

## نقش شبکه های اجتماعی موبایلی در فعالیت های زیست محیطی (مطالعه موردی گروه های تلگرام)

آزاده شیروانی<sup>۱</sup>

### چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی کارکردهای شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام در فعالیت های زیست محیطی صورت گرفته است. داده های پژوهش از طریق مشاهده در فضای مجازی و واقعی و مصاحبه با ۱۰ نفر از اعضا فعال و نیمه فعال گروه زیست محیطی حمایت از طبیعت (بازیافت) جمع آوری شده است. یافته ها نشان می دهد کارکردهای اصلی شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام برای گروه حمایت از محیط زیست (بازیافت) شامل دو بخش اطلاع رسانی، انتشار اخبار و آموزش است. کارکرد اطلاع رسانی شامل اطلاع رسانی درباره فعالیتهای کمپین های حمایت از محیط زیست به ویژه فعالیت های زنان در این زمینه، معرفی کانال های تلگرامی درباره فعالیت های مردمی محیط زیست، انتشار اخبار مربوط به محیط زیست کشور با هدف افزایش آگاهی، حساسیت و توجه به مسائل زیست محیطی است. کارکرد آموزشی شامل ارائه مطالب آموزشی حوزه محیط زیست در قالب متن و عکس و فیلم است. همچنین این گروه دارای فعالیت هایی خارج از فضای مجازی نیز است و از تلگرام برای تشویق افراد به حضور در فعالیت های زیست محیطی استفاده می کند. از جمله این موارد می توان به مشارکت در پاکسازی طبیعت در سطح استان تهران و همکاری با کمپین جمع آوری درب های پلاستیکی اشاره کرد.

کلمات کلیدی: شبکه اجتماعی موبایلی، توسعه پایدار، محیط زیست

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علوم تحقیقات تهران ashflower18@gmail.com

مقدمه:

شبکه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از وبسایت‌ها هستند که در دهه اخیر در کانون توجه کاربران شبکه جهانی اینترنت قرار گرفته‌اند. این سایت‌ها بر مبنای تشکیل اجتماعات بر خط فعالیت می‌کنند و به کاربران این فرصت را می‌دهند که در چارچوب مشخص، صفحات شخصی بسازند و از این طریق خود را به سایر کاربران معرفی کنند، اطلاعات خود را با سایر کاربران به اشتراک گذارند و با آنها ارتباط برقرار کنند (بوید و الیسون، ۲۰۰۸، ص ۲۱۲). شبکه‌های اجتماعی با توجه به ماهیت وجودی خود، خدمات و امکانات گسترده‌ای را در اختیار کاربران قرار می‌دهند. نرم افزارهای تلفن همراه به عنوان نسل نوین شبکه‌های اجتماعی، این فرصت را در اختیار تمام کاربران قرار داده‌اند که با عبور از محدودیت زمان و مکان، با طیف گسترده‌ای از کاربران ارتباط برقرار کرده و دیدگاه‌ها، علایق‌شان را به اشتراک بگذارند. شبکه‌های اجتماعی موبایلی فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را در جوامع مختلف از جمله ایران به وجود آورده‌اند. یکی از عرصه‌های مهم و متأثر از این شبکه‌ها، به طور خاص تلگرام، عرصه مسائل زیست محیطی است. ظهور و گسترش این شبکه‌ها امکان پرداختن به مسائل زیست محیطی را افزایش داده است.

در سالهای اخیر مسائل زیست محیطی در حوزه ادبیات توسعه پایدار مطرح شده‌اند. مفهوم توسعه پایدار بر این حقیقت استوار است که می‌توان سطح استانداردهای اولیه زندگی انسان را بدون دخالت و تصرف بیش از حد در منابع اولیه طبیعی و تغییر و تخریب محیط زیست که متعلق به همه ابنای بشر است، افزایش داد (لطیفی، ۱۳۸۲، ص ۱۴۱). پیدایش مفهوم توسعه پایدار در پاسخ به رشد منطقی را باید آگاهی تازه‌ای نسبت به مسائل جهانی محیط زیست و توسعه دانست که تحت تأثیر فرآیندهای توسعه انسانی و اقتصادی، مسائل زیست محیطی، افزایش جمعیت و تغییرات ساختار سیاسی قرار گرفته است (نادر و سالون، ۲۰۰۸، ص ۱۷۷). یکی از ویژگی‌های توسعه پایدار، توجه به مسائل زیست محیطی و رعایت شاخص‌های آن است، تاکید بر فراهم ساختن محیط زیست سالم و جلوگیری از تخریب آن، زیرا حتی در صورتی که بتوانیم رشد اقتصادی را محقق سازیم، بدون داشتن چنین محیطی، اسباب آسایش انسان فراهم نخواهد شد. (فراهانی فرد، ۱۳۸۴، ص ۱۰۲).

