



شبکه‌های اجتماعی ابزاری سودمند یا اسب تروا؟

محمدرضا مدنی فر

دیگر عوض شود و چیزی که مقوم فرهنگ یک جامعه است در جامعه‌های دیگر مشکل‌آفرین گردد.

تجربه نشان داده است که به کارگیری فناوری‌های غیربومی می‌تواند مشکل‌آفرین باشد. در نامطلوب‌ترین شکل آن، طراحان این فناوری آگاهانه در پی ضربه زدن به مخاطبانی خاص در دیگر جوامع‌اند؛ چیزی که از آن به تهاجم فرهنگی تعبیر می‌شود. اما ممکن است مشکلات ایجاد شده از به کارگیری فناوری غیربومی بیشتر ناشی از آثار ناخواسته انتقال فناوری بین جوامع باشد. این مشکل را می‌توان ناشی از ضعف آگاهی کاربران آن نسبت به اقتضات فناوری‌های غیربومی و عدم اتخاذ رویکردی مناسب در مواجهه با آن دانست. این ناآگاهی می‌تواند از فناوری‌های پیش پا افتاده تا فناوری‌های پیچیده را شامل شود. برای مثال، تا همین چند سال پیش خودروسازان ما متوجه این نکته نشده بودند که جهت نصب برف پاک‌کن خودرو پیکان باید متناسب با قواعد رانندگی کشور ایران عوض شود؛ مشکلی که با اندکی تأمل در همان ابتدا برطرف می‌شد. در کنار این نمونه‌های جزئی می‌توان مصداق‌های پیچیده‌تری مانند فناوری‌های اطلاعاتی را نیز در نظر گرفت.

مسئله فناوری‌های غیربومی

مسئله استفاده از فناوری‌های جدید و بی‌توجهی به اقتضات بومی جوامع موضوع جدیدی نیست. از نگاه برخی افراد، فناوری صرفاً یک «بزار» نیست که بتوان آن را در خدمت هر «هدفی» به کار گرفت. در مقابل، نوعی بدبینی مفرط نسبت به فناوری، به‌خصوص فناوری‌های غیربومی، وجود دارد که براساس آن، زدودن ویژگی‌های فرهنگی یک فناوری غیربومی ناممکن است و با توجه به تضاد مطلق که بنابراین دیدگاه، بین فرهنگ خودی و دیگر فرهنگ‌ها - خصوصاً فرهنگ حاکم بر جوامع مدرن - وجود دارد لازم است از به کارگیری این فناوری‌ها اساساً پرهیز شود. قاعدتاً در این میان، دیدگاه‌های میانه‌ای را نیز می‌توان یافت که کمابیش مواجهه هوشمندانه با این فناوری‌ها را ممکن و ضروری می‌دانند. نگاهی متعادل‌تر به موضوع می‌تواند این باشد که فرهنگ هر جامعه ضعیف‌ها و قوت‌هایی دارد و فناوری‌های ابداع شده توسط هر جامعه می‌تواند حامل این ضعیف‌ها و قوت‌ها باشد. حتی ممکن است جای برخی از این ضعیف و قوت‌ها در حین انتقال فناوری از جامعه‌ای به جامعه

مسئله از کجا آغاز شد؟

پیش از آنکه به موضوع شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک فناوری بپردازیم، بد نیست از اندکی پیش‌تر، یعنی ورود اینترنت به کشور، حرف بزنیم. پیش از ورود این فناوری، جامعه ما شاهد جریان کمابیش یک‌سویه اطلاعات از مبادی خاص نشر مانند کتاب و مجلات به‌سوی مصرف‌کنندگان آن - یعنی توده‌های مردم - بود. با آمدن اینترنت و به‌خصوص بسترهای تعاملی آن، این جریان ماهیتی دوسویه به خود گرفت. مشارکت وسیع اقشار مختلف جامعه در این فرایند نه‌تنها عرصه اطلاع‌رسانی را متحول ساخت بلکه حیطة ارزش‌ها را نیز درنوردید.

