

آسیب شناسی شبکه‌های مجازی

پژوهشگران و محققان:

دکتر حمید کیارشی نژاد

رشته مظلوم زاده



سرشناسه	: کبارش‌نی‌نژاد، حمید، ۱۳۳۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: آسیب‌شناسی شبکه‌های مجازی/ پژوهشگران و محققان حمید کبارش‌نی‌نژاد، رضا مظلوم‌زاده.
مشخصات نشر	: تهران: فرهوش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۹۹ ص.
شابک	: 978-600-495-495-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: شبکه‌های اجتماعی -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Social networks -- Social aspects
موضوع	: نوجوانان -- آسیب‌شناسی روانی -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Adolescent psychopathology -- Social aspects
شناسه افزوده	: مظلوم‌زاده، رضا، ۱۳۵۶ -
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۸۷۲۲THM / ۹۱۵
رده بندی دیویی	: ۷۵۲/۰۰۶
شماره کتاب	: ۵۶۴۶۴۰۵
کتابخانه ملی	



آسیب‌شناسی شبکه‌های مجازی

پژوهشگران و محققان: دکتر حمید کبارش‌نی‌نژاد - رضا مظلوم‌زاده

ناظر فنی: س. ه. مرادی

صفحه آرا: پروین ج. روندظا

طراح جلد: سحر احمدی

نوبت چاپ: اول - ۹۸

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۲۵۰۰۰ ریال



کلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشر است

آدرس: میدان انقلاب - ضلع جنوب شرقی - ساختمان مترجمان - پلاک ۱۷ - طبقه ۱

انتشارات: ۰۹۱۰۷۸۹۲۷۴۷ - ۶۶۴۰۱۱۶۱

دبیرخانه: ۰۶۶۹۱۱۷۳۶ - ۶۶۴۰۶۳۰۹

دورنگار: ۸۹۷۸۴۵۵۸

www.farhooshpub.com

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه.....
۱۳	شبکه های اجتماعی.....
۱۴	تاریخچه رسانه های اجتماعی.....
۱۵	پرطرفدارترین پیام رسان ایران.....
۱۶	پرطرفدارترین اپلیکیشن اشتراک تصویر.....
۱۶	مهاجرت ایرانی ها از فیس بوک.....
۱۷	پایه و اساس سیاستمداران ایرانی.....
۱۸	لایسنس: سال پیام و قابلیت تماس صوتی.....
۱۹	واتس اپ: اولین اپلیکیشن مای مختلف بدون پایین آمدن کیفیت.....
۲۰	سایر شبکه ها و پیام رسان های پرطرفدار ایران.....
۲۰	تعریف دقیق شبکه های اجتماعی.....
۲۲	ویژگی های شبکه های اجتماعی.....
۲۲	اصول شبکه های اجتماعی.....
۲۶	اعتماد ناشی از استفاده از شبکه های اجتماعی.....
۲۶	کارکرد رسانه ها.....
۲۹	تغییر شکل ارتباطات.....
۲۹	تعیین سطح سرمایه اجتماعی.....
۲۹	عدم نیاز به حضور فیزیکی جهت برآورده کردن نیازها.....
۳۰	پویایی.....
۳۰	وجود آمدن جامعه جدید.....
۳۱	اثرات اجتماعی شبکه های اجتماعی.....
۳۲	رضایتمندی کاربران شبکه های اجتماعی.....
۳۲	تقسیم بندی کاربران شبکه های اجتماعی بر اساس فعالیت.....

