

مقدمه

در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی، یکی از رسانه‌های مهم و تأثیرگذار محسوب می‌شوند. ارتباطات و انتقال پیام با ورود شبکه‌های اجتماعی مجازی، مفهوم تازه‌ای به خود گرفته است. شبکه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از تارنماهای اینترنتی مبتنی بر وب^۲ هستند که کاربران آن‌ها حول محور مشترکی در فضای مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و جمع‌های برخط (آن‌لاین) را تشکیل می‌دهند.^۱ در واقع شبکه اجتماعی، شبکه‌ای از افراد، گروه‌ها و ارتباطات بین آن‌ها است.^۲

آنچه شبکه‌های اجتماعی مجازی را از دیگر رسانه‌های مجازی و غیر آن متمایز می‌سازد، قابلیت‌های تعاملی و امکان انتخاب کاربران در تولید و ارائه محتوا و حتی مخاطبان است. با توجه به این دو ویژگی در شبکه‌های اجتماعی است که امکان هدف‌مندی در تولید، اشاعه محتوا و به دنبال آن تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطبان فراهم می‌شود. از این رهگذر، مفاهیمی همچون صمیمیت و اعتماد در



۱. مولایی، محمد مهدی، «شبکه‌های اجتماعی مجازی، جنگ نرم و عملیات روانی»، ۱۳۸۹، <http://www.psyop.ir/p=1723>

۲. مروارید. اسلامی، «بررسی شبکه‌های اجتماعی و تاثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی»، ص ۲، بازدید ۲۶ شهریور ۱۳۹۴، <http://nopadid.mcls.gov.ir/Forms/Mehvar1.aspx>

شبکه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد.^۱ یکی از شبکه‌های اجتماعی که در حال حاضر با اقبال کاربران مواجه شده و محبوبیت زیادی پیدا کرده است شبکه اجتماعی اینستاگرام است. این نوشتار، مروری است بر چپستی، فرصت‌ها و تهدیدهایی که کاربران با آن مواجه می‌شوند.

اینستاگرام چیست؟

در ماه مارس سال ۲۰۱۰ در سان فرانسیسکو هنگامی که کوین سیستروم و میشل برزیل روی HTML5 کار می‌کردند، ایده‌ای خلق شد که دنیای عکس و عکاسی را متحول کرد. آن‌ها به این ضرورت پی‌برده بودند که آدمی بیش از هر چیز نیازمند برقراری ارتباط با هموعانش است و به همین دلیل کاربران شبکه‌های اجتماعی روزبه‌روز در حال افزایش هستند. ایده آن‌ها برقراری ارتباط آدم‌ها از طریق عکس بود. ایده آن‌ها اینستاگرام (instagram) نام گرفت. در اینستاگرام، کاربران می‌توانند از زندگی روزمره خود، وقایع و چیزهایی که دوست دارند، عکس بگیرند و آن را با کسانی که دوست دارند به اشتراک گذارند. این برنامه محبوب ابتدا در نسخه iOS و بعد اندروید عرضه شد و هم‌اکنون کاربران

از طریق وب نیز می‌توانند عکس‌ها و نمایه‌های اینستاگرامی را مشاهده کنند.^۲ در همان ابتدای معرفی، اینستاگرام در فهرست ۲۵ برنامه برتر پلتفرم iOS قرار گرفت و تعداد کاربران آن روزبه‌روز بیشتر شد تا جایی که بعد از دو ماه، یک میلیون کاربر، عضو آن شدند. کارگزاران بورس در همان زمان، ارزش اینستاگرام را ۲۵ میلیون دلار تخمین زدند.^۳

سرویس اینستاگرام به سرعت در میان کاربران اینترنتی محبوبیت کسب کرد و به بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر تا آوریل ۲۰۱۲ و ۳۰۰ میلیون کاربر تا دسامبر ۲۰۱۴ رسید. این نرم‌افزار از طریق آپ استور اپل، گوگل پلی و فروشگاه ویندوز فون قابل دسترسی است. پشتیبانی این نرم‌افزار کاربردی برای آیفون، آی‌پد، آی‌پاد تاچ و گوشی‌های اندروید برقرار می‌باشد. همچنین نرم‌افزار کاربردی شخص ثالث اینستاگرام برای بلک بری ۱۰ و گوشی‌های سیمبین نوکیا در دسترس است.^۴

آمار اینستاگرامی

۲. رضا، آمنه، تاریخچه اینستاگرام، عکاسی در قاب موبایل، ۱۳۹۱.

<http://socialmedia.ir/social-networks/instagram-history.html>.

۳. همان.

۴. اینستاگرام، ویکی‌پدیا، دانش‌نامه آزاد، ۱۶ سپتامبر ۲۰۱۵، <https://fa.wikipedia.org/w/index.php?title=اینستاگرام&oldid=15969536>.

