

شبکه های اجتماعی

{ به نام یگانه ی هستی }

مدرس : ناهید خوشنویس



دانشگاه جامع
علمی کاربردی

بسم الله الرحمن الرحيم

شبکه های اجتماعی

مدرس : ناهید خوشنویس

دانشگاه جامع – علمی و کاربردی { واحد 12 }

پاییز 1400

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی مفهوم جدیدی نیستند. انسانها از قرن ها پیش که گرد آتش می نشستند و برای یکدیگر داستان می گفتند در حال تشکیل شبکه های اجتماعی بودند.

اما چیزی که باعث شده است امروز، شبکه های اجتماعی بیشتر از همیشه مورد توجه قرار بگیرند، به وجود آمدن ابزارهای دیجیتال و کمک آنها به توسعه شبکه های اجتماعی بوده است.

استفاده از شبکه های اجتماعی یا SOCIAL NETWORKS توسط JOHN BARNES

شبکه های اجتماعی، اصطلاحی است که برای نخستین بار در حوزه ی انسان شناسی اجتماعی توسط J. A. Barnes در سال ۱۹۵۴ ابداع شد. او تحقیقی در مورد گروه های اجتماعی در بخشی از نروژ انجام میداد و اصطلاح شبکه اجتماعی را در آن تحقیق برای توصیف رابطه بین انسانها و تحلیل مکانیزم های ارتباطی و خصوصاً تصمیم گیری آنها به کار برد.

تعریف شبکه های اجتماعی از نگاه جان بارنز :

شبکه های اجتماعی، هنگامی به وجود می آیند که ساختاری از گره های مرتبط به هم شکل می گیرند. هر گره، یک فرد یا یک گروه یا یک سازمان است.

شبکه اجتماعی، به معنای نمایش و مطالعه ی ارتباط بین این گره ها و جریان دانش و اطلاعات بین آنهاست.

4 کارکرد مثبت برای شبکه های اجتماعی :

۱ - آشنایی با تجربیات دیگران و آداب و رسوم و فرهنگ های مختلف : شاید در گذشته نه چندان دور، آشنایی با آداب و رسوم اقوام دیگر و یا فرهنگ سایر ملل، هزینه های سنگینی بر افراد تحمیل می کرد ولی امروز به یمن وجود شبکه های اجتماعی این مسأله به راحتی قابل انجام است.

2- انتشار سریع و آزادانه اطلاعات : این شبکه ها به دلیل ماهیتی که دارند امکان اعمال سانسور برای آنها متصور نیست.

3- تسهیل ارتباطات با دوستان و نزدیکان : به طور کلی با گسترش شبکه های اجتماعی، امکان برقراری ارتباطات فارغ از بعد مکانی و فاصله زمانی مقدور شده است و افراد با دوستان خود می توانند به راحتی ارتباط برقرار کنند و خلأ های عاطفی خود را پر نمایند.

4- شکل گیری خرد جمعی در فضای مجازی و یا تبدیل شدن فضای مجازی به " عرصه عمومی."

این مسأله بیانگر شرایطی است که افراد مختلف می توانند نظرات خود را درباره موضوعات بیان کنند و بهترین نظر و عقلانی ترین نظر از سوی عموم پذیرفته شود.

4 کارکرد منفی شبکه های اجتماعی:

- 1- اعتیاد به اینترنت و فضای مجازی.
- 2- نامحدود بودن شکل روابط در عالم مجازی و دسترسی به یک سری اطلاعات که اساسا بار منفی به همراه دارد.
- 3- فرد در اثر حضور مستمر در این شبکه های مجازی و عدم تعامل با افراد و جماعات واقعی در اصطلاح دچار « انزوای الکترونیک » می شود.
- 4- قبح زدایی از برخی هنجارهای اجتماعی و ترویج رفتارهای نامتعارفی از قبیل قماربازی اینترنتی، شرط بندی اینترنتی، ازدواج اینترنتی.

دلایل استفاده نکردن مردم کشور از شبکه های مجازی داخلی

- 1- بی اعتمادی مردم نسبت به این شبکه ها.
- 2- فکر می کنند اگه از این شبکه ها استفاده کنند همه اطلاعاتشان توسط نهادهای دولتی رصد میشود
- 3- نداشتن تبلیغات کافی درباره شبکه های اجتماعی داخلی
- 4- ترس از داشتن آزادی بیان
- 5- بی اطلاعی از این شبکه ها و عدم اطمینان در حفظ اطلاعات و اسرارشان
- 6- بدبینی زیاد به شبکه های داخلی

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

عدم استفاده از شبکه های داخلی در خارج از کشور چه باید کرد؟

شبکه های اجتماعی مجازی مثل همه پدیده های مدرن به عنوان یک ابزار هم کاربرد منفی و هم کاربرد مثبت دارند به شرط آنکه استفاده کننده روش های استفاده صحیح از آن را بداند.

عده ای در مواجهه با این پدیده آن را به کلی رد می کنند و تاکید فراوانی بر نقاط منفی و عوارض آن دارند. اما عده ای ضمن آنکه اشاره ای به عوارض آن دارند از نقاط مثبت و کارکرد های مفید آن غافل.

باید بتوان نقاط ضعف و قوت را مدیریت کرد و یکی از مسائل اصلی مدیریتی ؛ آشنا کردن و دادن اطلاع و دانش کافی به مخاطبانی است که میخواهند از این فضاها استفاده کنند

نگاهی به تاریخچه اینترنت در جهان

*** پیدایش اینترنت به دهه ۶۰ برمی گردد ؛ یعنی زمانی که دولت ایالات متحده بر اساس طرحی موسوم Arpa مخفف (آژانس تحقیق پروژه های پیشرفته) که هدفش تقویت کارکردهای دفاعی بود، این طرح را به اجرا گذاشت.

در آن زمان، چیزی به اسم کامپیوتر شخصی وجود نداشت و صرفاً سازمان های بزرگ، دانشگاه ها و مراکز دولتی بودند که از سیستم های کامپیوتری بزرگ موسوم به Main Frame استفاده می کردند که هر کدامش اطلاعات خاصی را ذخیره کرده بود و در صورت نیاز، با یکدیگر اتصال برقرار و اطلاعات را بین همدیگر منتقل میکردند یا در صورت ایجاد بستر مناسب، اطلاعات را در حالت اشتراک قرار میدادند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در همان دوران، سیستم هایی به وجود آمده بودند که امکان ارتباط بین کامپیوترهای یک سازمان را فراهم میکردند، به طوری که کامپیوترهای موجود در بخش ها یا طبقات مختلف با یکدیگر تبادل اطلاعات میکردند و امکان ارسال نامه بین بخش های مختلف سازمان، فراهم میشد. این همان چیزی است که امروزه به آن، سیستم ارسال نامه با پست الکترونیک یا ایمیل میگویند.

اما برای برقراری اتصال بین این شبکه های کوچک و پراکنده که هر کدام به روش ها و بر مبنای استانداردهای خودشان کار میکردند، استانداردهای جدید و مشخصی توسط کارشناسان وضع شد که همان پروتکل ها هستند.

*** در سال ۱۹۶۱ تعداد ۴ کامپیوتر در ۲ ایالت مختلف با موفقیت ارتباط برقرار کردند و با اضافه شدن واژه نت Net به طرح اولیه، نام آرپانت ArpaNet برای آن در نظر گرفته شد.

در سال 1993 نام اینترنت Internet روی این شبکه بزرگ گذاشته شد و وب یا همان www که مخفف World Wide Web یا تار جهان گستر می باشد،

نگاهی به تاریخچه اینترنت در ایران

سال 1371:

در این سال، تنها تعداد کمی از دانشگاه های ایران توانستند به اینترنت مجهز شوند؛ از جمله این دانشگاه ها می توان دانشگاه صنعتی شریف و دانشگاه گیلان را نام برد که توسط مرکز تحقیقات فیزیک نظری و از طریق پروتکل UUCP به اینترنت وصل شدند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

سال 1372:

در این سال ، ایران رسماً به شبکه جهانی اینترنت پیوست. اولین رایانه ای که در ایران به اینترنت متصل شد، رایانه مرکز تحقیقات فیزیک نظری بود و هم اکنون نیز این مرکز یکی از مراکز اصلی خدمات اینترنت در ایران است و به عنوان مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات ، در ایران به رسمیت شناخته می شود.

*** سال ۱۳۷۳:

در این سال، مؤسسه ندا رایانه تأسیس شد.

۱/ این مؤسسه در عرض یک سال، اولین وب سایت ایرانی را راه اندازی کرد.

۲/ همچنین، این مؤسسه روزنامه «همشهری» را به زبان فارسی در اینترنت منتشر کرد که اولین روزنامه رسمی ایرانی در وب لقب گرفت.

۳/ مؤسسه ندا رایانه فعالیت بازرگانی خود را به عنوان اولین شرکت خدمات سرویس اینترنتی آغاز کرد.

سال: ۱۳۷۴:

در این سال، مجلس ایران تأسیس شرکت «امور ارتباطات دیتا» تحت نظر شرکت مخابرات ایران را تصویب کرد و مسئولیت توسعه خدمات دیتا در سطح کشور را به طور انحصاری در اختیار آن شرکت قرارداد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

***** سال ۱۳۷۷:**

پروژه یونی کد در ایران

پروژه یونی کد در ایران با قرارداد شورای عالی انفورماتیک و همکاری بنیاد دانش و هنر واقع در انگلستان و با نظارت و مدیریت فنی دانشگاه صنعتی شریف تحت عنوان « فارسی وب » آغاز شد.

هدف پروژه این بود که با گنجاندن کامل و جامع الفبای فارسی در استاندارد یونی کد ، نشر فارسی در کامپیوتر، مخصوصاً اینترنت و وب، استاندارد شود و اصولاً مشکل قلم (فونت) های غیر استاندارد موجود در نرم افزارهای ایرانی حل شود.

تاریخچه وب

تیم برنرز لی John Berners-Lee بنیان گذار شبکه جهانی وب، با ایجاد وب سایت در سال 1991 به عنوان اولین طراح وب شناخته شد.

در ابتدا سایت ها تنها امکان استفاده از متن را داشت ولی امروزه امکان استفاده از صوت ، عکس ، فیلم و... دارد ،

وب چیست؟

WORLD WIDE WEB (WWW) - وب جزیی از اینترنت است.

وب مخزنی از صفحات (تصاویر ، متون ، فیلم ، صوت و...) اینترنتی است که هر یک دارای آدرس مشخصی هستند و توسط آن آدرس ها مسیریابی می شود. کاربری که به شبکه اینترنت متصل شده (کامپیوتر آنها جزو کامپیوترهای دیگر اینترنت قرار گرفته است) می تواند با نوشتن آدرس

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

صفحه ای از وب، بر روی نوار آدرس مرورگر خود، به صفحه وب مورد نظر که در مخزن صفحات وب در اینترنت قرار دارد، دسترسی یابد.

وب سیستمی است با استانداردهای پذیرفته شده جهانی برای ذخیره ، بازیابی ، قالب بندی و نمایش اطلاعات که از معماری خدمت گیرنده / خدمت دهنده استفاده می کند.

تفاوت اینترنت و وب چیست؟

آیا اینترنت همان وب است؟

اکثر کاربران فکر می کنند که وب همان اینترنت است.

۱- اینترنت در سال ۱۹۸۳ وقتی که آرپانت که همان پدر اینترنت نامیده می شود ، شکل گرفت.

وب توسط تیم برنرز لی انگلیسی در سال ۱۹۸۹ ساخته شده.

2- شبکه جهانی وب از سرورها که صفحات را دربر دارند و مرورگرهای بسیاری همانند فایرفاکس ، اینترنت اکسپلورر و ... ساخته شده است. در واقع اینترنت مجموعه ای از فناوری است که موجودیت وب را رقم زده است. اگر اینترنت نبود وب هم نبود و اگر وب نبود اینترنت هم نبود

3- اینترنت یک دالان تو در تو است از تلفن ها، خطوط کابلی، ماهواره ها، سیم های شبکه و کامپیوترهای به هم پیوسته که در سرتاسر جهان پراکنده شده اند. وب به نامی گفته می شود که به هر چیز در اینترنت تعلق گرفته است.

***** راههای اتصال به اینترنت چیست؟**

۱- از طریق خط تلفن (Dialup)

2- خط دیجیتالی نامتقارن مشترک ADSL

3- اتصال بدون سیم wireless

ویژگی های Dial up

۱- استفاده از یک مودم شماره گیر جهت برقراری ارتباط با ISP

2- اتلاف وقت جهت شماره گیری و قطع و وصل های متمادی

3- اشغال خط تلفن در زمان استفاده از اینترنت

4- سرعت پایین در دریافت و ارسال اطلاعات

ویژگی های ADSL

۱- استفاده همزمان از اینترنت و تلفن با استفاده از یک خط

2- دسترسی به اینترنت پرسرعت

3- اتصال دائم به اینترنت بدون نیاز به شماره گیری

4- حق اشتراک ثابت ماهانه

5- سرعت Download بالا در مقابل upload پایین تأثیر فاصله از مرکز مخابرات بر سرعت

ویژگی های Wireless

- 1- استفاده از امواج رادیویی و ماکروویو بجای سیم و کابل
- 2- عدم نیاز به خط تلفن
- 3- سرعت بسیار بالا به علت عدم محدودیت های خطوط تلفن و امکان
- 4- استفاده از پهنای باند وسیع
- 5- امکان استفاده در مناطقی که فاقد امکاناتی مانند خطوط تلفن و شبکه می باشند
- 6- آسیب پذیر در برابر نویز و شرایط آب و هوایی

خصوصیات نسخه های مختلف وب

- وب نسخه یک : مستندات (توسط پیوندها - لینکها) به هم مرتبط شده اند.
- وب نسخه دو : محتویات توسط کاربران ایجاد می شود و اطلاعات بصورت پویا تولید و رشد پیدا میکنند.
- وب نسخه سه : ارتباط داده ها، ابزار، و مردم در سراسر جهان (به وقوع می پیوندد) همان اوایل کار، خیلی زود تیم برنزی متوجه شد که وب برای موفق بودن نیاز به عامل چهارمی دارد و آن آزاد بودن و بازبودن (دسترسی ها در) وب است . این تصمیم مؤثر، راه را برای رسیدن وب به وضعیت موجود امروز باز کرد که (باعث شد اینترنت) : جهانی، باز و آزاد، سازگار با سیستم های عامل و سخت افزارهای متفاوت، یک مجموعه مرتبط با هم، آموزشی، تجاری، سرگرم کننده، رفاه آور برای مردم شده است.

وب یک :

در ابتدا داستان با شبکه ای از مقالات و متن ها شروع شد. و مطمئناً در سال ۱۹۹۸ ارائه شدن گوگل با پیشنهاد الگوریتم جدید، بواسطه سادگی و توانایی خود در جستجو در اینترنت، بهبودی و پیشرفت قابل توجهی برای وب بود . موتور جستجوی گوگل انتظارات بعدی مصرف کنندگان که به دنبال پیدا کردن اطلاعات، محصولات و سرویس ها و دیگر مردم بودند را بالا برد.

همچنین گوگل سطح پذیرش راهبرد تجارت پیچیده تر و برنامه فروش آنلاین برای شرکت ها را ارتقاء داد (با این بهانه) که بتوانند رتبه خود را در گوگل بیشتر کنند (تا در اولین نتایج جستجوی گوگل قرار گیرند) این کار گوگل انقلاب جدیدی در بوجود آمدن کسب و کارهای آنلاین (حاضر در همه جا و همه وقت) و مدل های جدید تبلیغات و همچنین بازارهای جدید را باعث شد.

بدین ترتیب وبلاگ ها دارای شخصیتی خواص برای خود شدند که این شخصیت را مستقیماً از مؤلف خود به ارث می برند (شما با مطالعه دفترچه خاطرات شخصی هر فرد می توانید با ابعاد متفاوت شخصیتی وی نیز تا انداز های که امکان دارد آشنا شوید)

وب دو (مشارکتی)

این اتفاقات ما را به وب ۲,۰ رساند . در حالی که تجارت ها و کسب و کارها داشتند از روش های قبل به روش های جدید وب مهاجرت می کردند یک نسل جدیدی از کاربران و برنامه نویسان وب شروع به همکاری فعالی کردند. در سال ۲۰۰۴ تیم آوریلی وب ۲,۰ را با عنوان انقلاب تجارت در صنعت کامپیوتر بوسیله مهاجرت به روی بستر وب "را (به جهان) معرفی کرد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

اصل قضیه وب ۲,۰ این است که کاربرانی مثل خود مصرف کنندگان محتویات را ایجاد می کنند؛ و به این ترتیب اطلاعات خیلی پویاتر از اطلاعات در وب ۱,۰ میباشد.

جامعه ویکی پدیا مفهوم همکاری و خرد جمعی جوامع مردمی وب ۲,۰ را ارتقاء داد

ویکی پدیا وب ۲,۰ را اینگونه تعریف می کند:

(www) عنوانی که روند استفاده از وب جهانگستر و تکنولوژیها و طراحی های آن که هدفش رسیدن به افزایش خلاقیت، اشتراک گذاشتن اطلاعات و مهمتر از همه همکاری کاربران است را توصیف می کند

شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک، اورکات و مای اسپیس راه تعامل مردم در وب را هموار ساختند (در محدوده وب ۲,۰) شرکت ها باید تصمیم بگیرند که برای کارشان وبلاگ بسازند یا نسازند! و اینکه به هر حال می خواهند نظر مشتریان در مورد محصولاتشان را به دیگران نشان بدهند یا خیر.

شرکت ها به سمت و سوی فعال سازی و کاربردی تر کردن نظرات مشتریان در کسب و کارشان هستند، تا بتوانند. نیازمندیهای مشتریان و توقعات نحوه تعامل خرید و فروششان را بهتر برآورده سازند. یوتیوب خیلی خوب به تعریف همکاری اجتماعات در وب ۲,۰ کمک کرد.

در آوریل ۲۰۰۸ موتور جستجوی یوتیوب ۸۰ میلیون پاسخ ارائه کرده که حدود ۴ میلیون از آنها کانال های ایجاد شده توسط کاربران است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

(ویدئوهای تولید شده توسط کاربران و آپلود شده در روز در تمام سایتهای فیلم بیش از ۵۰۰ هزار قطعه فیلم در سال ۲۰۰۷ بوده و در چهار سال بعد از آن به حدود ۵ میلیون (ویدئو در روز) خواهد شد.

چیزهای شگفت انگیزی در اینترنت اتفاق افتاده است . به هر حال در موارد متعددی وب ۲٫۰ باز هم بصورت محدوده بسته ای (به حساب می آید)، که در آن معمولاً پیوند دادن ها داخل آن (برای نگه داشتن مصرف کنندگان و مشتریان) ساده نیست و هنوز در خارج از سایت مربوطه یا بین چند سایت مختلف باید صورت گیرد و بعضی اوقات نیر استفاده اختصاصی از راه حل ها و ضمیمه های بعد مانع همکاری و ارتباط می شود.

وب سه (وب معنایی)

اگر نخواهیم بگوییم انقلاب، تحول بعدی در وب ارتباط سخت افزار (مثل موبایل، لپ تاپ، و سایر دستگاه های سخت افزاری) به اینترنت بود.

راه جدیدی برای یکپارچه سازی و هموار کردن راههای بدست آوردن اطلاعات و دید جدیدی که قبلاً اصلاً امکان پذیر نبود؛ و راه جدیدی برای ارتباط به اینترنت از طریق دستگاه های متنوعی که قابلیت و توانایی پیدا کردن و تجزیه و تحلیل و شسته رفته کردن اطلاعات را دارند.

وب مفهومی

وب مفهومی چارچوبی مشترک مبتنی بر آدرس های اینترنتی بوجود آورد که اجازه می دهد در سرتاسر برنامه ها، برنامه های بزرگ و محدود ههای اجتماعی، اطلاعات به همدیگر مرتبط شوند، به اشتراک گذاشته شوند و قابلیت استفاده مجدد پیدا کنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

با استفاده از تکنولوژی های نوین در وب مفهومی افراد یا دستگاهها می توانند با استفاده از یک نمونه از اطلاعات از یک مجموعه به مجموعه بی انتهایی از اطلاعات مرتبط به آن مطلب که در پایگاههای اطلاعاتی سرتاسر جهان دستیابی پیدا کند.

اهداف اصلی وب مفهومی

وب مفهومی، شبکه های از اطلاعات به هم مرتبط است. خیلی از اطلاعاتی که در طول روز آنها را از اینترنت استفاده می کنیم در یک جا نیستند.

برای مثال شما صورتحساب بانکی خود را در اینترنت در سایت بانک مربوطه و عکس های خود را در آلبوم اینترنتی در سایتی دیگر و قرار ملاقات های خود را باز در جایی دیگر می بینید. اما آیا می توانید عکس های خودتان را در تقویم خودتان ببینید و بفهمید کی آن عکس را گرفته و در آن وقت چه می کردید؟ آیا میتوانید گزارشهای بانکی خود را در تقویم خود ببینید؟ چرا نه؟! چون شبکه ای از اطلاعات به هم مرتبط شده ندارید. چون هرکدام از اطلاعات شما بوسیله برنامه ای خاص کنترل میشوند و در سایت خاصی نگهداری میشوند.

دیدگاه وب مفهومی این است که مبانی وب را از تکیه بر مستندات و فایل ها به پایه ریزی بر اساس اطلاعات گسترش دهیم. اطلاعات یک مطلب باید بتوانند به مستندات مورد استفاده در معماری عمومی وب دسترسی داشته باشند، مثلاً آدرس های اینترنتی باید قابلیت اتصال به مستند دیگر یا قسمت از آن را که در رابطه با همین موضوع است در حال حاضر ارتباط داشته باشند.

این یعنی اینکه ایجاد یک چارچوب مشترکی که اجازه بدهد اطلاعات قابلیت اشتراک گذاری و استفاده مجدد در سرتاسر برنامه ها، برنامه های خیلی بزرگ و محدوده های ارتباطی و اجتماعی

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

بصورت اتوماتیک و خودکار با کیفیت و درستی ابزارهای دستی، که شامل قابلیت ایجاد ارتباطات جدید و قابل نمایش در میان اطلاعات باشد.

دکتر علی اکبر جلالی و نظریه عصر مجازی

عصر مجازی (Virtualage) که آینده ی جدیدی را برای بشر بر اساس توسعه ی فن آوری ترسیم میکند.

تافلر در نظریه ی موج سوم ؛ جهان را در دنیای دو بعدی اینترنت می بیند، بنده اعتقاد این است این دنیای دو بعدی در آینده ی جدید سه بعدی می شود، بدین گونه که انسان در آن واحد میتواند، چندجا دیده شود با همان رفتار. طوری که افراد فکر کنند که این انسان حضور فیزیکی دارد و تا زمانی که آن را لمس نکنند متوجه نشوند که آن انسان وجود ندارد.

موج چهارم : عصر مجازی

موج چهارم یا عصر مجازی در حقیقت، شکل توسعه و تکامل یافته عصر اطلاعات و دانش است که در آینده ای نزدیک ظهور خواهد کرد و فضای سه بعدی را در اختیار بشر قرار خواهد داد. عصر کشاورزی با هدف تهیه و تامین غذا بوقوع پیوست و تقریباً سی هزار سال دوام داشت.

عصر صنعت پس از آن شکل گرفت و مشکل ابزار و مواد را که نیاز آن زمان بشر بود برطرف نمود و حدوداً 500 سال دوام داشته و در بعضی از کشورها همچنان حاکمیت دارد.

موج سوم مربوط به عصر اطلاعات است که با حضور رایانه معرفی شده به سرعت در حال گسترش و توسعه بوده و به پیش میرود و حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را شدیداً تحت تاثیر خود قرار داده است، اینترنت مشخص ترین نماد این عصر است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

هدف از بوجود آمدن این عصر رفع نیاز اطلاعاتی بشر بوده است که به کمک رایانه و اینترنت همراه با بانک های اطلاعاتی و شبکه های تار عنکبوتی WWW جهانی ؛ این نیاز تا حدودی مرتفع شده عمر این عصر کوتاه خواهد بود و فقط از چند دهه تجاوز نخواهد کرد

موج چهارم در راه است و بزودی دنیای سه بعدی را به جهان عرضه خواهد کرد و شرایطی را فراهم می کند تا تخیل انسان بتواند به حقیقت نزدیک شده و فضای جدیدی را معرفی خواهد نمود که بسیار توسعه یافته تر و متفاوت با جهان امروز است. جامعه اطلاعاتی امروز باید چشم انداز روشنی برای ادامه مسیر خود به سمت رشد و پویایی داشته باشد، عصر مجازی میتواند دورنمای تحول درازمدت جامعه اطلاعاتی امروز باشد

اما وضعیت ایران

برای کشورهای در حال توسعه مانند ایران که هنوز در اواسط موج دوم یا عصر صنعت قرار دارند و موج سوم را درک نکرده و بکار نگرفته اند، اطلاع از تغییر جهان به سوی عصر مجازی، از جنبه های مختلف دارای اهمیت است.

شاید مسئولین اداره این دسته از کشورها با اطلاع از پیدایش عصر مجازی به بحرانی بودن و عقب افتادگی وضعیت کشورهايشان در این زمینه پی ببرند و با حرکتی پرشتاب، حداقل توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات را جدی بگیرند و با وارد شدن به موج سوم، عصر مجازی را چشم انداز برنامه های دراز مدت خود قرار دهند.

برای گذر از موج سوم، عصر صنعت به موج چهارم ، باید مسیر را خوب شناخت و برنامه های زیادی را یکی پس از دیگری اجرا کرد. کره جنوبی از جمله کشورهای موفق است که در این زمینه برنامه نسبتاً مناسبی را دنبال می کند در صورت موفقیت کشورهای در حال توسعه در

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

تهیه برنامه ای که چشم انداز آن عصر مجازی باشد، میتوان بخشی از عقب ماندگی دیجیتالی را جبران و حتی از بسیاری از کشورهایی که هنوز با این مفاهیم آشنایی ندارند، جلو هم افتاد.

مشکلات سر راه رسیدن به جامعه مجازی

یکی از مشکلات اساسی موجود در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مشکل فرهنگی و روانی برخورد با فناوریهای نوین است که معمولاً بخشی از مردم در مقابل تغییر عموماً واکنش منفی نشان دهند و باعث تاخیر در استفاده مناسب از آنها می شوند.

شاید این مشکل تنها به کشورهای توسعه یافته مربوط نبوده و کم و بیش در کشورهای توسعه یافته و خالق این فناوری ها نیز این واکنش ها معمول باشد.

این واکنش ها همین حالا هم مشکلاتی را در جهان بوجود آورده است و باعث کاهش سرعت بعضی از فناوری ها شده است. البته اینگونه مشکلات ممکن است به کشورهای خاصی مربوط نباشد مثلاً در کشور آمریکا که کشوری توسعه یافته در زمینه تولید دانش و فناوری می باشد، تکنولوژی بسیار جلوتر از سواد عمومی جامعه به جلو میرود، یعنی مردم آمریکا با وجودی که ابزارهای پیشرفته و مناسبی در اختیار دارند از آنها استفاده مناسب نمی کنند شاید یکی از دلایل آن است که سیستم آموزشی آمریکا عقب تر از تحولات تکنولوژیکی حرکت می کند.

لذا آنها برنامه آموزش های عمومی در معرفی استفاده مناسب از تکنولوژی های موجود را هم ندارند. بنابراین آموزش و توسعه فرهنگ استفاده از فناوریهای جدید یکی از مسائل مهم در توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات است که باید مشکلات مرتبط با آن شناخته و حل شود.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

مشکل بعدی ، حتی در کشورهای توسعه یافته، مربوط به افراد سالخورده و مسئولین سابقه داری است که تجربیات سنتی را با خود دارند و تسلیم فناوری های نوین نمی شوند. حتی در مقابل تغییر میایستند و مراحل توسعه را با تأخیر مواجه می سازند.

در جوامع سنتی و عقب افتاده این وضع به مراتب بدتر است و عدم اطلاع حاکمان و دولت ها از مزایای این پدیده ها سبب تأخیر در استفاده از فناوریهای جدید و توسعه دانش و رشد اقتصادی در آن جوامع می شود. از اینگونه اشکالات و مسائل در طول تاریخ بشر فراوان دیده شده و این مشکلات در آینده نیز ادامه خواهد داشت.

وظیفه دانشمندان و محققان است که با اقدامات فرهنگی اینگونه مسائل را در جامعه مطرح و در حد توان از مسئولان بخواهند تا استفاده از آنها را در جامعه عملی سازند.

یکی دیگر از مشکلات دسترسی زود هنگام به موج چهارم یا عصر مجازی پدیده ای جدید بنام «فاصله دیجیتالی» بین کشورها است این موضوع بقدری مهم است که از سال 1994 میلادی معیار تشخیص کشورهای فقیر و غنی شده است. تا قبل از سال 1994 میلادی فاصله کشورهای فقیر و ثروتمند را با سرمایه های مادی می سنجیدند.

رسانه های اجتماعی Social media :

رسانه های اجتماعی ؛ اصطلاح استفاده از فناوری های مبتنی بر وب، تلفن همراه و ارتباطاتی که به گفتگو تعامل داده می شود گفته می شود. رسانه های اجتماعی برنامه های کاربردی مبتنی بر اینترنت است که بر روی ، پایه های ایدئولوژیک و فناوری وب 2.0 به کاربران اجازه ایجاد و تبادل تولید محتوا را می دهد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

رسانه های اجتماعی میتواند بر روی بسیاری از اشکال مختلف، از جمله تالار گفتگو، وبلاگ ها، وبلاگ اجتماعی، میکرو بلاگینگ، ویکی، پادکست ها، عکس ها یا تصاویر، ویدئو، در قالب یک نوع امتیاز بر پایه مشارکت اجتماعی، محسوب شود

دسته بندی رسانه های اجتماعی

۱- ابزار های انتشار: مانند: ویکی ها- بلاگر- توئیتر

۲- ابزارهای به اشتراک گذاری: مانند یوتیوب

۳- ابزارهای بحث

۴- ابزارهای تجارت

۵- ابزارهای موقعیت: موقعیت یاب ها، شبکه های اجتماعی محلی

۶- ابزارهای شبکه سازی اجتماعی: اورکات، مای اسپیس

۷- ابزارهای بازی اجتماعی

مقایسه رسانه های اجتماعی {نوین} با رسانه های صنعتی {یا رسانه جمعی}

(۱) **ناشران و مالکان**: رسانه های صنعتی اصولاً توسط دولت ها و موسسات رسانه ای منتشر می

شوند. در حالی که رسانه های اجتماعی توسط شهروندان معمولی تولید و منتشر می شود

(۲) **ساختار تحریریه**

(۳) **نوع اطلاعات**: رسانه های اجتماعی در زمینه گپ و گفت میان افراد

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

۴) دوره و سرعت انتشار

۵) مخاطبان

۶) تاثیر گذاری : در رسانه های اجتماعی یک همبستگی و علاقه مندی یکسان دارند و یک

اجتماع همسان شکل دادند. لذا تاثیر گذاری بیشتری را شامل می شود

۷) هزینه

۸) فناوری : در رسانه های اجتماعی بر تلفن و اینترنت متکی می باشد

دسته بندی شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی مجازی : شکل گیری در محیط مجازی

شبکه های اجتماعی غیر مجازی : شکل گیری در محیط اجتماعی

ویژگی ها و مشخصه های شبکه های اجتماعی

1) کاربران گزینشگر

2) انتقال فرهنگ های متفاوت

3) توانایی برقراری ارتباط

۴) باز بودن: برای مشارکت اعضا و دریافت بازخورد باز است. آنها کامنت می گذارند و به ندرت

مانعی برای تولید و دسترسی به محتوا وجود دارد

۵) به اشتراک گذاری فایل های صوتی - تصویری و انواع پرونده ها

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

۶) ارتباط دو سویه

۷) دسترسی آزاد به برخی داده های عمومی در مورد کاربران:

۸) امکانات و نوع طراحی شبکه های اجتماعی (: تجاری ، سرگرمی ، خانوادگی و)...

دلایل ایجاد شبکه های اجتماعی

۱) برخورداری از حجم عظیمی از اطلاعات

۲) تنوع موضوعات و خدمات

۳) گسترش جریان اطلاعات

۴) ارتباط بیشتر بین کاربران

۵) توزیع سریع اطلاعات بین کاربران شبکه های اجتماعی

۶) به اشتراک گذاشتن تمامی اطلاعات موجود

انواع شبکه های اجتماعی مجازی

(از نظر کاپچیا و همکاریانش از مرکز مطالعات تکنولوژی اروپا)

۱) شبکه های اجتماعی پروفایل محور

۲) شبکه های اجتماعی محتوا محور

۳) شبکه های اجتماعی چند کاربر

۴) شبکه های اجتماعی همراه

5) شبکه های اجتماعی موضوعی

6) شبکه های اجتماعی میکرو وبلاگ ها

1) شبکه های اجتماعی پروفایل محور

پس از ایجاد پروفایل و تکمیل مراحل عضویت ، کاربران شروع به گذاشتن عکس ، متن و...

2) شبکه های اجتماعی محتوا محور

کانون اصلی ، کاربر است . کاربر بر اساس مشارکت در محتوا فعال است.

3) شبکه های اجتماعی چند کاربر

این گونه سایت ها با ایجاد فضایی تخیلی و بازی گونه با اعضای دارای نمادهای مجازی ، شرایط تعامل نمادگونه کاربران با یکدیگر را فراهم می آورند و [secondlife . Com](http://secondlife.com) سایت از این جمله است.

4) شبکه های اجتماعی همراه

در حال حاضر بیشتر شبکه های اجتماعی مجازی از طریق تلفن همراه قابل دسترسی هستند و بسیار هم مورد توجه اعضای این شبکه هاست

5) شبکه های اجتماعی موضوعی

درباره زمینه های خاص هستند

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

6) شبکه های اجتماعی میکرو وبلاگ ها

برخی سایت ها مانند توییتر و فیس بوک با ایجاد امکان ارسال پیامک ها لحظه به لحظه این بستر را فراهم می کند تا کاربران وضعیت آنی خود را به دیگر اعضا نشان دهند و اصولا از چند کلمه و جملات کوتاه شکل گرفته است

طبقه بندی شبکه های اجتماعی

1) شبکه های اطلاعاتی : مردم به دنبال پاسخ پرسش های خود هستند

2) شبکه های حرفه ای : تخصصی عمل می کنند

3) شبکه های آموزشی

4) شبکه های سرگرمی

5) شبکه های خبری

تفاوت بین رسانه های اجتماعی و شبکه های اجتماعی

رسانه های اجتماعی و شبکه های اجتماعی جزء محبوب ترین های امروز وب به شمار می روند واژه هایی که در برخی موارد در مفاهیم و تعاریف همپوشانی دارند؛ اما تفاوت هایی نیز دارند که شناخت آنها مسیر فعالیت در آن دو را روشن میکند.

این درحالی است که اکثر کارشناسان، کاربران و سازمان ها فکر میکنند که تعریف رسانه اجتماعی و شبکه اجتماعی یکی است و این کاملا یک اشتباه استراتژیک است که در نهایت باعث سردرگمی عملی فعالیت ها می شود

رسانه در مقابل شبکه

زمانی که کلمه « اجتماعی » را از هر دو اصطلاح رسانه های اجتماعی (Social Media) و شبکه های اجتماعی (Social Networks) حذف کنیم، تنها رسانه ها (media) و شبکه ها (networks) باقی میماند و این دو کلمه اصلی ترین تفاوت بین آنهاست. رسانه ها مسئول پخش پیام به توده ها هستند در حالی که شبکه ها مسئول تعامل با مردم به صورت جداگانه هستند.

به عبارتی بهتر رسانه های اجتماعی کانالی برای پخش پیام است و به عنوان یک استراتژی محسوب میشوند، در حالی که شبکه های اجتماعی می تواند به عنوان یک وسیله یا ابزاری برای اتصال با سایر افراد استفاده شود

. در واقع شما می توانید این دو را در زیر چتر وب 2 قرار دهید. به بیانی دیگر، رسانه های اجتماعی در واقع یک استراتژی برای دستیابی به گروه های خاصی از مردم است. در حالی که شبکه های اجتماعی یک ابزار برای اتصال با مردم است.

به عنوان مثال لینکداین LinkedIn یک شبکه اجتماعی محبوب است که مردم برای تعامل حرفه ای برای کسب و کار استفاده میکنند.

اما یوتیوب محبوب ترین سایت بارگذاری و اشتراک ویدیو برای تمام جهان است. این یک مثال ساده و کامل از تفاوت بین توده و مردم در تعاریف رسانه و شبکه وجود دارد بنابراین رسانه های اجتماعی راهی برای انتقال اطلاعات با مخاطبان گسترده ای است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

هر کسی فرصتی برای ایجاد و توزیع اطلاعات دارد . لذا همه نیاز به اتصال اینترنت دارند و این امر قابلیت رقابت را ایجاد می کند، در حالی که شبکه های اجتماعی عامل تعامل است . گروه هایی از مردم با منافع مشترک، یا ذهن مشابه، وابسته بایکدیگر که در سایت های شبکه های اجتماعی رابطه ایجاد میکنند.

سبک ارتباطات

سبک ارتباطات رسانه های اجتماعی بیشتر شبیه کانال های ارتباطی است و مانند فرمت ارائه پیام است. همانند تلویزیون، رادیو یا روزنامه؛ رسانه های اجتماعی محلی برای مراجعه شما نیستند بلکه آنها سیستمی ساده برای انتشار اطلاعات به دیگران به شمار می روند. در حالی که در شبکه های اجتماعی ، ارتباط دو طرفه است . ارتباط بسته به نوع مطلب، موضوع یا فضای اطراف هر جسم (مانند اتمسفر) است، مردم برای پیوستن به دیگران و افرادی با تجارب و سوابق مشابه دور هم جمع میشوند. گفتگوهای در هسته شبکه های اجتماعی و به واسطه توسعه روابط است.

تفاوت های رسانه های اجتماعی و رسانه های جمعی:

(1) دامنه دسترسی: (Reach)

تکنولوژی رسانه های اجتماعی و رسانه های جمعی هر دو امکان گسترش دسترسی را فراهم میکنند و می توانند به مخاطبانی جهانی دست یابند. اما رسانه های جمعی به طور شاخص از یک شبکه ی سازمانی متمرکز برای سازماندهی، تولید و انتشار استفاده می کنند، در حالی که رسانه های اجتماعی ذاتاً تمرکز زدایی شده تر و کمتر سلسله مراتبی هستند و یا نقاط متعدد تولید و مصرف مشخص می شوند

2) قابلیت دسترسی: (Accessibility)

وسائل تولید برای رسانه های جمعی به طور معمول در اختیار دولت و/یا شرکت های خصوصی هستند؛ رسانه های اجتماعی به طور رایگان یا با هزینه ی ناچیز در دسترس عموم مردم هستند.

3) سهولت استفاده: (usability)

تولید رسانه های جمعی به طور معمول نیاز به مهارت ها و آموزش اختصاص دارد . در مقابل، اغلب تولید رسانه های اجتماعی، به مهارت ها و آموزش اختصاصی نیاز ندارد یا تنها به تجدید برداشتی از مهارت های موجود نیاز دارند؛ از لحاظ نظری هر کسی با دسترسی به اینترنت می تواند وسائل تولید رسانه های اجتماعی را به کار بیاورد.

4) ارتباط فوری: (Immediacy)

زمان تأخیری میان مواد ارتباطی تولید شده در رسانه های جمعی ممکن است طولانی باشد (روزها، هفته ها یا حتی ماه ها) در حالی که در رسانه های اجتماعی امکان پاسخ های تقریباً فوری وجود دارد؛ تنها مشارکت کنندگان تعیین کننده ی هر تأخیری در پاسخ هستند.

