

یادداشت

از نفع شخصی تا خیر عمومی

حامدخانجانی

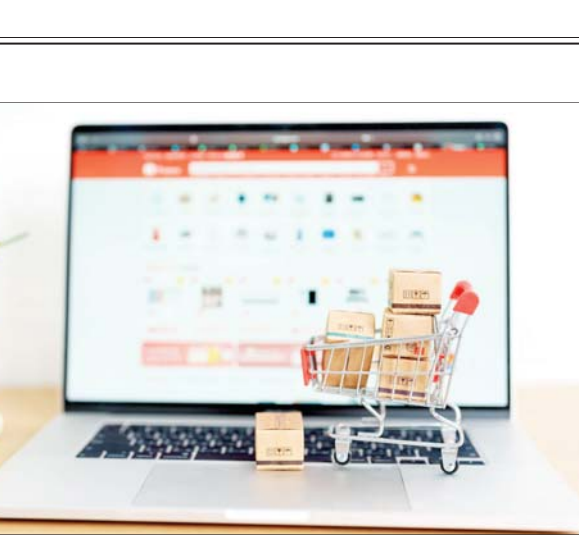
دانش‌آموخته فلسفه اخلاق

مسئله نسبت میان نفع شخصی و تصمیم‌گیری اخلاقی از بنیادی‌ترین چالش‌های فکری انسان است؛ چالشی که نه‌تنها در فلسفه اخلاق، بلکه در روان‌شناسی، سیاست، حقوق و حتی زندگی روزمره به طور مداوم خود را نشان می‌دهد. انسان همواره در حال تحلیل جهان پیرامون خود است، اما این تحلیل هرگز در خلا شکل نمی‌گیرد. جایگاه فرد، موقعیت اجتماعی، میزان قدرت، منافع اقتصادی، تعلقات عاطفی و حتی ترس‌ها و امیدهای پنهان، همگی در شکل‌گیری نگاه او به واقعیت نقش دارند. از همین روست که با تغییر جایگاه، تحلیل نیز تغییر می‌کند؛ نه الزاما به دلیل فقدان صداقت، بلکه به سبب تغییر زاویه دید و دگرگونی شبکه منافع و معانی. این پدیده را نباید صرفا به ریاکاری یا سقوط اخلاقی فروکاست. انسان جهان را نه آن‌گونه که هست، بلکه آن‌گونه که برای او قابل زیست و معنادار است، ادراک می‌کند. کسی که بیرون از یک ساختار تصمیم‌گیری یا بهره‌مندی ایستاده، می‌تواند از موضعی انتزاعی و آرمان‌خواهانه درباره عدالت، منافع عمومی یا اخلاق سخن بگوید؛ اما همان فرد، با ورود به همان ساختار، ناگهان با محدودیت‌ها، ملاحظات و هزینه‌هایی مواجه می‌شود که پیش‌تر در تحلیلش غایب بوده‌اند. در این لحظه، تحلیل تغییر می‌کند، نه لزوما چون حقیقت عوض شده، بلکه چون نسبت فرد با حقیقت دگرگون شده است. از این منظر، گزاره اینکه «هیچ‌کس نمی‌تواند کاملا خارج از منافع شخصی تصمیم بگیرد»، نه ادعایی بدبینانه، بلکه توصیفی واقع‌گرایانه از وضعیت انسانی است. حتی کنش‌هایی که در ظاهر کاملا اینارگرانه یا اخلاقی به نظر می‌رسند، اغلب حامل نوعی نفع درونی‌اند، خواه آرامش وجدان، خواه حفظ تصویری اخلاقی از خود، خواه تعلق به روایتی معنادار از زندگی. اخلاقی که بر انکار کامل نفع شخصی بنا شود، ناگزیر به ایده‌ای انتزاعی و تحقق‌ناپذیر بدل می‌شود. مسئله اصلی نه حذف نفع، بلکه چگونگی مهار، تنظیم و جهت‌دهی آن است.با این حال، پذیرش نقش نفع شخصی به معنای تسلیم در برابر خودخواهی نیست. پرسش محوری دقیقا در همین نقطه شکل می‌گیرد: آیا ممکن است نفع شخصی به گونه‌ای سامان یابد که در تعارض با نفع دیگری و نفع عمومی قرار نگیرد؟ پاسخ به این پرسش، ساده و یک‌سویه نیست. چنین وضعیتی نه امری ذاتی است و نه به طور خودبه‌خودی محقق می‌شود. هم‌راستایی منافع، بیش از آنکه محصول فضیلت فردی باشد، نتیجه ترکیبی از خودآگاهی اخلاقی و طراحی هوشمندانه ساختارهای اجتماعی است. در سطح فردی، یکی از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های اخلاقی، آگاهی از موقعیت خویش است. فردی که بپذیرد تحلیلش تحت تأثیر منافع و جایگاهش قرار دارد، یک کالم اساسی به سوی اخلاقی‌تر اندیشیدن برداشته است. این آگاهی امکان فاصله‌گذاری انتقادی با داورِی‌های خود را فراهم می‌کند و مانع مطلق‌سازی تحلیل می‌شود. اخلاق در این سطح نه در ادعای بی‌طرفی کامل، بلکه در صداقت با خویش‌شنی و پذیرش محدودیت‌های ادراک انسانی معنا پیدا می‌کند. در سطح نظری، تلاش‌های متعددی برای یافتن معیاری فراتر از نفع شخصی صورت گرفته است؛ از اخلاق وظیفه‌گرایانه کانتی گرفته تا نظریه‌های قرارداد اجتماعی. اما حتی این چارچوب‌ها نیز در عمل، زمانی پایدار می‌مانند که فرد درک کند رعایت قواعد مشترک، در بلندمدت به نفع خود او نیز هست. به بیان دیگر، اخلاق اجتماعی اغلب بر پیوند میان نفع عقلانی بلندمدت و مسئولیت جمعی استوار است، نه بر نفی کامل خودخواهی. انسان قواعد را می‌پذیرد، زیرا می‌داند زندگی در جهانی فاصله‌مند، در نهایت امنیت، پیش‌بینی‌پذیری و منافع بیشتری برای او به همراه دارد. در سطح نهادی و اجتماعی، مسئله به مراتب تعیین‌کننده‌تر می‌شود. اگر ساختارها به‌گونه‌ای طراحی شوند که موفقیت فردی فقط از مسیر آسیب به دیگری یا تضییع منافع عمومی ممکن باشد، نمی‌توان انتظار کنش اخلاقی پایدار داشت. در مقابل، جوامعی که با ابزارهایی مانند شفافیت، پاسخ‌گویی، تفکیک منافع، کنترل تعارض منافع و نظارت مؤثر، نفع شخصی را در چارچوب قواعد عمومی هدایت می‌کنند، امکان هم‌مسیرشدن منافع فرد و جمع را افزایش می‌دهند. در اینجا اخلاق دیگر صرفا فضیلت فردی نیست، بلکه ویژگی یک نظم نهادی است.در نهایت، شاید باید از اخلاقی کمال‌گرا و دست‌نیافتنی فاصله گرفت و به اخلاقی فروتنانه‌تر اندیشید؛ اخلاقی که انسان را آن‌گونه که هست می‌بیند، نه آن‌گونه که باید می‌بود. در چنین نگاهی، هدف نه حذف نفع شخصی، بلکه جلوگیری از ترجیح آن به بهای آسیب به دیگری و تخریب خیر عمومی است. این امر خود را به نفع‌دهی که تعارض منافع همواره به طور کامل از میان نمی‌رود، اما می‌کوشد آن را قابل شناسایی، قابل کنترل و قابل پاسخ‌گویی کند. شاید فضیلت اصلی در این مسیر، نه پاک‌ی مطلق نیت، بلکه تلاش مداوم برای محدودکردن قدرت نفع شخصی و گشودن فضایی است که در آن زیست فردی و زیست جمعی، تا حد امکان، هم‌زمان قابل دوام باشند.