در حال حاضر آمار و ارقام جالب و البته باور نکردنی درباره شبکه اجتماعی اینستاگرام در سال ۲۰۱۵ منتشر شده است:

اینستاگرام بیش از سیصد میلیون کاربر فعال دارد؛

۱۷ درصد از کاربران اینترنت از اینستاگرام استفاده می‌کنند؛

۷۵ میلیون کاربر روزانه از اینستاگرام استفاده می‌کنند؛

۵۸ درصد از کاربران توییتر از اینستاگرام استفاده می‌کنند؛

۹۴ درصد از کاربران اینستاگرام در فیس‌بوک عضوند؛

میزان تعامل کاربران در اینستاگرام ۱۵ برابر فیس‌بوک است؛

۵۳ درصد از کاربران اینترنت با سن ۱۸ - ۲۹ سال از اینستاگرام استفاده می‌کنند؛

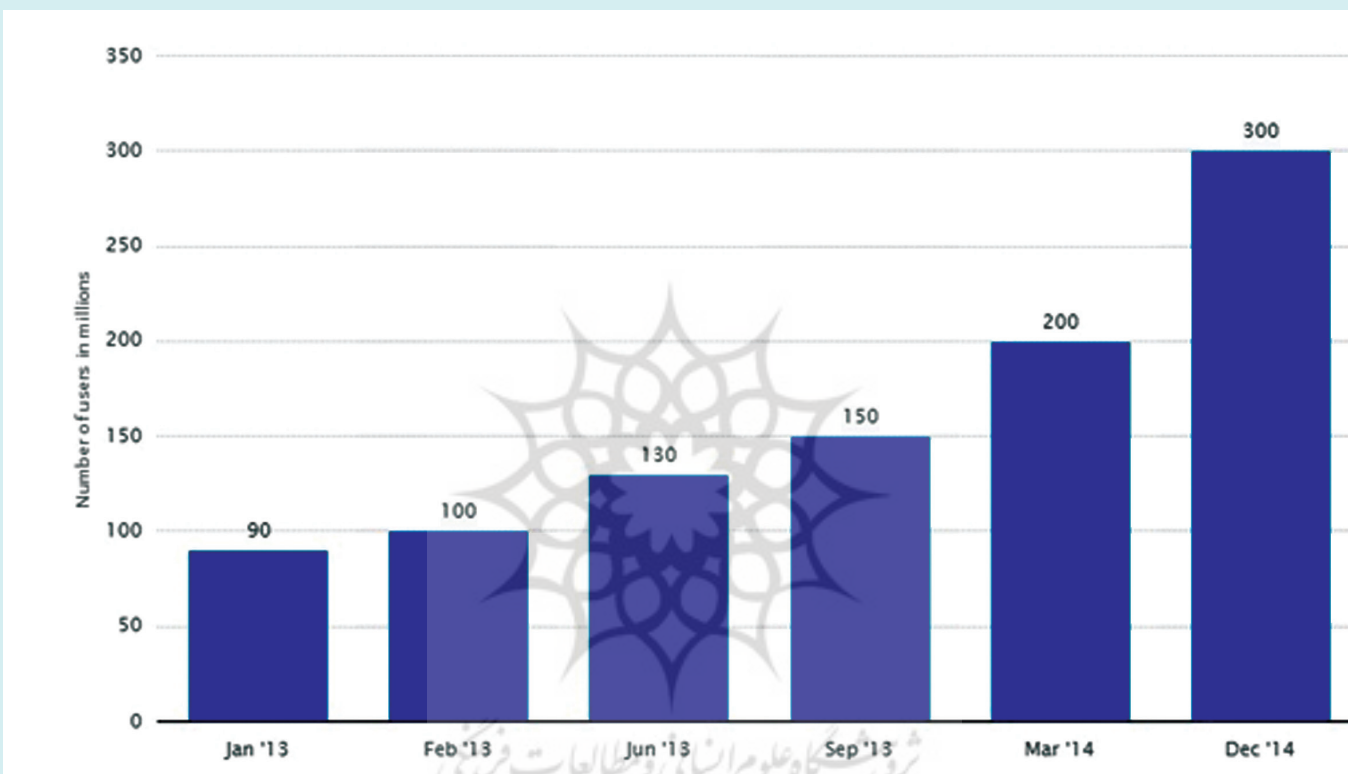
۵۱ درصد از کاربران اینستاگرام مرد و ۴۹ درصد خانم هستند؛

۷۶ درصد از نوجوانان آمریکایی، کاربر اینستاگرام هستند؛

اینستاگرام هشتمین برنامه محبوب در آمریکا است؛

بیش از ۲۰ میلیارد عکس از سال ۲۰۱۰ تا کنون در اینستاگرام به اشتراک گذاشته شده است؛

روزی ۷۰ میلیون عکس در اینستاگرام به اشتراک گذاشته می‌شود؛



اینستاگرام به دو برابر افزایش پیدا کرده است.

رشد سریع کاربران و نفوذ اینستاگرام موجب شد که فیس بوک در آوریل ۲۰۱۲، اینستاگرام را به مبلغ یک میلیارد دلار (به صورت نقد و سهام) خریداری کند و این در حالی بود که در سال ۲۰۱۳ اینستاگرام ۲۳٪ رشد کرد و فیس بوک در مقام شرکت مادر تنها ۳٪ رشد را تجربه کرد. گفته می‌شود اگر اینستاگرام همین رشد را حفظ کند، از فیس بوک

۸۵۰۰ مورد است؛ ۶۵ درصد از عکس‌های اینستاگرام حتی ۱۰ لایک هم نمی‌گیرند؛ عکس‌هایی که در آن‌ها صورت افراد مشخص است ۳۲ درصد بیشتر انتخاب می‌شوند.^۱

این آمار و ارقام هر روز به صورت تصاعدی در حال افزایش است؛ به طوری که از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ تعداد کاربران

۱. سهیل قدری، آمار و ارقام جالب از شبکه اجتماعی اینستاگرام در سال ۲۰۱۵، آیمارکتور، ۱۳۹۴.

