

کلاب هاوس چیست؟

شبکه اجتماعی کلاب هاوس کمتر از یک سال است که فعالیت خود را آغاز کرده است. این شبکه اجتماعی صدا پایه امکان ارسال هیچ محتوایی جز صدا را نمی دهد. این تقریباً اولین بار است که ایده اشتراک گذاری صدا به صورت کامل و بدون همراهی با بقیه فرم های انتقال پیام اجرایی می شود.

تقدم انتشار بر ارتباط

از آنجا که این شبکه بر محوریت اتاق های گفتگو شکل گرفته است و دیگر اشکال برقراری ارتباط در آن هنوز طراحی نشده است بیش از هر چیز دارای کارکرد انتشار پیام است. در مقایسه که با توئیتر که ارتباط گیری و شبکه سازی محوریت دارد تا انتشار و انتشار محتوا دومین کارکرد را دارد، در کلاب هاوس با فضایی مانند وبلاگ سرویس ها مواجه هستیم که اولویت بر انتشار است. به عبارتی دیگر ما بیش از یک شبکه ارتباطی با یک سکو برای انتشار مواجه هستیم؛ بلندی ای که افراد فرصت دارند به نوبت بالای آن رفته و سخنرانی کنند و فرصت را به دیگری بدهند.

سرعت بسیار پایین انتقال محتوا

از آنجا که فرمت دیگری جز صوت در این شبکه امکان انتشار ندارد عملاً ما با پیام های حجم بالا مواجه هستیم؛ اگر برای مطالعه ی یک پیام صد کلمه ای نیاز به یک دقیقه وقت باشد برای شنیدن همان حجم پیام به صورت صوت نیاز به زمانی بیش از شش هفت دقیقه است. علاوه بر اینکه افراد برای ارائه محتوای به صورت متنی وقت بیشتری گذاشته و آن را اصلاح کرده و از تکرار، حشو و محتوای کم اهمیت پرهیز می کنند اما برای ارائه همان محتوا به صورت صوتی چنین مراعات و دقت نظری کمتر وجود دارد. این واقعیت باعث می شود که در مجموع برای مصرف محتوا در خصوص یک موضوع فرضی کاربران باید زمان بسیار زیادی صرف کنند. درگیری چندین ساعته مخاطب به موضوعات مختلف در کلاب هاوس باعث می شود مخاطبین برای دریافت محتوایی که با زمان بسیار کمتری در شبکه های دیگر دریافت می کنند ساعت ها صرف کنند.

اهمیت زمان در دریافت پیام

یکی از ویژگی مهم و اساسی که باعث رشد و استقبال رسانه های اجتماعی به صورت کلی شد امکان ارتباط گیری فرا زمانی و فرا مکانی بود. امکان اینکه افراد فارغ از اینکه در چه محلی هستند با افرادی در سراسر دنیا ارتباط بگیرند ویژگی ای است که بخش عمده ای رشد رسانه های اجتماعی مرهون این ویژگی است.

در کنار آن اینکه افراد می توانند فارغ از اینکه چه زمانی به شبکه متصل هستند با افراد ارتباط گرفته و محتوا را مصرف کنند دیگر مزیت رسانه های اجتماعی تا کنون بوده است؛ ویژگی مهمی که کلاب هاوس فاقد آن است. کاربران برای دریافت محتوا و مشارکت در مباحث باید در همان لحظه در شبکه حاضر باشند و امکان



استفاده از محتوا پس از پایان گفتگوها تا الان ممکن نیست. موضوعی که به شکل گیری شبکه به معنی اعم آن بسیار ضربه خواهد زد.

به عبارت دقیق تر ما در کلاب هاوس بیش از اینکه با یک شبکه اجتماعی مواجه باشیم با یک رویداد رسانه ای و یک محل قرار مواجه هستیم که می تواند روابط عمیقی را در مقیاس کم، شکل دهد.