این‌که دیگر مشکوک نیست

واقعیت آن است که وقتی حرص کسی را درمی‌آوریم، داریم توانایی خود و ناتوانی او را به رخش می‌کشیم و مدام یادآوری می‌کنیم که ما به انجام این کار تواناییم و تو ناتوان از هر عملی که مانع آن شود. و متوجه نیستیم این کار رفتار باعث ایجاد خشم و کینه می‌شود و کینه، انرژی خاصی می‌سازد و در سینه آن که تحقیر شده، این انرژی انباشته می‌شود. موضوع دقیقا همین است؛ روزی که این خشم و کینه از سینه فوران کند. و عجیب اینکه قطعا این را می‌دانیم و باز ممکن است رفتاری انجام دهیم تا حرص یازندگان را در بیاورد، شاید فقط به خاطر لذتی که از به‌رخ‌کشیدن برتری خود می‌برسیم. اما اگر چنین نباشد و قصدمان این برتری جویی نباشد، آن وقت منطقا برای چه کاری می‌کنیم که سبب عصبانیت دیگران شود. آن‌هم زمانی که بارها تجربه کرده‌ایم که این عصبانیت چه شعله‌ها می‌کشد و چه چیزها که می‌سوزاند؟ در شروع به کار دولت سیزدهم، طرحی در مجلس شورای اسلامی کلید خورد که به لایحه صیانت معروف شد. این لایحه واکنش‌های بسیاری در جامعه ایجاد کرد و بازتاب‌ها و مقاومت جامعه در برابرش چنان بود که نهایتا با تمام پافشاری طراحانش راه به جایی نبرد و مسکوت ماند. پس از آن، در دولت چهاردهم، این بار در قالب یک طرح که دولت پزشکیان پیگیر آن بود، دوباره ماجرای صیانت زنده شد و باز واکنش اجتماعی شدیدی در پی داشت. آن‌گونه که دولت پزشکیان، زیر فشار افکار عمومی، ناچار شد از اقدام خود در تقدیم این طرح به مجلس عقب‌نشینی کرده و آن را پس بگیرد و بعدتر در توجیهی عجیب از سوی دستیار رسانه‌ای رئیس‌جمهور که اتفاقا فرزند ایشان هم هست، معلوم شد در نهاد ریاست‌جمهوری، قبل از اینکه طرحی به مجلس ارائه شود، ۹ لایه وجود دارد که مسئول بررسی طرح‌ها هستند و آیا هیچ کدام از این لایه‌ها آن طرح را نخوانده بودند و طرح بدون هیچ بررسی به امضای رئیس‌جمهور رسیده است؟ اگر این را بپذیریم، در هر توجیهی بدتر شود که در نهاد ریاست‌جمهوری به آن عرض و طول و کارکنان ریز و درشت، هیچ‌کس طرحی به این اهمیت را نخوانده، حالا ببینید طرح‌هایی که این‌قدر حساسیت اجتماعی ندارد، چگونه ارسال می‌شود؟ آن ماجرا هم گذشت تا به اتفاقات تلخ دی‌ماه رسیدیم و حالا پس از این وقایع، خبر می‌رسد دوباره مجلسیان می‌خواهند لایحه صیانت را کلید بزنند. در یکی از خبرگزاری‌های داخلی خواندم که نوشته بود: «یک جریان مشکوک سیاسی، با طرح‌هایی مانند حجاب و عفاف و صیانت، چه می‌های در زمین جامعه کاشت». برلیم جالب بود که نوشته «مشکوک»، آخر چه جای شک و مشکوک؟ وقتی در جنگ ۱۸ روزه، بیشترین آسیب از نفوذ دشمنان این کشور نصیب‌شان شد که حتی فرماندهان عزیزمان را در خانه و محل کار شان ترور کردند و بعد از جنگ، به‌جای بررسی عوامل نفوذ به ساختارها و واردشدن این حجم از خسارت، شنیده شد برخی دستگاه‌ها سرگرم تهیه گزارش حجاب شدند و دنبال راهکارهایی برای پیگیری مقابله با بی‌جوابی بودند و دو ماه بعد، وقایع دی رخ می‌دهد و تمام ساختار می‌گوید این از عوامل نفوذی بوده، خوب، چرا کاری می‌کنید که خشم و کینه چنان در سینه‌ها انباشته شود تا نفوذ بتواند به این راحتی از آن بهره ببرد؟ اینکه دیگر اسمش مشکوک نیست؛ هست؟

هفته‌ها و ماه‌های یابانی سال همیشه بر از جنب و جوش است. اوج فروش و درآمد کسب‌وکارها در این مدت که به «شب عید» معروف است، رقم می‌خورد اما امسال وضعیت فرق می‌کند. شرایط اقتصادی نابسامان و شکننده در کنار قطعی نزدیک به ۲۰روزه اینترنت (از ۱۸ دی تا ۷ بهمن) و محدودیت‌ها و اختلال‌ها که استفاده از اینترنت را برای هریک از ما به شکنجه تبدیل کرده، همه معادلات برای افزایش درآمد را به هم زده است. در گفت‌وگوی «شرق» با برخی از مدیران کسب‌وکارهای آنلاین آنها می‌گویند که در روزهایی که انتظار افزایش درآمد و فروش به خاطر نزدیکی به سال جدید را داشته‌اند، اختلال‌های شدید و محدودیت‌های بی‌سابقه روی اینترنت آنها را با کاهش بیش از



بررسی وضعیت کسب‌وکارهای آنلاین به دنبال قطعی و اختلال اینترنت در آستانه نوروز

فروش شب عید پشت دیوار اختلال



سونیتا سراب‌پور

۵۰درصدی فروش مواجه کرده است. بسیاری از آنها از همان زمان قطعی اینترنت در دی‌ماه، برای کاهش خسارات دست به تعدیل نیرو زدند تا شرایط به سودشان تغییر کند. طبق بررسی‌های «شرق»، کسب‌وکارهای فعال در حوزه گردشگری، خدمات آنلاین، خرد و خانگی، آموزشی، تبلیغات و... در این روزهای نزدیک به پایان سال به خاطر

نیز وجود دارد». براساس توضیحات قاضی، این وضعیت فقط به زیان مالی محدود نمی‌شود: «کسب‌وکارها در برخی موارد تعطیلی یا توقف فعالیت را تجربه کرده‌اند. درست است که می‌گویند اینترنت متصل شده، اما بی‌ثباتی در وی‌پی‌ان‌ها و دسترسی محدود به سایت‌ها باعث اختلال شدید در کسب‌وکارهای وابسته به پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی شده است. کاهش انگیزه خرید و پذیرش تبلیغات در این فضاها نیز نشان می‌دهد اثر اقتصادی گسترده‌تر از اختلال صرف اینترنت است».

طبق گفته‌های قاضی، برآوردها حاکی از آن است که حدود دو میلیون نفر از نظر معیشتی وابستگی مستقیم به ابزارهای اینترنتی دارند؛ شامل کسب‌وکارهای خرد خانگی، آموزشی، تولید محتوا و فعالیت‌های مشابه: «این گروه‌ها آسیب شدیدی دیده‌اند، هرچند داده‌های دقیق برای مقایسه وجود ندارد، زیرا بخش بزرگی از اقتصاد دیجیتال غیررسمی است. در شرایط فعلی، اقتصاد دیجیتال مانند کل اقتصاد کشور وارد فاز بقا شده است؛ سرمایه‌گذاری جدید یا آغاز فعالیت‌های تازه رخ نمی‌دهد و تمرکز اصلی فعالان اقتصادی بر حفظ وضعیت موجود است».

از بین رفتن کسب‌وکارهای خرد

به عنوان یک مخاطب وقتی به صفحه کسب‌وکارهای اینستاگرامی سر بزنید، متوجه می‌شوید که آنها با پستی منتشر نمی‌کنند یا از طریق یک استوری از مخاطبانشان می‌خواهند برای خرید به وب‌سایت آنها مراجعه کنند. اکثر آنها به دلیل فشار جامعه در این روزها، فعالیت‌نبودن در شبکه‌های اجتماعی را انتخاب کرده‌اند. اما این راه‌حل هم به فروش شب عید این کسب‌وکارها کمک نکرده است. ادمین یک صفحه فروش لباس به «شرق» می‌گوید از آنجا که مخاطب چندنان حوصله مراجعه به وب‌سایت ندارد و تمایل دارد به شکل مستقیم با فردی برای خرید تعامل داشته باشد، همین مسئله هم باعث شده کسب‌وکارهایی اینستاگرامی با خرد و خانگی بیشتر از دیگر کسب‌وکارها آسیب ببینند. به گفته مدیران اکوسیستم اقتصاد دیجیتال آنها بارها قطعی و اختلال اینترنت را تجربه کرده بودند و خسارت‌هایی نیز متحمل شده بودند، اما این بار این قطعی و حالا اختلال آمدار آن در دست در حساس‌ترین مقطع تقویم تجاری سال اتفاق افتاده است.

پشوتن پوریزشک، مدیرعامل پاردو، در گفت‌وگو با «شرق» در این مورد می‌گوید: «بازار شب عید به‌طور معمول از اوایل بهمن آغاز می‌شود و بیشترین حجم خریدوفروش و کمین‌های فروش در ۱۵ روز نخست این ماه شکل می‌گیرد؛ در حالی‌که نیمه دوم بهمن تا پایان اسفند عمدا ادامه اثر همان موج اولیه است». او ادامه می‌دهد: «قطعی اینترنت دقیقا این نقطه اوج را هدف قرار داد. هرچند اتصال به‌صورت تدریجی و با اختلال برقرار شد. اما تداوم اختلال (به‌ویژه در اینستاگرام و در سطح دیتاسترها) نشان داد بازگشت به وضعیت پایدار زمان‌بر خواهد بود».

به باور او اهمیت این اختلال زمانی روشن‌تر می‌شود که بدانیم شبکه‌های اجتماعی کارآمدترین و پربازده‌ترین کانال جذب مخاطب برای فروشگاه‌های آنلاین (و کسب‌وکارهای خرد تا مجموعه‌های بزرگ) به شمار می‌رفتند: «از دست رفتن یا تضعیف این کانال، هم‌زمان با کاهش امنیت روانی جامعه و افت رغبت مصرف‌کننده، به رکودی فراگیر در بازار انجامید. این رکود همه سطوح کالایی، از لوکس تا اقتصادی و اغلب گروه‌های مصرفی مرتبط با شب عید، از پوشاک و کالاهای حوزه مد گرفته تا هدایا و حتی اقلامی مانند آجیل را دربر گرفت. بخشی از این افت ناشی از کاهش قدرت خرید و بخش دیگر نتیجه نبود تمایل به خرید بود».

آن‌طور که پوریزشک می‌گوید در این میان، تنها حوزه‌ای که نشانه‌هایی از رونق نشان داده، بازار فروش وی‌پی‌ان است: «بازاری که قیمت‌های آن از حدود ماهانه ۱۰۵ هزار تومان به بازه‌هایی میان ۲۵۰ هزار تا چند میلیون تومان

شرق

وسیعی از فعالان این صنعت دارد و دامنه خسارت بسیار گسترده‌تر از تصور عمومی است. داده‌ها نشان می‌دهد حتی در صورتی که اختلال اینترنت برطرف شود، اثرات روانی و نااطمینانی کاربران می‌تواند خریدهای دیر هنگام و کاهش مصرف را همچنان حفظ کند». به باور کاظمی، کاهش تقاضا امسال برای سفر نسبت به سال گذشته نشان‌دهنده رکود نسبی بازار است که بیشتر به کاهش تمایل کاربران برای تصمیم‌گیری سریع در فضای نامطمئن مربوط است. خریدهای دیر هنگام نسبت به سال‌های باثبات افزایش یافته که نشان‌دهنده احتیاط بیشتر مصرف‌کنندگان در شرایط کنونی است.

لغو خدمات شب عید

اختلال اینترنت در آستانه شب عید، زمانی که به‌طور سنتی اوج تقاضا برای خدمات خانگی شکل می‌گیرد، به یکی از مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار بر کسب‌وکارهای خدمات آنلاین تبدیل شده است. مرور داده‌های حاصل از تجربه یک پلتفرم خدماتی نشان می‌دهد این اختلال نه‌فقط در سطح دسترسی فنی، بلکه در لایه‌های رفتاری، اقتصادی و روانی بازار نیز اثر گذاشته است.

بهمن امام، مدیرعامل «آچاره»، در گفت‌وگو با «شرق» اعلام می‌کند که خدمات این پلتفرم در ۱۸ دی و هم‌زمان با قطع‌شدن اینترنت کاملا صفر شده بود. او توضیح می‌دهد که از هفتم بهمن پس از بازگشت نسبی دسترسی، سایت و اپلیکیشن دوباره قابل استفاده شدند، اما رفتار کاربران به‌سرعت و به وضعیت پیشین بازنگشت؛ به‌گونه‌ای که در روز نخست حدود ۹۰ درصد کاربران از سرویس استفاده نکردند و فقط به‌مرور بخشی از این فاصله جبران شد: «این تأخیر در بازگشت تقاضا دقیقا در زمانی رخ داد که طبق الگوی سال‌های گذشته باید شاهد پیک سفارش‌های بهمن‌ماه می‌بودیم؛ پیکی که ریشه در سنت آماده‌سازی شب عید و افزایش تقاضا برای خدمات خانگی دارد».

او ادامه می‌دهد: «بااین‌حال، امسال این اوج شکل نگرفت. برآوردها از افتی نزدیک به ۵۰ درصد نسبت به زمان مشابه سال گذشته حکایت دارد؛ افتی که در تضاد کامل با روند رشد پیشین قرار می‌گیرد. داده‌های عملکردی نشان می‌دهد که کسب‌وکار موردنظر در آذر امسال نسبت به آذر سال گذشته حدود ۵۰ درصد رشد را تجربه کرده بود و انتظار می‌رفت این مسیر صعودی در ماه‌های بعد نیز ادامه یابد، اما اختلال اینترنت عملا این مسیر را متوقف کرد و رشد قابل توجهی در ادامه مشاهده نشد».

براساس توضیحات او، کاهش تقاضا نیز محدود به یک خدمت خاص نماند: «اگرچه خدماتی مانند نظافت منزل و قالی‌شویی (که وابستگی بیشتری به مناسبت‌های فصلی دارند) بیشترین افت را تجربه کردند، اما تقریبا همه دسته‌های خدماتی با کاهش سفارش روبه‌رو شدند. تنها استثنا، تعمیرات ضروری بود که ماهیت غیرقابل تعویق آن مانع سقوط شدید تقاضا شد؛ در مقابل، خدمات بازسازی و نوسازی به‌طور محسوسی افت کردند».

طبق گفته‌های امام، اثر اختلال اینترنت صرفا در سمت تقاضا باقی نماند و هزینه‌های عملیاتی پلتفرم‌ها را نیز افزایش داد. بخشی از فشار به مسئله پایداری سرورها مربوط می‌شود که هرچند پس از مدتی بازیابی می‌شوند، اما وقفه اولیه هزینه‌زاست. او در این مورد می‌گوید: «بخش مهم‌تر به چرخه توسعه نرم‌افزار بازمی‌گردد؛ درحالی‌که برخی ابزارهای داخلی از طریق اینترنت ملی در دسترس‌اند، ابزارهای کلیدی طراحی و توسعه محصول با اختلال مواجه می‌شوند و فرآیندهایی مانند رفع خطا، به‌روزرسانی و بهبود تجربه کاربری را به‌شدت دشوار می‌کنند. هم‌زمان، محدودیت دسترسی کاربران، از کاهش توان ثبت سفارش تا نرسیدن کدهای پیامکی ورود، زنجیره تبدیل کاربر به مشتری را مختل می‌کند و مستقیم بر درآمد متخصصان و خود پلتفرم اثر می‌گذارد».

امام تأکید می‌کند که با وجود این، تحلیل بازار نشان می‌دهد که اینترنت تنها عامل افت تقاضا نیست. شرایط اقتصادی و وضعیت روحی-روانی جامعه نیز هم‌زمان فشار نزولی بر بازار وارد کرده‌اند؛ به‌طوری‌که حتی در مقایسه با سایر کسب‌وکارها، شدت افت در بسیاری از بخش‌ها بیشتر گزارش شده است. این هم‌پوشانی بحران‌های فنی و اقتصادی، تصویر نگران‌کننده‌تری از آینده کوتامدت بازار خدمات ترسیم می‌کند.

ایست قلبی در راه است؟

مجموع این داده‌ها تصویری از اقتصادی در وضعیت انتظار را ترسیم می‌کند: اقتصادی که نه صرفا با اختلال در اینترنت، بلکه با افزایش اعتماد، کاهش تقاضا، آسیب زیرساختی و نااطمینانی نسبت به آینده مواجه است؛ وضعیتی که تا زمان رفع انتظار عمومی نسبت به تکرار قطع اینترنت و بازگشت امنیت روانی به رفتار مصرف‌کننده، چشم‌انداز روشنی برای خروج از آن قابل تصور نیست.

همه اینها در حالی در ایران رخ می‌دهد که قرار بود از سال ۹۸ بیشترین سهم از اقتصاد دیجیتال را در تولید ناخالص داخلی کشورها منطقه داشته باشد، اما حالا طبق آمارهای وزارت ارتباطات آبان‌ماه اعلام کرد، سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص ملی در سال ۱۴۰۰ حدود ۴.۷۲ درصد بوده که در سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ این میزان با ترتیب به ۴.۲۸ و ۴.۲ درصد کاهش یافته است. همین آمار نشان می‌دهد قطعی و اختلال اینترنت در سال‌های اخیر فقط سرعت دسترسی‌ها را نگرفته، بلکه ضربان قلب اقتصاد دیجیتال کشور را درگیر می‌کند. از حمل‌ونقل و اقامت تا خدمات محلی، کاهش کاهش اثر مستقیم و غیرمستقیم بر طیف