه بعضی گفتارها آن‌قدر کلیشه شده‌اند که ما گمان می‌کنیم چرند و پرند هستند اما این یک واقعیت است که در جامعه ما کار فرهنگی نشده یا خیلی کم شده است؛ به عنوان مثال شما ببینید بعد از نزدیک بیست و چند سال که مدرک‌گرایی افسارگسیخته در جامعه ما سرنوشت و هست و نیست جوانان ما را دستخوش تغییرات نابخشودنی کرد، تازه چند روز پیش آقای رییس جمهور از ضرورت مهارت‌گرایی به‌جای مدرک‌گرایی در جامعه جوان ایرانی صحبت کردند. خب این به چه معناست؟ یعنی ما بیست و چند سال راه را غلط رفته‌ایم و حالا تازه یادمان افتاده است که آن مدرک‌گرایی که بعد از جنگ و برای مهار موج بیکاری جوانان در کشور راه انداخته شد، چه تاثیر خطرناکی در جامعه گذاشته و حالا خودش را نشان می‌دهد! بدیهی است که این جامعه مهارت ندارد و همین فقدان مهارت زندگی و سایر مهارت‌های عملی در افراد این جامعه است که خودش را در کاربست ابزار (هر ابزاری که فکرش را بکنید) نشان می‌دهد. من شبکه‌های اجتماعی را مثبت و البته ضروری می‌بینم، اما لازمه کاربست مفید آن‌ها این است که حاکمان با جامعه صداقتی بیش از پیش داشته باشند و با مردم از اشکالات و سیاست‌های غلط که در گذشته به کار رفته و حالا اثراتش را نشان می‌دهد، سخن بگویند.

● **به نظر شما فیلتر شدن تلگرام و جایگزینی پیام‌رسان سروش موجب کوچ شهروندان علاقه‌مند به این شبکه‌های اجتماعی خواهد شد؟ راهکار شما برای رقابت روزنامه‌نگاران با این شبکه‌های اجتماعی در اخبار تولیدی، گزارش‌های غیرخبری و مصاحبه‌های عمقی چیست؟**

مینو بدیعی: به اعتقاد من شبکه مجازی داخلی و استفاده از شبکه سروش بی‌معنی است. انگار که بگوییم اینترنت داخلی که آن‌هم مدتی قبل اینترانت راه‌اندازی شد و به دلیل کاربردی نبودن، تعطیل شد. اینکه بگوییم یک پیام‌رسان داخلی را راه‌اندازی می‌کنیم و همه به آن کوچ می‌کنند، تصوری بی‌معنی است. همه شبکه‌های اجتماعی برای گسترش ارتباطات در سطح جهان راه‌اندازی شده‌اند. هم‌اکنون شبکه اجتماعی فیس‌بوک در دنیا دارای سه میلیارد کاربر است و میلیون‌ها نفر از طریق فیلترشکن به آن دسترسی دارند. در مورد تلگرام نیز همه از فیلترشکن استفاده خواهند کرد که این اتفاق هم دیروز افتاد.

به نظر من روزنامه‌نگاران برای اینکه بتوانند در این دنیای پرسروصدا اما کم‌محتوای شبکه‌های مجازی نظیر تلگرام رقابت کنند، باید مطالب‌شان سرشار از محتوا باشد. به‌عبارت‌دیگر، روزنامه‌نگاران نخست نباید مرعوب این جوشوند، دوم باید برای آزادی واقعی مطبوعات سنتی تلاش کنند. راه‌حل مهم دیگر این است که روزنامه‌نگاران باید به محتوا و کیفیت و درعین‌حال اطلاعات تازه‌تر بر مبنای پژوهش‌های خود مسلط باشند و با نگاه انتقادی به صحنه بیایند. باید از پشت مانیتورهای خود خارج شوند و به میان جامعه بروند. از کپی پیست کردن مطالب در اینترنت و گوگل خودداری کنند و خودشان در صحنه اخبار و رویدادها حضور داشته باشند و اطلاعات دست‌اول بدهند. لپ‌تاپ‌ها را به کناری بگذارند و مانند روزنامه‌نگاران قدیمی در همه عرصه‌ها حضور داشته باشند.

