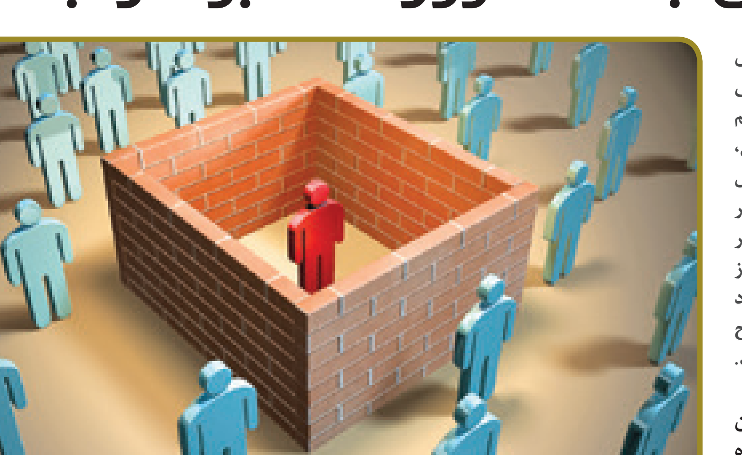
دکتر محیا شعیبی، جامعه‌شناس و مدرس دانشگاه:

مشکل جامعه امروز نه کمبود ارتباط، بلکه کاهش همیاری است

دکتر محیا شعیبی، جامعه‌شناس و مدرس دانشگاه می‌گوید: همیاری و اعتماد اجتماعی رابطه‌ای دوسویه دارند و هر دو از عناصر مهم سرمایه اجتماعی به شمار می‌روند. در واقع، وقتی افراد تجربه می‌کنند که دیگران قابل اعتمادند و در شرایط مختلف کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، زمینه برای مشارکت بیشتر و شکل‌گیری روابط پایدارتر فراهم می‌شود. از سوی دیگر، تجربه همیاری نیز می‌تواند اعتماد ازدست‌رفته را بازسازی کند. در ادامه مشروح گفت‌وگو با این جامعه‌شناس را می‌خوانید.

■■■



اگر تعاون را از معنای اقتصادی و سازمانی آن فراتر ببریم، این «همیاری» در زندگی روزمره دقیقاً به چه معناست و چه تفاوتی با کمک و خیرخواهی دارد؟

همیاری یکی از انواع همکاری است که در زندگی اجتماعی معنا پیدا می‌کند و نوعی کمک و یاری به امید تلافی متقابل است. پس در اینجا ارتباط اجتماعی و مشارکت معنا می‌یابد، به صورتی که نوعی مبادله و بده‌بستان مطرح می‌شود. همیاری ارتباط دوطرفه است، ولی کمک معمولاً می‌تواند رابطه‌ای یک‌طرفه باشد و از طرفی با مبادله هم تفاوت دارد، زیرا در همیاری کمک با تأخیر به فرد باز می‌گردد، ولی در مبادله در لحظه بازگشت انجام می‌شود. پس صفاتی چون دوسویه بودن و متقابل بودن کمک‌ها و تغییر جای یاری‌دهنده و یاری‌گیرنده از صفات همیاری است.

خانواده را نخستین مدرسه تعاون می‌دانیم. کودکان چگونه همیاری را یاد می‌گیرند و رفتار والدین چه نقشی در شکل‌گیری این فرهنگ دارد؟

خانواده نخستین نهاد جامعه‌پذیری کودک است و از طریق رفتار والدین، ارزش‌هایی در کودک درونی می‌شود و بخشی از عادت‌واره‌های رفتاری او می‌شود. کودک از طریق مشاهده و تکرار یاد می‌گیرد. وقتی کودک می‌بیند والدین در انجام کارهای خانه مشارکت می‌کنند، در تصمیم‌گیری با یکدیگر گفت‌وگو دارند، به نیازهای یکدیگر توجه می‌کنند و در شرایط دشوار کنار هم می‌ایستند، در واقع مفهوم همکاری را به‌صورت عملی تجربه می‌کند. والدین علاوه بر آموزش‌های اجتماعی به کودک، فرهنگ همیاری را از طریق انجام امور خانه آموزش می‌دهند.

در گذشته فامیل، همسایه و محله بخش مهمی از شبکه حمایت اجتماعی بودند. چه عواملی باعث کمرنگ شدن این شبکه‌های همیاری شده است؟

شاید یکی از دلایل کمرنگ‌شدن شبکه‌های سنتی همیاری، گذار جامعه سنتی به مدرن باشد. امیل دورکیم، جامعه‌شناس فرانسوی، این تحول را گذار از همبستگی مکانیکی به همبستگی ارگانیکی می‌داند، یعنی حرکت از روابطی مبتنی بر خویشاوندی، همسایگی و شباهت‌های مشترک به روابطی که بیشتر بر تقسیم کار، تخصص و وابستگی متقابل استوارند. شهرنشینی، تحرک اجتماعی و جغرافیایی، کوچک‌تر شدن خانواده‌ها و افزایش مشغله‌ها باعث شده بخشی از نیازهای افراد که در گذشته از طریق خانواده، فامیل و همسایه تأمین می‌شد، به نهادهای رسمی و تخصصی واگذار شود و روابط نیز رسمی‌تر و غیرشخصی‌تر شود. با این حال، این تغییر به معنای از بین رفتن همبستگی نیست، بلکه شکل آن تغییر کرده است. چالش جامعه امروز، بازسازی شکل‌های جدیدی از همیاری متناسب با زندگی مدرن است، به گونه‌ای که در کنار روابط رسمی و تخصصی، نیاز انسان به اعتماد، تعلق، حمایت و ارتباط انسانی نیز حفظ شود.

آیا فردگرایی امروز الزاماً به معنای خودخواهی است؟ مرز میان استقلال فردی و فردگرایی افراطی کجاست و دومی چه آسیبی به روابط اجتماعی می‌زند؟

خیر، چراکه در جامعه مدرن، حریم خصوصی، استقلال و حق انتخاب برای افراد اهمیت بیشتری پیدا کرده است و این بخش مهمی از رشد فردیت است. مسئله زمانی آغاز می‌شود که فردگرایی از «استقلال» به «بی‌تفاوتی نسبت به دیگری» تبدیل شود. از سوی دیگر، گسترش فضای مجازی ارتباطات را بیشتر کرده و در برخی موارد جای ارتباطات چهره به چهره و حضور واقعی در جمع را گرفته است. بنابراین مرز فردگرایی سالم و افراطی جایی است که استقلال فردی در کنار مسئولیت اجتماعی و حفظ ارتباط انسانی قرار بگیرد وگرنه ممکن است به کاهش مشارکت، تضعیف همبستگی و احساس تنهایی اجتماعی منجر شود. بنابراین مشکل جامعه امروز کمبود ارتباطات نیست، بلکه کاهش باهم بودن و همیاری است.

چه رابطه‌ای میان همیاری و اعتماد اجتماعی وجود دارد؟ آیا همیاری می‌تواند خودش به بازسازی اعتماد در جامعه کمک کند؟

همیاری و اعتماد اجتماعی رابطه‌ای دوسویه دارند و هر دو از عناصر مهم سرمایه اجتماعی به شمار می‌روند. در نظریه‌های سرمایه اجتماعی، از جمله در دیدگاه رابرت پاتنام، پژوهشگر امریکایی، اعتماد و مشارکت اجتماعی از عوامل مهم شکل‌گیری شبکه‌های همکاری و تقویت پیوندهای اجتماعی هستند. در واقع، وقتی افراد تجربه می‌کنند که دیگران قابل اعتمادند و در شرایط مختلف کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، زمینه برای مشارکت بیشتر و شکل‌گیری روابط پایدارتر فراهم می‌شود. از سوی دیگر، تجربه همیاری نیز می‌تواند اعتماد از دست‌رفته را بازسازی کند. از این منظر، همیاری فقط یک رفتار اخلاقی نیست، بلکه می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی و سلامت اجتماعی کمک کند، چراکه سلامت اجتماعی نیز با مؤلفه‌هایی مانند مشارکت، ارتباط با دیگران، احساس تعلق و اعتماد اجتماعی پیوند دارد. بنابراین هرچه تجربه‌های واقعی همکاری و اعتماد در جامعه بیشتر شود، ظرفیت جامعه برای مشارکت و همبستگی نیز افزایش پیدا می‌کند.

در شرایط سخت اقتصادی و اجتماعی، شبکه‌های همیاری چگونه می‌توانند از تشدید احساس تنهایی، بی‌پناهی و گسست اجتماعی جلوگیری کنند؟

این شبکه‌ها می‌توانند علاوه بر حمایت مادی، احساس تنهایی و انزوای اجتماعی را کاهش دهند. تجربه افرادی که در بحران، مانند از دست دادن خانه در کنار افرادی با تجربه مشابه قرار می‌گیرند نشان می‌دهد که «فهمیده شدن» و داشتن یک شبکه حمایتی، خود بخشی از تاب‌آوری اجتماعی است. امروز که به واسطه شرایط اجتماعی مثل گسترش فضای مجازی، مهاجرت فرزندان یا تجرد، تنهایی و گسست اجتماعی افزایش یافته، می‌توان شبکه‌های همیاری را از حمایت صرف فراتر برد و با الهام از سنت تعاون، از مهارت و ظرفیت اعضا برای فعالیت‌های مشارکتی و درآمدزا نیز استفاده کرد، یعنی همزمان به تنهایی، سرمایه اجتماعی و توانمندسازی اقتصادی پاسخ داد.

