

خانواده مجازی

مروزی بر فرصت ها و چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه



عباس زمانی

در دنیای امروز که عصر ارتباطات نام گرفته، رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی به مثابه جزء لاینفک ارتباطات اجتماعی در نظر گرفته می شوند به گونه ای که تصور دنیای بدون رسانه برای ما غیر ممکن است.

این در حالی است که در طول چند دهه گذشته با تغییرات ایجاد شده در فناوری رسانه، ظهور رسانه های نوین باعث رسوخ بیشتر تکنولوژی در زندگی انسان ها شده و بالطبع به واسطه شیوه و تأثیرات استفاده، تغییرات فرهنگی متعددی را در خانواده ها و جامعه به وجود آورده است.

با نگاهی واقع بینانه به رویدادهای اخیر فضای مجازی و ظهور نرم افزارهای اجتماعی بر روی تلفن های همراه هوشمند درمی یابیم که این برنامه ها دارای کارکردهای مثبت و در عین حال تأثیرات زیان بار فرهنگی و اجتماعی است که باعث ظهور سبک و شیوه جدیدی در زندگی، ارتباطات خانوادگی و تعاملات اجتماعی کاربران گردیده و مفاهیم جدیدی همچون «خانواده مجازی» را به وجود آورده است.

این کتاب پیرامون چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه تدوین شده و با نثری روان و ساده در اختیار علاقه مندان قرار گرفته است.

از کلیه خوانندگان و پژوهشگران عزیز و اساتید محترم حوزه و دانشگاه درخواست می گردد، ضمن بیان نظرات و پیشنهادات خود، نگارنده را جهت برنامه های آتی یاری رسانند.

ISBN: 978-600-04-4204-0



9 786000 442040

قیمت: ۶۰۰۰ تومان



تقدیم به
روح پاک مادر عزیزم

خانواده مجازی

مروری بر فرصت ها و چالش های
استفاده از شبکه های اجتماعیه مجازی تلفن همراه

عباس زمانی

۱۳۹۴

سرشناسه: زمانی، عباس، ۱۳۶۱ -

عنوان و نام پدیدآور: خانواده مجازی: مروری بر فرصت‌ها و چالش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلفن همراه/عباس زمانی.

مشخصات نشر: اصفهان: عباس زمانی، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص.: مصور، جدول؛ ۵/۱۴×۵/۲۱ س.م.

شابک: ۰-۴۲۰۴-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۲۲-۱۲۸.

عنوان دیگر: مروری بر فرصت‌ها و چالش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلفن همراه.

موضوع: شبکه‌های اجتماعی پیوسته -- ایران -- جنبه‌های اجتماعی -- نمونه‌پژوهی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ خ ۸/ز HM۷۴۲

رده بندی دیویی: ۰۰۶/۷۵۴

شماره کتابشناسی ملی: ۴۰۹۳۴۲۳

خانواده مجازی

مروری بر فرصت‌ها و چالش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلفن همراه

نویسنده: عباس زمانی

ناشر: مؤلف

چاپ و صحافی: مجتمع صحافی الغدير

طرح جلد: محمد مهدی جعفری جم

صفحه آرایي: سيد مصطفی ديباجی

ویراستار: مرضیه طغیانیان

قطع و شمارگان: رقعی - ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول

تاریخ نشر: بهمن ماه ۱۳۹۴

تمامی حقوق برای نویسنده محفوظ می‌باشد.

تماس با مؤلف: ۰۹۱۳ ۳۰۹ ۷۵۷۱ abspress@gmail.com

مرکز پخش: ۰۹۱۳ ۱۰۳۳۱۶۸ (دانش فزون)

مقدمه

در دنیای امروز که «عصر ارتباطات» نام گرفته است، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی به واسطه سرعت، تداوم و وسعت جهانی انتشار پیام به مثابه جزء لاینفک ارتباطات اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند، به گونه‌ای که تصور دنیای بدون رسانه برای ما غیرممکن است. این درحالی است که در طول چند دهه گذشته با تغییرات ایجاد شده در فناوری رسانه، ظهور رسانه‌های نوین باعث رسوخ بیشتر تکنولوژی در زندگی انسان‌ها شده و بالطبع به واسطه شیوه و تأثیرات استفاده، تغییرات فرهنگی متعددی را در خانواده‌ها و جامعه به وجود آورده است.

با نگاهی واقع‌بینانه به رویدادهای اخیر فضای سایبری و ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن‌های همراه هوشمند، به نظر می‌رسد روند استفاده از این ابزار ارتباطی در جامعه امروزی از شتابی روز افزون برخوردار بوده و اگرچه ممکن است همانند بسیاری از رسانه‌های نوین در ابتدای امر نزد کاربران و عامه مردم دارای محبوبیت و استقبال باشد و به مرور از شدت آن کاسته شود، اما تغییرات و تأثیرات فرهنگی آن در زمان کوتاه استفاده به اندازه‌ای است که نمی‌توان از پیامدهای منفی آن به راحتی چشم‌پوشید.

این درحالی است که از یک طرف این شبکه‌ها دارای کارکردهای متعددی همچون؛ تقویت ارزش‌ها و باورهای ملی و مذهبی، تسهیل روابط خانوادگی و دوستانه، ارتقاء دانش

خانواده مجازی

و آگاهی‌های اجتماعی، فراهم آمدن فرصت‌های تفریحی و سرگرمی و... است و از طرف دیگر تأثیرات زیان‌باری همچون؛ تضعیف ارزش‌ها و هنجارهای خانوادگی و اجتماعی، کاهش مهارت‌های ارتباطی، اعتیاد به استفاده مداوم، به خطر افتادن سلامت روحی و روانی فردی و اجتماعی، ترویج شایعات و اطلاعات نادرست و کاهش اعتماد اجتماعی، نقض حریم خصوصی، سوء استفاده از افراد و... را به دنبال دارد.

این پیامدهای منفی و تغییرات فرهنگی مخرب در حوزه ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی به عنوان مهمترین مؤلفه‌ها و اجزاء فرهنگ جامعه که ناشی از استفاده بی‌رویه و مداوم از این شبکه‌ها است، باعث بروز نگرانی‌های زیادی در خانواده‌ها و سایر نهادهای اجتماعی شده است. به ویژه آنکه باعث ظهور سبک و شیوه جدیدی در زندگی، ارتباطات خانوادگی و تعاملات اجتماعی گردیده و مفاهیم جدیدی همچون «خانواده مجازی» از این شیوه «زندگی مجازی» به وجود آمده است.

از این رو به نظر نگارنده پرداختن به موضوع حاضر بسیار ضروری است و لازم است مسؤولین امر هرچه سریعتر با بهره‌گیری مناسب از فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌روی در جهت سیاست‌گذاری صحیح و هدایت کاربران به سمت و سوی استفاده مطلوب و مناسب از این ابزار نوین ارتباطی گام بردارند.

مجموعه پیش‌روی حاصل یافته‌های پژوهشی پیرامون چالش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تلفن همراه است که در سال ۹۴ انجام گرفته است.

به همین منظور و در جهت شناخت تجارب مستقیم و واقعی کاربران و استفاده کنندگان، از روش تحقیق کیفی با رویکرد پدیدارشناسی استفاده شد که در این زمینه تعدادی از کاربران حرفه‌ای (خانم و آقا) در مقاطع کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری در رده سنی ۱۹ تا ۵۷ سال به صورت نمونه‌گیری هدفمند در ادارات، سازمان‌ها، کتابخانه‌ها، مراکز عمومی و دانشگاه‌ها، انتخاب و با ابزار پرسشنامه نیمه ساختار یافته تا اشباع اطلاعات مورد مطالعه قرار گرفتند.

در ادامه مطالب، نتایج به دست آمده با تأکید بر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در چهار فصل بانثری روان و ساده بیان و در اختیار علاقه‌مندان و خوانندگان قرار گرفته

است.

در پایان جا دارد از سعی و حوصله تمامی مشارکت کنندگان در این پژوهش و زحمات اساتید بزرگوارم سرکار خانم دکتر آذرقلی زاده، جناب آقای دکتر رضا اسماعیلی و سرکار خانم دکتر فائزه تقی پور که در طی این مسیر بنده را راهنمایی نموده و از نقطه نظرات ایشان به طور موثر بهره مند شدم، همچنین همسر خوب و فداکارم سرکار خانم مرضیه طغیانیان، برادر عزیزم جناب آقای هادی زمانی و دوستان خوبم آقایان حسین حاجیان و محمدرضا عابدینی که در این راه همواره به بنده امید دادند قدردانی نموده و برای تمامی تلاشگران عرصه علم و فرهنگ به ویژه اساتید بزرگوار و گرانقدرم جناب آقای نادرقلی نادری رارانی و جناب آقای منصور گلناری که چراغ راه کسب علم و معرفت این حقیر بودند، آرزوی موفقیت بنمایم.

عباس زمانی

کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی

دی ماه ۱۳۹۴

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات	۱۲
شبکه های اجتماعی مجازی و مسائل آن	۱۳
فصل دوم: رسانه و ارتباطات رسانه ای	۲۰
مفهوم ارتباط و رسانه	۲۰
انواع رسانه های جمعی	۲۲
الف) رسانه های دیداری	۲۲
ب) رسانه های شنیداری	۲۲
ج) رسانه های گفتاری	۲۳
د) رسانه های نوشتاری	۲۳
ه) رسانه های تلفیقی یا چند رسانه ای	۲۴
رسانه های نوین یا رسانه های عصر جدید	۲۵
تلفن همراه، نماد عینی رسانه های نوین	۳۱
تاریخچه تلفن همراه	۳۴
انواع ارتباط با تلفن همراه	۳۷
الف) تماس تلفنی	۳۸
ب) پیامک (اس.ام.اس)	۳۸
ج) پیام چند رسانه ای (ام.ام.اس)	۳۸
د) بلوتوث	۳۹
ه) ارتباط مجازی شبکه ای	۳۹
نرم افزار های اجتماعی مجازی؛ تنوع و قابلیت ها	۴۱
نرم افزار های خدمات پیام فوری	۴۱
گروه افزارها	۴۲
فروم های اینترنتی	۴۲

۴۲.....	ویکی ها
۴۲.....	وبلاگ ها
۴۳.....	ویرایشگرهای گروهی
۴۳.....	بوک مارک های اجتماعی
۴۳.....	وب سایت های اشتراک ویدئو و فیلم
۴۳.....	شبکه های اجتماعی مجازی
۴۸.....	فرصت ها و چالش های استفاده از رسانه های نوین
۴۹.....	مزایا و کارکردهای ارزشی
۵۲.....	مزایا و کارکردهای هنجاری
۵۵.....	معایب و پیامدهای منفی ارزشی
۶۰.....	معایب و پیامد های منفی هنجاری
۶۶.....	فصل سوم: فرصت های استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه
۶۸.....	کارکردها و فرصت های ارزشی
۶۸.....	۱- تحکیم روابط خانوادگی
۷۰.....	۲- تقویت هویت ملی و مذهبی
۷۳.....	۳- تقویت ارزش های درون گروهی
۷۶.....	۴- ارتقاء دانش
۷۹.....	کارکردها و فرصت های هنجاری
۷۹.....	۱- فراهم آوردن فرصت های تفریحی
۸۰.....	۲- اطلاع رسانی
۸۲.....	۳- گسترش و تسهیل روابط خانوادگی
۸۲.....	۴- گسترش و تسهیل روابط دوستانه
۸۴.....	۵- گسترش ارتباطات سهل و کم هزینه

فصل چهارم: چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه.....	۹۰
پیامدهای منفی و تهدیدهای ارزشی	۹۱
۱- اشاعه مطالب غیر علمی و دور از واقعیت	۹۱
۲- تضعیف هویت ملی و مذهبی	۹۲
۳- نقض حریم خصوصی افراد	۹۳
۴- کاهش اعتماد اجتماعی	۹۴
۵- تضعیف ارزش های اخلاقی و خانوادگی	۹۵
پیامدهای منفی و تهدیدهای هنجاری	۹۷
۱- تضعیف ارتباطات خانوادگی	۹۷
۲- ترویج ارتباطات نابهنجار اجتماعی	۹۹
۳- جعل هویت	۱۰۱
سخن پایانی: خانواده مجازی و زندگی مجازی	۱۰۸
فهرست منابع	۱۲۲

کلیات



فصل اول: کلیات

رشد و توسعه رسانه های دیجیتال^۱ در دنیای امروز به گونه ای است که به نظر می رسد عصر جدیدی در حوزه جامعه شناسی و روابط انسانی پیش روی باشد؛ عصری که در آن مفاهیم زمان و مکان به شکل قابل توجهی تغییر کرده و انقلابی فراگیر در عرصه ارتباطات انسانی به وجود آمده است.

«رسانه های جدید مجموعه متمایزی از فناوری های ارتباطات بوده که دیجیتالی بودن و دسترسی گسترده برای استفاده شخصی از ویژگی های مشترک آن می باشد» (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۳۱۹).

تلفن همراه، پدیده نوظهور عصر ارتباطات است که در بیش از دو دهه حضور فراگیر در جامعه ایرانی توانسته جایگاه متمایزی نسبت به سایر رسانه ها و وسایل ارتباطی کسب کند. اگرچه در ابتدا این وسیله بیشتر کاربردی شبیه تلفن سیار با امکان مبادله یک جمله متنی ساده را داشت اما با پیشرفت های صورت گرفته در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و وقوع انقلاب های فنی و ساختاری در عرصه رسانه ها، در کمتر از یک دهه این وسیله به یکی از محبوبترین رسانه ها به خصوص در میان قشر جوان تبدیل شده است.

وجود کارکردهای متنوع تلفن همراه اغلب دیدگاه های مختلفی در خصوص فرصت ها و تهدیدهای آن مطرح نموده است.

کارکردهایی همچون امکان عکاسی و فیلم برداری، ارسال و دریافت پیامک و پیام چند رسانه ای، بالا بودن سرعت انتقال اطلاعات و پیام ها، امکان ارسال تصویر و فیلم، امکان ضبط صدا، دریافت امواج رادیو و تلویزیون، امکانات رایانه ای، اتصال به شبکه و... (روجک^۱، ۱۳۹۰: ۴۲) در کنار خدمات اینترنت جهانی باعث شده که این وسیله جذاب، بدون محدودیت زمانی حجم زیادی از اطلاعات صوتی، تصویری و متنی را تولید و ذخیره و با استفاده از خدمات اینترنت و نرم افزارهای اجتماعی^۲ و شبکه های اجتماعی مجازی^۳ در کسری از دقیقه به هر نقطه از جهان منتقل نماید.

شبکه های اجتماعی مجازی و مسائل آن

یک شبکه اجتماعی مجازی وب سایتی است که در مرحله اول به افراد و سازمان ها اجازه می دهد صفحات خود را روی آن ایجاد و در مرحله دوم این صفحات بر اساس مشترکات گوناگون به هم متصل شود (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۷).

این شبکه ها محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ به تعامل و تبادل اطلاعات می پردازند و از این رو است که در حوزه علوم انسانی از اهمیت روز افزونی برخوردار است.

با توجه به استقبال شدید از این شبکه ها، در تازه ترین جهت گیری کاربران شکل جدیدتری از روابط انسانی به وجود آمده است، به گونه ای که اگرچه پنهان بودن هویت کاربران مفهومی جذاب در عرصه ارتباطات اجتماعی به شمار می رود اما در چند سال اخیر افراد با هویت واقعی به دنبال احیای روابط اجتماعی سنتی گذشته خود با دوستان، آشنایان، هم کلاسی ها و حتی اعضای خانواده و ایجاد روابطی جدید با همفکران خود به صورت مجازی هستند که به نظر می رسد این شیوه جدید نه تنها شبکه های اجتماعی سنتی را تضعیف نکرده بلکه می تواند

1 - Rojek C

2 - Social Application

3 - Virtual Social Network

بر تداوم آن بی افزاید.

البته این بدان معنی نیست که پیامدهای منفی فردی و اجتماعی آن نادیده گرفته شده و یا ساده انگاشته شود اما این مهم، تنها در سایه تبیین واقع بینانه نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدهای آن قابل فهم و برنامه ریزی مناسب و کارآمد بوده و خواهد بود.

در یک نگاه کلی با وجود اینکه تلفن همراه فی نفسه یک ابزار ارتباطی مناسب و دارای کارکردهای مفید و مؤثری همچون: توسعه مشارکت های اجتماعی، توسعه ارزش های انسانی و اخلاقی، افزایش اعتماد، اطلاع رسانی، سازماندهی انواع گروه های اجتماعی مجازی، کارکرد تبلیغی، انتشار سریع و آزادانه اخبار، تقویت روحیه انتقادی، ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان، آموزش مجازی، تفنن و سرگرمی، امکان برقراری ارتباط به طور مداوم و در هر زمان و مکان، کاهش هزینه و تردهای شهری و... می باشد، در سوی دیگر وجود تهدیدهای متعددی همچون: تبلیغات ضد دینی و القای شبهات، کمرنگ کردن ارزشهای اسلامی و اخلاقی، به مخاطره افتادن سلامت جامعه، اعتیاد، حاکم کردن ادبیات غیرمعارف بر جامعه، نقض حریم خصوصی افراد، انزوای اجتماعی، بحران هویت و اختلال در شکل گیری شخصیت، به خطر افتادن هویت ملی، کاهش مهارت های ارتباطی، سوء استفاده جنسی، شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب، گسترش ارتباطات نامتعارف میان جوانان، مصرف گرایی، ظهور تخلفات سایبری و مزاحمت مجازی و استفاده های ناصحیح و در پاره ای موارد افراطی از این شبکه ها در کنار وب سایت های مختلف اینترنتی بر آسیب های فرهنگی تلفن همراه افزوده است. وجود همین آسیب ها و تهدیدهای فرهنگی - اجتماعی باعث شد تا حتی پیش از آنکه این شبکه ها از طریق برنامه های تلفن همراه به سادگی در دسترس عمومی کاربران قرار گیرد، امکان دسترسی به برخی از آنها مانند فیس بوک^۱ از طرف دولت محدود و سیاست های فرهنگی برای کاهش تقاضای آن در پیش گرفته شود.

این درحالی است که ارائه نرم افزارهای اجتماعی تلفن همراه، استفاده از این وسیله و شبکه های اجتماعی آن را به گونه ای با یکدیگر عجین نموده که دستگاه های جدید تلفن همراه بدون این برنامه ها بی معنا شده و از استقبال قابل توجهی برخوردار نخواهند بود و همین موضوع نگرانی های زیادی را برای خانواده ها و مسؤولین در ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و حتی سیاسی به وجود آورده است.

تازه ترین آمار استفاده کنندگان از شبکه های مجازی و اینترنت در سراسر جهان نشان می دهد که در هر دقیقه؛ ۱۳۰۰ کاربر جدید تلفن همراه، ۶ میلیون بازدید از فیس بوک (در کنار ۲۷۷ هزار ورود به فیس بوک)، ۳۲۰ حساب کاربری جدید توئیتر^۱ (به همراه ۱۰۰ هزار توئیٹ^۲)، همچنین ۱/۳ میلیون بازدید فیلم از سایت یوتیوب^۳ انجام می شود. این آمار نشان می دهد که در همین یک دقیقه بیش از ۲ میلیون جستجو در گوگل، ۲۰ میلیون بازدید عکس در فلیکر^۴ و ۲۰۴ میلیون نامه الکترونیکی در حال ارسال می باشد. از طرف دیگر آمارها حاکی از آن است که تعداد دستگاه های متصل به اینترنت معادل جمعیت هفت میلیاردی جهان است که پیش بینی می شود این رقم به دو برابر افزایش یابد (ناظمی، ۱۳۹۳: ۱۰).

آمار اعلام شده در نیمه اول سال ۹۴ از وضعیت دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور نیز نشان می دهد که ۲۵ میلیون نفر کاربر اینترنت در ایران وجود دارد. همچنین طبق این بررسی ضریب نفوذ استفاده از تلفن همراه در کشور ۶۱.۵ درصد است و تهران با ضریب نفوذ ۷۱.۲ درصد بیشترین مشترکین موبایل را در خود جای داده است. در این بررسی ها، کاربر اینترنت به فردی اطلاق می شود که در ۳ ماه گذشته از اینترنت استفاده کرده باشد (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۴).

همچنین آمارها حاکی از آن است که ایران در استفاده از سایت ها و شبکه های

1 - Twitter

2 - Tweet

3 - You tube

4 - Flickr

غیر اخلاقی در رتبه بالایی در میان سایر کشورها قرار دارد و از طرفی در سال های اخیر گرایش جوانان علاوه بر این شبکه ها به سایت های دوست یابی نیز افزایش یافته است که یکی از دلایل آن می تواند دسترسی آسان به سایت ها و شبکه های مجازی از طریق تلفن های همراه جدید باشد.

آخرین آمار به دست آمده در کشور از نفوذ بی سابقه شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه در میان مردم خبر می دهد. بر اساس نظرسنجی انجام شده توسط مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در سال ۹۴، ۷۲ درصد از جوانان ۱۸ تا ۲۰ سال، ۷۵ درصد از افراد دارای تحصیلات دانشگاهی و در مجموع ۵۳ درصد از مردم ایران حد اقل عضو یکی از شبکه های اجتماعی تلفن همراه هستند (فناوران اطلاعات، ۱۳۹۴: ۲).

در طول ظهور این شبکه ها و فراگیر شدن آن در میان جوانان کشورمان، بارها شاهد کشمکش میان دولت و مجلس، گروه های سنتی مخالف در مقابل کاربران و روشنفکران و حتی تضادهایی در درون نهادهای متولی بودیم، تا جایی که یک گروه به استناد آسیب های ناشی شده به شدت استفاده از آن را نفی و گروه دیگر استفاده از این شبکه ها را در راستای آزادی های مدنی جامعه حق مسلم هر فرد دانسته و با دخالت دولت و محدودیت استفاده از آن مخالفت نموده اند.

آنچه مسلم این است که هر دو گروه یاد شده به خوبی از آسیب های احتمالی آن مطلع و در کمترین احتمال نگرانی هایی از این دست دارند. از این رو پرداختن به کاربردهای تلفن همراه و به ویژه کانال های ارتباطی آن همچون شبکه های اجتماعی مجازی در کنار سایر قابلیت های این رسانه نوین دارای اهمیت بسیاری می باشد.

در این راستا یکی از اقدامات دولت جهت برخورد مناسب و متناسب با فضای مجازی و شبکه های اجتماعی، هماهنگی جهت تشکیل کمیته تخصصی فضای مجازی به منظور مواجهه عالمانه و پیشتاز با تحولات فضای مجازی و سیاست گذاری در حوزه جوانان با مشارکت فعالان دستگاه های اجرایی در ادارات کل ورزش و جوانان است که بررسی چالش ها و فرصت های فرهنگی و اجتماعی فضای

مجازی و استفاده از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدات این فضا در حوزه نوجوانان و جوانان در این کمیته میسر خواهد شد (زواره‌ای، ۱۳۹۴: ۱۰).

آنچه از مطالب پیشین به دست می‌آید این است که تلفن همراه با کاربران بسیار زیاد خود در سراسر جهان، هم به عنوان واسطه ارتباطات میان فردی، هم به عنوان رسانه، و هم وسیله سرگرمی قابل مطالعه و بررسی است، چرا که علاوه بر کاربردهایی همچون تسهیل ارتباطات میان فردی و کاربردهای تجاری، سایر ویژگی‌های آن مانند؛ امکان دریافت برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، امکان اتصال به اینترنت و دریافت صفحات روزنامه، در کنار بازی‌های موبایلی، دریافت و ارسال فایل‌های صوتی و تصویری، ضبط و پخش موسیقی، عکاسی و فیلمبرداری و... می‌تواند جذابیت‌های متعددی را برای کاربران به وجود آورد (جوادی یگانه، ۱۳۹۱: ۲۳).

تلفن‌های همراه هوشمند، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و... از جمله رسانه‌هایی هستند که در سال‌های گذشته تلاش‌های بسیاری جهت تبیین ماهیت استفاده از آنها انجام و از آنجا که استفاده عموم شهروندان از تلفن همراه در دنیای امروز امری اجتناب‌ناپذیر شده، هم‌نشینی آن با شبکه‌های اجتماعی مجازی طلوع عصری جدید در رسانه‌های نوین را نوید می‌دهد.

اهمیت رسانه‌ها در عصر جدید از آن جهت است که اگر تا یک دهه پیش فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های جوانان و نوجوانان حول مصرف، به ویژه در عرصه مربوط به پوشش و موسیقی قرار داشت، در حال حاضر فناوری‌های ارتباطی تعاملی و مجازی، به ویژه اینترنت و تلفن همراه، الزاماتی جدی برای خرده فرهنگ‌های ایشان پدید آورده اند (ذائر ثابت و فردی، ۱۳۹۱: ۱۲۱).

این درحالی است که سرعت بالا در ارتباطات مسافت‌های طولانی، دامنه دسترسی وسیع و ظرفیت‌های ارتباطی بسیار قوی، ظرفیت ذخیره بسیار زیاد نسبت به رسانه‌های چاپی و آنالوگ، برخورداری از دقت بالای اطلاعات ارسالی در مقایسه با تلفن یا ارتباطات چهره به چهره، امکان‌گزینش‌گری در ارتباط با افراد، تعامل دو سویه و ترکیب محرک‌های کلیدی و حواس انسانی در برقرار

ارتباط، به همراه پایین بودن حفاظت از حریم خصوصی کاربران از ویژگی های رسانه های جدید است (اکبر زاده، ۱۳۸۵: ۴۴-۶).

از طرف دیگر اگرچه تا مدتی قبل استفاده از امکانات ساده تلفن همراه همچون تماس و پیامک نظرات فراوانی در حوزه علوم انسانی مطرح می کرد، اما ظهور تدریجی شبکه های اجتماعی مجازی طی یک دهه و فراگیر شدن استفاده از نرم افزارهای اجتماعی مرتبط بر روی تلفن های همراه در کمتر از دو سال پدیده ای است که کمتر به آن پرداخته شده است.

ظهور و نفوذ فراگیر این پدیده اجتماعی به قدری سریع بوده است که بررسی آن در راستای نظریه های مختلف جامعه شناسی و رسانه در تمامی ابعاد و مؤلفه های موجود امری ضروری است.

تلفن همراه نماد ارتباط همه جانبه عصر نوین است و این خصوصیت، تلفن همراه را به مفهوم جامعه مجازی فراگیر نزدیک می کند (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۰).

با تمام تحقیقاتی که تا کنون بر روی تلفن همراه و شبکه های مجازی صورت گرفته می توان گفت انجام یک پژوهش جدید بر روی پدیده نو ظهور شبکه های مجازی تلفن همراه امری لازم و ضروری بوده چرا که به کشف فرصت ها و تهدیدهای جدیدی منجر شده که در تحقیقات پیشین به واسطه متفاوت بودن نوع کاربرد و استفاده از تلفن همراه یا شبکه های اجتماعی رایانه ای وجود نداشته است.

از این رو مطالعات فرهنگی شبکه های مجازی تلفن همراه در زمره مطالعات خاص فرهنگی به حساب آمده که نتایج آن در حوزه فرصت ها و چالش های فرهنگی و اجتماعی این شبکه ها به درک صحیح و جامع تر از اندیشه و عمل کاربران آن کمک کرده و می تواند آغاز گر فصل جدیدی در مطالعه رسانه های نوین باشد.



فصل دوم:
رسانه و ارتباطات
رسانه‌ای

فصل دوم: رسانه و ارتباطات رسانه‌ای

مفهوم ارتباط و رسانه

انسان اولیه مبهوت بر روی زمین بدون گنجینه مفاهیم تجربی، تنها با برخورداری از فرایند ارتباط موفق گردید تا شکوفایی خود را آغاز نماید. فرایند ارتباط به عنوان مفهومی چند مرحله‌ای با «کشف پیام، پردازش پیام و انتقال پیام» انسان اولیه را قادر ساخت تا سه مرحله اصلی از دوران زندگی تاریخی خود را دنبال نماید.

«انسان‌ها از بدو تاریخ تا کنون هر چیزی را که کشف نموده‌اند پس از تلفیق با گنجینه مفاهیم ذهنشان، به صورت مختلف چون اصوات، نشانه‌ها، تصاویر، نوشته‌ها و غیره پردازش کرده و به دیگران انتقال داده‌اند. هرگاه این انتقال با موفقیت انجام می‌شده است ارتباط مؤثری برقرار و بشر یک قدم به سوی هدفش نزدیک‌تر می‌شده است» (زمانی، ۱۳۹۱: ۸۱).

«ارتباط را می‌توان جریانی دانست که در طی آن دو نفر یا بیشتر به تبادل افکار، نظرات احساسات و عقاید خود می‌پردازند و از طریق به کار بردن پیام‌هایی که معنایش برای کلیه انسانها یکسان است به انجام این امر مبادرت می‌ورزند» (ساروخانی، ۱۳۸۸: ۱۹).

در قرن بیست و یکم بر روی کره خاکی کمتر جایی را می‌توان یافت که در آنجا نشانی از وسایل ارتباط جمعی نباشد. رسانه‌ها فضا و زمین را به تسخیر خود در آورده و بر همه ابعاد زندگی بشر سایه افکنده‌اند.

قدرت وسایل ارتباط جمعی به ویژه رسانه‌های دیداری به دلیل برخورداری از ویژگی‌هایی نظیر «سرعت انتشار پیام‌ها، مداومت انتشار پیام‌ها، وسعت جبهانی حوزه انتشار پیام‌ها، فراوانی و گوناگونی محتوا» (معتمد نژاد، ۱۳۸۵) و انبوه مخاطبین نامتجانس باعث شده است تا به عنوان ابزاری بسیار مهم مورد توجه مدیران و کارشناسان علوم انسانی قرار گیرد. از این رو در دنیای کنونی پرداختن به مقوله ارتباطات بدون در نظر گرفتن «رسانه» امری بی‌ثمر تلقی می‌شود.

رسانه در فرهنگ لغت به معنی هر وسیله که پیغامی را از جایی برساند (وسیله پیام رسان به همگان) عنوان شده است (زمانی، ۱۳۸۵: ۸). اما در مفهوم ارتباطات، رسانه وسیله‌ای برای نقل و انتقال اطلاعات، ایده‌ها و افکار افراد یا جامعه است.

رسانه‌های جمعی یا عمومی و به تعبیر دیگر وسایل ارتباط جمعی اصطلاح فارسی شده واژه لاتین «میديوم»^۱ است که جمع آن «میدیا»^۲ می‌باشد و منظور از آن دسته‌ای از وسایل هستند که مورد توجه تعداد کثیری می‌باشند و از تمدن‌های جدید بوجود آمده‌اند (کازنو،^۳ ۱۳۷۷).

در ایران فرهنگستان زبان فارسی واژه «رسانه‌های همگانی» را برای نامگذاری وسایل ارتباط جمعی انتخاب نموده است. این اصطلاح ترجمه اصطلاح انگلیسی «مس میدیا»^۴ است که به اختصار استفاده می‌شود.

معتمد نژاد معتقد است؛ انتخاب این اصطلاح با دو اشکال عمده روبه روست زیرا از یک طرف در ترجمه صفت انگلیسی «مس»^۵ به زبان فارسی دقت کافی معمول نگردیده است و به جای ترجمه آن به توده‌ای یا توده گیر صفت «همگانی» که معادل «پابلیک»^۶ انگلیسی است، گذاشته است و از طرف دیگر به بیان مفهوم اصلی ارتباط که در اصطلاح کامل انگلیسی وجود دارد نیز توجه نشده است. کاربرد این واژه اگر هم برای اولین بار

-
- 1 - Medium
 - 2 - Media
 - 3 - Cazeneuve J
 - 4 - Mass Media
 - 5 - Mass
 - 6 - Public

خانواده مجازی

اشتباه تعریف شده باشد ولی آنچنان فراگیر و همگانی شده است که سازمان مدیریت و برنامه ریزی ضمن استفاده از آن، رسانه های همگانی را به چهار دسته تقسیم نموده است: رسانه های دیداری، رسانه های شنیداری، رسانه های نوشتاری، رسانه های گفتاری که به این تقسیم بندی بایستی رسانه های تلفیقی یا چندرسانه ای ها را نیز اضافه کرد.

انواع رسانه های جمعی

یک رسانه جمعی، رسانه ای است که در زمان واحد پیام های یکسان را برای تعداد زیادی از افراد ارسال می کند. در مقابل رسانه های جمعی، رسانه شخصی وجود دارد که بیشتر مربوط به علائق، اندیشه ها، توانمندی ها، آثار، خاطرات، اشعار، تصاویر و درد دل های افراد می باشد.

الف) رسانه های دیداری

رسانه های دیداری به هر گونه وسیله ای که از راه بینایی اطلاعات مورد نیاز مخاطبین را تأمین نماید، اطلاق گشته که به چند دسته تقسیم می شوند: تابلوهای اعلانات، آگهی های اطلاع رسانی، تابلوهای الکترونیکی، سینما و تئاتر، تلویزیون، لوح فشرده و وسایل نمایش، رایانه و فضای مجازی، بیلبوردهای بزرگ شهری، اتوبوس آگهی و...

