

# کارکردهای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در جامعه ایران

فائزه حسین نظر

دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه سوره، تهران،

fhosseinnazar@yahoo.com

## چکیده

شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایل محور مانند هر تکنولوژی و ابداع ساخت بشر، علاوه بر ویژگی‌ها، فواید و کارکردهای مثبت؛ دارای بعد منفی نیز می‌باشد و آسیب‌هایی را در پی دارد. از جمله ویژگی‌های این شبکه‌ها می‌توان به بسیج‌کنندگی، دوستی و توسعه روابط صمیمانه، چندرسانه‌ای بودن، شفافیت بیش از گذشته، جایگزینی اقتصادی برای تماس‌های کاربران، همه جایی و در دسترس بودن دائمی، افزایش امنیت و شخصی‌تر شدن وسیله برقراری ارتباط به نسبت رایانه‌های شخصی و نیز سرعت بالای انتقال داده‌ها در آن اشاره کرد. کارکردهای مثبت و منفی این شبکه‌ها را می‌توان در سه حوزه اقتصادی، سیاسی و نیز فرهنگی - اجتماعی مورد بررسی قرار داد. با این وجود نمی‌توان چنین شبکه‌هایی را به دلیل کارکردهای مثبت صرفاً مفید و یا به سبب کارکردهای منفی، مضر ارزیابی کرد، بلکه این مسأله به سواد دیجیتالی کاربران در میزان و نحوه استفاده و نیز آشنایی با تدابیر امنیتی و به کار بستن آن به منظور حفظ حریم خصوصی وابسته است.

## کلمات کلیدی

تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، کارکردهای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، سواد دیجیتالی.

## ۱- مقدمه

را تحت تأثیر قرار داده و با درنوردیدن مرزهای جغرافیایی، تا حد بسیار زیادی توانسته است جهان را وارد جامعه‌ای به نام «جامعه اطلاعاتی»<sup>۱</sup> نماید. در حالی که هنوز هیچ‌کس تصور نمی‌کرد که روزی جنبه اجتماعی اینترنت به عنوان کاربرد اصلی آن درآید، «شبکه‌های اجتماعی مجازی»<sup>۲</sup> پای به عرصه وجود نهادند.

این موضوع در بین کاربران اینترنتی چنان مورد استقبال قرار گرفت که به جرئت می‌توان گفت یکی از تأثیرگذارترین سرویس‌های ارائه شده در اینترنت و وب که در سال‌های اخیر تحول شگرفی را در نظام اجتماعی کشورهای مختلف جهان از جمله ایران به وجود آورده، شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است.

از طرفی ورود و ظهور تلفن‌های نسل جدید به داخل ایران به منظور ارائه خدماتی از جمله شبکه‌های اجتماعی به کاربران و نیز آماده‌سازی زیرساخت‌های ارتباطی مورد نیاز توسط اپراتورها، جامعه ایرانی را وارد عرصه نوینی از ارتباطات سیار نموده است. با این حال، این تکنولوژی نیز مانند

پس از وقوع انقلاب صنعتی، رشد و پیشرفت تکنولوژی در امور تجاری شتاب گرفت و پس از مدتی سایر عرصه‌ها را نیز شامل شد. به طوری که بسیاری از فعالیت‌ها و امور بشر را تسهیل کرد. با این حال، تکنولوژی، علاوه بر ایجاد رفاه، همواره آسیب‌هایی را نیز به همراه داشته است. اگرچه بسیاری از ابداعات و نوآوری‌ها با انگیزه تأمین رفاه و آسایش و تحکیم ارزش‌های انسانی و در جهت نیل به کمال شکل گرفته است، اما در عین حال به دلیل برخی استفاده‌های نادرست از ابزارهای جدید، تفاوت‌های فرهنگی میان کشورهای تولیدکننده و مصرف‌کننده، این اختراعات، گاه جسم، اخلاق و روان انسان‌ها را با تهدید مواجه کرده و گاه فرهنگ، اعتقادات و رفتارهای اجتماعی وی را دگرگون ساخته است.

اینترنت<sup>۱</sup> نیز به عنوان یکی از مهمترین ابداعات بشر در دو قرن اخیر، با قابلیت‌ها و کارکردهای متعدد و گسترده‌اش، بخش‌های مختلف زندگی انسان

شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر رایانه‌های شخصی و نیز هر پدیده ساخت بشر، دارای مضرات و تهدیداتی نیز می‌باشد.

آگاهی از کارکردهای مختلف این نوع از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند آسیب‌رسانی آن را تا حد زیادی کنترل نماید. به جهت استقبال روزافزون کاربران داخلی از این شبکه‌ها، مقاله حاضر در پی بررسی و شناسایی کارکردهای مثبت و منفی آن، جهت آگاهی بخشی کاربران و برنامه‌ریزی و تصمیم‌سازی متولیان فرهنگی می‌باشد.