با این حال، رسانه های جمعی شروع به اقتباس جنبه هایی از تولید کرده اند که به طور معمول با ابزارهای رسانه های اجتماعی انجام می شود، بنابراین این ویژگی ممکن است در طول زمان جنبه ی متمایزکننده اش میان این دو نوع رسانه را از دست بدهد

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

(5) استمرار: (permanence)

تولیدات رسانه های جمعی، هنگامی که ایجاد می شوند، دیگر قابل تغییر دادن نیست (زمانی که مقاله ی یک مجله چاپ و توزیع شد، دیگر نمی توان در آن تغییری ایجاد کرد)، در حالی که تولیدات رسانه های اجتماعی را می توان تقریباً به طور فوری با گذاشتن اظهارنظر یا ویراستاری تغییر داد

(6) تعامل: (Interactive)

رسانه های اجتماعی اصولاً حالت یک سویه با مخاطب دارند و تنها پیام را ارسال می کنند و ارتباطات، یک به یک یا یک به چند است؛ در حالی که رسانه های اجتماعی، ارتباطات چند به چند است و مخاطب کاملاً به صورت تعاملی قدرت ارتباط دارد.

(7) محدودیت: (Limited)

در تمام رسانه های جمعی مانند رادیو، تلویزیون و روزنامه، محدودیت تولید محتوا داریم، در حالی که در رسانه های اجتماعی محدودیتی برای تولید محتوا نیست؛ زیرا در آنجا بحث، دیده شدن محتواست.

(8) اعتبار: (validation)

فضای رسانه های جمعی کاملاً رسمی است و محتوا تا حدود زیادی معتبر است، اما فضای رسانه های اجتماعی غیررسمی و محتوا کمتر مورد اعتبار است؛ البته کاربران می توانند محتوای مورد شایعه و غیرمعتد را شناسایی و معرفی کنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

9) چند رسانه ای: (Multimedia)

محتوا در رسانه های جمعی محدود به صدا، تصویر یا متن است؛ در حالیکه در رسانه های اجتماعی این محدودیت بسیار کمتر است و قابلیت ناوبری وجود دارد.

10) تحریریه: (Editorial)

در همه ی رسانه های جمعی، تیم تحریریه وجود دارد که محتوا را تولید می کنند، اما در رسانه های اجتماعی تیم تحریریه ای برای تولید محتوا نیست، بلکه تیم مانیتورینگ برای رصد محتوا موجود است

11) اندازه گیری مخاطب: (Audience Measurement)

در تمام رسانه های جمعی این مشکل وجود دارد که تعداد مخاطب مشخص نیست، اما در رسانه های اجتماعی به راحتی امکان اندازه گیری مخاطبان موجود است و متوجه می شویم که یک رسانه چه مقدار مخاطب آنی و دائمی دارد

12) سانسور: (censorship)

سانسور محتوا در رسانه های جمعی بیداد می کند، محتوا از طرف سازمان های درونی و بیرونی، و تحریریه به اندازه ی کافی سانسور می شود، اما در رسانه های اجتماعی، سانسور به شدت کمتر است، مگر اینکه محتوا ضد ارزشی باشد که کاربران آن را گزارش کرده باشند؛ البته بدون سانسور هم نیست.

13) تولید محتوا: (content production)

محتوا در رسانه های جمعی مطابق با اهداف سازمان رسانه ای تولید می شود، اما در رسانه های اجتماعی چون کاربرمحور است و مخاطب، خود محتوا تولید می کند، بر اساس نیازهای اجتماعی محتوا تولید میشود

14) قیمت: (price)

تولید محتوا و دسترسی به محتوای رسانه ای جمعی در مقایسه با رسانه های اجتماعی گران است؛ زیرا در رسانه های اجتماعی با کمترین امکانات می توان بیشترین محتوا را تولید کرد.

در سالهای اخیر، سایت های اینترنتی تحت عنوان شبکه های اجتماعی در بین کاربران ایرانی گسترش بسیاری پیدا کرده به طوری که این روزها کمتر فرد ایرانی را می بینیم که دست کم در یکی، دو شبکه اجتماعی عضو نباشد و فعالیت نداشته باشد.

در واقع می توان گفت جز موارد استثنا همه افرادی که با اینترنت سروکار دارند بخش قابل توجهی از فعالیت های روزانه خود را در فضای مجازی به شبکه های اجتماعی اختصاص میدهند. به تبع این موضوع زندگی ما را تحت تاثیر قرار داده و تغییر و تحول چشمگیری در زندگی هایمان فراهم کرده است؛ تغییراتی که با سرعت هر چه تمام تر پیش میرود.

این موضوع انکارناپذیر است که انسان تمایل ذاتی برای ایجاد گروه های اجتماعی دارد و فضای مجازی، با تشکیل شبکه های اجتماعی، رفع این نیاز بشر را به راحتی فراهم کرده است تا جایی خود را کاملاً در زندگی روزمره مردم جا داده است

انواع پرکاربردترین شبکه های اجتماعی

طبیعت بشر به طور پیش فرض برنامه ریزی شده است که تا به حدی از نظر اجتماعی فعال باشد.

بعضی از افراد فعالیت بیشتری دارند در حالی که برخی دیگر کمتر!

با این حال ، مردم همیشه به دنبال راه هایی برای ارتباط و شبکه شدن با یکدیگر بوده اند.

و در این عصر دیجیتال سازی ، مردم راه هایی برای فعالیت اجتماعی در اینترنت پیدا کرده اند.

که با ظهور سیستم عامل ها و برنامه های شبکه های اجتماعی مجازی متعدد امکان پذیر است.

اکنون حتی روابط در شبکه های اجتماعی آغاز ، رشد و پایان می یابند. مردم دیگر نیازی به

مصافحه (سلام دادن) شخصی یا ملاقات حضوری ندارند.

سایت ها و برنامه های شبکه های اجتماعی

سایت های رسانه های اجتماعی نیز به صورت جهشی رشد کرده اند.

طبق آماری که در Statista نشان داده شده است . تقریباً 2 میلیارد کاربر از سایت ها و برنامه

های شبکه های اجتماعی در سال 2015 استفاده کرده اند. و با افزایش استفاده از دستگاه های

تلفن همراه ، این تعداد احتمالاً تا سال 2018 از مرز 2.6 میلیارد عبور خواهد کرد.

بنابراین ، در این متن، ما در مورد لیست محبوب ترین ، پُر مخاطب ترین ، ویژگی های شبکه و

رسانه های اجتماعی بحث می کنیم که امروزه در جهان مورد کاوش قرار می گیرد

درباره این لیست محبوب ترین ، پُر مخاطب ترین ، ویژگی های شبکه اجتماعی مجازی بیشتر

بیاموزید

1) فیس بوک Facebook –

این سایت به راحتی بزرگترین سایت شبکه اجتماعی در جهان و یکی از پر کاربردترین سایت های شبکه های اجتماعی است. و ، شاید فیس بوک اولین موردی باشد که از رقم برجسته 1 میلیارد حساب کاربری پیشی گرفت.

به غیر از امکان برقراری ارتباط با دوستان و اقوام ، شما همچنین می توانید برای فروش آنلاین به برنامه های مختلف فیس بوک دسترسی داشته باشید. و حتی می توانید با استفاده از تبلیغات پولی فیس بوک ، تجارت ، برند و محصولات خود را بازاریابی یا تبلیغ کنید.

فیس بوک یکی از بزرگ ترین شبکه های اجتماعی در جهان امروز است که در ماه فوریه سال 2004 تاسیس شد.

این شبکه ی اجتماعی کاربران خود را قادر می سازد تا با خانواده و دوستان خود در ارتباط باشند و دوستان جدیدی را نیز پیدا کنند. کاربران فیس بوک می توانند پروفایل شخصی خود را ایجاد کنند، تصاویر جدیدی را در صفحه خود قرار دهند، به کاربران دیگر درخواست دوستی ارسال کنند و درخواست هایی را که از طرف کاربران دیگر دریافت می کنند را رد یا قبول کنند و اطلاعات خود را به روز رسانی کنند.

همچنین فیس بوک به کاربران خود اجازه می دهد تا صفحه مرتبط با شغل، ورزش، تفریحات، فرهنگ، امور مالی، اولویت ها، مذهب، سازمان ها و موارد دلخواه دیگر را ایجاد کنند.

موسسان فیس بوک

Facebook توسط مارک زاکربرگ 19 ساله که دانشجوی روان شناسی دانشگاه هاروارد بود تاسیس شد. آقای زاکربرگ، برنامه نویس کامپیوتری مشتاق، چندین وب سایت شبکه اجتماعی مانند Facemash را ایجاد کرده بود.

در Facemash کاربران می توانستند به جذابیت های کاربران دیگر رتبه دهند و به این طریق دانش آموزان می توانستند دانش آموزانی را که رتبه مشابه خود را دارند، ببینند.

تا این که در سال 2004 و در دانشگاه هاروارد، مارک زاکر برگ به همراه دوستان هم دانشگاهی خود یعنی ادواردو ساورین، اندرو مک کالوم، کریس هاگز و داستین موسکوویتز، وب سایتی با نام دامنه ی thefacebook.com را راه اندازی کردند. Thefacebook.com در ابتدا محدود به دانشجویان و کارکنان دانشگاه هاروارد بود.

در کمتر از 24 ساعت 1200 نفر از دانشجویان دانشگاه هاروارد در این سایت ثبت نام کردند. در طول یک ماه، نزدیک به نیمی از دانش جویان دوره ی لیسانس، پروفایلی در این سایت داشتند.

ستاد کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا

2) واتس اپ whatsapp -

واتس آپ (یا در اصطلاح عامیانه واتساپ) (به انگلیسی: WhatsApp) یک برنامه پیامرسانی فوری برای تلفن های هوشمند است.

این برنامه توسط شرکت سهامی واتس آپ ساخته شده و مؤسس شرکت و سازنده این برنامه یان کوم است و در نهایت توسط فیس بوک خریداری گردید.

پیامرسان واتس آپ، سامانه ای نرم افزاری برای گوشی های هوشمند اندروید و آی او اس است.

این پیامرسان از ارتباط اینترنت موبایل یا وای-فای برای فرستادن پیام استفاده می کند.

افزون بر توانایی فرستادن متن ساده می توان پرونده هایی مانند پی دی اف، نگاره، آوا و ویدئو را با واتس آپ فرستاد.

در ژانویه ۲۰۱۶، این پیامرسان اعلام کرد که برای همیشه رایگان خواهد بود.

پیش از آن این سرویس پیامرسانی تنها سال اول رایگان بود و پس از آن ۰٫۹۹ دلار آمریکا در سال باید پرداخت می شد.

همچنین مدیر واتس آپ در تاریخ ۱۸ فروردین ۱۳۹۵ اعلام کرد که همه پیام ها و تماس های این مسنجر به صورت کامل رمزنگاری می شوند

. واتس آپ و نرم افزارهای شبیه به آن امروزه با گسترش اینترنت همراه، جایگزینی برای پیامک یا پیام های متنی کلاسیک شده اند.

این نسخه در ۳۱ دسامبر ۲۰۱۹ در سیستم ویندوز فون به کار خود پایان داد

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

3) کیو کیو QQ -

تسننت کیوکیو Tencent QQ معروف به (QQ یک پیام رسان فوری (مبتنی بر چت) بستر رسانه های اجتماعی است. پس از راه اندازی در چین ، بین المللی شد. (بیش از 80 کشور جهان از آن استفاده می کنند).

می توان از آن برای ارتباط با دوستان از طریق متن ، تماس ویدیویی و گفتگوی صوتی استفاده کرد. حتی یک مترجم داخلی برای ترجمه چت های شما دارد.

4) وی چت WeChat -

این یک برنامه ارتباطی همه کاره برای ارسال پیام و تماس است. (مشابه WhatsApp که شما را قادر می سازد با افراد دلخواه خود ارتباط برقرار کنید).

همچنین توسط Tencent در چین ساخته شده است. و به راحتی می تواند در کنار QQ کار کند.

طبق گزارش اطلاعات BI ، تعداد کاربران WeChat به سرعت با تعداد کاربران WhatsApp مطابقت دارد.

تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً 697 میلیون کاربر فعال

5) کیو زون QZone -

همانند QQ و WeChat ، QZone یکی دیگر از خدمات شبکه های اجتماعی است که توسط

Tencent توسعه یافته است. این امکان را برای شما فراهم می کند تا عکس به اشتراک بگذارید ،

فیلم تماشا کنید . آهنگ گوش دهید ، وبلاگ بنویسید ، خاطرات خود را حفظ کنید و غیره.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

همچنین به شما امکان می دهد لوازم جانبی را انتخاب کرده و ظاهر و احساس صفحات وب QZone را به صورت دلخواه تنظیم کنید.

تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً 640 میلیون کاربر فعال

6) تامبلر Tumblr -

Tumblr از سال 2013 تحت مالکیت یاهو قرار گرفته است. و به عنوان یک شبکه اجتماعی / وبلاگ نویسی خرد است که می تواند برای یافتن و دنبال کردن مواردی که دوست دارید استفاده شود. همچنین می توانید از آن برای ارسال هر چیزی ، از جمله فایل های چندرسانه ای ، به یک وبلاگ با فرم کوتاه استفاده کنید. علاوه بر این ، این امکان را برای شما فراهم می کند تا تقریباً همه چیز را شخصی سازی کنید.

تعداد کاربران فعال در ماه: تقریباً 555 میلیون کاربر

7) اینستاگرام Instagram -

اینستاگرام یا اینستاگرم (به انگلیسی: Instagram) شبکه اجتماعی هم‌رسانی عکس و ویدئو است که کوپن سیستروم و مایک کرایگر آن را بنیان نهادند و هم‌اکنون شرکت فیس‌بوک مالکیت آن را برعهده دارد.

این نرم‌افزار این امکان را به کاربران خود می‌دهد که عکس‌ها و ویدئوهای خود را در دیگر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توییتر، تامبلر و فلیکر هم‌رسانی کنند. کاربران همچنین می‌توانند از فیلترهای دیجیتال برای تصاویرشان استفاده کنند. محدودیت هم‌رسانی ویدئو در اینستاگرام ۶۰ ثانیه است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

اینستاگرام یک نرم افزار مالکیتی است و برای آی او اس، اندروید و مایکروسافت ویندوز در دسترس است.

در دهه ۲۰۱۰، اینستاگرام چهارمین نرم افزار پرهوادار موبایلی بوده است.

بنیانگذاران کوین سیستروم، مایک کرایگر

دفتر مرکزی سان فرانسیسکو، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا

مادر فیس بوک

8) توییتر Twitter –

توییتر (Twitter) یک شبکه اجتماعی و سرویس ارائه دهنده میکرو بلاگ است که به کاربران اجازه می دهد تا ۲۸۰ حرف، پیام متنی را که توییت (Tweet) نامیده می شود، ارسال کنند. توییت ها در ابتدا به ۱۴۰ حرف محدود شده بودند، اما در ۷م نوامبر سال ۲۰۱۷، این محدودیت به ۲۸۰ حرف در هر توییت، به جز زبان های چینی، ژاپنی و کره ای، ارتقا پیدا کرد. کاربرانی که در توییتر ثبت نام کرده اند می توانند توییت ارسال کنند، و جواب بدهند و همچنین آنها را لایک کنند اما کاربران ثبت نام نشده فقط می توانند توییت ها را مشاهده کنند. همچنین کاربران می توانند از طریق وبگاه توییتر، پیامک یا نرم افزار کاربردی تلفن همراه به توییتر دسترسی داشته باشند.

توییتر در مارس ۲۰۰۶ به دست جک دورسی، «Noah Glass»، بیز استون و اوان ویلیامز ایجاد شد و در ژوئیه ۲۰۰۶ آغاز به کار کرد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در سال ۲۰۱۳، تویتر یکی از ده وبسایت برتر در فهرست محبوب ترین وبگاهها اعلام شد و همچنین، به عنوان «پیامک اینترنتی» توصیف شده است.

از سال ۲۰۱۸، تویتر ماهانه بیش از ۳۲۱ میلیون کاربر فعال دارد.

همچنین از سال ۲۰۱۵ تا به امروز، تویتر بحث و اخبار گسترده ای را برای اطلاع رسانی سیاست های ایالات متحده به وجود آورده است

. در حین انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا سال ۲۰۱۶، تویتر بزرگترین منبع اخبار مربوط به روز بود که ۴۰ میلیون توییت مربوط به انتخابات ساعت در ساعت ۱۰ شب به وقت تهران (منطقه زمانی شرقی) ارسال شد.

تویتر با شعار «چه کار می کنید؟» (What are you doing?) پا به میدان وب ۲٫۰ گذاشت

اما در نوامبر سال ۲۰۰۹ میلادی این شعار به «چه چیزی در حال رخ دادن است؟»

(What's happening?) تغییر کرد.

در تویتر افزون بفرستادن نوشتار می توان فیلم، عکس و صدا نیز فرستاد.

تویتر در لغت به معنی **جیک جیک کردن** است.

شرکت تویتر در سان فرانسیسکو، ایالت کالیفرنیا است و نیز در بیش از ۲۵ کشور جهان دفتر

مرکزی دارد

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

9) Google+ (دیگر در دسترس نیست و غیر فعال)

گوگل + (Google+) (در برخی منابع فارسی به گونه گوگل پلاس (Google Plus) نیز نوشته می شود.) سرویس شبکه اجتماعی گوگل بود.

گوگل + به عنوان لایه ای که خدمات اجتماعی مختلف گوگل از جمله گوگل پروفایل و گوگل باز را در خود ادغام می کرد، امکانات جدید (امکاناتی که در زمان فعال بودنش جدید بودند) بسیاری از جمله حلقه ها، پاتوق ها، جرقه ها، و تجمّع ها را نیز ارائه می کرد.

دایره ها (Circles):

برای گروه های مختلف دوستان

جرقه ها (Sparks):

برای جستجوی تخصصی

پاتوق ها (Hangouts):

برای چت تصویری و تماشای ویدئویی

اجتماع (Huddle):

که در واقع امکان تله کنفرانس است

موبایل (Mobile):

برای استفاده از قابلیت های موبایل ها نظیر مسیج، دوربین و جی پی پی است

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

گوگل + بزرگترین تلاش گوگل برای رقابت با شبکه اجتماعی فیس بوک بود که بیش از ۸۰۰ میلیون کاربر داشت.

این سرویس در ۲۸ ژوئن ۲۰۱۱ به طور آزمایشی آغاز به کار کرد که در این مرحله آغازین کاربران صرفاً از طریق دعوت نامه از جانب دیگر اعضا قادر به عضو شدن در این شبکه بودند . به گفته سازندگان در حالی که فیس بوک با اتهاماتی نظیر نقض حریم کاربران روبه رو بود (و هست)، گوگل پلاس با استفاده از قابلیت های خود این امکان را به کاربران می داد تا بر روی اطلاعاتی که قصد اشتراک گذاشتن آن ها را با دیگران دارند اشراف کامل داشته باشند. این سرویس شبکه اجتماعی در ۲ آوریل ۲۰۱۹ به کار خود پایان داد. گوگل همچنان از آخرین نسخه پلتفرم تحت عنوان گوگل کیورنت (Google Current) برای مشتریان شرکتی خود استفاده می کند

10) بایدو تیبایا Baidu Tieba –

Baidu Tieba (معروف به Postbar در سطح بین المللی) توسط Baidu of China ، یک شرکت موتور جستجو ارائه می شود ، یک شبکه انجمن اجتماعی است که بر اساس جستجوی کلمات کلیدی در موتور جستجوی Baidu ساخته شده است. این انجمن گفتگو بر روی مفهوم منحصر به فرد شما امکان ایجاد یک گروه شبکه اجتماعی برای یک موضوع خاص ، استفاده از جستجو یا حتی پیوستن به یک گروه اجتماعی آنلاین موجود کار می کند.

تعداد کاربران فعال در ماه: تقریباً 300 میلیون کاربر فعال

بایدو تیبایا (Baidu Tieba) بزرگترین پلت فرم ارتباطی چینی است که توسط شرکت موتور

جستجوی چینی بایدو ارائه شده است

این شبکه یک انجمن آنلاین است که به شدت با خدمات جستجوی اینترنتی مرتبط است، یکی از اصلی ترین کسب و کارهای بایدو است.

11) اسکایپ Skype –

اسکایپ ، متعلق به مایکروسافت ، یکی از محبوب ترین پلتفرم های شبکه اجتماعی مبتنی بر ارتباطات است. به شما امکان می دهد از طریق تماس صوتی ، تماس ویدیویی (با استفاده از وب کم) و پیام کوتاه با مردم ارتباط برقرار کنید.

حتی می توانید تماس های همایش گروهی داشته باشید. و بهترین قسمت این است که تماس های اسکایپ به اسکایپ رایگان است و می تواند برای برقراری ارتباط با هر کسی که در هر نقطه از جهان قرار دارد از طریق اینترنت استفاده شود.

اسکایپ (Skype) نرم افزار کاربردی است که به کاربر اجازه می دهد به وسیله صدا روی پروتکل اینترنت تماس تلفنی برقرار کند. تماس تلفنی و ویدئویی بین کاربران اسکایپ کاملاً رایگان است و برای تماس با تلفن ثابت و تلفن موبایل نیاز به خرید اعتبار می باشد. همچنین این برنامه امکانات مختلف دیگری مانند پیام رسان فوری، انتقال فایل، ویدئو کنفرانس و پست صوتی در اختیار کاربران قرار می دهد.

اسکایپ یک شبکه ارتباطات تلفنی کاربر به کاربر (Peer to Peer) است که توسط نیکلاس زنشتروم سوئدی و جانوس فریس دانمارکی ایجاد شد.

این دو قبلاً در ساخت یک شبکه اشتراک پرونده به نام کازا (Kazaa) همکاری داشتند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

برنامه اسکایپ تا انتهای سال ۲۰۰۹ میلادی بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر داشته است.

شرکت پشتیبانی کننده این شبکه به نام **Skype Group**، در سال ۲۰۰۵، توسط

شرکت ای بی (ebay) خریداری شد و در سال ۲۰۱۱، مایکروسافت اسکایپ را به قیمت ۸,۵ میلیارد دلار خرید.

مقر اصلی این شرکت در لوکزامبورگ قرار دارد و شعبه هایی نیز در لندن، پاریس، تالین و پراگ دارد

12) وایبر Viber –

این پلتفرم اجتماعی چند زبانه که به بیش از 30 زبان در دسترس است ، به دلیل قابلیت ارسال پیام فوری و پیام صوتی شناخته شده است. همچنین می توانید با استفاده از وایبر عکس و فیلم و پیام صوتی به اشتراک بگذارید. این امکان را برای شما فراهم می کند تا از طریق قابلیت به نام **Viber Out** با کاربران غیر وایبر تماس بگیرید.

وایبر (Viber) یک نرم افزار مالکیتی چندسکویی پیام رسان فوری صدا روی پروتکل اینترنت برای تلفن های هوشمند است که توسط شرکت وایبر توسعه داده شده است.

علاوه بر پیام رسانی متنی، کاربران می توانند به تبادل تصاویر، ویدئو و پیام های رسانه ای پردازند.

وایبر توسط ۴ همکار اسرائیلی تأسیس شد: تلمن مارکو، ایگور مگزینیک، سانی مارولی و اوفر اسمچا.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

تلمن مارکو مدیرعامل شرکت است، که چهار سال در ارتش اسرائیل مشغول به کار بوده است و از دانشگاه تل آویو فارغ التحصیل شده است. در ۱۴ فوریه ۲۰۱۴ وایبر توسط شرکت چندملیتی ژاپنی راکوتن به قیمت ۹۰۰ میلیون دلار خریداری شد

13) سینا ویبو Sina Weibo -

این یک پلت فرم اجتماعی میکرو بلاگینگ بسیار محبوب در چین است که به دلیل ترکیبی از ویژگی های Facebook و Twitter شناخته شده است.

سینا ویبو (Sina Weibo) یک وب گاه میکرو بلاگینگ چینی است و دارای مشابهت هایی با توییتر و فیس بوک است. این وب گاه در کشور چین دارای محبوبیت زیادی است و بیشتر از ۳۰٪ کاربران اینترنت این کشور در آن فعال هستند

14) لاین LINE -

LINE یک شبکه اجتماعی پیام رسان جهانی است که به شما امکان می دهد عکس ها ، فیلم ها ، پیام های متنی و حتی پیام های صوتی یا پرونده ها را به اشتراک بگذارید. علاوه بر این ، به شما امکان می دهد در هر زمان از روز تماس صوتی و تصویری برقرار کنید.

لاین، (Line) یک نرم افزار کاربردی پیام رسان فوری ویژه تلفن های هوشمند و رایانه های شخصی است. لاین به کاربران خود این امکان را می دهد تا با یکدیگر به تبادل پیام های متنی، عکس، ویدئو و موسیقی (در نسخه PC) پردازند.

لاین همچنین امکان برقراری تماس صوتی و تصویری را از طریق بسترهای اینترنتی (Voip) برای کاربران خود فراهم می سازد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

لاین در سال ۲۰۱۲ در ژاپن راه اندازی شد و در ظرف دو سال به بزرگ ترین شبکه اجتماعی ژاپنی بدل شد. به طوری که در نوامبر ۲۰۱۳ شمار کاربران آن در سطح جهانی به مرز ۳۰۰ میلیون نفر رسید که از این شمار ۵۰ میلیون آن را ژاپنی ها تشکیل می دادند.

لاین نخست برای گوشی های هوشمند اندروید و آی او اس ارائه شد؛ اما سپس در اوت ۲۰۱۲ نسخه مربوط به گوشی های بلک بیری نیز عرضه شد. نسخه ویندوز فون و آشا نیز یک سال بعد و در سال ۲۰۱۳ برای کاربران ارائه شد

15) اسنپ چت Snapchat -

این یک پلت فرم اجتماعی پیام رسانی تصویری است که شما را قادر می سازد با استفاده از تصاویر با دوستان خود گپ بزنید. به شما امکان می دهد در اخبار کاوش کنید و حتی داستان های زنده ای را که در سراسر جهان اتفاق می افتد بررسی کنید.

اسنپ چت (: Snapchat) یک اپلیکیشن ارسال و دریافت تصاویر مخصوص سکوی تلفن همراه از شرکت اسنپ اینک. است که توسط ایوان اشپیگل و بابی مورفی از دانشجویان دانشگاه استنفورد بنیانگذاری و توسعه داده شده است. با استفاده از این برنامه، کاربران می توانند عکس گرفته یا ویدئو ضبط کنند و سپس به آن ها متون یا نقاشی اضافه و آن ها را به لیستی از دریافت کنندگان مشخص شده ارسال کنند. این تصاویر و ویدئوها اصطلاحاً اسنپ نامیده می شوند.

کاربران می توانند یک محدوده زمانی را مشخص نمایند که فقط در طی آن، دریافت کنندگان می توانند تصاویر را مشاهده کنند.

پس از به پایان رسیدن این محدوده زمانی، این تصاویر از دید دریافت کنندگان مخفی شده و از سرورهای اسنپ چت نیز حذف می شوند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

از ماه نوامبر ۲۰۱۳ این محدوده زمانی می تواند بین ۱ تا ۱۰ ثانیه انتخاب شود. در اواخر سال ۲۰۱۵ میلادی اسنپ چت بالاترین طبقه یکی از برج های بلوار Abbot Kinney در ونیز، لس آنجلس را با قراردادی ۵ ساله با مبلغ ۲۵ هزار دلار در ماه به تصاحب خود در آورد. این نرم افزار هم اکنون در ایران فیلتر می باشد.

16) پینترست Pinterest –

این یک سایت یا برنامه رسانه های اجتماعی به اشتراک گذاری عکس و نشانه گذاری بصری است که به شما امکان می دهد ایده های جدیدی برای پروژه های خود پیدا کنید و آنها را ذخیره کنید. بنابراین ، شما می توانید کارهای روزانه یا پروژه های بهسازی منزل را انجام دهید ، برنامه سفر خود را برنامه ریزی کنید و موارد دیگر با استفاده از Pinterest.

پینترست (Pinterest) نام وبسایت شبکه اجتماعی شناخته شده برای اشتراک گذاری تصاویر است که به کاربران اجازه می دهد بر اساس علاقه خود به اصطلاح "پین" کنند و سایر اعضا این تصاویر را لایک زده یا در صورت لزوم "ریپین" کنند.

اعضا می توانند کل تصاویر پین شده به یک برد خاص متعلق به یک نفر را دنبال کنند. کاربران پینترست از طریق تمام شبکه های اجتماعی اعم از توییتر، تلگرام و واتساپ نیز می توانند عکس های خود را به اشتراک گذاشته و با یکدیگر همکاری داشته باشند. پین ترست با سرمایه گذاری ۲۷ میلیون دلاری تأسیس شده است و در فهرست ۵۰ سایت برتر سال ۲۰۱۱ از دید نشریه تایم قرار گرفته است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

این سایت به تازگی با ایجاد تغییراتی در استراتژی های خود، گام بزرگی را در جهت ورود به تجارت الکترونیکی به روش های B2C و C2C برداشته و در نرم افزارهای کاربردی آیفون و iPad خود دکمه ای با عنوان Buy اضافه کرده است . با اضافه شدن این دکمه، خرده فروشان این امکان را خواهند داشت که محصولات خود را ارائه کرده و کاربران نیز از طریق این دکمه ثبت سفارش نموده و مراحل خرید را از طریق ایمیل دنبال کنند

17) لینکدین LinkedIn –

LinkedIn به راحتی یکی از محبوب ترین لیست های سایت ها یا برنامه های شبکه های اجتماعی حرفه ای است و به بیش از 20 زبان در دسترس است. در سرتاسر جهان توسط همه افراد حرفه ای مورد استفاده قرار می گیرد و به عنوان یک بستر ایده آل برای ارتباط با مشاغل مختلف ، مکان یابی و استخدام نامزدهای ایده آل و موارد دیگر استفاده می شود. این شبکه دارای بیش از 400 میلیون عضو است. لینکدین (LinkedIn) یک سرویس شبکه اجتماعی تجاری و اشتغال محور آمریکایی است که از طریق وب سایت ها و برنامه های تلفن همراه فعالیت می کند. این پلتفرم که در ۵ می ۲۰۰۳ راه اندازی شد، عمدتاً برای شبکه های حرفه ای مورد استفاده قرار می گیرد و به جویندگان کار اجازه می دهد رزومه خود را به کارفرمایان برای درخواست شغل ارسال کنند. از سال ۲۰۱۵، بیشتر درآمد این شرکت از طریق فروش دسترسی به اطلاعات اعضای آن به استخدام کنندگان و متخصصان فروش بود.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

از دسامبر ۲۰۱۶، این شرکت تابعه شرکت مایکروسافت شد.

از دسامبر سال ۲۰۲۰، لینکدین دارای ۷۶۰ میلیون عضو ثبت شده از ۱۵۰ کشور بود.

این شبکه به اعضا (هم کارگران و هم کارفرمایان) اجازه می دهد تا پروفایل هایی ایجاد کرده و در

شبکه اجتماعی آنلاین که ممکن است نمایانگر روابط حرفه ای دنیای واقعی باشد، به یکدیگر

متصل شوند. اعضا می توانند هر کسی را (خواه عضو موجود باشد یا نه) دعوت کنند تا به یک

«اتصال» تبدیل شود.

18) تلگرام Telegram -

این شبکه پیام رسانی فوری مشابه WhatsApp است و در بیش از هشت زبان در سراسر

سیستم عامل موجود است.

با این حال ، تلگرام با استفاده از سیستم عامل خود همیشه بیشتر روی حریم خصوصی و امنیت

پیام هایی که از طریق اینترنت ارسال می کنید تمرکز کرده است.

بنابراین ، شما را قادر می سازد پیام هایی را رمزگذاری شده و خود تخریبی ارسال کنید. این

ویژگی رمزگذاری فقط برای WhatsApp در دسترس قرار گرفته است ، در حالی که تلگرام

همیشه آن را ارائه داده است.

تلگرام توسط دو برادر با نام های پاول دورف و نیکلای دورف به بازار آمد. پاول دورف برادر کوچک

نیکلای دورف است. پشتیبان مالی این پروژه، سازمان غیرانتفاعی کارآفرینی در آلمان است. تا

ژانویه ۲۰۲۱، تلگرام به بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر فعال ماهانه رسیده است.

19) ردیت Reddit -

ردیت (Reddit) یک وبسایت جمع آوری اخبار اجتماعی آمریکایی، رتبه بندی محتوای وب، وب سایت بحث و دارای تالار گفتگو است.

اعضای عضو شده (ثبت نام کرده) مطالب مورد نظر خود را مانند پیوندها، پست های متنی و

تصاویر به سایت ارسال می کنند و سپس، توسط اعضای دیگر رأی داده می شود

. پست ها در تابلوهای ایجاد شده توسط کاربر به نام ساب ردیت (subreddit) سازماندهی

می شوند، که موضوع های مختلفی از جمله اخبار، علم، فیلم، بازی های ویدئویی، موسیقی، کتاب،

تناسب اندام، غذا و اشتراک تصویر را در بر می گیرد.

موارد ارسالی با رای بیشتر به بالای صدر زیرنویس آنها ظاهر می شود و در صورت دریافت آراء

کافی، در نهایت در صفحه اول سایت قرار می گیرند.

علیرغم قوانین سخت گیرانه منع آزار و اذیت، مدیران ردیت منابع قابل توجهی را برای متعادل

ساختن فضای سایت و جلوگیری از خرابکاری هزینه می کنند

از ژوئیه سال ۲۰۱۹، بر اساس آمار الکسا اینترنت ردیت به عنوان وب سایت رتبه ۵ام بازدید شده

در ایالات متحده و رتبه ۱۳ام در جهان و همچنین ۵۵٪ از کاربران خود را از ایالات متحده آمریکا

و پس از آن بریتانیا با ۷,۴٪ و کانادا با ۵,۸٪ دارا است

ردیت در سال ۲۰۰۵ توسط هم اتاقی های دانشگاه ویرجینیا استیو هافمن و الکسیس اوهانیان

تأسیس شد. در سال ۲۰۱۱، ردیت به یک شرکت مستقل از شرکت مادر و مادر کوندی نست با نام

ادونس پابلیکیشن تبدیل شد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در اکتبر سال ۲۰۱۴، ردیت ۵۰ میلیون دلار در دور بودجه به رهبری سم آلتمن و از جمله سرمایه گذاران آن می توان به مارک اندریسن، پیترو تیل، ران کانوی، اسنوپ داگ و جرد لتو اشاره کرد.

پس از این سرمایه گذاری ۵۰۰ میلیون دلار به ارزش این شرکت افزوده شد.

در فوریه سال ۲۰۱۹، سرمایه گذاری مبلغ ۳۰۰ میلیون دلار آمریکا توسط تنسنت ارزش این شرکت را به ۳ میلیارد دلار افزایش داد.

20) تارینگا Taringa –

Taringa یکی از بزرگترین پلتفرم های شبکه های اجتماعی در آمریکای لاتین است. و به کاربران اجازه می دهد تجربیات ، مطالب و موارد دیگر خود را به اشتراک بگذارند.

تعداد کاربران فعال: تقریباً 75 میلیون کاربر فعال

21) Foursquare

این یک پلت فرم محلی اجتماعی مبتنی بر جستجو و کشف است.

که به شما امکان می دهد مکان های ایده آل (بر اساس موقعیت مکانی خود) را برای رفتن به آنجا با دوستان و عزیزانتان پیدا کنید.

همچنین برای بهترین مواد غذایی ، مکانهای تفریحی شبانه و موارد دیگر در منطقه شما نتایج جستجوی مناسبی را ارائه می دهد. ویژگی شبکه های اجتماعی اکنون در یک برنامه جداگانه به نام Swarm در دسترس است.

تعداد کاربران فعال: تقریباً 40 میلیون

Renren(22)

. این بزرگترین سایت شبکه اجتماعی در چین است و به معنای واقعی کلمه یک پلت فرم برای همه است. به دلیل شباهت زیاد آن به فیس بوک ، در بین جوانان بسیار محبوب بوده است . زیرا به کاربران امکان می دهد به راحتی با دیگران ارتباط برقرار کنند . به سرعت افکار و پست ها را به اشتراک بگذارند و حتی حالات خود را به روز کنند.

تعداد کاربران فعال در ماه: تقریباً بیش از 30 میلیون کاربر فعال

Tagged(23)

Tagged یک شبکه اجتماعی است که تقریباً تا زمانی که فیس بوک از سال 2004 بوده است.

همانطور که در فیس بوک پروفایل های مشابه در روز دیده می شود، شما می توانید پروفایل کاربری با عکس ها و اطلاعات شخصی خود را در مورد Tagged تنظیم کنید.

شما همچنین می توانید دوستان خود را اضافه کنید، هدایای مجازی (برچسب های نامرئی) ارسال کنید، گروه های خود را بییونید و انواع مختلفی از چیزهایی که به شما کمک می کند افراد بیشتری را پیدا کنید و اجتماعی بیشتری کسب کنید

(24). بادو Badoo –

این سایت شبکه اجتماعی مبتنی بر دوست یابی در بیش از 200 کشور جهان فعالیت می کند.

این شبکه اجتماعی جزئیات در مورد افراد نزدیک در منطقه شما و حتی در مورد افرادی که ممکن است در زندگی واقعی با آنها برخورد کرده اید به اشتراک می گذارد.

Myspace(25)

Myspace یک سایت شبکه اجتماعی متمرکز بر موسیقی است و یک شبکه تعاملی و ارسال شده توسط کاربران از دوستان را فراهم می کند. همچنین وبلاگ ها ، گروه ها ، پروفایل های شخصی ، تصاویر ، فیلم ها و غیره را فراهم می کند.

Mix)26

میکس همه چیز در مورد کشف محتوای جدیدی است که شما آنرا را دوست خواهید داشت. میکس که به طور رسمی در سال 2018 راه اندازی شد ، زندگی قبلی خود را به عنوان یک پلت **StumbleUpon**: فرم شناخته شده دیگر داشت این شبکه در لیست شبکه های اجتماعی یک سایت تجمیع اخبار است که به شما امکان می دهد محتوای مورد علاقه خود را جمع آوری کنید. به لطف برنامه های افزودنی مرورگر و برنامه های تلفن هوشمند ، به راحتی می توانید موارد دلخواه را ذخیره کنید ، سایت ها را به اشتراک بگذارید و سایر موارد دیگر. منحصر به فردترین جنبه Mix قسمت کشف است. این پلت فرم از یادگیری ماشینی برای درک ترجیحات شما و از توصیه بهترین مطالب پنهان در سراسر اینترنت استفاده می کند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

The Dots(27)

the-dots.com یک پلتفرم شبکه است که به همه افراد درگیر در فرایند خلاقیت کمک می کند تا به ایجاد یک بخش خلاقانه قوی تر ، سودآورتر و متنوع کمک کند.

بنیانگذار Pip Jamieson که اشتیاق وصف ناپذیری برای باز کردن و شایسته سالاری صنایع خلاق داشت ، این سیستم عامل را در سال 2014 در انگلستان راه اندازی کرد.

(28) کیویباکس Kiwibox –

این یک سایت شبکه اجتماعی مبتنی بر انجمن است ، به ویژه برای کسانی که در نیویورک زندگی می کنند. یک مجله آنلاین برای هدف قرار دادن نوجوانان از طریق راهنمایی های مد ، مشاوره و گفتگو است. همچنین به بزرگسالان جوان اجازه می دهد تا همه در مورد مهارت ها و علایق خود بدانند..

CafeMom(29)

CafeMom وب سایت شبکه اجتماعی با تبلیغات جامعه ای برای مادران و کسانی که می خواهند مادر شوند ، و آنها را قادر می سازد در مورد موضوعات مختلف مانند بارداری ، مد ، سلامتی و غذا از آنها پشتیبانی و مشاوره بگیرند. همچنین به آنها کمک می کند از تجربیات مادران دیگر یاد بگیرند.

Wayn(30)

Wayn یک بستر شبکه اجتماعی مبتنی بر سفر و سبک زندگی است و به کاربران خود این توانایی را می دهد که کشف کنند کجا باید بروند ، چه کاری انجام دهند و چگونه با همفکران خود ملاقات کنند تا تجربیات خود را به اشتراک بگذارند.

31) یوتیوب YouTube –

YouTube بزرگترین سایت شبکه اجتماعی به اشتراک گذاری ویدیو در جهان است که کاربران را قادر می سازد ویدیوها را بارگذاری و به اشتراک بگذارند . مشاهده کنند . در مورد آنها نظر دهند و آنها را دوست داشته باشند.