ب) رسانه های شنیداری

به کلیه ابزارهایی اطلاق می شود که از طریق فناوری مخصوص اقدام به ضبط صدا بر روی نوار، «سی دی^۱» یا حافظه «وُیس ریکورد^۲» نموده و از طریق شنوایی، اطلاعات مورد نیاز مخاطبین را در اختیار ایشان قرار می دهد. این رسانه ها خود به چهار دسته کلی تقسیم بندی شده اند: رادیو، تلفن ها، سیستم نرم افزاری تلفن گویا و دستگاه های پخش صوتی خانگی و اتومبیلی.

1 - CD

2 - Voice Recorder

ج) رسانه های گفتاری

بر اساس نظریه «مارشال مک لوهان»^۱ اولین کهکشان ارتباطی انسان، زبان و بیان شفاهی است و زبان یکی از بهترین و کامل ترین وسایل ارتباط انسان ها محسوب می شود.

زبان و بیان شفاهی به عنوان اولین وسیله ارتباط جمعی در ابتدا تنها جهت ارتباط فردی - گروهی استفاده می گردید. اما رفته رفته با پیشرفت و توسعه همه جانبه جوامع و ساخت فرهنگسراها، سالن های همایش و اجتماعات و تجهیز این سالن ها به وسایل الکترونیکی و فنی، این رسانه همگانی به ابزاری قدرتمند جهت دستیابی به اهداف اطلاع رسانی بدل شده است. وجه تمایز این وسیله ارتباطی با سایر وسایل ارتباطی چون رسانه های دیداری، شنیداری و نوشتاری در برقرای ارتباط مستقیم و بدون واسطه و دو سویه (تعاملی) می باشد.

این رسانه کهن و توانمند امروزه به صورت جلسه، نمایشگاه، سفر و بازدید، انواع همایش، سمینار، سمپوزیوم، کارگاه ها و... مورد استفاده قرار می گیرد.

د) رسانه های نوشتاری

به هر آنچه که از طریق فن نگارش بر روی کاغذ یا وسیله دیگری، بتوان اطلاعاتی را از منبع پیام به گیرنده پیام منتقل نمود، اطلاق می شود (زمانی، ۱۳۹۱: ۱۳۱-۱۱۱).

رسانه های نوشتاری از یک فرایند باز تولید متن و تصویر که به طور معمول با عملیات چاپ بر روی کاغذ آغاز می شود با هدف آموزش و فرهنگ سازی در سطح جامعه به وجود می آید.

حوزه های محور رسانه های نوشتاری شامل: کتاب، روزنامه، مجله، اعلامیه دیواری،

پوستر، کالا نما^۱، برشور^۲، پمفلت^۳، بولتن ها و گزارش های مدون، داستان کوتاه، فیلم نامه، شعر، پیام کوتاه، عکس، کاریکاتور و نقاشی می باشد.

ه) رسانه های تلفیقی یا چند رسانه ای^۴

اصطلاح چند رسانه ای به ترکیب رسانه های منفرد نظیر فیلم، ویدئو، موسیقی، کلام، عکس، پایگاه های اطلاعاتی و جز آن اطلاق می شود که از طریق فناوری رایانه به صورت محصولی واحد بر محلی رقومی ذخیره شده باشد.

در تعریفی کامل تر چند رسانه ای عبارت است از: استفاده از رایانه به منظور ترکیب و نمایش متن، تصویر، صوت و تصاویر متحرک از طریق رابطها و ابزارهایی که امکان جستجوی قابل هدایت، تعامل، خلاقیت و تبادل (اطلاعات) را به استفاده کننده می دهد (کوشا، ۱۳۷۶: ۷۴).

«چند رسانه ای ها را برنامه های فوق رسانه ای^۵ یا رسانه های ترکیبی هم می نامند. اما امروزه اصطلاح فوق رسانه ها تا حد زیادی جای خود را به اصطلاح چند رسانه ها داده است» (ذوفن، ۱۳۸۶: ۲۲۱).

در دهه اخیر در میان چند رسانه ای ها، تلفن همراه مورد توجه بسیاری از مردم قرار گرفته است چرا که این وسیله ارتباطی ترکیب تمامی رسانه های دیداری، شنیداری، نوشتاری و حتی گفتاری را فراهم آورده است.

۱ - «کالانما» از واژه های مصوب فرهنگستان زبان و ادب فارسی به جای کاتالوگ (catalogue) است. کاتالوگ کتابچه و یا راهنمای معرفی کلیات کالاها، خدمات، امکانات و... می باشد که از طرف تولید کننده و یا ارائه دهنده به مصرف کننده و یا مشتری در بیش از ۸ صفحه ارائه می شود.

۲ - یک صفحه تاشو یا چند صفحه به هم متصل که به هم محدود نمی باشند و عمدتاً برای مقاصد تبلیغاتی و معرفی یک محصول در حداکثر ۸ صفحه منتشر می شود. برشور در اغلب موارد به کاتالوگ شباهت هایی دارد. هر دوی این موارد اطلاعاتی راجع به محصول یا خدمات جدید یک شرکت، هتل، فروشگاه و... ارائه می دهند.

۳ - پمفلت نوعی رسانه آموزشی است که در ابعاد کاغذ A4 تهیه و به طور معمول به سه قسمت تقسیم می گردد.

با توجه به ظهور عصر جدید رسانه‌های دیجیتالی در مقابل رسانه‌های سنتی قدیمی همچون روزنامه، رادیو و تلویزیون، دسته‌بندی جدیدتری از رسانه‌ها در قالب رسانه‌های دیجیتالی شکل می‌گیرد که تفاوت‌های آشکاری در شکل و نحوه استفاده از آن وجود دارد.

رسانه‌هایی که با ویژگی ارتباطات الکترونیکی در فضای مجازی شرایطی متفاوت با روابط چهره به چهره را برای کاربران فراهم می‌سازند. سرعت عمل، ناشناس بودن و... فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزاماتی چون جنسیت، طبقه، قوم، نژاد و مکان فراهم می‌کند که تجارب متفاوتی را برای کاربران ایجاد کرده است. تعاملاتی که در این فضا رخ می‌دهد، برای افراد ذهنیت و گرایش‌های جدیدی ایجاد کرده که می‌تواند در رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی، تغییراتی هر چند جزئی ایجاد کند (برات دستجردی، ۱۳۸۲: ۱۶۱).

تلفن‌های همراه هوشمند به کاربران این امکان را می‌دهد که به طور همزمان از یک یا چند قابلیت رسانه‌های فوق و حتی تمامی آنها در یک لحظه استفاده کنند و ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهایی که امکان ایجاد یک شبکه اجتماعی را بر روی تلفن همراه فراهم می‌آورند، فصل جدیدی در عرصه ارتباطات انسانی گشوده است که در قالب رسانه‌های نوین قابل تبیین و بررسی می‌باشد.

رسانه‌های نوین یا رسانه‌های عصر جدید

ظهور تکنولوژی‌ها و رسانه‌های نوین ارتباطی در عصر جدید به همراه تحولاتی که در حوزه رسانه بوجود آورده، بسیاری از کارکردهای عناصر فرهنگی را دچار تغییر کرده است. در تعریف «رسانه‌های نوین» گفته می‌شود که این مفهوم به معنای انواع گسترده‌ای از پیشرفت‌های صورت گرفته اخیر در زمینه رسانه‌ها و ارتباطات است که نه تنها شامل اشکال گوناگون پخش رسانه‌ای است بلکه همگرایی‌های جدید میان فناوری‌های رسانه‌ای و شیوه‌های نوینی که از آن طریق افراد متون رسانه‌ای را به کار می‌گیرند و با آنها تعامل می‌کنند نیز در برمی‌گیرد. بنیادی‌ترین تغییر صورت گرفته در این روندها شامل اهمیت یافتن روزافزون فناوری دیجیتال در تولید، ذخیره‌سازی و انتقال تصاویر،

متن، صدا و داده است (کلانتری و حسنی، ۱۳۸۷: ۱۳۶-۱۱۹).

دیجیتالی شدن همراه با همگرایی میان رسانه‌های گوناگون، تلفن همراه را به نمونه بارز یک رسانه نوین بدل ساخته است که خصلت سیالیت و «همه مکانی» و «همه زمانی» بودن کاربرد آن، باعث شده تادر زندگی روزمره افراد و به ویژه جوانان جایگاهی والا داشته باشد، آنچنان که گویی به یکی از اعضای بدن افراد تبدیل شده است.

«رسانه‌های جدید مجموعه متمایزی از فناوری‌های ارتباطات و دارای ویژگی‌های مشترک دیجیتالی بودن و دسترسی گسترده شهروندان به آن برای استفاده شخصی است» (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۳۱۹).

آنگونه که در «آیین نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال» مصوب ۱۳۸۹/۵/۲۴ هیئت وزیران تعریف شده رسانه دیجیتال؛ رسانه مبتنی بر فناوری نوین اطلاعات و ارتباطات، شامل: (۱) بسته نرم‌افزاری رسانه‌ای (۲) حامل دیجیتال حاوی داده و (۳) رسانه آنلاین می باشد (سرآمد، ۱۳۸۹).

به تعبیر دیگر رسانه‌های دیجیتال، رسانه‌هایی هستند که تبادل یا انتشار محتوا در آنها، تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر باشد. شامل رسانه‌های آنلاین مبتنی بر شبکه (نظیر شبکه جهانی اینترنت)، سرویس‌های مخابراتی از قبیل پیامک، پیام چند رسانه‌ای و سایر اشکال شبکه‌های تبادل داده مانند بلوتوث و همچنین رسانه‌های مبتنی بر حامل‌های فیزیکی دیجیتال از قبیل بسته‌های نرم‌افزاری رسانه‌ای، بازی‌های رایانه‌ای و مانند آنها.

همانگونه که در تعریف هم آمده رسانه‌های دیجیتال شامل نرم‌افزارهای رسانه‌ای، بازی‌های رایانه‌ای، نرم‌افزارها و خدمات مبتنی بر تلفن همراه و رایانه، پویانمایی و... می باشد.

با نگاهی به تاریخچه ظهور رسانه‌ها می توان دید که نوآوری در عرصه‌های ارتباطات و ظهور و تکامل رسانه‌های جدید، بشر را وارد عصر «انقلاب ارتباطات» نموده است.

در این زمینه مهدی زاده ملاباشی معتقد است: «انقلاب ارتباطات محصول هم گرایی در دو حوزه و جریان مهم فن آوری شامل: تحول در حوزه ارتباطات و تحول در حوزه

اطلاعات است. این دو جریان به موازات هم پیش می‌روند. نماد «فن آوری اطلاعات»^۱ رایانه و نماد «فن آوری ارتباطات»^۲ مخابرات، تلویزیون و بزرگراه‌های اطلاعاتی^۳ است» (۱۳۹۱: ۳).

اگرچه تا چند دهه پیش هر یک از این حوزه‌ها مسیری جداگانه به موازات دیگری طی می‌کرده است، اما رشد سریع فناوری‌ها در چند سال گذشته موجب شد ظهور وسایل ارتباطی و رسانه‌ای جدیدی همچون تلفن همراه، لپ‌تاپ^۴، تبلت^۵ و... که همگی قابلیت اتصال به اینترنت همراه را دارند، تلفیقی از دو حوزه را به عنوان یک محصول یکپارچه و همگرا در اختیار استفاده کنندگان قرار دهد.

به طور کلی مفهوم رسانه‌های جدید واجد معانی زیر است:

تجربیات متنی جدید: انواع جدید ژانر، صور متنی، سرگرمی، لذت و الگوهای مصرف رسانه‌ای (بازی‌های کامپیوتری، فرامتن‌ها و...).

شیوه‌های جدید بازنمایی جهان: عرضه تجربیات و امکانات جدید بازنمایی (محیط‌های مجازی، رسانه‌های تعاملی صفحه بنیاد).

روابط جدید بین سوژه‌ها (کاربران و مصرف کنندگان) و تکنولوژی رسانه‌ای: تغییر در استفاده و دریافت تصاویر و رسانه‌های ارتباطی در زندگی روزمره و معانی نهاده شده در تکنولوژی‌های رسانه‌ای.

مفاهیم جدید رابطه اندام زیستی با رسانه‌های تکنولوژیک: چالش با تمایزهای پذیرفته شده بین انسان و چیزهای مصنوعی، طبیعت و تکنولوژی، بدن و (رسانه‌ها به عنوان) مصنوعات تکنولوژیکی، واقعی و مجازی.

تجربیات جدید روابط بین جسم، هویت و اجتماع: تغییرات در تجربه شخصی و اجتماعی زمان، فضا و مکان (در سطح محلی و جهانی) بر شیوه‌هایی که در آن، ما

1 - Information Technology
 2 - Communication Revolution
 3 - Information Super High Way
 4 - Laptop
 5 - Tablet

خودمان و جایگاهمان در جهان را تجربه می کنیم.

الگوهای جدید سازماندهی و تولید: تجدید سازمان و یکپارچگی گسترده در فرهنگ، صنعت، اقتصاد، دسترسی، مالکیت، کنترل و مقررات گذاری رسانه ای.

اساسی ترین جنبه فناوری اطلاعات و ارتباطات دیجیتالی شدن است که به واسطه آن، همه متون (معنای نمادین در همه اشکال رمز گذاری شده و ثبت شده) به رمز دوتایی (دوگانه) قابل تبدیل است. مهم ترین پیامد دیجیتالی شدن برای نهادهای رسانه ای، همگرایی بین همه اشکال رسانه ای موجود بر حسب سازمان، توزیع، دریافت و مقررات گذاری است.

اینترنت، نمونه بارز رسانه جدید و تبلور و ویژگی های فوق است. اینترنت، علاوه بر تولید و توزیع پیام، به پردازش، مبادله و ذخیره اطلاعات می پردازد که مؤید یک نهاد خصوصی اما به مثابه ارتباطات عمومی است و صرفاً دارای فعالیت حرفه ای و به لحاظ بروکراتیک، سازماندهی شده نیست (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۳۱۹).

یکی از مهمترین مباحث حوزه رسانه و فرهنگ، ویژگی های رسانه های نوین در عصر جدید است. در تحلیل رسانه های جدید باید گفت، در گذشته زمان و مکان به لحاظ تاریخی به شکلی مستقیم با هم مرتبط بوده اند؛ «کی» تقریباً همواره با «کجا» مرتبط بوده است و رویدادهای همزمان، متوالی و مقارن، به محلی بلا فصل پیوند خورده بودند که افراد خود را در آن می یافتند. اما در جهان مدرن به ویژه از اواخر قرن بیستم، رابطه زمان و مکان دگرگون و زمان از مکان جدا شده است. زمان و مکان شدیداً فشرده شده اند. به گونه ای که زمان کوتاه تر و مکان کوچک تر شده است. رابرتسون^۱ (۱۹۹۲) این وضعیت را فشرده گی جهان، هاروی^۲ (۱۹۸۹) آن را فشرده گی زمان - مکان و گیدنز^۳ (۱۹۹۰) این فرایند را جدایی زمان از مکان می نامد (مونژ^۴، ۱۳۸۷: ۷۶۴).

در این رابطه مانوئل کاستلز^۵ به این نکته اشاره می کند که در حال حاضر، مخاطبان

1 - Robertson R

2 - Harvey D

3 - Giddens A

4 - Monge

5 - Manuel Castells

هرچه بیشتر و بیشتر مواد و اطلاعات گوناگون دریافت می‌کنند و این اطلاعات، تصورات آنها را در باره جهان شکل می‌دهد. وی با اشاره به کهکشان مک لوهان و جهان ارتباطات یک سویه و نه تعاملی؛ «جامعه تعاملی» را نتیجه انتقال درون (نظام) «چند رسانه‌ای» می‌داند که شیوه نظام جدید ارتباطات و مبتنی بر تعامل شبکه‌ای و دیجیتال می‌باشد. کاستلز می‌گوید که اگرچه ارتباطات غیر الکترونیک هنوز وجود دارد، اما موقعیت آن به طور فزاینده در حال افول است. (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۳۲۷-۳۲۶)

جان ون دایک^۱ نیز در نگاهی دیگر ظرفیت‌های ارتباطی رسانه‌های جدید در مقایسه با سایر اشکال ارتباطی را چنین بر می‌شمارد:

۱- سرعت: عبارت است از سرعت وصل مسافت‌های طولانی که از ویژگی‌های رسانه‌های جدید است.

۲- دامنه دسترسی: از ظرفیت‌های ارتباطی بسیار قوی در رسانه‌های جدید می‌باشد. در آینده تمام دنیا از طریق ارتباطات دور و شبکه‌های کامپیوتری به هم متصل خواهند شد. در حال حاضر تمام کشورها و تقریباً هر ناحیه‌ای از طریق تلفن و بعد از طریق اینترنت به هم متصل می‌باشد.

۳- ظرفیت ذخیره: این قابلیت در ارتباط رو در رو کم است و بستگی به قدرت حافظه افراد دارد. در رسانه‌های دیجیتالی به نسبت رسانه‌ها چاپی یا رسانه‌های پخش آنالوگ، این قابلیت بسیار بیشتر است.

۴- دقت: دقت اطلاعات ارسالی از مزایای مهم رسانه‌های جدید در مقایسه با تلفن یا ارتباطات چهره به چهره است. رسانه‌های جدید دقت داده‌ها یا اعداد و نیز اطلاع بخشی تصاویر را نیز افزایش داده‌اند.

۵- گزینش‌گری: رسانه‌های جدید این ظرفیت را گسترش داده‌اند تا بتوان به صورت نظام مند گروهی را مثلاً از طریق فهرست پست الکترونیکی گزینش کرد. از این طریق شخص می‌تواند یک گروه خاص را به عنوان هدف انتخاب کند.

۶- تعامل: تعامل یکی دیگر از ویژگی رسانه‌های جدید است که البته به پای تعامل

در ارتباط رو در رو نمی رسد.

۷- **غناي تحريك:** هيچ رسانه اي نمي تواند با ارتباط رو در رو مقابله كند و دليل آن نيز واضح است. تمام رسانه هاي جديد فعلي به لحاظ حسي ضعيف هستند. چند رسانه اي ها غناي تحريك بيشتر را عرضه مي كنند. اما در هر حال تركيب اين محرک ها كليدي نيست و مصنوعي به نظر مي رسد.

۸- **پيچيدگي:** پيچيدگي مشخصه اي است كه شخص را قادر مي سازد خواسته هاي خود را يكجا و به وسيله دو ظرفيت تعامل و غناي تحريك فراهم آورد. پژوهش ها نشان مي دهد كه شخص از طريق شبكه هاي رایانه اي قادر به تماس گرفتن، پرسیدن سوالات، مبادله اطلاعات و ايجاد فرصت ها است.

۹- **حفاظت از حریم خصوصی:** يك نکته منفي در طراحي فعلي رسانه هاي جديد، ظرفيت پائين آنها در حفاظت از حریم خصوصی افراد است. در حقيقت در تمام استفاده ها از رسانه هاي جديد، مشخصات کاربران ثبت مي شود (اکبرزاده، ۱۳۸۵: ۴۴-۶).

با مطالعه نظرات مارک پاستر^۱ در کتاب عصر دوم رسانه ها در می یابیم که وی ارتباطات الکترونیک را واضع تجدید صورت بندی بنیادین زبان می داند که فرد را خارج از حیطه الگوی سوژه خود بنیاد قرار می دهد. وی با ربط دادن عصر دوم رسانه و پست مدرنیسم می نویسد: «شیوه ارتباطات الکترونیک، آن سوژه آشنای مدرن را از میدان به در می کند و سوژه دیگری را که سیال و نامتمرکز است، و به مثابه هویتی ناپایدار دائماً مورد استیضاح قرار می گیرد، جایگزین آن می کند» (۱۳۷۷: ۱۰۹).

ادعای پاستر این است که گسترش تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات الکترونیک، اثرات عمیقی بر شیوه زندگی و تفکر ما درباره خود و محیط اطراف مان بر جای می گذارد؛ چرا که این گسترش، شبکه روابط اجتماعی را دگرگون می کند.

پاستر از جمله پیامدهای مثبت تغییر و تحول تکنولوژیکی بر جهان اجتماعی را شکل گیری شبکه های جدید روابط اجتماعی که نشانگر تغییر پیوندهای خویشاوندی به پیوندهای شغلی و حرفه ای است و همچنین تغییر در درک مقوله زمان و مکان بر

می‌شمارد (لافی^۱، ۲۰۰۷: ۱۶۰).

بسیاری از نویسندگان، اصطلاح «جامعه شبکه‌ای» را بر «جامعه اطلاعاتی» ترجیح می‌دهند که ون دایک و کاستلز از این دسته هستند، اگرچه از مفهوم جامعه اطلاعاتی نیز غفلت نمی‌کنند. در مفهوم جامعه اطلاعاتی آنچه مورد تأکید است تغییر جوهره فعالیت‌ها و فرایندها است. اما در مفهوم جامعه شبکه‌ای، توجه به سوی تغییر اشکال سازماندهی و زیرساخت‌های آنی جوامع است.

جامعه شبکه‌ای را می‌توان شکلی از جامعه تعریف کرد که به گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد؛ شبکه‌هایی که به تدریج جایگزین شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رو در رو می‌شوند یا آن‌ها را تکمیل می‌کنند. این بدان معنی است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در حال شکل دادن به شیوه سازمان‌دهی اصلی و ساختارهای بسیار مهم جامعه مدرن هستند (ون دایک، ۱۳۸۴: ۲۴).

کاستلز (۱۳۸۰) معتقد است شبکه‌ها ساختارهایی باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدید را در درون خود پذیرا شوند تا زمانی که این نقاط، توانایی ارتباط در شبکه را داشته باشند؛ یعنی مادامی که از رمزهای ارتباطی مشترک (برای مثال ارزش‌ها یا اهداف کارکردی) استفاده می‌کنند. یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم بسیار باز و پویایی است که بدون این که توازن آن با تهدیدی روبرو شود توانایی نوآوری دارد.

تلفن همراه، نماد عینی رسانه‌های نوین

با توجه به مطالب عنوان شده می‌توان ادعا کرد که تلفن همراه، محصول دنیای مدرن و درواقع نمود بارز و عینی یک رسانه نوین دنیای مدرن است که ورود آن به عرصه‌های زندگی فردی و اجتماعی، با خود فرهنگی جدید را به همراه دارد. این فرهنگ، فرهنگی مدرن و صنعتی است که تحمیلگر ارزش‌های متفاوت است و انسان به صورت ناخودآگاه آن را می‌پذیرد و بدان وابسته می‌شود.

تلفن همراه روابط اجتماعی و هویت جدیدی خلق کرده که خود به خود فعالیت‌های

روزمره افراد را از الگوهای تماس، فعالیت ها، دغدغه ها گرفته تا نوع کنش سیاسی و اجتماعی را تحت تاثیر قرار می دهد.

«این رسانه نوین به عنوان نماد تکنولوژی در همه ابعاد حیات بشر امروز در جریان است و به مثابه نوعی ایدئولوژی است که ارزش ها و آداب و رسوم، فرهنگ و باید و نبایدهای خود را به واسطه منطق ابزاری خود دیکته می کند و سبک هویتی جدیدی را به وجود می آورد» (شاه حسینی، ۱۳۹۳: ۱۹).

اگرچه تلفن های همراه را به خاطر گسترش «فرهنگ بی محتوا» (مکالمه پوچ تو خالی)، وسیعاً محکوم می کنند، اما در عین حال، همین وسیله ارتباطی برای تداوم و اعتلای فعالیت شهروندان فعال، امکانات بالقوه بسیار بالائی ارائه می دهد (روجک، ۱۳۹۰: ۴۳).

ابعاد استفاده از تلفن همراه که هر بعد آن به نوبه خود به یک فرهنگ و شیوه زیستن تبدیل شده، نگرانی های عمده ای را به وجود آورده است. نگرانی هایی از این دست که گسترش این گونه فناوری ها، بحران فرهنگی را دامن می زند و با انتقال ارزش ها و معانی، فرهنگ را دچار آسیب می کند.

از طرف دیگر توسعه روز افزون امکانات و قابلیت های این وسیله ارتباطی به ویژه قابلیت استفاده از فضای مجازی، بسیاری از پارادایم ها و نظریه ها و مفاهیم اجتماعی و سیاسی سنتی را به چالش کشیده و فشار زیادی برای بازبینی آنها وارد کرده است به طوریکه به نظر می رسد بررسی رسانه های جدید و کارکردها و پیامدهای رسانه های نوین دیگر در قالب نظریه های سنتی حوزه ارتباطات به طور کامل قابل بررسی نیست و لازم است این نظریه ها به گونه ای باز تعریف شوند تا بتوان روابط افراد در شبکه های اجتماعی مجازی جدید را به طور عینی و حقیقی توضیح داده و تبیین کرد.

تلفن همراه، به عنوان یک رسانه نوین ارتباطی از یکسو دارای کارکردهای مثبت بسیاری مانند برقراری ارتباط در اسرع وقت، صرفه جویی در وقت و در دسترس بودن دائمی انسان ها و ... و از سوی دیگر دارای پیامدهای منفی همچون رسوخ در حریم

خصوصی اشخاص، ایجاد فضای تنش، تضعیف باورهای عمومی و... می باشد.

نفوذ این وسیله ارتباطی در میان مردم و به ویژه قشر جوان در دهه گذشته به گونه‌ای بوده که به نیازی عمومی برای همه تبدیل شده است. امروزه یک جوان در محفل همسالانش وقتی جدی گرفته می شود که دارای یک تلفن همراه هوشمند باشد.

«گونه‌های فرهنگی جدید حول مارک‌های تلفن همراه و سرویس‌های جدید آن پدید آمده است. موتورهای جستجوگر شبکه‌ای، تلفن همراه را به نوعی روزنامه تبدیل کرده‌اند که اخبار مهم و فوری را در محل عرضه می کنند. داشتن خط دایر تلفن همراه برای افراد و گروه‌هایی که از آن استفاده می کنند، نشانه‌ای از شیوه زندگی و منزلت فرهنگی است. خدمات چند رسانه‌ای تلفن‌های جدید همراه به افراد امکان می دهد تا آن را به نماد منزلت و عنصری نو در سیاست فرهنگی تبدیل کنند. برای این افراد و گروه‌ها تلفن همراه صرفاً یک وسیله ارتباطی نیست، بلکه وسیله‌ای جانبی برای تعیین هویت و بازشناسی فرهنگی است» (روجک، ۱۳۹۰: ۴۲).

تاثیر این رسانه نوین در زندگی اجتماعی افراد به گونه‌ای شده است که، از طریق این فناوری حتی افراد منزوی نیز می توانند ارتباطات روزمره خود را با هم‌تایان نزدیکشان افزایش و ابزارهای ارتباطی شان را با استفاده از این رسانه گسترش دهند.

«تلفن همراه نماد ارتباط همه جانبه عصر نوین است و این خصوصیت، تلفن همراه را به مفهوم جامعه مجازی فراگیر نزدیک می کند» (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۰). به جرأت می توان گفت توسعه امکانات و گسترش استفاده از تلفن‌های همراه، انقلابی موازی در ارتباطات همگانی و فرهنگ توده ایجاد کرده است. تبادل نوشته و عکس، گونه‌های فرهنگی تازه‌ای را به وجود آورده، وعده ملاقات از طریق ارسال پیام به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده و استفاده از دوربین تلفن همراه به ابزار مهمی برای تبادل عکس‌های خانوادگی بدل شده است. همچنین تلفن‌های همراه انحصار سایت‌های ثابت پخش و دریافت و سرگرمی را شکسته‌اند و دسترسی به اطلاعات و سرگرمی را همگانی و همه جا حاضر ساخته‌اند.

تاریخچه تلفن همراه

تلفن در مرکز انقلاب مخابراتی قرار گرفته است. با اختراع تلفن توسط الکساندر گراهام بل^۱ در سال ۱۸۷۶، زندگی اجتماعی و فرهنگی بشر تغییر و تحول یافت، به گونه ای که باعث افزایش ارتباطات از راه دور، کم کردن فاصله ها و اشتغال و دسترسی میلیون ها نفر به اطلاعات مختلف شده است.

در اواخر ۱۹۶۰ بود که شرکت تلفن آمریکا (ای تی تی^۲) که بزرگترین شرکت تلفن در جهان محسوب می شود، وسیله ای اختراع کرد به نام سلولر، که نوعی تلفن مخصوص ماشین بود.

این ابزار در واقع سیستمی بود که تماس های داخل خودروها را برقرار می کرد. بعد از آن مارتین کوپر^۳ ۷۷ ساله نخستین کسی بود که در سوم آوریل ۱۹۷۳ با گوشی همراه یک کیلوگرمی خود صحبت کرد و نام خود را در جهان با اختراع تلفن همراه به جهانیان شناساند و در تاریخ ثبت کرد.

این مهندس الکترونیک که در شرکت موتورولا^۴ آمریکا کار می کرد، ایده گوشی قابل حمل را از مجموعه تلویزیونی علمی، تخیلی که مربوط به پیشتانزان عرصه فضانوردی می شد، گرفته بود. در این فیلم نشان داده شد که شخصیت اول داستان با یک گوشی ویژه بی سیم حرف می زند. این فیلم که اولین جرعه ها را در ذهن کوپر ایجاد کرده بود، او را به فکر ساخت این گوشی انداخت. او پس از اختراع این وسیله در عمل نشان داد که می توان تلفن همراهی ساخت که به جای اختصاص دادن به یک میز، یک داره یا یک خانه، به یک شخص اختصاص داده شود. اولین گوشی هادر سال ۱۹۸۳ با قیمت تقریبی ۳۵۰۰ دلار بود. مارتین کوپر (پدر تلفن همراه) معتقد است؛ دنیای بی سیم دنیای آزادی است، دنیای رها شدن از قید و بند تلفن های ثابت و داشتن قابلیت بودن هر جایی

1 - Alexander Graham Bell

2 - ATT

3 - Martin Cooper

4 - Motorola

که می‌خواهی. تلفن همراه زندگی مردم را بهتر می‌کند و راحتی بیشتری به مردم می‌دهد (خسروی، ۱۳۸۹: ۶۵-۶۳).

در تاریخ تحولات فناوریانه تلفن همراه چند دوره متمایز وجود دارد:

سال ۱۹۲۰: سال آغاز ارتباطات رادیویی در خودروهای پلیس آمریکا بود.

از سال ۱۹۷۰ تا ۱۹۹۰: نسل اول شبکه تلفن همراه که سیستمی آنالوگ بود به وجود آمد. وجه تسمیه تلفن و تلفن همراه در این نسل قابل استفاده بودن در داخل خودرو (اتوموبایل) بود. این سامانه تجاری مخابراتی سلولی جهان در آمریکا با نام ای.ام.پی.اس^۱ شروع به کار کرد. رشد غیر منتظره مشترکان سامانه‌های نسل اول تلفن همراه و محدودیت گسترش خدمات در اینگونه شبکه‌ها اتخاذ رویکرد جدید در طراحی شبکه‌های تلفن همراه را گریز ناپذیر کرده بود (عاملی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۳).

ظرفیت و سرویس محدود، کیفیت پایین و تجهیزات گران از مشخصات این نسل است.

از سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۱: نسل دوم شبکه تلفن همراه (2G)، سیستمی دیجیتال شد. تنها بخش غیر دیجیتالی این سیستم، خط رادیویی مشترک است و بقیه سیستم دیجیتالی است. اگرچه به این سیستم «موبایل^۲» می‌گویند، اما دیگر در خودرو نصب نمی‌شود، لذا ایرانیان به آن «همراه» می‌گویند (خسروی، ۱۳۸۹: ۶۵).

در نسل دوم راندمان طیفی و مصنوعیت در مقابل تاثیرات نوین از طریق دیجیتالی کردن، کد کردن کانال، مدولاسیون و... بهبود یافت. با گسترش شبکه‌های تلفن همراه نسل دوم، کیفیت خدمات تلفن همراه با ظرفیت بیشتر و هزینه کمتر برای کاربران فراهم شد. از جمله ویژگی‌های این سامانه‌ها بهبود مسائلی از قبیل امنیت ارتباط، ارائه خدمات جدید از قبیل امکان ارسال پیام کوتاه، تغییر مسیر تماس به شماره تلفن دیگر بوده است (عاملی، ۱۳۸۵: ۲۵-۲۴).

سال ۲۰۰۱: شبکه تلفن همراه نسل ۲/۵ (2/5G) با سیستم رادیویی بسته‌ای شبکه‌ای

1 - A M P S

2 - Mobile

جی.پی.آر.اس^۱ تمام دیجیتال عرضه شد. در این نسل حفظ خط مشترک (از گوشی تا آنتن) از نوع رادیویی دیجیتالی و دارای سرعت هایی تا ۱۴۴ کیلوبایت بر ثانیه است. پس از آن نسل ۲/۷۵ (2/75G) به بازار آمد و دسترسی به اینترنت، پست الکترونیکی، ارسال عکس و سایر امکانات چند رسانه ای بر روی این نسل فعال گردید.

