

تحلیل رفتار جوانان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نقش رسانه در هدایت و حمایت از آنان

سید عباس حسینی *

چکیده

تحلیل رفتار جوانان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، محور اصلی این پژوهش است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، امروزه جوانان به دلیل، برخی اقتضائات و نیازهای روان‌شناختی و فطری از جمله نوجوانی و به روز بودن استقلال، نیاز به مقبولیت، محبوبیت اجتماعی، و شادی و تفریح، به محیط‌ها و شبکه‌های اجتماعی رو می‌آورند. همچنین برخی زمینه‌ها مانند خلوتی و گمنامی اینترنت، امکان رابطه آزاد و بدون کنترل، فراگیری، سرعت و سهولت در ارتباطات و نظایر آن، زمینه‌ساز گرایش بیشتر جوانان به چنین محیط‌هایی است. اختلال در هویت، تضعیف مشارکت حقیقی در عرصه اجتماعی، مدگرایی و نیز سست شدن بنیان اعتقادی، جزو آسیب‌هایی است که بر اثر ضعف بینشی و مهارت ارتباطی، گریبان‌گیر ایشان شده است.

با توجه به ظرفیت گسترده رسانه ملی در هدایت فرهنگی افراد، در پایان مقاله به نقش رسانه در مدیریت رفتارهای جوانان در شبکه‌های اجتماعی پرداخته شده است. می‌توان پس از شناخت خواست‌ها و اقتضائات شخصیتی جوان در رو آوردن به شبکه‌های اجتماعی، در قالب سلسله برنامه‌هایی متنوع و مرتبط، با معرفی تفسیری شبکه‌های اجتماعی پیش‌تاز مجازی و شناساندن آسیب‌ها و ظرفیت‌های آنها، زمینه را برای ورود هوشمند و هدفمند جوان به این شبکه‌ها آماده ساخت و در این زمینه رفتار جوانان را کنترل و هدایت کرد.

کلیدواژگان: جوانان، رفتار، شبکه اجتماعی مجازی، رسانه، اینترنت.

۱ کارشناس ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی (sa.hoseini92@gmail.com).

مقدمه

بشر از نظر فطری، موجودی جمع‌گرا و مدنی‌الطبع و همواره درصدد ارتباط‌گیری با هم‌نوعان خود است. در حقیقت این ویژگی در نیاز او به ارتباطات و کسب پایگاه اجتماعی ریشه دارد. بر این اساس، اجتماعات انسانی، شهرها و گروه‌های مختلف شکل پذیرفته است. از دیرباز دغدغه‌های مهم انسان، تسهیل و سرعت و فراگیری در ارتباطات اجتماعی خود بوده و بر این اساس، تلفن، تلگراف، تلویزیون، ماهواره و اینترنت را پدید آورده است. طبع سیری‌ناپذیر انسان در برقراری ارتباط، متوقف نشده و هر روز بر جنبه‌های آن افزوده شده تا اینکه به پدیدار شدن شبکه‌های اجتماعی، در فضای مجازی اینترنت انجامیده است.

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، جایگاهی شگرف در سطح روابط اجتماعی افراد پدید آورده است. کاربران جوان اینترنت از این موضوع استقبال کردند که به جرئت می‌توان گفت، شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از

اثرگذارترین سرویس‌های ارائه شده در اینترنت است که در سال‌های اخیر در نظام اجتماعی کشورهای مختلف جهان تحول شگرفی پدیده آورده است .

نتایج پژوهش‌های صورت پذیرفته در این زمینه حاکی از آن است که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی (ادبیات گفتاری، پوشش، تفریح و سلاقی) جوانان ارتباط مستقیمی وجود دارد ^۱. توسعه مشارکت‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها به وسیله اعضا، انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد و فرهنگ‌های گوناگون، ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان، از قابلیت‌هایی است که باعث شده هر روز بر شمار کاربران جوان، افزوده شود و جامعه‌ای فراملی از خرده فرهنگ‌های متعدد و متعارض را پدید آورد .

عصر تبادل اطلاعات فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و علمی در فضای پیچیده و پرسرعت مجازی، در بستر شبکه‌های مختلف اجتماعی، واقعیتی است که باید آن را پذیرفت و پیش از آنکه اصول و قواعد ارزشی را غرق کند، باید برای هدایت و مدیریت کاری کرد. در این میان، حوزه اثرگذار رسانه، می‌تواند با شناساندن ظرفیت‌ها و آسیب‌های این پدیده جدید، نسبت به نهادینه کردن نوع درست و دینی از فرهنگ ارتباط در شبکه‌های اجتماعی، نقش خود را ایفا کند .

در این مقاله سعی شده است، رفتار جوان در برخورد با این شبکه‌ها به اختصار، بررسی و به رسالت مهم رسانه در این جهت اشاره شود. از این‌رو، در بخش نخست به تشریح دو مفهوم «شبکه‌های اجتماعی» و «انگیزه» پرداخته می‌شود. در بخش دوم، بسترها و اقتضائات روانی جوان که زمینه‌ساز ورود به چنین شبکه‌هایی است، تبیین می‌شود. پس از آن، در بخش سوم، زمینه‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی را بیان می‌کنیم، که محرک رفتار جوان و اثرگذار بر نوع عملکردشان است. سپس در بخش چهارم، با توجه به دو بخش پیشین، مسائل و آسیب‌شناسی رفتاری ناشی از ورود جوانان به این شبکه‌ها را بررسی می‌کنیم. در نهایت در بخش پایانی، با نتیجه‌گیری از مباحث مطرح شده و توجه به ظرفیت بالای رسانه در نهادینه کردن فرهنگ ارتباطات اجتماعی، نقش رسانه را در مدیریت رفتارهای جوانان در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی برمی‌شماریم.

۱. آخرین پژوهش انجام شده در کشور بیانگر آن است که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان، ارتباط مستقیمی وجود دارد. ۳/۶ درصد مردان و ۴۱/۳ درصد زنان معتقدند، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی توانسته است به میزان بالایی در نوع ادبیات افراد جامعه موثر باشد. همچنین ۴۹/۵ درصد زنان و ۴۱/۴ درصد مردان بر این باورند که عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، در مقادیر متوسط به بالا توانسته است بر سبک پوشش ایشان در جامعه مؤثر باشد. (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۱)

ضرورت و بیان مسئله

امروزه ارتباط و پیوندهای اجتماعی در بستر فن آوری ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرعتی شگرف به خود گرفته و زمان و مکان را در نوردیده است. این درحالی است که جوانان که نقش آفرینان اصلی و پیش‌تازان این موج هستند، بیش از هر زمان به شناختن این شبکه‌های اجتماعی و داشتن الگویی ملی و دینی در این راستا نیاز دارند. گسترش شبکه‌های اجتماعی و زیرساخت‌های پیشرفته ارتباطی در داخل کشور و افزایش امکانات تبادل اطلاعات و تعاملات در سطح بین‌المللی، زمینه‌ساز درهم‌تنیدگی شدید بین فرهنگ‌ها و ارتباطات شده است که معمولاً تزلزل و ابهام در اصول و اخلاق و آداب اجتماعی را با خود برای کاربر به همراه آورده است. فضای مجازی به دلیل گمنامی، سرعت و سهولت، مشارکت آسان عاطفی را جای‌گزین مشارکت و معاشرت رو در روی اجتماعی کرده و نوعی رابطه غیرحقیقی را بر فضای مناسبات میان افراد، به ویژه جوانان بر جای گذاشته است.

