

جامعه و شبکه‌های اجتماعی

غلام خیابانی^۱



^۱ پژوهشگر رسانه‌های گروهی و دانشیار دانشگاه لندن، گلداسمیت

از بحران سال ۲۰۰۸ تا امروز، جنبش‌های نسبتاً بزرگی، از جمله خیزش سال ۸۸ در ایران، انقلاب‌ها در جهان عرب در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۲، جنبش جهانی اشغال وال استریت، جنبش برابری حقوقی برای سیاهان، و نیروی بزرگی که حول جرمی کوربین در بریتانیا و برنی سندرز در ایالات متحده جمع شدند، نشانه‌های روشنی از گسترش مقاومت علیه دیکتاتوری و نولیبرالیسم هستند. از خیابان‌های ایران تا میدان تحریر در قاهره، میدان خورشید اسپانیا، و پارک زوکوتی نیویورک، شاهد موج جدیدی از اعتراض‌ها به سیستمی بودیم که نه فقط قادر به تضمین رفاه و آزادی برای همه نبوده، بلکه قدم به قدم، و با خشونت ویژه‌ای، دستاوردهای جنبش‌های بزرگ دهه‌های قبل را به زیر گرفته است. تقریباً و بدون استثنا، در همه‌ی این موارد تکنولوژی به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی به‌طور خاص، به‌عنوان یکی از عوامل اصلی در شکل‌گیری این جنبش‌ها، و مؤلفه‌ی مهمی در توضیح آنها، مطرح شده است. بسیاری بر این نظر هستند که تکنولوژی و از جمله شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در همین زمینه ایفا کرده‌اند و می‌کنند، که حق دسترسی به و داشتن رسانه یک فانتزی نیست. چنین به‌نظر می‌رسد که هر کسی که به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دسترسی دارد، قادر است در وسیع‌ترین تبادل نظرهای سیاسی و اجتماعی شرکت داشته باشد.

استفاده‌ی خلاقانه از سکوه‌های مختلف ارتباطی، و مهارت‌های غیر قابل‌انکار در به‌هم‌تنیدن تصاویر، صدا، موسیقی و غیره، برای تبلیغ، سازمان‌دهی و بسیج جنبش‌های اعتراضی، خیلی‌ها را واداشته که تأکید کنند که بدون به‌رسمیت شناختن نقش مرکزی این شبکه‌ها، قادر به فهم این جنبش‌ها نخواهیم بود. مانول کاستلز، به‌طور مشخص تأکید می‌کند که اینترنت نقش مرکزی در این شورش‌ها ایفا کرده، چرا که هر اندازه که ابزار ارتباطی متحرک و تعاملی‌تر هستند، شکل‌ها غیرمتمرکزتر و جنبش‌ها مشارکتی‌تر هستند.

در مقابل، کسانی هستند که تحلیل‌های غیر انتقادی از کارکرد و قدرت این شبکه‌ها را رد می‌کنند و به‌عنوان مثال بر اهمیت شکل، و یا استفاده‌ی دولت‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات و نظارت بر همه‌ی عرصه‌های اجتماعی تأکید می‌کنند. این دوقطبی شدن بحث بر سر نقش اینترنت، و تقلیل و تقسیم روشنفکران و فعالین سیاسی و اجتماعی به مؤمن و کافر به تکنولوژی (به کسانی که به قدرت تکنولوژی

