

پنجشنبه ۶ آذر ۱۳۹۳ • سال دوازدهم • شماره ۲۱۷۳ • ۷

شرق روزنامه

فرهنگ ایرانی • علم

ایمنی مدارس در برابر زلزله، یک ضرورت فوری در ایران	صفحه ۸
درباره لزوم تغییر نگاه به شیوه برگزاری مانور زلزله	صفحه ۹
روایت بابک گلکار از نمایشگاه «کارِ گلِ»	صفحه ۱۰

یادداشت

فضای عمومی غیر فعال و میل به شبکه‌های اجتماعی

این خصلت ذاتی انسان‌هاست که می‌خواهند به‌نحوی خود را به جامعه عرضه کنند و هویت بگیرند. درواقع یکی از مبانی اصلی وجودی انسان‌ها، اجتماعی‌بودن است. پیش‌ترها این اجتماعی‌بودن و اجتماعی‌شدن در قالب‌های سنتی شکل می‌گرفت و فرد در جمع دوستان و فامیل در مراسم و مناسک، خود را بروز می‌داد و تایید می‌گرفت یا در مقابل، عکس‌العمل گروه را می‌گرفت. کم‌کم با توسعه فناوری‌ها، شکل روابط انسان‌ها تغییر کرده است. به‌نظر می‌رسد در دوره جدید افراد، کمتر در فضاهای جمعی و مشترک حضور دارند، برای مثال فرزندان حتی اگر در خانه باشند، در اتاقشان هستند و تعاملات میان اعضای خانواده و فامیل، تعاملات پرمایه پیشین نیست، وقتی فضاها بیش از آنکه واقعی باشند به‌سمت فضاهای مجازی سوق یافته‌اند، افراد تلاش می‌کنند خود را در این فضاها بروز دهند. به‌علاوه آنها تلاش می‌کنند واکنش‌ها و عکس‌العمل‌ها را نیز نسبت به‌خود در این فضا بسنجند. قاعدتا فرد احساس می‌کند در این فضای جدید باید ابراز وجود کند یا خود را نشان دهد. این در جایی است که فرد در بیرون از خانه و در خیابان کسی را نمی‌شناسد و عرصه آشنایی‌هایش بیش از هرجا به فضاها و شبکه‌های اجتماعی کشیده شده است. این البته به‌آن علت است که امروز در عرصه عمومی کمتر مجالی برای تعامل میان افراد وجود دارد. این است که افراد جامعه جسته‌وگریخته می‌توانند در فضاهای عمومی خود را نشان دهند. اما در فضای مجازی فرد در شبکه‌هایی عضو می‌شود، صفحه‌اش دیده می‌شود، ممکن است ده‌ها نفر مطلبش را بخوانند و اظهارنظر کنند. بنابراین او برای هویت‌گرفتن هرچه‌بیشتر در آن فضا می‌ماند. درواقع یکی از مهم‌ترین دلایلی که موجب شده است افراد به بروز و



نمایش بیشتر در فضاهای مجازی روی بیابرد، نبود فضاهای عمومی مطلوب است. پیش‌تر آدم‌ها با هم گفت‌وگو و معاشرت می‌کردند اما امروزه حتی در فضای مهمانی‌ها هم هرکسی با گوشی تلفن درگیر ارتباط با یک فضای مجازی است. حتی این‌ در روابط میان کودکان نیز دیده می‌شود. سال‌های پیش کودکان هر ساختمان روزها ساتی برای بازی دورهم جمع می‌شدند. امروزه در این قرارها بچه‌ها کمتر بازی می‌کنند و بسیار دیده می‌شود که هریک از آنها با گوشی تلفن همراه یا آئیپ د تبلت در کنار دیگران نشسته است. این درست است که حضور در شبکه‌های اجتماعی یک‌پدیده جهانی است اما به‌طور معمول مردم در کشورهایی بیشتر به فضای مجازی روی می‌آورند که عرصه عمومی عرصه‌ای غیرفعال است. در کشورهای توسعه‌یافته امکان‌هایی برای ارتباط‌های رودرو هست. این امکان‌ها بیش از هرچیز در نهادهای مدنی در اختیار افراد قرار می‌گیرد. بر این اساس کمتر شهروندی در این کشورها می‌توان یافت که در یکی از این نهادهای مدنی عضویت نداشته باشد و به عبارت دیگر در فضای عمومی جامعه نقشی فعال برعهده نگرفته باشد. در هرحال موضوع گرایش به شبکه‌های اجتماعی بابت نیاز به دیده‌شدن است، اگر افراد تصور کنند که در فضاهای مجازی دیده نمی‌شوند به‌سراغ این فضاها نمی‌روند اما به‌طور معمول فرد می‌تواند مطمئن باشد که وارد یک‌شبکه اجتماعی می‌شود و به‌هرحال متناسب با چیزهایی که ارایه می‌دهد، مخاطبانی خواهد داشت. بنابراین می‌توان گفت فرد هنگامی که در شبکه‌های اجتماعی وارد می‌شود، ارتباطی باواسطه با جامعه پیدا می‌کند. نکته دیگری که در این‌میان وجود دارد این است که افراد به‌دنبال ارتباط با همسرشان خود هستند. امروزه در خانواده‌ها تعداد فرزندان کمتر شده و از آنجا که کمتر تمایل برای بیرون‌فرستاندن آنها از منزل وجود دارد، کودکان در نهایت برای گرفتن ارتباط با همسران خود به شبکه‌های اجتماعی و فضاهای مجازی کشیده می‌شوند. به‌هرحال باید بپذیریم که بروز پدیده نمایش بیش ازاندازه در فضاهای مجازی بابت میل‌به کنش اجتماعی در میان افراد جامعه است.



