

## تحلیل ریشه‌ای / رادیکال چشم‌انداز آتی در فضای رسانه‌ای

حامد حاجی‌حیدری\*

### چکیده

این مقاله، به دنبال جمع‌بندی و تیپ‌سازی دیدگاه‌های متنوع در باره تحلیل ریشه‌ای و نظری آینده حیات سایبر انسان است. پس از وقوع «انقلاب ارتباطات» در پایان سده بیستم، برخی گمان می‌برند، تکنولوژی ارتباطات، آغاز فروپاشی اجتماعی و انهدام‌ساز کارهای تمدن‌ساز اتحاد انسانی و حتی اصل انسانیت است. بنا به تاریخ تحلیلی ارائه‌شده و الگوی نظری مرور شده در این مقاله، می‌توان تصور کرد که در آینده، این‌گونه قضاوت‌ها، رنگ امروز خود را خواهند باخت، و بشر بار دیگر از ظرفیت حائل خود برای تبدیل تهدیدها به فرصت استفاده خواهد کرد. این، نحوی تکرار روح آغاز قرن است؛ امیدواری‌ها و ظرفیت‌سازی‌هایی که جای ناامیدی‌ها را می‌گیرند.

ما در این گفتار، پس از طرح مقدمه و ملاحظات روشی، در مجموع، ۲۶ تیپ دیدگاه را در مورد ظرفیت‌ها، پیامدها و آینده‌نگری‌ها درباره حیات سایبر مرور کرده، آن‌ها را به دو دسته بزرگ «تحلیل اینترنت به مثابه آرمان‌شهر منفی» و «تعدیل تحلیل اینترنت به مثابه آرمان‌شهر منفی» تقسیم کرده‌ایم و در نهایت با یک جمع‌بندی درباره تلاش جامعه‌شناسی برای فعال نگاه‌داشتن انسان‌ها برای ساختن آینده‌ای اخلاقی‌تر نوشتار را به پایان برده‌ایم.

### کلیدواژه‌ها

زندگی دیجیتال، خود افشاگری، گجت‌ها، پسا انسان‌گرایی، مصلحان اجتماعی و اینترنت.

## طرح مبحث

در قبال آینده فضای نوین سایبر، واکنش اولیه نظریه پردازان و فعالان فرهنگی که با فضای فرهنگی پیشین مانوس بوده‌اند، «نگرانی» بوده است (ر.ک: Castells: 1979, 2009, Virilio: 2000, 2006). ولی، پس از آن که منطبق آینده این فضای تعاملی و هوشمند معلوم شد، مشخص خواهد شد که اگر این فضا، در استمرار تلاش‌های اخلاقی برای گستردن ریشه‌های انسانی و تاریخی خویش قرار گیرد، می‌تواند یک ظرفیت مثبت تلقی شود؛ و پس از آن که این ظرفیت‌ها معلوم شد، مسجل خواهد گردید که شخصیت‌های حائز ریشه‌های محکم در معنا، نباید از مواجهه با سپهر جدید نگران باشند و اگر این ظرفیت‌ها معلوم شود، فرهنگ‌های ریشه‌دار، فرصتی تاریخی خواهند یافت. از این روست که برای یک بنیادگرای ابراهیمی ﷺ، فرهنگ آنلاین، یک فرصت تاریخی برای گستردن فکری است که نگاهی جهان‌شمول داشته است.

تجربه پیشین جامعه‌شناسی در تحلیل نهادهای اجتماعی، حاوی این نکته بوده که باید از خوش‌بینی و بدبینی کامل به نهادهای اجتماعی پرهیز کرد؛ زمانی، ماکس وبر، پس از وقوع «انقلاب مدیریت»، بوروکراسی را فرجامی تیره و تار از جنس «قفس آهنین» برای تمدن بشری انگاشت (Weber, 1978)، ولی بعدها معلوم شد که توان انسان در استفاده از ظرفیت‌های مثبت بوروکراسی برای بهبود تبعات آن، بیش از آن بود که در بدو امر به نظر می‌رسید.

اکنون، و پس از وقوع «انقلاب ارتباطات» در پایان سده بیستم، برخی گمان می‌برند، تکنولوژی ارتباطات، آغاز فروپاشی اجتماعی و انهدام‌ساز کارهای تمدن‌ساز اتحاد انسانی و حتی اصل انسانیت است (Gibson, 1985, 1988, 1987, 1996, Hemmingway, 2007, Van Loon, 2008, 2006 Baudrillard). می‌توان تصور کرد که در آینده، این گونه قضاوت‌ها، رنگ امروزین خود را خواهند باخت، و بشر بار دیگر از ظرفیت حائل خود برای تبدیل تهدیدها به فرصت استفاده خواهد کرد. این، نحوی تکرار روح آغاز قرن است.

سؤال این است که تا چه حد آگاهانه یا ناخودآگاه ناظر دگرگونی وسیع ناشی از فضای تعاملی و سایبر حاصل از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، در تجربه روزمره زندگی خود هستیم؟ این مقاله به این پرسش می‌پردازد.

### چهارچوب مرجع «نظری» و «روشی»

دو دیدگاه رقیب در علوم انسانی، رسالت علوم انسانی را به دو شیوه متفاوت تفسیر می‌کنند (Sherratt, 2006: 9-10)؛ در این تحلیل، دیدگاه اول، آن طرز تلقی است که در چارچوب دو سبک پوزیتیویسم آگوست کنتی و پوزیتیویسم «حلقه وینی» شناخته می‌شوند و مدعی فقدان تمایز اصولی بین علوم انسانی و علوم طبیعی هستند. از این قرار، از نظر آن‌ها، وظیفه علوم انسانی مانند علوم طبیعی، توانمندساختن در پیش‌بینی رویدادها و اعمال کنترل بر آن‌هاست (فروند، ۱۳۷۲: ۵۶-۵۷).

دیدگاه دوم، که سبک متمایز فلسفه علوم انسانی قاره‌ای را می‌سازد، معتقد است که انسان به‌عنوان موضوع علوم انسانی، دارای یک عنصر ارادی و به‌تبع، اخلاقی است که مهم‌ترین وجه ممیز انسان است (همان: ۵۶-۵۷). هر نوع ادعای شناخت انسان، بدون در نظر گرفتن این عنصر، چیزی جز ادعای «نعش‌شناسی» نیست. از این دیدگاه، اصل این دعوی که رسالت علوم انسانی و علوم طبیعی، به‌طور یکسان، توانمندساختن دانشمند در پیش‌بینی رویدادها و اعمال کنترل بر آن‌هاست، سطح علوم انسانی را به «نعش‌شناسی» تقلیل می‌دهد (Foucault, 2003: 166).

در این دیدگاه اخیر، دو ادعا مطرح هست؛ یکی این که علوم انسانی به‌سان علوم فنی و پیش‌بینی‌گر و کنترل‌کننده، در واقع، علوم انسانی نیست، بلکه «نعش‌شناسی» است؛ و ثانیاً، اگر چنین علمی وجود داشته باشد، «مطلوب» و «اخلاقی» هم نیست.

توضیح این که، اولاً «نعش‌شناسی» تا جایی مفید است که یک انسان بزرگ و یک اراده سترگ یا برعکس، یک انسان «مجنون یا جن‌زده»، یا «دیوانه و دیوزده»، به‌رغم مسیری که به‌لحاظ «طبیعی»، نرمال و قاعده‌مند تلقی می‌شود، گام بردارد و در مسیر تاریخ چرخش ایجاد نکند، و اگر چنین کند، علوم انسانی به‌مثابه «نعش‌شناسی»، نه‌تنها بی‌فایده، بلکه گمراه‌کننده خواهد بود؛ چراکه اراده‌های شکوهمند یا دیوزدگان را به‌مثابه استثناءهای دو سر منحنی گاوس<sup>۱</sup> به کنار می‌گذارد و می‌کوشد قوانین طبیعی کشف کند. اما تاریخ نشان داده است که به‌رغم طبیعت، در دنیای انسان‌ها، این نیم‌درصد چپ و راست، منحنی

1. Gauss Curve; Karl Friedrich Gauss (1777-1855).

گاوس هستند که قواعد عمل انسان‌های معمولی یا طبیعی را تعیین می‌کنند. آن‌ها در نقطه‌های حساس تاریخی، چرخش‌هایی در تاریخ پدید می‌آورند که پس از آن‌ها، افراد معمولی در صفحه بازی ترسیم‌شده از سوی آن‌ها بازی می‌کنند. در واقع، دنیای انسانی، دنیای جدال اراده‌هاست، بیش از واقعیت‌ها.

ثانیاً این‌که، علوم انسانی، به‌مثابه علوم طبیعی، که با هدف پیش‌بین و کنترل، تأسیس می‌شود، اگر ساخته شود، هم غیر اخلاقی است. در واقع، این نوع از علم، آشکارا، ادعای استبدادی-فاشیستی دارد، و به‌مثابه یک دانش فنی، خود را در خدمت، به بند کشیدن اراده اخلاقی انسان‌ها در می‌آورد. چنین علمی، به‌طور ذاتی یک سازه ضد اخلاقی است؛ چرا که می‌خواهد اراده اخلاقی را به بند کشد. یک دانشمند پوزیتیو، با هر هیأتی، در واقع، تمایز چندانی با سیاست‌مدار مستبد ندارد، و به همان میزان که غیر اخلاقی بودن یک سیاست‌مدار مستبد، بدیهی به نظر می‌رسد، این دانشمند نیز با به بند کشیدن «اراده»، اصل بدیهی اخلاق را به چالش می‌طلبد و خود به زبان خود، خویشتن را اخلاق‌ستیز معرفی می‌کند.

پس، بنا بر این استدلال‌ات، دیدگاه دوم در مورد نسبت میان علوم انسانی و علوم طبیعی که منظور نظر این مقاله هم هست، اصرار دارد که اصل علوم انسانی در اراده‌شناسی است و رسالت این شناخت هم پیش‌بینی و کنترل نیست. پس، وظیفه علوم انسانی چیست؟ به عبارت دیگر، مراد از کاوش‌های علوم انسانی چه خواهد بود؟ پاسخ، باز به کلیدواژه «اراده» معطوف می‌گردد. این‌که، علوم انسانی، برای تجهیز و الهام‌بخشی و توانمندسازی «اراده» انسان‌ها، برای رقم‌زدن به یک تاریخ متفاوت ساخته می‌شوند. منظور از علوم انسانی، نه به بند کشیدن و حذف اراده، بلکه رمق‌بخشیدن به اراده انسان‌هایی است که به روندهای طبیعی رضایت داده‌اند و در متن آن‌ها زندگی روزمره خود را به پیش می‌رانند. منظور از علوم انسانی، «الهام‌بخشی» به اراده‌ها، برای ترسیم آینده است.

از یک زاویه دید دیگر، برای علوم طبیعی و علوم انسانی که به شیوه فنی ساخته می‌شود، در دو گانه زمان گذشته و آینده، مهم‌ترین زمان، زمان «گذشته» است، و در واقع، «گذشته»، مبنای اصلی برای ساختن دانش محسوب می‌شود. از بررسی گذشته، قواعدی به دست می‌آید که می‌توان از آن برای به بند کشیدن آینده بهره برد. ولی در دیدگاه دیگری که تفاوت بنیادین میان علوم انسانی و علوم طبیعی قایل است، مهم‌ترین زمان، آینده است؛

چراکه توان اراده، خود را در رقم‌زدن آینده نشان می‌دهد. پس هر کاری می‌کنیم، باید برای آینده انجام دهیم و منظور از ساخت‌وساز علوم انسانی، الهام‌بخشی به زمان آینده است.

حال، پرسش بعد این خواهد بود که این الهام‌بخشی به آینده با چه روشی انجام خواهد شد؟ پاسخ گنورگک زیمل، و ماکس وبر به این پرسش، ما را به ساختن تیپ‌های ایده‌آل و رادیکال سوق می‌دهد. تیپ‌های رادیکال، چیزی شبیه چهره‌های الهام‌بخش اسطوره‌ها و رمان هستند که هدف از ساختن آن‌ها، نمودن شیوه‌هایی است که از آن طرق می‌توان زندگی و تاریخ را به شیوه خلاقانه‌تری ابداع کرد. هدف مردم از مطالعه اسطوره‌ها، رمان‌ها و مشاهده آثار هنری، دریافت الهام‌هایی برای ساخت یک زندگی متفاوت و راهگشاست، و رسالت علوم انسانی هم، همین است؛ ساخت‌وساز تیپ‌هایی که نهایتاً الهام‌های مؤثری برای ساخت تاریخ به بار آورد.

ساخت‌وساز تیپ‌ها در علوم انسانی به شیوه‌های مختلف شناخته‌شده و استعمال‌شده در علوم انسانی انجام می‌شود. از انباشت داده‌های تجربی در مورد نمونه‌های انسانی متمایز و متفاوت، تا فراتحلیل دیدگاه‌ها و تأمل‌ها در مورد یک پدیده. ما در این مقاله، به تیپ‌سازی دیدگاه‌ها و تأمل‌های انبوهی روی آورده‌ایم که در مورد سایر فضا صورت گرفته است، به این هدف، که زمینه‌هایی برای راه‌گشایی‌های رادیکال و ایده‌آل در این میدان فراهم آوریم.

به نظر می‌رسد که از زمان به رسمیت شناخته‌شدن وقوع یک محیط زیست انسانی جدید به‌عنوان سایر فضا توسط ویلیام گیسون (Gibson, 1985)، دیدگاه‌های نظری متعددی ساخته شده است، به نحوی که مواد اولیه لازم برای یک کاوش تیپ‌شناختی، آن هم به گونه‌ای که بتواند الهام‌های رادیکال و ایده‌آل برای شکل‌دهی به آینده را سبب شد، فراهم آمده است. البته ما در این مقاله، دعوی بررسی تمام دیدگاه‌های مطرح در این زمینه را نداریم، اما با توجه به مقصود تصریح شده‌مان، یعنی تدارک الهام‌های رادیکال و ایده‌آل درباره چشم‌انداز آتی فضای رسانه‌ای، مروری به مهم‌ترین این دیدگاه‌ها داشته باشیم. هر نوع تحقیقی در این زمینه کامل نیست، و تنها از بابت الهامی که به گشودن آینده می‌تواند ببخشد، می‌تواند فقط مفید ارزیابی شود. همین!