ایمان داشتند و کسانی که حاضر نبودند ایمان بیاورند و یا تردیدهای جدی داشتند)، مسئله‌ی تناقض در همه‌ی عرصه‌های زندگی اجتماعی را نادیده می‌گیرد. تداوم استفاده از اینترنت توسط جنبش‌های اجتماعی از یک‌طرف، و استفاده‌ی جریانات راست و فاشیستی از آن از طرف دیگر، نشان می‌دهد که جبر تکنولوژیک خاصی در استفاده از این ابزار وجود ندارد، و وارد شدن آنها به زندگی اجتماعی، درست مثل «تکنولوژی جدید» قبلی، محصول شرایط معین، سیاست‌های مشخص، و توازن قوا است. بر همین اساس مثل هر پدیده‌ی دیگر، این شبکه‌ها قابل تغییر، تبدیل، و جهت‌گیری در استفاده از آنها هستند. یکی از برجسته‌ترین نمونه‌ها ظهور داعش در فردای بعد از شکست انقلاب‌ها در جهان عرب است. انصافاً در مقایسه با جنبش‌های مترقی استفاده‌ی داعش از این شبکه‌ها چشمگیر بود، هم در عرصه‌ی تبلیغ، هم در عرصه‌ی جذب نیرو، هم برای اعمال فشار و سازمان دادن. شبکه‌هایی که قرار بود پیامبر آزادی و رهایی باشند، به ارگان‌هایی تبدیل شدند که ترس خدا را در دل شهروندانی که تحت نفوذ داعش بودند، و یا حتی آنانی که در زیر سلطه‌ی داعش زندگی نمی‌کردند، تقویت کرد. شبکه‌های اجتماعی در فردای پس از شکست انقلابات کارکرد دیگری نیز پیدا کردند. در سال ۲۰۱۵ و در مقطع «بحران پناهندگی» یک خبرنگار عراقی یادآوری کرد که ابزارها و شبکه‌هایی که در زمان انقلاب برای سازمان دادن اعتراض، تجمع و تبلیغ استفاده می‌شد، حالا در دست بسیاری از فعالان به ابزاری برای راهیابی و گذر از مرزهای دژ اروپا تبدیل شده بود. ابزاری که پیش‌تر در خدمت سیاست «اعتراض» بودند به ابزاری در خدمت «خروج» از بحران و سرکوب تغییر پیدا کردند. نیروهایی که به این شبکه‌ها اتکا می‌کنند، و دلایل و اشکال استفاده از آنها، هیچ‌وقت یگانه نیست.

در زمینه‌ی نقش و جایگاه تکنولوژی در جوامع لازم است که روی چند نکته‌ی کلیدی تأکید کنیم.

اولاً، تکنولوژی و از جمله تکنولوژی‌های ارتباطی، همیشه و به معنای واقعی کلمه یک پدیده‌ی اجتماعی است. به همین خاطر باید بین تکنولوژی به مثابه یک اختراع و شرایط اجتماعی و تاریخی که امکان این نوآوری را فراهم می‌کند تمایز قائل شد. این

مسئله از همان ابتدا و در مورد همه‌ی اختراعات و نوآوری‌ها صادق بوده است. تکوین و توسعه‌ی نوشتن با گسترش و پیچیدگی مبادلات و روابط اقتصادی و اجتماعی پیچیده‌تر و تخصصی‌تر شده است. همه‌ی تکنولوژی‌هایی که در جامعه وارد و به کار گرفته شده‌اند محصول نیازها و ضرورت‌های اجتماعی خاصی هستند. لحظه‌ی تکنولوژی نه لحظه‌ی «کشف» آن که لحظه‌ی ضرورت‌های اجتماعی است. به‌عنوان مثال تلگراف، که زمانی یک «تکنولوژی جدید» محسوب می‌شد، سال‌ها پیش از آن که مورد استفاده قرار بگیرد اختراع شده بود. در این مورد نه خود تکنولوژی که یک تحول اجتماعی دیگر، یعنی ظهور و توسعه‌ی خطوط راه‌آهن بود که تلگراف را به یک ضرورت اجتماعی تبدیل کرد. ابزار حمل‌ونقل سریع نیازمند سیستم ارتباطی سریع بود. تلفن هم پاسخ به یک نیاز اجتماعی معین بود و اتفاقی نبود. بسیاری از مخترعان همزمان روی یک سیستم ارتباطی در دوران گسترش صنایع و شهرنشینی کار می‌کردند و در فاصله‌ی چند ساعت دو نفر اختراع تلفن را به ثبت رساندند. اختراع رادیو واکنشی (و ضرورتی) بود که تراژدی غرق شدن کشتی تایتانیک به میان کشید. سال‌ها بعد بود که رادیو به ابزاری بیشتر از یک سیستم ارتباطات بی‌سیم تبدیل شد. اهمیت نیازهای نظامی در اختراع تکنولوژی‌های ارتباطی را نباید نادیده گرفت. هم ویدئو و هم اینترنت از دل تحقیقات نظامی بیرون آمدند. اولین آزمایش‌های مربوط به ویدئو در ارتش آلمان صورت گرفت و اینترنت هم یک پروژه‌ی نظامی بود (و هست) که پنتاگون به‌وجود آورد.

