

سال ۲۰۱۴، چالشی به راه افتاد به اسم «چالش سطل آب یخ». مردم سراسر دنیا، از جمله ایران، یک سطل آب یخ روی سر خودشان خالی می‌کردند و از آن فیلم می‌گرفتند. این چالش قرار بود برای حمایت از بیماران مبتلا به نوعی بیماری عصبی ناشناخته باشد، اما امروز خودش هم، به اندازه آن بیماری، از پادها رفته است. باین‌حال، جالب است بدانید که این چالش کمک بسیاری به تحقیق و درمان این بیماری کرده است.

خبریه و جهان اینترنتی



نیوپورکر — ناگهان جریانی بزرگ و زودگذر کشور را در می‌نوردد، بر رسانه‌های اجتماعی مسلط می‌شود و طوفانی از نظرات مختلف به راه می‌اندازد، نظرانی که تقریباً بلافاصله به شدت مورد حمله قرار می‌گیرند. منتقدان نیز دربارۀ عواقب مصیبت‌بار جریان هشدار می‌دهند. در نهایت حوصلۀ مردم سر می‌رود و پی چیز جدیدی می‌روند. بازی پوکمون‌گو نمونه‌ای از این جریان‌های همه‌گیر است؛ یک بازی واقعیت افزوده که مردم را در جست‌وجوی پیکاچوها و اسکوئیرتل‌ها آوارۀ کوچه و خیابان کرده است. چالش سطل آب یخ در سال ۲۰۱۴ نمودن دیگری از این جریان‌ها بود. میلیون‌ها نفر به منظور مبارزه با بیماری لو گهریگ ۱ در حال خالی‌کردن سطل آب یخ روی سرشان از خود فیلم گرفتند. کاربران فیسبوک بیش از هفت میلیون ویدئو ارسال کردند و شخصیت‌های مشهور بی‌شماری همچون بیل گیتس، جاستین تیمبرلیک و لئوناردو دی‌کاپریو در این کارزار شرکت کردند. به این ترتیب بیماری‌ای که تا همین اواخر کمتر شناخته شده بود و مبارزه با آن با کمبود بودجه مواجه بود، برای چند هفته بر افکار عمومی حکم فرما شد.

اما این داستان خوش باعث شد عده‌ای از مردم احساس ناراحتی کنند. چالش به عنوان شکلی از اسلکتیویسم ۲ مورد تمسخر قرار گرفت، یعنی راهی که مردم، از طریق آن، بدون انجام دادن کار خاصی احساس فضیلت‌مندی می‌کنند. منتقدان اعتراض کردند که این عمل گرایش مردم به بخشش از روی دلایل احساسی را تقویت کرده است، درحالی‌که تصمیم عاقلانه این است که بعد از ارزیابی‌های دقیق مشخص کنیم چگونه می‌شود از پول بهترین استفاده را کرد. بعضی استدلال کردند که این چالش باعث می‌شود کمک‌های مردمی از بیماری‌های همه‌گیرتر به سمت ای.ا.لاس منحرف شود که سالانه تنها شش‌هزار نفر به آن مبتلا می‌شوند. مردم حتی به خاطر هدر دادن آب هم به چالش سطل آب یخ حمله کردند.

همچنین این انتقادات یک مضمون اصلی یکسان داشتند: همه‌گیر شدن چالش ارزش آن را از بین برد. این مدعا از لحاظ شهودی پذیرفتنی است، اما آیا حقیقت دارد؟ در واقع، نه! چالش سطل آب یخ ممکن است در حال حاضر احمقانه به نظر برسد، اما در واقع تأثیرات گسترده‌ای داشت. طبق گزارش‌ها در سراسر جهان ۲۲۰ میلیون دلار برای سازمان‌های ای.ا.لاس جمع‌آوری شد؛ سازمان ای.ا.لاس آمریکا تنها در هشت هفته سیزده برابر کل کمک دریافت‌شده در سال پیش را دریافت کرده بود. آگاهی عمومی بالا رفت؛ این چالش پنجمین جست‌وجوی محبوب گوگل در سال ۲۰۱۴ بود. برایان فردریک، معاون ارتباطات و گسترش سازمان ای.ا.لاس، به من گفت: «این چالش باعث شد تعداد بسیار زیادی از مردم، که احتمالاً حتی نمی‌دانستند لو گهریگ کیست، از این بیماری آگاه شوند. این چالش چهرۀ ای.ا.لاس را برای همیشه تغییر داد.»