وظیفه تحلیل گر اجتماعی در این میان، پیش‌گویی این موازنه نیست، بلکه پیش‌بینی نقش + میزان تأثیر مؤلفه‌های مختلف در شکل‌دهی به روندهای این فعل و انفعال، به‌منظور فعال نگاه‌داشتن عامل اخلاقی + تاریخ‌ساز انسانی است.

با فعال‌ماندن انسان‌ها، در دنیای سیستم‌ها (مربک از انسان‌ها و ماشین‌ها)، چیزی با عنوان «روح‌هم‌نوایی» امکان‌گسترش در شبکه را می‌یابد، که این، می‌تواند پایه‌های تازه‌ای برای اعتماد ایجاد کند (Van Loon, 2008: 142-143). «روح‌هم‌نوایی» که اصولاً در پیشینه‌های تاریخی ژرف تمدن‌های بزرگ که اکنون از موقعیت‌های جغرافیایی خود به برکت فضای شدیداً رسانه‌ای فراتر رفته‌اند، بهتر ریشه می‌گیرد، مع‌الوصف می‌تواند در ابزارهای تکنیکی ارتباطات نوین، پر و بال بیش از پیشی بیابد. آنچه می‌تواند این روند را تحت تأثیر قرار دهد، توانمندسازی مشارکت‌کنندگان در فضای اجتماعی نوین است، تا بتواند غنای فرهنگی در این فضا را تأمین کند، و به این فضا رنگ و بویی اخلاقی ببخشد. با وجود پایگاه‌های تعاملی که همگی منبعث از الگوی وبلاگ هستند، کاربران مختلف از منابع گوناگون، می‌توانند در تعامل با یکدیگر، مهارت‌های خود را بالا و بالاتر ببرند و نیروهای مختلفی برای تحول در زندگی و فرهنگ را فعال نمایند. آنچه می‌توان این وضع خلاق را به یک وضع پایدار و مستمر در خلاقیت تبدیل کند، مهارت‌های اخلاقی است.

### تاریخ تحلیلی انقلاب آنلاین

سرعت بالای ارتباط اینترنتی در کنار کاهش قابل‌ملاحظه هزینه اتصال، عامل مهم در انقلاب آنلاین بود. در ابتدا، از اواسط دهه ۱۹۹۰ تا سال ۲۰۰۳، اتصال به اینترنت عمدتاً، از طریق مودم (dial-up) و یک خط تلفن بود. این سرعت اتصال به علاوه هزینه، بدان معنا بود که اینترنت، در درجه اول و تنها برای دریافت و ارسال ایمیل استفاده می‌شد. البته این هم در قیاس با رویدادهای پیشین تاریخ جامعه انسانی، گونه‌ای انقلاب محسوب می‌شد، ولی نه چندان. برای بیشتر کاربران، تعامل صوتی و تصویری عملاً ناممکن بود و حتی مبادله اطلاعات متنی، ناممکن بود.<sup>۱</sup> این وضع، در ایران تا زمان ظهور اپراتور دوم پابرجای بود.

۱. تاریخ تحلیلی رسانه، شامل اسامی و تاریخ‌ها، برداشت آزادی هستند از فصل ششم از سیلویا کمبی و یانگ -

هر چند در جهان، مشکل سرعت و هزینه، از سال ۲۰۰۳ رو به تخفیف گذارد، ولی مشکل پهنای باند در سراسر جهان یک دشواری باقی ماند و این دشواری در اروپا از سال ۲۰۰۶ رو به مرتفع شدن گذاشت. حتی در سرتاسر آسیا از جمله چین و به استثنای ژاپن، مشکل پهنای باند هنوز هم یک مسأله است با این وجود، حوالی سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ بود که می‌توان گفت، استقبال ایرانی‌ها از اینترنت، شکل پیشتازی به خود گرفت. موضوع، «وبلاگ» بود...

«وبلاگ»، طلیعه ظهور رسانه‌های اجتماعی بود. ظهور رسانه‌های اجتماعی، به سرعت، گروه‌های خبری و انجمن‌ها را متشکل کرد، و زیست اجتماعی جدید، ابعاد خود را نشان داد. البته قبل از توسعه «وب» جهان گستر، محققان امریکایی از طریق اینترنت داخلی وزارت دفاع امریکا با هم ارتباط داشتند، ولی «وبلاگ» شکل اجتماعی و گسترده آن بود که به تدریج از سال ۲۰۰۶ به بعد در دنیا، تداول یافت.

در رسانه‌های اجتماعی که بر مبنای الگوی وبلاگ توسعه یافت، سلسله مراتب از بالا به پایین و روابط رسمی تأثیری به جای نمی‌گذارد. با یک جست‌وجوی آنلاین، می‌توان افراد را پیدا کرد و دیگران هم می‌توانند شما را بجویند.

از آن پیش، ارتباط و گفتگوی بلادرنگ میان اعضا میسر شده است. تسهیل ارتباط در این مقیاس، نابرابری‌های آموزشی و مهارتی را بسیار تقلیل داده است. توانمندی‌های فنی به اشتراک گذاشته می‌شوند و جزئیات برای بسیار از مردم آشکار می‌گردد؛ البته، این بدان معنی نیست که همه چیز برابر شد، ولی بسیاری از اقسام نابرابری تسکین یافت.

در سال ۱۹۹۴، یک بلاگر به نام جاستین هال، شروع به نوشتن آنلاین در مورد زندگی خود و به اشتراک گذاری کامنت‌ها نمود. او دانشجوی کالج اسوارتمور در پنسیلوانیا بود و در کنار تحصیل، در یک مجله، کارآموزی می‌کرد. او در وبلاگ خود در مورد جزئیات زندگی‌اش، از جمله: پدر الکلی‌اش و روابط جنسی خود با شرکای مختلف نوشت.

این چنین، وبلاگ پایه‌ای برای شیوه نوینی از نوشتن شد؛ نوشتن روزمره و معمولی راجع به خود. وبلاگ‌نویسی، ساخت نوین و نامتعارفی از ارتباط انسان‌ها را تشکیل داد. قالب وبلاگ، برای این منظور بسیار ساده و مناسب به نظر می‌رسید و انتشار هر مطلب در عرض چند دقیقه میسر بود. وبلاگ‌نویس با خوانندگان خود، زندگی و افکار خود را به

اشتراک می‌گذارد؛ زندگی و افکاری که شاید چندان سنجیده نباشند. مخاطبان هم از تنوع بسیار برخوردارند. یک فرد با روزی ده هزار بازدید کننده، با خوانندگان مختلفی صحبت می‌کند. در واقع، نوشته‌های حرفه‌ای با مخاطبان حرفه‌ای به زیر آمدند و خیلی معمولی شدند.

در سال ۲۰۰۵، شکل‌گیری YouTube و بعد Qik، یک تحول بزرگ بودند؛ چرا که به اشتراک‌گذاری تصویر از متن معمولی هم آسان‌تر بود. افراد می‌توانستند ویدئویی را که با تلفن همراه خود تهیه کرده بودند، در یک «کانال» مخصوص به خود به نمایش گذارند. انتخاب عنوان «کانال» هم نکته جالبی است. انگار که این قرارگاه‌های تصویری، خواهان جایگزینی شبکه‌های تلویزیونی تخصصی بودند.

نتیجه آن‌که، همان‌طور که وبلاگ، روزنوشت را جایگزین مقاله و کتاب کرد، سپس، YouTube و بعد Qik و بعد هم سایر قرارگاه‌های تصویری، ارتباط را سهل‌تر ساخته است. با این امکانات گسترده و سهل، شیوه «شریک‌یابی شبکه‌ای» پدید آمد و گسترش یافت. یک فرد را در این شیوه - بسیار آسان تولید محتوا - می‌توان به کسی تشبیه کرد که در مرکز صحنه در حال اجرای یک سخنرانی است و در عین حال، مدام از صدر به زیر می‌آید و با مخاطبان مانند نشست پس از سخنرانی گفت‌وگو می‌کند و سپس به صدر بازمی‌گردد. او مدام این کار را انجام می‌دهد و جالب این‌که مخاطبان نیز به نوبه خود مشغول همین کار هستند. همه، هم در صدر محفل‌های متعدد هستند و هم در کف آن‌ها، و باز جالب‌تر این‌که، هر کس، هر وقت که بحث را در یک محفل جالب یافت، می‌تواند مخاطبینی را که می‌شناسد و می‌داند که آنان علاقه‌مند به بحث هستند را به صحنه بحث احضار کند.

این ابزار چند رسانه‌ای، زمانی که تلفن‌های همراه به وب دوستانه تبدیل شدند، از لحاظ عملکرد، هزینه و سرعت تکامل یافتند و تبادل محتوا را به نحوی بی‌سابقه میسرتر ساختند، و به بخش لاینفکی از زندگی تبدیل کردند. این چنین بود که در سال ۲۰۰۷، فیس بوک، شبکه اجتماعی که برای دانشجویان بود، راه خود را به سوی عموم مردم باز کرد. شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، به ما کمک می‌کنند تا در سراسر فضای فیزیکی ارتباط برقرار کنیم.



پس، یک تحول مهم دیگر آن است که شبکه‌های اجتماعی، افراد مختلف از سراسر دنیا را از طریق ابزارهای آنلاین و زبان ساده تصویر یا زبان غیر مادری دست و پا شکسته، به خوبی به هم متصل می‌سازد. در ابتدا بخش عمده‌ای از این ارتباطات فراملی از جنس کسب‌وکار یا از سنخ ارتباط علمی بود، ولی به سرعت، اهمیت روابط معمولی، فزونی گرفت. به تدریج، ارتباطات از جنس فرهنگ عامه فایق آمدند. آن‌ها یک چشم‌انداز جهانی و طیف متنوعی از دیدگاه‌ها در زمینه هنر، فرهنگ و جامعه، علم و تفکرات فلسفی را گرد هم می‌آیند، و بدین سان نیمه عمر دانش، به شیوه بی‌سابقه‌ای کاهش می‌یابد. بدین ترتیب، در مفهوم «متخصص» دگرگونی‌های اساسی پیش آمد (Jha, 2001: 141). این تحولات، همچنان ادامه دارند...

### اینترنت به مثابه آرمان شهر منفی

تیپ ۱. اینترنت، علاوه بر «رسانه»، یک «بازار انباشت محتوا» هم هست.

معمولاً اینترنت را نسل تازه‌ای از ارتباطات رسانه‌مند تلقی می‌کنند؛ ولی، معماری اینترنت، به نحوی است که نمی‌توان آن را فقط یک رسانه دانست. اینترنت، چیزی بیش از یک رسانه است. در یک تحلیل عمیق‌تر، ملهم از مارک پاستر (Poster, 1988)، اینترنت، موجب توسعه «نوشتن» شده و می‌شود. نوشتن در اینترنت، بیش از نوشتن معمولی و غیرالکترونیکی، مکتوب را از محدوده‌ی عمل «نویسنده» ای واحد دور می‌سازد. به علاوه، اینترنت، هم تحرکی تازه به نوشته می‌دهد، چون سیالیت قابل ملاحظه‌ای در فضا دارد، و هم، ماندگاری را به نوشته می‌افزاید؛ چون در زمان، قابل حفظ و گسترش است. اینترنت، رسانه‌ای است که آرشیو خود را در خود دارد.

البته، اینترنت، یک رسانه هم هست. عموماً، اینترنت را همچون رسانه‌های پیشین، به مثابه انتقال متقابل پیام از فرستنده/ فرستندگان به گیرنده/ گیرندگان تلقی می‌کنند، ولی اینترنت فقط این نیست. بخشی از اینترنت این هست.

پس، اینترنت، در اساس، یک «بازار انباشت محتوا»<sup>۱</sup> است. اطلاعات رد و بدل شده، از

1. content caching market.

بین نمی‌روند و انباشت می‌گردند، و در آینده می‌توانند توسط کاربران، مورد مقایسه و ارزیابی مجدد قرار گیرند و در قضاوت راجع به پیام‌های جدید، مورد استفاده واقع شوند. پس، نمی‌توان محیط‌های مبتنی بر بستر شبکه را همچون رسانه‌های پیشین، مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، و...، انتقال پیام در خلأ تصور کرد.

فهم این نکته از آن‌رو بسیار مهم است که «محیط» پیام‌رسانی در اینترنت، رفته‌رفته متراکم‌تر می‌گردد و به نقطه اشباع می‌رسد و در این شرایط است که مخاطبان برای استفاده از پیام‌ها، باید «هزینه تصمیم‌گیری و انتخاب» بین روایت‌های مختلف در اینترنت را پردازند. در چنین شرایطی است که چیزهایی شبیه «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» انتقال پیام، ضرورت می‌یابد. به عبارت دیگر، افراد از سر اجتناب از سرسام منابع اطلاعات متعدد در اینترنت، ترجیح می‌دهند به منابع مأنوس مراجعه کنند و اطلاعات مورد نیاز خود را از آن‌ها به دست آورند.