ثانیاً، لحظه‌ی هر تکنولوژی جدید در عین حال لحظه‌ی یک انتخاب است. شرایط موجود و توازن قوا در جامعه در «انتخاب» تکنولوژی تأثیر مستقیمی دارند. به این معنا که شکل و یا کارکرد از قبل تعیین‌شده‌ای برای تکنولوژی وجود ندارد. نه تکنیک و مکانیک که انسان‌ها هستند که ترجیحات و نحوه‌ی استفاده از تکنولوژی مشخصی را انتخاب می‌کنند. به‌عنوان مثال، در مورد رادیو بحث معینی در آمریکا صورت گرفت در مورد این که چه اسمی و یا استعاره‌ای برای آن انتخاب کنند. تعدادی طرفدار کلمه باجه‌ی تلفن بی‌سیم، و تعدادی هم طرفدار نام روزنامه‌ی هوایی بودند. انتخاب اسم رادیو ربطی به تکنولوژی نداشت بلکه محصول تلاش‌های لابی شرکت‌های تلفن بود که مایل بودند انحصار «شبکه‌ی حامل» را برای خودشان حفظ کنند. شرایط موجود

سیاسی و اقتصادی و منافع بخش‌های مختلف سرمایه حتی در مورد تعیین نام تکنولوژی جدید در این جا تعیین کننده بود.

ثالثاً، صرف نظر از نیت اولیه‌ی درباره‌ی کارکرد تکنولوژی، همیشه اشکال و عوارض غیر قابل پیش‌بینی وجود خواهد داشت. تکنولوژی لزوماً و دقیقاً به آن شکلی که افراد و جریان‌هایی که آن را بوجود آوردند مورد استفاده قرار نخواهد گرفت. اگر تئوری جبر تکنولوژیک اشتباه است، دیدگاهی هم که تصور می‌کند سرنوشت تکنولوژی از قبل تعیین شده و غیر قابل برگشت است، اشتباه است. اگر تکنولوژی یک پدیده‌ی اجتماعی و جزئی از روابط اجتماعی هستند، و نه یک پدیده‌ی ثابت و از قبل تعیین شده، به این معناست که شکل نهایی آنها به توازن قوا و مبارزه‌ی اجتماعی بستگی دارد و وابسته است. از همین رو، در مورد همه تکنولوژی‌ها می‌توان گفت که پیچیدگی‌هایی اجتماعی معینی وجود داشته و خواهد داشت. ریموند ویلیامز، سوسیالیست سرشناس ولزی، به زیبایی و با هشجاری روی این پیچیدگی و به‌طور مشخص تناقض بین نیت برای کنترل و عواقب غیر قابل پیش‌بینی شده تأکید کرده است. او ضمن اشاره به این که نیازهای سرمایه برای تربیت نیروی کاری که قادر به نوشتن و خواندن است نهضت سواد آموزی را راه انداخت. امید این بود که کارگران در عین حال با خواندن انجیل به انسان‌هایی مؤمن و سر به‌زیر تبدیل بشوند. اما آن‌گونه که ویلیامز تأکید می‌کند «هیچ راهی وجود نداشت که به انسان‌ها نشان داد چگونه انجیل را بخوانند بدون آن که بتوانند مطبوعات رادیکال را بخوانند. نیت کنترل عواقب غیر قابل کنترل به‌بار آورد.»

اما در این مورد، لازم است تأکید کنیم که دوره‌ی آغاز هر تکنولوژی دوره‌ی نبرد بر سر نحوه‌ی کارکرد و استفاده از آن نیز هست. دوره‌ی اول پاگیری و اشاعه‌ی هر تکنولوژی همیشه بازتر و آشفته‌تر است و درست از همین جا نبرد بر سر شکل و گسترش، تنظیمات، آینده، و کنترل آن آغاز می‌شود. معمولاً دوره‌ی اول با آناارشی محسوسی مشخص می‌شود و به‌مرور دولت و سرمایه مهر خودشان را روی ابزار جدید می‌زنند. تجربه‌ی همه‌ی تکنولوژی‌های ارتباطی، از مطبوعات و رادیو گرفته تا اینترنت، همین واقعیت را نشان می‌دهند. در حقیقت می‌توان گفت که جنبش‌های

