



دوره ۱۴، شماره ۲، صفحات ۵۳ تا ۷۶

منتشر شده در پاییز و زمستان ۹۸

تاریخ دریافت: ۹۸/۳۰/۱۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۰/۲۶

رسانه‌های اجتماعی و هویت جهانی

مطالعه‌ی پلتفرم اینستاگرام

مهری بهار، دانشیار علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران Mbahar.ut@gmail.com

محمد جواد بیژنی، دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران Mj.bijani@ut.ac.ir

چکیده

عاملیت نه به صورت صرف در دست آدمیان بلکه به صورت شبکه‌ای بین آدمیان و غیر آدمیان ظهور پیدا می‌کند. فلسفه‌ی تکنولوژی و به تبع فلسفه‌ی رسانه‌ها در این تحقیق مورد توجه قرار گرفته است؛ تمرکز این مقاله بر روی عاملیت پلتفرم اینستاگرام است. این که چگونه این پلتفرم دارای کنش‌مندی می‌شود که هویت جهانی را به وجود می‌آورد. چهار میانجی‌گر تکنیکی برونو لاتور شامل: ("ترجمه"، "ترکیب"، "نهن‌سازی بازگشت‌پذیر" و "واگذاری دستورالعمل‌ها") است؛ که می‌توانند ابزاری باشند برای فهم ماهیت و هستی‌شناسی پلتفرم اینستاگرام و با این چهار میانجی‌گر، توصیف، تحلیل و تبیینی از آن ارائه داد. اساس و ماهیت پلتفرم اینستاگرام، "انسان" و به صورت خاص، "فردگرایی" است. که نزدیکترین پارادایم فکری به آن لیبرالیسم است. در نتیجه‌ی این تحقیق با توجه به شاخص‌هایی که از اینستاگرام، از طریق میانجی‌گری تکنیکی لاتور به دست می‌آید؛ "هویت جهانی" در بستر پلتفرم اینستاگرام محقق می‌شود.

مفاهیم کلیدی: فلسفه‌ی تکنولوژی، فلسفه‌ی رسانه، هویت جهانی، اینستاگرام

مقدمه

امروزه؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱، به‌عنوان مهمترین عامل سخت افزارانه تحول و توسعه در جهان مطرح است و دستاوردهای ناشی از آن به‌گونه‌ای با زندگی مردم عجین شده است که غفلت از آن شکاف‌های گوناگونی را در جامعه بوجود می‌آورد. ویژگی بارز و متمایز فناوری اطلاعات و ارتباطات نسبت به‌دیگر فناوری‌ها و به‌ویژه فناوری‌های دوره صنعتی این است که این فناوری‌ها و ظرفیت‌های برآمده از آن، الگوی جدیدی از رفتار و ساختار اجتماعی ارائه و به‌عنوان یک مدل می‌تواند پیوندها و روابط انسان‌ها، ملت‌ها و ادیان را باز تعریف کند. (پایا به نقل از خانیکی، ۱۳۸۳).

همان‌گونه که هایدگر^۲ نشان می‌دهد تکنولوژی جدید در معنای عام کلمه را نباید صرفاً به‌منزله‌ی مجموعه‌ای از ابزارها فهمید، لکن نیز سعی می‌کند که این حقیقت را اثبات کند که تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید صرفاً ابزارهایی برای انتقال پیام یا اطلاعات نبود، بلکه آن‌ها جهان و نحوه‌ی هستی خود ما را در معنا و مفهوم وجود شناختی و نه صرفاً به‌معنای جامعه‌شناختی و روانشناختی تغییر داده‌اند. در نهایت برونو لاتور^۳ پا را در وسط گود می‌گذارد و با جهان‌بینی خاص خود به تکنولوژی‌ها از ابعاد متفاوت می‌نگرد. این نگاه لاتور باعث می‌شود که تکنولوژی‌های ارتباطی بالاخص در حوزه‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات با فهمی چندجانبه نگریسته شود.

در این مقاله نه به مانند مک لوهان^۴ محققان بر این اعتقاد می‌باشند که «رسانه پیام است» (رشیدپور، ۱۳۹۰) و نه همانند دیگر منتقدین رسانه‌ها را تنها ابزاری صرف در دست انسان‌ها می‌داند. بلکه از دو سوی به رسانه‌ها می‌نگرد. و ادعای نگارندگان تنها سوپه‌ی هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی تکنولوژی است که راغب به تحلیل آن هستند. بعد دیگری نیز از زاویه‌ی کاربران این رسانه وجود دارد که مقالات و کتاب‌های زیادی در مورد آن نوشته شده است.

انسان‌ها باتوجه به میل درونی آن‌ها به‌امتداد و رهایی از اسارت تن‌مندی^۵ خود، حسرتی ناخودآگاه و خودآگاه را مبنی بر امتداد حواس خود در تمام کائنات در طول تاریخ پیش‌برده‌اند. محققان در تجربه‌های

شخصی خود بارها و بارها از افراد مختلف یک پارادوکس فکری مبنی بر اینکه گاه از بودن در جمع و در کنار اقوام و آشنایان لذت می‌بردند و گاه از آن می‌نالیدند، را مشاهده کرده‌اند. این پارادوکس به‌وسیله‌ی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به‌معنای عام و به مدد رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های مختلفی که وجود دارد؛ در معنای خاص پاسخ داده شده‌است. پارادوکسی که سعدی این‌گونه طرح کرده است: «هرگز وجود حاضر غایب شنیده‌ای!» به‌گونه‌ای در رسانه‌های اجتماعی به تحقق پیوسته است. این کامیابی به‌وسیله‌ی عاملیت فناوری، از یک‌سو، توانمندی انسان را به رخ می‌کشد و از سوی دیگر؛ پای مسأله‌های مختلفی را در علوم انسانی می‌گشاید؛ چرا که تحقق جبر فناوری در راستای عاملیت انسانی صورت می‌گیرد. چنان‌که «فضای مجازی با ماهیتی متفاوت از فضای فیزیکی، ظرفیتی پویا، جهانی و اثرگذار را به آن بخشیده است. فضای مجازی از یک ماهیت عددی، تعاملی و مشارکتی، هایپرلینک و غیرمرکزی و در عین حال متعلق به فضایی است که همه جا حاضر و منعطف نسبت به تغییر متمایل به بی‌نهایت می‌باشد. « (س. عاملی، ۱۳۹۷) به زبان دیگر فضای مجازی یک شبکه‌ی گسترده جهانی است که شبکه‌های مختلف رایانه‌ای در اندازه‌های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده سخت‌افزارها و نرم افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فناوری‌های ارتباط راه دور اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند. (دهقان، ۱۳۸۴)

عاملیت رسانه‌های اجتماعی به مثابه رسانه‌های اجتماعی در این تحقیق بعد کلیدی است و از سویی- دیگر؛ این انسان که به‌لحاظ فلسفی به‌سوی هویت‌یابی در جهان پیرامون خود می‌گردد؛ چه مکانیزم‌هایی او را به‌سوی هویت جهانی می‌کشاند. هویتی که یک کلان هویتی است و در سطح انتزاع و نظری قابل‌بحث است. برای مثال: در پلتفرم اینستاگرام، وقتی کاربر یک مفهوم خاصی را جستجو می‌کند، در جستجوهای بعدی، تمام صفحه‌ی جستجوی این کاربر به‌سمت آن مفهوم کشیده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که در حالت کاذب، اختیار با فرد است و این کاربر است که تعیین‌کننده‌ی علایق و نیازهای خود است اما در واقع الگوریتم‌های جستجوی اینستاگرام او را به سمت همان مفهوم سوق می‌دهد و در درازمدت او را در قبال مفهوم جستجو شده‌ی اولیه رادیکال می‌کند. این نوع از برجسته‌سازی اینستاگرام برای کاربر به‌طور غیرارادی هویتی صلب ایجاد می‌کند.