از اواخر ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۳: نسل سوم تلفن همراه (3G) تمام دیجیتال با سرعت های چندین مگابیتی و تصاویری متحرک به بازار آمد.

هدف اصلی طراحان نسل سوم تلفن های همراه، هماهنگی جهانی این تلفن است. این نسل را می توان به گونه ای فراهم آمدن نوعی از فناوری دانست که خدمات عرضه شده در اینترنت و تلفن همراه را با هم ادغام می کند. دسترسی به اینترنت و ارائه تمامی خدماتی که در اینترنت وجود دارد بر روی تلفن های همراه، از اهداف اصلی آن است. همچنین در این نسل سرعت انتقال اطلاعات در حالت ثابت به ۲ تا ۱۰ مگابایت در ثانیه می رسد که تفاوت فاحشی را با نسل های قبل نشان می دهد (عاملی و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۶).

با گسترده تر شدن شبکه های اجتماعی مجازی و افزایش استفاده از این فضا و تبادل اطلاعات تصویری در این نسل، بالا رفتن سرعت انتقال داده ضروری شد. همین امر هم ضرورت ارائه نسل چهارم را بیشتر کرد.

از سال ۲۰۱۳: نسل چهارم تلفن همراه (4G) و اینترنت طی سال های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ در جهان مطرح و تقریباً در کشورهای کره، آمریکا و بسیاری از کشورهای اروپایی راه اندازی شده است. سرعت دسترسی به اینترنت در این نسل هم ۱۰ برابر سرعت اینترنت نسل سوم تلفن همراه است. در واقع سرعت دسترسی به اینترنت ۲۰ مگابایت بر ثانیه است. با این نسل به راحتی می توان برنامه های تلویزیون را هم تماشا نمود. دسترسی به شبکه اینترنت این نسل هنوز در کشور ما به طور کامل عملیاتی نشده است.

در تکمیل این روند باید یادآور شد که با ورود اپراتورهای دوم و سوم به کشور و ارائه خدمات تلفن همراه توسط این شرکت ها، رقابت میان آنها در طول یک دهه اخیر با شتاب روز افزونی رو به رو شد و بر همین اساس نفوذ خطوط تلفن همراه در میان مردم کشور ما

به قدری زیاد شد که امروزه شاید هیچ خانواده‌ای را نتوان یافت که هر یک از اعضای آن حداقل یک خط و دستگاه تلفن همراه نداشته باشند.

این در حالی است که با گذشت حدود ۳ دهه از عمر ارتباطات سیار، تعداد کاربران تلفن همراه از تعداد کل کاربران تلفن ثابت (با عمر بیش از ۱۲۰ سال) پیشی گرفته است و روز به روز بر تعداد آنها افزوده می‌شود.

سال ۲۰۲۰: اینترنت اشیاء و نسل پنجم شبکه همراه (5G)، آینده انقلاب فناوری در این حوزه را رقم خواهد زد. امکانی که با سرعتی بی نظیر همه اشیاء الکتریکی پیرامون ما می‌توانند به اینترنت متصل شوند و ارتباطی پایدار داشته باشند. پیش‌بینی می‌شود روزی خواهد رسید که میلیاردها سنسور در لوازم برقی خانگی، سیستم‌های امنیتی، قفل‌های درب خانه‌ها، خودروها و پوشیدنی‌ها تعبیه شوند. موسسات تحقیقاتی معتقدند تا سال ۲۰۲۰، تعداد ۲۵ میلیارد محصول متصل به اینترنت ساخته خواهد شد.

مشترکان مخابراتی استفاده‌کننده از این نسل می‌توانند با سرعت چند هزار گیگابیت در ثانیه به اینترنت متصل شوند. در حال حاضر ارائه و اجرای چنین طرحی برای کشورها هزینه‌های بسیاری در بر دارد و به همین علت یکی از رویکردها این است که بخش‌های خصوصی دارای توان اجرایی، بهره‌برداری از آن را برعهده بگیرند.

در حال حاضر ژاپن، کره جنوبی و چین که در زمینه شبکه‌های مخابراتی پیشرو محسوب می‌شوند از جمله کشورهایی هستند که قصد دارند زودتر از سال ۲۰۲۰ به امکان استفاده از این فناوری دست یابند.

در ایران نیز گام‌هایی برای راه‌اندازی این قابلیت برداشته شده است و کارشناسان در صدد ترسیم نقشه راه عملیات پژوهشی در حوزه نسل پنجم شبکه تلفن همراه هستند (پایگاه اطلاع رسانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات).

انواع ارتباط با تلفن همراه

از ابتدای ظهور تلفن همراه تا کنون کانال‌های ارتباطی افراد از طریق این وسیله ارتباطی رسانه‌ای تغییرات زیادی کرده‌اند آنچنان که اگر چه در ابتدا بیشتر شبیه به یک تلفن سیار

بود اما اکنون با استفاده از اینترنت و نرم افزارهای اجتماعی شیوه های ارتباطی جدیدی به وجود آورده است. این کانال های ارتباطی شامل موارد ذیل می باشد:

الف) تماس تلفنی

اصلی ترین و ساده ترین راه برقراری ارتباط در موبایل، تماس گرفتن با آن است. برقراری تماس با هر فرد دارنده تلفن همراه او راه یک فرد همه جا و همه وقت حاضر تبدیل می کند. زیرا که تلفن همراه، همانطور که از نامش هم پیداست همیشه همراه فرد می باشد و امکان برقراری ارتباط دو سویه وجود دارد؛ چه از افراد دیگر و بر عکس. تاچندی قبل که امکان تماس تلفن ثابت بود افراد متحمل هزینه و زمان جهت یافتن همدیگر بودند و لذا ظهور تلفن همراه راه را برای همگان سهل و آسان کرده است.

ب) پیامک یا پیام کوتاه (اس.ام.اس^۱)

این سرویس با عنوان پیام کوتاه یا اس.ام.اس نام فناوری ارسال متون کم حجم از طریق تلفن همراه است که در میان جوانان و اهالی تجارت خواهان بسیار دارد و پس از اروپا و آسیا در ایالات متحده نیز به پدیده ای فراگیر تبدیل شده است. این سیستم برای اولین بار در سال ۱۹۹۰ میلادی در اروپا شروع شد و در سال ۱۹۹۸ با تکمیل فناوری های جانبی به بلوغ رسید. در ایران نیز در سال ۱۳۸۱ شمسی راه اندازی شد و مورد استفاده قرار گرفت.

ج) پیام چند رسانه ای (ام.ام.اس^۲)

سرویس ام.ام.اس سرویسی است که اجازه می دهد تا متون به همراه صدا و تصویر بر روی تلفن های همراه منتقل شوند. این سرویس بر جذابیت سرویس پیام کوتاه نسبت به پست الکترونیک افزوده است (خسروی، ۱۳۸۹: ۶۹-۶۷).

در ایران پیام چند رسانه ای به اندازه ای که پیامک جا افتاده رواج نیافته است. از مزایای بزرگ پیام چند رسانه ای تبادل عکس ها بین دوستان می باشد که در این صورت برای نمایش عکس به دوستان دیگر نیاز به حضور فیزیکی نیست.

1 - S.M.S

2 - M.M.S

(د) بلوتوث^۱

بلوتوث برای اولین بار در سال ۱۹۹۴ توسط شرکت اریکسون^۲ ایجاد شده و هدف آن ایجاد ارتباط رادیویی کم مصرف و کم هزینه بین تلفن های همراه بود.

بلوتوث به خودی خود یک نوع روش بیسیم برای انتقال اطلاعات در فاصله ای مشخص است. ولی چیزی که این سیستم و ابزار را در ایران معروف کرده محتوایی است که به وسیله این سیستم جابجایی می شود. بر اساس آمار اکثریت صاحبان گوشی های تلفن همراه مجهز به این فناوری هستند (رحیمیان، ۱۳۹۱: ۳۹).

(ه) ارتباط مجازی شبکه ای

وقتی صحبت از فضای مجازی به میان می آید، مردم اغلب به کامپیوتری فکر می کنند که به اینترنت متصل است در حالیکه این فقط بخش بسیار کوچکی از فضای مجازی را تشکیل می دهد. از نگاه بل^۳ (۲۰۰۱) فضای مجازی فقط مجموعه ای از سخت افزار نیست بلکه مجموعه ای از تعاریف نمادین است که شبکه ای از عقاید و باورها را در قالب داد و ستد «بیت»^۴ رد و بدل می کند.

در میان کاربردهای مختلف رسانه های نوین و به ویژه تلفن همراه، ظهور سایت های اینترنتی و به ویژه شبکه های اجتماعی مجازی، که پدیده مشترک انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشد فصل تازه ای در حوزه ارتباطات انسانی گشوده است.

اصطلاح شبکه های اجتماعی را برای نخستین بار بارنز^۵ در سال ۱۹۵۴ طرح کرد و از آن پس به سرعت به شیوه ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می شود که مجموعه ای از نهادهای اجتماعی شامل مردم و سازمان ها که به وسیله مجموعه ای از روابط معنی دار اجتماعی به هم متصل اند و باهم در به اشتراک گذاشتن ارزش ها تعامل

1 - Bluetooth

2 - Ericsson

3 - Bell D

4 - Bit

5 - Barnes J A

دارند. شکل سنتی خدمات شبکه اجتماعی بر انواع روابط همچون دوستی ها و روابط چهره به چهره متمرکز است. خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است (معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۷).

واژه فضای مجازی اولین بار در سال ۱۹۸۴ در رمان علمی - تخیلی «ویلیام گیپسون»^۱ به نام «نیورومنسر»^۲ مطرح شد. این اصطلاح به توصیف فضای خیالی به کار برده می شد، جایی که در آن واژه، روابط، داده ها، ثروت و قدرت از طریق ارتباطات و به واسطه کامپیوتر پدیدار می شدند.

«فضای مجازی که توسط این فناوری ها به وجود آمده حاوی اطلاعات متکثر و متنوعی بوده و به صورت بخشی از واقعیت اجتماعی عصر جدید، فضای اصلی تعامل های اجتماعی را کم و بیش در اختیار گرفته است. در چنین شرایطی، الگوهای ارتباط اجتماعی بیش از پیش دچار تغییر و تحول شده، ثبات و تعادل اجتماعی که بر اساس شبکه های ارتباطی عصر صنعتی به وجود آمده بود را به چالش کشیده است» (کاستلز^۳، ۱۳۸۰: ۱۸).

یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم بسیار باز و پویایی است که بدون این که توازن آن با تهدیدی روبرو شود توانایی نوآوری دارد.

شبکه های اجتماعی، بافت های جامعه هستند که به وسیله تارهای نامرئی ارتباطات اجتماعی به هم تنیده شده است.

در حال حاضر، بسیاری از افراد در اتاق های گفتگو^۴ و یا وبلاگ ها، شماره موبایل خود را به دیگران می دهند و از آنان درخواست می کنند که پیام های جدید را برایشان بفرستند. شبکه اجتماعی، بسته به موضوع ارتباط اعضا، می تواند سیاسی، اجتماعی، مذهبی، ادبی و... باشد. با تشکیل این شبکه ها، می توان کارکردهای خاصی را نیز از آنها انتظار داشت. این شبکه ها، دارای ظرفیتی بالا هستند و قادرند پیامی را در زمانی بسیار کوتاه، در سرتاسر کشور و در میان لایه های مختلف مردم پخش کند (عاملی، ۱۳۸۵: ۱۷).

1 - William Gibson

2 - Neuromancer

3 - Castells Manuel

4 - Chat Rooms

با توجه به وسعت امکانات و تنوع قابلیت‌های فضای مجازی، جهت درک بیشتر موضوع پرداختن به بحث نرم افزارهای اجتماعی، انواع این نرم افزارها و شبکه‌های اجتماعی مجازی ضروری و مورد نیاز می باشد.

نرم افزارهای اجتماعی؛ تنوع و قابلیت‌ها

نرم افزارهای اجتماعی به مجموعه‌ای از برنامه‌های رایانه‌ای گفته می‌شود که دارای ابزارهای ارتباطی و تعاملی همچون گردآوری، ذخیره و ارائه اطلاعات به صورت متن، صوت و تصویر است. ابزارهای تعاملی این نرم افزارها در واقع نقش واسطه برای تعامل بین گروهی از کاربران را ایفا، کاربران را به هم مرتبط و برقراری ارتباط بین آن‌ها را تسهیل می نمایند. تعریف دقیق مفهوم نرم افزارهای اجتماعی بسیار دشوار است چون این اصطلاح طیف گسترده‌ای از ابزارهای اینترنتی را در بر می گیرد. بسیاری حتی خود اینترنت را یک نرم افزار اجتماعی می دانند.

در اکثر تعاریف بر ویژگی ارتباط و تعامل دوسویه این نرم افزارها تأکید شده است. ویژگی مشترک همه این ابزارها امکان برقراری ارتباط بین کاربران است. از این نظر می توان برخی از رسانه‌ها و فناوری‌های قدیمی تر رسانه‌ای مانند ارتباطات پست الکترونیکی را نیز یک رسانه اجتماعی دانست.

با این همه بسیاری از کاربران این اصطلاح را فقط برای فناوری‌های اینترنتی جدیدتری مثل ویکی‌ها، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی به کار می برند. اما بسیاری معتقدند که اصطلاح نرم افزارهای اجتماعی را نباید تنها به یک یا چند نرم افزار خاص تعمیم داد، بلکه باید آن را به ارتباطات رایانه‌ای اینترنتی اطلاق کرد که باعث شکل گیری یک گروه اجتماعی مجازی از کاربران شود.

در اینجا به معرفی و تعریف انواع نرم افزارهای اجتماعی می پردازیم:

نرم افزارهای خدمات پیام فوری

این نرم افزارها کاربران را قادر می کنند از خدمات ارسال پیام فوری استفاده کنند و با دیگر کاربرانی که در هر کجای جهان به این نرم افزارها دسترسی دارند، ارتباط برقرار

کنند. فناوری‌های چت آنلاین نیز از جمله مهم‌ترین نرم افزارهای اجتماعی است.

گروه افزارها

گروه افزارها نرم افزارهایی هستند که به گروه‌هایی که از لحاظ جغرافیایی پراکنده‌اند امکان می‌دهند تا دانش خود را به اشتراک بگذارند و با هم کار کنند.

هدف اصلی گروه افزارها به اشتراک گذاری اطلاعات و داده‌هایی مثل فایل‌ها، عکس‌ها، متن و ... برای مقاصد تجاری و آموزشی بین گروهی از افراد است. به گروه افزارها نرم افزارهای گروهی یا جمعی نیز می‌گویند.

فروم^۱ های اینترنتی

فروم‌ها یا تالارهای گفتگو از دیگر ابزارهای اجتماعی محسوب می‌شوند و در واقع وب سایت‌هایی هستند که گروهی از کاربران می‌توانند در آنجا در مورد موضوعات مختلف به بحث و تبادل نظر بپردازند. بسیاری از این فروم‌ها همگانی هستند و هر کسی می‌تواند به صورت رایگان عضو آن‌ها شود، اما برخی دیگر خصوصی‌ترند و کاربران برای عضویت در آن می‌بایست حق عضویت بپردازند.

ویکی^۲ ها

ویکی یک صفحه اینترنتی است که بازدیدکنندگان می‌توانند مطالب و محتواهای مندرج در آن را ویرایش کنند. ویکی‌ها توانسته‌اند به پرتال‌های اجتماعی برای کاربران فردی تبدیل شوند و در بسیاری از موارد جایگزین دیگر پرتال‌های رایج اینترنتی شوند.

وبلاگ^۳ ها

بلاگ یا وبلاگ شبیه یک نشریه برخط است. در فضای اینترنت هر کاربر می‌تواند برای خود وبلاگی ثبت کند و در آن به صورت دوره‌ای به انتشار پیام‌ها و مطالب مورد علاقه خود بپردازد و به بازدیدکنندگان اجازه دهد در مورد آن‌ها اظهار نظر کنند. وبلاگ‌ها در کسب و کارهای تجاری کاربرد زیادی دارند.

1-Forum

2-wiki

3-Weblog

ویرایشگرهای گروهی

ویرایشگرهای گروهی نرم افزارهایی هستند که اجازه ویرایش همزمان یک متن یا فایل رسانه‌ای را به تعداد زیادی از اعضا و کاربران یک شبکه رایانه‌ای مثل اینترنت می‌دهد. در حال حاضر از این ویرایشگرها برای ویرایش فیلم و محتویات خدماتی مثل گوگل داک^۱ هم استفاده می‌شود.

بوک مارک^۲ های اجتماعی

بوک مارک‌ها سایت‌هایی هستند که افراد در آن‌ها به اشتراک لینک وب سایت‌ها و مطالب مورد علاقه خود در اینترنت می‌پردازند و دیگران را به خواندن و بازدید از این وب سایت‌ها دعوت می‌کنند. کاربران در این پایگاه‌ها اطلاعات و لینک‌های مورد علاقه خود را در قالب مجموعه‌ای از برچسب‌ها و عبارات کلیدی با دیگران به اشتراک می‌گذارند.

وب سایت‌های اشتراک ویدئو و فیلم

این وب سایت‌ها که یوتیوب در خارج از کشور و آپارات در داخل کشور مشهورترین آن‌ها هستند را نیز باید در زمره نرم افزارهای اجتماعی قرار داد. در این وب سایت‌ها انواع فایل‌های ویدیویی و تصویری در خصوص موضوعات و دسته بندی‌های مختلف جهت بازدید عموم به اشتراک گذاشته می‌شود.

شبکه های اجتماعی^۳ مجازی

شبکه‌های اجتماعی را می‌توان یکی از مهم‌ترین و پرطرفدارترین نرم افزارهای اجتماعی در حال حاضر دانست. شبکه‌های اجتماعی کاربران را در یک فضای مجازی گرد هم می‌آورد و بر مبنای روابط آن‌ها با یکدیگر یک شبکه اجتماعی را تشکیل می‌دهد.

شبکه‌های اجتماعی، اوج انقلاب ارتباطات است و جایی برای نوآوری‌های دیگر در عرصه اینترنت باقی نگذاشته است. این شبکه‌ها در عین حال که فضایی برای برقراری پیوندهای دوستانه جدید است، محلی برای ارتباط بیشتر با دوستان قدیمی‌تر در جریان تحولات

1-Google Doc

2-Book Mark

3-Social Networks

زندگی می باشد.

گروه های ایجاد شده توسط شبکه های اجتماعی نیز مکان هایی برای تبادل نظر هستند که در آنها کاربران عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می گذارند. این قابلیت باعث شده است تا این شبکه ها مکانی برای تبادل و ظهور ایده های جدید باشد.

«شبکه های اجتماعی مجازی خدمات آنلاینی هستند که به افراد اجازه می دهند در یک سیستم مشخص و معین پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند».

همچنین «یک شبکه اجتماعی سایت یا مجموعه سایتی است که کاربران آن دوست دارند علاقه مندی ها، افکار و فعالیت های خود را با دیگران و هم با آنان به اشتراک بگذارند» (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۷-۶).

به طور کلی در تعریف شبکه های مجازی می توان گفت «سایت هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک گذاری را به کاربران خود ارائه می دهند. شبکه های اجتماعی محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ به تعامل و تبادل اطلاعات می پردازند» (سلطانی فر، ۱۳۸۹: ۵۳).

این روزها با توجه به استقبال گسترده کاربران اینترنتی خصوصاً قشر جوان و نوجوان از شبکه های اجتماعی مجازی، بررسی مسائل مربوط به این شبکه ها جهت اتخاذ تصمیمات صحیح و برنامه ریزی دقیق توسط مسؤولان فرهنگی و اجتماعی و نیز والدین، ضروری به نظر می رسد.

اگرچه عمر این شبکه ها در کشور ما چندان طولانی نیست اما با توجه به روند رو به رشد ظهور این شبکه ها و گرایش روز افزون استفاده از آنها به ویژه برای نسل جوان، به عنوان یک پدیده اجتماعی دارای آثار مثبت و پیامدهای منفی می باشد.

همانند سایر پدیده های نو ظهور، در مورد شبکه های اجتماعی مجازی نیز تعریف جامعی که مورد قبول همگان باشد وجود ندارد. «آنچه مورد توافق است امکان برقراری

ارتباط و به اشتراک گذاری محتوا در این گونه شبکه‌ها از طریق ایجاد یک پروفایل^۱ و مرتبط نمودن آن با دیگران به منظور ساختن یک شبکه شخصی است (شهابی و بیات، ۱۳۹۱: ۶۵).

ظهور سایت‌های شبکه اجتماعی در سال ۱۹۹۵ با سایت هم کلاسی^۲ که به اعضا کمک می‌کرد دوستان دوران تحصیل در مقاطع ابتدایی، دبیرستان و دانشگاه را پیدا کنند کلید خورد. در آن زمان کاربران امکان ایجاد پروفایل یا صفحه شخصی را نداشتند اما رویکرد این شبکه موفقیت آمیز نبود.

پس از آن نخستین شبکه اجتماعی مجازی مدرن با نام سیکس دگریس^۳ در سال ۱۹۹۷ آغاز به کار کرد. این شبکه از نخستین پایگاه‌هایی بود که به کاربران اجازه ایجاد پروفایل، دعوت از دوستان، سازمان دهی گروه و دیدن پروفایل دیگر کاربران را می‌داد.

تا سال ۲۰۰۲ یعنی در دوران طفولیت شبکه‌های اجتماعی مجازی، وب سایت‌های شبکه اجتماعی دیگری با امکانات جدید پدید آمدند که افراد را به ایجاد صفحات تخصصی، شخصی، حرفه‌ای و دوستیابی ترغیب می‌کردند. اما دوران رشد و فراگیر شدن آنها با نسل جدید شبکه‌ها از سال ۲۰۰۱ با پدید آمدن سایت‌هایی چون: ریز^۴ و فریندستر^۵ (۲۰۰۲) در امور تجاری، لینکداین^۶ برای تجار حرفه‌ای، مای اسپیس^۷ برای سرگرمی و امور هنری و کوچ سرفینگ^۸ در امور مسافرت (۲۰۰۳)، فیس بوک برای دانشجویان هاروارد، اورکات^۹ برای دوستان دوران تحصیل، فلیکر در حوزه هنری،

1-Profile

2 - Classmate.com

3 - SixDegrees

4 - Ryze

5 - Friendster

6 - linked in

7 - Myspace

8 - Coch serfing

9 - Orkut

خانواده مجازی

داگستر^۱ برای سگ ها و کتستر^۲ برای گربه ها (۲۰۰۴) یوتیوب برای فیلم و عکس، یاهو^۳ ۳۶۰ برای ارتباطات عموم (۲۰۰۵)، مای چرچ^۴ برای مسیحیان و فیس بوک عموم (۲۰۰۶) و... و تخصصی شدن آنها سرعت گرفت (شهابی و بیات، ۱۳۹۱: ۶۷).

از آن زمان تا کنون سرعت شکل گیری شبکه های مجازی رو به فزونی داشته و در جدیدترین گام انقلاب ارتباطات رسانه های نوین، ارائه برنامه های اجتماعی اینترنتی و قابلیت برقراری ارتباط مجازی شبکه ای بر روی تلفن های همراه هوشمند، استفاده از شبکه های مجازی و این وسیله ارتباطی را به گونه ای با یکدیگر عجین نموده که دستگاه های جدید تلفن همراه بدون این برنامه هایی معنا شده و از استقبال قابل توجهی برخوردار نخواهد بود.

فیس بوک^۵، نیم باز^۶، فوراسکیور^۷، گوگل پلاس^۸، اینستگرام^۹، لینکداین، توییتر، تلگرام^{۱۰}، تامبلر^{۱۱}، دیدی^{۱۲}، وایبر^{۱۳}، اوو^{۱۴}، واتس آپ^{۱۵}، وی چت^{۱۶}، لاین^{۱۷} و... از رایج ترین نرم افزارهایی هستند که امکان ارتباط کاربران خود با یکدیگر را به عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراه فراهم می سازند.

«جهان مجازی و امکان برقراری ارتباط همزمان و بی شمار، منشاء ظهور فرهنگ های آنی و به دنبال آن هویت های خلق الساعه شده است که در دوره محدودی شکل گرفته و

-
- 1 - Dogster
 - 2 - Catster
 - 3 - Yahoo 360⁰
 - 4 - My church
 - 5 - Tango
 - 6 - Foursquare
 - 7 - Foursquare
 - 8 - Google+
 - 9 - Instagram
 - 10 - Telegram
 - 11 - Tumblr
 - 12 - DiDi
 - 13 - Viber
 - 14 - Oovoo
 - 15 - WhatsApp
 - 16 - Wechat
 - 17 - line

با ظهور هویت‌های جدید از بین می‌روند» (صبوری خسروشاهی و آذرگون، ۱۳۹۲: ۳۵). حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی، احتمال مشارکت‌ها و کنش‌های اجتماعی را در آنان افزایش می‌دهد. پس هر چه پیوند افراد و اعضا در شبکه‌ها، بیشتر و انبوه‌تر باشد، همراهی و تعاملات و نزدیکی دیدگاه‌ها و حرکت همسو و مشترک، محتمل‌تر خواهد شد. شبکه‌های اجتماعی در اینترنت، موجب گسترده‌تر شدن دامنه ارتباطات ما شده به گونه‌ای که امکان کسب خبر از آشنایانی که مدت بسیاری است از آنها بی‌خبریم یا از آنها بسیار دوریم فراهم شده است.

شبکه‌های اطلاعاتی حاصل از تعاملات فضای سایبری، به تحول و شدت میزان ارتباط انسان‌ها در اقصی نقاط جهان منجر شده و تحولی کیفی در نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده است؛ بدین صورت که با حضور در فضای مجازی امکان بهره‌گیری از انبوهی اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری-نوشتاری-دیداری با هزینه بسیار کم فراهم آمده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۴).

در یک جمع بندی شبکه‌های اجتماعی مجازی برنامه‌های هوشمند رایانه‌ای مبتنی بر اینترنت هستند که علاوه بر خدمات گفتگوی متنی، صوتی و تصویری، جستجو و ایجاد صفحات اختصاصی، امکان تولید، ذخیره سازی و اشتراک گذاری انواع اطلاعات شامل متن، صوت، تصویر، فیلم و سایر نرم افزارها را برای کاربران خود به صورت تعاملی، گروهی و برخط (آنلاین) فراهم نموده است.

در این شبکه‌ها کاربران می‌توانند ضمن برقراری ارتباط تعاملی با یک شخص یا گروه، با سایر افراد و گروه‌های مرتبط با وی نیز در ارتباط قرار گرفته و به صورت داوطلبانه و انتخابی به تبادل و اشتراک گذاری افکار، عقاید و علاقه‌مندی‌های خود بپردازند و این نقطه قوت و قدرت شبکه‌های اجتماعی مجازی، خصوصاً شبکه‌های مبتنی بر تلفن همراه است.

از نقاط ضعف این شبکه‌ها در مقابل شبکه‌ها اجتماعی سنتی و حقیقی، بهره‌مندی کمتر از مجموعه حواس و ادراک انسانی است، چرا که خدمات شبکه‌های مجازی تنها امکان بهره‌مندی از حس بینایی و تا حدی شنوایی را فراهم می‌آورند، اما به نظر می‌رسد

با این سرعت رشد و توسعه فناوری، در آینده باید شاهد استفاده از خدمات نرم افزارهای اجتماعی با امکان بهره گیری از سایر حواس انسانی همچون بویایی، چشایی و لامسه در حد قابل قبولی باشیم.

در جامعه امروز ایران شبکه های مجازی وضعیت جدیدی را برای کاربران فراهم کرده و مرزهای تازه ای را در شکل گیری خرده فرهنگ ها، ارزش ها و هویت جوانان پدید آورده است. گمنامی، سرعت ارتباطات و سیال بودن شبکه ها، پیامدهای گسترده ای را برای الگوی ارتباطی جوانان داشته است. ارتباطات در فضای سایبری ضمن آنکه روابط غیر وابسته به زمان و مکان را تقویت کرده، به محلی برای جستجو و رضای کنجکوی های جوانان نیز تبدیل شده است (ذکایی، ۱۳۸۳: ۳-۲).

نفوذ این شبکه ها در میان کاربران سراسر جهان و به ویژه کشور ما به گونه ای است که به نظر می رسد نظریه های گذشته در حوزه ارتباطات، رسانه و فرهنگ دیگر به تنهایی قادر به توضیح این پدیده نیست و توضیح روابط به وجود آمده نیازمند تلفیق و استفاده از چندین مدل نظری است.

فرصت ها و چالش های استفاده از رسانه های نوین

(اینترنت، تلفن همراه و شبکه های اجتماعی مجازی رایانه ای)

به جرأت می توان ادعا کرد که در دنیای امروز رسانه های نوین به بخشی جدایی ناپذیر و بدیهی از زندگی روزمره ما بدل شده اند، به گونه ای که شاید انجام امور بدون آن ها میسر نباشد. تلفن همراه به عنوان رسانه غالب فردا در خصوصی ترین تا عمومی ترین عرصه های زندگی ما حضوری فراگیر و همه لحظه ای دارد. این امر سبب ساز دگرگونی های زیادی در زندگی روزمره افراد شده است (کلانتری و حسینی، ۱۳۸۷: ۱۱۹).

تلفن همراه به منزله یک رسانه نوین همیشه و همه جا حاضر، با توجه به توانمندی های بالقوه و بالفعل متنوع خود انواع گوناگون رسانه ها از قبیل: رادیو، تلویزیون، ویدئو، دستگاه های پخش و ضبط صوت، اینترنت و... را در خود جمع کرده و به سرعت در حال گسترش است.

این وسیله ارتباطی که در ابتدای دهه هفتاد به مثابه یک ابزار بسیار ویژه و حتی لوکس ارتباطی مطرح بود، امروزه به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده و تولید انواع و اقسام مدل‌های گوشی با قیمت‌های متنوع برای تمامی سلیقه‌ها و سطوح جامعه از یک طرف و اضافه شدن اپراتورهای مختلف همچون ایرانسل، رایتل در کنار اپراتور اول (همراه اول) و به وجود آمدن فضای رقابتی در ارائه خدمات و جذب مشترکان که موجب کاهش هزینه اولیه خرید این سیم کارت‌ها به چند هزار تومان شده است از طرف دیگر، بر نفوذ بیشتر این رسانه در میان تمامی اقشار جامعه افزوده است.

در سوی دیگر ارتباطات مجازی ظهور شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نیز دارای تأثیرات متفاوتی در زندگی کاربران است که مستلزم تحقیق و بررسی علمی و جامعه‌شناختی است. از این رو در این بخش به تبیین مزایا و معایب استفاده از رسانه‌های نوین با توجه به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی پرداخته می‌شود.

مزایا و کارکردهای ارزشی

اگرچه تلفن همراه دارای کاربردهای مناسب و مؤثری در زندگی روزمره ما است و اهمیت کارکردهای آن بر هیچ کسی پوشیده نیست اما مانند هر محصول تکنولوژیکی دارای کژکارکردهای مخصوص به خود و در نتیجه پیامدهای منفی و معایبی نیز هست که اغلب نگرانی‌های عمده‌ای را برای خانواده‌ها به وجود آورده است.

ظهور شبکه‌های مجازی اینترنتی در دهه اخیر و اضافه شدن امکان استفاده از این شبکه‌ها بر روی تلفن همراه نیز فرصت‌ها و تهدیدهای این وسیله ارتباطی را دوچندان نموده است تا جایی که عده‌ای از متفکرین و صاحب‌نظران با تأکید بر استفاده سودمند از تکنولوژی‌های نوین استفاده از شبکه‌های مجازی تلفن همراه را اجتناب‌ناپذیر دانسته و از آن استقبال می‌کنند و در طرف دیگر منتقدین با پررنگ کردن آسیب‌ها و تهدیدهای آن، به دنبال راهی برای کمرنگ کردن حضور این وسیله ارتباطی در میان خانواده‌ها هستند.

سلیمانی پور (۱۳۸۹) با اذعان به این مطلب برخی مزایای این شبکه‌ها را بر شمرده و تأکید می‌کند که در شبکه‌های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا

غیرمستقیم به شرکت در فعالیت‌های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می‌شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه‌های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت‌های اجتماعی در جوامع مختلف به حدی بوده است که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه‌های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه‌های خاص ایجاد شده‌اند. همچنین موضوع به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها در شبکه‌های اجتماعی، از چنان اهمیتی برخوردار است که می‌توان گفت بدون آن، شبکه اجتماعی معنا نخواهد داشت. هدف از این کار آن است که هر یک از کاربران بتواند دغدغه‌های خود را مطرح نموده و در جریان دل‌مشغولی‌های دیگران نیز قرار بگیرند.

