

هشدارهایی درباره خطرات یک پدیده شنیده نشد؛

در هیاهوی بلاگرها؛ مرجعیت رسانه کیلویی چند؟!



چرا این افراد تا این حد خود را محق می‌دانند که درباره سخت‌ترین مسائل سیاسی، تربیتی یا مذهبی نسخه‌پیچند؟ احتمالا پاسخ در تفاهی نانوشتنه میان بخشی از بدنه تصمیم‌گیر رسانه‌ای و آن‌ها نهفته است. برخی مدیران فرهنگی برای آنکه خود را پویا و همراه با نسل جدید نشان دهند، به سمت کسانی دست دراز کردند که صرفا لایک و فالوور داشتند. آن‌ها گمان می‌کردند با دادن تربیون به این افراد، می‌توانند برای پیام‌های خود پایگاه اجتماعی بخزند.

گران‌قیمتشان تمام شد و آن‌ها را حداقل تا پیش از وقایع اخیر، تا حد زیادی از هرگونه نقد مصون کرد. این هم‌پیمانی صلهتی، دقیقا نقطه ضربه به بدنه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای کشور بود. وقتی یک خبرنگار یا عکاس حرفه‌ای پس از سال‌ها دوندگی، تحصیل و پذیرش خطرات میدانی، پشت درهای بسته می‌ماند اما یک بلاگر با کارت ویزه به عمق رویدادها راه پیدا می‌کند، کل بدنه رسانه‌ای کشور دچار ناامیدی و سرخوردگی می‌شود. این فرایند به جامعه و صف رسانه‌ای این پیام آشکار را منتقل کرد که برای مرجعیت رسانه‌ای تخصص، تعهد حرفه‌ای و اصول اخلاقی خبری هیچ اهمیتی ندارد و داشتن چندصد هزار فالوور برای ورود به تخصصی‌ترین و حساس‌ترین حوزه‌ها کافی است.

تحول جقدر خوب شده است!

نکته دیگری که در تحلیل رفتاری این جریان نباید از قلم انداخت، تغییر استایل‌ها و مواضع ناگهانی برخی از این چهره‌هاست. بارها دیده شده که فردی با سابقه‌ای کاملا متفاوت، ناگهان جور دیگری لباس می‌پوشد، احثی انقلابی به خود می‌گیرد و دم از تحول روحی می‌زند. اگرچه تحولات درونی انسان‌ها محترم است، اما وقتی این چرخش‌ها با واگذاری پروژه‌های تصویری - خبری، دعوت به برنامه‌های اینترنتی و ورود به حلقه خواص هم‌زمان می‌شود دیگر نمی‌توان با ناگهی صرفا اخلاقی به آن نگریست. در علم اقتصاد به این کار «تغییر جایگاه در بازار» می‌گویند. وقتی بازار بلاگری‌های روزمرگی معمولی اشباع می‌شود، بازار نوع خاصی از پوشش به عنوان یک حوزه کم‌رقیب، امن و مورد حمایت، گزینهای بسیار وسوسه‌برانگیز برای بیزینس خواهد بود.

چرا همیشه دیر به نقطه نقد می‌رسیم؟

اما نقد امروز ما به این پدیده، نقد یک نوع پوشش یا یک عقیده نیست؛ بلکه نقد ساختاری است که مرجعیت را فدای جذابیت سطحی کرد. بزرگ‌ترین درس این ماجرا برای متولیان فرهنگی و سیاست‌گذاران کشور این است که درک کنند لایک و فالوور، هرگز جایگزین تخصص و تعهد حرفه‌ای نمی‌شود. همان کسانی که تا دیروز منتقدان این جریان را افراطی می‌خواندند، امروز بعد از آسیب‌های رسانه‌ای اخیر، در صف اول اعتراض ایستاده‌اند. این نشان‌دهنده یک ضعف مدیریتی است که تا اشتباهی رخ ندهد، عمق انحراف را درک نمی‌کنند.

