



۲+

همه در معرض اضافه بار آلودگی بصری هستیم و تلاش مان بهینه سازی مصرف محتوا هنگام انجام چند کار معمول روزانه (قدم زدن در خیابان ، رانندگی ، شستن ظرف ها ، چرخیدن در اینستاگرام و غیره) است. ما می خواهیم از زمان به طور مؤثرتری استفاده کنید، پس کلاب هاوس روزهایی برای توانایی بیشتر در مصرف محتوا است.



شبکه اجتماعی کلاب هاوس: از احیای دورهمی های قدیمی

تا ایجاد روزهایی برای مصرف بیشتر محتوا

بازگشت شکوهمند صدا



میترا فردوسی
روزنامه نگار و پژوهشگر مطالعات فرهنگی

غیره) است. ما می خواهیم از زمان به طور مؤثرتری استفاده کنید، پس کلاب هاوس روزهایی برای توانایی بیشتر در مصرف محتوا است.

احساس فاعلیت و عاملیت

سیر اخباری که به ما عرضه و به ذهن ما سرازیر می شود به عنوان مخاطب، شنونده، بیننده و خواننده ما را در معرض دلزدگی خبری قرار می دهد و حتی باعث می شود خبرها را تا لایه های تحلیلی در سیستم شناختی خود پیش ببریم. اما کلاب هاوس این امکان را به فرد می دهد که نه تنها رویدادها و جریان های خبری بلکه بر فرایندها و روندهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی سوار شده و وارد لایه های تحلیلی موضوعات شود. این اتفاق علاوه بر تقویت قوه استدلال و تحلیل افراد به ایجاد حس عاملیت و قدرت منتهی می شود.

مصرف تظاهری

اینکه باید حتماً با دعوت نامه وارد شویم و حتماً باید آیفون داشته باشیم خود به خود استفاده از کلاب هاوس را تبدیل به یک دارایی مهم می کند؛ دارایی مهمی که می تواند به صاحبان خود احساس تشخص و مهم بودن بدهد. چنین اتفاقی وقتی قوت می گیرد که می بینیم جمعیت بزرگی از نخبگان فناوری و ثروتمندان و تحصیلکرده ها سازندگان آن و اولین کاربران این شبکه اجتماعی نوظهور را تشکیل می دهند. پس بی راه نیست اگر بگوییم احساس عضویت در کلاب هاوس حداقل در اوایل آغاز به کار این شبکه، شبیه به نوعی مصرف تظاهری همراه با احساس عضویت در باشگاه برترین ها بود. البته این را نباید نادیده گرفت که حضور جمعیت های متخصص مانند کارآفرینان، نخبگان تجاری، سلبریتی های فناوری، افراد مشهور، مدیران عامل و موارد مشابه در این شبکه اجتماعی به تشکیل اتاق های تخصصی انجامید که در آنها افراد علاقه مند با فعال در یک حوزه مشترک فرصت بحث و ارائه نظر، آموزش و پرورش مهارت ها، شبکه سازی و همکاری در پروژه های مشترک را پیدا می کردند. چیزی فراتر از ایده نخستین صاحبان کلاب هاوس که این شبکه اجتماعی را این گونه معرفی کرده اند: «کلاب هاوس مکانی است برای ملاقات با دوستان و تماس های جدید از سراسر جهان، برای گفتن داستان خود، پرسیدن سؤال، بحث، یادگیری و گفت و گو در مورد هزاران موضوع مختلف.»

شبکه های اجتماعی و «تکست» ها و «ایموجی» های مینیمال آنها، گفت و گوگری را به حاشیه برده اند. معلوم نیست سرنوشت و تب داغ این شبکه نوظهور چه خواهد شد اما فعلاً حرف زدن و دورهمی ها و شب نشینی های قدیمی در کلاب هاوس احیا شده اند.