می‌توان گفت یکی از شاخصه‌های مهم شبکه‌های اجتماعی مجازی، پدیدار شدن خرد جمعی است. خرد جمعی به جریان سیال و پویای قوه تفکر و ذهن کاربران حاضر در چنین محیط‌هایی اطلاق می‌شود که به مثابه یک پردازشگر عظیم، اطلاعات را پردازش و پایش می‌کند. همانند دنیای ابر کامپیوترها که قدرت پردازشی آنها، از ترکیب چندین پردازشگر منفرد حاصل می‌شود، نیروی تفکر و ذهن کاربران شبکه اجتماعی، به مدد تعاملات اجتماعی اینترنتی و بهره‌گیری از ابزارهای اینترنتی با یکدیگر ترکیب و همراه می‌شوند و نیرویی عظیم با قدرت پردازشی بالا پدید می‌آورند (سلیمانی پور، ۱۳۸۹: ۱۶). شبکه‌های اجتماعی، ارسال بازخورد از سوی مخاطب و همکاری و همگامی کاربران با همدیگر را تسهیل کرده و آنها را به مشارکت در بحث‌ها تشویق می‌کنند. این شبکه‌ها مرز و خط‌کشی بین رسانه و مخاطب را از بین برده‌اند. اغلب شبکه‌های اجتماعی برای مشارکت اعضا و دریافت بازخورد، باز هستند.

گرچه به علت غلبه ابعاد دیگر شبکه‌های اجتماعی، بعد ارزشی آن کمتر مورد توجه قرار گرفته است، اما به جرأت می‌توان گفت که یکی از قابلیت‌های مهم شبکه‌های اجتماعی که تاکنون مورد غفلت واقع شده، فراهم کردن فضایی بین‌المللی جهت تبلیغ و اشاعه ارزش‌های دینی، اعتقادی، انسانی و اخلاقی است.

مزیت اصلی شبکه‌های اجتماعی نسبت به سایر رسانه‌ها، یکپارچه‌سازی امکانات پایگاه‌های مختلف است. امکاناتی از قبیل: ایجاد صفحات و پروفایل‌های شخصی، ساخت

وبلاگ‌ها، جستجوی اینترنتی، اطلاع از اخبار و رویدادها و شرکت در فضاهای گفتگو و فضا برای بارگذاری فایل‌ها که تا پیش از این کاربران برای استفاده از هر کدام از آنها باید عضو سایتی می‌شدند، اکنون از طریق تنها یک عضویت ساده، امکان پذیر است.

ایجاد انسجام اجتماعی در بین مردم و تسریع در سازماندهی فعالیت‌های مفید سیاسی و اجتماعی، از دیگر آثار مثبت شبکه‌های اجتماعی است.

مردم در گذشته استفاده از فضای تعاملی مانند چت^۱ را تجربه کرده‌اند؛ اما در این فضا، کاربران کمتر شخصیت و هویت خود را به درستی اعلام می‌کنند و از نام‌ها و شخصیت‌های مستعار استفاده می‌کنند، زیرا به این فضا اعتماد لازم را برای بازگو کردن حقیقت ندارند. با شکل‌گیری وب‌سایت‌های شبکه اجتماعی مانند مای اسپیس، اورکات، فیس‌بوک، توئیتر و... مردم صداقت را جهت پیدا کردن دوستان قدیمی، لذت استفاده از علم و... به همراه اعتماد واقعی را به دست آوردند.

این در حالی است که این ویژگی‌ها در کنار قابلیت‌های تلفن همراه به عنوان یک وسیله ارتباطی همه جا حاضر و فراگیر بر تاثیر استفاده از آن افزوده و چشم‌انداز تازه‌ای پیش روی انسان امروزی به نمایش گذاشته است.

با تمام مطالب عنوان شده در یک جمع‌بندی می‌توان عمده‌ترین مزایا و کارکردهای ارزشی اینترنت، تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی مجازی رایانه‌ای را به شرح ذیل بیان نمود:

- توسعه مشارکت‌های اجتماعی
- به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها توسط اعضا
- شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی
- امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه
- آشنایی با ایده‌ها، افکار و سلیقه‌های دیگران
- تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی
- یکپارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی

- توسعه مشارکت های مفید اجتماعی
- افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت در فضای سایبری
- افزایش مهارت های ارتباطی
- اطلاع رسانی و آگاهی سازی (سلیمانی پور، ۱۳۸۹)
- همگرایی (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸)

مزایا و کارکردهای هنجاری

امروزه رسانه های جمعی به همدیگر در انتقال معنا کمک می کنند و یکدیگر را کامل می کنند. رادیو با موبایل ترکیب می شود، اینترنت به کمک روزنامه چاپی می آید و تلفن همراه به کمک تلویزیون و رادیو می شتابد. گویی در هر کدام از این رسانه ها قطب هایی است که بر اساس اشتراکاتشان یکدیگر را جذب می کنند. استفاده از تلفن همراه نیز از همین مقوله است. با ترکیب فناوری های پیشرفته در سال های اخیر، گوشی های تلفن همراه، به رایانه های جیبی و کوچکی تبدیل شده اند که روز به روز کاربرد های متنوع و حرفه ای تری را به کاربران خود ارائه می دهند، تا حدی که شباهت موجود میان تلفن همراه و رایانه ها به طور دائم در حال افزایش حیرت انگیزی است و می توان گفت در آینده ای نزدیک این تلفن های هوشمند به پایگاه های رایانه ای قدرتمند کاربران تبدیل خواهند شد. آنچه از تحقیقات به نظر می رسد این است که بسیاری از شبکه های اجتماعی در اینترنت با انگیزه سازماندهی گروه های اجتماعی مجازی با تکیه بر اشتراکات مختلف شکل می گیرند. پیدا است که اعضای این اجتماعات مجازی با پیوندهایی که با یکدیگر دارند، در مجموع به دنبال تحصیل یک هدف مشترک در دنیای واقعی - که غالباً هدفی سیاسی، اجتماعی یا فرهنگی است - هستند.

بر خلاف سایر رسانه ها که مخاطبان، چندان تعاملی در تولید و انتخاب محتوای دلخواه خود ندارند، در وب سایت های شبکه های اجتماعی، کاربران می توانند تولید کننده، تأثیرگذار و دارای قدرت انتخاب و بهره برداری از تنوع بیشتری باشند.

شبکه های اجتماعی در اینترنت، یکی از منابع مهم برای کسب درآمد از راه تبلیغات

به شمار می‌آیند؛ چرا که اعضای این شبکه‌ها در صفحات مربوط به خود درباره علایق خود صحبت می‌کنند و این به شرکت‌های تبلیغاتی اجازه می‌دهد که بر اساس همین علایق، برای آنها آگهی بفرستند.

اخبار شبکه‌های اجتماعی بدون سانسور منتشر می‌شوند و این می‌تواند یک مزیت تلقی شود؛ هر چند امکان تکثیر اطلاعات مخدوش و نادرست نیز در این شبکه‌ها بیش از نسل قبلی رسانه‌ها است. البته امکان مقایسه و تحلیل اطلاعات برای مخاطبان وجود دارد و نباید بنا را بر اعتماد به هر آنچه در این شبکه‌ها تولید و باز نشر می‌شود گذاشت. (سلیمانی پور، ۱۳۸۹: ۱۶)

وجود زبان‌های مختلف در رسانه‌های اجتماعی، امکان حضور تمام افراد جامعه را فراهم می‌کند که می‌توانند فرهنگ حاکم بر جامعه خود را به معرض دید عموم بگذارند. اینکه یک جوان بتواند با همسالان و همفکران خود در کشورهای دیگر جهان ارتباط برقرار کند، باعث می‌شود تا این رسانه‌ها به مکانی تبدیل شوند که وی بتواند فرهنگ‌ها و آداب و رسوم کشور خود را به دیگران معرفی کند و به اشتراک بگذارد.

از دیدگاه پست مدرن‌ها گفتمان محور شناخت و حتی وسیله‌ای برای تولید دانش است. رسانه تلفن همراه با توجه به خصیصه گفتمان و در اختیار داشتن محیط چند رسانه‌ای، مولتی مدیا را ایجاد کرده و با ترکیب انواع متن، صدا، تصویر و... محیط مناسب و ایده آل را پدید می‌آورد و در این گفتمان و تبادل آراء و مذاکره، زمینه آگاهی بیشتر می‌شود.

پست مدرنیسم در همزیستی و انطباق با عصر رسانه‌ها است. تلفن همراه از بسیار جهات ویژگی شاخص و تعیین کننده پست مدرنیسم است. تلفن همراه بلاوقفه و به طرق مختلف موجب سرگرمی، آموزش، تربیت و حتی انحراف و گمراهی می‌باشد.

تلفن همراه به عنوان یک وسیله ارتباطی «همه جا حاضر» در اضطراب‌ها و فشارهای ناشی از نقش‌های اجتماعی افراد تاثیر متضادی دارد. تلفن همراه می‌تواند در انعطاف پذیری این نقش‌ها، تأثیر بسیار مهمی داشته باشد.

زیستن در دنیای مجازی کلیت زندگی و حتی فهم انسان را تغییر می‌دهد. منظور از فهم، روال طبیعی ادراک است که در وضعیت پست مدرن از مجرای واقعی و طبیعی خود

خارج می شود و سبک و سیاق خاص می یابد.

رسانه تلفن همراه با بمباران اطلاعاتی افراد بدون اینکه نیازی به حضور فیزیکی در محیط آموزشی باشد به او القاء می کند که در یک محیط آموزشی و تربیتی قرار دارد.

از کاربردهای عمده گوشی های تلفن همراه برای جوانان تفریح و سرگرم سازی است که به سهولت در دسترس آنان قرار می گیرد. آموزش و تربیت با ابزار سرگرمی، از شگردهای رسانه های پست مدرن است (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۸-۱۸).

با توجه به مطالب فوق عمده ترین مزایا و کارکردهای هنجاری اینترنت، تلفن همراه و شبکه های اجتماعی مجازی رایانه ای به شرح ذیل می باشد:

- سازماندهی انواع گروه های اجتماعی مجازی
- ایجاد محتوا توسط اعضا
- تبلیغات هدفمند اینترنتی
- کارکرد تبلیغی و محتوایی
- انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات
- افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی
- امکان عبور از مرزهای جغرافیایی
- آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ های مختلف
- ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان (سلیمانی پور، ۱۳۸۹)
- گفتمان مجازی
- نماد دوران پست مدرن
- آموزش مجازی
- تفنن و سرگرمی
- ایجاد محیط غنی مجازی
- مردمی بودن و تعداد زیاد کاربران
- دسترسی سریع و مؤثر با کیفیت بالا (به افراد و اطلاعات)

- امکان برقراری ارتباط به طور مداوم
- امکان ارتباط در هر زمان و در هر مکان
- حذف سانسور و کنترل های سخت و سخت (دولتی)
- کاهش هزینه و تردهای شهری
- از میان برداشتن قسمتی از محدودیت های ناشی از معلولیت جسمی
- از میان برداشتن محدودیت های ناشی از جنس، نژاد، موقعیت اقتصادی، اجتماعی و ... (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸)

معایب و پیامدهای منفی ارزشی

شبکه های اجتماعی اینترنتی مانند سایر رسانه های نوین دارای پیامدهای سوء و کژکار کردهایی است که غفلت از آن پیامدهای سوئی در جامعه به دنبال خواهد داشت.

در این شبکه ها، افراد و گروه های مغرض با اهداف از پیش تعیین شده و با شیوه های مخصوص، اقدام به تبلیغات ضد دینی و حمله به اعتقادات مذهبی می نمایند. گاه پس از تحقیق و ریشه یابی درمی یابیم که هدف اصلی گردانندگان برخی از این شبکه ها، دین زدایی و حمله به مقدسات بوده است.

معمولاً شبکه های اجتماعی ابزارها و امکاناتی به کاربران خود می دهند تا آنها بتوانند تصاویر، ویدئوها و اطلاعات خویش را در صفحه شخصی خود قرار دهند.

در اغلب شبکه های اجتماعی، برای حفظ حریم خصوصی افراد راه کارهایی ارائه شده است. برای مثال دسترسی به تصاویر و اطلاعات را با توجه به درخواست کاربر محدود می نمایند و یا اجازه مشاهده پروفایل یا صفحه شخصی کاربر را به هر کسی نمی دهند، ولی این راه ها کافی نیستند.

مشکلاتی از قبیل ساخت پروفایل های تقلبی در شبکه های اجتماعی و عدم امکان کنترل آنها به دلیل حجم بالا، باعث می شود که افرادی با پروفایل های تقلبی به شبکه های اجتماعی وارد شوند و با ورود به حریم های خصوصی افراد مورد نظر، تصاویر و اطلاعات آنها را به سرقت برده و شروع به پخش تصاویر در اینترنت کنند.

از طرف دیگر، امروزه با ورود وسایل و تکنولوژی‌های جدید به عرصه خانواده‌ها، والدین و فرزندان ساعت‌های متمادی در کنار یکدیگر می‌نشینند، بدون آنکه حرفی برای گفتن داشته باشند. ما دیگر کمتر نشانه‌هایی از آن نوع خانواده‌هایی را داریم که والدین و فرزندان دور هم نشسته و درباره موضوعات مختلف خانوادگی و کاری با هم گفتگو کرده و نظرات همدیگر را راجع به موضوعات مختلف جویا شوند. در شرایط فعلی روابط موجود میان والدین و فرزندان به سردی گرائیده و دو نسل به دلیل داشتن تفاوت‌های اجتماعی و تجربه‌های زیسته مختلف، زندگی را از دیدگاه خود نگرسته و مطابق با بینش خود آن را تفسیر می‌کنند. نسل دیروز (والدین) احساس دانایی و با تجربگی می‌کند و نسل امروز (فرزندان) که خواهان تطابق با پیشرفت‌های روز است، در برابر آنها واکنش نشان می‌دهد و چون از پس منطق و نصیحت‌های ریشه‌دار و سرشار از تجربه آنها بر نمی‌آید به لجبازی روی می‌آورد (رحیمی، ۱۳۹۰: ۱۹).

می‌توان گفت یکی از بزرگترین مسائل اجتماعی که جوامع امروزی به آن مبتلا می‌باشند ضعف بنیاد خانواده است. از آنجایی که مشکلات خانواده‌ها به صورت ناهنجاری‌های اجتماعی بروز می‌کند خانواده و سلامت آن از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار می‌باشد.

آماده کردن فرزندان برای پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی یکی از وظایف مهم و اساسی خانواده‌ها به شمار می‌رود. جوانان باید بتوانند به خصوص برای زندگی‌های مشترک آماده شوند و سعی نمایند روابط خود را با پیرامون‌شان در حد متعارف و قابل قبولی تنظیم نمایند.

عناصر سه گانه هویت یعنی «شخص، فرهنگ و جامعه» هر یک در تکوین شخصیت فرد نقش مهمی را ایفا می‌کنند. هویت شخصی، ویژگی بی‌همتای فرد را تشکیل می‌دهد. هویت اجتماعی در پیوند با گروه‌ها و اجتماعات مختلف قرار گرفته و شکل‌گیری آن متأثر از ایشان است. در نهایت هویت فرهنگی برگرفته از باورهایی است که در عمق وجود فرد به واسطه تعامل او با محیط پیرامون و آموزه‌های آن، از بدو تولد تا کهنسالی جای گرفته است. از آن جا که فضای سایبری، صحنه‌ای فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت‌های متنوع، نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد، خود زمینه‌ای

است برای آسیب پذیری شخصیت کاربر که در نتیجه، موجب چند شخصیتی شدن وی خواهد شد (رحیمی و پرنده، ۱۳۹۲).

از نگاهی دیگر روجک در کتاب «مطالعات فرهنگی» ضمن بیان ویژگی های تلفن همراه، وجوه منفی استفاده از آن را نیز بر شمرده و بیان می کند:

استفاده از تلفن همراه نیز مانند اینترنت از وجوه منفی برخوردار است. تلفن همراه با انواع جدیدی از مزاحمت ها در فضای عمومی همراه است. در قطار ها و اتوبوس های عمومی، به صورت یک طرفه به عنوان دنباله فضای اداری و خصوصی به کار گرفته می شود. تا آنجا که شرکت های حمل و نقل، ایجاد «مناطق آرام» را برای مسافرانی که خواهان حفظ خلوت خویشند، در دستور کار قرار داده اند. استفاده از تلفن همراه در هواپیما موجب اختلال در علامت دهی هواپیما می شود و مخاطره آمیز است.

شرکت های تبلیغاتی پیام هایی را بدون اجازه مشتریان ارسال و فرآورده های جدید را تبلیغ می کنند. به نحوی که موبایل به یک سطل زباله برای پیام های ناخواسته تبدیل شده است. به علاوه پلیس و سایر نهادها و ارگان ها می توانند به منظور نظارت و کنترل، از پیام ها و مکالمات تلفنی رونوشت بردارند (۴۳:۴۱-۱۳۹۰).

وی همچنین تأکید می کند که مزیت های تلفن همراه به وضوح این معایب را کم اهمیت جلوه می دهد و برای ارسال و دریافت پیام شیوه هایی جدید و چند گانه عرضه می کنند.

از بین بردن یا کمرنگ کردن ارزش های معنوی و مذهبی، تزلزل ارزش ها یا مخدوش شدن ارزش های اخلاقی بر اثر کاربرد مخرب بلوتوث، پیامک های مستهجن و... نیز از دیگر اثرات مخرب فرهنگی - اجتماعی تلفن همراه است که توجه به آن بسیار ضروری و دارای اهمیت است.

به اعتقاد بسیاری در حال حاضر فضای مجازی بیشتر از هر مسئله ای زندگی خصوصی و یا همان حریم خصوصی انسان ها را مورد تهدید قرار داده است. گرفتن تصویر بدون اطلاع افراد توسط تلفن همراه در حوزه خصوصی و انتشار این تصاویر در حوزه های

عمومی و یا تهدید به انتشار این تصاویر و باج گیری از طریق آن، انتشار تصاویر مربوط به جشن های خصوصی، انتشار آسان تصاویر ناهماهنگ با عرف جامعه و مواردی از این قبیل، نمونه ای از تخریب حریم خصوصی توسط این رسانه دیجیتال است.

پیامک ها و بلوتوث ها از طریق حریم شکنی گسترده در حوزه های مختلف اجتماعی، سیاسی، اعتقادی و... که برای مثال تا مرزهای اهانت به قومیت ها پیش می رود، اصول هویت ملی را به مخاطره می افکند و زمینه های جدایی و افتراق میان گروه ها و اقشار جامعه را فراهم می آورد.

همچنین ارتباطات مخابراتی و بی سیمی، یکی از اصلی ترین اهدافی است که مورد توجه هکرها قرار می گیرد. آنها مکالمات هر کسی را که بخواهند تحت کنترل خود می گیرند و به این ترتیب می توانند به فایل های متنی، اطلاعات شخصی و حتی عکس های گرفته شده توسط تلفن همراه دست یابند.

جایگزینی این تکنولوژی به جای ارتباطات حضوری (به خصوص با استفاده از امکان ارسال پیام های کوتاه) تا حدود زیادی ارتباطات انسان ها را به حداقل رسانده است. افزایش این گونه ارتباطات به کاهش روابط چهره به چهره و زنده صوتی منجر می شود. ارتباطات ناقصی که در قالب متون خشک و بی روح جان می گیرد، مرز شوخی و جدی را درهم می آمیزد و مسیر اغراق آمیز و نادرستی را می پیماید که هرگز جایگزین مناسبی برای ارتباط کلامی و عاطفی میان گروه دوستان و آشنایان نیست و شناخت مجازی و غیرواقعی حاصل از آن نمی تواند معیار خوبی برای آگاهی درباره طرفین رابطه باشد.

این ارتباط مجازی فرصت یادگیری آداب زندگی را به طور عملی و از طریق ارتباط مؤثر با اقشار مختلف اجتماعی از فرد سلب و او را در محیطی بسته و محدود محصور می کند. این آسیب در حوزه روانشناسی نسل ها به ویژه نوجوان قابل بحث و بررسی است و نتایجی نظیر شکاف نسل ها، نداشتن درک متقابل و ناتوانی در برقراری ارتباط سالم در میان جمع را در پی دارد.

تاکنون نتایج اغلب تحقیقات نادیده گرفته یارده شده اند با این حال مضرات پزشکی تلفن همراه برای کودکان و افراد زیر ۱۲ سال و رابطه امواج الکترومغناطیس ناشی از

گوشی‌ها با بروز تومور مغزی تقریباً اثبات شده است.

نتیجه برخی تحقیقات نیز استفاده از تلفن همراه را برای افراد زیر ۲۰ سال یکی از دلایل بروز آسیب‌های جدی در بخش‌های مربوط به شنوایی و بینایی مغز معرفی می‌کند.

همچنین یکی از بدترین چیزها برای جنینی که در شکم مادر است، امواج الکترومغناطیسی تلفن همراه است. بدن جنین هنوز بافت خوب و کاملی را به خود نگرفته و بسیار حساس است. امواج تلفن همراه منجر به کاهش عکس العمل مولکولی در بدن جنین می‌شود (اکبری، ۱۳۸۹: ۱۲۰-۱۱۲)

در یک جمع‌بندی می‌توان مهمترین معایب و پیامدهای منفی اینترنت، تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی مجازی رایانه‌ای را به شرح ذیل برشمرد:

- تبلیغات ضد دینی و القای شبهات
- کمرنگ کردن ارزشهای اسلامی و اخلاقی
- تهدید سلامت انسان در اثر استفاده زیاد (اکبری، ۱۳۸۹)
- نقض حریم خصوصی افراد (سلیمانی پور، ۱۳۸۹)
- انزوای اجتماعی
- بحران هویت و اختلال در شکل‌گیری شخصیت (رحیمی و پرنده، ۱۳۹۲)
- تعارض ارزش‌ها (زنجانی زاده، ۱۳۸۴)
- به خطر افتادن هویت ملی
- کاهش مهارت‌های ارتباطی
- دستیابی به اطلاعات نادرست
- شکاف نسل‌ها (رحیمی، ۱۳۹۰)
- سوء استفاده‌های جنسی (اکبری، ۱۳۹۰)

معایب و پیامدهای منفی هنجاری

همانند آنچه در حوزه ارزش‌ها بیان گردید، تلفن همراه و شبکه‌های مجازی مبتنی بر آن دارای معایب و پیامدهای منفی هنجاری نیز هست که در ادامه بدان پرداخته می‌شود. آنچه مسلم است به علت عدم امکان شناسایی هویت واقعی اعضا و نیز عدم امکان کنترل محتوای تولید شده توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی، یکی از مهم‌ترین پیامدهای منفی این شبکه‌ها، شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذبی خواهد بود که توسط برخی از اعضای این شبکه‌ها و با اهداف خاص و غالباً سیاسی منتشر می‌شود.

از طرف دیگر، جامعه مجازی هیچ وقت جایگزین جامعه واقعی نخواهد بود، بلکه به عنوان تسهیل‌کننده تجارب اجتماعی عمل خواهد کرد. تسهیلات ارتباطی که به انسان‌ها این امکان را می‌دهد تا در سطح جهانی و از راه دور به شیوه‌ای جدید با اجتماعاتی که منافع مشترکی با آنها دارد پیوند خورده، در نتیجه با پیوستن به این «اجتماعات از راه دور» قادر شود در دنیای واقعی نیز روابط اجتماعی بهتری با همسایگان، همکاران و سایر شهروندان جامعه واقعی برقرار نماید.

هر شبکه اجتماعی فرهنگ ارتباطی خاص خود را دارد، یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فردی را برای خود برگزیده است. البته می‌توان شبکه‌هایی را یافت که فرهنگ ارتباطی تقلیدی برای خود برگزیده‌اند. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل: برخورد، تکیه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و... است. بدون تردید، میزان تأثیرپذیری فرد از این محیط، صفر مطلق نخواهد بود. پس هر شبکه اجتماعی، هویت مطلوب خود را ترویج می‌کند (سلیمانی پور، ۱۳۸۹: ۱۸).

تحقیقات نشان داده است که اینترنت به دلیل تسهیل ایجاد روابط دوستانه و عاشقانه، در زمینه‌های غیر اخلاقی بسیار مورد توجه قرار گرفته، تا جایی که اینترنت موجب سهولت خیانت در روابط زناشویی و ایجاد روابط نامشروع می‌شود.

تا چند سال پیش وقتی در اماکن عمومی، بلوتوث گوشی خود را روشن می‌کردیم، متوجه می‌شدیم که جمع کثیری از افراد در حال مبادله انواع پیام‌هایی هستند که

در بیشترین موارد برای سلامت اجتماعی و فرهنگی و روانی جامعه ما خطرناک است. با بررسی‌های انجام شده مشخص شده که تاکنون لطمات جبران ناپذیری به خاطر استفاده از این تکنولوژی به خانواده‌ها وارد شده است.

پخش شایعه نیز مهم‌ترین آسیب‌های این رسانه نوین است که در سال‌های اخیر نمونه‌های عینی بسیاری می‌توان برای آن ذکر کرد. شایعات اغلب به افزایش اضطراب و کاهش امنیت روانی جامعه منجر می‌شود و با توجه به حساسیت موضوع و محتوای اطلاعاتی که به نادرستی منعکس می‌کند کنش و واکنش‌های نامربوطی را به وجود می‌آورد که به سود هیچ‌کس نیست.

یکی از مشخصه‌های تلفن همراه شماره تلفنی است که بر روی سیم کارت قرار دارد. متأسفانه دستگاه‌های کپی سیم کارت در بازار یافت می‌شود که با قرار گرفتن سیم کارت داخل آن و اتصال به کامپیوتر کپی صورت می‌گیرد. از طریق برنامه‌های رایانه‌ای، امکان کپی سیم کارت بر روی چند سیم کارت دیگر که به صورت خام یافت می‌شود، وجود دارد. در این مورد می‌توان به برقراری ارتباطات غیرمجاز از طریق سیم کارت کپی شده اشاره کرد.

استفاده از تلفن همراه حین رانندگی یکی از دلایل پرشمار تصادفات رانندگی و حوادث ناشی از آن و ایجاد گره‌های ترافیکی در معابر شهری محسوب می‌شود.

ارسال بیش از اندازه پیام کوتاه نوعی وسواس و اختلال ذهنی به دنبال دارد که متأسفانه نزد کاربران نوجوان ایرانی بسیار رایج است. استفاده بیش از اندازه و غیر ضروری از تلفن همراه برای کاربر استرس و پریشانی ذهنی پدید می‌آورد.

این اختلالات به حدی است که نوعی بیماری روانی و عصبی براساس آن تعریف شده است و فرد مبتلا در طول روز چندین بار احساس می‌کند گوشی تلفن همراهش زنگ می‌خورد. بسیاری از محققان معتقدند استفاده بیش از اندازه از تلفن همراه در ذهن و اعصاب کاربران نوعی اعتیاد پدید می‌آورد که درست مانند اعتیاد به مواد مخدر، بازی‌های رایانه‌ای، اینترنت و... مخرب است. معتادان به استفاده از تلفن همراه از دوستان و خانواده فاصله می‌گیرند، انزواطلب می‌شوند، اولویت‌های سنی و اجتماعی نظیر

تحصیل و اشتغال را پس می زنند، هنگامی که تلفن همراه در دسترس شان نیست به آن فکر می کنند و از دوری اش رنج می برند.

خاموش بودن تلفن همراه در این گونه افراد تحمل ناپذیر است و موجب می شود حتی هنگام خواب یا در مواقع خاصی که گوشی تلفن همراه را خاموش می کنند یا در حالت سکوت قرار می دهند، به استرس و دلشوره دچار شوند. فرد معتاد نمی تواند از گوشی تلفن همراه خود دور بماند و از هر ترفندی برای استفاده دائمی از آن بهره می جوید. این نوع اعتیاد از علاقه و وابستگی فراتر می رود و به نوعی جنون در دسترس بودن تبدیل می شود. پیامک های تلفن همراه و مطالب مبادله شده در شبکه های مجازی نیز گونه ای ادبیات ویژه را در ایران گسترش داده، قواعد کلامی را شکسته و وارد حوزه دیگری از کلام شده و در مواردی تنش ها و تعارضات فرهنگی پدید آورده است؛ زمانی که تابوهای جامعه به سخره کشیده شده یا پیام های زشت و جدایی افکنانه قومی، نژادی، زبانی و جنسیتی مبادله شود.

ادبیاتی که در سیستم پیام کوتاه استفاده می شود - به خصوص در بین گروه های سنی پایین - ادبیات خاص، غیر رسمی و قابل تأمل است و در مبادلات متن های پیامک، ادبیات متناقض، به فراوانی دیده می شود (اکبری، ۱۳۸۹: ۱۲۰-۱۱۲). ضمن آنکه استفاده از حروف انگلیسی جهت نگارش کلمات و عبارات فارسی به صورت فینگلیش نیز تاثیر بسیار مخربی بر ادبیات و دستور زبان فارسی گذاشته است.

از عمده ترین تهدیدات دیگر تلفن همراه بلوغ زودرس کودکان و نوجوانان می باشد. اکثر اطلاعات رد و بدل شده میان نوجوانان و جوانان موسیقی غربی، تصاویر و صحنه های غیر اخلاقی، مستهجن و... می باشد.

تلفن همراه به عنوان وسیله ارتباطی سیار موجب باز اندیشی مصرف کننده و همچنین بروز رفتارهای تظاهری در بین آنان شده است.

در حال حاضر به دلیل مشکلات و معضلات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محدودیت های دینی که در کشور ما وجود دارد و امکان ازدواج و ارتباط با جنس مخالف وجود ندارد اکثر نوجوانان و جوانان به دلیل امکانات و مزایایی چون راحتی در

دستیابی، ناشناس ماندن و مقرون به صرفه بودن تلفن همراه از طریق آن ارتباط برقرار می‌کنند (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۴).

از تمام مطالب مطرح شده در این خصوص، می‌توان نتیجه گرفت که عمده ترین آثار سوء اینترنت، تلفن همراه و شبکه های اجتماعی مجازی رایانه ای در جامعه به شرح ذیل می باشد:

- شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب
- انزوا و دور ماندن از محیط های واقعی اجتماع
- تأثیرات منفی رفتاری (سلیمانی پور، ۱۳۸۹)
- تاثیر فضای مجازی در نارضایتی های خانوادگی
- گسترش ارتباطات نامتعارف میان جوانان (رحیمی و پرنده، ۱۳۹۲)
- به مخاطره افتادن سلامت اجتماعی، فرهنگی و روانی جامعه
- کپی سیم کارت (و سوء استفاده از آن)
- تصادفات و حوادث ناشی از استفاده راننده از تلفن همراه
- بوجود آوردن اختلالات ذهنی
- اعتیاد به تلفن همراه (و شبکه های مجازی)
- حاکم کردن ادبیات غیر متعارف بر جامعه (اکبری، ۱۳۸۹)
- بلوغ زودرس
- مصرف گرایی
- ظهور تخلفات سایبری
- تاثیر مخرب بر زبان و ادبیات فارسی
- مزاحمت مجازی (سبحانی نژاد و همکاران، ۱۳۸۸)

به هر ترتیب با نگاهی واقع بینانه به شبکه های اجتماعی مجازی و توانمندی ها و ظرفیت وسیعی که در تلفن های همراه امروزی وجود دارد، ضروری است جامعه شناسان و تحلیل گران مسائل اجتماعی به همراه متخصصان سایبری از ابعاد و زوایای مختلف،

مشکلات و چالش‌های فرهنگی و اجتماعی این فضا را مورد ارزیابی و واکاوی قرار دهند تا یافته‌ها و نتایج آنها در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کلی کشور مورد استفاده قرار گیرد.

همچنین باید متذکر شد که با توجه به اینکه این شبکه‌ها، هم‌دارای کارکردهای مثبت و هم پیامدهای منفی است، ناآگاهی کاربران و مصرف‌کنندگان از مخاطرات آن باعث شده است که مخاطبان و استفاده‌کنندگان آن نسبت به آسیب‌های مرتبط با فضای مجازی به شدت آسیب‌پذیرتر باشند.

یادآور می‌شود نحوه رویارویی با این شبکه‌ها در شرایط کنونی یک موضوع فرابخشی است و ضمن آنکه دولت به تنهایی نمی‌تواند از عهده آن برآید، باید نقش و سهم هریک از نهادها و سازمان‌های جامعه همچون نهادهای مدنی، دانشگاه‌ها، مجلس شورای اسلامی، صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، رسانه‌های جمعی و دیگر دستگاه‌های اجرایی و فرهنگی کشور در برخورد با این پدیده اجتماعی مشخص شود تا بتوان نقاط ضعف و قوت آن را تحلیل و ارزیابی کرد و با کاهش تهدیدهای آن از فرصت‌های موجود در جهت تقویت روابط انسانی و توسعه فرهنگی کشور استفاده نمود.

فصل سوم:

فرصت های استفاده از

شبکه های اجتماعی مجازی

تلفن همراه



با تأکید بر ارزش ها و هنجارهای اجتماعی

فصل سوم:

فرصت های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه با تأکید بر ارزش ها و هنجارهای اجتماعی

یکی از مهمترین دغدغه های تمامی دولت مردان در کشور ما همواره توجه به فرهنگ فردی و اجتماعی و مقابله با تهاجم فرهنگی سایر فرهنگ های بیگانه بوده و هست و شاید بر همین اساس است که نهادهای مختلفی متولی امور فرهنگی بوده و بعضاً کارهای موازی بسیاری در این زمینه انجام می شود.