منصور ساعی: به نظر من چنین مهاجرتی شکل نمی‌گیرد زیرا تلگرام اکنون دارای ۴۰ میلیون کاربر است. این سرمایه اجتماعی عظیم به‌تدریج در چند سال اخیر شکل گرفته است و رویکرد کوچ دستوری، فیلترینگ و حذف، منجر به کاهش سرمایه اجتماعی و اقبال مخاطبان نخواهد شد بلکه مخاطب را مجبور به در پیش گرفتن «اثر بومرنگی» در برابر فیلترینگ می‌کند. یعنی مخاطب «لج» می‌کند و خوانش و کنشی در تضاد با «فیلترینگ» انجام می‌دهد. درواقع با فیلترینگ نه تنها سازمان‌ها و رسانه‌های رسمی مخاطب کنونی خود را از دست می‌دهند بلکه فضا را به‌طور کامل در اختیار رسانه‌های منتقد و مخالف قرار خواهند داد.

به نظر من پیام‌رسان‌های داخلی از چند جهت با کاهش استقبال عمومی مواجه می‌شوند؛ یکی اینکه مالکیت خصوصی ندارند و دولتی هستند (درواقع ابهام زیادی در مورد اقتصاد سیاسی پیام‌رسان داخلی وجود دارد)، دوم اینکه اعتماد مردم به پیام‌رسان داخلی یک شبه انجام نمی‌شود، زمان‌بر است و چندین سال طول خواهد کشید، سوم اینکه معرفی و تبلیغات پیام‌رسان‌های داخلی از سوی رسانه‌های رسمی مانند تلویزیون به‌شدت شروع‌شده و ادامه دارد. رویدادهای سال‌های اخیر نشان داده که تلویزیون به دلیل کاهش ضریب نفوذ و سرمایه اجتماعی‌اش، روی هر موضوعی که تبلیغ کند، مردم عکس آن عمل می‌کنند. هرچند تلویزیون نیت خیر داشته است.

به نظر من روزنامه‌نگاران نباید با تلگرام، سروش یا هر پیام‌رسان و رسانه دیگری رقابت کنند؛ آن‌ها باید از ظرفیت‌ها و امکانات پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی برای اطلاع رسانی و افزایش شفافیت خبری استفاده کنند. مطالعات نشان می‌دهد که در پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی نوین باید علاوه بر محتوای متنی، از محتوای ویژوال یا بصری مانند ویدیوهای کوتاه، اینفوگرافیک و موشن گرافیک و پادکست و وداکست برای پاسخگویی به نیازهای کاربران بهره ببریم زیرا سمت‌وسوی دنیای وب به سمت بصری‌سازی اطلاعات و محتواها پیش خواهد رفت؛ بنابراین ادامه رویکرد سنتی در اطلاع‌رسانی و تولید محتوا، آن‌ها را با کاهش مخاطب و کاربر مواجه خواهد کرد.