### طرح مسئله:

رسانه‌ها در جریان حرکت جامعه به سمت تغییر و توسعه پایدار تاثیرگذار هستند. تاثیر رسانه‌ها بر روند توسعه جوامع انکارناپذیر است تا جایی که مک لوهان فرایند تطور جوامع را بر اساس ارتباطات بیان کرده است او معتقد است فرایند شکل‌گیری فرهنگ بشر بر پایه مکانیسم‌های ارتباطات انسانی بوده است و اگر ارتباطات وجود نداشت سنگ بنای جامعه انسانی نهاده نمی‌شد. (رستمعلی زاده، ۱۳۸۹، ص ۵) از سوی دیگر انسان امروز با رفتارهای نا بخردانه و غیرعقلایی خود به استفاده بی‌رویه از منابع موجود جهان پرداخته و باعث شده که مشکلات فراوانی برای نسل فعلی و نسل‌های آینده به وجود آید. برای تحقق توسعه پایدار، لازم است که تغییراتی در شیوه زندگی بشر به وجود آید. ایجاد تغییرات اساسی و زیربنایی در شیوه زندگی جوامع، بدون مشارکت فعال و آگاهانه تک‌تک افراد میسر نیست (نوابخش و ارجمند، ۱۳۸۸، ص ۵۷) در بررسی ابعاد توسعه پایدار مسائل زیست‌محیطی در کنار و در تعامل با دیگر عرصه‌های ضروری دوام حیات بشری مطرح می‌شود و به واقع نوعی توسعه همه‌جانبه مبتنی بر علایق محیط زیستی شکل می‌گیرد. تشکل‌های داوطلبانه مردمی که با تنوع در شکل و تخصص به صورت مستقل فعالیت می‌کنند. به عنوان پاسخی مسئولانه از طرف مردم با مشارکت در عرصه‌های حیات اجتماعی، به تحرک در زمینه‌های مختلف دامن می‌زنند. شبکه‌های اجتماعی موبایلی به عنوان جدیدترین نسل رسانه‌های نوین ارتباطی، با ویژگی‌های کارکردی، تعاملی و ساختی‌ای که دارند امکانات و ظرفیت‌های جدیدی را در اختیار کاربران قرار می‌دهند تا نقشی پویا و فعال در فرآیند ارتباط داشته باشند. در همین راستا فعالان مسائل محیط زیست نیز با بهره‌گیری از امکانات شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام، گروه‌های متعددی در حمایت از محیط زیست تشکیل داده‌اند و در زمینه‌های گوناگون مسائل زیست‌محیطی فعالیت می‌کنند. در این پژوهش بررسی این موضوع که شبکه اجتماعی موبایلی (تلگرام) چه کاربردی در حفاظت از محیط زیست به عنوان یکی از مولفه‌های توسعه پایدار دارد مورد توجه قرار گرفته است.

### اهمیت و ضرورت انجام پژوهش:

امروزه توسعه در ابعاد مختلف در دستور کار تمامی کشورهای دنیا قرار دارد. توسعه یک کشور مفهومی کلی است که با توسعه در محورهای مختلف معنا می‌یابد (صادقی، ۱۳۸۴، ص ۲۳). رشد سریع فناوریهای ارتباطی باعث شده است تا هر روز نقشهای جدیدتری برای آنها شناسایی شود از جمله نقش مهم این فناوری‌ها در پیشبرد اهداف توسعه‌ای در کشورها ارتباط

است. ارتباط یکی از عناصر مهم زندگی اجتماعی انسان است و در انتقال دانشها، مهارتها، نگرشها و اطلاعات سهم عمده ای دارد. (تهرانیان، ۱۳۵۵، ص ۳۱)

بر اساس جدیدترین آمار مرکز فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران ۲۲ میلیون نفر در کشور عضو شبکه اجتماعی تلگرام هستند که از این تعداد ۱۵ میلیون نفر فعال هستند (خبرگزاری مهر، تیرماه ۹۴). از تعداد کانالها و گروههای تلگرامی که در کشور در حوزه مسائل محیط زیستی فعالیت می کنند آمار دقیقی در دست نیست. توجه به تعداد بالای کاربران تلگرام در کشور و امکانات ارتباطی که این شبکه اجتماعی در اختیار کاربران قرار می دهد، از یک سو و ضرورت پرداختن به مسائل زیست محیطی به عنوان یکی از شاخص های مهم توسعه پایدار، بررسی نقش این شبکه اجتماعی و آشکارسازی ظرفیت های آن در راستای کمک به اهداف توسعه پایدار در کشور را جاذب اهمیت می سازد.