از سوی دیگر، هویت او از موضوعی که در علاقه‌ی اولیه است را به سمت عمیق‌تر شدن در موضوع مورد نظر می‌برد. این عمق از تمرکز بر روی یک مفهوم، کاربر را به وادی‌ها و سطوحی از جمله‌ی خرد، میانه و در نهایت جهانی می‌کشاند. شکل‌گیری و تکوین هویت اجتماعی در جوامع نوین، تا حد زیادی مرهون شبکه‌های اجتماعی است. گسترش اینترنت خود به خلق هویت و محیط‌های جدیدی منجر شده است که نیازمند ایجاد نظریه‌های جامعه‌شناختی و ارتباطی جدید است (انصاری‌نصب، ۱۳۹۶). فضای مجازی به وسیله‌ی پلتفرم‌های مختلف کلیشه‌سازی می‌کند، یعنی روند مشخصی را به‌نمایش می‌گذارد و این روند همیشگی، به صورت کلیشه مدام ادامه می‌یابد. این به معنای عاملیت تکنولوژیکی است که می‌تواند کاربر را تحت تاثیر قرار دهد. و نیز شرکت‌ها، مؤسسات و گروه‌های خاصی که به صورت برنامه‌ریزی شده، سیاست-گذاری تفکری و یا تجاری خود را تبلیغ و اشاعه می‌دهند؛ به‌روند این کلیشه‌سازی محتوایی دامن می‌زند. کلیشه‌سازی مجازی در ادامه‌ی کلیشه‌سازی رفتاری در جهان اول^۱ است. لذا؛ ارتباط با آدم‌ها گاهی در کلیشه‌ای از کلمات است. به‌ویژه در تعارفات و شروع و پایان یک ارتباط که همه حول محوری کلیشه‌ای می‌چرخد. این روند در فضای مجازی نیز وجود دارد. هم در فرم کلیشه‌ها و هم در محتوایی که در آن ساخته می‌شود. در این مقاله، به مطالعه‌ی پلتفرم اینستاگرام پرداخته شده است؛ و ضمن توصیف، تحلیل، واکاوی و ابعاد مختلف فضاها، اینستاگرام، به هویت جهانی از طریق عاملیت تکنولوژی پرداخته می‌شود.

اینستاگرام پلتفرمی است همان‌گونه که فراز و فرودهای هویتی در محیط پیرامون ایجاد کرده است. فارغ از عاملیت انسانی در هر نقطه از کره‌ی زمین، شکل و ماده‌ی آن به قول اینیس "سوگیری" را ایجاد می‌کند. (لون، ۱۳۹۱). نوع خدماتی که در آن نهفته است؛ ماهیتی مختص به خود را ایجاد کرده است که با-توجه به سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای در چندین سال گذشته، در کشورهای مختلف از جمله ایران چالش‌هایی را ایجاد کرده است. فهم مبانی فلسفی فناوری رسانه‌های اجتماعی و تحلیل این‌ها در مراحل عملیاتی‌تر بالاخص سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای بسیار مهم است. مقاله پیش رو به دنبال مطالعه‌ی عاملیت تکنولوژی، (پلتفرم اینستاگرام) از طریق چارچوب جبرگرایانه و کلیشه‌ساز آن در هویت جهانی افراد است. و به این سوال اصلی پاسخ داده می‌شود که:

هویت جهانی، چگونه از طریق عاملیت تکنولوژیکی پلتفرم اینستاگرام به وجود می‌آید؟

مبانی نظری

سوئیچی فلسفی این پژوهش از آراء "لاتور" گرفته شده است.^۷ لاتور با نظریه‌ی کنشگر_شبکه^۸ نگاه افراد را از عاملیت انسان خارج می‌کند و عاملیت تکنولوژی را پیش می‌گیرد (Verbeek, ۲۰۰۰). به گونه‌ای که نگاه شبکه‌ای داشتن به سوژه را در نظریات خود استفاده می‌کند. البته با این وجه که نظریه لاتور تعدیل می‌شود و به جای عاملیت کامل به تکنولوژی، محقق به سمت این نگاه پیش‌رفته است که این موضوع را به صورت طیفی مورد نظر بگیرد و جبر تکنولوژی را مورد بحث قرار دهد، چرا که، استفاده از واژه عاملیت، به نوعی جان بخشیدن به اشیا محسوب می‌شود و پژوهش را از حالت علمی خارج می‌کند. ولیکن در جبر تکنولوژیک و اجبار در راه کنش‌مندی عاملیت انسان در درون یک ساختار رسانه‌ای شکی نیست. و برای محقق شدن کنش‌مندی انسان لاجرم باید از یک جبری گذر کند. در این جا جبر طی شده از درون رسانه‌های اجتماعی است. «لاتور می‌خواهد از مسیر این دو جریان نامتقارن، که می‌توان مسامحتاً واقع‌گرایی و برساخت‌گرایی اجتماعی نامیدشان، خارج شود و رویکرد متقارنی اتخاذ کند. لاتور نیز یک برساخت‌گراست و می‌گوید: واقعیت‌های علمی ساخته یا برساخته می‌شوند اما نه فقط به دست انسان‌ها و عوامل انسانی، بلکه توسط شبکه‌ای ناهم‌جنس از عوامل انسانی و غیرانسانی. به عبارتی دیگر؛ اگر رویکرد جامعه‌شناسی معرفت علمی، برساخت‌گرایی اجتماعی است، رویکرد لاتور ساخت‌گرایی جمعی است. (شریف زاده، ۱۳۹۷)

نظریه‌ی کنشگر_شبکه به جای تقسیم موجودات به انسان و غیر انسان و فروکاستن نقش و عاملیت یکی از آن‌ها به دیگری، از شبکه‌ای ناهم‌جنس از کنشگران انسانی و غیر انسانی سخن می‌گوید که در پیوند با هم سازه‌های متفاوتی از جمله؛ واقعیت‌های علمی و فنی را می‌سازند. نظریه‌ی کنشگر شبکه، تلاشی است عمدانه در جهت پایان دادن به کاربرد واژه‌ی "اجتماعی" در نظریه‌ی اجتماعی و جانشین کردن واژه‌ی پیوند (Lattor, ۱۹۹۹).

سوال : چرا لاتور می‌خواهد واژه‌ی پیوند را به‌جای جامعه و اجتماع بگذارد؟ آیا اینکه جامعه پیچیده‌تر از آن است که با اصطلاح جامعه آن را توضیح داد؟ چرا که این مفاهیم با موجودات و عوامل انسانی گره خورده است و غیرانسانی را نادیده می‌گیرد.

پاسخ: جامعه همان قدر که جامعه‌ی انسان است، جامعه‌ی مصنوعات، حیوانات و اشیا نیز هست؛ و این‌ها به شکل تاریخی در هم تنیده‌اند. (verbeek ۲۰۰۵)

لاتور از چشم اندازی غیرمدرن می‌کوشد تا به سرزمین فلسفه تکنولوژی گام بگذارد. مطابق با رهیافت او، فلسفه‌ی تکنولوژی باید از همان مشکلاتی بپرهیزد که فلسفه علم را تهدید می‌کند: مطلق‌سازی دوگانگی بین آدمیان و غیر آدمیان. در فلسفه‌ی علم این دوگانگی دو جهت به‌خود می‌گیرد: واقع‌گرایی که می‌کوشد تا معرفت علمی را به‌عنوان چیزی فهم کند که فقط از امر غیر انسانی سرچشمه می‌گیرد؛ و ساخت‌گرایی اجتماعی، که معرفت را به آدمیانی فرو می‌کاهد که آن را صورت‌بندی می‌کنند. لاتور ماهیت این مشکلات را در رابطه با تکنولوژی در مثال زیر توصیف می‌کند: اگر کسی با یک تفنگ به‌دیگری شلیک کند_ چه کسی شلیک می‌کند؟ فرد یا تفنگ؟ حامیان کنترل اسلحه می‌گویند: «اسلحه‌ها مردم را می‌کشند»، در حالی که مخالفان می‌گویند: «مردم یکدیگر را می‌کشند».