شفیع بهرامیان: تجربیات و سوابق چندین مورد اختلال یا مسدود کردن پیام‌رسانی چون تلگرام و همچنین نظرسنجی‌های صورت گرفته در میان کاربران آن، نشان داده که اگرچه ممکن است شاهد کوچ مجدد بیشتر کاربران از یک پیام‌رسان خارجی به یک پیام‌رسان قدرتمندتر خارجی باشیم اما در حال حاضر حداقل نیمی از کاربران به هر دلیلی (که البته قسمتی از آن نیز دلایل فنی، ضعف گرافیکی و کاربردی نمونه‌های داخلی است) حاضر به کوچ دایمی از پیام‌رسانی مانند تلگرام نیستند. به عبارتی گرچه حدود یک‌سوم کاربران تلگرام اکنون نسبت به نصب یکی از پیام‌رسان‌های داخلی اقدام کرده‌اند اما این امر در حال حاضر به معنای ترک و خداحافظی با تلگرام نبوده است. پیش‌بینی بنده هم درنهایت این است که با وجود محدودیت‌های ایجادشده (که البته در جای خود و از منظری می‌تواند اصولی نیز باشد) حداقل نیمی از کاربران فعلی تلگرام حاضر به ترک دایمی این پیام‌رسان یا سایر پیام‌رسان‌های خارجی نخواهند شد. من معتقدم که گرچه محدودیت‌های موقتی برای تلگرام ایجاد می‌شود اما حداقل در سه سال آینده، به‌صورت دایمی فیلتر نخواهد شد.

از یاد نبریم که گرچه تلگرام و واتس‌اپ و سایر پیام‌رسان‌های موبایلی می‌توانند اخبار ساندویچی و به‌اصطلاح فست فودی را در اختیار مردم قرار دهند اما به لحاظ طبیعت و ساختار خویش قادر به ارائه تحلیل و تفسیر عمیق و ریشه‌یابی مسائل و رویدادها برای مردم نیستند؛ به عبارتی آن‌ها قادر نیستند با ابزاری چون گزارش تحقیقی یا مصاحبه عمقی به کاربران در رابطه با رویدادها و فرآیندها اطلاعات و آگاهی عمیق و درست دهند. بر همین اساس هنوز هم این مطبوعات و روزنامه‌نگاران هستند که می‌توانند جریان‌سازی کرده و نسبت به برجسته و عمومی‌سازی روندهای موجود جامعه اقدام نمایند و به عبارتی روزنامه‌ها و روزنامه‌نگاران نقش رهبران افکار را برای سایر رسانه‌ها از جمله رسانه‌های اجتماعی ایفا می‌کنند.

به گمانم رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نمی‌توانند در نهایت جای روزنامه و مطبوعات کاغذی را بگیرند و البته در نهایت تبدیل به کانال و مجرای رسانش محتواهای تولیدشده مطبوعات به مخاطبان و همچنین حوزه‌ای عمومی برای سوژه‌یابی و آگاهی خبرنگاران و روزنامه‌نگاران از مباحث موجود در جامعه هستند.

البته باید اعتراف کرد که رشد و توسعه پیام‌رسان‌های موبایلی توسعه‌ای از هم گسیخته و نامتوازن رسانه‌ای در جامعه شده که تا حدودی برای جامعه مطبوعاتی و رسانه‌ای آسیب‌زا و مشکل بوده و تا حدودی نیز سبب کاهش مخاطب و مشتری برای رسانه‌های کاغذی شده است اما درنهایت مثل همه رسانه‌های دیگر، مطبوعات کاغذی و شبکه‌های اجتماعی موبایلی ترکیب و تلفیق‌شده و در کنار هم به حیات رسانه‌ای خود ادامه خواهند داد.