#### ادبیات نظری و پیشینه پژوهش:

- توسعه پایدار: مفهوم توسعه پایدار از دهه ۱۹۸۰ همزمان با طرح راهبرد جهانی حفاظت از محیط زیست توسط اتحادیه بین المللی حفاظت از محیط زیست و منابع طبیعی<sup>۱</sup> به طور جدی وارد عرصه تحقیقی و پژوهش دست اندکاران امور توسعه شد. (ذوالقدر، ۱۳۸۶، ص ۲۸) کنفرانس جهانی حفاظت و توسعه در اوتاوا، کانادا، توسعه پایدار را در پی نیل به اهداف ذیل بیان کرده است:
- الف- بهم پیوستگی حفاظت از محیط زیست و توسعه
- ب- رفع نیازهای اساسی انسانها
- پ - دستیابی به برابری و عدالت اجتماعی
- ت- در نظر گرفتن خردگرایی اجتماعی و گونه گونی فرهنگی
- ث- نگهداری تمامیت زیست محیطی (مخدوم و عرب زاده مقدم، ۱۳۷۵، ص ۳۰-۲۹)

همچنین کمیسیون جهانی محیط زیست اهداف کارکردی توسعه پایدار را چنین برشمرده است: تغییر کیفیت رشد، رفع نیازهای ضروری برای اشتغال، غذا، انرژی، آب و بهداشت، افزایش رشد، کنترل جمعیت در یک حد پایدار، حفاظت و نگهداری منابع، دگرگونی تکنولوژیکی، مد نظر قرار دادن محیط زیست و اقتصاد با هم در تصمیم گیری ها، دگرگون کردن روابط بین المللی اقتصادی، مشارکتی کردن توسعه. (مخدوم و

عرب زاده مقدم، ۱۳۷۵ ص ۳۵) در توسعه پایدار محیط زیست در کنار و در تعامل با دیگر عرصه‌های ضروری دوام حیات بشری مورد بررسی قرار می‌گیرد و به واقع نوعی توسعه همه جانبه مبتنی بر علایق محیط زیستی شکل می‌گیرد. توسعه پایدار در بخش محیط زیست می‌تواند زمینه‌های مختلفی همچون حفاظت از اتمسفر، استفاده مناسب از زمین، حفاظت از جنگل‌ها، کویرزدایی، توسعه کوهستان، کشاورزی و تنوع زیستی، مدیریت منابع آب، مدیریت مواد شیمیایی خطرناک و ... را در برگیرد (نوابخش و ارجمند، ۱۳۸۸ ص ۵۰-۵۵) توسعه شهرنشینی و افزایش جمعیت، تلاش برای رفاه بیشتر و فرهنگ مصرف، جملگی باعث مداخله افراطی در طبیعت شدند و تعادل و توازن محیط طبیعی را بر هم زدند تا بدان حد که اینک زندگی خود بشر به مخاطره افتاده است (زاهدی، ۱۳۸۶ ص ۱۶۹)

ارتباطات توسعه: دکتر مجید تهرانیان معتقد است برای رسیدن به ارتباطات توسعه باید سه مرحله را طی کرد: مرحله اول «توسعه ارتباطات» است که می‌تواند به عنوان گسترش ظرفیت مجاری نظام ارتباطی تعریف شود. مرحله دوم «توسعه به وسیله ارتباطات» است. به معنای به کارگیری ظرفیتهای ارتباطی در جهت ارائه خدمات اجتماعی مانند آموزش از راه دور، کتابخانه از راه دور و غیره به همراه خدمات معمول و سنتی. مرحله سوم «توسعه برای ارتباطات» است که بر ارتباط مستقل از قدرت و متکی بر گفت و گو میان دولت و جامعه مدنی مبتنی است. به طوری که مبنای تصمیم گیریهای عمومی عقلانیت ارتباطی است نه عقلانیت ابزاری. فرایند «توسعه ارتباطات» با شاخصهای کمی سنجیده می‌شود و به ابزارها و زیرساختهای ارتباطی می‌پردازد. فرایند «توسعه به وسیله ارتباطات» یا شاخصهای کیفی توسعه، این جنبه از توسعه ارتباطات با ارتقای سطوح آگاهی و انتظارات و اصرار برای افزایش رقابتهای مشارکتهای اجتماعی همراه است. سومین فرایند، فرایند توسعه برای ارتباطات یا شاخصهای بازنگری است. این وجه از توسعه، سیاستی را پیشنهاد می‌کند که بر اساس یک عنصر فراگیر و درونزاد (مثل ایدئولوژی یا فرهنگ) بتواند ساختارها، هویتها و علایق متفاوت و پراکنده را متحد و یگانه سازد. به عبارت دیگر، میزان «انسانی شدن» تحرک و مشارکت مرحله دوم را تأمین و تعیین می‌کند.