اجتماعی در بالا بردن اهمیت و وزن هر ابزار رسانه‌ای نقش مهمی ایفا کرده‌اند. به‌عنوان مثال تا قبل از خیزش سال ۸۸ در ایران و انقلاب‌های منطقه، «نسل فیس‌بوک» (که به جوانان نسبت داده می‌شد) تشریح تحقیرآمیزی بود، تعریف و تمجیدی در کار نبود. این توصیف از جوانانی بود که ظاهراً وقت خودشان را با فیس‌بوک هدر می‌دادند و در عین حال، انگشت اتهام را به سمت انزوای نسل جدید از سیاست و بی‌توجهی آنها به مهم‌ترین مسایل روز جامعه می‌گرفت. اما استفاده‌ی جنبش‌ها از اینترنت ضربه‌ی سنگینی به چنین تشبیهاتی زد. درست به همان شکلی که جنگ و تحولات سیاسی کانال‌هایی مثل سی‌ان‌ان و الجزیره را به برنده‌های رسانه‌ای شناخته‌شده‌ای در دنیا تبدیل کرد، جنبش‌ها و انقلاب‌های اخیر به فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب و غیره مشروعیت سیاسی و اجتماعی خاصی داده است. نسل فیس‌بوک دیگر یک کلمه‌ی تحقیرآمیز نیست. ابزاری که در ابتدا بی‌ربط و مبتذل تلقی می‌شد، به‌خاطر شجاعت و فداکاری شورشیان در ایران و کشورهای دیگر، به سکوه‌های معتبر و ارزشمندی تبدیل شدند. و این اعتبار به‌نوبه‌ی خود در بالا بردن اعتبار سیاسی و مالی این شبکه‌ها مؤثر بود. یکی از نویسندگان مجله‌ی فوربز بلافاصله این نکته را دریافت و گفت که «خیزش سال ۸۸ در ایران برای کاسی توئیتر بسیار مثبت بوده است».

اکنون به شرایطی رسیده‌ایم که از یک‌طرف شرکت‌های فراملیتی و از طرف دیگر دولت‌ها بیش از پیش برای کنترل پتانسیل مترقی تکنولوژی تلاش می‌کنند. فراموش نکنیم که در قرن نوزدهم گسترش صنعت چاپ اهمیت مهمی برای جنبش‌کاری داشت. نقش برجسته‌ی مطبوعات کاری در آن دوره را نباید نادیده گرفت. در آن‌زمان البته کسی مثلاً جنبش چارتیست‌ها را به‌عنوان جنبش روزنامه‌ها معرفی نمی‌کرد و جنبش‌ها و انقلابات نه با نام ابزار ارتباطی بلکه با مطالبات و نیروهای اجتماعی آن شناخته می‌شدند. تنها در دوره‌ی اخیر است که جنبش‌های اجتماعی را با ابزارهای ارتباطی آن توضیح می‌دهند. در زمینه‌ی نقش رسانه‌ها در جنبش‌های اجتماعی از تکرار آنچه که همه بخوبی به آن اشراف دارند پرهیز و فقط به نوشته‌ی مشهور لنین در «چه باید کرد؟» و تأکید او بر اهمیت کلیدی نشریات حزبی برای تبلیغ، ترویج و سازمان‌دهی اشاره می‌کنم. گرامشی هم به‌نوبه‌ی خود توجه ویژه‌ای به

اهمیت سینما و ادبیات برای جنبش کارگری داشت. والتر بنیامین در مقاله‌ی مشهورش درباره‌ی هنر در عصر تولید مکانیکی، به پتانسیل دموکراتیک عکاسی پرداخته است. برشت در مقاله‌ی مشهوری که در دهه‌ی ۱۹۳۰ درباره‌ی رادیو نوشته از رادیو به‌عنوان رسانه‌ای نام می‌برد که می‌تواند برای رابطه‌گیری، برای وصل کردن افراد، و ارتباطات به‌معنای انسانی و جهان‌شمول آن به‌کار گرفته شود.

رسانه‌هایی که در پیوندبخشیدن بخش‌های مختلف طبقه‌ی کارگر در جنبش چارتیست‌ها و یا افزایش نفوذ احزاب سوسیال‌دمکراتیک نقش ایفا کردند، رادیو که به شکل درخشانی در انقلاب ایرلند به‌کار گرفته شد، و غیره، به‌تدریج در دست شرکت‌ها و دولت‌ها متمرکز شدند. همین را هم ما در مورد اینترنت می‌بینیم. به یاد دارید که در سال‌های اول موتورهای جستجوی فراوانی وجود داشتند، اما الان گوگل تقریباً انحصار این عرصه را به‌دست گرفته است. جستجوها و تحقیقات ما را گوگل، دوستی‌های ما را فیس‌بوک، اوقات فراغت ما را یوتیوب، و غیره سازمان می‌دهند. این شرکت‌ها به خصوصی‌ترین حوزه‌های زندگی اجتماعی انسان‌ها نفوذ کرده‌اند و سرمایه و ثروت خودشان را از طریق استخراج اطلاعات و فروش آن انبار می‌کنند. بحران کرونا این کنترل را بیش از قبل تعمیق کرده و افزایش داده است. آخرین آماری که چند ماه پیش منتشر شد نشان می‌داد که در مدت سه ماه در سال ۲۰۲۰، ثروت جمعی میلیاردرها از ۲٫۹ هزار میلیارد به ۳٫۸ هزار افزایش پیدا کرد. این رقم را اگر بشکنیم به ۱۴۱ میلیارد در ماه، یا ۴٫۷ میلیارد در روز می‌رسیم. این شرکت‌ها برندگان اصلی بحران کرونا هستند. ثروت شخصی جف بزوس، صاحب آمازون، در چند ماه اول بحران کرونا از ۷۳ میلیارد به ۱۸۶ میلیارد افزایش پیدا کرد، رشدی در حدود ۶۵ درصد. در همین دوره ثروت بیل گیتس هم ۱۹ درصد افزایش پیدا کرد و به ۱۱۶ میلیارد رسید. طبق همین آمار ارزش آمازون و مایکروسافت از مرز یک هزار میلیارد دلار گذشته، ارزش گوگل نزدیک به هزار میلیارد، و ارزش فیس‌بوک ۷۰۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. اپل اولین شرکت در جهان است که ارزش آن از مرز ۲ هزار میلیارد دلار گذشته و الان در صدر فهرست بزرگ‌ترین شرکت‌ها در مجله‌ی فوربز قرار گرفته است.

گفتن ندارد که بخت این شرکت‌ها درست در جهت معکوس بخت دموکراسی و مردم حرکت کرده است. به‌ویژه با توجه به افسانه‌هایی که درباره‌ی نقش اتوماتیک تکنولوژی در گسترش دموکراسی ساخته شده بود، این تناقض مهم را نباید نادیده گرفت. می‌دانیم که جف بزوس در مقابله با کاندیداهای رادیکال در آمریکا پول‌های کلانی در اختیار کارزارهای انتخاباتی نامزدهای دست راستی گذاشته است، زوم (که در دوران کرونا به یکی از مهم‌ترین سکوه‌های دیجیتالی تبدیل شده است) مانع از برگزاری جلسه‌ای شد که قرار بود لیلا خالد در آن سخنرانی کند، که فیس‌بوک اطلاعات شخصی کاربران را در اختیار دولت و پلیس قرار می‌دهد، گوگل هم همین‌طور و با دولت‌های مختلف از جمله با چین روابط نزدیکی دارد. و توییتر در همکاری نزدیک با دولت و دستگاه‌های امنیتی آمریکا و اروپا و به‌دستور آن‌ها، حساب کاربری بسیاری از فعالان سیاسی و اجتماعی مرفقی را، از جمله در ایران، و به بهانه‌ی مبارزه با تروریسم، بسته است و می‌بندد.

این اما بدین معنا نیست که نمی‌شود و نباید از این شبکه‌ها استفاده کرد. بخش مهمی از مردم در همه‌ی کشورها و از جمله ایران برای دسترسی به اخبار، برای تبادل نظر و تحلیل به این شبکه‌ها متکی هستند. در کشورهایی که رسانه‌ها عملاً در انحصار بنگاه‌های تجاری و دولت‌اند، و به‌ویژه در کشورهایی که آزادی مطبوعات به‌شدت محدود است، و هزینه‌ی تولید در سطح کلان، قدرت رقابت فعالان چپ را با احزاب و جریان‌ات ثروتمند و وابسته به‌شدت محدود کرده، رسانه‌های اجتماعی عملاً به تنها ابزار ممکن برای تبلیغ، ترویج و سازمان‌دهی تبدیل شده‌اند. سال‌ها قبل تعدادی از فعالان دانشجویی در ایران از این تناقض که ناچارند به کانال‌هایی مثل صدای آمریکا اتکا کنند که بر طبل جنگ می‌کوبند به‌شدت ناراضی و نوشته بودند که چه زمانی چپ قادر خواهد بود که صدا و رسانه‌ی خودش را داشته باشد و به چنین کانال‌هایی اتکا نکند. اینترنت تا حدی این فضا را فراهم کرده، و شبکه‌های اجتماعی دامنه‌ی دسترسی فعالان چپ به مخاطبان بیشتری را میسر کرده است. اینترنت البته مشکلات خاص خودش را دارد اما در مورد کارکردهای آن برای فعالین چپ، و بدون اینکه نیازی به اختراع مفاهیم جدید چندانی داشته باشیم، می‌توان به چند نکته عمومی اشاره کرد.