نگرانی بزرگ‌تر ماجرا اما زمانی پرنرگ می‌شود که این گروه، به‌اراز مرز معرفی پوشش فراتر گذاشته و وارد فاز اظهارنظر درباره مسائل کلان دیپلماتیک، امنیتی و نظامی شوند؛ موضوعی که با توجه به اتفاقات اخیر اصلا دور از ذهن نیست. هنگامی که یک بلاگر بدون داشتن فهم عمیق از روابط بین‌الملل شروع به تحلیل‌های سطحی یا موضع‌گیری‌های دیکنه‌شده از سوی یک جریان سیاسی خاص می‌کند، خروجی کار چیزی جز تهییج بی‌دلیل افکار عمومی و فرسایش انسجام اجتماعی نخواهد بود. تضعیف همبستگی ملی در بزنگاه‌های حساس، بهایی است که جامعه برای میلان دادن به این شبه‌رسانه‌های زرد پرداخت می‌کند.

پس از مرور آنچه اخیرا رخ داده، حالا شکسته شدن قفل نقد این گروه خاص از بلاگرها اتفاق خوبی است، اما اگر بسترها و تفکر رسانه‌ای که این غول‌های مجازی را باد کرده است اصلاح نشود، به زودی شاهد پدیده‌های مشابه دیگری در قالب‌های جدید خواهیم بود. زمان آن رسیده است که باور کنیم برای درمان هر چالشی، نباید منتظر رسیدن به نقطه بحران و نوش داروی پس از مرگ سهراب ماند.

فرهنگی و رسانه‌ای، رانت توجه به سمت این صفحات سرازیر شد؛ تربیون‌های رسمی، ردیف‌های جلو همایش‌ها و حتی برنامه‌های تلویزیونی و اینترنتی به این افراد اختصاص یافت، بدون اینکه عواقب بعدی این اعتباربخشی سنجیده شود. عار واقعی هر رسانه‌ای در زمان بحران‌ها و رویدادهای جدی مشخص می‌شود. در وقایع اخیر حین و پس از جنگ و به‌ویژه در برخی مراسم‌ها، شاهد حضور فعال بلاگرها به عنوان تولیدکننده محتوا در بطن ماجرا بودیم؛ ضروری که با هماهنگی شکل گرفت تا از ظرفیت مجازی آن‌ها استفاده شود. کار به جایی رسید که برای این افراد جایگاه‌های ویژه اختصاصی در نظر گرفته شد و کارت‌های مخصوصی برایشان صادر شد که حتی خبرنگاران و عکاسان سابقه‌دار رسانه‌های رسمی کشور هم به دلیل برخی محدودیت‌ها توان دسترسی به آن‌ها را نداشتند.

قهرمان وارد می‌شود!

اما خروجی این تصمیم، یک انحراف در اطلاع‌رسانی تمام‌عیار بود. پوشش خبری رویدادهای مهم، حوزه‌ای به شدت تخصصی است که در آن، راوی باید خودش را پشت واقعه پنهان کند تا اهمیت اتفاق به مخاطب منتقل شود. اما منطق کار بلاگری کاملا برعکس است؛ بلاگر همیشه خودش قهرمان اصلی قاب است؛ بلاگری که گویی تازه از زیر دست گرمیور بلند شده، بهترین و لوکس‌ترین لباس‌هایش را پوشیده، در بهترین نقطه استراتژیک مراسم ایستاده و قاب‌های اینستاگرامی از خودش می‌بندد، یا با لبخندهای قو‌ق‌زده در کنار چهره‌های سرشناس حاضر در مراسم عکس‌های یادگاری می‌گیرد تا بعدا در قالب استوری منتشر کنند. نتیجه مخاطب در صفحات این افراد به جای دین روایت یک رویداد مهم، با تصاویر و استوری‌های فانتری مواجه شد. سلفی‌هایی با کاربندی‌های دقیق برای نمایش استایل و نگین‌دوزی‌های عبا، دست‌های رو به آسمان با انگشترهای خاص، استفاده از موسیقی‌های سوزناک ترنیز روی تصاویر با فونت‌های نستعلیق. در واقع، اصل رویداد به یک گراند شیک برای تولید محتوای شخصی و افزایش تعامل صفحات آنان تبدیل شد.