برای مثال، در بسترهایی چون وبلاگ امکان بازخورد گرفتن از بازدیدکنندگان محتوای ارائه شده فراهم شد. این بازخوردها انگیزه‌های مضاعف را برای ارائه‌کننده محتوا فراهم می‌ساخت. این انگیزه نه‌تنها در تداوم ارائه محتوا بلکه در تعیین خود محتوا نیز می‌توانست مؤثر باشد. وبلاگ یک دفترچه شخصی نبود که نویسنده آن را برای «خود» بنویسد بلکه نوشته‌ای برای «دیگران» بود و از دیگران بازخورد می‌گرفت. اصولاً نویسنده نیز نمی‌توانست نسبت به این بازخوردها بی‌تفاوت باشد. این بازخوردها متضمن نوعی قضاوت بود که پای «ارزش‌گذاری» محتوا را به میان می‌کشید. بدین ترتیب، مشارکت عموم افراد جامعه نه‌تنها از طریق دخالت آن‌ها در تولید محتوا بلکه به‌عنوان کاربران در ارزیابی محتوا نیز افزایش یافت.

... و اما شبکه‌های اجتماعی:

با ظهور شبکه‌های اجتماعی موضوع بازخورد گرفتن از نظرات مخاطبان و ارزش‌گذاری آن‌ها شکل جدی‌تری به خود گرفت و مورد پسند بودن یا به اصطلاح «لایک شدن» به شاخصی مهم تبدیل شد؛ به‌گونه‌ای که میزان لایک شدن به شکل کمی معیاری برای «ارزش» محتوا تلقی گردید. این ارزش به تدریج نه‌تنها برای ارائه‌دهنده محتوا بلکه برای دیگر کاربران شبکه نیز اهمیت یافت. ویژگی دیگر شبکه‌های اجتماعی این بود

که ارائه‌کننده محتوا الزماً تولیدکننده آن نبود و محتوا گاه یک جمله مشهور، یک عکس یا کلیپ ویدیویی بود که «انتخاب» و ارائه می‌شد. این انتخاب خود نوعی لایک کردن بود. در واقع، در این حالت این انتخاب فرد بود که توسط دیگران مورد تأیید قرار می‌گرفت. در برخی از این شبکه‌ها تأیید شدن حتی از انتخاب‌های فرد فراتر رفت و به تأیید و «دنبال نمودن» خود فرد رسید. حالا دیگر خود او بود که لایک می‌گرفت.

احتمالاً شبکه‌های اجتماعی و ویژگی‌های بیان شده برای آن‌ها حاصل طراحی مستقیم اندیشمندان آن جوامع نیست و بیشتر مبتنی بر نوعی نیازسنجی و خواست روانی بازار است. اما به نظر می‌رسد که این شبکه‌ها ابزارهای مناسبی برای حل برخی چالش‌های فرهنگی اجتماعی جوامع مدرن نیز هستند. جوامع مدرن امروزه در حال دست و پنجه نرم کردن با چالش تعارض بین هویت فردی و هویت اجتماعی افراد خود هستند و متفکران آن‌ها زنگ خطر چنین چالشی را به صدا در آورده‌اند. برای درک بهتر این چالش‌ها می‌توان به دیدگاه‌های چارلز تیلور، یکی از مشهورترین فیلسوفان معاصر، مراجعه کرد.^۱ از چند دهه پیش حداقل دو

جریان فکری عمده در غرب حرکت در مسیر شخصی و فردی شدن ارزش‌ها را آغاز کردند: اول جریان اثبات‌گرایی که ارزش‌ها را اموری غیرعینی و اثبات‌ناپذیر تلقی می‌کرد و آن‌ها را از گستره علم و تحقیق خارج می‌دانست و دیگری، جریان متعلق به رویکرد انسان‌گرایی که موضوع ارزش را مهم می‌شمرد اما ارزش‌ها را نه اموری موجود و قابل کشف، بلکه محصول انتخاب انسان تلقی می‌کرد. براساس این دیدگاه، پیش از اینکه آدمی چیزی را انتخاب کند، سخن گفتن از ارزش، بی‌معناست. قرار نیست آدمی ارزش امور را بسنجد و بهترین آن‌ها را انتخاب کند بلکه این انتخاب انسان است که به چیزی ارزش می‌دهد و چنین انتخابی می‌تواند و باید فاقد هر معیاری باشد.