## تیپ ۲. فرآیند کلی «تصمیم‌گیری در انتخاب منابع مورد اعتماد اینترنت»

ملهف از دیدگاه هربرت سایمون<sup>۱</sup> در مورد مراحل تصمیم‌گیری (ر.ک: رحمان سرشت، ۱۳۷۹: ۱۸۲)، فرآیند کلی «تصمیم‌گیری در اینترنت» پنج مرحله به شرح زیر دارد:

۱. فعالیت جست‌وجوگری یا تجسس، وقتی برای کاربر معلوم می‌شود که داده‌ها آن‌قدر که به نظر می‌رسد روشن نیستند و روایت‌های مختلفی از هر پدیده در اینترنت هست. بنا بر این، بخشی از ذهن کاربر، مصروف این می‌شود که دریابد، کدام وجوه از یک روایت اینترنتی را برای جست‌وجوی بیشتر در اینترنت باید انتخاب کند؛

۲. اکتشاف، پردازش و تجزیه و تحلیل داده‌های مختلف از منابع گوناگون؛

۳. گزینش یکی از چند داده قابل‌احصا در مورد هر یک از وجوه روایت اینترنتی؛

۴. آشتی دادن و تلفیق داده‌های گزینش شده در یک مجموعه متحد که روایت اینترنتی

را به نحوی منطقی جرح و تعدیل کند؛

1. Herbert Alexander Simon (1916-2001).

۵. تجدیدنظر مجدد و مکرر در برخی اطلاعات جمع‌آوری شده در مورد وجوهی که با داده‌های دیگر جور در نمی‌آیند تا شاید در نهایت انسجامی در درک روایت اینترنتی فراهم شود.

تسلسل وقوع این مراحل در عمل بسیار پیچیده‌تر از آن است که در نظر اول به ذهن خطور می‌کند. هر مرحله می‌تواند برای خود، یک فرآیند تصمیم‌گیری پیچیده باشد. ممکن است مشکلات در هر مرحله، منجر به مسائل و مشکلات جزئی‌تری شوند و هر مسأله جزئی، اقدامات جست‌وجوگری، طراحی و گزینش خود را بطلبد. به اجرا درآوردن تصمیم‌ها را نیز می‌توان فرآیند تصمیم‌گیری به‌شمار آورد. از این‌رو، کاربر اینترنت، با مجموعه‌ای از مسائل و مشکلاتی مواجه می‌شود که به انبوهی تصمیم‌گیری نیاز دارند (به‌عنوان نمونه‌ای از این نحو استدلال بنگرید به: Thompson, 1995: 210, 219).

### تیپ ۳. وقوع «سرسام اطلاعاتی» و در نتیجه غالب کاربران، سر خود را در برف فرو می‌برند.

در حالی که با انباشت فزاینده اطلاعات در شبکه، «هزینه تصمیم‌گیری» کاربران در انتخاب میان روایت‌های مختلف بسیار بالا می‌رود، و وقتی این هزینه از حد معینی بالاتر رود، کاربران اینترنت به شیوه‌های متفاوتی واکنش نشان خواهند داد؛ در مراحل آغازین این آشفتگی و در مقطعی که تصمیم‌گیری به این حد از پیچیدگی مفرط برسد، غالب کاربران، سر خود را در برف فرو می‌برند. آن‌ها فقط معذور موارد نسبتاً مربوطی که در هر زمان در ذهنشان می‌گنجد را برای تصمیم‌گیری مطمح نظر قرار می‌دهند. تصمیم‌های آنان، با یافتن تیزترین سوزن در پشته‌های کاه سر و کاری ندارند و فقط یافتن سوزنی را که در حد کفایت تصویری برای دوختن تیز باشد، مد نظر قرار می‌دهند.

از این‌رو، کاربرانی که به «حد کفایت تصویری» راضی هستند، بدون جست‌وجو برای احصای کلیه راه‌حل‌های قابل ارزشیابی، با حساب‌های سرانگشتی ساده، در مورد روایت‌های اینترنتی تصمیم می‌گیرند. کاربران دستیابی به «حداکثر اطمینان» را فدای «اطمینان کافی تصویری» می‌کنند.

خب؛ باید تصور کنیم و بفهمیم که کاربر، این تصمیمات را، وقتی که به اشباع رسیدند،

چگونه صورت می‌دهد؟ وقتی اینترنت، به منبع اصلی آگاهی‌ها تبدیل شود و فضای اینترنت نیز نه به‌عنوان یک لوله انتقال اطلاعات، بلکه به‌عنوان یک مخزن اطلاعات انباشته، به حد اشباع برسد، «اطمینان کافی تصویری» شکل بسیار نامطمئن و ریسک‌باری به خود می‌گیرد، و می‌تواند مخاطرات عظیمی را دامن بزند. چنان‌که بودریار تأکید دارد، این مخاطره عظیم از نسبتی برمی‌خیزد که میان رسانه و تبلیغ و مصرف و نهایتاً هویت برقرار می‌شود (Baudrillard, 1998: 99, 121, 191, Lane, 2000: 39, 43).

بنابراین، می‌توان تصور کرد که کاربران اینترنت، پس از یک دوران خلسه ابتدایی که در آن از اطمینان کامل صرف نظر می‌کنند، در واکنش به ریسک‌های چنین زندگی‌ای به اطمینان کامل روی می‌آورند و می‌کوشند کنترل خود را بر حوادث اطراف خود را باز بیابند. رسیدن مردم به چنین تصمیمی، بستگی به رویدادها و تهدیدهای مخربی دارد که بیشتر انسان‌ها احساس لزوم کنترل آن‌ها را در خود حس خواهند کرد.

با این حساب، چه شیوه‌هایی برای تصمیم‌گیری در اختیار خواهد بود؟ ملهم از هربرت سایمون در پاسخ به این سؤال، می‌توان قائل به وجود دو گروه تصمیم‌شد که آن‌ها را به ترتیب تصمیم‌های: «برنامه‌ریزی‌شده» و «بدون برنامه» یا «غیرقابل برنامه‌ریزی» می‌نامیم (رحمان‌سرشت، ۱۳۷۹: ۱۸۴). این رده‌های تصمیم‌سازی، مانع‌الجمع نیستند و طیفی را می‌سازند که در یک‌سوی آن تصمیم‌های کاملاً برنامه‌ریزی‌شده و در سوی دیگر آن، تصمیم‌های کاملاً بی‌برنامه قرار می‌گیرند. تصمیم‌های عادی، جاری و تکرارپذیر یا تصمیم‌هایی که در چارچوب‌هایی مشخص و از پیش طراحی‌شده اتخاذ می‌شوند، تصمیم‌های برنامه‌ریزی‌شده به‌شمار می‌آیند. لازم نیست با هر بار مطرح‌شدن موضوع این تصمیم‌ها، تصمیم‌جدیدی گرفته شود. مقولات جدید و نوبه‌نو و موضوع‌هایی که در یک چارچوب شناخته‌شده ننگنند، یا نتوان برای مقابله با آن‌ها روش‌های معمول را به کار بست، ضرورت اتخاذ تصمیم‌های بی‌برنامه را ایجاب خواهند کرد. بی‌سابقه‌بودن موضوع یا دشواری خاص مسأله را می‌توان علت نیاز به تصمیم‌های بی‌برنامه دانست. هر چه به پیش می‌رویم، شمار این دست تصمیمات، بیشتر می‌شود. کاربران شبکه، می‌کوشند تا سطح هوشیاری خود را در قبال شرایط مستمراً نوبه‌نو شونده، در سطحی پایین تنظیم کنند تا بتوانند به زندگی معمول خود ادامه دهند.

#### تیپ ۴. میزان اقبال به «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» به عوامل مختلفی بستگی خواهند داشت

ممکن است، یک کاربر، انجام اغلب تصمیم‌ها در محیط اینترنت را به عهده تصمیم‌های بدون برنامه بگذارد و دچار زیان‌های جبران‌ناپذیر شود. در آینده، شیوه‌های مرسوم در رویارویی با تصمیم‌های بدون برنامه، پاسخ‌گو نخواهند بود. به این جهت، کاربران اینترنت، باید سعی کنند تا اغلب تصمیم‌هایی را که می‌توانند به صورت برنامه‌ریزی شده درآورند، برنامه‌ریزی کنند و بدین ترتیب، به «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» پناه می‌برند (Thompson, 1995: 210-219). با استمداد از «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی»، تبدیل بسیاری از تصمیمات پیچیده غیرقابل برنامه‌ریزی، به تصمیم‌های برنامه‌دار ممکن می‌گردد. از این قرار، پیدایش این کانال‌ها، اجتناب‌ناپذیر خواهند شد؛ هر چند که خود آن‌ها، امکان دستکاری و نفوذ به آگاهی و تصمیم‌گیری‌های مخاطبان را توسط منابع ناآشنا و ضداجتماعی افزایش خواهند داد.

آن طور که از شواهد امروز (مانند خبرگزاری‌ها یا پایگاه‌های تخصصی اینترنتی که به تدریج جای روزنامه‌ها و مجلات مانوس مردم را می‌گیرند) بر می‌آید، احتمالاً، میزان اقبال به «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» به عوامل مختلفی بستگی خواهند داشت: (۱) پیشینه و سابقه کانال؛ (۲) میزان انسجام بسته‌های روایتی ارائه شده؛ (۳) استمرار ارائه روایت‌های منسجم در طول زمان؛ (۴) تأیید و تکمیل بسته‌های روایتی ارائه شده با سایر بسته‌ها؛ (۵) تأیید و تکمیل بسته‌های روایتی با واقعیت‌های ملموس عینی؛ (۶) همراهی چهره‌ها و نهادهای معتبر اطلاع‌رسانی نسبتاً مطمئن؛ (۷) ارائه هر چه بیشتر و معتبرتر شواهد مثبت؛ (۸) انطباق با پیش‌زمینه‌های معرفتی مخاطبان؛ (۹) تولید محتوای مطلوب به لحاظ فنی؛ (۱۰) اقتباس و میزبانی گسترده منابع اطلاعات تحقیق شده با ویرایش اختصاصی، و اموری ... مانند آن.

در عصر اینترنت، چه کسی می‌تواند به مردم اعتماد ببخشد؟ در سال ۲۰۰۳، و در اوج عصر شبیه‌سازی رسانه‌ها، وقتی آغاز نبرد غرب علیه تروریسم اعلام شد، مردم در باور کردن این که واقعاً یک دشمن واقعی وجود داشت، تردید داشتند. با وجود افشای انبوه اطلاعات واقعی یا شایعات رسوایی‌های مالی در شبکه، اعتماد به شرکت‌ها و دولت‌ها

دشوار شده است. در همین حال، اعتماد به گروه‌های مرجع، مانند دانشگاهیان، هنرمندان، ورزشکاران، رجال متنقد، و ... کمتر و کمتر شده است. دوستان و خانواده نیز اهمیت سابق را در شبکه روابط افراد از دست داده‌اند و شبکه‌های حرفه‌ای، جای آن‌ها را گرفته‌اند؛ شبکه‌های حرفه‌ای به اقتضای کار پدید می‌آیند و روابط در همان محدوده می‌مانند (Baudrillard, 1981/ 1983: 1-6, 26-29; Lane, 2000: 83-87).

### تیپ ۵. خودتخریبی اعتماد در اینترنت

یک رویداد دیگر که ضربات کاری به اعتماد در شبکه می‌زند، این است که در شبکه، اخبار بد، بیش از اخبار خوب منتشر می‌شوند، و اخبار خوب چندان نمی‌پایند و به سادگی لکه‌دار می‌شوند. در اینترنت، اظهارات مغرضانه، آسان‌تر و سریع‌تر مطرح می‌شوند، و به سهولت، فراگیر می‌گردند. اینترنت، از این بابت، جای ناچوری است.

در سال ۲۰۰۷، شرکت مایکروسافت، با یک چالش مواجه شد. به نظر می‌رسید که یک مقاله در ویکی‌پدیا، درباره یکی از برنامه‌های کاربردی، اطلاعات و ویرایش‌های مشکوکی توسط یک یا گروهی از کاربران آزاد اعمال می‌شد که به این گول تکنولوژی ضربه می‌زد. مقالات ویکی‌پدیا، می‌توانند توسط هر کسی با دسترسی به اینترنت و به سادگی با کلیک بر روی لینک «ویرایش این صفحه» تغییر یابند، و سپس، همه آن را ببینند؛ البته الگوی ویکی‌پدیا، کم‌وبیش در همه جای شبکه مشاهده می‌شود، و این، اعتماد و اتکاء به منابع اطلاعات مستقر در شبکه را به چالش می‌طلبد.

در مورد تالارهای گفتگوی مشهور و پر مخاطب، و همچنین پایگاه‌های خبری و تحلیلی نیز مسائلی از سنخ اعتماد مطرح می‌شود و نحوی تردید پذیرفته شده حاکم است. به نظر می‌رسد که آن‌ها در مقابل پیشنهادها یا پشتیبانی مالی بسیار انحراف‌پذیرند. این تصور کم‌وبیش هست که شرکت‌های بزرگ، کاربرانی را برای نفوذ به فورיום‌ها به استخدام می‌آورند تا این منابع را تحت کنترل درآورند. نتیجه این است که مردم اطمینان دارند که شرکت‌ها در شبکه، بیش از آن چه واقعاً هستند، آب و رنگ می‌یابند، و هر چند که این را می‌توان در خارج از شبکه هم مشاهده کرد، ولی این که این دستکاری و نفوذ به داخل شبکه هم راه پیدا کرده است، خبری بدی برای کاربران است، و به تبع، بی‌اعتمادی

گسترش بیشتری یافته است. یک نکته دیگر، طولانی‌شدن گفتگوهای آفلاین در ارتباطات آنلاین و بالعکس است که پیچیدگی بیشتری به بی‌اعتمادی‌ها می‌دهد. اعتماد، توسط «اعتقادات مشترک» و «منافع مشترک»، در کنار «موقعیت جغرافیایی مشترک» تعریف می‌شود، و اکنون، شیرازه‌های این اشتراک‌ها گسیخته است. اعتقادات و ادراکات از منافع، بر پایه اطلاعات شکل می‌گیرند، و منابع کسب اطلاعات نسل‌ها و گروه‌های مختلف مردم، بسیار متفاوت شده است. در حالی که گروهی از مردم، هنوز به منابع قدیمی، مانند: روزنامه و کتاب وابسته‌اند. برخی دیگر به رسانه‌های رسمی آنلاین، مانند: روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های رسمی آنلاین، مراجعه می‌کنند و البته بسیاری دیگر، تمام وقت در وبلاگ‌ها، انجمن‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ویکی‌های آنلاین اطلاعات عمومی کسب می‌کنند. به‌طور طبیعی در این شرایط، حداقل‌های اشتراک عقاید کم‌رنگ می‌شوند و جریان‌های فکری ریشه‌دار روی نخواهند داد.