نگاه

سلفی، گروفی، وفی

فرهنگ لغت آکسفورد واژه «سلفی» (selfie) را چنین تعریف کرده است: «عکسی که کسی از خودش می‌گیرد؛ معمولا عکسی که کسی با تلفن همراه هوشمند یا وبکم می‌گیرد و در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارد.» این فرهنگ لغت زمان رواج این کلمه را اوایل قرن‌بیست‌ویکم دانسته است. عکس‌گرفتن از خود می‌تواند به سال‌های قبل بازگردد و گاهی بحث درباره اولین عکس‌هایی که عکاسان از خود گرفته‌اند نیز بالا گرفته است. طبق آنچه دایره‌المعارف منبع باز «ویکی‌پدیا» می‌گوید، اولین عکس سلفی که با دوربین عکاسی گرفته شده به سال۱۸۳۹ بازمی‌گردد که روبرت کرنلیوس آمریکایی-هلندی از خود گرفته است. پس از آن نیز بارها عکاسان، چه جلو لنز دوربین عکاسی و چه در آینه، از خود عکس گرفته‌اند. اما پس از اینکه تلفن‌های همراه هوشمند به بازار وارد شد، هرکسی می‌توانست با همان تلفن از خود عکس بگیرد و با همان وسیله نیز در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارد. به‌تدریج گرفتن سلفی در میان مردم رواج پیدا کرد و بین ستاره‌ها و مشاهیر نیز عمومیت یافت. در بسیاری از گرده‌مایی‌ها، حتی سیاستمدارانی را می‌شد دید که خودشان یا به‌طور گروهی عکس می‌گیرند. یکی از معروف‌ترین این سلفی‌ها، سال گذشته اتفاق افتاد که باراک اوباما، رئیس‌جمهور آمریکا، با دیوید کامرون، نخست‌وزیر انگلیس و خانم هله زورینگ‌اشمیت، نخست‌وزیر دانمارک، در جریان مراسم یادبود نلسون ماندلا عکس سلفی می‌انداختند و در همین حال، میشل اوباما، همسر بارک، با ناراحتی کنار دست اوباما نشسته و روییش را برگردانده بود. انداختن سلفی در واتیکان با پاپ فرانسیس نیز از دیگر مواردی بود که مشهور شد.

گرفتن عکس سلفی به قدری رواج یافت که پای جامعه‌شناسان و روانشناسان را به این موضوع باز کرد و برخی از این عنوان کردند کسانی که بیش از حد عکس خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند، در سطح پایین‌تر از نظر حمایت‌های اجتماعی و صمیمت قرار دارند. در این میان، ابداعات دیگری نیز بر پایه عکس سلفی به بازار آمد؛ یکی از اینها چوب سلفی (selfie stick) است که چوبی است که تلفن همراه سیر آن قرار می‌گیرد و به صاحب تلفن اجازه می‌دهد که از زاویه‌ای دورتر و بالاتر، از خود عکس بگیرد. شرکت‌های سازنده تلفن همراه، با دیدن رواج انداختن عکس سلفی به این فکر افتادند که مشتری بیشتری جذب کنند. آنها حتی اصطلاحات مربوط به کسب‌وکارشان را نیز ساختند؛ واژه «گروفی» (groufie) اصطلاحی است که شرکت هواوی، سازنده تلفن همراه چینی، برای تلفن‌هایی که لنز بازی دارند و به کاربران اجازه می‌دهند به‌طور گروهی و با تعداد بیشتری از افراد عکس بیندازند، ساخته شد. به‌همین‌رتیب، شرکت کرای سامسونگ هم که تلفن همراه تولید می‌کند، اصطلاح «وفی» (wefie) را ساخت که در آن عبارت لنز باز (wide-angle) دوربین‌های خود را با واژه سلفی ترکیب کرده بود.