به نظر شما، زمان، مهارت، تجربه، وسایل و حتی توجه و همراهی را هم می‌توان نوعی سرمایه در شبکه همیاری دانست؟ این نگاه چه تغییری در روابط اجتماعی ایجاد می‌کند؟

یکی از راه‌های مؤثر، تشکیل شبکه‌های اجتماع‌محور و شبکه‌های همیاری از افراد همسان است. شبکه‌هایی که فقط در زمان بحران شکل نگیرند، بلکه در شرایط عادی نیز فعال باشند تا در زمان دشواری، سرمایه اجتماعی و اعتماد لازم برای حمایت از یکدیگر را داشته باشند. تجربه شبکه‌های همیار در کانون جهان‌دیدگان نمونه‌ای از این رویکرد است. ارتباط و دیدار سالمندان با یکدیگر، به ویژه بازدید از سالمندان تنها، علاوه بر کاهش احساس تنهایی، امکان شناسایی نیازهای آنان و کمک به رفع بخشی از نیازهای عاطفی و اجتماعی‌شان را فراهم می‌کند. در واقع، این شبکه‌ها نشان می‌دهند که حمایت اجتماعی فقط کمک مالی نیست؛ گاهی حضور، توجه، شنیدن و همراهی می‌تواند از احساس بی‌پناهی جلوگیری کند. چنین شبکه‌هایی در شرایط بحران نیز می‌توانند به عنوان یک ظرفیت اجتماعی، افراد را سریع‌تر به یکدیگر و منابع حمایتی متصل کنند و مانع تشدید گسست اجتماعی شوند.

چگونه می‌توان رابطه همسایه‌ها را از یک همجواری صرف به یک شبکه واقعی حمایت و همیاری تبدیل کرد؟

در این خصوص اولین گام، ایجاد فرصت برای شناختن یکدیگر است. همسایگی زمانی به رابطه اجتماعی تبدیل می‌شود که افراد از یکدیگر فقط نام واحد یا شماره آپارتمان را ندانند، بلکه حداقلی از شناخت، اعتماد و ارتباط میان آنها شکل بگیرد. این شناخت با برگزاری برنامه‌های ساده محله‌ای، فعالیت‌های مشترک، گروه‌های همیاری برای مسائل روزمره، توجه به سالمندان و افراد تنها و ایجاد فضاهایی برای گفت‌وگو شکل می‌گیرد و می‌تواند این ارتباط را تقویت کند. همیاری از یک دستور رسمی آغاز نمی‌شود، بلکه از نیازهای واقعی و تجربه‌های کوچک مشترک شکل می‌گیرد، به طور مثال یک سلام و احوالپرسی، شناخت همسایه و توجه به یکدیگر، نخستین حلقه یک شبکه حمایت اجتماعی است.

اگر قرار باشد «هوای هم را داشتن» دوباره به یک ارزش اجتماعی تبدیل شود، خانواده، مدرسه، محله و رسانه هرکدام چه نقشی دارند؟

هوای هم را داشتن ارزشی است که باید آموخته شود و این یادگیری به مانند دیگر یادگیری‌ها از خانواده آغاز می‌شود. کودک در خانواده یاد می‌گیرد دیگری را ببیند، مسئولیت بپذیرد و در زندگی جمعی مشارکت کند. مدرسه در مرحله بعد می‌تواند این ارزش‌ها را از طریق کار گروهی، مشارکت و مسئولیت اجتماعی تقویت کند و گروه همسالان نیز فرصت تجربه و بازتولید آنها را فراهم می‌کند. در مرحله بعد، محله باید عرصه تجربه واقعی همیاری باشد؛ جایی که افراد بتوانند در کنار یکدیگر برای حل مسائل و حمایت از اعضای جامعه محلی مشارکت کنند. رسانه نیز با روایت و برجسته کردن نمونه‌های واقعی همدلی، مشارکت و مسئولیت اجتماعی می‌تواند این ارزش را به یک گفتمان عمومی تبدیل کند.

نکته

ارتباطات داریم رابطه نداریم!

با وجود تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی، امروز بیشتر از هر زمان دیگری به هم متصل هستیم. کافی است با یک تلفن همراه از حال دوستان، اقوام و حتی آدم‌هایی که کیلومترها دورتر از ما زندگی می‌کنند باخبر شویم. پیام می‌فرستیم، عکس می‌بینیم، نظر می‌دهیم و در گروه‌های مختلف خانوادگی، کاری و دوستانه حضور داریم، اما این اتصال، ما را از حال همدیگر هم باخبر می‌کند؟

شاید هر روز دهها پیام در گوشی تلفن همراه ما باشد، اما از حال همسایه دیواربه‌دیوار که شاید بیمار باشد یا نیاز به کمک داشته باشد، خبر نداشته باشیم. از حال سالمندی که در طبقه دیگر آپارتمان زندگی می‌کند و ندانیم چطور برای درمان بیماری‌اش می‌خواهد به درمانگاه برود. به همین دلیل است که کارشناسان معتقدند ما ارتباطات بیشتری پیدا کرده‌ایم، اما «رابطه» را از دست داده‌ایم. فناوری شاید فاصله‌ها را کوتاه کرده باشد، اما کوتاه‌شدن فاصله جغرافیایی یا امکان ارتباط فوری به معنای نزدیک‌تر شدن آدم‌ها نیست. ما می‌توانیم با یک پیام، حال کسی را بپرسیم، اما این پیام کوتاه نباید جای نشستن کنار او را گرفته باشد. می‌توانیم برای کسی شکلک قلب بفرستیم، اما ندانیم او در زندگی به یک ساعت وقت ما نیاز دارد. می‌توانیم در یک گروه خانوادگی برای مشکل کسی پیام همدردی بفرستیم، اما کمتر پیش بیاید که واقعاً بخشی از بار آن مشکل را بر دوش بگیریم. تفاوت ارتباط و همدلی همینجاست که بروز می‌دهد؛ باید بدانیم همیاری نیاز به حضور است.

صحبت از تعاون شاید ذهن خیلی‌ها را به سمت پول و کمک مالی ببرد، اما اگر تعاون را بخشی از سبک زندگی بدانیم، آن وقت متوجه می‌شویم که باید چیزی برای عرضه به دیگران داشته باشیم. شاید پول زیادی نداشته باشیم، اما وقت داریم. شاید نتوانیم مشکل مالی کسی را حل کنیم، اما می‌توانیم او را تا درمانگاه ببریم؛ شاید نتوانیم برای کسی شغل ایجاد کنیم، اما می‌توانیم مهارتی را به او یاد بدهیم؛ شاید امکان خرید وسیله‌ای را برای دیگری نداشته باشیم، اما وسیله‌ای داریم که خودمان کمتر از آن استفاده می‌کنیم.

همیاری از همینجا شروع می‌شود و آنکه بفهمیم هرکدام از ما چیزی داریم که دیگری به آن نیاز دارد و این چیز لزوماً پول نیست؛ گاهی زمان است، گاهی تجربه، گاهی توانایی و گاهی فقط توجه.

همیاری از یک کار بزرگ شروع نمی‌شود و اولین قدم، دیدن دیگری است. دیدن سالمندی که تنها زندگی می‌کند، دیدن مادری که با چند فرزند و یک شغل، روزهای سختی را می‌گذراند، دیدن خانواده‌ای که بیماری یکی از اعضایش، زندگی آنها را دشوار کرده است، دیدن همسایه‌ای که شاید فقط برای انجام یک کار ساده به همراهی نیاز دارد و تنها زمانی کاری می‌توانیم انجام دهیم که دیگری را ببینیم. به همین دلیل یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های یک جامعه، نه فقط ثروت و امکانات، بلکه آدم‌هایی هستند که نسبت به یکدیگر بی‌تفاوت نیستند.

روز تعاون می‌تواند فراتر از مفهوم و تعریف رایج و سازمانی آن، فرصتی باشد تا آن را از معنای صرفاً اقتصادی بیرون بیاوریم. تعاون فقط تشکیل یک تعاونی یا جمع کردن پول نیست، بلکه در معنایی ساده‌تر، یعنی خوشی و اینکه رنج آدم‌های اطرافمان کاملاً بی‌ربط به زندگی ما نیست... به قول سعدی: «بنی‌آدم اعضای یک پیکرند / که در آفرینش ز یک گوهرند»... و لذا آنچه امروز جامعه را سرپا نگه داشته است، تعداد ارتباطات نیست، بلکه عمق رابطه‌هاست...