#### تیپ ۶. آشفستگی در روابط متکی بر اعتماد؛ «هاو» (Hau)

اصولاً روابط متکی بر اعتماد، تا حد زیادی مستلزم تأکید قوی بر روابط توأم با تعهد مشترک است، که مستلزم قدری هم‌حضور است. مارسل موس در تحلیل روابط اجتماعی به‌مثابه امری کلی، به این عنصر اعتمادبرانگیز، «هاو» (Hau) اطلاق می‌کند (Mauss, 1924\ 2002: 114). بر این مبنا، «هاو»، حاوی نحوی شرم حضور یا احساس دین و مدیونی است که به خوبی در مناسک هدیه‌دادن و متقابلاً هدیه گرفتن خود را نشان می‌دهد؛ البته، این حس و حال در مورد همه مبادلات اجتماعی صادق است. افراد، یک‌ناظر بی‌طرف بیرونی و جبری را مدنظر قرار می‌دهند که بر روابط آنان نظارت دارد که اگر هدیه گرفته‌شده را تلافی نکنند، نظارت او، ایشان را با عذاب وجدان که همان ناظر درونی باشد، مواجه می‌سازد.

از این قرار، اعتماد، معمولاً باید در یک هم‌حضور نسبتاً پایدار و اعتمادازا در کنار یک فنجان چای اتفاق بیفتد، نه در شبکه و با چند ارتباط و نسبت اتفاقی. هم‌حضورها، با ایجاد، تکرار و تحریک حس ناظر بیرونی، پایه‌هایی برای اعتمادهایی می‌سازند که بشود با آنها کار و برنامه مشترک و پیوسته و تمدن‌سازی را آغاز کرد. اعتماد، تنها می‌تواند در

طول زمان، از طریق عمل سازگار در مقاطع و موقعیت‌های مختلف ساخته شود. در دنیای واقعی، کسی که شاهد رفتار اصیلی است که در طول زمان استمرار دارد، بیشتر احتمال دارد که اعتماد بورزد. ارتباط‌های انسانی در دنیای اینترنت، به‌طور معمول مستمر و پیوسته نیست.

### تیپ ۷. تحمل اجباری تنش عصبی، بی‌آبرویی و سلب اعتماد

یکی از چالش‌های ورود به فضای رسانه‌های اجتماعی، ماهیت تعاملی آن‌هاست. بدین ترتیب است که فرهنگ آنلاین، برای هر کسی گشوده و مهیای جرح و تعدیل است. البته، اگر گفتگوها در رسانه‌های اجتماعی به‌طور فعال و طی مکالمات دو طرفه و برای ایجاد رابطه متعهد باشد، و در چارچوب‌های اخلاقی، قواعد به رسمیت‌شناسی، و احترام و آداب صورت گیرد، رسانه‌های اجتماعی فرصتی برای افراد خوش‌فکر محسوب می‌شوند، ولی، اگر این چنین نباشد که اغلب هم نیست، رسانه‌های اجتماعی یک منبع برای تنش عصبی و از آن مهم‌تر، منبعی برای بی‌آبرویی و سلب اعتماد است (Van Loon, 2008: 140-144). در این شرایط است که هر نوع تمایل به ترک فضایی که هتاکانه و تهاجمی شده است، به‌عنوان تمایل به سمت انفعال و استبداد تعبیر می‌شود. بنابراین، گاه مردم مجبور می‌شوند که به‌رغم وضع معمول روابط انسانی، روابط آزاردهنده را تحمل کنند تا متهم به انفعال و استبداد نشوند.

### تیپ ۸. دنیای دیجیتال، تمام وقت شده

رسانه برای گسترش دسترسی انسان‌هاست و اگر بتواند با «اعتماد»، با واقعیت‌های اجتماعی تلفیق شود، آن‌گاه رسانه فرصتی برای تمدن خواهد بود و اگر چنین نشد، به تعمیق تک‌افتادگی روزافزون افراد می‌انجامد. تاریخ فرهنگی ملل، ظرفیت‌های متفاوتی در برقراری ارتباط میان دو جهان آنلاین و آفلاین فراهم می‌کنند. دسترسی به اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، تغییراتی در این ظرفیت‌های فرهنگی ملت‌ها از یک‌سوی، و توان فردیت‌ها از سوی دیگر، ایجاد می‌کند؛ توان مشارکت‌کنندگان برای رویارویی با مؤلفه‌های فرهنگی و شرکت در بحث‌ها، فزونی بسیار گرفته و بدین ترتیب، این احتمال



ایجاد می‌شود که مؤلفه‌های فرهنگی نتوانند کار خود را درست انجام دهند. در حال حاضر، برای بسیاری از ما، بخش اعظم فعالیت‌های روزانه، مصروف پرداختن به منابع دیجیتال آنلاین می‌شود؛ کارهایی مانند: گفتگوی برخط متنی و صوتی و تصویری در شبکه‌های اجتماعی، ارسال و دریافت پیامک، دریافت و بررسی و پاسخ‌دادن به آخرین ایمیل‌ها، تفریح و سرگرمی مندرج در شبکه‌های اجتماعی، خرید اینترنتی، کنترل اینترنتی حساب بانکی، خرید از طریق پایانه دیجیتال، تماس با همراه، کسب خبر از منابع اینترنتی، وب‌گردی، جست‌وجوی آخرین گجت‌هایی که می‌توانند زندگی دیجیتال ما را غلیظ‌تر کنند و حتی در مورد برخی از ما، این مشغولیت به دنیای دیجیتال، تمام‌وقت شده است (Thompson, 2003: 257, Robins, 2003: 236). بله، بسیاری از ما تمام‌وقت دیجیتال شده‌ایم. ما در هر دقیقه از شبانه‌روز «در دسترس» هستیم. اینترنت و شبکه جهانی وب، همه‌جا حاضر و ضروری گشته است. رفته‌رفته، پیگیری‌های قضایی و همچنین شرکت در انتخابات‌ها هم به شکل آنلاین در خواهد آمد.

در هر مؤلفه از زیست اجتماعی همه مردم، اعم از نهادهای مدنی و فرهنگی و سیاسی و اقتصادی، لاقلاً یک عامل نیرومند تکنیکی و دیجیتال وجود دارد که اتصال آن را با شبکه برقرار می‌کند. درباره اغلب این مؤلفه‌های اجتماعی، عامل دیجیتال وجه غالب دارد. با ظهور رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های آنلاین که توسط صدها میلیون نفر از مردم در سراسر جهان استفاده می‌شوند، این رفتارهای آنلاین به سرعت در حال فایق آمدن هستند. آن‌ها سراسر زندگی ما را تسخیر می‌کنند و فرهنگ مستقلی می‌سازند که به لحاظ تاریخی، بی‌سابقه و ناپخته است و اتکاء کاملی به تجربه پیشین مدنی ملت‌ها ندارد.

### تیپ ۹. خروج فرهنگ رسانه‌های آنلاین از شیوه‌های مأنوس تاریخی

فرهنگ رسانه‌های آنلاین، چگونه فرهنگی است؟ فرهنگی که در آن، ارتباطات انسانی از شکل متعارف تاریخی خود، ناگهان فاصله زیادی پیدا می‌کند، به شکل نوین و در عین حال کارآمدی در می‌آید و اجتماع خاص خود را ایجاد می‌کند؛ چگونه فرهنگ و اجتماع انسانی خواهد بود؟ مزیت درک فرهنگ آنلاین، این است که ما را به فضای تعاملی و هوشمند (سایبر) منتقل می‌کند. در حالی که فرهنگ‌های محلی و ملی به ناچار، بر یک

موقعیت جغرافیایی پایبند هستند، فضای تعاملی و هوشمند (سایبر) ارتباطات انسانی و ماشینی را ورای محدودیت‌ها برقرار می‌کنند (Cochrane and Pain, 2005: 4.43). یک مزیت دیگر درک و مشارکت در این فرهنگ، آن است که، محصولات فرهنگی، اختراعات، ماشین‌ها، و سایر محصولات انسانی و ماشینی به شکل شرکای کنش در می‌آیند و ارتباطات انسانی را طنین تاریخی گسترده‌ای می‌بخشند. ولی، به نظر می‌رسد که «متن» اینترنت به هر کس یا هیچ کس تعلق ندارد و با این همه، به بعضی نهادها که وقف جست‌وجوی اطلاعات در اینترنت هستند، تعلق دارد؛ و به این ترتیب، قدرت آن نهادها را تقویت می‌کند. مردم از حضور این دست نهادها، اطلاع دارند و گاهی هراس خود را در یک نظرسنجی اعلام می‌کنند؛ با این حال، به افشای اطلاعات خود ادامه می‌دهند. چرا؟

مردم با استفاده از تلفن همراه، مبادلات خودکار بانکی، رزرو از طریق اینترنت و غیره، مدام در نظارت به خود مشارکت می‌کنند (Foucault, 1977: 170; Thompson, 1995: 132-148). اینترنت، نمادهای تعیین هویت شخصی را به هم پیوند می‌دهد و فرد، ناگاه در می‌یابد که خود افشاگری‌های ذره ذره او در اینجا و آنجای اینترنت با یکدیگر پیوند یافته است و تصویر کاملی از حیطه‌های عمومی و خصوصی زندگی او را در اختیار دیگران قرار می‌دهد. سوابق اظهار نظرها، دوستی‌ها، معاشقه‌ها، مطایبه‌ها، صمیمیت‌ها، خریدها، و از همه مهم‌تر، جست‌وجوها، و همچنین، سایر مبادلات، همگی کنار هم قرار می‌گیرند، به طوری که می‌توان تصویری از عادت‌ها، خصلت‌ها و عقاید فرد را در اختیار دیگران و «همه» دیگران قرار دهد (Phillips, Joshua and Ryan: 2014). هر یک از افراد، در اینترنت به صورت متکثر و متفرق هستند؛ و از این قرار، گستره خود افشاگری‌شان به چشمشان نمی‌آید، و باز جزئیات تازه‌ای به پرونده فراموش‌ناشدنی خود در شبکه، اضافه می‌کنند. رایانه‌ها، تبدیل به «ماشین‌هایی برای ایجاد هویت‌هایی قابل بازیابی و واریسی» می‌شوند؛ گونه‌ای از استیضاح الکترونیکی سراسری در جریان است. در عین حال، این پرونده افشاگر، قابل جرح و تعدیل و اصلاح هم نیست؛ تنها می‌توان به آن چیزهایی افزود و نمی‌توان چیزی را از آن پاک کرد. نظارت در شرایط فعلی، بین یک شخص منفرد قابل شناسایی با همان شخص در موقعیت بعدی فرق می‌گذارد و با تکثیر هویت‌ها، شخصیت‌های اینترنتی را از شخصیت‌های واقعی جدا می‌سازد، اما، در عین حال، به وقتش این هویت‌ها را مجدداً به هم

پیوند می‌زند. هر بار کامپیوترهای دور از هم، سابقه‌ای را به‌طور خودکار کنترل یا با سابقه‌ای دیگر مقایسه می‌کنند، این پرونده کامل و کامل‌تر می‌شود، و اغلب مردم امروز، از این وضع غافل هستند و به سهولت با آن کنار می‌آیند؛ روزی خواهد آمد که از نوشتن آزادانه بسیاری از سخنان در متن شبکه نادم خواهند شد.

### تیپ ۱۰. تغافل عمدی و سواد رسانه‌ای خودسانسور شده

هر چه زندگی روزمره با استفاده‌ی بیشتر از فناوری‌های الکترونیکی، پیش رود و هر چه رویدادهای روی صفحه‌ی نمایش، بیشتر جانشین تجربه شوند، کار این فناوری‌ها، کمتر محسوس خواهد بود و مردم با نگاه مشکوک کمتری به آن خواهند نگرست. آن‌ها در این فضای جدید، خیلی چیزی را پنهان نمی‌کنند (پاتر، ۱۳۹۱: ۵۰۱-۴۷۶). در شرایط به‌شدت دیجیتال شده، افراد به فراخور رمزهای «فوق‌عادی» و همانند جریان‌های اطلاعاتی هدایت می‌شوند و خود را جزئی از آن به حساب می‌آورند. حتی افراد، به نحوی مجذوب می‌گردند که احتمال این را که تحت نظر باشند، یا اطلاعات پراکنده آن‌ها در جایی جمع شود را «توهم فناورانه» تلقی می‌کنند (لیون، ۱۳۸۴: ۶۳-۶۲). آنچه در وجهی متناقض می‌توان گفت، این است که دو دیدگاه متفاوت این وضع را توجیه می‌کند. یک دیدگاه، نگاه کاربر است که دنبال اطلاعات کاربردی خود می‌گردد و نگاه دیگر، نگاه کسی است که فعلاً اطلاعات درون شبکه برای او موضوعیت ندارد و می‌خواهد یک کاربر را ردیابی کند.

وقتی یک کاربر، کاملاً مجذوب اطلاعات کاربردی شود، از این امکان که از نحوه حرکت او در شبکه، کسی با نگاه دیگری بهره‌برداری کند، چشم‌پوشی می‌کند و علت این نادیده‌انگاری، جذب خود اطلاعات به‌مثابه یک زیست‌جهان مستقل است. برای این کاربر مجذوب، آنچه مشهود است، تمام چیزی است که مشهود است. در این حال، تفاوت بین واقعیت و وهم، محو می‌گردد. این تحلیل را می‌توان نحوی «پدیدارشناسی امر سایبر»<sup>۱</sup> نام نهاد.