## ۲- تعریف شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، سایت‌ها یا مجموعه سایت‌هایی است که در آن، کاربران می‌توانند خواست‌ها، دل‌بستگی‌ها، اندیشه‌ها و فعالیت‌هایشان را با دیگران در میان بگذارند. به عبارتی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، سایت‌هایی هستند که با افزودن ابزاری ساده مانند موتور جستجوگر و امکاناتی مانند چت و ... خاصیت به اشتراک گذاری می‌یابند. این شبکه‌ها محل گردهمایی صدها میلیون کاربر است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. وبلاگ‌ها،<sup>۴</sup> «فیس بوک»،<sup>۵</sup> «توییتر»،<sup>۶</sup> «یوتیوب»<sup>۷</sup> و «پادکست»<sup>۸</sup> از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند. [۱]

## ۳- تاریخچه شبکه‌های اجتماعی مجازی در جهان

### و ایران

نخستین بار مفهوم شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال ۱۹۶۰م توسط دانشگاه ایلی نویز در ایالت متحده آمریکا مطرح شد. پس از آن در ۱۹۹۷م شبکه اجتماعی مجازی به نشانی «SixDegrees.com» آغاز به کار کرد. در سال ۲۰۰۲م با فراگیری شدن حوزه تجارت و اقتصاد در عرصه شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های دیگری به سرعت آغاز به کار کردند که از آن جمله می‌توان به «فردناستر»<sup>۹</sup>، «اورکات»<sup>۱۰</sup> و «لینکداین»<sup>۱۱</sup> اشاره کرد. در ۴ فوریه ۲۰۰۴م شبکه اجتماعی فیس بوک توسط «مارک زوکربرگ»<sup>۱۲</sup> برای دانشجویان دانشگاه هاروارد راه اندازی شد و در سال ۲۰۰۶م مورد اقبال جهانی قرار گرفت. در همان سال توییتر نیز به عرصه رقابت شبکه‌های اجتماعی مجازی وارد شد. [۲] در آوریل ۲۰۰۸م، فیس بوک با تجهیز صفحه‌های اصلی خود به زبان‌های مختلف به رشدی بی‌نظیر دست یافت. اما مفهوم شبکه اجتماعی مجازی در سال ۲۰۰۴م در میان کاربران ایرانی، با حضور شبکه «اورکات» تحت مالکیت شرکت گوگل مطرح شد و به سرعت مورد توجه قرار گرفت. چندی بعد، فیلتر شدن اورکات این اقبال را از میان برد.

اولین شبکه اجتماعی مجازی ایرانی، «کلوب»<sup>۱۳</sup> است. این شبکه به دلیل دارا بودن بسیاری از ویژگی‌ها و استانداردهای جهانی شبکه‌های اجتماعی مجازی، همواره مورد اقبال کاربران داخلی بوده و در سال‌های اخیر نیز از جمله پایگاه‌های اینترنتی برتر داخلی بوده است. در این شبکه، امکانات متنوعی از جمله بازی آنلاین، اتاق‌های گفتگو به تفکیک موضوعی و امکان مشاهده تعداد افراد آنلاین در کل شبکه بدون ایجاد کاربری در آن می‌باشد. از دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی ایرانی می‌توان به «دنبالر»<sup>۱۴</sup>، «فیس نما»<sup>۱۵</sup>، «پارس کلوب»<sup>۱۶</sup>، «آشیون»<sup>۱۷</sup>، «فردنفا»<sup>۱۸</sup>، «یوپلاس»<sup>۱۹</sup>، «ویوان فیس»<sup>۲۰</sup>، «آیتک»<sup>۲۱</sup>، «فیس فید»<sup>۲۲</sup> و ... اشاره کرد.

## ۴- تلفن همراه و تاریخچه آن در جهان و ایران

تلفن همراه یا تلفن سیار، معادل فارسی واژه انگلیسی «موبایل»<sup>۲۳</sup> است که امکان برقراری ارتباط را بدون سیم و وابستگی به مکان ثابت فراهم می‌کند. [۳] فکر اولیه، سیار کردن تلفن و حذف محدودیت مکانی برای استفاده از آن، از دهه ۱۹۶۰م در کشورهای اسکانداویژی (سوئد، نروژ، دانمارک و فنلاند) ایجاد و در اواخر آن دهه، اولین تلفن نقطه به نقطه مورد استفاده قرار گرفت.

در سال ۱۹۷۷م کانادا، نخستین شبکه اطلاعات عمومی را طراحی و راه‌اندازی کرد. در سال ۱۹۸۳م باب بارنت (یکی از مدیران شرکت امری تک)، در شیکاگو با نخستین تلفن همراه کشورش تماس گرفت و به «پسر الکساندر گراهام بل» معروف شد. [۴] پس از این تاریخ، تلفن همراه به سرعت تکمیل شد و مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

سال ۱۳۷۲، در ایران، ثبت نام تلفن همراه آغاز شد و در شهریور ماه ۱۳۷۴، نخستین واگذاری‌ها، به مشترکان آغاز گردید. با ورود اپراتورهایی چون ایرانسل و همراه اول، پیشرفت‌های فراوانی در نوع و تنوع ارائه خدمات به مشترکان، به وجود آمد و هزینه‌ها تا حد زیادی کاهش یافت. از جمله این خدمات می‌توان به «اینترنت در موبایل»<sup>۲۴</sup>، خدمات «پیام چندرسانه‌ای»<sup>۲۵</sup>، پیامک<sup>۲۶</sup>، سیستم E-charge و E-care اشاره کرد.

## ۵- تلفن‌های هوشمند

تلفن‌های هوشمند، تلفن‌های همراهی هستند که علاوه بر دارا بودن امکانات ارسال و دریافت تماس و پیامک، قابلیت دسترسی به فضای مجازی، صفحه نمایش لمسی و قابلیت نصب برنامه‌های مورد پسند، توسط کاربر را نیز دارند و به بسیاری از قابلیت‌ها و امکانات رایانه‌های شخصی مجهز می‌باشند.

نخستین تلفن هوشمند در سال ۱۹۹۲م با نام «سامیون»<sup>۲۷</sup>، توسط شرکت آی. بی. ام<sup>۲۸</sup>، تولید و به بازار عرضه شد. از آن تاریخ تاکنون، تلفن‌های هوشمند، سیری تکوینی و رو به رشدی را پشت سر نهاده‌اند و هزاران قابلیت و امکانات متنوع بر روی آنها تعبیه شده است.

در کشور ایران، با ارائه خدمات مورد نیاز جهت استفاده مشترکان از امکانات تلفن‌های هوشمند، توسط شرکت‌هایی چون همراه اول، ایرانسل و رایتل، امکان استفاده از قابلیت‌ها و برنامه‌های متنوع این نوع از تلفن‌ها، برای کاربران ایرانی فراهم گردیده است. امکان جستجو در فضای مجازی، دسترسی به ایمیل‌ها، گفتگو در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی و به اشتراک‌گذاری فایل‌های مورد نظر در آن، از جمله این امکانات فراهم شده می‌باشد.

## ۶- شبکه‌های اجتماعی در تلفن‌های هوشمند

تلفن‌های هوشمند با امکانات و قابلیت‌های خود، امکان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را برای کاربران خود ایجاد نموده‌اند. این شبکه‌ها بسیار متعدد هستند. برخی مختص تلفن‌های هوشمند طراحی و تولید شده‌اند همچون «واتس‌آپ»<sup>۲۹</sup>، «تانگو»<sup>۳۰</sup>، «وایبر»<sup>۳۱</sup>، «ویچت»<sup>۳۲</sup>، «اینستاگرام»<sup>۳۳</sup> و ... و برخی دیگر همچون توییتر و فیس بوک به دلیل استقبال بسیار مخاطبان‌شان در سیستم‌های خانگی (PC)، بر روی تلفن‌های همراه نیز تعبیه شده‌اند.

## ۷- نظریه‌های شبکه‌های اجتماعی

### ۷-۱- نظریه رسانه‌ها به عنوان موتور تغییر

براساس اینگونه نظریات، از رسانه‌ها می‌توان برای پروژه‌های عظیم توسعه، که قبلاً طراحی و برنامه‌ریزی شده‌اند. به منظور ایجاد تغییرات مطلوب استفاده کرد. برای نمونه، رسانه‌ها می‌توانند در توسعه آموزش عمومی، ترویج نوآوری در کشاورزی، توسعه نظام بهداشت، کنترل جمعیت و بسیاری از مسائل اقتصادی و اجتماعی نقش مؤثری بازی کنند.

«اورت راجرز»<sup>۳۴</sup> یکی از پیشگامان این نظریه محسوب می‌شود. البته «راجرز» در تحقیقات بعدی خود، کمتر بر تأثیر مستقیم رسانه‌ها در تغییرات اجتماعی تأکید ورزید و معتقد بود، چنانچه رسانه‌ها به طور غیرمستقیم و از طریق همکاری با سایر کانال‌های اجتماعی و در هماهنگی با آن‌ها باشند، تأثیر بیشتری بر تغییرات اجتماعی خواهند نهاد[۵]

### ۷-۲- نظریه استفاده و خشنودی<sup>۳۵</sup>

رویکرد استفاده و خشنودی نخستین بار در مقاله‌ای از الیهو کاتز<sup>۳۶</sup> (۱۹۵۹) توصیف شد. کاتز، هربرت بلومر<sup>۳۷</sup> و گورویچ<sup>۳۸</sup> (۱۹۷۴) چند سال بعد، در مقاله‌ای از پژوهشگر سوئدی یاد می‌کنند که در سال ۱۹۶۸ نوعی «مدل استفاده و خشنودی» را پیشنهاد کرده است. این مدل دربرگیرنده این مطلب است که در فرآیند ارتباط جمعی، مخاطب در امر مرتبط ساختن ارضای نیاز و انتخاب رسانه، ابتکار عمل زیادی دارد و بخش مهمی از استفاده مخاطب از رسانه‌ها معطوف به هدف فرض می‌شود. [۶] بر طبق این نظریه، انگیزه از نیاز نشأت می‌گیرد. هر قدر افراد بیش‌تر حس کنند که ارتباط، به طور مستقیم یا غیرمستقیم، موجب رفع نیاز می‌شود، تمایل بیش‌تری به استفاده از آن خواهند داشت. در مجموع، مخاطبان به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را برایشان فراهم کند.

از طرفی این نظریه، ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند و ارزش‌ها، علایق و نقش اجتماعی مخاطبان را مهم می‌داند و معتقد است مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. [۷] یکی از مفاهیم و مفروضات اصلی این نظریه، «فعال بودن مخاطب» است. به این معنا که مخاطب در استفاده از رسانه به دنبال رفع نیازها و کسب خشنودی و رضامندی است و باور دارد که انتخاب رسانه، رضامندی مورد نظرش را تأمین می‌کند.

## ۸- ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی موبایل محور

### ۸-۱- بسیج‌کنندگی و سازماندهی

شبکه‌های اجتماعی موبایل این توان را دارند که کاربران خود را در زمان و مکان معینی در جهان غیر مجازی به منظور تحقق اهدافی خاص گردآورند. شاید این به آن علت باشد که کاربران مایل هستند این ارتباط شبکه‌ای را در عالم واقع نیز تجربه کنند.

## ۸-۲- دوست‌یابی و توسعه روابط صمیمانه

تلفن همراه وسیله‌ای است که به دلیل دسترسی همیشگی فرد در هر زمان و هر مکان به آن، محدودیت‌های زمانی در برقراری ارتباط را به طور چشمگیری از میان برده و این ارتباط را به صورت شبانه‌روزی تبدیل کرده است، این ارتباط پیوسته سبب ایجاد ارتباطات عمیقی می‌شود. این روابط می‌تواند در سطح افراد هم جنس و یا با جنس مخالف و با انگیزه‌های متعدد انجام پذیرد.

### ۸-۳- چند رسانه‌ای بودن

امروزه تلفن‌های هوشمند، با پوشش فناوری‌های جدید، امکان ارسال و دریافت محتوا به صورت متن، صوت، تصویر، فیلم و یا ترکیبی را فراهم ساخته‌اند.

### ۸-۴- شفاف شدن بیش از گذشته

شبکه‌های اجتماعی بر روی تلفن همراه، بیش از شبکه‌های اجتماعی بر روی رایانه‌های شخصی، جهان را شفاف ساخته‌اند. به دلیل دسترسی بودن همیشگی کاربر به تلفن همراه، افراد به سرعت می‌توانند رویدادها را به اطلاع سایرین برسانند و یا از آن مطلع شوند.

## ۸-۵- جایگزینی اقتصادی برای تماس‌های تلفنی و پیامک

شاید یکی از دلایل استفاده برخی کاربران از این شبکه‌ها همین ویژگی باشد. برخی از مشتریان ترجیح می‌دهند به جای پرداخت هزینه‌های برقراری تماس و یا ارسال پیامک، از طریق امواج اینترنت بی‌سیم با فرد یا افراد مورد نظر خود ارتباط برقرار کنند. در این حالت، نگرانی از بابت مدت زمان گفتگو برای کاربر وجود نخواهد داشت و همچنین فرد می‌تواند بدون پرداخت هزینه تماس، یک گفتگوی متنی، صوتی و یا تصویری داشته باشد.

### ۸-۶- همه‌جایی بودن

وجود شبکه‌های اجتماعی مجازی، بر روی تلفن‌های همراه، این امکان را برای کاربران فراهم ساخته است که در هر شرایط و هر موقعیتی بتوانند به آن دسترسی داشته باشند و محدودیت‌های مکانی و زمانی را کاملاً از میان برده است. هر چند ویژگی فرازمانی و فرامکانی یک ویژگی مهم و اساسی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به طور عام است اما تا پیش از حضور آنها بر روی تلفن‌های همراه، استفاده از این رسانه نوین نیازمند دسترسی فرد به یک PC بود و این مسأله محدودیت‌های فراوانی را برای کاربران ایجاد می‌کرد. زیرا آنها در همه‌جا و در همه شرایط به چنین سیستمی دسترسی نداشتند. امروزه حضور شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن‌های همراه، شبکه‌های اجتماعی را بیش از پیش فرازمان و فرامکان کرده است و تمامی محدودیت‌های احتمالی را از میان برده برداشته است.

## ۷-۸- سرعت بالا

در دسترس بودن همیشگی تلفن همراه، این امکان را به کاربران شبکه‌های اجتماعی موبایل محور می‌دهد تا به سرعت اطلاعات موردنظر را دریافت و ارسال کنند. بنابراین امروزه انتشار اطلاعات با سرعتی فزاینده‌تر از گذشته در حال انتشار است.

## ۸-۸- شخصی‌تر شدن وسیله پردازنده و افزایش امنیت

تلفن همراه، یک وسیله کاملاً شخصی است که برخلاف PCها، امکان استفاده سایر افراد از آن به صفر می‌رسد. این خصیصه، تا حدی سبب افزایش امنیت کاربر می‌شود. فراموش کردن عدم خروج صحیح از صفحه کاربری شبکه اجتماعی، وجود پوشه‌های شخصی در حافظه سیستم پردازنده، مواردی هستند که دیگر از این بعد، امنیت کاربر را به مخاطره نمی‌اندازند.

## ۹- کارکردهای مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراه

### ۹-۱- اقتصادی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضایی مناسب برای بحث و گفتگو در زمینه مسائل کسب و کار است. در این گفتگوها و تبادل نظر، گاهی ایده‌هایی برای کارآفرینی به ذهن افراد متبادر می‌شود و یا کاربران، از تجربه‌های سایرین در کسب و کار مورد نظرشان استفاده می‌کنند. این مسأله استفاده و به‌کارگیری ظرفیت‌ها و استعدادهای داخلی برای تولید ملی را موجب می‌شود. زمانی که کاربران با مشکلی در زمینه کسب و کار موردنظر، مواجه می‌شوند، می‌توانند از مشاوره میلیون‌ها نفر و حتی متخصصان در این زمینه بهره‌مند شوند. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی مجازی، این فرصت را برای کاربران فراهم می‌سازد تا بدون پرداخت هزینه‌ای، در یک فضای صمیمانه، در زمینه کسب و کار، مشاوره و ایده دریافت کنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی موبایل، به دلیل در دسترس بودن، این امکان را به کاربران می‌دهد تا به محض ایجاد پرسش و یا احساس نیاز به دریافت کمک و مشاوره، مشکل خود را با سایرین مطرح کنند و همان لحظه نیز به پاسخ خود دست یابند.

از این گذشته، این شبکه‌ها بستری سریع و ارزان برای بازاریابی و تبلیغ محصولات داخلی موردنظر است. تبلیغ در این رسانه به صورت تعاملی است. یعنی تبلیغ‌گر می‌تواند در ذیل آگهی ایجاد شده، از نظرها و انتظارات مخاطبان در خصوص آن کالا نیز اطلاع یابد و بازخورد فعالیت تولیدی خود را به سرعت مشاهده کند. این روند و شیوه را سایر رقبا نیز طی می‌کنند. بنابراین شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصتی برای رصد فعالیت رقبا فراهم می‌سازد، تا بر آن اساس، هر شرکت و تولیدکننده اقتصادی بتواند برای نحوه فعالیت خود در آینده برنامه ریزی کند.

### ۹-۲- سیاسی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، یکی از رسانه‌هایی است که زمینه‌ای را برای تبلیغات سیاسی و معرفی کاندیداهای انتخاباتی فراهم نموده است. این رسانه نوین، برخلاف رسانه‌های جمعی و سنتی، مبلغان سیاسی را دچار

محدودیت‌های مکانی، زمانی و حجم ارائه مطالب نمی‌کند. تبلیغ‌گر می‌تواند به هر میزان که لازم می‌داند و در هر زمان، به ارائه مطالب موردنظر بپردازد. به سؤال‌های مخاطبان پاسخ بگوید و از انتظارات آنها اطلاع یابد و همچنین از میزان تقریبی طرفداران و رأی‌دهندگان خود، آگاه شود.

همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی در اجرای دموکراسی یاری‌گر دولت‌ها می‌باشند. به این طریق که امکان ارتباط متقابل دولتمردان، مسئولان، سیاسیون و مردم را در هر ساعتی از شبانه روز با یکدیگر فراهم می‌سازند. مردم با بیان خواسته‌های خود، مسئولان را از مطالبات و انتظارات خود، آگاه می‌سازند. از سوی دیگر، مسئولان و دولتمردان نیز می‌توانند مردم را از فعالیت‌های خود مطلع سازند و در برخی موارد آنها را به مشارکت در اموری که نیازمند بسیج و مشارکت عمومی است، دعوت نمایند. شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراه این امکان را به مسئولان می‌دهد که در سفر و مسیرهای کاری نیز با مردم در ارتباط باشند.

## ۹-۳- فرهنگی و اجتماعی

شاید اندیشه قراردادن شبکه‌های اجتماعی بر روی تلفن‌های همراه، به دلیل یک آسیب مهم این شبکه‌ها در کامپیوترهای شخصی بوده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی که جذابیت‌های زیادی را برای کاربران به همراه داشت، توانست آنها را در خانه‌ها و مقابل صفحه مانیتورها حبس کند و به این ترتیب، افراد تنها در جهان مجازی، روابط اجتماعی را تجربه می‌کردند اما در جهان واقع و غیرمجازی، فردگرا و دور از اجتماع شدند. قرارگیری شبکه‌های اجتماعی بر روی تلفن همراه، این امکان را برای کاربران فراهم کرد که در عین قرارگیری در میان اجتماع واقعی، به برقراری روابط مجازی نیز بپردازند. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی، برای اعضای خانواده، بستگان و آشنایان که دور از یکدیگر هستند، این امکان را فراهم می‌سازد تا بتوانند با یکدیگر گفتگوی صوتی، تصویری، متنی و یا ترکیبی داشته باشند و از این طریق از وضعیت یکدیگر اطلاع یابند، اوقات خود را با هم سپری کنند و به این ترتیب روابط خانوادگی و خویشاوندی میان افراد تحکیم می‌شود.

از دیگر فرصت‌های ایجاد شده توسط این شبکه‌ها در حوزه فرهنگی و اجتماعی، می‌توان به کارکرد تبلیغی آنها اشاره کرد. «شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی و دارای گرایش‌های ارزشی و در عین حال دارای جذابیت‌های لازم، می‌تواند امر مهمی برای ترویج شعائر اسلامی باشد. در این راستا لازم است شبکه‌های اجتماعی با محوریت دوست‌یابی‌های سالم، دانش افزایی، سرگرمی‌های مفید و رشد دینی افراد، مورد حمایت جدی قرار گیرند. در چنین شرایطی شاهد گسترش ارزش‌های دینی و بومی در جامعه حقیقی خواهیم بود.» [۸]

طبق رهنمود حضرت امام خمینی (ره) که فرمودند: «ما باید از مستضعفین جهان پشتیبانی کنیم... باید در صدور انقلابمان به جهان کوشش کنیم»، [۹] نباید کارکرد تبلیغی تنها به کشور ایران محدود شود. شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان رسانه‌ای جهانی و در دسترس، ابزاری مناسب برای اشاعه ارزش‌های اسلامی به سایر ملل و کشورها می‌باشند.

این شبکه‌ها همچنین فرصت آموزشی مناسبی را برای بیشتر افرادی که در زمینه خاصی نیاز به کسب اطلاعات می‌باشند اما به امکانات آموزشی لازم به دلایل مختلف از جمله کمبود وقت، بالا بودن هزینه‌های یادگیری و کسب

مهارت، دسترسی ندارند، فراهم می‌سازد. در این شبکه‌ها آموزش به صورت شبانه‌روزی و تعاملی است.

## ۱۰- کارکردهای منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی

### بر روی تلفن همراه

#### ۱-۱۰- اقتصادی

ممکن است کاربر، در شبکه اجتماعی مجازی، به جای کارآفرینی و یا تبلیغ و جذب مشتری برای تولیدات داخلی به مبلغی برای فروش کالاهای خارجی تبدیل شود. این موضوع زمانی اتفاق می‌افتد که به لحاظ فرهنگی، کالای خارجی به نسبت تولید داخلی، در جامعه به یک ارزش و اعتبار رسیده باشد. در این صورت، ترجیح مشتری و بازاریاب و فروشنده به کالای غیروطنی تبدیل می‌شود و تهدیدی برای تولید ملی محسوب می‌گردد. از سوی دیگر، ممکن است فرصت آموزش و استفاده از تجربیات سایرین در این فضا، به جای استفاده در مسیر صحیح و قانونی کسب و کار، افراد را با طرق غیرقانونی و غیرصحیح در این زمینه آشنا کند. فعالیت‌های زیرزمینی و غیرقانونی، تهدیدی برای اقتصاد کشور محسوب می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی مجازی معمولاً برای کاربران جوان، از جذابیت‌های بسیاری برخوردار هستند، در صورتی که گشت و گذار در این شبکه‌ها با هدف سرگرمی، زمان زیادی را از فرد بگیرد، دیگر فرصتی برای اشتغال و کسب و کار در جامعه باقی نمی‌ماند و بی‌کاری نسل جوان جامعه، ضربه‌ای بزرگ بر تولیدکنندگی و اقتصاد کشور وارد می‌سازد.

#### ۱۰-۲- سیاسی

مهمترین تهدید شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراه در حوزه سیاسی، جنگ نرم است. سرعت بالا و در دسترس بودن همیشگی این شبکه‌ها توسط تلفن همراه، گاهی به‌جای آنکه یک ویژگی مثبت باشد، اثری تخریبی دارد و یک تهدید محسوب می‌شود. اطلاع رسانی که گاهی به صورت تحریف شده و با سرعت انجام می‌پذیرد، کاربران را لحظه به لحظه پوشش می‌دهد و این امکان را فراهم می‌سازد که افراد بتوانند پیام‌های دارای اهمیت را برای سایرین که به این شبکه‌ها دسترسی ندارند، به سرعت پیامک کنند. این سرعت انتقال، زمینه‌ای مناسب برای رشد شایعه را فراهم می‌کند و کاربران پیش از آنکه فرصت کنند به صحت اخبار و مطالب فکر کنند، خود به یکی از منابع شایعه تبدیل می‌شوند. شایعه و تکثیر حجم زیادی از اطلاعات، مخاطب را در برابر پیام‌های دریافتی بی‌حس و منفعل می‌کند و آن را به یک دریافت کننده صرف مبدل می‌سازد. در چنین شرایطی، بصیرت افراد کاهش می‌یابد. مردم نسبت به دولت و حاکمیت بی‌اعتماد می‌شوند و به دنبال خواسته‌ها و نیازهای کاذب و یا غیرضروری که توسط مجریان این جنگ، در آنها ایجاد شده است، به اعتراض می‌پردازند و با تصویربرداری از اجتماعات اعتراضی از طریق تلفن همراه و بارگذاری آن در شبکه‌های اجتماعی، به این موضوع، دامن می‌زنند و شرایط را ملتهب‌تر می‌سازند.

به این ترتیب متولیان جنگ نرم، از طریق شبکه‌های اجتماعی موبایل، سبب بروز ناآرامی‌ها، اغتشاش‌ها، انقلاب‌های رنگین و انواع جنبش‌های براندازانه می‌شوند که به صورت لحظه به لحظه می‌توانند کاربران را هدایت و

کنترل کنند. چنین جامعه‌ای آزادی، عزت و وحدت ملی خود را از دست می‌دهد و به ابزاری در دست دشمن برای تحقق مقاصدش تبدیل می‌شود.

## ۱۰-۳- فرهنگی و اجتماعی

هر چند شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراه، این امکان را فراهم آورده‌اند که افراد را از جلوی مانیتورهای منازل و ... به درون جامعه بکشانند، اما استفاده از آن به صورت اعتیادآور، کاربران را به ماشین‌هایی متحرک در میان اجتماع تبدیل می‌کنند. هر چند افراد در میان جمع هستند و دیگر در منزل محبوس نمی‌باشند، اما حضور و عدم حضورشان به دلیل عدم همدلی و عدم توجهشان به محیط واقعی، برابر است. بنابراین می‌توان گفت همان‌گونه که این شبکه‌ها می‌توانند کاربران خود را از فردگرایی خارج سازند، به همان میزان نیز می‌توانند آنان را فردگرا نمایند و این بستگی به میزان و نوع استفاده از این شبکه‌ها دارد. این اعتیاد، نه تنها افراد را از فعالیت و ارتباط درون جامعه باز می‌دارد، بلکه آنها را از اعضای خانواده نیز دور می‌سازد.

از آنجایی که افراد در محیط مجازی، هویتی مجازی دارند، چنین محیطی را به جهان واقعی ترجیح می‌دهند. در این محیط، کاربران دارای آواتارهایی متناسب با مقاصد، نیازها و آرزوهای تحقق نیافته خود هستند. این شرایط باعث می‌شود برخی افراد به امور غیراخلاقی بپردازند که در دنیای غیرمجازی، امکان و شرایط انجام آن را به دلیل هنجارهای حاکم بر جامعه ندارند. استفاده اعتیادگونه از این شبکه‌ها و برقراری روابط غیراخلاقی، سبب تزلزل بنیان‌های خانواده می‌شود. کاربران با استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی مجازی و وابستگی به تلفن همراه خود، سبب ایجاد فاصله‌های عاطفی میان خود و سایر اعضای خانواده می‌شوند و با برقراری ارتباطات غیراخلاقی متعدد و بعضاً سوء استفاده برخی، از این اطلاعات و افشای آن، شک و بدبینی، وسواس فکری، صدمات روحی، روانی و اجتماعی و تنوع طلبی را موجب می‌شود. به این ترتیب، روابط فرزندان با والدین و همسران با یکدیگر، تحت الشعاع قرار می‌گیرد. از آنجایی که در کشور ما، خانواده هسته اولیه جامعه و بنیادی‌ترین نهاد اجتماعی است، تزلزل در آن، تزلزل بنیان کل جامعه را در پی خواهد داشت.

با این حال، استفاده اخلاقی و غیرافراطی از این شبکه‌ها نیز بدون آگاهی و رعایت مسائل امنیتی، می‌تواند حریم خصوصی کاربران را از بین ببرد و مشکلات فراوانی را برای این افراد در سطح خانواده و جامعه به وجود آورد. به طور مثال، «ثبت گفتگوهای صوتی، تصویری، متنی و یا ترکیبی کاربران توسط این شبکه‌ها و شنود و رصد این مکالمات، دسترسی به دفترچه تلفن کاربران و کلیه اطلاعات گوشی همراه فرد اعم از فیلم‌ها و عکس‌ها» [۱۰] مسأله‌ای است که حریم خصوصی کاربران را به چالش می‌کشد و تهدید می‌کند.

نوع دیگر تهدید این شبکه‌ها در حوزه فرهنگی- اجتماعی، جنگ نرم است. در این شبکه‌ها، با تبلیغ و القای ارزش‌های جهان غرب به کاربران، سبک زندگی و مصرفی افراد مطابق با سبک زندگی و فرهنگ غیرخودی تغییر می‌یابد. حتی «برخی از شبکه‌های اجتماعی موبایل با القای شبهات در ذهن کاربران، روند دین‌زدایی در میان مخاطبان را پیش می‌گیرند.» [۱۱] چنین جامعه‌ای دچار بی‌هویتی و استحاله فرهنگی می‌گردد و ارزش‌ها و فرهنگ خودی برای افراد، کهنه و غیرقابل استفاده جلوه می‌کند.

## ۱۱- سواد دیجیتالی<sup>۴۹</sup>

از نظر «کلیستر»<sup>۴۰</sup>، سواد دیجیتالی، توانایی درک و استفاده از اطلاعات در قالب‌های متعدد و در گستره‌ای از منابع، هنگامی که از طریق رایانه عرضه می‌شوند، می‌باشد. [۱۲] به نظر لوینگستون و تامیم، سواد دیجیتالی شامل توانایی در سه حوزه مؤلفه‌های فنی، دریافت انتقادی پیام‌ها و تولید محتوا می‌باشد. از این نظر، هنگامی می‌توان گفت که فردی سواد دیجیتالی دارد که درکی از مؤلفه‌های فنی تشکیل دهنده آن داشته باشد و بتواند پیام‌هایی را که با این رسانه‌های نوین منتقل می‌شوند را ارزیابی انتقادی کند و سرانجام بتواند به تولید محتوا بپردازد. [۱۳]

در عرصه جهانی شدن دیگر نمی‌توان مخاطبان را به عدم استفاده از رسانه‌های واداشت و یا از ورود آن به داخل مرزهای جغرافیایی کشورها جلوگیری کرد. بنابراین به نظر می‌رسد تنها راه حل در کاهش آسیب‌های موجود برای کاربران شبکه‌های اجتماعی موبایل محور، ارتقای سواد دیجیتالی آنها در استفاده می‌باشد. به این ترتیب کاربران از حالت انفعالی و مصرف‌گرایی خارج می‌شوند. این درک مبتنی بر مهارت، کاربر را در بایدها و نبایدهای استفاده و میزان آن رهنمون می‌شود. در واقع سواد دیجیتالی مخاطب را هشیار می‌کند سپس او با توجه به آگاهی، درک و مهارت کسب شده و با در نظر گرفتن ارزش‌ها و هنجارهای جامعه تصمیم می‌گیرد از رسانه نوین موجود چگونه، چه میزان و با چه هدفی استفاده کند.

## ۱۲- نتیجه

نمی‌توان گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن‌های همراه را به طور قطع یک فرصت و یا یک تهدید دانست. فرصت و یا تهدید بودن این موضوع به سواد دیجیتالی کاربران وابسته است. در صورت داشتن این آگاهی، می‌توان از بسیاری از تهدیدها و آسیب‌های مطرح شده جلوگیری کرد و فرصت‌ها و کارکردهای مثبت آن را افزایش داد.

## مراجع

- [۱] کیا، علی اصغر و محمودی، عبدالصمد، «نقش شبکه‌های اجتماعی در انقلاب تونس»، ماهنامه سیاسی-اقتصادی، شماره ۲۸۳، صص ۱۲-۲۱، تهران، بهار ۱۳۹۰.
- [۲] عاملی، سعید رضا، استعمار مجازی آمریکا- قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی، تهران، امیرکبیر، ۱۳۸۹.
- [۳] مزروعی جوشری، سحر، «پروسی جامعه شناختی تقابل بین فرهنگ و فناوری نوین ارتباط (تلفن همراه و اینترنت)»، نشریه کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۴، صص ۱۰۰-۱۰۵، تهران، اسفند ۱۳۸۸.
- [۴] بی نام (۱۳۸۳)، «تکامل تلفن‌های همراه»، نشریه توسعه مدیریت، شماره ۶۲، صص ۳۸-۴۰، تهران، آذر ۱۳۸۸.
- [۵] مهرداد، هرمز، مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، ویراسته فاران، ویرایش سوم، تهران، فاران، ۱۳۸۰.
- [۶] سورین، ورنر و تانکاره، جیمز، نظریه‌های ارتباط جمعی، ترجمه دهقان، علیرضا، تهران، دانشگاه تهران، ۱۳۸۱.
- [۷] مهدی زاده، سیدمحمد، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران، همشهری، ۱۳۸۹.

- [۸] بشیر، حسن و افراسیابی، محمدصادق، «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان»، نشریه ره آورد نور، شماره ۴۳، صص ۲-۱۵، قم، تابستان ۱۳۹۲.
- [۹] خمینی، روح اله، صحیفه امام، جلد دوازدهم، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، ۱۳۸۵.
- [۱۰] میرمحمدی، علیرضا، «زندگی آنلاین؛ زندگی دوم»، خبرگزاری فارس، <http://www.farsnews.com>، ۱۳۹۲/۱۱/۹.
- [۱۱] خبرگزاری فارس، «جولان تروریست‌های تکفیری در شبکه‌های اجتماعی موبایل محور»، <http://www.farsnews.com>، ۱۳۹۲/۱۲/۶.
- [12] Paul Gilster, *Digital Literacy*: Wiley and Computer Publishing, 1997.
- [۱۳] کوثری، مسعود، «سواد رسانه‌ای و زندگی در عرصه عمومی نوین»، نشریه نامه پژوهش فرهنگی، شماره ۹، صص ۱۴۷-۱۶۸، تهران، بهار ۱۳۸۳.

## زیر نویس‌ها

- 1 Internet
- 2 Information Society
- 3 social network
- 4 Face book
- 5 Twitter
- 6 You Tube
- 7 Podcast
- 8 Friendster
- 9 Orkut
- 10 LinkedIn
- 11 Mark Zuckerberg
- 12 Cloob
- 13 Donbaler
- 14 Facenama
- 15 Parsclube
- 16 Ashioon
- 17 Friendfa
- 18 You Plus
- 19 Vivan Face
- 20 Itag
- 21 Facefeed
- 22 Mobile
- 23 GPRS
- 24 MMS
- 25 SMS
- 26 Smart phone
- 27 Simon
- 28 IBM
- 29 WhatsApp
- 30 Tango
- 31 Viber
- 32 WeChat
- 33 Instagram
- 34 Evert Rogers
- 35 Uses & Gratification Theory
- 36 Katz
- 37 Herber Blumer
- 38 Gurevitch
- 39 Digital\_Literacy
- 40 Gilster