جدا از منافع انکارناپذیر این شبکه‌ها، بی‌ثباتی، بی‌هویتی، افسردگی، بیهوده‌گرایی، آسیب‌هایی است که این فضا برای کاربران خود پدید آورده است. این در حالی است که جوان در پی دست‌یازی به مجموعه‌ای از نیازها و خواست‌های روانی و فطری خود، به چنین محیط‌های رو می‌آورد. جوانی را در نظر بگیرید که به دلیل درک نشدن از سوی محیط اجتماعی خویش، ذهن و دل پاک خود را درگیر فضایی می‌سازد تا راحت حرف بزند، بیندیشد و بگوید و خود را در آن بیابد. البته این بدان معنا نیست که این نوع از شبکه‌های اجتماعی مجازی باید حذف شود، بلکه باید از ظرفیت گسترده آن در رشد فرهنگی، هم‌گرایی اجتماعی و توسعه دانش، بهره برد و مهارت تعامل درست در این زمینه را در وجود جوان نهادینه ساخت تا با کسر زیان‌ها و آسیب‌های این نوع از ارتباطات و تعاملات، این ظرفیت را در جهت رشد جامعه به خدمت گرفت.

۱. مفهوم شبکه‌های اجتماعی

تاکنون از شبکه‌های اجتماعی ^۱اینترنتی، تعاریف گوناگونی ارائه شده است. نقطه اشتراک این تعاریف، تعاملی بودن و به اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها و نظر کاربران است که با ایجاد محتوا در فضای مجازی صورت می‌گیرد. شبکه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌ها هستند که این روزها در کانون توجه کاربران شبکه جهانی اینترنت قرار گرفته‌اند. این گونه سایت‌ها بر مبنای تشکیل اجتماعات آنلاین فعالیت می‌کنند و هر کدام دسته‌ای از کاربران اینترنتی، با ویژگی خاصی را گرد هم می‌آورند. شبکه‌های اجتماعی را گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی می‌دانند که امکان دستیابی به شیوه جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا در اینترنت را فراهم آورده‌اند.

کاستلز ^۲ویژگی‌های عمده شبکه‌های اجتماعی فضای سایبر را در انعطاف‌پذیری (بازسازی و واکنش‌پذیری در برابر تغییرات محیطی)، مقیاس‌پذیری (کوچک و بزرگ شدن) و توانایی تداوم حیات، بدون وابستگی به مرکزیتی واحد می‌داند. قابلیت مهم این شبکه‌ها، امکان ورود کنش‌گران جدید و وجود فضای تعامل گسترده با دیگران،

تولید آزادانه محتوا، اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات و استقلال آنها از مراکز قدرت رسمی است. (بابایی، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات)

۱. The Social Network. 2. Manuel Castells

۲. نیازهای روان‌شناختی مؤثر بر گرایش جوانان به شبکه‌های اجتماعی^۱

انگیزه، علت و زیربنای رفتارهاست. انگیزش به عوامل موجود در یک فرد اشاره دارد که رفتار را در جهت یک هدف، فعال می‌سازد. در علم روان‌شناسی، درباره انگیزه^۲ تعاریفی ارائه شده است. در یک تعریف آمده است، آمادگی یا گرایش درونی بالقوه برای پاسخ دادن به موقعیت یا محرک خاص بیرونی، از بین موقعیت‌ها و محرک‌های مختلف موجود را می‌توان انگیزه نامید. (شاملو، ۱۳۸۳: ۱۰۳) در حوزه رفتار انسان عواملی وجود دارد که نه تنها ما را به فعالیت وادار می‌کند، بلکه ما را به سوی هدف خاصی می‌کشاند. روان‌شناسان این عوامل را انگیزه می‌نامند. (گنجی، ۱۳۷۶: ۲۵۵) انگیزه شامل حالت فشار درونی و هدفی است که رفتار متوجه آن است که به باور تئودور نیوکامب، بهتر است انگیزه را از روی هدف آن و نه از روی حالت فشار درونی مشخص ساخت. (کاردان، ۱۳۶۸: ۱۰۱)

رفتارهای انسان تحت تأثیر مجموعه پیچیده‌ای از نیازها، انتظارات، ارزش‌ها، افکار یا ویژگی‌هایی است که مستقیم یا غیرمستقیم، از منابع گوناگون محیط خویش آموخته و درونی کرده است. این مجموعه با تعاملی پیچیده و تو در تو، موجب و موجد رفتارها و واکنش‌های فرد در موقعیت‌های گوناگونی است که با آن روبه‌رو می‌شود. در قرآن کریم، تعبیر جامع «شاکله» به کار رفته است: «قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ؛ ای پیامبر بگو هر کس بر حسب ساختار (روانی و بدنی) خود عمل می‌کند». (اسراء: ۸۴)

جوانی، بهار عمر و فصل شکوفایی خواسته‌ها و تمایلات متنوع و پرحرارت است. این روزگار دوره‌ای است که در آن بی‌تجربگی، شتاب‌ناکی، ناهشیاری، خودشیفتگی و ناآگاهی، با ویژگی‌هایی همانند امیدواری، جست‌وجوگری، حق‌طلبی، عاطفه‌مندی و خوداتکایی پیوند می‌خورد. از این رو، اقتضاها و نیازهایی را با خود به همراه دارد؛ نیازهایی مانند خودنمایی، زیبایی‌طلبی، آرمان‌گرایی، به دست آوردن منزلت اجتماعی و الگوی رفتاری، بروز حداکثری نوآوری و ابراز هیجان، از برخی مصادیق آن است.

در این بخش، در جهت واکاوی انگیزه‌های روانی قشر جوان در ورود به شبکه‌های اجتماعی مجازی، مهم‌ترین اقتضات و نیازهای آنان را که در عضویت ایشان در شبکه‌های اجتماعی، اثرگذار است، بیان و رابطه رفتار و کنش آنها در این شبکه‌ها را با اقتضات جوانی‌شان مشخص می‌کنیم.

۱. عوامل یاد شده در این بخش برگرفته از نظرات اساتید روان‌شناسی و علوم اجتماعی و نیز مباحث شخصی با برخی کاربران فعال در این حوزه می‌باشد. Motive. ۲۰ .

الف) روحیه نوجوانی، تنوع‌طلبی و به روز بودن

نزدیک به یک دهه از فراگیر شدن فضای مجازی در جامعه می‌گذرد، اما فضای مجازی پدیده‌ای به روز است. به تازگی فضای مجازی باعث شده تا جوانان بسیاری برای ابتکار عمل، خودنمایی و بروز خلاقیت و یافتن تجربه‌های نو، در ورود به این فضا، سراسیمه باشند. این التهاب به اندازه‌ای است که گاهی یکی از ویژگی‌های به روز و متفاوت بودن خود از دیگران را عضویت در چنین شبکه‌هایی می‌دانند. برخی کاربران جوان، به انگیزه زندگی به سبک موردپسند خود که در فضای واقعی، قدرت اعمال آن را ندارند، با دنبال کردن شکل متفاوتی از روابط گسترده‌تر، در فضایی گسترده با افراد بیشتر، به عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در می‌آیند.

نکته قابل تأمل دیگر، روحیه نوجوانی و تنوع‌طلبی جوانان است که در سایه پیشرفت‌های گسترده و سریع فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، به طور کلی و در بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی، به طور خاص، تقویت می‌شود و این گروه را از نظر نوع و سطح آگاهی، برخورد با فن‌آوری و بکارگیری آن از نسل‌های پیشین متمایز می‌کند و با کمک ویژگی‌های دوران جوانی، همچون خطرپذیری و محافظه‌کار نبودن، به کسب تجربه‌های تازه می‌کشانند که لزوماً با سبک زندگی آزمون شده والدین، سازگاری ندارد. (شهابی، ۱۳۹۱: ۱۷۰)

این تازگی و نو بودن تجربه، در فضای مجازی سبب شده است که کار در فضای مجازی، به نوعی به عنوان فعالیت لذت‌بخش و جدید پنداشته شود و جوان احساس برتری و به روز بودن داشته باشد.

ب) میل به دانستن و الگوبرداری

در دوره جوانی، که مهم‌ترین دوره تکوین شخصیت افراد است، تمایل بر رشد کمالات انسانی، سرعت بیشتری دارد. در این دوره فرد در آستانه ورود به جامعه است و همواره می‌کوشد شخصیت خود را به گونه‌ای پیریزی کند که سریع‌تر و بیشتر از دیگران مورد توجه هم‌نوعان و حتی دیگر اقشار جامعه قرار گیرد و بیش از دیگران به فضایل و صفاتی، که مورد توجه دیگران است، آراسته باشد.

معمولاً جوان برای رسیدن به این هدف، به دنبال ابزارها و شیوه‌های اثرگذاری می‌گردد، که بتواند به‌روزترین و مهم‌ترین مسائل پیرامونی خود را بداند و خود را هم‌پا با اطلاعات روز دنیا نشان دهد و موفق‌ترین شخصیت‌ها و محبوب‌ترین آنها را به عنوان الگوی رفتاری خویش برگزیند.

امروزه جوانان در معرض نهادهای رسانه‌ای متولد می‌شوند، می‌اندیشند، در این رهگذر دنیا را می‌شناسند و

رفتارهایشان را بر اساس الگوهای برگرفته از کتاب، مجله، فیلم، ماهواره و اینترنت (رسانه‌های رایج عصر ما) سامان می‌دهند. از این رو، با توجه به توسعه و گستردگی اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، از خود برای ورود به این فضا تمایل شدیدی دارند. شبکه‌های متنوع اجتماعی نیز با ارائه حجم بالایی از مطالبات خوش آیند، با مذاق و سلیق جوانان در موضوع‌های گوناگون، این امکان را برای ایشان ایجاد می‌کنند تا حس کنجکاوی آنان تا اندازه‌ای اشباع شود. بر همین منوال، با معرفی شخصیت‌های متنوع ورزشی و فرهنگی و هنری در سطح جهانی، الگوهای دلخواه را برای ایشان در ویتترین مجازی خود به نمایش می‌گذارد.

(ج) نیاز به مقبولیت و محبوبیت اجتماعی

معمولاً واژه (محبوبیت) به جایگاه و موقعیتی گفته می‌شود که فرد در نزد دیگران دارد و به دلیل آن مورد احترام قرار می‌گیرد. محبوبیت، یعنی دیگران از بودن با ما احساس خرسندی کنند. وقتی احساس محبوب بودن می‌کنیم، نیاز به تعلق و دل‌بستگی ما تأمین می‌شود.

«مقبولیت» یا «پذیرش اجتماعی» به عنوان نیاز روحی نسل جوان، مورد توجه آنان قرار می‌گیرد. این نیاز، با عزت نفس هم‌بستگی مثبت دارد. جوانان به نوعی به ارزش‌یابی ثابت و استوار و معمولاً عالی از خودشان و نیز احترام به خود یا عزت نفس و احترام به دیگران تمایل دارند. وقتی احساس می‌کنند انتظارات و توقعات محیط و اطرافیان را می‌توانند به خوبی برآورده سازند، در این جهت نیز حرکت می‌کنند.

بیشتر جوانان مایلند بدانند، آیا واقعاً مورد قبول دیگران هستند یا نه؟ میزان اعتبار آنان در میان دوستان و هم‌سالان چه قدر است؟ نوع نگاه جامعه به شخصیت آنها چگونه است؟ چگونه می‌توان محبوبیت و مقبولیت شایسته‌ای در اجتماع به دست آورد؟ برای نمونه، تأیید دیگران و پذیرش اجتماعی، یکی از عوامل یا معیارهای سنجش اعتماد به نفس جوانان است. به دیگر سخن، آنان پیش از هر چیز مایلند رویکرد دیگران را نسبت به خود بدانند و با علاقه خاصی دیدگاه اطرافیان خویش را نسبت به خود تحلیل می‌کنند و در ارزیابی اطرافیان از آنها نظر هم‌سالان و دوستان برای آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است). لقمانی، ۱۳۸۴: ۱۶۵ (

ناگفته پیداست، عضویت در شبکه‌های اجتماعی یکی از فضاهایی است که دقیقاً رسیدن به چنین هدف و نیاز را برای آنان آسان و جایگاه و شخصیت آنان را در گروه، منسجم می‌سازد. بنابراین، یکی از مهم‌ترین دلایل روی آوردن جوانان به شبکه‌های اجتماعی، حس تعلق به یک گروه، بودن در میان آنها و منتسب شدن به آن شبکه است که در سایه چنین ارتباط و تعاملاتی، نزدیکی عاطفی اعضا نیز احساس، و تا حدودی نیاز به مقبولیت و محبوبیت آنان می‌شود.

(د) نیاز به نشاط، شادی و تفریح

جوان از نظر روحی، معنوی، جسمی و مادی، به فراغت و آسایش نیاز دارد و از نگرانی گریزان است. شبکه‌های اجتماعی مجازی با قابلیت بالای خود در جذابیت و ایجاد شور و هیجان، جوان را در پی رسیدن به نشاط و فرح

درونی، به سمت خود می‌کشاند. وقتی جوان وارد دنیای اینترنت و فضای مجازی اجتماعی می‌شود، جدا از هر کاری که به نیت آن وارد دنیای مجازی شده، با نوعی ویژگی گشت و گذار نیز روبه‌روست. افزون بر این مطلب، اشتراک‌گذاری نوشته‌ها و عکس‌ها و سوژه‌های شادی‌آفرین در متن اطلاعات شبکه‌های اجتماعی، برای تفریح و نشاط ایشان، زمینه‌ای بسیار مناسب و تحریک‌کننده را فراهم می‌آورد.

در یک پژوهش انجام شده از نگاه کاربران جوان، شبکه‌های اجتماعی، فرصت سرگرمی و شوخی با دوستان را فراهم می‌آورد و از این باب، فضایی شاد برای گذران وقت و رفع خستگی تلقی می‌شود. به گمان این کاربران، با بهره‌گیری از فضای شبکه، تجربه فراغت مشترک و لذت‌بخشی که سازگار با گرایش‌ها و تمنیات جوانی است، با انگیزه شخصی، انتخاب و در کنار فعالیت روزمره، دنبال می‌شود. این فعالیت مجازی مداوم یا حاشیه‌ای برای جوانان مجردی که با انواع نگرانی‌های دوره تحصیل، سربازی، بازار کار و نظایر آن درگیرند یا جوانانی که به نوعی در حال گذار از دوران مجرد به تأهل هستند و به تازگی با عهده‌دار شدن وظایف شغلی و مسئولیت‌های خانوادگی در وضعیت اقتصادی امروز، برای تأمین هزینه‌های زندگی، فعالیت‌های تفریحی آنها محدود شده است، جایگاه ویژه‌ای می‌یابد. (شهابی، ۱۳۹۱: ۱۶۹)

۳. برخی زمینه‌های اثرگذار بر رفتار جوان در شبکه‌های اجتماعی مجازی

- [الف\) خلوت و گمنامی اینترنت](#)
- [ب\) امکان رابطه آزاد و بدون کنترل](#)
- [ج\) فراگیری، سهولت و سرعت در ارتباطات](#)

الف) خلوت و گمنامی اینترنت

وقتی در قلمرویی که فرد در آن قرار دارد، کس دیگری حضور نداشته باشد و رفتار او از چشم دیگران پنهان بماند، آن قلمرو را می‌توان خلوت شخصی نامید. جوان از انجام برخی کارها در آشکار و حضور دیگران پرهیز می‌کند، ولی چه بسا به محض دور شدن از چشم دیگران، آن کار از وی سر بزند؛ زیرا اساساً خلوت آسیب‌زاست. خلوت اینترنت، یکی از مصداق‌های برجسته خلوت است. نامریی بودن این جرئت را به افراد می‌دهد که به جاهایی بروند و کارهای بکنند که در خارج از اینترنت نمی‌کردند. نامریی بودن با گمنامی هم‌پوشی دارد. در ارتباط‌های متنی، دیگران نمی‌توانند شما را ببینند یا صدای شما را بشنوند و شما نیز نمی‌توانید صدای آنها را بشنوید و آنها را ببینید. افراد در این گونه ارتباط‌ها، نگران این نخواهند بود که از سوی کسی تهدید شوند؛ زیرا هر کاری که انجام دهند، گمنام خواهند ماند. (سعیدی، ۱۳۸۴: ۵۸ - ۵۹)

در پژوهشی که برسون، فرون و آفتاب^۱ انجام دادند، دختر نوجوانی گفته است: «ارتباط از طریق اینترنت، مانند نقابی در برابر دنیاست. می‌توانید هر چیزی می‌خواهید بگویید و هر کاری می‌خواهید انجام دهید و هرگز هم کسی شما را نمی‌شناسد و از کار شما آگاهی نمی‌یابد». این اظهارنظر، هرچند سخن یکی از پاسخ‌دهندگان به

ناشناخته ماندن مراجعان در عرصه فضای مجازی، فرصت بازاریابی را برای جوان فراهم می‌آورد و به نوعی اعتماد به نفس در افراد را دامن می‌زند که البته این حالت، نوعی رفتار غیرمسئولانه را در فرد شکل می‌دهد. اصولاً در چنین فضایی است که فرد می‌تواند در معرفی خود هرگونه که می‌خواهد عمل کند. این ویژگی، محرکی است تا کاربران جوان اینترنتی به بهره‌مندی از هویت جعلی رو آورند و این را می‌توان از جمله ویژگی‌های فرهنگ فضای مجازی برشمرد.

Ferron and Aftab . 2. <http://rasekhoon.net/article/show/..> . Berson

آشکار است که محیط‌های اینترنتی، به ویژه شبکه‌های اجتماعی به گسترش روابط می‌انجامد؛ روابطی با هویت جدید. شبکه‌های اجتماعی به افراد، هویتی نامعلوم می‌بخشد. همچنین نظارتی، همچون نظارت دنیای واقعی بر آن حاکم نیست. این دلایل باعث می‌شود افراد دچار نوعی آزادی روابط شوند. دختران و پسران جوان با ورود به دنیای مجازی، به راحتی می‌توانند با جماعتی گسترده از غیرهم‌جنسان خود ارتباط داشته باشند؛ ارتباطی که به دلیل نبود هیچ قانون خاص و نیروی کنترل‌کننده‌ای، شکل و هویت تازه‌ای به خود می‌گیرد؛ ارتباطی که در دنیای واقعی، به دلایلی همچون ترس از آبرو، خانواده، جامعه و دین، هرگز امکان شکل‌گیری آن به این شکل و شمایل وجود ندارد، در شبکه‌های مجازی به سادگی رخ می‌دهد و این نوع ارتباط گسترده و آزاد با جنس مخالف را به شکل عادی درمی‌آورد.

کاربران جوان با فعالیت در شبکه‌های مجازی، فاصله کمتری میان خود و جامعه احساس می‌کنند. این قابلیت که یک نفر بتواند با افراد دیگر در شهرها یا کشورهای دیگر ارتباط برقرار کند، یکی از جذابیت‌های غیرقابل رقابت این شبکه‌هاست. بی‌گمان هیچ‌گاه در دنیای حقیقی، همه افراد نمی‌توانند موضوعات مورد علاقه‌شان را با این گستردگی مطرح کنند. این دلیل و شاید دلایل مشابه این، شبکه‌های اجتماعی را به یکی از مهم‌ترین ارکان

اینترنت، در دو، سه سال اخیر تبدیل کرده است . شبکه‌های اجتماعی مانند نامه، تماس تلفنی، پیام فوری (IM)، پیام کوتاه متنی، ایمیل و حتی زودتر از آنها به عنوان ابزار ارتباطی مورد پذیرش افراد واقع شده است . اینترنت حیطه‌های جدیدی پدید آورده است که بر پایه مرزهای جغرافیایی بنیان گذارده نشده‌اند و بدین‌سان اجتماعاتی از دل‌بستگی‌ها و خواسته‌ها آفریده می‌شود که چارچوب‌های مرسوم را پشت سر می‌گذارد. این توان‌مندی در برقراری ارتباط با افرادی از فرهنگ‌ها و مکان‌های گوناگون برای جوان، ظرفیت انبوهی از انتخاب در نوع دلخواه از رابطه را مهیا می‌سازد .

از سویی، جوانان برای ارتباط مستمر با دوستان خود و شناخت عمیق آنان، فعالیت در شبکه‌ای اجتماعی مجازی را مجالی مناسب آن هم در محیطی غیررسمی و خارج از هنجارهای اجتماعی می‌دانند. فرد می‌تواند با آشنایانی که مدت بسیاری، از آنها خبر نداشته یا از آنها بسیار دور بوده و در فضای مجازی معاشرت را از سر بگیرد. در همین مجال کاربران می‌توانند از کتاب‌ها، فیلم‌ها، سلاقی و عقاید یکدیگر بهره ببرند و آنها را با دیگر دوستان به اشتراک بگذارند، در حالی که این کارها، پیش‌تر بسیار وقت‌گیر و محدود بود و به حوصله فراوانی نیاز داشت.

۴. رفتارشناختی و آسیب‌شناسی جوان در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی

در این بخش، پس از بیان انگیزه‌های روانی و شخصیتی ورود جوانان به شبکه‌های اجتماعی مجازی و نیز تشریح زمینه‌های سوق‌دهنده جوان به فضای مجازی اجتماعی و با توجه به مباحث مطرح شده، برخی از مهم‌ترین مصادیق آسیب‌های رفتاری و شخصیتی جوان و علل آن را واکاوی می‌کنیم . شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان پدیده‌ای تکنولوژیک و اجتماعی و ارمغانی از جامعه جدید، آثار ویژه‌ای روی جوان‌ها دارند. بخشی از این اثرگذاری به ذات و ویژگی‌های دوره جوانی و گذار از دوره نوجوانی و برخی نیز به قابلیت‌های اشاره شده در بخش پیشین مربوط است . هر شبکه اجتماعی، فرهنگ ارتباطی خاص خود را دارد؛ یعنی منش و گفتار ویژه و منحصر به فردی را برای خود برگزیده است. فرد با عضویت در شبکه‌های اجتماعی، درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل برخورد، تکیه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری است . این نکته را باید در نظر داشت که آسیب‌های رفتاری می‌تواند در سطح مسائل اخلاقی باشد تا باورهای اجتماعی. برای نمونه، نگاه جوانان به تشکیل خانواده با توجه به سطح تعاملات است. حال اگر فردی در شبکه‌های اجتماعی عضو صفحاتی باشد که در آن به مردان یا زنان نگاه منفی وجود دارد و فرد در معرض چنین نگاه‌هایی قرار گیرد، باورهایش آسیب می‌بیند و نسبت به ازدواج و خانواده، نگاهی منفی پیدا می‌کند، البته عکس آن هم صادق است.

الف) اختلال در هویت حقیقی جوانان

تعریف ساده بحران هویت، عبارت از ناهمگونی میان هنجارها و ارزش‌هایی است که با آنها بزرگ شده‌ایم و هنجارها و ارزش‌هایی که بر ما تحمیل می‌شود و مجبوریم با آنها زندگی کنیم. با شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و توسعه ابزارهای ارتباطی در فضای وب، هویت کاربران این ابزارها نیز تحت تأثیر قرار گرفته است. ناپختگی و کم‌تجربگی جوانان، از یک سو و رویارویی با ویژگی‌های دوره جوانی، مانند حس استقلال‌طلبی، شکوفایی سریع غرایز و احساسات، غرور جوانی، اثرپذیری و اشتیاق به یافتن یافته‌های جدید از سوی دیگر، آنان را در وضعیت آماده‌تری برای افتادن در مسیر بحران هویت، قرار می‌دهد.

این امر سبب شده، ساخت و انتشار پیام‌های ناهمگون و متعدد در عرصه وب و به ویژه شبکه‌های اجتماعی با قابلیت ویژه تعاملی و اشتراکی، در میان کاربران، به ویژه جوانان موجبات پیدایش هویت متفاوتی را فراهم آورد، به گونه‌ای که هویت حقیقی آنها را به شدت مختل کند. هویت ساخت‌یافته از شبکه‌های اجتماعی تا حد زیادی بازنمایی و بازتولید ذهنیات شکل گرفته و برساخته از هویت واقعی کاربر است که ممکن است نتیجه سرکوب‌گرانه یا تقویت‌مدارانه هویت حقیقی خود باشد. از سوی دیگر، هویت شبکه‌ای حاصل و برساخته علقه‌های کاربر به هویت حقیقی خود است که در سپهر جهانی وب آن را آگاهانه و با اراده خود، شکل و انتشار داده است. البته ممکن است در فرآیند شکل‌گیری این هویت، به وانمودگی هویتی نیز دچار شود. (آذربخش، ۱۳۹۱)

این نکته نیز قابل تأمل است که تکرر هویتی موجود در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی، افزون بر آنکه به بحران هویت نسل جوان دامن زده، امکان تثبیت هویت‌های معین را هم محدود کرده است. تثبیت هویت، در فضایی به دور از هویت‌های نامعین و ناشناس و فضایی به دور از تکرر، ممکن است؛ زیرا هویت‌یابی نیازمند تأمل و تفکر در باب هویت است و به سختی نسل جوان درگیر این فضا می‌تواند هویت مناسب خود را بیابد.

ب) تضعیف مشارکت عینی و انزوای اجتماعی جوانان

وقتی جوان ساعت‌ها پشت مانیتور رایانه شخصی‌اش می‌نشیند و به گشت و گذار در فضای مجازی و گپ‌وگفت و تعامل با دوستان اینترنتی می‌پردازد و میان انبوهی از اخبار و اطلاعات غرق می‌شود، این رویه با گذشت زمان شکل عادت به خود می‌گیرد و باعث فاصله گرفتن او از دنیای واقعی می‌شود، به گونه‌ای که گاهی قسمت‌های جدی زندگی شخصی وی، فدای زندگی مجازی وی می‌گردد. سوای هدر رفتن سرمایه گران‌قدر وقت، استفاده فرآینده از این شبکه‌ها با کاهش ارتباط خانوادگی و شرکت جوان در محافل اجتماعی محلی همراه است. در نتیجه، مهارت و انگیزه لازم برای برقراری ارتباط در دنیای حقیقی با گروه‌های عینی مختلف را از دست می‌دهد و سطح روابط از شکل حقیقی و صادقانه، به شکل مجازی و مشکوک تبدیل می‌شود.

افزون بر این، فضای مجازی و دیجیتال اینترنت، صورت‌های جدید مشارکت‌های اظهاری و عاطفی را جای‌گزین صورت‌های متداول مشارکت سیاسی و اجتماعی در عرصه‌های «حقیقی» جامعه ساخته است. در وجه منفی، استدلال بر این است که سرگرمی‌های مجازی اینترنتی، به تقلیل سرمایه اجتماعی، گوشه‌گیری و بریدن از

مشارکت‌های محسوس و عینی، تغییر روابط از اجتماعات و گروه‌های آشنا به اجتماعات شبکه‌ای، سوگیری جوانان به سوی آموزش موزاییکی و نیز قطعه‌قطعه شدن افراطی سلیقه‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها و در نتیجه توده‌وارسازی می‌انجامد). ذکایی، ۱۳۸۶: ۶)

ج) مدگرایی و مصرف‌گرایی در بین جوانان

تمایل به امروزی شدن و نوگرایی در هر جوانی وجود دارد و نشان‌دهنده نیاز او به شکستن قالب‌های موجود و فاصله گرفتن از هنجارهای گذشته است تا از این راه هویت مستقلی بیابد. جوانان بنا به میل ذاتی‌شان، تنوع‌طلب یا خواهان تغییر و تحول هستند. بنابراین، آنها علاقه دارند خود را به شکل افراد و گروه‌های محبوب اجتماعی یا سوپر استارهایی درآورند که روی آنها تبلیغات زیادی صورت می‌گیرد. با توجه به بهره‌گیری نظام سرمایه‌داری با هدف‌های مشخص، از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای آماده‌سازی بسترهای فکری و فرهنگی مصرف‌گرایی مخاطبان و کاربران، به ویژه قشر جوان، شبکه‌های وابسته به شرکت‌های تجاری، سعی در نهادینه کردن فرهنگ مصرفی و ارزش تلقی کردن آن در میان کاربران خود دارند. وقتی سخن از «فرهنگ مصرفی» می‌رود، به این معناست که مصرف آن به اندازه‌ای مهم است که می‌توان آن را تعیین‌کننده هویت‌ها، نهادها و ارزش‌ها دانست. گروه‌های تبلیغی مربوط به مد و لباس، دیدن انواع خوراکی‌های متفاوت، تبلیغات رستوران‌ها، صف‌های طولانی مربوط به خرید آخرین برندها، حس مصرف‌گرایی افراد را تحریک می‌سازد. این فرهنگ باعث می‌شود که جوان همواره در اندیشه آرایش و پیرایش مو و تغییر پوشش ظاهری، بر اساس مد ارائه شده در این شبکه‌ها باشد و انرژی خود را صرف تقلید کورکورانه و نگرانی برای مقبولیت ظاهری خود کند. بر پایه پژوهش‌ها، یکی از اولویت‌های فعالیت زنان جوان در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، خریدهای آنلاین و عضویت در گروه‌های تبلیغی و مد و لباس است. این ماجرا که به مصرف‌گرایی افراد دامن می‌زند، پی‌آمدهای منفی دیگری نیز دارد که از مجال این بحث خارج است.

د) تشکیک و تضعیف اعتقادات دینی در بین جوانان

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی وابسته به جنگ نرم نیز به نوبه خود مانند دیگر رسانه‌ها، به تبلیغات ضد دینی و حمله به باورهای مذهبی رو می‌آورند. گاه هدف اصلی گردانندگان برخی از این شبکه‌ها، دین‌زدایی و حمله به مقدسات بوده است. البته در این جهت، سازوکارهای گوناگون و متنوعی از سوی آنان به کار گرفته می‌شود. بر اساس رصدهای به عمل آمده، هم‌اکنون بیش از هفت هزار سایت در فضای مجازی، علیه شاخص‌های سبک زندگی ایرانی اسلامی و مبانی دینی و اعتقادی مسلمانان، سرگرم فعالیت شبانه‌روزی هستند. (صاحب حجتی، در: پایگاه خبری شبستان www.shabestan.ir، کد خبر: ۳۱۹۷۰۳)

این شبکه‌ها با جلب اعتماد کاربران خود از راه القای شبهات دینی یا منتسب نمودن عقب‌ماندگی جوامع جهان سوم به فرهنگ دینی و اتهام به خرافه‌پرستی و تحجرگرایی، می‌کوشند افکار و باورهای جوانان را هدف بگیرند و

الگویی به نام تمدن مدرن غرب معرفی کنند که تمتع بیشتر از لذایذ مادی را دنبال می‌کند و جوانی که فطرتاً در جست‌وجوی فلسفه زندگی است، اگر به دنبال القای چنین باورهایی احساس کند دین در معنادگی و جهت‌بخشی به زندگی او اثر مثبتی ندارد، به تدریج آن را کنار می‌گذارد و چه بسا آن را دست و پاگیر بداند و از آن گریزان شود.

ه) هرزه‌نگاری و روابط ناسالم جوانان

یکی از پی‌آمدهای منفی شبکه‌های مجازی بر رفتار جوانان، بی‌بندوباری اخلاقی و تحریکات جنسی است. بلوغ جنسی زودرس و محدودیت‌های ارتباطی دنیای واقعی، از یک سو، و طولانی شدن زمان ازدواج و مشکلات اقتصادی برای این امر از سوی دیگر، به گونه‌ای زمینه را رقم زده که جوانان با توجه به گم‌نامی و نبود نظارت بر رفتار در فضای مجازی اجتماعی مختلط، با رد و بدل کردن فایل‌های محرک جنسی، حتی به صورت آنلاین به هرزه‌نگاری رو آورند و خواستار ایجاد رابطه عاطفی و ناسالم با جنس مخالف خود باشند. این در حالی است که حتی اگر رابطه‌های عاطفی این‌گونه به ازدواج هم بینجامد، از ثبات و اعتماد لازم محروم است. ازدواج‌های اینترنتی، عمدتاً به دلیل نوع آشنایی بر پایه دروغ و تقلب و حيله شکل می‌گیرد و از هر ۱۰ ازدواج اینترنتی، ۸ ازدواج به طلاق می‌انجامد که دلیل آن را می‌توان به ویرانی کاخ‌های آرزو و تباه شدن رویاهای این‌گونه زوج‌ها پس از ازدواج مرتبط دانست. عمده آسیب‌ها و پی‌آمدها این محیط متوجه دخترانی است که در سراب زندگی رؤیایی که ساخته و پرداخته در فضای مجازی است، صادقانه با فرد مقابل خود ارتباط برقرار می‌کنند و متأسفانه از گفتن جزیی‌ترین اسرار زندگی خود در فضای سایبر ابایی ندارند و خصوصی‌ترین تصاویرشان را نیز برای فرد مقابل می‌فرستند. (باشگاه خبرنگاران جوان)

۵. پیشنهادها

پس از تحلیل و تبیین انگیزه‌های ورود جوانان به شبکه‌های مختلف اجتماعی و بیان آسیب‌های رفتاری ناشی از این تعامل، با اذعان به این که رسانه ملی می‌تواند در برابر همه‌ها و آثار این شبکه‌ها با صف‌آرایی قدرت‌مندانه‌ای وارد شود و با بهره‌مندی از توان و ظرفیت خود در نهادینه کردن فرهنگ صحیح ارتباطی و اجتماعی، در آگاهی‌بخشی و مصون‌سازی این نسل طلایی گامی مؤثر بردارد، در این بخش به رئوس اقدامات هدایتی و حمایتی رسانه اشاره می‌کنیم.

الف) معرفی شبکه‌های اجتماعی پیش‌تاز و تحلیل محتوایی آنها

منظور از پیش‌تاز، شبکه‌هایی است که توانسته‌اند در میان کاربران جوان برای خود جایگاه ویژه‌ای را بیابند. هر شبکه اجتماعی، افزون بر نکات فنی و شیوه استفاده‌های متفاوتی که دارد، به نوعی فرهنگ استفاده خاص خود

را نیز دارد که دانستن آنها به تعامل کارآمد و بدون آسیب جوان می‌انجامد. رسانه ملی با رصد این شبکه‌ها باید در قالب برنامه‌های تحلیلی و انتقادی، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در تک تک این شبکه‌ها را بررسی کند و با پذیرفتن قوت‌ها، زمینه‌های آسیب‌زای آن را موشکافانه به چالش بکشاند و پیشنهادهایش را در دور ماندن از این آسیب‌ها یا معرفی شبکه‌های هم‌عرض، بدون آسیب بیان دارد.

ب) حمایت از شبکه‌های اجتماعی بومی متناسب با خواست‌های جوانان

در بسیاری از موارد قابلیت و امکانات ارائه شده در شبکه‌های غیربومی، با امنیتی بیشتر و آسیب کمتر در شبکه‌های بومی و داخلی نیز ارائه می‌شود. از این رو، به نظر می‌رسد شناساندن ظرفیت و برتری‌های شبکه‌های اجتماعی بومی و داخلی از طریق رسانه ملی، تا حدودی بتواند این نیاز جوانان را در بستری مطمئن‌تر هدایت سازد.

ج) ارتقای مهارت ارتباطی جوانان و تقویت ورود هدفمند و هوشمند به شبکه‌های اجتماعی

مهارت ارتباطی؛ یعنی توانایی ایجاد ارتباط متقابل با دیگران در زمینه اجتماعی خاص به شیوه‌های خاص که در عرف جامعه پذیرفتنی و ارزشمند باشد و در عین حال برای شخص، سودمند افتد و بهره‌ای دوجانبه داشته باشد. این مهارت با داشتن اصول متعددی از جمله نحوه اعتمادسازی، شیوه شناخت شخصیت حقیقی طرف مقابل و نیز شیوه محک‌زنی و آزمودن برای رسیدن به اعتمادی منطقی، می‌تواند جوان را در ارتباط‌گیری‌های مجازی یاری کند و زمینه آسیب از این دریچه را به حداقل برساند. از این رو، رسانه ملی با اشراف و شناخت کامل به این نوع مهارت‌ها باید در فضای تکرار ماهوی و نه شکلی برنامه‌هایش، به نوعی جوان را برای ورود هوشمند و فعال، یاری سازد.

د) شناساندن ظرفیت‌ها و ابزارهای موجود در شبکه‌های اجتماعی در راستای بهره‌وری درست و

سودمند

بسیاری از جوانان، غافل از کارکردهای اصلی و مهم شبکه‌های اجتماعی، وارد این شبکه‌ها می‌شوند و در این عرصه، ادامه مشارکتشان بیهوده است. دانستن فرصت موجود و پیش روی جوان در فعالیت با شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند نوعی نظام هدفمند رفتاری و آرمان‌گرایانه را در ذهن او ترسیم سازد. بسیاری در سراسر جهان از شبکه‌های اجتماعی، به عنوان وسیله‌ای برای بیان دیدگاه و گفتمان خود درباره مسائل گوناگون بهره می‌برند که این شبکه‌ها می‌توانند نوعی فعالیت مدنی را برای شهروندان به وجود بیاورند. شهروندان می‌کوشند خود را به این شبکه‌های مجازی متصل سازند و از آن به عنوان محملی برای اظهارنظر در زمینه عرصه‌های گوناگون زندگی استفاده کنند. به بیان دیگر، شبکه‌های اجتماعی عرصه‌ای را پدید آورده‌اند که برای ابراز هویت

گروه‌های محروم اجتماعی و مشارکت فعال و سازنده گروه‌های مختلف فضای مناسبی فراهم کرده است. از این رو، رسانه ملی می‌تواند با تشریح ظرفیت سازنده شبکه‌های اجتماعی، همچون امکان رشد فرهنگی و گردش اطلاعات، هم‌گرایی اجتماعی و تحصیل دانش و یافتن مهارت‌های جدید، از ورود بی‌فایده و آسیب‌پذیر در این جهت جلوگیری کند.

این عرصه عمومی جدید از نظر توجه به گروه‌هایی که به دلایل گوناگون، از جمله بعد مکانی و محرومیت‌های دیگر، نمی‌توانند در عرصه عمومی مشارکت داشته باشند، اهمیت دارد.

ه) تبیین نقش نهادهای گوناگون از جمله خانواده در حمایت و هدایت جوان در تعامل با شبکه‌های اجتماعی

رسانه ملی با سه کارکرد اصلی خود؛ یعنی انتقال ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، سامان‌دهی ارتباط خانواده و فرد با دنیای خارجی، اثرگذاری بر نهادهای سیاسی اجتماعی جامعه، می‌تواند در برداشتن فاصله شناختی بین جوان با خانواده و نظام جامعه، نقش‌آفرینی کند و با اعتمادسازی و افزایش سعه صدر و آگاهی آنها نسبت به این شبکه‌ها، وظیفه حمایتی و هدایتی آنها را در بستر برنامه‌های متناسب تشریح سازد.

و) فرصت‌دهی به جوان و بیان دغدغه‌هایش در مناظره و نشست‌هایی آزاد

جوانان، به ویژه وقتی ناراحت و دلگیرند، می‌خواهند گوش شنوایی باشد که آنها را به حضور بپذیرد. پذیرش بدین معنا نیست که با احساسات، دیدگاه‌ها، علایق و خواست‌های جوان موافق شود، بلکه کافی است جوان و موقعیت وی را درک کنند. رسانه ملی می‌تواند مانع از انباشت دغدغه‌های جوانان در وجودشان شود و با تخلیه بار روانی حاکم بر فضای پرمخاطره جوانی، این دغدغه‌ها را تحلیل و هدایت کند.

اگر از طریق رسانه ملی، موقعیت جوان به خوبی درک شود، اجازه حرف زدن و فرصت اندیشیدن در اختیار او نهاده شود و به او مجال درد دل راحت و آسوده داده شود، دو رویداد خوب در حمایت و هدایت رفتاری ایشان در فضای شبکه‌های مجازی می‌تواند رقم بخورد. نخست اینکه از انباشته و منقبض شدن فشارهای نهفته روانی و دغدغه‌های روزمره وی که گاهی می‌تواند به صورت انفجاری آسیب‌زا باشد، جلوگیری می‌شود و از طرفی، نسبت به تقاضاها و پرسش‌های مختلف آنها در موارد گوناگون سیاسی، فرهنگی و اقتصادی آگاهی کسب می‌شود تا راه برای رفع آن، هموار و فاصله ارتباطی بین آنها با مسئولان ذی‌ربط در حل مشکلاتشان در فضای امن رسانه ملی، کم‌تر شود.

ز) تبیین ماهیت شبکه‌های اجتماعی متخاصم و اهداف آنان

در برخی مواقع، برخی شبکه‌های اجتماعی، سربازان جدید جنگ نرم دولت‌های غربی هستند و با اهدافی مشخص و اغراض سیاسی و فرهنگی، سعی در ایجاد التهاب و موج‌آفرینی در بین جوانان برای رسیدن به اغراض سیاسی خود دارند. حتی گاهی اقدامات خود را به فضای وقایع جامعه تسری می‌دهند و هماهنگی و سازمان‌دهی بسیاری از تجمع‌های سیاسی و اعتراضی را بر ضد دولت هدف، بر عهده می‌گیرند. حوادث پس از انتخابات سال ۱۳۸۸، به روشنی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ نرم غرب با ایران را نشان داد. رسانه ملی باید با شناساندن اهداف اصلی این شبکه به یاری کارشناسان و تحلیل‌گرایان سیاسی و تبیین سوءاستفاده این شبکه‌ها از شور و هیجانات جوانی، توطئه آنان را عقیم سازد و مانع از بازیچه قرار گرفتن احساسات پاک نسل جوان شوند.

ح) ارج نهادن و افزایش مهارت ارتباط‌های حقیقی و رودررو

کسانی که در محیط‌های واقعی مهارت‌های ارتباطی ضعیفی دارند و نمی‌توانند ابراز وجود کنند، بیشتر مستعد آسیب‌پذیری از شبکه‌های اجتماعی هستند. آنها نیاز خود را از راه این شبکه‌ها برطرف می‌کنند و به آنها وابسته می‌شوند. هنگامی که فرد با نگاه مثبت، هدف‌مند و به دنبال مسیر مشخص وارد این شبکه‌ها می‌شود، این شبکه‌های اجتماعی برای او آسیب کمتری دارد، اما برعکس فردی که نگاه منفی دارد و دچار نبود مهارت‌های ارتباطی و نیازهای تأمین نشده است و تفکر انتقادی و خلاق ندارد، به راحتی در تعامل با این شبکه‌ها تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ چرا که اهدافش سمت و سو ندارد.

رسانه ملی با ارج نهادن به ارتباط حقیقی و چهره به چهره در برنامه‌های مختلف، می‌تواند علل ارتباط ضعیف در روابط حقیقی را در فضاهای مختلف (خانواده، مدرسه و محله) رصد و مهارت ارتباط‌گیری لازم را در این گروه سنی، نهادینه کند.

ط) تعمیق باورهای دینی و آیین ملی در جوانان

شبکه‌های اجتماعی اینترنت، فضایی را پدید آورده که کاربران جوان می‌توانند به خوبی با فرهنگ و رسوم، افتخارها، توان‌مندی‌ها و آداب اجتماعی کشورها و جوامع گوناگون آشنا شوند و تحت تأثیر این جوامع قرار گیرند. از این رو، اگر باورها و آیین‌های قابل احترام جامعه خود را به خوبی نشناسند، بی‌گمان در این رویارویی دچار تردید خواهند شد، که این تردید در بحران هویت ریشه دارد.

جامعه ما دینی است و چارچوب رفتاری آن را اصول و قواعد دینی مشخص می‌سازد، اما داشتن این تصور که آنچه تا به امروز در حوزه‌های دینی صورت گرفته، برای نسل جدید نیز کافی خواهد بود، فکری ناپخته و خام است.

اگر جوان به پاسخ‌های لازم برسد و معرفت و شناخت کافی را به دست آورد و بداند در کدام جهان زندگی می‌کند، برای خود تکیه‌گاه فکری نیرومندی در رویارویی با فراز و فرودها و تحلیل و تبیین مسائل در پرتو درک

هدف‌مندی و قانون‌مداری جهان به دست می‌آورد و خود را در بیکران عالم هستی، رها و معلق احساس نمی‌کند. (قائمی، ۱۳۶۳: ۲۲۴)

در این میان، رسانه ملی که یکی از رسالت‌های اصلی‌اش پاسداری از حوزه اخلاق و دین در جامعه است، باید در تولید برنامه‌ها، نسبت به شبهات دینی، پاسخ خود را به روز کند و با تکیه بر فرهنگ غنی و ملی، خودباوری و دینداری را در جوانان، عمیق‌تر و باصلا‌ب‌تر گرداند. این امر مهم می‌تواند دانش دینی و ملی جوان را پربار سازد و آنها را در برابر آسیب‌های دینی و ملی شبکه‌های اجتماعی، ایمن سازد.

۶. نتیجه‌گیری

غالب رفتار جوانان به دلیل انگیزه‌هایی برخاسته از مقتضیات دوران خاص آنان است و نیاز به مقبولیت، محبوبیت و جایگاه اجتماعی، همراه با شور و نشاط‌خواهی آنان و به روز بودنشان در دنیای مدرن و عصر ارتباطات، ایشان را به سمت شبکه‌های اجتماعی مجازی کشانده است. این شبکه‌ها با قابلیت‌های گسترده و ایجاد روابط سریع، نامحدود و بدون کنترل، به خوبی دستان نیازمند جوانان را می‌فشارند و آثار فرهنگی خود را بر روحیه منعطف و جست‌وجوگر ایشان حکاکی می‌کنند. این اتفاق واقعی است که باید آن را بپذیریم و به جای رد یا بی‌اعتنایی نسبت به آن، در مدیریت رفتار جوانان که سرمایه‌های ناب سازندگی جامعه و میراث‌داران فرهنگ و آیین و مذهب این ملت‌اند، اقدام علمی و مناسبی صورت دهیم. در این جهت، رسانه ملی با توجه به ماهیت سانسور نشده شبکه‌های اجتماعی مجازی و ضعف و بی‌تجربگی جوانان در ارزیابی دقیق اطلاعاتی آن، می‌تواند با ایجاد درک واقع‌بینانه این پدیده مدرن ارتباطی، با معرفی و ماهیت شبکه‌های پیشتاز و آسیب‌شناسی آنان، در اقدامی به موقع ضمن تبیین کارکردهای مثبت این شبکه‌ها، از جمله رشد فرهنگی و گردش اطلاعات، هم‌گرایی اجتماعی و کاهش تنش فرهنگی و دانش‌اندوزی و یافتن مهارت‌های جدید و سواد اینترنتی جوان، نحوه به‌کارگیری این تکنولوژی‌های جدید و آسیب‌های احتمالی و شیوه مقابله با آنها، جوانان را برای ورود هدفمند و سودمند به این شبکه‌ها همراهی کند و بینش و مهارت‌های ارتباطی لازم برای حضور اثرگذار و بدون آسیب را در ایشان نهادینه سازد.

منابع

- [الف\) کتاب](#)
- [ب\) مقاله](#)
- [ج\) پایگاه‌های اینترنتی](#)

الف) کتاب

سعیدی، علی و ابوالقاسم شکیبا. ۱۳۸۴. روان‌شناسی و آسیب‌شناسی ارتباطات اینترنتی، مشهد: سنبله . شاملو، سعید. ۱۳۸۳. آسیب‌شناسی روانی. تهران: رشد .
 قائمی، علی. ۱۳۸۳. شناخت، هدایت و تربیت نوجوانان و جوانان، تهران: امیری .
 کلاین برگ، اتو. ۱۳۶۸. روان‌شناسی اجتماعی. ترجمه: محمدعلی کاردان. تهران: اندیشه .
 گنجی، حمزه. ۱۳۷۶. روان‌شناسی عمومی. تهران: دانا .
 یرون، بروگمن. درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی. ترجمه: خلیل میرزایی. تهران: جامعه‌شناسان.

(ب) مقاله

آذربخش، سید علی محمد». ۱۳۹۱. رویکردهای مؤثر در روند شکل‌گیری هویت شبکه‌ای در انطباق با هویت حقیقی کاربران». همایش روز رسانه‌های اجتماعی .
 پاشایی، فاطمه و دیگران. ۱۳۸۷. «تجربه جوانان از زندگی با اینترنت: مطالعه کیفی». نشریه علوم رفتاری. دوره ۲. ش ۴ و ۶ .
 دهقان، ع و نیک‌بخش، ب. ۱۳۸۵. «مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی :شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ زنی اینترنت». فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ش ۶ .
 ذکایی، سعید. ۱۳۸۳. «جوانان و فراغت مجازی»، فصلنامه مطالعات جوانان. ش ۶ .
 سلیمانی‌پور، روح‌الله. «شبکه‌های اجتماعی؛ تهدیدها و فرصت‌ها». ره‌آورد نور، ش ۳۱ .
 شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: ۱۳۹۱. مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان. حسن بشیر. محمدصادق افراسیابی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. ش ۱۷ .
 شهابی، محمود. ۱۳۹۱. «شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان». فصلنامه مجلس و راهبرد. سال نوزدهم. ش ۶۹ .
 ضیایی‌پور، حمید و عقیلی، سید وحید. ۱۳۸۸. «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی». نشریه علوم اجتماعی رسانه. ش ۸۰ .
 ضیایی‌پور، حمید، عقیلی، سید وحید. ۱۳۸۹. «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی». فصلنامه ره‌آورد نور. سال بیستم. ش ۴ .
 لقمانی، احمد. ۱۳۸۴. «خانواده، جوان، محبوبیت و مقبولیت اجتماعی»، ماهنامه پیام زن، ش ۱۶۵.

(ج) پایگاه‌های اینترنتی

www.hawzeh.com.
 www.gerdab.ir.

www.rasekhoon.net.
Fars News Agency.
www.shabestan.ir.
Young Journalists Club.