مسعود رفیعی: به گمان بنده خیر؛ چون پیام‌رسان سروش یا هر پیام‌رسان دیگری که این روزها تبلیغ می‌شود، هنوز نتوانسته اعتماد اقشار مختلف اجتماعی را جلب کند. ببینید من با پیام‌رسان سروش یا هر نام دیگری که داخلی هم خوانده می‌شود، هیچ مشکلی ندارم و حتی از رفع انحصار از ابزاری نظیر تلگرام دفاع می‌کنم اما فقط رفع انحصار؛ از ابتدا قرار بر رفع انحصار بود و رییس جمهور نیز همین را گفتند منتها حالا کار به فیلترینگ کشیده شده و این معنایش رفع انحصار نیست بلکه اجبار در کوچ از پیام‌رسان تلگرام به پیام‌رسان‌های مورد تایید داخل است. خب تاریخ هم نشان داده که اجبار درنهایت فرآیند موفقی نخواهد بود. من هنوز هم در بسیاری خودروها می‌بینم که رانندگان کمربند ایمنی را به هزار ترفند عجیب‌وغریب نمی‌بندند؛ با اینکه می‌دانیم چند سال است بستن کمربند ایمنی که ضامن جان افراد در خودروهاست، اجباری و الزامی شده است. مشکل اینجاست که سیستم حاکمیتی به‌یک‌باره از فرودین سال جاری آمد و اعلام کرد که تلگرام باید فیلتر شود؛ خود همین کار نیز نوعی کج‌سلیقگی بود چون اگر شما می‌خواستید تلگرام را محدود کنید، باید در یک فرآیند طولانی‌تر این کار را می‌کردید تا افراد بتوانند کوچ خود از این پیام‌رسان را با آرامش و خودخواسته مدیریت کنند. اکنون حدود ۴۰ میلیون کاربر تلگرام در ایران داریم که عده‌ای از آن‌ها مستقیم مشغول کسب‌وکارند و خیلی‌ها هم از این بازار بهره می‌برند؛ حالا می‌خواهند این‌ها را چه کنند؟ مضاف بر این‌ها همان ضرورت گفت‌وگوی دولت با ملت است که در حال حاضر در پایین‌ترین سطح ممکن قرار دارد و دو طرف حرف یکدیگر را یا نمی‌شنوند یا درک نمی‌کنند و اما در باب رقابت روزنامه‌نگاران با شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها؛ در این زمینه من گمان می‌کنم اگر ماجرا را به شکل یک مسابقه ببینیم بی‌شک بازنده‌ایم. یعنی روزنامه‌نگاران بازنده‌اند؛ چراکه از حیث سرعت و تیراژ و دسترسی و ... قابل رقابت با شبکه‌های اجتماعی نیستند اما واقعیت به گمان من این است که روزنامه‌نگاران با شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها رقابتی ندارند بلکه همخوان و همساز و منطبق نیز هستند. تمام تلاش روزنامه‌نگاران حضور و اثرگذاری در جامعه بوده است و حالا که به مدد تکنولوژی این همه شبکه اجتماعی به وجود آمده، روزنامه‌نگاران بهترین فرصت را یافته‌اند که در جامعه و در میان توده‌های مردم نفوذ کنند و حرف خود را بزنند. حالا می‌ماند اینکه چه حرفی بزنند؟ به نظرم اینجا نقطه بزنگاه بحث است. روزنامه‌نگاری امروز باید برای نفوذ بیشتر، خودش را با زبان اجتماعی جدید هماهنگ کند. باید خودش را در خدمت اهدافش، آنچنان سیال و پراگماتیک کند که بتواند از ابزار شبکه‌های اجتماعی استفاده کند و در آن حل شود. این سیلی است که هیچ‌چیز توان درافتادن با آن را ندارد مگر اینکه در آن حل شود و از آن بهره برد. روزنامه‌نگاران باید از سیل شبکه‌های اجتماعی، آبراهه‌ای به نیروگاه خود ببرند و توربینی سر راهش بگذارند و از آن، نیرویی گزاف تولید کنند. این تنها راه موجود است.