کی بود، کی بود؟ من نبودم!

وقتی تصاویر این حضور غیرمعارف و رفتار تربیونی بلاگرها دست به دست چرخید و واکنش‌های منفی در جامعه ایجاد کرد، تازه متولیان امر به فکر چاره افتادند. در واقع پس از بروز بحران‌ها، تازه موجی از فرار رو به جلو شکل گرفت و عده‌ای که خودشان تسهیل‌کننده ورود این افراد به جایگاه‌های ویژه بودند، به دنبال پیدا کردن مقصری بیرونی گشتند تا خطای خود را پشت آن پنهان کنند.

برای فهم عمیق‌تر موضوع باید به پشت صحنه این پدیده نگاه کرد. چرا این افراد تا این حد خود را محق می‌دانند که درباره سخت‌ترین مسائل سیاسی، تربیتی یا مذهبی نسخه‌پیچند؟ احتمالا پاسخ در تفاهی نانوشتنه میان بخشی از بدنه تصمیم‌گیر رسانه‌ای و آن‌ها نهفته است. برخی مدیران فرهنگی برای آنکه خود را پویا و همراه با نسل جدید نشان دهند، به سمت کسانی دست دراز کردند که صرفا لایک و فالوور داشتند. آن‌ها گمان می‌کردند با دادن تربیون به این افراد، می‌توانند برای پیام‌های خود پایگاه اجتماعی بخزند. در طرف مقابل، این بلاگرها که در فضای عالی به خاطر نمایش اشرافی‌گری تحت پوشش دین ممکن است با نقدهای جدی از سوی جامعه روبه‌رو باشند، از این دعوت‌ها به عنوان یک سند مشروعیت و تأیید رسمی استفاده کردند. حضور در قالب‌های رسمی و گرفتن عکس یادگاری با برخی مسئولان، به کار آن‌ها مصونیت و اعتبار بخشید؛ اعتباری که مستقیما به نفع بیزینس شخصی و تبلیغات

این موج‌سواری اما پیش‌درآمدی بود بر حضور نمایشی بعدی آن‌ها در قامت راوی بحران و رویدادهای ملی، به‌ویژه در برخی مراسم‌های بعدی؛ حضوری که عملا عمق آسیب این پدیده را به تصویر کشید. تا همین چند وقت پیش، نقد کردن این جریان شبیه به عبور از روی میان مین بود و گویی حتی نمی‌شد به آن‌ها گفت بالای چشم‌هایشان ابرو است؛ کوچک‌ترین نقدی با دیوارهای سخت توجه‌بافت سلیقه‌های مواجه می‌شد. اما امروز که حجم مواضع غیرحرفه‌ای و رفتارهای دور از شأن این افراد نسبت به رویدادهای ملی از حد گذشته است، گویی بالاخره آن قفل نقد شکسته و همه، حتی آن‌هایی که پیش‌تر مدافع پرشور این جریان بودند، فهمیده‌اند که نمی‌توان و نباید چشم بر آسیب‌های این پدیده بست.

سال‌ها پیش، وقتی پدیده بلاگری با پوشش‌های خاص به عنوان بخشی از فعالیت بلاگرها تازه در حال پا گرفتن در فضای مجازی بود، بسیاری از تحلیل‌گران رسانه و جامعه‌شناسان، به‌ویژه صاحب‌نظران در حوزه دین، بارها نسبت به فعالیت برخی از این افراد و حتی بدعت‌گذاری‌های آشکار آن‌ها در مناسک مذهبی هشدار دادند. حرف حساب آن‌ها این بود که این پدیده، برخلاف ظاهر مذهبی‌اش، قرار نیست کمکی به ترویج ارزش‌ها در جامعه کند. آن‌ها استدلال می‌کردند که این جریان، همان سبک زندگی مصرف‌گرایانه و تجملی «سویت‌هوم» است که حالا فقط با یک پوشش متفاوت به خود مخاطبی داده می‌شود که کلیشه‌های سنتی سویت‌هوم‌ها را پس می‌زند.