با این حال، گام نهادن جوامع مدرن به مسیر این رویکرد ارزشی به‌رغم دستاوردهایی که در ایجاد انگیزه، خلاقیت و پیشرفت در حوزه‌هایی چون علم، فناوری و هنر داشت، مشکلاتی را نیز در شکل‌گیری هویت آدمی به بار آورد. شخصی و فردی شدن ارزش‌ها منجر به گسستن پیوندهای اجتماعی بین افراد جامعه شد. در حالی که آدمی «خود» را در آیینة جامعه باز می‌شناسد و لازم است توسط افرادی از

جامعه - که می‌توان آن‌ها را «دیگران مهم» نام نهاد - به رسمیت شناخته شود، شخصی شدن ارزش‌ها آدمی را به موجودی تنها و منفک از دیگران تبدیل می‌کند و در نتیجه، بحرانی به نام بحران «هویت اجتماعی» پدیدار می‌گشت. به‌نظر می‌رسد که شبکه‌های اجتماعی در مسیر یک نیاز اجتماعی جوامع مدرن قرار گرفته‌اند و یکی از اهدافشان تحکیم پیوندهای ارزشی آن‌هاست.

اما در دیگر جوامع چه؟ به‌نظر می‌رسد که در جامعه‌ای چون جامعه ما اساساً افراد در قطبی مخالف قرار دارند و از حیث فردیت و خودپیروی و به تبع آن بر خورداری از ارزش‌های شخصی و مستقل، با جوامع مدرن متفاوت‌اند. داشتن ارزش‌های مشترک، جامعه‌پذیری و پیروی از حرکت جمعی، در رفتار اجتماعی مردم جامعه ما بیشتر است.

با این وصف، آیا کارکرد شبکه‌های اجتماعی بین این دو نوع از اجتماع می‌تواند به یک نسبت سودمند باشد؟ آیا در چنین جوامعی، شبکه‌های اجتماعی ابزاری مطلوب برای اصلاح جامعه قلمداد می‌شوند و یا به عکس، این ابزار می‌تواند چنین معضلاتی را تشدید کند؟ با تکیه بر آنچه گفته شد، به نظر می‌رسد لازم است استفاده از این شبکه‌ها در جوامعی چون جامعه ما لاقلاً با ملاحظات همراه باشد، اما این ملاحظات چیست؟

چه می‌توان کرد؟

هر چند در عمل، رفتارهای فردی و اجتماعی بخش قابل ملاحظه‌ای از مردم جامعه ما ماهیتی توده‌وار و موج‌گونه دارد، وجود این هم‌بستگی الزاماً به معنای پیروی افراد جامعه از ارزش‌های معیار و انتخاب شده نیست. این هماهنگی جمعی می‌تواند ناظر به تعلق اجتماعی بیش از حد افراد به جامعه خود و فقدان ارزش‌های شخصی باشد. در عین حال، الزاماً قرار نیست که ما در مسیر شخصی شدن ارزش‌ها، آن‌گونه که در جوامع مدرن تحقق یافته است، باشیم. به‌نظر می‌رسد که رویکرد مناسب در این میان، توجه به عنصر عینیت در ارزش‌هاست؛ عینی بدین مفهوم که برای ارزش تلقی شدن امور می‌توان برای آن‌ها «معیار» و دلیل اقامه کرد و براساس این معیارها با دیگر افراد جامعه به اشتراک و توافق رسید. به نظر می‌رسد در اینجا مفهوم معیار، مفهومی کلیدی است.