گفتار

شبکه‌های اجتماعی رسانه نیستند

مجید رضاییان
دکتری روزنامه‌نگاری

شبکه‌های اجتماعی رسانه هستند چون رسانه در تولید محتوا مشارکت می‌کند. آیا وسیله ارتباطی می‌تواند همه چیز باشد؟ آیا اطلاعاتی که در این شبکه‌ها هستند صحت دارند؟ من معتقدم همه ما روزنامه‌نگاران هر گاه می‌خواهیم موضوعی را عمقی بررسی کنیم، باید از مفهوم آن شروع کنیم. این درست نیست که روزنامه‌نگاران با مفاهیم آشنا نباشند؛ این نقدی است که باید به پژوهشگران وژورنالیست های حرفه‌ای وارد کنند. اولین بحث، بازخوانی نسبت اطلاع‌رسانی شبکه‌ای و ژورنالیسم حرفه‌ای است. در این بحث ضعف مفهوم ارتباطات شبکه‌ای در مرحله پیش از وب یا به عبارتی در مرحله سنتی مطرح می‌شود. در این خصوص تحقیقی از پروفسور هال پیدا کرده‌ام که در سال ۲۰۱۱ منتشر شده است. در این تحقیق پنج ضعف مفهوم ارتباطات شبکه‌ای در مرحله پیش از وب را مورد بررسی قرار می‌دهد. یکی از این ضعف‌ها، فقدان دسترسی است. در ارتباطات سنتی شبکه‌ای و سنتی پیش از وب، یکی از ضعف‌هایی که در محافل آکادمیک، ارتباطی و ژورنالیستی بررسی می‌کنیم، این است که پیش از وب، فقدان دسترسی وجود داشت و مفهوم شبکه‌ای به‌طور کامل شکل نگرفته بود. ضعف دیگر، کارکرد محدود مفهوم گروه‌شدگی است. به این معنا که مفهوم گروه‌شدگی که در فضای پیش از وب اتفاق می‌افتد، محدود است. بازاریابی‌های شبکه‌ای پیش از وب وجود نداشت اما گروه‌شدگی وجود داشت. از دیگر ضعف‌های مفهوم ارتباطات شبکه‌ای در مرحله پیش از وب، فقدان مفهوم به هم‌پیوستگی اسناد است. من اسم این مفهوم را اطلاعات ترکیبی می‌گذارم. به این صورت که یک سند در فضای وب دو ترکیبی از اسناد است. از دیگر ضعف‌ها، کارکرد محدود مفهوم نفوذ است. از این رو، سیاست یعنی قدرت، قدرت یعنی نفوذ. ما باید بدانیم نفوذ در علوم ارتباطات و علوم سیاسی مورد بررسی قرار می‌گیرد. مفهوم نفوذ میان افکار عمومی و علوم سیاسی به معنای قدرت است. مفهوم نفوذ، پیش از وب محدودتر بوده است. همچنین فقدان سرعت در میان ارتباطات میان فردی و میان گروهی از ضعف‌های دیگر آن است. وقتی می‌گوییم مفهوم اطلاع‌رسانی شبکه‌ای یعنی در وب دوسویه بودن، تبدیل به چندسویه می‌شود. اما در وب یک، ارتباطات دوسویه است. همچنین، در وب دو در ارتباطات شبکه‌ای مفهوم دسترسی تا حدودی به اوج خود رسیده است؛ بنا بر این مفهوم گروه‌شدگی در نفس آن چیزی که به‌عنوان ارتباط شبکه‌ای می‌بینیم، به‌طور کامل وجود دارد. شبکه‌ای بودن و گروه‌شدگی مفهومی قرین هم هستند اما همیشه یکی نیستند. در گروه‌شدگی شما تشخص، منزلت‌وانگیزه دارید و برای گروه خود اسم تعریف می‌کنید. بنابراین گروه‌شدگی در فضای شبکه‌ای است. در اطلاع‌رسانی شبکه‌ای فقدان اطلاعات ترکیبی را داریم. اطلاع‌رسانی شبکه‌ای مفهوم نفوذ را اجتماعی و آن را گسترده کرد. نقاط عطف وب یک و دو را باید به‌دست آوریم تا بدانیم در چه عصری واقع شده‌ایم. آیا باید بپذیریم شبکه‌های اجتماعی یک رسانه هستند یا خیر؟ ما برای وب یک، انفجار اطلاعات را داریم. برای وب دو، من عنوان انفجار مغزها را پیشنهاد داده‌ام. در وب یک، نقطه عطف بلاگرها هستند که آن را متفاوت کردند؛ به این معنا که مفهوم دوسویگی در وب یک تغییر کرد. وقتی بلاگرها حضور پیدا کردند، نمی‌توانستیم خیلی کامنت را محدود کنیم؛ پس ارتباط دوسویه در وب یک با وجود بلاگرها متحول شد. انتقال شبکه‌های اجتماعی از روی سیستم‌ها به تلفن‌های همراه نقطه عطف وب دو است؛ بنابراین برای وب دو، عنوان «سایه چت بر سر کامنت وارد شد» مطرح می‌شود. در وب یک، اگر کامنت می‌گذاشتید و انتظار ارتباط دوسویه داشتید، در وب دو، چت می‌کنید. نکته بعدی تفاوت یافتن با یافته شدن، سرچ کردن با افزوده شدن است. «کاستلز» بر مبنای نظریه‌ای که دارد، معتقد است ارتباطات شبکه‌ای در سه زمینه مطرح می‌شوند که هم قدرت شبکه‌ای شده است هم در سطح اجتماعی مردم می‌تواند قدرت پیدا کند. تحقیق دیگری نشان می‌دهد که یک گونه‌شناسی شبکه‌ای ترکیب یافته از آن چیزی است که به نام فناوری می‌شناسیم؛ پس در این تحقیق اعتقاد بر این است که ارتباطات پیش از آنکه خود شکل بگیرد، تکنولوژی ارتباطات را شکل می‌دهد. اما یک سوال از نظریه کاستلز باید از خود بپرسیم و آن اینکه شبکه‌های اجتماعی رسانه هستند یا رسانه‌های اجتماعی یا وسیله‌های ارتباطی؟ باید در مورد آن نقد کرد. من با این نظریه موافق نیستم که شبکه‌های اجتماعی رسانه هستند چون رسانه در تولید محتوا مشارکت می‌کند. آیا وسیله ارتباطی می‌تواند همه چیز باشد؟ آیا اطلاعاتی که در این شبکه‌ها هستند، صحت دارند؟ آیا عینیتی که در مطبوعات وجود دارد، در این وسیله‌های ارتباطی وجود دارد؟ در این شبکه‌ها مخاطب به منبع تبدیل می‌شود. ماژورنالیست‌ها معتقدیم منبع مهم است اما مخاطب در حال تبدیل شدن به منبع است. نظریه «دنیس مک کوئیل» در اینجا توسعه پیدا کرد. همچنین، مخاطب به مولد، رای دهنده، نظر دهنده و بازتاب‌دهنده و همچنین مخاطب گروهی به متغیرهای جریان ساز تبدیل شده است. پدیده‌های پاشایی و دیگر پدیده‌ها ثابت کرد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به یک متغیر جریان ساز تبدیل شوند و این امر یکی از واقعیت است اما اینکه این واقعیت خوب است یا بد و اینکه چگونه باید با آن برخورد کرد، در اینجا جای بحث ندارد.

اولین عیب که به‌عنوان بزرگ‌ترین عیب محسوب می‌شود و حرف ما در خصوص اینکه شبکه‌های اجتماعی رسانه نیستند ثابت می‌کند، چالش صحت و سقم اطلاعات است. در شبکه‌های اجتماعی اطلاعات صحت و سقم ندارند. چالش دوم، اصل بی‌طرفی بوده که در اطلاع‌رسانی شبکه‌ای بی‌شک مخدوش است. چالش سوم، چالش روایت‌های غیرحرفه‌ای است. روایت یک عنصر ساختاری در ژورنالیسم حرفه‌ای، قانون و قواعد دارد. روایت غیرحرفه‌ای با نظرات شهروندانی آمیخته است که ژورنالیست نیستند و ممکن است روایت را از واقعیت آن دور کرده باشند. چالش چهارم، ضعف تک منبعی است. ضعف تک منبعی برای ساختار یک روایت و بیان یک واقعیت یکی از ضعف‌های جدی به‌شمار می‌آید.