

## زندگی در عصر اینستاگرام

گزارش از نیلوفر آقایی. تنظیم از حسین کاشف

نشست تخصصی «زندگی در عصر اینستاگرام» با همکاری انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات اصفهان و واحد نشریات معاونت فرهنگی دانشگاه صنعتی اصفهان و با سخنرانی دکتر مسعود کوثری، عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران و آقای سینا کیان پور، کارگردان مستند «اینستاگرام» در تاریخ 98/9/26 برگزار شد. بخش اول جلسه با سخنرانی دکتر کوثری آغاز شده و در بخش دوم با پخش مستند ادامه یافت و نهایتاً بخش سوم با نقد، پرسش و پاسخ به پایان رسید.

در ابتدای جلسه معاون فرهنگی دانشگاه صنعتی اصفهان به ارائه‌ی نظراتی در رابطه با تجربه‌ی زندگی در عصر مدرن و پست‌مدرن پرداختند. ایشان اذعان کردند که امروزه جزء لاینفک زندگی ما، اینترنت و فضای مجازی است؛ شناختن این فضا، شناختن ملزومات، آسیب‌ها و فواید آن به تحلیل وضعیت اجتماعی کمک خواهد کرد. مسئله‌ی ما در کشور مواجهه با این پدیده‌ها در فضای مجازی و فناوری رسانه‌های جدید است. گفتنی است قشر دانشگاهی به خاطر حضور در محیط دانشگاهی در مواجهه با این موضوعات دقیق‌تر و عمیق‌تر عمل می‌کنند. روش و سلوک زندگی ما همین پدیده‌هاست و باید به‌خوبی آن را تحلیل کرد و نحوه‌ی مواجهه با آن را دانست. در مواجهه با فناوری‌های جدید قطعاً مخالفت‌هایی نیز وجود دارد همان‌طور که در گذشته در رابطه با صنعت روز جهان وجود داشته است.

در ادامه دکتر مسعود کوثری با اشاره به کتاب «تاریخ اجتماعی تهران» از آقای جعفر شهری، هراس اجتماعی افراد جامعه از پدیده‌های جدید را طبیعی شمردند همان‌طور در گذشته رادیو، دوچرخه و... پدیده‌هایی هراس‌آور محسوب می‌شدند. به گفته‌ی کوثری، نسل اول شبکه‌های اجتماعی زیگزاگ، یا هو 360 درجه و اورکات بود و ایران در شبکه‌ی اجتماعی اورکات، در رده‌ی سوم تا پنجم شبکه‌ی پرطرفدار قرار گرفت. ایشان در ادامه به نقش موبایل در توسعه‌ی ارتباطات، سواد رسانه‌ای، ایجاد جامعه‌ی مجازی و گسترش تکنولوژی اشاره کرد. به عقیده‌ی دکتر کوثری، ژرژگاموف و آیزاک آسیموف داستان علمی تخیلی می‌نوشتند اما امروزه داستان‌های آن‌ها به تحقق پیوسته است. بنا بر نظر او، انقلاب دیجیتال مانند انقلاب صنعتی پیرامون دو محور مطرح می‌شود:

