فیس‌بوک ۱۰ ساله شد

شهروندان ایرانی این سرزمین مجازی

کف بازار

فیس‌بوک قدم به ۱۰ سالگی گذاشته است؛ اما در ایران با آماری در حدود ۱۲ تا ۱۵ میلیون کاربر به روایت‌های غیررسمی و ۴ میلیون کاربر به روایت مراجع رسمی، هفت سال از عمرش می‌گذرد. فیس‌بوک، نام آشنای این روزهای جوامع دنیا، برای کاربران ایرانی که این شبکه اجتماعی را می‌شناسند، همواره با واژگانی چون وی‌پی‌ان و فیلترینگ و محدودیت‌های منقبض و منبسط توأمان بوده است. هرچند دو شبکه پرطرفدار اجتماعی فیس بوک و توئیتر به ترتیب در سال‌های ۲۰۰۴ (۱۳۸۳) و ۲۰۰۶ (۱۳۸۵) تأسیس شده‌اند، اما زمانی نام این شبکه‌ها در ایران فراگیر شد و به دهان‌ها افتاد که در انتخابات ۸۸ محیطی را برای گفت‌وگوهای پرشور و شوق انتخاباتی فراهم کرد و موجب داغ شدن تنور انتخابات شد.

حالا چهار سالی هست که بازار اظهارنظرهای ضد و نقیض درباره فیس‌بوک داغ است. عده‌ای فیس بوک را مصداق فرهنگ غربی و از آن با عنوان عاملی برای تهاجم فرهنگی یاد می‌کنند و عده‌ای نیز آن را یک راه ارتباطی دوگانه با امکان استفاده مطلوب می‌دانند؛ برخی این شبکه اجتماعی را ابزار جاسوسی صهیونیست و توطئه بیگانه می‌خوانند و عده‌ای نیز ابزار آزادی بیان؛ هر کدام هم برای حرف‌شان منطق و استدلال دارند. هر کدام از این نهادهای ذی‌نفوذ با عقیده‌های متفاوت اثر خود را می‌گذارند و در یک اقدام همه پسند راحت‌ترین کار یعنی پاک کردن صورت مسأله انجام می‌گیرد تا می‌رسیم به چیزی که اکنون شاهد آن هستیم. اما همانند دیگر مسائل پرچالش فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی وقتی ردپای سروصداها و بالا و پایینی‌های زیاد فیس‌بوک را پی می‌گیریم، می‌رسیم به سیاست! و نقش و اثرگذاری انکارناپذیر آن در فضای اجتماعی و سپهر سیاسی ایران. از بحث‌های داغ انتخاباتی گرفته که موسم هر انتخابات کاندیداها را به استفاده از پتانسیل بالای این شبکه‌ها ترغیب می‌کند تا بحث کمک‌رسانی به زلزله‌زدگان آذربایجان؛ از ۳۰۰۰ کامنتی که برای مسی رفت تا واکنش‌ها به اظهارات نتانیاهو و... همه نشانه‌هایی است مبنی بر سطح گسترده این تأثیرگذاری.

در دو دهه اخیر، میزان آگاهی در کشورهای ریز و درشت دنیا به علت توسعه در عرصه ارتباطات افزایش پیدا کرده است. این روند ابتدا از طریق ماهواره‌ها و سپس با شیوع اینترنت قوت گرفته تا سرآخر به سایت‌های ارتباط جمعی رسیده است، به طوری که امروز جوامع قادرند از طریق فعالیت‌های مستمر و منظم در پایگاه‌های اجتماعی هم اتفاقات را بسازند و هم بر تصمیم‌ها و سیاست‌های رسمی تأثیر بگذارند.

نسخه‌های وطنی کارساز نیست!

یک تئوری ارتباطات می‌گوید: مردم کره زمین به‌طور متوسط با شش نفر به هم متصل هستند. فیس‌بوک معتقد است با گسترش شبکه‌های اجتماعی فاصله بین افراد کره زمین کمتر و کمتر هم خواهد شد. اما درد مشترک همه شبکه‌های اجتماعی خارجی در ایران یک چیز است: «محدودیت دسترسی»! دردی که گاه با حرف‌های امیدوارکننده مسئولان مبنی بر کاهش یا رفع محدودیت تسکین یافته اما هیچ‌گاه درمان نشده است؛ چراکه هنوز که هنوز است گروهی عقیده دارند که از طریق رسانه‌های شفاهی می‌توان فرهنگ کلان جامعه را سامان داد و این ناشی از نگاه سنتی آنها به رسانه است، در مقابل نگاه ایشان به حوزه رسانه‌های الکترونیک سلبی و مبتنی بر ایجاد محدودیت و فیلترینگ است. کارشناسان فرهنگی معتقد به دسترسی آزاد به اطلاعات می‌گویند، باید پذیرفت که در آینده‌ای نه چندان دور وضعیت شبکه‌های اجتماعی و اینترنت مانند سرنوشت ویدئو و ماهواره خواهد بود، پس بهتر است به جای مقابله، به مطالعات دقیق‌تر روی زیرساخت‌ها و اثرات نهان و آشکار شبکه‌های اجتماعی بر ساخت قدرت و سیاست در جامعه توجه کنیم. البته در این چند ساله بعضاً پس از مشاهده علاقه کاربران به حضور در شبکه‌های اجتماعی خارجی، تلاش‌هایی نسبت به طراحی و راه‌اندازی نمونه‌های داخلی و بومی این شبکه‌ها صورت گرفته و برای نامگذاری نیز از همان اسامی مطرح دنیا استفاده شده و شبکه‌هایی مانند فیس بوک فارسی و یوتیوب ایرانی در سطوحی محدود وارد عمل شده‌اند اما واقعیت این است که نتوانسته‌اند خیل عظیم کاربران فضای مجازی را قانع کنند؛ به عبارتی نسخه‌های وطنی – علی‌رغم مزایایی که در نوع خود داشته‌اند- یارای رقابت با نسخه خارجی را نداشته و با عدم استقبال عمومی، یکی پس از دیگری از دایره بازی خارج شده‌اند تا همچنان کاربران ایرانی دستی بر آتش فزونی جمعیت شبکه‌های اجتماعی به خصوص فیس بوک داشته باشند... حالا این شبکه اجتماعی به عرصه‌ای تبدیل شده که هر چیزی در آن پیدا می‌شود. اگر تا چندی پیش، دست‌کم در ایران، اینترنت و فیس‌بوک تنها متعلق به قشر جوان طبقه متوسط جامعه ایرانی بود، حالا ردپای کسانی در آن دیده می‌شود که بسیاری حتی تصورش را هم نمی‌کردند که روزی آن‌ها را در این شبکه ببینند؛ نکته‌ای که نشان از هوشمندی و نگاه رو به جلوی این اشخاص دارد.

کلید قفل فیلترینگ

شاید پر بی‌راه نباشد اگر بگوییم داغ شدن بحث فیس بوک در ایران به نوعی معلول انتخابات ریاست جمهوری بوده است همانگونه که در دو انتخابات ریاست جمهوری ۸۸ و ۹۲ پس از ورود فیس بوک به ایران شاهد اثر مستقیم‌اش بودیم؛ در این دو دوره اغلب کاندیداها اهمیت تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی در جذب آرای مخاطبان را می‌دانستند و آن را در نظر داشتند.

حسن روحانی با نماد کلید و عهد بازگشایی قفل‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی آمد تا میلیون‌ها کاربر فیس‌بوک افق‌های رفع فیلتر را روشن ببینند. این