

-سوی مزایای شناخته‌شده رسانه اجتماعی، باید گفت که تهدیدها و خطرات جدی برای افراد و اجتماع به همراه داشته، بنابراین باید به دنبال تعامل معقول و آگاهانه‌ای با رسانه اجتماعی بود.

مقدمه

با اختراع تیم برنرزی، ارتباط در دنیا تغییر چشمگیری یافت: در سال ۱۹۸۹ این محقق بریتانیایی در (سازمان اروپائی پژوهش‌های هسته‌ای) در ژنو، ... یا همان ... اولیه را اختراع نمود. این شبکه در ابتدا مورد قبول قرار گرفت و تکمیل شد تا بتواند تقاضاهای مربوط به مشارکت اطلاعاتی اتوماتیک را در بین محققان در دانشگاه‌ها و نهادها و مؤسسات در سراسر دنیا تأمین کند. در سی‌ام آوریل سال ۱۹۹۳ یک مجوز با منبع باز، باعث افزایش فرآیند انتشار شد. «از طریق این فعالیت‌ها، ساختن نرم‌افزار به راه‌اندازی یک سرور شبکه‌ای نیاز داشت تا آزادانه همراه با یک پروژر پایه و کتابخانه‌ای از کدها در دسترس قرار بگیرد؛ این شبکه مجاز به توسعه بود.» حدود دوازده سال قبل یعنی در سال ۲۰۱۴، انقلاب ارتباطی دیگری رخ داد و آن تولد فیسبوک بود که امروزه چیزی حدود ۱٫۳ میلیارد کاربر در سرتاسر دنیا داشته و تقریباً نیمی از آنها کاربران فیسبوک از موبایل هستند. این ایده که افراد از ارتباط داشتن و تبادل احساسات و آرزوهایشان لذت ببرند، رمز موفقیت مارک زوکربرگ، دانشجوی سابق هاروارد بود. از آن زمان تاکنون، راه ارتباطات به دور از رابطه یک‌طرفه کلاسیک تا رابطه یک به چند، به مدل گفت و گویی و تعامل محور «چند به چند» تغییر یافته است. این توسعه و پیشرفت‌ها در تاریخ ارتباطات هم‌چنان نو و تازه‌نفس بوده و تبعات آن هنوز شناخته‌شده نیست. گواهان این راه با توجه به این تکنولوژی جدید، بر احتمال‌ها و امکانات و فرصت‌های کلان (یعنی مشارکت دموکراتیک، یادگیری اینترنتی، خرید اینترنتی) تأکید خاصی می‌ورزند. دیگران خطرات احتمالی اشکال جدید این شبکه‌ها و تبدلات ارتباطی مربوط به آن را نه تنها در سطح جهانی (منظور حفاظت داده‌ها، آزادی شخصیتی کمتر) بلکه در سطح بینافردی و فردی مورد توجه قرار می‌دهند. (یعنی تنزل کیفیت زندگی، آسیب‌های روحی و عاطفی).

طی چند سال اخیر رسانه اجتماعی، به عنصر بنیادی و جدایی‌ناپذیر دنیای امروز تبدیل شده است. به ویژه جوانان که قادر نیستند بدون اندیشیدن به شبکه‌های آنلاین مانند فیسبوک، گوگل‌پلاس، توئیتر و اینستاگرام به مقوله ارتباطات بیان‌دیشند. سؤال این است که چرا برخی از افراد نسبت به استفاده از این تکنولوژی‌های جدید در جهتی تعامل مجازی، مشتاق هستند؟ از زمان ارسطو، انسان‌ها همواره در قالب موجوداتی اجتماعی تعریف می‌شده‌اند و می‌توان گفت

که این تکنولوژی‌ها به آنها این امکان را می‌دهد تا بتوانند احساسات اصیل و اصلی تعلق اجتماعی خود را در بستر آن ابراز کنند.

هدف این مقاله، ارائه چشم‌اندازی از یک موضوع پیچیده از طریق تحلیل اثرات احتمالی رسانه اجتماعی هم بر افراد و هم بر جامعه در قالب یک کلیت است. باید گفت که تنها یک خیابان یک‌طرفه در این مسیر وجود دارد. توسعه تکنولوژی نوین قابل برگشت نیست. با این حال، می‌توانیم از کاربرهای آن بخواهیم تا این پیشرفت‌های نوین را به روشی معقول و آگاهانه و مسئولانه کنترل و مدیریت کنند.