پائولو فریره معتقد است مردم در کنار علاقه مندیشان به دریافت پیام، به همان میزان نیازمند و علاقه مند به انتشار و انتقال اندیشه‌های خود به دیگران هستند. این بیان

به منزله این است که در ارتباطات توسعه، ارتباط باید دوسویه و افقی و یا طرح یک «فراگرد ارتباطی مشارکتی» باشد. به عبارت دیگر «مشارکتی» باشد. در توسعه پایدار نیز مشارکت جوامع محلی امر ضروری جهت موفقیت طرحهای توسعه است.

ارتباطات توسعه به ارتباط دوسویه و افقی پیام دهندگان و مخاطبان در طرحهای توسعه و مشارکت مخاطبان در تولید پیامها و تصمیم گیریها نظر دارد. توسعه پایدار به استفاده منطقی از محیط زیست جهت تأمین نیازهای نسل حاضر و نسلهای آینده اشاره دارد و شرط لازم جهت تحقق هر دو، توجه به زمینه هایی است که مخاطبان یا افراد محلی در طرحهای توسعه در آن قرار داشتند؛ زمینه های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و غیره. نیاز مخاطبان یا افراد محلی هم تنها به نیازهای اقتصادی محدود نمی شود، بلکه همه نیازهای آنها را دربر می گیرد. در واقع ارتباطات توسعه و توسعه پایدار رویکردی همه جانبه به نیازهای انسانی دارند. با توسعه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی؛ ارتباطات توسعه معنا پیدا می کند و بدون وقوع اینها، توسعه پایدار امکان وقوع ندارد. در حقیقت ارتباطات توسعه یکی از پیش شرطهای اصلی رسیدن به توسعه پایدار است. به بیان ساده تر، جامعه ای به توسعه پایدار خواهد رسید که ارتباطات توسعه را نیز پشت سر گذاشته باشد. (علیزاده، ۱۳۸۴ ص ۱۸۵-۱۹۱)

### شبکه های اجتماعی و ویژگیهای آنها

شبکه های اجتماعی ساختارهایی هستند که در آنها مجموعه ای از افراد و سازمان ها به واسطه مجموعه ای از روابط اجتماعی، مانند دوستی، همکاری یا تبادل اطلاعات، به یکدیگر متصل می شوند. ساختار این شبکه ها از افراد، گروهها و سازمانها به مثابه گره های آن تشکیل شده است. این گره ها در ارتباط با یکدیگر می توانند انواع گوناگونی از وابستگیهای متقابل را داشته باشند. از ارزشها، چشم اندازها، اهداف و هر چیز مشترکی که پیوند دهنده میان افراد، گروه ها و سازمان ها باشد، می توان به عنوان رابطه های این شبکه ها نام برد. شبکه های اجتماعی اغلب دارای ۵ ویژگی بارز هستند:

۱- مشارکت: رسانه های اجتماعی از طریق تشویق به مشارکت و ارائه بازخوردهای سریع در عمل، مرز میان مخاطب و رسانه را برمی دارند

۲- گشودگی<sup>۱</sup>: ذات رسانه های اجتماعی آشکار بودن است و از مسیر رای گیری ها، بازخوردها و به اشتراک گذاری اطلاعات، در عمل فضای گشوده ای را برای حضور فعالانه مخاطب فراهم می سازند.

۳- محاوره<sup>۲</sup>: گفت و گو و تعامل طرفین در رسانه های اجتماعی بسیار مورد توجه کاربران است.

۴- اجتماعی بودن<sup>۳</sup>: رسانه های اجتماعی، شکل دهی اجتماعات مجازی را به سرعت فراهم می کنند و نیز ارتباطات مؤثر را حول علایق مشترک این اجتماعات سامان می بخشند.