اولین مورد ارائه‌ی نظریه‌ی فضای سوم است. نظریه‌ی غالب پیرامون زندگی در دو فضای حقیقی یا مجازی بوده است اما دکتر کوثری معتقد است که ما به‌سرعت به سمت فضای سوم حرکت می‌کنیم. فضایی که هم‌زمان هم ویژگی‌های فضای حقیقی و هم ویژگی‌های فضای مجازی را شامل می‌شود. در فضای سوم، ذهن کاربر هر دو فضا را کنترل می‌کند و ما به‌صورت خالص و کامل در هیچ‌کدام از فضاها قرار نگرفته‌ایم. این فضا در ادراک کاربر قرار گرفته و از الزامات این دو فضا آن است که بتوانیم زمان، عواطف، انرژی و... را به‌درستی مدیریت کنیم در غیر این صورت باعث ناتوانی و استرس در مدیریت زندگی می‌شود؛ بنابراین مسئله امروزه فقط موبایل نیست بلکه مسئله ما هستیم که به‌عنوان کنسول جدید باید مدیریت انجام دهیم. دکتر کوثری در خلال صحبت‌ها، به بازی «پوکمون گو» (Pokemon Go) و عدم وجود کنسول در این بازی اشاره کرد. در واقع این بازی آدم را تبدیل به کنسول کرده بود و جهان جادو زدایی شده را دوباره جادویی کرد. در این میان، ما با فضای بینابینی بیشتر مواجه خواهیم شد. به این معنا که نه تنها انسان تبدیل به کنسول جدید شده بلکه این واقعیت‌های همپوشانی که هم‌زمان واقعی - مجازی‌اند در حال گسترش‌اند. این اتفاقات باعث شده زندگی ما تغییر کند. از طرفی بحثی مطرح است که ما چگونه می‌توانیم از دل این فضا،

کاریابی، کارسازی و اختراع کنیم و خلاقیت را به کار بگیریم؛ که در جواب می‌توان از خرده نظریه‌ی آمیختگی (Blending) نام برد. بر اساس این نظریه، رشد ذهنی و خلاقیت بشر از ترکیب دو اطلاعات مجزا و ایجاد اطلاعات سوم به وجود می‌آید پس خلاقیت انسان از ترکیب دو فضا و به وجود آمدن فضا یا ایده‌ی سوم بیشتر می‌گردد. پس ما باید در فضای مجازی به دنبال آمیختن اطلاعات باشیم.

دکتر کوثری در بحث دوم به وجود اینفلوئنسرها در فضای اینستاگرام اشاره کرد. وی معتقد است که افرادی با تعداد دنبال کننده بالا، برای مثال 50k، سبک زندگی خود را به ما می‌فروشند و ما را در مصرف تظاهری شریک می‌کنند که در اینجا تأکید بر روی مصرف نشانه‌هاست بدین معنی که نشانه‌ی کالاهایی که توسط این افراد معرفی می‌شود، از خود کالاها مهم‌تر است و همین امر ما را به دنبال خود می‌کشد. در اینجا ما به جای ارزش اضافی و ارزش استفاده‌ای کالا که مارکس آن را مطرح کرده است، ارزش نشانه‌ای و تظاهری (مارک لباس و ...) را خواهیم دید. پس یک زندگی جدید از یک نوع جدید شکل می‌گیرد و حتی خود اینفلوئنسرها نمی‌دانند برای چه کسی کار و کسب درآمد می‌کنند. در این دنیا، دوران مصرف بادوام گذشته و در حال رشد است؛ بنابراین دنیای جدید دنیایی است که کاربر باید آن را مدیریت کند و گرنه دچار انواع سرگشتگی و استرس شدید می‌شود زیرا همان‌طور که مطرح شد، اولاً انسان تبدیل به کنسول شده، ثانیاً این زندگی مصرف از نوع جدیدش است که روبه رشد است. پس از پایان نمایش فیلم مستند، جلسه با پرسش و پاسخ ادامه یافت. در پاسخ به سؤالات حضار، سینا کیان‌پور مطرح کرد که هر شبکه‌ی اجتماعی قهرمان مختص خود را دارد و چیزی که برای مخاطبین این فضا اهمیت دارد این است که اینفلوئنسرها را مانند زندگی واقعی‌شان در فضای مجازی مشاهده کنند. به نظر کیان‌پور اینفلوئنسر شدن آسان نخواهد بود. دکتر کوثری نیز در پاسخ به سؤالات حضار خاطر نشان کرد که شبکه‌ی اینستاگرام خرده ستارگان را زیاد کرده است. از نظر او، سلبریتی‌ها شهره هستند و اینفلوئنسرها شهرگان و میان ستارگان‌اند و دعوت انسان‌ها به ستاره شدن در حد متوسط، کار اینستاگرام است.