در واقع این فرمول جدید به‌شدت هوشمندانه عمل می‌کند؛ مخاطبی که شاید تجمل سویت‌هوم‌ها برایش دافعه داشت، حالا در این صفحه جدید با تعارضی روبه‌رو نمی‌شود. او با ولع تمام، تماشاگر زندگی لوکس بلاگری می‌شود که پشت فرمان بنز و بی‌اجو نشسته، پوشش برند پوشیده، دکر افزایش رزق و روزی بادی می‌دهد و شیوه شکرگزاری مدرن را دیکته می‌کند. این تلفیق مذهب با مصرف‌گرایی افراطی، یک سبک زندگی لوکس تطهیرشده می‌سازد که مخاطب خسته از مشکلات اقتصادی را در روایی شیرین اما غیرواقعی غرق می‌کند.

طعم گس میوه درخت توهم!

اما در آن سال‌ها آمار خبره‌کننده فالوورها و نرخ تعامل بالای این صفحات، چشم برخی تصمیم‌گیران را روی این هشدارها بست. جریان‌های مختلف سیاسی و فرهنگی تصور می‌کردند یک میانبر رسانه‌ای پیدا کرده‌اند؛ چهره‌های خوش‌عکس و پرمخاطب که می‌توانند تصویر شیک، امروزی و منطبق با سیاست‌های رسمی ارائه دهند. این نگاه ساده‌انگارانه تصور می‌کرد می‌توان فرهنگ جامعه را با شاخص‌های سطحی اینستاگرامی ارتقا داد. در نتیجه این تصور، به جای سرمایه‌گذاری روی نهادهای ریشه‌دار



سال‌ها پیش، وقتی پدیده بلاگری با پوشش‌های خاص به عنوان بخشی از فعالیت بلاگرها تازه در حال پا گرفتن در فضای مجازی بود، بسیاری از تحلیل‌گران رسانه و جامعه‌شناسان، به‌ویژه صاحب‌نظران در حوزه دین، بارها نسبت به فعالیت برخی از این افراد و حتی بدعت‌گذاری‌های آشکار آن‌ها در مناسک مذهبی هشدار دادند. حرف حساب آن‌ها این بود که این پدیده، برخلاف ظاهر مذهبی‌اش، قرار نیست کمکی به ترویج ارزش‌ها در جامعه کند. آن‌ها استدلال می‌کردند که این جریان، همان سبک زندگی مصرف‌گرایانه و تجملی «سویت‌هوم» است که حالا فقط با یک پوشش متفاوت به خود مخاطبی داده می‌شود که کلیشه‌های سنتی سویت‌هوم‌ها را پس می‌زند.

در واقع این فرمول جدید به‌شدت هوشمندانه عمل می‌کند؛ مخاطبی که شاید تجمل سویت‌هوم‌ها برایش دافعه داشت، حالا در این صفحه جدید با تعارضی روبه‌رو نمی‌شود. او با ولع تمام، تماشاگر زندگی لوکس بلاگری می‌شود که پشت فرمان بنز و بی‌اجو نشسته، پوشش برند پوشیده، دکر افزایش رزق و روزی بادی می‌دهد و شیوه شکرگزاری مدرن را دیکته می‌کند. این تلفیق مذهب با مصرف‌گرایی افراطی، یک سبک زندگی لوکس تطهیرشده می‌سازد که مخاطب خسته از مشکلات اقتصادی را در روایی شیرین اما غیرواقعی غرق می‌کند.

اما در آن سال‌ها آمار خبره‌کننده فالوورها و نرخ تعامل بالای این صفحات، چشم برخی تصمیم‌گیران را روی این هشدارها بست. جریان‌های مختلف سیاسی و فرهنگی تصور می‌کردند یک میانبر رسانه‌ای پیدا کرده‌اند؛ چهره‌های خوش‌عکس و پرمخاطب که می‌توانند تصویر شیک، امروزی و منطبق با سیاست‌های رسمی ارائه دهند. این نگاه ساده‌انگارانه تصور می‌کرد می‌توان فرهنگ جامعه را با شاخص‌های سطحی اینستاگرامی ارتقا داد. در نتیجه این تصور، به جای سرمایه‌گذاری روی نهادهای ریشه‌دار