این شبکه اجتماعی در سراسر جهان قابل دسترسی است. و حتی کاربران را قادر می سازد یک کانال **YouTube** ایجاد کنند . که در آن بتوانند تمام فیلم های ضبط شده شخصی خود را برای نمایش به دوستان و دنبال کنندگان خود بارگذاری کنند.

یوتیوب (: **YouTube**) یک پلتفرم سرویس اشتراک ویدئو است. یوتیوب دومین وبگاه پرطرفدار جهان پس از گوگل و پیش از فیس بوک و بزرگترین شاخه گوگل است که در نوار ابزار این وبگاه دیده می شود.

یوتیوب معروف ترین وبگاه بارگذاری و تماشای ویدئو است که توسط سه کارمند پیشین پی پل در فوریه ۲۰۰۵ ایجاد شد. چاد هرلی، استیو چن، و جاوید کریم پس از موفقیت های وبگاه فلیکر، تصمیم به ایجاد یوتیوب گرفتند.

محل این شرکت در سان برونو، کالیفرنیا است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

این سایت به کاربران اجازه بارگذاری، مشاهده و اشتراک گذاری ویدئو را می دهد و با استفاده از تکنولوژی ادوبی فلش ویدئو و اچ تی ام ال ۵، انواع ویدئوها مانند کلیپ های فیلم، تلویزیون و موسیقی و همچنین ویدئوهای وبلاگ ها، اورجینال کوتاه و آموزشی را نمایش می دهد.

ویدئوی «بچه کوسه» پربازدیدترین ویدئو در یوتیوب است که تا نوامبر ۲۰۲۰، بیش از ۷,۰۴ میلیارد بار بازدید شد.

ویاکوم از شرکت های علیه یوتیوب بود، که با رأی دادگاه به منظور انتشار ویدئوهای خصوصی اش در این وبگاه، ۱ میلیارد دلار از یوتیوب خسارت گرفت.

این وبگاه مجهز به سیستم تشخیص حق تکثیر است و ویدئوهای نقض حق تکثیر را بر روی وبگاه منتشر نمی کند. با این حال این سامانه گاهی اوقات دچار اشتباه می شود.

بیشتر ویدئوهای این شرکت توسط افراد عادی و بعضی از ویدئوها توسط شرکت ها و رسانه هایی مانند سی بی اس، بی بی سی، هولو، ویوو و برخی سازمان های دیگر و برخی توسط خود یوتیوب بارگذاری شوند.

افراد ثبت نام کرده می توانند ویدئوها را در کانال خود بارگذاری کنند. کاربران ثبت نام شده تنها در صورتی که بیش از ۱۸ سال سن داشته باشند، اجازه بارگذاری ویدئوهایی با محتوای دارای محدودیت را دارند.

یوتیوب به صورت یک شرکت ال ال سی پایه گذاری شد و در نوامبر ۲۰۰۶، توسط شرکت گوگل با قیمت ۱,۶۵ میلیارد دلار آمریکا خریداری شد و هم اکنون از شاخه های گوگل است

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

یوتیوب از سال ۲۰۰۵، به شکل دوره‌ای در ایران فیلتر می‌شد؛ ولی پس از پخش ویدئوهای مربوط به اعتراضات مردم ایران به نتایج انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ در ایران، به‌طور دائمی فیلتر شد.

در سال ۲۰۱۰ پس از کناره‌گیری چاد هرلی از سمت مدیریت کل یوتیوب، سالار کمانگر، یکی از ایرانیان آمریکا به‌عنوان مدیر کل یوتیوب منصوب شد

Upstream(32)

Upstream یک شبکه اجتماعی جدید و همراه اول برای افراد حرفه ای است. برخی ممکن است بگویند این گزینه جدیدی برای LinkedIn است. شبکه اجتماعی توسط همان تیمی ساخته شده است که SocialRank را ایجاد کرده است.

هدف Upstream ایجاد یک شبکه حرفه ای در زمینه گرفتن و دادن کمک است. تقریباً مانند انجمن مفیدی از دوستان حرفه ای است که می‌توانید ایجاد کنید و از آنها استفاده کنید.

Classmates(33)

Classmates به کاربران این امکان را می‌دهد تا با دوستان و آشنایان خود از مدرسه و دانشگاه ارتباط برقرار کنند، و با آنها ارتباط برقرار کنند. همچنین برای کاربران امکان بارگذاری سالنامه از سالهای تحصیل وجود دارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

MyHeritage(34)

این یک پلتفرم اجتماعی شجره نامه آنلاین است. که از بیش از 42 زبان پشتیبانی می کند. و به کاربران خود این قدرت را می دهد تا شجره خانوادگی ایجاد کنند. عکس های خانوادگی را بارگذاری و مرور کنند و تاریخچه خانوادگی خود را مدیریت کنند. همچنین می تواند توسط مردم برای یافتن نیاکان خود و کسب اطلاعات بیشتر در مورد آنها استفاده شود.

(35) لایو ژورنال LiveJournal –

این سایت شبکه اجتماعی مستقر در سانفرانسیسکو با نام Zhivoy Zhurnal یا Zhe Zhe در روسیه موجود است. این امکان را برای کاربران فراهم می کند تا دفترچه خاطرات ، وبلاگ یا مجله ، همراه با کنترل حریم خصوصی را حفظ کنند.

(36) بخند یا بمیر Funny or Die –

این وب سایت اجتماعی ویدئویی کمدی با هدف گردآوری خنده دارترین فیلم ها از وب است. افراد مشهور این پلتفرم اجتماعی را بسیار دنبال می کنند. و کاربران را قادر می سازد ویدیوها را به اشتراک بگذارند ، بارگذاری و امتیاز دهند.

(37) گایا آنلاین Gaia Online –

Gaia Online یک وب سایت مبتنی بر شبکه ها و انجمن ها با موضوع انیمیشن است. به کاربران امکان دسترسی به آواتارها ، دنیای مجازی ، بازی ها و ... را می دهد.

We Heart It (38)

این سایت رسانه های اجتماعی به اشتراک گذاری عکس ، که به بیش از 20 زبان در دسترس است ، برای الهام یا انگیزه روزانه کاربران مناسب است. کاربران را قادر می سازد تصاویر بسیار الهام بخشی را با دوستان خود مشاهده و به اشتراک بگذارند.

39) فلیکر Flickr –

این یکی دیگر از وب سایت های بسیار مشهور اشتراک عکس است. این شبکه اجتماعی به عنوان بستری برای بارگذاری تصاویر بی شماری با کیفیت بالا ، به ویژه توسط عکاسان یا افرادی که عاشق عکاسی هستند ، عمل می کند. همچنین یک سرویس مدیریت و اشتراک عکس آنلاین کارآمد است.

فلیکر (Flickr) یکی از بزرگ ترین سایت های اشتراک گذاری تصویر و ویدئو، خدمات وب و جوامع آنلاین است که توسط شرکت ludicorp در سال ۲۰۰۴ ایجاد شد و در سال ۲۰۰۵ توسط یاهو خریداری شد.

از فلیکر به عنوان برترین وبگاه مدیریت و اشتراک عکس در جهان یاد می شود.

این وبگاه با دسته بندی ها، برچسب، امکان گزینش لایسنس بین المللی (گونه کپی رایت) برای عکس ها و بسیاری امکانات حرفه ای دیگر، میزبان عکاسان حرفه ای از سراسر جهان است.

امکانات جستجو و بارگیری تصاویر آن نیز توسط رسانه ها تحسین شده است.

ياهو در ژوئن ۲۰۱۱ گزارش داد که فلیکر تا به حال در مجموع ۵۱ میلیون عضو ثابت و ۸۰ میلیون بازدیدکننده منحصر به فرد دارد

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

. تا ماه اوت ۲۰۱۱ با توجه به گزارش منابع، فلیکر ۶ میلیارد تصویر را در خود جای داده بود

. برای دسترسی به عکس ها و فیلم های فلیکر، نیازی به باز کردن حساب کاربری نیست، اما برای

اشتراک گذاری باید در فلیکر حساب کاربری باز کرد.

کاربرانی که در فلیکر حساب کاربری باز کرده اند، می توانند همه عکس ها و فیلم های آپلود کرده

خود را در یک صفحه تماشا کنند.

در جریان انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران، وبگاه فلیکر پس از انتشار عکس های

درگیری های پس از انتخابات، در ایران فیلتر شد و هم اکنون نیز فیلتر است.

Meetup(40)

این پورتال شبکه های اجتماعی به شما امکان می دهد گروه هایی از افراد همفکر ، که علاقه

مشابه شما را دارند . در نزدیکی محل زندگی خود (هر جای دنیا) پیدا کنید. همچنین جلسات

آفلاین گروهی را تسهیل می کند. و می توانید بخشی از این گروه ها و بحث های آنها شوید.

(41) تیک تاک TikTok –

TikTok این روزها به طرز دیوانه واری در بین بچه ها محبوب است. اگر زیر 16 سال دارید ، اینجا

مکان مناسبی است.

TikTok یک شبکه ویدیویی اجتماعی است. که به کاربرانش امکان می دهد فیلم های کوتاه را به

اشتراک بگذارند. تعداد زیادی برچسب ، فیلتر و ویژگی های واقعیت افزوده برای افزودن به فیلم

های شما وجود دارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

تیک تاک (TikTok) یک شبکه اجتماعی چینی است که از طریق سیستم عامل های آی آواس و اندروید قابل دسترس است.

تیک تاک در آغاز با عنوان دوئین در سپتامبر ۲۰۱۶ در چین عرضه شد و عرضه آن برای خارج از چین، با عنوان تیک تاک و در سال ۲۰۱۷ صورت گرفت. تیک تاک به کاربران اجازه می دهد که موزیک ویدئوهای بسیار کوتاه ۳ تا ۶۰ ثانیه ای بسازند.

این اپلیکیشن با خرید و تغییر برند اپلیکیشن آمریکایی موزیکالی در کشورهای غربی آغاز به کار کرد. در سال ۲۰۲۰ نگرانی از تهدید امنیت ملی آمریکا و قرار گرفتن اطلاعات مردم آمریکا در دست دولت کمونیست چین باعث شد که دولت فدرال ایالات متحده آمریکا تهدید به بستن آن در محدوده خاک خود کند.

با این حال گفتگوهایی از سوی شرکت آمریکایی مایکروسافت با طرف چینی آغاز شد تا بخشی از آن توسط طرف آمریکایی خریداری و بدین نحو از امنیت داده های کاربران اطمینان حاصل شود. ضرب الاجل گفتگوها ۱۵ سپتامبر ۲۰۲۰ قرار داده شد.

بخش آمریکای تیک تاک به یک شرکت آمریکایی با نام TikTok Global تبدیل می شود که مقر آن در آمریکا قرار خواهد داشت.

42) کلاب هاوس

کلاب هاوس در آوریل سال ۲۰۲۰ راه اندازی شد درست در زمانی که شیوع کرونا روز به روز افزایش می یافت و افراد بیشتری دورکار یا در قرنطینه قرار می گرفتند.

این شبکه یک ماه بعد در ماه مه توانست ۱۰ میلیون دلار سرمایه اولیه و خرید ۲ میلیون دلاری سهام موجود از شرکت خطرپذیر اندریسن هورویتس محبوبیت قابل توجهی پیدا کند و براساس اطلاعاتی که در بخش ویکی پدیای این شبکه اجتماعی دیده می شود

، از دسامبر سال ۲۰۲۰، این برنامه ۶۰۰ هزار کاربر ثبت شده داشت که فقط با دعوتنامه برای کاربران سیستم عامل iOS در دسترس بود.

البته همچنان هم اپلیکیشن این شبکه اجتماعی در اختیار کاربران سیستم عامل iOS قرار دارد و به گفته صاحبان این شبکه اجتماعی بزودی نسخه اندروید آن هم روانه بازار می شود.

هرچند که همین حالا هم برخی کاربران اندروید با استفاده از نسخه غیر اصل امکان استفاده از کلاب هاوس را دارند.

حضور افراد شاخص دنیای سیاست، تکنولوژی و سرگرمی توانست در عرض ۹ ماه کلاب هاوس را به یک یونیکورن یا همان تک شاخ تبدیل کند.

در اوایل سال ۲۰۲۱، این اپ بیش از ۵ میلیون دانلود از اپل استور داشته و ارزش آن نزدیک به یک میلیارد دلار رسیده است.

در حال حاضر تنها از طریق دعوتنامه افراد می توانند عضو کلاب هاوس شوند، اتفاقی که پیش از این نیز در مورد شبکه اجتماعی ای مانند فیس بوک یا حتی جی میل شاهد آن بودیم.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در این پلتفرم افراد می توانند به طور زنده با یکدیگر صحبت کنند و نظرات خود را به اشتراک بگذارند.

در این اپلیکیشن برخلاف سایر شبکه های اجتماعی تنها می توانید از صوت برای برقراری ارتباط استفاده کنید. نکته ای که به باور برخی کارشناسان جنبه «اجتماعی» شبکه های اجتماعی را پررنگ کرده است.

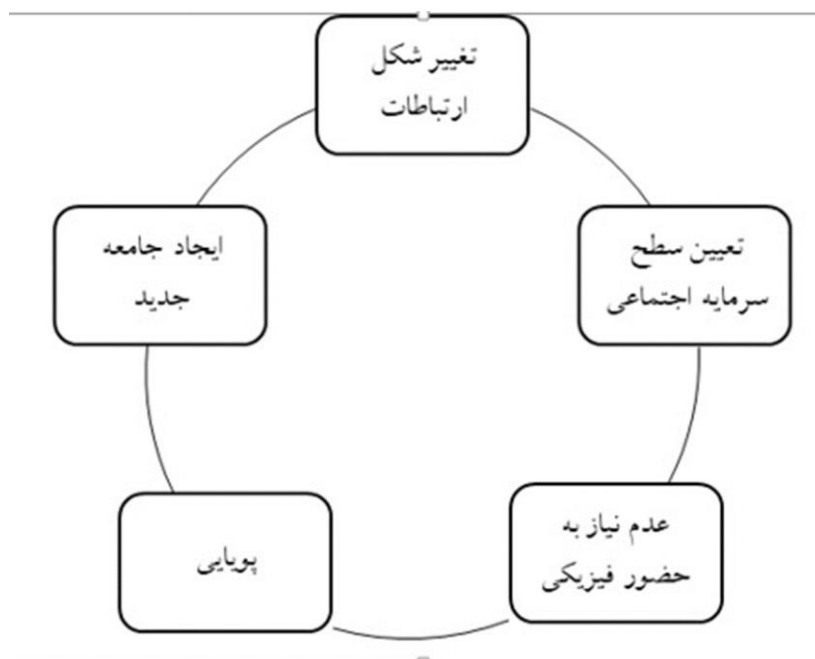
در واقع چیزی که کلاب هاوس را از دیگر شبکه های اجتماعی متفاوت می کند، این است که بدون متن، عکس و ویدئو توانسته تنها از طریق صوت، میلیون ها کاربر را شیفته خود کند.

در این شبکه اتاق ها یا Room های مختلفی با موضوعات گوناگونی وجود دارد که همه اتفاق ها در آن زنده و همزمان از طریق گفت و گو بین افراد رخ می دهد. شما می توانید خودتان یک اتاق مجازی ایجاد کنید یا به اتاق مجازی ای که دیگران ساخته اند بپیوندید.

البته همه افراد در یک اتاق با هم نمی توانند شروع به صحبت کنند و هر اتاق یک یا چند مدیر برای مدیریت بحث ها دارد.

هنگام عضویت در این شبکه اجتماعی می توانید موضوعات مورد علاقه خود را انتخاب کنید تا این اپلیکیشن وقتی گروه هایی در مورد این موضوع صحبت می کنند به شما خبر دهد.

کارکرد شبکه های اجتماعی



1) تغییر شکل ارتباطات

یکی از ویژگی های شبکه های اجتماعی، تغییر شکل ارتباطات گفتمانی است.

در پایان دهه اول قرن بیستم شبکه های اجتماعی نظیر فیس بوک و توییتر راه های برقراری ارتباط بین انسان ها را تغییر داده اند.

به گفته متخصصان ارتباطات، شبکه های اجتماعی بیش از پیش رابطه های چهره به چهره را کاهش می دهند و در مقابل به گسترش روابط مجازی و دیجیتالی کمک می کنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

2) تعیین سطح سرمایه اجتماعی

شبکه های اجتماعی اینترنتی می تواند به عنوان منبعی برای تعیین سطح سرمایه اجتماعی مورد سنجش قرار گیرد.

اعتماد به عنوان سنگ بنای سرمایه اجتماعی و عامل تعیین کننده سطح سرمایه اجتماعی است.

چرا که امروزه اعتماد به شبکه های اجتماعی اینترنتی می تواند عاملی مهم برای میزان و نحوه استفاده از این شبکه ها باشد

3) عدم نیاز به حضور فیزیکی و برآوردن نیازها

نتایج مطالعات محققان مختلف نشان داده است که افراد با حضور در شبکه های اجتماعی و

استفاده از گونه های مختلف رسانه های اجتماعی از مزایای حضور در این فضای مجازی نظیر

حمایت اطرافیان، اطلاعات، عواطف و احساسات بر خوردار شده و اغلب جوانب زندگی واقعی خود

را که نیازمند حضور فیزیکی افراد در کنار یکدیگر نیست، در این اجتماعات مجازی دارا باشند.

4) پویایی

شبکه های اجتماعی مجازی محیط مساعدی را برای مشارکت افراد در جامعه مجازی، برقراری

روابط نمادین، کشف مجدد خود و باز تعریف هویت های دینی، اجتماعی، سیاسی و ... را فارغ از

محدودیت ها و عوامل سرکوب کننده از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می کنند.

شبکه های اجتماعی مجازی نیاز افراد را به دوست یابی و تبادل اطلاعات تأمین می کنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

فیسبوک یکی از این شبکه ها بود که نزد کاربران ایرانی اهمیت و جایگاه بالایی پیدا کرد و پر بازدید بودن آن را شاید بتوان به این دلیل دانست که می تواند شرایطی را برای بازسازی و خلق مجدد هویت ها در فضای مجازی ایجاد کند

5) ایجاد جامعه جدید

شبکه های اجتماعی مجازی فضایی است که اجازه می دهد افراد در جامعه جدید زندگی کنند و در عین حال از مزایای جامعه بودن را هم استفاده نمایند.

جایی که روابط چهره به چهره، همدلانه و عاطفی در کنار روابط اقناعی قرار می گیرد.

به این معنی شبکه های اجتماعی، جماعت هایی در وضعیت مدرن و واسطه ای میان جامعه و دولت های مدرن هستند که وارد مسایل مربوط به امور عمومی می شوند

فضای مجازی، تاثیرات آن و مساله هویت افراد

شبکه های اجتماعی مجازی زمینه ساز نگرشی نوین در تعامل و ارتباطات انسانی شده اند.

این شبکه ها، با از بین بردن فاصله های زمانی و مکانی، ارتباط افراد با یکدیگر را در تمام نقاط دنیا برقرار می سازند.

ارتباطات در فضای مجازی با افراد مجازی و با هویت های مجازی و ساختگی علاوه بر ایجاد

بحران هویت در فرد باعث غفلت فرد در ارتباط چهره به چهره با افراد واقعی می شود.

مقدمه

با بوجود آمدن اینترنت و افزایش تولید تلفن همراه هوشمند سبب شد گروه های کثیری از افراد جامعه با سنین مختلف به دنیای مجازی راه پیدا کنند.

اگر در عصر اول رسانه ها شیوه تولید به گونه ای بود که هویت ها را به صورت عاقل سودمند و خودبسند در می آورد، عصر دوم رسانه ها با شیوه جدید اطلاع رسانی حاکی از آن روش های ارتباطی است که ذهنیات را نا پایدار ، چندلایه و پراکنده می سازند.

مارک پاستر بر این باور است که داده مبناها در اینترنت و رسانه های الکترونیکی جدید، هویت افراد کاربر را می سازند. از نظر پاستر این هویت سازی حتی بدون آگاهی افراد از این امر شکل می گیرد

رشد شتابان فناوریهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی علاوه بر فراهم آوردن امکانات ارتباطی و دسترسی بشر به اطلاعات در حجمی که قابل مقایسه با هیچ عصری از زندگی بشر نیست، الگوهای ارتباطات فردی، گروهی و جوامع را نیز دچار دگرگونی، تحول و تکامل نموده اند. شکل گیری فضای مجازی در کنار جهان فیزیکی و حضور انبوهی از انسانها در هر دو فضا، انقلابی در فرآیند ارتباطات و فرهنگ بوجود آورده است .

شناخت و توصیف این فرآیند و فرهنگ نوین ارتباطی و اثرات آن بر ساختارهای مختلف نیازمند مطالعات وسیع و گسترده می باشد. لزوم بررسی اثرات فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی بر روابط انسانی برای درک شرایط کنونی بر کسی پوشیده نیست .

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

مطالعه شبکه های اجتماعی مجازی از جمله فیسبوک و مای اسپیس، یکی از زمینه های بررسی های از این دست میباشد. فضای تعاملی این شبکه ها، سهولت برقراری ارتباط فارغ از محدودیت های زمانی و مکانی، گسترش ارتباطات انسانی به لحاظ کمی و کیفی، تغییر الگوهای ارتباطی به گونه ای که هر کاربر همزمان تولیدکننده و انتشاردهنده اطلاعات و محتوا می باشد و بسیاری ویژگی های دیگر فناوریهای نوین در عرصه رسانه های اجتماعی و دیجیتال، فرآیند ارتباطات و تعاملات را دچار تحول نموده است .

همانطور که گوردون گراهام و بسیاری دیگر اشاره کرده اند بر روی اینترنت بسیار آسان است که افراد را با اختراع کردن شخصیت هایی کاملاً تخیلی فریب داد، امری که در دنیای غیرمجازی امکان آن بسیار مشکلتر است

بنابراین به این دلیل و دلایل مشابه عقیده بر ایناست که روابط از اینترنتی در مقایسه با روابط «واقعی» و همراه با حضور جسمی، روابطی ضعیف هستند.

امر قابل توجه در ارتباط از طریق اینترنت این است که خصوصیتی که معیار قضاوت ما درباره افراد در دنیای غیرمجازی است، در دنیای مجازی اینترنت عمدتاً مشاهده ناپذیر هستند. طنز قضیه در این است که مشخصه ارتباطات از طریق اینترنت یعنی فقدان رابطه چهره به چهره، نبود حضور جسمی- که فریبکاری و جعل هویت آشکار را ممکن می کند- در عین حال مانع گرایش به کلیشه پردازی و هویت سازی می شود. البته نباید در مورد این نتیجه گیری مبالغه کرد.

حتی در روابطی که کاملاً به واسطه کلمات نوشته شده است، مثلاً در گپ های اینترنتی، ما هنوز درباره افراد به داوری هایی دست می زنیم که فراتر از شواهد موجود است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

اما به هر حال این احتمال وجود دارد که در این نوع ارتباط های اینترنتی عمدتاً براساس محتوای واقعی ارتباط با یک شخص داوری کنیم، که با احتمال بیشتری بیانگر جنبه هایی از شخصیت افراد است که خودشان آنها را مهم می شمردند.

پیامد این نکته این است که ما در ارتباط های اینترنتی نسبت به ارتباط های معمول روزمره کنترل بیشتری بر آن جنبه هایی از شخصیت مان که به دیگران عرضه می کنیم اعمال می داریم. از این رو در مورد فریبکاری در رابطه اینترنتی نگرانی وجود دارد. اگر با کنترل کردن جنبه هایی از شخصیت امان در ارتباط های آن لاین (بر روی شبکه) بتوانیم از اثرات بدتر گرایشمان به داوری کردن براساس کلیشه های توجیه ناپذیر و بی دلیل اجتناب کنیم، آنگاه امکان دارد ارتباط هایی از طریق اینترنت، دست کم در برخی جنبه ها، نسبت به اغلب ارتباط های روزمره همراه با حضور جسمی، کمتر تحریف شده و بیشتر «واقعی» باشد.

الف) شبکه های اجتماعی مجازی

امروزه با اختراع اینترنت و تکامل سرویسهای آن گونه های جدیدی از ارتباطات مجازی شکل گرفته اند. در آغاز قرن 21 و هزاره سوم ارتباطات اینترنتی (ارتباطات مجازی) گسترش بی حد و مرزی دارد. شبکه های اجتماعی مجازی یکی از اشکال تکامل یافته ارتباطات بدون مرز و فاصله در اینترنت می باشند.

شبکه های اجتماعی مجازی از انواع رسانه های اجتماعی محسوب می شوند و با تجمیع قابلیت های سایر سرویسهای اینترنت تلاش دارند حداکثر نیاز کاربران را فراهم نمایند، امکان تشکیل شبکه های مجازی از دوستان، آشنایان، همفکران، همکاران و ... برای تعامل و تبادل

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

اطلاعات از طرق مختلف از جمله ایجاد پروفایل شخصی، گذاشتن یادداشت و یاداشتک، چت، ارسال فیلم و ویدئو و به اشتراک گذاشتن اطلاعات و اخبار از مهمترین این نیازها است. این شبکه ها میلیونها کاربر اینترنتی در سرتاسر جهان را به خود جذب کرده اند تا آنجا که به یکی از ارکان مهم اطلاع رسانی و ارتباطی تبدیل شده اند. با وجود این شبکه ها انسان می تواند برای پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی، خبری، هنری و... خود، فعالانه به دنبال یافتن مجموعه متنوعی از افراد و گروهها باشد و در کمترین زمان ممکن به این هدف برسد.

اصطلاح شبکه های اجتماعی را برای نخستین بار چپای بارنز در سال 1954 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 میشود که یک مجموعه ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمان ها که به وسیله مجموعه ای از روابط معنی دار اجتماعی به هم متصل اند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزش ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط هم چون دوستی ها و روابط چهره به چهره متمرکز است اما خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است.

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. در واقع شبکه های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده اند. به طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می آورد) برقراری ارتباط تسهیل می گردد.

کاربران می توانند پروفایل های دیگران را ببینند و از طریق برنامه های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

ب) فضای مجازی و هویت

با پیدایش شبکه داده های جهانی یا اینترنت، زمان و مکان و هویت، تعریفی تازه یافته اند. اینترنت در واقع، مکان بی مکان است؛ جایی که انسانها می توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، قرارداد ببندند، گروه های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان، مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارد و به همین سبب، دشواری ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک شتابی بیشتر می یابد. هویت سیال و متکثری که در چنین فضایی شکل می گیرد، فرد را از چارچوب معین و انعطاف ناپذیری که در جهان خارج دارد، جدا می کند و به او اجازه بروز بیشتر خود را می دهد. چنین فضایی که فرد را از قید و بندها رها می کند و به او در فضایی بسیار بی مرزتر از جهان واقعی مجال فعالیت می دهد، می تواند هویت دینی و ملی را تحت الشعاع خود قرار دهد.

ابتدایی ترین تأثیر شبکه های اجتماعی اینترنتی بر کاربران این است که هویت فعلی او را به چالش می کشند؛ ابتدا کاربر را از خود واقعی تهی می کنند و سپس به او فرصت می دهند خود ایده آلش را بروز دهد، در حالی که به طور ناخودآگاه، این خود جدید در فضای گفتمانی شبکه های اجتماعی بر ساخته شده است. شبکه های اجتماعی صحنه ای فراهم می آورند که کاربران می توانند از هر جنسیت، سن، طبقه اجتماعی، نژاد و قومیتی که باشند، در آن ظاهر شوند و نقش دلخواه خود را بازی کنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در این سطح، شبکه های اجتماعی مجازی، کاربر را به هویتی فردمدار شده با مشخصات منحصر به فرد سوق می دهند. در واقع با شبکه های اجتماعی مجازی این قابلیت به فرد داده می شود تا خود را هر گونه که می خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی بازتعریف و روایت کند. بنابراین، با قبول این فرض که شبکه های اجتماعی اینترنتی در درون جامعه مصرفی خلق شده اند، خود منشأ باز تولید مکرر چنین جامعه ای می شوند.

ریچارد بارتل این گونه استدلال می کند که دنیاهای مجازی برای مردم آینه ای را فراهم می آورند که هر چه فرد تصویر خود را در آن مانوس تر با خود واقعی یا ایده آلیش بباید، بیشتر با آن ارتباط برقرار می کند.

در واقع، راز موفقیت و جذب کاربر برای وبسایت های عمده این است که کاربر خود را در آینه جهان مجازی پیش رویش ببیند. بدین ترتیب، در باب هویت در دنیای مجازی، مسئله این است که کاربر چه میزان انعکاس تصویر خود را در این آینه می پسندد.

زمانی این تلقی وجود داشت که هویت افراد در فضای مجازی، هویتی ناشناخته و چندگانه است، اما اکنون کاربران ادامه هویت تعریف شده خود در فضای مجازی را به صورت آفلاین پی می گیرند و یا در فعالیت های آفلاین در بسیاری از مواقع برای خود نام و نشان تعریف می کنند و با آن همزادپنداری زیادی دارند. بنابراین، معادلات پیشین هویت دچار تحول شده است. بدین ترتیب، بازتعریف هویت فردی و اجتماعی در فضای مجازی در ابعاد گوناگون قابل بررسی است. در این فضا، همگرایی جامعه مصرفی و تخصص حرفه ای تولیدکنندگان و تجار به بازآفرینی مفاهیم انسانی چون بلوغ، سن و مراحل مختلف زندگی انجامیده است. شاید این تعجب برانگیز باشد که

مفاهیم انسانی با ابعاد زیست‌شناختی مانند بلوغ نیز در دنیای مجازی تعابیر جدید بیابند، اما ریشه استحاله این مفاهیم ناشی از تأثیرگذاری قوی فضای مجازی بر نوع تفکر کاربران است. همان‌گونه که بارتل خاطر نشان می‌کند: «هویت، حاصل تفکر است که در قالب‌های گوناگون (در عمل یا در قالب لغات) ظهور می‌کند» و با توسعه عرصه مجازی زندگی بشر، این حقیقت غیرقابل انکار است که این فضای مجازی با کاربر ارتباطی دوسویه قرار دارد؛ نحوه تفکر او را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در مقابل گستره وسیعی را فراهم می‌آورد که کاربر هویت خود را در آن براساس ترجیحات خود ابراز می‌کند و به منصفه ظهور می‌رساند. به عبارت دیگر، فضای مجازی امروز تنها آئینه منعکس‌کننده کاربر مقابل خود نیست، بلکه تا حد زیادی چگونگی کیفیت کاربر خود را نیز تعریف می‌کند.

زمانی، تلقی منتقدین فرهنگی این بود که چون فضای مجازی عرصه‌ای است که مهندسان فنی و نه مهندسان فرهنگی آن را ساخته‌اند، بنابراین نقطه ضعف آن عدم وجود روایت است. اما امروز دنیای مجازی آن‌چنان با زندگی و فرایند هویت‌سازی بشر در آمیخته است که نه تنها روایت‌های بی‌شمار در آن قابل درک است، بلکه این روایت‌ها بر روایت دنیای واقعی پیشی گرفته‌اند؛ چنان‌که بودریار از «فراواقعیت» مجازی سخن می‌گوید و به قول آنجل آدریان، همان‌قدر که تجارت الکترونیک از تجارت جدا نیست، هویت‌های الکترونیکی در فضای مجازی نیز از هویت‌های واقعی قابل بازشناسایی نیستند.

دو رویکرد کلی نسبت به فضای مجازی و مضامین متأثر از روشن‌نگری در آن یافت می‌شود. رویکرد نخست، رویکرد رمانتیسم است که در آن، هویت همان هویت‌های تغییر یافته در فضای شبکه تعبیر می‌شود

. نزدیکی، همان مفهومی است که در اثر کوچک تر شدن جهان همگام با توسعه ارتباطات الکترونیک به وجود می آید. مفهوم اجتماع با جوامع مجازی و عجین شدن ذهن با فضای داده ای معنا می شود. تجسدزدایی مفهومی است درمورای محدودیت های جسمی و به وسیله ظواهر داده ای و آلات الکترونیک بوجود می آید. الگوها، همان مجموعه نمادهای دیجیتال و اطلاعات هستند. مفهوم بازنمایی، حاصل تناظرهای بین داده ها و چیزها است. آرمانشهر مفهومی است که در آن جهانی بهتر، از رهگذر اطلاعات جست و جو می شود.

اما در رویکرد دیگر، هایدگر تلقی دیگری از این مفاهیم ارائه می کند که با رویکرد رمانیستی متفاوت است. او با ارائه چارچوب پدیدارشناسی مفاهیمی اصیل تر از هویت، نزدیکی، اجتماع، تجسدزدایی، الگو، بازنمایی و آرمانشهر ارایه می کند. فهم مبتنی بر پدیدارشناسی هایدگر بر زندگی هر روز های تأکید دارد که حاصل فعل بشر و مبتنی بر پراگماتیسم است. خلاصه این تفاوت ها در جدول زیر ارائه می شوند.

هویت در فضای مجازی مانند هویت در فضای واقعی مختصات و ویژگی های خاص خود را دارد که به دلیل اقتضائات متفاوت فضای مجازی، باید انتظار نوع متفاوتی از هویت را داشته باشیم.

نخستین ویژگی ای که در خصوص هویت مجازی می توان به آن اشاره داشت، "آزادی انتخاب" است. آزادی انتخاب به معنی این است که فرد توانایی این را دارد که از میان تمامی ویژگی های شخصیتی خود، آنچه را که دوست دارد به نمایش بگذارد. در فضای مجازی انتخاب اسم، تصویر پروفایل، حلقه ی دوستان و مهم تر از همه بازنمایی از خود، بدون هیچ گونه نظارت اجتماعی و به صورت آزادانه انجام می شود و از این رو می توان گفت این آزادی انتخاب را به صورت تمام و کمال

می توان دید. به نظر می رسد این شکل از آزادی انتخاب نتیجه ی نوعی از هم گسستگی روابط در فضای مجازی است.

به این معنی که در فضای واقعی نسبت اطرافیان با فرد کاملا مشخص و تعریف شده است ولی این ویژگی در فضای مجازی وجود ندارد و از این رو فرد به راحتی می تواند «خود آرمانی و مطلوب» را به نمایش بگذارد.

از هم گسستگی روابط و عدم وجود نظارت اجتماعی بر رفتارهای افراد در فضای مجازی، خود باعث ویژگی دوم هویت در فضای مجازی می شود و آن این است که افراد "احساس آزادی بیان" بیش تری نسبت به فضای واقعی را تجربه کنند. به این معنی که زمانی که فرد از هویت واقعی خود جدا شده و در فضایی جدید، روابط و هویت جدیدی را می آزماید، بسیاری از محدودیت های اجتماعی مانع از اظهار نظرهای وی نمی شود.

ویژگی سوم هویت مجازی، این است که برای عملی کردن برخی عناصری که در ویژگی های هویت مجازی وجود دارد، نیازی به وقوع شرایط زمانی و مکانی خاصی نیست. این ویژگی به خصوص در شرایطی مانند شکل دادن به کمپین های اجتماعی خیلی تاثیرگذار است. در واقع، عدم وجود محدودیت های مکانی و زمانی، به ایجاد و گسترش تفکرهای مختلف کمک بسیاری می کند. در حالی که در دنیای واقعی، این موضوع به عنوان محدودیتی مهم در نظر آورده می شود. در واقع، به دلیل اینکه برای بیان عقیده ای شرایط زمانی و مکانی خاصی باید فراهم شود و برای هر فردی این شرایط متفاوت است، افراد در مارپیچ سکوت قرار می گیرند که گمان می کنند تنها افرادی هستند که دارای آن عقیده هستند و بنابراین آن عقیده اساسا مطرح نمی شود.

مارک پاستر در "عصر دوم رسانه ها" تاکید می کند در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده ها و اطلاعات یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می سازند. وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در برداشت های بشر امروزی به وجود می آورند، هویتها را در وضعیت کاملاً تازه ای قرار م ی دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است.

ظهور فناوری های نوین ارتباطی، دگرگونی بنیادینی را در معاملات و ارتباطات انسانی ایجاد کرده است. در فضای مجازی، مرز واقعیت با غیر واقعیت، حقیقت جلوه داده می شوند و "نیست" ، "هست ها" با غیر حقیقت مخدوش می شود و برعکس؛ فضایی که می تواند به افکار عمومی شکل دهد و احساسات عمومی را به غلیان و هیجان در آورد، می تواند انسانها را در فضای حاد- واقعیتی قرار دهد که در آن به ستیزش و بحران بیندیشند یا برعکس. شاید به جرات بتوان فضای مجازی را از هم گسیخته ترین و متکثرترین فضای ممکن نامید.

این فضا، کاملاً مرکز گریز، بدون مرز و فاقد نقطه ثقل است. مفهوم مرز در این فضا دگرگون می شود و دیگر نمی توان از چارچوب مشخص و قاطعی به نام مرز صحبت کرد. فضایی بدون مرکز که سبب ایجاد تکثر معنایی می شود و از هر گونه طبقه بندی و دسته بندی شدن می گریزد؛ زیرا هر یک از مراکز به نوبه خود، منشأ معنابخشی های متفاوت به پدیدارهای اجتماعی می شوند. هویت حاصل از چنین فضایی، هویتی سیال، ناپایدار و نامحدود خواهد بود. در چنین حالتی، رابطه ساده و مشخص بین فرد با اجتماع و معنای ثابت هویت در دنیای سنتی از بین می رود و رابطه ای پیچیده، غیرمتمركز و منتج از مفهوم فضا در ارتباط با هویت ها شکل می گیرد که فاقد شکل ساخت یافته و مشخص است و از هر گونه تعریف و صورت بندی مشخص می گریزد.

پ) اثرات نامطلوب صفحات مجازی

استفاده از صفحات مجازی علاوه بر آسیب های روحی و روانی مانند منزوی شدن، آسیب های فیزیکی نیز با خود به همراه دارد

تحقیقات تجربی رابرت کراوت در سالهای اخیر مورد پارادوکس اینترنت: تکنولوژی استفاده اکثر پژوهشگران این حوزه بوده است. نتایج این تحقیق در مقاله ای تحت عنوان اجتماعی که موجب کاهش عضویت افراد در گروه های اجتماعی و خوشبختی آنان می گردد. کراوت طی آن مدعی شد که استفاده از اینترنت موجب کاهش ارتباط فرد با خانواده ها و کوچک شدن حلقه اجتماعی پیرامون فرد و افزایش احساس تنهایی و افسردگی می گردد، بنا بر نتایج این تحقیق استفاده از اینترنت به میزان دو ساعت در هفته به مدت دو سال موجب کاهش اندازه شبکه اجتماعی و اعتیاد به آن می شود.

افراد باید مواظب باشند که خود را در خدمت این ابزار قرار ندهند؛ چراکه در اندک زمان، دنیای واقعی وی را به یک دنیای کوچک شده مجازی و مجزا تبدیل می کند و عواطف و ارزش های او را می بلعد. پس لازم است جوانان ما استفاده صحیح از این فناوری را درک کرده و زمان و مکان مشخص استفاده از آن را یاد بگیرند.

زمانی این امر محقق خواهد شد که این فناوری ها در خدمت رسالت و ارزش های انسانی باشد و نه ارزش ها و عواطف انسانی در خدمت آن قرار گیرد تا آن را به میل خود شکل دهد. نکته آخر این که، کاهش فاصله زمانی و مکانی، اگرچه لذت آنی و ساختگی فراهم می سازد، اما افراد را از ارزش ها و لذات پایدار و واقعی دور می سازد و چنانچه هوشیار نباشیم، قرار گرفتن در یک عمل

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

انجام شده، چیزی جز افسوس و پشیمانی بی فایده برای ما باقی نگذارد و نوش دارو بعد از مرگ سهراب نیز چاره ساز نیست.

از اثرات دیگر فضای سایبر در عرصه زندگی افراد کم رنگ شدن ارتباط های اجتماعی حقیقی بین افراد است. این امر خود باعث منزوی شدن فرد و جامعه و فردیت گرایی می شود .

