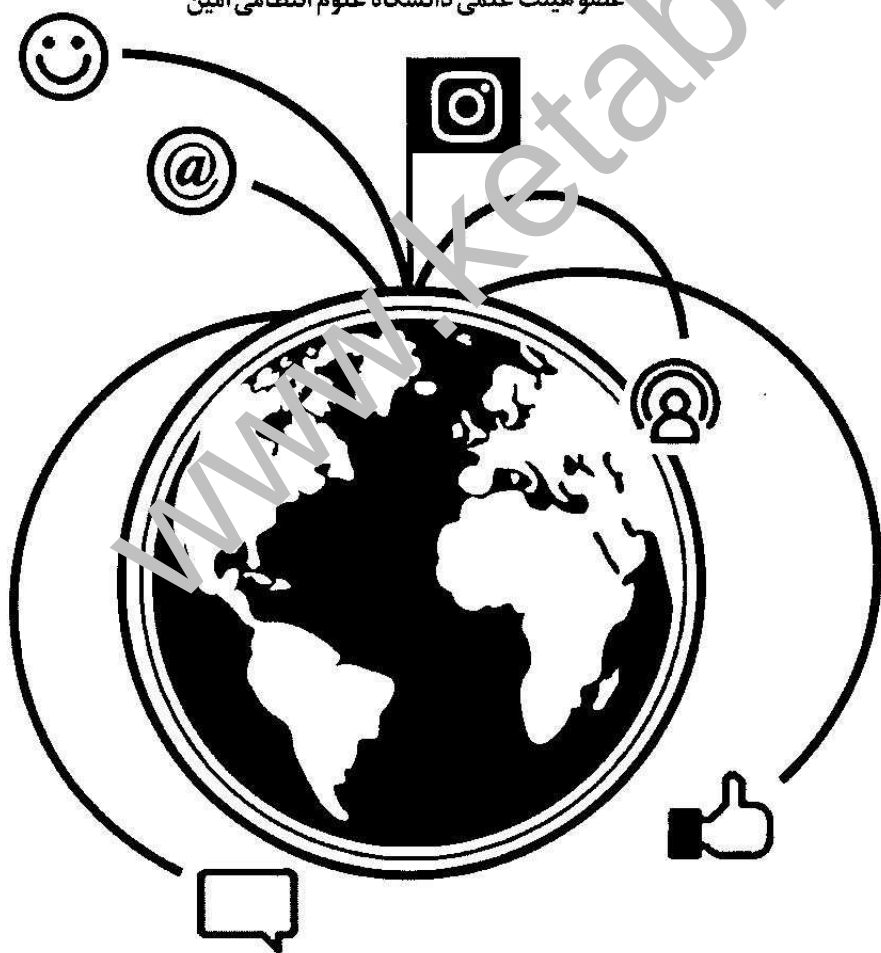


شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی

غلامحسین بیابانی

عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی امین



سرشناسه: بیابانی، غلامحسین، ۱۳۹۴-
عنوان و نام پدیدآور: شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی / مولف غلامحسین بیابانی.
مشخصات نشر: تهران: رهروان پویش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری: ۱۹۶ ص
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۷۴-۴۳-۲
وضعیت فهرست‌نویسی: فبا
موضوع: شبکه‌های اجتماعی پیوسته -- جنبه‌های اجتماعی -- مقاله‌ها و خطابه‌ها
موضوع: Addresses, essays, lectures -- Social aspects -- Online social networks
موضوع: رسانه‌های اجتماعی -- جنبه‌های اجتماعی -- مقاله‌ها و خطابه‌ها
موضوع: Addresses, essays, lectures -- Social aspects -- Social media
موضوع: شبکه‌های اطلاعات و ارتباطات -- جنبه‌های اجتماعی -- مقاله‌ها و خطابه‌ها
موضوع: Addresses, essays, lectures -- Social aspects -- Information and communications technologies
رده بنیاد: ۲۱۲ ش ۹ ب / HM۷۴۲
رده بی‌سی دی: ۳۰۲/۳۰۲۸۵
شماره کتابشناسی ملی: ۵۴۶۰۱۷۰

شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی

اثر: غلامحسین بیابانی

ناشر: کتاب آبان

لیتوگرافی: جامع هنر

چاپ و صحافی: نقش‌نیزار

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۷۴-۴۳-۲



انتشارات رهروان پویش

تهران- خیابان شریعتی- بالاتراز میرداماد- نبش بن بست زرین- برج مینا- طبقه ۵- واحد ۴

تلفن: ۲۲۸۹۴۵۵۰ / دوزنگار: ۲۲۸۹۴۵۵۱

۷

پیشگفتار

۷

مقدمه

۱۳

فرهنگ کلام و وضعیت موجود: بازبینی هدف فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

نویسنده: وینسنت میلر

ترجمه: بهنام ذوقی

۱۱

به سوی انعطاف‌پذیری اجتماعی: پیمایشی کیفی و کمی در مورد ادراک شهروندان از

شبکه‌های اجتماعی در بحران‌ها در اروپا

نویسندگان: کریستیان ویتتر - و ماس اشپیلهوفر

ترجمه: بهنام ذوقی

۳۳

شبکه‌های اجتماعی آنلاین و انتشار اطلاعات: نقش شبکه‌های فردی

نویسندگان: آرنابولدی والرئو - مارکو کوتتی - آندره پاسارلا و آیین بنبارم

ترجمه: طاهره نادی نجف‌آبادی

۵۳

انجمن‌های مبارزه با جرمی که به صورت دیجیتال امکان‌پذیر شده‌اند: کنترل ظرفیت

گسترش دادن مرزهای مشارکت مدنی توسط شبکه‌های اجتماعی

ینی تیم - شان ال. پن - شمال بحری و علی فازی

۸۳

رسانه های اجتماعی و تکنولوژی های نو: نکات ابتدایی

نویسنده: مارجری هوگان - ویکتور استراسبرگر

ترجمه: علی عبداللہی راد

۱۰۳

افزایش شفافیت و پاسخگویی از طریق ICT، رسانه های اجتماعی و دولت

الکترونیک و مکانی

نویسندگان: جان کارلو برتات - پائول تی جاستین ام گرایمز

ترجمه: سهیلا بابا رشی

۱۰۴

میانجیگری امید: فناوری ارتباطات و نابرابری

نویسنده: رابین منسل

ترجمه: مشہید ابوالحسنی

۱۴۹

حقوق ارتباطی از حواشی:

بایگانی (آرشیو محتوایی) تلفن همراه هوشمند جیبی پناهندگان سیاسی جوان

نویسنده: کوان لورس

ترجمه: مشہید ابوالحسنی

۱۷۱

پوتنام (۲۰۰۰)، یکی از اندیشمندان حوزه شبکه های اجتماعی معتقد است: شبکه های اجتماعی نوعی از رسانه ها هستند که بعد از رسانه های جمعی ظهور یافته و امکان تعامل میان تولیدکنندگان پیام و دریافت کنندگان آن را فراهم می آورند، بدین معنا که در این رسانه ها مخاطب یا گیرنده پیام، منفعل نبوده و به تعامل پویا و فعالانه با پیام، فرستنده، فرآیند ارسال، دریافت و بستر ارائه پیام می پردازد و امکان ایجاد تغییرات در پیام ارسالی و باز نشر آن را دارد. به عبارت دیگر پیامی ترکیب شده با اندیشه ها آموزه های فکری خود را باز نشر دهد.