نقش سلبریتی ها

از همان آغاز به کار کلاب هاوس این شبکه به شدت مورد توجه سلبریتی ها و افراد شاخص در فضای جهانی وب واقع شد به نحوی که به سرعت این افراد در شبکه حضور پیدا کردند؛ افرادی مانند زاکبرگ که خود مالک غول فناوری فیس بوک است هم به سرعت وارد این شبکه شد.

این موضوع باعث شد که در ایران نیز سلبریتی ها و افراد شاخص در کوچ دادن کاربران به این شبکه نقش مهمی داشته باشند و حضور در این شبکه به نوعی از تفاخر و تقلید عمومی تبدیل شود.

ساختار اولیه بر اساس ابزار

از آنجا که عضویت در این شبکه در آغاز تنها در انحصار دارندگان تلفن های همراه آیفون بود این موضوع باعث شد که در آغاز کاربرانی که از لحاظ اقتصادی در طبقه نسبتا مرفه جای می شدند و کاربران حرفه ای وارد شبکه شده و ساختار اولیه شبکه را بسازند. تبلیغات علیه آیفون در فضاهای انقلاب و ارزشی نیز بر پرهیز استفاده کاربران انقلابی از این ابزار و به تبع تاخیر در ورود به این شبکه موثر بوده است. در واقع حضور بدنه اصلی حزب الهی در این شبکه پس از شکل گیری روابط اصلی و گروه های مرجع شکل گرفت.

شبکه دارای اولویت برای سلبریتی ها

کلاب هاوس از آنجا که امکان بازنشر محتوا نداشته و فرصت کمتری برای کاربران گمنام برای بازیگری و کنشگری دارد به صورت ساختاری باعث می شود کسانی در این شبکه وزن بیشتری داشته باشند که پیش از ورود به شبکه نیز دارای سرمایه اجتماعی بوده اند. در دراز مدت این طراحی شبکه باعث وزن گیری بیشتر سلبریتی ها شده و بر خلاف توئیتر و اینستاگرام کمتر امکان انتشار محتواهای در حاشیه و عموم مردم را به صورت فراگیر فراهم می کند. حداکثر نقشه کاربران عادی استفاده از فرصت اظهار نظرهای کوتاه در کنار سلبریتی ها و افراد شاخص است. فرصت شنیده شدن و موج سازی و شبکه سازی برای همه کاربران در این طراحی ساختار چندان فراهم نیست.

تاثیرات احتمالی کلاب هاوس بر انتخابات ریاست جمهوری

شاید در یک نگاه بدبینانه و تا حدودی سیاست زده، شتاب گیری تحولات سرویس های اجتماعی در یکی دو ماه اخیر را می توان مستقیما به انتخابات ریاست جمهوری آینده ایران و حتی انتخابات مجلس آینده عراق در حدود شش ماه دیگر ارتباط داد.

درست است که چپستی انگیزه‌ی صاحبان پلتفرم‌های اجتماعی چه بوده است و بر اساس چه مدل توسعه‌ای در این بازه زمانی به چنین تحولاتی رسیده‌اند، در تحلیل سیاسی از مناسبات بین‌المللی در انتخابات ریاست جمهوری ایران راهگشا باشد اما در هر صورت کشف آن کمکی به تحلیل تأثیرات آن در انتخابات ریاست جمهوری نمی‌کند.

تجربه‌ی سال‌های اخیر نشان داده است که جریان متمایل به غرب و جریان اصلاحات و اعتدال اساساً ظرفیت بالاتری برای استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی دارد و در این زمینه موفق‌تر از رقبای سیاسی خود عمل می‌کند. بخشی از این برتری نیز به اصل موضع‌گیری این جریان در نسبت با فضای مجازی برمیگردد که برخلاف رقبا این جریان همیشه موضوع مثبت و حمایتی از فضای مجازی داشته است.