۵- فراگیری<sup>۴</sup>: رسانه های اجتماعی از کلیه ظرفیتهای موجود در سایر رسانه ها مانند تصویر، صدا و ... بهره می جویند و واقعیت مجازی را خلق می کنند (بهمنی، ۱۳۹۲)

- کارکردهای شبکه های اجتماعی: شبکه های اجتماعی، همانند رسانه های دیگر، کارکردهایی دارند که برخی از آنها کارکردهای اختصاصی این شبکه ها محسوب می شوند و در برخی از کارکردها با سایر رسانه ها اشتراک دارند. مهمترین کارکردهای شبکه های اجتماعی عبارتند از: ۱- پیوستگی: یکی از وظایف اصلی ارتباطات، ایجاد پیوستگی بین انسانهاست. بشر همواره از ایجاد ارتباط با کسانی که دوست دارد، لذت می برد و به دنبال راه هایی برای ارتباط بیشتر با این افراد است. در شبکه های اجتماعی مجازی، ارتباط گیری با انبوهی از انسانها از طیف های گوناگون به راحتی امکانپذیر است. در این شبکه ها، کاربران از راههای گوناگون می توانند افرادی را با ویژگیهای مورد نظر خود، از میان میلیونها تن، شناسایی کنند و با ایجاد ارتباط، نوعی پیوستگی را بین خود و آنها موجب شوند. در ارتباط با گروهها نیز، شبکه های اجتماعی امکان ایجاد گروههای مختلف و ارتباط و پیوستگی آنها را فراهم می سازند. ۲- تصدیق: یکی از مهمترین فرصتهایی که شبکه های اجتماعی در اختیار کاربران قرار می دهند، گرفتن تصدیق یا رد است به این معنا که کاربران و اعضای شبکه های اجتماعی با امکاناتی مانند لایک کردن<sup>۵</sup>، مطلب، عکس، وضعیت و هر چیز دیگر، به نوعی به تصدیق آن می پردازند. همچنین، مطالب خود را در معرض تصدیق یا رد سایر کاربران قرار می دهند و از این طریق، نوعی حس رضایت،

.....  
۱  
.....  
۲  
.....  
۳  
.....  
۴  
.....  
۵  
.....



همدلی و همفکری در بین کاربران ایجاد می کنند. ۳ - اطلاعاتی و استدراکتی: از دیگر کارکردهای شبکه های اجتماعی، کارکرد اطلاعاتی و استدراکتی است که باعث افزایش درک از طرف مقابل در فراگرد ارتباطات یا افزایش اطلاعات او می شود. به طور قطع، شبکه های اجتماعی مجازی محلی برای نشر و تبادل اطلاعات و ادراکات هستند. ۴ - تأثیرگذاری: از دیگر کارکردها، تأثیرگذاری بر دیگران یا نفوذ در آنهاست کارکردی که تحقق آن در شبکه های اجتماعی، به سهولت در اختیار رهبران فکری قرار می گیرد. ۵ - تصمیم گیری: شبکه های اجتماعی، محیط مناسبی را برای دریافت مشورت از افراد با تجربه فراهم کرده اند. این شبکه ها می توانند کاربران را در اتخاذ تصمیم درباره مسائل مختلف و همچنین پذیرش و تصدیق رفتارها، تفکرات و نگرش ها، جهان بینی ها و حتی نمادها و اشیا و محصولات و ... یاری دهند. (نصرتی، ۱۳۹۱)

- شبکه های اجتماعی مجازی: کاستلز نظریه پرداز جامعه شبکه ای معتقدست که امروزه فناوری های نوین اطلاعاتی محدودیت های زمانی و مکانی را از بین برده اند و فرا زمانی و فرا مکانی عمل می کنند و ارتباطات رایانه ای به طور ویژه شبکه های اجتماعی مجازی، مجموعه ای از جوامع مجازی را به وجود می آورند. او همچنین عقیده دارد که جنبش های اجتماعی از این شبکه ها برای رسیدن به اهداف و پیشبرد برنامه هایشان بهره می برند و در اینجاست که به گفته وی: . قدرت جریان ها از جریان های قدرت پیشی می گیرد. (کاستلز، ۱۳۸۴، ص ۱۴۷) در این دیدگاه که به دیدگاه خوش بینانه مشهور است، متفکران استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی را باعث افزایش کنشگری و فعالیت های اجتماعی افراد می دانند، به این صورت که افراد برنامه ها و فعالیت های خود را از طریق پست الکترونیک و ایجاد گروه ها، کمپین ها و صفحات در فضای فیس بوک اعلام کرده و با گرد هم آوردن مردم در زمان و مکان مقرر، از حوزه کنشگری صرفاً مجازی و منفعل، خارج شده و به کنشگری آفلاین و حضوری می پردازند. (هارلو، ۲۰۱۱، ص ۲۲۷) در واقع، جنبش های اجتماعی جدید و از آن جمله جنبش های زیست محیطی، به طور خاصی خودشان را بروز می دهند. زمانی که فعالان، متن ها و تصاویرشان را در شبکه جهانی قرار می دهند یا اینکه از تکنولوژی های دیجیتال و ارتباطی استفاده می کنند تا به برنامه ریزی و سازماندهی فعالیت هایشان کمک کنند (جواریس، ۲۰۰۵، ص ۱۹۹).