اما به طور کلی تمام رسانه ها، اجتماعی هستند، راین مضمون که آنها روابطی را در بین دو یا چند نفر به صورت فردی و جمعی، به کار فرزانده ای در بعد مکان و زمان برقرار می کنند، هیچ رسانه ای اجتماعی تر از دیگر رسانه ها نیست. یکی هر رسانه به صورت مجزا و جدای از اینکه از نظر اجتماعی بودن متمایز هستند، همچنین قابلیت ایجاد ارتباطات وسیع و طراحی و پیاده سازی شبکه های ارتباطی نفر به نفر، یا گروه به مجموعه را نیز دارند (جنسن، ۲۰۱۵: ۱). اما از نگاه فناوری، رسانه های اجتماعی معنی بر اصول برنامه رایانه ای دیجیتال هستند. رایانه یک فرا-رسانه است که در برگیرنده یک وسیله وسیعی از رسانه های جدید و قدیمی است. زیرا بسیاری از رسانه های اجتماعی در دهه های آینده بر همین اساس شکل خواهند گرفت. رایانه دیجیتال برای هر چیزی مناظرات نظری را بازگشایی می کنند تا رسانه بتواند در اولویت و جایگاه اولیه خود قرار گیرد. زیرا رسانه های اجتماعی همچنین میتواند به عنوان موسساتی در جامعه برای مناظرات عمومی باشد. مشارکت رسانه های اجتماعی تنها در مورد ملاحظات سیاسی و معیارهای اجتماعی نمیشود؛ بلکه مشارکت رسانه ها بر این اساس هست که تا چه حد میتوانند کاربران خود را به عنوان عوامل اجتماعی در ظرفیتهای خصوصی و عمومی قدرتمند کنند؟

در تاریخ ارتباطات، رسانه های جدید تصور تحریک کننده ای از نقش ارتباطات در شکل گیری و شاید تغییر شکل جامعه هستند.

اما یکی از کارکردهای رسانه اجتماعی در حوزه ارتباطات انبوه این است که چگونه تعداد زیادی از کاربران از یک محتوای رسانه ای بهره مند بشوند. مثل ویکی پدیا. براین اساس رسانه های اجتماعی مانند رسانه های دیگر به طور یکسان و با یک پاداش یکسان توسط افراد و گروه های مختلف جامعه مورد استفاده قرار نمی گیرند. صرفنظر از آن، ارتباطات بسیاری از افراد چه به شکل ارتباطات یک به یک و یا ارتباطات چند به چند، بستگی زیادی به تعلق خاطر به قانون اساسی و ساختار جامعه دارد.

از قرن ۱۸، جامعه مدرن به طور گسترده ای به عنوان یک ساختار به سه بخش خصوصی، حوزه عمومی و دولت شناخته شده است. از یک سو، پول باعث می شود که جهان در حوزه فعالیت های اقتصادی خصوصی قرار گیرد (که به وسیله یک حوزه خصوصی و یا شخصی تر از زندگی شخصی و نهادگی تکمیل می شود). از سوی دیگر، آژانسهای دولتی (یا، به معنای غربی آن، "دولت") در ساخت های مادی زندگی اجتماعی، ثبات اقتصادی، اجرای قانون و تنظیم اختلافات رابطه روش قضایی یا اجباری و غیره تضمین می کنند. به معنای دیگر میان دو حوزه بازار و دولت، حوزه عمومی، همانطور که توسط هابرماس نوشته شده (۱۹۶۲/۱۹۸۹)، از جمله مطبوعات، مجل اصلی موسسات سیاسی و فرهنگی است که باید به آن فکر کنند. در فرمولاسیون های تغییر حوزه عمومی به عنوان یک عرصه مسابقه در نظر گرفته شده است که در آن یک جامعه "مدنی" با خود ارتباط برقرار می کند. وضعیت فعلی و چشم انداز آینده این جامعه مدنی در معرض خطر این است که برآستی منظور از اجتماعی در رسانه های اجتماعی چیست؟

به طور کلی تاکنون دو مفهوم متفاوت جامعه مدنی و رسانه اجتماعی در تحقیق و بحث، شناسایی شده است. از دیدگاه نقادانه، رسانه های اجتماعی را می توان به عنوان موتور محرک جامعه مدنی در نظر گرفت، که نشان دهنده قدرت سوم در جامعه، و فراتر از دولت و بازار است. رسانه های اجتماعی در شکل مطبوعات سنتی مانند رادیو و تلویزیون که جنبه عمومی دارند، فرصت هایی را برای منافع و حرکات جمعی ارائه می دهند که خارج از مرکز یا بوروکراسی های سیاسی و فرهنگی قرار دارند تا بتوانند به صدا درآیند. در اینجا، رسانه های اجتماعی می توانند به عنوان رسانه های مدنی (یک اردوگاه باقی مانده درون

حوزه عمومی و تحت محاصره) در نظر گرفته شوند.