یک - برای رسانه‌های چپ، حتی اگر کارکرد سازماندهی را هم برای خودشان قایل نباشند، تأکیدی که لنین روی رسانه به‌عنوان داربست داشت همچنان اهمیت خودش را حفظ کرده است. یکی از کلیدی‌ترین امتیازات اینترنت این است که برای پخش رسانه احتیاجی به برگزاری جلسه، برپا کردن بساط در جلوی دانشگاه، و یا پخش آن در خیابان نیست، که می‌دانیم هزینه سنگینی برای فعالان سیاسی داشت. در مورد رسانه‌های مجازی حقیقت این است که هزینه‌ی توزیع اساساً نه بر گردن تولیدکننده که بر دوش مخاطب است. هزینه‌ی توزیع برای رسانه‌های غیر مجازی (از هزینه‌ی فرستنده برای رادیو و تلویزیون گرفته تا هزینه‌ی حمل‌ونقل برای مطبوعات) یکی از هزینه‌های اصلی رسانه‌ها است. اما اینترنت امکان توزیع به طریق دیگری را فراهم می‌کند.

دو- اما، در عین حال، باز هم به تجربه، می‌دانیم که صرف پخش و توزیع رسانه، هیچ تضمینی برای ادامه‌ی کاری و گسترش نفوذ نیست. یکی از درس‌های مهم مطبوعات رادیکال و به‌خصوص نشریات سازمان‌های سیاسی این بود که به محض این‌که فضای سرکوب شدت پیدا کرد، کسانی که از مشتریان پروپاقرص آن‌ها بودند، ناگهان ناپدید شدند. شبکه‌ای ایجاد نشده بود، و جریاناتی که صرفاً به افزایش فروش نشریات دلخوش بودند، خریدارهای مشتاق در میدان‌ها و خیابان‌ها را نمی‌شناختند و به آن‌ها دسترسی نداشتند. یکی از گام‌های اساسی برای جلوگیری از تکرار چنین تجربه‌ای، مستحکم کردن روابط بین گردانندگان رسانه، وصل کردن مخاطبان، ریشه‌دواندن، گسترش دامنه‌ی توزیع و نفوذ از طریق جلب نویسندگان و همکاری فرای شبکه‌ی موجود، و اتکا به همیاری و همکاری با افراد و نیروهای وسیع‌تر است. از این طریق و با دست دراز کردن به‌سوی همدیگر می‌توان این را تا حدی تضمین کرد. نشریات اینترنتی به‌خصوص از طریق صفحه‌ی پیوندها در سایت، و تبلیغ و توزیع مطالب و آثار جریانات و افراد همکار در صفحات خود در شبکه‌های اجتماعی، قادرند که این کار را انجام دهند. برخلاف تجربه‌های اولیه، و به‌ویژه تجربه‌ی وبلاگستان، صفحه‌ی پیوندها در شبکه‌های فعلی نقش چندانی ندارند و این مابه‌ی تأسف است.

همکاری و همیاری و فراهم کردن زمینه‌ی به‌هم پیوستن شبکه‌ها و جویبارهای مختلف یک ضرورت واقعی و عاجل است.