موضع ماتریالیستی نخست مبتنی بر این دیدگاه است که تفنگ در نتیجه‌ی عملکرد مؤلفه‌های مادی آن کار می‌کند، که قابل تقلیل به‌ویژگی‌های اجتماعی فرد مسلح نیستند، در حالی که موضع جامعه‌شناختی دوم مبتنی بر این دیدگاه است که فرد مسلح کسی است که عمل می‌کند و تفنگ نقشی خنثی بازی می‌کند و فی‌نفسه کاری انجام نمی‌دهد (لاتور، ۱۹۹۹). چه کسی درست می‌گوید؟ بی‌معنایی این پرسش ضرورت اندیشیدن درباره‌ی تکنولوژی و در عین حال به‌رسمیت شناختن درهم‌تنیدگی آدمیان و غیرآدمیان را مورد تایید قرار می‌دهد. هیچ‌کسی ادعا نمی‌کند که تفنگ در تیراندازی هیچ نقشی ندارد و حتی کمتر از آن ادعا می‌کند که تفنگ کاملاً مسئول است. حامیان کنترل اسلحه ادعا نمی‌کنند که تفنگ‌ها خودشان عمل‌گشتن را انجام می‌دهند؛ بلکه منظور آن‌ها این است که تفنگ‌ها بر رفتار صاحبان خود تاثیر می‌گذارند. مخالفان کنترل اسلحه واقعا انکار نمی‌کنند که تفنگ‌ها در تیراندازی‌ها نقش ایفا می‌کنند؛ منظور آن‌ها این است که

یک تفنگ شیوه‌ای کارآمد برای انجام یک عمل است که ابزار دیگر نیز برای انجام آن کفایت می‌کند. تفنگ‌ها و آدمیان جدا از یکدیگر نیستند، بلکه در هم تنیده‌اند (verbeek, ۲۰۰۵).

لاتور این درهم تنیدگی را در سطح مفهومی از طریق مفهوم "میانجی‌گری تکنیکی" روشن می‌سازد. یک تفنگ را نباید به‌مثابه تنها کنشگر در یک تیراندازی نگریست و قطعاً نباید آن را به‌مثابه یک وسیله‌ی خنثی برای یک هدف در نظر گرفت؛ بدون یک اسلحه و یک فرد مسلح، تیراندازی رخ نخواهد داد. تفنگ در اینجا نقشی میانجی‌گرانه بازی می‌کند. آن صرفاً یک واسطه نیست. یک شیء خنثی بین فرد مسلح و هدف، بلکه یک میانجی‌گر است که فعالانه شیوه‌ی تحقق هدف را تحت تاثیر قرار می‌دهد.^۹ (همان)

روش تحقیق

رویکردی که در این تحقیق استفاده شده، کیفی است. به‌گونه‌ای که به صورت تحلیل متن، محقق به سراغ پلتفرم اینستاگرام رفته است. و با توجه به خدمات و ماده‌ای^{۱۰} که در شکل‌گیری این رسانه اجتماعی وجود دارد به تحلیل آن با استفاده از میانجی‌گری تکنیکی برونو لاتور^{۱۱} خواهد پرداخت. این تحقیق با تحلیل و مقایسه‌ی خدمات پلتفرم اینستاگرام انجام می‌گیرد. تحلیل ماهیت پلتفرم اینستاگرام و تاثیر این ماهیت و عاملیت تکنولوژی در هویت جهانی کاربران، با توجه به‌نوع نگاه لاتور به تکنولوژی و میانجی‌گری تکنیکی، در مرحله‌ی اول چهار روش لاتور را بر روی اینستاگرام مورد تحلیل قرار می‌دهد. در ادامه به این مسئله پرداخت خواهد شد که تمامی سرویس‌های این پلتفرم چگونه می‌تواند فضای هویت جهانی را در کاربران خود تعریف و بازتعریف کند. مسئله‌ای که در اینجا مطرح است محتوای رسانه‌ی اجتماعی و عاملیت فناوری است و تبیین ربط این دو مقوله با هم است.

در این مقاله از روش توصیفی و مراجعه‌ی اسنادی به کتاب‌ها و گردآوری داده‌ها از طریق کتابخانه و فضای مجازی و همچنین الگوبرداری از نگاه فلاسفه‌ی تکنولوژی به فناوری‌های بشری و آن‌گاه شبیه‌سازی آن‌ها در فلسفه‌ی رسانه‌ها استفاده شده است. همان‌گونه که گفته شد اینستاگرام از زاویه‌ی چهار تکنیک میانجی‌گری لاتور ("ترجمه"، "ترکیب"، "پنهان‌سازی بازگشت‌پذیر" و "واگذاری دستورالعمل‌ها") مورد

تحلیل قرار خواهد گرفت. این تحلیل‌ها از سطح توصیف شروع می‌شود و به سطوح بسیار بالای معرفت‌شناسی و هستی‌شناسی اینستاگرام رسوخ می‌کند. ابعاد متفاوت آن را شناسایی می‌کند؛ و سعی در بیان آن‌چه که درون آن می‌گذرد، دارد. و در نهایت بعد از خرد شدن و توصیف، تحلیل و تبیین آن، به سراغ تئوری پردازی پیش خواهد رفت. به به زبان دیگر؛ داده‌هایی که از طریق مشاهده با فیلتر میانجی‌گری لاتوری به دست آمده است، تقلیل پیدا می‌کنند، بعد از آن مقوله بندی می‌شوند، مضامین مشابه که از آن استخراج شده است؛ نوشته می‌شود و در مرحله‌ی بعدی به صورت انتزاعی نزدیک‌ترین مفهوم و تئوری را به آن مقولات تحلیل می‌شود. البته پارادایم انتزاعی از روابط بین مفاهیم انتزاعی به دست آمده است. و در نهایت آن تئوری کلی در هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی پلتفرم اینستاگرام با توجه به ادبیات موجود و کتابخانه‌ای توضیح داده می‌شود. به زبان این پایان‌نامه، محققان با توجه به مشاهدات خود از پلتفرم اینستاگرام با نوع اندیشه‌ی لاتوری و میانجی‌گری‌های تکنیکی، سعی بر آن دارند که ابعاد متفاوت این پلتفرم را در مرحله اول بریده بریده^{۱۲} و بعد به صورت منسجم به درون پلتفرم اینستاگرام رسوخ کند و آن مورد تحلیل قرار دهد. این کار به صورت مقایسه‌ای و تقلیدی از نوع نگاه برونو لاتور نسبت به غیرآدمیان بوده است؛ که این نوع نگاه توسط محققان در قالب پلتفرم اینستاگرام شبیه‌سازی شده است. لذا این شبیه‌سازی با توجه به ویژگی‌های منحصر به فردی که رسانه‌ها دارند و ادبیاتی که این رسانه‌ها در آن‌ها بازنمایی می‌شوند، است.

اینستاگرام

اینستاگرام یک شبکه‌ی اجتماعی عکس‌محور است که اساس کامل آن بر فرد است یعنی فردی وارد این شبکه می‌شود و با فالو کردن افراد مختلف عکس‌ها و کپشن‌ها، استوری‌ها و فیلم‌های کوتاه فردی که فالو کرده است را ببیند؛ آن‌ها را لایک کند یا حتی برای عکس‌ها و کپشن مورد نظر کامنتی بگذارد. از سوی دیگر؛ خود کاربر نیز قادر است که استوری^{۱۳} یا یک پست کامل با توجه به یک عکس را بگذارد. بخشی دیگر نیز به عنوان جستجو وجود دارد که کاربر می‌تواند در آنجا عکس‌ها، پست‌ها، و فیلم‌های کوتاهی که

کاربران دیگر به اشتراک گذاشته‌اند را ببیند. فالو کردن و پذیرفتن آدم‌ها کاملاً اختیاری است و کاربر اگر بخواهد می‌تواند که فالوورهای خود را کم یا زیاد کند در قسمت دیگر نیز به صورت خصوصی می‌تواند به فالوور خود پیام دهد و یا عکس و فیلم را برای آن بفرستد. پلتفرم اینستاگرام مانند پازل اجتماعی است که هر کدام برای خود و برای صفحه‌ی شخصی خود و در راستای اهداف خود، فارغ از هیچ‌گونه ساختاری در حال فعالیت هستند. این ساختار شاید در کاربران وجود داشته باشد و شرایط اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی آن‌ها را در راستای تبلیغ یا بازنمایی یک پارادایم پیش برد لیکن در ذات اینستاگرام در ظاهر هیچ ساختاری وجود ندارد و اساس آن با فرد است.