به طوری که، فریاد من، من و برای من، برای من، در اینترنت از هر سو بلند است. سایتهای بیشماری با نام شهر من، روستای من، بهداشت من، خودروی من و سگ من در دسترس هستند. بسیاری از عنوانها با حرف هم به معنای من و هم نخستین حرف و نماد واژه اینترنت آغاز می شوند همه چیز می خواهد از ارتباطات و کنش و واکنش من و اینترنت بگوید .

که این امر خود باعث منزوی شدن فرد و افزایش روحیه فردگرایی در افراد جامعه می شود به صورت های مختلف باعث آسیب پذیر شدن فرد و ایجاد بیماری های مختلف روانی در او و شکل گیری بی نظمی و نا امنی اجتماعی در جامعه می شود.

همزمان با دسترسی روزافزون افراد به اینترنت، شاهد نوع جدیدی از اعتیاد یعنی اعتیاد اینترنتی هستیم که موضوع روبه رشد عصر اطلاعات است. اعتیاد اینترنتی، انسانها را به افرادی رها شده تبدیل کرده و بر روابط اجتماعی آنان تأثیر می گذارد. در نتیجه استفاده بیش از حد از اینترنت، بهره وری کاربران اینترنت، پایین می آید. آنها با تأخیر به محل کار می روند و دچار کم کاری می شوند. عدم تحرک جسمی، علائمی چون درد کمر، پشت و ماهیچه، از دیگر تبعات این مساله اند. این اعتیاد مانند تمام اعتیادهای دیگر با علائمی از قبیل فردگرایی مفرط، عزت طلبی و اجتماع گریزی، بی میلی به مشارکت، کاهش تعاملات و ارتباطات، انزوا طلبی، اضطراب، احساس

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

تنهایی، افسردگی، ضعف اعتماد به نفس و نظایر آن همراه است. این کاربران حتی در صورت کناره گیری از اینترنت، دچار علائم اختلال می شوند.

از طرفی، در عین حال که روابط افراد (بویژه کودکان و نوجوانان) در جهان مجازی افزایش می یابد، در مقابل از دامنه روابط آنان در جهان واقعی کاسته می شود و احتمال افت عملکرد آموزشی آنان نیز می رود.

به طور کلی اینترنت می تواند محفلی برای کسانی که از مشکلات روانی رنج می برند و دچار تشویش و افسردگی و بی اعتمادی به نفس هستند باشد. ارتباط مجازی از طریق اینترنت محملی برای گریز از واقعیت و وسیله ای برای ارضای نیازهای هیجانی و روانی به وجود می آورد.

اما، براساس نتایج این تحقیق، آن دسته از افرادی که استفاده اعتیادی از اینترنت می کنند، بیشتر دچار انزوا و تنهایی اجتماعی می گردند، دچار ناکامی تحصیلی و کاری بیشتری می شوند، و روز به روز از دایره ی تعاملات میان فردی و ارتباطات آن ها کاسته می شود.

جرم شناسان میگویند یکی از دلایل کثرت وقوع جرم در حاشیه شهرها، مهاجرنشین بودن آنها و ناشناخته بودن افراد یک محله برای همدیگر است. به تجربه ثابت شده که اگر افراد یک محل همدیگر را بشناسند کمتر مرتکب جرم و آسیب رسانی به یکدیگر می شوند. در این بین از آنجا که فضای سایبر فضایی است که اهالی آن در عین ارتباط همدیگر را نمی شناسند، هر روز می شود با یک هویت خاص وارد این فضا شد بنابر این فضا خود به خود به یک فضای جرمزا و آسیب آفرین تبدیل می شود و افراد با این دید که ناشناخته هستند جرأت و جسارت پیدا کرده و سعی در آسیب رسانی به دیگران و جرم و جنایت می کنند. حتی اگر پلیس هم پس از زحمات زیاد

بتواند آدرس مجرم را پیدا کند چون در فضای واقعی با مرزهای جغرافیایی و محدودیت های آن روبروست اگر مجرم در کشور دیگر باشد به سختی می شود او را دستگیر و مجازات کرد.

فضای سایبر با ارائه محیط بدون کنترل و گسترده و با اهداف مختلف به کاربران امکان برقراری روابط مختلفی را میدهد و زمینه شکل گیری روابط گسترده را بین آنها فراهم می آورد. این روابط که با دیدی فارغ از محدودیتها و نا شناخته بودن در بین افراد در فضای سایبر شکل می گیرد سبب شکل گیری و القای دیدگاه های خاص در افراد می شود. این روند شکل دادن بدون واگمه و مرز به روابط با سایر افراد و به ویژه جنس مخالف زمینه های ایجاد روابطی تعریف نشده گسترده و در خیلی از موارد چالش بر انگیزی را در بین افراد چه در فضای سایبر و چه به صورت بازخورد آن در فضای واقعی بوجود می آورد و آسیبهای متعدد جسمی و روانی به فرد و در سطح بالاتر به جامعه و امنیت اجتماعی وارد می کند.

نتیجه گیری

فضای مجازی ارتباط انسانی را به گونه ای جدید تعریف می کند. هر روز شاهد آن هستیم که افراد بیشتری به استفاده از این فضا روی می آورند. با وجود مزایای بسیاری که این فضا دارد، مشکلات خاص خود را نیز به همراه دارد. با استفاده از فضای مجازی مفهوم هویت دچار تحول شده است. استفاده و سوء استفاده از این فضا هر دو با هم با سرعت زیاد پی در پی افزایش می یابد. مراقبت و کنترل بسیار خوب است و تاکنون نتایج درخشانی نیز داشته ولی شرط کافی نیست. آنچه کمبود آن به شدت حس می شود آموزش های همگانی برای استفاده صحیح از فضای مجازی است.

بحران هویت

بی تردید یکی از مسائل عمده ای که در سالهای بعد از انقلاب به ویژه در سالهای اخیر مسئولان مطرح کرده اند مسئله بحران هویت است. زمانی که فرد یا جامعه از عناصر هویت ساز خویش مانند دین، زبان، نژاد، قومیت و فرهنگ آگاهی نداشته باشد و یا عناصر هویتی جایگاه خود را به عنوان شاخص های شناخت یک جامعه از دست بدهد و عناصر دیگر نیز به جای آنها شناخته نشده باشد، فرد یا جامعه با بحران هویتی مواجه میشود.

با این اوصاف فرد برای خروج از این بحران بایستی به یافتن ارزش های مثبت و پایدار در فرهنگ، مذهب یا ایدئولوژی خود بگردد تا از درهم ریختگی و اختلال هویت که دائماً در رنج و عذاب است، رهانیده شود و هویت اصیل خویش را باز یابد

مشکل هویت در جوامع مختلف با روش های متفاوت بروز کرده و امروزه به یک نگرانی جدی در حوزه سیاست تبدیل شده است.

در فرایند گذار خود از بحرانهای متعددی، از جمله مشارکت، مشروعیت، توزیع، نفوذ و هویت عبور میکنند. نکته حائز اهمیت، پیچیدگی این بحران در دوره پسا صنعتی است.

این دوران با خصوصیات خاص خود که ناشی از فرایندهای ارتباطی نوین است، نوع این جدیدی از بحران هویت را پیش روی جوامع- مانند ایران - قرار داده است.

بحران هویت وقتی رخ میدهد که یک جامعه در یابد که آن چه تا کنون به طور درست و بی چون و چرا به عنوان تعاریف فیزیکی اش پذیرفته است، تاریخی جدید، تحت شرایط دیگر قابل پذیرش خرد جمعی نیست.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

از طرف دیگر، نیروهای تدریجی و غیرمهیجی، ارتباطات جهانی، مانند گسترش می تواند بنیان هویت یک جامعه سابقاً منزوی را از طریق آگاه سازی مردم آن جامعه از یک دنیای کاملاً نوین از لحاظ کنش سیاسی، متزلزل سازند. امروزه، در عرصه جامعه شناسی بحران هویت مسئله ای اجتماعی تلقی می شود

جامعه - شناسانی، مثل کاستلز این پدیده را در پرتو جهانی شدن نتیجه توسعه ارتباطات انسانی است بررسی کرده اند که با وجود این که بسیاری از جامعه شناسان این پدیده را جهانی می نامند، واضح است که آثار و تبعات این پدیده در کشورهای مختلف، متفاوت است.

فضای مجازی و هویت

اینترنت دارای قابلیت است که به واسطه آن افراد می توانند خودهای جدیدی را در دنیاهای جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. این ها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب تر می کند.

بدین ترتیب، وب به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت هایی غیر از شکل مورد نظری تفسیر شود.

حتی امکان معرفی خود در سایت های مختلف به صورت های گوناگون «هویت الکترونیک چندانگی ای» وجود دارد. به طوری که افراد بتوانند در جریان ارتباط گیری برای خود بسازند و هر بار خود را به یک صورت نشان دهند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

تلویزیون و سایر رسانه ها فاقد این ویژگی خاص فضای مجازی اند. در مجموع، هویت اینترنتی یا

هویت مجازی با دیدگاه های متعارف درباره هویت جور نیست.

دیدگاه های متعارف درباره هویت به دنبال کلیت سازی درباره مفهوم هویت و یکپارچه نشان

دادن آن هستند و تأثیر کلی آن را بر فرد در نظر می گیرند فرد در دوره مدرنیته از جا کنده می

شود و اضطراب های وی افزایش پیدا می کند.

اینترنت نه تنها این وضع را متحول کرد؛ بلکه به آن شدت بخشید در این جا ساختار و فردیت به

هم میرسند و توأمأ مهمترین جنبه پست مدرنیستی اینترنت را می سازند ، امکانات موجود برای

انتخاب انواع متفاوت خروجی های اینترنت نه تنها فردیت کاربران را تقویت می کند؛ بلکه موجب

تکثر بیشتر می شود.

در عین حال، همزمان با افزایش میزان تفاوت ها در اثر رشد استفاده عمومی از اینترنت، جهان

بینی های افراد واگراتر می شود

اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکثر هویتی و رشد فردیت کمک می کند و

اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع تر می کند ، اما در عین حال نمی توان از این ایراد چشم

پوشی کرد که وسایل ارتباطی به تدریج نقش فزاینده ای در سست کردن انسجام اجتماعات

واقعی و ذره ای کردن جوامع انسانی دارد.

همچنین اینترنت باعث رشد یک فرهنگ شخصی شده و حاصل تخیلات و تصورات و پندارهای

فردی است. این امر به قیمت کاهش نفوذ کلیت های سیاسی بر هویت سازی های فردی تمام می

شود و میتواند به شکل گیری منابع جدید هویتی بی انجامد

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

علاوه بر اینترنت، شبکه های اجتماعی مجازی هم چون فیس بوک، به دنبال ایجاد جوامع مجازی هستند ، این جوامع مجازی بر اساس ساختار و تعاریف خود طبعاً دارای ارزش های مختلف فرهنگی، سیاسی و اجتماعی هستند به به طوری که این جوامع مجازی توانسته اند مفاهیمی و حتی مسائلی جزئی مانند «نحوه احوال پرسی» ، « هویت » ، « خانواده » ، « ارتباط » ، « دوست » را باز تعریف کنند.

اگرچه کاربران خود در شکل دهی این جوامع نقش چشمگیری ایفا می کنند اما قوانین این جوامع مجازی و گفتمان حاکم بر آنان در تأثیرگذاری و شکل دهی هویت اعضای خود نقش مهمی ایفا می کنند.

شبکه های اجتماعی صحنه ای فراهم می آورند که کاربران می توانند از هر جنسیت، سن، طبقه اجتماعی، نژاد و قومیتی که باشند، در آن ظاهر شوند و نقش دلخواه خود را بازی کنند. در این سطح، شبکه های اجتماعی مجازی، کاربر را به هویتی فردمدار شده با مشخصات منحصر به فرد سوق می دهند.

در واقع با شبکه های اجتماعی مجازی این قابلیت به فرد داده می شود تا خود را هر گونه که می

خواهد، فراتر از هویت واقعی خود در جهان فیزیکی بازتعریف و روایت کند . بنابراین، با قبول

این فرض که شبکه های اجتماعی اینترنتی در درون جامعه مصرفی خلق شده اند، خود منشأ باز تولید مکرر چنین جامعه ای می شوند.

بحران هویت در فضای مجازی شبکه های اجتماعی

برای تبیین بحران هویت در فضای مجازی، توجه به یک نکته مهم ضروری است.

جوامع در حال گذار، عمدتاً در حال سپری کردن و مواجه شدن با بحرانهای هویت دوره تاریخی خود معادل با دوره صنعتی شدن اروپا بوده اند. با این حال، به طور گریز ناپذیر با پدیده های جهانی شدن و فضای مجازی در فرایند ارتباطات نوین مواجه شده اند.

دوره تاریخی جدید نیز همراه خود، نوعی از عناصر بحران زای هویتی را حمل میکند و مسئله کشورهای در حال توسعه از آن جا پیچیده تر میشود که این کشورها همزمان بدون طی دوره تاریخی خود بحرانهای تو در توی هویتی را تجربه می کنند که ناشی از روهم افتادگی دو دوره تاریخی است.

یکی از عوامل مهم در تاریخ و جغرافیا، مؤلفه فضای مجازی و قدرت آن است که نیروی قوام بخش هویت و بسیاری دیگر از پدیده ها و تاریخی، اجتماعی و فرهنگی است. جهانی شدن نیز روندی تاریخی و دگرگونی مفهومی است که تغییرات و تحولاتی را در برداشتها، باورها، اندیشه ها و سلیقه های ملتها به همراه دارد و دامنه آن هویت فرهنگی را نیز فرا گرفته است. جهانی شدن و فضای مجازی به طور مداوم و گسترده با شیوه ها و داده های مختلف به نوعی دائماً در حال ایجاد تغییر در باورها، انگاره ها، عقاید، ارزشها، چشم داشتها و حتی نیازها هستند.

تاثیر شبکه های اجتماعی در عرصه سیاسی

رویدادهای سیاسی سال های اخیر از انتخاب بایدن گرفته است تا ناآرامی های پس از انتخابات در ایران، همگی متأثر از فعالیت های کاربران شبکه های اجتماعی بودند.

شبکه های اجتماعی، ظهور اینترنت و فضای مجازی، راه های جدیدی را برای برقراری ارتباط و تعاملات انسانی پدید آورده است که ماهیتی متفاوت از روابط در جهان واقعی دارند. فضای مجازی بستری فراهم می آورد که در آن افراد می توانند با هویتی متفاوت از هویت واقعی شان حضور یابند و به تعامل با بقیه ی اعضا پردازند و کنش ها و واکنش هایی متفاوت یا متضاد از آنچه در جهان واقعی بروز می دهند، بدون هیچ ترسی از شناخته شدن یا طرد شدن، داشته باشند. فضای مجازی، فضایی خلاق و غیر قابل کنترل است. فضایی که در آن اشکال نمادین می توانند بیان شوند. جایی که حرف ها و تصاویر جدید می توانند به ناگاه پدیدار شوند. جایی که اطلاعات پیش از این پنهان از دید، حالا می توانند در دسترس قرار گیرند.

فضای مجازی به عنوان پدیده ای است که به موازات و در عرض زندگی واقعی ظهور می یابد و کنشگران در فضای شبکه های به هم پیوسته ی آن، به تبادل نظر و اشتراک گذاری افکار و عقاید می پردازند

. عمده ترین محیط های فضای مجازی، که در آن تعاملات انسانی شکل می گیرد، شبکه های اجتماعی و وبلاگ ها هستند که به نوعی خاستگاه شکل گیری گفتمان های مجازی نیز محسوب می شوند.

شبکه های اجتماعی مجازی محیط مساعدی را برای مشارکت افراد در جامعه ی مجازی، برقراری روابط نمادین و کشف مجدد خود و بازتعریف هویت های دینی، اجتماعی، سیاسی و... فارغ از محدودیت ها و عوامل سرکوب کننده از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می کنند.

***فضای مجازی، شبکه های اجتماعی و عرصه ی سیاست**

سازوکارهای تعاملی اینترنت مانند وبلاگ ها، ویکی ها، پادکست ها، ایمیل، گروه های مباحثه، اتاق ها و انجمن های گفت و گو، لیست های پستی، آر.اس.اس، سیستم های ثبت پیام (کامنت)، و سیستم های پیام فوری، امکان تبادل و اشتراک اطلاعات دو و چند جانبه را در محیط مجازی فراهم می کند. این ارتباطات متعامل هم به صورت کنش متقابل رو در رو و همکنش متقابل با واسطه در سطحی جهانی انجام می گیرد.

در چند سال اخیر در فضای مجازی، شبکه های اجتماعی به عنوان نوع جدیدی از وبسایت ها متولد شده و کاربران و طرفداران زیادی پیدا کرده اند.

کاربران شبکه های اجتماعی می توانند در این سایت ها، صفحات و پروفایل های شخصی برای خودشان ایجاد کنند، شبکه ای مجازی از دوستانشان پدید آورند، آن ها می توانند همانند فضایی که وبلاگ ها و میکروبلگ ها در اختیارشان قرار می دهند یادداشت های کوتاه و بلندشان را منتشر کنند، عکس، صدا و ویدئوهای شخصی شان را آپلود کنند، از آخرین اخبار و رویدادها در حوزه های مختلف آگاه شوند، در صفحات هواداری و اتاق های گفت و گوی متنوع عضو شوند و قابلیت های فراوان دیگری که ممکن است هر شبکه ی اجتماعی برای کاربرانش فراهم کند. اصطلاح «شبکه های اجتماعی» زیر مجموعه ی رسانه های اجتماعی قرار می گیرد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

رسانه های اجتماعی، مفاهیمی کلان هستند که به واسطه ی پیدایی شبکه های جدید ارتباطی چون اینترنت و تلفن همراه پدید آمده اند. شبکه های اجتماعی به علت بی مکانی حاکم بر اینترنت بر علایق افراد و گروه ها و بر پایه ی مشارکت همگانی بنیان نهاده شده اند. وبسایت های شبکه ای اجتماعی، با فراهم کردن انگیزه و هدف برای فعالیت در رسانه ای که پیش از این جذابیت کمی داشته است، به طور فزاینده ای افراد را به دنیای آنلاین می کشند. عمده ترین محورهای این تکنولوژی های جدید رسانه ای استفاده ی همزمان از امکانات آنلاین و دیجیتال در ارتباط با مخاطب است. در این ارتباط جدید، رفتار مخاطب در برابر رسانه هم دچار دگرگونی و از مخاطب منفعل به مخاطب فعال تبدیل می شود.

به این ترتیب، شبکه های اجتماعی موفق شده اند تعداد قابل توجهی از کاربران اینترنتی را جذب کنند و در میان چهار فعالیت اصلی کاربران اینترنتی قرار گیرند. آمارها بیانگر این است که شبکه های اجتماعی نه تنها به پربیننده ترین وبسایت های اینترنتی تبدیل شده اند، بلکه کاربران اینترنتی بیشتر زمان حضورشان در فضای مجازی را نیز در این وبسایت ها می گذرانند. «فیس بوک» به عنوان بزرگ ترین شبکه ای اجتماعی دنیا، در حال حاضر، حدود 400 میلیون نفر کاربر دارد و هر روز حدود 800 هزار نفر عضو جدید به آن می پیوندند. اگر فیس بوک، به جای دنیای مجازی در دنیای فیزیکی حضور داشت، این تعداد جمعیت، آن را به یکی از چند کشور پرجمعیت دنیا تبدیل می کرد. همچنین سایت های شبکه های اجتماعی خبرسازترین وبسایت های سال های اخیر اینترنت محسوب می شوند.

شبکه های اجتماعی موفق شده اند تعداد قابل توجهی از کاربران اینترنتی را جذب کنند و در میان چهار فعالیت اصلی کاربران اینترنتی قرار گیرند.

همگانی شدن شبکه های اجتماعی و رشد تعداد کاربران آن بیانگر افزایش روزافزون نقش و اهمیت این شبکه ها در زندگی روزمره ی افراد است. به طور مثال، ترکیب سنی استفاده کنندگان از فیس بوک در سال های اخیر به میزان قابل توجهی تغییر کرده است؛ در حالی که فیس بوک در ابتدا در محیطی دانشگاهی و برای استفاده ی دانشجویان راه اندازی شد و کاربران اولیه ی آن اکثراً جوان بودند. به تدریج، مخاطبان آن گسترده تر شد و تعداد کاربران مسن تر در این شبکه ی اجتماعی افزایش پیدا کرد. در حال حاضر، 35 تا 49 ساله ها با جمعیت حدود 24 میلیون نفر بیشترین کاربران فیس بوک را تشکیل می دهند. پس شاید زمان آن رسیده است که دیگر اینترنت و فضای مجازی را رسانه ای جدید ندانیم، چون مدت زمان زیادی از روی کار آمدن آن ها می گذرد و دقیقاً مانند دیگر رسانه ها بخشی از زندگی روزمره ی ما شده اند.

وبسایت «اندرسون آنالیتیکس» بیشترین دلایلی را که کاربران شبکه های اجتماعی عضو این سایت ها شده اند، در طول زمان و در میان نسل های مختلف، به صورت زیر بیان می کند: تماس با دوستان (75 درصد)، سرگرمی (55 درصد)، تماس با خانواده (41 درصد)، دعوت از جانب یک آشنا (30 درصد)، تماس با همکلاسی ها (30 درصد)، تماس با شبکه ی کاری (5 درصد)، جست و جوی شغلی (4 درصد)، توسعه ی کسب و کار (3 درصد) و سایر موارد (5 درصد). با توجه به این نتایج، شاید در ابتدای امر به نظر برسد که شبکه های اجتماعی به خودی خود کمتر ماهیتی سیاسی دارند، اما قابل انکار نیست که فضای مجازی عرصه ی جدیدی را برای بحث فراهم آورده است؛ یک نمونه ی بارز آن وبلاگ ها و صفحات شبکه های اجتماعی زنان است که در آن مطالبی را می نویسند و به موضوعاتی می پردازند که در فضای واقعی امکان گفت و گو در مورد آن وجود ندارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در این میان، عرصه ی سیاست نیز تحت تأثیر این ویژگی یا به تعبیری درست تر این توانایی فضای مجازی قرار گرفته است؛ به گونه ای که این فضا عرصه ای برای گفت و گو و جنگ وجدل های سیاسی، حزبی و... شده است و در زمان هایی که رخداد های مهم سیاسی مانند انتخابات رخ می دهد، جو آن تحت تأثیر قرار می گیرد.

امروزه شبکه های اجتماعی مجازی تنها ابزار های تکنولوژیک جدیدی نیستند که امکانات جالب توجهی را در اختیار کاربران اینترنتی قرار داده باشند. شبکه های اجتماعی را فراتر از گونه ای وبسایت می توان به عنوان رسانه هایی در نظر گرفت که در ساختار های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تغییراتی ایجاد کرده اند. چالش هایی که شبکه های اجتماعی در سال های اخیر با آن ها مواجه بوده اند، حوزه هایی فراتر از فضای مجازی را تحت تأثیر قرار داده است. شبکه های اجتماعی به عنوان یکی از گونه های رسانه های اجتماعی امکانات تعاملی قابل توجهی برای کاربران اینترنتی فراهم کرده اند و در افزایش مشارکت شهروندان در برخی فرآیندها مؤثر بوده اند. این شبکه ها همچنین عرصه ی ارتباطات سیاسی را نیز متحول کرده اند. رویدادهای سیاسی سال های اخیر از انتخاب باراک اوباما به ریاست جمهوری آمریکا گرفته است تا ناآرامی های پس از انتخابات جمهوری اسلامی ایران، همگی متأثر از فعالیت های کاربران شبکه های اجتماعی بودند.

با توجه به اینکه شبکه های اجتماعی فضایی را برای ارتباطات درون گروهی و برون گروهی و همچنین تعامل میان موافقان و مخالفان فراهم می آورند، ابزار مناسبی برای گفت و گو های سیاسی شناخته می شوند؛ به طوری که به نظر عده ای این کارکردها و قابلیت های شبکه های اجتماعی، می تواند یک «حوزه ی عمومی» جدید را خلق کند. میناوندچال، در پژوهشی با عنوان «بررسی قابلیت و عملکرد اینترنت به عنوان حوزه ی عمومی»

، با پرداخت تفصیلی به نظریات هابرماس پیرامون حوزه ی عمومی و بیان قابلیت های اینترنت، چنین نتیجه می گیرد که اینترنت، قابلیت و امکان ایفای سه کارکرد حوزه ی عمومی یعنی تأمین دسترسی همگانی، شکل دادن به افکار عمومی و انجام کنش های جمعی سیاسی را دارد. وی، با اشاره به قابلیت اینترنت، یادآور می شود که توانایی های فنی و ارتباطی اینترنت این امکان را می دهد که به عنوان ابزار گفت و گو، کارکردهای مفروض حوزه ی عمومی را تحقق بخشد؛ هر چند که در این بین، آماده بودن شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی شرط لازم تحقق چنین امری است.

قاعدتاً سیاستمداران همه ی رسانه ها را برای نظارت و کنترل به کار می گیرند تا بتوانند ایده هایشان را گسترش دهند. این استفاده ی رسانه ای در طول مبارزات انتخاباتی، که در آن کاندیداها سعی در متقاعدسازی مردم و جلب رأی آن ها دارند، بیشتر می شود. سالا (Sala) رسانه ها را بر طبق کاربرد آن ها در مبارزات انتخاباتی طبقه بندی می کند و میان آنچه «درون» و «بیرون» مبارزه رخ می دهد تمایز قائل می شود. این مسئله این واقعیت را برجسته می سازد که بسیاری از کنش های رقابتی و مبارزاتی انجام شده توسط کاندیداها در پس زمینه اتفاق می افتد:

- ابزارهایی که اجازه ی گفت و گو با رأی دهندگان را فراهم می کنند (ملاقات های خانه به خانه،

جلسات سخنرانی در خانه ها، جلسات سخنرانی با رأی دهندگان و رویدادهای عمومی)

- رسانه های سنتی (تبلیغات خیابانی، ابزارهای مبارزاتی چاپی، اطلاعیه های حزبی، تبلیغات در مطبوعات)

- رسانه های دیداری شنیداری (رادیو و تلویزیون)

- بازاریابی مستقیم (بازاریابی پستی و تلفنی)

- روابط عمومی ها

- فعالیت های نظرسنجی از رأی دهندگان

- رسانه های جدید

گروه آخر شامل اینترنت است که می تواند هم برای مبارزات درونی و هم بیرونی استفاده شود. اینترنت می تواند همه ی انواع طرح ها و ایده ها را پذیرا باشد و «یک ابزار مشارکتی فوق العاده» است که اغلب حزب های سیاسی آن را درک نمی کنند؛ به طوری که فقط آن را به عنوان یک برنامه و خط مشی رایج برای ارائه ی اطلاعات به کار می برند و به میزان خیلی کمی از آن، برای حفظ ارتباط متعامل هر روزه با شهروندان، استفاده می کنند.

به نظر می رسد همان طور که شیوه های جدید بازاریابی، روش تعامل شرکت ها با استفاده کنندگان را تغییر داده است و شرکت ها را مجبور کرده است که با مخاطبان خود گفت و گو کنند، زیرا در اغلب موارد آن ها هستند که سناریوی جدید را می سازند و آنچه را که رخ می دهد، مشخص می کنند. در عرصه ی سیاسی و اجتماعی نیز تعامل با مخاطبان، طرفداران و رأی دهندگان بسیار اهمیت یافته است؛ به گونه ای که «تعامل با مشارکت کنندگان نه فقط لازم بلکه واجب و ضروری است.»

استفاده از ابزارهای جدید، به ویژه آن هایی که برای گروه های جوان عادی است، واقعاً می تواند به سیاستمداران و دولت ها کمک کند تا به این گروه از افراد دسترسی داشته باشند. شبکه های اجتماعی، مبارزات انتخاباتی واقعی مجازی و وبلاگ ها ابزارهای ارتباطی کاملاً مناسبی برای دسترسی به مخاطبان خاص هستند و این چیزی است که سیاستمداران هنوز باور ندارند و اغلب آن ها در دوره های غیرانتخاباتی از این ابزارها استفاده می کنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

استفاده از تکنولوژی های جدید می تواند مخاطبانی را جذب کند که شاید علاقه ی چندانی به مبارزات انتخاباتی ندارند، مانند جوان ها و کم سن و سال ها، اما به دلیل استفاده از تکنولوژی ها جلب این موضوعات می شوند؛ چون جوانان ارزش و اهمیت بیشتری برای تکنولوژی قائل هستند، با کمک گرفتن از توانایی های فضای مجازی و بالاخص شبکه های اجتماعی، می توان مشارکت آن ها را در انتخابات به میزان زیادی بالا برد. شاید برای افراد مسن تر رسانه های اجتماعی ابزارهایی هستند که فقط باید یاد بگیرند، اما برای جوانان رسانه های اجتماعی بخشی از زندگی شان است مانند لباس پوشیدن.

شبکه های اجتماعی و سبک زندگی

مایکل درین جامعه شناس انگلیسی، شبکه های اجتماعی آنلاین را تأثیرگذارترین پدیده قرن می داند. این پدیده نوپا تا حدی در سطح جامعه رشد کرده که وقتی بیشتر مردم، اصطلاح اجتماعی (Social) را می شنوند، ناخودآگاه یاد شبکه های اجتماعی آنلاین می افتند. وبسایت های این شبکه ها از 20 وبسایت پربیننده در رتبه هفتم دنیا قرار دارند. برای بسیاری از کاربران، بخصوص نسل جدید - که به طور کامل از طریق شبکه ها با یکدیگر در ارتباط هستند - شبکه های اجتماعی نه فقط راهی برای برقراری تماس، بلکه یک روش زندگی است. شبکه های اجتماعی بیشتر از آن که متعلق به دنیای دیجیتال باشد، به جامعه انسانی تعلق دارد و استفاده از شبکه های اجتماعی، شیوه و سبک زندگی بسیاری از کاربران این شبکه ها را تغییر داده است. زیرا این شبکه ها صرفاً انتقال دهنده پیام نیستند؛ بلکه یک فضای جدید برای زیستن است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در خصوص شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی دو رویکرد وجود دارد: رویکرد اول، مطالعه تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی است و رویکرد دوم بررسی رابطه حضور در شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی است.

استفاده از واژه تأثیر از نظر علمی نیازمند داشتن گروه آزمایش و گروه کنترل است. به همین دلیل فرایند انجام کار، برای اثبات تأثیر فرایند خاصی است و پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. آنچه موضوع بحث است توصیفی است از رابطه میان شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی با هدف درک بهتر فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه سبک زندگی.

رسانه‌های اجتماعی محبوب‌ترین بخش‌های فضای مجازی برای استفاده عموم هستند. از کودکان و نوجوانان گرفته تا مادر بزرگ‌ها، مدارس، شرکت‌های دولتی، انجمن‌های خیریه، برندهای تجاری و ... سعی می‌کنند در رسانه‌های اجتماعی حضور پیدا کرده و ضمن تولید محتوا برای خود مخاطبان ثابتی دست و پا کنند. دلایل و نیازهای متنوع کاربران روز به روز بر رشد و دامنه گسترش رسانه‌های اجتماعی می‌افزاید. کاربران گوناگون در سطوح مختلف سنی، تحصیلی، فرهنگی و با جنسیت، نژاد و زبان‌های متفاوت بر حسب علائق، اهداف، دلایل و نیازهای خود، طیف وسیعی از محتوا را تولید و یا بازنشر می‌کنند. در نتیجه استفاده و وابستگی به رسانه‌های اجتماعی رشدی روز افزون داشته و در زندگی کاربر جایگاه مشخصی پیدا خواهد کرد و پس از مدتی جزئی از سبک زندگی فردی و جمعی افراد جامعه خواهد شد.

شبکه‌های اجتماعی بر حسب هدف و موضوع فعالیت راه‌اندازی می‌شوند، و امکانات متنوعی علاوه بر امکانات عمومی مانند اضافه کردن دوستان، به اشتراک‌گذاری متن، تصویر و فایل‌های چندرسانه‌ای و سیستم ارسال پیام در اختیار کاربران قرار می‌دهند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

امکانات و ویژگی‌هایی نظیر خبرخوان، بازی‌های آنلاین، تماشای فیلم، ارتباط با سایر رسانه‌ها، ارتباط با دستگاه‌های قابل حمل نظیر موبایل و تبلت و نظایر اینها، کاربران این شبکه‌ها را از مراجعه به چندین سایت باز داشته و احتیاجات و نیازمندی‌های اطلاعاتی، ارتباطی و تفریحی مختلف آنها را پوشش می‌دهد. نتیجه آنکه گرایش به شبکه‌های اجتماعی با توجه به دامنه و تنوع فعالیت‌ها افزایش یافته و به صورت ناخودآگاه در سبک زندگی کاربران تأثیر می‌گذارد.

شبکه‌های اجتماعی تغییرات بنیادین در سبک زندگی و فرهنگ جوامع مختلف ایجاد می‌کنند. این شبکه‌های می‌توانند بر ادبیات افراد جامعه تأثیر بگذارند، پوشش آنها و همچنین روابط با جنس مخالف را دگرگون کنند.

کاربران شبکه‌های اجتماعی از این شبکه‌ها برای بیان رویدادهای زندگی خود، خاطرات، موقعیت اجتماعی و مانند اینها استفاده می‌کنند و یا از طریق به اشتراک گذاشتن افکار و عقایدشان با دیگران به گفتگو می‌پردازند و بدین ترتیب احساسات گوناگون خود را به گونه‌ای تخلیه می‌کنند.

میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی ارتباط مستقیمی وجود دارد. در یک پژوهش مشخص شده است که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و تغییر سبک زندگی رابطه مستقیمی وجود دارد. به عنوان مثال جایگاه فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی رابطه مستقیمی با انجام ندادن تکالیف درسی، کاهش مطالعه، افزایش حضور در فضای مجازی و عدم ارتباط با افراد خانواده دارد. همچنین، نتایج این پژوهش نشان داد، سبک زندگی مجازی و عضویت در شبکه‌های اجتماعی بر نحوه آرایش پروفایل، نحوه انتشار تصاویر و سبک بیان افراد تأثیر دارد.

شبکه های اجتماعی تأثیرات دیگری از جمله تغییر سبک ازدواج، از بین رفتن قبح ارتباط با جنس مخالف، دوستی ها و رواج ازدواج اینترنتی دارند تا جایی که درصد قابل توجهی از افراد اذعان کردند که به دنبال یافتن شریکی از جنس مخالف در فضای مجازی هستند.

همچنین، در خصوص انگیزه مردان برای عضویت در شبکه های اجتماعی سرگرمی، مشارکت در بحث های گروهی، ابراز عقیده، آشنایی با دوستان جدید، برقراری ارتباط با جنس مخالف و دعوت دیگران برای عضویت، بالاترین فراوانی را داشت. در مورد زنان نیز سرگرمی، کسب درآمد، طرح مباحث شغلی و حرفه ای، مشارکت در بحث های گروهی، ابراز عقیده، کسب اطلاعات و دانش در مورد موضوعات مختلف و کسب اخبار جدید مطرح شده است.

لذا شبکه های اجتماعی و ابزارهای ارتباطی مانند سایر دستاوردهای فناوری، دارای فواید بی شماری در زمینه های گوناگون، از جمله، در ارتقای آموزش، پژوهش و اطلاع رسانی است، ولی در عین حال، آسیب ها و مشکلات متعددی را نیز به همراه دارد. پس در این باره نیز باید همانند سایر محصولات تمدن جدید، از همان قاعده کلی پیروی کنیم و به جای نفی و منع، تلاش خود را بر استفاده عاقلانه و آسیب شناسانه از این دستاورد ارزشمند متمرکز سازیم.

یعنی با فرهنگ سازی و ترویج کاربردهای مثبت و آگاه سازی و هشدار نسبت به کاربردهای منفی این شبکه ها، فرصت های آن را افزایش داده و تهدیدهای آن را کاهش دهیم. همان کاری که باید در مواجهه با سینما، رادیو، تلویزیون، ویدئو، تلفن، اتومبیل، ماهواره و سایر محصولات تمدن غرب از ابتدا انجام می شد و سرسخت ترین مخالفان این ابزارها نیز نهایتاً به آن، روی آوردند

مدیریت شبکه های اجتماعی

دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی اینترنتی شامل بسیاری از قطعات متفاوت است که با یکدیگر کار می کنند تا منافع کاربر را تامین کرده و منجر به فروش شوند.

با این حال دانستن آن که از کدام یک از تاکتیک های بازاریابی آنلاین استفاده کنید و اینکه هر یک چگونه می توانند به کسب و کار شما کمک کنند، بسیار مهم خواهد بود.

مدیریت شبکه های اجتماعی و استفاده از شبکه های مجازی موضوعی بسیار داغ و پرکاربرد است که برای بسیاری از مدیران و صاحبین مشاغل نقش کلیدی در بازاریابی آنلاین را ایفا میکند. شما احتمالاً با شبکه های مجازی مانند اینستاگرام یا توییتر آشنا هستید؛ اما آیا میدانید کدام روش استفاده از این کانال ها برای رشد کسب و کار شما مناسب خواهد بود؟ شناسایی راه های مناسب برای مدیریت شبکه های اجتماعی نقش مهمی در استفاده از شبکه های مجازی برای دستیابی به اهداف بازاریابی آنلاین و افزایش فروش خواهد داشت.

مدیریت شبکه های اجتماعی چیست؟

مدیریت رسانه های اجتماعی فرآیند مدیریت تعاملات آنلاین و محتوای منتشر شده در شبکه های مجازی مانند فیسبوک، تلگرام، اینستاگرام، توییتر، لینکدین، یوتیوب و غیره است. مدیریت رسانه های اجتماعی فراتر از ارسال پست و به روز رسانی صفحات اجتماعی شرکت شما است. این کار شامل درگیر شدن با مخاطبان شما و جستجوی فرصت های جدید برای افزایش فروش و همکاری است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

انتخاب بهترین پلتفرم

قبل از اینکه بتوانید یک برنامه بازاریابی آنلاین مناسب بازی برای مدیریت شبکه های اجتماعی داشته باشید، باید در نظر بگیرید که بهترین سیستم عامل های رسانه ای برای کسب و کار شما چیست. شبکه اجتماعی مناسب را با توجه به تعداد کاربران فعال و نوع فعالیت آنها مشخص کنید.

ایجاد استراتژی رسانه های اجتماعی

توسعه استراتژی رسانه های اجتماعی بخش مهمی برای رسیدن به اهداف بازاریابی شماست. بعد از اینکه تصمیم گرفتید کدام یک از شبکه های مجازی مناسب شماست، باید مشخص کنید که چگونه تولید محتوا کنیم؟ همچنین، هزینه تولید محتوا، دفعاتی که قصد دارید پست ارسال کنید و نوع محتوایی را که ارسال می کنید را در نظر بگیرید.

پاسخ به طرفداران و پیروان

پاسخ دادن به طرفداران و پیروان (Followers) در شبکه های مجازی بخش مهمی از مدیریت رسانه های اجتماعی است. مخاطبین از این طریق با شما ارتباط برقرار میکنند و میتوانند بستر مناسبی برای جذب مشتریان بالقوه را ایجاد کنید.

نظریه شش درجه جدایی

(six degrees of separation)

شبکه های اجتماعی مجازی با فقدان مباحث نظری مواجه است.

مباحثی که ساختار این شبکه ها را پدید و آینده آنها را برای محققان هموار می کند.

نزدیک ترین یا به جرات پایه ای ترین نظریه به شبکه های اجتماعی؛ نظریه شش درجه جدایی (Six Degrees of Separation) است.

نظریه که می گوید هر دو انسان ساکن بر روی کره زمین، به طور میانگین در یک رابطه با ۶ واسطه یا کمتر به هم مربوط می شوند، یعنی حداکثر توسط پنج واسطه به یکدیگر متصل می گردند.

مفهوم "شش درجه جدائی" این نیست که الزاما هر دو نفر حتما با ۵ یا ۶ واسطه به یکدیگر مرتبط می شوند بلکه این نظریه می گوید، افراد بطور متوسط با ۵ واسطه به یکدیگر مربوط می گردند ضمن اینکه گروهی کوچک از انسانها هستند که همچون لینکی تمام آدمها را که در شبکه های مختلف قرار دارند بهم وصل می کنند.