سه - بعد از انقلاب روسیه خیلی از احزاب چپ اروپا ایده‌ی «کارگر - گزارشگر» را معرفی کردند. کارگر - گزارشگر از جهاتی شبیه به پدیده‌ی امروزی شهروند - خبرنگار بود، اما برخلاف آن کارکرد فردی نداشت، منزوی نبود، یک‌تنه به جنگ دنیا و رسانه‌های رسمی نمی‌رفت. سایت‌های چپ می‌توانند چنین سنتی را (البته با اسم دیگری) احیا کنند. داشتن گزارشگرانی در محیط، شهر و یا حتی کشورهای مختلف، و یا اتکا به افرادی که در حوزه‌های مختلفی تخصص دارند و یا می‌توانند از یک حرکت کارگری، تجمع زنان، و یا تجارب و مبارزات اقلیت‌های ملی و مذهبی، به گسترش شبکه‌ها و حوزه‌ی نفوذ آنها در روشنگری، تبلیغ و ترویج دست بزنند.

چهار - امتیاز دیگر رسانه‌های اینترنتی این است که محدودیت زمانی و فیزیکی ندارند و به‌علاوه امکان تلفیق فرم‌های مختلف را فراهم می‌کنند. از تراکت‌های کوتاه گرفته، تا فایل‌های صوتی و تصویری، از مقالات طولانی گرفته تا مصاحبه‌های صوتی و پادکست را می‌شود در تبلیغ و ترویج به‌کار گرفت. اما جنبه‌ی اجتماعی شبکه‌های اجتماعی را نباید نادیده گرفت و فراموش کرد. ارسال لینک و یا حتی دریافت صدها لایک در شبکه‌های اجتماعی تضمینی بر این‌که مطلب خوانده شده نیست، درست به‌همان اندازه که هیچ تضمینی نیست که مجله‌ای که فروخته شده و یا اعلامیه‌ای که در یک تجمع پخش شده، واقعاً و کاملاً خوانده خواهد شد. به همین خاطر اهمیت داربستی که لنین به آن اشاره می‌کند غیر قابل انکار است. حتی در مورد سایت‌های شناخته شده، بسیاری از طریق شبکه‌های اجتماعی به مطالب آنها دسترسی پیدا می‌کنند. این امکان هست که لینک مطالب را در این شبکه‌ها گذاشت، با کسانی که این مطالب را به‌نوبه‌ی خود تبلیغ می‌کنند تماس برقرار کرد، نظر آنها را پرسید، به سؤالات و ملاحظات آنها پاسخ داد، و از این طریق روابط را گسترش داد و محکم کرد. در این‌جا مسأله‌ی توزیع حیاتی است. هیچ اثر سیاسی، ادبی، هنری، و... هرقدر هم درخشان باشد، به‌خودی خود و بدون تبلیغ و توزیع وسیع، واکنشی ایجاد نخواهد کرد و تأثیر چندانی نخواهد داشت. در یک منطقه‌ی متروکه که کسی در آن‌جا نیست جنسی را نمی‌توان پخش کرد، و بر اساس همین منطقی باید فضا، جریانات و افرادی

که مناسب‌ترین زمینه را برای تبادل نظر و تبلیغ فراهم می‌کنند شناخت. در فیس‌بوک هر اندازه که روابط شما با افراد فعال و نزدیکان سیاسی فشرده‌تر باشد، امکان استفاده‌ی بهینه از الگوریتم این شبکه بهبود می‌یابد. عین همین امر در مورد توئیتر صدق می‌کند. در فیس‌بوک تگ کردن نویسنده یا نویسندگان امکان تبلیغاتی را بالا می‌برد. در توئیتر هم همین‌طور. اما توئیتر امکان فنی دیگری هم دارد و آن استفاده از هشتگ‌های شناخته شده و پرتعداد است.

پنج- حضور در فضای مجازی کافی نیست و هیچ ابزاری جای سازمان‌دهی را نگرفته و نخواهد گرفت. باید با دقت و هشیاری امکانات مجازی و حضوری را تلفیق کرد و به کار گرفت. تجربه‌ی شورش‌های اخیر نشان می‌دهد که بدون تلفیق اشکال مختلف تبلیغ و تجمع گام چندانی نمی‌توان برداشت. نباید فراموش کرد که چگونه فعالان مصری از اتکای یکجانبه به فضای مجازی پرهیز کردند و فعالیت‌های تبلیغاتی و سازمانی خود را همزمان در محلات کارگری و فقیرنشین که درصد ناچیزی از آنها به اینترنت دسترسی داشتند پیش بردند. به قول دیوید هاروی «آن‌چه که میدان تحریر به جهان نشان داد یک حقیقت واضح بود: که آن‌چه اهمیت دارد حضور افراد در خیابان و میادین است و نه همه‌همه در توئیتر و فیس‌بوک» در مصر حتی بعد از این‌که اینترنت را بستند حرکات نه فقط متوقف نشد بلکه گسترش پیدا کرد. با این حال، آنچه که تجربه‌ی آبان ۹۸ در ایران را از تجربه‌ی مصر در سال ۸۹ متمایز می‌کند نه تفاوت در استفاده از تکنولوژی که توازن قوا بود.