کمیته برنامه ریزی بخش فرهنگ و هنر دولت جمهوری اسلامی ایران در اولین برنامه پنج ساله خود، فرهنگ را کلیت در هم تافته باورها، ارزش ها، آرمان ها، دانش ها، هنرها، فنون، آداب و اعمال جامعه و مشخص کننده ساخت و تحول کیفیت زندگی تعریف نموده است (صالحی امیری، ۱۳۸۶).

«در تعریف تایلور فرهنگ مجموعه پیچیده ای شامل: دانش ها، معتقدات، باورها، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، حقوق و قوانین و آداب و رسوم و بالاخره تمام قابلیت ها و عادات و رفتاری است که انسان به عنوان عضو جامعه خود فرامی گیرد و در برابر آن جامعه وظایف و تعهداتی در بر دارد» (کوزر^۱، ۱۳۸۷: ۴۴).

اگر چه از فرهنگ به عنوان سبک کلی زندگی انسان یاد می شود، ولی این سبک کلی

که از تعاملات انسانی شکل گرفته، از ارزش‌ها و هنجارها ناشی می‌شود.

با توجه به تعاریف یاد شده می‌توان اذعان داشت که نقش فرهنگ در زندگی اجتماعی بشر بسیار وسیع است و سخن گفتن از اهمیت و نقش آن کار ساده‌ای نیست و برای شناخت بهتر و درک کامل آن لازم است عناصر فرهنگی همچون عقاید و باورها، نمادها و نشانه‌ها، ارزش‌ها و هنجارها شناخته شوند.

«در تمامی این تقسیم‌بندی‌ها ارزش‌ها به عنوان اموری مطلوب و اهداف غایی و هنجارها به عنوان قواعد رفتاری مشترک وجود دارند» (خسروی، ۱۳۸۹: ۱۳).

ارزش‌ها عبارتند از: مقاصد و اهداف مطلوبی که افراد برای دستیابی به آنها فعالیت می‌کنند تا بدین وسیله نیاز و خواسته‌های خودشان را برآورده سازند. به عبارت دیگر ارزش‌های اجتماعی واقعیت و اموری هستند که مطلوبیت دارند و مورد خواست و آرزوی اکثریت افراد جامعه است (وثوقی، ۱۳۷۰).

از طرف دیگر ارزش‌های اجتماعی هر جامعه از طریق هنجارهای اجتماعی آن تحقق می‌یابد. هنجارها تعیین می‌کنند که مردم چگونه در شرایط معین در یک جامعه خاص باید رفتار کنند. فایده این استاندارد رفتاری آن است که به بقای الگوهای روابط متقابل اجتماعی و شیوه‌های انجام امور کمک می‌کند (میشنز^۱، ۲۰۰۳: ۴۱).

شیوه‌های قومی (قلی‌زاده، ۱۳۹۲)، سنت یا رسوم اخلاقی (روح‌الامینی، ۱۳۸۱) و قانون (قلی‌زاده، ۱۳۸۷) از مهمترین هنجارهای اجتماعی هستند.

هنجارها دارای سه ویژگی زیرمی‌باشند:

- قاعده و استاندارد رفتار اجتماعی
- رعایت حقوق اکثریت
- مجازات در صورت عدم رعایت (قلی‌زاده، ۱۳۹۲: ۱۱۸)

با توجه به تعاریف عنوان شده و اهمیت ارزش‌ها و هنجارها اکنون می‌توان تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی تلفن همراه بر ارزش‌ها و هنجارهای کاربران به عنوان مهمترین اجزاء فرهنگ را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد.

کارکردها و فرصت های ارزشی

همانطور که عنوان شد «وقتی صحبت از ارزش و ارزش های اجتماعی می شود بیشتر منظور پدیده ای است که در جامعه امتیاز مثبت به دست آورده است و مردم برای آن پدیده ارزش مثبت قائلند و به آن علاقه مند هستند» (قلی زاده، ۱۳۹۲: ۱۰۷).

ارزش ها شیوه های مطلوب اندیشیدن و عمل کردن را در فرهنگ تعیین کرده، از طریق آموزش و پرورش درونی شده و راهنمای رفتار، کردار، گفتار، درک کردن، احساس کردن، دیدن، شنیدن افراد جامعه واقع می شوند.

ارزش ها با نوعی مراقبت و فشار و کنترل اجتماعی همراه است. افراد را وادار می کند که مطابق آداب و رسوم اخلاقی در جامعه عمل کنند و از اعمال نکوهیده اجتماعی بپرهیزند.

بر همین اساس فرصت های ارزشی شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه در قالب مفاهیم ذیل تشریح می گردد.

۱ - تحکیم روابط خانوادگی

این مفهوم کاربردی مفاهیمی چون؛ «تجدید ارتباط با خویشان و صله ارحام»، «ابراز احساسات به اعضای خانواده»، «تحکیم روابط احساسی - عاطفی» و «انتقال مفاهیم اخلاقی به اعضای خانواده» را در بر می گیرد.

در توضیح این مفهوم اصلی باید گفت؛ تشکیل گروه های خویشاوندی و تقویت روابط خانوادگی یکی از جدید ترین مزایای این شبکه ها است که به واسطه ایجاد گروه های مجازی و ارتباط بر خط اعضای گروه های مختلف فراهم آمده است.

امروزه وجود این شبکه ها باعث آسان تر شدن روابط خانوادگی شده و کاربران با تجدید ارتباط با خویشان و ابراز احساسات به اعضای خانواده، روابط احساسی و عاطفی خود با اعضای خانواده را تحکیم نموده، ضمن آنکه انتقال مفاهیم اخلاقی به اعضای خانواده به رشد اخلاقی سایر اعضا نیز کمک شایانی می نماید.

اعضای خانواده به واسطه استفاده آسان و دسترسی آنی به این شبکه ها می توانند در

هر زمان و مکانی از احوال یکدیگر آگاه شده، با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و در گروه‌های خانوادگی به بحث و تبادل نظر پیرامون مسائل خانوادگی و اجتماعی بپردازند.

شاید در گذشته و در نسل قبلی ارتباطات مجازی در اتاق‌های گفتگو، سایت‌های دوست‌یابی و حتی سایت‌هایی همچون فیس‌بوک، توئیتر و... این موضوع کمتر به چشم می‌آمد اما با نسل جدید ارتباطات مجازی که به واسطه نرم افزارهای مبتنی بر تلفن همراه میسر شده است، شیوه جدیدی از ارتباطات خانوادگی شکل گرفته است. در ارتباطات چهره به چهره سنتی نوعی ارتباط سلسله‌مراتبی بالا به پایین میان اعضای مسن‌تر خانواده با اعضای کوچک‌تر وجود داشت و مطالب رد و بدل شده میان رده‌های سنی مختلف در یک خانواده بسیار متفاوت بود. اعضای خانواده در گفتگوهای خود ضمن آنکه بیشتر با همسالان خود در تعامل بودند، مطالبی به فراخور سن و موقعیت اجتماعی خود مطرح می‌کردند و عمدتاً گفتگوهای خانوادگی حول محور صحبت‌های بزرگان خانواده می‌گشت. اما در شبکه‌های مجازی در اولین گام این سلسله‌مراتب به نوعی از میان برداشته شده است. اگر چه هنوز احترامات خانوادگی و حریم‌های سنی پابرجاست اما هر عضو خانوادگی یک شبکه مجازی جهت گفتگو و بیان مطالب از یک حق مساوی برخوردار است. در یک شبکه مجازی خانوادگی یک عضو کوچک‌تر خانواده به همان اندازه سهم سخن گفتن دارد که بزرگ‌ترین عضو گروه این حق را دارد.

از طرف دیگر وجود این شبکه‌ها امکان ارتباط تعداد نامحدودی از اعضای خانواده و خویشان را فراهم می‌کند و به واسطه آن افراد از حال و احوال یکدیگر آگاه می‌شوند. اگرچه اعضای خانواده هنوز خود را به طور کاملاً شفاف بروز نمی‌دهند و از طرفی ارتباط مجازی و دیجیتالی نیز از قابلیت‌های ارتباطات چهره به چهره در استفاده از حواس انسانی و درک احوال روحی و روانی طرفین بی‌بهره است، اما در هر صورت حضور یک فرد در گروه خانوادگی و درج مطالب مختلفی از سوی او می‌تواند بازتاب حال و هوای روحی و روانی او باشد و بیان نظرات اعضای خانواده در خصوص مطلب عضوی دیگر و تعامل میان درج مطلب و نظرات تداعی گر نوعی صله‌ارحام و دید و بازدید مجازی است. این موضوع وقتی با بیان احساسات فردی افراد نسبت به سایر اعضای گروه؛ از ساده‌ترین

خانواده مجازی

شکل بیان احساسات یک عضو نسبت به عضو دیگر تا یاد آوری مناسبت های روزانه و تبریک ایام خاص فردی مانند روزهای تولد، ازدواج و فارغ التحصیلی و یا تسلیت و یادآوری ایام سوگواری فوت عزیزان و نزدیکان یا بزرگان خانواده و فامیل و... همراه باشد، تحکیم روابط خانوادگی را به دنبال دارد.

البته تمامی مزایای ارزشی این حوزه مربوط به اعضای عضو شبکه های مجازی نمی شود بلکه اعضای غیر عضو نیز به طور غیر مستقیم از این مزایا بهره مند می شوند. وقتی یکی از اعضای خانواده مطلب درج شده در گروه های مختلف را برای اعضایی که عضو آن شبکه نیستند بازگو می کند، به نوعی در حال انتقال مفاهیم شبکه های مجازی به شبکه سنتی خانواده است.

این مطلب می تواند از یک لطیفه ساده تا مطالب علمی، فرهنگی، تاریخی و مذهبی و حتی مطالب کوتاه آموزنده که بر شکل گیری شخصیت و رفتار اعضای خانواده مؤثر بوده، در حالیکه آنها به هیچ عنوان کاربر مستقیم این شبکه ها نیستند.

همچنین این انتقال مفهوم می تواند به صورت دو طرفه انجام شود به این صورت که مطلب یا نظر فرد غیر عضو به واسطه فردی که عضو این شبکه های مجازی است در گروه های مختلف درج گردد.

۲ - تقویت هویت ملی و مذهبی

از دیگر مزایای ارزشی این شبکه ها «تقویت هویت ملی و مذهبی» است که شامل مفاهیمی همچون؛ «اهمیت دادن به مطالب با ارزش تاریخی»، «یاد آوری مناسبت های ملی و مذهبی»، «تقویت وحدت ملی قومیت ها»، «تقویت ارزش های دینی»، «تقویت جایگاه ارزشی شهدا و ایثارگران»، «الگوگیری از سخنان بزرگان»، «علاقه به استفاده از تصاویر ماندگار با تاثیر مثبت»، «آگاهی بخشی از موسیقی سنتی و جدید» و «تقویت هویت فردی» می باشد.

در این شبکه ها علاقه مندان به تولید و نشر مطالب مختلف با موضوعاتی همچون؛ توجه به تاریخ و آثار باستانی و فرهنگ غنی کشور، بیان خاطرات و زندگی نامه شهدا و ایثارگران، یادآوری جایگاه نماز، عبادات، زیارات، ادعیه و فرائض دینی در زندگی فردی

و اجتماعی و آثار و برکات توجه به آن در زندگی اشخاص مبادرت می‌ورزند.

همچنین یکی از علاقه‌مندی‌های کاربران مطالب تاریخی و فرهنگی است، مطالبی که منعکس‌کننده پیشینه، تاریخ و تمدن کشور و افتخارات و میراث فرهنگی گذشتگان باشد، به خصوص وقتی با یک منبع معتبر و یا یک تصویر گویا همراه است. کاربران علاقه زیادی به دانستن تاریخ ایران به ویژه در دوران پرافتخار ایران باستان دارند و اکثر مطالبی که در این زمینه درج می‌گردد را مطالعه می‌نمایند.

از طرف دیگر یکی از فعالیت‌های کاربران ارسال پیام در خصوص رویدادهای ملی مانند روزهای خاص تقویم ایران باستان و تولد یا مرگ پادشاهان مقتدر و سرداران و پهلوانان بنام ایرانی و مناسبت‌های مذهبی همچون ولادت و شهادت ائمه و بزرگان دینی و ایام خاص ماه‌های قمری می‌باشد که کم و بیش در میان تمامی گروه‌ها و اعضای این شبکه‌ها به چشم می‌خورد.

این پیام‌ها در شکل جدید خود رنگ تمسخر زدایی از اقوام ایرانی را به خود گرفته است به طوریکه اگرچه در گذشته اغلب لطیفه‌های رد و بدل شده حول تمسخر اقوام مختلف کشور بود اما به تازگی کاربران اقدام به نشر مطالبی در خصوص خدمات و دستاوردهای قومیت‌های مختلف، به ویژه شخصیت‌های علمی، فرهنگی و نظامی این اقوام که اغلب از چهره‌های ملی و حتی جهانی هستند نموده که در حفظ و تقویت وحدت ملی قومیت‌ها و جلوگیری از اختلاف، سوء تفاهم‌ها و تفرقه میان مردمان مختلف کشور مؤثر می‌باشد.

در این شبکه‌ها علاوه بر مطالب تاریخی و ملی، مضامینی با محتوای دینی و مذهبی نیز تبادل می‌گردد. بسیاری از گروه‌های مذهبی و دینی با نشر مطالبی در خصوص فواید نماز، روزه، زکات، خمس و سایر اعمال مذهبی همراه با داستان‌های نقل شده از کسانی که این اعمال را انجام داده‌اند و ثمرات عمل به فرائض دینی را مشاهده نموده‌اند، سعی در تقویت باورهای مذهبی کاربران دارند. این موضوع حتی در گروه‌های خانوادگی نیز به چشم می‌خورد به طوریکه یک یا چند عضو از اعضای فعال گروه مطالبی از این دست را در گروه نقل و اعضای خانواده را نسبت به انجام بهتر و بیشتر این اعمال ترغیب

می نمایند.

از جمله دیگر موضوعات مطرح شده در این شبکه ها می توان به نشر مطالبی با مضامین فرهنگ ایثار و شهادت اشاره کرد که می تواند نقل یک جمله ساده از یک شهید تا یک خاطره یا داستان و حتی روایتی از یک عملیات در دوران دفاع مقدس باشد. نقل خاطرات شهدا، جانبازان، ایثارگران و خانواده شهدا از زبان همزمان و دوستان نزدیک آنها یکی از علاقه مندی های اعضای شبکه های اجتماعی مجازی است.

در این رابطه مکرراً مشاهده شده است که نه تنها اعضای گروه های مجازی این شبکه ها نسبت به مطالب تاریخی، فرهنگی و ارزشی واکنش مثبت نشان داده، بلکه نسبت به سخنان بزرگان تاریخی، علمی، فرهنگی، هنری و مذهبی نیز علاقه مندی نشان می دهند، صرف نظر از اینکه وی ایرانی بوده یا متعلق به ملت دیگری باشد.

احادیث و روایاتی از پیامبر اسلام (ص) و ائمه اطهار (ع) و سخنانی از پادشاهان، ادیبان، فرهیختگان، هنرمندان و ... ایرانی و غیر ایرانی از کوروش کبیر گرفته تا چارلی چاپلین همه و همه مورد علاقه اعضای این شبکه ها است. بیشتر کاربران صرف نظر از اینکه این مطلب را چه کسی گفته است بر محتوای مطلب و اینکه چه چیزی گفته تاکید می کنند که البته در برخی موارد که جنبه ملی دارد با کمی تعصب و اغراق نیز همراه است.

در این زمینه می توان به نقش مؤثر عکس، فیلم و موسیقی نیز اشاره کرد چرا که اعضای این گروه های مجازی علاقه بیشتری به استفاده از عکس و فیلم مثبت دارند که این تصاویر می تواند تصویر یک منظره زیبا، طبیعت بکر، آثار تاریخی زیبایی کشور و جهان و یا یک تصویر ساده حاوی یک پیام اخلاقی روزانه باشد که در این صورت در ذهن کاربر ماندگارتر خواهد بود.

از جمله دیگر موارد مورد علاقه کاربران این شبکه ها اطلاع از آثار موسیقی هنرمندان ایرانی است. در برخی از گروه های این شبکه ها جدیدترین آثار هنرمندان به همراه آثار هنرمندان قدیمی و پیشکسوت ضمن اطلاع رسانی، قابل پخش و ذخیره سازی است به طوریکه در هر لحظه می توان موسیقی دلخواه را شنید و یا در تلفن همراه ذخیره نمود. از نگاهی دیگر وجه تمایز شبکه های مجازی تلفن همراه نسبت به سایر شبکه های

اجتماعی رایانه ای در این است که در حال حاضر کاربران به منظور کسب ارتباطات و اطلاعات جدید از دوستان قدیمی و اعضای خانواده خود اغلب با هویت واقعی حضور می یابند و این نشان می دهد که اگرچه پنهان بودن هویت و گمنامی در فضای مجازی در گذشته دارای جذابیت بسیاری بود اما با تغییر رویکرد اکنون هویت های حقیقی سهم بیشتری در شبکه های مجازی دارند، چرا که برقراری ارتباط با اقوام و خویشان، دوستان، همکلاسی ها و ... با هویت غیر واقعی تقریباً امکان پذیر نیست و هیچ کس تمایل به داشتن ارتباط نزدیک با یک بیگانه و کسی که با هویت مستعار خود در فضای مجازی این شبکه ها حضور یافته ندارد، مگر آنکه از هویت واقعی او اطمینان حاصل شود.

در یک نگاه، حضور در شبکه های مجازی تلفن همراه می تواند بانشر مطالب با ارزش تاریخی و فرهنگی، همچنین تقویت ارزش های شهدا و ایثارگران و ارزش های دینی باعث تقویت هویت فردی، حفظ وحدت ملی و تقویت هویت ملی و مذهبی کاربران شده و در مجموع هویت فرهنگی کاربران را تقویت نماید.

آنچه در این میان قابل اهمیت است رعایت ادب و احترام میان اعضای خانواده به ویژه در ارتباط میان کوچکتر به بزرگترها است، ضمن آنکه افراد مسن تر خانواده نیز در این شبکه ها با رویکردی ارشادی به دنبال تقویت انسجام خانوادگی و رفع تعارضات به منظور تقویت پیوندهای فامیلی هستند.

۳ - تقویت ارزش های درون گروهی

مفهوم کلی دیگر این حوزه «تقویت ارزش های درون گروهی» می باشد که مفاهیمی مانند؛ «تبادل افکار»، «تقویت بحث و تبادل نظر جمعی»، «تقویت ارتباط دوستانه»، «رهایی از احساس غم و تنهایی»، «تأثیرگذاری مثبت بر همکاران»، «دوری از خشونت»، «ترویج مطالب محبت آمیز و احساسی» و «رعایت حریم های اخلاقی» را در بر می گیرد.

در حال حاضر این شبکه ها امکان تبادل افکار، تقویت بحث و تبادل نظر جمعی و ارتباط دوستانه کاربران را فراهم آورده و بدین وسیله استفاده کنندگان را از احساس غم

و تنهایی‌رهای بخشیده و با ترویج مطالب محبت آمیز و احساسی و دوری از خشونت، می‌تواند بر محکم شدن روابط اجتماعی افراد تأثیر گذاری مثبت داشته باشد.

همچنین می‌توان ادعا کرد یکی از جذاب ترین کاربردهای این شبکه‌ها تجدید ارتباطات گذشته است. وقتی شخصی یکی از دوستان، آشنایان، اقوام و خویشان خود را که مدت زیادی است از او بی خبر بوده، در این شبکه‌ها می‌یابد و ارتباط قدیمی خود را از سر می‌گیرد، نه تنها بر وسعت ارتباطات شبکه اجتماعی کاربران افزوده شده، بلکه این امر تقویت پیوندهای اجتماعی قدیمی افراد را به دنبال دارد.

بسیاری از کسانی که در این شبکه‌ها فعالیت دارند تمایل به دیدن و دیده شدن دارند. دیدن با این مفهوم که مطالب درج شده از سوی دیگر دوستان خود را مطالعه کنند و در مورد آن نظری بدهند، و دیده شدن با این معنا که از نظرات سایر دوستان خود پیرامون محتوای درج شده توسط خودشان اطلاع پیدا کنند.

این مطلب وقتی رنگ بیشتری در تعاملات اجتماعی مجازی می‌گیرد که تعدادی از دوستان یا اعضای یک گروه پیرامون یک مطلب واحد به بحث و تبادل نظر بپردازند. ماهیت فضای مجازی این است که در یک زمان واحد تعداد زیادی از افراد می‌توانند راجع به یک مطلب با یکدیگر بحث و تبادل نظر کنند بدون آنکه برای دیگران مزاحمت ایجاد کنند. هر کس می‌تواند راجع به نظر دیگری نظری بدهد و پاسخ آن را نیز دریافت نماید، یا اینکه یک نفر بدون آنکه در یک بحث دخیل باشد از تمامی نظرات اعضای درگیر اطلاع پیدا کند.

از طرف دیگر وقتی محتوای مورد تبادل حول محور فعالیت‌های دوستانه مانند قرار ملاقات‌ها، برنامه‌ها، خاطرات گذشته و... به گردش در آید، دوستان قدیمی و جدید از حال یکدیگر بیشتر با خبر شده و ارتباطشان بیشتر و حتی منجر به ایجاد روابط دوستی جدید با دیگران خواهد شد. بسیاری از دوستان قرار ملاقات‌های خود را در این شبکه‌ها تنظیم کرده و حتی برای گردش‌های دسته جمعی و گروهی خود زمان و مکان مناسب را به رأی می‌گذارند.

این موضوع برای گروه‌های کاری و همکاری نیز صادق می‌باشد. بسیاری از قرارها و

ملاقات‌های کاری و اطلاع‌رسانی‌های مربوط به حوزه شغلی در میان اعضای گروه‌های شغلی و کاری، به واسطه این شبکه‌ها انجام می‌شود چرا که در کوتاه‌ترین زمان ممکن می‌توان اطلاعات زیادی را برای سایرین ارسال و بر روی آنها تأثیر گذار بود.

این ارتباطات در کنار سایر گروه‌های سرگرمی و تفریحی باعث می‌شود کاربران از احساس تنهایی و غم‌رهایی یابند به طوریکه فردی که از احساس تنهایی فیزیکی رنج می‌برد با عضویت در گروه‌های مختلف خانوادگی، دوستی و سرگرمی در هر نقطه از جهان و هر ساعت از شبانه‌روز خود را عضوی از یک شبکه اجتماعی وسیع همیشه بیدار می‌بینند که نه تنها به احساسات او توجه می‌کند بلکه به بسیاری از نیازهای روحی و عاطفی او پاسخ مناسب می‌دهد.

افراد غمگین نیز پس از ورود به گروه‌های دوستی می‌توانند به صورت خصوصی با هر یک از دوستان خود گفتگو کنند و با همدردی و همدلی طرف مقابل از احساس غم‌رهایی یابند. همچنین وجود گروه‌های طنز و سرگرمی نیز می‌تواند به رهایی کاربران از احساس غم و تنهایی کمک نماید.

در این شبکه‌ها بسیاری از کاربران تمایل چندانی به مشاهده تصاویر و مطالب خشونت‌آمیز ندارند و بیشتر تأکیدشان بر مطالبی است که دارای محتوای احساسی و عاطفی است چرا که به عقیده آنها مشاهده رفتار خشونت‌آمیز دیگران باعث عادی‌سازی خشونت در آنها شده و می‌تواند روحیه خشونت‌طلبی را در فرد تقویت نماید. ضمن آنکه با توجه به زیاد شدن مشکلات و مسائل دنیای امروز و به ویژه مسائل مالی که بسیاری از ارزش‌های انسانی را تحت تأثیر قرار داده است، تمایل انسان‌ها به دریافت مهر و محبت حتی از یک فضای مجازی به وضوح قابل مشاهده می‌باشد.

در توضیح آخرین مفهوم فوق باید به تأکید و توجه اعضای گروه‌ها به رعایت حریم‌های اخلاقی میان اعضای گروه اشاره کرد. بسیاری از اعضا به واسطه برخورد ناشایست یک عضو با عضو دیگر، یا درج مطلب نامتناسب با شخصیت گروه نسبت به این موضوع متذکر و معترض شده و حتی اقدام به ترک گروه نموده‌اند.

اینگونه برخورد‌ها باعث شده تا اعضای یک گروه مجازی جهت حفظ انسجام گروهی از

بی احترامی و عدم رعایت حریم های اخلاقی پرهیز نمایند. ضمن آنکه برخی برنامه های این شبکه ها به مدیر گروه یا سایر کاربران این امکان را می دهد که در صورت عدم رعایت حریم های اخلاقی، عضو متخلف را از گروه حذف کنند. در این خصوص یادآور می شود که حضور افراد با شخصیت حقیقی خود در رعایت حریم های اخلاقی بی تأثیر نیست چرا که رفتار فرد در محیط مجازی می تواند در رفتار سایرین با وی در محیط حقیقی تأثیرگذار باشد.

۴ - ارتقاء دانش

«ارتقاء دانش» آخرین مفهوم اصلی فرصت های شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه در حوزه ارزش های اجتماعی است که دارای مفاهیم فرعی متعددی از جمله؛ «دسترسی به اطلاعات آزاد اجتماعی بدون سانسور»، «کسب اطلاع از رویدادهای اجتماعی»، «ارتقاء آگاهی ادبی»، «علاقه به مطالب با ارزش علمی و پند آموز»، «بالا بردن آگاهی های سیاسی»، «ارتقاء دانش اقتصادی»، «کسب اطلاعات جسمانی و پزشکی»، «فراگیری آموزش های علمی»، «کسب آگاهی از شیوه استفاده به منظور کنترل فرزندان»، «ارتقاء مهارت های زندگی»، «تقویت ارتباط با همکاران و مخاطبان شغلی» و «اطلاع از اخبار و وقایع شغلی» است.

کاربران این شبکه ها با عضویت در گروه های مختلف سعی می کنند ضمن استفاده علمی از مطالب و محتوای درج شده در حوزه های مختلف، در کوتاه ترین زمان ممکن جدیدترین اخبار و اطلاعات روز را از سراسر کشور و حتی جهان مطالعه و به دیگران منتقل نمایند.

اعضای گروه های مختلف این شبکه ها در حوزه تبادل اطلاعات در درجه اول به دنبال کسب اطلاعات در حوزه های مختلف هستند، آنچنان که سلیمانی پور (۱۳۸۹) نیز معتقد بود اخبار شبکه های اجتماعی بدون سانسور منتشر می شوند و این می تواند یک مزیت تلقی شود؛ هرچند امکان تکثیر اطلاعات مخدوش و نادرست نیز در این شبکه ها بیش از نسل قبلی رسانه ها است.

در این شبکه‌ها عده‌ای به دنبال مطالب ادبی و هنری همچون شعر و داستان و بحث و تبادل نظر در این حوزه بوده و در گروه‌هایی عضویت دارند که مخصوص این موضوعات تشکیل شده است. این دسته از افراد اغلب به مطالب علمی و پندآموز نیز علاقه نشان می‌دهند و زمانی را جهت بازدید از صفحاتی که یادآور نکات علمی است از بهداشت و سلامت گرفته تا تغذیه و ورزش و ... اختصاص می‌دهند. همچنین توجه به مطالب پندآموز مانند ابیات اشعار معروف، ضرب‌المثل‌ها، داستان‌های عبرت‌آموز و ... از دیگر علاقه‌مندی این کاربران است.

عده‌ای دیگر از کاربران علاقه‌مند به کسب اطلاع از وقایع روزانه شهر، استان، کشور و جهان هستند. برای این دسته از افراد کوچکترین رویداد اجتماعی یک منطقه تا تصمیمات مهم بین‌المللی قابل اهمیت است و هرچه میزان این اطلاعات دست‌نخورده، بکر و بدون سانسور باشد، بیشتر نسبت به آن حساسیت نشان می‌دهند. گویی افراد در این شبکه‌ها به دنبال کسب اطلاع از وقایع و حقایقی هستند که در رسانه‌های گروهی عمومی و سنتی کمتر منتشر شده یا اجازه درج دارد.

کاربران اغلب اخبار رسانه‌های گروهی را می‌بینند، می‌شنوند یا می‌خوانند و پس از آن با کسب اطلاع از منابع مختلف رسمی و غیر رسمی شبکه‌های مجازی سعی در کشف حقیقت و زوایای پنهان رویدادهای اجتماعی دارند.

علت توجه به این اطلاعات، بالا بردن سطح آگاهی و دانش فرد در حوزه‌های مورد علاقه از علم و فناوری گرفته تا سیاست، اقتصاد، بهداشت و سلامت و حتی وقایع شغلی کاربر است چرا که این ارتقاء دانش به فرد در اتخاذ تصمیمات آتی و برنامه‌ریزی برای زندگی در دنیای واقعی کمک شایانی می‌نماید.

به طور مثال اطلاع از جدیدترین قانون وضع شده در یک حوزه خاص و یا مهمترین تصمیمات یک وزارت خانه، اداره کل و یک سازمان در خصوص یک مسأله، به کاربر این امکان را می‌دهد که ضمن پیشی گرفتن از دیگران به جهت داشتن اطلاعات روزآمد و جدید، تصمیماتی متناسب با قوانین، سیاست‌ها و خط‌مشی‌های وضع شده گرفته و با اطمینان بیشتری به آینده قدم بگذارد.

کسب اطلاع از وقایع شغلی و انتقال این اطلاعات به سایر همکاران نیز موجب تقویت شبکه شغلی در دنیای حقیقی شده و توسعه روابط شغلی افراد را در حوزه های مختلف به دنبال دارد.

در کاربردی دیگر برخی از افراد به ویژه بانوان در خانواده ها از این شبکه ها به منظور آموزش مهارت های زندگی استفاده می کنند، این دسته از کاربران با عضویت در گروه های تخصصی همچون گروه های آشپزی، روان شناسی خانوادگی، یا گروه های ویژه بانوان؛ مطالب و نکاتی پیرامون اداره صحیح زندگی، برخورد مناسب با همسر و فرزندان، رفع تعارضات خانوادگی، دستور تهیه غذاهای جدید و ... را می آموزند.

در ساده ترین شکل استفاده، آشنایی والدین با این شبکه ها و نحوه استفاده از این رسانه نوین به آنها این امکان را می دهد که بر روی فرزندان خود نظارت و کنترل بیشتر و مؤثرتری داشته و به نوعی فریب شیطنت های آنها را نخورند.

در مجموع در این حوزه تبادل انواع مختلف دانش، از حوزه فرهنگ و ادبیات گرفته تا اقتصاد و سیاست به وضوح قابل مشاهده می باشد. ضمن آنکه در پایین ترین سطح اکثر مشارکت کنندگان تمایل به کسب اطلاع از اخبار و اوضاع اجتماعی پیرامون خود داشته و در سطحی بالاتر به دنبال اطلاعات تخصصی و صحیح در حوزه های مورد علاقه خود می باشند.

در این رابطه می توان به نظریه استفاده و رضامندی اشاره کرد که مهدی زاده در کتاب خود با پرداختن به علت استفاده از رسانه های نوین آورده است: «نظریه استفاده و رضامندی با اتخاذ رویکردی کارکرد گرایانه به ارتباطات و رسانه، مهم ترین نقش رسانه ها را بر آورده ساختن نیازها و انگیزه های مخاطب می داند. بنابراین، به هر میزان که رسانه ها این نیازها و انگیزه ها را بر آورده سازند، به همان میزان موجبات رضایتمندی مخاطب را فراهم می کنند» (۱۳۹۲: ۷۶).

کارکردها و فرصت های هنجاری

با توجه به مطالب عنوان شده در خصوص هنجارهای اجتماعی، نقش عمده هنجارها در جامعه «تنظیم نظم اجتماعی و تبعیت از آنها در روابط اجتماعی است» و به همین علت است که برای تعریف دقیق تر آن برخی از جامعه شناسان از مفهوم دستور اجتماعی استفاده کرده اند (دراندروف^۱، ۱۹۸۸).

بر همین اساس در ادامه، فرصت های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه با تاکید بر ارزش ها و هنجارهای اجتماعی مورد بررسی بیشتری قرار خواهد گرفت.

۱ - فراهم آوردن فرصت های تفریحی

اولین مفهوم اصلی این حوزه فراهم آوردن فرصت های تفریحی است که شامل مفاهیمی مانند؛ «استفاده از مطالب و تصاویر طنز»، «استفاده از فیلم های طنز»، «تفریح و سرگرمی»، «لذت بخش بودن»، «مطالعه داستان های کوتاه»، «استفاده از موسیقی های جدید» و «تبادل عکس و تصویر زیبا و جالب» بوده است.

از اصلی ترین انگیزه استفاده کاربران از این نرم افزارها، سهولت، کم هزینه بودن، دسترسی سریع و آنی و ... است که وقتی در کنار تفریح و سرگرمی حاصل از گروه های مختلف و امکانات این شبکه ها قرار می گیرد بر اهمیت استفاده آن افزوده و به نوعی راهی برای پر کردن اوقات فراغت کاربران می شود.