حقایق و آمار (و ارقام)

حدود ۲۶ سال قبل، ... ابداع شد و تقریباً ۱۰ سال بعد از آن بود که فیسبوک آنلاین گشت. با در نظر گرفتن این بازه زمانی کوتاه، بررسی تأثیر این پیشرفت بر زندگی روزمره و رفتار ما بسیار چشمگیر و ارزشمند خواهد بود. سؤال این است که دسترسی به اینترنت با تکنولوژی درست و مناسب تا چه حد حائز اهمیت است؟ سرعت نفوذ جهانی چیست و چه کسی دارای تلفنی با تکنولوژی ۴. است؟ ارقام زیر می‌تواند ایده‌ای درباره حقایق و آمار مهمی در ارتباط با فضای جامع اینترنت به دست بدهد.

در سال ۲۰۱۳، بیش از ۲٫۷ میلیارد نفر کاربر اینترنت بودند، یا به عبارتی ۳۹ درصد از جمعیت جهان. در دنیای در حال توسعه، یک‌سوم جمعیت آن (یعنی ۳۱ درصد) آنلاین هستند، در مقایسه با سه‌چهارم (۷۷ درصد) که در کشورهای توسعه‌یافته زندگی می‌کنند. اروپا منطقه‌ای است که بیشترین میزان نفوذ اینترنت را در جهان داراست (۷۵ درصد)، و بعد از آن آمریکا با ۶۱ درصد قرار دارد. در آفریقا، ۱۶ درصد از مردم از اینترنت استفاده می‌کنند؛ در واقع نصف نرخ نفوذ اینترنت در آسیا و منطقه اقیانوسیه. در کشورهای در حال توسعه تقریباً سه‌چهارم افراد زیر ۲۵ سال (یعنی ۷۰ درصد یا چیزی بالغ بر ۱٫۹ میلیارد نفر) آنلاین نیستند. این مسئله نشان‌دهنده این است که «اگر کشورهای در حال توسعه بتوانند با مدارس ارتباط برقرار کرده یا کانکت شده و سرعت ثبت‌نام در مدارس را افزایش دهند، این مسئله نشان‌دهنده قابلیت گسترده‌ای خواهد بود.»

همچنین تغییر رو به افزایشی از استفاده از کامپیوترهای کلاسیک در قالب ابزاری برای ارتباطات تا تلفن‌های همراه رخ داد. با این‌که امروزه تقریباً تمام مردم جهان در جایی در حوزه دسترسی به سیگنال‌های سلولی موبایل زندگی می‌کنند (میزان نرخ نفوذ ۹۶ درصد در سال ۲۰۱۳ بوده است)، هم‌چنان خلا عظیم دسترسی به شبکه‌هایی که مجهز به تکنولوژی ۳. و ۴. هستند وجود داشته که مستلزم تعدیل پهنای باند موبایل و فراهم آوردن دسترسی به

اینترنت با سرعت بالاست: این میزان در کشورهای توسعه‌یافته ۷۴٫۸ درصد و در کشورهای در حال توسعه تنها ۱۹٫۸ درصد است. اما از آنجایی که شبکه‌ها دارند به‌روز می‌شوند و خدمات بر اساس آن در بازار ارائه می‌گردد، اشتراک پهنای باند موبایل قویا در حال رشد و توسعه است. این حقایق و آمار و ارقام، مبنای اهمیت اینترنت را برای سیستم ارتباط اجتماعی در جهان تعیین کرده و در جایگاهی فراتر از مسئله اهمیت اخبار قابل تبادل، اطلاعات و ابزارهای یادگیری در سطح فردی قرار دارد. مثلاً نمونه فیسبوک را در قالب بزرگ‌ترین شبکه آنلاین در نظر بگیرید؛ این سیستم خدمات وب‌محور به افراد این امکان را می‌دهد تا (۱) یک پروفایل عمومی یا شبه‌عمومی در سیستم‌های محدود ساخته، (۲) لیستی از سایر کاربرانی که با آنها ارتباطات مشترکی ایجاد می‌کنند درست کرده و (۳) لیست ارتباطات خود و یا لیستی را که توسط دیگران ایجاد شده ببینند و آن را بررسی نمایند. میزان تکرار ارتباطات در رسانه‌های اجتماعی به طور پیوسته‌ای رو به افزایش است. نمونه قاره‌ای آن در ارتباط با قاره اروپا که بالاترین نرخ نفوذ اینترنت را در سال ۲۰۱۲ (یعنی ۶۹ درصد) داشته گویای آن است که آنها حداقل یک‌بار در هفته از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده و بیش از نیمی از آنها (۵۴ درصد) هر روز از آن استفاده می‌کنند. این درصد در بین گروه سنی ۱۵ تا ۲۴ سال به مراتب بیشتر است. تقریباً هرکسی (۹۵ درصد) آن را حداقل هفته‌ای یک بار و ۸۵ درصد هر روز از آن استفاده می‌کنند.