عملیات میانجی‌گری لاتوری اینستاگرام

ترجمه و دگرگونی با توجه به جبر تکنولوژیکی اینستاگرام ابعاد متفاوتی را شامل می‌شود؛ که محقق مثال‌هایی را برای توصیف اولیه از طریق میانجی‌گری لاتوری آورده است:

۱- فردی (کنش‌مند ۱) قصد دارد احساس خودش را مبنی بر دیدن یک منظره در همین زمان حال برای دوستانش بفرستد. اما این امر با مانع روبرو است. با این حال این فرد می‌تواند با یک برنامه‌ی اینستاگرام (کنش‌مند ۲)، رابطه برقرار کند. این اینستاگرام برنامه‌ی کنش، کنش‌مند ۱ را میانجی‌گری می‌کند. بر مبنای برنامه‌ی کنش خودش، یعنی "کارکرد" لایو گذاشتن؛ لذا یک کنش‌مند جدید ظهور می‌کند (کنش‌مند ۱ + کنش‌مند ۲)؛ با یک برنامه‌ی ترجمه شده‌ی جدید: یعنی "لایو گذاشتن" از مناظر به- صورت زنده تا دوستانش به همراه او در دیدن مناظر سهیم باشند.

۲- فردی (کنش‌مند ۱)، قصد دارد ناهارش را به رخ دوستانش بکشد اما این امر با مانع روبرو است چرا که نمی‌تواند به صورت مستقیم به همه زنگ بزند و بگوید. بنابراین با استوری اینستاگرام (کنش‌مند ۲) ارتباط برقرار می‌کند. این استوری برنامه‌ی کنش، کنش‌مند ۱ را میانجی‌گری می‌کند. بر مبنای کنش خودش یعنی ایجاد عکس در استوری صفحه‌ی شخصی که ۲۴ ساعت زنده است (کنش‌مند ۱ + کنش‌مند ۲). فرد با یک برنامه‌ی دگرگون شده جدید یعنی لذت از ناهار امروز که آن را در صفحه‌ی شخصی خود می‌گذارد.

۳- فردی (کنش‌مند ۱)، عکسی از دوران سربازی خود را دیده است و یاد این عکس او را به خاطرات سربازی برده است. او قصد دارد این لذت را از دیدن این عکس و یادآوری این خاطره را با دیگران شریک شود و بقیه نیز در مورد خاطره او حرف بزنند. اما این امر با مانع روبه‌رو است؛ چرا که جبر زمان و مکان دوستان او را در کنار هم جمع نمی‌کند تا او هم خاطره‌اش را بگوید و هم عکس را نشان دهد. بنابراین با پست اینستاگرام (کنش‌مند ۲) ارتباط برقرار می‌کند. اینجاست که پست اینستاگرام، کنش‌مند ۱ را میانجی‌گری می‌کند. بر مبنای کنش خودش یعنی گذاشتن عکس در صفحه‌ی شخصی خودش و نوشتن خاطره به‌عنوان کپشن در ذیل آن (کنش‌مند ۱ + کنش‌مند ۲). در اینجا برنامه‌ی کنش در لحظه دگرگون می‌شود و این عکس و کپشن تا آخر عمر ثبت می‌شود و در هر زمان و در هر مکانی فالوورهای آن فرد می‌توانند خاطره و عکس کنش‌مند ۱ را ببینند.

۴- فردی (کنش‌مند ۱) تصمیم می‌گیرد که نظرش را راجع به گلی که تیم مورد علاقه اش زده است، بیان کند اما با مانع روبه‌رو است چرا که پدر و مادر او فوتبالی نیستند. بنابراین با قسمت جستجوی اینستاگرام (کنش‌مند ۲) ارتباط برقرار می‌کند و در آنجا اسم تیم مورد علاقه‌اش را جستجو می‌کند. در زیر فیلم یک دقیقه‌ای از گلی که گذاشته شده است در یک کامنتی نظر خود را برای افرادی که هوادار آن تیم هستند و فوتبالی هستند به اشتراک می‌گذارد و یک قلب نیز برای تایید این گل می‌فرستد (کنش‌مند ۱ + کنش‌مند ۲). در اینجا برنامه‌ی کنش به فرستادن قلب، لایک کردن، کامنت گذاشتن و نیز تحلیل نظرهای دیگران در بازنمایی واژه‌های اینستاگرامی دگرگون شد.

۵- فردی (کنش‌مند ۱) تصمیم دارد حس دیدن چشمه‌ای که آب روان دارد را برای دوستش بفرستد. او با مانع روبه‌رو است؛ چرا که دوستش در منطقه‌ای بسیار دور زندگی می‌کند اما با ارتباط با قسمت دایرکت اینستاگرام (کنش‌مند ۲)، او عکسی از چشمه را می‌گیرد و برای دوستش از آن طریق می‌فرستد. بنابراین، این دایرکت اینستاگرام برنامه‌ی کنش‌مند ۱ را میانجی‌گری می‌کند (کنش‌مند ۱ + کنش‌مند ۲). با یک برنامه‌ی ترجمه شده‌ی جدید: گرفتن عکس از چشمه و فرستادن آن برای دوستش.

مرحله‌ی دوم ترکیب دو کنش‌مند است؛ یعنی تنها عاملیت انسانی نیست که خود را کنش‌مند می‌داند بلکه ترکیب دو کنش‌مند است که کنش‌مند جدید را می‌سازد. در مثال بالا تنها فردی که ناهار خورده نیست؛ که به همه می‌گوید که چه ناهاری را خورده بلکه با فردی که از ناهار خودش عکس گرفته است و نیت او ترجمه شده است، روبه‌رو هستیم. حال اینستاگرام در ترکیب علاوه‌بر آن که به دو کنش‌مند می‌پردازد به‌طور مستقیم به افراد نمی‌گوید که قواعد و چهارچوب‌ها را رعایت کنند و بدون اجازه وارد حریم خصوصی دیگران و حساب‌های دیگران نشوند. این حالت اینستاگرام را می‌توان به‌معنای عمل اخلاقی راجع به حفظ حریم شخصی افراد در نظر گرفت و اگر تنها در مقام تئوری در نظر گرفته می‌شد عده‌ای از کاربران تخطی می‌کردند. بنابراین؛ برای انجام دادن این عمل و حفظ این حریم اینستاگرام فضایی را ایجاد کرده است که می‌توان در دایرکت یک فرد را بلاک کرد و سدی را برای پیام فرستادن و نگاه کردن به پروفایل‌ها به وجود آورد. در اوایل برای فالو کردن افراد نیز این سوگیری وجود دارد. بنابراین انتخاب نوع فالوورها، چه کسانی که بتوانند کاربران را ببینند و چه کسانی که این‌ها بتوانند ببینند به عهده‌ی فرد است. با وجود خط قرمزی که پذیرفتن فردی که درخواست فرستاده است با اختیار کاربر است.

از سوی دیگر؛ در قسمت جستجو نیز پیشنهادهایی که اینستاگرام به افراد می‌دهد دارای سوگیری^{۱۴} است؛ چرا که با لایک کردن و جستجوی یک مفهوم مشخص، اینستاگرام به‌طور خودکار سعی در ارائه پیشنهادهایی هم‌سو با انتخاب قبلی می‌کند. یعنی این‌گونه که اگر برای مثال: در قسمت سرچ^{۱۵} واژه‌ی کوروش کبیر جستجو شود تا مدت‌ها اینستاگرام در قسمت جستجوی خودش اطلاعات و داده‌هایی از کاربران دیگر که در این زمینه، پستی گذاشته‌اند را برای کاربر می‌فرستد؛ به‌گونه‌ای که در اینجا مفهومی همانند "توهم آزادی" معنا می‌یابد یعنی فردی آزاد ولیکن در جبر انتخاب اول خودش به‌طور ناخودآگاه و خودآگاه چرخ می‌خورد.