۳۵.....بازاریابی از طریق شبکه های اجتماعی

۳۶.....سرگرمی

۳۶.....اثر متقابل

۳۷.....مدگرایی

۳۷.....سفارشی سازی

۳۸.....مایل به استفاده مستمر از خدمات شبکه های اجتماعی

فصل اول: کارکردهای دنیای مجازی در عصر جهانی شدن.....۳۹

۴۰.....کارکردهای مثبت دنیای مجازی در عصر جهانی شدن

۴۴.....جهانی شدن

۴۶.....ویژگی بارز جهانی شدن

۴۸.....اطلاع رسانی

۴۹.....شبکه های اجتماعی

۵۰.....شبکه های اجتماعی مجازی

۵۲.....شبکه های اطلاعاتی و ارتباطی

۵۴.....سرمایه اجتماعی

۵۵.....ارتباط مؤثر

۵۶.....مشارکت

۵۷.....کنش ارتباطی

۵۷.....ارتباط شبکه های اجتماعی مجازی با جهانی شدن

فصل دوم: پیامدهای کاربرد ناصحیح دنیای مجازی و لزوم آموزش.....۶۳

فرهنگ سازی آن.....۶۳

۶۴.....ارزیابی تأثیرات اجتماعی فضای مجازی

۶۴.....اعتماد به اینترنت

۶۵.....بحران هویت و اختلال در شکل گیری شخصیت

۶۶	تعارض ارزش‌ها.....
۶۷	گسترش ارتباطات نامتعارف میان جوانان.....
۶۷	شکاف نسلها.....
۶۸	سوء استفاده جنسی.....
۶۹	انزوای اجتماعی.....
۷۰	نقش آموزش و پرورش در مقابله با آسیب‌های رسانه‌های نوین.....
۷۳	راحل رشد شناختی پیاژه.....
۷۴	بزرگی‌های رشد شناختی نوجوان.....
۷۴	مرحله تنبیه و پنداری.....
۷۵	تفکر در سطح سجد.....
۷۶	حل مسئله.....
۷۷	پیشرفت در مهارت یاد.....
۷۸	مفاهیم ضمنی تفکر صوی.....
۸۱	بزرگسالی.....
۸۲	محدودیت‌ها در عملکرد شناختی.....
۸۷	فصل سوم: بیانات مقام معظم رهبری درباره فضای مجازی.....
۸۸	برخی از بیانات مقام معظم رهبری درباره فضای مجازی.....
۹۷	منابع.....

مقدمه

ما در زمان دنیای مجازی زندگی می کنیم. عصری که در آن، ارتباطات اجتماعی، توسط شیوه های ارتباطی و اطلاع رسانی نوین معرفی می گردد. در این عصر رسانه ها همه چیز را به تسخیر خود درآورده اند و اهمیت این موضوع بر کسی پوشیده نیست. یکی از کارکردهای اصلی شبکه های اجتماعی مجازی، اطلاع رسانی و پوشش خبری است. و این مجموعه های خبری سعی دارند افکار عمومی را در زمین های مختلف، اعم از اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ...، به سمت اهداف خود جهت دهند.

استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، روز به روز گسترش بیشتری می یابند. هم اکنون سایت های شبکه های اجتماعی، بعد از پرتال های بزرگی مانند یاهو یا موتورهای جستجویی مانند گوگل، تبدیل به پراستفاده ترین خدمات اینترنتی شده اند. به تعبیر مانوئل کاستلز «فناوری های نوین اطلاعات، نقاط دور عالم را در شبکه های جهانی به همدیگر پیوند می دهند، ارتباطات رایانه ای مدرن را از جوامع مجازی را به وجود می آورند که در نتیجه آن، همه ساختارهای دینداری مادی و معنوی بشر دگرگون می شوند».

دنیای مجازی دنیای پیچیده و وسیعی است که افراد مختلف جامعه با باورها و اعتقادات گوناگون و موقعیت ها و گرایش های متفاوت در آن فعالیت می کنند. فضای مجازی مکانی است که در آن فرد می تواند

فعالیت‌های واقعی خود را در آن وارد کند و درواقع دنیای بی مکانی و بی زمانی است.

مساله اینجاست که باوجود تمامی مزایا و معایب شبکه‌های اجتماعی، بسیاری از جنبه‌های این شبکه‌های ارتباطی هنوز ناشناخته مانده است. بنابراین شناخت و درک شبکه‌های اجتماعی مجازی ما را به گام در راهبرد استفاده از حداکثر ظرفیت رسانه‌های اجتماعی در جهت بهبود منافع جامعه می‌باشد. باوجود قابلیت‌های گسترده شبکه‌های مجازی، در کشور ما مورد غفلت قرار گرفته از آنجاییکه این شبکه‌ها از جنبه بخش خصوصی مدیریت می‌شوند، مورد حمایت دولتی قرار نمی‌گیرند؛ حالیکه مردم ایران در عرصه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، مذهبی و ... از طریق شبکه‌های مجازی حضور فعال دارند. عضویت افراد در گروه‌ها و کانال‌های مختلف مجازی نشان دهنده علایق و سلیقه‌های مختلف مردم در زمینه‌های متنوع می‌باشد. این مطالب که گویای وسعت استفاده از این پدیده در ایران می‌باشد، ضرورت مطالعه و پژوهش در این زمینه را بیش از پیش نشان می‌دهد. در این میان، با توجه به اهمیت شبکه‌های مجازی در پیشبرد کیفیت زندگی، بررسی تاثیر بکارگیری شبکه‌های اجتماعی امری ضروری است.

همانطور که فرانسیس کایرنکراس می‌گوید: «مهمترین پیر درباره یک فناوری نوپدید، چگونگی کارکرد آن نیست، بلکه چگونگی استفاده مردم از آن و تغییراتی است که در زندگی بشر ایجاد می‌کند». درواقع دنیای جدیدی در کنار جهان واقعی ایجاد شده که از آن می‌توان به

دنیای مجازی تعبیر نمود. دنیای مجازی برخلاف تصور خیلی از مسولان ، درواقع جهانی واقعی است که ظرفیت های منعطف، منحرک، غیر مرکزی، متوالی، دیجیتال، و قابل دسترس همگانی است و با قابلیت های آن با جهان واقعی قابل مقایسه نیست. این فضا مفاهیم جدیدی چون کشور مجازی، ایران مجازی، تهران مجازی، اصفهان مجازی، و همچنین شیراز، کرمان، تبریز سایر شهرهای مجازی را وارد دنیای واقعی نمود. درواقع دنیای گسترده تری پیش روی بشر قرار گرفت به نام «زمین مجازی». زمین مجازی «کار و فعالیت مجازی» را نیز دربر می دارد؛ مانند شان مجازی، دولت مجازی، تجارت مجازی و حتی دانشگاه مجازی.

شبکه های اجتماعی

«رسانه های اجتماعی گونه ای از رسانه ها هستند که بعد از رسانه های جمعی ظهور یافته و امکان تعامل میان تولیدکننده پیام و دریافت کننده آن را فراهم می آورند، بدین معنا که در آن رسانه ها مخاطب و یا گیرنده پیام، منفعل نبوده و به تعامل پویا و فعالیت با پیام، فرستنده، فرایند ارسال و دریافت و بستر ارائه پیام می پردازد و امکان ایجاد تغییرات در پیام ارسالی و بازنشر آن را دارد که به افراد دیگر پیامی ترکیب شده با اندیشه ها و آموزه های فکری خود را بازنشر دهد. از آمار و ارقامی که هر روزه ارائه می گردد چنین وجه مشترک گونه های متعدد: برمی آید که رسانه های اجتماعی رشد و گسترش روزافزون و پرتیرانی داشته اند».

شبکه‌های اجتماعی مفهوم جدیدی نیستند. انسانها از قرن‌ها پیش که گرد آتش می‌نشستند و برای یکدیگر داستان می‌گفتند در حال تشکیل شبکه‌های اجتماعی بودند. اما چیزی که باعث شده است امروز، شبکه‌های اجتماعی بیشتر از همیشه مورد توجه قرار بگیرند، به وجود آمدن ابزارهای دیجیتال و کمک آنها به توسعه شبکه‌های اجتماعی بوده است.

بنابراین، برای تعریف شبکه‌های اجتماعی باید ابتدا سه مفهوم را از یکدیگر تفکیک کرد.

- شبکه‌های اجتماعی به عنوان شبکه‌ای از ارتباطات انسانی.
- سرویس‌های ایجاد و توسعه شبکه‌های اجتماعی.
- سرویس‌های دیجیتال ایجاد و توسعه شبکه‌های اجتماعی.

تاریخچه رسانه‌های اجتماعی

ورود کاربران ایرانی به شبکه‌های اجتماعی با فیس بوک آغاز شد اما در این چند سال اخیر، انواع شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها راه خودشان را به کشورمان باز کرده‌اند. وایبر، لاین، اینستاگرام، واتس‌آپ، ایمو، توییتر و اسکایپ تنها بخشی از این شبکه‌ها هستند که به طور گسترده توسط کاربران ایرانی مورد استفاده قرار گرفت اما برخی از آنها به دلایل مختلف، بیشتر از بقیه به محبوبیت رسیدند.

پرطرفدارترین پیام رسان ایران

فیلتر شدن فیس بوک و ویژگی‌های ویژه تلگرام همچون ایجاد کانال، گروه‌های کاری، خانوادگی و آسان بودن دسترسی به آن از طریق موبایل و فیلتر نبودن آن، این اپلیکیشن را به سرعت به پرطرفدارترین پیام رسان ایران تبدیل کرد. اکنون حتی فیس بوک که زمانی بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی کاربران ایرانی محسوب می‌شد در برابر تلگرام حرفی رای گفتن ندارد و این پیام رسان ساده به عنوان بزرگ‌ترین پاتوق مجازی ایرانیان شناخته می‌شود.

در واقع، اکنون حدود نیمی از جمعیت کشور در Telegram فعالیت می‌کنند که در نوع خود آمار بی‌نظیری است و درآمد بسیاری را نصیب صاحبان این اپ روس می‌کند. این پیام رسان محبوب در تمامی سیستم عامل‌های روز شامس اندروید، آی او اس، ویندوز فون، لینوکس و ویندوز اجرا می‌شود. کاربران می‌توانند به راحتی پیام‌ها، تصاویر، ویدیوها و انواع اسناد را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. جالب اینجاست که ایرانی‌ها بیشترین کاربران حاضر در تلگرام را تشکیل می‌دهند. برخی از کارشناسان و صاحب‌نظران معتقدند که فیلتر شدن و محدودیت دسترسی به شبکه‌های دیگر مانند فیس بوک، وایبر و اینستاگرام باعث هدایت مردم به تلگرام شده است.

پرطرفدارترین اپلیکیشن اشتراک تصویر

در حال حاضر اینستاگرام پس از تلگرام، دومین شبکه اجتماعی محبوب در ایران است. حالا دیگر بسیاری از فروشگاه‌ها و شرکت‌های مختلف هم صفحه اینستاگرام ساخته‌اند و اجناس و خدمات خود را معرفی کرده و حتی به فروش آنلاین پرداخته‌اند. از سوی دیگر کاربران سعی می‌کنند برای به اشتراک‌گذاری و جمع‌آوری لایک به رقابت می‌پردازند. بازار مکاره خرید و فروش لایک‌های بیهوده نیز در این فضا ایجاد شده است.

چهره‌های معروف، مانند بازیگران و خواننده‌ها نیز در میان طرفداران اینستاگرام دیده می‌شوند. کسانی که از دیگر گروه‌های طرفدار Instagram هستند که از این فضا برای انتشار عکس‌های خود استفاده می‌کنند. البته حضور اینستاگرام در ایران با تاشیه‌هایی هم همراه بوده و این موضوع که امکان فیلتر شدن صفحات غیر اخلاقی وجود ندارد، بارها خبرساز شده بود اما در هر حال، اینستاگرام یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی جهان است.

مهاجرت ایرانی‌ها از فیس بوک

فیس بوک یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در ایران و سراسر جهان بود و در واقع نخستین شبکه‌ای بود که استقبال گسترده‌ای از آن شد و البته خیلی زود هم طرفداران خود را از دست داد. اوج فراگیری فیس بوک در ایران، سال ۱۳۹۰ بود که تعداد ۱۷ میلیون کاربر ایرانی در آن عضو بودند. با ورود تلگرام و اینستاگرام،

بیشتر کاربران Facebook به این اپلیکیشن‌ها نقل مکان کردند. البته این روند تنها در ایران اتفاق نیفتاد و به نظر می‌رسید که این شبکه اجتماعی به مرز اشباع رسیده است. در حال حاضر، برخی از کاربران ایرانی برای دیدن عکس‌های بستگان و دوستانشان، هر از چند گاهی به فیس بوک سر می‌زنند و صفحات ایرانیان خارج از کشور را چک می‌کنند. همچنین بسیاری از افراد از فیس بوک به عنوان یک محل حیاتی اطلاعات استفاده کرده و عکس‌ها و آلبوم‌های خانوادگی را در این فضا نگهدار می‌کنند که البته تصمیم درستی نیست.

باتوق خبرنگاران و سیاستمداران ایرانی

اگرچه تویتر (Twitter) طرفداران زیادی در میان مردم عادی ندارد اما سیاستمداران، خبرنگاران و دنبال‌کنندگان اخبار از اصلی‌ترین طرفداران این شبکه اجتماعی هستند. حضور سیاستمداران و خبرنگاران رسانه‌ها در تویتر و توییت کردن اخبار در لحظه، موجب شد تا سرعت انتقال اخبار در این شبکه حتی از خبرگزاری‌ها نیز پیشی بگیرد و آن را تبدیل به یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان تبدیل کند.

با توجه به خبرمحوری و کم‌رنگ بودن جنبه سرگرمی و انتشار عکس و فیلم در تویتر، این شبکه خیلی مورد توجه کاربران معمولی ایرانی قرار نگرفت و فیلتر شدن آن نیز باعث شد تا به سرعت تعداد مخاطبان و طرفداران تویتر در ایران کاهش پیدا کند.