عکس: امیر چندی، شرق

گفت‌وگو با محمد امین قانعی‌راد درباره اشتیاق به دیده‌شدن

عمومی‌شدن امر خصوصی

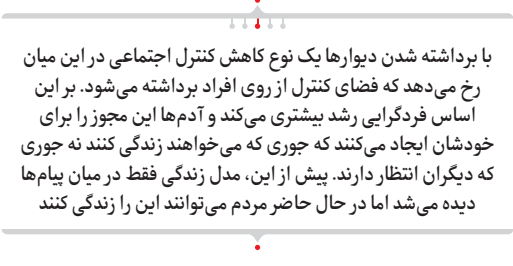
به طور همزمان بود. رسانه‌ها نقش زیادی در ازبین‌بردن شکاف حوزه عمومی و خصوصی داشتند که قبل از انقلاب و تا سال‌های بعد از انقلاب، شامل مطبوعات و تلویزیون و سینما می‌شود. این رسانه‌ها به عادی‌سازی حضور زنان در جامعه پرداخته‌اند و بعد کاری که رسانه‌ها کردند، منعکس‌کردن عکس‌ها و تصاویر است. این تصاویر به صورت فیلم و عکس در سینما و در مطبوعات و تلویزیون نمایش داده می‌شد. اما اتفاقی که در شش‌سال اخیر رخ داده است و به قول شما با سرعت اتفاق افتاده است، ناشی از چند چیز است: یکی ماهواره است و در کنار آن، شبکه‌های اجتماعی است به‌ویژه فیس‌بوک و شبکه‌هایی مثل وایبر و... که اطلاع‌رسانی شدیدی توسط آنها صورت می‌گیرد. شاید چیزی که بیش از همه نقش داشته است، تصاویر بوده است نه متن. من در گروه‌های مختلفی در وایبر عضو هستم که برای مثال دانشجویان قدیمی ساخته‌اند که سال‌های سال است با آنها در ارتباط نیستیم.

آ این موضوعی که می‌گویید، دقیقاً تایید همین موضوع است که فضای خصوصی کوچک شده است و دیوار بلند میان فضای عمومی و خصوصی فرو ریخته است. به هر حال ۱۰ سال پیش شما به سختی به‌عنوان یک استاد شماره تلفن‌تان را در اختیار دانشجویان قرار می‌دادید اما امروز این موضوع عادی است و خیلی‌ها شماره شما را دارند و شما هم مشکلی با این موضوع ندارید.

بله! به این می‌گویند عمومی‌شدن امر خصوصی. قبل از آن، شماره تلفن حریم خصوصی من بود و من با یک شرایطی آن را در اختیار دیگران قرار می‌دادم. حساسیت‌هایی که پیش از این وجود داشت، کمتر شده است. در مورد ایمیل هم پیش از این به سختی ایمیل را در اختیار دیگران قرار می‌دادم که در فرآیند طبیعی به این‌سو رانده شده‌ایم. «امر خصوصی» به تدریج به عرصه جامعه آمده و عمومی شده است. در موج اخیر، شبکه‌های اجتماعی و فیس‌بوک نقش داشته‌اند. برای مثال شما در فیس‌بوک وارد می‌شوید و می‌بینید که شخصی عکس مراسم نامزدی‌اش را گذاشته و جوانی است که قبل از این محال بود عکسی از همسرش را در فضایی عمومی قرار دهد یا تکران شود که از عکس خانمش سوءاستفاده شود یا مثلاً در اداره‌اش بفرمند که در فلان مهمانی حضور داشته است. در هر حال به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی و به‌خصوص فیس‌بوک بر مبنای تصویر قرار دارند و معمولاً خیلی روی متن تکیه ندارند.