رشد و پیشرفته تر شدن اینترنت، تهدیدهای جدیدی را پیش روی جوامع می نهد. اما جامعه برای اینکه خود را محصون نماید و چون نمیتوان با شبکهها و رسانه‌های اجتماعی مبارزه کرد باید به دنبال تولید محتوای تخصصی باشد. اما شرکت‌های شبکه‌های اجتماعی از قبیل فیسبوک می‌توانند به طور مؤثرتری ما را در گروه‌هایی با افکار مشابه دسته‌بندی کنند و تالارهای گفتگویی را تشکیل دهند که با پژواک دیدگاه‌های خود ما، باعث تجدید این دیدگاه‌ها شوند. این یک اتفاق نیست که در برخی موارد، مردمی با دیدگاه‌های سیاسی مختلف نمی‌توانند حتی یکدیگر را درک کنند. البته جای تعجب هم نیست که گروه‌های تریستی توانسته‌اند از شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند تا فعالیت‌هایی مروج را انجام دهند^۲ (سان اشتاین، ۲۰۱۷). از نظر دیگر و در دیدگاه بلندپروازانه اما کمتر قابل پیش‌بینی، رسانه اجتماعی را می‌توان به عنوان یک منبع کلی عمومی برای تشکیل و بازسازی نه تنها جامعه مدنی بلکه تمام جامعه دانست. حوزه عمومی به عنوان یک ابزار پیشگیرانه توسط یک طبقه اجتماعی جدید به کار گرفته شد تا حقوق و امتیازات سیاسی و اقتصادی خود را در برابر ترس پیشین دولت فئودال تضمین کند. رسانه‌های اجتماعی که گاه در قالب ارتباط یک به یک مانند قهوه‌خانه و گاه در قالب یک به چند مانند مطبوعات یکطرفه عمل میکنند، در روند تقویت و انعطاف جریان‌های ارتباطی و در تعامل با رسانه‌های دیگر در میان فشارهای جامعه و حوزه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند. بهر حال بازارها، ایالت‌ها و جوامع مدنی در سراسر جهان در تلاشند تا رسانه‌های اجتماعی را به سوی خود جذب کنند، که گاهی اوقات به عنوان مملو گاه و اوقات در مقابله با اهداف آنها عمل می‌کنند (جنسن، ۲۰۱۵: ۲). وب سایت‌های رسانه‌های اجتماعی مجموعه‌ای وسیع از قابلیت‌های فزاینده‌ای را ارائه می‌دهند و توسط جوامع تولید شده توسط کاربر و سبک ارتباط جمعی مشخص می‌شوند. برخلاف وب سایت‌های سنتی، شبکه‌های اجتماعی اجازه به اشتراک گذاری اطلاعات و محتوا بر اساس تنظیمات مورد نظر کاربر بر روی حساب کاربری فرد را می‌دهد. این توانایی به اشتراک گذاشتن دسترسی جوانان به اطلاعات خصوصی و یک پلت فرم قابل دسترس برای استفاده از این اطلاعات را در برابر دیگران به مردم داده است (کاپلان و هانلین^۳، ۲۰۱۰).

۲. سان اشتاین، کس (۲۰۱۷)، جمهوری، انتشارات دانشگاه برینستون

3. Kaplan AM, Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Bus Horiz* 2010;53: 59-68. 10.1016/j.bushor.2009.09.003

این کتاب در هشت مقاله خلاصه شده است. که هریک از مقالات در یک فصل تنظیم شده است و تلاش دارد شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی و دیجیتال را از نگاه مختلف مورد کنکاش قرار دهد. بر این اساس در زیر به معرفی هریک از مقالات می‌پردازیم.

