

ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه ملی

عیسی زارعی *

نیره خداداد شهری **

چکیده

ما در عصری به سر می‌بریم که شبکه‌های اجتماعی محبوب‌ترین ابزارهای ارتباطی‌اند و میلیاردها کاربر را در سراسر جهان به سوی خود جلب کرده‌اند. قابلیت بی‌زمانی و بی‌مکانی، هویت سیال و متکثر، ساخت‌شکنی، مشارکت‌پذیری، ارتباط چند سویه، قابلیت دسترسی و استفاده، فوریت و استمرار، جزو ویژگی‌های منحصر به فرد شبکه‌های اجتماعی برشمرده شده است. در کنار این قابلیت‌ها، رواج این ابزارهای ارتباطی، پی‌آمدهای منفی فرهنگی نیز به دنبال دارد. از سوی دیگر، رسانه‌های گروهی همچون رادیو و تلویزیون، حضور اثرگذار و قدرتمندی در میان خانواده‌های ایرانی دارند و می‌توانند در روشنگری و آگاهی‌رسانی کاربرد بهینه این شبکه‌ها، نقش مهمی داشته باشند. در این نوشتار تلاش شده است، افزون بر مفهوم‌شناسی شبکه‌های اجتماعی و مرور کارکردهای آن، پی‌آمدهای منفی این شبکه‌ها گوشزد و راه کارهای لازم برای بهره‌مندی از ظرفیت رسانه ملی در الگوسازی مطلوب استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ارائه شود.

کلیدواژگان: شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های گروهی، رسانه، رسانه ملی.

۱ دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی 2 (eazarei@gmail.com). دانشجوی کارشناسی ارشد

مطالعات آرشیوی (shahri.lib.65@gmail.com).

مقدمه

امروزه با گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و کاربرد روزافزون آن در زندگی روزمره، شاهد شکل‌گیری نسل جدیدی از ابزارهای اینترنتی هستیم که امکانات بیشتری را برای روابط متقابل، مذاکره، گفت‌وگو و به طور کلی، ارتباط دو سویه و چند سویه فراهم آورده است. نسل جدید وب، ناظر به شکل‌گیری اینترنت محاوره‌ای است که امکان برقراری ارتباطات چندگانه و محاوره دائمی میان کاربران شبکه جهانی اینترنت را فراهم ساخته است. از این رو، رسانه‌ها یا شبکه‌های اجتماعی، به عنوان مهم‌ترین مصادیق این امر، به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه، به ویژه جوانان و امکان تبادل آرا و افکار ایشان و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی جوانان تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی، علاوه بر این که مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی اعضای خود هستند، این امکان را برای اعضا فراهم می‌کنند که هم‌زمان با انجام سایر فعالیت‌های اجتماعی، فعالیت

خود را در این جوامع مجازی نیز پی‌گیری کنند. (بشیر و افراسیابی، « ۳۲: ۱۳۹۱» بدین لحاظ کاربران در عصر جدید، مصرف‌کنندگانی منفعل نیستند و به صورتی خودجوش به تولید متن و مدیریت محتوا می‌پردازند. این امر بر آزادی عمل کاربران در ارائه و خلق متون مختلف می‌افزاید». (امیری و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۱: ۴۰) شبکه‌های اجتماعی، به مجموعه‌ای از افراد که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط دارند و مواردی همچون اطلاعات، نیازمندی‌ها، فعالیت‌ها و افکار خود را به اشتراک بگذارند، گفته می‌شود. به عبارت دیگر، رسانه اجتماعی، سایت یا مجموعه‌ای از وبسایت‌هاست که به کاربران امکان می‌دهد، علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌هایشان را با دیگران تسهیم کنند و از نظرها و باورهایشان نیز اطلاع یابند. (برات دستجردی و صابری، ۱۳۹۱: ۳۳۳) این گونه خدمات شبکه‌های اجتماعی، روز به روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌یابد، به گونه‌ای که هم‌اکنون سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، به پراستفاده‌ترین خدمت اینترنتی بدل شده‌اند. در کشورهایی همچون بریتانیا، روسیه، جمهوری چک و اسپانیا، نزدیک نیمی از افراد بالغ هم‌اکنون از فیس‌بوک و وبسایت‌های مشابه استفاده می‌کنند. (رضایان قیه‌باشی، ۱۳۹۲: ۱۲) در کشور ما نیز عضویت و بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی، به سرعت افزایش می‌یابد.

بی‌تردید در حال حاضر، شبکه‌های اجتماعی مجازی نیرومندترین رسانه آنلاین در دنیا به شمار می‌روند. این شبکه‌ها به دلیل تکرر و تنوع محتوایی و قابلیت‌های متعدد نرم‌افزاری و اینترنتی، با استقبال گسترده کاربران روبه‌رو شده‌اند. ویژگی این شبکه‌ها، قدرت برقراری نظام شبکه‌ای میان دوستان و همفکران کاربران به صورت منظم و سامان‌مند است. (ضیایی‌پرور و عقیلی، ۱۳۸۸: ۲۴) از سوی دیگر، نباید گستره نفوذ و تأثیر رسانه‌های جمعی، به ویژه رادیو و تلویزیون را نادیده گرفت. همواره رادیو و تلویزیون، در طول سالیان با هزینه کم و استفاده آسان، به عنوان یکی از اعضای خانواده در جمع خانواده‌ها حضور داشته است. از این نظر، در کنار شناخت ماهیت و گستره نفوذ این ابزارهای جدید در زندگی افراد و میزان کاربرد و چگونگی استفاده از آنها، باید از رسانه‌های گروهی همچون رادیو و تلویزیون در روشنگری و کاهش آسیب‌های احتمالی آن بهره گرفت. در اینجا این پرسش مطرح می‌شود که رسانه ملی چه نقشی در استفاده مطلوب از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند داشته باشد و الگوسازی مطلوب رسانه ملی از کاربرد بهینه شبکه‌های اجتماعی، از چه مؤلفه‌هایی برخوردار است؟ این پژوهش تلاش می‌کند، پس از تبیین مفهوم شبکه اجتماعی و پی‌آمدهای مثبت و منفی آن، درباره جنبه‌های مختلف موضوعات یاد شده، بحث و آنها را بررسی کند.

۱. مفهوم‌شناسی شبکه‌های اجتماعی

در دنیای واقعی، اغلب افراد برای دستیابی به اطلاعات، منابع و موقعیت‌ها، به روابط شخصی و نزدیکان خود متکی هستند. این روابط، شبکه اجتماعی فرد را تشکیل می‌دهد که به نوبه خود سیستم اجتماعی را به وجود

می‌آورد. دانشمندان علوم اجتماعی از مفهوم شبکه اجتماعی برای اشاره به ساختار پیچیده روابط بین افراد در نظام اجتماعی استفاده کرده‌اند. بنابراین، شبکه اجتماعی یا منبع تولیدکننده سرمایه اجتماعی، ترکیبی از کنشگران و روابط بین آنهاست. به سخن دیگر، شبکه اجتماعی، الگویی از روابط است که کنشگران را به هم متصل می‌کند. از این رو، شبکه اجتماعی را می‌توان مجموعه‌ای از افراد، یا سازمان‌ها یا مجموعه‌های دیگر اجتماعی دانست که به کمک روابط اجتماعی، مانند دوستی، همکاری یا تبادل اطلاعات با یکدیگر مرتبط می‌شوند. (شارع‌پور، ۱۳۸۶: ۱۷۰) شبکه اجتماعی، نوعی ساختار اجتماعی است که از گروه‌های متعددی تشکیل شده که این گروه‌ها می‌توانند افراد حقیقی یا سازمان‌ها باشند. از همه مهم‌تر این که این گروه‌ها، به وسیله یک یا چند نوع خاص از وابستگی، به یکدیگر متصلند. وابستگی‌هایی همچون روابط دوستانه، همشهری بودن، هموطن بودن، روابط تجاری و روابط اداری، جزو این موارد هستند. تحلیل این ساختارها، اغلب بر اساس ویژگی افراد عضو در شبکه و نوع رابطه میان آنها صورت می‌گیرد. (حبیبی، ۱۳۹۱: ۷۰)

این شبکه‌ها با سازمان‌دهی انواع گروه‌های مجازی، توسعه مشارکت‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها و ایجاد محتوا به وسیله اعضا و با ویژگی‌های منحصر به فردی همچون روزآمدی، سهولت استفاده، قابلیت دسترسی، مشارکت‌پذیری، امکان بروز و نمود عادلانه، ارتباط فوری، تعامل، استمرار و اعتبار، امکانات چند رسانه‌ای دنیای بی‌بدیل و کارآمدی خلق می‌شوند و هر روز بر گستره و محبوبیت آن افزوده می‌شود. در دنیای جدید، مجازها شکل واقعی به خود می‌گیرد و مرز میان واقعیت و مجاز در هم می‌ریزد. از این رو، شبکه‌های اجتماعی در زندگی امروز ما، کارکردهای گوناگون و متنوعی یافته‌اند که باید به آنها توجه شود و هر یک بررسی شوند.

۲. کارکردهای مثبت شبکه‌های اجتماعی

ظهور و رواج هر یک از پدیده‌های اجتماعی را می‌توان به علل گوناگونی مرتبط دانست و قابلیت‌ها و پی‌آمدهای آن را بررسی کرد. شبکه‌های اجتماعی نیز که با سرعت فوق‌العاده‌ای، به ویژه در میان جوانان در حال گسترش است، از ویژگی‌های منحصر به فردی برخوردارند. انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی، امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ‌های گوناگون، شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی، امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، افکار و سلیقه‌های دیگران، کارکردهای بی‌بدیل تبلیغی و محتوایی، ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان، تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی، یک‌پارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی، توسعه مشارکت‌های سودمند اجتماعی، افزایش سرعت در فرآیند آموزش و یادگیری، افزایش اطلاعات و آگاهی، بروز و نمود هویت سیال و متکثر، جزو امتیازهای شبکه‌های اجتماعی برشمرده شده است. (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹: ۱۶ - ۱۸) افزون بر آن، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصت‌های جدیدی همچون تقویت سرمایه اجتماعی، شکل‌دهی افکار عمومی، ایجاد خرده نظام‌های فرهنگی، سرگرمی، افزایش محبوبیت کاربران، امکان عادلانه ابراز وجود،

گسترش دایره ارتباطات اجتماعی، تبلیغ محصولات و خدمات را در اختیار کاربران قرار می‌دهد. (جعفرپور، ۱۳۹۰) همچنین مواردی مانند بازخورد و مشارکت لحظه‌ای، سنجش افکار عمومی، اندازه‌گیری مشارکت‌کنندگان، ظهور دولت‌های شیشه‌ای، توسعه مشارکت فرهنگی، ایجاد اعتماد آنلاین، ایجاد سرمایه اجتماعی و اجتماعی کردن شهروندان از کاربردهای سودمند شبکه‌های اجتماعی است. (ساعی و افتاده، ۱۳۹۲) طرفداران نقش مثبت و تکاملی شبکه‌های اجتماعی بر این باورند که این ابزارها سبب تداوم و گسترش انتقال روابط میان فردی از شبکه‌های «در به در» به شبکه‌های «مکان به مکان» و «شخص به شخص» می‌شود. ممکن است نقش اینترنت در حفظ پیوندهای موجود اثرگذارتر از نقش آن در ایجاد پیوندهای جدید باشد). ولمن، ۱۳۸۳) ژان بودریار از نویسندگان پست‌مدرنیسم، تحلیلی از جامعه جدید دارد که با اهمیت است. او بر این باور است که در عصر جدید، شبیه‌سازی‌های رایانه‌ای، پردازش اطلاعات، رسانه‌ها، سامانه‌های کنترل سیبرنتیک و سامان‌دهی جامعه بر اساس الگوها و کدهای شبیه‌سازی «نشانه‌ها»، اهمیت فزاینده‌ای می‌یابند. آنها به نظم جدید اجتماعی قوام می‌بخشند و نشانه‌ها بر زندگی اجتماعی حاکمند. بودریار، با طرح مفهوم «ابرواقعی»^۱، بر آن است که در این وضعیت، امر غیرواقع بیشتر از خود واقعیت، واقعی است؛ یعنی واقعیتی که به شکل مصنوعی تولید شده، واقعی‌تر از واقعی است. به این ترتیب، وی نشان می‌دهد چگونه نشانه‌ها و تصویرها به عنوان سازوکارهای کنترل در فرهنگ معاصر عمل می‌کنند. برداشت او با وجود اینکه قدرت را چنان منتشر و انتزاعی می‌داند که قابل پی‌گیری نیست و اساساً مبارزه با آن را به نوعی ناممکن می‌داند، از نظر توجه به جنبه‌های جدیدی از جامعه و قدرت که در رسانه‌ها و نشانه‌ها دیده می‌شود، اهمیت دارد. (ابراهیمی، ۱۳۹۰)

یکی دیگر از جنبه‌های مهمی که فن‌آوری اطلاعاتی و ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی به دنبال داشته، ظهور هویت سیال و متکثر است. هویت، یکی از منابع شناخت و مسائل مهم جوامع بشری است. بی‌گمان می‌توان گفت که هویت از نیازهای روانی انسان و پیش‌نیاز هرگونه زندگی جمعی است. در جوامع گذشته، مکان در خلق هویت اجتماعی افراد نقش کلیدی داشت؛ زیرا افراد در محیط‌های کوچک و بسته زندگی می‌کردند و هویت اجتماعی آن‌ها با ارتباط رودررو با اطرافیان در محیطی ثابت شکل می‌گرفت، اما به دنبال ظهور فن‌آوری‌های جدید و ارتباطات مجازی، نقش مکان در شکل‌دهی هویت بسیار کم‌رنگ شد؛ زیرا رسانه‌های اجتماعی با تکیه بر ارتباطات مجازی می‌توانند فرد را از مکان خود جدا کنند و به جهان پیوند بزنند. در نتیجه، افراد با منابع هویت‌یابی متکثری روبه‌رو هستند و احراز هویت، شکلی غیرمحلی و جهانی می‌یابد. (قاسمی، عدلی‌پور و کیانپور، ۱۳۹۱) افزون بر آن، مواردی همچون اطلاع‌رسانی شخصی و اجتماعی، خود تقویت‌گری و موج‌سازی، تخلیه روانی و یافتن رابطه‌های تازه، اثرگذاری بر روند زندگی روزانه و سبک زندگی، بازنمایی و هویت‌بخشی به افکار عمومی، بازنمایی بخشی از شمای زندگی مجازی، برقراری تعامل میان افراد و گروه‌های مختلف و اثرگذاری به عنوان الگویی از یادگیری اجتماعی را می‌توان از دیگر کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برشمرد. (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۸) با توجه به این ویژگی‌ها و کارکردها، افراد می‌توانند به دلایل و انگیزه‌های مختلفی در شبکه‌های اجتماعی عضو شوند. افزون بر کارکردهایی که گاهی نکات مثبت و سازنده‌ای در میان آنها یافت می‌شود،

گسترش بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی پی‌آمدهای منفی نیز به دنبال داشته است که در ادامه، بررسی می‌شود.

۳. پی‌آمدهای منفی شبکه‌های مجازی

بهره‌مندی از خدمات شبکه‌های اجتماعی مجازی، روز به روز محبوبیت بیشتری می‌یابد و در میان کاربران گوناگون، جوانان و نوجوانان طیف وسیعی از آنها هستند. از آنجا که هویتی که افراد برای خود در این شبکه‌ها تعریف می‌کنند، نمی‌تواند واقعی باشد و هیچ مرجعی نیز وجود ندارد که بتواند هویت صحیح آنها را تأیید کند، این شبکه‌ها به یکی از بهترین محیط‌ها برای سودجویان تبدیل شده است. سوءاستفاده‌هایی مانند اغفال جوانان، برای دوستی یا ازدواج، آگاهی از اطلاعات شخصی، مانند فیلم و عکس‌های خانوادگی و دزدی از حساب‌های بانکی، جزیی از مفاسدی است که در این شبکه‌ها رخ می‌دهد. (شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۱۳۹۱-۱۳۹۲: ۶۳) همچنین مواردی مانند شکل‌گیری و گسترش سریع شایعات و اخبار کذب، تبلیغات ضد دینی و القای شبهات، نقض حریم خصوصی افراد، انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع و تأثیرات منفی رفتاری را می‌توان از پی‌آمدهای منفی این شبکه‌ها دانست. (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹)

نوجوانان امروز، با بهره‌مندی از رسانه‌های ارتباطی جدید قادرند عمیق‌ترین احساسات خود را ابراز کنند. از نظر عاطفی، با کلیدهای رایانه، خود را نمایان می‌کنند. با وجود این ممکن است، در عمل، رودررو با یکدیگر حرف نزنند. گویی به محافظت صفحه مانیتور نیاز دارند. این پدیده، عمیقاً به روابط میان آنها آسیب می‌رساند. در وهله اول، پیام‌رسان محل اختفایی عالی برای بیان نظراتشان است، بدون اینکه خود را نشان بدهند. آنها می‌توانند هر چه می‌خواهند بگویند، بدون اینکه از واکنش دیگری ترس داشته باشند. در محیط امن صفحه مانیتور خود هستند، بدون اینکه کسی آنها را ببیند، بدون اینکه مجبور باشند توضیحاتی بیشتر از آنچه می‌خواهند بدهند. این امر موجب از دست دادن توانایی تعامل شخصی آنان می‌شود و می‌تواند به نوعی «بی‌سواد ارتباطی» بینجامد که وقتی به عنوان بزرگسال، چاره دیگری به جز ارتباط متقابل با دیگران ندارد، راه برایشان بسیار دشوار خواهد بود. در وهله دوم، جوانان می‌توانند در حال ایجاد روابطی باشند که بسیار دور از واقعیت است؛ زیرا اطلاعاتی که از طریق پیام‌رسان در آن سهیم می‌شوند، فاقد رد پاهای لازم برای درک درست آنان است. (کورتس، ۱۳۸۹: ۳۸) از آنجا که ارتباط اصلی‌ترین دلیل استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی است و افراد در زمان کمی با افراد متعدد ارتباط برقرار می‌کنند، در بسیاری از موارد به بهره‌مند شدن افراطی افراد، به ویژه نوجوانان و جوانان از این شبکه‌ها می‌انجامد و باعث می‌شود افراد به ارتباط در فضای مجازی بیش از ارتباط در فضای واقعی علاقه‌مند شوند که این امر می‌تواند سلامت روانی آنها را تهدید کند. از این‌رو، اختلالاتی همچون اعتیاد به اینترنت، افسردگی، انزوای اجتماعی، اختلال هویت، کاهش احساسات، عدم اعتماد به نفس، از جمله اختلالات رایج استفاده مفرط از شبکه‌های اجتماعی است. (برات دستجردی و صابری، ۱۳۹۱: ۳۳۳) افزون بر آن، از آنجایی که تعاملات شبکه‌ای ذاتاً کم‌اهمیت‌تر از ارتباطات رودررو و حتی تلفنی‌اند، این تعاملات می‌تواند

مانع توجه افراد به اجتماع «واقعی» شود. در نتیجه، به افول سرمایه اجتماعی دامن می‌زند. (ولمن، ۱۳۸۳)

همچنین تضعیف روابط اصیل انسانی، تعرض به حریم خصوصی، دشواری کنترل داده‌ها، استفاده‌های ابزاری سیاسی، استفاده ابزاری علیه امنیت ملی کشورها، استفاده ابزاری علیه جنبش‌های مردمی، جزو تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی است. (جعفرپور، ۱۳۹۰) این موارد تنها بخشی از کارکردهای منفی شبکه‌های اجتماعی است. به طور مصداقی، نمونه‌های فراوانی را می‌توان در سال‌های اخیر در زمینه این پی‌آمدها ارائه کرد.

برای نمونه، شبکه اجتماعی فیس‌بوک که در حال حاضر از نظر میزان مشارکت و عضویت بالای افراد در آن، به عنوان سومین کشور پرجمعیت جهان، پس از هند و چین نام برده می‌شود، در وضعیت کنونی به عامل مهمی در جهت ازهم‌پاشیدگی خانواده‌ها تبدیل شده است. در تحقیقات پژوهشگران دانشگاه میشیگان مشخص شد که فیس‌بوک عامل افسردگی نوجوانان و جوانان است. از طرفی، منبع درآمد اصلی فیس‌بوک از طریق فروش اطلاعات محرمانه و دلالتی ارسال پیام کاربران به شخصیت‌های معروف است. بارها ارتباط فیس‌بوک با دستگاه‌های امنیتی جهان، به ویژه سیا و موساد گزارش شده است. (فهیم، ۱۳۹۲: ۶۸) بدین لحاظ مواردی همچون افشای اطلاعات خصوصی، ایجاد سوءتفاهم، ارسال مطالب و تصاویر ناخوشایند روی صفحه خصوصی افراد، از تأثیرات منفی فیس‌بوک از دیدگاه کاربران بیان شده است. (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۱: ۲۰۱)

می‌توان باور داشت که بسیاری از شبکه‌های اجتماعی، به طور غیرمستقیم به نهادهای دولتی و دستگاه‌های جاسوسی وابسته یا ناخواسته کارکرد جاسوسی پیدا کرده‌اند و گاهی اطلاعات کاربرانشان به وسیله سازمان‌های امنیتی، مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد. (فهیم، ۱۳۹۲: الف: ۷۱) برای نمونه، ارتش امریکا نرم‌افزاری تهیه کرده است که این امکان را به آنها می‌دهد تا از طریق شخصیت‌های آنلاین ساختگی، در سایت‌های اجتماعی دستکاری کنند، بر گفتمان‌های اینترنتی اثر بگذارند و تبلیغات حمایتی از اهداف امریکا را گسترش دهند.

شرکتی کالیفرنایی که بر عملیات‌های مسلحانه امریکا در خاورمیانه و آسیای مرکزی نظارت دارد، برنده قراردادی با فرماندهی مرکزی امریکا شده است تا نرم‌افزاری را به نام «سرویس مدیریت شخصیت در اینترنت» تهیه کند. این ساختار به ارتش امریکا اجازه خواهد داد، اجماع‌های دروغینی را در گفتمان‌های اینترنتی ایجاد کند، دیدگاه‌های بی‌طرفدار را پرطرفدار جلوه دهد و تفسیرها و گزارش‌هایی را که در جهت اهداف این کشور قرار ندارند، کم‌رنگ کند. (فیلدینگ و کبین، ۱۳۹۰: ۲۷ - ۲۸) بی‌دلیل نیست که در سال‌های اخیر، جنگ نرم بر ضد ایران با بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی و فن‌آوری‌های مبتنی بر وب ۲، جنبه‌های جدید و عمیقی یافته است. به اذعان مقامات رسمی کشور، سایت‌هایی مانند فیس‌بوک، یوتیوب، توئیتر، در برقراری ارتباطات اغتشاش‌گران رخدادهای پس از انتخابات ریاست جمهوری دهم در ایران، نقش اثرگذاری داشته‌اند. (ضیایی‌پور، ۱۳۸۸)

بنابراین، بخشی از پی‌آمدهای منفی شبکه‌های اجتماعی، ناشی از ماهیت ذاتی و کنترل‌ناپذیر بودن این شبکه‌هاست و برخی دیگر به سوءاستفاده محافل رسمی و غیررسمی حاضر در این شبکه‌ها مربوط می‌شود. هر یک از این جنبه‌ها، به دقت نظر و بررسی دقیق و علمی نیاز دارد و نیازمند اطلاع‌رسانی به افراد، به ویژه جوانان و نوجوانانی است که در این زمینه تجربه کافی ندارند و در معرض انواع آسیب‌های فردی و اجتماعی قرار دارند.

۴. شبکه‌های اجتماعی در ایران

به دلیل استقبال گسترده کاربران از این شبکه‌ها و بازدید دائمی هر یک از آنان از صفحه‌های خود، ارتباطات آنان توانسته است در ایجاد اجتماعات، تحولات و بحران‌ها با اغراض درست یا نادرست نقش بسیار مؤثر و گسترده‌ای داشته باشد. چنان که اطلاع‌رسانی خوب و مناسب از همین طریق نیز توانسته است در جلوگیری از بروز بحران‌ها و حوادث اثرگذار باشد. سرعت زیاد در تبادل اطلاعات و اخبار و عدم وابستگی به آداب و قواعد دست و پاگیر اطلاع‌رسانی و اخبار، جزو ویژگی‌های مهم در این چرخه بوده است. (اکبری، ۱۳۸۹) ایرانی‌ها در تشکیل اجتماعات مجازی در فضای سایبر، توانمند هستند. برای اولین بار نام ایرانی‌ها در رتبه‌بندی فن‌آوری‌های اینترنتی با نام وبلاگ عجین شد. آنان توانستند در سال ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴، رتبه چهارم وبلاگ‌های جهان را به دست آورند. (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۸) نتایج یک نظرسنجی در ۲۴ کشور جهان در سال ۲۰۱۰ نشان می‌دهد، در سراسر جهان به طور متوسط از هر ۱۰ کاربر اینترنت، شش نفر از شبکه‌های اجتماعی بازدید می‌کنند. در این جهت، استقبال کاربران ایرانی از این سایت‌ها، روند قابل توجه و تأملی را در پیش داشته است. بر اساس آمار الکسا، فیس‌بوک یکی از ۱۰ سایت برتر مورد استفاده ایرانیان در فضای وب است. بی‌تردید این میزان اقبال به شبکه اجتماعی مجازی و علاقه به تداوم تعامل‌های شبکه‌ای با وجود ممنوعیت قانونی دسترسی کاربران به برخی از این شبکه‌ها، قابل تأمل و بررسی است. (شهابی و بیات، ۱۳۹۱: ۶۲) برای نمونه، علل گرایش جوانان ایرانی به فیس‌بوک، عواملی همچون آزادی در ارتباط، تسهیم اطلاعات، کنترل اطلاعات، جریان آزاد ارتباطات، دانسته و مهم‌ترین معیارهای ارتباطی کاربران ایرانی، مشابهت سنی، تحصیلات، مشابهت فرهنگی، عقاید مذهبی مشترک، عقاید سیاسی مشترک و سطح اقتصادی مشابه بیان شده است. (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۱: ۲۰۷) گستردگی بهره‌مندی از این شبکه‌ها در کشورمان، حساسیت و توجه بیش از پیش مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی و اجتماعی را می‌طلبد. این گستره رو به فزونی به گونه‌ای است که سبک جدیدی از زندگی را در میان اقشار گوناگون، به ویژه جوانان، پدید آورده است که گاهی با هنجارهای فرهنگی و اصیل جامعه فاصله دارد.

۵. شبکه‌های اجتماعی و رسانه ملی

در عصر حاضر، بهره‌گیری از رادیو و تلویزیون به عنوان دو رسانه ارتباطی سریع و در دسترس، ضرورتی اجتماعی و بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی تازه است و به دور ماندن افراد از گردونه رسانه‌های ارتباط جمعی، به معنای حذف شدن آنان از حیات اجتماعی است. از سویی، تحولات سیاسی و اجتماعی سال‌های اخیر در جهان، نشانه ظهور و تشدید جنگ رسانه‌ای بر سر تسخیر افکار عمومی و ایجاد تغییرهای دلخواه در فرهنگ و سبک زندگی مخاطبان هدف و به طور خاص، ملت‌های خاورمیانه است. از این رو، حضور اثرگذار و فعالانه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، در میدان این نبرد رسانه‌ای، نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت هوشمندانه‌ای است که گذر از موانع، بهره‌گیری درست از فرصت‌ها و رسیدن به اهداف سازمانی را آسان می‌کند. به نظر می‌رسد، در وضعیت

کنونی که امواج و پیام‌های فراملی، مرزهای متعارف جغرافیایی و فرهنگی را پشت سر گذاشته و امپراتوری سلطه رسانه‌ای غرب، استحاله فرهنگی ملت‌های مستقل، به ویژه ایران اسلامی را هدف قرار داده است، صداوسیما - که به تعبیر امام راحل رحمه الله دانشگاه عمومی کشور است - باید با آمادگی همه‌جانبه، نقش فعال خود را در تقویت انسجام فرهنگی، تحکیم هویت ملی و مقابله با امواج مخرب، بیش از پیش ایفا کند. (زارعی، ۱۳۹۲: ۱۳۶)

صداوسیما بر اساس ماده پنجم قانون خط‌مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران که در تاریخ ۱۳۶۱/۴/۱۷ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است، باید در مقام دانشگاهی عمومی، به گسترش آگاهی و رشد جامعه در زمینه‌های گوناگون مکتبی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی کمک کند. همچنین در ماده یازدهم، بر «تلاش در جهت رشد و شکوفایی استعداد‌های انسانی و بارور ساختن خلاقیت‌های فکری و هنری» تأکید شده است. ایجاد زمینه‌های رشد فکری و به وجود آوردن امکان تحلیل و نقد، ریشه‌یابی، پی‌گیری و واقع‌بینی در مسائل اجتماعی» از دیگر مباحثی است که در ماده چهل و دوم این قانون تصریح شده است. چنان که ملاحظه می‌شود، آنچه در این خط‌مشی بر آن تأکید شده، نقش صداوسیما در فرهنگ‌سازی جامعه است. مقام معظم رهبری بر این نقش بی‌بدیل، بارها تأکید کرده‌اند که صداوسیما چنان که امام بزرگوار راحل تعبیر فرمودند، «باید دانشگاهی همگانی باشد که در آن دین و اخلاق و ارزش‌های اسلامی و راه و روش زندگی و تازه‌های جهان علم و سیاست و اندیشه‌های نوین و راه‌گشا، به زبان‌های رسا و باب فهم همه قشرها، آموخته شود و همه - از ذهن‌های ساده تا مغزهای متفکر و انسان‌های برجسته - بتوانند به تناسب آمادگی خود از آن بهره ببرند و از فیض آن سیراب شوند.» (بنیاد فرهنگ فاطمه الزهراء علیها السلام، ۱۳۷۳: ۱۲۷)

از این‌رو، فرهنگ‌سازی و ارائه سبک زندگی سالم و روشنگری و هدایت افکار عمومی و آگاهی‌رسانی درباره موضوع‌های جدید و مبتلا به جامعه از رسالت‌ها و مأموریت‌های رسانه ملی است.

با توجه به کارکردهای رسانه و تأثیرات عمیقی که بر مخاطبان، به ویژه بر مخاطبان کودک و نوجوان دارد، رسانه‌ها می‌توانند در الگوسازی مطلوب، نقش به سزایی ایفا کنند. اصحاب رسانه موظفند با توجه به رسانه‌های گروهی رقیب (در خارج از مرزها) و هم رسانه‌های جدیدی که به تازگی پا به عرصه رقابت گذاشته‌اند و با قابلیت‌های فرامکانی و فرازمانی و تعامل دوسویه با کاربر که بسیار پرترفدار نیز هستند، تدابیری بیندیشند. رسانه باید با در اختیار گرفتن کارشناسان و نظریه‌پردازان، به رصد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، تکنولوژیکی در سطح گسترده‌ای بپردازد و با ظهور و بروز هر اندیشه، ابزار، عادت و نظریه در جامعه، به صورت همه‌جانبه آن را بررسی کند. در رویارویی با هر موضوع جدید و بدیع، سه صورت متصور است:

۱. آن تفکر، ابزار، نظریه و فرد، به طور کلی خوب است؛
۲. به طور کلی، زیان‌بار است. (مانند بیماری ایدز)؛
۳. کارکرد متناقض و فیما بین دارد. (تقریباً وسایل تکنولوژیکی این چنین هستند، مانند تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و کتاب‌های الکترونیک)؛ یعنی نمی‌توان صددرصد درباره خوب یا بد بودن آنها نظر داد، بلکه با توجه به نوع، میزان و چگونگی بهره‌مندی، امتیازها و زیان‌های آن مشخص می‌شود.

رسانه در رویارویی با مورد اول، باید به معرفی بپردازد، مردم را آگاه کند، درباره ترویج آن بکوشد و فرهنگ‌سازی

کند. در مواجهه با مورد دوم، نباید احساساتی عمل کرد، بلکه لازم است مردم در این زمینه آگاه شوند و این آگاهی بخشی باید با منطق و استدلال، صورت گیرد و وقتی مردم را از چیزی منع می کنیم، باید راه جایگزین را به آنها نشان دهیم. برای نمونه، رسانه ملی در سال های اخیر در زمینه آگاه سازی مردم درباره بیماری ایدز و آموزش راه کارهای پیشگیری از این بیماری مهلک، تلاش خوبی انجام داده و در قالب میان برنامه ها، سریال، برنامه های گفت و گو محور، برنامه های ترکیبی و پرمخاطبی پخش کرده است.

در مواجهه با مورد سوم، چنان که اشاره شد، اغلب فن آوری ها این گونه هستند. برتراند راسل فیلسوف و ریاضی دان انگلیسی، در اشاره به برخی آفات فن آوری می گوید: «فن خنثی و بی طرف است. به انسان اطمینان می دهد که افراد انسانی می توانند دست به اعجاز بزنند، ولی نمی گوید که دست به چه اعجازی باید بزنند... رؤسای سازمان های بزرگی که فن وجود آنها را لازم می آورد، می توانند فن را به هر جهتی که بخواهند متوجه سازند. (راسل، ۱۳۷۳: ج ۲ (۶۸۴): با توجه به ابزارهای جدیدی که با تکیه بر قدرت فن آوری ظهور یافته و مخاطبان زیادی را در سراسر جهان به سوی خود جلب کرده است، نسل جدید ترجیح می دهند به جای رسانه های سنتی، از رسانه های مدرنی، همچون شبکه های اجتماعی استفاده کنند. از این رو، هدایت و آگاه سازی درباره استفاده از آن ضروری است، اما نکته مهم همان است که پیش از این نیز بیان شد. این ابزارها همچون چاقو هستند که اگر در دست پزشک جراح باشد، نجات دهنده و زندگی بخش است و اگر در دست یک جانی باشد، به فاجعه می انجامد؛ یعنی وسیله ای واحد با دو کارکرد متناقض است.

در مقابله با این رسانه های جدید کارکرد رسانه ملی بر سه محور می تواند استوار باشد: سکوت، نفی و ترویج. سکوت در هیچ موردی جایز نیست. همان طور که پیش تر نیز گفته شد، رسانه های رقیب از سکوت رسانه ملی سوء استفاده می کنند و آنچه مورد نظرشان است، به مخاطب القا می کنند و چون مخاطب از رسانه ملی اطلاعاتی در این زمینه دریافت نمی کند، ذهن خود را بر مبنای اطلاعات رسانه های رقیب بازسازی می کند. از سوی دیگر، وقتی با ابزاری روبه رو هستیم که مزایایی دارد و گاهی کاربران از آن استفاده های سودمندی نیز می کنند، نفی کامل آن نیز بدون بررسی همه جانبه، درست نیست. از سوی دیگر وقتی با ابزاری مواجه هستیم که بی شک کاستی ها و زیان هایی دارد و از همه مهم تر، پایگاه اصلی آن در کشوری است که جز سلطه بر کشورهای دیگر، راه دیگری در پیش نگرفته است، به صرف ظهور ابزاری با امکانات فرامکانی و فرازمانی و قابلیت ها و ویژگی های منحصر به فرد، نباید به ترویج آن همت گمارد و باید با احتیاط با آن روبه رو شد.

بنابراین به نظر می رسد باید شق چهارمی نیز متصور شد و آن این است که باید اینگونه ابزارها را نوعی فرصت همراه با تهدید قلمداد کرد به این معنا که پیش از استفاده همگانی و شروع یافتن آن در جامعه، لازم است آگاهی مخاطبان آن را افزایش داد. به عبارت دیگر در مورد چنین پدیده هایی نه می توان سکوت کرد، نه می توان کاملاً نفی کرد و نه صلاح است که به صورت مطلق مورد تشویق قرار گرفته و ترویج شود، بلکه باید راه میانه ای در پیش گرفته شود که کاربران ضمن استفاده از امکانات و مزایای آن، هوشمندی لازم را نسبت به پیامدهای منفی آن داشته باشند و آگاهانه با آن در تعامل باشند.

همچنین توجه به این نکته ضروری است که نسل جدید، استفاده کنندگان از رسانه ها و شبکه های اجتماعی اند و

بزرگترها نسبت به جوانان خود دچار خلأ آگاهی درباره فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید و ناآشنایی با این گونه فن‌آوری‌ها شده‌اند؟ از این رو، به دلیل ناآشنایی و ناآگاهی خانواده‌ها، وظیفه رسانه بسیار سنگین‌تر و خطیرتر می‌شود. در این زمینه هم آشنایی و آگاهی خانواده‌ها لازم است و هم باید جوانان را از معایب و مزایای این رسانه‌های جدید، آگاه و شیوه استفاده درست را بیان کرد. واضح است که رسانه برای کارکرد آموزشی و اطلاع‌رسانی خود باید از ژانرهای گوناگون و قالب‌های برنامه‌سازی متفاوت سود بجوید؛ زیرا مخاطبان گوناگونی دارد و برای آموزش به اقشار مختلف در سنین متفاوت با سطح تحصیلات گوناگون، باید متوسل به ابزارهای چندگانه‌ای شود، تا بتواند بر مخاطب اثر بگذارد. در ادامه می‌توان به دو پیشنهاد کلی اشاره کرد:

رسانه در وهله اول باید مردم را به طور کلی با تاریخچه، ویژگی‌ها، کارکردها، قابلیت‌ها، امتیازها و کاستی‌های این رسانه‌های جدید آشنا کند. این آشنایی می‌تواند در دو قالب متفاوت برای دو مخاطب مذکور باشد. برای جوانان باید سریال‌هایی با بازیگران مطرح و محبوب با فیلم‌نامه‌هایی جذاب، پرکشش و پر محتوا ساخت تا جوانان در قالبی غیرمستقیم با کارکردهای شبکه‌های اجتماعی آشنا شوند، ولی برای نسل قدیم باید برنامه‌هایی با حضور کارشناسان ساخت که بی‌پرده و مستقیم جامعه را با ویژگی‌ها و معایب و مزایای این شبکه‌ها آشنا کنند. بیان این نکته لازم است که در این برنامه‌ها که باید با نگاهی عمیق و همه‌جانبه همراه باشد و تنها به بیان معایب نپردازند، بلکه مزایا نیز باید بیان شود.

در وهله بعد می‌توان با توجه به فیلتر بودن برخی شبکه‌های اجتماعی و مشخص شدن مقاصد گردانندگان برخی از این شبکه‌های اجتماعی در زمینه براندازی و تغییر قدرت و مداخله سیاسی در کشورهای دیگر می‌توان با معرفی شبکه‌های اجتماعی سودمند، تخصصی موضوعی و مناسب، راه‌حل جای‌گزین را به جوانان و خانواده نشان داد تا با بهره‌مندی از مزایای شبکه‌های اجتماعی، از عضویت در شبکه‌های اجتماعی که فیلتر است و خاستگاه آن در کشوری بیگانه است، پرهیز کرد. بدین وسیله از مزایا، استفاده و از مخاطرات پرهیز شده است. این امر با فرهنگ‌سازی و آگاهی دادن به مردم برای بهره‌مندی درست از فن‌آوری‌های نوظهور عملی به نظر می‌رسد. یکی از بهترین کاربردهای این رویکرد، شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور است که ترویج کتاب و کتاب‌خوانی را سرلوحه کار خود قرار داده‌اند. برای نمونه، شبکه اجتماعی شِلفاری^۱ که در سال ۲۰۰۶ راه‌اندازی شده، توانسته است در سراسر جهان کاربران زیادی را به خود جلب کند. در شِلفاری، کاربران قادرند قفسه‌های مجازی برای خود بسازند و با این امکان گرافیکی جذاب، کتاب‌های خوانده شده خود را به دیگران معرفی کنند. این شبیه‌سازی قفسه کتاب‌خانه شخصی، ویژگی کاربرپسندتری به این شبکه بخشیده است که در سه بخش «کتاب‌های خوانده شده»، «کتاب‌هایی که فرد هم‌اکنون در حال خواندن است» و «کتاب‌هایی که قصد خواندن آن‌ها را دارد»، تنظیم شده است. بوک کراسینگ^۲ شبکه اجتماعی کتاب‌محور دیگری است که در آن کاربران، کتاب‌ها را برای استفاده دیگران، در مکان عمومی مانند صندلی پارک یا مدرسه رها می‌کنند. در واقع، بر مبنای ایده «کتابت را جا بگذار» شکل گرفته است. به این شکل که هر کس که کتابی می‌یابد، شناسه کتاب یافت شده را در این سایت وارد می‌کند و آخرین جایی را که کتاب یافته و رها می‌شود، ثبت می‌کند. از این نظر، امکان پی‌گیری چرخش دست به دست کتاب فراهم می‌شود. به پیروی از این ایده‌ها، در ایران شبکه‌های مشابهی راه‌اندازی و

گسترش یافته است. برای نمونه، شبکه کتابخوانان حرفه‌ای ^۳ که در سال ۱۳۹۰ ایجاد شده است، کمابیش این اهداف را دنبال می‌کند. کاربران این شبکه امکان معرفی و نقد کتاب‌های خوانده شده خود را دارند و با یکدیگر ارتباط مستمر و شبکه‌ای برقرار می‌کنند. بدین ترتیب، این موارد نه تنها قابلیت‌های تخصصی و هدایت شده شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد، بلکه نشان می‌دهد چگونه این شبکه‌ها می‌توانند به ابزاری برای گسترش فرهنگ و هنجارهای اجتماعی و تبلیغ ارزش‌های مقبول جامعه تبدیل شوند و از آن در جهتی سازنده و سومند استفاده شود.

[۱. Shelfari](#). [2. book crossing](#). [3. booki.ir](#).

۶. نتیجه‌گیری

چنان‌که اشاره شد، شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه‌دهنده فضایی هستند که به کاربران برای حفظ روابط اجتماعی موجود، یافتن دوستان جدید، شریک و سهیم شدن در تجربه‌ها، محیطی عرضه می‌دارد که مفهوم جامعه اطلاعاتی و اجتماعی پیشین را دگرگون ساخته و آن را به یکی از رسانه‌های ارتباطی مرجع، از دیدگاه کاربران خود تبدیل کرده است. فضاهای مجازی با کنار گذاشتن محدودیت‌های فضای واقعی، کاربران را به تعامل جدیدی با گستردگی و آزادی‌های بیشتر فراخوانده‌اند. پژوهش‌های روان‌شناختی نیز حاکی از آن است که محیط بر رفتار افراد و شیوه تعاملات آنان اثر می‌گذارد. (بصیریان جهرمی، ۱۳۹۲: ۱۱) از میان همه تأثیرات و نقش‌های مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی بر افراد و جوامع جدید و فارغ از همه آنها، مسئله‌ای که اهمیت بسیاری در بحث شبکه‌های اجتماعی داشته، نوعی سیطره پنهان است که روابط انسانی را مسخر خویش ساخته است. جوامع امروزی، خواسته یا ناخواسته از مجموعه‌ای از شبکه‌های اجتماعی واقعی شکل گرفته‌اند که مجموعه آن در اصطلاح «جامعه» معرفی شده است، اما انتقال این فضا به محیط و فضای مجازی سبب می‌شود که سیطره و نظارت کامل‌تری بر روابط اجتماعی صورت گیرد. از این‌رو، سردمداران و مدعیان حاکمیت استعماری، برای نظارت هر چه بیشتر افکار جوامع، افزون بر گسترش رسانه‌ها، به تعریف‌های تازه‌ای از روابط انسانی دست یازیده‌اند تا سیطره خویش را تکمیل سازند. در واقع، به وضوح می‌توان این اهداف را در شکل‌گیری و توسعه روزافزون این اجتماعات اینترنتی دید. تقریباً می‌توان گفت که بیشتر شبکه‌های اجتماعی مطرح در دنیا، از سوی مؤسسه‌های مطرح و وابسته به ایالات متحده آمریکا، راه‌اندازی و حمایت شده‌اند و سهم دیگر کشورها در ایجاد و توسعه جهانی شبکه‌های اینترنتی، بسیار کم بوده است؛ به گونه‌ای که کاربران در سراسر جهان، برای عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی داخلی رغبتی نداشته‌اند. (اکبری، ۱۳۸۹: ۳۴)

نسل کنونی که بیشتر جوانانی پرنرزی‌اند، با نسل‌های پیشین تفاوت‌هایی دارند که باید در تولید و ارائه اطلاعات

به آن‌ها، به این تفاوت‌ها توجه شود. همچنین باید ابزارها و فن‌آوری متناسب با ویژگی‌ها و نیازهای این نسل برای رساندن پیام انتخاب شود. از دیدگاه جامعه‌شناختی درباره موضوعات مختلف همچون موسیقی، فیلم و سینما، کتاب و داستان و مطالب نوشتاری و همچنین فضای وب، نسل کنونی خواهان دریافت اطلاعات بیشتر، در زمانی کوتاه‌تر است. بدین معنا که هر چه اطلاعات و داده‌های بیشتری را، زمان کمتری به فرد ارائه شود، برای او مطلوبیت بیشتری دارد و او را بیشتر جذب می‌کند. فن‌آوری رسانه‌های اجتماعی دیگر فقط وسیله‌ای صرف برای ارتباط مردم نیست؛ بلکه کودکان و نوجوانان و جوانان با استفاده از این فن‌آوری‌ها، دانش و مهارت‌های خود را از راه مشارکت در فعالیت‌های رسانه‌های اجتماعی افزایش می‌دهند (اکبری تبار، ۱۳۹۰). در کل می‌توان چنین اظهار داشت که با توجه به گذشت چندین سال از ظهور و بروز شبکه‌های اجتماعی، رسانه ملی اقدامی در خور و قابل توجه درباره شبکه‌های اجتماعی و تبیین تهدیدهای آن در کنار فرصت‌ها نکرده، در حالی که رسانه‌های رقیب (شبکه‌های ماهواره‌ای) به وفور از این شبکه‌ها بهره می‌برند و در فضای مجازی حضور پررنگی دارند و با گرفتن بازخورد از مخاطبان‌شان، خط‌مشی و اهداف برنامه‌سازی خود را تعیین می‌کنند. ساخت برنامه‌هایی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی یا با محوریت این شبکه‌ها، باید یکی از رسالت‌های رسانه باشد.

از سوی دیگر، چنان‌که اشاره شد، امروزه رسانه‌ها قدرت قابل ملاحظه‌ای برای شکل دادن به باورها، دگرگون کردن عادت‌های زندگی و گسترش رفتارهایی کمابیش مطابق میل کنترل‌کنندگان رسانه‌ها و محتوای آنها دارند. بنابراین، امروزه هر چه رسانه‌ها فراگیرتر می‌شوند، روی زندگی افراد اثر مستقیم‌تری می‌گذارند. از این‌رو، رسانه‌ها موقعیت نهاد اجتماعی مهمی را کسب می‌کنند و روز به روز مسائل بیشتری از زندگی عموم در عرصه رسانه‌ها متجلی می‌شود. از این نظر، اصحاب رسانه موظفند با توجه به ظهور و گسترش رسانه‌های جدیدی که به تازگی پا به عرصه رقابت گذاشته‌اند و با قابلیت‌های فرامکانی و فرازمانی و تعامل دوسویه با کاربر بسیار پرتعداد نیز هستند، تدابیری بیندیشند. باید رسانه ملی با در اختیار گرفتن کارشناسان و نظریه‌پردازان، به رصد جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تکنولوژیکی شبکه‌های اجتماعی در سطح گسترده‌ای بپردازد و به صورت همه‌جانبه آن را بررسی کند. بی‌گمان، شبکه‌های اجتماعی مانند تیغه دو لبه‌ای هستند که نمی‌توان به طور کامل آن را کنار گذاشت و همچنین چشم و گوش بسته، ورود به این دنیای مجازی را به افراد، به ویژه جوانان، تجویز کرد. چنان‌که در بخش‌های پیشین اشاره شد، به شبکه‌های اجتماعی در کنار آسیب‌ها و تهدیدهایی که دارند، حتماً باید توجه شود. این شبکه‌ها از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بی‌بدیلی برخوردارند که استفاده نکردن از آنها، به ویژه در عصر حاضر که کاربران بی‌شماری را از گوشه و کنار جهان به سوی خود جلب کرده‌اند، معقول و منطقی نیست. از این‌رو، رسانه ملی می‌تواند با توجه به گستره نفوذ و تأثیر و حضوری که در میان خانواده‌ها دارد، آسیب‌ها، تهدیدها، قابلیت‌ها و فرصت‌های این ابزارهای جدید را موشکافی و برای افراد جامعه تبیین کند.

قالب‌های مختلف برنامه‌ای از قبیل فیلم و سریال، مستند، گزارش و خبر، هر یک به فراخور بینندگان و گنجایشی که آن قالب دارد، به طور جداگانه می‌توانند با نوآوری، الگوی مطلوب و کاربرد بهینه شبکه‌های اجتماعی را تشریح کنند.

منابع

- [الف\) کتاب](#)
- [ب\) مقاله](#)

الف) کتاب

بنیاد فرهنگی فاطمه زهرا علیها السلام . ۱۳۷۳. صداوسیما در کلام مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی). تهران: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای .
 راسل، برتراند. ۱۳۷۳. تاریخ فلسفه غرب. ترجمه: نجف دریابندری. تهران: پرواز .
 زارعی، عیسی. ۱۳۹۲. رسانه ملی و فرهنگ کتاب‌خوانی. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما .
 ساعی، منصور و جواد افتاده. ۱۳۹۲. رسانه‌های اجتماعی و مشارکت اجتماعی . چاپ شده در رسانه‌های اجتماعی: ابعاد و ظرفیت‌ها. به اهتمام: حسین بصیریان جهرمی. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها. ۱۰۵ - ۱۳۳.

ب) مقاله

ابراهیمی، نبی‌الله. « ۱۳۹۰. تأثیر شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های ماهواره‌ای در وقوع و تکوین انقلاب‌های عربی». مطالعات راهبردی. ۲ (۱۴). ۱۱۱ - ۱۳۴ .
 اکبری، احمد. ۱۳۸۹. «نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد و مهار بحران‌ها». ره‌آورد نور. ۳۱. ۳۲ - ۳۹ .
 اکبری‌تبار، علی‌اکبر. ۱۳۹۰. «تسهیل ترویج کتاب: ملاحظات اجتماعی ترویج کتاب و کتاب‌خوانی، ترویج از طریق رسانه‌های اجتماعی». نشریه تخصصی کتاب .سوره مهر. ۱۳۶. ۷ .
 امیری، مجتبی و یونس نوری مرادآبادی. ۱۳۹۱. «بررسی رابطه میان نگرش سیاسی، اعتماد به رسانه ملی، مخاطبان فعال، و گرایش دانشجویان دانشگاه‌های تهران به شبکه‌های اجتماعی مجازی». مطالعات میان رشته‌ای در رسانه و فرهنگ ۳۹. (۲) ۲ - ۶۳ .
 برات دستجردی، نگین و سمیه صابری. ۱۳۹۱. «بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اعتیاد به اینترنت و افسردگی در دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور شهر اصفهان». تحقیقات علوم رفتاری. ۵ (۱۰). ۳۳۲ - ۳۴۱ .
 بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی. ۱۳۹۱. «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعات موردی بزرگترین جامعه مجازی ایرانیان». تحقیقات فرهنگی. (۵). ۳۱ - ۶۲ .

- جعفرپور، محمود. ۱۳۹۰. «مفهوم‌شناسی و بررسی متغیرهای مؤثر بر پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی و نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در آنها». مطالعات بسیج. ۵۲ (۱۴). ۱۰۹ - ۱۴۸.
- حبیبی، شهاب. ۱۳۹۱. «پرونده: قصه از کجا شروع شد؟ نگاهی به تاریخچه شبکه‌های اجتماعی». نشریه وب. ۷۰ - ۷۱.
- رضایان قیه‌باشی، احد. ۱۳۹۲. «شبکه‌های اجتماعی، پدیده فراگیر عصر ارتباطات». ره‌آورد نور. ۴۲ (۵۹). ۱۲ - ۱۷.
- سلیمانی‌پور، روح‌الله. ۱۳۸۹. «شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها». ره‌آورد نور، ۳۱. ۱۴ - ۱۹.
- شارع‌پور، محمود. ۱۳۸۶. «نقش شبکه‌های اجتماعی در بازتولید نابرابری آموزشی». تعلیم و تربیت. ۹۱. ۱۶۵ - ۱۸۰.
- شبکه‌های اجتماعی مجازی. (۱۳۹۱ و ۱۳۹۲). نشریه سرباز. ۶۳. ۱۹۹.
- شهابی، محمود و قدسی بیات. ۱۳۹۱. «اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه درباره جوانان شهر تهران)». مطالعات فرهنگ و ارتباطات. ۲۰ (۱۳). ۶۱ - ۸۶.
- ضیایی‌پرور، حمید و سید وحید عقیلی. ۱۳۸۸. «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی». نشریه رسانه. ۸۰. ۲۳ - ۴۲.
- ضیایی‌پرور، حمید. ۱۳۸۸. «جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی». رسانه. ۷۸. ۹ - ۴۸.
- فهمیم، محمدتقی. ۱۳۹۲الف. «شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی، فرصت‌ها و تهدیدها (۱۶): فرندفید، در این انتخابات متنبه شده است؟!». پیام انقلاب. ۶۰. ۷۱ - ۶۲.
- فهمیم، محمدتقی. ۱۳۹۲ب. «شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی، فرصت‌ها و تهدیدها (۲۰): فیس‌بوک، آکنده از قوت‌ها و مفسده‌ها». پیام انقلاب. ۷۵. ۶۶ - ۶۸.
- فیلدینگ، نیک و ایان کبین. ۱۳۹۰. «عملیات جاسوسی امریکا برای دستکاری در رسانه‌های اجتماعی». سیاحت غرب. ۹۳. ۲۷ - ۳۱.
- قاسمی، وحید، صمد عدلی‌پور و مسعود کیانپور. ۱۳۹۱. «تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان». دین و ارتباطات. ۲ (۴۲). ۵ - ۳۶.
- قانون خط‌مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران: در پایگاه اینترنتی مجلس شورای اسلامی (<http://rc.majlis.ir>): بازپایی در ۱۳۹۱/۰۴/۱۴).
- کورتس، فران رامون. ۱۳۸۹. «آیا اینترنت ارتباط واقعی را تهدید می‌کند؟». سیاحت غرب. ۸۰. ۳۷ - ۴۱.
- کیا، علی‌اصغر و یونس نوری مرادآبادی. ۱۳۹۱. «عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی «فیس‌بوک» (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و امریکا)». مطالعات فرهنگ و ارتباطات. ۱۳ (۴۹). ۱۸۱ - ۲۱۲.

ولمن، باری. ۱۳۸۳. «آیا اینترنت موجب افزایش، کاهش یا تکمیل سرمایه اجتماعی می‌شود؟: شبکه‌های اجتماعی، مشارکت و تعهد اجتماع». ترجمه: شیرزاد فلاح آزاد. فرهنگ و فن‌آوری. ۳. ۱۵ - ۲۵.