1. Phenomenology of "the Cyber".

افق‌های نوین نظارت در شبکه را می‌توان بر حسب زبان پایگاه‌های داده‌های کامپیوتری مجدداً تنظیم کرد؛ در واقع، افراد در راستای مشارکت فعال در تکمیل پایگاه‌های داده پراکنده، بدون آن که خود دقیقاً متوجه باشند و گاه هم با اطلاع از این که رصد می‌شوند، دست به خودافشاگری گسترده می‌زنند و پازل‌های یک نظام نظارتی بزرگ را کامل می‌کنند.

### تیپ ۱۱. سرعت و محو هویت

یکی از اصلی‌ترین تغییراتی که ماشین‌ها به‌طور کلی و ماشین‌های سایبر به‌طور اخص به بار می‌آورند، اساساً در سرعتی نهفته است که ایجاد می‌کنند؛ و این سرعت، از توان هضم و جذب ما بیشتر است. ماشین‌ها، عناصر مختلف فضایی و زمانی سازنده حضور واقعی ما در دنیا را تغییر می‌دهند، و در نتیجه، رابطه ما را با جهان به هم می‌ریزند و به یک رابطه «دورادور»<sup>۱</sup> بدل می‌کنند و آن نیز به نوبه خود، غنای تجربه معقول نزد ما را می‌کاهد. یک دیدگاه آن است که وضع اسف‌بار اخلاقی در جامعه توده‌وار امروز اساساً از این‌روست (Virilio, 1994: 7; James, 2007: 48).

سرعت و شتاب انتقال اطلاعات و ارتباطات، که توسط فناوری‌های مدرن فراهم شده، منجر به از دست رفتن حضور صمیمی و کاهش تجربه مجسم و ملموس زندگی می‌گردد. زندگی به حرکتی مداوم، بدل می‌شود و حضور ما در جهان به مثابه نحوی «حضور مجازی» خواهد بود. اصل مقوله «سرعت» به‌عنوان یک دشواری بالقوه نهادی و هویتی، به‌ویژه در تأملات آنتونی گیدنز، ملهم از تاریخ اضطراب مارتین هایدگر مطرح شد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۹). از دیدگاه آنتونی گیدنز، ویژگی مهم جوامع مدرن، تحول لاینقطع و سریع به حد «ازجاکنندگی»<sup>۲</sup> است. از این دیدگاه، «Modernity»، اصولاً با «تجدد»، همسان تلقی می‌شود. بازتاب این وضع، در سطح هویت شخصی، این است که ویژگی‌های اساسی مدرنیت به‌رغم زندگی در فضای سنت، تجربه‌ی زندگی توأم با شتاب و سرعت، تحولات مستمر و

1. Teletopological.

2. disembedding.

عمیق و سبک زندگی بسیار وسواس آمیز و با تأملات پی‌درپی که مدام عملکردهای اجتماعی و فردی را مورد بازاندیشی قرار می‌دهد و مدام ماهیت و جوهر آن را متحول می‌سازد. آنچه در این فرآیند بسیار اهمیت دارد، تحولاتی است که به دلیل این سرعت فراوان، در جوهر زمان و مکان پدید آمده است و ماهیتی نامتعیین پیدا کرده است. در نتیجه، کنش‌های اجتماعی از متن و زمینه‌ی محلی گسیخته شده‌اند و در یک چارچوب زمانی فضایی نامحدود شناور گردیده‌اند (Giddens, 1990: 10\_17, 36\_45).

مانوئل اولیون کستلر، در استمرار این خط فکری، این ایده را تقویت می‌کند که انقلاب ارتباطات، انقلاب فراگیر شهرنشینی را وارد فاز جدید و پیچیده‌ای کرده است که در آن، سرعت انتقال، نکته اصلی است (Castells, 1999: 229\_306). در واقع، همان‌طور که در شهر، جامعه به شکل شبکه در می‌آید و افراد به نقاط تقاطع خطوط یا وب تبدیل می‌شوند، این وضع در شبکه‌های ارتباطی تشدید می‌شود. همان‌طور که فرد با انتقال از روستا به شهر، ضمن بهره‌مندی از چابکی بیشتر، هویت خود را از دست می‌دهد و به عضوی از پایگاه‌ها و موقعیت‌های فضایی و اجتماعی تقلیل می‌یابد، با عضویت در اجتماع مجازی در عین حفظ عضویت در شهر، به‌طور مضاعف، شخصاً به رسمیت شناخته نخواهد شد، و به مجموعه‌ای از خصلت‌های شبکه‌ای تقلیل خواهد یافت. بدین ترتیب، در یک جامعه عمیقاً شبکه‌ای شده، هویت به یک معضل تبدیل می‌شود (Castells, 2009: 71\_167).

## تیپ ۱۲. رقابت عمدتاً نافرجام هویت‌های رقیب

برای علاج این معضل، «هویت مشروعیت‌بخش»<sup>۱</sup>، «هویت مقاومت»<sup>۲</sup>، و «هویت برنامه‌دار»<sup>۳</sup>، سه تدبیر مستمر و تا حدی نافرجام بوده است (Castells, 2009: xxvi). به باور مانوئل کستلر، پس از آنکه هویت‌های سنتی رنگ باختند، و پس از آنکه انقلاب‌های مدرن، شوری برانگیختند، هویت‌های سیاسی یا مشروعیت‌بخش جای هویت‌های سنتی را گرفتند. آن‌ها به نیرومندترین جایگزین‌های هویت سنتی بدل شدند (Castells, 2009: 8).

1. legitimizing identity.

2. resistance identity.

3. project identity.

اما، از آنجا که جامعه شبکه‌ای، بیشترین تأثیر خود را در بنگاه‌های اقتصادی نهاد و سایر نهادهای اجتماعی، دستگاه‌های اقتصادی ماندند، دولت‌ها تحت نفوذ بنگاه‌های اقتصادی، متزلزل و زودگذر از آب درآمدند، و این ضربه هولناکی به هویت مردمی بود که بنای هویت خود را بر دولت‌هایی گذاشته بودند که اکنون با بحران مشروعیت مواجه شده بودند. شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی از طریق مداخله گسترده‌تر در عملکرد دولت‌ها، توانمندی آن‌ها در عمل به تعهدات خود به رأی‌دهندگان را به چالش طلبیدند، و این علتی شد برای سرشکستگی کسانی که با شور و شوق فراوان، هویت خود را با هویت دولت‌ها و احزاب مربوط به آن‌ها گره زده بودند؛ این، چیزی مانند استقلالی و پرسپولیسی بودن بود (Castells, 2009: 19-27, 69-70).

افرادی که این چنین هویت سیاسی خود را رنگ‌باخته دیدند، شروع به مخالف خوانی کردند. آن‌ها تقریباً با هر چیزی مخالف شدند. این چنین خود را در هر شرایطی و با آمدورفت هر حکومتی با پیروزی جلوه می‌دادند. هرچند که این لیگ که استراتژی بین‌یدی هوشمندانه بود، نمی‌توان این استراتژی را مدت زیادی ادامه داد؛ چراکه یک هویت مقاومتی، تأثیرات روانی ویرانگری در فرد می‌گذشت، و صفش را بیش از پیش به تنهایی می‌کشاند علی‌الاصول این وضع قابل‌تحملی برای «توانسان نیستی» (Castells, 2009: 70).

از نظر مانوئل کستلز، فرجام بد سرسام هویت مقاومتی، پایان‌نهایی سرسام بسیاری از انسان‌های امروز است، ولی در مورد گونه‌های معدودی همچون بنیادگرایان دینی، ناسیونالیست‌های فرهنگی یا اجتماعات قومی، از یک امکان هویتی به نام «هویت برنامه‌دار» برخوردارند، که محتوای آن، واکنشی علیه جهانی شدن است. این، پرفروغ‌ترین امکان هویتی است که در شرایط جدید، و تنها برای بخشی از مردم جهان وجود دارد (Castells, 2009: 69-70).

### تیپ ۱۳. سرعت و بروز شکاف نسلی

با این شتاب جابجایی دانش و تکنولوژی، انقضای نسلی با سرعت بیشتری رخ می‌دهد. همواره توان افراد برای انطباق با تغییر تکنیکی و علمی حیطه سنی معینی دارد و پس از عبور افراد از یک حیطه سنی، افراد به زندگی با ثبات نسبی بیشتر متمایل و سپس مجبور

می‌شوند. از این قرار، می‌توان پیش‌بینی کرد که شکاف و تعارض میان نسل جوان که اصولاً توان و انرژی انطباق با نوآوری‌های دانش و تکنولوژی را دارد، و نسل‌های دیگر، بیش از پیش فزونی می‌یابد (Thompson, 1995: 210,219). به‌عنوان نمونه، درست در حالی که هنوز از نسل قبل، کسانی هستند که مطالعه کتاب کاغذی را به کتاب الکترونیک ترجیح می‌دهند، و در حالی که تازه برخی دارند به کتاب الکترونیک منقش بر صفحه مانیتور عادت می‌کنند، برخی جوانان به‌طور کامل خود را با تلفن همراه به‌عنوان پلتفرم تمام کارها از جمله کتاب‌خوانی انطباق داده‌اند و رفتار هر سه نسل متمایز برای یکدیگر عجیب است. فاصله بین ملت‌ها نیز از این حیث رو به افزایش است. برخی گزارش‌ها نشان می‌دهند که چین، بازاری پیشرو برای رسانه‌های اجتماعی است. این شکاف به‌لحاظ محتوا هم حائز اهمیت است. در آسیا، عمدتاً تمرکز بر محتوای شخصی است، در حالی که در ایالات متحده آمریکا و اروپا بحث‌ها بین موضوعات مرتبط با مسائل فرهنگی، سبک زندگی و مسائل سیاسی توزیع شده است (Thompson, 1995: 251,253).

#### تیپ ۱۴. پدیده خود افشاگری اینترنتی

کم‌رنگ‌شدن کارکردهای اقتصادی و تجاری اینترنت، محیط شبکه را رنگ و بوی تفریحی و مشحون از روابط خصوصی بخشیده است. این وضع، به‌ویژه با دشوارشدن برقراری روابط صمیمی در دنیای واقعی به دلیل ظهور و غلبه جامعه توده‌ای، تشدید هم می‌گردد. اینترنت، افرادی را به وجود آورده است که خواهان بهبود زندگی شخصی و اجتماعی خویش از طریق عرضه خود در شبکه هستند (Van Loon, 2008: 120,123). برای برقراری ارتباط با دیگران، در محیط اینترنت، باید خود را کم‌ویش معرفی کرد. هر چند که این معرفی، در اغلب موارد، می‌تواند واقعی نباشد، ولی به تدریج، با فراگیرشدن شناسنامه‌های کاربری مانند اکانت گوگل یا اکانت فیس‌بوک، ارائه جنبه‌های مهمی از خویشتن واقعی اجتناب‌ناپذیر می‌گردد.

وانگهی، افراد باید مزیت‌هایی واقعی از خود را برای برقراری ارتباط با دیگران رو کنند، تا در عمل، برای برقراری ارتباط، جذاب و قابل، به نظر برسند و بدین ترتیب، وجوهی دیگر از اطلاعات واقعی زیست خود را در شبکه - به دست خود- افشا خواهند

کرد؛ به این فرآیند و نتیجه نهایی آن «خودافشاگری اینترنتی»<sup>۱</sup> اطلاق می‌کنیم. افراد حاضر در محیط شبکه، به‌ویژه، در جریان دوست‌یابی‌های آنلاین، اغلب برای رسیدن به سطح مطلوب صمیمیت طی مراحل اولیه رابطه، مرتکب سطح گسترده‌ای از خودافشاگری می‌شوند (Litan and Wallison, 2000: 72). هدف از این خودافشاگری گسترده، کاهش قابل‌ملاحظه عدم اطمینان و عدم قطعیت مضاعفی است که هم به‌طور طبیعی بین دو نفر که تازه با هم آشنا شدند، وجود دارد و هم به‌طور غیرطبیعی در ارتباط اینترنتی احساس می‌شود. فشار این دو نوع عدم قطعیت، افراد را وامی‌دارد تا میزان خودافشاگری را «گسترده» در نظر بگیرند. ابتدا، خودافشاگری در پایگاه‌های اینترنتی معتبر و مشهور صورت می‌پذیرد و اغلب، خودافشاگری برای کسانی که شخص خودافشاگر، آن‌ها را خوب می‌شناسد، انجام می‌شود. ولی، این اطلاعات محدود نمی‌ماند و می‌تواند به روش‌های مختلف مورد دسترسی دیگران قرار گیرد (Stalla.Bourdillon, 2014: 7-8).

فرآیند دوست‌یابی‌های آنلاین، نیاز به حدودی از صداقت هست و هم‌چنین، تنش بین ارائه «خود ایده‌آل» در کنار ارائه «خود واقعی» وجود دارد. در نتیجه و در عمل، آنچه اتفاق می‌افتد، این است که شخص، نه تنها «خود واقعی» خود را کم‌وبیش صادقانه بیان می‌دارد، بلکه آرمان‌ها و سمت‌وسوی حرکت خود در جهان واقعی را نیز افشا می‌کند. این خودافشاگری دوگانه را می‌توان «خودافشاگری واقعی + خودافشاگری آرمانی» نام گذاشت. نکته دیگر این که خودافشاگری، اغلب، متقابل است. به‌منظور افزایش درک متقابل و درک شباهت‌ها و به رسمیت‌شناختن فرد در حال خودافشاگری تا به خودافشاگری خود ادامه دهد، افراد دیگر هم به «خودافشاگری متقابل» وادار می‌شوند. این میزان از خودافشاگری‌های چندلایه، متعدد و مضاعف، آسیب‌پذیر عاطفی را به‌طور فزاینده‌ای افزوده است؛ این خودافشاگری‌ها، در فضاهای گوناگون توسط مخاطبان مختلف ملاحظه می‌شود و از آن تعبیرهای گوناگونی صورت می‌گیرد، که این تعبیرها، اغلب مساعد نظر شخص خودافشاگر نیست. امروز، اینترنت به یکی از منابع عمده تنش عصبی و عاطفی تبدیل شده است.