بعد سوم لاتور "پنهان‌سازی برگشت‌پذیر" است. ارتباط پنهان شده‌ی بین آدمیان و غیرآدمیان است که همانند بدن انسان که تا وقتی به درد نیاید به آن نقطه توجه نمی‌کنیم. شبکه اینستاگرام در ذیل اینترنت در جاهایی که تحت‌پوشش اینترنت نیست به‌طور کلی دیده می‌شود و گرنه کارکردی که دارد در

حالت معمولی قابل دیدن نیست. وقتی فیلترینگ صفحات متفاوت صورت می‌گیرد، آن وقت است که به وجود این صفحات پی می‌بریم. دستگاه گوشی همراه، تبلت و لپ‌تاپ جزو زیرساخت‌های شبکه‌ی پلتفرم اینستاگرام است که جزو کارکردهای پنهان آن است. وقتی به گذشته اینستاگرام می‌نگریم و اجزایی که کنار آن چیده شده‌اند، با چندین عنصر روبه‌رو می‌شویم. "عکس" محوری‌ترین موضوع در اینستاگرام است، حجم بسیار زیاد داده، در قالب طراحی‌های گرافیکی در عکس‌ها، برش‌های فیلم‌ها و یا حتی فیلم‌هایی که با هدف انتشار اینستاگرام گرفته شده است.

با وجود این؛ ذات اینستاگرام نه به اجزای بسیار عجیب و غریب تکنولوژی بلکه به مفاهیم اساسی در علوم انسانی که قرون متمادی، محل نزاع بوده است، برمی‌گردد. مفاهیمی همچون: آزادی، عدالت، حریم شخصی، حق اظهارنظر، ابراز عقیده، خودشکوفایی و ابراز خود که همه‌ی این‌ها حول محور "فرد" قرار می‌گیرد؛ فردی که آزاد است، اختیار دارد، می‌اندیشد، عاقل است، کنش‌مند است، صلاح خویش را می‌داند، خطری نمی‌تواند او را تهدید کند، او تعیین می‌کند چه کسانی به خانه‌اش راه بیابند و به خانه چه کسانی برود، سیاست‌گریز است، از زیر به بالا می‌تواند تاثیرگذار باشد، بدون موانع سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی می‌تواند صدایش را ابراز کند.

چهارمین بخش تحلیل پلتفرم اینستاگرام مرحله‌ی "واگذاری دستورالعمل‌ها" است. اگر فردی بخواهد که بدون اجازه فردی دیگر وارد حریم خصوصی آن شود؛ می‌توان آن را بلاک کرد. دستورالعمل‌هایی که در اینستاگرام وجود دارد، ساده هستند؛ ساده از این نظر که فرد احساس آزادی می‌کند و در توهم آزادی است. اما خط قرمزها و اعمال جبرگرایانه در لایه‌های زیرین آن نهفته است. به‌گونه‌ای که بتواند تداوم آن را تضمین کند. دولت‌های مختلف با توجه به سیاست‌های خود اگر قدرت بیشتری را داشته باشند به تبع، خواستار آن هستند که این قدرت را در شبکه اینستاگرام نیز اعمال کنند. اما ظاهر آنارشیستی گونه‌ی اینستاگرام این حق را می‌گیرد. البته این موضوع، در موضوع گسترده‌تری به نام فیلترینگ می‌گنجد. فلذا: فضا به‌گونه‌ای است که کاربران در شبکه روابطی که با هم دارند نظم اجتماعی در اینستاگرام را به وجود

بیاورند. و به‌جز دامنه‌ی اختیار^{۱۶}، بقیه صلاح یک فرد بلاک کردن است؛ و یا توانایی حذف کردن^{۱۷} کامنتی که با نظرش سازگار نیست.

دستورالعمل‌های پلتفرم اینستاگرام را هیچ فرد و سیاست مرکزی نمی‌چیند؛ بلکه این افراد هستند که با ساختن خانه‌ای^{۱۸} که افکار، سلیق و خود مجازی آن‌ها بازنمایی می‌شود؛ به‌وجود می‌آید. بنابراین انتخاب پروفایل و نوشته‌ی "بیو"^{۱۹} که در معرفی کاربر گفته می‌شود، به دست خود فرد است. در بطن اینستاگرام دستورالعمل سیاست‌گذاری شده و مرکزی وجود ندارد و به نوعی سیاست‌گریز است. اما همین ساختار ساده، تعریف مشخصی از انسان دارد؛ تعریفی که با فردگرایی انسان عجین است. این امر در ذات و ماهیت اینستاگرام وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری

پلتفرم اینستاگرام فرد را با هویت فردگرایی خود به درون ساختارش راه می‌دهد؛ او را محترم می‌شمارد و تمام آزادی‌ها را به او می‌دهد، حقوقش را محفوظ می‌دارد و ابزارهایی مانند: دلیت^{۲۰}، بلاک^{۲۱}، اختیار فالو کردن^{۲۲} و پذیرفتن^{۲۳} را به او می‌دهد. اما، در عین حال در قسمت جستجو، همین فرد آزاد، با بستر جبری که چیده می‌شود به سمت رادیکال بودن می‌رود؛ چرا که دامنه‌ی اختیار را از او می‌گیرد و به بهانه‌ی علایق و سلیقه‌ی که خود می‌اندیشد؛ به او محتوا و تصویر می‌دهد. این پیشنهادها بیشتر در سمت و سوی لایک‌ها و جستجوهای اولیه کاربر است. فلذا، رابطه‌ی دیالکتیکی بین فردگرایی و رادیکالیسم را می‌توان در ذات اینستاگرام، فارغ از هرگونه محتوایی مشاهده کرد. اینستاگرام فرد را در مقابل جهان می‌نشانند. او را از تعاریف محلی و ملی به سمت هویت جهانی سوق می‌دهد؛ فرد را از تمام ساختارها حذف می‌کند و به او قدرت می‌دهد. بنابراین فرد خودش را مبری از تمام ساختارهای پیش‌رو، جهان‌وطنی می‌داند. محدودیتی برای او وجود ندارد و از آن‌طرف؛ کنشش براساس کنش تکنولوژیکی ترجمه شده است. اختیار و دستورالعمل اختیاری آن در دستان کاربر است. ولیکن ترجمه و دگرگونی، پنهان‌سازی، ترکیب و دستورالعمل‌های لاتوری در مواجهه با این موضوع فرد را تنها عامل نمی‌دانند و او را در درون شبکه‌ای از

روابط کنش‌مند می‌بینند. هویت جهانی که در این فضا برساخت می‌شود، از ذات و ماهیت پلتفرم اینستاگرام سرچشمه می‌گیرد؛ چرا که تعریف آن‌ها از "انسان" تعریفی جهانی است.

پس یک کاربر فارغ از تمام ساختارهای پیشینی که دارد در هر زمان و مکانی به محض آن‌که خانه خود را در اینستاگرام ساخت؛ خود را با تعریفی مشخص می‌بیند. فردی است به مثابه فرد، اندیشمند، عاقل، کنش‌مند، خودابرازگر، منفعت طلب، دارای اختیار و آزاد که تنها در تضاد منافع با دیگری به چالش می‌رسد. این تضاد منافع نیز با نظم کوچکی که در دستورالعمل اینستاگرام است؛ قابل حل است. فرد خود را در نقطه‌ی مقابل چیزی باید تعریف کند تا بتواند هویت خویش را در آن فضا به‌گونه‌ای بشناسد و بشناساند. از اضطراب بی‌هویتی خارج شود. ترس از رها شدگی و اضطراب نبودن را کاهش دهد.

در تعریف هویتی با توجه به وجود پازلی صفحه‌های مختلف و افراد متفاوت و حتی ساختارهای متفاوت که خود را در یک صفحه به عرصه ظهور رسانده‌اند به "جهان"^{۲۴} و حتی می‌توان نقطه مقابل خود را کائنات و تمام هستی در نظر گرفت. این‌جاست که بستر و ذائقه‌ی افراد، از یک‌سو فرد و از سوی دیگر، جهانی شدن است. جهانی شدن به معنای فشردگی زمان و مکان در تمام ابعاد بشری (اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی). لذا، این محتواها به افراد برمی‌گردد و با توجه به بستر این افراد، که همانا فرهنگ، رسوم، مذهب، زمان و... است؛ محتوا متفاوت می‌شود. در نتیجه، پارادوکس فردگرایی و رادیکال در عرصه‌ی اینستاگرام تایید می‌شود؛ و در ارتباط با هم و در بستر جهانی این پارادوکس خود را نشان می‌دهد. همچنین ذات و ماهیت اینستاگرام بستری را در ذائقه‌ی جهانی کاربرانش به‌وجود می‌آورد. ساختارها را کنار می‌زند و فرد را به‌مثابه فرد، به‌عنوان پارادایم‌های حقیقی در نگاه به جهان پیرامون با عینک خود آن‌ها به کرسی می‌نشانند.

تعریف انسان در اینستاگرام بیش از چند فضای راحت و یک خانه‌ی شخصی است. فضایی به وسعت گفتمان در طول کل تاریخ بشریت را پی‌گیری می‌کند و اگر بتوان نزدیک‌ترین پارادایم به این نوع تعریف از انسان را نام‌گذاری کرد؛ غریب به یقین در دایره‌ی لیبرالیسم قرار می‌گیرد. در زیر به‌صورت خلاصه، به بیان

نظریات این پارادایم که در قالب اصول مشترک لیبرالیسم است و عناصر ماهیتی و هستی‌شناسی تشکیل دهنده‌ی پلتفرم اینستاگرام با آن نزدیک است پرداخته می‌شود.

فردباوری

لیبرالیسم انسان را جوهر و سلول اساسی جامعه و منشأ تحولات اجتماعی می‌داند و بر فردیت انسان مستقل از طبقه، دین و دولت و نژاد و ملیت تاکید دارد. فردباوری، انسان را در مرکز توجه قرار می‌دهد و کامیابی فردی را غایت اجتماعی زندگی می‌شمرد و معتقد است منافع فردی در نهایت به منافع جمعی می‌رسد. این قرائت فلسفی با در مرکز قرار دادن فرد انسانی، منافع، نیازها و غرایز وی در شکل دهی زندگی سیاسی و اجتماعی و فرهنگی غرب و از جمله شکل‌گیری مفهوم شهروندی نقش اساسی بازی کرده است. (لبیسی ۱۳۸۷) فرد باوری لیبرالیسم صرفاً به معنی ارزش نهادن به فرد نیست، بلکه دربردارنده‌ی یک رشته آرای تئوریک پیرامون انسان، به‌عنوان موجودی بیولوژیک و اجتماعی، و تکامل تاریخی او نیز هست. در عین حال این فرد باوری تلاش می‌کند که به کمک تئوری‌های بیولوژی، اقتصادی و روانشناسی صحت نظریه خود را نشان دهد. (لیدمان ۱۳۹۱)

آزادی

که جوهر آن آزادی فردی و پذیرش حقوق فرد انسانی است. آزادی معمولاً به دو مفهوم آزادی منفی و آزادی مثبت به‌کار می‌رود. مقصود از آزادی منفی یا سلبی عبارت از: آزاد بودن از قید و بند و موانع دولتی و سیاسی است. به‌عبارت‌دیگر؛ آزادی قانونی است. مراد از آزادی مثبت، آزادی دربرخورداری از حقوق مختلف مانند: حق رشد و حق کار و غیره است (لبیسی، ۱۳۸۷). بحث لیبرالیسم قرن نوزدهم برداشتی از آزادی بود که در دوران روشنگری شکل گرفته بود. بنا به این برداشت؛ آزادی و مالکیت خصوصی مقوله‌های هم‌ترازند، اما منظور از مالکیت خصوصی تنها مالکیت اموال نیست بلکه مالکیت جسم و روح، افکار و آراء را نیز در بر- می‌گیرد.

آزادی توانایی است موجود در هر انسان برای عمل کردن بر طبق اراده‌ی خاص خویش، بی‌آنکه ملزم به تن دادن الزامات دیگری جز آنچه برای آزادی دیگران ضروری است، باشد. اینکه آزادی داده‌ی نخستین موجودیت انسانی است، باوری است که سرچشمه‌های گوناگون لیبرالیسم را به یکدیگر پیوند می‌دهد (بوردو، ۱۳۷۸).

برابری

مراد از آن این است که همه افراد انسانی آزاد و برابر آفریده شده‌اند. لذا: تعلق دینی، طبقاتی، قومی، جنسی و ... نباید مزیت و یا مانعی در راه کسب حقوق برابر انسانی افراد باشد. لیبرالیسم معتقد است: این برابری نه در میزان ثروت و یا بهره‌برداری از امکانات و مواهب مادی درآمد یکسان همه‌ی افراد جامعه بلکه در ایجاد فرصت و شانس برابر برای کسب ثروت و درآمد یکسان حائز اهمیت است. برابری همچنین همراه با این تاکید است که انسان‌ها برای تامین حقوق و فرصت برابر است که حکومت‌ها را بنیاد کرده‌اند و حکومت‌ها قدرت عادلانه خود را از رضایت فرمان‌گزارانشان به‌دست می‌آورند (لیبی، ۱۳۸۷).

دو اصل تعیین کننده‌ی عدالت از نظر "رالز":

۱- اعلام می‌دارد که تمام افراد جامعه تا آنجا از حق گسترده‌ی آزادی‌های اساسی برخوردارند که با آزادی‌ها اساسی دیگران وحدت‌پذیر باشد.

۲- اصل دوم حاکی از آن است که همه‌ی افراد جامعه باید از امکانات زندگی برابر برخوردار باشند و اختلاف شرایط اجتماعی و اقتصادی نباید بیشتر از آن باشد که منافع عمومی پایمال شود (لیدمان، ۱۳۹۱).

بایستی در نظر داشت که برابری بدان معنا نیست که همه توانایی برابر، یا درک اخلاقی برابر یا جذابیت شخصی برابر دارند بلکه، مراد از برابری این است که همه در برابر قانون حقوق برابر دارند و حق دارند از آزادی مدنی برخوردار شوند. هیچ قانونی نباید به برخی امتیازات خاصی بدهد و به برخی تبعیض‌های خاصی تحمیل کند؛ قانون، خواه یاری دهنده و حمایت کننده و خواه مجازات کننده، باید برای همه یکسان باشد. از دیدگاه لیبرال‌ها غرض اصلی از حکومت، پاسداری از آزادی و برابری و امنیت همه‌ی

شهروندان است. که در پلتفرم های اینستاگرام و تلگرام همان‌گونه که ذکر شد، تمام سعی بر آن است که همین عناصر لیبرالی را در بستر فیزیکی به بستر فضای دوم بکشاند (شاپیرو، ۱۳۸۰). لیبرالیسم بی‌گمان فلسفه نیز هست اما به‌مثابه‌ی اصل سامان‌دهی روابط اجتماعی است که به‌طور کامل جلوه می‌کند. البته می‌توان بسته به سلیقه یا اعتقاد و حتی به صورت فردی، لیبرال بود. ولی لیبرالیسم در حوزه‌ی اجتماع است که معنای کامل خود را باز می‌یابد و به‌طور عینی در روابط فرد با هم‌نوعانش خود می‌نماید (بوردو، ۱۳۷۸).

لیبرالیسم تعهد به حفظ آزادی فردی و کرامت انسانی از طریق ساختاری سیاسی شامل نهادهای دموکراتیک و منتخب، تضمین حق مالکیت فردی، آزادی بیان، ارتباط و وجدان است که همگی قدرت مشروع حاکمیت دولت را محدود می‌کنند (سینگ‌مهتا، ۱۳۹۰). به‌طور کلی اینستاگرام بستر کنشگری مجازی در فضای جهانی است، در پلتفرم اینستاگرام به‌دلایل زیر بسترهای جهانی شدن و هویت جهانی به-وقوع می‌پیوندد:

۱- اکانت (صفحه) هر فرد با عنصر اصلی عکس است؛ و برای "دیدن" سواد به‌اندازه‌ی سواد خواندن نیاز نیست.

۲- در عکس نوشته‌ها^{۲۵} تعداد محدودی کلمه را می‌توان تایپ کرد که قابل ترجمه شدن هستند.

۳- مقابله فرد در مقابل جهان پیرامون فارغ از ابعاد محلی و جهانی.

بستر و جبر تکنولوژیک اینستاگرام، فضای "هویت جهانی" را ترسیم می‌کند. این امر در پلتفرم اینستاگرام چیزی نیست جز تعریف "انسان" از نگاه اینستاگرام، که فضای کاملاً منحصر به فردی را شکل می‌دهد.