به جرأت می توان گفت با وجود اینکه دنیای مدرن امروزی بیشترین امکانات رفاهی و تفریحی را برای مردم به وجود آورده است اما مردم کشور ما کمترین میزان استفاده از این امکانات را دارند. در برخی آمار گفته می شود که کشور ما در زمره کشورهای غمگین دنیا است. اگر از فردی سوال شود که چه مدت زمانی از وقت خود را به تفریح و سرگرمی مفید اختصاص می دهد شاید اکثریت به دلیل مشکلات اقتصادی و معیشتی زمان اختصاص یافته را کم و یا اصلاً هیچ عنوان کنند.

اکثر مردم ما به دلیل مشکلات اقتصادی و پایین بودن سطح درآمد و قدرت خرید،

خانواده مجازی

زمان بیشتری را به اشتغال و حواشی آن اختصاص داده و کمترین زمان را جهت تفریح خانوادگی و سرگرمی دسته جمعی صرف می نمایند. اگرچه داشتن تفریح لزوماً نیازمند هزینه زیاد و قابل توجه نیست و مسافرت یک روزه در روز تعطیل، استفاده از امکانات رایگان رفاهی و تفریحی نهادها و سازمان های دولتی مانند شهرداری ها، صرف ناهار یا شام دسته جمعی در فضاهای سبز عمومی، کوه پیمایی خانوادگی یا در جمع دوستان و... می تواند به عنوان یک تفریح مفید و سالم به حساب آید، اما کمتر دیده شده که اکثر مردم زمانی را به انجام این قبیل امور اختصاص دهند. به همین دلیل امکانات شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه که شامل گروه های طنز و سرگرمی است می تواند قسمتی از وقت آزاد و حتی مفید کاربران را به خود مشغول کرده و صرف نظر از تبعات آن، کاربر مورد نظر را برای لحظه یا ساعتی سرگرم و شاد نماید. به ویژه وقتی این زمان در گروه های خانوادگی یا دوستانه سپری شود می تواند فرصتی برای یک تفریح و سرگرمی خانوادگی و دوستانه مجازی باشد.

۲ - اطلاع رسانی

مفهوم کلی بعدی «اطلاع رسانی» است که به بیشترین زیر مفهوم شامل؛ «دسترسی به اطلاعات آزاد و عمومی»، «تبادل اخبار رسمی کشور»، «یاد آوری مناسبت ها و وقایع مهم به دیگران»، «اطلاع رسانی مناسبت های دینی و مذهبی»، «اطلاع رسانی بخش نامه های اداری و سازمانی»، «کسب اطلاعات سیاسی»، «کسب اطلاع از اوضاع اقتصادی»، «تبادل اطلاعات عمومی»، «تبادل مطالب عقیدتی و مذهبی»، «تبادل مطالب بهداشتی»، «تبادل مطالب علمی»، «تبادل پیام های تبلیغاتی و بازرگانی»، «استفاده جهت امور تجاری و شغلی»، «گسترش ارتباط با همکاران برون سازمانی»، «استفاده از خدمات الکترونیکی»، «استفاده از سخنرانی های تاثیر گذار»، «استفاده از فیلم های آموزنده»، «وابستگی روزانه به پیام های مثبت» و «تسهیل در ارتباطات درسی با همکلاسی ها و اساتید» تقسیم بندی شده است.

یکی از مهمترین کارکردهای عمومی شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه، اطلاع رسانی اخبار، رویدادها و اطلاعیه های مختلف است که به عنوان یکی از عوامل مؤثر در

استفاده کاربران از این شبکه‌ها قابل تأمل است، چرا که هر فردی در هر لحظه از زمان و در ساده‌ترین شکل ممکن می‌تواند از اوضاع و احوال اطراف خود مطلع شود که این خود باعث تبادل حجم زیادی از اطلاعات در زمینه‌های مختلف خواهد شد.

تبادل اطلاعات، دسترسی به اطلاعات آزاد و عمومی و کسب اطلاعات سیاسی و اقتصادی همراه با تبادل اخبار رسمی کشور، همچنین وجود پیام‌های تبلیغاتی و بازرگانی و استفاده‌های تجاری و شغلی از این شبکه‌ها به همراه گسترش ارتباط با همکاران برون سازمانی و درون سازمانی باعث شده است که این شبکه‌ها به یکی از جذاب‌ترین رسانه‌ها و وسایل ارتباطی تبدیل شود. وسیله‌ای که همانند یک جعبه جادو هر چیزی که کاربر آن نیاز دارد را به او عرضه کرده و یا به تناسب نیاز کاربران تولید می‌کند. اهمیت این مفهوم وقتی بیشتر نمایان می‌شود که در می‌یابیم اکثر کسانی که از این شبکه‌ها استفاده می‌نمایند به انحاء مختلف از این کارکرد بهره می‌برند.

فردی که اخبار و رویدادهای دست‌اول اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی کشور را در این شبکه‌ها به اشتراک گذاشته یا جستجو می‌کند، کاربری که یک مناسبت ملی، مذهبی را به دیگران اطلاع‌رسانی کرده و یادآوری می‌نماید، کارمندی یا کاسبی که اطلاعات شغلی خود را با همکاران و مشتریان خود در میان گذاشته و از آنها کسب نظر و اطلاع می‌کند، مدیری که از این شبکه‌ها برای اطلاع‌رسانی یک بخش نامه یا آئین نامه رسمی استفاده نموده یا به جای پست الکترونیکی از این شبکه‌ها استفاده می‌کند، فردی که یک فیلم مستند یا سخنرانی خاص و تأثیرگذار و یا یک پیام روزانه و هفتگی را برای هم‌گروهی‌های خود به اشتراک گذاشته یا مشاهده می‌کند و در نهایت هم‌کلاسی‌هایی که مطالب و سوالات درسی خود را در این شبکه‌ها به نقد و بررسی گذاشته و در حل آن می‌کوشند و هر از گاهی با استاد خود جهت حل آن مسائل به بحث و تبادل نظر می‌نشینند، همه و همه در حال استفاده از این فرصت نوظهور جهت پیشبرد اهداف خویش هستند. فرصتی که در گذشته به این شکل سهل، آسان و سریع در اختیار همگان نبود اما اکنون هر کسی، در هر مکان و زمان امکان استفاده از آن را دارد.

۳ - گسترش و تسهیل روابط خانوادگی

در ذیل فرصت های هنجاری شبکه های اجتماعی تلفن همراه، مفهوم کلی دیگری با عنوان «گسترش و تسهیل روابط خانوادگی» وجود دارد که مفاهیمی چون؛ «تسهیل ارتباطات مجازی خانوادگی»، «اطلاع از وضعیت اقوام و خویشاوندان» و «تبادل عکس و فیلم خانوادگی» را در بر گرفته است.

یکی از مهمترین کاربردهای شبکه های مجازی تلفن همراه استفاده های خانوادگی و فامیلی است. این شبکه ها ابزاری برای ارتباط سریع، آسان و کم هزینه با اعضای خانواده، فامیل و خویشاوندان هستند. در گذشته محدودیت های زمانی و مکانی روابط سنتی و چهره به چهره این امکان را فراهم نمی آورد که اعضای یک فامیل بتوانند از حال یکدیگر به طور کامل با خبر باشند و بیشتر ارتباطات خانواده در میهمانی ها و مناسبت های ملی و مذهبی مانند عید نوروز و ماه رمضان، یا مراسم شادی خانوادگی مانند عقد و عروسی و جشن تولد و مراسم سوگواری و عزای اموات فامیل انجام می شد.

شاید در یک طنز تلخ در یک مراسم عزا گفته می شد: «خوب شد فلانی فوت کرد تا همه فامیل دور هم جمع شوند».

اما امروزه به واسطه این فناوری نوین تمامی کاربران یک خانواده می توانند در یک زمان واحد با بسیاری از اقوام دور و نزدیک خود به صورت خصوصی و عمومی در ارتباط باشند و از احوال یکدیگر با خبر شوند که این «همه مکانی و همه زمانی» یکی از ویژگی های رسانه های نوین است که ارتباط میان انسان ها را سهل و آسان نموده است.

در این میان به واسطه وجود امکانات بسیار متنوع و جذاب نرم افزار های اجتماعی، بسیاری مواقع عکس ها، خاطرات و مناسبت های خانوادگی نیز یادآوری و میان کاربران مبادله می شود. این تبادل اطلاعات به هیچ عنوان محدودیت های رسانه های سنتی مانند عکس را ندارد و همه کاربران فعال یک گروه می توانند به طور یکسان یک تصویر قدیمی خانوادگی را با کیفیت مناسب دریافت، ذخیره و به اشتراک بگذارند.

۴ - گسترش و تسهیل روابط دوستانه

«گسترش و تسهیل روابط دوستانه» نیز از دیگر مفاهیم اصلی فرصت های هنجاری

شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه است که به مفاهیم فرعی دیگری شامل؛ «ارتباط راحت با دوستان و آشنایان»، «گسترش ارتباط با دوستان قدیمی»، «تشکیل گروه‌های دوستی از مقاطع مختلف زندگی»، «تشکیل و عضویت در گروه‌های دوستان و آشنایان»، «تشکیل و عضویت در گروه‌های همکلاسی و دانشجویی»، «دوری از ناراحتی و انزوا»، «شکل‌گیری ارتباطات جدید با افراد ناآشنا» و «گسترش ارتباطات دوستانه مجازی» دسته‌بندی می‌شود.

در خصوص این مفهوم نیز همانند گسترش و تسهیل ارتباطات خانوادگی کاربران با همان دلایل، گروه‌های مختلفی از دوستان، آشنایان و همکلاسی‌ها قدیم و جدید که در مقاطع مختلف زندگی‌شان وجود داشته و تمایل به ادامه آن ارتباطات دارند تشکیل داده و در این گروه‌ها مطالب مختلفی رد و بدل می‌نمایند.

بسیاری از ما وقتی به خاطرات گذشته خود در مدرسه، دانشگاه، دوران نظام وظیفه و حتی در محیط‌های مختلف کاری که قرار داشته‌ایم فکر می‌کنیم، اغلب از خود سوال می‌کنیم که فلان دوست صمیمی ما در مدرسه یا دانشگاه که با وی خاطرات زیادی داشتیم اکنون مشغول چه کاری است؟ یا اینکه هم خدمتی ما در دوران سربازی و همکار ما در شغلی که سال‌ها پیش بدان مشغول بودیم در حال حاضر در چه وضعیتی قرار دارد؟

بسیاری از ما قرارهایی با خود و آنها داشتیم که پس از جداییمان این ارتباط قطع نشود و حتی بارها یکدیگر را به شهر و منزل خود دعوت کردیم و یا توسط آنها دعوت شدیم. اما معدودی از این قرارها واقعاً اتفاق افتاد و در عمل درگیری‌های شغلی، اقتصادی و خانوادگی چنان فرصت را از ما ربود که تا به خود آمدیم چند سال از آن قرار گذشته بود.

این شبکه‌ها می‌تواند ابزاری برای تجدید ارتباط با همه کسانی باشد که ما در دوران زندگیمان همواره تمایل به ادامه ارتباط با آنها داشتیم. تفاوت این نوع ارتباط با روابط چهره به چهره در این است که امکانات شبکه‌های اجتماعی مجازی به ما این فرصت را می‌دهد که تمام کسانی که سال‌هاست از ایشان بی‌خبریم را جسجو کرده و با

تمامی آنها در ارتباط باشیم. ما دوستان خود را می یابیم، با آنها به گفتگو می نشینیم، از احوالشان با خبر می شویم و حتی دوستان جدیدی پیدا می کنیم که هرگز آنها را ندیده ایم، بدون آنکه هزینه بیشتری صرف کرده باشیم.

شاید اشاره به ادعای مارک پاستر در مورد اینکه از جمله پیامدهای مثبت تغییر و تحول تکنولوژیکی بر جهان اجتماعی؛ شکل گیری شبکه های جدید روابط اجتماعی که نشانگر تغییر پیوندهای خویشاوندی به پیوندهای شغلی و حرفه ای است، بی ارتباط با این موضوع نباشد. (لافی^۱، ۲۰۰۷)

۵ - گسترش ارتباطات سهل و کم هزینه

آخرین مفهوم کلی این حوزه، «گسترش ارتباطات سهل و کم هزینه» بوده که مفاهیمی همچون؛ «برقراری ارتباط ارزان و کم هزینه» و «ابراز مسائل به طور صریح و بدون ترس» را در بر می گیرد.

در پایان کارکردهای مفید و مؤثر و فرصت های موجود این شبکه ها باید یاد آور شد که نقطه شروع و فصل مشترک استفاده از تمامی این نرم افزارها جهت ایجاد یک شبکه اجتماعی مجازی، استفاده آسان و ارزان بودن این فناوری است که باعث گسترش ارتباطات سهل و کم هزینه شده است. این شبکه ها از یک سو تمامی روابطی که در مفاهیم قبلی بدان اشاره شد را با ارزان ترین قیمت و راحت ترین شکل ممکن برقرار می نمایند و از سوی دیگر فصل جدیدی برای ابراز وجود کاربران فراهم می آورند.

ارزان بودن ارتباط از این جهت است که نصب این نرم افزارها بر روی تلفن همراه از هزینه زیادی برخوردار نیست و حتی خود کاربر می تواند به صورت رایگان هر کدام را که خواست از دیگری و یا از محیط اینترنت دریافت و نصب نماید. همچنین هزینه استفاده از اینترنت نیز برای یک کاربر آنقدر نیست که در سید هزینه های وی نسبت به سایر رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی و حتی هزینه های تماس و پیامک های تلفن همراه قابل توجه باشد.

از طرف دیگر استفاده از این ابزار فرصتی فراهم آورده که کاربران به فراخور عدم وجود

یک ارتباط دوسویه چهره به چهره در فضای حقیقی، به صورت مجازی فارغ از سن و سال خود آنچه را که واقعاً تمایل دارند بدون معذوریت‌ها و محدودیت‌های ارتباطات رو در رو بیان و یا مطالب دیگران را نقد نمایند.

ابراز مسائل به طور صریح این فرصت را برای بروز «خود» واقعی یک کاربر، اطلاع از دیدگاه‌های واقعی دیگران در مورد خود و عقایدش، و در نهایت بیان مطالب بدون ترس از قضاوت و نگاه دیگران فراهم آورده و افزایش اعتماد به نفس وی را به همراه دارد چرا که کاربر می‌تواند خود واقعی‌اش را بدون ترس از نگاه و قضاوت دیگران به نمایش بگذارد.

تمام مطالب عنوان شده در این حوزه نشان می‌دهد که وجود این شبکه‌ها فرصت مناسبی برای اشاعه هنجارهای مورد قبول جامعه در گروه‌های مختلف، هدایت کاربران در جهت استفاده مناسب و مفید از این شبکه‌ها و در نهایت تحقق اهداف یک جامعه بهنجار می‌باشد.

فرصت های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه با تأکید بر ارزش های اجتماعی	
تحکیم روابط خانوادگی: - تجدید ارتباط با خویشان و صله ارحام - ابراز احساسات به اعضای خانواده - تحکیم روابط احساسی- عاطفی - انتقال مفاهیم اخلاقی به اعضای خانواده	تقویت ارزش های درون گروهی: - تبادل افکار - تقویت بحث و تبادل نظر جمعی - تقویت ارتباط دوستانه - رهایی از احساس غم و تنهایی - تأثیر گذاری مثبت بر همکاران - دوری از خشونت - ترویج مطالب محبت آمیز و احساسی - رعایت حریم های اخلاقی
تقویت هویت ملی و مذهبی: - اهمیت دادن به مطالب با ارزش تاریخی - یاد آوری مناسبت های ملی و مذهبی - تقویت وحدت ملی قومیت ها - تقویت ارزش های دینی - تقویت جایگاه ارزشی شهدا و ایثارگران - الگوگیری از سخنان بزرگان - علاقه به استفاده از تصاویر ماندگار با تاثیر مثبت - آگاهی بخشی از موسیقی سنتی و جدید - تقویت هویت فردی	ارتقاء دانش: - دسترسی به اطلاعات آزاد اجتماعی بدون سانسور - کسب اطلاع از رویدادهای اجتماعی - ارتقاء آگاهی ادبی - علاقه به مطالب با ارزش علمی و پند آموز - بالابردن آگاهی های سیاسی - ارتقاء دانش اقتصادی - کسب اطلاعات جسمانی و پزشکی - فراگیری آموزش های علمی - کسب آگاهی از شیوه استفاده به منظور کنترل فرزندان - ارتقاء مهارت های زندگی - تقویت ارتباط با همکاران و مخاطبان شغلی - اطلاع از اخبار و وقایع شغلی

فرصت های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه با تأکید بر هنجارهای اجتماعی	
اطلاع رسانی: - دسترسی به اطلاعات آزاد و عمومی - تبادل اخبار رسمی کشور - یادآوری مناسبت ها و وقایع مهم به دیگران - اطلاع رسانی مناسبت های دینی و مذهبی - اطلاع رسانی بخش نامه های اداری و سازمانی - کسب اطلاعات سیاسی - کسب اطلاع از اوضاع اقتصادی - تبادل اطلاعات عمومی - تبادل مطالب عقیدتی و مذهبی - تبادل مطالب بهداشتی - تبادل مطالب علمی - تبادل پیام های تبلیغاتی و بازرگانی - استفاده جهت امور تجاری و شغلی - گسترش ارتباط با همکاران برون سازمانی - استفاده از خدمات الکترونیکی - استفاده از سخنرانی های تأثیرگذار - استفاده از فیلم های آموزنده - وابستگی روزانه به پیام های مثبت - تسهیل در ارتباطات درسی با همکلاسی ها و اساتید	فراهم آوردن فرصت های تفریحی: - استفاده از مطالب و تصاویر طنز - استفاده از فیلم های طنز - تفریح و سرگرمی - لذت بخش بودن - مطالعه داستان های کوتاه - استفاده از موسیقی های جدید - تبادل عکس و تصویر زیبا و جالب
	گسترش و تسهیل روابط خانوادگی: - تسهیل ارتباطات مجازی خانوادگی - اطلاع از وضعیت اقوام و خویشاوندان - تبادل عکس و فیلم خانوادگی
	گسترش و تسهیل روابط دوستانه: - ارتباط راحت با دوستان و آشنایان - گسترش ارتباط با دوستان قدیمی - تشکیل گروه های دوستی از مقاطع مختلف زندگی - تشکیل و عضویت در گروه های دوستان و آشنایان - تشکیل و عضویت در گروه های همکلاسی و دانشجویی - دوری از ناراحتی و انزوا - شکل گیری ارتباطات جدید با افراد نا آشنا - گسترش ارتباطات دوستانه مجازی
	گسترش ارتباطات سهل و کم هزینه: - برقراری ارتباط ارزان و کم هزینه - ابراز مسائل به طور صریح و بدون ترس



فصل چهارم: چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه

با تأکید بر ارزش ها و هنجارهای اجتماعی



فصل چهارم:

چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه با تأکید بر ارزش ها و هنجارهای اجتماعی

همانطور که عنوان شد ارزش ها مقاصد و اهداف مطلوب یک جامعه و آرزوی اکثریت افراد جامعه هستند و با توجه به اینکه زیربنای هنجارهای اجتماعی نیز می باشند از اهمیت فراوانی برخوردارند.

اهمیت ارزش ها در آن نهفته است که محتوای هنجارهای یک جامعه را تحت تاثیر قرار می دهند. از سوی دیگر ارزش ها هستند که پایه ارزیابی ما را از پدیده های اطرافمان، از خودمان، از نزدیکانمان، از دیگر انسان ها و از جامعه شکل می دهند و در واقع رفتار ما را نسبت به آنها تنظیم می کنند.

همچنین به اعتبار وجود ارزش های اجتماعی است که نظام قشربندی که کم و بیش در همه جوامع وجود دارد امکان پذیر می گردد و به کمک آن فرد می تواند مقام، موقعیت و پایگاه خود را بر مبنای قضاوت دیگران تعیین کند و به اهمیت نقش اجتماعی خود پی ببرد.

با نگاهی به تعاریف ارائه شده از ارزش های اجتماعی و اهمیت آن در شکل دادن هنجارها، تهدیدها و چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه در قالب مفاهیم مختلفی دسته بندی شده است که در ابتدا در حوزه ارزش ها و پس از آن با تأکید بر هنجارهای اجتماعی مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت.

پیامدهای منفی و تهدیدهای ارزشی

۱ - اشاعه مطالب غیر علمی و دور از واقعیت

یکی از مهمترین مفاهیم اصلی این حوزه «اشاعه مطالب غیر علمی و دور از واقعیت» است که دارای مفاهیمی همچون؛ «ترویج مطالب عامیانه و اطلاعات غیر علمی»، «اشاعه اخبار و اطلاعات نادرست، کذب و غیر واقعی» و «فقدان اطلاعات صحیح و اساسی اجتماعی و سیاسی» می باشد.

وقتی از تکنولوژی های جدید، به ویژه در حوزه رسانه سخن به میان می آید اغلب اذهان متوجه پیامدهای منفی آن می شود، این مطلب در خصوص شبکه های اجتماعی مجازی نیز صادق است.

پیامدها و تهدیدهای ارزشی شبکه های مجازی تلفن همراه واقعیتی است که به واسطه تاثیرات درونی فرد از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. اگر ارزش های فردی و اجتماعی را زیربنای شخصیت و رفتار افراد جامعه تصور کنیم، اهمیت پرداختن به این موضوع روشن خواهد شد.

از جمله پیامدهای منفی این شبکه ها ترویج اطلاعات غیر علمی، اشاعه اخبار نادرست و شایعات است که در پاره ای از موارد می تواند سلامت اطلاعاتی و آرامش جامعه را بر هم بزند.

در این زمینه بارها مشاهده شده که نظرات شخصی برخی کاربران با عناوین و نام بزرگان، دانشمندان یا افراد سرشناس دست به دست گشته و به دیگران منتقل شده است. با وجود اینکه مطالب عنوان شده ذاتاً حامل مفهوم منفی نیست و بیشتر پند آموز است اما از آن جهت که مبنای علمی و واقعی در دنیای حقیقی ندارد می تواند آسیب زا باشد.

از طرف دیگر به دفعات مشاهده شده است که اخبار و اطلاعات تحریف شده، خلاف واقع و حتی اخبار کذب با اهداف مختلفی در این شبکه ها منتشر شده که وقتی در کنار هجمه های همه جانبه به ارزش های ملی و مذهبی قرار می گیرد، می تواند ضربه

مهلکی بر پیکره امنیت و سلامت روانی جامعه وارد آورده و موجب تشویش اذهان عمومی در سطحی قابل توجه گردد.

اکبری (۱۳۸۹) در تحقیقات پیشین نیز از «پخش شایعه» به عنوان یکی از مهم ترین آسیب های شبکه های اجتماعی رایانه ای یاد کرده که اغلب به افزایش اضطراب و کاهش امنیت روانی جامعه منجر شده و کنش و واکنش های نامربوطی را به وجود آورده بود.

اغلب مطالب منتشر شده در این شبکه ها از دسته مطالب عامیانه و عوام پسند است. مطالبی که بار علمی کمتری داشته و از پایه و اساس علمی مناسبی نیز برخوردار نیست. این دست مطالب را می توان در میان نشریات زرد منتشر شده در دنیای واقعی نیز مشاهده نمود.

از طرف دیگر افراد در این شبکه ها به دنبال مطالبی هستند که در دنیای حقیقی امکان یا اجازه دسترسی به آن را ندارند و به همین دلیل هر مطلبی که در دنیای خارج تصویر درستی از آن وجود نداشته باشد جذاب بوده و با کمترین مقاومتی مورد پذیرش قرار می گیرد.

در این زمینه به طور خیلی ساده می توان یک شایعه، خبر نادرست و حتی خبر دروغ را با کمی آب و تاب در کوتاه ترین زمان ممکن در میان جمع کثیری از افراد منتشر کرد. مخصوصاً در مورد افرادی که در جامعه دارای شهرت یا محبوبیت خاصی بوده یا هستند.

این مطالب الزاماً مطالب منفی یا ضد اخلاقی نیست بلکه می تواند بار معنایی قابل قبول و مثبتی داشته باشد، اما در هر صورت رجوع به نام و نشان یک شخصیت جهت درج مطالب از قول او بر خلاف واقع، نوعی نشر مطالب غیر واقعی و حتی کذب می باشد.

۲ - تضعیف هویت ملی و مذهبی

مفهوم کلی «تضعیف هویت ملی و مذهبی» دارای مفاهیم فرعی دیگری مانند؛ «ورود کلمات بیگانه به ادبیات گفتگوی کاربران»، «تمسخر قومیت های ایرانی»، «منفعل بودن اکثر کاربران»، «وجود تصاویر ماندگار با تاثیر منفی»، «تاثیر منفی بر روی نگرش

کاربران»، «کاهش عمل به مستحبات دینی»، «تغییر در باورها و ارزش های مذهبی» و «کاهش علاقه به مطالب مذهبی» می باشد.

استفاده از شبکه های مجازی به واسطه نوع کاربری آن بعضاً باعث ورود برخی از واژگان بیگانه مانند «اد^۱» کردن به معنای انتخاب دوست، «ریکویست^۲» دادن به معنای فرستادن درخواست دوستی برای کاربر دیگر، «لفت^۳» دادن یا ترک گروه و... می باشد که به واسطه جدید بودن، نداشتن معادل داخلی و حتی اختصار در گفتار به تدریج وارد زبان و ادبیات فارسی شده و میان مردم عادی و حتی مسئولین مورد استفاده قرار می گیرد که با توجه به ماهیت موضوع تهدیدی برای هویت ملی کاربران است.

سلیمانی پور (۱۳۸۹) نیز پیش از این هر شبکه اجتماعی را دارای فرهنگ ارتباطی خاص خود دانسته بود که فرد با عضویت در آن درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطی شامل: برخورد، تکیه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و... می شد.

از طرف دیگر اشاعه مطالب طنز بر علیه قومیت ها و اقوام ایرانی و تمسخر آنها باعث تشدید اختلافات و تضعیف هویت ملی کاربران شده و با توجه به منفعل بودن اکثر کاربران که به جای تولید محتوا معمولاً مصرف کننده محتوا هستند، وقتی با تأثیر منفی روی نگرش کاربران همراه شود، در پاره ای موارد تغییر در باورها و ارزش های دینی و اعتقادی کاربران و در مجموع تضعیف هویت مذهبی استفاده کنندگان را به دنبال دارد، به طوری که با زیر سوال بردن ارزش های مذهبی؛ اخلاق فردی و اجتماعی را تضعیف و به تدریج پایبندی کاربران به ارزش های جامعه را سست می نماید.

۳ - نقض حریم خصوصی افراد

«نقض حریم خصوصی افراد» به عنوان مفهوم کلی دیگر این حوزه دارای زیر مفاهیم؛ «دسترسی غیرمجاز به اطلاعات شخصی دیگران»، «عدم اطمینان از حقیقی بودن کاربران»، «عدم رعایت احترام متقابل»، «ورود به حریم خصوصی دیگران»، «تهدید

1 - Add

2 - Request

3 - Left

آبروی شخصی کاربران» و «ایجاد مزاحمت برای کاربران» می باشد.

احترام به حریم خصوصی افراد به عنوان یکی از ارزش های اجتماعی پذیرفته شده در تمامی جوامع به ویژه جوامع سنتی و مذهبی، همواره مورد توجه و تأکید بوده و با حرمت شکنان آن در پاره ای موارد به شدت برخورد می شود.

هیچ کس دوست ندارد اسرار زندگی شخصی و روابطش برای همگان فاش شود، خصوصاً در جامعه ما که فرد به عنوان جزء لاینفک خانواده آنچنان پیوند محکمی با خویشان خود برقرار کرده که هرگونه هتک آبروی فرد به واسطه افشای اطلاعات حریم خصوصی تبعات اجتماعی جبران ناپذیری بر کلیه اعضای خانواده وی در پی دارد که گاه تأثیر آن تا سال ها باقی خواهد ماند.

چه بسیار خانواده هایی که به واسطه تجاوز به حریم خصوصی فرزندان و اعضای خانوادشان و یا ایجاد مزاحمت های مختلف مجبور به ترک شهر و دیار خود شده اند.

از این رو دسترسی به اطلاعات شخصی، عدم رعایت احترام متقابل، ورود به حریم خصوصی، تهدید آبرو و ایجاد مزاحمت برای دیگران از جمله پیامدهای منفی است که یک کاربر شبکه اجتماعی مجازی تلفن همراه را همواره تهدید می کند.

۴ - کاهش اعتماد اجتماعی

یکی از مهمترین مفاهیم کلی تهدیدهای ارزشی «کاهش اعتماد اجتماعی» است که مفاهیمی همچون؛ «کاهش اعتماد به رسانه های سنتی و رسمی»، «کاهش اعتماد به دیگران» و «سوء استفاده از احساسات افراد» را در بر می گیرد.

استفاده از شبکه های مجازی تلفن همراه و شبکه های اجتماعی ایجاد شده به واسطه این فناوری باعث می شود که اخبار و اطلاعات روزانه در کمترین زمان و بیشترین وسعت میان کاربران رد و بدل گردد. با توجه به محدودیت ها و ملاحظات امنیتی، اجتماعی و فرهنگی و بعضاً سیاسی که در نقل اخبار در رسانه های سنتی و ملی کشور همچون تلویزیون، رادیو و روزنامه ها وجود دارد، علاقه مندان به اخبار روزانه، محتوای مورد نیاز خود را از این شبکه ها تأمین می نمایند و وقتی تفاوت ماهیت و حقیقت آن

را با اخبار رسانه های گروهی جامعه می بینند به تدریج بر این باور می شوند که حقیقت آن چیزی نیست که در رسانه های سنتی منتشر می شود و به همین دلیل - حتی در صورت غیر واقعی بودن اخبار شبکه های مجازی - اعتمادی کاربران به رسانه های سنتی کاسته می شود. از طرف دیگر ماهیت رسانه های نوین همچون اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی به گونه ای است که فرد می تواند خود را بر خلاف آنچه که هست معرفی کند و به نوعی با هویت مجازی خود در تعاملات شرکت کند. بسیار مشاهده شده است که افراد به واسطه اینکه هویت مجازی کاربر مقابل را حقیقی تصور نموده، اقدام به تعامل اجتماعی، دلبستگی، اشتراک گذاری حریم خصوصی و ... با وی نموده اند که پس از روشن شدن حقیقت نه تنها اعتماد فرد به این شبکه ها بلکه به کلیه افراد پیرامون سلب شده یا کاهش یافته است.

اگر بنای یک جامعه سالم را بر اعتماد و صداقت اجتماعی فرض نماییم، رواج بی اعتمادی و دروغ در حقیقت تیشه ای بر ریشه و بنیان خانواده و جامعه است به طوری که ترویج بی اعتمادی نه تنها باعث افزایش سوء تفاهات در روابط شده بلکه می تواند سر منشاء بسیاری از مشکلات و اختلافات دیگر قرار گیرد.

این مفهوم وقتی با سوء استفاده احساسی همراه شود، اثری به مراتب بیشتر در قربانیان داشته به نوعی که فرد به تمامی افراد پیرامون خود بی اعتماد می گردد.

۵ - تضعیف ارزش های اخلاقی و خانوادگی

آخرین تهدید و چالش استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه در حوزه ارزش های اجتماعی با عنوان «تضعیف ارزش های اخلاقی و خانوادگی» به مفاهیم فرعی دیگری همانند؛ «بی توجهی به روابط و مسؤولیت های خانوادگی»، «توجه و رسیدگی کمتر به وضعیت تحصیلی فرزندان»، «عادی سازی توهین و مسائل جنسی»، «شکل گیری و تسهیل ارتباطات جنسی نامشروع»، «کاهش وابستگی های خانوادگی»، «شکل گیری ارتباطات احساسی کاذب و غیر واقعی» و «عادی سازی خشونت» تقسیم بندی شده است.

همانطور که قبلاً بیان گردید، ارزش های یک جامعه زیربنای تشکیل نهادها، سازمان ها و ساختار اجتماعی آن جامعه هستند و در یک جامعه وقتی ارزش های اجتماعی تضعیف شود بی شک کارکرد کلیه نهادهای آن با مشکل جدی مواجه شده و جامعه به سوی فساد و تباهی

همه جانبه سوق داده خواهد شد.

از طرف دیگر در میان تمامی نهادهای اجتماعی، نهاد خانواده به عنوان اولین خاستگاه اجتماعی بشر در صورتیکه مورد هجوم فرهنگی قرار گیرد، آسیب های جبران ناپذیری را به جامعه تحمیل خواهد کرد.

بی توجهی به روابط و مسؤولیت های خانوادگی و توجه و رسیدگی کمتر به فرزندان، عادی سازی خشونت، توهین و مسائل جنسی، شکل گیری و تسهیل ارتباطات جنسی نامشروع، کاهش وابستگی های خانوادگی و شکل گیری ارتباطات احساسی کاذب و غیر واقعی هر یک به نوبه خود می تواند بنیان یک خانواده را سست و حتی ویران کند. در یک خانواده سالم والدین با آگاهی از وظایف و مسؤولیت های خود در قبال یکدیگر و فرزندان، سعی می کنند به بهترین نحو ممکن در جهت ایفای نقش های اجتماعی خویش گام برداشته و با حفظ و حراست از کیان خانواده، فرزندان را به عنوان ثمره ارزشمند خانواده، در جهت تحقق اهداف و آرمان های والای فرهنگی و اجتماعی آن جامعه تربیت و هدایت نمایند.