<http://www.imarketor.com/instagram-2015/>

در هر ثانیه ۱۰۰۰ کامنت برای عکس‌ها گذاشته می‌شود؛ ۷۰ درصد از کاربران اینستاگرام، خارج از آمریکا زندگی می‌کنند؛ ۲۲ درصد از کاربران اینترنت در خاورمیانه و شمال آفریقا از اینستاگرام استفاده می‌کنند و عربستان بیشترین کاربر را در این منطقه دارد؛ روزانه بیش از ۲۰۵ میلیارد لایک (پسندیدن) در اینستاگرام صورت می‌گیرد، این عدد در هر ثانیه برابر

بزرگ‌تر خواهد شد. کوین سیستم از بنیان‌گذاران اینستاگرام و مدیر عامل شرکت فست می‌گوید: این (اینستاگرام) بزرگ‌ترین موجودیت در جهان خواهد بود.^۱

ویژگی‌ها و قابلیت‌ها

اینستاگرام این امکان را به کاربر می‌دهد که به سادگی و سرعت، عکس و فیلم مورد نظرش را با کاربرانی که با او در ارتباط هستند، با امکان ویرایش و ایجاد جلوه‌های بصری، به اشتراک بگذارد و درباره آن بحث و تبادل نظر صورت بگیرد. علاوه بر این کاربر می‌تواند، عکسها و فیلم‌هایی را که کاربران هر روز در این نرم‌افزار به اشتراک می‌گذارند، ببیند و با توجه به بخش‌های مختلف در این نرم‌افزار به برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های آن اشاره می‌شود:

فیدها

این بخش مانند صفحه مدیریت (Home Page) فیس‌بوک عمل می‌کند؛ یعنی مطالب ارسال شده به وسیله اشخاصی که کاربر، آن‌ها را انتخاب و پی‌گیری (فالو)^۲ کرده است، در این بخش به نمایش گذاشته می‌شود.^۳

۱. اینستاگرم.

۲. Follow.

۳. آموزش کامل کار با اپلیکیشن اینستاگرام به همراه تمامیترفندها - زومیت، دسترسی ۲۶ شهریور ۱۳۹۴.

جستجو

این بخش شامل چند ابزارک مختلف است. با فشردن گزینه ذره‌بین، کاربر به صفحه‌ای منتقل می‌شود که عکس‌ها و ویدئوهایی به صورت اتفاقی از حساب‌های اینستاگرام به کاربر نمایش داده می‌شود. این انتخاب‌ها بر اساس علایق کاربران اینستاگرام صورت می‌گیرد، به این معنا که اینستاگرام افراد فالو شده را بررسی می‌کند و بر اساس آن، صفحه‌ها و مطالبی را که ممکن است برای کاربران جالب باشد، نمایش می‌دهد.^۴ کاربر با مراجعه به بخش جستجو می‌تواند علاوه بر جستجوی دیگر کاربران با نوشتن واژه‌ها با نماد # و @ به تمامی عکس‌هایی که با این کلید واژه به اشتراک گذاشته شده‌اند و همچنین تمامی موضوعات مرتبط با آن کلید واژه دست یابد.

مدیریت اعلام

این بخش شامل دو برگه جداگانه با عنوان You و Following است. در بخش You کاربر می‌تواند برای هر کاربر دیگر، درخواست دوستی، ارسال و عکس‌های ارسال شده آن کاربر را بپسندد (لایک

<http://www.zoomit.ir/howto/smartphonetablet/20194-all-thing-about-instagram>.

۴. همان.

کند). این کارها به کاربر شماره یک اطلاع‌رسانی خواهد شد. در قسمت Following نیز کاربران، اطلاعات مختصری درباره افرادی که آن‌ها را انتخاب و پی‌گیری کرده‌اند، پیدا می‌کنند. کارکرد آن نیز به این صورت است که با باز کردن اینستاگرام در صورتی که مطلب جدیدی وجود داشته باشد، یک نقطه نارنجی روی این گزینه ظاهر می‌شود تا این موضوع را اطلاع‌رسانی کند.

ارسال مطلب در اینستاگرام

با ورود به برنامه اینستاگرام، در بین ۴ دکمه اصلی برنامه، یک دکمه آبی رنگ با عکس دوربین نیز وجود دارد که با فشردن آن، دوربین اینستاگرام اجرا می‌شود. این بخش مربوط به پست کردن عکس یا ویدئوی جدید در صفحه کاربران است؛ به این معنا که کاربر می‌تواند در همان لحظه، اقدام به عکاسی یا فیلم‌برداری کند و بعد از ویرایش عکس و اعمال جلوه‌های مورد نظر، آن را منتشر سازد.^۵

«تگ» کردن افراد در عکس‌ها

علامت @ نقشی اصلی و مهمی را در اینستاگرام ایفا می‌کند و حکم

۵. همان.

پیوندهنده(لینک) به حساب‌های کاربری را دارد. این موضوع، حکم اطلاع‌رسانی برای صاحب حساب کاربری را نیز خواهد داشت. کاربران، زمانی از این ویژگی استفاده می‌کنند که بخواهند مطلب خاص یا جالبی را به دوستان خود اطلاع‌رسانی کنند.^۱

ارسال پیام خصوصی با Direct

حدود یک سال پیش، مدیران اینستاگرام، بخشی با عنوان Direct Message را به برنامه خود اضافه کردند که امکان ارسال پیام به افراد دیگر را مهیا کرد. البته این موضوع تنها برای ارسال مطالبی خاص استفاده می‌شود و نمی‌توان آن را یک ابزار ارتباطی یا گفتگو برخط(آن‌لاین) به حساب آورد؛ زیرا در این بخش، شما مجبور به ارسال عکس یا ویدئو در کنار پیام متنی خود خواهید بود و بعد از ارسال آن، شخص مورد نظر می‌تواند به آن جواب دهد. این پیام و جواب، تنها برای ارسال کننده و دریافت کننده قابل مشاهده خواهد بود.^۲

فرصت‌ها

با ورود فناوری‌های جدید، فضاهای

۱. همان.

۲. همان.

جدیدی در زندگی بشر گشوده شده که در برخی موارد، فرصتهای تازه‌ای جهت زندگی بهتر پدید آمده است. اینستاگرام را به عنوان یک شبکه اجتماعی محبوب نمیتوان از این جهت، از نظر دور داشت.

تجارت اینترنتی

امروزه شبکه اینستاگرام، فضای مناسبی برای عرضه محصولات شرکت‌ها و خدمات آن‌ها شده است. اینستاگرام این فرصت را به تمام کسانی که محصولی برای ارائه دارند می‌دهد تا با استفاده از امکانات این شبکه، مانند استفاده از کلید واژه با ابزار هشتک و یا استفاده از ابزارهای تحلیل اینستاگرام از جمله TOTEMS Analytics^۳ برای هرچه بیشتر دیده شدن محصول خود تلاش کنند و فروشندگان بدون هیچ هزینه اضافی برای اجاره یا خرید محل، محصولاتشان را مستقیم و بدون واسطه به دست خریداران می‌رسانند.^۴

توسعه گردشگری

گردشگری اینترنتی، نقش زیادی در توسعه این صنعت در جهان امروز دارد و یک موتور محرک برای توسعه اقتصادی آن است. بسیاری از گردشگران برای بررسی مقصدهای خود از اطلاعات منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی یا شبکه‌های به اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدئو مانند عضویت و ورود به شبکه‌های اجتماعی می‌تواند پیامدهای منفی در زندگی افراد را به تمام کسانی که محصولی یک جامعه، خانواده‌ها و سبک زندگی آن‌ها داشته باشد. استفاده نادرست از شبکه‌های اجتماعی موجب می‌دهد تا با بروز بسیاری از ناهجاری‌ها و مشکلات در بین خانواده‌های ایرانی شده است.^۵ از طرفی این شبکه، مانند تصاویر گردشگری، یکی از فاکتورهای ضروری و مهم در صنعت گردشگری هستند و تأثیر مستقیمی بر انتخاب مقصد برای گردشگران بین‌المللی دارد.^۶ تحلیل‌های آماری درباره جذب گردشگران در ایران نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری اعتماد

<http://www.prr.ir/page/10248>

۵. نقش شبکه‌های اجتماعی در رونق گردشگری - Bar-tarinha. IR | برترین‌ها، بازدید ۲۷ شهریور ۱۳۹۴،

نقش <http://www.bartarinha.ir/fa/news/218719> شبکه‌های اجتماعی در رونق گردشگری.

۶. همان.

۳. TOTEMS Analytics - به طور ویژه برای برندهای مختلف طراحی شده است. با پرداخت ۱۴۹ دلار در ماه می‌توانید از یک نوار ابزار تحلیلی برای اینستاگرام، نظارت‌گر هشتک‌ها و... استفاده کنید.

۴. اینستاگرام محبوب‌ترین شبکه اجتماعی ایرانیان، بازدید ۲۷ شهریور ۱۳۹۴.

ذهنی کاربران برای انتخاب ایران مؤثرند. این اعتماد ذهنی به طور غیرمستقیم و با تأثیر بر قصد سفر گردشگران بالقوه، بر جذب گردشگران خارجی تأثیر می‌گذارد.^۱

تحکیم خانواده

استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند تأثیرات مثبتی بر روابط بین فردی اعضای خانواده‌ها داشته باشد. برخی تحقیقات نشان داده است رسانه‌های اجتماعی، وقتی از آن‌ها به درستی استفاده شود، نه تنها جایگزین روابط چهره به چهره بین افراد نمی‌شوند؛ بلکه در عمل به روابط صمیمانه، شدت و عمق بیشتری می‌بخشند و لایه‌های جدیدی را نیز به مناسبات صمیمانه و درک متقابل افرادی که دارای روابط عاطفی هستند اضافه می‌کنند.^۲ امروزه وجود فاصله بین اعضای خانواده در شهرهای صنعتی و بالا بودن هزینه‌های ارتباطی، موجب کاهش ارتباطات فیزیکی در میان اعضای برخی خانواده‌ها شده

۱. نادر مظلومی و سیدحسین جلالی، شبکه‌های اجتماعی و موفقیت سیاست‌گذاری گردشگری ایران، مطالعات مدیریت گردشگری، ش ۷ (۱۳۹۱)، ص ۱۴.