مقاله اول اختصاص دارد به موضوع «فرهنگ کلامی و وضعیت موجود؛ بازیابی هدف فعالیت در شبکه‌های اجتماعی» نوشته وینسنت میلر، استاد دانشگاه کنت انگلیس که به بررسی رابطه فعالیت اجتماعی و سیاسی و شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد. میلر در این مقاله سعی می‌کند با بررسی انتقادی متون قبلی در این زمینه که عاملیت زیادی را برای شبکه‌های اجتماعی قائل بودند (از جمله در جنبش اشغال وال استریت و بهار عربی)، به اثرات شبکه‌های اجتماعی در کاستن از فعالیت اجتماعی و تعهد اجتماعی بپردازد. او ادعا می‌کند که بحثی مطرح شده در شبکه‌ها اجتماعی گفت‌وگویی نیستند و منجر به فرآیندی دموکراتیک نمی‌شوند بلکه صرفاً دارای کارایی برقراری ارتباطات اجتماعی هستند. مقاله دوم با عنوان «بازیابی انعطاف‌پذیری اجتماعی» نوشته کریستیان رویتر، استاد دانشگاه زیگن آلمان رت نامبرگ، سیلپهوفر، موسسه پژوهش روابط انسانی تاویستاک به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در بحران‌ها می‌پردازد. این مقاله پس از بررسی ارائه توضیحاتی در مورد مطالعات قبلی در این زمینه به طور جداگانه به بررسی دیدگاه‌های مسئولین و همچنین تلقی مردم از شبکه‌های اجتماعی در دوره‌های بحران می‌پردازد. این مطالعه که به استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حین بحران‌ها در ۳۰ کشور جهان و سازمان‌های متعدد مربوط به این مساله پرداخته است، به تکنیک کاربردهای شبکه‌های اجتماعی در دوره‌های بحران را بررسی می‌کند و در نهایت آثارهای شهروندان از مسئولین را در این مورد توضیح می‌دهد.

مقاله سوم با موضوع «رسانه‌های اجتماعی و تکنولوژی‌های نو: کات بتدای» نوشته مارجرى هوگان (استاد دانشکده پزشکی دانشگاه مینسوتا) و ویکتور ستراسبرگر (استاد دانشکده پزشکی دانشگاه نیومکزیکو) به تحقیق در مورد اثرات مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی بر روی کودکان و نوجوانان می‌پردازد و به مقایسه رسانه‌های سنتی با رسانه‌های جدید می‌پردازد. این مقاله پس از برشمردن مشکلات پدید آمده در فضای مجازی، راهکارهایی را برای مداخله والدین ارائه می‌دهد.

مقاله چهارم با عنوان «انجمن‌های مبارزه با جرمی که به صورت دیجیتال امکان‌پذیر شده‌اند» نوشته ینی تیم (استاد تکنولوژی و مدیریت، دانشکده کسب‌وکار UNSW،

سیدنی)، شان ال. پن (استاد تکنولوژی و مدیریت، دانشکده کسب و کار UNSW، سیدنی) و شمشال بحری (استاد عملیات و مدیریت سیستم‌های انفورماتیک، دانشکده کسب و کار و حسابداری دانشگاه مالایا) با یک مطالعه موردی به بررسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جهت کاهش میزان جرائم می‌پردازد. این مطالعه موردی بر روی چند انجمن مجازی در مالزی تمرکز دارد که توسط شهروندان، فعالان اجتماعی یا مسئولین ایجاد شده‌اند. این مقاله هدف از ایجاد این انجمن‌ها، نوع ارتباطات، شیوه تولید محتوا، شکل اداره انجمن و نتیجه مورد انتظار آن‌ها را مورد واکاوی قرار می‌دهد.

مقاله پنجم، موضوع «شبکه‌های اجتماعی آنلاین و انتشار اطلاعات: نقش شبکه‌های فردی» به بررسی این مسأله می‌پردازد که آیا شبکه‌های اجتماعی نوع روابط انسانی را متحول ساخته‌اند یا خیر. این مقاله پس از مطرح نمودن ویژگی‌های ساختاری روابط اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به تشریح نحوه ارتباط آنها با محدودیت‌های زمانی و ادراکی انسانی می‌پردازد. علاوه بر این، این مقاله نشان می‌دهد که ویژگی‌های ساختاری شبکه‌های فردی آنلاین می‌تواند برای درک مفصل فرایند انتشار اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به کار برود و مدل‌های انتشار دقیق‌تری ایجاد کرد.