شبکه های اجتماعی مجازی فضایی اند که اجازه می دهند افراد در جامعه ای جدید، به طور مجازی زندگی کنند. هابرماس بر این باور است که قلمرو عمومی ، که آن را سپهر عمومی یا عرصه عمومی می نامد، در عصر مدرن احیا شده است و در مکان هایی مانند قهوه خانه ها، قرائتخانه ها و محافل بحث و گفتگو متجلی شده است. بنابراین ، به این معنی می توان گفت که شبکه های اجتماعی، جماعت هایی در وضعیت مدرن و واسطه ای میان جامعه و دولتهای مدرن اند که وارد مسائل مربوط به امر عمومی می شوند. (صدیق بنای، ۱۳۷۸ ، ص ۲۳)

### پیشینه پژوهش:

در زمینه نقش رسانه ها ( رادیو ، تلویزیون و مطبوعات) در توسعه تحقیقات مختلفی در کشور انجام شده است اما در ارتباط با رسانه های نوین مانند شبکه های اجتماعی موبایلی و نقش آنها در توسعه تاکنون پژوهشی صورت نگرفته است. بنابراین در این بخش به برخی از تحقیقاتی که به موضوع توسعه و یا رسانه های نوین پرداخته اند اشاره می شود:

- در سال ۱۳۹۴ تحقیقی با عنوان جنبش های قومی و تلفن همراه هوشمند مطالعه صفحه آذربایجان در وایبر . به وسیله حیدری و چرامی انجام شده است. در این تحقیق صفحه آذربایجان در شبکه اجتماعی وایبر که بیش از ۱۵۰ هزار دنبال کننده داشت با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مورد ارزیابی قرار گرفت. و یافته های تحقیق نشان داد که مطالب منتشر شده در این صفحه در چند گروه کلی جای می گیرند که مهمترینشان عبارتست از: شعر و ادبیات، معرفی مشاهیر و بزرگان آذربایجان، دغدغه های زیست محیطی و... مطالب منتشر شده در این صفحه هم در ارتقا و افزایش آگاهی های افراد دنبال کننده و هم در همگرایی و شکل گیری احساس نزدیکی با کشورهای همسایه نقش داشته است.

- در سال ۱۳۹۴ تحقیقی با عنوان کاربردهای نرم افزارهای ارتباطی تلفن همراه در گسترش فعالیت مدافعان حقوق زن . توسط محسن میرزاابوالحسن خان ایلچی و مصری با هدف بررسی کارکردهایی که این نرم افزارها در فعالیت های اخیر فعالان حقوق بشر داشته اند انجام شد. روش تحقیق اسنادی و انتخاب نمونه هایی از رویدادها و روندهای اجتماعی بود و نشان داد که کاربران اقدام به تولید محتوای آگاهانه یا نا آگاهانه در فضای مجازی کرده اند.

- در سال ۱۳۸۷ پژوهشی با عنوان دستیابی به توسعه پایدار روستا با تاکید بر نقش محوری رسانه های جمعی . توسط رحمانی فضلی و بوذری انجام شد. این تحقیق با روش پیمایشی و با تکمیل ۴۹۸ پرسشنامه و مصاحبه با روستائیان ساکن در روستاهای استان قزوین شکل گرفت. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که کارکرد وسایل ارتباط جمعی در افزایش آگاهی اقتصادی روستائیان در روستاهای استان قزوین علی الرغم بر خورداری از زیرساخت نسبتا مناسب ارتباطی و دسترسی نسبی به رسانه ها در حاشیه قرار دارد و مرکزیت با ارتباطات میان فردی و گروهی و به صورت شفاهی است. این مساله تعجب آور نبود. زیرا اول اینکه روستائیان در تهیه برنامه ها و محتواهای آنها نقشی نداشتند و دوم اینکه کارشناسان مربوطه بدون توجه به نیاز روستائیان و عدم شناخت کافی از محیط روستایی دست به تولید برنامه زده اند. به همین دلیل روستائیان برای آگاهی از انواع شیوه های جدید تولید و بهره برداری از زمین و بازار. از تعاملات فردی و ارتباط با مروجین بیشترین استفاده را کرده اند.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کیفی است که به روش مصاحبه عمیق و مصاحبه از طریق نرم افزار موبایلی تلگرام و مشاهده در فضای مجازی و واقعی انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات پژوهش از پرسشنامه نیمه ساختار یافته محقق ساخته بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه اعضا گروه تلگرامی حمایت از طبیعت (بازیافت) است. گروه زیست محیطی حمایت از طبیعت: این گروه از یک سال پیش با هدف حمایت از طبیعت و کمک به بازیافت مواد زائد در شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام تشکیل شده است و با ۶۰ نفر عضو در فضای مجازی و واقعی فعالیت می کند. حجم نمونه نیز ۱۰ نفر از اعضا فعال و نیمه فعال این گروه است که به روش هدفمند انتخاب شده اند.

