

سخن آغاز

شبکه‌های اجتماعی و رسالت فرهنگی ما



مدیرمسئول

تعاملات انسانی و ارتباطات بینابینی افراد و جوامع، یکی از مهم‌ترین عوامل بنیادین در شکل‌گیری هویت فرهنگی و اجتماعی است، به همین خاطر است که گفته می‌شود انتقال و جریان فرهنگ از طریق ارتباطات صورت می‌گیرد. شاید همین اصل باعث شده که بشر به خصوص در سده‌های اخیر به دنبال برقراری ارتباط گسترده بوده و تلاش داشته تا فاصله‌ها کمتر و کمتر شود و سرعت دسترسی به مخاطب و اطلاعات هر روز کاهش پیدا کند. پدیدار شدن انواع و اقسام ابزارهای ارتباطی نشأت گرفته از همین شرایط و نیاز است. اوج این حرکت را در ظهور شبکه‌های اجتماعی متنوع و گسترده می‌توان دید که امروزه اگر بگوییم تمامی عرصه‌ی کره خاک را در بر گرفته‌اند، اغراق نکرده‌ایم.

آن چه که در این شرایط مهم‌تر جلوه می‌کند، چگونگی نگاه ما به این امکانات و درک شرایط موجود و اقتضائات استفاده از آن‌هاست. این که به آن‌ها به عنوان یک وسیله نگاه کنیم که آمده است تا به ما برای ارتباط و تعامل کمک کند؟ یا آن که صرفاً از آن به عنوان منبع و مرجع رفع نیازهای فکری و فرهنگی خود استفاده کنیم؟

یقیناً اگر نگاه ما حالت دوم داشته باشد، دچار خطایی بزرگ خواهیم شد. چرا که افراد در صورت مراجعه به آن‌ها وقتی با انبوهی از اطلاعات برخورد می‌کنند که نمی‌توانند آن را با داشته‌های هویتی و تربیتی خود هم‌سنخ ببینند، و بنیان‌های هویتی خود را متزلزل خواهند دید. عدم حضور داشته‌های فرهنگی و هویتی افراد و جوامع در این تعامل گسترده اجتماعی، باعث می‌شود که کاربران این شبکه‌ها به ویژه جوانانی که هنوز شخصیت فرهنگی و هویتی آنان ثبات پیدا نکرده است، تصور کنند شاید نقصی در آن چه که تاکنون از محیط جامعه و خانواده آموخته‌اند، وجود دارد که نتوانسته در این فضای جدید نمود پیدا کند و موثر باشد. لذا به سراغ آن دسته از اطلاعاتی می‌روند که به صورت گسترده‌تری عرضه شده و در

دسترس کاربران قرار گرفته است. این جاست که کنار گذاشتن آموزه‌های فرهنگی و هویتی بومی و ملی آغاز، و آرام آرام نمادهایی که توانسته‌اند حضوری موثر و پررنگ‌تر در این بازار عرضه و تقاضا داشته باشند، جای آن‌ها را خواهد گرفت. زمانی که فرد یا جامعه از عناصر هویت ساز خود مثل اعتقادات، زبان و لهجه، نژاد و قومیت، آداب و رسوم ملی و بومی و... فاصله گرفت، دچار بی‌هویتی فرهنگی خواهد شد.

ابزارهای جدید ارتباطی، ویژگی‌های متفاوت و جذابی دارند که می‌توانند به ما کمک کنند تا دچار این شرایط نشویم. از جمله‌ی این ویژگی‌ها آن است که توانسته در مفهوم رسانه ارتباط جمعی، تغییرات بنیادین ایجاد کند. در سایر رسانه‌ها از جمله رادیو، تلویزیون و مطبوعات، اغلب افراد محدودی برای انبوهی از مخاطبین تولید محتوا می‌کنند، اما در شبکه‌های اجتماعی؛ هر فرد در عین حال که مخاطب است، خود نیز تولید کننده می‌باشد. یعنی به تعداد کاربران هر شبکه، تولید کننده‌ی محتوا و مخاطب وجود دارد.

در این شرایط آن چه که لازم به نظر می‌رسد، حضور موثر به عنوان تولید کننده است. ما نباید از این دو ویژگی مهم کاربران شبکه‌های اجتماعی که هم می‌توانند تولید کننده باشند و هم استفاده کننده، فقط استفاده کردن آن را برگزینیم. این نکته باید مورد توجه ما باشد که این شبکه‌ها قبل از آن که برخی از نیازهای اطلاعاتی ما را بر آورده کنند، ابزاری برای برقرار ارتباط و دریافت داشته‌های علمی و فرهنگی ما هستند. ما هم می‌توانیم با حضور موثر در این شبکه‌ها و به اشتراک گذاشتن حجم گسترده‌ای از داشته‌های هویتی و فرهنگ ملی و بومی مان، نه تنها در مقابل این ابزار موثر دچار انفعال نشویم، بلکه تاثیرگذار هم باشیم. فرهنگ ایرانی از داشته‌های غنی هویتی پر است و اگر ما به عنوان نمایندگان این فرهنگ، خوب آن‌ها را بشناسیم و آن را عرضه کنیم، نه تنها در این فضا منفعل و مصرف کننده نخواهیم بود، بلکه فرصت بسیار بزرگی را برای شناساندن فرهنگ خود به دیگران و تثبیت هویت فرهنگی جوانان مان فراهم می‌کنیم. چرا که در آن صورت، جوان در مواجهه با این فضا، به انبوهی از اطلاعات بر خواهد خورد که با آموخته‌های او در محیط خانواده و اجتماع سنخیت دارد و نزدیک است.

تفاوتی نمی‌کند که ما به عنوان کاربران این شبکه‌ها دارای چه جایگاه اجتماعی، علمی و فرهنگی هستیم. در هر محیطی که زندگی می‌کنیم و به هر شغلی که مشغولیم این فرصت را داریم که داشته‌های فرهنگ غنی خود را که از نیاکان مان به ما رسیده است، عرضه کنیم. اگر این کار تبدیل به یک حرکت اجتماعی شود و همه در مواجهه به این تکنولوژی ابتدا به این باور برسیم که قرار است تولید کننده باشیم و محتوایی برگرفته از داشته‌های فرهنگی غنی خویش برای سایر مخاطبین خلق و عرضه کنیم، یقیناً تاثیرگذار خواهیم بود و الا اگر فقط مصرف کننده باشیم، این پدیده‌ی جدید در آینده‌ی نزدیک صدمات بزرگی را بر هویت فرهنگی ما تحمیل خواهد کرد.