لیبرالیسم می‌گوید که هر انسان بالغ و دارای شعور عادی که نه توسط قوانین خارجی مورد اجبار قرار می‌گیرد و نه پیش داورها یا موانع دیگر مانعش می‌شوند، کاملاً قادر است، در کلیه‌ی امور، بهترین تصمیم را برای خود اتخاذ کند. بنا به چنین درکی، انسان در اساس موجودی عقل‌گراست، و در حقیقت توانایی‌اش برای اشراف بر امور زندگی خود نامحدود است. عقل‌گرا بودن انسان به‌هیچ وجه به عرصه‌ی اقتصادی محدود نمی‌شود. (لیدمان، ۱۳۹۱) و در تمام عرصه‌های زندگی از جمله فرهنگ، اجتماع، رسانه‌ها و سیاست عرضه

می‌شود. پس همان‌گونه که می‌بینیم پلتفرم اینستاگرام به‌لحاظ هستی‌شناسی به مفاهیمی می‌رسد، که اگر این مفاهیم را مقوله‌بندی کنیم به اساس پارادایم لیبرالیسم خواهیم رسید.

اینستاگرام با وجود شباهت زیر ساختی یعنی رسیدن به امر فردگرایی^{۲۶}، انعکاس هویتی تا مرحله‌ی جهانی شدن پیش می‌رود و کاربران را به‌صورت مستقیم با امر جهانی شدن درگیر می‌کند؛ و به تبع منشا این درگیری، هویت جهانی را در کاربران به‌وجود می‌آورد. یعنی پلتفرم اینستاگرام کنش‌مندی را در راستای هویت جهانی ایجاد می‌کند که این کنش‌ها با نقطه‌اتکای جهانی شدن به‌وجود می‌آید. برای مثال: نگاه یک کاربر اینستاگرام در بازنمایی خود نسبت به معلولان، نه بر اساس ساختارهایی که با آن‌ها زندگی کرده است بلکه با ساختار جهانی که با آن روبرو است تغییر می‌کند. این امر در نگاه اول با این نظم گفته شده نیست. لذا: در بطن این پلتفرم و تاثیرات آن این‌چنین کنش‌مندی‌هایی را به‌وجود می‌آورد، خواه کاربر آن را بپذیرد خواه آن را نپذیرد. تنها کنش کاربر، درگیری با این امر و اتکا بر روی نقاط فکری خودش است. یعنی کاربر با این اعتقاد پیش می‌رود که عاملیت صددرصدی در این پلتفرم را دارد و با این آگاهی کاذب درون ساخت این پلتفرم وارد می‌شود. ولیکن عاملیت این تکنولوژی را فراموش می‌کند. اینستاگرام نیز با ساختاری لیبرالی به او یک خانه^{۲۷} می‌دهد تا آن را بسازد. به زبان هاروی^{۲۸}: با به‌حداکثر رساندن دامنه‌ی دستاوردهای ناشی از معاملات مبتنی بر بازار و افزایش تعداد این معاملات، خیر اجتماع به‌حداکثر خواهد رسید و می‌کوشد که تمام کنش‌های انسانی را وارد قلمرو بازار کند. این امر مستلزم ایجاد فناوری‌های آفرینش اطلاعات^{۲۹} و ظرفیت‌های انباشت، نگهداری، انتقال، تحلیل و استفاده از پایگاه‌های داده‌ها برای هدایت تصمیمات در بازار جهانی است (هاروی، ۱۳۹۱).

در کلام آخر، هویت جهانی با شیفت پارادایمی از "ساختار" به "فرد" در درون پلتفرم اینستاگرام به‌وجود می‌آید. در مرحله‌ی سوم میانجی‌گری لاتور، اینستاگرام با شیفت مفهومی بستری برای ایجاد هویت جهانی دارد و همچنین این توانایی و تاثیرگذاری را در درون خود ایجاد کرده است. لذا: کاربران را در یک کنش‌مندی با هویت جهانی قرار می‌گیرند.

پی نوشت:

۱. ICT

۲. Martin Heidegger

۳. Bruno Latour

۴. Marshal McLuhan

۵. جبری که توسط بدن به مثابه‌ی بدن، که انسان را محدود به حواس پنج گانه‌ی خود می‌کند.

۶. جهان اول در مقابل جهان دوم، نظریه‌ی دوفضایی دکتر عاملی (Ameli ۲۰۰۷)

۷. در شبکه بودن کنشگر، از جهاتی شبیه در جهان بودن هایدگر است. (هایدگر، ۱۳۹۷) انسان هیچ‌گاه نظاره‌گر جهان نیست، بلکه با جهان است و درگیر جهان. در نظر لاتور نیز انسان هیچ‌گاه کنشگری ایزوله نیست که جهان را مشاهده و از آن کسب معرفت می‌کند. انسان در درون یک شبکه با دیگر کنشگران درگیر و در تعامل است. همچنین در بحث وساطت اشیا و مصنوعات خواهیم دید که مفاهیم «دم - دستی» و «تو - دستی» هایدگر به شکلی در بحث‌های لاتور نیز طرح می‌شوند. با این حال از زاویه‌های مهمی لاتور منتقد هایدگر است. به عقیده لاتور هایدگر با تفکیک وجود از موجود، خود را وقف تفکر درباره وجود فراموش شده می‌کند، وجودی که انسان مدرن را فراموش کرده است. اما در نظر لاتور وجود در میان همین موجودات است، موجوداتی که نیاز به مطالعه تجربی دارند. لاتور رویکرد گذشته‌گرایانه و منجی‌طلبانه هایدگر را نیز نمی‌پذیرفت: ما هیچ‌گاه از گذشته نبریده‌ایم تا به آن برگردیم. علاوه بر این هایدگر به نحوی وجود انسان را در برابر وجود غیرانسانی قرار می‌دهد؛ انسان شبان هستی است. لاتور چنین نگاه نامتقارنی را نمی‌پذیرد: «چه کسی به شما گفته است که انسان شبان هستی است؟. . . هیچ شبانی وجود ندارد.» (لاتور، ۱۹۹۳)

۸. ANT. Actore Network Theory

۹. لاتور با این اظهارنظر خود مستقیماً خود را در نقطه مقابل هایدگر می‌گذارد. او می‌گوید: «این که تعبیر هایدگر از تکنولوژی به‌عنوان عمیق‌ترین تعابیر محسوب می‌شود. برای من تعجب‌آور است.» (لاتور، ۱۹۹۹) و همچنین لاتور به این اعتقاد دارد که هایدگر نمی‌تواند این میانجی‌گری تکنیکی را درک کند. «از دیدگاه هایدگر، تکنولوژی هرگز یک ابزار و یا یک وسیله صرف نیست (هایدگر، ۱۳۹۷) آیا این بدان معنی نیست که تکنولوژی‌ها کنش را میانجی‌گری می‌کنند؟ نه، زیرا ما خودمان به ابزارهایی برای ابزار مندی صرف بدل شده‌ایم.» (لاتور، ۱۹۹۹) لاتور معتقد است که «هایدگر اشتباه می‌کند» (verbeek، ۲۰۰۵).

۱۰. الگوریتم‌هایی که در فضای تلگرام و اینستاگرام است

۱۱. «لاتور را یکی از متفکران شاخص مطالعات علم و فناوری می‌شناسند. وی به همراه کسانی چون "میشل کالن" و "جان لا" در مرکز جامعه‌شناسی ابداعات پاریس برای چند دهه دیدگاهی نو را درباره نوآوری‌های علمی، تکنیکی، فرهنگی و سیاسی بسط داده اند. دغدغه‌ی اصلی آن‌ها این است که فهم جدیدی از نحوه شکل‌گیری نوآوری‌ها، به‌ویژه نوآوری‌های علمی و فنی، ارائه دهند. در یک جمله می‌توان گفت: آن‌ها به دنبال آن‌اند که نقش انسان و غیر انسان را در کنار هم، در نوآوری‌ها، بازشناسایی کنند؛ این که با انسان و غیر انسان به شکلی متقارن برخورد کنند و نقش عاملیت هیچ کدام را حذف یا کم نکنند و یا به دیگری فرو نكاهند.» (شریف زاده، ۱۳۹۷)

۱۲. میاتجی‌گری تکنیکی اول: «ترجمه»

۱۳. یعنی پیام یا تصویر و یا صوتی که بعد از ۲۴ ساعت حذف می‌شود.

۱۴. این مفهوم متعلق به اینیس است

۱۵. Search

۱۶. سواد رسانه‌ای در این حوزه می‌گنجد.