آمار مربوط به فیسبوک نشان‌دهنده دیدگاهی عمقی‌تر به رفتار نسل جوان در اینترنت بر یک مبنای جهانی است. تقریباً نیمی از جمعیت ۱۸ تا ۳۴ ساله به محض بیدار شدن از خواب یا پیش از آنکه از تخت بلند شوند (۲۸ درصد) فیسبوک خود را چک می‌کنند. تعداد متوسط دوستانی که جزو کاربران فیسبوک هستند ۱۳۰ بوده و تعداد متوسط صفحه‌ها، گروه‌ها و رویدادهایی که یک کاربر با آن در ارتباط است چیزی حدود ۸۰ تا گزارش شده است و روزانه ۲۰۵ عکس آپلود می‌شود. این اعداد و ارقام مبنای شدت، اهمیت و زمان صرف شده را در استفاده از اینترنت نشان می‌دهد.

تعامل مجازی و ارتباط جهانی

نمی‌توان تعریف واحدی از این که «رسانه اجتماعی» چیست؟ ارائه کرد. در واقع رسانه اجتماعی، چیزی بیشتر از تعیین زیرساخت‌های تعامل میان افرادی است که در آن اطلاعات ایجاد کرده، هم‌رسانی نموده، آن را تبادل کرده و ایده‌های خود را در گروه‌ها یا شبکه‌های مجازی تغییر می‌دهند. «رسانه اجتماعی تعدادی از اپلیکیشن‌های اینترنت‌محور است که بر

اساس بنیان‌های ایدئولوژیکی ۲۰۰۲. . . ساخته شده و فضایی را برای ایجاد و تبادل محتوای ایجاد شده توسط کاربر فراهم می‌آورد.»

«در قدیم افراد از اینترنت استفاده می‌کردند تا به سادگی بتوانند از محتواهای موجود در آن استفاده کرده و آن را تحلیل کنند: در واقع آنها اطلاعات را می‌خوانند، آن را بررسی نموده و برای خرید محصولات و خدمات از آن استفاده می‌کنند. با این حال، به طور فزاینده‌ای مصرف‌کنندگان از فضاهای عملیاتی بهره می‌برند؛ فضاهایی مانند سایت‌های هم‌رسانی اطلاعات، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ویکی‌ها.» با این تعریف، تفاوت بارزی در رسانه کلاسیک مانند پرینت کردن و پخش برنامه‌های رادیویی وجود دارد که در آن کاربر بیشتر مصرف‌کننده‌ای غیرفعال بود. با ورود اصطلاح ۲۰۰۲. . . که توسط تیم آریلی طی نشست‌های مشکل‌گشایی ذهنی در کنفرانسی در سال ۲۰۰۴ راه‌اندازی و ایجاد شد، ۱۰۰۱. . . استاتیک کنار گذاشته و کاربر با استفاده از ابزارها و تکنولوژی‌های ویژه‌ای مانند «رایانش یا محاسبه ابری» به تولیدکننده دیدگاه‌ها و نظرات تبدیل گشت و تغییر یافت. این کاربر از مصرف‌کننده - آن هم یک مصرف‌کننده حرفه‌ای - به یک تولیدکننده تبدیل شد. تغییر مهم دیگر در جست و جوی اطلاعات، در واقع تغییر از قوانین فشاری (در واقع دریافت اطلاعات به شیوه‌ای منفعل بدون پیش‌فعالی) به قوانین کششی (فعال بودن در جستجوی اطلاعات مرتبط) بود.

تکنولوژی‌های اطلاعاتی نوین، در رفتار استفاده از تکنولوژی تغییر داده و تقاضاهای جست و جوگران اطلاعات را افزایش داده و روش‌های جدیدی از تبادل را نه تنها به شکل فرایند ارتباطی متقارن و دوسویه بلکه در قالب فرایند تبادل چند به چند دستخوش تحول قرار داد. مهم نیست که شما یک پروفایل شخصی و یا سازمانی بدون پروفایل باشید، یا یک سیاستمدار یا مدیر عامل، در هر صورت باید نسبت آنچه که این «خیل عظیم» یا ازدحام اینترنتی خواستار آن است عکس‌العمل نشان دهید. این تبادلات اغلب از جانب صاحب‌نظران و سفارش‌نامه‌هایی که توسط آبرکانون‌ها ایجاد می‌شود تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد. .