مقاله ششم با موضوع «افزایش شفافیت و پاسخگویی از طریق ICTها، رسانه‌های اجتماعی و دولت الکترونیکی همگانی» نوشته جان کاربردات، بائول تی جیگرو جاستین ام گرایمز از دانشکده مطالعات انفورماتیک دانشگاه مریلند به بررسی رابطه پیشرفت‌های در زمینه فناوری اطلاعات و به خصوص شبکه‌های اجتماعی، شفافیت و مبارزه با فساد می‌پردازد. این مقاله به بررسی عواملی همچون افزایش مشارکت شهروندان در رصد فعالیت‌های دولتی، ارتقای شفافیت، افزایش اعتماد به دولت و جمع‌بندی این ملاحظات می‌پردازد.

مقاله هفتم با عنوان «میانجیگری امید: فن‌آوری ارتباطات و نابرابری در چشم‌انداز» نوشته رابین منسل، استاد ارتباطات در مدرسه اقتصاد و علوم سیاسی لندن به آسیب‌ها و خطرات تکنولوژی‌های دیجیتالی جدید می‌پردازد. این مقاله با بررسی مسأله اتوماسیون و تغییرات آینده بازار کاری در نتیجه تحولات تکنولوژیکی جدید، به لزوم تغییر نگرش به اقتصاد و سیاست‌گذاری در این حوزه می‌پردازد و اتخاذ رویکردی بین‌رشته‌ای را ضروری می‌داند. منسل به رشد نابرابری‌ها و از بین رفتن برخی فرصت‌های شغلی در اثر اتوماتیزه

شدن برخی مشاغل اشاره می‌کند و سپس به دنبال پاسخی برای این مشکلات، سنت‌های انتقادی مختلف را مورد بررسی قرار می‌دهد.

مقاله هشتم با موضوع "حقوق ارتباطی از حواشی" نوشته کوان لورس استاد رسانه و فرهنگ دانشگاه اوترخت به بررسی حقوق پناهندگان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ابراز خود می‌پردازد. او با گرفتن مصاحبه از تعدادی از پناه‌جویان از کشورهای مختلف که به هلند آمده‌اند و تحلیل محتوای شبکه‌های اجتماعی آن‌ها به بررسی حقوق اولیه مربوط به دسترسی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و حق آزادی بیان مهاجران در این فضا می‌پردازد.

در پایان هر یک از مباحث، ما با همگی از همه کسانی در گردآوری این مجموعه با بنده همکاری داشته‌اند سپاسگاری و قدردانی داشته باشم از جمله جناب آقای بهنام ذوقی به خاطر ویرایش علمی مقالات و جناب آقای روح... روح زاده که ویرایش ادبی آنها را برعهده داشتند.

به تاریخ خرداد ۱۳۹۷

غلامحسین بیابانی

عصری که از آن با نام‌های مختلفی نظیر دهکده جهانی (مک لوهان)، کلبه الکترونی (الوین تافلر)، جامعه مایه جهانی (دیوید هلد)، مدرنیته دوم (اولریش بک)، جامعه شبکه‌ای (مانوئل کاستلز)، جهان رها شده (آنتونی گیدنز)، مدرنیته سیال (زیگموند باومن)، جهانی - محلی شدن (رابرتسون) و ... یاد می‌کنند اما در کنار همه عناوین مطرح شده، یکی از وسایل ارتباطی جدید و نوظهور پیدایش شبکه‌های اجتماعی مجازی^۴ می‌باشد. این شبکه‌ها، نسل جدید از وب سایت‌های اینترنتی هستند. این وب سایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جدیت زیادی را تشکیل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، متناسب با نوع موضوع فعالیت شان امکانات دیگری از قبیل خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آنلاین، قابلیت آپلود کردن ویدئوها و فایل‌های رایانه‌ای و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی را نیز در گزینۀ هایشان دارند (امینی و اکبری ۱۳۹۱: ۱۱۷). شبکه‌های اجتماعی مجازی، به بخشی جدایی‌ناپذیر از شبکه جهانی وب تبدیل شده است و تصور اینترنت بدون حضور این جوامع مجازی، غیرممکن به نظر می‌رسد. حتی بسیاری از کاربران اینترنت، بیشتر فعالیت‌های خود از جمله مرور اخبار، دریافت اطلاعات و پرداختن به سرگرمی‌ها را از طریق شبکه‌های اجتماعی انجام می‌دهند و اینترنت برای آنها، معادلی به بر شبکه‌های اجتماعی مجازی ندارد. شبکه‌های اجتماعی مجازی خدمات و کارکردهای متعددی به کاربران ارائه می‌دهد که در گذشته توسط اینترنت به صورت کلی، یا وبلاگ، ایمیل، یوتیوب و حتی تلویزیون و ماهواره ارائه می‌شدند و شبکه‌های اجتماعی مجازی همه خدماتی را که توسط اینها به صورت جداگانه ارائه می‌شدند را جمع می‌کند و همگی اینها را به کاربران ارائه می‌دهد. با این کار شبکه‌های اجتماعی مجازی جهان را واقعاً به صورت یک دهکده جهانی درآورده است و اکثر افراد، کارشناسان رسانه‌های جمعی و همچنین نظریه پردازان ادعان دارند که شبکه‌های اجتماعی مجازی در این زمینه، یعنی در به وجود آوردن یک دهکده جهانی موفق بوده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی کاربرانی از همه کشورها دارد و افراد از کشورهای مختلف در این شبکه‌های اجتماعی مجازی عضویت دارند و با یکدیگر در ارتباط می‌باشند. با توجه به اینکه شبکه‌های

اجتماعی مجازی این قابلیت را هم دارند که برگوشی همراه نصب شوند و کاربران هم با گوشی همراه از خدمات شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند. پس کاربران زیادی از طریق گوشی همراه عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی شده‌اند و این باعث شده است که شبکه‌های اجتماعی مجازی محبوبیت بیشتری کسب کنند تا حدی که میلیون‌ها نفر فقط از طریق گوشی همراه وارد فیس بوک می‌شوند و با گوشی همراه خودشان از امکانات و خدمات فیس بوک استفاده می‌کنند.

در چند سال اخیر شبکه‌های اجتماعی مجازی با محبوبیت کم نظیر جهانی روبه‌رو شده‌اند به طوری که میلیون‌ها نفر از سراسر دنیا در این شبکه‌ها عضویت دارند و روابط انسانی، نوع همکاری، وابستگی، حرفه‌ای و بسیاری امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را در بستر این شبکه‌ها ایجاد و پالایش می‌کنند؛ بنابراین به لحاظ گستره کاربری می‌توان گفت که در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی چیزی بیش از یک فضای اطلاعاتی جهانی وجود دارد. برخی معتقدند که پدیده اجتماعی جدید در حال ساخته شدن است و نیاز دارد که مافناوری را به منظور کارکردی کردن خدمات اینترنتی وب به رسمیت بشناسیم (اندرسون^۵، ۲۰۰۶: ۲).

مفهوم شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی ساختاری اجتماعی است که از گره‌هایی که عموماً فردی یا سازمانی هستند تشکیل شده است، که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی [مانند ایده‌ها و تبادلات مالی، دوست‌ها، خویشاوندی، لینک‌های وب، سرایت بیماری‌ها، لینک (لوزی)] به هم متصل‌اند. غالباً در تحلیل شبکه‌های اجتماعی، روابط اجتماعی را با اصطلاحات گراف ریاضی می‌نگرد. رأس‌ها بازیگران فردی درون شبکه‌ها هستند و یال‌ها روابط میان این بازیگران هستند. انواع زیادی از یال‌ها می‌تواند میان رأس‌ها وجود داشته باشد. نتایج تحقیقات مختلف بیانگر آن است که می‌توان از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی در بسیاری از سطوح فردی و اجتماعی به منظور شناسایی مسائل و تعیین راه حل آنها، برقراری روابط اجتماعی، اداره امور تشکیلاتی، سیاست‌گذاری و رهنمون‌سازی افراد در مسیر دستیابی به اهداف استفاده نمود. همچنین شبکه اجتماعی از اجتماع و روابط انسانها در اجتماع تشکیل شده، تعداد روابط در یک شبکه یا اندازه شبکه در تعریف آن مهم نیست بلکه ممکن است نوع آن را تغییر دهد، کوچکترین اجتماع انسانی از ۲ نفر