### یافته های پژوهش:

- گروه حمایت از طبیعت(بازیافت) از تلگرام به عنوان بستر اصلی فعالیت های خود استفاده می کند.
- همه اعضا این گروه زنان هستند. و پیش از عضویت در این گروه سابقه فعالیت های زیست محیطی نداشته اند.

- بیشتر اعضای این گروه دارای تحصیلات دانشگاهی هستند.
- کارکردهای اصلی نرم افزار موبایلی تلگرام برای گروه حمایت از طبیعت (بازیافت) شامل دو بخش اطلاع رسانی، انتشار اخبار و آموزش است.
- کارکرد اطلاع رسانی شامل اطلاع رسانی درباره فعالیت ها و کمپین های حمایت از محیط زیست به ویژه فعالیت های زنان در این حوزه، معرفی کانال های تلگرامی درباره فعالیت های مردمی محیط زیست، اطلاع رسانی و هماهنگی اعضای گروه برای انجام فعالیت های زیست محیطی انتشار اخبار مربوط به محیط زیست با هدف افزایش حساسیت و توجه به مسائل زیست محیطی از جمله این اخبار می توان به خبرهای مربوط به آلودگی محیط زیست (آب، خاک و هوا)، حمایت از حیوانات و... اشاره کرد.
- کارکرد آموزشی شامل ارائه مطالب آموزشی در قالب متن و عکس و فیلم است. با توجه به اینکه زمینه اصلی فعالیت این گروه بازیافت مواد زائد پلاستیکی و ترویج فرهنگ تفکیک زباله است. فعالیت های آموزشی آن بیشتر درباره استفاده کمتر از مواد پلاستیکی و ارائه راهکارهایی برای بازیافت آنها، شیوه های مصرف بهینه انرژی و آب و ارائه روش هایی برای تولید زباله کمتر است.
- همچنین این گروه دارای فعالیت هایی خارج از فضای مجازی است و از تلگرام برای تشویق افراد به حضور در فعالیت های زیست محیطی استفاده می کند. از جمله این موارد می توان به مشارکت در پاکسازی طبیعت در سطح استان تهران و همکاری با کمپین جمع آوری درب های پلاستیکی و ارائه آنها به مراکز بازیافت با هدف کمک به معلولین (تامین هزینه تهیه ویلچر برای معلولین نیازمند) اشاره کرد.

### بحث و نتیجه گیری:

از آنجایی که توسعه امری اجتناب ناپذیر است یکی از راه حل های انسان امروز برای کاهش ضایعات ناشی از فعالیت های اقتصادی، تحت عنوان توسعه پایدار مطرح شده است. مولفه های توسعه پایدار عبارتند از: انسان، کودکان و نوجوانان، محیط زیست، زنان، فرهنگ، آموزش، علم، اخلاق، امنیت، مشارکت، حکمرانی محلی مطلوب (نوابخش، ۱۳۸۸، ص ۴۶-۱۲۴) همچنین عوامل توسعه پایدار نیز شامل دولت ها، سازمان بین المللی و سازمان های غیر دولتی است.

بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت استفاده از ظرفیت ارتباطی رسانه‌های نوین مانند شبکه اجتماعی موبایلی (تلگرام) بستر مناسبی برای افزایش مشارکت شهروندان و گروه‌های مختلف جامعه در زمینه پیشبرد اهداف توسعه پایدار ایجاد می‌کند. شبکه‌های اجتماعی با دارا بودن ویژگی‌های مشارکت، محاوره و اجتماعی بودن امکان تشکیل گروه‌های اجتماعی (گروه‌های اجتماعی مجازی با استفاده از فناوری نرم افزارهای موبایلی مانند تلگرام) را فراهم می‌کنند و با بالا بردن میزان مشارکت مخاطبان در تولید پیام‌ها و تصمیم‌گیری‌ها ارتباط را به فرایندی دو سویه و مشارکتی تبدیل می‌کنند و این موضوع یکی از زمینه‌های تحقق توسعه پایدار است.