به بیان واضح‌تر، پول جمع‌آوری‌شده باعث شد تحقیقات بیشتری انجام شود و رسیدگی به بیماران افزایش پیدا کند. بنیاد ای.ا.لاس بودجه سالانۀ خود برای تحقیقات را سه برابر افزایش داد. «در حال حاضر محیط پژوهش نسبت به گذشته بسیار متفاوت است،» این را باربارا نیوهاوس، مدیرعامل بنیاد به من گفت. «امروز می‌بینیم که تحقیقات نه تنها در حوزۀ شناخت علل بیماری بلکه همچنین در حوزۀ درمان نیز پیشرفت چشمگیری داشته است.» سال گذشته تیمی از دانشگاه جانز هاپکینز مقاله‌ای در مجلۀ ساینس منتشر کرد که به عنوان موفقیتی چشمگیر در تحقیقات ای.ا.لاس مورد تجلیل قرار گرفت؛ اعضای تیم گفتند وجوه حاصل

از چالش سطل آب یخ روند کار آن‌ها را سرعت بخشیده است.

این درست است که بیشتر کسانی که در حین برگزاری چالش به درمان ای.ا.لاس کمک مالی کردند، بعدازآن، دوباره کمک‌های خود را تکرار نکردند. اما کمک‌های مالی به بنیاد ای.ا.لاس نسبت به سال پیش از چالش، ۲۵ درصد افزایش داشته و این میزان افزایش را تا امروز حفظ کرده است. همچنین متوسط سن اهداکنندگان از ۵۰ به ۳۵ سال کاهش یافته است. این کارزار در بین نسل ۳۲ با موفقیتی عظیم همراه بود، جمعیتی که بیشتر خیره‌ها دوران سختی را برای جلب حمایت آن‌ها گذرانده و می‌گذرانند. معمولاً جمعیت جوان‌تر کمتر از فنس‌های دیگر جامعه در کمک‌های مالی خیرخواهانه شرکت می‌کند. ظاهراً نسل ۲ در برابر درخواست کمک‌هایی که به شکل سنتی انجام می‌شود، مقاوم‌تر از نسل‌های پیشین خود هستند. این چالش، با استفاده از قدرت رسانه‌های اجتماعی در انتشار کلمات و با تسهیل پرداخت کمک‌ها با استفاده از موبایل، توانست بر این مشکلات غلبه کند.

اگر پیروزی این چالش به قیمت شکست خیره‌های دیگر به دست آمده باشد، می‌توان این دوگانگی در رویکردها را موجه دانست. اما تقریباً هیچ مدرکی دال بر این موضوع وجود ندارد. طبق آمارهای منتشرشده از سوی بنیاد بخشش آمریکا، در سال ۲۰۱۴ کمک افراد به سازمان‌های خیریه در ایالات متحده تقریباً شش درصد افزایش داشته است، آماري که نشانی از اثرات مخرب در آن دیده نمی‌شود. البته ممکن است صرفاً ذات این چالش، که متعلق به دسته‌ای است که انسان‌شناسان آن را «مناسک افراطی» می‌نامند، باعث شده باشد افراد بخشنده‌تر شوند. دیمیتریس خیگالاتاس، انسان‌شناس دانشگاه کنتیکت، درباره اثرات چنین مناسکی مطالعه کرده و، بر روی کسانی که در حال به‌جا آوردن آیین کاوادی بوده‌اند، آزمایشی شگفت‌انگیز انجام داده است. کاوادی نوعی آیین هندوست که شرکت‌کنندگان در آن پوست خود را با اجسام تیز می‌شکافند و سپس درحالی‌که اشیای سنگینی را حمل می‌کنند مسافتی طولانی را طی می‌نمایند. خیگالاتاس متوجه شد افرادی که این آیین را انجام دادند و حتی کسانی که تنها در این راهپیمایی شرکت کردند، بیشتر از کسانی که در گروه معیار بودند، به خیره کمک کردند. همچنین کسانی که دردناک‌ترین توضیحات را درباره این تجربه ارائه می‌کردند بیش از همه به خیره پول داده بودند. در نتیجه، خیگالاتاس معتقد است چالش سطل آب یخ نه تنها به سازمان‌های خیریه دیگر ضرری نرزد، بلکه تقریباً بدون شک میزان کلی کمک‌ها را نیز افزایش داده است.