شش - در پایان لازم است که به بعضی از چه نباید کردها هم اشاره کرد. اولاً، الگوریتم سرکوب و بیداد این رسانه‌ها، فرهنگ نابرابری‌های موجود در جامعه - طبقاتی، جنسیتی، نژادی- را بازتولید می‌کند. دسته‌بندی و رده‌بندی در صفحات گوگل، فیس‌بوک و توئیتر نه بر اساس تکنولوژی بلکه همین ساختارهای نابرابر موجود صورت می‌گیرند. ثانیاً، شبکه‌های اجتماعی چنان با زندگی بخش وسیعی از جمعیت جهان گره خورده‌اند که مرز جامعه و رسانه‌ها تا حد زیادی مخدوش شده و معلوم نیست که کجا کدام تمام و دیگری آغاز می‌شود. چهره‌های سرشناس مرتب باید نمایش بدهند و حضور داشته باشند. سیاستمداران باید خودشان را به یک عکس،

کلیپ و یا توییت تقلیل بدهند، و افراد گویی که در صورت نبودن در فضای مجازی اصلاً در قید حیات نیستند. این نیاز برای پخش زنده‌ی فرد و نیاز به داشتن تماشاجی، تناقضات خاصی را به دنبال داشته و خواهد داشت. ثالثاً، باید تا حدی بین استفاده‌ی شخصی و حرفه‌ای از این شبکه‌ها تفکیک قایل شد. خویشتن‌داری و انضباط در استفاده از این شبکه‌ها ضروری است. احتیاجی نیست که در هر موردی نظر داد، قلاب هر توهینی را گرفت، به هر فردی و در همان جا پاسخ داد. در همه جای دنیا، و از جمله در میان کاربران ایرانی و حتی فعالان چپ، دیده‌ایم که عدم خویشتن‌داری و نیاز به درگیر شدن در هر بحثی، چه لطمه‌ای به اعتمادها و روابط زده و چه انرژی زیادی از فعالان می‌گیرد. واکنش بلافاصله و ناپخته‌شان همبستگی و همگرایی را کاهش می‌دهد. اگر قرار است که از این شبکه‌ها استفاده کرد، باید با همان نظم و شکی به آنها نزدیک شد که به تلویزیون‌های خارج از کشور و یا رسانه‌های اصلاح طلب در ایران. از وارد شدن به پلمیک‌های مختلف در شبکه‌های اجتماعی باید پرهیز کرد. خیلی از این مباحث حتی زمانی که با نیت خیر شروع می‌شوند به جای باریکی می‌کشند. بسیاری از این دسته از مباحث، حتی زمانی که با نیت خیر آغاز می‌شود، مسیر متفاوتی از نیت اولیه را طی می‌کنند. فشرده کردن بحث‌های مهم سیاسی و اجتماعی در صد و چند کلمه ساده نیست.

بگذارید با صراحت بیشتری روی جنبه‌ی دیگر این مشکل تأکید کنیم. تجربه‌ی دوره‌های اخیر در ایران و دیگر نقاط جهان نشان می‌دهد که می‌توان حتی اسیر وسوسه‌های «شبه‌فاشیستی» در گفت‌وگو و مناظره شد. به راحتی می‌توان با منطق گله‌وار حرکت کرد، لایک زد و گل فرستاد، و با همان شور و هیجان و همراه با دیگران بر سر کسی که گل نفرستاده مثل آوار خراب شد. آزار و اذیت در مواردی چنان بالا و غیر قابل تحمل بوده است که بسیاری عطای این شبکه‌ها را به لقای آن بخشیده‌اند. کلی شرکی، یکی از نظریه‌پردازان شبکه‌های اجتماعی در سال ۲۰۰۸ کتابی نوشته بود با عنوان «این‌جا همه حضور دارند». با این همه، همین جنبه‌ی منفی شبکه‌های اجتماعی بسیاری را وادار به فرار کرده است.