اولین بار حدود هشتاد سال پیش، یک نویسنده مجارستانی (کارینتی) نظریه شش درجه جدایی را مطرح نمود که مورد توجه چندانی قرار نگرفت.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

بعدها که ریاضیدانان و جامعه شناسان روی آن کار کردند پیشرفت هایی صورت گرفت و نهایتا یک جامعه شناس آمریکایی، استنلی میلگرام، سعی کرد با ارائه نظریه «دنیای کوچک» همان مفهوم را برساند

در آزمایشی که برای آزمون نظریه استنلی میلگرام طراحی شد، که این آزمایش به عنوان یکی از اولین تلاشها در پایه گذاری تحلیل شبکه اجتماعی در کتاب تحول تحلیل شبکه اجتماعی طرح شده است، برای آزمایش اینکه میان هر فرد در جهان تا فردی خاص در نقطه ای دیگر از جهان چند حلقه ی ارتباطی وجود دارد نامه ای به سه فرد در ایالات متحده آمریکا داده شد و از آنها خواسته شد که این نامه را به یک نفر خاص در ایالت ماساچوست (که او را نمی شناسند) برسانند. یکی از این افراد یک لوله کش، دیگری یک راننده اتوبوس و سومی یک مربی رقص باله بود، و طریقه اجرا بدین صورت بود که از آنها خواسته شد پیغام را به چند نفر از دوستان خود که احتمال بیشتری می دهند که فرد مورد نظر را بشناسند، بفرستند و از آنها هم بخواهند که همین کار را تکرار کنند.

از میان این سه نامه دو تای آنها به مقصد و فرد مورد نظر رسید که هر کدام از آنها با ۵ حلقه ی ارتباطی از فرد مبدا به فرد مقصد منتقل شد و نتیجه ی این آزمایش که در موارد دیگری در نقاط دیگر دنیا نیز طی آزمایشهای بعدی مورد آزمون قرار گرفت، طرح نظریه ی دنیای کوچک (Small World) و شش درجه ی جدایی بود.

نتیجه ی آزمایش این دو نظریه این بود که حلقه های بسیار کوتاه و کم تعدادی از آشنایی قابل شناسایی است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

و دیگر اینکه افراد قادر هستند این حلقه های کوتاه را فقط با استفاده از اطلاعات محلی و با بهره گیری از ارتباطات خود در محدوده ی زندگی خودشان پیدا کنند.

جامعه فرا صنعتی:

دانیل بل (جامعه شناس) آمریکایی بود و در سال ۱۹۱۹ به دنیا آمد و در سن ۹۱ سالگی فوت کرد. نظریه جامعه فراصنعتی را جایگزین نظریه جامعه اطلاعاتی می کند یعنی به جای عنوان جامعه اطلاعاتی جامعه فراصنعتی را به کار برد، می گوید ما در حال ورود به سیستم و جریان نو می شویم، که اطلاعات هم از لحاظ کمی (فزونی) هم از لحاظ کیفی (محتوا) اطلاعات در حال

تغییر است

در همه زمینه های پزشکی، زیست شناسی، تکنولوژی های جدید، زمین شناسی... اطلاعات در مقدار و نوع در حال تغییر هستند.

ویژگی های جامعه فراصنعتی

(۱) بحث اصلی جامعه صنعتی: کار پدی در کارخانه است اما در جامعه فراصنعتی حرف اول را اطلاعات و دانش می زند.

(۲) در جامعه صنعتی، قدرت بیشتر در دست دارایی و تولید کننده، سرمایه دار و کارخانه دار است. اما در جامعه فراصنعتی قدرت دست دانش و تخصص جامعه اطلاعاتی است.

(۳) جدایی فرهنگ، سیاست، اجتماع در جوامع فراصنعتی است (و دارای ۳ بخش است) اما در صنعتی بحث اندام وارگی وجود دارد (سیاست، اجتماع، اقتصاد، فرهنگ چهار بعد داشته است و

به هم مرتبط هستند)

از جامعه ی توده ای به جامعه ی شبکه ای

ویژگیهای جامعه ی توده ای

جامعه ی توده ای یک صورت بندی اجتماعی با زیرساخت هایی از گروه ها، سازمان ها و

اجتماعات است که شیوه ی اصلی سازماندهی در تمام سطوح را شکل می دهند.

مؤلفه های اصلی این صورت بندی تمام انواع جمع های به نسبت بزرگ می باشد.

جامعه توده ای با گسترش مقیاس مشخص می شود.

شرکت ها، حکومت ها و دیگر سازمان ها بزرگتر و بزرگتر می شوند و به بروکراسی ها تبدیل

میشوند.

آن ها در سطح ملت ها و دنیا پراکنده می شوند تا یک شبکه ی جهانی از امپراتوری های قرن

نوزدهمی و شرکت های چندملیتی را پدید آورند.

محدوده ی جامعه ی توده ای به صورت محلی باقی می ماند: سازمان هایی که مؤلفه های اصلی

آن ها در پیوند با مکان های خاصی است و ارتباطات همچنان محلی باقی می ماند.

جامعه توده ای از تجمع و اتصال مکان های تقریباً همگن جدا و محلی به وجود می آید.

مؤلفه ها و واحدهای جامعه ی توده ای با حضور فیزیکی اعضایش مشخص می شود. این به معنی

حداکثر اتصال در درون و اتصال به نسبت ضعیف با بیرون است

نظریه جامعه شبکه ای

جامعه شبکه ای مانوئل کاستلز

MANUELCASTELLS NETWORK SOCIETY

مانوئل کاستلز ؛ شبکه را مجموعه ای از نقاط اتصال یا گره های به هم پیوسته تعریف می کند. به عبارتی شبکه، مجموعه ای از اتصالات میان اجزاء یک واحد است. این اجزای شبکه ها، روابط درون و بین سطوح یا واحدهای واقعیت اجتماعی را سازمان می دهند. هر رویکرد شبکه ای در قیاس با واحدهایی که به هم متصل شده اند، بر اهمیت روابط تأکید می کند.

از نظر کاستلز، شبکه ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می دهند، و گسترش منطق شبکه ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می کند.

پارادایم نوین تکنولوژی اطلاعات، بنیان مادی گسترش فراگیر آن را در سرتاسر ساختار اجتماعی فراهم می آورد.

ویژگی جامعه ای که به این ترتیب می توان آن را به درستی جامعه ی شبکه ای نامید، برتری ریخت اجتماعی برکنش اجتماعی است.

کاستلز معتقد است شبکه ها ساختارهایی باز هستند که می توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند تا زمانی که این نقاط، توانایی ارتباط در شبکه را داشته باشند

ویژگی های جامعه ی شبکه ای

1 - اقتصاد اطلاعاتی:

که در آن بهره وری و رقابت میان شرکتها و بنگاه های تجاری، مناطق حوزه های اقتصادی و کشورها، بیش از هر زمان دیگری به معرفت و دانش، اطلاعات، تکنولوژی لازم برای پردازش این

اطلاعات، از جمله تکنولوژی مدیریت و مدیریت تکنولوژی، متکی شده است.

2- فعالیت های اقتصادی شبکه ای:

این فعالیت ها نوع تازه ای از سازمان و تشکیلات است که مشخصه فعالیت اقتصادی جهانی به شمار میآید. این شبکه یا متشکل است از بخشهایی از شرکتها و موسسات و بنگاههای مختلف و یا از رهگذر تقسیمات درونی در یک بنگاه بزرگ پدید می آید.

3- تحول در نحوه انجام کار و ساختار اشتغال :

روابط کاری در گذشته در ساختارهای گسترده صنعتی یا اداری میان کارگر و کارفرمای رئیس و مرئوس برقرار بود اکنون جای خود را به روابط به مراتب انعطاف پذیرتر در محدوده های با حجم کوچکتر از حیث شمار افراد تحت اشتغال داده است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

هنری فورد: آمریکایی

هنری فورد 1863 تا 1947 زندگی کرد.

کارخانه خودروسازی ایجاد کرد با هدف تولید انبوه و قیمت ارزان. وقتی کارخانه تولید بالا دارد پس ناخودآگاه کارگران زیاد دارد. کارگر زیاد بود. البته دستمزدها هم خوب بود و به نیروی انسانی نیز توجه می کرد. یعنی هم به قیمت خودرو توجه داشت تا هر مشتری بتواند آنرا بخرد و هم توجه به کارگر را داشت. این دوره بهترین دوره بود که کارگران می توانستند خوب خرید کنند و زندگی به نسبت خوب و مرفه داشتند.

قرن 20 به دوره فوردیسم معروف شد. و از طرفی دیگر در سایر صنایع غیر از خودروسازی نیز اشاعه پیدا کرد و وارد سایر بحثهای تجاری نیز شد.

ویژگی های این دوره: تولید انبوه سبب مصرف انبوه خواهد شد.

خصوصی سازی مطلق نبود و دولت دخالت می کرد و هماهنگی بین صنایع ایجاد می کرد و... این داستان در قرن 20 بود و با آغاز قرن 21، وارد عصر جهانی شدن، شدیم و باعث شد از فوردیسم به پست فوردیسم (عصر اطلاعات) شویم و این قرن همراه بود با نابودی فورد و ایجاد پست فوردیسم

جهانی شدن:

وقتی جهانی سازی شروع شد (با نظریه مک لوهان) اتفاقی که افتاد آن بود که همان مردم فورديسم به یکباره وارد عصر اطلاعات شدند. یعنی آن تکنولوژی و فن آوری جدید در فورديسم سبب شد که نیروی کارگر به دلیل عدم وجود اطلاعات از کارخانجات کم کم بیرون رانده شدند و نیاز به آموزش داشتند و در حد توانشان نیز نبود که با فن آوری رقابت کنند پس صنعت به نیروی انسانی توجه نداشت و اکثریت کارخانجات با فن آوری کار می کردند پس نیازی به نیروی انسانی اصلاً حس نمی شد و سبب بیکاری کارگران شد.

اکنون همه محصولات از همه بازارهای دنیا تامین می شود یعنی همه بازارهای دنیا به هم کانکت شدند. اکنون هر محصولی از هر جای دنیا تامین می شود. شرکتهای چند ملیتی تشکیل شدند. در هر کشوری خود ایجاد کارخانه می کنند تا از نیروی کار ارزان هر کشور استفاده کنند در شرکت های چند ملیتی یک سری نقاط قوت و یک سری نقاط ضعف وجود دارد.

محدودیت های قانونی هر کشور در برابر شرکت های چند ملیتی معمولاً مشکل ساز خواهند بود که جزو ضعف شرکتهای چند ملیتی است. شرکت چند ملیتی در کشورهای مختلف بازاری می کند تا بنا به قانون و فرهنگ و مقررات هر کشور مسائل خود را و بازار خود را تعیین کند.

کارخانه ها در پروسه جهانی شدن و روند تکنولوژی نیروی کارشان کم شدند به 2 مورد اصلی

می رسیم

۱) تولید انبوه (سری دوزی همه مانند هم بود در دوره فورديسم اما در پست فورديسم مشتری

مدار شد یعنی به سلیق مشتری شد و مشتری می تواند سفارشات خود را طبق نظر خود برای

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

تولید آن محصول انجام دهد). پس در پست مدرنیسم توجه به مشتری مداری و تولید محصولات خاص شد

2) انعطاف پذیری در زمینه کارگر:

1) استخدام به صورت رسمی نیست قراردادی براساس تخصص افراد در یک پروژه خاص و مدت دار استخدام می کنند و نیز بر اساس پروژه و موضوع و کار انجام شده حقوق شخص دریافت می شود.

2) حقوق نیز ثابت نیست یعنی براساس کار و فعالیت نیروی انسانی به او حقوق می دهند و کارگر نیاز به داشتن

3) به چند مهارت و علم آشنا باشد مثلا هم حسابداری بدانند هم کامپیوتر هم زبان ... چون هر پروژه که کار می کند نیاز به تخصص خاص خود را دارد پس نیروی انسانی باید چند مهارت را همزمان بلد باشد.

دوره فورد مردم نیاز به اطلاعات زیادی نداشتند اما در پست فوردیسم و عصر کنونی کارگران به دو دسته تقسیم شدند.

1) یکسری اطلاعات علمی و مورد نیاز را فرا گرفتند و استفاده می کنند. وکلا، قاضی، پرستاران، بانکداران (داراهای اطلاعات): طبقه اطلاعاتی

2) گروهی فرا نگرفتند و استفاده نمی کنند. کارمندان با مقام پائین، کارگر نظافتچی، شهرداری، گارسون ها (بدون مدارج و مدارک علمی) کارگران خدمتی (ندارهای اطلاعات) طبقه کارگری

گروه اول از لحاظ مالی غنی و گروه دوم فقیر هستند

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

*4 ظهور قطب های متقابل:

فرایند جهانی شدن و شبکه ای شدن فعالیت های اقتصادی موجب قوت بخشیدن به تلاش های فردی و تضعیف نهادهای اجتماعی نظیر اتحادیه های کارگری و یا دولت رفاه می شود

*5 فرهنگ واقعیت مجازی:

فرهنگ عصر اطلاعات در چارچوب انتقال نمادها به وسیله واسطه های الکترونیک شکل می گیرد این واسطه های متنوع با مخاطبان گوناگونی سرو کار دارند و مجموعه هایی غنی از حیث محتوای نمادین و در قالب متون الکترونیک در اختیارشان قرار می دهند.

*6 • سیاست بر بال رسانه:

در فضای مسلط فرهنگ متکی به واقعیت مجازی، بازیگران سیاسی به منظور بقا و حضور در صحنه و تاثیر گذاری بر روند تحولات ناگزیرند از رسانه های حامل نماد های الکترونیک، و بخصوص تلویزیون به صورت تمام عیار بهره برداری می کنند.

*7 • زمان بی زمان و فضای جریان ها:

در جامعه شبکه ای مفاهیم زمان و مکان معانی تازه ای پیدا کرده اند که با معانی سنتی آن در جوامع قبل از مدرن و یا حتی صنعتی تفاوت دارد.

انتقال آنی اطلاعات، داده ها و سرمایه ها و امکان ارتباط همزمان افراد در نقاط مختلف عملاً فواصل زمانی را از میان برداشته است و نظم طبیعی دوران قدیم یا چارچوب های مکانیکی جهان صنعتی را به کلی دگرگون ساخته است

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

ویژگی های جوامع اطلاعاتی

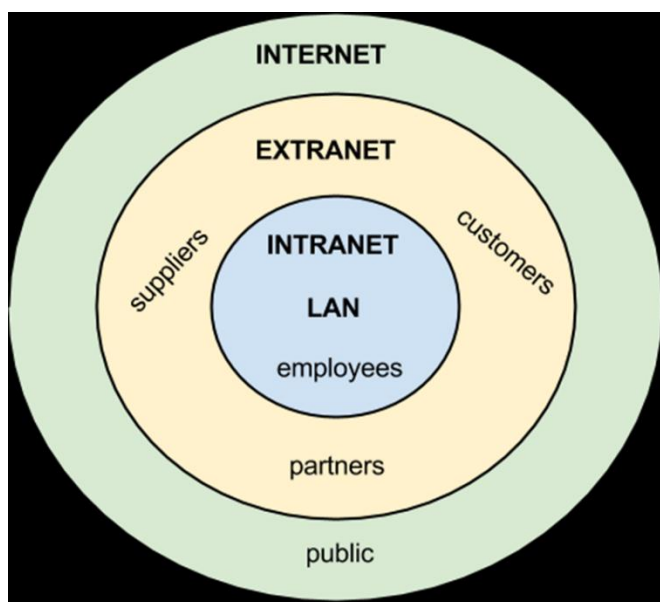
- 1 (حذف مشاغل کشاورزی.
- 2 (کاهش دائمی مشاغل تولیدی سنتی.
- 3 (افزایش خدمات تولیدی و خدمات اجتماعی به همراه تاکید بر خدمات تجاری در گروه نخست و خدمات بهداشتی در گروه دوم.
- 4 (تنوع روز افزون فعالیت های خدماتی به عنوان منابع اشتغال.
- 5 (افزایش سریع مشاغل مدیریتی، تخصصی و فنی.
- 6 (تشکیل گروهی از کارگران یقه سفید که از کارگران بخش فروش و دفتری تشکیل شده اند.
- 7 (ثبات نسبی سهم قابل توجهی از اشتغال در بخش خرده فروشی.
- 8 (افزایش همزمان سطوح بالا و پایین ساختار شغلی.
- 9 (ارتقای نسبی ساختار شغلی در طول زمان، با سهم فزاینده ی مشاغلی که نیازمند مهارت های بیشتر و تحصیلات پیشرفته هستند.

نقش های مخاطبان در فضای مجازی چیست؟

۱- جستجوگر

۲- مشورت خواه

۳- پرسه زن



تفاوت اینترنت ، اینترانت و اکسترانت در چیست؟

اینترنت :

اینترنت، شبکه ای است که به وسیله دستگاه اتصال به شبکه، برای همه قابل دسترسی است. یک شبکه بزرگ برای به اشتراک گذاری اطلاعات به صورت عمومی، و در قالب صفحات وب به هم پیوسته است.

در حقیقت اینترنت، شبکه سراسر جهان است که به عنوان وب گسترده جهانی شناخته می شود.

اکسترانت :

اکسترانت هم شبیه اینترانت است، با این تفاوت که از طریق پرتال وب قابل دسترسی است. اکسترانت، برای کسی که نام کاربری و رمز عبور را دارد، میتواند از هر جایی قابل دسترسی باشد. هدف از طراحی این نوع شبکه، به اشتراک گذاری اطلاعات و فایل ها در داخل یک گروه، که اعضای آن در یک مکان متمرکز نیستند، می باشد.

اینترانت :

شبکه اینترانت برای گروه کوچکی طراحی شده و قابل دسترسی است. اینترانت بیشتر در سازمان ها و بیزینس ها و برای به اشتراک گذاری فایل ها و منابع از سرورها و کامپیوترهای داخل یک مجموعه مورد استفاده قرار می گیرد. اینترانت ممکن است به اینترنت دسترسی بدهد یا ندهد هدف از طراحی اینترانت این بوده است که اعضای یک گروه در یک مکان، بتوانند به راحتی با همدیگر فایل به اشتراک بگذارند، و اغلب آن را اینترنت خصوصی یا شخصی می نامند.

مولتی مدیا چیست؟

مالتی مدیا، مجموعه ای از رسانه و متنی می باشد که از ترکیبی از مطالب در فرمهای مختلف استفاده میکند.

مالتی مدیا می تواند بعنوان یک اسم (رسانه به همراه چندین شکل مختلف از مطالب) یا یک صفت که توصیف کننده محیطی می باشد که دارای چندین شکل مختلف از مطالب است بکار گرفته شود.

عبارت مالتی مدیا یا چند رسانه ای، برای بزرگ جلوه دادن تفاوت میان این رسانه و رسانه هایی که از تنها یک صفحه نمایش کامپیوتری نظیر متون تایپ شده، یا فرمهای سنتی آن نظیر پرینتر یا متون با دست نوشته شده، استفاده می کنند بکار می رود. مالتی مدیا شامل ترکیبی از متن، صدا، تصاویر ایستا، انیمیشن، ویدئو یا فرمهای متنی قابل تعامل با کاربر می باشد.

مالتی مدیا معمولا با وسایلی نظیر دستگاههای پردازش محتوایی الکترونیکی و کامپیوتری ذخیره، پخش یا نمایش داده می شوند ولی آنها همچنین می توانند بخشی از عملیات زنده از

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

یک صحنه باشند. مالتی مدیا (بعنوان صفت) همچنین وسایل رسانه ای الکترونیکی را توصیف می کنند که برای دخیره سازی محتویات مالتی مدیا مورد استفاده قرار می گیرند. تفاوت اصلی مالتی مدیا با رسانه های ترکیبی، در هنری بودن آنها می باشد، بعنوان مثال مالتی مدیا می تواند شامل صدا باشد و همچنین آنها حیطه وسیع تری را به خود اختصاص داده اند . عبارت " رسانه غنی " مترادف با مالتی مدیا تعاملی است . همچنین هایپرمدیا می تواند نوع خاصی از برنامه های مالتی مدیا قلمداد شود.

انواع مالتی مدیا

1- مالتی مدیای آموزشی:

در این نوع مالتی مدیا از تمام عناصر (صوت، تصویر، انیمشن، فیلم و...) برای انتقال مفاهیم و آموزش به مخاطبان به شیوه ای جذاب و تعاملی استفاده می شود. در این مالتی مدیا شما می توانید در محیطی جذاب و متنوع به آموزش مطالب مورد نظر خود بپردازید

2- مالتی مدیای تبلیغاتی:

امروزه بهترین و تاثیر گذار ترین روش برای تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات خود به دیگران بهره گیری از مالتی مدیای تبلیغاتی است که شما در آن می توانید با استفاده از صوت، فیلم، انیمیشن و ... به معرفی محصول و خدمات خود بپردازید. مالتی مدیاهای تبلیغاتی از هر کاتالوگ و بروشور تبلیغاتی جذاب تر میباشد و تاثیر بیشتری روی مخاطب میگذارد.

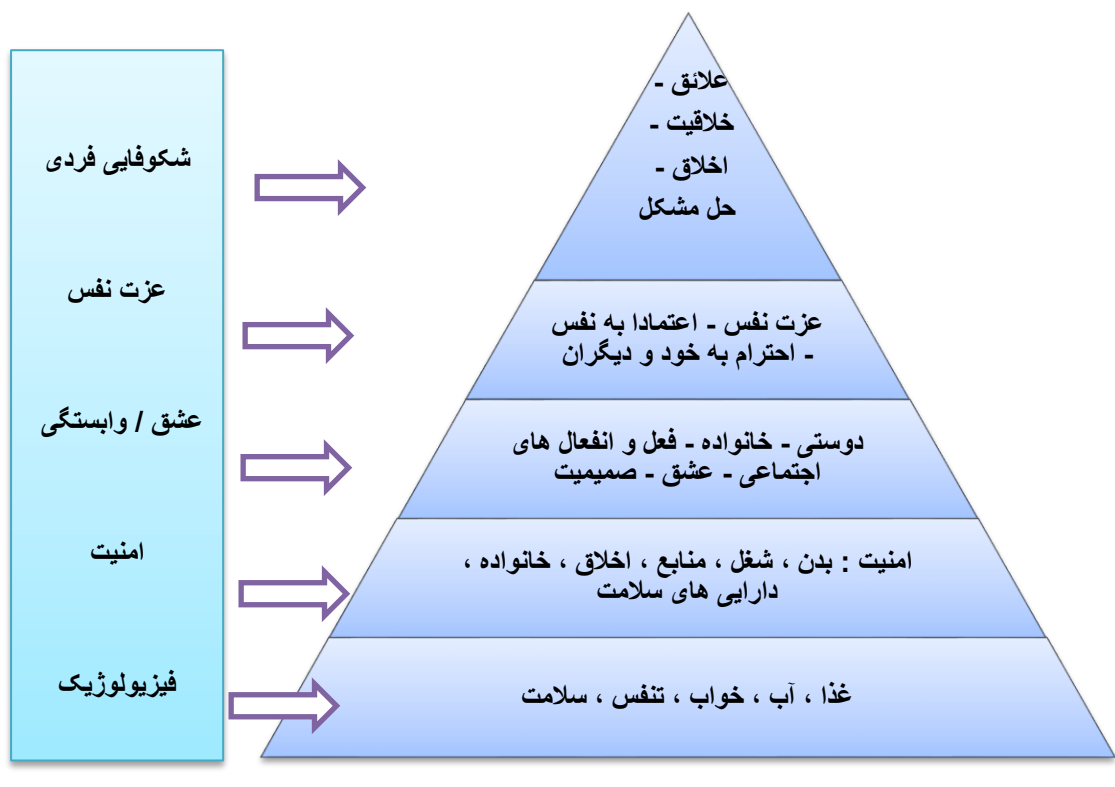
شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

از نمونه مالتی مدیای تبلیغاتی ساخته شده توسط شرکت بهپردازان ، نمونه مالتی مدیای تبلیغاتی گروه آپادانا دارو است که برای رقابت بین رقبای تجاری خود نوین ترین روش را مد نظر خود قراردادده است.

3-مالتی مدیای کاربردی:

نرم افزارهای کاربردی از قبیل پخش کننده های صوتی و تصویری، برای ساخت خود دارای تعریف های استاندارد هستند.

آبراهام مازلو «نظریه انگیزه های انسانی»



«هرم مازلو» در رسانه های اجتماعی

آبراهام مازلونظریه خود را با عنوان « نظریه انگیزه های انسانی » در سال 1943 ارائه کرد. او افرادی موفق و با استعداد را مورد مطالعه قرار داد که در میان آن ها مشاهیر علمی و سیاسی و دانشجویان برجسته دانشگاه ها، حضور داشتند؛ چراکه او اعتقاد داشت مطالعه افراد ناتوان و ناموفق در آن زمان، به یک نظریه روان شناسی ناتوان نیز منتهی میشود

مازلو سرانجام، نیازهای اساسی انسان را در یک هرم پنج طبقه ای جای داده است.

طبقات پایین تر هرم، نیازهای حیاتی تر و ساده تر و طبقات بالاتر نیازهای پیچیده تر ولی کمتر حیاتی را نشان میدهند.

نیازهای بالاتر فقط وقتی مورد توجه فرد قرار می گیرند که نیازهای پایین تر برطرف شده باشند.

ساختار اصلی این طبقات به گونه ای است که هرگاه فردی به طبقه بالاتر حرکت کرد، نیازهای طبقه پایین تر چندان مورد توجه اصلی او نخواهد بود.

همچنین، اگر به صورت موردی به یک نیاز در طبقه های پایین تر احتیاج پیدا کند، به صورت موقتی اولویت آن نیاز را بالا می برد ولی با این حال، به طور دائمی هرگز به طبقه پایین تر باز نمی گردد.

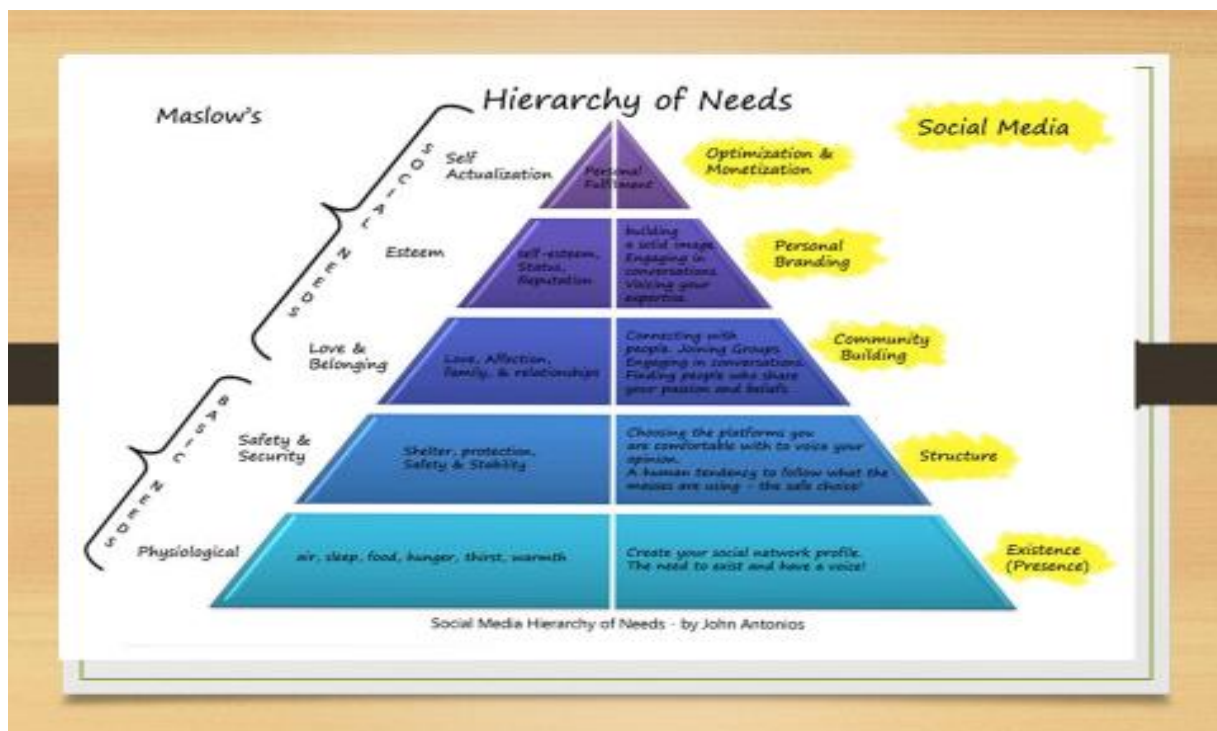
به عنوان مثال یک شخص موفق از لحاظ تجاری که کارش را نیز دوست دارد در صورتی که مبتلا به سرطان شود (یعنی مجبور شود نیاز طبقه پایین را که بر خورداری از سلامتی است، باز یابد)، با وجود اینکه ممکن است وقت و انرژی زیادی را برای بهبود یافتن صرف کند، اما با این حال همچنان به کار و موقعیت اش به عنوان یک فرد موفق خواهد بالید و احتمالاً در صورت توان به فعالیت حرفه ای خود نیز، باز خواهد گشت.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

جان آنتونیو و سلسله مراتب انگیزه های مازلو در رسانه های اجتماعی

حال، با ظهور رسانه های اجتماعی در سال های اخیر، برخی همان سلسله نیازها و انگیزه های انسانی را به شیوه ای نو، برای کاربران رسانه های اجتماعی مترتب دانسته اند.

جان آنتونیو، استاد بازاریابی و کسب و کار با اقتباس از نظریه انگیزه های انسانی مازلو، و پیوند آن با مفاهیم مترتب بر رسانه های اجتماعی، شمایی کلی از تحول این نیازها را پس از 70 سال، به تصویر کشیده است. او با مقایسه سلسله مراتب انگیزه های انسانی، دیدگاه خود را در انطباق با آرای مازلو در رسانه های اجتماعی مطرح میسازد.



5* شکوفایی فردی	بهینه سازی
4* عزت نفس/احترام	برندسازی شخصی (تولید کانال شخصی)
3* ارتباطات اجتماعی (اجتماعی شدن)	ساختن اجتماع (ارتباط اجتماعی)
2* امنیت	انتخاب ساختار (فرمت - بستر)
1* زیستی	اعلام حضور
هرم آبراهام مازلو	هرم جان آنتونیو

همانطور که مشاهده می شود، وقتی به سلسله مراتب انگیزه های انسان / کاربر در رسانه های اجتماعی مینگریم این پنج طبقه به ترتیب زیر، از قاعده تا رأس هرم، دیده میشوند:

1- اعلام حضور: *زیستی*

نیاز اساسی کاربر در وهله اول به اعلام حضور او در هریک از رسانه های اجتماعی معطوف میشود.

به همین خاطر، در گام نخست با ساختن پروفایل، پیش نیازهای کاربر برای خود تولیدی در محتوا، خودگردانی در پخش، و خودگزینی در دریافت، محقق می گردد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

2- انتخاب ساختار * : امنیت *

در مرحله بعد موضوع **انتخاب بستر** یا پلتفرم ایده آل برای ساختار بخشی به این گروه از رسانه هاست.

انواع شبکه های اجتماعی مجازی (از نظر کاجیا و همکارانش از مرکز مطالعات تکنولوژی اروپا) :

(۱) شبکه های اجتماعی پروفایل محور

(۲) شبکه های اجتماعی محتوا محور

(۳) شبکه های اجتماعی چند کاربر

(۴) شبکه های اجتماعی همراه

(۵) شبکه های اجتماعی موضوعی

(۶) شبکه های اجتماعی میکرو وبلاگ ها

3- ساختن اجتماع (یا به بیان بهتر : ساختن جامعه شبکه ای دلخواه) : *ارتباطات اجتماعی*

گام سوم، از طریق **متصل شدن به سایر کاربران**، گروه های بحث، سوژه های مورد علاقه، و تأیید باورها و ایده هایی حاصل میشود که هر کاربر به عنوان وجه اشتراک خود با سایر افراد / کاربران حاضر در آن رسانه، بر آن صحنه می گذارد.

4- برندسازی شخصی : *عزت نفس/احترام*

برندسازی در واقع، فرایند معنا بخشیدن به یک نام است.

آنتونیو، در سطح چهارم این هرّم، آن را ساختن انگاره ای رسانه ای که حاصل تصویری منحصر به فرد از تدقیق شدن در یک گفتمان خاص موضوعی یا محتوایی بر می شمارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در حقیقت « برندسازی شخصی » فرایندی است که توسط آن، افراد و تخصص شان مثل برندهای تجاری علامت گذاری میشوند.

در حالی که تکنیک های قدیمی مدیریت خودیاری (نظیر آنچه مازلو می پنداشت)، درباره خودبهبودی و افزایش مهارتهای شخصی صحبت به میان می آمد؛ مفهوم برندسازی شخصی، مؤید این نکته است که موفقیت از خود محصول بدست می آید و ذات و ماهیت محصول، مشخص میکند که آن محصول موفق خواهد بود یا خیر.

5- بهینه سازی (کسب و کار) و تحصیل سرمایه: *شکوفایی فردی*

در گام آخر، باید دانست که ایجاد یک حساب کاربری در رسانه های اجتماعی به تنهایی کافی نیست.

اگر قصد کاربر، در زمینه کاری خود، از حضور در شبکه های اجتماعی کسب سرمایه (اجتماعی و عمدتاً مادی است)، باید در رقابت بین لایک ها، دنبال کردن ها و به اشتراک سپردن آنچه اهمیت دارد از سایرین سبقت گرفت.

این امر به بازاریابی رسانه های اجتماعی هوشمند نیاز دارد که هر چند ممکن است پر هزینه باشد، اما سرمایه گذاری ارزشمند و سودآوری است و در بهینه سازی شبکه های اجتماعی هر کس تأثیر بسزایی دارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

شبکه های اجتماعی راهی برای آموزش بهتر

امروزه اینترنت نقش بزرگ و فزاینده ای در زندگی اجتماعی افراد و در زندگی علمی آنها ایفا می کند.

شبکه های اجتماعی جوامع اینترنتی عضو محور هستند که به کاربرانشان اجازه پست کردن اطلاعات و پروفایل های شخصیشان و اجازه برقراری ارتباط با توجه به شیوه های نوآورانه یا تبادل اطلاعات را میدهد.

این شبکه ها از امکانات زیادی برای پرورش اجتماعی شدن و وابستگی فراهم میکند و به نظر می رسد که بر سطوح اجتماعی کاربران تاثیر واقعی می گذارد.

مطالعات در این زمینه نشان می دهد ، شبکه های اجتماعی ابزار های اجتماعی یادگیری ارزشمندی هستند ، زیرا یادگیرندگان را برای ایجاد ، انتشار و اشتراک گذاری کارهایشان قادر می سازد.

همچنین شبکه های اجتماعی می توانند تعامل و همکاری یادگیرنده را تسهیل کنند.

یکی از ویژگی های متمایز شبکه های اجتماعی این است که آنها فرصتهایی را برای حمایت کردن از ساختارهای اجتماعی دانش در درون و بین افراد فراهم می کند.

بر اساس مطالعات محققان علوم تربیتی، دانشگاه شهید بهشتی، با توجه به رشد چشمگیر شبکه های اجتماعی و اضافه شدن صدهزار کاربر جدید به این شبکه ها جامعه آموزشی در برنامه درسی کلاس خود به علت اینکه شبکه های اجتماعی با مسائل ایمنی و شخصی دانشجویان

ارتباط دارد، به ندرت تکنولوژی شبکه اجتماعی را انتخاب می کنند

امروزه اغلب مربیان به این دلیل که شبکه ها با یادگیری دانشجویان تناسب ندارد در استفاده از

آن تردید دارند

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

. در حالی که تحقیقات ثابت کرده است که استادان و دانشجویان در قرن ۲۱ بهتر است در یابگیری از این ابزار استفاده کنند، اما این مهم به شرطی امکان پذیر است که توانایی کنترل آنها در جهت نیازهای دانشی و علمی وجود داشته باشد.

هدف محققان از این پژوهش، شناخت مهمترین موانع و تدوین راهبردهای برنامه درسی برای استفاده اساتید از شبکه اجتماعی در امر آموزش و یادگیری است.

تاثیر شبکه های اجتماعی بر آموزش

شاید به جرئت می توان گفت که شبکه های اجتماعی به جزء جدانشدنی زندگی امروز ساکنین زمین تبدیل شده اند.

رشد انواع شبکه های اجتماعی و خدمات متنوعی که به کاربران خود ارائه می کنند، فرهنگ نوینی را گسترش می دهد که فرصت و چالش را همزمان به همراه دارد.

آموزش و پرورش نیز نمی تواند خود را جدا از تاثیرات اجتماعی و تکنولوژیکی شبکه های اجتماعی نگه دارد.

استفاده روز افزون از این شبکه ها و تاثیری که روی فرهنگ، طرز فکر و عمل استفاده کنندگان آن دارد، نظام آموزشی را نیز به زودی با تحول بنیادی رو به رو خواهد ساخت.

اما تا آن زمان، می توان به چند مورد از تاثیرات استفاده از این شبکه ها بر آموزش اشاره کرد.

1-فعال کردن دانش آموزان:

یکی از مشخصه های مهم شبکه های اجتماعی، فعال کردن کاربران برای شرکت در فعالیت ها و کمپین های مشترک است.

کاربران این شبکه ها به سرعت می توانند در مسیر یک هدف، با هم متحد شده و شبکه ای از نیروهای جمعی را برای تغییر، بسیج کنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

امروزه دانش آموزان نه تنها از این مزیت برای شرکت در فعالیت های اجتماعی استفاده می کنند، بلکه حتی از آن برای اعتراض به مسئولین مدرسه و یا ایجاد تغییر در شرایط و امکانات آموزشی خود نیز استفاده می کنند.

2- باز تعریف حد و مرزها:

شبکه های اجتماعی بسیاری از حدود و مرزهای تعریف شده زندگی واقعی را در هم می شکنند. کاربران این شبکه ها تقریباً جایگاه اجتماعی واحدی دارند که در حلقه ارتباطی آنها هر کسی با هر سمت یا جایگاهی می تواند قرار گیرد.

این حلقه ها و ارتباطات، منجر به از بین رفتن مرزهای موجود و بازتعریف حدود جدیدی می شود.

البته این قابلیت نیز همزمان شمشیری دولبه است از جهتی می تواند با از میان برداشتن مرزهای موجود، به دانش آموزان قدرت تاثیرگذاری و اعتبار ببخشد و از طرف دیگر حد و مرزهایی که بین زندگی شخصی و حرفه ای معلمان و مسئولین مدرسه وجود دارد را پایمال کند و صدماتی را به طرفین وارد نماید

3- تسهیل ارتباط با والدین.

عضویت والدین در شبکه های اجتماعی به همراه دانش آموزان و معلمان، فرصت خاصی را برای ایجاد شبکه همیاری و همفکری بین این نیروها ایجاد می کند.

بسیاری از والدینی که قبلاً در کلاس های درس و جلسات اولیا و مربیان غایب بودند، از طریق مجازی، فعال شده و وارد مباحثات و مشاورات تحصیلی می شوند.

شبکه های اجتماعی در جهت فعال کردن والدین و ایجاد امکان ارتباط با معلمان نقش مهمی را ایفا میکند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

4- منبع فعالیت ها و مواد آموزشی:

شبکه های اجتماعی مجازی، می توانند گنجینه ای از فعالیت ها و مواد آموزشی را در خود جای دهند.

فعالیت های کلاسی می تواند به شبکه های اجتماعی دانش آموزان و معلمان گسترده شود و طیف وسیعتری از نظرات، خلاقیت ها و فعالیت های مختلف را در بر بگیرد. نتیجه فعالیت ها و پروژه های کلاسی می تواند در این شبکه ها به اشتراک گذاشته شود و همه اعضای حلقه ارتباطی از نتایج و اقدامات انجام گرفته مطلع شوند.

5- ایجاد ارتباط بین معلم ها و محیط های آموزشی.

شبکه های اجتماعی، پل ارتباطی بین معلمان و کلاس های درسی هستند. معلم ها می توانند از این طریق با تجارب و فعالیت های یکدیگر آشنا شوند و تجارب خود را در کلاس درس مبادله کنند.