<http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/971701>.

۲. شیرین احمدنیا، بررسی جامعه‌شناختی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مناسبات خانوادگی در همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی (جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۲)، ۱۸۷-۱۸۸، http://www.civilica.com/Paper-CESN01-187..CESN01_016.html

رسانه‌های

اجتماعی، وقتی از آن‌ها به درستی استفاده شود، نه تنها جایگزین روابط چهره به چهره بین افراد نمی‌شوند؛ بلکه در عمل به روابط صمیمانه، شدت و عمق بیشتری می‌بخشند و لایه‌های جدیدی را نیز به مناسبات صمیمانه و درک متقابل افرادی که دارای روابط عاطفی هستند اضافه می‌کنند.

است.

اشتراک‌گذاری عکس و فیلم اعضای خانواده در گروه‌های خانوادگی، این امکان را به کاربران می‌دهد که با تعداد بیشتری از اعضای خانواده ارتباط داشته باشد. با وجود این، نباید از نظر دور داشت که بسیاری از کارشناسان مسائل اجتماعی و خانواده معتقدند که شبکه‌های اجتماعی سبب کاهش ارتباط فیزیکی بین اعضای خانواده شده و ارتباط کلامی را کاهش داده است.

تبلیغ ارزش‌های دینی

نقش شبکه‌های اجتماعی در جایگاه ابزار رسانه‌ای جهت تبلیغ و ترویج فرهنگ و باورهای دینی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. تعداد زیاد کاربران در شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام، وظیفه متولیان فرهنگ را در این عرصه دوچندان می‌کند. بارگذاری عکس، پوستر و فیلم‌های کوتاه و هنری

مطابق با ارزش‌های دینی، فضای مثبت را در این شبکه اجتماعی در کنار انبوه محتوای ضد اخلاقی و ارزشی ایجاد می‌کند و انسان‌های مستعد را با مفاهیم آن‌ها آشنا می‌سازد. از طرفی ارائه محتواهای ارزشی و دینی در اینستاگرام، راه را برای پاسخ به شبهات اعتقادی فرقه‌های عقیدتی هموار می‌سازد.

آسیب‌ها

عضویت و ورود به شبکه‌های اجتماعی می‌تواند پیامدهای منفی در زندگی افراد یک جامعه، خانواده‌ها و سبک زندگی آن‌ها داشته باشد. استفاده نادرست از شبکه‌های اجتماعی موجب بروز بسیاری از ناهنجاری‌ها و مشکلات در بین خانواده‌های ایرانی شده است.^۳

الف) ترویج مدهای غربی

حساب‌های کاربری طراحی لباس در اینستاگرام جزو پربازدیدترین حساب‌ها در آن است. مدیر یکی از این حساب‌ها در توضیحاتی درباره خودش نوشته، بزرگ‌ترین صفحه فیس بوک، طراحی لباس و مد ایرانی را با بیش از ۱۸۰ هزار علاقه‌مند دارد. در اینستاگرام هم نزدیک به ۴۰ هزار نفر، این صفحه را دنبال می‌کنند و تا کنون حدود ۵۰۰ عکس از

۳. همان.



عکس و یا محتوا در شبکه‌های اجتماعی هستند، بخش‌هایی از مغز افراد که به «ناحیه پاداش» معروف است، در آن‌ها فعال شده است و این ناحیه از مغز، همان بخشی است که در صورت انجام کارهای لذت‌بخش نظیر دریافت پول فعال می‌شود.

دیدن تصاویر خصوصی شخصیت‌های معروف برای کاربران، جذاب و لذت‌بخش است. زیاده‌روی در انجام امور لذت‌بخش سبب تغییر ساختار عصبی مغز، افزایش احتمال بروز رفتارهای افراطی و در نتیجه اعتیاد می‌شود.^۴

۴ صالح سپهری‌فر، چرا شبکه‌های اجتماعی اعتیادآورند؟
۱ بهمن ۱۳۹۴، <http://www.asriran.com/fa/news/316141>

وجود این، هنوز بسیاری از عکس‌های منتشر شده در این شبکه اجتماعی، ناقض هنجارهای اخلاقی و باورهای اعتقادی ایرانیان است.

ج) اعتیاد خاموش

اشتراک‌گذاری محتوای فردی در شبکه‌های اجتماعی موجب احساس لذت در کاربران می‌شود، به همین دلیل بسیاری از افراد، ساعت‌ها از وقت خود را در این شبکه‌ها می‌گذرانند. دانشمندان دانشگاه هاروارد در پژوهشی به بررسی ابعاد فیزیولوژیک به اشتراک‌گذاری اطلاعات پرداختند و به این نتیجه رسیدند که وقتی کاربران در حال اشتراک

<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13940128000332>

لباس‌های مختلف گذاشته شده است.^۱ این به آن معنا است که کاربران ایرانی اینستاگرام در معرض خطر تغییر سبک پوشش قرار دارند و مدها و سبک‌های پوشش غربی در میان جوانان رواج پیدا می‌کند. از طرفی جوان بودن کاربران اینستاگرام (به گونه‌ای که بیشتر از ۷۰٪ مخاطبان آن‌ها کمتر از ۳۵ سال دارند)^۲ موجب می‌شود، سیاست‌گذاران فرهنگی دولت‌ها به منظور انتقال عناصر فرهنگی خود در راستای اهداف سیاسی و اقتصادی خود از ابزار رسانه‌ای شبکه اجتماعی استفاده کنند.