جامعه‌شناسان نیز با این باور، معتقدند مسئله امروز جامعه صرفاً کمبود ارتباط نیست، بلکه کاهش کیفیت و عمق روابط انسانی است. به گفته آنها، فناوری امکان ارتباط با افراد بیشتری را فراهم کرده، اما ارتباط مجازی نمی‌تواند در همه موقعیت‌ها جایگزین حضور، همراهی و حمایت اجتماعی شود. از این منظر، احیای فرهنگ همیاری الزاماً به معنای بازگشت به شیوه‌های سنتی زندگی نیست، بلکه باید متناسب با زندگی امروز، شکل‌های تازه‌ای از باهم‌بودن را پیدا کنیم؛ از توجه به همسایه و سالمند گرفته تا اختصاص بخشی از وقت و توانایی خود برای حل مسئله دیگران. شاید مسئله اصلی همین باشد که در روزگاری که تقریباً همیشه در دسترس هستیم، دوباره یاد بگیریم در کنار هم باشیم. و در آخر باید گفت جامعه زمانی واقعاً به هم متصل است که اگر یک نفر زمین خورد، دیگری فقط برایش پیام «امیدوارم بهتر شوی» نفرستد، بلکه اگر از دستش برمی‌آید، دستی هم برای بلند کردن او دراز کند.

محمد ربانی، دکتری سیاستگذاری عمومی و مدرس دانشگاه:

احیای فرهنگ تعاون، سرمایه اجتماعی را بازسازی می‌کند

در شرایطی که فشارهای اقتصادی توان برخی خانواده‌ها را برای تأمین هزینه‌های زندگی کاهش داده است، احیای شبکه‌های اعتماد و همکاری خانوادگی می‌تواند بخشی از ظرفیت‌های مغفول برای افزایش تاب‌آوری اقتصادی باشد، اما به گفته محمد ربانی، دکتری سیاستگذاری عمومی و مدرس دانشگاه، این ظرفیت نباید بهانه‌ای برای واگذاری مسئولیت سیاستگذاری به خانواده‌ها شود. وی می‌گوید: «تعاون می‌تواند با تجمیع سرمایه، مهارت و امکانات به کاهش هزینه‌ها و ایجاد درآمد کمک کند، اما حل مسائل ساختاری اقتصاد همچنان بر عهده سیاستگذار است.» گفت‌وگوی زیر درباره ظرفیت صندوق‌های خانوادگی و تعاون محلی تا نقش خانواده در تولید ثروت با این سیاستگذار پیش روی شماست.

■■■

اگر تعاون را در معنای سنتی آن، یعنی تأمین متقابل نیازهای مالی و اقتصادی میان خانواده، فامیل و دوستان در نظر بگیریم، آیا شبکه‌های مالی خانواده و فامیل می‌توانند بخشی از نیازهای اقتصادی را تأمین کنند؟

بله. اتفاقاً این یکی از مهم‌ترین ظرفیت‌های پنهان جامعه ایران است. خانواده ایرانی هنوز یک شبکه مهم اعتماد، اعتبار و حمایت متقابل است. در شرایطی که فرد برای ازدواج، درمان، رهن مسکن یا راه‌اندازی کسب‌وکار کوچک به سرمایه‌ای نسبتاً محدود، اما فوری نیاز دارد، شبکه خانوادگی می‌تواند بسیار سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر از بانک عمل کند، اما یک نکته مهم وجود دارد: سرمایه اجتماعی خانواده‌ها نابرابر توزیع شده است. خانواده‌ای که پنج عضو شاغل و دارای درآمد بالا دارد، ظرفیت بسیار بیشتری نسبت به خانواده‌ای دارد که همه اعضایش درآمد پایین دارند. بنابراین سیاستگذار نباید بگوید خانواده‌ها خودشان مشکل‌شان را حل کنند، بلکه باید بگوید چگونه می‌توان سرمایه اجتماعی موجود در خانواده‌ها را به یک ظرفیت اقتصادی امن، شفاف و عادلانه تبدیل کرد.

آیا می‌توان صندوق‌های قرض‌الحسنه خانوادگی و محلی را احیا کرد؟

به نظرم کاملاً امکان‌پذیر است و حتی ظرفیت توسعه قابل توجهی دارد، اما نه دقیقاً با مدل سنتی. صندوق‌های خانوادگی قدیمی چند مزیت داشتند: اعتماد، شناخت متقابل، هزینه اداری بسیار پایین و حذف بسیاری از تشریفات بانکی. امروز می‌توان همین ایده را با ابزارهای جدید مثل صندوق‌های خانوادگی دیجیتال، صندوق‌های محله‌ای، صندوق‌های تعاونی بین چند خانواده، ثبت دیجیتال و شفاف گردش پول، قواعد مشخص برای نوبت دریافت وام، حسابرسی ساده و سازوکار حل اختلاف ترکیب کرد، اما در اینجا هم یک خطر جدی وجود دارد و آنکه نباید صندوق خانوادگی تبدیل به بازار غیررسمی پول شود. به ویژه باید میان قرض‌الحسنه مبتنی بر اعتماد اجتماعی و فعالیت مالی غیرمجاز تمایز روشن وجود داشته باشد.

قرض و وام خانوادگی چه تفاوتی با تسهیلات رسمی بانکی دارد و برای اینکه این شیوه به اختلافات خانوادگی منجر نشود، چه ملاحظاتی باید رعایت شود؟

تفاوت اصلی فقط در نرخ بهره نیست، بلکه در ماهیت رابطه است. در بانک رابطه اساساً قراردادی است، اما در خانواده، رابطه اقتصادی با رابطه عاطفی و خویشاوندی ترکیب می‌شود. همین موضوع هم مزیت است و هم خطر. مثلاً اگر برادری ۲۰۰ میلیون تومان به برادرش قرض بدهد و او نتواند بازپرداخت کند، مسئله فقط ۲۰۰ میلیون تومان نیست و این موضوع ممکن است رابطه دو خانواده را تحت تأثیر قرار دهد.

در این‌باره چه توصیه‌ای دارید؟

کاملاً واضح است و آنکه قرض بین نزدیک‌ترین اعضای خانواده باید مکتوب باشد، نه از سر بی‌اعتمادی، بلکه برای جلوگیری از سوءتفاهم، یعنی از همان ابتدا مبلغ دقیق، تاریخ پرداخت، زمانبندی بازپرداخت، بدون بهره یا با بهره، با چه شرایطی، در صورت تأخیر چه اتفاقی می‌افتد، اگر وام‌گیرنده فوت یا ورشکسته شد چه می‌شود، آیا امکان بخشودگی یا تمدید وجود دارد؟ باید مشخص شود. در واقع قرارداد مکتوب می‌تواند حافظ رابطه خانوادگی باشد، نه نشانه بی‌اعتمادی.

به نظر شما اشتراک منابعی مثل پول و سرمایه تا وسایل، فضا و امکانات می‌تواند به کاهش هزینه‌های خانوار و مقابله با مصرف‌گرایی کمک کند؟

به نظرم این سؤال حتی از اشتراک پول هم مهم‌تر است. ما معمولاً تعاون را فقط با پول و وام می‌شناسیم، در حالی که اقتصاد اشتراکی خانوادگی و محلی می‌تواند طیف بسیار وسیعی داشته باشد. مثلاً استفاده مشترک از خودرو، خرید عمده مشترک، استفاده مشترک از ابزار و تجهیزات، اشتراک فضای کاری، نگهداری نوبتی از کودکان، استفاده مشترک از وسایل کم‌مصرف یا گرانقیمت، اشتراک خدمات آموزشی، حتی آشپزی یا خرید مشترک در برخی گروه‌های خانوادگی.

این کارها چه اثراتی دارد؟

دو اثر بسیار مهم اقتصادی و اجتماعی دارد: اول هزینه سرانه کاهش پیدا می‌کند و دوم روابط و اعتماد میان اعضای شبکه تقویت می‌شود، اما باید مراقب باشیم که اقتصاد اشتراکی تبدیل به فشار اخلاقی برای مصرف کمتر نشود. نمی‌توان از خانواده‌هایی که تحت فشار اقتصادی است انتظار داشت صرفاً با صرفه‌جویی، مشکلات ساختاری اقتصاد را حل کنند.

آیا از تعاون برای ایجاد اشتغال و تولید درآمد هم می‌توان استفاده کرد؟

به نظر من تعاون اگر فقط پول قرض دادن باشد، عمدتاً یک ابزار توزیع منابع است، اما اگر چند نفر بتوانند سرمایه، مهارت، زمان، شبکه ارتباطی و امکانات خودشان را روی هم بگذارند، تعاون تبدیل به ابزار تولید ثروت می‌شود. مثلاً پنج نفر ممکن است هرکدام سرمایه اندکی داشته باشند، اما یکی تخصص فنی، دیگری بازاریابی، دیگری فضای کار و دیگری از ارتباطات تجاری داشته باشد. این همان جایی است که سیاستگذاری عمومی می‌تواند بسیار مؤثر باشد، یعنی به جای اینکه دولت فقط به افراد وام بدهد، می‌تواند از گروه‌های کوچک تولیدی و تعاونی‌های محلی حمایت کند. البته گروه‌سازی صرف کافی نیست، باید آموزش مدیریت، حسابداری، بازاریابی و حل تعارض هم وجود داشته باشد.

