



سال هم به پایان خود نزدیک می‌شود و این آخرین یادداشت امسال است. از تیر ماه که شروع به نوشتن چند خطی به صورت یادداشت و در قالب «شیکه» کردم تا به امروز این موضوعات بودند که به سراغم می‌آمدند و من کم‌تر به دنبال آن‌ها دویدم. با مروری بر آن‌ها می‌بینم بیش‌تر از آن‌چه فکر می‌کردم، در این صفحه به ابزارهای همراه و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌ام. به هر حال، به نظرم رسید برای آخرین یادداشت سال 93 مروری داشته باشم بر آن‌چه در شیکه گذشت.

**تیر ماه:** ظاهر شدن یک نور عجیب در آسمان شمال غرب در اواخر اردیبهشت ماه و نیز طوفان شنی که از تهران گذشت، بهانه‌ای شد برای نوشتن یادداشتی برای تیر ماه. این‌که در حال حاضر می‌توان بین مردم دو گروه مهم را تشخیص داد؛ گروهی که اخبار و تصاویر منتشر شده در فضای مجازی را بدون لحظه‌ای تردید می‌پذیرند و باور می‌کنند و گروهی که خبرها و تصاویر منتشر شده در این فضا را یک‌سره دروغ می‌پندارند؛ «در روزگار وایبرزده امروز که هیچ عکسی (چه خانوادگی، چه خبری و چه شخصی) از شر به‌اشتراک گذاشته شدن در امان نیست و هر خبر و شایعه‌ای را می‌توان با سرعت نور در جهان گسترش داد، خیلی‌ها احتیاط نمی‌کنند و همه چیز را واقعی می‌پندارند و بدون کوچک‌ترین تردیدی هر آن‌چه در شبکه‌های اجتماعی می‌چرخد، می‌پذیرند. گروهی نیز از سوی دیگر بام می‌افتند و به هیچ چیز اعتماد نمی‌کنند و به هر عکس، خبر و اظهار نظری به دیده تردید می‌نگرند.» هنوز هم به این اظهار نظر اعتقاد دارم. در حال حاضر، خبرهایی در فضای مجازی پخش می‌شود که خیلی‌ها آن‌ها را دروغ می‌پندارند. به‌طور مثال، هواپیمایی سقوط می‌کند و عده‌ای شک و شبهه ایجاد می‌کنند که تصاویر منتشر شده کار جلوه‌های بصری است!

**مهرماه:** چالش سطل آب یخ هم از جمله مواردی بود که دست‌کم برای مدتی بسیار محبوب شد و تقریباً همه جا می‌شد درباره آن مطلبی یافت و پای خیلی از افراد معروف و مهم را نیز وسط کشید که در یادداشت مهر ماه به آن اشاره‌ای کردم. چالشی که آن طور که بیان شده بود با هدف آگاه‌سازی بیش‌تر مردم در زمینه بیماری ALS به‌راه افتاد و نمونه‌ای عملی از قدرت شبکه‌های اجتماعی را به رخ کشید: «بر اساس گزارش یوتیوب تا تاریخ 15 اوت، 2 میلیون و 330 هزار ویدیو مربوط به این چالش به‌اشتراک گذاشته شده است. اگر در نظر بگیریم هر ویدیو 60 ثانیه باشد، برای تماشای همه آن‌ها باید کمی بیش از چهار سال وقت صرف کرد که البته در این صورت ویدیوهای جدید را هم از دست می‌دهیم! در فیس‌بوک از یک ژوئن تا 17 اوت، بیش از 28 میلیون نفر به نوعی به این چالش پرداخته یا مطلبی پست کرده یا نظری فرستاده یا یک پست در این زمینه را لایک کرده‌اند. 4/2 میلیون ویدیو مربوط به این چالش روی فیس‌بوک به‌اشتراک گذاشته شده است. اگر هر یک از شرکت‌کنندگان در نیمی از این 2 میلیون و 330 هزار ویدیو تنها یک گالن آب مصرف کرده باشند، یک میلیون و 165 هزار گالن آب استفاده شده است که تقریباً با این میزان آب می‌توان دو استخر المپیک را پر کرد. بیش از 50 چهره سیاسی، 200 هنرپیشه معروف و 200

**دی ماه:** سالی که گذشت سال رقابت بر سر لایک بیش‌تر به هر قیمتی هم بود: «فرهنگی که من آن را تب «من اول منتشر کردم» می‌نامم. روندی که در جامعه ما در حال گسترش است. نوعی رقابت که البته در بسیاری موارد جذاب و حتی مفید است، اما در برخی موارد بسیار آزاردهنده می‌شود.» در سال پیش افراد محبوبی را از دست دادیم که بسیاری از طرفداران آنان خصوصاً در مراسم تشییع سنگ‌تمام گذاشتند و با گرفتن سلفی‌های بی‌موقع جو نامناسبی را ایجاد کردند: «وقتی برای یادبود کسی که دوستش داریم در مراسمی شرکت کرده‌ایم، بهتر این است که تمام توجه خود را بر آن فرد از دست رفته متمرکز کنیم و سعی کنیم در این لحظات پایانی که با وی هستیم و در راهی که وی را بدرقه می‌کنیم، بهترین دعاها و آرزوها را برایش داشته باشیم و کم‌تر به مسائلی نظیر «لایک بیش‌تر» یا «تعداد بازدیدکننده بیش‌تر» فکر کنیم. واقعاً چطور می‌توان در حال بدرقه شخصیت محبوب خود باشیم و به این موارد هم فکر کنیم؟!»

**بهمن ماه:** آخرین موردی هم که نظرم را جلب کرد و در شبکه به آن پرداختم خورده شدن یک نفر توسط توییت‌ر بود! فردی ادعا کرده بود قصد دارد توسط یک مار آناکوندا خورده شود. خیلی‌ها هم در انتظار تماشای این برنامه در تلویزیون بودند، اما آن‌چه دیدند با آن‌چه فکر می‌کردند بسیار متفاوت بود و نتیجه این شد که بسیاری از مخاطبان از این موضوع عصبانی شدند: «این عصبانیت مردم چیزی را مشخص کرد که شاید باورش سخت باشد. آن‌ها واقعاً منتظر بودند کسی زنده‌زنده توسط آناکوندا بلعیده شود. این موضوع خیلی جای بحث و موشکافی دارد که البته نظر کارشناسان را می‌طلبد. موضوع دوم که برای من جالب است، قدرت رسانه‌های اجتماعی و از جمله توییت‌ر در چنین مواردی است. توییت‌ر از جمله رسانه‌هایی است که در آن کاربر باید به خلاصه‌ترین شکل ممکن و در کلماتی محدود منظورش را برساند. جملاتی که کاربران در واکنش به این مستند دیسکاوری استفاده کرده‌اند، آن‌قدر جالب و موجز است که شاید از خود مستند جذاب‌تر شده است و به‌خوبی حس و حال ناراضی کاربران را نشان می‌دهد.» در هر حال، امسال با همه خوبی‌ها و بدی‌هایش گذشت و باید امیدوار روزهای بهتری بود. نوروز و سال نو، بهترین زمان برای تقدیم بهترین‌ها به یکدیگر است. این بهترین‌ها می‌تواند یک شاخه گل، یک پیام محبت‌آمیز و حتی یک آرزوی خوب باشد. آن‌چه از دست من و سایر دوستانم در این مجله برای خوانندگان برمی‌آید، پیش‌کش مطالبی است که وقتی آن را می‌خوانند، احساس نکنند وقتشان به‌هدر رفته است. امید که به چنین هدفی برسیم.

**تاریخ انتشار:**