۱۷. Delite

۱۸. Account

۱۹. Biography

۲۰. Delete

۲۱. Block

۲۲. Follow

۲۳. Accept

۲۴. Goble

۲۵. Caption

۲۶. Individualism

۲۷. Account

۲۸. David Harvey

۲۹. همانند اینستاگرام

منابع

- احیائی، پویان. فضای مجازی و تحولات هویتی در ایران. تهران: پارسینه، ۱۳۹۴.
- آربلاستر، آنتونی. لیبرالیسم غرب ظهور و سقوط. با ترجمه عباس مخبر. تهران: مرکز، ۱۳۸۸.
- افراسیابی، محمدصادق. مطالعات شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان. تهران: سیمای شرق، ۱۳۹۲.
- انصاری‌نسب، سیدرضا هاشمی‌زاده، بنیامین. عصر مجازی، تاملی بر کارکردها و رویکردهای جامعه‌ی مجازی. تهران: تیسرا، ۱۳۹۶.
- بابائی، فاطمه. ورود تکنولوژی‌های ارتباط جمعی به ایران و تحولات ناشی از آن. تهران: الیاس، ۱۳۸۳.
- برتون، فیلیپ. آیین اینترنت (تهدیدی برای پیوند اجتماعی). با ترجمه علی اصغر سرحدی، ن جمشیدی. تهران: امیرکبیر، ۱۳۸۲.
- برکت، هادی خانیکی، مهیا. "بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای." مطالعات رسانه‌ای نوین، ۱۳۹۵: سال اول شماره ۴.
- بوردو، ژرژ. لیبرالیسم. با ترجمه عبدالوهاب احمدی. تهران: نی، ۱۳۷۸.
- تافلر، الوین. موج سوم. با ترجمه شهیندخت خوارزمی. تهران: نشر نو، ۱۳۶۸.
- تامپسون، جان. رسانه‌ها و مدرنیته. با ترجمه مسعود اوحدی. تهران: سروش، ۱۳۸۰.
- جیمز، سروین و تانکراد، ورنر و. نظریه‌های ارتباطات. تدوین توسط علیرضا دهقان. تهران: تهران، ۱۳۹۰.
- چلبی، مسعود. تحلیل اجتماعی در فضای کنش. تهران: نی، ۱۳۸۵.
- دهقان، علیرضا. "قمار بازی اینترنتی." فصلنامه‌ی انجمن ایرانی مطالعات علمی فرهنگ و ارتباطات، ۱۳۸۴: ۴۳-۷۲.
- رشیدیپور، ابراهیم. آینه‌های جیبی آقای مک لوهان. تهران: سارات، ۱۳۹۰.
- سندل، مایکل. لیبرالیسم و محدودیت‌های عدالت. با ترجمه حسن افشار. تهران: مرکز، ۱۳۹۴.
- سینگ‌مهتا، اودی. لیبرالیسم و امپراتوری. با ترجمه اکبر بتوئی. تهران: امیرکبیر، ۱۳۹۰.
- شریف‌زاده، رحمان. مذاکره با اشیا. تهران: نی، ۱۳۹۷.

- عاملی، سعیدرضا. مطالعات تلفن همراه، زندگی در حال حرکت. تهران: سمت، ۱۳۸۷.
- عاملی، سعیدسعیدرضا. فلسفه‌ی فضای مجازی. تهران: امیرکبیر، ۱۳۹۷.
- عنایت، حمید. بنیاد فلسفه سیاسی در غرب. تهران: زمستان، ۱۳۸۴.
- قادری، حاتم. سویه‌های هویت. تهران: شیرازه، ۱۳۸۷.
- کستلز، مانوئل. شبکه‌های خشم و امید. با ترجمه مجتبی قلی‌پور. تهران: مرکز، ۱۳۹۳.
- . ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای. با ترجمه علیقلیان و خاکباز. تهران: طرح نو، ۱۳۸۰.
- کوثری، مسعود. “آنومی اجتماعی در اجتماعات مجازی. ” فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۳۸۴: شماره ۲-۳.
- گیدنز، آنتونی. تجدد و تشخص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. با ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نی، ۱۳۸۲.
- لبیبی، محمدمهدی. لیبرال دموکراسی آرزویی ناتمام. تهران: شرکت نشر نقد افکار، ۱۳۸۷.
- لون، یوست ون. تکنولوژی رسانه‌ای از منظری انتقادی. تدوین توسط بیژن عبدالکریمی. با ترجمه احمد علیقلیان. تهران: همشهری، ۱۳۹۱.
- لیدمان، سون‌اریک. تاریخ عقاید سیاسی از افلاطون تا هابرماس. با ترجمه سعید مقدم. تهران: دات، ۱۳۹۱.
- محمدی، احمد گل. جهانی شدن، فرهنگ و هویت. تهران: نی، ۱۳۸۴.
- محمدی‌اصل، عباس. پیام اجتماعی رسانه. تهران: سفیر اردهال، ۱۳۹۵.
- مک‌دانل، دانایان. مقدمه‌ای بر نظریه‌های گفتمان. با ترجمه فرهنگ گفتمان. تهران: فرهنگ گفتمان، ۱۳۸۰.
- موسوی، سیدکمال‌الدین. قدرت اجتماعی موبایل. تهران: شرکت نشر بهینه فراگیر، ۱۳۸۹.
- میرزاحمدی، ابوالفضل رضانی، علی. تحلیل شبکه‌های اجتماعی. تهران: جامعه‌شناسان، ۱۳۹۲.
- میلر، دیوید. فلسفه‌ی سیاسی. با ترجمه بهمن دارالشفایی. تهران: ماهی، ۱۳۹۰.
- هاروی، دیوید. تاریخ مختصر نئولیبرالیسم. با ترجمه محمود عبدالله‌زاده. تهران: دات، ۱۳۹۱.

هایدگر، مارتین. هستی و زمان. با ترجمه عبدالکریم رشیدیان. تهران: نی، ۱۳۹۷.
هداک، بروس. تاریخ اندیشه سیاسی از عهد باستان تا امروز. با ترجمه محمدحسین وقار. تهران: اطلاعات، ۱۳۹۱.

هینس، جف. دین جهانی شدن و فرهنگ سیاسی در جهان سوم. با ترجمه داوود کیانی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۱.

ون لوی، امی. مدیریت رسانه های اجتماعی. با ترجمه طاهر روشن دل اربطانی. تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۹۵.

Ameli, Saeed Reza. "Intercultural Approach to Americanism and Anti-Americanism: British Muslim impressions of America before and after ۱۱ September. " *International Journal of American Comparative Studies*, ۲۰۰۷: ۳۷- ۶۱.

Carmit-Noa Shpigelman, Carol J. Gill. "Facebook Use by Persons with Disabilities. " *Computer-Mediated Communication*, ۲۰۱۴: ۶۱۰-۶۲۴.

Latour, bereno. *On Technical Mediation: Philosophy, Sociology, Genealogy*. Blackwell: common knowledge, ۱۹۹۴.

Latour, bereno. *On Recalling ANT*, In *Actor-Network Theory and After*,. oxford: blacwell, ۱۹۹۹.

mina tsay, james shanahan, nancy signorielli. "Sicial Media cultivating percetions of privacy: A ۵ year analysis of privacy attitudes and self –disclosure behaviors among facebook users. " *new media and society*, ۲۰۱۶: ۱-۲۱.

molaei, Saeed Raza Ameli & Hamid. "Religious affiliation and intercultural sensitivity: Interculturality between Shia & Sunni Muslims in Iran." *International Journal of Intercultural Relations*, ۲۰۱۲: ۳۱- ۴۰.

Paige, Michael. "Assessing intercultural sensitivity: an empirical analysis of the Hammer and Bennett Intercultural Development Inventory." *International Journal of Intercultural Relations* ۲۰۰۳: ۴۶۷-۴۸۶.

Palmer, Silveria. "Intercultural Business Communication and Gaming Methodolog Simulation ." *Iberica* , ۲۰۱۰: ۲۰ - ۳۲.

verbeek. what thing do . philosophical reflections on thechnology ;agency and design.
paris: The pennsilvania state university press, ۲۰۰۵.