ب) دسترسی به تصاویر مستهجن

با یک جستجوی ساده در اینستاگرام، کاربران بدون هیچ محدودیتی به مطالب حاوی عکس‌های غیر اخلاقی دسترسی پیدا می‌کنند. البته چندی پیش مدیران ارشد اینستاگرام اعلام کرده‌اند که اجازه انتشار تصاویر برهنه را در اینستاگرام نخواهند داد؛^۳ اما با

۱ شبکه اجتماعی اینستاگرام، تهدیدی تازه برای نسل جوان، دسترسی ۲۸ شهریور ۱۳۹۴،
<http://tehranpress.com/fa/news-details/44342/>.

۲ مینا درچه، تامبلر و اینستاگرام جوان‌ترین مخاطبان را دارند، ۱۵ آذر ۱۳۹۳، <http://bazaaran.ir>.

۳ مقابله اینستاگرام با انتشار عکس‌های مستهجن، ۲۸ فروردین ۱۳۹۴،
<http://www.farsnews.com/newstext>.

د) مرگ خواندن

اینستاگرام شاید اولین ابزار است که برای استفاده از آن نیاز به سواد خواندن و نوشتن نیست. کاربران بی سواد هم می‌توانند عکس‌هایشان را در این شبکه به اشتراک بگذارند و ساعت‌ها وقت خود را صرف دیدن مطالب و عکس‌های دیگران بکنند و از سرک کشیدن به زندگی خصوصی افراد لذت ببرند. اینستاگرام ابزاری دیدنی است، نه خواندنی. همه‌گیر شدن اینستاگرام، امری جهانی است؛ زیرا تعداد بازدیدکنندگان وبگاه‌ها با شیب محسوسی در حال کاهش است؛ اما نکته قابل تأمل، حرکت جمعی و جوگیرانه‌ای است که در ایران از کتاب به مجله و روزنامه، بعد به وبلاگ، سپس به فیس‌بوک، بعد به توییتر و حالا به اینستاگرام آغاز شده است. مسأله رسیدن تیراژ کتاب‌های غیر درسی به ششصد تا هفتصد نسخه (یا حتی نصف این رقم، به قول بعضی ناشران) امری نامطلوب است.^۱

ه) تبلیغات ضد دینی و القای

شباهات

در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نیز مانند سایر رسانه‌ها، افراد و گروه‌های

۱ اینستاگرام و پدیده خطرناک «مرگ خواندن»، خبرگزاری مهر، بازدید ۲۸ شهریور ۱۳۹۴، <http://www.mehrnews.com/news/2509655>.

مغرض با اهداف از پیش

تعیین شده و با شیوه‌های مخصوص، اقدام به تبلیغات ضد دینی و حمله به اعتقادات مذهبی

می‌کنند، تا آنجا که پس از

تحقیق و ریشه‌یابی درمی‌یابیم که هدف اصلی گردانندگان برخی از این شبکه‌ها، دین‌زدایی و حمله به مقدسات بوده است.^۲

راهکارها

با توجه به برنامه‌ریزی صاحبان شبکه‌های اجتماعی در توسعه و جذب کاربران، نه گفتن به شبکه‌های اجتماعی و رفتار انفعالی درباره آن راهبردی منتهی به شکست است. لزوم توجه ویژه به فضای مجازی و اتخاذ تصمیم‌های کلان و راهبردی در این حوزه، ضرورتی است انکارناپذیر که البته چند سالی است با تشکیل شورای عالی مجازی در کشور، مسیر رو به جلوی خود را آغاز کرده است. به نظر می‌رسد راه‌کارهای زیر می‌تواند نقش مؤثری در هدایت کاربران برای استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی داشته باشد.

نه گفتن

به شبکه‌های اجتماعی

و رفتار انفعالی درباره آن

راهبردی منتهی به شکست

است.

الف) آموزش فرهنگ

استفاده صحیح

نقض حریم خصوصی

افراد از جمله پیامدهای

منفی و شایع در شبکه‌های

اجتماعی است. به نظر می‌رسد

برخی از کاربران اینستاگرام، به دلیل

بی‌اطلاعی از امکانات و کارکردهای این

ابزار، به آسیب‌های این شبکه مبتلا

می‌شوند. آموزش در زندگی انسان

موجب تغییر در باورها و نگرش‌های

فرد می‌شود. آموزش فرهنگ استفاده

صحیح از شبکه‌های اجتماعی برای

دوره سنی نوجوان و جوان و بیان

آسیب‌ها و فرصت‌های آن نقش بسزایی

در فرهنگ‌سازی استفاده صحیح از

شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌تواند

داشته باشد. همچنین رسانه‌های

تصویری مانند تلویزیون، وب‌گاه، تابلوهای

تبلیغاتی و... با ساختن برنامه‌های جذاب

با محتوای علمی می‌توانند در ارتقای

فرهنگ استفاده از شبکه‌های اجتماعی

از جمله اینستاگرام نقش مهمی ایفا

کنند.

ب) حمایت از شبکه‌های

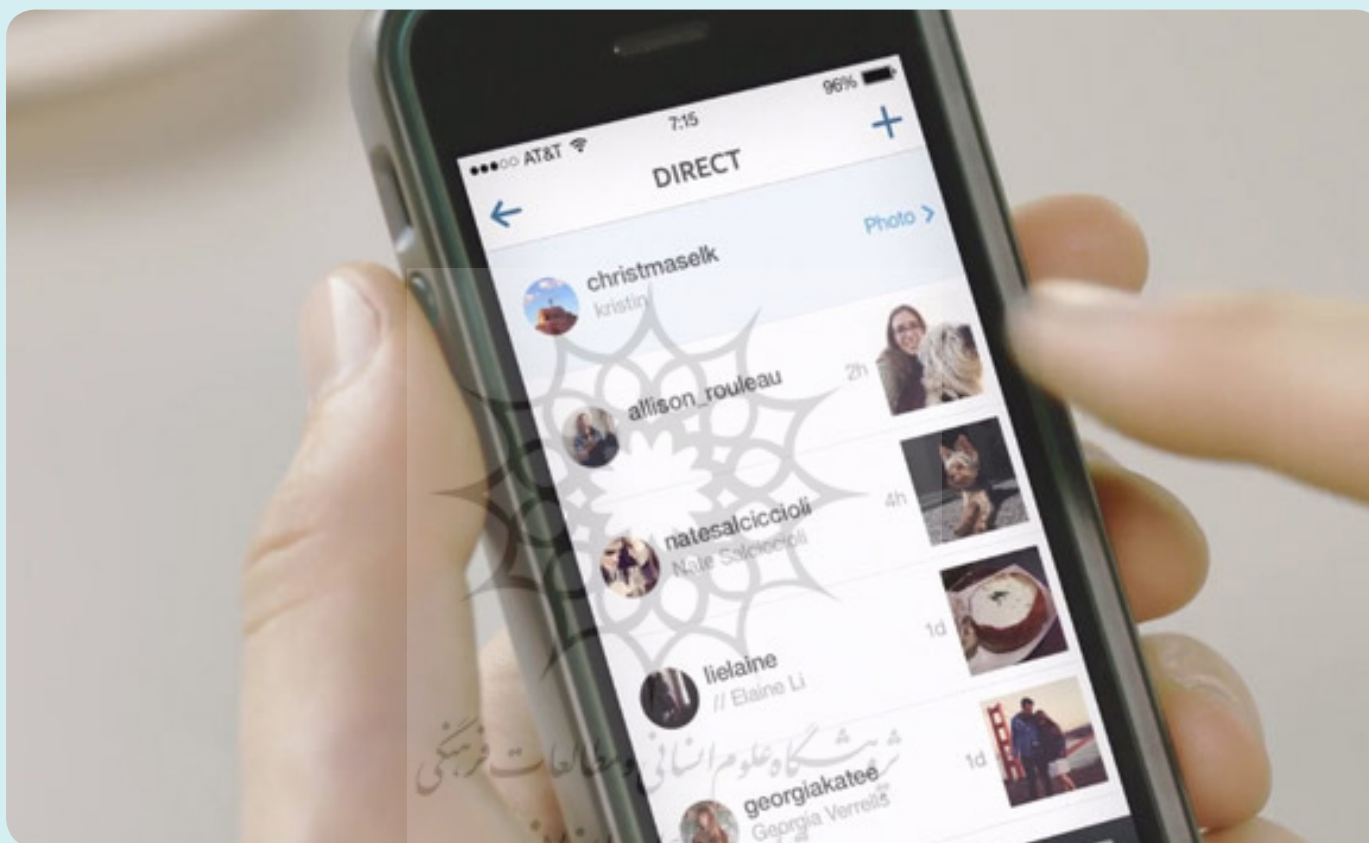
اجتماعی داخل

حمایت از شبکه‌های اجتماعی داخلی

با ایجاد زیرساخت‌های مناسب و حمایت

از شرکت‌های دانش‌بنیان صورت

۲ روح‌الله سلیمانی‌پور، شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها، ره آورد نور ۲، ش ۹ (۱ تیر ۱۳۸۹)، ص ۱۴-۱۹، <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/732098>



ج) مدیریت اوقات فراغت جوانان

فراغت خانواده‌ها که نیاز به همکاری همه دستگاه‌های فرهنگی در کشور است، می‌تواند در ارتباط مؤثر و برنامه‌ریزی شده جوانان با شبکه‌های اجتماعی مؤثر باشد. برگزاری کلاس‌های آموزشی، توسعه فرهنگ ورزش عمومی و سوق دادن جوانان به انجام فعالیت‌های اجتماعی و عام‌المنفعه، نمونه‌ای از کارهایی است که در مدیریت اوقات فراغت باید مورد توجه قرار گیرد.