آیا تعاون می‌تواند جای سیاست اقتصادی و حمایت رسمی را بگیرد؟

قطعاً نه. این شاید مهم‌ترین مرز مفهومی کل این بحث باشد. تعاون می‌تواند تاب‌آوری خانواده را افزایش دهد، هزینه‌ها را کاهش دهد، دسترسی به سرمایه کوچک را آسان کند، اشتغال ایجاد کند و سرمایه اجتماعی را تقویت کند، اما نمی‌تواند به تنهایی تورم را کنترل کند، بحران مسکن را حل کند، نظام درمان را اصلاح کند، بیکاری گسترده را از بین ببرد و قدرت خرید خانوار را افزایش دهد. اگر دولت از مردم بخواهد با صندوق خانوادگی، قرض فامیلی و خرید اشتراکی مشکلات اقتصادی خود را حل کنند، در واقع ممکن است مسئولیت سیاستگذاری را به دوش خانواده منتقل کند. بین این دو گزاره تفاوت اساسی است و اینکه تعاون جایگزین سیاست عمومی نیست، بلکه یکی از ابزارهای سیاست عمومی برای افزایش تاب‌آوری جامعه است.

اگر بخواهیم خانواده‌ها را به استفاده از ظرفیت تعاون برای کاهش فشار اقتصادی تشویق کنیم، از نظر شما سه اقدام عملی و کم‌هزینه که می‌توان از همین امروز شروع کرد، چیست؟

اول، تشکیل «گروه‌های تعاون خانوادگی کوچک» مثلاً پنج تا ۱۵ خانواده که یکدیگر را می‌شناسند و برای یک هدف مشخص منابع خود را تجمیع کنند، نه اینکه از ابتدا صندوق بزرگی درست کنند. هدف می‌تواند خرید عمده، قرض‌الحسنه، نگهداری کودک، استفاده مشترک از وسایل یا تأمین هزینه درمان باشد. دوم، ایجاد یک قرارداد و حساب شفاف برای تعاون. حتی برای گروه‌های کوچک، قواعد مکتوب و گردش مالی شفاف ایجاد شود. این کار از بسیاری از اختلافات بعدی جلوگیری می‌کند. سوم، ایجاد «تعاونی‌های خرد محلی» با محوریت درآمدزایی. به جای اینکه فقط بگوییم «چطور کمتر خرج کنیم؟»، سؤال را به این شکل تغییر دهیم: چطور با تجمیع ظرفیت‌های موجود، یک درآمد جدید ایجاد کنیم؟ مثلاً گروهی از زنان یک محله، جوانان یک محله، صاحبان مهارت‌های فنی یا چند کسب‌وکار کوچک بتوانند منابع و تخصص خود را ترکیب کنند.

و سخن آخر...

در پایان لازم است این نکته را اضافه کنم که در شرایط بحران اقتصادی، جامعه فقط با پول تاب‌آور نمی‌شود، با اعتماد، شبکه و سازمان‌یافتگی تاب‌آور می‌شود. بنابراین احیای تعاون، اگر درست طراحی شود، فقط یک سیاست اقتصادی نیست، می‌تواند یک سیاست بازسازی سرمایه اجتماعی نیز باشد.

پرونده ویژه «جوان» در آستانه ۱۳ شهریور روز تعاون

گذر از وضعیت بحرانی با همیاری ایرانی

■ ناصر سهرابی

۱۳ شهریور، روز تعاون می‌تواند فرصتی باشد برای بازخوانی مفهومی که در هیاهوی اقتصاد مصرف‌محور و فردگرایی روزافزون، آرام‌آرام به حاشیه رانده شده است؛ «همیاری». تعاون فقط تأسیس تعاونی و تقسیم سود نیست، یک منطق اجتماعی برای عبور از روزهای سخت است. جامعه‌ای که اعضای آن در بحران‌ها به جای رقابت فرساینده، بخشی از بار یکدیگر را برمی‌دارند، نه تنها هزینه‌های اقتصادی کمتری می‌پردازند، بلکه آرام‌تر، تاب‌آورتر و امیدوارتر از بحران عبور می‌کنند. گاهی لازم است برای فهمیدن معنای یک واژه، از کتاب‌ها و تعاریف رسمی فاصله بگیریم و به زندگی روزمره نگاه کنیم. تعاون را می‌توان در جایی دید که چند خانواده برای خرید یک کالای ضروری پول روی هم می‌گذارند، همسایه‌ای بدون چشمداشت بخشی از نیاز همسایه دیگر را تأمین می‌کند، دوستان برای حل مشکل یکی از اعضای جمع، هرکدام سهمی از وقت، توان یا امکانات خود را اختصاص می‌دهند یا خانواده‌ای در روزهای دشوار اقتصادی، به جای حذف یکدیگر از دایره حمایت، هزینه‌ها را با هم مدیریت می‌کند. اینها شاید در ادبیات رسمی «فعالیت تعاونی» به معنای حقوقی آن نباشند، اما یک حقیقت مهم را آشکار می‌کنند: تعاون پیش از آنکه یک ساختار اقتصادی باشد، یک فرهنگ اجتماعی است.

جامعه امروز ایران بیش از هر زمان دیگری به چنین فرهنگی نیاز دارد. فشارهای اقتصادی، کاهش قدرت خرید، تغییر سبک زندگی، گسترش فردگرایی و رشد میل به مصرف، بسیاری از خانواده‌ها و افراد را با نوعی احساس ناامنی دائمی روبه‌رو کرده است. در چنین شرایطی، اگر هرکس فقط به فکر نجات فردی خود باشد، حاصل الزاماً نجات جمعی نخواهد بود. حتی ممکن است رقابت برای بقا، خود به عاملی برای تشدید بحران تبدیل شود.

در این میان، یک تناقض مهم در زندگی انسان معاصر شکل گرفته است: تکنولوژی ما را بیش از هر زمان دیگری به یکدیگر متصل کرده، اما الزاماً ما را به هم نزدیک‌تر نکرده است. امروز با چند لمس صفحه تلفن می‌توانیم با انسانی در کیلومترها دورتر ارتباط بگیریم، اما ممکن است از حال همسایه دیواربه‌دیوار، خویشاوند نزدیک یا حتی اعضای خانواده خود بی‌خبر باشیم. شبکه‌های اجتماعی، شبکه ارتباطی ما را گسترده‌تر کرده‌اند، اما گستردگی ارتباط الزاماً به معنای عمق رابطه نیست. گاهی انبوه پیام‌ها، تصاویر و ارتباطات مجازی، جای گفت‌وگوی واقعی، حضور عاطفی و مسئولیت‌پذیری متقابل را گرفته است. فردگرایی افراطی نیز این وضعیت را تشدید کرده؛ فرد بیش از آنکه خود را عضوی از یک جمع بداند، خود را پروژه‌ای مستقل می‌بیند که باید رفاه، موفقیت و امنیت شخصی‌اش را حتی به قیمت فاصله گرفتن از دیگران تأمین کند. نتیجه، جامعه‌ای است که در آن افراد ممکن است از نظر فیزیکی و دیجیتال بسیار به هم نزدیک باشند، اما از نظر عاطفی و اجتماعی فاصله زیادی از یکدیگر داشته باشند. اینجاست که تعاون معنایی فراتر از اقتصاد پیدا می‌کند؛ تعاون تلاشی برای بازسازی «ما» در میان انبوه «من»هاست؛ بازگرداندن انسان به شبکه‌ای از مسئولیت، اعتماد، همدلی و مشارکت. اگر فناوری قرار است کیفیت زندگی را افزایش دهد، باید در خدمت تقویت پیوندهای انسانی قرار گیرد، نه اینکه جای آنها را بگیرد. جامعه سالم جامعه‌ای نیست که افراد در آن فقط به یکدیگر دسترسی داشته باشند؛ جامعه سالم جامعه‌ای است که افراد در آن بتوانند در روزهای سخت واقعاً روی یکدیگر حساب کنند.

یکی از ویژگی‌های مهم دنیای معاصر، تقویت فردگرایی است. فردگرایی در معنای مثبت خود می‌تواند به استقلال، مسئولیت‌پذیری و انتخاب آزادانه انسان کمک کند، اما وقتی از مرز خود عبور کند و به «خودبسندگی مطلق» برسد، نتیجه چیزی جز تنهایی اجتماعی نیست. در چنین وضعی، حتی رفاه هم الزاماً به آرامش منجر نمی‌شود. انسان ممکن است امکانات بیشتری داشته باشد، اما شبکه حمایتی ضعیف‌تری پیرامون خود احساس کند. تعاون درست در نقطه مقابل این وضعیت قرار می‌گیرد. پیام تعاون این نیست که «تو به تنهایی نمی‌توانی»، بلکه می‌گوید بعضی مسائل اساساً قرار نیست به تنهایی حل شوند. بحران اقتصادی یکی از همین مسائل است. در شرایطی که هزینه‌های زندگی افزایش می‌یابد، پاسخ طبیعی بازار، افزایش مصرف یا جست‌وجوی منابع بیشتر برای تأمین آن مصرف است، اما جامعه می‌تواند مسیر دیگری نیز انتخاب کند؛ کاهش هزینه‌های موازی، اشتراک امکانات، خرید جمعی، استفاده مشترک از ظرفیت‌ها، مبادله خدمات و شکل دادن به شبکه‌های حمایتی. به بیان ساده‌تر، تعاون می‌تواند بخشی از فشار ناشی از مصرف‌گرایی را کاهش دهد. وقتی چند خانواده به جای خرید جداگانه برخی کالاها، خرید مشترک انجام می‌دهند، وقتی ابزار یا وسیله‌ای که فقط گاهی مورد استفاده قرار می‌گیرد میان چند نفر به اشتراک گذاشته می‌شود، وقتی افراد به جای پرداخت هزینه برای هر خدمت، بخشی از توانایی خود را در اختیار دیگری می‌گذارند، یک اتفاق مهم رخ داده است؛ ارزش از «مالکیت» به «استفاده» منتقل می‌شود. این تغییر، فقط یک تکنیک اقتصادی نیست؛ تغییر در سبک زندگی است.