1. Internet Self-Disclosure.



### تیپ ۱۵. «گجت» آلوده‌شدن انسان

در برداشت متعارفی ما، فناوری اطلاعاتی موسوم به «اینترنت»، اغلب، به منزله عاملی «بیرونی» ظاهر می‌شود که ما همچون هر ابزار دیگر، از آن به نحو خودانگیزه استفاده می‌کنیم، نه به صورت چیزی که در عمق زندگی روزمره و حواس ما نفوذ کرده باشد و به سمت آن رفته باشد که حتی بینش‌های ما را با روش‌های خود انطباق داده باشد. اینترنت، به مثابه نحوی «گشتل»<sup>۱</sup> (به قول مارتین‌هایدگر)، به استمرار یا پروتز حواس ما تبدیل شده است و گونه خاص تأمل خود را به ما تزریق کرده است (Heidegger, 1977; Van Loon, 2008: 41\_42). بدین ترتیب، زندگی شخصی تازه‌ای ظاهر شده است که در جریان آن، افراد بر وفق درخواست شبکه، خود را وانمود و افشا می‌کنند.

ابزارهایی مانند گوشی سایبر، عینک هوشمند، ساعت سایبر، و ... که اصطلاحاً «گجت» (Gadget) نام دارند، چشم‌انداز آتی فضای زیست رسانه‌ای ما را می‌سازند، و این، تنها یک آینده فنی نیست، بلکه، گونه‌ای از تلفیق تازه انسان با جهان است. آنچه در زیست اجتماعی سایبر روی می‌دهد، چشم‌اندازی است که این روزها به آن «گجت» یا همگرایی‌های چندرسانه‌ای تلفیق‌شده با بدن می‌گویند؛ یعنی چشم‌اندازی که در آن، رسانه‌های دیداری، شنیداری، اجتماعی، و ارتباطات همراه، کاملاً با هم در یک قالب چابک و همراه و پیوسته به انسان تلفیق می‌گردند.

واژه «گجت»، خیلی از ما را به یاد شخصیت کارتونی مشهور «کارآگاه گجت»، اثر پیتر ساو در می‌اندازد، و این شخصیت کارتونی، می‌تواند برداشت دقیقی در مورد ماهیت گجت‌ها یا چشم‌انداز آتی دنیای تکنولوژی سایبر به ما بیخشد؛ ابزارهایی که کارآگاه همیشه همراه داشت و آن‌ها را با گفتن «برو - برو - گجت» (Go-Go-Gadget) احضار می‌کرد. کارآگاه «گجت»، مجموعه تلویزیونی پویانمایی، محصول ۱۳۶۱/۱۹۸۳ (فصل اول)، در مورد یک کارآگاه دست و پا چلفتی، بی‌فکر و بی‌اعتناست که به‌ویژه از شخصیت کارآگاه کلوزو از سری فیلم‌ها و کارتون‌های پلنگ صورتی اقتباس شده است. نکته اول که در بدو امر، به نظر می‌رسد این است که انسان‌هایی که چنین «گجت»

1. Ge-stell.

می‌شوند، بسیاری از مهارت‌های انسانی و متعارف خود را از دست می‌دهند. ولی، «پنی» (Penny؛ که معنای لفظی آن کوچک‌ترین واحد پول آنگلو ساکسون است)، خواهرزاده کم سن «گجت»، که با استفاده از یک کتاب، لپ‌تاپ و ساعت هوشمندی که بر روی دست او نقش جام جهان‌نما را بر عهده دارد، قادر به شکستن دسیسه‌های دکتر «کلاو» است؛ البته پنی، این کارها را با کمک سگ خود به نام «برین» (Brain؛ که معنای لفظی آن مغز است)، که بیش از یک سگ معمولی می‌فهمد و در انجام بسیاری کارها، ماهر است، انجام می‌دهد. پنی، عامل اصلی موفقیت‌های کارآگاه «گجت» در مواجهه با دشمنش، دکتر «کلاو» است و مدام دنبال او می‌رود تا جلوی آسیب‌های وی را بگیرد. بدین ترتیب، «گجت/ماشین تلفیق‌شده با بدن»، «پنی/پول»، و «برین/مغز»، در یک فعالیت خانوادگی معمول دهه ۱۹۸۰، مشکلات را حل می‌کنند؛ «ماشین متحد با بدن + پول + مغز + خانواده» یک الگوی مثبت را می‌سازند. در مقابل، دکتر «کلاو» (Claw؛ که معنای لفظی آن چنگال است) در رأس سازمان (Mad\_M.A.D؛ که معنای لفظی آن جنون و حماقت است) قرار دارد که همیشه به شیوه‌ای بصری بر روی صفحه رایانه خود، همه چیز را تحت نظارت دارد و تقریباً همیشه دنبال تسلط، از بین بردن امکانات و هم‌چنین، سرقت چیزهای با ارزش است؛ البته شخصیت‌های دیگری مانند اتومبیل گجت هم هستند که مانند خود گجت، تنها یک توده ماشینی صرف محسوب نمی‌شوند، بلکه شکلی از تلفیق میان ماشین و خوی و خصلت انسانی به حساب می‌آیند (توأم با اقتباس‌هایی آزاد از پایگاه فناوری ما و Go\_Go Gadget; the Original Inspector Gadget Fan Site - Since 1997). مجموع این شخصیت‌پردازی‌های بدیع، یک چشم‌انداز پیشرو در سال ۱۳۶۱/۱۹۸۳ در مورد آینده تکنولوژیک ما بوده است. آنچه در شخصیت‌سازی «گجت» در سال ۱۳۶۱/۱۹۸۳ اهمیت دارد، پیش‌بینی «انسان گجتی» و تصویری از روابط انسانی است که در سایه پدید آمدن چنین انسانی به وجود می‌آید.

گوهر انسان، وی را می‌دارد تا خود را با امکانات محیطی خویش تلفیق کند و به نظر می‌رسد که «گجت» در این راستا حرکت می‌کند. تا آنجا که به رسانه‌ها مربوط می‌شود، این گوهر، انسان را می‌دارد تا ارتباط بصری خود را با ارتباط چهره‌به‌چهره در زمان واقعی و بلادرنگ، بیامیزد. ابتدا که رسانه پدید آمد، در این اتحاد زمانی-فضایی، خلل و

فاصله ایجاد کرد، امروزه، این فاصله در برخی مقاطع از بین رفته است و در آینده و با پیشرفت قطعی تکنولوژی ارتباطات، شرایطی پدید خواهد آمد که «در همه حیطه‌ها»، ارتباط رسانه‌مند از ارتباط معمولی واقعی‌تر به نظر خواهد رسید.

این که می‌گوییم، «پیشرفت قطعی تکنولوژی ارتباطات»، از آن‌روست که هم‌اکنون این پیشرفت در حدی که ارتباط رسانه‌مند را از ارتباط معمولی واقعی‌تر جلوه دهد، رخ داده است، ولی تکنولوژی آن، هنوز به صورت فراگیر در اختیار کاربران عادی قرار نگرفته است، و به زودی قرار خواهد گرفت. در برخی حیطه‌ها که این سطح از تکنولوژی عملیاتی و فراگیر شده، تأثیر خود را به جای گذارده است و به‌طور نمونه، دیدن یک مسابقه فوتبال مهم که با پنجاه دوربین، صدها فریم در ثانیه پوشش داده می‌شود را از تجربه حضور در استادیوم واقعی‌تر ساخته است.

در همین رابطه و نکته دوم این که، پس از تبدیل رسانه‌ها به «گجت»، آن‌گاه «ارتباط رسانه‌مند از ارتباط معمولی واقعی‌تر به نظر خواهد رسید» (Poster, 1988: 121). به عبارت دیگر، ارتباط معمولی غیررسانه‌مند، در مقایسه با ارتباط رسانه‌مند تلفیق شده با بدن، مانند ارتباط دو کم‌بینا بدون عینک و با عینک است. در واقع، رسانه‌ها، حواس ما را بسیار تقویت می‌کنند و وقتی بتوانند کاملاً به «گجت» ما بدل شوند، آن‌گاه ارتباطی واقعی‌تر را رقم خواهند زد.

با این میزان از تلفیق رسانه‌ها با حواس انسان و تبدیل آن‌ها به «گجت»، پیوندهای انسانی به وساطت رسانه، رفته‌رفته به ارتباط بلادرنگ بدل می‌شوند، و کم‌کم آگاهی در مورد رسانه را محو می‌کنند، طوری که دستگاه‌های ارتباطی که امروز «همراه» شده‌اند، به امتداد حواس و توش و توان ما بدل می‌گردند، و بهره‌برداری ما از آن، وجه «دم‌دستی» پیدا می‌کند، همان‌طور که یک نجار از چکش، یا یک تایپیست از کیبورد، بدون تصویری جدا از آن، استفاده می‌کند و در واقع، دست خود را با «گجت» چکش یا کیبورد، تلفیق شده می‌یابد.

یکی از نتایج این وضع، آن است که ما بیش از پیش، موضع محتاطانه خود در قبال تکنولوژی رسانه‌ای را از دست می‌دهیم. در واقع، ما این احتمال را نادیده خواهیم گرفت که ممکن است اشخاص ثالثی در یک مسافت بسیار دور، طرف ناخواسته ارتباط ما باشند.

در واقع، ارتباط ما با رسانه، به سمت سادگی و بی‌تکلفی سوق می‌یابد، بدون آن که در واقع امر، رسانه ساده‌تر و بی‌تکلف‌تر شده باشد. در نتیجه، اهمیت ترویج «سواد رسانه‌ای»<sup>۱</sup> به نحو روزافزونی بیشتر می‌شود؛ چرا که مردم درک متعارفی خود از شیوه‌های اعمال مالکیت رسانه‌ها بر اطلاعات، دست‌کاری رسانه‌ها در آگاهی‌ها، شیوه‌های طبیعی جلوه‌دادن ستم‌ها و بی‌عدالتی‌ها، توزیع نابرابر مهارت‌های کاربست رسانه‌ها، و ... را از دست می‌دهند. در واقع، امروزه، باید سواد رسانه‌ای به بخش مهمی از سواد عمومی تبدیل شود و جزء مهارت‌های عمومی الزامی به کودکان آموزش داده شود تا هم مهارت کاربرد رسانه‌ها به نحو عادلانه‌تری توزیع شود و هم درک انتقادی از رسانه‌ها گسترش یابد، تا افراد به سهولت، هر آنچه رسانه‌ها به خوردشان می‌دهند را نپذیرند.

### تیپ ۱۶. برآمدن پسانسان

بل ویریلیو، به‌رغم برخی که هنوز مسیرهای بهبود را در فضای سایبر جست‌وجو می‌کنند، معتقد است: شیوه‌های تصویری برون‌رفت از بحران مدیریت، راه‌های برون‌رفت واقعی نیستند (Virilio, 1994-2007). فرض چنین راه‌حلی، وابسته است بر این که انسان‌هایی با انسانیت نفوذناپذیر، از ابزارهای ارتباطی استفاده می‌کنند که هسته نفوذناپذیر انسانیت آنها خللی یابد. به باور ویریلیو، انسان با ابزار ارتباطی خویش تلفیق می‌شود. ماشین بر انسان تأثیر می‌گذارد و او را بین به یک نوع شدید تبدیل می‌کند. این منش، ایده‌ای است که از زمان هیچ به آن «پسانسان‌گرایی»<sup>۲</sup> گفته می‌شود. پسانسان‌گرایی دایر بر این اعتقاد است که تلفیق انسان با زندگی خویش و ابزارهای آن از او یک مجموعه و ارگانسم‌ها شدید به وجود می‌آورد. در واقع، ما با نوع جدیدی مواجه هستیم؛ (Van Loon, 2008: 42, 95-100).

### تیپ ۱۷. زوال سنت و اجتماع و روابط صمیمی

این موضوع، گونه‌ای از شرایط ناکجاآباد منفی فاجعه‌بار به دنبال می‌آورد. این

1. Media Literacy.

2. Post-humanism.

ناکجاآباد منفی، حاوی این جوهر است که در آن «زمان مرده است» و عمر به جای زمان، با سرعت تعریف می‌شود (Virilio, 1991: 59,62)؛ نحوی حرکت بی‌پایان در «برهوت». توان عبور و فرارفتن از جهان واقعی، حجم و فرمت جهان را نامأنوس می‌سازد، طوری که انرژی حیاتی انسان‌ها به جای هر کار دیگر، صرف درک و انطباق با شرایط نوبه‌نو شونده می‌گردد. حاصل این زیست دست‌پاچه و فشرده، تلفیق عجیب و غریب وجوه مختلف و ناسازگار زندگی خواهد بود. مردم در این ناکجاآباد، برای سنت و تجربه و اجتماع و روابط صمیمی، ارزشی قایل نیستند (Van Loon, 2008: 42; Heidegger, 1977: 11).