درواقع این دستاورد حقیقی چالش بود: چالش سطل آب یخ از ابزارهایی همچون سلفی، هشتگ و لایک، که معمولاً برای سرگرمی یا منافع سازمانی از آن‌ها استفاده می‌شود، به منظور ارتقای خیر عمومی بهره برد. منتقدین کارزار گفتند اگر مردم بر روی سرشان آب یخ نمی‌ریختند احتمالاً می‌توانستند برای ریشه‌کن کردن مالاریا فعالیت کنند. اما به نظر من اگر در این چالش شرکت نمی‌کردند، به احتمال زیاد به جای آن، تصاویر گربه‌ها را تماشا می‌کردند یا مثل امروز پوکمون‌گو بازی می‌کردند. مسئله این نیست که چالش سطل آب یخ جریانی زودگذر در خیره بود. مسئله این است که هیچ‌کس نفهمید چطور می‌توان چنین کارزارهایی را تکرار کرد.

پی‌نوشت‌ها:

* این مطلب در تاریخ ۲۷ اکتبر ۲۰۱۶ با عنوان Challenge Bucket Ice the to Happened What در وب‌سایت نیویورکر منتشر شده است و وب‌سایت ترجمان در تاریخ ۲۳ آذر ۱۳۹۵ این مطلب را با عنوان چه بر سر چالش سطل آب یخ آمد؟ ترجمه و منتشر کرده است.

* جیمز سورویسکی (Surowiecki James) نویسنده کتاب حکمت عامه است و در سایت نیویورکر مطالب اقتصادی می‌نویسد.

[۱] بیماری ای.ا.لاس یا بیماری لوگه‌ریگ یکی از بیماری‌های نوروهای حرکتی است که موجب تخریب پیش‌رونده و غیرقابل‌ترمیم در دستگاه عصبی مرکزی (مغز و نخاع) و دستگاه عصبی محیطی می‌شود. اسکروز جانبی آمیوتروفیک شایع‌ترین بیماری نوروهای حرکتی (MND) می‌باشد. بنابراین این بیماری علاوه بر علائم نوروهای حرکتی فوکالی، نشانه‌های نوروهای حرکتی تختانی را هم ایجاد می‌کند. درحقیقت در ای.ا.لاس نشانه‌های فلج مرکزی و محیطی توأم ایجاد می‌شود. استیون هاوکینگ یکی از مشهورترین کسانی است که به این بیماری مبتلا هستند. (برگرفته از ویکی‌پدیا)

[۲] Slacktivism و پذیرندمی صورت اجتماعی یا سیاسی هدفی از حمایت در و اینترنت طریق از که شودمی اطلاق اعمالی به Slacktivism [۲] لازم نیست برای آن‌ها وقت یا انرژی زیادی صرف کرد، مثل امضاکردن درخواست یا پیوستن به کارزاری در شبکه‌های اجتماعی.

[۳] نسل وای یا نسل ایگرگ، که با نام نسل هزاره نیز شناخته می‌شود، به نسلی می‌گویند که پس از نسل ایکس و پیش از نسل زد زاده شده‌اند. بر سر این موضوع که تولد نسل وای در چه زمانی آغاز شده و کی به پایان رسیده است، هیچ اجماعی وجود ندارد. برخی صاحب‌نظران بر این باورند که تولد نسل وای در جایی در اواخر دهه ۱۹۷۰ یا اوایل دهه ۱۹۸۰ آغاز شده و در اوایل دهه ۲۰۰۰ به پایان رسیده است.

نسل وای اولین نسلی است که والدینشان از آن‌ها کمک می‌گیرند، برای نمونه، پدر خانواده در انتظار فرزندش است تا وی برای او دی‌وی‌دی‌پلیر را راه‌اندازی کند. (ویکی‌پدیا)

در اینجا منظور نویسنده به‌طور کلی نسل جوان است.

Giving U.S.A [۴]

منبع/ ترجمان

* جیمز سورویسکی/ ترجمه امیر قاجارگر