اگر بخواهیم فرهنگ تعاون را در جامعه گسترش دهیم، نقطه آغاز نباید همیشه اداره، سازمان یا قانون باشد. نقطه آغاز خانواده است. کودکی که یاد می‌گیرد وسایلش را با خواهر و برادرش به اشتراک بگذارد، در کار خانه سهم داشته باشد، برای رسیدن به یک هدف خانوادگی از بخشی از خواسته‌های فوری خود بگذرد و در حل مسئله خانواده مسئولیت بپذیرد، در واقع اولین درس‌های تعاون را آموخته است. خانواده‌ای که همه بار اقتصادی، عاطفی و اجرایی را بر دوش یک نفر نمی‌اندازد، خانواده‌ای تعاونی‌تر است. حتی در میان دوستان نیز همین منطق وجود دارد. یک جمع دوستانه می‌تواند صرفاً محلی برای تفریح و مصرف باشد یا به یک شبکه حمایت اجتماعی تبدیل شود. تفاوت این دو، در نوع رابطه است. دوستی زمانی عمق اجتماعی پیدا می‌کند که افراد در کنار لذت بردن از حضور یکدیگر، بتوانند در روزهای دشوار نیز روی هم حساب کنند.

البته اینجا یک خط قرمز مهم وجود دارد: تعاون نباید با سوءاستفاده از دیگران اشتباه گرفته شود. همیاری زمانی پایدار است که دوطرفه، داوطلبانه و مبتنی بر اعتماد باشد. اگر یک نفر همیشه کمک‌کننده و دیگری همیشه مصرف‌کننده کمک باشد، ما با تعاون روبه‌رو نیستیم؛ بلکه با وابستگی مواجهیم.

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های تعاون با صدقه یا کمک مقطعی همین است. کمک در شرایط اضطراری ارزشمند است، اما اگر دائماً رابطه‌ای یک‌طرفه میان «کمک‌کننده» و «کمک‌گیرنده» ایجاد کند، ممکن است در بلندمدت به کاهش توانمندی منجر شود. تعاون به دنبال آن است که افراد را در کنار یکدیگر توانمند کند. مثلاً اگر چند جوان بیکار، به جای اینکه هر کدام جداگانه ماه‌ها به دنبال شغل بگردند، مهارت‌ها و سرمایه محدود خود را کنار هم بگذارند و یک فعالیت اقتصادی کوچک راه بیندازند، منطق تعاون در حال عمل است. اگر زنان یک محله توانایی‌های خود را در قالب تولید یا خدمات به اشتراک بگذارند، اگر کشاورزان برای خرید نهاده یا فروش محصول با یکدیگر شبکه تشکیل دهند، اگر خانواده‌ها برای مراقبت از سالمندان یا کودکان از ظرفیت جمعی استفاده کنند، تعاون از یک مفهوم ذهنی به یک راه‌حل عملی تبدیل شده است. پس پرسش اصلی نباید فقط این باشد که «چگونه به افراد کمک کنیم؟» بلکه باید پرسید: چگونه شرایطی ایجاد کنیم که افراد بتوانند به یکدیگر کمک کنند و همزمان خودشان نیز توانمندتر شوند؟

هر جامعه‌ای در زمان بحران به ذخایری نیاز دارد. بخشی از این ذخایر اقتصادی است؛ بخشی زیرساختی و بخشی نیز انسانی. اما یک ذخیره کمتر دیده شده وجود دارد؛ اعتماد و آمادگی مردم برای کمک به یکدیگر. همیاری ایرانی می‌تواند مؤثرترین ابزار برای گذر از موقعیت‌های بحرانی باشد. جامعه‌ای که روابط اجتماعی در آن فرسوده شده باشد، حتی با منابع اقتصادی قابل توجه نیز ممکن است در برابر بحران آسیب‌پذیر شود. در مقابل، جامعه‌ای که مردم آن تجربه همکاری دارند، در زمان بحران ظرفیت‌های پنهانی خود را فعال می‌کند. همیاری در زمان بیماری، حادثه، بیکاری، بلایای طبیعی یا فشار اقتصادی می‌تواند مانند یک ضربه‌گیر اجتماعی عمل کند. از این منظر، تعاون را می‌توان بخشی از «سرمایه ملی» دانست؛ سرمایه‌ای که در حساب‌های بانکی ثبت نمی‌شود، اما در سخت‌ترین روزها ارزش واقعی خود را نشان می‌دهد. نمی‌توان با چند همایش، چند پوستر و چند شعار، فرهنگ تعاون ایجاد کرد. اگر قرار است تعاون به یک فرهنگ تبدیل شود، باید تجربه واقعی آن برای مردم ممکن و ملموس شود. مدرسه می‌تواند پروژه‌های گروهی واقعی طراحی کند که دانش‌آموزان در آن مجبور نباشند صرفاً کنار هم بنشینند، بلکه واقعاً برای حل یک مسئله مشترک مسئولیت تقسیم کنند. رسانه‌ها می‌توانند به جای نمایش مداوم سبک زندگی پرمصرف، روایت‌هایی از خانواده‌ها، محله‌ها، کسب‌وکارها و گروه‌هایی را برجسته کنند که با همکاری توانسته‌اند مسئله‌ای را حل کنند. نهادهای محلی نیز می‌توانند فضاهایی برای شکل‌گیری شبکه‌های همیاری فراهم کنند، اما مهم‌تر از همه، مردم باید نتیجه تعاون را ببینند. فرهنگ زمانی ماندگار می‌شود که یک شهروند تجربه کند همکاری با دیگران واقعاً بخشی از هزینه، زمان یا اضطراب او را کاهش داده است. تعاون اگر فقط توصیه اخلاقی باشد، شکست می‌خورد؛ اگر به یک تجربه سودمند تبدیل شود، خودش تکثیر خواهد شد. شاید بتوان یک قدم فراتر رفت و گفت تعاون فقط مسئله اقتصاد یا اخلاق نیست، مسئله زیست اجتماعی انسان است. انسان از ابتدا به تنهایی قادر به ساختن تمدن نبوده است. خانه، روستا، شهر، کشاورزی، تجارت، دانش و حتی امنیت، حاصل همکاری انسان‌ها بوده‌اند. بنابراین تصور اینکه انسان مدرن باید همه مشکلاتش را به صورت فردی حل کند، با واقعیت زندگی اجتماعی سازگار نیست. ما در کنار هم زندگی می‌کنیم و ناگزیر بخشی از امنیت، آرامش و آینده‌مان به رفتار دیگران وابسته است. پس تعاون را نباید فقط برای روزهای خوب خواست. ارزش واقعی تعاون زمانی آشکار می‌شود که شرایط سخت می‌شود. در روزهای دشوار، جامعه‌ای که اعضای آن فقط از خود محافظت می‌کنند، به سرعت دچار فرسایش می‌شود، اما جامعه‌ای که افرادش بخشی از توان خود را برای حفظ دیگری به کار می‌گیرند، امکان بازسازی بیشتری دارد.