روش های تدریس و تکنیک های آموزشی مختلف را با یکدیگر به مشورت بگذارند و فعالیت های مشترک دیگری را با هم آغاز کنند.

زنگ خطر برای تلویزیون به صدا درآمده است

کاهش مخاطبان تلویزیون به سبک سنتی (به معنی انتشار یکسویه اطلاعات از مبدا به مقصد) در زمان حاضر چالش بزرگی را تجربه میکند.

واقعیت های کنونی نشان می دهند اگر تلویزیون نتواند رویه خود را همسو با فضای مجازی کند بازنده این چالش خواهد بود.

تقویم را که ورق می زنیم لا به لای مناسبت های مختلف ممکن است مناسبت های بین المللی نیز به چشممان بخورد، مناسبت هایی نظیر روز جهانی مبارزه با خشونت علیه زنان، روز جهانی ایدز و یا روز جهانی تئاتر

• در این بین روزهای جهانی نیز وجود دارند که شاید در تقویم کشورمان وجود نداشته باشند اما بهانه ای هستند برای نگاه به آینده. یکی از این روزها **21 نوامبر، روز جهانی تلویزیون** است

• سازمان ملل در نوامبر سال 1996 به دلیل اهمیت این رسانه بر دموکراسی، آزادی بیان و همچنین کمک به آموزش عمومی رسماً 21 نوامبر را روز جهانی تلویزیون نامید.

• اتفاقی که هنوز مخالفان زیادی دارد، چرا که به عقیده برخی عده ای تلویزیون تنها یک وسیله اطلاع رسانی است و وقتی روزهایی مانند روز جهانی آزادی مطبوعات؛ روز جهانی مخابرات و یا روز جهانی توسعه اطلاعات وجود دارد بهتر است نقش رسانه ها را در همه ابعاد پررنگ تر کنیم! حقیقت این است که نگاه این افراد چندان هم دور از واقعیت نیست.

از اختراع تلویزیون بیش از 100 سال می گذرد و هنوز این جعبه تصاویر متحرک نتوانسته مجموعه ای از باورها، قوانین و عادات مربوط به خود را بوجود بیاورد . شاید با کمی احتیاط بگوییم تلویزیون با وجود فراگیری هنوز نتوانسته فرهنگی برای خود داشته باشد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

برای درک بهتر این موضوع تلویزیون را با سینما مقایسه کنید. سینما از بدو ظهور از نظر رفتار مخاطبان و فرهنگ استفاده چندان تفاوتی با امروز ندارد.

عده ای روی صندلی هایی در یک سالن تاریک می نشینند و به یک پرده عریض که فیلم رویش نمایش داده م میشود، خیره میشوند.

برای درک بهتر فرهنگ مخاطبان تلویزیون در آینده مخاطبان تلویزیون کافی است به نوجوانان و رفتار آنها نگاهی دقیق بیندازیم. آنها با تلفن هوشمندشان فیلم می بینند و با تلویزیون موسیقی گوش می کنند!

اما چیزی که در مورد تلویزیون اتفاق افتاده مجموعه ای از عادات ناپایدار بوده که البته رابطه مستقیمی با پیشرفت تکنولوژی دارد.

مثلاً در گذشته ای نه چندان دور (کمتر از 50 سال گذشته) در کشور خودمان تلویزیون ها درون جعبه ای بود که بیشتر وسیله ای تجملی محسوب می شد تا یک رسانه. حتی محتوای آن نیز برای مخاطبان چندان اهمیتی نداشت و همین که تصاویری متحرک از پشت یک شیشه به نمایش درمی آمد جای شگفتی و سرگرم کنندگی داشت.

اما امروز پس از تکامل چندین نسل از تلویزیون از لامپی به پلاسما و ال سی دی و ال ای دی و ... همچنین بوجود آمدن گونه ای از برنامه ها که خاص مدیومی در ابعاد تلویزیون است همه چیز دگرگون شده است.

رقیبان جدی مانند شبکه های اجتماعی و مجازی بوجود آمدند که ادامه حیات تلویزیون را با شیوه امروز به صورت جدی به مخاطره انداختند.

حتی تلفن های هوشمند هم امروز می توانند تلویزیونهایی بدون مرز باشند که تنها با اتصال به اینترنت مخاطبشان را در دریایی از محتواهای بصری مختلف غوطه ور می سازند.

نادیده گرفتن ژانرهای تلویزیونی مهم در رسانه ملی

همین موضوع سبب شده که تا در آیند های نزدیک فرهنگ اینترنت، رفتار مخاطبان را در قبال دستگاه هایی مثل تلویزیون شکل دهد.

در حقیقت از یک سو کمپانی های بزرگ پرچم دار تکنولوژی مانند اپل یا آمازون در حال توسعه گروه های محتوا ساز خود در قالب مجموعه های تلویزیونی هستند و بعید نیست تا چندی دیگر این تولیدات را تنها بتوان در محصولات این ابر کمپانی ها مشاهده کرد و که بستر تلویزیون تعاملی « آی پی تی وی ها » از سوی دیگر گسترش را فراهم کرده است، فرهنگی جدیدی برای مخاطبان ایجاد می کند.

در این فرهنگ عرضه محتوا کاملا با تقاضای مخاطب هماهنگ است که باعث صرفه جویی بزرگی در هزینه و زمان خواهد شد.

از طرفی این پایان کار تلویزیون سنتی به معنای پخش یکطرفه و انتشار یکسویه اطلاعات است. در تلویزیون های جدید شاهد همگرایی کامل مخاطب با دنیای وب خواهیم بود، موضوعی که از وابستگی دنیای امروز به اینترنت سرچشمه می گیرد. حتی همین امروز هم دیگر تلویزیون و اینترنت دو ماهیت جدا از هم نیستند و تلویزیونهای نسل جدید عطش زیادی برای اتصال به اینترنت دارند. برای درک بهتر فرهنگ مخاطبان تلویزیون در آینده مخاطبان تلویزیون کافی است به نوجوانان و رفتار آنها نگاهی دقیق بیندازیم.

آنها با تلفن هوشمندشان فیلم می بینند و با تلویزیون موسیقی گوش می کنند!

یگانه شدن تلویزیون و اینترنت به چه معناست؟

مهمترین پیامد یگانه شدن تلویزیون و اینترنت این است که تلویزیون به یک ارتباط دهنده تبدیل می شود و دیگر نقش هدایتی توسط محتوا را مانند آنچه که امروز اتفاق می افتد از دست خواهد داد. با این اتفاق همچنین شاهد نسل جدید از مخاطبان هستیم.

نسل تلویزیون با نسل اینترنت کاربران کاملاً متفاوتی دارد نسل مخاطبان تلویزیون نهی سنتی برای قطع ارتباط فقط کافیست آن را خاموش کنند. اما نسل مخاطبان تلویزیون نهی جدید هرگز دوست ندارند از اینترنت جدا شوند چرا که میخواهند با دیگران ارتباط برقرار کنند.

با این وصف سوال مهم دیگری مطرح میشود:

آیا شبکه های اجتماعی میتوانند تلویزیون های آینده باشند؟

بزرگترین چالش شبکه های اجتماعی برای تبدیل شدن به تلویزیون در گذشته نداشتن حق پخش محتوا بود چیزی که امروز به سرعت دارد آن را به دست می آورد.

اگر این موضوع را با فراهم کردن فرصت نمایش مخاطبان به دیگران اضافه کنیم می توانیم نتیجه بگیریم که شبکه های اجتماعی رسانه های جدید خواهند بود.

امروز مخاطبان نسل جدید بیش از آنکه با رسانه های سنتی مرتبط باشند با این شبکه ها در ارتباطند.

برای درک بهتر فرض کنید شبکه فراگیری مانند تلگرام تلویزیون داشته باشد (با توجه به اینکه تلگرام در گروه شبکه های اجتماعی قرار نمی گیرد و هنوز یک پیام رسان است.)

ممکن است در این وضعیت بسیاری از فعالان رسانه برای ساخت محتوای تلویزیون آن از رسانه های سنتی خود جدا شوند چرا که در آنجا موقعیت بهتری برای دیده شدن دارند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

شبکه های اجتماعی بر خلاف تلویزیون، برای هر لحظه از زندگی طراحی شده اند نه اینکه فقط مخاطب پشت کامپیوتر یا مقابل تلویزیون باشد.

این شبکه ها فرصتی برای مخاطب فراهم می کنند که علایقش را دنبال کند و عضو گروه یا کانالی باشد که اعضای آن سلیقه نزدیکی به او داشته باشند.

برای مخاطب بسیار لذت بخش خواهد بود که در گروهی با علاقه یکسان به تماشای برنامه های تلویزیونی بنشیند. در این فضا است که فشار عرضه تلویزیون با کشش تقاضای اینترنت ترکیب میشوند.

آینده رسانه ملی بعد از تغییر نسل مخاطبان چگونه خواهد بود؟

پاسخ به این سوال بسیار سخت است چرا که فاکتورهای گوناگونی در شکل گیری این آینده برای چنین سازمان عریض و طویلی دخیل هستند. اما روشن است که صدا و سیما نیز برای بقای خود، احتیاج به سرمایه گذاری بسیار زیاد در فضای مجازی دارد.

توجه ویژه به اینترنت و فضای مجازی مسئله ای است که مقام معظم رهبری در چند سال اخیر همواره روی آن تاکید داشتند از احکام ایشان خطاب به شورای عالی فضای مجازی تا حتی حکم انتصاب رئیس صدا و سیما.

همچنانکه در بخشی از حکم مقام رهبری برای انتصاب عبدالعلی علی عسکری به سمت ریاست صدا و سیما آمده است : « مؤکداً سفارش می کنم به برنامه ریزی، رعایت راهبردهای کلان، جذب و حفظ و تربیت نیروهای انقلابی و کارآمد و حضور مؤثر در فضای مجازی اهتمام بورزید و به خدای متعال توکل و اعتماد کنید» البته ریاست صدا و سیما عضو حقوقی شورای عالی فضای مجازی نیز هست که این امر نشان از اهمیت این سازمان در اثر گذاری دنیای مجازی دارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

حضور موثر در فضای مجازی قطعاً به اینکه برنامه های تلویزیونی در شبکه پیام رسانی مثل تلگرام اقدام به ایجاد کانال کنند محدود نمی شود.

صدا و سیما برای اینکه فرصت تنفس در آینده را داشته باشد باید قدرت ابداع در حوزه فضای مجازی را داشته باشد، چرا که در این فضا اگر اولین نباشید بسیار بسیار سخت می توانید خود را به اولین ها برسانید.

مثلاً شبکه های اجتماعی را نظر بگیرید، با وجود مسائلی مانند فیلترینگ و محدودیتهای دیگر هنوز فیس بوک انتخاب اول بسیاری از مخاطبان است، شبکه اجتماعی که با تملک اینستاگرام عرصه را برای دیگر رقیبان بسیار تنگ کرده است.

شاید یکی از راههایی که رسانه ملی بتواند با این چالش مقابله کند استفاده از فرصت های اینترنت ملی باشد، اینترنتی که بستری رایگان و پر سرعت برای مخاطبان ایجاد می کند تا بتوانند محتواهایی با کیفیت بالاتر از آنچه در تلویزیون می بینند دریافت کنند.

اما اینکه این سازمان قدرتمند تنها و تنها بخواهد از فرصت فیلترینگ برای ترغیب مخاطب به استفاده از شبکه مجازی اش سود ببرد و در این زمینه هیچ چیز جدیدی به مخاطبش ارائه ندهد، تنها در کوتاه مدت ممکن است موفق شود ولی در بلند مدت و با توجه به پیشرفت تصاعدی تکنولوژی قطعاً از غافله عقب می ماند!

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

اهمیت استفاده از شبکه های اجتماعی در روابط عمومی

متخصصین روابط عمومی اهمیت شبکه های اجتماعی را درک کرده اند. آنها با توجه به این مسئله که نوشتن مطالب جذاب و اشتراک گذاری آنها در شبکه های اجتماعی می توانند در جستجوهای اینترنتی جایگاه بهتری داشته باشند این کار را انجام میدهند.

هرچه موضوعاتی که در مورد آنها می نویسد در شبکه های اجتماعی ترند (Trend) شوند، باعث بیشتر نمایان شدن سایت شما در شبکه های اجتماعی خواهد شد.

موضوعات متعدد و ترندهای روزانه می توانند ترافیک را روی سایت بیاورند. این افزایش ترافیک تاثیر بسیار خوبی روی افزایش کیفیت سئو خواهد گذاشت.

اهمیت ایجاد ارتباط

هر متخصص روابط عمومی میداند که ارتباط سازی چه اهمیت بالایی در کار و گسترش ارتباطات بین سازمانی دارد. در واقع این شبکه سازی برای افزایش نرخ انتشار خبر در رسانه ها و مراجع مختلف تاثیر بسیاری خواهد داشت.

شما هرچقدر ارتباط بیشتری با رسانه های مختلف داشته باشید مطالبتان به راحتی هرچه تمام تر در سطح رسانه های کوچک تر و وبلاگ ها منتشر خواهند شد.

در صورت انتشار مطالب شما در بلاگ ها و رسانه های بیشتر، کلمات کلیدی مورد نظران در حد بیشتری در جستجوهای اینترنتی خود را نمایان خواهد ساخت و به سئوی شما بیشتر کمک خواهد کرد.

این موارد نگاهی کلی روی تاثیرات متقابلی است که سئو و روابط عمومی می توانند روی هم داشته باشند.

شبکه های اجتماعی؛ آسیب یا مزیت جامعه امروز؟

امروزه با گسترش روزافزون استفاده شبکه های اجتماعی مجازی بین کاربران اینترنت، شاهد بروز تغییرات چشمگیر در ابعاد مختلف زندگی انسان هستیم که منجر به تغییر سبک زندگی انسان و ساختار جامعه اطلاعاتی شده است.

، شبکه های اجتماعی نقش پررنگی در زندگی پرشتاب امروز دارند و نمی توان تأثیر آن ها را نادیده گرفت،

چرا که بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد و حتی در امور کشورها و بین الملل تاثیر گذارند و این موضوع روزبه روز در حال گسترش است و استفاده از آن نیاز به فرهنگ سازی دارد.

سبک زندگی به دلیل گره خوردن در تار و پود تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات دستخوش دگرگونی شده و نیاز است تا آثار مثبت و منفی این مقوله بررسی شود

، زیرا شبکه های اجتماعی علاوه بر مزایای بسیار، آسیب هایی در زندگی فردی و اجتماعی داشته اند، مفهوم سبک زندگی ناظر بر شیوه زندگی افراد بوده و در ارتباط با موضوع شبکه های اجتماعی اینترنتی از دو نظر تغییر جایگاه استفاده از شبکه های اجتماعی در جامعه و تأثیر شبکه های اجتماعی بر اعضای آن ها حائز اهمیت است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

تغییر نمادهای فرهنگی ناظر بر شیوه زندگی در نتیجه عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی اینترنتی است که بر مواردی مانند نوع پوشش، ادبیات افراد و شیوه برقراری ارتباط با دیگران تأثیر خواهد گذاشت،

1) آیا حضور در شبکه های اجتماعی به یک نیاز برای انسان تبدیل شده است؟

افزایش و گسترش استفاده از اینترنت و فضای مجازی مفهومی به نام مفهوم دهکده جهانی را ایجاد کرد به این معنی که می توانیم یک جهان را مانند یک دهکده بشناسیم و با آن ارتباط داشته باشیم،

انسان موجودی کاملاً اجتماعی است و در حد استاندارد و نه افراطی نیاز است تا در دنیای مجازی و شبکه های اجتماعی حضور داشته باشد،

در یکی از تحقیق های معروف، نوزادانی که تنها نیازهای جسمی آنها و نه روانی، عاطفی و اجتماعی آنها برطرف می شد

پس از مدتی حتی فوت شده اند و نتوانستند زندگی عادی مانند سایر نوزادان داشته باشند و رشد کنند،

پس بهتر است در حد کفایت و در جهت رشد در شبکه های اجتماعی فعالیت داشته باشیم،

اما اگر استفاده از شبکه های اجتماعی جنبه افراطی و اعتیاد پیدا کند، قطعاً مخرب و آسیب زا خواهد بود.

2) آیا استفاده از شبکه های اجتماعی تنهایی انسان را کمتر کرده است؟

این که استفاده از این شبکه ها تنهایی انسان ها را کمتر یا بیشتر کرده، سوالی است که بسیاری از روانشناسان و جامعه شناسان در مورد آن تحقیق و پرس و جو می کنند و حتی از سایر مردم نیز راجع به آن می پرسند، استفاده از شبکه های اجتماعی نوع جدیدی از روابط عاشقانه را به روابط انسانی اضافه کرده به نام رابطه از راه دور یا رابطه " long distance " به این معنی است که دو نفر در یک رابطه تنگاتنگ هستند، اما به علت بعد مسافت صرفاً از طریق فضای مجازی و وسایل ارتباطی با یکدیگر ارتباط دارند و حتی این قضیه نوع جدیدی از مشاوره زوجی را به حوزه روانشناسی هم اضافه کرده است از آن طرف موضوع هم اگر نگاه کنیم آسیب های زیادی هم بر روابط و حوزه خانواده داشته است،

بنابراین استفاده از شبکه های اجتماعی در چهارچوب مشخص و مفید قطعاً انسان را از تنهایی می رهاوند و استفاده بی محابا و بدون برنامه باعث نابودی انسان، سبک زندگی و روابط او در دنیای حقیقی خواهد شد.

3) آیا استفاده از شبکه های اجتماعی بر گسترش روابط خارج از چارچوب خانواده

دامن زده است؟

در سال های اخیر خیانت مجازی هم به حوزه انواع روابط خارج از چارچوب و مفاهیم مشاوره خانواده اضافه شده و روانشناسان و افراد نمی دانند که دقیقاً با این نوع روابط باید چه برخوردی بکنند، همچنین این روابط خارج از چارچوب از طریق فضای مجازی نسبت به گذشته به صورت قابل ملموسی گسترش یافته است،

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

البته این نوع روابط مختص بزرگسالان نبوده و به گروه سنی نوجوان یا حتی پایین تر هم رسیده است،

دامنه آسیب های شبکه اجتماعی بسیار گسترده است به همین دلیل نمی توان گفت که تنها گروه سنی بزرگسالان را درگیر می کند،

اگر خانواده کنترلی بر استفاده کودکان و نوجوانان از شبکه های اجتماعی نداشته باشد، قطعاً شاهد عمیق تر شدن آسیب های اجتماعی در سایه استفاده بدون قانون از این شبکه ها خواهیم بود، حتی می توان گفت استفاده از شبکه های اجتماعی بر عقاید مذهبی نیز تأثیراتی داشته است.

4) شبکه های اجتماعی چگونه زمینه ساز افسردگی می شود؟

آسیب دیگری که فضای مجازی و شبکه های اجتماعی روی همه اقشار شامل دانش آموزان، زنان، کودکان، جوانان و حتی نوجوانان به ویژه در ماه های اخیر داشته است، افزایش اعتیاد فضای مجازی و به تبع آن افسردگی بوده است تا جایی که آموزش و پرورش فعالیت هایی را تحت عنوان کاهش اعتیاد فضای مجازی برای مشاوران مدارس تعریف کرده و خواستار تحقیق بر روی این موضوع و اثرات آن بر دانش آموزان و خانواده ها شده است، چرا که استفاده از فضای مجازی فعالیت جسمی افراد را کاهش می دهد و ساعات خواب و بیداری را برهم می زند و تأثیر بسیار زیادی بر افزایش افسردگی و خستگی جسمی و روحی ناشی از فضای مجازی دارد و در ماه های اخیر دانش آموزان زیادی به علت افسردگی و استفاده بیش از اندازه از فضای مجازی به مشاوران مدارس مراجعه کردند.

5) آیا شبکه های اجتماعی و استفاده بدون حد و مرز بر نقض حریم خصوصی افراد

تأثیر دارد؟

قطعاً در شبکه های اجتماعی به حریم شخصی افراد تجاوز می شود که این تجاوز را در زندگی بازیگران، افراد مشهور و به خوبی می توان مشاهده کرد تا آنجا که ممکن است این شکستن حریم خصوصی زمینه ساز بروز معضلاتی از جمله خودکشی و طلاق می شود.

البته انتقادات زیادی به این موضوع شده و اخیراً با فرهنگ سازی بیشتری که صورت گرفت نتایج مؤثری داشت و این موضوع تا حدی کمتر شده است،

پس نباید در استفاده از شبکه های اجتماعی از موضوع فرهنگ سازی که نقش مهمی در استفاده صحیح همگان از شبکه های اجتماعی دارد غافل شد.

آسیب شناسی اینترنت، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی

آسیب های اجتماعی یکی از پدیده هایی است که در تمامی جوامع و در تمامی دوران ها وجود داشته و برخورد با آن ها هم در جوامع مختلف متفاوت بوده است.

اما یکی از بنیادی ترین مسأله در پیشگیری و کنترل آسیب های اجتماعی، علل و

عوامل پیدایش آسیب های اجتماعی، به ویژه در میان نوجوانان و جوانان

آسیب های اجتماعی

آسیب های اجتماعی یکی از پدیده هایی است که در تمامی جوامع و در تمامی دوران ها وجود داشته و برخورد با آن ها هم در جوامع مختلف متفاوت بوده است .

اما یکی از بنیادی ترین مسأله در پیشگیری و کنترل آسیب های اجتماعی، توجه به موضوع فرهنگ جوامع و بومی سازی شیوه های اتخاذ شده در تمامی عرصه هاست.

اما باید توجه داشت که آسیب های اجتماعی رابطه تنگاتنگی با مسائل اجتماعی داشته و مسائل اجتماعی بستر ساز آسیب های اجتماعی محسوب می شوند.

در توضیح مطلب باید گفت که هر آسیبی یک مسأله اجتماعی تلقی می شود اما لزوماً هر مسأله اجتماعی آسیب محسوب نمی شود.

مثلاً طلاق یا افزایش سن ازدواج، مجرد یا بیکاری لزوماً آسیب اجتماعی نیست اما یک مسئله اجتماعی است.

علل و عوامل پیدایش آسیب های اجتماعی، به ویژه در میان نوجوانان و جوانان را می توان به سه دسته عمده تقسیم نمود :

1. عوامل معطوف به شخصیت؛

2. عوامل فردی؛

3. عوامل اجتماعی.

1- عوامل شخصیتی

این دسته از عوامل معطوف به عدم تعادل روانی، شخصیتی و اختلال در سلوک و رفتار است که به برخی از آن ها اشاره می شود:

معمولاً ویژگی های شخصیتی افراد بزهکار و کجرو، بی قاعدگی رابطه و ارتباط میان فرد و جامعه و ارتکاب رفتارهای نابهنجار و خلاف مقررات اجتماعی است، ولی معمولاً از نظر مرتکب و عامل آن در اصل و یا در مواقعی خاص، این گونه رفتارها ناپسند شمرده نمی شود.

افراد روان رنجور و روان پریش نسبت به ارزش ها، هنجارها و مقررات اجتماعی بی تفاوت بوده و کمتر آن ها را رعایت می کنند.

اعمال و شیوه های رفتاری این گونه افراد نظام اجتماعی را متزلزل و گاهی نیز مختل می کند و موجب می شود که رعایت ارزش های اخلاقی و هنجارها در جامعه و نزد سایر افراد زیرسؤال رفته و آن را به پایین ترین سطح عمل تنزل دهد.

برخی از مشخصه های بارز و برجسته شخصیتی این گونه افراد، خودمحوری، پرخاشگری، هنجارشکنی، فریبندگی ظاهری و عدم احساس مسئولیت می باشد.

این گونه افراد به پیامد عمل خود نمی اندیشند، در کارهای خود بی پروا و بی ملاحظه هستند و در پند گرفتن از تجربیات، بسیار ضعیف بوده و در قضاوت های خود یک سویه می باشند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

این نوع شخصیت ها عمدتاً از محیط اجتماع، خانه و مدرسه فرار کرده، پای بند قواعد، مقررات و هنجارهای اجتماعی نیستند و به دنبال هر چیزی می روند که جلب توجه کند.

حتی در پوشش و سبک و شکل ظاهری خویش، به ویژه در شیوه لباس پوشیدن، آرایش مو و صورت به گونه ای که خلاف قاعده و خلاف سبک مرسوم سایر افراد اجتماع باشد، عمل می کنند تا جلب توجه نمایند

.گروهی از افراد بزهکار و کجرو نیز ویژگی های شخصیتی دیگری دارند؛ خودمحور و پیوسته به تمجید و توجه دیگران نیازمندند و در روابط خود با مردم به نیازها و احساسات آنان توجه نمی کنند.

این افراد اغلب با رؤیاهایی در مورد موفقیت نامحدود و درخشان، قدرت، زیبایی و روابط عاشقانه آرمانی سرگرم اند. اغلب این افراد والدینی داشته اند که از نظر عاطفی نسبت به آنان بی توجه اند یا سرد و طردکننده بوده و یا بیش از حد به آنان محبت کرده و ارج می نهند. آنان به علت سرکوب خواسته ها و فقدان ارضای تمایلات درونی، از کانون خانواده بیزار شده و به رفتارهای نابهنجار نظیر فرار از خانه، ترک تحصیل، سرقت و اعتیاد گرایش پیدا می کنند.

گروهی نیز افرادی برون گرا و به دنبال لذت جویی آنی هستند، دم را غنیمت می شمارند،

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

دوست دارد در انواع میهمانی ها و جشن ها شرکت کنند، تشنه هیجان و ماجراجویی اند، به همین دلیل برای لذت جویی دست به اعمال خلاف و بزهکارانه می زنند. سرانجام گروهی از افراد بزهکار نیز مشخصه بارزشان، پرجوش و خروشی و بیان اغراق آمیز، هیجانی، روابط طوفانی بین فردی است.

هیجان طلبی، ماجراجویی، تنوع طلبی، کنجکاوی، استقلال طلبی افراطی، خودباختگی احساسی و غلبه کنش های احساسی بر کنش های عقلانی از جمله مشکلات رفتاری است که فرد را به سوی موقعیت های خطرناک و ارتکاب اعمال بزهکارانه رهنمون می کند.

از دیگر مشکلات روحی روانی که منجر به رفتارهای ضداجتماعی می شود، می توان به ضعف عزت نفس، احساس کهنتری، فقدان اعتماد به نفس، احساس عدم جذابیت، افسردگی شدید، شیدایی و اختلال خلقی اشاره نمود. چنین افرادی معمولاً مستعد انجام رفتارهای نسنجیده و انحرافی هستند .

2-عوامل فردی

در حوزه عوامل فردی، می توان به موارد ذیل اشاره نمود :

-آرزوهای بلند،

-خوش گذرانی و لذت طلبی،

-قدرت، استقلال و عافیت طلبی،

-زیاده خواهی،

-بی بندوباری و لاابالی گری،

-بی هویتی و بی هدفی در زندگی.

افراد گاهی اوقات برای رسیدن به آمال و آرزوهای بلند و دست نیافتنی و مدینه
فاضله ای که رسانه های ملی و یا ماهواره ها تبلیغ می کنند، مرتکب جرایم می شوند.
گاهی اوقات هم ارتکاب جرایم را فقط یک کار تفننی و به عنوان گذران اوقات فراغت
می دانند با اینکه ممکن است در خانه و محیط اطراف خود مشکل حادی هم نداشته
باشند که آنان را مجبور به ارتکاب رفتار ناپهنجار نماید، ولی فقط به خاطر اینکه در
چند روز زندگی خوش باشند، دست به ارتکاب اعمال خلاف عرف و اجتماع می زنند.
گاهی نیز افراد از نعمت خانواده و والدین عاطفی برخوردارند، اما به خاطر شکست در
تحصیلات و ناتوانی در ادامه تحصیل، تحقیر معلمان و فشارهای بی مورد والدین
مجبور می شوند خود را به گونه ای دیگر نشان دهند و به اصطلاح «خودی» نشان
دهند. و این حکایت از میل به استقلال طلبی، قدرت طلبی و یا عافیت طلبی در
نوجوانان و جوانان دارد که به دلیل عدم ارضای صحیح آن دست به ارتکاب اعمال
ناشایست می زنند.

عده ای از نوجوانان نیز به دلیل روحیه تنوع طلبی و زیاده خواهی و عدم تربیت
صحیح و عدم هدایت درست این غریزه طبیعی، دست به اعمال خلاف می زنند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

گاهی هم عده ای ممکن است دارای زندگی مرفهی باشند و هیچ گونه کمبود مالی و عاطفی نداشته باشند،

ولی به دلیل این که روحیه فاسدی دارند و به اصطلاح بی بند و بار و بی هویت اند و یا هدفی در زندگی ندارند، میل به بزهکاری پیدا می کنند .

-3 عوامل اجتماعی

در بررسی آسیب ها و انحرافات اجتماعی، به عنوان یک پدیده اجتماعی، به علل اجتماعی انحرافات می پردازیم .

به هر حال، عوامل متعددی در این زمینه نقش دارند که در اینجا به یکی از آن ها اشاره می گردد :

-عدم پای بندی خانواده ها به آموزه های دینی

مطالعات و تحقیقات نشان می دهد تا زمانی که اعضای جامعه پای بند به اعتقادات مذهبی خود باشند، خود و فرزندانشان به فساد و بزهکاری روی نمی آورند.

در پژوهشی که توسط مرکز ملی تحقیقات اجتماعی کشور مصر در سال 1959 صورت گرفته است، 72 درصد نوجوانان بزهکار، که به دلیل سرقت و دزدی توقیف و یا زندانی شده بودند، نماز نمی گزاردند و 53 درصد آنان در ماه رمضان روزه نمی گرفتند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

به هر حال، این اندیشه که کاهش ایمان مذهبی یکی از علل عمده افزایش نرخ جرم در جوامع پیشرفته و غربی است، نظری عمومی است. تحقیقات صورت گرفته در کشور نیز مؤید همین نظریه است .

آسیب شناسی وسائل ارتباط جمعی

وسائل ارتباط جمعی به ابزاری گفته می شود که در یک جامعه از آن برای ابلاغ پیام ها و بیان افکار و انتقال مفاهیم به دیگران استفاده می شود. بررسی اثرات این وسائل یکی از پیچیده ترین مباحث در آسیب شناسی اجتماعی است.

به همین دلیل ، بسیاری از جامعه شناسان در درستی نتایج پژوهش هایی از این دست تردید نشان می دهند.

امروزه گسترش و توسعه وسائل ارتباط جمعی به حدی است که دوران حاضر را عصر ارتباطات نامیده اند.

مک لوهان دنیا را با مفهوم دهکده ای جهانی می شناسد ولی گوید وسائل ارتباط جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می توانند نسلی تازه در تاریخ انسان پدید آورند،

نسلی که با نسل های پیشین بسیار متفاوت است. از اثرات منفی وسائل ارتباط جمعی معتاد شدن به معنی عام کلمه است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در بسیاری از موارد انسان ها چنان به رسانه ها معتاد می شوند و بدان اعتماد می ورزند که در ساعت معین بدان نیاز می یابند.

تأخیر یا فقدان، موجبات از بین رفتن تعادل آنان را فراهم می سازد و زمانی که بدان می رسند (مثلاً دستیابی) به روزنامه مورد علاقه، قدرت اندیشه از آن سلب می شود . آنان بدون هیچ تردید یا اندیشه ای نو، یا آموزه آنرا می پذیرند.

بی شبهه، این فرایند که با خصلت ویژه انسان اندیشمند متباین است، موجب می شود که ذهن دچار کرحتی می شود و فرد در جریان حوادث همچون پر کاهی بر روی، سیلاب خروشان، نا خواسته و بی اراده به این سو و آن سو کشیده گردد.

دو موضوع در ارتباط با وسائل ارتباط جمعی از اهمیت ویژه ای برخوردار است

: الف - امور جنسی: در مورد مسائل ارتباط جمعی در امور جنسی هنوز تحقیق جامعی

صورت نگرفته است؛ زیرا تأثیر آن قابل مشاهده و بالا تر از آن قابل کنترل نیست .

ب - خشونت و پرخاشگری: درباره رفتار خشونت آمیز ناشی از وسائل ارتباط جمعی

پژوهش های زیادتری انجام شده است.

با توجه به فزونی پرخاشگری در جامعه صنعتی و شهری امروزی، برخی برای توجیه

این پدیده، وسائل ارتباط جمعی را مسئول می دانند زیرا فیلم، مجله، روزنامه، کتاب،

تلویزیون، ویدئو، ماهواره و اینترنت حاوی تصاویر و مطالبی است که در آن اشاره به

خشونت، تهاجم و خیانت بسیار دیده می شود.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

یافته های پژوهشی نشان می دهد که فیلم های سینمایی، تلویزیونی، ویدئویی و اینترنتی از عوامل بسیار مؤثر در کژرفتاری و بزهکاری نوجوانان و جوانان هستند. نمایش اعمال خشونت بار، کشتار، جنایت، خون آشامی و نیز صحنه های هیجان انگیز در فزونی تشدید کجروی ها اثر به سزایی دارد. جوانان و حتی سالمندان علاقمندی شدیدی به تماشای صحنه های شهوترانی نشان می دهند که نشان بیماری « نظر بازی» است.

-اثرات منفی وسائل ارتباط جمعی

باز داشتن از کارهای و رواج خشونت، جریحه دار کردن عواطف نوجوانان و جوانان، سوق دادن زودرس به طرف زندگی بزرگسالی، خلق نیازهای کاذب، رابطه با جرم و جنایت (فراهم کردن زمینه های ارتکاب جرم)، برانگیختن حالت تهاجمی، محدود کردن قدرت ابتکار و خلاقیت، بیگانه ساختن جوانان و نوجوانان با مطالعه، تسخیر ذهن نوجوانان و جوانان، تهدید سلامتی «جسمی، روانی و رفتاری کودکان، جوانان و نوجوانان»، افزایش حالت انفعالی و بی تفاوتی، رواج رفتارهای ضد اجتماعی از طریق مشاهده و یادگیری توسط نوجوانان و جوانان پیامدهای خانوادگی ناشی از اعتیاد به اینترنت، اختلاف و نزاع های مستمر در روابط زناشویی، اختلال در انجام وظائف خانوادگی به علت گرایش بیش از حد به اینترنت، افزایش طلاق و جدائی ناشی از اختلافات و درگیری های بین زوجین بر اثر استفاده بی رویه از اینترنت، گوشه گیری

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

و انزوا در خانواده، مشکلات و اختلاف بین والدین و فرزندان.

پیامدهای آموزشی ناشی از اینترنت: کاهش چشمگیر در میزان مطالعه، افت نمرات درسی، غایب شدن از کلاس ها، کاهش روابط بین دانش آموزان و معلمان، اختلال در روابط بین دوستان و همکلاسی ها، گوشه گیری و انزوا در محیط مدرسه .

نقش اینترنت و فضای مجازی در زندگی نوجوانان و جوانان

درهزاره ی سوم، اینترنت نقش مهم و روز افزونی در زندگی نوجوانان و جوانان ایفا می کند.

جاذبه اینترنت باعث شده تا بسیاری از جوانان و نوجوانان به جای تعامل با همسالان و والدین، کامپیوتر را برگزینند.

این همنشینی با کامپیوتر به مرور زمان تجربه شیرین در جمع بودن را از فرد می گیرد و می تواند منجر به انزوا و افسردگی شود، همچنین اینترنت با داشتن ویژگی های منحصر به فرد مثل دسترسی آسان سهولت استفاده، گمنامی کاربران و هزینه پایین در سالیان اخیر به یکی از عمومی ترین رسانه های جمعی جهان تبدیل شده است. استفاده از اینترنت در بین نسل جدید جامعه در حال گسترش است و بخشی از زندگی افراد را تشکیل می دهد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

امروزه برای خرید، جمع آوری اطلاعات، گفتگو با سایر کاربران و بسیاری از فعالیت های دیگر از اینترنت استفاده می شود. آنگونه که به نظرمی رسد هیچ جنبه ای از زندگی نیست که تحت تأثیر این دهکده جهانی قرار نگرفته باشد . اینترنت پدیده شگفت قرن انقلاب مهمی در ارتباط پدید آورده است و ویژگی عمده ای که در اینترنت وجود دارد و در سایر رسانه ها دیده نمی شود تعامل است. اینترنت مانند صنعت چاپ امکان ایجاد اطلاعات، را برای عموم فراهم می کند. مانند تلفن تبادل اطلاعات، را امکان پذیر می سازد اما ویژگی عمده آن در داشتن بازخورد و قابلیت تعامل است که سبب شخصی کردن ارتباطات، و مبادلات، این اطلاعات، شخصی می شود.

مطالعات، اخیر نشان می دهد که استفاده از اینترنت، سبب احساس ناکامی، تنهایی، اضطراب و بطور کلی کاهش سلامت روانی می شود. در این بخش به برخی پیامدهای عمومی استفاده گسترده از اینترنت، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی در جامعه ، که عمدتاً از سوی نوجوانان و جوانان) صورت می گیرد می پردازیم :

معضلات اینترنت و فضای مجازی را می توان به این چند دسته تقسیم نمود:

1. مشغول شدن فکر افراد به مسائلی که آن ها را از شکوفایی باز می دارد زیرا ذهن فعال بزرگترین سرمایه برای جامعه امروزی می باشد وقتی ذهن به عوامل مبتذل مشغول شود و دیگر جایی برای خلاقیت و سازندگی باقی نمی ماند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

البته این نکته قابل ذکر است که برای پر کردن اوقات فراغت استفاده از اینترنت مانعی ندارد ولی تنها استفاده از سرگرمی که فعالیت های مفید زندگی را تحت الشعاع قرار دهد و فکر آن ها را معطوف به عواملی کند که جز گمراهی سودی ندارد می تواند به یک فاجعه بزرگ تبدیل شود.

2. درگیری احساسی در اینترنت؛ یکی از مهمترین مسائلی که اکنون با آن مواجه هستیم و بسیاری از جوانان درگیر آن هستند، عشق اینترنتی و رابطه های جنس مخالف در آن است و متأسفانه به معضلی تبدیل شده است و اکنون بسیاری از روانشناسان مطالعات و تحقیقات خود را به آن اختصاص داده اند و برنامه ها و همایش های زیادی در رسانه ها و مجامع به آن می پردازند و یکی از بزرگترین نگرانی های خانواده هایی شده است که فرزندان شان به این وسیله گرایش دارند زیرا سایت هایی وجود دارد و چت روم هایی طراحی شده است که مکانی برای دوست یابی دختران و پسران می باشد . و بسیاری از افراد تنها هدفشان از وارد شدن به این سایت ها یافتن دوست و گاهی انتخاب همسر برای آینده خود می باشد .

3. ابعاد امنیتی - اطلاعاتی

الف) تجمعات و اجتماعات

اینترنت این ویژگی را داراست که می تواند به عاملی برای یکپارچگی گروه ها و برگزاری میتینگ های سیاسی تبدیل شود .

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

ب) جاسوسی اینترنتی

دسترسی آسان به سایت های جاسوسی آمریکا و اسرائیل و کشورهای دیگر، امکان ارسال و دریافت ایمیل به هر نقطه از دنیا و غیرقابل کنترل بودن داده های مبادله شده در ایران، ضریب انجام جاسوسی از طریق اینترنت را بالا برده است .

پ) انتقال اطلاعات

امروزه با دسترسی به اینترنت امکان انتقال و انتشار هرگونه اطلاعات طبقه بندی شده بر روی اینترنت و یا با استفاده از آن فراهم شده است .

ت) جایگزینی رسانه ای

اینترنت در مقابل رسانه های رسمی که **Main Stream Media** نام دارند به

عنوان **Alternative Media** یا رسانه جایگزین مطرح است.

در واقع با وجود اینترنت انحصار سیستم رسانه ای کشور از دست رسانه های سنتی

خارج شده و خلأ موجود در رسانه های رسمی را این رسانه های جایگزین پر می

کنند .

ث) کاهش اقتدار سیستم امنیتی و اطلاعاتی

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

به دلیل امکان نشر بدون واژه و فارغ از امکان شناسایی سیستم امنیتی و اطلاعاتی، اقتدار سنتی خود را در کنترل افکار عمومی و یا اشراف اطلاعاتی معمول از دست داده است

. اصل نخست در سیستم های امنیتی و اطلاعاتی، پنهان کاری و محرمانگی است و اصل اول در اینترنت انتشار اطلاعات است .