چگونه می توان انتظار داشت در جامعه ای که اعضای خانواده نسبت به مسؤولیت های خود بی توجه هستند و به جای توجه به تربیت فرزندان به مسائل حاشیه ای جامعه پرداخته و از طرف دیگر فرزندان نیز به واسطه کمبودهای احساسی و روانی ناشی از این بی توجهی ها، آن را در میان بسیاری از سخنان زیبا و فریبکارانه عده ای افراد فرصت طلب و سودجو جستجو می کنند، بنیان خانواده تقویت شود.

به ویژه اینکه بیان مسائل جنسی در کشور ما با محدودیت هایی مواجه بوده و به واسطه خطوط قرمز و حیای اجتماعی که در صحبت از این مسائل وجود دارد، بسیاری از جوانان و نوجوانان آشنایی با این مسائل را در میان انبوهی از اطلاعات و صفحات تحریک کننده و برانگیزاننده جستجو کرده و به جای آشنایی با خود و فلسفه غریزه جنسی، با روابط جنسی آشنایی شوند که در کنار بیکاری و سایر کاستی های اجتماعی به عنوان یک لذت آنی تمامی ذهن و فکر آنها را درگیر کرده، چنانچه به چیزی غیر از آن در یک ارتباط دو طرفه با جنس مخالف توجه نمی کنند.

قبلاً نیز سبجانی نژاد و همکاران (۱۳۸۸) در تحقیقات خود به این نکته رسیده بودند که به دلیل مشکلات و معضلات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محدودیت های دینی که در کشور ما وجود دارد و امکان ازدواج و ارتباط سالم با جنس مخالف میسر نیست، اکثر نوجوانان و جوانان به دلیل امکانات و مزایایی چون راحتی در دستیابی، ناشناس ماندن و مقرون به صرفه بودن از طریق تلفن همراه ارتباط برقرار می کنند.

تمامی آنچه گفته شد پیامدهای منفی و تهدیدهایی است که ارزش های فردی و اجتماعی جامعه را به واسطه استفاده ناصحیح از شبکه های اجتماعی تلفن همراه مورد هجوم فرهنگی قرار داده و به تدریج ساختار جامعه را دچار پوسیدگی کرده و در نهایت افزایش جرائم نامحسوس، افزایش اختلافات خانوادگی، ازدیاد بزهکاری در جوانان و نوجوانان و عادی سازی امور خلاف قانون، عرف و شرع را به دنبال خواهد داشت.

پیامدهای منفی و تهدیدهای هنجاری

با مرور مطالب گذشته در می یابیم که ارزش های اجتماعی هر جامعه از طریق هنجارهای آن تحقق می یابد و همانطور که عنوان شد هنجارها تعیین می کنند که مردم یک جامعه چگونه در یک شرایط معین رفتار می کنند. از این رو هنجارها به بقای الگوهای روابط متقابل اجتماعی و شیوه های انجام امور کمک می کنند.

مفهوم اصلی تهدیدهای هنجاری شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه شامل؛ «تضعیف ارتباطات خانوادگی»، «ترویج ارتباطات نابهنجار اجتماعی» و «جعل هویت» می باشد که در ادامه بدان پرداخته خواهد شد.

۱ - تضعیف ارتباطات خانوادگی

اولین مفهوم اصلی این حوزه «تضعیف ارتباطات خانوادگی» است که دارای مفاهیم فرعی دیگری شامل؛ «کاهش ارتباطات چهره به چهره خانوادگی»، «تغییر سبک و محتوای ارتباطات خانوادگی»، «حضور رده های سنی ناهمگون در یک گروه»، «تجربیات زود هنگام بزرگسالی برای نوجوانان و جوانان» و «دسترسی اتفاقی فرزندان به اطلاعات نامناسب گوشی والدین» می باشد.

خانواده مجازی

یکی از معضلات امروز جامعه در خصوص رسانه های نوین، تغییر شیوه های ارتباطی به ویژه در میان اعضای خانواده است. در گذشته که چنین ابزارهایی در دسترس نبود اعضای خانواده در کنار هم ارتباطات چهره به چهره بیشتری برقرار می کردند.

این ارتباطات از بزرگترین عضو خانواده تا کوچکترین فرد به شکل معناداری در جریان بود، گفتگوها و گپ های خانوادگی، بیان قصه ها و داستان های گذشتگان در جمع های خانوادگی، حل مسائل و مشکلات اعضای خانواده به واسطه گفتگوهای چهره به چهره و ... از جمله مزایای ارتباطات سنتی گذشته بود. اما امروزه با وجود این نرم افزارهای اجتماعی نه تنها ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر و به ویژه در زمان میهمانی ها و جمع های خانوادگی کمتر شده، بلکه گویی محدود اطلاعات رد و بدل شده میان آنها نیز محدود به محتوای شبکه های اجتماعی مجازی است.

این امر به نوبه خود عدم امکان درک متقابل میان اعضای خانواده و اجتماع، عدم توانایی برقراری ارتباط صحیح و بر مبنای احترام و کاهش آستانه تحمل افراد در مواجهه با شرایط مختلف را به دنبال دارد. به دفعات زیاد جمع هایی در خانواده ها دیده شده که افراد فقط موقع صرف غذا دست از این شبکه ها کشیده اند.

ادامه یافتن این رفتارها مطمئناً نسل آینده را در حوزه ارتباطات انسانی دچار مشکل می کند.

در این راستا اگر خانواده را به عنوان یکی از عوامل مهم اجتماعی شدن و تربیت فرزندان تصور کنیم، بر اساس نظریه یادگیری مشاهده ای باندورا^۱ نسل جدید درک صحیحی از ارتباط، گفتگو، حل مساله به صورت جمعی، مشارکت، همکاری و حتی عشق ورزی و نوع دوستی نخواهد داشت چرا که اصولاً چنین چیزی را درون خانواده تجربه یا مشاهده نکرده تا بتواند در آینده به اجرا بگذارد.

از طرف دیگر حضور اعضای خانواده در گروه های سنی مختلف به ویژه سنین کمتر در گروه هایی مسن تر باعث کسب تجارب جدیدی می شود. فرزندان یک خانواده به واسطه ناآگاهی از پیامدهای منفی این شبکه ها عضو گروه هایی می شوند که در آن مطالبی با

محتوای مختلف - و نه الزاماً غیر اخلاقی - تبادل می گردد که در برخی موارد نزدیک به یک دهه با سن وی فاصله دارد. خصوصاً اینکه افرادی سود جو و فرصت طلب از این عدم آگاهی استفاده کرده و افکار و اندیشه های خود را به فرد کوچکتر القاء و وی را تحت تاثیر فکری و عاطفی قرار می دهند که در اینصورت کاربر نوجوان تجربیاتی نامتناسب با سن خود کسب کرده و با مفاهیمی آشنا می شود که اصلاً مناسب سن او نیست و به نوعی دچار «زودبزرگسالی» می شود.

آخرین تهدیدی که در این زمینه می توان بیان کرد این است که اعضای بزرگتر خانواده و به ویژه پدر و مادر در برخی موارد عضو گروه هایی هستند که حاوی تصاویر، فیلم ها و مطالب جنسی و بعضاً غیر اخلاقی است و با توجه به اینکه اغلب فرزندان برای بازی و سرگرمی از دستگاه تلفن همراه والدین خود استفاده می نمایند این امکان وجود دارد که به طور اتفاقی وارد صفحات مذکور شده و با صحنه هایی مواجه شوند که نه تنها مناسب با سن آنها نیست بلکه در سنین بزرگسالی نیز مضمون و ناپسند می باشد. از این رو استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه می تواند موجب تضعیف ارتباط میان اعضای یک خانواده شده و رفتارهای افراد در خانواده و جامعه را تحت تاثیر قرار دهد.

۲ - ترویج ارتباطات نابهنجار اجتماعی

مفهوم بعدی این حوزه «ترویج ارتباطات نابهنجار اجتماعی» می باشد که در مفاهیم فرعی همچون؛ «اشاعه شایعات»، «اشاعه اطلاعات غیر علمی»، «اشاعه عکس و فیلم از رفتارهای خشونت آمیز»، «اشاعه تصاویر غیر اخلاقی و جنسی»، «برقراری ارتباطات سطحی و زودگذر»، «ارتباط آسان با جنس مخالف»، «برقراری روابط جنسی نامشروع»، «ایجاد مزاحمت برای دیگران» و «همه گیر شدن استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی» دسته بندی شده است.

همانند تاثیر مخرب این شبکه ها بر ارتباطات خانوادگی، شبکه های مجازی تلفن همراه می تواند موجب به وجود آمدن ارتباطات نابهنجار اجتماعی شود. این تهدیدها

در کنار خطرات ناشی از استفاده ناصحیح از نرم افزارهای اجتماعی تلفن همراه که به دلیل ضعف فرهنگی استفاده از تکنولوژی نوین وجود دارد، به جای آنکه ارتباطات را آسان نماید، برعکس باعث سطحی تر شدن روابط، ایجاد مزاحمت ها و تعرض به حریم خصوصی افراد گردیده و با آسان شدن ارتباطات در جهت روابط جنسی نامشروع، نه تنها بنیان خانواده بلکه سلامت اخلاقی و روانی جامعه را به خطر می اندازد.

شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه از یک سو عاملی برای استفاده و انتشار مطالب خبری و اطلاعات علمی مناسب و از سوی دیگر وسیله ای برای اشاعه شایعات و اطلاعات غیر علمی است.

وقتی یک خبر تحریف شده و دروغ یا مطلبی بر خلاف واقعیت توسط افراد مغرض یا کم اطلاع تولید و در فضای مجازی منتشر می شود، اغلب کسانی که با آن مواجه می شوند به منبع و صحت آن مطلب توجه نمی کنند. خصوصاً اینکه با توجه به محدودیت های موجود در فضای رسانه ای جامعه و اخبار مختلفی که پیرامون مسئولین گذشته و حال حاضر وجود دارد و اکثراً حول محور سیاست، اقتصاد و تخلفات اداری و سازمانی چرخ می زند، مردم آماده پذیرش هر نوع شایعه ای از این باب هستند تا به خود و دیگران اثبات نمایند که آنچه تصور می کرده اند درست بوده است.

این مطلب تنها محدود به اشخاص خاصی نیست و بعضی مواقع از قول بزرگان، اندیشمندان و حتی پادشاهان گذشته کشور نیز مطالبی گفته می شود که یا صحت نداشته و یا به گونه ای تحریف شده مطرح شده است.

همه آنچه که گفته شد در کنار برقراری ارتباطات سطحی، کم عمق و زود گذر و ارتباط آسان با جنس مخالف و حتی تسهیل ارتباط جنسی نامشروع همانند تیری است که قلب رفتارهای اجتماعی کاربران را نشانه گرفته، بدون آنکه آنها متوجه خطرات ناشی از آن باشند.

مسئله این شبکه ها همانطور که ارتباط میان اعضای خانواده و دوستان را آسان کرده، ارتباط میان دختر و پسر و زن و مرد بیگانه را نیز تسهیل و از این جهت تحقق اهداف غیر شرعی و غیر اخلاقی را آسان و کم هزینه نموده است.

وجود کاربرانی که برای ارتباط با جنس مخالف به جای شماره تلفن و تماس تلفنی از این شبکه ها استفاده می کنند و یا افرادی که هوسرانی و ارضای میل جنسی خود را در این شبکه ها جستجو می نمایند نشان می دهد که این شبکه ها تسهیل کننده ارتباطات نابهنجار اجتماعی می باشند. به ویژه آنکه در بسیاری موارد به صورت عمدی و غیر عمدی مزاحمت هایی برای کاربران دیگر به وجود آمده که این فناوری را تبدیل به ابزاری مدرن برای مزاحمت و آزار دیگران نموده است.

این مفاهیم در کنار همه گیر شدن استفاده از این نرم افزارها و اینکه کاربران اکثراً به دلیل استفاده سایرین و ترغیب دیگران وارد این شبکه ها می شوند، می تواند زمینه ساز بسیاری از بی بند و باری ها، اعمال خلاف قانون، خدشه دار نمودن عفت عمومی و افزایش رفتارهای نابهنجاری باشد که از هر سو تیشه ای بر ریشه های عمیق فرهنگ یک جامعه وارد می آورد.

۳ - جعل هویت

«جعل هویت» یا «استفاده از هویت جعلی» به عنوان آخرین مفهوم استخراج شده دارای مفاهیم فرعی مختلفی همچون؛ «معرفی خود با هویت ناشناس»، «معرفی خود با هویت ساختگی» و «معرفی خود با هویت دیگری» مفهومی است که در پژوهش های قبلی در دسترس وجود نداشت و از این رو اگر چه ذاتاً مفهومی جدید نیست اما می توان از آن به عنوان یکی از تهدیدهای هنجاری جدید در رسانه های نوین یاد کرد.

با تأمل در شیوه های ارتباطی رسانه های نوین درمی یابیم، در گذشته که بیشتر ارتباطات مجازی از طریق وب سایت های اینترنتی انجام می گرفت و مخفی بودن هویت کاربران امری بسیار جذاب بود، شاید آسیب ارتباط با هویت های ناشناس کمتر بروز می کرد. علت آنکه افراد به این امر واقف بودند که شاید فردی که در آن سوی جریان ارتباط قرار گرفته بر خلاف حقیقتی است که عنوان می نماید.

اما در استفاده از نرم افزارهای شبکه های اجتماعی تلفن همراه خصوصاً در کشور ما با توجه به اینکه اولین گام ارتباط وجود یک سیم کارت تلفن همراه است و طبیعتاً در چند سال اخیر تمامی سیم کارت ها حداقل دارای هویت مشخص، ثبت شده و قابل پیگیری

هستند، استفاده از سیم کارت افراد دیگر به هر شکل و معرفی خود با مشخصات هویتی دیگران نوعی فریبکاری و جعل هویت محسوب شده و با در نظر گرفتن اینکه شاید مدت زمانی لازم باشد که کاربر حقیقی متوجه هویت غیر واقعی یا ساختگی طرف مقابل شود، این تهدید از حساسیت زیادی برخوردار است.

علت این اهمیت آن است که در زمان ارتباط متقابل ممکن است به واسطه اعتماد طرف اول به هویت ساختگی، اطلاعات فردی و شخصی رد و بدل شود که افشای آن توسط کاربر جعلی باعث هتک آبرو و خدشه دار شدن حریم خصوصی افراد گردد و بر همین اساس معرفی خود با استفاده از اطلاعات شخصی دیگران در شبکه های اجتماعی مجازی نوعی عمل نابهنجار و غیر اخلاقی است و چنانچه با هدف سوء استفاده از کاربران انجام شود بر اساس قانون جرایم رایانه ای جرم محسوب شده و مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

برخی از پژوهشگران در این زمینه مفهوم «هویت مجازی» در فضای سایبری را مطرح می کنند که مفاهیمی همچون گمنامی، بی نامی و... را شامل می شود.

مهم ترین ویژگی هویت مجازی ناشناس بودن فرد است که امکان آزادی بیشتر در بیان ایده ها، نظرات و افکار را به او داده و در حقیقت انسان بدون ترس از مسؤولیت های اجتماعی ناشی از هر چه که بیان یا رفتار می کند می تواند آنچه که در محیط واقعی به دلایل مختلف امکان ندارد را با هویت مجازی خود بروز دهد. می توان گفت هویت مجازی مجالی برای نمایش «خودی» است که فرد در محیط واقعی «می خواهد ولی نمی تواند» باشد.

هویت مجازی با مفاهیمی همچون جهان مجازی، شهر مجازی و... نیز در ارتباط است که مطالعه آن به درک بیشتر موضوع کمک شایانی می نماید. (عاملی، ۱۳۹۲: ۲۶-۷)

نکته قابل توجه در این تفاوت، نوع نگاه به مفاهیم نهفته در آن است. در یک ارتباط دو طرفه با هویت مجازی فرد خود را هر آنچه می خواهد نمایش می دهد و در آن سوی ارتباط نیز شخص دیگر - خواه با هویت حقیقی و خواه مجازی - به این نکته واقف و آگاه است که هویت طرف اول حقیقی نیست و یا می تواند حقیقی نباشد. اما در هویت جعلی

طرف اول با استفاده سوء از شماره تلفن همراهی که الزاماً متعلق به یک هویت حقیقی است خود را به جای شخصیت دیگری معرفی می نماید که در جهان خارج وجود دارد. این مفهوم اگر به صورت کاملاً آگاهانه و عمدی با قصد و نیت سوء استفاده و کلاهبرداری از دیگران باشد بیانگر نوعی «سرقت هویت»^۱ بوده و جرم محسوب می شود.

البته با تمام توضیحات عنوان شده باید در نظر گرفت که ممکن است این مفاهیم تنها به واسطه نوع فرهنگ، عناصر فرهنگی، ارزش ها و هنجارهای جامعه ما معنا و مفهوم یافته و در سایر جوامع به گونه ای دیگر مطرح گردد.

۱- رجوع کنید به قانون جرایم رایانه ای مصوب ۱۳۸۸/۱۱/۱۱ و مواد ۵۲۳ الی ۵۴۲ فصل پنجم قانون تعزیرات مصوب (۱۳۷۵)

چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه با تأکید بر ارزش های اجتماعی	
نقض حریم خصوصی افراد: - دسترسی غیر مجاز به اطلاعات شخصی دیگران - عدم اطمینان از حقیقی بودن کاربران - عدم رعایت احترام متقابل - ورود به حریم خصوصی دیگران - تهدید آبروی شخصی کاربران - ایجاد مزاحمت برای کاربران	اشاعه مطالب غیر علمی و دور از واقعیت: - ترویج مطالب عامیانه و اطلاعات غیر علمی - اشاعه اخبار و اطلاعات نادرست، کذب و غیر واقعی - فقدان اطلاعات صحیح و اساسی اجتماعی و سیاسی
تضعیف ارزش های اخلاقی و خانوادگی: - بی توجهی به روابط و مسؤولیت های خانوادگی - توجه و رسیدگی کمتر به وضعیت تحصیلی فرزندان - عادی سازی توهین و مسائل جنسی - شکل گیری و تسهیل ارتباطات جنسی نامشروع - کاهش وابستگی های خانوادگی - شکل گیری ارتباطات احساسی کاذب و غیر واقعی - عادی سازی خشونت	تضعیف هویت ملی و مذهبی: - ورود کلمات بیگانه به ادبیات گفتگوی کاربران - تمسخر قومیت های ایرانی - منفعل بودن اکثر کاربران - وجود تصاویر ماندگار با تاثیر منفی - تاثیر منفی بر روی نگرش کاربران - کاهش عمل به مستحبات دینی - تغییر در باورها و ارزش های مذهبی - کاهش علاقه به مطالب مذهبی
	کاهش اعتماد اجتماعی: - کاهش اعتماد به رسانه های سنتی و رسمی - کاهش اعتماد به دیگران - سوء استفاده از احساسات افراد

چالش های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی تلفن همراه با تأکید بر هنجارهای اجتماعی	
ترویج ارتباطات نابهنجار اجتماعی: - اشاعه شایعات - اشاعه اطلاعات غیر علمی - اشاعه عکس و فیلم از رفتارهای خشونت آمیز - اشاعه تصاویر غیر اخلاقی و جنسی - برقراری ارتباطات سطحی و زودگذر - ارتباط آسان با جنس مخالف - برقراری روابط جنسی نامشروع - ایجاد مزاحمت برای دیگران - همه گیر شدن استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی	تضعیف ارتباطات خانوادگی: - کاهش ارتباطات چهره به چهره خانوادگی - تغییر سبک و محتوای ارتباطات خانوادگی - حضور رده های سنی ناهمگون در یک گروه - تجربیات زود هنگام بزرگسالی برای نوجوانان و جوانان - دسترسی اتفاقی فرزندان به اطلاعات نامناسب - گوشی والدین جعل هویت: - معرفی خود با هویت ناشناس - معرفی خود با هویت ساختگی - معرفی خود با هویت دیگری



سخن پایانی: خانواده مجازی و زندگی مجازی



سخن پایانی:

خانواده مجازی و زندگی مجازی

در جمع بندی مطالب عنوان شده می توان گفت این روزها شیوه جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفته، شیوه ای که متأثر از زندگی بر بستر فناوری اطلاعات است. زندگی انسان ها در این فضا به قدری توسعه پیدا کرده و فناوری های نوین رسانه ای و ابزارهای جدید ارتباطی بر حال و آینده زندگی مردم به اندازه ای تاثیر گذار شده است که اثرات آن در دنیای واقعی نیز احساس می شود.

در این میان مردم کشور ما نه کاملاً دیجیتالی شده اند که روش های سنتی را از یاد برده باشند و نه کاملاً سنتی هستند که نتوانند با ابزارهای دیجیتالی کار کنند و بر همین اساس این «زندگی مجازی» وظیفه ای بسیار حساس در ایجاد تعاریف واحد، استانداردها، الگوها و سایر مفاهیم و ایجاد راهکارهای لازم جهت فرهنگ سازی استفاده صحیح و مناسب از ابزارهای فناوری های نوین رسانه ای بر عهده نهادهای متولی نهاد است، چرا که تجربه نشان داده در مواقعی که در کوتاه مدت از یک فناوری عقب مانده ایم ناچار به تبعیت بلندمدت از استانداردهای دیکته شده کشورهای پیشرو در آن فناوری شدیم.

زندگی مجازی دارای ویژگی های دنیای دیجیتالی است، یعنی علاوه بر اینکه ما را از محدودیت های فیزیکی می رهاند، این امکان را ایجاد می کند که دو بار (و شاید چندین

بار) زندگی را تجربه کنیم و این شاید راز جذابیت فضای مجازی است چرا که انسان از محدودیت زمانی و مکانی رها شده و می تواند با هویت های مختلف با افراد متفاوتی در ارتباط باشد، بدون اینکه این روابط مسئولیتی را برای وی به همراه داشته باشند.

همه کاربران در محیط مجازی به تبادل نظر مشغول هستند، بدون اینکه مسئولیتی قبول کنند. در دنیای واقعی فرد نمی تواند هر لحظه که اختیار کرد فرار کند، از حضور به غیاب برود و از تعهدات سر باز بزند. اما در زندگی مجازی، فرار کردن و رهایی، تنها با فشردن یک کلید یا یک «کلیک»^۱ میسر می شود.

این روزها جمعیت کاربران فضای مجازی و به تبع آن شبکه های اجتماعی مجازی در حال افزایش تصاعدی است، این شبکه ها هر روز در حال گسترش هستند اما کاربران آن هر روز بیشتر از دیروز احساس تنهایی می کنند. گویی زندگی مجازی ما را از دنیا واقعی دور کرده و به سمت خود می برد.

این زندگی جدید، فضایی است که در آن احساس و ادراک کاملاً واقعی نسبت به ما و اطرافیانمان ندارد و مکانی است که ابراز احساساتمان تبدیل به نمادهای مجازی شده است. در این فضا افراد احساساتشان را با شکلک ها بیان می کنند، حرف هایشان را با گذاشتن «کامنت»^۲ در زیر «پست ها»^۳ به گوش یکدیگر می رسانند و با «لایک»^۴ کردن به طرف مقابلشان می فهمانند که مطالب آنها را دوست دارند.

در گروه های شبکه های اجتماعی مجازی افراد بسیاری دور هم جمع شده و هر وقت که یک تجربه جدید کسب می کنند از آن عکس می گیرند و با دوستان خود به اشتراک می گذارند و یا برای خوشحال کردنشان مطالب بامزه ارسال می کنند، دوستانی که امکان دارد به جز چند نفر بقیه آنها را یکبار هم ندیده باشند.

در این گروه ها هر اتفاق ناگواری ممکن است رخ دهد که آسایش دیگران را سلب نماید. انتشار اخبار کذب، شایعه پراکنی، ایجاد رعب و وحشت و رواج خرافات نمونه ای

1 - Click

2 - Comment

3 - Post

4 - Like

از این موارد است.

امروزه بیشتر افراد جهت ارتباط آسان تر و راحت تر با دوستانشان شبکه‌های اجتماعی را به دیدن حضوری ترجیح می‌دهند، تبریک و تسلیت را با یک پیام برای یکدیگر می‌فرستند و ابراز احساسات می‌کنند و از حال یکدیگر فقط با یک پیام آگاه می‌شوند.

اگر احساس تنهایی برایشان دست داد با فرستادن یک درخواست به طرف مقابل با آنها دوست شده و به راحتی یک کلیک به لیست دوستان مجازی‌شان اضافه می‌شوند، با آنها درد و دل می‌کنند و به این راحتی است که در شبکه‌های اجتماعی دوست مجازی پیدا می‌شود.

در این میان کودکان هم کم‌کم وارد دنیای مجازی شده‌اند، امروزه خانواده‌ها به تبلت با چشم اسباب‌بازی نگاه می‌کنند، بچه‌ها آنقدر غرق بازی‌های این وسیله می‌شوند که غذا خوردن هم از یادشان می‌رود. کودکان فعالیت کمی در بازی دارند، یکجای می‌نشینند و سرشان را با بازی‌های تبلت و تلفن‌های همراه هوشمند مشغول می‌کنند.

مطمئناً هیچ‌کسی نمی‌تواند مانع پیشرفت فناوری شود و هیچ فردی نباید از این خدمات فضای مجازی به دور بماند چرا که در عصر اطلاعات به روز بودن خیلی مهم و ضروری بوده و حضور در گروه‌های شبکه‌های مجازی نیز جهت کسب اطلاعات مفید و به روز خوب است، در صورتیکه زمانبندی داشته و مطالب و محتواهای مناسب، آموزنده، مفید و علمی به اشتراک گذاشته شود.

آنچه از مطالب عنوان شد تا کنون دریافت می‌شود این است که مهم‌ترین مفهوم عصر حاضر، مفهوم ارتباط است. ارتباط جریانی است که در طی آن دو نفر یا بیشتر به تبادل افکار، نظرات احساسات و عقاید خود می‌پردازند و از طریق به کار بردن پیام‌های قابل درک به انجام این امر مبادرت می‌ورزند.

در قرن حاضر کمتر جایی در جهان را می‌توان یافت که در آن از وسایل ارتباط جمعی نشانی نباشد و از این رو، قدرت وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌های نوین به دلیل برخورداری از ویژگی‌هایی نظیر؛ سرعت و مداومت انتشار پیام‌ها، وسعت جهانی،

فراوانی و گوناگونی محتوا و انبوه مخاطبین نا متجانس باعث شده است تا به عنوان ابزاری بسیار مهم مورد توجه همگان قرار گیرد.

همراه با توسعه و گسترش ارتباطات فناورانه و دسترسی روزافزون مردم جوامع مختلف به رسانه های نوین همچون تلفن های همراه هوشمند، اینترنت، شبکه های اجتماعی مجازی و... تلاش های نظری بسیاری جهت یافتن الگوهای مناسب برای مطالعه این رسانه ها صورت گرفته است.

در یک نگاه کلی استفاده عموم شهروندان از تلفن همراه پدیده ای است که در دنیای امروز اجتناب ناپذیر شده است، خصوصاً آنکه تلفیق این وسیله ارتباطی با اینترنت و نرم افزارهای اجتماعی فصل جدیدی را در عرصه ارتباطات انسانی گشوده است.

همانطور که قبلاً عنوان شد «اگر تا یک دهه پیش فرهنگ ها و خرده فرهنگ های جوانان و نوجوانان حول مصرف، به ویژه در عرصه مربوط به پوشش و موسیقی قرار داشت، در حال حاضر فناوری های ارتباطی تعاملی و مجازی، به ویژه اینترنت و تلفن همراه، الزاماتی جدی برای خرده فرهنگ های ایشان پدید آورده اند» (ذائر ثابت و فردی، ۱۳۹۱: ۱۲۱).

از طرف دیگر اگرچه تاچندی پیش استفاده از امکانات ساده تلفن همراه همچون تماس تلفنی، پیامک و پیام چند رسانه ای نقدهای فراوانی در حوزه علوم انسانی به وجود آورده و اندیشمندان را به اظهار نظر واداشته بود، ظهور تدریجی شبکه های اجتماعی مجازی طی یک دهه و فراگیر شدن استفاده از آن بر روی تلفن های همراه در کمتر از دو سال، حتی فرصت ابراز عقیده اندیشمندان این حوزه را سلب کرده است. نفوذ این پدیده اجتماعی به قدری سریع اتفاق افتاده و در حال رخداد است که بررسی آن در راستای نظریه های مختلف جامعه شناسی فرهنگی و رسانه در تمامی ابعاد و مؤلفه های موجود امری ضروری به نظر می رسد.

در این راستا در حالیکه بسیاری از مدیران و مسؤولان، سیاستمداران، خانواده ها و در مجموع نهادهای اولیه جامعه از ظهور این شبکه ها - به ویژه بر روی تلفن همراه - ابراز نگرانی می کنند و مخالفت هایی را به صورت پنهان، نمادین، آشکار و حتی سختگیرانه

مطرح کرده و آن را تیشه‌ای بر ریشه شبکه‌های اجتماعی چهره به چهره و سنتی جامعه می‌دانند، عده‌ای نیز با رویکردی خوشبینانه پذیرفتن آن را به عنوان یک پدیده نوین در روابط انسانی اجتناب‌ناپذیر دانسته و از این روی سعی در پررنگ نمودن جنبه‌های مثبت آن دارند که همه موارد به نوعی بر اساس نظریه‌ها و مطالعات انجام شده در حوزه رسانه و فرهنگ مطرح شده است.

از نگاهی دیگر یکی از اصلی‌ترین موضوع‌های مورد توجه در حوزه مطالعات فرهنگی، سوال یا سوال‌هایی است که مورد توجه محققان و متفکران این حوزه قرار گرفته است. در مطالعات فرهنگی دو نوع نظریه وجود دارد؛ نظریه‌های کلی که مفهوم فرهنگ را در نگاه جدید آن توضیح می‌دهند که کاربرد این نظریه‌ها بیشتر در مراحل شکل‌گیری و توسعه مطالعات فرهنگی مهم بوده است.

دیگری، نظریه‌های خاص که وضعیت عناصر متعدد در درون مطالعات فرهنگی را مورد مطالعه قرار می‌دهند و به طور خاص به مباحثی می‌پردازند که در مطالعات فرهنگی و مستقیماً به خود حوزه مطالعات فرهنگی مربوط اند و شامل فرهنگ عامه و اجزای آن، سبک زندگی، و زندگی روزمره می‌شوند. از موارد آنها می‌توان به کاربرد تلویزیون، قرائت افسانه‌ها، ورزش، محصول‌های فیلمی، روزنامه‌ها، مجله‌ها، پوشاک، مصرف، موسیقی و آرایش و زینت بدن و فضای عمومی اشاره کرد (بهار، ۱۳۸۶).

از این رو مطالعات فرهنگی انجام شده در حوزه رسانه‌ها از جمله تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی مجازی در زمره مطالعات خاص فرهنگی به حساب می‌آید و یکی از مهمترین مباحث این مطالعات، بحث فرهنگ عامه و فرهنگ توده است.

بحث فرهنگ عامه برای این مهم است که با هویت فرهنگ توده‌ای گره خورده است. ایده‌ای که از دهه ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ شکل خاصی به خود گرفت. پیدایش رسانه‌های جمعی که به دنبال آن بحث اوقات فراغت و تجاری شدن فرهنگ را پیش می‌آورد این مطالعات را جدی‌تر مطرح می‌کند.

تأثیر رسانه‌های جمعی در زندگی روزانه شهروندان محدود به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارها نیست، بلکه می‌تواند منجر به کسب ارزش‌ها و نگرش‌ها و الگوهای

رفتاری شود که از آن به آثار اجتماعی رسانه‌ها تعبیر می‌کنند. یکی از نظریه‌های مربوط به آثار اجتماعی رسانه‌ها، نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا است که به طور ویژه با ارتباط جمعی در ارتباط است.

بر اساس این نظریه، انسان‌ها بیشتر آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌گیرند، بلکه عمده آن‌ها به طور غیر مستقیم و به ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شود. ادعای اصلی باندورا این است که بیشتر رفتارهای آدمی به صورت مشاهده رفتار دیگران و از طریق الگوبرداری یاد گرفته می‌شود.

چهار فرایند اصلی یادگیری اجتماعی در الگوی باندورا عبارتند از: توجه، حفظ و یادآوری، تولید (عملی) و انگیزش. در این نظریه نقطه شروع یادگیری یک رویداد، مشاهده مستقیم یا غیر مستقیم می‌باشد.

باندورا پیرامون تأثیر رسانه‌های جمعی بر یادگیری نویسد: «رسانه‌ها اگرچه تنها منبع یادگیری اجتماعی نیستند و نفوذ و تأثیرشان به دیگر منابع یادگیری یعنی والدین، دوستان و معلمان وابسته است، ولی روی مردم تأثیر مستقیم دارند» (باندورا، ۲۰۰۲: ۱۴۰).