### تیپ ۱۸. تقلیل عمدی دقت ادراک و اقرار به موقتی‌بودن ادراک؛ ایده‌ای برای

#### درک «فیلم»

گمشده بعدی، بینایی انسانی است؛ مجازی‌سازی و ایماژگون‌شدن تجربه، آفتی است که انرژی تمدن‌ساز انسان را در این شرایط از نفس می‌اندازد. نسبت تجربه اینترنتی با تجربیات واقعی ما، مانند نسبت یک مجسمه یا تابلوی نقاشی و فیلم است. یک مجسمه یا نقاشی، یک شکل پایدار است که در طول زمان شکل ثابتی دارد و می‌تواند مورد تأمل واقع شود. ولی شیوه‌ای که فیلم در آن به چشم می‌آید، کاملاً متفاوت است؛ چراکه نحوی جنبش سریع سلول‌های نوری است. بیننده فیلم، حسی از تداوم را از یک گذر و نسخ تصویر به گذر و نسخ تصویر دیگر، و در نتیجه، «توهم جنبش» را درک می‌کند. در تئوری فیلم، فرض بر این است که محرک‌های دیداری در حافظه برای چند صد میلی ثانیه ذخیره می‌شوند، و پس از آن‌ها، ناپدید می‌شوند. این وقفه، موجب می‌شود که فواصل تاریک بین تصاویر فیلم، رؤیت نشوند. بدین ترتیب، ساختار عادات کلی ما از ادراک متحول می‌شود، طوری که درک فیلم مستلزم دقت و تأمل کمتر و پذیرش «موقتی‌بودن ادراک» است (Virilio, 1991: 41-74).

### تیپ ۱۹. خورشید درونی تلویزیون و مانیتور و گم‌شدن تلقی متعارف انسان

#### از «زمان»

ولی، گمشده مهم‌تر، زمان است. نکته آن است که سینما که خود فرزند ماشین و چرخ

و لامپ است و تلویزیون که فرزند سینماست و رایانه نیز در ورطه نمایش ملهم از تلویزیون است، با آفتابی درونی کار می‌کنند و زندگی مخاطبان را از روز و شب کاذب پر می‌نمایند. تفاوت این روز و شب کاذب و راستین را می‌توان در عبارات «اپتیک منفعل»<sup>۱</sup> و «اپتیک فعال» مفهوم‌سازی کرد (James, 2007: 58; Virilio, 2000: 56). می‌شود تصور کرد، کسانی که خود را در یک اتاق با رایانه و تلویزیون تنها می‌گذارند، «زمان ملموس» را گم می‌کنند و رفته‌رفته سازگاری خود را با دیگران در محیط‌های لازم به «همزمانی ملموس» از دست می‌دهند. البته آن‌ها ساعت و تقویم دارند، ولی «ساعت ملموس» نقش متمایزی در تنظیم حیات انسانی ما دارد.

### تیپ ۲۰. پروتز بینایی فردی و فزونی سوءتفاهم‌ها

به تبع زمان، مفهوم فضا و مکان نیز به هم می‌ریزد. سینما، تلویزیون و بعد مانیتور، وقتی مجهز به ارتباطات ماهواره‌ای بلادرنگ و گسترده می‌شوند، به نوع تازه‌ای از «پنجره» بدل می‌شوند، و ساخت‌وساز فضا را به هم می‌ریزند. اگر تبدیل تصاویر SD به HD Full، HD و 4K را هم در نظر بگیریم، آن‌گاه رسانه به بهترین پنجره خانه تبدیل می‌شود. تأثیر این «پنجره» نوین را می‌توان با اثر اختراع تلسکوپ در سال ۱۶۰۹ توسط گالیله مقایسه کرد؛ چیزهای بسیار دور دست، تعیین‌کننده و عجیب، پیش چشم مردم نمودار می‌شود، و این بار همه مردم می‌توانند این همه را ببینند.

همان‌طور که از واژه تله+ویزیون (vision tele) پیداست، مردم به نحوی «پروتز بینایی» یا استمرار حواس مجهز شده‌اند (McLuhan, 1964: "Understanding Media; The Extensions of Man"). می‌شود تصور کرد که مردم امروز، مانند مردم سده هفدهم، بر حسب آنچه در این تلسکوپ جدید می‌بینند، برنامه‌ها و نهادهای زندگی خود را بازسازی می‌کنند، منتهی مشکل این است که آن سوی این تلسکوپ، شیء واحدی نیست که به مردم جهت مشترکی ببخشد. در نتیجه، می‌شود تصور کرد که میزان سوءتفاهم در سایه استفاده از این

1. passive optics.

2. active optics.

رسانه‌ها میان مردم و گروه‌های مختلف آن‌ها به قدری فزونی می‌گیرد که می‌رود تا ما را با نحوی فروپاشی اجتماعی مواجه گرداند.

### تیپ ۲۱. درک مصنوعی به دلیل استفاده از ماشین‌های ادراکی

فرجام همه دگرگونی‌ها، تحول و تغییر عمیق و مستمر در درک افراد از خودشان است. هنگامی که ما به تماشای برنامه‌های تلویزیونی یا بازی رایانه‌ای می‌پردازیم، به‌طور حتم، در اشکال جدید از خودشناسایی درگیر می‌شویم. «زمان غیر واقعی» و حضور مجازی تبدیل شده‌اند به حالت غالب تجربه که با ماشین‌های بینایی از همه نوع اشباع می‌شود و هر نوع ادراک از موقعیت واقعی را تحت الشعاع قرار می‌دهد.

مسلماً برای وجود اجتماع، نیاز به نحوی حس مشترک هست و معمولاً این حس مشترک در سایه زمان واقعی در یک تاریخ مشترک واقعی قابل تحقق است، این در حالی است که تکنولوژی نوین اطلاعات، این ظرفیت‌ها را متفرق و نابود می‌کند. ما به تعداد انتخاب‌ها و ترکیب‌های رسانه‌ای، «درک مصنوعی» داریم و افراد با ساختن ترکیب‌های منحصر به فرد رسانه‌ای برای خود، خواسته یا ناخواسته، درک‌های مصنوعی متفاوت ایجاد می‌کنند که باعث افتراق آنان از دیگران می‌گردد (Van Loon, 2008: 102, 128).

### تعدیل تحلیل اینترنت به مثابه آرمان شهر منفی

نهادهای اجتماعی، همان سازوکارهای رفتاری هستند که کم‌وبیش در طول تاریخ استمرار یافته و به واقعیت‌های بالنسبه مستقل از افراد تبدیل می‌شوند؛ نهادهای اجتماعی، انسان‌ها را توانمند می‌کنند تا تاریخ متمایز و متمم خود را بسازند؛ هر چند که محدودیت‌هایی نیز برای انسان‌ها به بار می‌آورند (Giddens, 1993: 2, 3, 133). بر این اساس، بررسی کامل هر نهاد اجتماعی، متوقف بر بررسی هر دو فاز توانمندکننده و ناتوان‌کننده است. امروزه، خوب که به اینترنت می‌نگریم، آن را ساختاری دو وجهی می‌یابیم؛ یک وجه، توانمندساز و یک‌وجه ناتوان‌کننده؛ البته نمی‌خواهم انکار کنم که این دو بخش برابر نیستند و حتی نمی‌خواهم بگویم که اینترنت، همان‌قدر که تهدید است، می‌تواند به فرصت هم بدل شود. از این بیش، می‌خواهم تأکید کنم که هنوز کوشش چندانی برای معرفی

وجوه توانمندساز اینترنت که نافی زیست سالم اجتماعی انسان نباشد، صورت نگرفته است. کلید مؤثر در این تلقی جامع، با طرح مفهوم مؤثری به دست می‌آید که ژوست فن لون (Van Loon: 3-131)، ملهم از نیچه، به آن «پسااومانیزم» اطلاق می‌کند. بر مبنای این تلقی، در شناخت رسانه‌ها، علاوه بر دل‌مشغولی به جذب‌شدن و ریشه‌دوانیدن فرهنگی تن انسان در رسانه‌ها به شکل گوش و چشمی که در تلویزیون و رادیو، امتداد پیدا می‌کنند، باید عکس آن را نیز مد نظر آوریم؛ یعنی، رسانه‌ها نیز در انسان نفوذ می‌کنند و نحو بودن او را تغییر می‌دهند؛ رسانه‌ها و «گجت‌های تکنولوژیک»، نحوی از انکشاف تکنیکی را برای تن انسان فراهم می‌آورند که تن انسان را به انطباق با خود وا می‌دارد، و این، به مفهوم تغییر گسترده مفهوم «انسان» نیز هست؛ یعنی، انسان اندرویدی با انسان آی او اسی یا انسان مایکروسافتی متفاوت است و روحیات و خلیات و ترکیب منحصر به فردی از حواس را در خود، سازمان می‌دهند. از این قرار، با نحوی از اومانیته جدید مواجهیم که ماهیت جوهری آن مورد دستکاری قرار گرفته است و اکنون باید در مورد فعال‌بودن یا منفعل‌بودن آن، به شیوه خاص خودش داوری کرد.

لون، معتقد است که برای درک اومانیته‌های جدید، نیازمند حس نیرومندی نسبت به ریشه‌های تاریخی آن‌ها هستیم (Van Loon, 2008: 95, 99-101)؛ برآمدن عصر دیجیتال و فضای سایبر، یک نقطه عطف تاریخی بود. این نقطه عطف، عمدتاً عبارت از چرخشی بنیادی در رابطه رسانه و ماده است. در حالی که تا ظهور رسانه الکترونیکی، رسانه همواره حاوی صورتی از ماده بود، که قید و بندهای زمان و فضا را ایجاد می‌کرد، اکنون، این موضوع تا حدود زیادی اهمیت خود را از دست داده است. با تلگراف و سپس، با ظهور رسانه‌های بی‌سیم از امواج رادیویی استفاده می‌کردند، حیث مکانی (مکان‌مندی) آدمی به سرعت تغییر یافت. به این ترتیب، رسانه از رابطه مکانی میان فرستنده و گیرنده، استقلال بیشتری یافت.

بنا به برداشت لون، ما باید تحلیلی از رسانه‌ها به دست دهیم که با کنار گذاشتن محوریت جسمانی-داوینچی‌ای (اشاره به طرح مشهور Man Vitruvian) و در مقابل، با تأکید بر مفهوم انسان به‌عنوان موجودی چندپاره و شبکه‌ای، سرشت بنیادی دیجیتال یا استمرار رسانه‌ای یافتن پیکر انسان را به رسمیت شناسد. البته جسم و جوهر انسانی هنوز هم



اهمیت دارد، اما اگر بناست سرشت «هستی شبکه‌ای شده آدمی» را بشناسیم، مجبوریم آن را در پیوند نزدیک با جسم‌زدودگی انسان تحلیل کنیم. باید با ترک ایده اومانیتة جسمانی داوینچی (Man Vitruvian)، گونه‌های مختلف «امر سایبر جدید» را به‌عنوان ترکیب‌های متفاوتی از تن‌یافتگی و تن‌زدودگی انسان به رسمیت بشناسیم و خود را برای مواجهه با دنیایی پیچیده‌تر آماده کنیم. رسانه، شبکه‌های فشرده و پیچیده‌ای پدید می‌آورد که فقط بر شالوده زمانی می‌توان آن‌ها را پایدار کرد و این شبکه‌ها غالباً قادر نیستند یکپارچگی و سازگاری شکل و قالب خود را حفظ کنند.

تلقی من از تقریر ژوست فن لون، این است که سه‌گانه «ماده»، «کاربست» و «مهارت»، را می‌توان با سهولت نسبی برای درک «امر سایبر جدید» به کار برد که تکنولوژی‌های رسانه‌های دیجیتال و سنتز آن‌ها با روابط اجتماعی و فعالیت‌های فرهنگی را کم‌وبیش حول ماده رسانه دیجیتال الکترونیک معلوم می‌کند؛ و این، نوعی ارتباط است که شباهت بسیاری به دستگاه عصبی مرکزی بدن انسان دارد، با این تفاوت که سیناپس‌ها یا نقاط اتصال عصبی به خارج از بدن انسان استمرار می‌یابند. «کاربست» و «مهارت» به‌عنوان امور درونی و «ماده» به‌عنوان امر بیرونی بدون یک مرز دقیق؛ مشخص و ثابت، در حال تعامل هستند. ارتباطات الکترونیک دیجیتال که بر اساس منطق «سیناپس»‌ها کار می‌کنند، می‌توانند شبکه‌هایی از روابط را ایجاد کنند که در آن، تن آدمی به عصب‌های انتقال‌دهنده‌ی شکل‌های زندگی سیستمیک گسترده و تا حدی هم‌تن‌زدوده تبدیل شود. این نوع سنتز، به‌واسطه سرشت پیونددهنده «ماده» و «کاربست»، کار خود را آغاز می‌کند. سنتز، پدیده‌ای فرضی باقی نمی‌ماند، بلکه به‌صورت «سایبر کردن واقعیت» تحقق می‌یابد. این روند، سرانجام، در «مهارت» ما بازتاب می‌یابد که از این طریق ما با نظم مجازی نوظهوری مأنوس می‌شویم و بدین ترتیب شیوه نوینی از حضور یا being-in-there به منصفه ظهور می‌رسد.

## تیپ ۲۲. شکوفایی بی سابقه در تمدن انسانی

در یک سو، دنیایی که در خلال جریانات اطلاعاتی و اقتصادی شکل می‌گیرد، به‌طرز بی‌سابقه‌ای کارآمدتر است و می‌تواند اگر درست مورد استفاده واقع شود، شکوفایی

بی‌سابقه‌ای در تمدن انسانی هم به وجود آورد؛ ولی در سوی دیگر، اگر برخورد ما با آن، به قدر کافی حساب‌شده نباشد، با جامعه‌ای رویاروی خواهیم بود که بیش از پیش، با شتاب به «دیوار اصابت خواهد کرد» و خطرات «چرنوبیل‌های انفورماتیک»<sup>۱</sup> را به جان خریده‌ایم (Virilio 2005: 18; James, 2007: 116).

از این قرار، این تصور که ظهور جامعه شبکه‌ای را خطری کامل عیار تلقی کنیم، یا در مقابل، شیفته‌ام این فضا گردیم، نمی‌تواند در وضع کنونی، موازنه نیروهای اجتماعی مفهوم مناسبی داشته باشد. این مسأله، نیازمند موشکافی بیشتری است. بنابر قاعده، اینترنت مانند هر نهاد اجتماعی دیگر، هم ظرفیت‌های توانمندکننده و هم قابلیت‌های محدودکننده دارد و باید این دو حیطه را از هم متمایز نمود و کوشید تا وجوه توانمندساز آن تقویت گردد.