آ طبیعی است وقتی شما با انبوه اطلاعاتی مواجه هستید، عکس بیشترین اطلاعات را در کمترین زمان ممکن به شما می‌دهد و شما در زمان کلیک‌های سریع روی لینک‌ها، به جای خواندن مطالب طولانی، عکسی می‌بینید و به اطلاعات دست می‌یابید.

دقیقا. فردی که می‌خواهد اطلاع‌رسانی کند که مثلاً دیروز مراسم دفاع پایان‌نامه‌ام بود، به جای آن، عکس می‌گذارد. نقش بیشتری به تصویر داده



می‌شود. برخی در فیس‌بوک عکس می‌گذارند و هرازگاهی عکس را عوض می‌کنند. عکس باید متنوع باشد. این نیست که شما عکسی را بگذارید و ۱۰ سال عکس بماند. خیلی افراد را می‌شناسم که در جامعه حجاب را رعایت می‌کنند اما در شبکه اجتماعی موها را رها کرده‌اند. یک نوع دوزیستی ایجاد شده است. در شبکه‌ها یک استانداردهایی حاکم است و در جامعه استانداردهای دیگری. پس چند اتفاق می‌افتد: یکی دوغانگی است، یکی تأثیر فضای مجازی بر فضای عمومی. دوغانگی اول اتفاق می‌افتد اما فضای مجازی استانداردهای خود را به فضای مجازی منتقل می‌کند. این کار به آرامی صورت می‌گیرد و احساس می‌شود.

آ آیا این تأثیر استانداردهای فضای مجازی بر فضای واقعی پیامدهایی هم خواهد داشت؟ گفته می‌شود یکی از گروه‌هایی که بیش از دیگر گروه‌ها بابت استفاده از شبکه‌های اجتماعی دچار مشکل می‌شوند و زندگی‌شان دچار اختلال می‌شود، میانسالان هستند؛ افرادی که پیش از این، روابط تعریف‌شده و ازدواج‌های چارچوب‌داری داشته‌اند و امروز در وایبر و فیس‌بوک و اینستاگرام با چیزهایی مواجهند که برخلاف فرزندانشان کمتر با آنها درگیر بوده‌اند. این مورد را چگونه می‌بینید؟

در واقع نسل مسن‌تر خیلی وارد فیس‌بوک نشده‌اند و در وایبر بیشتر وارد شده‌اند. وایبر خصوصاً تر است. بسیاری از شبکه‌های وایبری، خانوادگی است و افرادی که در این شبکه عضوتند برای مثال نمایندگان چهار نسل



نگار حسینی

تا دیروز اگر افراد می‌ترسیدند عکسی از آنها جایی بماند و از آن سوءاستفاده‌ای شود، امروز عکس‌های تاق و جفت در شکل‌های گوناگون از آنها در گوشه‌وکنار شبکه‌های اجتماعی موجود است. امروز نه دیگر افراد به عکس‌ها توجه ویژه‌ای نشان می‌دهند نه افراد به سیاق گذشته نگران سوءاستفاده‌اند. به نظر می‌رسد چیزی که پیش از این بسیار سفت‌وسخت امری خصوصی تلقی می‌شد، امروز به موضوعی عمومی بدل شده است؛ گویی دیوارهای بلند خانه‌های ایرانی در دوره تازه کوتاه‌شده است؛ آن هم در بازه زمانی بسیار کوتاه. با «محمد امین قانعی‌راد»، جامعه‌شناس در مورد این پدیده و پیامدهای آن در جامعه ایران گفت‌وگو کرده‌ایم:

آ از زمانی که دیوارهای خانه مردم در جامعه ایران بلند بود و اندرونی و بیرونی اصل بلاشک خانه‌ها بود، خیلی زمان نگذشته که امروز همه‌گونه عکسی از زندگی خصوصی افراد روی شبکه‌های اجتماعی قرار دارد. در غرب این مسیر در درازمدت طی شده است؛ هرچند دیوارها هیچ‌وقت به اندازه دیوارهای جامعه ایران بلند نبوده است. تأثیر برداشتن این دیوارها و این همه نمایش را در شبکه‌های اجتماعی بر جامعه ایران چه می‌بینید؟ دقیقاً. جامعه ایران در گذشته این‌جور بوده است که دیواری میان اندرونی و بیرونی کشیده شده بود. در این وضعیت، تلاش می‌شد نه اطلاعاتی از خانه به بیرون برزود و نه اهل خانه در جریان اتفاقاتی که بیرون از دیوارها جریان داشت، قرار بگیرند. در این شرایط، ممکن بود گاهی افراد در منزل کارهایی انجام دهند که با عرف رایج و ارزش‌های جامعه و حتی با نگرش‌های رایج عمومی سازگار نباشد؛ مثلاً ممکن بود که جوانان در خانه‌شان جمع شوند و میهمانی بگیرند ولی این موضوع، درون خانه محصور می‌شد و بازتاب عمومی نمی‌یافت. یعنی حدودمرز فضای خصوصی شدیداً رعایت می‌شد. در واقع ما در جامعه ایران در دوره‌ای دیوار و مرزی بین حوزه خصوصی و حوزه عمومی کشیده بودیم. البته این دیواری که می‌گوییم چیزی که به صورت سنتی وجود داشت، خیلی مستحکم بود. یعنی خانه و خانواده از جامعه، شدیداً تفکیک شده بود.

این دیوارهای بلند به معنای تقسیم‌خانه به اندرونی و بیرونی بود و اینکه زن‌ها برای مثال حتی در حیاط را باز نمی‌کردند یا اینکه کلون در مردانه و زنانه داشت، یعنی مساله محرم و نامحرم بسیار رعایت می‌شد و خانه، دنیای خاص خود را داشت. در واقع میان این دو حوزه انقطاع ارتباطی وجود داشت و کاملاً از هم تفکیک شده بودند. در همان زمان هم، در خانه اتفاقاتی می‌افتاد؛ مثلاً زن‌ها مجلس رقص داشتند یا ممکن بود که عروسی‌هایی هم در خانه برگزار شود و به نحوی اختلاط بین زن و مرد هم صورت بگیرد یا مثلاً درون خانه زن‌ها به صورت دسته‌جمعی و در بیرون از خانه و حمام عمومی یک نوع خودابرازی داشته باشند. به هر حال انسان بدون خودابرازی نمی‌تواند زندگی کند. خودابرازی امری است که برخی می‌گویند غریزی است و می‌شود گفت که بخشی ضروری از زندگی انسان است. این به آن معناست که هر فرد به هر نحوی می‌خواهد خود را نشان بدهد. بر همین اساس اعضای خانواده همیشه راه‌هایی برای ابراز خود می‌یافتند؛ مثلاً باز محدوده خاص جنسیتی داشت و بازتاب در عرصه عمومی پیدا نمی‌کرد. یعنی امر خصوصی، خصوصی بود و امر عمومی، عمومی. این تفکیک، بسیار شدید بود. این تفکیک همراه با یک تقسیم‌کار شدیدی بین زن و مرد بود؛ تقسیم‌کار جنسیتی. در واقع بیرون به مردان تعلق داشت و خانه به زنان. طبیعتاً زن‌ها از سرمایه اقتصادی و فرهنگی خیلی برخوردار نبودند. حالا وقتی شما می‌گویید که دیوارها فرو ریخته، یعنی مرز حوزه خصوصی و عمومی برداشته شده است.

آ انگار در بازه زمانی کوتاهی این اتفاق افتاده است. پیامد این اتفاق در بازه زمانی کوتاه چه می‌تواند باشد؟

اگر از یک نظر بخواهیم نگاه کنیم، کمتر از شش‌سال است این اتفاق افتاده است اما به نظر می‌رسد تاریخچه آن به زمان‌های قبل‌تر برمی‌گردد. ازبین‌رفتن دیوار میان حوزه عمومی و خصوصی و سست‌شدن مرزها و ایجاد ارتباط بین این دو و تردید در آن بابت تقسیم‌کار اجتماعی بود که این تقسیم‌کار، جنسیتی بود. در واقع این تاریخچه به ۲۰سال یا بیش از آن و اوایل دهه۵۰ که در ایران برمی‌گردد که حضور زنان در عرصه آموزش و اشتغال بود، به تدریج حضور زنان در عرصه جامعه به یک امر عادی تبدیل شد و در حالی که قبل از آن غیرعادی و خلاف قاعده بود. قاعده این بود که عرصه عمومی مردانه است و زنان باید در خانه باشند و اگر هم بیرون می‌آیند، تحت شرایط خاصی باشند. این دوغانگی به‌تدریج در هم شکست و این شکستن تحت‌تأثیر بسیاری از پدیده‌ها