ج) مکانیسم های جدید شایعه سازی

بسیاری از سایت های خبری و غیر خبری با انتشار شایعات و خبرهای جعلی بر افکار عمومی تأثیر می گذارند، وبلاگ ها هم امکان دیگری در این راستا هستند .

ح) آموزش های مخرب

مواد مخدر و گروه های ضاله اغلب در هر زمینه ای که تصورش را بکنید سایت اینترنتی به زبان فارسی درست شده است و افراد به راحتی امکان آشنایی با هر فرقه و هر فعالیت منفی را که بخواهند، دارند .

4. ابعاد اجتماعی

الف) ارتباطات نامتعارف میان قشر جوان

جوانان، یکی از گروه های سنی هستند که علاقه شدیدی به اینترنت و فضای مجازی نشان داده اند.

این رسانه به واسطه چندگانگی و هم چنین قدرت جذب افراد، جایگاه ویژه ای در میان این گروه سنی در سراسر دنیا پیدا کرده است.

فضای مجازی به دنیای مجازی ایجاد ارتباط و ابراز عقاید جوانان تبدیل شده و این حالت در کشورهای گوناگون از شدت و ضعف برخوردار است. اینترنت و فضای مجازی، فضای لازم برای بروز هیجانات جوانان را فراهم می آورد؛ این افراد به راحتی می توانند در حالی که در محیط خانه یا مدرسه هستند با دیگران ارتباط برقرار نمایند.

به طور کلی فضای مجازی شکل های جدیدی از انسان اجتماعی تولید می کند و جوانان به لحاظ انعطاف پذیری در پذیرش اجتماع جدید انسانی، بیشترین علاقه را به این رسانه نشان می دهند.

امروزه در سایه رشد و گسترش روزافزون فناوری های نوین ارتباطی - اطلاعاتی، یکی از روش های جدید دوست یابی و ایجاد ارتباط با سایرین، استفاده از اینترنت مخصوصاً فضای مجازی و شبکه های اجتماعی است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در این مقوله، اتاق های گفت و گو که به چت روم معروف هستند و در سایت های گوناگون در دسترس همگان قرار دارند، بیشترین نقش را ایفا می کنند. افزایش امکانات تصویری در این سایت ها باعث شده است تا با نصب یک دوربین کوچک روی مانیتور، امکان ارتباط چهره به چهره نیز فراهم شود تا فضای ارتباطی، حالتی طبیعی تر به خود بگیرد.

این فناوری پیشرفته، انقلابی در نزدیک تر شدن افراد در سراسر دنیا به یکدیگر ایجاد کرده است.

اما این ارتباط در چت روم ها، و از طریق فضای مجازی، نوع جدیدی از عشق های مجازی را ایجاد نموده که به «عشق های اینترنتی» یا «cyber romance» معروف است.

باومن (2003) با مطرح کردن پدیده «عشق سیال» یا «liquid love» مدعی شد دوستی های مجازی بین زنان و مردان بسیار متفاوت از دوستی هایی است که با واسطه سایر رسانه ها انجام می شود.

این دوستی ها به دلیل ماهیت مجازی و دروغین آن ها به شدت زندگی بشریت را تهدید می کنند.

باومن نسبت به این که مفاهیم سنتی از وفاداری و عشق واقعی تضعیف شده اند ابراز نگرانی می کند.

چت یکی از پرطرفدارترین امکانات فضای مجازی در ایران است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

گسترش سریع کافی نت ها در سطح شهرهای ایران را می توان نتیجه علاقه جوانان ایرانی به چت دانست

. دوستی میان دو جنس مخالف در ایران کنترل می شود و برای جوانانی که چنین دوستی هایی را ترجیح می دهند، چت روم مکان مناسب، ارزان و کم خطری برای گفت و گوهای طولانی با جنس مخالف است.

چت به جوان ایرانی کمک می کند تا با دنیاهای دیگر ارتباط برقرار کند و حس تعامل با غریبه هایی را تجربه کند که توان آسیب رساندن به او را ندارند. به طوری که بسیاری از زوج ها، دوست دخترها، دوست پسرها، نامزدها (زن و مرد) هستند که از طریق اتاق های گفت و گو با هم ارتباط برقرار می کنند.

گروه هایی به صورت آنلاین هستند که افراد مجرد در زمان های مشخص به آن ها پیام فرستاده و متقابلاً پیام دریافت می نمایند و گاهی این ارتباط ساعت ها به طول می انجامد و هرگز موجب گمراهی آن ها از ارتباط حقیقی نمی شود، اما عده ای نیز حقیقتاً گمراه می شوند و هرگز نمی توانند خود را از شبکه آشفته فضای مجازی رها کنند؛ نمی توانند معشوقه های جدید کامپیوتری خود را کنار زده و یا آن ها را مهار کنند، بر عکس آن ها را بر روابط زندگی خود ترجیح می دهند.

در ارتباط مجازی دختران به لحاظ احساس خطر یا بروز شرم در حضور جنس مخالف، ترجیح می دهند تا در دنیای مجازی و فارغ از دغدغه های حضور واقعی به گفت و گو بپردازند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

دختران در این شرایط به لحاظ غلیان احساسات و گرایشات جدید و ناملموس در خود، علاقه وافری به این نوع ارتباط نشان می دهند و به طور معمول از هویت و شناسه های غیر واقعی برای حضور و معرفی خود استفاده می کنند.

بنابراین زنان بیشتر به دنبال گروه های دوستی و حمایت و روابط عاشقانه می باشند. در مقابل مردان در اینترنت به دنبال راه هایی برای کسب قدرت و شهوت و همین طور رویای جنسی خود هستند.

در کل می توان گفت که اینترنت به دلیل تسهیل ایجاد روابط دوستانه و عاشقانه با سرعت نور، در زمینه های غیراخلاقی بسیار مورد توجه است.

اغلب، گسترش روابط غیر اخلاقی مجازی در عرصه اینترنت، در جهت روابط غیر اخلاقی واقعی صورت می گیرد.

واضح است که شبکه اینترنت مجال مناسبی برای رشد و توسعه انواع مختلف رفتارهای غیر اخلاقی است.

این پدیده یک فضای مجازی برای فعالیت های غیر اخلاقی می آفریند. اینترنت همچنین موجب سهولت خیانت در روابط زناشویی و روابط نامشروع می شود.

اگر اصول اخلاقی را نادیده بگیریم، خواهیم گفت که اینترنت چیز خوبی است که ما را قادر می سازد به آسانی به دنبال اعمال غیر اخلاقی، قماربازی، خرید و فروش و بورس بازی برویم،

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

بدون این که مجبور باشیم با انسان های مختلف تعامل و برخورد رو در رو داشته باشیم.

روابط غیر اخلاقی برخط، به طور معمول برخط باقی نمی ماند و در بسیاری موارد به روابط فیزیکی می انجامد.

البته جذابیت این مسأله به هیچ وجه قابل انکار نیست. به نظر معقولانه می رسد که برای قابلیت تغییر رفتاری اینترنت، چند متغیر تحریک برانگیز مهیج و نگهدارنده را برشمرد.

این متغیرها عبارتند از: روابط نزدیک غیر اخلاقی، فقدان کنترل و بازدارندگی، فقدان مسئولیت پذیری، فقدان محدودیت زمانی و احساس تحت کنترل نبودن .

ب) جرایم رایانه ای و اینترنتی

شاید هک شدن سایت بانک ملی ایران و شبکه شتاب یکی از نخستین نشانه های ورود ایران به جامعه اطلاعاتی بوده باشد، با این حال گسترده بودن تعداد سایت های آموزش هک و بالا بردن تعداد هکرها و آمار بالای سایت های هک شده حکایت از رسوخ این پدیده به جامعه دارد.

گسترش شبکه های مجازی تجارت الکترونیک و آنچه به نام گلد کوئیست و پنتاگون و چند نام دیگر شناخته شده است، آسیب پذیری ساختار ایران در این زمینه را نشان می دهد .

پ) گسست میان نسل ها

مفهوم گسست یا شکاف میان نسلی به چگونگی تداوم فرهنگی یک جامعه از نسلی به نسل دیگر مربوط می شود. اگر در فرایند اجتماعی کردن کودکان، نوجوانان و جوانان، فرهنگ یک جامعه تا حد مطلوبی از نسلی به نسل دیگر منتقل شود و باز تولید فرهنگی به نحو احسن انجام پذیرد؛ میزان اشتراک فرهنگی دو نسل بالا می رود و اختلاف فاحشی بین دو نسل به وجود نمی آید.

در این صورت بین دو نسل جدید و قدیم تفاهم برقرار می شود و بحران هویتی نیز برای نسل جدید روی نمی دهد.

در مقابل اگر فرایند اجتماعی کردن، به علل داخلی و خارجی دچار مشکل شود و به طور ناقص انجام گیرد و فرهنگ جامعه در حد مطلوبی به نسل بعد منتقل نشود، تداوم فرهنگی جامعه دچار مشکل می شود و بین نسل جدید و قدیم شکاف می افتد.

عوامل اجتماعی متعددی بر دور شدن نسل ها از یکدیگر و بروز گسست میان نسلی تأثیر گذار هستند.

در این میان فناوری های نوین ارتباطی مخصوصاً اینترنت در دگرگونی ارزش ها و در نهایت ایجاد و توسعه الگوهای نوین جامعه و به چالش کشاندن ارزش های سنتی و پدیده شکاف هنجاری و ارزشی نسلی نقش دارد

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

بنابراین اینترنت شکاف میان نسل ها را بیشتر کرده است و اکنون شکاف میان نسل دوم و سوم علاقمند به اینترنت نیز آشکار شده، به گونه ای که هیچ یک زبان دیگری را نمی فهمند.

امروزه با ورود وسایل و تکنولوژی های جدید به عرصه خانواده ها شاهد این هستیم که والدین و فرزندان ساعت های متمادی در کنار یکدیگر می نشینند، بدون آنکه حرفی برای گفتن داشته باشند.

ما دیگر کمتر نشانه هایی از آن نوع خانواده هایی 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 تفاوت های اجتماعی و تجربه های زیسته مختلف زندگی را از دیدگاه خود نگریسته و مطابق با بینش خود آن را تفسیر می کنند.

نسل دیروز (والدین) احساس دانایی و با تجربگی می کند و نسل امروز (فرزندان) که خواهان تطابق با پیشرفت های روز است، در برابر آن ها واکنش نشان می دهد و چون از پس منطق و نصیحت های ریشه دار و سرشار از تجربه آن ها بر نمی آید به لجبازی روی می آورد.

امروزه سرعت تکنولوژی شکاف بین نسل فرزندان و والدینشان را بسط داده است . براساس اظهارات معاون سازمان بهزیستی کشور میزان گفتگو در بین اعضای خانواده

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در کشور تنها حدود 30 دقیقه است که این می تواند آسیبزا باشد. فرزندان در مقایسه با والدین با وجود اینکه در یک فضای فرهنگی زندگی می کنند اطلاعات، گرایش ها و رفتارهای متفاوتی دارند، عوامل متعددی بر این پدیده تأثیرگذارند و این شکاف را روز به روز بیشتر می کنند. سرعت تحولات و بسط ارتباطات با جهان توسعه یافته، توجه بیشتر جوانان به برنامه های جهانی شدن فرهنگ، رسانه ها، گسترش روزافزون انجمن ها و کانون هایی غیر از کانون خانواده برای پیوستن و تعلق یافتن جوانان به آن ها و غیره از آن جمله است.

متأسفانه با رشد سریع تکنولوژی ارتباطات و ضعف سیستم آموزشی کشور اکنون اغلب والدین از سواد کافی برای استفاده از فضای مجازی برخوردار نیستند . همین موضوع موجب می شود تا سوای کاستی های دیگر از امکان نظارت مناسب بر عملکرد فرزندان جوان و نوجوان خود برخوردار نباشند

. در چنین حالتی، جوانان و نوجوانان با حضور در فضای مجازی و مواجهه با جریان عظیم اطلاعات ، آماده ی پذیرش چیزهایی می شوند که اغلب از آمادگی لازم برای پذیرش و تحلیل آن ها برخوردار نیستند و مهمتر از همه اینکه والدین نیز در همراهی و مشورت با آن ها ناتوان باشند .

این امر باعث می شود تا فرزند در مسیر پرشتاب زندگی دیجیتالی شده احساس تنهایی نموده و خود را بسیار دورتر از والدین احساس کند بخصوص آنکه اکنون فضای مجازی به او امکان تجربه نوع جدیدی از زیستن و اندیشیدن را در فضاهای

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

خود ساخته اعطا نموده . به این ترتیب فضای مجازی زمینه های گسست فرهنگی بین نسلی را فراهم آورد و این مسئله در آینده بر کنترل خانواده روی رفتار جوان و نوجوان اثر بسیار سوئی خواهد داشت .

ت) انحراف های اخلاقی و فردی (سوء استفاده جنسی)

در سال 1999 گردهمایی جهانی تحت عنوان «کارشناسی برای حمایت کودکان در برابر سوء استفاده جنسی از طریق اینترنت» برگزار گردید که منجر به صدور قطعنامه ای شد که در آن آمده است «هرچه اینترنت بیشتر توسعه پیدا کند، کودکان بیشتر در معرض محتویات خطرناک آن قرار خواهند گرفت.

فعالیت های محرمانه مربوط به فحشای کودکان و پورنوگرافی که از طریق اینترنت مورد استفاده واقع می شود، اکنون از مسائل حاد به شمار می رود.»

کار با اینترنت امکان و ضریب انحراف اخلاقی جوانان را بالا برده است .انزواگرایی و بلوغ جنسی زودرس نمونه ای از پیامدهای منفی در این زمینه هستند .

-انزوای اجتماعی

انزوای اجتماعی وضعیتی است که در آن ارتباطات فرد مذکور و حمایت اجتماعی وی در سطح پایینی قرار دارد. در واقع انزوای اجتماعی را می توان فقدان ارتباط و سست شدن پیوندهای میان افراد با یکدیگر و با جامعه دانست.

اینترنت ابزاری است که از طریق ایجاد و فراهم آوردن فضایی مجازی برای ایجاد رابطه، افراد را از دردسر روبه رو شدن با دیگران و قرار گرفتن در وضعیت جهان واقعی رها می سازد و کاربران فضای مجازی را به موجوداتی منزوی از دنیای واقعی تبدیل می کند.

امروزه اینترنت در زندگی اجتماعی، جای دوستان و نزدیکان را گرفته و در حقیقت جایگزین روابط دوستانه و فامیلی شده است.

افرادی که ساعت ها وقت خود را در سایت های اینترنتی می گذرانند بسیاری از ارزش های اجتماعی را زیر پا می نهند. چرا که فرد دیگر فعالیت های اجتماعی خود را کنار گذاشته و به فعالیت های فردی روی می آورد.

«نتایج پژوهش شاندرز نشان داد که استفاده زیاد از اینترنت با پیوند ضعیف

اجتماعی مرتبط است.

برعکس کاربرانی که از اینترنت کمتر استفاده می کنند، به طور قابل ملاحظه ای با

والدین و دوستانشان ارتباط بیشتری دارند.»

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

بررسی محققان نشان می دهد شاید هیچگاه کاربران اینترنت از افسردگی و انزوای اجتماعی خود آگاه نباشند و در صورت آگاهی آنرا تأیید نکنند اما ماهیت کار با اینترنت چنان است که فرد را در خود غرق می کند.

پژوهش های انجام شده حاکی است دنیای اجتماعی در آینده دنیای منزوی باشد چرا که اینترنت با توجه به رشدی که دارد و جذابیت های کاذبی که برای نوجوانان ایجاد می کند آن ها را به خود معتاد ساخته و جانشین والدین می شود .

-بلوغ جنسی زودرس در اتاق های گفت وگو و شبکه های اجتماعی

بخش مهمی از محتواهای ارائه شده در فضای مجازی، به خصوص سایت های زندگی دوم، بدون در نظر گرفتن اقتضای سنی مخاطب، حاوی مباحث جنسی در سطوح مختلف است که چون عمدتاً در سیستم آموزش و پرورش و خانواده ما بطور صحیح این اطلاعات به فرزندان منتقل نمی شود ممکن است به سرعت در معرض دید و برداشت و تحلیل کاربران نوجوان قرار می گیرد و به تدریج جوان و نوجوان را که در شرایط خاص جسمی و غلیان غرایز جنسی، که آمادگی آن را ندارد قرار دهد و فرزندان را دچار سردرگمی و انحراف از مسیر ارزش های جامعه نماید سازد.

ث) بحران هویت و اختلال در شکل گیری شخصیت و پنهان سازی هویت (تئوری گوستاولوبون - انبوه خلق) با امکانات و گزینه های فراوانی که رسانه های عمومی از جمله اینترنت در اختیار جوانان می گذارند آنان به طور دائم با محرک های جدید و انواع مختلف رفتار آشنا می شوند.

این فضا هویت نامشخصی و اغلب متحولی را می آفریند. به خصوص برای نسلی که در مقایسه با نسل قبل با محرک های فراوانی مواجه است. همچنین از طریق رسانه های جمعی، افراد خط مفروض میان فضای عمومی و خصوصی را تجدید سازمان می کنند و این امکانی است که جوانان فعالانه از آن استفاده می نمایند. هرچند ارتباطات در فضای مجازی را به عنوان نسل جدیدی از ارتباطات اجتماعی باید پذیرفت، اما این فضا ذاتاً کاربران را به داشتن یک هویت مجازی سوای هویت اصلی خود ترغیب می کند که متأسفانه در اغلب موارد شاهد آن هستیم که رفته رفته هویت مجازی بر هویت اصلی غلبه پیدا می کند. در واقع حضور بیش از اندازه و بدون برنامه ریزی شده کاربران در فضای مجازی که عمدتاً از آموزش اولیه در مدارس برخوردار نبوده اند می تواند رفته رفته آنان را از هویت حقیقی شان دور کند که این شدن از دنیای واقعیت ها، به تدریج بر تمام لایه های زندگی افراد در آینده اثرگذار خواهد بود.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

هویت واجد ۳ عنصر است.

هویت شخصی، فرهنگی و اجتماعی که هر یک در تکوین هویت فرد نقش مهمی را ایفا می کند. هویت شخصی، ویژگی بی همتای فرد را تشکیل می دهد. هویت اجتماعی در پیوند با گروه ها و اجتماعات مختلف قرار گرفته و شکل گیری آن، متأثر از ایشان است. و در نهایت، هویت فرهنگی، برگرفته از باورهایی است که در عمق وجود فرد به واسطه تعامل او با محیط پیرامون و آموزه های آن، از بدو تولد تا کهنسالی جای گرفته است. از آن جا که فضای سایبری، صحنه ای فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت های متنوع، نقش ها و سبک های زندگی قرار می دهد، خود زمینه ای است برای آسیب پذیری شخصیت کاربر که در نتیجه، موجب چند شخصیتی شدن کاربر خواهد شد.

در فضای سایبر بیش از آن که هویت ظاهری فرد مطرح گردد، درون مایه های افراد بروز می کند. هر کس در صدد بیان اندیشه ها و علاقه مندی های خویش است. مطرح نشدن هویت شخصی و مشخصات فردی در اینترنت موجب تقویت شخصیت های چندگانه و رشد و استحکام آن می گردد.

جوانان در این محیط از آسیب پذیری بیشتری برخوردارند و به ویژه در دورانی که هویت آنان شکل می گیرد، این خطر پر رنگ تر می شود.

با امکانات و گزینه های فراوانی که رسانه های عمومی از جمله اینترنت در اختیار جوانان می گذارند، آنان دائماً با محرک های جدید و انواع مختلف رفتار آشنا می شوند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

چنین فضایی هویت نامشخص و پیوسته متحولی را می آفریند، یعنی «اینترنت یک صحنه اجتماعی است که فرد را در موقعیت های متنوع نقش ها و سبک های زندگی، قرار می دهد و از آن تأثیر می پذیرد.»

واقعیت این است که از نظر صاحب نظران جامعه شناسی، شکل گیری هویت افراد تحت تأثیر منابع گوناگونی است. عمده ترین این منابع خانواده، رسانه های گروهی، مدرسه و گروه همسالان است. «از این میان رسانه های گروهی با توجه به گستره نفوذ و فراگیری آن اهمیت ویژه ای یافته اند. گسترش تلویزیون های ماهواره ای موجب شده است شکل گیری نظام شخصی و هویت افراد تحت تأثیر عوامل متعدد و گاه متعارض قرار گیرد.»

یکی از جنبه های اینترنت، ورود بی هویت در آن است. نوجوانان در صحنه اینترنت برای ایفای هر نقشی، فرصت پیدا می کنند. البته خصیصه مثبتی در این کار وجود دارد یعنی مجالی که برای بروز و ظهور نوجوانان پیدا می شود. اینترنت فضای آزاد گلخانه ای را ایجاد می کند که معلمان و مراجع قدرت به آن دسترسی ندارند و بر آن تأثیر نمی گذارند. امکان خصوصی بودن امور، نکته ای است که کاربران جوان اینترنت بر آن تأکید دارند و از سؤال بزرگسالان در مورد نحوه استفاده از اینترنت آشفته می شوند. اینترنت به نظر این جوانان، جانشین فضای عمومی است

. در این شکل جوانان تجربه های بیشتر می یابند و درباره کنترل و کاربرد این رسانه جدید دارای اطلاعات می شوند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

این فضای جدید به طور عمده از سوی کاربران ساخته می شود، احساس مشارکت بیشتری به نوجوانان می دهد. تنها مشکلی که وجود دارد آن است که رابطه میان نسل جوان و بزرگسال در فضای شبکه ای محو می شود.

اریکسون معتقد است که نوجوانان در دوره بلوغ هویت شخصی خود را از طریق کشف وجست و جو بنا می کنند

. بلوغ مرحله ای بحرانی است که نوجوانان به دنبال کشف ارزش ها و درونی کردن آن می باشند و اینترنت با حجم نامحدود اطلاعات و ابزارهای سریع ارتباطی، نوجوانان را با ابزارهای دیگر ایجاد هویت از طریق جست و جو روبه رو می کند. با این وجود باید بدانیم که بسیاری از تعاملات موجود در اینترنت مستلزم ارتباط انسانی نیست. پیامدهای این تعاملات و حدود جایگزینی تعاملات اینترنتی به جای تعاملات انسانی هنوز نامعین است .

-شکستن شدن مرز بین فضای حقیقی و فضای مجازی

این مسئله بیش از هر چیز در خصوص کاربران نوجوان و جوان اهمیت دارد. در این سنین، هنوز هویت افراد به طور کامل شکل نگرفته و حضور در فضاهای مبهم و پیچیده مجازی؛ از اتاق های گفت و گو گرفته تا شبکه های اجتماعی و اینک فضاهای «زندگی دوم» به آنان این امکان را می دهد تا برای خودشان هویتی متفاوت از دنیای حقیقی خلق کنند و همین امر منجر به رشد خیال بافی و دور شدن از پذیرش شرایط

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

حقیقی زندگی می شود.

در این حالت، جوان مرز بین فضای واقعی و فضای مجازی را گم می کند و همان طور که از محیط پیرامونش تأثیر می پذیرد، از فضای مجازی نیز متأثر می شود. اهمیت این موضوع در اینجاست که همین هویت مجازی باعث می شود تا افراد خود را هر آنگونه که دوست دارند معرفی کنند و رفته رفته به تبعیت از فضای مجازی ممکن است خود را مجاز به شکستن خطوط قرمز فضای حقیقی نیز بدانند و همین هنجارشکنی ها ممکن است به تدریج و با عادی سازی رفتارهای خلاف اصول و قواعد اجتماعی، در محیط حقیقی نیز تسری یابد و قواعد اجتماعی جامعه را بر هم ریزد.

ج) ایجاد مطالبات جدید اجتماعی

آشنایی جوانان با سطوح مختلف طبقات اجتماعی، درخواست آنان برای تغییر سطح طبقه ای را افزایش داده و همین امر به ایجاد مطالبات جدید اجتماعی می انجامد .

چ) تهدید بنیان های خانواده و نارضایتی های خانوادگی

یکی از بزرگترین مسائل اجتماعی که جوامع امروزی به آن مبتلا می باشند ضعف بنیاد خانواده است.

از آنجایی که مشکلات خانواده ها به صورت ناهنجاری های اجتماعی بروز می کند خانواده و سلامت آن از اهمیت فوق العاده ای برخوردار می باشد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

آماده کردن فرزندان برای پذیرش مسئولیت های اجتماعی یکی از وظایف مهم و اساسی خانواده ها به شمار می رود. جوانان باید بتوانند به خصوص برای زندگی های مشترک آماده شوند و سعی نمایند روابط خود را با پیرامون شان در حد متعارف و قابل قبولی تنظیم نمایند.

صرف نظر از آمار و ارقام بالا و روز افزونی که در مسایلی مانند بالا رفتن سن ازدواج، طلاق، فرار از منزل، فحشا و سایر مسایل خانوادگی وجود دارد، سرد شدن ارتباطات عاطفی و نارضایتی ها از زندگی خانوادگی است که باعث ناکامی ها و شکست های بزرگی در زندگی جوانان شده است.

این ها نشان از مشکلات عمیقی در سطح خانواده دارد که به نوعی باید ریشه یابی و درمان شوند.

امروزه با ورود تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی در خانواده، خانواده ایرانی با مسائل و مشکلات عدیده ای روبه رو شده است.

در بررسی وضعیت خانواده های ایرانی می توان چنین گفت که خانواده ایرانی در معرض تغییرات مهمی که ناشی از پیدایی و ورود تکنولوژی های جدید به حریم خانواده است، قرار دارند. در میان تکنولوژی های نو، اینترنت به لحاظ ویژگی های خاص، دارای اهمیت شگرف است، زیرا سبب شده تا ساختار تازه ای در خانواده های ایرانی در شرف تکوین باشد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در خصوص این پدیده آنچه در خانواده های ایرانی مشاهده می گردد این است که حضور این رسانه و به طور کلی رایانه شخصی، ارتباطات خانوادگی را دستخوش تغییر نموده است. استفاده از فضای مجازی، فعالیتی زمان بر می باشد که مدت تعامل افراد خانواده را با یکدیگر کاهش می دهد. در این میان جوانان به واسطه فراغتی که دارند، نسبت به بزرگسالان، مدت زمان بیشتری را به فضای مجازی اختصاص می دهند. از طرف دیگر، فضای مجازی، کشمکش های جدیدی را در خانواده ایجاد می کند که شامل زمان استفاده از اینترنت، نوع صفحاتی که توسط اعضای کاربر خانواده مورد استفاده واقع می شود و دستیابی جوانان و والدین آنان به اطلاعات خصوصی یکدیگر و ... می باشد.

چنانچه جوان در پیوندهای عاطفی و درک متقابل با سایر اعضای خانواده دچار مشکل باشد، احساس تنهایی، افسردگی و بی تفاوتی کرده و برای جبران آن به یک دوست، سرگرمی خاص و ... روی می آورد و فضای مجازی مناسب ترین محمل برای این مقصود است. بنابراین یکی از زمینه های اصلی در بروز مشکلات خانوادگی و اصولاً نارضایتی از زندگی مشترک، فضای مجازی است که تحت تأثیر تولیدات رسانه ای بوجود آمده و باعث آن گردیده تا سطح توقع و ارضاء از زندگی های مشترک را به خصوص در میان نسل جوان بالا ببرد. تحت تأثیر این فضا آنچه جوان باید از زندگی مشترک انتظار داشته باشد به نوعی تحریف می شود. لذت و صمیمیتی که از برنامه ها و محتویات رسانه ها مانند فیلم ها و سریال ها در اذهان جوانان نقش می بندد تا

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

حد بسیار زیادی در زندگی طبیعی قابل دست یابی نخواهند بود و این می تواند تبعات زیانباری برای آینده جوانان به همراه داشته باشد. بنابراین تغییر ارزش ها و هنجارهای اجتماعی به نوبه خود بنیان های خانوادگی را در معرض تهدید قرار می دهد.

تغییرات تکنولوژیکی ارزش ها و هنجارهای اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار داده است. یکی از چالش های فرا روی فرهنگ ها برخورد با این پدیده است . چون اساساً ورود اینترنت همراه با ارزش های غربی، چالش های جدیدی را در کشورهای دیگر به وجود آورده است. از آنجایی که برخی از عناصر موجود در این پدیده مغایر با فرهنگ خودی (ارزش های اسلامی - ایرانی) است، پس می توان گفت اینترنت می تواند آسیب های زیادی را به همراه داشته باشد. مثلاً ورود اینترنت در حوزه خانواده موجب تغییر نظام ارزشی در خانواده ها می شود. در یک مطالعه تجربی نشان داده شد که استفاده جوانان از اینترنت موجب کاهش ارزش های خانواده شده است .

ح) تغییر نقش های اجتماعی

پنهان ماندن هویت ها و کنترل ناپذیری در شبکه، موجب کسب هویت های جدید و ایفای نقش های اجتماعی مجازی در شبکه به وسیله افراد می شود .

خ) تغییر در اوقات فراغت

اینترنت مشخص ترین نماد این عصر است، که اساسی ترین سهم را در اوقات فراغت مجازی دارد. رهایی شخص از تعهدات شغلی، اقتصادی و وظایف شخصی، خانوادگی، تحصیلی و اجتماعی با استفاده از فضای مجازی، فراغت مجازی را می سازد. در وجه فراغت و سرگرمی در فضای مجازی محوریت یافتن ارتباط و سرگرمی، از متن خارج شدن مکان ها و تجارب اوقات فراغت، رواج شکل های سرگرمی غیر وابسته به زمان و مکان، چند وظیفه ای شدن رسانه های جدید و لذت بردن جوانان از توانایی انجام همزمان چند وظیفه و امکان پذیر ساختن انواع جدیدی از مشارکت های عاطفی و زیبایی شناختی و فرهنگی از جمله مشخصه های اصلی رسانه های جدید به ویژه فضای مجازی می باشد.

بنابر این اینترنت نه تنها دروازه ورود به شاهراه های اطلاعاتی را در فضای مجازی گشوده است، بلکه فضا و بازاری را نیز برای سرگرمی مهیا ساخته که به سرعت و به طور مداوم رو به رشد است.

اینترنت از جمله مظاهر مدرن عرصه سرگرمی است که تحول رسانه های جدید به ارمغان آورده است. رسانه ای شدن و خانگی شدن به طور فزاینده ای توصیف کننده گذران بخش عمده ای از فراغت طیفی از جوانان گردیده است.

بنابراین گسترش بازی های الکترونیکی و سرگرمی های مجازی در بین قشر جوان،

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

نشانه اهمیت اینترنت برای پر کردن اوقات فراغت و تفریح آنان است. اگرچه بازی و سرگرمی یکی از نیازهای اساسی برای تخلیه هیجان و رشد خلاقیت های ذهنی به شمار می رود، اما تأثیر استفاده بیش از حد از این سرگرمی ها، علاوه بر ایجاد مشکلات روحی، عدم توانایی در مهار کردن تمایلات، ایجاد بی ارادگی و تنبلی، مشکلات جسمانی نیز برای کاربران ایجاد می کند که مشکلات بینایی ناشی از تمرکز و نزدیکی به مانیتور رایانه، صدماتی که به سیستم اسکلتی در اثر نشستن طولانی و نامناسب وارد می شود و چاقی از آن جمله است.

از دیگر مسایلی که سرگرمی های مجازی برای جوانان ایجاد می کنند این است که، سرگرمی های مجازی علاقه جوانان به مشارکت اجتماعی و فعالیت های مدنی را با انگیزه های مختلف تحت الشعاع قرار می دهد و می تواند بر مهارت های اجتماعی آنان در تدارک فراغت های گروهی و تفریحات و بازی های غیر مجازی تأثیر منفی بگذارد.

اشاره به این مسئله ضروری است که شبکه های اجتماعی مجازی از این قاعده مستثنی نیستند و با فراهم آوردن امکانات مختلف از جمله بازی ها، سرگرمی ها، امکان بازی به صورت آنلاین، رقابت با سایر کاربران، دعوت دوستان دیگر کاربر به بازی، و حتی بیشتر هر یک از کاربران با فراهم کردن امکان فرستادن «هدیه» روزانه آن بازی به تأثیرگذاری در روابط و تعلقات اجتماعی کاربران و مهمتر از آن استغراق آنان در این فضا می پردازند .

د) اعتیاد اینترنتی

یکی از آسیب های اینترنت، اعتیاد به آن است به طوری که «از میان 47 میلیون استفاده کننده از اینترنت در امریکا 2 تا 5 میلیون دچار اعتیاد اینترنتی شده اند و با معضلات زیادی گریبان گیر هستند».

در جامعه ما نیز با گسترش روزافزون اینترنت شاهد این مسأله هستیم. نتیجه تحقیقات انجام شده در کشور نشان می دهد که «بیشترین استفاده کنندگان از اینترنت جوانان هستند و 35 درصد از آن ها به خاطر حضور در چت روم، 28 درصد برای بازی های اینترنتی، 30 درصد به منظور چک کردن پست الکترونیکی و 25 درصد نیز به دلیل جستجو، در شبکه جهانی هستند.»

توان اعتیادآورنده مواد مخدر، براساس سرعت جذب مواد مزبور به بدن انسان است، اما در مورد اینترنت، این سرعت و در دسترس بودن آن است که ایجاد اعتیاد می کند. اگر این فرضیه درست باشد، پس ما باید با افزایش سرعت مودم ها و سهولت دسترسی، منتظر سطوح بالاتری از استفاده های اعتیادآمیز اینترنت باشیم.

قدرت محتواها به عنوان پتانسیل تحریک برانگیزی، مطالبی است که به صورت برخط مورد مطالعه قرار می گیرند و مشخص است که تحریک برانگیزترین محتواها، یعنی محتواهای جنسی، بیشترین و بالاترین سطوح استفاده در اینترنت را دارا هستند.

این احتمال وجود دارد که ما با چند زیرمجموعه از اعتیاد اینترنتی و سوءاستفاده از

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

اینترنت روبه رو باشیم و این احتمال قوی هم وجود دارد که درجاتی از سطوح مشترک میان اعتیاد به اینترنت، اعتیاد جنسی، اعتیاد به قمار و اعتیاد به خرید و مصرف (بریز و پپاش) وجود داشته باشد.

اعتیاد به اینترنت مثل هر نوع اعتیاد دیگری صرفنظر از این که آن را یک بیماری روانی به حساب آوریم یا یک معضل اجتماعی، پدیده ای است فراگیر که با صدمات روانی اجتماعی، خانوادگی، جسمانی و حتی اقتصادی همراه است.

معتادان به اینترنت مانند اغلب انواع معتادان، دچار افت در کارکردهای فردی و اجتماعی می شوند

اما فرق این اعتیاد با بقیه این است که معتادان اینترنت کمتر احساس گناه می کنند. این افراد اغلب جزء افراد باکلاس و بافرهنگ جامعه ما هستند.

اگرچه هنوز معیاری برای تشخیص اعتیاد به اینترنت ارائه نشده است اما علائم این نوع اعتیاد را به دو دسته علائم روانی و جسمانی تقسیم کرده اند.

علائم روانی عبارتند از:

نوعی احساس لذت و رضایت هنگام دسترسی به اینترنت و ناتوانی در متوقف کردن افسردگی و بدخلقی در مواقعی که دسترسی به اینترنت وجود ندارد و دروغ گفتن به دیگران در مورد میزان استفاده از اینترنت و ...

و علائم جسمی عبارتند از:

علائمی که ناشی از نشستن زیاد است (سوزش چشم و سردرد و کمردرد و اضافه وزن و ...) و علائمی که ناشی از غفلت فرد نسبت به خودش است (بی نظمی در غذا خوردن و صرفنظر کردن از بعضی وعده های غذایی و توجه نکردن به بهداشت و آراستگی فردی و اختلالات خواب و تغییر در الگوی خواب و..)

همچنین اعتیاد به اینترنت می تواند مشکلات جدی تحصیلی و خانوادگی برای مخاطبان به وجود آورد

اگر استفاده کنندگان از اینترنت نتوانند به مدت یک ماه دوری از اینترنت را تحمل کنند در معرض خطر اعتیاد به آن قرار دارند

متأسفانه ما شاهد این پدیده در میان جوانان هستیم، به طوری که برخی از جوانان، شب ها را تا صبح با اینترنت می گذرانند و تمام صبح را خواب هستند و این مسأله آغازگر آسیب های متعدد دیگر نیز می شود. از جمله این آسیب ها می توان به آسیب های خانوادگی، ارتباطی، عاطفی، روانی، جسمی و اقتصادی اشاره کرد .

(ر) شکل گیری خرده فرهنگ های مختلف

کارکرد غالب چت های اینترنتی در جوانان ایرانی از جنبه های فراغتی و سرگرم کننده آن است که با فاصله زیادی اولویت نخست استفاده کنندگان را تشکیل می دهد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

نتایج تحقیقات بیانگر این است که فضای غالب در محیط چت روم های مورد مراجعه جوانان، گفت وگوهای دوستانه جوانان غیرهمجنس است که با نیت ارضای کنجکاوی، آشنایی و سرگرمی و گاه ماجراجویی بدان روی می آورند.

در مجموع، گفت وگوهای اینترنتی عرصه جدیدی را برای گذران فراغت طیف روبه افزایشی از جوانان و شکل گیری خرده فرهنگ های مختلف با زمینه ها و علایق متنوع فراهم ساخته است.

اگرچه نگرش غالب به این «میدان» جدید و بهره مندی از آن اغلب محدود به آشنایی ها و گفت وگوهای غیر جدی، کنجکاوانه و عادتی است، با این حال برای اقلیتی مجالی را به منظور تأمل در «سیاست زندگی»، بازی با هویت و بازاندیشی در پروژه انباشت و ابراز هویت فراهم ساخته است. این اقلیت از پتانسیل های فضای مجازی برای تقویت سرمایه های سمبلیک و فرهنگی خود در برقراری ارتباط و تنظیم روابط با خویش و اجتماع بلافصل خویش استفاده می کنند.

در وجه منفی، سرگرمی های مجازی علاقه جوانان به مشارکت اجتماعی و فعالیت های مدنی را با انگیزه های مختلف تحت الشعاع قرار می دهد و ممکن است بر مهارت های اجتماعی آنان در تدارک فراغت های گروهی و تفریحات و بازی های غیر مجازی تأثیر منفی بگذارد.

همچنین مجاورت طولانی با فضای مجازی می تواند به فرهنگ پذیری یک طرفه و تأثیر پذیری افراطی از هنجارها و ارزش ها در عرصه های مختلف ارتباطی و اجتماعی

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

انجامیده و با تقویت جهان وطنی تعلقات ملی و سنتی کاربران را تحت تأثیر قرار دهد .

5. ابعاد سیاسی

الف) ایجاد گروه های سیاسی مجازی

از طریق اینترنت گروه های سیاسی خاصی به وجود می آیند که فقط بر روی این شبکه وجود دارند .

ب) اختلال در روند کنترل جریان اطلاع رسانی

رسانه ها و نشریات الکترونیکی فارسی بدون کسب اجازه از حاکمیت منتشر شده و روند اطلاع رسانی رسمی را مختل می کنند .

پ) انتقال مستقیم اندیشه ها و دیدگاه های جریان های معاند به داخل

اگر تا دیروز برای انتقال افکار و دیدگاه های معاندان نظام به داخل فقط نشریات مکتوب وجود داشت امروزه از طریق اینترنت شامل سایت ها، گروه های خبری، خبرنامه های الکترونیک و پالتاک ها و فروم ها امکان انتقال مستقیم اندیشه های معاندان به داخل وجود دارد .

ت) ایجاد گروه های فشار و ذی نفوذ مجازی

جمع آوری امضای الکترونیک به منظور تأکید بر یک موضوع یا اعمال فشار بر یک نهاد، از کارکردهای جدید اینترنتی در ایران است. این گروه های سیال مجازی نقش گروه های فشار سنتی را در فضای سایبر ایفا می کنند .