برای دستیابی به توسعه پایدار به کارگیری همه ظرفیت‌های جامعه ضروری است و زنان با توجه به نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای که در اداره امور خانواده و جامعه دارند، می‌توانند برای تسریع روند تغییر و تحقق هدف‌های توسعه پایدار، مسئولیت‌های جدی و مهمی را بر عهده بگیرند. همچنین گروه‌های داوطلبانه مردمی که با تنوع در شکل و تخصص به صورت مستقل فعالیت می‌کنند، به عنوان پاسخی مسئولانه از طرف مردم با مشارکت در عرصه‌های حیات اجتماعی، به تحرک در زمینه‌های مختلف دامن می‌زنند.

ناآگاهی از مسائل زیست محیطی سبب شده که افراد با بی‌توجهی و سهل‌انگاری با طبیعت و عناصر تشکیل‌دهنده محیط زیست برخورد کنند. بنابراین با بهره‌گیری از ظرفیت ارتباطی و انتقال پیام شبکه‌های اجتماعی موبایلی با توجه به میزان ضریب نفوذ بالای موبایل و اینترنت در کشور می‌توان عموم مردم را از مخاطرات تهدیدکننده محیط زیست‌شان آگاه کرد و به اقدام و مشارکت در جهت حفظ آن تشویق نمود.

## منابع:

- بهمنی، مهرزاد (۱۳۹۲) نظرسنجی از شهروندان ۱۵ سال و بالاتر تهرانی درباره شبکه‌های اجتماعی و نحوه تعامل با آنها. مرکز تحقیقات صداوسیما، تهران

- تهرانیان، مجید (۱۳۵۵) نقش رسانه‌ها در توسعه ملی ایران، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، صدا و سیما، تهران

- ذوالقدر، اسفندیار (۱۳۸۶) محیط زیست و توسعه پایدار، حفظ محیط زیست برای نسل آینده، ماهنامه اقتصاد و توسعه، شماره ۲۰ ص ۲۸

- رستم‌علیزاده، ولی‌الله (۱۳۸۳) نقش رادیو در توسعه فرهنگی و اجتماعی با نگاهی به ایران، مجله رادیو، سال هفتم، شماره ۳۹، ص ۳

- صادقی، جمشید (۱۳۸۴) توسعه سیاسی و نقش رسانه‌ها (صداوسیما) در آن، پایان‌نامه کارشناسی، دانشکده صداوسیما

- صدیق بنای، هلن(۱۳۸۷)آشنایی با شبکه های اجتماعی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ای روزنامه همشهری، تهران

- علیزاده، عبدالرحمان(۱۳۸۴)ارتباطات و توسعه و توسعه پایدار، رسانه شماره ۶۴، ص ۲۳۱-۲۴۵

- فراهانی فرد، سعید(۱۳۸۴) درآمدی بر توسعه پایدار در عصر ظهور، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، تهران، سال پنجم، شماره ۲۰، ص ۱۱۴.

- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴) عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ جلد ۱، طرح نو، ترجمه: احد علیقلیان، افشین خاکباز، حسن چاووشیان، تهران

- لطیفی، غلامرضا(۱۳۸۲) توسعه شهری پایدار توسعه فرهنگی، فصلنامه علوم اجتماعی(ویژه برنامه ریزی شهری)، شماره ۲۲، ص ۱۳-۲۵.

- مخدوم، مجید و عرب زاده مقدم، مهدی(۳۷۵) توسعه پایدار، تهران معاونت ترویج و مشارکت مردمی سازمان جهاد سازندگی

- نصرتی، محمد. (۱۳۹۱) ارتباطات انسانی در شبکه های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی ارتباطات انسانی در بین کاربران شبکه اجتماعی گوگل پالس). مجموعه مقالات همایش روز رسانه های اجتماعی. تهران: پژوهشکده فرهنگ، هنر و معماری

- نوابخش، مهرداد، ارجمند، اسحاق(۱۳۸۸) مبانی توسعه پایدار شهری، جامعه شناسان، تهران

..... ۲۰۰۸.....

..... ۲۳..... ۱..... ۲۰۰..... ۳۳.....

..... ۲۱۱.....

..... ۲۲۵..... ۲..... ۱۴.....

۲۴۳

..... ۲۰۰۵.....

..... ۱۸۹..... ۱..... ۵۷۷.....

..... ۲۰۰۸.....

..... ۱۸۶..... ۱۸..... ۴۴.....

..... ۱۹۸

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی