تحلیل

عروسک‌های جورابی در شبکه‌های ایرانی

اسماعیل یزدان‌پور . پژوهشگر مستقل

● فضای شبکه‌های اجتماعی تند می‌رود. کافی است نظری گذارید تا در زمان کوتاهی به یکی از دو قطب رانده شوید و بعد در آماج کامنت‌های تند طرف مخالف قرار گیرید. در هر قطب که نشانده شدید، دیگر بیرون‌آمدن از آن و اتخاذ موضع مستقل یا جدید محال است. امروز معلوم شده و به‌تدریج بیان می‌شود که حداقل دو انتخابات بزرگ دنیای امروز؛ یعنی ریاست‌جمهوری آمریکا و رأی‌گیری انگلیسی‌ها برای خروج از اتحادیه اروپا در همین فضای به‌شدت دوقطبی و تحت‌تاثیر پیامدهای آن انجام شده است. دوقطبی‌بودن فی‌نفسه بد نیست، راه آسانی برای مدیریت جامعه است. همه جوامع امروزی کمابیش با همین ساختار دوقطبی اداره می‌شوند، اما وقتی این فضای دوقطبی لبه‌های تیزی پیدا می‌کند، تند و در عمل کار هر یک از دو گروه حمله به دیگری می‌شود، باید فکری تازه کرد. شبکه‌های اجتماعی که آمدند همه خوشحال بودیم که حالا نوبت تکثر و تنوع است و راه شناخت واقعیت و رسیدن حقیقت، به همان عدد نفوس خلایق یا حتی بیشتر، باز شده است، اما طولی نکشید که فهمیدیم در همین فضا، چه «دخمه‌های انعکاس توهم» (eco chambers) وحشتناکی شکل گرفته است. افراد بیش و پیش از آنکه به بیان نظر شخصی خود بپردازند، به دنبال یافتن افراد هم‌فکر و هم‌نظر می‌افتند، فالوئرهای بیشتری جذب می‌کنند تا لایک‌های بیشتری بگیرند. دخمه‌های انعکاس توهم به‌وجودآمده در فضای تلگرام از این منظر بسیار پنهان‌تر و پیچیده‌تر از دخمه‌های فیس‌بوک و توییتر است، چون دیده نمی‌شوند و مجالی برای شکل‌گیری و بیان نظر مخالف نمی‌گذارند. امروز به مدد این رسانه‌های اجتماعی و در شرایط بحران‌های اقتصادی، دست‌کاری در افکار عمومی دیگر کار پیچیده‌ای نیست. برای نمونه، در پژوهش‌های جدید آشکار شده است که پس از هر یک از حملات تروریستی سال‌های اخیر به مراکز جمعیتی اروپا، جامعه بیش از حد معمول و انتظار دوقطبی شده است. پژوهشگران «مؤسسه جرم و امنیت» وابسته به دانشگاه کاردیف از حداقل ۴۷ حساب جعلی توییتری - مشهور به حساب عروسک جورابی (socks puppets) - خبر می‌دهند که برای اثرگذاری و دست‌کاری روانی در بحث‌های مردمی درباره چهار حمله تروریستی در انگلیس راه‌اندازی شده بودند. از میان این ۴۷ نام کاربری که از یک مرکز هدایت می‌شدند، هشت مورد بیشترین فعالیت را داشته‌اند که حداقل ۴۷۵ پیام را منتشر کرده و بیش از ۱۵۳ هزاربار بازنشر شده‌اند.درباره ساختار این حملات نکته قابل‌توجه در آن است که در درجه اول بسیار پیچیده است و برای اثرگذاری بر طیف وسیعی از نظرات تدوین شده و دیگر آنکه به جای تقویت یک نظر خاص، به تندکردن همه نظرها و دوقطبی‌کردن بیشتر فضا توجه شده است. هرکسی می‌تواند متوجه فضای به شدت دوقطبی‌شده جاری در شبکه‌های اجتماعی امروز ایرانی بشود. کامنت‌های تند پر از اَنگ و کلیشه، حجم زیاد «آنفالو» و «میوت» و بحث مستقیم در این باره، نشانه‌هایی هستند که به وفور دیده می‌شوند. حجم بالای حساب‌های تازه‌ساخته‌شده هم به خوبی نشان می‌دهد که بخشی از این دوقطبی‌شدن می‌تواند بر اثر اجرای یک پروژه متمرکز باشد. برای مواجهه با پدیده‌های جانبی شبکه‌های اجتماعی مثل حفره‌های انعکاس و تقویت توهم، عروسک‌های جورابی جعلی، دست‌کاری‌های بیرونی در افکار عمومی، سلبریتی‌های ۱۰دقیقه‌ای و...، راهی بهتر از ارتقای سواد و آگاهی عمومی از این رسانه نیست. در این زمینه چند نکته بدیهی به نظر می‌رسد:

اول، همه کشورها منافع خودشان را دارند که در هر شرایطی دنبال می‌کنند. این ربطی به ائتلاف‌ها و همکاری‌های موردی ندارد. هیچ کشوری نمی‌تواند قول بدهد که حتی در اوج همکاری‌ها از دست‌کاری در افکار عمومی کشوری دیگر اجتناب خواهد کرد. طبیعی است که دشمنان و مخالفان بیشتر به معنای وجود دست‌های بیشتر برای دست‌کاری‌های بیشتر باشد. بعید نیست پشت هر کدام از این عروسک‌های جورابی، دستگاه‌های امنیتی کشورهای مختلف با بودجه‌های کلان و راه‌های نفوذ پیشرفته وجود داشته باشد. سادگی شبکه‌های اجتماعی ایرانی و به‌خصوص گسترش وسیع آن در همه لایه‌های جامعه، فضا را برای انجام هر نوع آزمایشی توسط هر فرد یا گروهی باز کرده است. باید هر دو سطح حاکمیتی و مردمی جامعه توانایی‌های لازم برای شناخت این پدیده و راه مقابله با آن را کسب کنند.

دوم، وقتی فضا دوقطبی می‌شود، کار اصلی چیزی جز رفع همین فضای دوقطبی نیست. به طور مشخص در شبکه‌های اجتماعی، «آنفالو» و «میوت»کردن را نمی‌توان پاسخ دانست، از نظر روانی برای طرف مقابل، چیزی در حد اجرای اعدام است و به همین خاطر فضا را دوقطبی‌تر می‌کند. درست است که در برخی موارد حجم خشونت‌های کلامی و نشانه‌شناختی بسیار بالاست، اما برخلاف سایر درگیری‌ها، تا جایی که ممکن است نباید از میدان خارج شد. حداقلش این است که همین لحظات برخورد را باید سوژه مطالعه ساختار و شیوه فعالیت عروسک‌های جورابی کرد.

ادامه در ستون روبه‌رو

گفت‌وگو با هادی خانیکی، استاد ارتباطات اجتماعی درباره نقش شبکه‌ها در اعتراضات اخیر

انگاره‌ها به جای واقعیت نشستند

گیسو فغفوری

عکس: مهدی حسنی

هادی خانیکی، استاد برجسته ارتباطات اجتماعی، هم تجربه فعالیت در جامعه مدنی را دارد و هم دولت. او هم‌اکنون استاد دانشگاه علامه‌طباطبایی و رئیس هیئت‌مدیره انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی است. در کارنامه او عضویت در شورای مرکزی احزاب اصلاح‌طلب مثل مشارکت ایران اسلامی و اتحاد ملت ایران، مشاور رئیس‌جمهور دوره اصلاحات، معاونت وزارت علوم در دوره اصلاحات و عضویت در شورای مشورتی اصلاح‌طلبان دیده می‌شود. ویژگی او این است که کنش‌گری را با بحث نظری تلفیق کرده است و میان این دو ساحت در رفت‌وآمد است. بنابراین تحلیل‌های او به دلیل برخورداری از تجربه اجرائی و کنش‌گری، تحلیل‌هایی واقع‌بینانه است. با او درباره نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری افکار عمومی پس از اعتراضات دی‌ماه گفت‌وگو کرده‌ایم.

اگر بخواهیم به قضاوت شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها درباره اعتراضات مردمی بپردازیم، چقدر آنها را بیانگر افکار عمومی می‌دانید؟

می‌توان این قضاوت را از دو منظر بررسی کرد: یکی قضاوت درشبکه‌ها، یکی هم قضاوت درباره شبکه‌ها. درعین‌حال می‌توان نقش شبکه‌های اجتماعی را، هم به طور عام در جامعه جدید مورد بررسی قرار داد و هم به‌طور خاص در جامعه ایران و در زمینه ناآرامی‌ها و اعتراض‌های اخیر.

منظور از «قضاوت در شبکه»، انگاره‌سازی‌ها و تصویرسازی‌هایی است که برخی شبکه‌های ماهواره‌ای و مجازی از رخدادها انجام دادند و غرض از قضاوت درباره شبکه‌ها، دیدگاهایی است که اساسا برای میدان فعالیت و میزان نقش و سهم آنها مطرح شد. در شرایط امروز جامعه ما، به‌ویژه وضعیت بعد از اعتراضات، مشاهده کردیم که وقتی رسانه‌های رسمی مرجعیت و اعتماد به خود را از دست می‌دهند، نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر می‌شود.

به این معنا، سوق پیداکردن بخش عمده‌ای از افکار عمومی به سمت رسانه‌های غیرداخلی و شبکه‌های اجتماعی، تنها یک مسئله رسانه‌ای نیست که بار آن را فقط بر دوش «شبکه‌های مجازی» بیندازیم و فکر کنیم با محدود و مسدودکردن آنها مسئله حل می‌شود؛ تاثیرگذارشدن این دسته از رسانه‌ها خود مسئله‌ای اجتماعی و سیاسی نیز هست. وقتی این رسانه‌ها زمینه پیدا کنند، در مرحله بعد کاربران آنها، خود به سوی تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان گرایش‌های خاص و افراطی متمایل می‌شوند.

طبیعتا هنگامی که جامعه دچار نوعی سرگشتگی و سردرگمی رسانه‌ای می‌شود، افراد جامعه هم در آن وضعیت دوقطبی می‌شوند. فکر می‌کنم از برخی تجربه‌ها و مطالعات جدید در دنیا که فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌ها را به‌عنوان مسائل روز رسانه‌ای مطرح می‌کنند نیز می‌توان در شرایط امروز جامعه بهره گرفت.

اکنون که در جامعه ما، هم سطح جدیدی از تغییرات و به‌تبع آنها انتظارات و مطالبات در زمینه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مطرح است و هم بخشی از آنها برآورده نشده یا تحریکات سیاسی در آن جهت انجام شده، نارضایتی، اعتراض و ناآرامی شکل گرفته است اینجاست که مفاهیمی از قبیل رسانه‌ای‌شدن سیاست، رسانه‌ای‌شدن زندگی روزمره، رسانه‌ای‌شدن افکار عمومی و مجازی‌شدن و شبکه‌ای‌شدن همه آنها را باید مهم دانست.

وقتی به این بحث‌ها توجه کنیم، طبیعتا این سؤال مطرح می‌شود که آنچه از طریق شبکه‌ها بازنمایی می‌شود، آیا بیان کل واقعیتی است که در جامعه وجود دارد یا نوعی انگاره‌سازی و تصویرسازی است؟ یعنی آیا این انگاره‌ها و تصویرهایی که از طریق شبکه‌ها و کنشگران شبکه‌های اجتماعی ساخته می‌شود، افکار عمومی را در چار سردرگمی نمی‌کند؟ به نظر می‌رسد که بازنمایی واقعیت به جای واقعیت می‌نشیند. معنایش این نیست که چون آنچه این رسانه‌ها به تصویر درمی‌آورند همه واقعیت نیست پس موضوع اهمیت کمتری دارد؛ در فضای سیاسی کشور ما، همین موضوع هم می‌تواند برای جامعه، مسئله‌ای جدی باشد.

همین بازنمایی‌ها حتی اگر با واقعیت فاصله زیادی هم داشته باشند، می‌توانند شبه‌واقعیت‌هایی را بسازند که در سطوح دیگر تاثیرگذار باشند. مهم است که بدانیم آن چیزی که در شبکه‌های اجتماعی تولید، توزیع و دریافت می‌شود، چه نسبتی با واقعیت دارد و با افکار و رفتار شهروندان چه می‌کند؟ اما مهم‌تر از آن بحث درباره ریشه‌های اجتماعی و سیاسی است که این تاثیرگذاری رسانه‌ای در بستر آنها اتفاق افتاده است، باید بدانیم چه چیزهایی سبب این وضعیت شده است؟ در پاسخ به این پرسش‌هاست که هشدارها و انذارهایی را باید برای نخبگان، شهروندان، سیاست‌گذاران و مدیران پیدا کرد که متأسفانه در جامعه ما در بسیاری از اوقات بی‌توجه از کنار آنها عبور می‌کنیم یا دیر متوجه آنها می‌شویم.

چه هشدارها و انذارهایی؟

همین که به تناسب تغییرات پردامنه‌ای که در سطوح و لایه‌های مختلف جامعه رخ داده است، توجه نمی‌کنیم؛ باید چه انعطاف‌ها و چه اصلاحاتی را به‌موقع انجام دهیم و به‌لحاظ رسانه‌ای هم با این تحولات همگام شویم. نامنعطف‌بودن صداوسیما و رسانه‌های رسمی و فراگیر در برابر این انتظارات، اعتماد عمومی را به آنها تضعیف می‌کند. به همان میزانی که رسانه‌های رسمی مثل رادیو و تلویزیون مرجعیت را در افکار عمومی از دست بدهند، شبکه‌های بدون مرکز و ناشناخته و حتی شبکه‌های رسانه‌ای خارجی، تاثیرگذار می‌شوند. این یک پدیده رسانه‌ای است، اما اینکه وقتی چنین رسانه‌هایی تاثیرگذار می‌شوند، با افکار عمومی چه‌کار می‌کنند و این تاثیرگذاری چه عواقبی دارد؟ وارد حوزه سیاسی و اجتماعی می‌شویم.

وقتی اعتراضات مردم را از همین زاویه بررسی کنید، چه نکته‌ای را به‌عنوان زنگ خطر در عرصه رسانه‌ها می‌دانید؟

مهم‌ترین نکته‌ای که می‌شود دید، همان انگاره‌سازی‌ها از طریق اخبار جعلی (fake news) و قطبی‌کردن فضاهای رسانه‌ای است. فضاهای قطبی، افراطی و رادیکال به انواع خاصی از خبر، تحلیل و افراد تاثیرگذار میدان می‌دهند و تلاش و اقدام برای حذف شخصیت‌ها، افکار میانه و معتدل نتیجه آن است. در این انگاره‌سازی‌ها، جریان‌ها و شخصیت‌هایی که عقلانی‌تر، جامع‌تر و نگاهی معطوف به آینده دارند، مورد هجوم قرار می‌گیرند. درواقع با این تصویرسازی تلاش دارند فضای رسانه‌ای را تند و هیجانی کنند و به‌اصطلاح جوری قطب‌بندی کنند که به حذف تفکرات، جریان‌ها و شخصیت‌های میانی منجر شود. دیدیم که این جهت‌گیری‌ها در حوزه سیاست معطوف به جهت‌گیری علیه اصلاح‌طلبی و اصلاح‌طلبان در داخل بود و سعی می‌کرد با القای ناامیدی و بی‌ثمری نسبت به اقدامات اصلاح‌گرانه، فضایی سرشار از کینه و تنفر بسازد. طبیعتا در این‌گونه فضاها، بازار اخبار جعلی و بدلی، بازار تحریف و تخریب هم رواج می‌یابد و زمینه قطبی‌شدن فراهم می‌شود و متأسفانه فضای اجتماعی و سیاسی ما هم استعداد قطبی‌شدن دارد.

> **آنچه در این ایام برجسته شد، جهت‌گیری علیه اصلاح‌طلبی، علیه دولت و علیه نظام و حتی علیه اعتقادات و باورهای جامعه ایرانی برای سوق‌دادن اعتراض‌ها و نارضایتی‌ها به سوی شورش‌های سیاسی بود و در آن نوعی هم‌سویی و هم‌گرایی بین شبکه‌های مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای هم مشاهده شد**

رابطه شبکه‌ها و رسانه‌های رسمی در اعتراضات خیابانی به نظرتان چطور آمد؟ به نظر می‌رسد که بیشتر رسانه‌های بزرگ تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی کوچک‌تر بودند و به‌نوعی بازتاب‌دهنده اخبار آنها.

رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های رسمی بیشتر نوعی پیوند گزینشی است؛ نمی‌توان گفت هرکدام به تنهایی نسبت به دیگری رابطه علی و تعیین‌کننده دارند. این رابطه در دنیای ارتباطات هم قالب شناخته‌شده‌ای دارد که در خود ایران هم، چه در دوران انقلاب، چه در دوران‌های خاص سیاسی، بارها بازتابش را دیده‌ایم. بارها تاثیر رسانه‌های کوچک را در برابر رسانه‌های بزرگ مشاهده کرده‌ایم؛ دیده‌ایم که رسانه‌های کوچک به اعتبار زمینه‌ای که در جامعه پیدا می‌کنند، در مقابل رسانه‌های بزرگ و رسمی تاثیرگذارتر می‌شوند. حتی در اوایل انقلاب می‌توان به اقبال مردم از نوارکاست‌های حاوی پیام‌های امام اشاره کرد که به جای رادیو و تلویزیون رسمی، مردم به آنها رجوع می‌کردند. یا در دوران انتخابات ریاست‌جمهوری و مجلس در یک مقطعی روزنامه‌ها بر رادیو و تلویزیون و در مقطعی دیگر شبکه‌هایی نظیر تلگرام به جای رسانه‌های رسمی بر نحوه نگرش مردم تاثیر گذاشته‌اند و دایره تاثیرشان گسترده‌تر از صداوسیما شد.

پس شما قبول دارید که رسانه‌های جریان اصلی از شبکه‌های اجتماعی تأثیر گرفته‌اند؟

هم رسانه‌های کوچک و شهروندی و هم رسانه‌های جریان اصلی با یکدیگر در پیوند هستند. ولی مهم‌تر آنکه هر دو در پیوند با جامعه‌اند؛ یعنی به میزان بهره‌مندی از اعتماد عمومی و سطح استفاده از آن که به داشتن سرمایه اجتماعی تعبیر می‌کنیم، تاثیرگذار هستند.

مستقلا نمی‌توانیم رسانه‌ها را به دلیل ساحتشان نفیا یا اثباتا ارزیابی کنیم؛ رسانه‌ها را می‌توان در پیوند با نقش اجتماعی و میزان حضور افکار عمومی مورد داوری قرار داد.

در شرایط اخیر جامعه ما، آن چیزی که قابل‌توجه است و باید نسبت به آن حساس بود، این است که با کاهش میزان اعتماد به رسانه‌های شناخته‌شده و رسمی، این رسانه‌ها جایگاه خود را از دست می‌دهند. به دلیل اینکه آنها حاملان و ناقلان واقعی مطالبات عمومی نیستند، جناحی و خطی عمل می‌کنند و با سوگیری سیاسی حتی نسبت به نهادهای قانونی وارد می‌شوند. نمونه‌هایش را بارها در طول این سال‌ها شاهد بوده‌ایم؛ مثل جهت‌گیری صداوسیما نسبت به دولت، نخبگان و اصلاح‌طلبان و سطوح بالایی گروه‌های مرجع از جامعه. با این روند، خلأیی به وجود آمده و رسانه‌های کوچک و شبکه‌ها میدان‌دار شده‌اند. در این شرایط، رسانه‌های بزرگ به‌طور عام در تأثیرگذاری از رسانه‌های کوچک سیاسی و اجتماعی عقب افتاده‌اند. وقتی وضعیت اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی و سیاسی هم دچار نوعی از هم‌گسیختگی می‌شود، در فضای نامنسجم نوعا شبکه‌ها اجتماعی میدان‌دار می‌شوند و در زمینه‌ای از گسستگی اجتماعی زمینه برای فعالیت شبکه‌ای گسیخته فراهم می‌شود. این مهم است که آسیب‌دیدگی رسانه‌ای خود علامت نوعی آسیب‌دیدگی اجتماعی هم هست.

و ما در اعتراضات خیابانی اخیر در شبکه‌های اجتماعی شاهد این ماجرا بوده‌ایم؟

بله، این مسئله به مقدار زیادی دیده شد. شبکه‌ها در کنار به‌میدان‌آمدن کانال‌ها و شبکه‌های سیاسی شناخته‌شده خارج از کشور با بهره‌گیری از فناوری‌های جدید ارتباطی و پیام‌رسان‌ها سعی کردند که فضایی تند، قطبی‌شده و غیرواقعی به وجود آورند و نارضایتی‌ها و اعتراض‌ها را به جهت‌هایی خشن، نفرت‌بار، غیرمسالمت‌آمیز و غیردموکراتیک بکشانند و وانمود کنند که جامعه از دولت، نظام و اصلاحات گذشته‌اند و هیچ نقطه اتکای قانونی و دموکراتیکی برای پیگیری خواسته‌هایشان ندارند.

یعنی هدف سیاسی در این کار شبکه‌ای رسانه‌ای برجسته می‌شود؟

بله! همین هدف‌گیری سیاسی است که به جای نقش سازنده شبکه‌ها نقش مخرب آنها را می‌نشاند. نقش سازنده شبکه و رسانه، ترغیب به مشارکت در فضای عمومی گشوده است و نقش مخرب آنها ایجاد فضاهای بسته و مهندسی‌شده است که نوعی «تور رسانه‌ای» مثل «تور امنیتی» به وجود می‌آورد و به هر فکر و کنش و کنشگری در بیرون آن انگ می‌زند. نگاه کنید بازنمایی اصلاحات، بازنمایی انتخاب، بازنمایی ایران، بازنمایی اسلام در این فرایند «اعتراضات رسانه‌ای‌شده» از سوی رسانه‌ها و شبکه‌های مخالف چگونه بود.

حجم اخبار جعلی، هشتگ‌های ساخته‌شده علیه شخصیت‌های ملی و اصلاح‌طلب و تفکرات و جریان‌های غیرافراطی چقدر بود. تمام کسانی که به تغییرات اصلاح‌طلبی قائل هستند هدف قرار گرفتند. پیش‌تر هم گفتم تمام جهان‌هایی که نگاه‌های جامع‌تر، متعادل‌تر و معطوف به آینده داشته و دارند و این وضعیت رسانه‌ای در زمینه اجتماعی و فرهنگی و سیاسی و اقتصادی کنونی حائز اهمیت است. تحقیقات اجتماعی هم در ایران نشان می‌دهد که جامعه ما دستخوش تغییرات پردامنه‌ای در همه سطوح شده است، اما راه گرفتارشدن به «واگرایی» و «گسست» پذیرش رویکردهای اصلاحی است.

هنگامی که تحقیقات میدانی را بررسی می‌کنیم می‌بینیم که بخش کوچکی از جامعه طرفدار حفظ شیوه‌های مدیریتی موجود هستند، بخش‌های بزرگ‌تری خواستار تغییر و بهبود وضع هستند، اما در میان طرفداران تغییر آنان که به اصلاحات تدریجی فکر می‌کنند، نسبت به آنان که به دنبال تغییرات رادیکال و ناگهانی‌اند، اکثریت را دارند. حالا آن جریانی که می‌خواهد بر موج نارضایتی‌ها، اعتراض‌ها یا بی‌اعتمادی‌ها سوار شود، دوست دارد و درصدد است که فضا را رادیکال کند و گرایش‌ها را به سمت تغییرات رادیکال ببرد؛ چه از سویه راست و چه از سویه چپ. آنها مهم‌ترین مانع را برای گرایش مردم به تغییرات رادیکال و پرهزینه گرایش به اصلاحات و قانون‌گرایی می‌دانند، به همین اعتبار فعالان اصلاح‌طلب را در حوزه مدنی و سیاسی هدف قرار می‌دهند، دست به تحریف وقایع و انتشار اخبار جعلی می‌زنند. درصدد هستند چهره‌ها و سرمایه‌های ملی و نمادین را تخریب کنند. آنها در این مدت گاه میدان‌دار شدند و در فضای شبکه‌ای هم تا حدودی این کار را کردند. اما از یاد نبریم که در غیاب فضای آزاد و نقاد و غیبت رسانه‌های فعال و مستقل است که نقش شبکه‌ها بیشتر می‌شود و در فضای فعال و آزاد رسانه‌ای است که هرکس می‌تواند متوجه شود که چه چیز جعلی است و چه چیز غیرجعلی. یعنی راه مقابله با این فضا همچنان که رئیس‌جمهور بر آن تأکید دارد، دورشدن از حق آزادی دسترسی به اطلاعات و سایر حقوق اساسی و شهروندی است.

اگر بخواهیم این بخش را جمع‌بندی کنیم، می‌توانم بگویم دورشدن رسانه‌های رسمی و جریان اصلی از ایفای نقش مؤثر و ازدست‌رفتن مرجعیت آنها در سطوح وسیعی سبب شده است که بخش زیادی از افکار عمومی به شبکه‌ها روی بیاورند و میدان‌دارشدن شبکه‌های مخالف سیاسی فضای سیاست‌ورزی و نقد را بستند و قطبی کردند... .

اگر بخواهیم مصداقی بررسی کنیم آیا می‌توان گفت برخی شبکه‌های تلویزیونی تحت‌تأثیر فضاسازی‌های برخی شبکه‌های اجتماعی قرار گرفتند؟

البته نقش و قدرت شبکه‌های مجازی در تصویرسازی از حوادث خیلی زیاد است اما من این مسئله را در سطح بزرگ‌تری دیدم و بیشتر مسئله زمینه‌های اجتماعی و عوامل سیاسی را مهم می‌دانم. آنچه در ایام اخیر دیدیم، نوعی هم‌پیوندی بین شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در خارج از کشور بود. می‌توانیم بگوییم آنچه در این ایام برجسته شد، جهت‌گیری علیه اصلاح‌طلبی، علیه دولت و علیه نظام و حتی علیه اعتقادات و باورهای جامعه ایرانی برای سوق‌دادن اعتراض‌ها و نارضایتی‌ها به سوی شورش‌های سیاسی بود و در آن نوعی هم‌سویی و هم‌گرایی بین شبکه‌های مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای هم مشاهده شد. این پدیده از منظر فنی، تکنیکی و سخت‌افزاری کاملا روشن است. از منظر نرم‌افزاری و جهت‌گیری سیاسی هم بین فعالان شبکه‌ها، دست‌اندرکاران و حامیان آنها خیلی فاصله نیست. در یک داوری کلی می‌شود گفت: در مواجهه با اعتراضات اخیر مجموع شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی و بسیاری از فعالان شبکه‌های مجازی دست به بزرگ‌نمایی و اشاعه اخبار جعلی زدند و به دنبال قطبی‌کردن جامعه، حذف اندیشه‌ها و جریان‌های واسط و میانی و تقویت نفرت، ناامیدی و خشم بودند.

یعنی فراتر از کار تعریف‌شده رسانه‌ای عمل شد؟

بله، به‌طور ملموس می‌توان در این کار نسبت مستقیم سیاست و رسانه را دید. هم در چهره‌سازی‌ها و جریان‌سازی‌ها می‌توان این سوگیری را دید که این بخش از شبکه‌ها و رسانه‌ها به دنبال این بودند که خیابان رسانه‌ای یک‌طرفه‌ای بسازند، یأس و سرخوردگی منتشر کنند، سطح توقعات را بیشتر کنند و بین توقعات و امکانات و فرصت‌ها فاصله بیندازند. در واقع این مسیر را دنبال کنند که از دل «انقلاب توقعات فزاینده»، انقلاب «سرخوردگی‌های فزاینده» و نهایتا نوعی رادیکالیسم و افراطی‌گری را به وجود آورند.

و این انقلاب‌های رسانه‌ای چه مشخصاتی دارند؟

دست‌اندرکاران توسعه و ارتباطات می‌گویند دامن‌زدن رسانه‌ها به «انقلاب توقعات فزاینده» در غیاب فرصت‌ها و امکانات مناسب سر از شکل‌گیری سرخوردگی‌های فزاینده درمی‌آورد که نتیجه آن یا خشونت و رادیکالیسم است یا رجعت به گذشته.

در اینجاست که حتی تصویرسازی رؤیایی از گذشته هم مطرح می‌شود و میل به احیای آن گذشته بازنمایی شده که با واقعیت همان گذشته هم متفاوت است، بر اثر سرخوردگی از برآورده‌شدن توقعات افزایش می‌یابد. در واقع عده‌ای میل به ساختن آینده‌ای موهوم از طریق خشونت پیدا می‌کنند و عده‌ای هم مدام در حسرت گذشته و آن چیزی که از دست داده‌اند تصویرسازی و آن را به شکل آرزوی مردم بازتولید می‌کنند. در اعتراضات اخیر ما دقیقا هر دو دسته تلاش را هم در شبکه‌های ماهواره‌ای و هم در شبکه‌های اجتماعی دیدیم.

یادداشت

معجزه برف در فضای اجتماعی ایران

علی‌اصغر سیدآبادی

● هفته گذشته که در شبکه‌های اجتماعی فارسی تنش موج می‌زد، اگر کسی می‌گفت چند روز دیگر خوشی‌های روزمره جای تنش‌ها را خواهد گرفت، هیچ‌کس باور نمی‌کرد. فقط یک معجزه می‌توانست فضا را تغییر دهد و حالا معجزه رخ داده است. تا همین چند روز پیش در فضای شبکه‌های اجتماعی هر خبر و بحث و نظری به الگوهای پیش‌ساخته و دوقطبی سیاسی رانده می‌شد و ذیلش درگیری‌های شدید درمی‌گرفت میان کسانی که معتقد به اصلاحات بودند و کسانی که فکر می‌کردند «دیگه تمومه ماجرا». این دعواها در شبکه‌های اجتماعی بر رسانه‌های بزرگ فارسی‌زبان در خارج از ایران هم تأثیر می‌گذاشت و به شکلی بازنمایی می‌شد که گویی بحث روز کوچه و خیابان‌های شهرها و روستاهای ایران همین موضوع است. حالا فضای شبکه‌های اجتماعی تغییر کرده است، انگار اتفاق بزرگی افتاده باشد. معجزه برف حال‌وهوا را عوض کرده است. نشاط اجتماعی بالا رفته است. ویدئوهایی که مردم منتشر کرده‌اند پر از شادی است. جالب است که خیلی‌ها حتی دعوت شهردار برای تکاندن درخت‌ها را لبیک گفته و از درخت‌تکانی نوشته‌اند؛ چیزی که به نظرم خود بچه‌های شهرداری هم باور نمی‌کردند چنین حس مثبتی با این دعوت ایجاد شود. هم‌زمان با برف، خبر شل‌شدن حصر و برخی خبرهای خوش کوچک هم- دست‌کم در طبقه متوسط شهری- بی‌تأثیر نبوده و در شبکه‌های اجتماعی به آنها اشاره شده است. از همه عجیب‌تر و بدیع‌تر موجی است که برخی ایرانیان خارج از کشور شروع کرده‌اند درباره تجربه تعطیلی و توقف شهر هنگام برف و حرفشان این است که برف‌هایی سبک‌تر از این برخی شهرهای اروپا و آمریکا را تعطیل می‌کند یا مثلا وظیفه شهرداری در اروپا و آمریکا تمیزکردن خیابان اصلی است و مردم خودشان باید پیاده‌روها را تمیز کنند. در این دو شب بحث‌ها کاملا تغییر کرده است. خشونت کلامی که این روزها سکه رایج بود، از رونق افتاده. کمتر کسی ناسزا می‌گوید و طرف مقابلش را با انگ سیاسی می‌کوبد. اکثریت دارند از شادی‌های روزشان می‌نویسند و در نوشته‌هایشان تهران و ایران را دوست دارند. به نظر برخی از جامعه‌شناسان، یکی از زمینه‌های مهم اعتراضات، فشار روانی ناشی از نگرانی‌هایی مانند آلودگی هوا، خشک‌سالی، زلزله، ازدست‌دادن کار و ناتوانی اقتصادی بود. برف هم چون نشانه‌ای است از کم‌شدن نگرانی از خشک‌سالی و بهبود هوای آلوده و بهانه و فرصتی برای شادی و افزایش نشاط اجتماعی، به‌سرعت بر روان جامعه تأثیر گذاشته است. به بیان دیگر، این برف معجزه‌ای بود که فضای اجتماعی را تلطیف کرد. عجیب که برف‌های قبلی همیشه بهانه انتقادهای گسترده از شهرداری می‌شد. شاید نیاز به این برف متفاوتش کرده، اما نه، معجزه است؛ معجزه‌ای که راه را هم نشانمان داده. مردم به شادی نیاز دارند؛ گشایش‌های کوچک، دل‌خوشی‌های کوچک و نشانه‌های کوچک تغییر را می‌بینند و واکنش مثبت نشان می‌دهند. کاش بزرگان قوم این حس مثبت را با ادامه همین گشایش‌ها و دل‌خوشی‌ها تداوم ببخشند.

ادامه از ستون

خوشبختانه برخلاف شهرهای اروپایی فضای ایران دور مسائل ریشه‌ای مانند دین و فرهنگ دوقطبی نمی‌شود (یا حداقل تاکنون نشده است) و پایه‌های مشترک و محکمی برای گفت‌وگو وجود دارد. از همین فرصت باید برای ایجاد و تقویت گفت‌وگو بهره برد. باید آدم‌های مستقل و واقعی را فارغ از هر نظری که دارند و هر جبهه‌ای که می‌گیرند، شناخت و با آنها وارد گفت‌وگویی برابر و فارغ از اَنگ و کلیشه شد. آن کسی که نظر مستقلی دارد، حاصل تجربه ناب خودش است و رفع فضای دوقطبی بدون توجه به این تجربه، دشوار است. سوم، نظریه‌های روان‌شناسی و جامعه‌شناسی کارآمدی هم برای کار در این شرایط ساخته شده است، مثل «نظریه سرایت» (لوبون) که می‌تواند نشان دهد چطور آدم‌های مستقل جذب توده‌های قابل مهندسی می‌شوند. برای همین، خود همین عروسک جورابی را نباید تبدیل به یک اَنگ جدید کرد تا مبنای دوگانه جدیدی قرار گیرد. ممکن است هرکسی در هر طیفی آلوده شود و راه رهایی گفتارها از آلودگی به اَنگ و کلیشه و شایعه، باز هم در آگاهی از آن است. دست‌آخر اینکه امروز همه جای دنیا درگیر این مسئله است اما تا جایی که تجربه و بیان کشورهای دیگر نشان می‌دهد، به‌خصوص در زمینه شناسایی ویژگی‌ها و پیامدهای شبکه‌های اجتماعی در ایران هیچ کاری انجام نشده است. نه فرصت‌های آن به خوبی شناسایی شده است و نه تهدیدهای آن. همه ادبیات جاری، برآمده از نگاه سنتی به جامعه و رسانه است. جای خالی یک واحد پژوهشی دانشگاهی احساس می‌شود تا توصیه‌های لازم و برآمده از نگاهی ملی و شرایط خاص جامعه ایرانی را به چهار سطح سیاست‌گذاری، رسانه‌ها، کنشگران و عموم مردم انتقال دهد.

منابع در دفتر روزنامه موجود است