### تیپ ۲۳. کاربرد کنترل شده‌ی فناوری‌های جدید اطلاعات

حواداری از تنظیم اینترنت از جمله تنظیم قضایی هستند که نقش مهمی در دفاع از کاربرد کنترل‌شده‌ی فناوری‌های جدید اطلاعات بازی می‌کنند. پذیرفتن تکنولوژی اطلاعات، به‌عنوان یک نهاد اجتماعی و کوشش برای قرارداد آن در یک مسیر اجتماعی مثمر ثمر، گام اول در «به رسمیت شناختن» و «احترام گذاشتن» به این تکنولوژی است، و مآلاً به مفهوم تأکید بر این نکته است که این تکنولوژی می‌تواند در خدمت جامعه قرار گیرد، و صرفاً سویه‌های واگرا ندارد.

### تیپ ۲۴. ماشین‌های آموزگار

در همین چارچوب، کسانی هستند که با به رسمیت شناختن و احترام گذاشتن به وجوه مثبت تکنولوژی اطلاعات، می‌خواهند آن‌ها را به «ماشین‌های آموزگار» تبدیل کنند. از این روست که تکنولوژی اطلاعات، می‌تواند به جای دنیای بازی، در یک جایگزین بهتر، راه خود را از مسیرهای آموزشی و فرهیخته‌تر به جامعه باز کند. آن‌ها از آموزش عمومی

1. Informatic Chernobyl.

مادام‌العمر به کمک تکنولوژی ارتباطی دفاع می‌کنند. این دیدگاه می‌تواند از نظام آموزشی که کمتر سرکوب‌گر، کمتر انضباطی و بیشتر انعطاف‌پذیر و بیشتر اثربخش و بیشتر عادلانه باشد، جانبدارانه هواداری کند (Müller and Froidevaux, 2003, Stacey and Stacey, 2004؛ درودی، ۱۳۸۶، 32-44: Illich, 1973).

### تیپ ۲۵. کاربردهای دینی

و به همین ترتیب، تجربه اینترنت در جامعه ما نشان داد که «کاربردهای دینی» تکنولوژی ارتباطات، می‌تواند به آن رنگ و بوی مثبت‌تری ببخشد. طلبه‌های حوزه علمیه قم، یکی از نخستین قشرهای اجتماعی بودند که بهره‌برداری از امکانات تکنولوژی ارتباطات را در قالب نخستین نسل‌های رایانه‌های شخصی XT PC آغاز کردند. آن‌ها، با بهره‌مندی از مؤسسه پیشرو «نور» که بعداً آن‌قدر توانمند شد که بر شورای عالی انفورماتیک چیره گردید، توانستند الگوی مثبتی از کاربری اینترنت را فراهم کنند (سمعی، ۱۳۸۴).

### نتیجه‌گیری

اینترنت، به شرط حضور مؤثر و پیوسته و حساس مصلحان اجتماعی می‌تواند، اهرمی برای پیشبرد «انقلاب تکاملی اجتماعی» هم باشد؛ به سمت چیزی که شاید بتوان به آن عنوان «آرمان‌شهر مثبت ارتباطات» نامید؛ البته به شرط حضور مؤثر، پیوسته و حساس مصلحان اجتماعی در این فضای جدید. این آرمان‌شهر ارتباط، بسته به شکل مشارکت مصلحان اجتماعی، مشارکت‌کنندگان معمولی، سیاستمداران، فعالان اقتصادی، و ... می‌تواند به سمت وسوهای مختلفی میل کند، اما این ظرفیت را هم دارد که به یک سوی «ضد جهانی‌سازی لیبرال» گسیل شود (James, 2007: 104).

ملهم از استعاره «جاگنات» از آنتونی گیدنز (حاجی‌حیدری، ۱۳۸۸: ۱۷۹-۲۳۴)، که برای تحلیل وضع مدرنیت متأخر، طراحی شده است، می‌توان درکی از آینده اینترنت به دست داد. آنتونی گیدنز، عقیده دارد که شدت بازاندیشی و به تبع آن، فاصله‌گیری زمانی، فضایی جهانی شتاب‌ناک ساخته است که مقایسه آن با یک ابرتریلی با باری بسیار سنگین است که در یک شیب تند با سرعت بسیار بالا حرکت می‌کند. آینده این تریلی را نمی‌توان با دقت

پیشگویی کرد. حرکات راننده تریلی، زاویه جاده، ریگ‌های کف خیابان، سمت و سوی ورزش باد، خاطرات راننده، جنس و نوع بارها، باد تایرها، و انبوهی از عوامل تأثیرگذار از این دست، جهت حرکت آینده این تریلی را تعیین خواهند کرد و نظر به سرعت غیرقابل کنترل تریلی، پیشاپیش نمی‌توان هیچ‌یک از این عوامل را تعیین‌کننده غالب آینده اینترنت دانست. آنچه اهمیت دارد، فعالیت مستمر کنشگران انسانی و نواختن ضربات متوالی به پیکره این تریلی بسیار سنگین (جاگنات) است. در یک موقعیت کاملاً مناسب، تأثیر یک سنگ‌ریزه کف جاده، می‌تواند چندین برابر تأثیر راننده باشد. بنابراین، آنتونی گیدنز تمایل دارد تا رسالت جامعه‌شناسی را بیش از پیش یک دنیای جدید و متحول‌شونده، تشویق اکتیویسم و فعال‌سازی انسان‌ها معرفی کند؛ این است که آینده سایبر و اینترنتی انسان‌ها را می‌سازد و این است کمکی که علم جامعه‌شناسی می‌تواند به ساختن یک دنیای هوشمند انسانی‌تر بنماید.

## منابع

۱. پاتر دبلیو، جیمز (۱۳۹۱)، بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای، ترجمه: امیر یزدیان، منا نادعلی و پیام آزادی، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۲. حاجی حیدری، حامد (۱۳۸۸)، آنتونی گیدنز؛ مدرنیت زمان. فضا، تهران: اختران.
۳. درودی، فریبرز (۱۳۸۶)، «بازیابی مؤثر و سودمند اطلاعات در محیط اینترنت»، در مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ش ۶۹.
۴. رحمان سرشت، حسین (۱۳۷۹)، «مشاهیر مدیریت هربرت سایمون: رفتار اداری و تصمیم‌گیری»، در مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ش ۲۵ و ۲۶.
۵. سمیعی، محمد (۱۳۸۴)، «تحلیلی بر حضور فناوری اطلاعات در حوزه علمیه قم»، در کتاب ماه کلیات، ش ۹۴ و ۹۵.
۶. فروند، ژولین (۱۳۷۲)، نظریه‌های مربوط به علوم انسانی، ترجمه: علی محمد کاردان، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، مسائل محوری در نظریه‌ی اجتماعی؛ کنش، ساختار و تناقض در تحلیل اجتماعی، ترجمه: محمد رضایی، تهران: انتشارات سعادت.
۸. لیون، دیوید (۱۳۸۴)، «جامعه نظارتی: مسیرهای جدید در تئوری»، ترجمه: لیدا کاووسی، در رسانه، ش ۶۲.
9. Baudrillard, Jean (1981-1983), *Simulations*, trans. Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman, New York: Semiotext(e).
10. ——— (1993), *Symbolic Exchange and Death*, London: Sage.
11. ——— (1998), *The Consumer Society: Myths and Structures*, London: Sage.
12. Cambié, Silvia and Yang-May Ooi (2009), "International Communications Strategy: Developments in Cross-Cultural Communication", *PR, and Social Media*, London: Kogan Page.
13. Castells, Manuel (1999), "The Informational City: Information Technology", *Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*, Oxford: Basil Blackwell.

14. ————— (2006), *The Theory of The Network Society*, Great Britain by MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
15. ————— (2009), *The Power of Identity (The Information Age: Economy, Society, and Culture)*, Oxford: Blackwell.
16. Cochrane, Allan, and Kathy Pain (2005), "A globalizing society?", in David Held (ed), *A Globalizing World? Culture, Economics, Politics*, London and New York: Routledge, pp.4-43.
17. Comte, Auguste (1865 - 2009), *A General View of Positivism*, London: Routledge.
18. Curran, James, Natalie Fenton, and Des Freedman (2012), *Misunderstanding the Internet*, New York: Routledge.
19. Dreyfus, Hubert L. (1979), *What Computers Can't Do; A Critique Of Artificial Reason*, London: Harper & Row Publishers.
20. ————— (2009), *On the Internet*, London: Rputledge.
21. Foucault, Michel (1977), *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, trans. Alan Shendan, Harmondsworth: Penguin.
22. ————— (2003), *The Birth of the Clinic; An Archaeology of Medical Perception*, Translated from the French by A.M.Sheridan, London: Routledge.
23. Illich, Ivan (1973), *Deschooling Society*, Harmondsworth: Penguin.
24. Gibson, William (1985), *Neuromancer*, London: Victor Gollancz.
25. Giddens, Anthony (1993), *New Rules of Sociological Method A Positive Critique of Interpretative Sociologies*, California: Stanford University Press.
26. ————— (1990), *The Consequences of Modernity*, Stanford, Stanford University Press.
27. Heidegger, Martin (1977), *The Question Concerning Technology and Other Essays*, New York, NY: Harper & Row.
28. Hemmingway, Emma (2007), *Into the Newsroom: Exploring the Digital Production of Regional Television News*, London: Routledge.
29. James, Ian (2007), *Paul Virilio*, London: Routledge.
30. Jha, Chandra Shekhar (2001), "New Challenges in Engineering Education", in "ISTE-11<sup>th</sup> Karnataka Convention Commemorative Lectures", Delivered from 1982-2000, 2001, pp. 137-149.
31. Lane, Richard (2000), *Jean Baudrillard*, London and New York: Routledge.

32. Latour, Bruno (1987), *Science in Action, How to Follow Scientists and Engineers Through Society*, Buckingham: Open University Press.
33. ————— (1988), “Mixing Humans and Non-Humans Together: The Sociology of a Door-Closer”, in *Social Problems* 35 (3): 298-310.
34. ————— (1996), *Aramis or the Love of Technology*, Cambridge: Harvard University Press.
35. Litan, Robert E. and Peter J. Wallison (2000), *The GAAP Gap; Corporate Disclosure in the Internet Age*, WASHINGTON, D.C.: AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies.
36. Manuel Castells (2000), *The Rise of The Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. John Wiley & Sons.
37. Mauss, Marcel (1924\ 2002), *The Gift: The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*, London: Routledge.
38. McLuhan, Herbert Marshall (1964), *Understanding Media; The Extensions of Man*, Hammondsworth: Penguin.
39. Müller, Jeanne Froidevaux (2003), *A Librarian's Guide to the Internet: Searching and Evaluating Information*, Oxford: Chandos Publishing.
40. Phillips, Joshua, and Mark D. Ryan (2014), “A Future for Privacy”, in Sophie Stalla-Bourdillon, Joshua Phillips, Mark D. Ryan (eds.), *Privacy vs. Security*, Verlag London: Springer, pp. 91-111.
41. Poster, Mark (1988), *Jean Baudrillard; Selected Writings*, Stanford: Stanford University Press.
42. Robins, Kevin (2003), “Encountering Globalization”, in David Held and Anthony McGrew (eds.), *The Global Transformations Reader: an introduction to the globalization debate*, Cambridge: Polity Press, pp.239-245.
43. Sandvig, Christian (2003), “The Structural Problems of the Internet for Cultural Policy”, Prepared for *Critical Cyberculture Studies: Current Terrains, Future Directions*, A Symposium Sponsored by the Ford Foundation, University of Washington, Seattle, USA, May 2003.
44. Sherratt, Yvonne (2006), *Continental Philosophy of Social Science: Hermeneutics, Genealogy, and Critical Theory from Greece to the Twenty-First Century*, Cambridge: Cambridge University Press.

45. Stacey, Alison; Stacey, Adrian (2004), *Effective Information Retrieval from the Internet: an Advanced User's Guide*, Oxford: Chandos publishing.
46. Stalla-Bourdillon, Sophie (2014), "Privacy Versus Security... Are We Done Yet?", in Sophie Stalla-Bourdillon, Joshua Phillips, Mark D. Ryan (eds.), *Privacy vs. Security*, Verlag London: Springer, pp. 1-90.
47. Stiegler, Bernard (1998), *Technics and Time 1\_ The Fault of Epimetheus*, Stanford University Press.
48. ————— (2008), *Technics and Time 2\_ Disorientation*, Stanford University Press.
49. ————— (2011), *Technics and Time 3\_ Cinematic Time and the Question of Malaise*, Stanford University Press.
50. Thompson, John B. (1995), *The Media and Modernity: a social theory of the Media*, Cambridge: Polity Press.
51. ————— (2003), "The Globalization of Communication", in David Held and Anthony McGrew (eds.), *The Global Transformations Reader: an introduction to the globalization debate*, Cambridge: Polity Press, pp.239-245.
52. Van Loon, Joost (2006), *Network. Theory Culture & Society* 23(2/3): 307-14.
53. ————— (2008), *Media Media Technology: Critical Perspectives*, New York: McGraw-Hill, Open University Press.
54. Virilio, Paul (1991), *The Aesthetics of Disappearance*, Translated By Philip Beitchraan, New York: Semiotext(e).
55. ————— (1994), *The Vision Machine*, Translated By Julie Rose, London: BFI Publication.
56. ————— (2000), *Polar Inertia*, trans. P. Camiller, London: Sage.
57. ————— (2005), *L'Accident originel*, Paris: Galilée.
58. ————— (2007), *Strategy of Deception*, Translated by Chris Turner, New York: VERSO.
59. Weber, Max (1978), *Economy and Society*, edited by Guenther Roth and Claus Wittich, Berkeley and Los Angeles: University of California Press.