برای دریافت و کشف چگونگی احتمالات تأثیرگذاری باید دانست کلاب‌هاوس ظرفیت پر کردن چه خلاء‌ی را دارد و چگونه می‌تواند به جریان‌های سیاسی کمک کند.

از مهمترین نیازهای جریان‌های سیاسی در انتخابات موج‌سازی، شبکه‌سازی و استفاده از قدرت بسیج‌کننده‌گی در رسانه‌های اجتماعی است. نیازهایی که بعضی را اساساً کلاب‌هاوس نداشته و بعضی را در نسبت با شبکه‌هایی مانند توئیتر، اینستاگرام و تلگرام بسیار ناچیز دارد.

بنابراین طبیعی است تا زمانی که فرصت استفاده از شبکه‌ای شبکه‌سازی، موج‌ساز و بسیج‌کننده مانند توئیتر فراهم است نوبت به کلاب‌هاوس نخواهد رسید.

در واقع کلاب‌هاوس به دلیل اینکه امکان موج‌سازی و شبکه‌سازی در سطح را ندارد نمی‌تواند میدان رفتارهای بسیج‌کننده باشد بلکه بیشتر فضایی برای عمیق‌سازی ارتباطات، گفتمان‌سازی، توجیه و اقناع سرشبکه‌ها و افراد گره‌های میانی فضای سیاسی است.

موضوعی که دارای اهمیت است در خصوص کلاب‌هاوس این است که جریان اصلاحات پس از انتخابات سال ۸۸ عملاً بخش زیادی از تأثیرگذاری خود بر بدنه را از طریق رسانه‌های بیگانه مانند بی‌بی‌سی انجام داده است. از سوی دیگر تبعیت و فرمان‌پذیری بدنه اصلاحات از راس آن به شدت شکننده شده و آسیب‌پذیری دیده است.

این دو واقعیت سیاسی می‌تواند تا حدودی در فضای کلاب‌هاوس جبران شود؛ ارتباط‌گیری عمیق با افراد تأثیرگذار شبکه، رفع شبهات و گفتمان‌سازی دو مرحله‌ای در بدنه اصلاحات در فضایی که امکان گفتگو و ارتباط‌گیری عمیق است بسیار فراهم است.

در واقع بحران اصلی جریان اصلاحات در این انتخابات فقدان راهبرد است نه اجرای آن؛ در انتخابات‌های ۹۲ و ۹۶ جریان اصلاحات با راهبرد مشخصی روبرو بود که در بستر شبکه‌های اجتماعی آن را اجرا کرد اما در این انتخابات مسئله یافتن راهبردی است که هم بشود آن را اجرا کرد، هم اصطکاک با نظام را در پی نداشته باشد و هم بتواند بدنه را همراه کند.



از آنجا که راهبرد احتمالی رسانه های خارجی تحریم انتخابات خواهد بود، ارتباط گیری راس اصلاحات و بدنه در این انتخابات دچار اختلال خواهد شد و این فرصت و امکان نقش آفرینی کلاب هاوس را بیشتر می کند.

جمع بندی

در نهایت به نظر می رسد با توجه به فقدان قدرت ارتباط گیری، بسیج کنندگی، دومینو سازی و موج آفرینی در کلاب هاوس، این رسانه اجتماعی بیش از اینکه محل تزریق هیجان انتخاباتی باشد به محل شکل دهی به راهبرد انتخاباتی خواهد بود.

شکل دهی نخبگان و بدنه فعال جریان های سیاسی به خصوص اصلاح طلبان در این انتخابات در شرایطی که کرونا امکان برگزاری جلسات متعدد، میتینگ های انتخاباتی و حضورهای دانشگاهی و عمومی را کمتر کرده است می تواند در بستر کلاب هاوس شکل بگیرد؛ اقناع بدنه، همراه سازی و اتخاذ راهبرد به صورت مشارکتی در کلاب هاوس برای جریان اصلاحات فرصت است