اگر پسندیده شدن محتوای ارائه شده در شبکه‌ها از شیوه کمی رایج خارج شود و تا حدی ویژگی کیفی به خود بگیرد، افراد ارزش‌ها و سلايق ارائه شده را نه صرفاً براساس آمار «لایک شدن» آن‌ها بلکه با توجه به معیارها خواهند پذیرفت. بدیهی است در این راستا آن دسته از شبکه‌های اجتماعی که امکان «قضاوت کیفی» در مورد محتوای ارائه شده را بیشتر فراهم می‌کنند، بستر مناسب‌تری بدین منظور خواهند بود. همین که افراد دلایل پسندیدن یا نپسندیدن یک محتوا را بیان نمایند گامی در راستای معیارگرایی در

ارزش‌هاست. این رویکرد ارائه‌کننده محتوا را نیز بر آن خواهد داشت تا بیش از آنکه صرفاً در پی دستیابی به محتوایی منطبق با طبع مخاطبان و ارائه آن باشد، به معیارهای ارزشی نهفته در این محتواها بیندیشد. در غیر این صورت، شبکه‌های اجتماعی ممکن است خود به عامل تثبیت ارزش‌های غلطی تبدیل شوند که به عللی مورد علاقه گروه‌هایی از جامعه است. یک مثال ساده، اشاعه لطیفه‌های قوم‌گرایانه در شبکه‌های اجتماعی داخلی است که به رغم جنبه‌های ضد ارزشی آن، در فضای شبکه‌های اجتماعی به یک جریان ارزشی پر قدرت تبدیل شده است و افراد را با خود همسو می‌کند.

به‌عنوان یک رویکرد اصلاحی دیگر باید از افراد فرهیخته جامعه انتظار داشت که حضور نسبی خود در این شبکه‌ها را حفظ کنند و میانگین سطح ارزشی محتواهای ارائه شده در این شبکه‌ها را ارتقا دهند. خلوت‌گزینی و دور شدن این افراد از جمله معلمان از این شبکه‌ها و به حال خود وا گذاشتن آن‌ها مانند تماشای سوراخ شدن کشتی‌ای است که خود در آن نشست‌اند! آخرین نکته اینکه در جوامعی چون جامعه ما که افراد از لحاظ ارزش‌های سیاسی، مذهبی، جنسیتی و قومی به گروه‌های متمایزی تعلق دارند، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به شکل نگران‌کننده‌ای به چندپارگی و تعارض اجتماعی منجر شوند. این شبکه‌ها در نگاه اول باعث

ایجاد پیوندهای ارزشی بیشتر میان افراد جامعه می‌شوند. اما اگر محتواهای ارائه‌شده در آن‌ها به جای ارزش‌های مشترک، حاوی ارزش‌های مورد اختلاف باشد و «معیارها» نتوانند مبانی مشترکی برای نزدیک شدن ارزش‌های مورد اختلاف به یکدیگر ایجاد کنند، افراد قرار گرفته در هر نظام ارزش، شبکه خود را از دیگران متمایز خواهند کرد و گروه‌ها در شبکه‌های «خودی» به تغلیظ و تحکیم ارزش‌های خود و تهاجم علیه ارزش‌های دیگر گروه‌ها خواهند پرداخت. بدیهی است در اینجا نیز فرهیختگان جامعه نقشی مهم در حفظ فضای گفت‌وگو و تعامل سازنده بین این گروه‌های ارزش ایفا می‌نمایند. پایان سخن چیزی نیست جز این درخواست که شبکه‌های اجتماعی را مهم تلقی کنیم.

* پی‌نوشت

۱. می‌توانید به کتاب این نویسنده با عنوان «Human Agency and Language» مراجعه کنید.

همین که افراد
دلایل پسندیدن
یا نپسندیدن یک
محتوا را بیان نمایند
گامی در راستای
معیارگرایی در
ارزش‌هاست