۱۳ شهریور روز تعاون، اگر قرار باشد فقط یک مناسبت تقویمی باشد، پس از چند روز فراموش خواهد شد، اما اگر فرصتی برای بازنگری در سبک زندگی باشد، می‌تواند معنای دیگری پیدا کند. سؤال مهم این نیست که «چند تعاونی داریم؟» بلکه سؤال عمیق‌تر این است که چقدر توانسته‌ایم فرهنگ همکاری را در زندگی روزمره خود زنده نگه داریم؟ آیا در خانواده، همسایه، مدرسه، محل کار و میان دوستان، هنوز برای حل مسئله به یکدیگر مراجعه می‌کنیم؟ آیا موفقیت دیگری را الزاماً تهدیدی علیه خود می‌بینیم یا می‌توانیم از موفقیت جمعی نیز سود ببریم؟ آیا در برابر بحران‌ها فقط منتظر مداخله دولت هستیم یا خود جامعه نیز ظرفیت‌هایش را فعال می‌کند؟

تعاون پاسخ ساده‌ای به مسائل پیچیده امروز نیست و نباید چنین ادعایی کرد. تورم، بیکاری، کاهش قدرت خرید و مشکلات ساختاری اقتصاد با توصیه به همکاری حل نمی‌شوند. این ساده‌انگاری است که تعاون را جایگزین اصلاحات اقتصادی و سیاستگذاری درست بدانیم، اما از سوی دیگر، نادیده گرفتن ظرفیت تعاون نیز خطاست. دولت نمی‌تواند برای همه روابط انسانی نسخه بنویسد. هیچ بودجه‌ای نمی‌تواند به اندازه اعتماد اجتماعی کارآمد باشد و هیچ بخشنامه‌ای نمی‌تواند جای همدلی واقعی میان انسان‌ها را بگیرد. تعاون قرار نیست جای اقتصاد، سیاست یا مسئولیت حاکمیت را بگیرد؛ قرار است بخشی از ظرفیت جامعه برای تاب‌آوری را فعال کند. شاید در نهایت، مهم‌ترین معنای روز تعاون همین باشد؛ یادآوری اینکه در جهانی که هر روز سخت‌تر، پرهزینه‌تر و فردگراتر می‌شود، «با هم بودن» فقط یک فضیلت اخلاقی نیست؛ یک انتخاب عاقلانه برای بقاست. جامعه‌ای که یاد گرفته باشد در روزهای سخت بخشی از بار یکدیگر را بردارد، نه تنها کمتر فرسوده می‌شود، بلکه آرامش و امید را بهتر حفظ می‌کند و شاید بتوان تمام فلسفه تعاون را در یک جمله خلاصه کرد؛ گاهی برای اینکه خودمان بمانیم باید یاد بگیریم دیگری را تنها نگذاریم.

معصومه نصیری، دبیرکل باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران:

شناخت پیشینی و اعتماد نقش مؤثری در کاربرد شبکه‌های اجتماعی برای گسترش تعاون دارد

معصومه نصیری، دبیرکل باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران در گفت‌وگو با «جوان» می‌گوید: شبکه‌های اجتماعی به خودی خود لزوماً فضای تولید اعتماد نیستند، بلکه بیشتر فضایی هستند که اعتمادِ از قبل شکل‌گرفته را منتقل و تسهیل می‌کنند، یعنی اگر فرد یا مجموعه‌ای پیشینه و اعتبار مشخصی داشته باشد، همین شناخت قبلی می‌تواند مبنای اعتماد و مشارکت افراد در فضای مجازی قرار بگیرد. مشروح گفت‌وگو با وی در ادامه می‌آید.

■■■

فضای مجازی ما را با آدم‌های بیشتری متصل کرده، اما آیا واقعاً باعث نزدیک‌تر شدن انسان‌ها به یکدیگر شده است؟

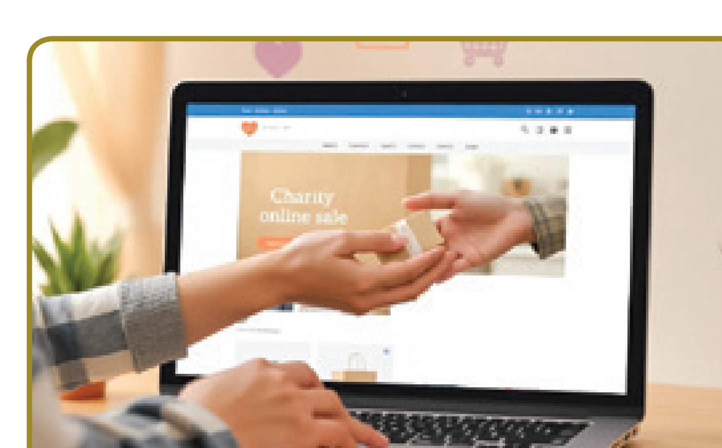
قاعدتاً فضای مجازی نوعی تسهیل‌گری در ارتباطات ایجاد و افراد به واسطه سهولتی که این فضا برایشان فراهم کرده، امکان برقراری ارتباط با افراد بیشتری را دارند، اما نکته اصلی این است که ما با پدیده‌ای به نام «انبوه تنها» هم مواجه هستیم؛ یعنی افراد در ظاهر و در بستر رسانه‌ها و فضای مجازی، ارتباطات گسترده‌ای با یکدیگر دارند و این انبوه ارتباطات هم وجود دارد، اما در نهایت ممکن است احساس تنهایی کنند. با این فرض، به نظر می‌رسد ارتباطات مجازی اساساً نمی‌تواند کارکرد ارتباطات حقیقی را به‌طور کامل داشته باشد و لزوماً در بزنگاه‌های خاص نمی‌تواند افراد را متحد و بسیج کند تا برای همراهی با یکدیگر وارد عمل شوند. به نظرم این یکی از نقاط ضعف فضای مجازی است. ما به یکدیگر متصل شده‌ایم، اما الزاماً به یکدیگر نزدیک‌تر نشده‌ایم. نزدیک شدن به معنای شناخت خرده‌رفتارها، خرده‌تربیت‌ها و خرده‌فرهنگ‌های افراد است. بنابراین هرچند امروز افراد به واسطه فضای مجازی با ارتباطات بسیار گسترده‌تری مواجه هستند، اما این گستردگی ارتباطات لزوماً به معنای نزدیک‌تر شدن انسان‌ها به یکدیگر نیست.

آیا شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها می‌توانند ظرفیت‌های سنتی همیاری ایرانی مثل کمک فامیلی، صندوق‌های قرض‌الحسنه، قرض دادن وسایل و پول یا کمک به حل مشکلات همسایه‌ها را احیا و گسترده‌تر کنند؟

بله، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها به دلیل اینکه نیاز به ارتباطات حضوری را کاهش داده و ارتباطات را بدون نیاز به حضور فیزیکی تسهیل می‌کنند، توانسته‌اند ظرفیت همیاری و تعاون را به‌خصوص در میان خانواده‌ها و گروه‌های فامیلی، گسترش دهند. برای مثال، امروزه یک مشکل می‌تواند خیلی سریع در یک گروه خانوادگی یا اجتماعی مطرح شود و افراد مختلف بتوانند برای آن راه‌حل پیدا کنند یا در رفع آن مشکل مشارکت داشته باشند. بنابراین این فضا می‌تواند در ایجاد تعاون و تقویت اتحاد و همیاری مؤثر باشد. البته در حوزه‌هایی مثل صندوق‌های قرض‌الحسنه، قرض دادن وسایل، کمک مالی یا وام دادن، همچنان یک شناخت پیشینی و اعتماد متقابل لازم است، یعنی مبنای این نوع همیاری‌ها کماکان شناخت حقیقی و ارتباطات در زندگی واقعی است، اما فضای شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بستر و تسهیل‌کننده این همیاری‌ها باشد و کمک کند این ظرفیت‌ها سریع‌تر، گسترده‌تر و آسان‌تر فعال شوند.

یکی از مشکلات فضای مجازی، مقایسه اجتماعی و نمایش سبک زندگی دیگران است. آیا شبکه‌های اجتماعی با تقویت فردگرایی، مصرف‌گرایی و رقابت، فرهنگ تعاون را تضعیف کرده‌اند یا می‌توان از همین ظرفیت برای ترویج همیاری استفاده کرد؟

حقیقت این است که این فضا قابلیت استفاده در هر دو وجه را دارد، یعنی هم می‌تواند فرهنگ تعاون را تضعیف کند و هم می‌تواند در جهت تقویت آن مورد استفاده قرار بگیرد. از یک طرف، شبکه‌های اجتماعی به دلیل تأکیدی که بر فردگرایی، دیده شدن و نمایش فردی دارند، می‌توانند زمینه‌ساز تقویت فردگرایی، مصرف‌گرایی و رقابت باشند. تجربه زیسته ما تا امروز نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی، به دلیل اینکه اساساً بر مبنای «اقتصاد توجه» و جلب توجه بنا شده‌اند، بیشتر بر فرد و دیده‌شدن او تأکید دارند تا بر جمع. به همین دلیل، ظرفیت جمعی و تعاونی این شبکه‌ها تاکنون آن‌طور که باید فعال نشده است، مگر در اتفاقات بسیار نادر و خاص یا در مواردی که افراد برای حل یک مسئله از آشنایان خود در فضای مجازی کمک می‌گیرند که البته این شکل از همیاری هم تا حدی کاهش پیدا کرده است. در عین حال، نباید فراموش کرد که همین شبکه‌ها ظرفیت بسیار بالایی برای استفاده در امور جمعی دارند. اینکه چقدر بتوانیم از این ظرفیت استفاده کنیم، به نوع موضوع، افراد و شرایط اجتماعی بستگی دارد و می‌تواند متغیر باشد، اما در شرایط فعلی، به نظر می‌رسد میزان فردگرایی، مصرف‌گرایی و رقابت‌های کاذب در شبکه‌های اجتماعی از ظرفیت‌های جمعی و اجتماعی آن پیشی گرفته است.