توانایی بیشتر در مصرف محتوا

اتاق گفت و گو دقیقاً مانند یک تماس کنفرانسی است با این تفاوت که برخی از افراد در حال مکالمه هستند و بیشتر نفرات اتاق، به صحبت ها گوش می دهند و درست مانند یک تماس تلفنی، پس از پایان مکالمه و بحث و گفت و گو اتاق بسته می شود. چیزی که در مورد کلاب هاوس مهم است دانستن این نکته است که روند ارتباطات صوتی مدت هاست که قابل توجه است. ابتدا همه از رشد پادکست ها و تمایل زیاد به محتوای صوتی متعجب شدند. خیلی زود مردم شروع به ضبط پیام های صوتی در واتساپ، تلگرام و... کردند و فهمیدند که این کار چقدر ارتباطات آنها را با دیگران آسان می کند. حالا هم که تلگرام چت های صوتی را راه انداخته. در واقع می خواهم بگویم ظهور چنین شبکه اجتماعی ای که مبتنی بر صدا و صوت است قابل پیش بینی بود و دروغ چرا؟ انتظارش را می کشیدیم. چرا؟ شاید چون همه در معرض اضافه بار آلودگی بصری هستیم و تلاش مان بهینه سازی مصرف محتوا هنگام انجام چند کار معمول روزانه (قدم زدن در خیابان، رانندگی، شستن ظرف ها، چرخیدن در اینستاگرام و



کلاب هاوس یک ویژگی خاص دارد که می توان آن را مهم ترین دلیل اقبال ایرانی ها و حتی دیگر کاربران دنیا به آن دانست: حرفت را می زنی و تمام. درست شبیه دورهمی ها و جلسه ها و گعده های واقعی. با صدای خودت، با نام و نشان خودت دعوت می شوی به صحبت کردن. نظرات دیگران را می شنوی و بعد اتاق گفت و گو را ترک می کنی و رد و نشانی از اتاق هم باقی نمی ماند. حرف ها زده شده و تمام. صدای خودت، با نام و نشان خودت دعوت می شوی به صحبت کردن. نظرات دیگران را می شنوی و بعد اتاق گفت و گو را ترک می کنی و رد و نشانی از اتاق هم باقی نمی ماند. حرف ها زده شده و تمام.

صحبت از فرهنگ شفاهی است؛ سخن گفتن ها در دورهمی ها و شب نشینی هایی که در آنها حرف زدن همچون دور مکرری دست به دست می شد و نوبت به نوبت از پیر و جوان تا خردمند و خام، هرکسی دیدگاه و روایتش از روزمره و آینده و پیرامونش را با دیگران به اشتراک می گذاشت... می گویند همین فرهنگ و سنت قدیمی ایرانی هاست که این روزها همچون روحی تازه در کالبدی به نام کلاب هاوس حلول کرده و همه را مشتاق و شیدای آن ساخته! ایرانی هایی که در کمتر از سه هفته و در عید و تعطیلاتی که با محدودیت همراه بود، محملی پیدا کردند برای حرف زدن و شنیدن و گفت و گو. کلاب هاوس آخرین آس دنیای تکنولوژی های رسانه ای، یک شبکه اجتماعی صوتی است که موفقیتش را تنها می توان با واژه حیرت انگیز بیان کرد. شبکه ای که اگر چه هنوز حتی نسخه اندروید آن (سیستم عاملی که بیشتر ایرانی ها از آن استفاده می کنند) به بازار نیامده اما همه به دنبال دعوت نامه و پیوستن به آن هستند. این اقبال را چطور می توان تفسیر کرد و چرا هنوز کاربران جهان مجازی، ظرفیت پذیرش یک شبکه اجتماعی دیگر را دارند؟

حرفت را می زنی و تمام!

کلاب هاوس یک ویژگی خاص دارد که می توان آن را مهم ترین دلیل اقبال ایرانی ها و حتی دیگر کاربران دنیا از آن دانست: حرفت را می زنی و تمام. درست شبیه دورهمی ها و جلسه ها و گعده های واقعی. با صدای خودت، با نام و نشان خودت دعوت می شوی به صحبت کردن. نظرات دیگران را می شنوی و بعد اتاق گفت و گو را ترک می کنی و رد و نشانی از اتاق هم باقی نمی ماند. حرف ها زده شده و تمام. اگر چه با ورود رسانه ها و خبرنگاران به این شبکه اجتماعی و باز نشر صحبت چهره های سیاسی و فرهنگی، این ویژگی برای آدم های شناخته شده از دست رفته اما مردم معمولی، هنوز می توانند حرفشان را بزنند بی آنکه جایی آرشو شود. شاید کلاب هاوس پاسخ به نیاز حرف زدن واقعی در زمانه ای است که