ورود جوانان به شبکه‌های اجتماعی علاوه بر آثار مثبت می‌تواند پیامدهای منفی در پی داشته باشد؛ اما این شبکه‌ها نباید ابزاری برای تفریح یا فراغت جوانان و یا حتی دیگر اقدار جامعه قرار گیرد. به نظر می‌رسد برنامه‌ریزی دقیق برای اوقات فراغت مردم و ایجاد فضاهای مختلف و سالم جهت گذراندن اوقات

می‌پذیرد. مسئول آزمایشگاه شبکه‌های اجتماعی دانشگاه تهران معتقد است که نهادهای دولتی در حوزه توسعه شبکه‌های اجتماعی داخلی باید تنها حمایت کننده باشند و مانع فعالیت بخش خصوصی نشوند.^۱

۱ چرا شبکه‌های اجتماعی داخلی رشد نمی‌کنند؟
دسترسی ۱۰ مهر ۱۳۹۴، <http://www.snn.ir/detail/news/273865/1579>

کلام آخر

جذابیت شبکه‌های اجتماعی خصوصا اینستاگرام موجب رشد فزاینده کاربران در این شبکه شده است. استفاده از این فرصت، جهت نشر و گسترش فرهنگ اسلامی ایرانی بسیار مغتنم و حیاطی است. از طرفی توجه به آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی فضای مجازی لزوم مسلح شدن افراد جامعه در مقابله با تهاجم نرم رسانه‌های جدید را دوچندان می‌کند. به نظر می‌رسد تقویت باورها و ارزش‌های دینی اقشار مختلف جامعه به‌ویژه جوانان و نوجوانان می‌تواند سدی نفوذناپذیر برابر هجمه فرهنگی دشمنان باشد.

فهرست منابع

آموزش کامل کار با اپلیکیشن اینستاگرام به همراه تمامی ترندها، زومیت، بازدید ۲۶ شهریور ۱۳۹۴ <http://www.zoomit.ir/howto/1394-all-thing-about--20194/smartphonetablet-instagram>

آمنه، رضا، تاریخچه اینستاگرام؛ عکاسی در قاب موبایل، ۱۳۹۱، <http://socialmedia.ir/social-networks/instagram-history.html>

احمدنیا، شیرین، بررسی جامعه‌شناختی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مناسبات خانوادگی، در همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی، جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۲. <http://www.1392>

۰۱ CESN۰۱-civilica. com/Paper-CESN۰۱.html

اسلامی، مروارید، «بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی»، نخستین کنگره ملی فضای مجازی، دسترسی ۲۶ شهریور ۱۳۹۴. <http://nopadid.mcls.gov.ir>

اینستاگرام و پدیده خطرناک «مرگ خواندن»، خبرگزاری مهر، اخبار ایران و جهان، بازدید ۲۸ شهریور ۱۳۹۴. <http://www.mehrnews.com/2509655/news>

اینستاگرام محبوب‌ترین شبکه اجتماعی ایرانیان، پایگاه کاوشگران روابط عمومی، بازدید ۲۷ شهریور ۱۳۹۴، <http://www.prr.ir/page/10248>

اینستاگرام، ویکی‌پدیا، دانش‌نامه آزاد، بازدید ۱۶ سپتامبر ۲۰۱۵. <https://fa.wikipedia.org>

چرا شبکه‌های اجتماعی داخلی رشد نمی‌کنند؟، بازدید ۱۰ مهر ۱۳۹۴. <http://www.snn.ir/detail/1579/273865/news>

درجه، مینا، تامبلر و اینستاگرام جوان‌ترین مخاطبان را دارند، بازدید ۱۵ آذر ۱۳۹۳. <http://bazaar.ir>

سپهری‌فر، صالح، چرا شبکه‌های اجتماعی اعتیادآورند؟ بازدید ۱ بهمن ۱۳۹۴. <http://www.316141/asriran.com/fa/news>

سلیمانی‌پور، روح‌الله، شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدها. ره‌آورد نور ۲، ش ۹ (۱۳۸۹) تیر ۱۳۸۹، ص ۱۴-۱۹. <http://www.noormags.ir/732098/view/fa/articlepage>

شبکه اجتماعی «اینستاگرام» تهدیدی تازه برای نسل جوان، ۲۵ فروردین ۱۳۹۳. <http://tehranpress.1393>

44342/com/fa/news-details

قدری، سهیل، آمار و ارقام جالب از شبکه اجتماعی اینستاگرام Instagram در سال ۲۰۱۵. آمارکتور، ۱۳۹۴. <http://www.imarketer.com/مقاله/آمار-شبکه-اجتماعی-اینستاگرام-2015-instagram>

مولایی، محمد مهدی، شبکه‌های اجتماعی مجازی: جنگ نرم و عملیات روانی، ۱۳۸۹. <http://www.psyop.ir/?p=1723>

مظلومی، نادر و سیدحسین جلالی، شبکه‌های اجتماعی و موفقیت سیاست‌گذاری گردش‌گری ایران. مطالعات مدیریت گردش‌گری، ش ۷، ۱ تیر ۱۳۹۱، ص ۲۵-۴۸. <http://www.noormags.971701/ir/view/fa/articlepage>

مقابله اینستاگرام با انتشار عکس‌های مستهجن، ۲۸ فروردین ۱۳۹۴. <http://www.farsnews.com/13940128000332=newstext.php?nn>

نقش شبکه‌های اجتماعی در رونق گردش‌گری، برترین‌ها، بازدید ۲۷ شهریور ۱۳۹۴. <http://www.bartarinha.ir/fa/news.218719>