ث) کارکردهای مشروعیتی

از طریق برگزاری رفراندوم های اینترنتی و سیستم های نظرسنجی اینترنتی، امکان اعطا یا سلب مشروعیت از عملکرد سیاسی سیستم فراهم شده است .

ج) ایجاد مطالبات جدید سیاسی

تراکم دیدگاه ها و مطالبات موجب بیداری و هوشیاری و افزایش سطح توقعات و مطالبات آن ها شده و آشنایی با سایر دیدگاه ها به ایجاد مطالبات جدید سیاسی می انجامد .

ح) به چالش کشیدن دستاوردهای حرفه ای و رسمی

اطلاعات دولتی و حرفه ای را می توان به چالش کشید .

خ) تضعیف نقش هویت دولت - ملت ها

کاربران می توانند هویت های جهانی و محلی اختیار کنند .

د) انتشار مطالبات قومی و منطقه ای و افزایش تحریک پذیری قومیت ها

خاصیت تأسیس سایت های قومی و راه اندازی وبلاگ های منطقه ای و انتشار برخی

مطالب تحریک آمیز در سایت های اینترنتی قابلیت این رسانه و پدیده را برای دامن

زدن به مباحث مناقشه برانگیز قومی را اقلیتی بالا برده است .

6. ابعاد فرهنگی

الف) ایجاد محرکه های قوی برای تبادلات فرهنگی غیرقابل کنترل

در واقع با وجود اینترنت بسیاری از محصولات فرهنگی که ماده اولیه آن ها اطلاعات

است مثل کتاب، مقاله، موسیقی، فیلم، نقاشی و عکس به راحتی و بدون مانع تبادل

می شود

. این بهم آمیختگی فرهنگی بویژه میان ایرانیان داخل و خارج کشور غیرقابل کنترل

شده است .

ب) بسترسازی بیشتر برای تهاجم فرهنگی

رسانه اینترنت با همه سرویس های متنوعش ، قابلیت تبدیل شدن به بستری برای تهاجم فرهنگی را دارد.

{ فضای مجازی و تکنولوژی های مرتبط با این دنیا، اعم از سخت افزاری و نرم افزاری، دانشی است که در غرب تولید شده و هنوز هم امتیاز این علم در دست آنان است. این بدین معناست که کشورهای خاص فرصت بیشتری برای حضور در فضای گسترده و نامتناهی مجازی دارند و لذا امکان وسیعی برای تأثیرگذاری بر روی دیگر فرهنگ ها و تمدن ها خواهند داشت .

این موضوع به فرهنگ های ارزشی، غنی و باریشه ای که به دلایل متعدد، از حضور مؤثر در فضای مجازی محروم یا ناتوان اند، آسیب جدی وارد می کند و به نوعی آنها را در معرض استحاله و اثرپذیری از فرهنگ های بیگانه ی مسلط بر فضای مجازی قرار می دهد

. بنابراین دور از انتظار نیست سیاست گذاری های این دنیا بر اساس راهبردهای چنین جوامعی طرح ریزی می شود .

پ) انتقال هنجارها و نرم های ارزشی و اخلاقی غربی

اینترنت یک پدیده غربی است و فرهنگ حامل آن نیز غربی است، پس چندان غیرمعقول نیست اگر بگوییم اینترنت موجب انتقال هنجارها و نرم های ارزشی و اخلاقی غربی می شود .

آسیب های ناشی از استفاده نادرست و کنترل نشده از اینترنت

اینترنت بازاری جهانی برای خرید و فروش اطلاعات است. می توان از این بازار به نحو مطلوب استفاده شود. اما در ایران به جهت وجود محدودیت هادر بخش های مختلف اینترنت به منزله ی ابزاری برای آشنایی افراد مطرح است نه اطلاع رسانی. در تمامی دنیا از اینترنت برای گرفتن اطلاعات در زمینه پژوهش های علمی - خرید و فروش و... استفاده می شود. اینترنت دارای خدمات گوناگونی است از قبیل: وب سایت - وبلاگ - ایمیل - پروفایل - گروه های اینترنتی - چت - انواع خدمات جستجو و غیره. ایجاد امنیت اینترنتی برای افراد به خصوص نسل جوان لازم و ضروری است زیرا اکثر جوانان و نوجوانان اطلاعات ناچیزی از خطر های اینترنت را دارند.

امروزه دنیای رایانه هویت یابی نسل جوان را در ابعاد فکری و اخلاقی تحت تأثیر قراردادده و موجب اعتیاد نو و مدرن شده و بدین وسیله سبب آسیب اجتماعی

می شود

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

. سودجویان از طریق اینترنت به راحتی کالای خود را تبلیغ می کنند، خبر های دروغین را برای جوامع می فرستند، ابهت فرهنگی و دینی خانواده ها را می شکنند و زمینه های آشفتگی هویت را برای جوانان فراهم می کنند.

استفاده از اینترنت به خودی خود ابزار بی ضرری است اما استفاده بیش از حد و نادرست و مهار نشده از اینترنت ممکن است آثار منفی بر سازگاری اجتماعی، شغلی، آکادمیک، زناشویی و میان فردی، سلامت روانی و جسمانی، روابط خانوادگی و وضعیت هیجانی افراد داشته باشد که این پدیده مشکل عمده ای را برای بهداشت روانی جامعه ایجاد کرده است.

تأثیرات، منفی استفاده از اینترنت زمانی افزایش پیدا کرد که اینترنت و کامپیوتر به منازل، مدارس، دانشگاه ها ، کافی نت ها و مشاغل راه پیدا کرد.

پیامدهای منفی استفاده از اینترنت از جمله تغییر دادن سبک زندگی به منظور صرف زمان بیشتر در اینترنت، بی توجهی به سلامت خود، اجتناب از فعالیت های مهم زندگی، کاهش روابط اجتماعی، نادیده گرفتن خانواده و دوستان، مشکلات، مالی ناشی از هزینه های بهره بردن از اینترنت و مشکلات تحصیلی نام برد.

در این میان نقش خانواده در هدایت استفاده از اینترنت به سزاست.

آشنایی فرزندان با خطرات جسمانی-رفتاری- اخلاقی و تقویت مبانی ارزشی-

اخلاقی و دینی فرزندان و ایجاد خودکنترلی و خودایمنی در آن ها برای استفاده

بهینه از فن آوری های جدید بسیار پر اهمیت است.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

نتایج تحقیقات و همچنین از نظر متخصصان مؤید این نکته است که بهترین کاری که می توان در این خصوص انجام داد این است که قبل از فراهم آوری امکان استفاده از اینترنت یک خط مشی کامل شفاف و دقیق درباره نحوه استفاده از اینترنت ترسیم شود.

والدین می توانند ضمن آنکه رایانه را در مکان عمومی منزل بگذارند، زمانی را به استفاده از اینترنت اختصاص می دهند و خود نیز وی را در این زمینه همراهی کنند. توجه می نمایم که هریک از وسایل ارتباط جمعی ضمن اینکه به لحاظ تسهیل امور آثار مثبتی در جامعه داشته و دارند به لحاظ سواستفاده ای که از آن ها می شود ممکن است آسیب هایی را برای جامعه به دنبال داشته باشند. هر چه وسایل ارتباط جمعی بیشتر قابل کنترل باشند آسیب هایی ناشی از آن ها کمتر است .

-از مهمترین آسیب های اینترنت

1-آسیب فکری:

استفاده از حد متعارف از اینترنت به وابستگی شدید روانی و فکری می انجامد.

2-آسیب جسمانی:

فشارهای عصبی، چاقی، انزوا، چشم درد و...

-3 آسیب اجتماعی - فرهنگی:

گاه مشاهده می شود که افراد چنان در اتاق های گفت و گو غرق می شوند که حتی زمان صرف گذارافراموش می کنند.

این ها علایمی شبیه الکلی ها یا معتادان دارند. بسیاری از آن ها از بی خوابی رنج می برند، خسته اند و روابطشان با اطرافیان به حداقل رسیده است.

-4 گسست فکری و عاطفی:

با ورود اینترنت و رایانه به درون خانواده ها بین والدین و فرزندان جدایی فکری - عاطفی و فیزیکی رخ می دهد و پیشرفت خیره کننده فن آوری تأثیرات محسوس و نامحسوس زیادی را بر زندگی دختران گذاشته است .

-انواع آسیب های ناشی از اینترنت

آسیب های ناشی از سوء استفاده از اینترنت را در یک تقسیم بندی کلی می توان به سه دسته تقسیم کرد :

الف) آسیب های امنیتی و سیاسی

ب) آسیب های اقتصادی

ج) آسیب های اجتماعی

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

در اینجا چون موضوع اصلی بررسی آسیب های اجتماعی ناشی از اینترنت است لذا اشاره ای خلاصه وار به سرفصل های آسیب های اجتماعی - اخلاقی و فرهنگی ناشی از اینترنت خواهیم داشت که همه آن ها راتحت عنوان آسیب های اجتماعی مورد بررسی قرار خواهیم داد .

-آسیب های اجتماعی ناشی از اینترنت

آسیب های اجتماعی ناشی از اینترنت را می توان به دو دسته تقسیم کرد:

الف) آسیب های اجتماعی ناشی از سوء استفاده از امکانات اینترنت

ب) آسیب های اجتماعی مرتبط باماهیت وطبیعت ویژه اینترنت

الف - آسیب های اجتماعی ناشی از سوء استفاده از امکانات اینترنت

1) سوق دادن جوانان به سوء استفاده از وبلاگ ها و وب سایت های اینترنتی

سوء استفاده از وبلاگ ها و وب سایت ها علاوه برمسائل خلاف اخلاق وعفت عمومی

(نظیر تشویق رابطه جنسی نامشروع) شامل موارد زیراست:

-توهین به ائمه ومقدسات به تمسخرگرفتن فرهنگ عاشورا (علت عدم نظارت

خانواده)

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

-توهین به قومیت های مختلف

-سایت های الحادی که نوجوانان و جوانان را به شیطان پرستی و پذیرش عقاید و سایر

فرقه های ضاله تشویق می کنند .

2) سوء استفاده از چت روم اینترنت

مسئلاً چت را می توان تیغ دو لبه ای دانست که هم در جهت مثبت و مفید و هم در

جهت منفی و مضر عمل خواهد کرد و این بستگی دارد که چگونه از آن استفاده

کنیم.

تمام کاربردهای مثبتی که برای چت در فصل پیشین بیان شد، در جهت عکس آن

نیز می تواند صادق باشد و باعث انحرافات مذهبی، اخلاقی، سیاسی و ... گردد.

چت روم اینترنت می تواند یک محیط علمی باشد ولی تبدیل به یک محیط مبتذل

برای بسیاری از کاربران ایرانی شده است چت روم با توجه به زنده بودن محیط موجب

انحراف دختران و سوء استفاده از پسران نوجوان و زنان و نهایتاً از هم پاشیدن خانواده

های ما شده است.

موارد زیر تنها فهرست برخی از آسیب های چت کردن است که می تواند کاربران را

مورد تهدید جدی قرار دهد:

-آسیب رساندن عمومی به سخت افزار و نرم افزارهای طرف مقابل

-اعتیاد به چت

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

-دوستی های بدون مرز و ضابطه

-خطرناک تر از ماهواره، ویدئو و حتی فیلم های مستهجن و...

-قرار دادن فایل های مبتذل در دسترس عموم کاربران

-پخش اطلاعات خصوصی افراد، بدون مجوز

-ناشناس بودن کاربران در اتاق های چت

-رفتارهای وقیحانه و بی ادبانه

-فریب و بهره کشی جنسی

-تلف شدن وقت جوانان و فاصله گرفتن آن ها از واقعیت

-افراط در چت می تواند اثرات زیانبار روانی به همراه داشته باشد.

از نظر یونگ اتاق های چت منبع اصلی اعتیاد اینترنتی هستند .

3) سوء استفاده از پروفایل ها و سایت های دوست یابی

پروفایل صفحه ای است که فرد اطلاعات شخصی خود را برای تجارت دوست یابی،

شغل یابی و... در آن قرار می دهد که ممکن است این اطلاعات مورد سوء استفاده

قرار می گیرد.

افراد به جای اطلاعات خود اطلاعات دیگری را روی آن قرار می دهند. افرادی که

اطلاعاتشان در پروفایل قرار می گیرد بارها مورد سوء استفاده قرار گرفته اند .

4) آسیب های سوء استفاده از اطلاعات داخل رایانه های خصوصی مردم

هک کردن و بردن اطلاعات. مانند افرادی که اطلاعات خود را روی اینترنت دیده اند از پرونده هایی است که در این خصوص مطرح شده است.

افراد باید مواظب نامه های الکترونیکی (ایمیل) و عکس ها و سایر مطالب درون رایانه خود باشند .

5) آسیب های ناشی از سوء استفاده از پست الکترونیک (ایمیل)

از جمله آسیب های پست الکترونیک این است که در آن آدرس ها مشخص نیست.

گاهی محتوای ایمیل هایی که ناخواسته دریافت می شود بسیار خطرناک است و ممکن است موجب انحراف شود. استفاده های ضد امنیتی نیز از این وسیله انجام می شود که در اینجا که موضوع بحث ما آسیب های اجتماعی است جای پرداختن به آن نیست .

6) آسیب های ناشی از سوء استفاده از بازی های رایانه ای

این بازی ها که توسط دشمن طراحی شده است هم به نمادهای ملی و هم به نمادهای مذهبی شلیک می شود.

در این بازی ها هویت ملی و مذهبی دختران و پسران ماکه در حال شکل گیری است مورد هدف قرار می گیرد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

خانواده ها باید بسیار مواظب محتوای بازی های رایانه ای باشند. دستگاه های
مسئول هم باید نظارت کنند .

7) آسیب های ناشی از سوء استفاده از امکانات گروه های اینترنتی

تشکیل گروه ها و فرقه های الحادی - با اهداف وانگیزه های خاص که اکنون گروه های
شیطان پرستی و بسیاری دیگر از گروه های الحادی جزء این ها هستند - همچنین فال
بینی و خرافه پرستی و غیره. از این طریق شیوع پیدا کرده است .

ب) آسیب های اجتماعی ناشی از ماهیت و طبیعت ویژه اینترنت

1) اعتیاد اینترنتی

باتوجه به اینکه فضای اینترنت یک فضای بسیار وسیع است که گشت زدن در آن و از
این سو به آن سو رفتن در آن بسیار آسان است و با توجه به اینکه فضای سایبر به
فراخور حال افراد امکانات زیادی دارد و استفاده از این امکانات کم هزینه است کسانی
که وارد این فضا می شوند خیلی دیر از آن دل می کنند و به سختی خارج می شوند و به
عبارت دیگر اعتیاد به اینترنت پیدامی کنند.
معتاد اینترنتی کسی است که نمی تواند یک روز را بدون اینترنت سپری کند و روزانه
چندین ساعت در فضای اینترنت گشت می زند

. برخی از آسیب های ناشی از اعتیاد به اینترنت عبارتند از :

نتیجه اعتیاد به اینترنت

1-افسردگی 2-اضطراب 3-انزوا 4-مختل شدن فعالیت های روزمره 5-رها کردن

شغل(بیکاری)

2)مصنوعی شدن ارتباطات واز بین رفتن روابط صحیح اجتماعی

افراط در استفاده از اینترنت روابط چهره به چهره را که موجب و صفا و صمیمیت می شود از بین برده است.

استفاده از ایمیل، چت، شب نشینی های اینترنتی به وسیله وب کم، دوست یابی مصنوعی همه و همه باعث از بین رفتن صفا و صمیمیت در جامعه شده است .

3)تضعیف نهاد خانواده و صله ارحام

کسانی که در استفاده از اینترنت افراط می کنند به جای اینکه به دنبال ارتباط برقرار کردن با ارحام و فامیل ها باشند به دنبال چت کردن و دوست یابی در خارج از خانه هستند، یاردر خانه ما و گرد جهان می گردیم.

اگر غربی ها نیاز به دوست یابی اینترنتی دارند بدان جهت است که واحد خانواده در غرب ضعیف است اما نباید این فرهنگ در ایران رسوخ کند چراکه عشق

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

رادر خانواده از بین می برد. افراط در استفاده از اینترنت در برخی از خانواده ها موجب طلاق گردیده است .

4) بی هویتی و بحران هویت

یکی از ویژگی های حضور در اینترنت دروغگویی و پنهان کردن هویت واقعی خود است . چراکه این فضا ناکجا آباد است.

ناشناخته است و هرکس با هویت واقعی وارد فضای سایبر شود ممکن است مورد سوء استفاده قرار گیرد بنابراین مجبور است هویت واقعی خود را پنهان کند و این با ویژگی دوران جوانی که دوران هویت یابی است بسیار در تضاد است جوان که به دنبال کشف ارزش ها و درونی کردن آن است ضد ارزشی را درونی می کند که بسیار خطرناک است. پس باید این موضوع را به نوجوانان و جوانان متذکر شد .

5) جرأت و جسارت ارتکاب جرم به خاطر ناشناخته بودن در محیط

جرم شناسان می گویند یکی از دلایل کثرت وقوع جرم در حاشیه شهرها، مهاجرنشین بودن آن ها و ناشناخته بودن افراد یک محله برای همدیگر است. تجربه ثابت شده است که اگر افراد یک محل همدیگر را بشناسند کمتر مرتکب جرم می شوند

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

. فضای سایبر فضایی است که اهالی آن درعین ارتباط همدیگر را نمی شناسند.

هرروز می شود بایک هویت خاص وارد این فضا شد لذا این فضا خودبخود جرم زا و آسیب آفرین است.

حتی اگر پلیس هم پس از زحمات زیاد بتواند آدرس مجرم را پیدا کند چون در فضای واقعی بامرزهای جغرافیای و محدودیت های ان روبروست اگر مجرم درکشور دیگر باشد به سختی می شود او را دستگیر و مجازات کرد .

پیامدهای منفی شبکه های اجتماعی

1. شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب

به علت عدم امکان شناسایی هویت واقعی اعضا و نیز عدم امکان کنترل محتوای تولید شده توسط کاربران شبکه های اجتماعی، یکی از مهم ترین پیامدهای منفی این شبکه ها، شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذبی خواهد بود که توسط برخی از اعضای این شبکه ها و با اهداف خاص و غالباً سیاسی منتشر می شود .

2. تبلیغات ضد دینی و القای شبهات

در شبکه های اجتماعی اینترنتی نیز مانند سایر رسانه 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.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

گاه پس از تحقیق و ریشه یابی در می یابیم که هدف اصلی گردانندگان برخی از این شبکه ها، دین زدایی و حمله به مقدسات بوده است .

3. نقض حریم خصوصی افراد

معمولاً شبکه های اجتماعی ابزارها و امکاناتی را در اختیار کاربران خود قرار می دهند تا آن ها بتوانند تصاویر و ویدئوهای خویش را در صفحه شخصی خود قرار دهند

. همین طور، کاربران می توانند اطلاعات شخصی خود را نیز در این شبکه ها 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 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 آن ها به دلیل حجم بالای این هرزنامه ها، 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 آن ها را به سرقت برده و شروع به پخش تصاویر در اینترنت کنند .

4. انزوا و دور ماندن از محیط های واقعی اجتماع

جامعه مجازی، هیچ وقت جایگزین جامعه واقعی نخواهد گردید؛ بلکه به عنوان تسهیل کننده تجارب اجتماعی عمل خواهد کرد.

تسهیلات ارتباطی به ما امکان می دهد تا در سطح جهانی و از راه دور به شیوه ای جدید با اجتماعاتی که منافع مشترکی داریم، پیوندیم. در نتیجه، با پیوستن به این «اجتماعات از راه دور» قادر خواهیم بود تا در دنیای واقعی نیز روابط اجتماعی بهتری با همسایگان، همکاران و سایر شهروندان جامعه واقعی برقرار سازیم .

5. تأثیرات منفی رفتاری

هر شبکه اجتماعی فرهنگ ارتباطاتی خاص خود را دارد، یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فردی را برای خود برگزیده است. البته می توان شبکه هایی را یافت که فرهنگ ارتباطاتی تقلیدی برای خود برگزیده اند. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می شود 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

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

. پس هر شبکه اجتماعی، هویت مطلوب خود را ترویج می کند.

مثلاً در سایت هایی مثل فیس بوک و فرندفید و توئیتر، کاربر در کنار اینکه عضو جامعه بزرگ پایگاه مورد نظر است، در گروه و شبکه های اجتماعی کوچک تری نیز عضو می شود.

هر کدام از این گروه ها وابستگی خاص خود را دارند و به تبع، فرهنگ ارتباطاتی مخصوص. پس فرد در تأثیرپذیری از فرهنگ ارتباطاتی این گروه ها بر خود لازم می بیند که هویت ارتباطاتی خود، یعنی سبک و هویت کنش های کلی خویش در ارتباط با دیگران را تغییر دهد؛ هر چند این تغییر هویت موقت و محدود به زمان و مکان خاصی باشد؛ ولی بدون تردید در هویت واقعی فرد بی تأثیر نخواهد بود و به طور کلی، همه اجزای یک شبکه اجتماعی که فرد با آن در تعامل است، در ضمیر ناخود آگاه فرد تاثیر می گذارد. هویت ارتباطاتی فرد نیز چیزی نیست که به ضمیر ناخود آگاه مرتبط نباشد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

-راهکارهای برخورد با آسیب های اجتماعی مرتبط به اینترنت، فضای اجتماعی و

شبکه های اجتماعی

امروزه رسانه ها، خصوصاً رسانه های جمعی عامل مهمی در اثرگذاری بر افکار عمومی و جهت دهی به رفتارهای اجتماعی محسوب می شوند.

از سویی جامعه دانش آموزی کشور و به ویژه دانش آموزان مقطع متوسطه به عنوان آینده سازان این مرز و بوم از اهمیت و حساسیت خاصی برای مسئولان و دلسوزان نظام و جامعه برخوردارند.

ارتباط از طریق فضای مجازی در سال های اخیر جایگاه قابل توجهی در بین نسل جوان جامعه ما پیدا کرده است.

شبکه های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی افراد (فردی و اجتماعی) تأثیرگذارند. در شکل دهی به هویت نقش دارند و حتی روی ابعاد اقتصادی و اجتماعی و سیاسی جوامع هم تأثیرگذارند.

امروزه با توجه به نقشی که تاکنون در ابعاد مختلف زندگی داشته اند، نمی توان آن ها را نادیده گرفت.

در حال حاضر اینترنت ابزاری مناسب برای توسعه ی افکار و اندیشه های بشری محسوب می شود به شرط آن که در راه صحیح استفاده شود.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

افراد باید برای ورود به دنیای مجازی اطلاعات کافی در اختیار داشته باشند تا دچار مشکلات مالی و اجتماعی نشوند.

ارتباطات سالم در فضای مجازی و لزوم هوشیاری جوانان و خانواده ها نسبت به تهدیدات فضای سایبری در درجه ی نخست اولویت قرار دارد.

پیشگیری از آسیب های اجتماعی و توجه والدین به رفتار فرزندان بسیار مهم می باشد و برای جلوگیری از هم پاشیدگی خانواده ها، والدین باید تا حدودی به فناوری های روز دنیا مسلط باشند و آگاه باشند که تغییر در رفتار فرزندان به معنای ایجاد تغییر در طرز فکر آن هاست و هنگامی که بنیان فکری و شخصیت آن ها به صورت ناصحیح شکل گیرد، راه نفوذ شیادان به حریم خصوصی افراد و محیط امن خانواده باز می شود.

لذا، چنانچه خانواده ها نسبت به شیوه های جدید ارتباط فرزندان خود آگاهی و شناخت کافی و لازم را داشته باشند، از انجام بسیاری از جرایم و ارتباطات پنهانی آنان جلوگیری به عمل می آید.

برای اینکه به راهکارهایی عملی برخورد با آسیب های اجتماعی ناشی از فناوری اطلاعات برسیم اول باید آسیب شناسی کنیم و واقعاً به وجود آسیب ها اعتقاد داشته باشیم باید پنبه را از گوش خود خارج کنیم و اگر خواب هستیم از خواب غفلت بیدار شویم.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

اگر رهبر معظم انقلاب خطر تشکیل ناتوی فرهنگی و فعلیت تهاجم راگوشزد می کنند واگر ما باور کنیم که دشمن برای از بین بردن هویت دینی و ملی مردم ما و فروریختن سدعظیم آن ها، صحنه جنگ رابه داخل خانه های ما آورده است باید شیپور جنگ رابه صدا درآوریم و بانواختن این شیپور همه را ازاین موضوع باخبرکنیم.وابزارهای لازم رادراختیار مردم قرار دهیم.

اقدامات و ابزارهای برخورد با این آسیب ها می توان اینگونه نام برد .

-اقدامات و ابزارهای پیشگیرانه

1) آگاهی بخشی و آگاه کردن مردم از طریق بسیج کردن همه امکانات موجود. با توجه به اینکه بیشتر استفاده کنندگان از اینترنت فضای مجازی نوجوانان و جوانان هستند، فرهنگ سازی برای کاهش پیامدهای آن ضروری است. یکی از علت هایی که ما استفاده درست از بعضی از وسایل را نمی دانیم فرهنگ غلطی است که برای ما درونی شده است و نمی دانیم که هر وسیله ای جدید که وارد جامعه می شود باید کاربرد آن در مواردی باشد که برای مردم و اجتماع مفید است و همیشه به دنبال جاذبه و سرگرمی نباشیم و جذابیت را فدای منفعت نکنیم. همچنین باید از طریق امکاناتی که در زیر ذکر می شود فواید اینترنت و کاربردهای آن آموزش داده شود و تشویقشان کرد که به جای صرف کردن ذهنشان به کارهای بیهوده به مسائل علمی و شکوفایی جامعه توجه نمایند و از نعمت های خدا بهترین

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

استفاده را انجام دهند و از لحظه لحظه زندگیشان بهترین بهره برداری را نمایند و قدر ثانیه هایی را که می گذرد بدانند و از این مسأله غافل نشوند که هر ثانیه عمر هیچ بازگشتی نیست.

امکاناتی که می توان از آن ها استفاده کرد به شرح زیر هستند :

- صدا و سیما، خوشبختانه ما موقعیت خوبی از جهت توجه مردم به شبکه های رادیویی و تلویزیونی داریم و باید از این امکان استفاده کرد و به مردم آگاهی داد.
- استفاده از نشریات و روزنامه ها که وزارت ارشاد باید برنامه ریزی کند.
- (- پخش آگهی های آموزنده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در رادیو و تلویزیون در جهت افزایش آگاهی خانواده ها در خصوص خطرات ناشی از اینترنت.
- پخش برنامه های کوتاه آموزشی درباره مزایا و معایب اینترنت از زبان ورزشکاران و هنرمندان محبوبی که عموماً جوانان آن ها را الگوی خود قرار می دهند.
- (- برگزاری جلسات آموزشی از سوی مصادر امور فرهنگی در شهرستان ها به منظور آشنا نمودن و اطلاع رسانی به والدین در مورد فناوری های جدید به ویژه اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی.
- (- استفاده از امکانات عظیم آموزش و پرورش که بازده ترین نیروها و دلسوزترین نیروها (یعنی به وسیله معلمان) هدایت کودکان و نوجوانان این مرز و بوم را برعهده دارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

باید از امکانات مربیان تربیتی و سایر امکانات آموزش و پرورش برای آگاه کردن دانش آموزان با خطر تهاجم فرهنگی دشمن استفاده کرد. یکی از محیط های مهم و تأثیرگذار بر نوجوانان، مدرسه است. اقدامات مناسب اولیای مدرسه می تواند از بخشی از آسیب های اینترنتی پیشگیری کند.

* یکی از اقدامات مناسب در محیط مدرسه این است که دبیران محترم استفاده صحیح از اینترنت را به نوجوانان بیاموزند و برای هر مبحث درسی فهرستی از سایت های مجاز و مناسب را تهیه کرده، از دانش آموزان بخواهند در مهلت مقرر به همه آن ها مراجعه کرده، مطالب مربوط را مطالعه و استخراج کنند.

بدین ترتیب، آن ها فرصت استفاده از سایت های غیر مجاز را از دانش آموزان خواهند گرفت.

* برگزاری کلاس های آموزشی در مدارس جهت آگاهی دادن به نوجوانان و جوانان در مورد مزایا و معایب فناوری های جدید و نحوه ی استفاده ی صحیح از آن ها.
* معرفی سایت های مفید توسط مسئولین مدرسه و مربیان در زمینه های مختلف می تواند پاسخ گوی بسیاری از کنجکاوی های نوجوانان باشد.

* نظارت و کنترل مسئولین مدرسه بر فعالیت های معرفی سایت های مفید توسط مسئولین مدرسه بر فعالیت های اینترنتی دانش آموزان در مدرسه می تواند یکی دیگر از راه های جلوگیری از آسیب های اینترنتی باشد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

شایان ذکر است نصب دستور العمل استفاده از کامپیوتر و اینترنت در سایت های مدارس امری لازم است. ۱

این نوع شیوه نامه ها باید توسط مسئولان ذی ربط در وزارت آموزش و پرورش تهیه شود. در صورت تخلف دانش آموزان از این دستور العمل، باید به آن ها تذکر داد و برابر مقررات با آن ها رفتار کرد. هر چند که معلم مربوط نیز باید در مرکز کامپیوتر مدرسه حضور داشته باشد تا آن دسته از دانش آموزانی که قصد استفاده سوء از این امکانات را دارند، فرصت کافی برای انجام آن پیدا نکنند .

-طراحی و تدوین بخشی در کتاب های درسی در ارتباط با آشنایی دانش آموزان با فناوری های جدید، اینترنت و خطرات بالقوه آن ها.

-استفاده از امکانات دانشگاه ها و حوزهای علمیه برای برگزاری همایش های تخصصی.

-استفاده از ظرفیت مساجد و روحانیت که بسیار تأثیر گذار است.

-استفاده از دیگر ابزارهای فرهنگی مانند سینما و تئاتر.

-برگزاری کلاس های آموزشی، علمی، مذهبی، تفریحی و انجام مسابقات مختلف ورزشی توسط سازمان ملی جوانان و با هزینه کم که موجبات جلب نوجوانان و جوانان را به اینگونه برنامه های سازنده فراهم آورد و آنان را از روی آوردن به فعالیت های آسیب زا باز دارد.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

-برگزاری اردوهای تفریحی، علمی، آموزشی به تفکیک سن و جنس برای دانش آموزان و دانشجویان کشور و انجام مسابقات ورزشی (مانند تیراندازی، اسب سواری، کوهنوری، دوچرخه سواری و ...) در سطح گسترده می تواند موجبات سرگرمی های سالم و آموزنده را برای این اقشار آینده ساز جامعه فراهم آورد و آن ها را از گزند استفاده نابجا از اینترنت مصون دارد.

-در دسترس بودن مشاوران آگاه، مجرب، متعهد و دلسوز برای راهنمایی نوجوانان و جوانان و خانواده های آنان برای پیشگیری از بروز این نوع مشکلات.

-استفاده از امکانات آموزشی نیروهای نظامی که همه جوانان ذکور ناگزیر از انجام خدمت نظام وظیفه هستند.

-استفاده از سازمان های غیردولتی و ...

2) تحکیم و تقویت مبانی عقیدتی جامعه خصوصاً جوانان از طریق نهادهایی که نام

برده شده زیرا عقیده محکم و استوار عامل بازدارنده ای در مقابل آسیب ها است

3) برنامه ریزی برای آموزش تخصصی مردم خصوصاً جوانان برای ورود به فضای

مجازی و ابراز وجود و ارائه برنامه های دینی و ملی جذاب به نحوی که جوانان با ارائه

وب سایت ها، حضور در چت ها، حضور در گروه های اینترنتی، ساختن بازی های

اینترنتی مفید در فضای اینترنت تأثیرگذار شوند و مطالبی را که دارای محتوای عالی

ملی و مذهبی باشد ارائه نمایند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

4) ایجاد اشتغال برای جوانان توسط برنامه ریزان مملکتی و به دنبال آن فراهم کردن زمینه هایی برای رفع مشکلات ازدواج جوانان چراکه باحل شدن مشکل ازدواج دشمن کمتر می تواند از جاذبه جنسی (سکس) برای سایر اهداف خود استفاده کند. البته حل مشکل ازدواج منوط به حل مشکل شغل (بیکاری) و مسکن جوانان است که دولت باید در این خصوص نیز برنامه ریزی کند.

5) همه ما می دانیم اولین مکانی که انسان فرهنگ می آموزد خانواده است و تأثیری که خانواده بر فرد می گذارد غیر قابل انکار است پس در شکل گیری شخصیت فرزندان والدین می توانند نقش مهمی داشته باشند و اگر با آموزش صحیح و همچنین با شکل گیری عواطف و محبت به فرزندان و فراهم کردن سرگرمی های سالم برای آن ها و کنترل صحیح فرزندان خود می توانند از جذب آن ها به امور گمراه کننده و انحرافات جلوگیری کنند و نیاز های جوانان را به گونه ای بر طرف نمایند و مانند یک دوست برای بچه های خود باشند که آن ها فرصت فکر کردن به سرگرمی های کاذب را نداشته باشند و در صورت آگاهی به آنان بیاموزند که هر وسیله ای چه کاربرد های مفیدی دارد.

اگر کانون خانواده گرم و دوستانه باشد و نیاز های عاطفی فرزندان را به درستی تأمین شود و افراد خانواده بدانند که والدین برایشان بهترین دوست هستند و مشورت با آن ها باعث خوشبختیشان می شود هیچ وقت به دنبال عشق و محبت در اینترنت نمی گردند.

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

از جمله تدابیر پیشگیرنده توسط والدین را می توان این چنین نام برد :

*والدین حتی الامکان باید با فعالیت های اینترنتی و آن چه فرزندان در این فضا می توانند انجام دهند، آشنا شوند و راه های مقابله با آن را فرا بگیرند.
*والدین باید کامپیوترها را در منزل در جایی قرار دهند که امکان استفاده خصوصی از آن وجود نداشته باشد و بتوانند به راحتی فعالیت های فرزندان را تحت نظر داشته باشند.

*والدین و فرزندان می توانند درباره قواعد و مقررات استفاده از اینترنت در منزل بحث و تبادل نظر کنند و در نهایت والدین مقررات خاصی را در این زمینه به فرزندان خود ابلاغ نمایند و موضوعات و موارد مربوط را به آن ها تذکر دهند .

به عنوان مثال:

- الف) زمان و شرایط لازم برای استفاده از اینترنت.
- ب) مدت زمانی که فرزند می تواند از اینترنت استفاده کند.
- ج) انواع وب سایت ها و فعالیت های قابل قبول و غیر قابل قبول.
- د) اطلاعاتی که می تواند در ضمن استفاده از اینترنت افشا کرد.
- ه) چگونگی مواجهه با مشکل در هنگام استفاده از اینترنت و کمک گرفتن از والدین.

*والدین باید دیدگاه خود را در خصوص موضوعات صریح جنسی و رفتار های ناشایست تشریح کنند و درباره غیر مجاز و مخرب بودن برخی از سایت ها برای

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

فرزندانشان توضیح دهند، زیرا در غیر این صورت، آن ها واکنش های منفی نشان خواهند داد و به بیراهه خواهند رفت.

*والدین باید این واقعیت را بپذیرند که فرزندانشان، نسبت به آن ها، بیشتر با فضای اینترنت خو گرفته اند، لذا اگر می خواهند در این مورد اقدامات مؤثری انجام دهند باید وقت بیشتری صرف کرده، این خلاء را پر کنند.

مانند گذراندن اوقات بیشتری با فرزندان در فضای بیرون از خانه به طوری که فرزندان از نظر عاطفی، احساس خلأ نکنند و جهت جبران این کمبود به فضای مجازی پناه نبرند.

*والدین باید به تفاوت میزان اعتماد به نفس فرزندان خود در فعالیت های آن لاین و فعالیت در فضای خارج پی ببرند و به آن توجه داشته باشند. جوانان ممکن است در فضای مجازی دست به کار هایی بزنند که در عالم فیزیکی جرئت ارتکابش را نداشته باشند. به همین دلیل والدین باید نسبت به فعالیت های آن ها مراقبت ویژه ای به عمل آورند.

*والدین باید به فرزندانشان هشدار دهند که کلمات گذر خود را کاملاً مخفی نگه دارند و حتی در اختیار نزدیک ترین دوستان خود نیز قرار ندهند تا با استفاده از نشانی پست الکترونیکی آن ها مطالب نامناسب برای دیگران ارسال نگردد.

*باید به نوجوانان آموزش داد تا هیچ یک از اطلاعات و عکس های شخصی و

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

خانوادگی خود را، به ویژه در اتاق های گفت و گو، در اختیار کسی قرار ندهند.

*مجموعه اطلاعاتی که نوجوانان وارد کامپیوتر می کنند، باید قابل ردیابی بوده، از

مخفی کردن و پاک کردن آن ها خودداری نمایند تا والدین در صورت ضرورت بتوانند

آن ها بازبینی کنند و بر فعالیت های آن ها اشراف داشته باشند.

*توجه عملی خانواده ها به ارزش های دینی و ملی مانند صله ارحام و رفت و آمد با

فامیل و ارحام در اعیاد و مراسم ملی و مذهبی که مانع از دوستیابی ها و از هم پاشیده

شدن خانواده ها می شود.

(7) نظارت اماکن به کافی نت ها و تولید بازی های رایانه ای.

تشکیل پلیس پیشگیری سایبری برای گشت در فضای سایبر و کمک به

افرادی که در معرض خطر هستند. همچنین آگاهی و هوشیاری بیشتر پلیس

سایبری در مورد انواع جدید جرایم رایانه ای و اقدام در جهت نا کار آمد کردن

دسیسه های دشمنان در این زمینه.

(8)

حضور بسیج در دولت الکترونیک؛ بسیج باید با استفاده از امکانات و نیروی

انسانی عظیمی که در اختیار دارد نسبت به برنامه ریزی جهت جوانان این مرز

و بوم و ترویج فرهنگ اسلام ناب محمدی و جلوگیری از ترویج فرهنگ

آمریکایی، اقدام نماید و با تشکیل گروه های علمی و فنی اقدام به راه اندازی

سایت ها و وبلاگ های علمی، اسلامی پردازند و بسیج می تواند به عنوان یک

نهاد فرهنگ ساز در شهر، نسبت به فرهنگ سازی در سطح شهرستان اقدامات مقتضی را انجام دهد.

(9) تشکیل ستادی و متشکل از همه نهادهای ذیربط تحت نظر دادستانی کل کشور برای برنامه ریزی جلوگیری از آسیب های اجتماعی و سایر آسیب های مرتبط با فناوری اطلاعات در حال حاضر دادستانی کل کشور در حال تشکیل ستادی تحت عنوان «ستاد پیشگیری و مبارزه با جرائم فناوری اطلاعات» است. همچنین به نظر می رسد مهمترین مسأله که می تواند از این معضل جلوگیری کند مسئولان اداره کنندگان جامعه و مسئولان برنامه و سایت های اینترنت هستند که با کنترل صحیح و جلوگیری از ایجاد سایت های مبتذل و ایجاد سرگرمی های مناسب برای جوانان به بهترین شکل می توانند مانع انحرافات شوند و تنها کافی نیست که از بدی های یک امر صحبت کرد ولی جلوی آن را نگیریم.

مانند این است که از مضرات یک غذا صحبت شود ولی آن را آماده کرده و در اختیار دیگران قرار داد و این تنها بی فایده است بلکه اثر معکوس دارد و فرد را بیشتر ترغیب به آن امر می کند پس ابتدا باید از خود شروع کنیم.

(10) قانونگذاری به منظور تعیین وظایف نهادها در فضای سایبر و احیاناً تشکیل نهادهای ضروری برای پیشگیری و مبارزه با آسیب های مرتبط با فناوری اطلاعات. همچنین وضع قوانین سختگیرانه تر جهت برخورد با

شبکه های اجتماعی { به نام یگانه ی هستی } مدرس : ناهید خوشنویس

مجربان جرایم اینترنتی و اجرایی نمودن این قوانین.

11) انجام تحقیقات میدانی و کاربردی و یافتن مشکلات با توجه به فرهنگ

بومی هر استان جهت ارائه راه حل های لازم در خصوص رفع مشکلات موجود

ضرورت دارد

(موفق باشید)

(پاییز 1400)