از این رو و با توجه به اهمیت و تأثیر رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی، به ویژه رسانه‌های نوین پرداختن به موضوع حاضر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

با توجه به نتایج به دست آمده به جرأت می‌توان گفت؛ امروزه مباحث اقتصادی در ارتباطات اجتماعی مردم کشور ما نقش اساسی داشته و تقریباً می‌توان اذعان کرد که در هر ارتباط دوطرفه، طرفین جنبه‌های اقتصادی و هزینه‌های این ارتباط را در نظر می‌گیرند. این مطلب اگرچه قابل نقد و بررسی می‌باشد اما بر اساس تجربیات کاربران پایین بودن هزینه استفاده از این نرم‌افزارها و شبکه‌های آن یکی از دلایل عمده علاقه مندی استفاده کنندگان بوده است.

همچنین استفاده از این شبکه‌ها به کاربران این امکان را می‌دهد تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و تبادل اطلاعات نمایند و این یکی از ویژگی‌های مهم استفاده از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه است.

در کنار این قابلیت، کاربردهای چندرسانه‌ای تلفن همراه در تولید متن، صدا، تصویر و فیلم بر جذابیت استفاده از این شبکه‌ها افزوده تا جایی که در پاره‌ای موارد به استفاده افراطی و نامناسب از آن منجر شده و همانطور که در حوزه تهدید ارزش‌ها و هنجارها مطرح شد فقدان فرهنگ استفاده مناسب از آن سبب تولید مطالب بی محتوا، پوچ و تکراری در حجم وسیعی شده که آثار سوئی را در جامعه پدید آورده است.

شاید ابتدایی ترین دلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه همگامی با تکنولوژی‌های جدید و وسایل ارتباطی نوین باشد، اما پس از مدتی استفاده از امکانات متنوع و چندرسانه‌ای آن شامل: فیلم، عکس، صوت و متن که به طور همزمان و بر خط قابلیت بهره‌گیری از آن فراهم شده است، رفته رفته این شبکه‌ها با روح و روان فرد پیوند خورده و کنترل وی را به دست می‌گیرد به گونه‌ای که فرد استفاده کننده که در اوایل تنها ارسال یک پیام متنی و تصویر ساده را بلد بود، به مرور استفاده از دیگر قابلیت‌های آن را نیز فرا می‌گیرد و به تناسب این یادگیری و حضور مستمر در گروه‌های مختلف مجازی، زمان حضور او در این شبکه‌ها افزایش یافته و استفاده مکرر و مداوم او تداعی کننده نوعی اعتیاد می‌شود.

بسیاری از مشارکت کننده گان به ویژه متاهلین با اذعان و ابراز ناراحتی از این موضوع در تلاش بودند با کاهش زمان استفاده از این شبکه‌ها اوقات فراغت خود را در کنار خانواده و به دور از این تکنولوژی سپری کنند.

این در حالی است که با توجه به وارداتی بودن این رسانه نوین و عدم وجود سواد رسانه‌ای جهت استفاده صحیح؛ فرهنگ سازی نحوه استفاده کاربران به منظور کاهش عوارض فردی و اجتماعی آن نیازمند برنامه ریزی و آموزش علمی و عملی است تا کاربران با خطرات استفاده نامناسب از این شبکه‌ها، به ویژه در حوزه روابط فردی و اجتماعی، خانواده، مدیریت زمان و... آگاه شده و استفاده صحیح از آن را فرا بگیرند.

تمامی مطالب عنوان شده در خصوص نحوه استفاده از این شبکه‌ها نشان می‌دهد که عمده کاربران شبکه‌های مجازی تلفن همراه استفاده مناسب و صحیحی از امکانات این شبکه‌ها نداشته و بیشتر برای وقت گذارنی از آن استفاده می‌نمایند، ضمن آنکه

استفاده غیر طبیعی و در پاره ای موارد اعتیاد روانی به استفاده، تاثیر منفی زیادی بر روح و روان کاربران داشته و به همین منظور لازم است مسؤولین امر در این زمینه اندیشه ای جدی بنمایند چرا که در غیر اینصورت نهاد خانواده اولین قربانی استفاده از این رسانه نوین بوده و در گام بعدی روابط اجتماعی و شبکه ارتباطی افراد مورد هجمه قرار خواهد گرفت.

در این راستا با توجه به اینکه بسیاری از کاربران به واسطه ارتباط سهل، آسان و کم هزینه و امکانات متنوع آن از این شبکه ها استفاده می کنند، تسهیل ارتباط اینترنتی در زمینه نرم افزارها و شبکه های اجتماعی داخلی و ارائه خدمات با هزینه کمتر و حتی خدمات رایگان اینترنت به ویژه در دانشگاه ها و مجامع علمی به نرم افزارهای داخلی می تواند در کاهش تقاضای سایر نرم افزارهای خارجی مؤثر باشد.

بر اساس آنچه قبلاً بیان گردید از فرصت های این شبکه ها تقویت ارزش های درون گروهی و اطلاع رسانی است، لذا یکی دیگر از ضروریات برخورد مناسب با این شبکه ها، تشکیل گروه های تخصصی مختلف در حوزه های فرهنگی، علمی، اجتماعی، سیاسی، دانشگاهی، ورزشی و ... توسط نهادهای متولی همچون وزارتخانه های علوم تحقیقات و فناوری، آموزش و پرورش، فرهنگ و ارشاد اسلامی، امور خارجه و وزارت اقتصاد، همچنین سازمان میراث فرهنگی و ... و عضو گیری مجازی از کاربران در جهت تقویت ارتباطات گروهی، ارتقاء دانش و جلوگیری از نشر مطالب خلاف واقع به عنوان یکی از تهدیدهای نرم افزارهای اجتماعی می باشد. در این زمینه لازم است هرچه سریع تر حتی در شبکه های فعال و پر طرفدار فعلی این اقدام صورت گیرد.

فراهم نمودن امکان مباحثه و تبادل اطلاعات مجازی میان استاد و دانشجو به وسیله دانشگاه ها در حل مسائل درسی و تشکیل کلاس های درسی مجازی در کنار کلاس های رسمی دانشگاه از دیگر پیشنهادات قابل طرح در بهره گیری از فرصت های ارزشی و هنجاری این شبکه ها است. این نحوه استفاده می تواند در تقویت توان علمی و درسی کاربران در حوزه ارتقاء دانش آنها و تبدیل شدن شبکه اجتماعی مجازی تلفن همراه به یک کلاس درس همه جا حاضر نقش مهمی ایفا نماید.

ارتقاء دانش و تقویت ارتباطات گروهی در سطحی وسیع تر نیز قابل اجرا می باشد بدین ترتیب که دانشگاه ها و مجامع علمی می توانند با ایجاد گروه های تخصصی تحت مدیریت خود نسبت به انتقال اطلاعات، مضامین علمی و فرهنگی و اطلاع رسانی برنامه های خود به مراجعہ کنندگان به صورت گروهی اقدام نموده و در این زمینه با کمترین هزینه از فرصت های موجود استفاده کنند. همچنین با حضور اساتید و صاحب نظران در این شبکه ها به منظور تبادل افکار به خصوص با نسل جوان و قشر دانشگاهی کشور زمینه برای تبادل صحیح و بدون واسطه اطلاعات در این رسانه نوین فراهم می گردد.

از طرف دیگر با توجه به منفعل بودن اکثر کاربران و کمبود محتوای مفید در این شبکه ها لازم است نهادهای متولی با تولید محتوای مناسب در حوزه های مختلف این تهدید را تبدیل به فرصتی برای تقویت همبستگی اجتماعی، خرد جمعی و در مجموع تقویت هویت ملی و مذهبی کاربران نمایند.

همانطور که در ابتدا این مبحث مطرح گردید از مشکلات این شبکه ها در نحوه کاربری، استفاده ناصحیح و فقدان فرهنگ استفاده صحیح از این شبکه ها بود لذا توجه به ارتقاء سواد رسانه ای و تولید کتاب، نشریات، فیلم و ارائه واحدهای درسی در دانشگاه ها و حتی تدوین یک رشته دانشگاهی در این زمینه یکی از ضروریات دیگری است که پرداختن به آن از سوی وزارتخانه های علوم، آموزش و پرورش، و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ضروری به نظر می رسد. در این زمینه لازم است ضمن توجه و تأکید بر جنبه های مثبت و فرصت های پیش روی استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه، در کنار آموزش استفاده صحیح و کاهش آسیب های احتمالی آن در رسانه های جمعی از این شبکه ها به شکل مناسب و بهینه تری استفاده گردد.

همچنین نقض حریم خصوصی کاربران یکی از چالش های عنوان شده در این مجموعه بود که کاربران از آن به شدت ابراز نگرانی نموده بودند، لذا تولید نرم افزارهای بومی و مطابق با فرهنگ اصیل مردم کشورمان توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات که مبتنی بر اخلاق، احترام و ارتباط دوستانه با دیگران است، همچنین ارائه امکانات جامع و کامل به ویژه متناسب با نیازهای کاربران در حوزه امنیت فردی و

حفاظت از حریم خصوصی آنها می تواند ضمن سوق دادن استفاده کننده به نرم افزارهای داخلی، افزایش امنیت فردی، اجتماعی و ملی را به همراه داشته باشد.

نگارنده در حوزه تقویت هویت ملی و مذهبی، فراهم آوردن فرصت های تفریحی و گسترش و تسهیل روابط خانوادگی معتقد است؛ با توجه به روحیه وطن پرستی و ایران دوستی مردم کشورمان، لازم است با راه اندازی رسمی شبکه های مجازی استانی، شهری یا منطقه ای توسط نهادها و سازمان های استانی و شهری، به معرفی ویژگی ها، آثار تاریخی، مراکز فرهنگی و گردشگری و آداب و رسوم این مرز و بوم پرداخته شود که این کار حتی در دانشگاه ها نیز قابل اجرا بوده و نتیجه آن تبادل افکار با مخاطبان هر منطقه و کل کشور در جهت تقویت هویت ملی، فرهنگی و مذهبی کاربران است.

با توجه به فرصت ها و چالش های یاد شده و فقدان فرهنگ استفاده مناسب از این شبکه ها، راه اندازی شورای سیاستگذاری شبکه های مجازی در نهادهای متولی و دانشگاه ها با حضور کلیه مدیران و صاحب نظران مرتبط امری حیاتی و لازم می باشد. از جمله اقدامات این شورا می تواند تهیه و تدوین سند چشم انداز در خصوص استفاده از این شبکه ها باشد که این امر ضمن هماهنگی سازمان ها و ادارات مرتبط، همسویی و هم افزایی استفاده مناسب از امکانات و فرصت ها را به همراه خواهد داشت.

یکی از مهمترین آسیب های این شبکه ها گسترش ارتباطات نابهنجار اجتماعی خصوصاً در حوزه مسائل جنسی است. برخورد علمی مناسب با مفاهیم و مسائل جنسی و فراهم آمدن امکان بحث و تبادل نظر پیرامون مسائل جنسی به واسطه حضور کارشناسان متخصص و شناخته شده نهادهای مرتبط همچون وزارتخانه های ورزش و جوانان، و بهداشت و درمان در گفتگوها و پیام های خصوصی یا عمومی با عامه کاربران، سواد اجتماعی استفاده کنندگان را افزایش داده و شاید از جستجوی این مطالب در میان گروه ها و صفحات غیر اخلاقی جلوگیری نماید.

اما نکته پایانی کتاب حاضر این است که به نظر می رسد با تمام مفاهیمی که در ذیل فرصت ها و چالش های استفاده از این شبکه ها که «زندگی مجازی» کاربران را تشکیل می دهد عنوان شد، ارتباطات حال حاضر در حال شکل گیری شبکه ای از کاربران با

عنوان «خانواده مجازی» است.

شاید استفاده از این اصطلاح در ابتدای امر کمی بزرگنمایی به نظر برسد اما با توجه به سرعت همه گیر شدن این نرم افزارها در میان تمامی اقشار و رده های سنی جامعه، دیر یا زود به چنین مفهومی خواهیم رسید.

در تعریف خانواده به عنوان یکی از نهادهای اصلی همه جوامع می توان گفت؛ خانواده عبارت است از یک واحد اجتماعی مبتنی بر روابط سببی و نسبی که اعضای آن در مکان واحدی زیست کرده و مسؤول مراقبت و رشد فرزندان خود در جامعه است (فاریس^۱، ۱۹۶۸: ۶۸۰).

همچنین برگس و لاک^۲ در تعریف خانواده می گویند: «خانواده متشکل از افرادی است که از طریق پیوند زناشویی، همخونی و یا پذیرش فرزند با یکدیگر به عنوان زن و شوهر، پدر و مادر و برادر و خواهر در ارتباط متقابلند و فرهنگ مشترکی پدید آورده و در واحد خاصی زندگی می کنند» (۱۹۵۳: ۳۳).

قلی زاده (۱۳۸۷) نیز در جمع بندی این تعاریف معتقد است: «خانواده عبارت است از پدر و مادر و فرزندان که در مکان واحد با اقتصاد و فرهنگ مشترک زندگی می کنند و مبتنی بر حقوق، مناسبات و تکالیف فردی و جمعی است» (۱۳۸۷: ۱۸۳).

وقتی صحبت از خانواده می شود، مفهوم دیگری که در کنار آن قرار می گیرد «خویشاوندی» است که ارتباط بسیار نزدیکی با مفهوم خانواده دارد.

خویشاوندی به شبکه نسبتاً وسیعی از روابط افراد اطلاق می شود که قرابت نسبی، سببی و رضاعی بین آنان به وجود می آید و موجب تعهد و مسؤولیت افراد به یکدیگر می گردد (قلی زاده، ۱۳۸۷: ۱۸۵).

«در جوامع انسانی به پیوندهای ژنتیکی (خونی) یا سببی (از راه ازدواج بستگان دیگر) و یا بر اساس تعلق به گروهی خاص و قبول پایگاه اجتماعی خاص خویشاوندی می گویند» (اعزازی، ۱۳۸۵: ۶۲).

1 - Faris R

2 - Burgess E & Locke H J

این شبکه بزرگ در کشور ما با وجود اهمیت پیوندهای خونی افراد با یکدیگر، در برخی موارد حتی فراتر از پیوندهای خونی به وجود آمده و گسترده می شود.

به اعتقاد نگارنده خانواده مجازی نوعی ارتباط شبکه ای مجازی است که در آن اعضای یک خانواده از اقوام درجه یک شامل پیوندهای خونی گرفته تا خویشان و وابستگان سببی و نسبی به صورت گروه های مجازی با یکدیگر در ارتباط بوده و تبادل اطلاعات می نمایند.

این افراد اگرچه در محیط مجازی با یکدیگر ارتباط زیادی دارند اما هرچه فعالیتشان در محیط مجازی افزایش می یابد، در پاره ای موارد ارتباط چهره به چهره شان با یکدیگر کاهش یافته، بدین صورت که با شکل گیری ارتباطات مجازی خانوادگی، از عمق ارتباطات چهره به چهره خانوادگی و خویشاوندی کاسته شده و در عوض وسعت این ارتباطات افزایش می یابد.

شاید در این زمینه استفاده از اصطلاح «شبکه خویشاوندی مجازی» نیز صحیح باشد اما با توجه به تاثیر بسیار زیاد شبکه های اجتماعی مجازی بر روی اعضای خانواده که در یک واحد مشخص سکونت داشته و تعامل و ارتباط چهره به چهره بسیار نزدیک دارند، نگارنده از مفهوم «خانواده مجازی» استفاده می نماید.

در این مفهوم، یک کاربر دارای سطح وسیعی از ارتباطات کم عمق و سطحی اجتماعی می شود و علی رغم اینکه در یک زمان واحد با تعداد زیادی از اقوام، فامیل، خویشان و اعضای خانواده خود در سرتاسر جهان به صورت برخط در ارتباط است، وقتی در کنار دیگر اعضای خانواده قرار دارد صحبت های خود را از طریق پیام های خصوصی و عمومی نرم افزارهای اجتماعی و گروه های مجازی این برنامه ها از طریق تلفن همراه و دستگاه های مشابه منتقل نموده و این خصلت در کاربران دیگر آن خانواده نیز وجود داشته یا در حال رخداد است.

به طور مثال یک عضو برای ابراز احساسات به عضو دیگر خانواده از مطالب، تصاویر و نمادهای این شبکه ها استفاده می نماید در حالیکه فرد مورد نظر در فاصله ای بسیار اندک در آن سوی منزل حضور دارد.

البته این شیوه ارتباطی به کاربران این امکان را می دهد تا احساسات واقعی خود را بدون ترس از قضاوت و برخورد دیگران بروز داده و به دیگران منتقل نمایند و در حقیقت «خود» واقعی خود را به نمایش بگذارند، با این وجود ارتباط مجازی هرگز و به هیچ شکلی جای ارتباط چهره به چهره واقعی را نخواهد گرفت.

با وجود اینکه استفاده از تلفن همراه و شبکه های مجازی مبتنی بر آن در اجتماع و به ویژه در مکان های جدید و نا آشنا که فرد در آن احساس تنهایی یا غریبی می نماید نوعی رهایی از احساس تنهایی است و به دیگران این پیام را می رساند که «اگر چه من در این مکان تنها هستم اما خانواده و دوستانی دارم که در هر لحظه با ایشان در ارتباطم»، اما وقتی فرد در کنار اعضای خانواده خود قرار دارد استفاده مداوم از آن چندان قابل توجیه نیست.

به ویژه آنکه این استفاده مکرر برای اعضای خانواده به مرور تبدیل به عادت شده و افراد به جای گفتگوی عادی و حل مسائل و تعارضات خانوادگی به صورت چهره به چهره، انجام تفریحات خانوادگی، تماشای دسته جمعی فیلم ها و سریال های تلویزیونی، ابراز محبت و احساسات حقیقی نسبت به یکدیگر، انجام تفریحات و بازی های خانوادگی و دسته جمعی و... مدت زمان زیادی را در این فضای مجازی سپری کرده و کوتاه ترین مکالمات و ارتباطات فیزیکی و کلامی را با یکدیگر برقرار می نمایند. این تغییر شیوه ارتباطی به آرامی و آهستگی برای اعضای کوچکتر نیز الگو قرار گرفته و فرزندان کودک و خردسال خانواده به تقلید از بزرگترها می آموزند که اینگونه رفتار کنند.

همه ما با توجه به موقعیت اجتماعی، شغلی و خانوادگی که داریم باید اطلاعاتمان را در حوزه های مختلف افزایش دهیم و سایت های اینترنتی، خبرگزاری ها و شبکه های اجتماعی مجازی بهترین منابع برای این منظور هستند اما فقط کافی است که طرز استفاده از آنها را بدانیم و به صورت ۲۴ ساعت در این شبکه ها حضور نداشته باشیم تا به مرور از دنیای واقعی فاصله نگیریم و از طرفی استفاده صحیح از آن را به فرزندانمان نیز آموزش داده تا نسل جدید استفاده بهینه ای از رسانه های نوین داشته باشد.

در پایان با تمامی مزایا، معایب و چالش های موجود، حتی در صورت تولید و همه گیر شدن برنامه ها و شبکه های داخلی و ملی باید تأکید کرد، یکی از آسیب های این شبکه ها

کاهش ارتباطات چهره به چهره و تغییر در سبک ارتباطات خانوادگی است. لذا با توجه به اهمیت نهاد خانواده در تمامی جوامع و به ویژه جامعه ایران که از فرهنگی غنی در این خصوص برخوردار بوده و ارتباط و احترام به خویشان و بزرگان خانواده - چه در فرهنگ ملی و چه فرهنگ مذهبی ما - از توصیه های مؤکد می باشد، لازم است با تولید فیلم، عکس و مطالب تاثیر گذار با محتوای «یادآوری وظایف و مسؤولیت های خانوادگی» و «کاهش استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی» به ویژه در زمان حضور در کنار اعضای خانواده، در درجه اول والدین و در گام بعدی فرزندان را نسبت به این موضوع حساس و کانون گرم خانواده را تقویت نمود.

فهرست منابع

اعزازی، شهلا (۱۳۸۵) جامعه‌شناسی خانواده: با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر، تهران: روشنگران.

اکبرزاده جهرمی، سید جمال الدین (۱۳۸۵) «تلویزیون تعاملی»، پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، تهران: دانشکده صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران.

اکبری، محسن، نوع پسند اصیل، سید محمد، زاهدفر، کامران و ناصری، سحر (۱۳۹۳) «بررسی تأثیر مجذوب شدن و ویژگی های وب سایت بر رضایت و استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی (مطالعه موردی: فیس بوک)»، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، شماره ۱۳، صص ۹۵-۱۱۰.

اکبری، فیروز (۱۳۸۹) «تلفن همراه (۲): آسیب شناسی اجتماعی»، مجله حصون، شماره ۲۳، صص ۱۲۰-۱۱۲، قابل دسترس در:

<http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/929326>، تاریخ مشاهده:

۹۴/۰۲/۱۰

امیدوار، تابان (۱۳۸۱) «بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

امیری، عبدالرضا (۱۳۸۷) «مطالعه فرصت ها و تهدیدات ناشی از ظهور فناوری های نوین اطلاعاتی: گامی به سوی تدوین راهبرد در ناجا»، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، سال ۴، شماره ۴، صص ۶۱۸-۶۰۱.

ایمان، محمد تقی (۱۳۹۱) روش شناسی تحقیقات کیفی، چاپ اول: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

برات دستجردی، نگین (۱۳۹۳) «بررسی نقش شبکه های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰»، نشریه جامعه شناسی کاربردی، سال ۲۵، شماره ۵۴، صص ۱۷۰-۱۵۹.

برات نژاد، محمدرضا و قهرمان، آرش (۱۳۸۹) «سنخ‌شناسی خرده فرهنگ‌های دینی جوانان شهر مشهد». نشریه جامعه‌شناسی مطالعات جوانان، دوره ۱، شماره ۱: صص ۳۸-۹. بهار، مهری (۱۳۸۶) مطالعات فرهنگی: اصول و مبانی، تهران: انتشارات سمت.

پاستر، مارک (۱۳۷۷) عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران: انتشارات موسسه ایران، ص ۱۰۹.

جوادی یگانه، محمدرضا، کوثری، مسعود و خیرخواه، طاهره (۱۳۹۱) «تلفن همراه و کارکردهای آن برای کاربران ایرانی با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی»، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، دوره اول، شماره ۲: صص ۴۵-۲۳.

جوادی، علی محمد (۱۳۸۳) «بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تاثیر آن بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستان ناحیه ۳ مشهد در سال تحصیلی ۱۳۸۲-۸۳» پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی: دانشگاه فردوسی مشهد. چراغ ملایی، لیلا، کدیور، پروین و صرامی، غلامرضا (۱۳۹۳) «استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در آموزش- فرصت‌ها و چالش‌ها»، فصلنامه اندیشه‌های نوین تربیتی، شماره ۳۹: صص ۵۱-۲۹.

خبرگزاری مهر (۱۳۹۴) «آخرین آمار کاربران اینترنت در ایران»، شناسه خبر ۲۷۹۰۶۲۵، تاریخ انتشار سه‌شنبه ۹ تیر ۱۳۹۴، قابل دسترسی در:

www.mehrnews.com/news/2790625، تاریخ مشاهده ۱۵/۰۸/۹۴.

خسروی، آرش (۱۳۸۹) «مفهوم‌شناسی هویت مجازی در فضای سایبر»، مجله ره آورد نور، شماره ۳۲: صص ۱۱-۶.

خسروی، زهرا (۱۳۸۹) «تجارب جوانان از تلفن همراه در تغییر هنجارهای فرهنگی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان).

دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور (۱۳۸۴) «راهنمای اجرای تهدیدات و فرصت‌های فرهنگی» مصوبه جلسه ۴۱۹ مورخ ۱۳۹۴/۶/۸ شورای فرهنگ عمومی،

قابل مشاهده در: مصوبات/ <http://pcci.ir>، تاریخ مشاهده ۱۳/۰۳/۱۳۹۴.

دوران، بهزاد (۱۳۸۱) «تاثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی»، پایان نامه دکتری، دانشکده علوم انسانی: دانشگاه تربیت مدرس.

ذائر ثابت، فروغ و فردی، سهند (۱۳۹۱) «بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر کاربرد تلفن همراه در میان نوجوانان (۱۴-۱۱ سال) شهر تهران»، فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه های جدید، سال اول، شماره ۲: صص ۱۴۱-۱۲۱.

ذوفن، شهناز (۱۳۸۶) کاربرد فناوری های جدید در آموزش، چاپ سوم. تهران: انتشارات سمت.

رحیمی، محمد و پرنده، رادبه (۱۳۹۲) «آسیب شناسی فضای مجازی و خانواده؛ تهدیدها و چالش ها»، دومین سمینار فضای مجازی و خانواده، وب سایت علوم اجتماعی ایران، قابل مشاهده در: <http://socialsciences.ir>.

رحیمی، محمد (۱۳۹۰) «عوامل اجتماعی مؤثر بر شکاف نسلی؛ مطالعه موردی شهر خلخال». پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

رحیمیان، مریم (۱۳۹۱) «بررسی آثار موبایل در رفتار دختران ۳۰-۱۶ سال استان سمنان»، فصلنامه دانش انتظامی سمنان، سال دوم، شماره ۶: صص ۵۰-۳۱.

رنجبر، هادی، حقدوست، علی اکبر، صلصالی، مهوش، خوشدل، علیرضا، سلیمانی، محمدعلی و بهرامی، نسیم (۱۳۹۱) «نمونه گیری در پژوهش های کیفی: راهنمایی برای شروع»، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، سال دهم شماره ۳: صص ۲۵۰-۲۳۸.

روجک، کریس (۱۳۹۰) مطالعات فرهنگی، ترجمه پرویز علوی، چاپ اول، تهران: انتشارات ثانیه، ص ۴۳-۴۱.

روح الامینی، محمود (۱۳۸۱) زمینه فرهنگ شناسی، تهران: انتشارات عطار.

زمانی، هادی (۱۳۸۵) کلید رسانه ها؛ فن ارتباط با دنیای امروز روابط عمومی، چاپ

- اول. اصفهان: انتشارات شهید حسین فهمیده.
- زمانی، هادی (۱۳۹۱) *روابط عمومی اثربخش و فراگیر*، چاپ اول، اصفهان: انتشارات فرهنگ پژوهان دانش.
- زنجانی زاده، هما (۱۳۸۴) «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده در بین دانش آموزان»، *مجله انجمن جامعه شناسی ایران*. دوره ششم. شماره ۲: صص ۱۴۶-۱۲۱.
- زواره ای، لیلا (۱۳۹۴) «خداحافظی نوجوانان و جوانان با آسیب های اینترنتی؛ فضای مجازی اصفهان بی خطر می شود»، *روزنامه اصفهان زیبا*، شماره ۲۳۴۱، یکشنبه ۲۳ فروردین ۱۳۹۳: ص ۱۰.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۸) *روش های تحقیق در علوم اجتماعی*، چاپ شانزدهم، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- سیحانی نژاد، مهدی، پورطهماسبی، سیماوش و تاجور، آذر (۱۳۸۸) «چالش ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راهکارهای اصلاح آن»، *ماهنامه مهندسی فرهنگی*، سال سوم، شماره ۳۱ و ۳۲: صص ۲۸-۱۸.
- سرآمد (۱۳۸۹)، پورتال جامعه مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، قابل دسترس در:
- <http://www.saramad.ir/fa/laws/aainnameha/samandehi>، تاریخ مشاهده: ۱۳۹۴/۰۲/۳۰.
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۹) *دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک*، تهران: سیمای شرق.
- سلیمانی پور، روح الله (۱۳۸۹) «شبکه های اجتماعی؛ فرصت ها و تهدیدها»، *فصلنامه ره آورد*، شماره ۳۱، تابستان ۱۳۸۹: صص ۱۹-۱۴.
- شاه حسینی، مسعود (۱۳۹۳) «تلفن همراه و فرهنگ: منطق تعارض؛ بررسی تأثیر تلفن همراه بر پدیده فرهنگ و آسیب شناسی ارتباط آنها»، *ماهنامه مدیریت ارتباطات*، شماره ۴۹: ص ۱۹.

شهبابی، محمود و بیات، قدسی (۱۳۹۱) «اهداف و انگیزه های عضویت کاربران در شبکه های اجتماعی مجازی (مطالعه ای درباره جوانان شهر تهران)»، نشریه مطالعات فرهنگ - ارتباط، سال سیزدهم، شماره ۲۰: صص ۶۸-۶۱.

صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۶) مفاهیم و نظریه های فرهنگی، چاپ اول، تهران: انتشارات ققنوس.

صبوری خسرو شاهی، حبیب و آذرگون، نسرين (۱۳۹۲) «فضای مجازی و هویت جهانی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۴: صص ۲۸-۱.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۵) «فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت»، مجله جهانی رسانه ISSN 2008-0468، انتشارات دانشگاه تهران، شماره ۱، قابل دسترس در: <http://gmj.ut.ac.ir>، تاریخ مشاهده: ۹۴/۰۱/۱۵.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۲) «منطق شهرهای مجازی و مفهوم کار مجازی: ضرورت طرح جامع شهر مجازی»، فصل نامه رسانه، سال ۲۴، شماره ۱، شماره پیاپی ۹۰: صص ۲۶-۷. عدلی پور، صمد، قاسمی وحید و میرتبار، سیداحمد (۱۳۹۳) «تاثیر شبکه اجتماعی فیس بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۱: صص ۲۸-۱.

فناوران اطلاعات (۱۳۹۴) «نیمی از ایرانی ها عضو شبکه های اجتماعی هستند»، روزنامه شماره ۲۴۴۴، ۱۲ دیماه ۱۳۹۴.

قلی زاده، آذر (۱۳۸۷) درآمدی بر جامعه شناسی، چاپ اول، اصفهان: معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

قلی زاده، آذر (۱۳۹۲) جامعه شناسی فرهنگی، نوبت دوم، اصفهان: معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان).

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای، جلد اول، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو، صص ۵۴۴-۵.

کازنو، ژان (۱۳۷۷) جامعه شناسی و سایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی،

چاپ ششم. تهران: نشر اطلاعات.

کلاتری، عبدالحسین و حسینی، حسین (۱۳۸۷) «رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان»، نشریه رسانه، شماره ۷۶: صص ۱۳۶-۱۱۹.

کوزر لوئیس، آلفرد و روزنبرگ، برنارد (۱۳۸۷) نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، ترجمه فرهنگ و ارشاد، چاپ سوم. تهران: نشر نی.

کوشا، کیوان (۱۳۷۶) «استفاده از منابع چندرسانه‌ای در خدمات مرجع»، فصلنامه کتاب، شماره ۲۹-۳۰: صص ۹۲-۷۳.

معمار، ثریا، عدلی پور، صمد و خاکسار، فائزه (۱۳۹۱) «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویت ایران)»، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره اول، شماره ۴: صص ۱۷۶-۱۵۵.

مونز، پتر (۱۳۸۷) ساختارها و فرایندهای ارتباطات در جهانی شدن در نظریه‌های ارتباطات، ترجمه گودرز میرانی، جلد چهارم، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

مهدی زاده ملاباشی، تورج (۱۳۹۱) تکنولوژی‌ها و فناوری‌های نوین رسانه‌ای، چاپ اول: ص ۳.

مهدی زاده، سید محمد (۱۳۹۲) نظریه‌های رسانه/اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، چاپ سوم. تهران: همشهری.

ناظمی، پوریا (۱۳۹۳) «تبیغ دولبه فناوری»، روزنامه جام جم، یکشنبه ۱۰ اسفند ۱۳۹۳: ص ۱۰.

وثوقی، منصور و نیک خلق، علی اکبر (۱۳۷۰) مبانی جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات خردمند.

ون دایک، جان (۱۳۸۴) قدرت و سیاست در جامعه شبکه‌ای، ترجمه اسماعیل یزدان پور. فصل نامه رسانه، سال شانزدهم، شماره ۲: صص ۱۶۱-۱۲۱.

Bandura A. 2002. Social Cognitive Theory of Mass Communication, in J. Bryant and D. Zillman (eds), Media Effects: Advances in Theory and Research, Hills, NJ: Erlbaum, page 140.

Bell D. 2001. An introduction to cyberculture, USA, Routledge.

Burgess E, Locke HJ. 1953. The Family, American book company, New York, 2nd Edition.

Counts S. 2007. Group-Based Mobile Messaging in Support of the Social Side of Leisure. Computer Supported Cooperative Work (CSCW) April 2007, Volume 16, Issue 1-2, pp 75-97.

Dahrendorf R. 1988. The Modern Social Conflict: An essay on The policies of liberty, London, Weidenfeld and Nicolson.

Faris R. 1968. Hand book of sociology. Rand McNally, Chicago, 3rd Edition.

Laughey D. 2007. Key Themes in Media Theory, McGraw Hill Publications.

Macdonis J. 2003. Sociology the basics, prentice hall.