به لحاظ تاریخی احزاب سیاسی، سازمان‌ها یا کمپانی‌ها می‌توانستند اطلاعات مربوط به خود را از طریق اعمال استراتژیکی آگهی‌های مطبوعاتی و تأکید بر مدیرانی با روابط عمومی خوب اطلاعات مربوط به خود را تحت کنترل داشته باشند. «با این حال امروزه، شرکت‌ها به طور فزاینده‌ای در قالب ناظران صرف به خطوط فرعی گرایش پیدا کرده‌اند که نه اطلاعات و دانش و نه شانس و امکان تغییر و تعدیل نظرات (یا کامنت‌ها)ی عمومی را از جانب مصرف‌کنندگان دارند.» جنبه دیگر در جریان صفحات گروهی وب و تجارت الکترونیکی دخیل بوده که با راه‌اندازی کمپانی . . . و . . . در سال ۱۹۹۵ آغاز به کار کرد. از آن زمان به بعد،

ارتباطات جهانی هم در سطح خرید اینترنتی، کتاب‌های الکترونیکی و نیز پرداخت الکترونیکی پیش رفت. داده‌های گسترده‌ای در سراسر جهان ظرف چند ثانیه به سرورهای ناشناخته انتقال می‌یابد. از طرفی این مسئله بر موجودیت انسان و جامعه در قالب یک کلیت در زمینه دیگری تأثیر می‌گذارد و آن میزان امنیت اینترنت و امنیت آنلاین است. در دنیایی که در آن جریان داده‌های اطلاعاتی توسط سرورهای خارجی کنترل می‌شود، دزدی اطلاعاتی و حفاظت اطلاعاتی، کلمات شایع جدیدی محسوب می‌شود. چطور امکان دارد تا بتوان میزان امنیت شخصی کاربر را افزایش داد و از اطلاعات در سطح جهانی در برابر جرائم کامپیوتری مانند نرم‌افزارهای مخرب حفاظت نمود؟ چنان‌که تعداد کاربران اینترنتی و میزان تبادل «محتوای تولیدشده توسط کاربر» به طور روزانه در سراسر جهان در حال افزایش است، امنیت اینترنت نگرانی فزاینده‌ای در ارتباط با بچه‌ها، بزرگسالان، سازمان‌ها و حتی کشورها محسوب می‌شود. این مسئله هم می‌تواند منجر به شناسایی دزدی در سطح محلی یا جهانی شود. رویدادهایی مانند «روز اینترنت امن‌تر» باید بتواند میزان آگاهی را در سطح فردی افزایش دهد. در حال حاضر سایت‌های اینترنتی بیشتری توسط دولت‌ها و یا ارگان‌ها ایجاد می‌شود تا شهروندان را از این تهدیدهای جدیدی که برای هویت افراد و تضعیف داده‌های شخصی‌شان وجود دارد آگاه سازد.

یکی از مهم‌ترین پیشرفت‌های «جهانی‌سازی از پائین» یا مشارکت مجازی مستقیم متکی به دموکراسی‌سازی و پردازش مشارکت در قالب ابزاری مهم برای استفاده علیه سرکوبگران، مؤسسه‌های بزرگ و فسادهای عمده است. این مسئله در ساحت محلی رخ داده اما سریعاً در وسعت جهانی از طریق رسانه اجتماعی منتشر می‌شود. نمونه بهار عربی در کشورهایی مانند سوریه و مصر را در نظر بگیرید که رسانه‌های اجتماعی و ابزارهای شبکه‌ای طی آن یکی از مؤثرترین ابزارها برای انتخابات سیاسی مستقیم و تغییرات اجتماعی بود.

ایده یک وضعیت عملیاتی دموکراتیک اینترنتی در دنیای جهانی‌شده به هر کسی این امکان را می‌دهد تا صدایی داشته و مادامی که کاربر روشی یکسان برای برقراری ارتباط با اینترنت دارد، صدایش هم شنیده شود. دموکراسی‌سازی تکنولوژی مانند توئیتر و اینستاگرام اساساً باعث تغییر شیوه تعامل مردم با هم و نیز با صاحب‌نظران محلی، مشاغل کوچک و رسانه‌های گسترده شده است. افراد برای ارتقای سطح خود، برای هم‌رسانی تجربه‌ها و لذت و سرگرمی، حس و جو انجام می‌دهند. زمانیکه توئیتر در سال ۲۰۰۶ راه‌اندازی شد، برخی از نخستین نمونه‌های خوداظهاری یا بیان احساسات خود در قالب وبلاگ‌ها آغاز گشت.

ما اطلاعات را به شکل محلی تولید کرده و در قالب جهانی آن را در زمان واقعی خود منتشر می‌کنیم. این «دهکده جهانی»، تغییری انقلابی در پیشبرد اطلاعات است که تعاملی، مشترک و جهانی محسوب می‌شود.

تعامل مجازی و ارتباط فردی

جدا از مزایای اصلی و بارز ارتباطات آنلاین در سطح جهانی که محوریت بحث ما تا اینجا بود، سؤالی که پیش می‌آید این است که رسانه اجتماعی چه نوع اثرات مضر و نامطلوبی بر تعامل اجتماعی افراد یعنی جوانان و متعاقبا بر سیستم‌های اجتماعی در قالب یک کلیت به همراه دارد؟

گمنامی شبکه‌های آنلاین، باعث تسهیل اعمال آزادی همراه با حقیقت و بروز سوءرفتار بدون تبعات خاصی است. در رسانه اجتماعی، فرد نمی‌تواند به هویت افراد (یا دیگران) اعتماد کند. دروغ‌ها، فریب‌ها و جرائم سایبری دال بر این مسئله است. برای مثال در حوزه فعالیت علمی، مشارکت ذهنی فردی که اغلب در مقاله‌ها چک می‌شود مورد نیاز است. در اینجا گمنامی منجر به بروز مشکلی جدی خواهد شد، زیرا در وبسایت‌های خاصی دانش‌آموزان قادر به دانلود، خرید و حتی سفارش چنین مقاله‌هایی هستند. در واقع وب، این امکان را برای کوشش کاذب ذهنی فرد فراهم می‌آورد، حتی اگر نرم‌افزاری برای مبارزه با سرقت ادبی در دسترس بوده اما موفقیت نسبی داشته باشد. علاوه بر آن گمنامی به خاطر از دست رفتن کنترل اجتماعی، منجر به سوءرفتار خواهد شد. یکی از موارد شناخته‌شده از این دست به ویژه برای جوانان، زورگیری سایبری است. تحقیقات نشان می‌دهد که زورگیری سایبری به هر نوع رفتاری اطلاق می‌شود که از طریق رسانه الکترونیکی یا دیجیتال توسط افراد یا گروه‌هایی صورت می‌گیرد که به طور مکرر با پیام‌های پرخاشگرانه و خصمانه با دیگران ارتباط برقرار کرده و قصد دارند تا به دیگران آزار رسانده یا خسارت وارد آورند. طی یک آمار مردمی بین جوانان آلمانی ۱۴ تا ۲۰ ساله مشخص شد که ۳۲ درصد از افراد مصاحبه‌شونده یک‌بار قربانی زورگیری سایبری شده‌اند، از هر پنج دانش‌آموز، یک نفر از آنها به طور مستقیم از طریق اینترنت یا تلفن همراه مورد تهدید یا اهانت قرار گرفته، از هر شش نفر، یک نفر متحمل افترا و تهمت شده و چیزی حدود ۱۰ درصد از افراد هم پروفایل یا هویت اینترنتی‌شان مورد سوءاستفاده قرار گرفته است. از هر پنج نفر، یک نفر نمی‌تواند انکار کند که زورگیری سایبری انجام داده و تقریباً یک‌دهم آنها هم ابراز کردند که یک‌بار جزو متخلفان زورگیری سایبری بوده‌اند.

از آنجایی که افراد بیشتر تمایل دارند تا در برابر فشار همتا در زندگی واقعی و نیز در رسانه اجتماعی تسلیم شوند، باید گفت که رسانه اجتماعی بر قابلیت آنها در داشتن تفکری مستقل

تأثیر می‌گذارد. در واقع به نظر می‌رسد که مردم نسبت به فشار همتای موجود در شبکه‌های اجتماعی، برخوردی روبازتر و فاش‌تر دارند. تحقیقات انجام شده در لابراتوار هیولت پکارد در زمینه اثر اجتماعی در سیستم‌های توصیه‌گر آن‌لاین این مسئله را مورد بررسی و ارزیابی قرار داد که گزینه‌های موجود توسط دیگران زمانی که با مراحل مختلفی از تأیید یا تثبیت عضویت و فشارهای همسازی روبرو می‌شود چند وقت به چند وقت تغییر می‌یابد. نتایج نشان داد دیدگاه‌های سایر افراد به شکل بارزی گزینه‌های شخصی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اگر زمانی گذشته باشد و یا اگر افراد با تعداد متعادلی از دیدگاه‌های مخالف روبرو شوند، گزینه‌های شخصی خود را تغییر خواهند داد. زمانی که افراد برای تصمیم‌گیری صرف می‌کنند به شکل بارزی این مسئله را پیش‌بینی خواهد کرد که آیا آنها بعداً تصمیمات خود را عوض خواهند کرد یا نه.

استفاده از رسانه بر روی روابط اجتماعی، تندرستی و سلامت اجتماعی و زمان موجود برای خواب فرد، مطالعات مربوط به مدرسه و سایر فعالیت‌ها هم تأثیرگذار است. در سال ۲۰۱۲، آمار آنلایینی از ۳۴۶۱ دختر ۸ تا ۱۲ ساله ساکن آمریکای شمالی صورت گرفت و روابط بین سلامت اجتماعی، استفاده از رسانه‌ها و ارتباطات رو در رو در آنها بررسی شد. نتایج تحقیقات و بررسی‌ها نشان داد که «سلامت منفی اجتماعی که در تعامل بین‌افردی نقش محوری ایفا می‌کرد (یعنی تلفن و ارتباطات آنلایین) و نیز استفاده از رسانه‌ای که دیگر رسانه تلقی نمی‌شود (مانند ویدئو، موسیقی و خواندن) به شکل مثبتی با سطوح استفاده از رسانه مرتبط بود.» عملکرد چندگانه رسانه با دامنه گسترده‌ای از شاخص‌های منفی اجتماعی مانند احساس موفقیت اجتماعی کمتر، عدم داشتن حس مطلوب، داشتن دوستان بیشتری که والدین آنها به این مسئله به چشم اثری منفی می‌نگرند و نیز خواب کمتر مرتبط بوده است. از طرفی باید آن را با نوسان احساسی بیشتر نسبت به دوستان آنلایین در مقایسه با دوستان حضوری مرتبط دانست. سطح ارتباطات چهره به چهره یا رو در رو قویا و به شکلی منفی با عملکردهای چندگانه رسانه مرتبط است. این نتایج نشان می‌دهد که «رشد عملکردهای چندگانه رسانه را باید با نگرانی‌هایی در این زمینه مد نظر قرار داد و بررسی نمود.» از آن سو، باید ابراز کرد که ارتباطات رو در رو قویا با طیف گسترده‌ای از احساسات اجتماعی مثبت همراه است. «سطوح بالاتری از ارتباطات رو در رو را باید با موفقیت‌های اجتماعی گسترده‌تر، احساسات عمیق‌تر در ارتباط با هنجارها، خواب بیشتر و دوستان کمتری که والدینشان متوجه تأثیرات بد این مسئله هستند مرتبط دانست.» از این نتایج می‌توان دریافت که «حتی رسانه‌ای که هدف تسهیل تعالیم بین بچه‌هاست با تجربه‌های اجتماعی ناسالمی ارتباط دارد.» این تفکر که ارتباطات

آن لاین می تواند جهان اجتماعی پرباری را به روی ما بگشاید و بر توسعه و تکامل اجتماعی و احساسی دختران جوان تأثیر بگذارد از دید این یافته ها، کذب محض است. علاوه بر آن، این تحقیق نشان می دهد که ارتباطات رو در رو و ارتباطات آنلاین قابل تعویض و جایگزینی نیستند.

شبکه های آنلاین می تواند وضعیت عملیاتی ای را برای مشابهت ها و حسادت های اجتماعی ایجاد کند. طی تحقیقی که توسط کراسنوا و همکارانش در سال ۲۰۱۳ در درک و شناخت پویاشناسی حسادت در سایت های اجتماعی شبکه ای به طور عام و در سطح خاص در فیسبوک صورت گرفت مشخص شد احساسات توأم با حسادت در فیسبوک بسیار شایع و پیش پا افتاده است. حدود ۳۶ درصد از افرادی که در آمار حضور داشتند حداقل در پاره ای موارد یا اکثر اوقات پس از صرف زمان در فیسبوک، احساس بی هوذگی و بی مصرفی به آنها دست داد. بر اساس یافته ها شدت انفعال به جا مانده در طولانی مدت باعث کاهش رضایت از زندگی شده چنان که عامل قیاس های اجتماعی فزاینده و احساسات و عواطف حسادت انگیز در کنار کاربرانی شده است که به طور عمده به شادی دیگران، به شیوه ای که دیگران تعطیلات خود را می گذرانند و به روند معاشرت اجتماعی آنها حسادت می ورزند. این نتایج بیانگر بازنمایی فزاینده ای از ابراز عواطف و احساسات خود و رفتارهای خودشیفتگی است که در پدیده ای به نام «هزاتوی ارتقای حسادت خود» مشاهده شده است.

بر اساس نظریات ولکاکس و استفان، شبکه های اجتماعی آنلاین می تواند بر کنترل خود یا نفس تأثیر بگذارد، که در واقع مکانیسمی مهم برای حفظ نظم اجتماعی و تندرستی و سلامت آن محسوب می شود. تحقیقات این مسئله را اثبات نموده از آنجایی که افراد در شبکه های اجتماعی، دیدگاه شخصی مثبتی از خود به دیگران نشان می دهند، این مسئله در یک باعث افزایش عزت نفس در کاربرانی خواهد شد که تمرکزشان بر روی دوستان نزدیکشان است. این مسئله منجر به ابراز کنترل نفس کمتر بعد از چرخ زدن در شبکه های اجتماعی در مقایسه با عدم انجام این کار است. استفاده گسترده تر هم با کنترل نفس ضعیف تر در تعدادی از حوزه های مهم همراه خواهد بود (یعنی در حوزه سلامت، ثبات روانی و صرف وقت یا هزینه). بنابراین استفاده از شبکه های اجتماعی می تواند با هدایت افرادی خاص در جهت ابراز کنترل نفس پائین تر خود، اثری زیان بخش بر تندرستی و سلامت داشته باشد. «با در نظر داشتن شبکه های اجتماعی آنلاین همه جا گستر، قابلیت آنها در کاهش کنترل نفس کاربران می تواند اثری جامع به همراه داشته باشد. این مسئله به طور ویژه برای نسل جدید نوجوانان و جوانانی که پر و پا قرص ترین کاربران شبکه های اجتماعی هستند مصداق دارد.»

رسانه اجتماعی بر روی مغز انسان و هویت او هم تأثیر می‌گذارد. همانطور که می‌دانید «ذهن، فرآیند شخصی‌سازی مغز است، مجموعه‌ای از ارتباط‌های عصبی منحصر به فرد، که در عوض توسط تجربه شخصی فرد و تعامل با دنیای بیرون هدایت و تنظیم می‌شود.» با توجه به قابلیت شکل‌پذیری مغز، نقطه‌قوت انسان‌ها در واقع قابلیت آنها در یادگیری و مطابقت با محیط پیرامون خواهد بود زیرا ما انسان‌ها نسبت به تأثیرات فضای بیرونی بسیار حساس هستیم. قابلیت مغزها برای ایجاد پیوندها و ارتباط، انسان را از جهانی عمیقا حسی به جهانی با بستر شخصی‌شده شناختی که می‌توان آن را هویت نامید تبدیل می‌کند. فیزیولوژیست اعصاب، دکتر گرین‌فیلد بر روی این مسئله تأکید دارد که دنیای بیرون یعنی تأثیر تکنولوژی‌های جدید می‌تواند افراد به ویژه جوانان را به شیوه‌ای دستخوش تغییر قرار دهد که برای هویت آنها دردسرساز باشد. با در نظر داشتن شکل‌پذیری مغز انسان و استفاده شدید از تکنولوژی اطلاعاتی اجتماعی در بین بچه‌ها، سؤالی که مطرح می‌شود این است که زندگی در دو بُعد (یا ساحت) (یعنی زندگی واقعی در مقابل زندگی مجازی) چه اثراتی بر مغز بچه‌های ما خواهد داشت؟ دنیای عمیقا بصری و واقعی این صفحه مونیتر و تعامل پیوسته با محیطی با سرعت بالا و چندرسانه‌ای، بستر را در مغزها برای کوتاه‌تر شدن مدت دقت و توجه آن آماده نموده و از طرفی بر روی توانایی ما برای گسترش تخیل و شکل‌دهی مفاهیم انتزاعی‌ای اثر خواهد گذاشت که تاکنون تنها در داستان‌ها زیاد شنیده یا کسی برایمان نقل کرده است. سؤال این است که آیا نسل‌های آینده زمان حال را ترجیح خواهند داد، یعنی تجربه قویا حسی را نسبت به روایت شخصی شناختی انتخاب خواهند کرد؟ نکته آخری که می‌توان در این باره گفت این است که تجربه‌های قویا حسی زمان حال می‌تواند نحوه ارزیابی نسل‌های آینده نسبت به خودشان را تغییر داده و هویت آنها را بسازد. با در نظر داشتن شکل‌پذیری مدارهای عصبی مغز، یعنی میزان حساسیت شدید آنها نسبت به فعالیت، سؤالی که پیش می‌آید این است که آیا ممکن است بخواهیم مانند در جهانی به مراتب کودکانه‌تر از واکنش‌پذیری منفعلانه نسبت به عواطف و احساسات را انتخاب کنیم؟ از نگرانی‌های دکتر گرین‌فیلد این است که آیا می‌توانیم در جهانی زندگی کنیم که در آن در کل هیچ نوع روایت شخصی، هیچ نوع معنا، هیچ نوع بستری در کار نبوده و تنها تجربه هیجان لحظه وجود دارد؟

با در نظر گرفتن نتایج تحقیقات مختلف، این تحقیق جدید هم‌بستگی‌های جالبی را میان استفاده از رسانه اجتماعی و اثرات آن بر افراد و اجتماع به اثبات رسانده است. اما با توجه به این حقیقت که همواره عوامل تأثیرگذاری این میان وجود دارد که منجر به پیچیدگی‌های