وقتی یک گروه در پیام‌رسان برای کمک به پرداخت بدهی، تأمین هزینه درمان، اجاره خانه، ازدواج یا اشتغال یک فرد شکل می‌گیرد، چه عواملی باعث می‌شود مردم به یکدیگر اعتماد کنند و مشارکت داشته باشند و چه عواملی این اعتماد را از بین می‌برد؟

ببینید، واقعیت این است که معمولاً افراد بر اساس اعتماد، پرداخت یا کمک خودشان را انجام می‌دهند، یعنی توجه می‌کنند که چه کسی این درخواست را مطرح کرده است. این فرد ممکن است یک فرد شناخته شده در فامیل باشد یا یک چهره عمومی مثل محسن چاوشی، یک مجری تلویزیون، فوتبالیست یا بازیگر باشد. بنابراین شناخت پیشینی نقش بسیار مهمی در پرداخت‌ها و کمک‌های نقدی در شبکه‌های اجتماعی دارد. در واقع، این نوع مشارکت‌ها عمدتاً بر اساس اعتماد و شناخت قبلی شکل می‌گیرند و معمولاً بسیار کم پیش می‌آید که فردی بدون هیچ شناخت یا پیشینه‌ای، صرفاً براساس یک پیام یا درخواست در فضای مجازی، به فردی پول واریز کند یا به درخواست او اعتماد داشته باشد. به‌طور کلی، شبکه‌های اجتماعی به خودی خود لزوماً فضای تولید اعتماد نیستند، بلکه بیشتر فضایی هستند که اعتماد از قبل شکل گرفته را منتقل و تسهیل می‌کنند، یعنی اگر فرد یا مجموعه‌ای پیشینه و اعتبار مشخصی داشته باشد، همین شناخت قبلی می‌تواند مبنای اعتماد و مشارکت افراد در فضای مجازی قرار بگیرد.

برای ترویج فرهنگ «همیار بودن» در شبکه‌های اجتماعی چه نوع روایت‌ها و محتواهایی مؤثرترند؟ آیا معرفی «قهرمانان کوچک محله»؛ مثلاً جوانی که به سالمندان کمک می‌کند یا والدینی که برای حل مشکلات مدرسه همکاری می‌کنند، می‌تواند الگوی رفتاری ایجاد کند؟

ببینید، ترویج فرهنگ تعاون و همیار بودن در جامعه ما موضوع جدیدی نیست؛ این فرهنگ در گذشته در جامعه ما وجود داشته، اما در سال‌های اخیر، تحت تأثیر تغییرات فرهنگی و ارزش‌گذاری‌های جدید و همچنین سبک زندگی مدرن، تا حدی فضای جامعه به سمت فردگرایی و بی‌تفاوتی، یا حداقل خنثی بودن نسبت به مسائل دیگران حرکت کرده است. به نظر می‌رسد امروز باید فرهنگ همیاری را دوباره به عنوان یک ارزش جدی و یک ارزش انسانی که از گذشته در جامعه ما وجود داشته، مطرح و تقویت کنیم. معرفی همین «قهرمانان کوچک» می‌تواند در این زمینه مؤثر باشد، یعنی افرادی که در محله، خانواده، مدرسه یا محیط اجتماعی خودشان به دیگران کمک می‌کنند و می‌توانند به عنوان الگوی رفتاری معرفی شوند. در کنار این موضوع، مقایسه تطبیقی با کشورهای دیگر هم می‌تواند مؤثر باشد، یعنی نشان دهیم که در جوامع مختلف، همیاری و کمک به دیگران چگونه به عنوان یک رفتار مثبت و ارزشمند شناخته می‌شود. از طرف دیگر، باید یک بازخوانی تاریخی از آنچه خودمان در گذشته داشته‌ایم انجام دهیم و دوباره ارزش‌های مربوط به تعاون و همیاری را به جامعه یادآوری کنیم. به نظرم ابتدا باید این فرهنگ را دوباره زنده و ارزشمند کنیم و بعد از آن، از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها برای ترویج و گسترش آن استفاده کنیم.

اگر بخواهیم از ظرفیت پیام‌رسان‌ها برای ساختن شبکه‌های همیاری محله‌ای و خانوادگی استفاده کنیم، از نظر شما چه اصولی باید رعایت شود تا این گروه‌ها به جای ایجاد مزاحمت، بی‌اعتمادی، سوءاستفاده مالی یا نمایش و رقابت، به بستری برای اعتماد، همدلی و حل واقعی مشکلات مردم تبدیل شوند؟

یکی از نکاتی که می‌تواند باعث عدم همراهی در شبکه‌های اجتماعی یا پیام‌رسان‌های محله‌ای و خانوادگی شود، رعایت نکردن «نتیکت» یا همان آداب معاشرت در فضای مجازی است. به نظر می‌رسد برای اینکه این گروه‌ها بتوانند به بستری برای همیاری واقعی تبدیل شوند، باید قواعد مشخصی برای فعالیت در آنها تعریف شود و این قواعد در قالب یک نظامنامه رفتاری، به‌صورت جدی مورد توجه همه اعضا قرار بگیرد. اگر نتیکت و آداب معاشرت در فضای مجازی به عنوان یک اصل مورد توجه قرار بگیرد و اعضا به قواعد و حدود مشخصی پایبند باشند، می‌توان از دل همین احترام متقابل و قوانین حاکم بر گروه، زمینه ایجاد همدلی و حل مشکلات مردم را فراهم کرد. حتی می‌توان از این ظرفیت برای شناسایی مشکلات افراد استفاده کرد، یعنی متوجه شویم چه کسانی با چه مشکلاتی مواجه هستند و بتوانیم برای آنها راه‌حل پیدا کنیم و نسبت به مسائل جمعی و اجتماعی احساس مسئولیت داشته باشیم. بنابراین به نظر من تعریف قوانین، مقررات، حدود و چارچوب‌های مشخص برای فعالیت در این گروه‌ها ضروری است. در کنار آن، رعایت آداب معاشرت مجازی و احترام متقابل می‌تواند کمک کند این فضا به جای مزاحمت، بی‌اعتمادی و رقابت، به بستری برای اعتماد، همدلی و حل واقعی مشکلات مردم تبدیل شود.

میرسبحان سادات روانشناس، روان‌درمانگر و استاد دانشگاه:

شفافیت و صداقت شرط لازم در اعتماد به گروه‌های همیاری مجازی است

میرسبحان سادات روانشناس، روان‌درمانگر و استاد دانشگاه در گفت‌وگو با «جوان» با اشاره به اینکه باید بین «وصل بودن» و «نزدیک بودن» تفاوت قائل شویم، گفت: ممکن است ما در شبکه‌های اجتماعی با صدها نفر در ارتباط باشیم، از زندگی آنها خبر داشته باشیم، استوری‌هایشان را ببینیم، برایشان کامنت بگذاریم و پست‌هایشان را لایک کنیم، اما این الزاماً به معنای داشتن یک رابطه عمیق و صمیمی با آنها نیست.

■■■

وی گفت: در روانشناسی، احساس پیوند اجتماعی بیشتر به این معناست که فرد احساس کند به یک جمع تعلق دارد؛ آدم‌هایی هستند که او را می‌فهمند، اگر مشکلی داشته باشد کنارش هستند و می‌تواند روی آنها حساب کند. این رابطه نیز باید دوطرفه باشد. ممکن است فضای مجازی در این زمینه برای ما یک احساس کاذب ایجاد کند، یعنی فاصله ارتباطی ما کمتر شده و حجم ارتباطاتمان بیشتر شده باشد، اما فاصله روانی و عاطفی لزوماً کاهش پیدا نکرده باشد.

سادات افزود: ممکن است فردی از زندگی صد نفر خبر داشته باشد، اما اگر ساعت دو نصف شب مشکلی برایش پیش بیاید، فقط بتواند روی یکی، دو نفر حساب کند. بنابراین نمی‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی ذاتاً انسان‌ها را به هم نزدیک یا از هم دور می‌کنند؛ مسئله اصلی این است که ما چگونه از آنها استفاده می‌کنیم و کیفیت رابطه‌ها چقدر برایمان اهمیت دارد.

وی ادامه داد: اگر استفاده ما از فضای مجازی به گفت‌وگو، حمایت از یکدیگر، هماهنگ کردن دیدارها، انجام کارهای مشترک و حفظ ارتباط با آدم‌های مهم زندگی منجر شود، می‌تواند روابط واقعی ما را تقویت کند، اما اگر استفاده ما فقط به دیدن زندگی دیگران، اسکرول کردن، لایک کردن و کامنت گذاشتن محدود شود، ممکن است حجم ارتباط زیاد شود، بدون اینکه صمیمیت افزایش پیدا کند.

این روانشناس تأکید کرد: برای تبدیل ارتباط مجازی به رابطه واقعی، ادامه‌دار بودن رابطه، دوطرفه بودن آن، واکنش نشان دادن به احساسات یکدیگر و خلق تجربه‌های مشترک اهمیت دارد. در غیر این صورت، حتی ممکن است فرد در میان جمع احساس تنهایی کند؛ در گروه‌های مختلف عضو باشد و با دهها نفر ارتباط داشته باشد، اما احساس کند واقعاً کسی را ندارد.

وی درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مقایسه اجتماعی نیز گفت: واقعیت این است که ساختار بسیاری از شبکه‌های اجتماعی بر دیده شدن، لایک گرفتن، دنبال‌کننده داشتن و نمایش موفقیت و سبک زندگی بنا شده است. انسان‌ها از گذشته خودشان را با دیگران مقایسه می‌کردند، اما شبکه‌های اجتماعی این مقایسه را چند برابر کرده‌اند.

این روان‌درمانگر افزود: در گذشته فرد معمولاً خودش را با دوستان، اقوام و همسایه‌هایش مقایسه می‌کرد. سطح اقتصادی و سبک زندگی افراد یک محله نیز معمولاً تا حدی به هم نزدیک بود، اما امروز ممکن است فردی که در یک منطقه محروم زندگی می‌کند، به‌صورت روزانه سبک زندگی افراد بسیار مرفه در کلانشهرها را ببیند و همین مسئله مقایسه را پررنگ‌تر کند.

وی ادامه داد: نکته مهم این است که ما معمولاً زندگی واقعی خودمان را با زندگی ویترینی دیگران مقایسه می‌کنیم. ممکن است کسی ماهی یک‌بار به رستوران خاصی برود، اما همان یک تجربه را در شبکه اجتماعی منتشر کند. در سه ماه شاید فقط یک روز چنین غذایی خورده باشد، اما مخاطب فقط همان یک روز را می‌بیند. درباره سفر، خودرو، جشن و سایر بخش‌های زندگی هم همین اتفاق می‌افتد.

سادات تصریح کرد: فرد روزهای بد، مشکلات مالی، اختلافات خانوادگی و لحظات سخت زندگی خودش را با بهترین و انتخاب‌شده‌ترین بخش‌های زندگی دیگران مقایسه می‌کند. این مسئله می‌تواند نارضایتی، حسادت، رقابت و چشم‌وهم‌چشمی ایجاد کند.

وی در ادامه با اشاره به مسئله اعتماد در فراخوان‌های کمک در فضای مجازی اظهار کرد: یکی از مهم‌ترین مسائل در کمک‌های اینترنتی، اعتماد است. وقتی قرار است برای فردی که او را نمی‌شناسیم پول واریز کنیم، سؤال اصلی این است که آیا مسئله‌ای که مطرح شده واقعاً وجود دارد یا نه.

این استاد دانشگاه افزود: اعتماد زمانی شکل می‌گیرد که شفافیت، صداقت و امکان بررسی وجود داشته باشد. اگر اعلام شود خانواده‌ای در یک محله برای تأمین رهن خانه به مبلغ مشخصی نیاز دارد، این خانواده توسط معتمدین محله بررسی شده، بخشی از مبلغ تأمین شده و اطلاعات لازم نیز ارائه شود، اعتماد بیشتر می‌شود. در این حالت نیاز، مبلغ، زمان و روند رسیدگی مشخص است.

وی ادامه داد: گزارش دادن نتیجه نیز اهمیت زیادی دارد. اگر گروهی مرتب درخواست کمک منتشر کند، اما هیچ‌وقت اعلام نکند چه اتفاقی افتاده، اعتماد مردم به‌تدریج از بین می‌رود. در مقابل، گزارش نتیجه، البته با حفظ کرامت انسانی فرد، نشان می‌دهد کمک واقعاً به نتیجه رسیده است.

سادات تأکید کرد: شفافیت به معنای از بین بردن آبروی افراد نیست. نباید برای اثبات یک نیاز، نام، تصویر و جزئیات زندگی یک خانواده را منتشر کنیم. می‌توان اطلاعات لازم را با حفظ حریم خصوصی و کرامت انسان ارائه کرد. همچنین اعتبار فرد یا نهادی که فراخوان را منتشر می‌کند بسیار مهم است؛ وقتی یک معتمد محله یا فردی که مردم او را می‌شناسند موضوعی را تأیید می‌کند، مشارکت نیز بیشتر می‌شود.

وی درباره اینکه چرا افراد گاهی یک مشکل را می‌بینند، اما برای حل آن اقدامی نمی‌کنند، گفت: در روانشناسی به این مسئله «اثر تماشاگر» گفته می‌شود. هرچه افراد بیشتری شاهد یک مسئله باشند، ممکن است احساس مسئولیت شخصی هر فرد کمتر شود. فرد با خودش می‌گوید این همه آدم این فراخوان را دیده‌اند، احتمالاً یکی دیگر کمک خواهد کرد.

این روانشناس افزود: به همین دلیل درخواست‌های کلی معمولاً اثر کمتری دارند. اگر فقط بگوییم «یک خانواده نیازمند کمک است»، مسئولیت برای فرد مشخص نیست، اما اگر دقیق بگوییم «سه نفر برای انجام این کار لازم داریم» یا مشخص کنیم از تعداد مشخصی سهم، چه تعداد تأمین شده و چه تعداد باقی مانده است، فرد بهتر متوجه می‌شود که چه کاری از او برمی‌آید. وی ادامه داد: هرچه کمک‌ها خرد، مشخص و قابل انجام باشند، احساس مسئولیت بیشتر می‌شود؛ مثلاً یک نفر خرید خانواده را انجام دهد، فرد دیگری وسیله‌ای را که در خانه دارد در اختیار آنها بگذارد و فرد دیگری مبلغ کوچکی کمک کند. مهم این است که فرد احساس نکند صرفاً تماشاگر است.

سادات درباره راه‌های ترویج فرهنگ همیاری در شبکه‌های اجتماعی نیز اظهار کرد: در این زمینه، نصیحت کردن چندان مؤثر نیست. به جای اینکه فقط بگوییم «کمک کنید»، بهتر است روایت کمک کردن را نشان دهیم؛ اینکه یک نفر چه کاری انجام داده و دیگران چه کاری می‌توانند انجام دهند.

وی افزود: هم روایت کسی که کمک کرده و هم روایت کسی که کمک را دریافت کرده، می‌تواند اثرگذار باشد. وقتی فردی بگوید چه حسی داشته که کسی در زمان نیاز کنارش بوده، یا کسی تجربه خود را از کمک کردن بیان کند، این روایت می‌تواند دیگران را نیز به مشارکت تشویق کند.

این روان‌درمانگر تصریح کرد: افرادی که چهره اجتماعی، عنوان یا اعتبار بیشتری دارند نیز می‌توانند در ترویج این فرهنگ نقش مهمی داشته باشند. همچنین باید مفهوم کمک را ساده کنیم. کمک الزاماً مبلغ زیادی نیست. ممکن است کسی توان مالی نداشته باشد، اما بتواند وسیله‌ای بدهد، زمانی را اختصاص دهد، مهارتی را آموزش دهد یا حتی فرد دیگری را برای کمک کردن ترغیب کند. همین هم نوعی همیاری است.

وی در پایان درباره تبدیل گروه‌های مجازی خانوادگی و محله‌ای به شبکه‌های واقعی همیاری گفت: ابتدا باید نگاه خودمان را تغییر دهیم. این گروه‌ها نباید صرفاً گروه پیام‌رسان باشند؛ باید به شبکه‌ای برای یاری، تعاون و همدلی تبدیل شوند.

وی افزود: در قدم اول باید هویت و هدف گروه مشخص باشد؛ مثلاً گروه خانواده، محله، مجتمع، مدرسه یا مسجد. هرچه اعضا و هدف گروه روشن‌تر باشند، اعتماد بیشتر می‌شود. سپس باید مشخص شود که گروه دقیقاً برای چه نوع نیازهایی فعالیت می‌کند؛ نیازهای مالی، غیرمالی، وقت، مهارت یا وسایل.

سادات ادامه داد: درخواست‌ها نیز بهتر است قالب مشخصی داشته باشند؛ مشکل چیست، چه کمکی لازم است، تا چه زمانی نیاز وجود دارد، چه مقدار از نیاز تأمین شده و چه کسی آن را تأیید کرده است. پس از حل مسئله نیز باید نتیجه اعلام شود.

وی تأکید کرد: وجود افراد مورد اعتماد در گروه بسیار مهم است. در کنار آن، حریم خصوصی کمک‌کننده و کمک‌گیرنده باید حفظ شود. همچنین مشارکت باید داوطلبانه باشد و نباید افراد را با مقایسه و شرمندگی مجبور به کمک کنیم. اینکه بگوییم «فلانی این‌قدر کمک کرده، تو چرا کمک نمی‌کنی؟» می‌تواند فضای مثبت همیاری را از بین ببرد.

وی گفت: یکی پول می‌دهد، دیگری وسیله می‌دهد، فردی وقت می‌گذارد و دیگری از افراد دیگر کمک جمع می‌کند. همه اینها ارزشمند است و مهم این است که همه اعضای گروه احساس مفید بودن داشته باشند.

این مشاور در پایان خاطرنشان کرد: وقتی نیازی برطرف شد، باید اعلام شود که مسئله حل شده است، حتی می‌توان به‌صورت دوره‌ای گزارش کرد که گروه چه کارهایی انجام داده و چه مشکلاتی را حل کرده است. روایت‌های اخلاقی، داستان‌های بزرگان و الگوهای همیاری نیز می‌توانند در کنار تجربه‌های واقعی، این فرهنگ را تقویت کنند. هدف نهایی این است که گروه مجازی از یک فضای صرفاً ارتباطی، به بستری برای اعتماد، همدلی و حل واقعی مشکلات مردم تبدیل شود.