شدیدی می‌شود، هم‌چنان درک و شناخت ما نسبت به روابط علت و معلول این مسئله و نقش آن بسیار کم است. برای مثال:

-رفتار فردی (یعنی شدت استفاده از رسانه اجتماعی، استفاده فعالانه یا منفعل، تمرکز بر پیوندهای قوی و یا ضعیف و غیره)

-سن کاربران و قابلیت آنها برای بیان و انعکاس رفتار شخصی‌شان

-آزمایش‌های شخصیتی

-محیط اجتماعی‌ای که فرد خود را در بازی در آن فرض کرده و قرار می‌دهد

علاوه بر این‌ها، اگر فردی در زندگی واقعی‌اش دوست‌های اجتماعی داشته باشد (یعنی دوستان حضوری داشته باشد که آنها را ببیند) بر خلاف ارتباط با دوستان در فضای مجازی (یعنی دوستان آنلاین) این مسئله قویا باید مد نظر قرار گیرد. همه این‌ها تفاوت‌هایی در اثرات این رسانه بر افراد و متعاقبا بر اجتماع به همراه خواهد داشت.

5. جمع‌بندی

رسانه اجتماعی کاربرد گسترده‌ای داشته و در عین حال با منفعت و دردسر همراه است. در واقع این رسانه می‌تواند ارتباطات جهانی را از طرف چند ثانیه تسهیل نموده، با نواحی متروک با فرهنگ خود ارتباط برقرار کرده، و نقش مهمی در تجارت الکترونیکی و از همه مهم‌تر در فرآیند مشارکت و دموکراسی‌سازی ایفا کند. اما فهرست معایب و مضرات و خطرات آن هم بسیار بلندبالاست. آیا همه این‌ها دلیل بر ترک این دستگاه جست و جو نیست که طی یک الگوریتم محاسباتی غیرقابل‌پیش‌بینی در حال پردازش اطلاعات بوده و تهدیدی برای دانش و معلومات اهل علم محسوب می‌شود؟ آیا محققان با این روش، تضعیف کارکرد سرور محافظ تصمیم‌گیری را مبنی بر این‌که چه چیزی مهم بوده و کدام نتایج، نتایج مورد نظر است به خطر می‌اندازند؟ آیا ارتباطات جهانی نشان از یک جهان یا یک سیستم دارد که در ناب‌ترین و بکرترین شکلش دارای یک فرهنگ جهانی، یک اقتصاد جهانی، یک قدرت سیاسی و یک زبان خواهد بود؟ امروزه یک توئیت بامزه در توئیتر، یک پست هوشمندانه در یک وبلاگ، یک ویدئوی تبلیغاتی یا یک عکس در اینستاگرام - که با یک کلیک برای هزاران دوست فرستاده می‌شود - می‌تواند قوت گرفته و محصولی را از بین برده و یا به ارزش سهام یک کمپانی خسارت بزند.

اثرات طولانی‌مدت انقلابی که رسانه اجتماعی به همراه داشته است هنوز به خوبی نه در اجتماع در قالب یک کلیت و نه در بین افراد شناخته نشده است. بنابراین یک بازخورد تمام و کمال در مقابل آن لازم خواهد بود. از آنجایی که اثرات رسانه اجتماعی نامحسوس و تا حدودی

۱۱..... ۱۱۱۱.....
.....
.....Journal of Advertising Research,
..... ۵۶۴.....
.....
.....
..... ۲۰۱۳..... ۳۳۳۳.....
.....
..... ۲۰۱۳.....
.....
..... ۲۰۱۴..... ۶۶.....
..... ۶۶۶۶، ۲۰۱۳.....
.....
.....
..... ۴۴.....
.....
.....Business Horizons ۳۳، ۹۹، ۸۸.....
..... ۲۰۰۷.....
.....
..... ۴۴۴، ۵۵۵.....
..... ۲۰۱۱.....
.....
.....Business Horizons
..... ۴۴، ۱۱۱-۱۱۱.....
..... ۲۰۱۳.....
.....
..... ۱۱.....
..... ۳۳۳۳-۱۱.....
.....
..... ۲۰، ۲۰، ۱۳٪۲۰..... %۲۰.....
.....
..... ۲۰۰۵..... ۲۰۰.....
.....
..... ۲.....
.....
..... ۹۹.....
.....
..... ۲۰۱۲.....

..... ۲۱۵۵۸۶۴

..... ۲۰۱۳

..... *Journal of Social Science Education*..... ۲۲..... ۱..

..... ۵۵.۰۰..

..... ۱۲۵۰/۱۲۴۰.

..... ۲۲..... ۲۲۲۲.....

.....

.....

.....

.....



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

<http://www.rooznamenegarielectronic.ir/>