5. Anderson, C. (2006). The Long Tail: How Endless Choice is Creating Unlimited Demand, Random House Business Books: London, UK.

تشکیل می شود. به بیانی دیگر شبکه اجتماعی نوعی ساختار اجتماعی محسوب می شود که از گره های متعددی تشکیل شده که این گره ها می توانند افراد حقیقی یا سازمان ها باشند. از همه مهم تر اینکه این گره ها، توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی، به یکدیگر متصلند. وابستگی هایی چون روابط دوستانه، همشهری بودن، هموطن بودن، روابط تجاری، روابط اداری و ... از جمله همین موارد هستند (حبیبی، ۱۳۹۰).

تکنولوژی های نوین اطلاعاتی و ارتباطی که زمانی فعالیتشان محدود به چهارچوب مرزها بود، اکنون پا را از مرزهای ملی فراتر گذاشته و به سادگی حجم عظیمی از اطلاعات را در اختیار همگان قرار می دهند. رادیو، ماهواره، تلویزیون، تلفن های معمولی و سیار، رادیو و ... مرزهایی که زمانی افراد و فرهنگ های متفاوت، را از نظر جغرافیایی، اقتصادی یا سیاسی جدا می کرد، عملاً از بین برده اند. به عبارت بهتر ما اکنون در عصر به هم پیوسته ای زندگی می کنیم که مردم سراسر جهان در نظم اطلاعاتی واحدی مشارکت دارند. این وضع تا حد زیادی ناشی از برد بین المللی ارتباطات مدرن است. (آگیدنز، ۱۳۸۹: ۶۵۲) امروزه این ها، انواع مختلفی از رسانه ها را در اطراف خود می بینند، که ارائه دهنده حجم فزاینده ای از اطلاعات برای سرگرمی تا اخبار و رویدادهای مهم هستند. بعید نیست که انسان امروزی را انسان رسانه ای و فرهنگ جدید را محصول تبلیغات و وسایل ارتباط جمعی بدانیم. انسان ها امروزه در معرض نهادهای رسانه ای متولد می شوند، می اندیشند، دنیا را از این رهگذر می شناسند و رفتارهای خود را بر اساس الگوهایی برگرفته از کتاب، مجله، ماهواره، اینترنت و ... سامان می دهند. این گستردگی حضور رسانه ها در دنیای امروز به قدری زیاد است که دیگر موضوع چگونگی استفاده از آنها را مورد توجه قرار می دهد. رسانه ها از یک سو می توانند با در اختیار گذاشتن انبوهی از اطلاعات و داده های مفید، نقشی مؤثر در هدایت انسان به سوی آگاهی و زندگی که دلخواه اوست داشته باشند و از سوی دیگر این قابلیت را نیز دارند که در صورت استفاده نادرست و ناآگاهانه از آنها، رقم زنده‌ی سیری قهقرایی باشند. بنابراین استفاده از رسانه ها مستلزم دانش از اطلاعات، آگاهی و دانش کافی در زمینه بهره وری از پیام های رسانه ای است که استفاده انسان معاصر از آنها را مؤثرتر و پویاتر ساخته و به او کمک می کند که تحت تأثیر ارزش ها، ایدئولوژی ها و القائات خاص رسانه ای قرار نگیرد و این به معنی مجهز شدن به سواد رسانه ای بعنوان مهارتی حیاتی است (امیری و رجایی، ۱۳۸: ۱۵).

شبکه های اجتماعی مجازی امکانات و فرصت های متنوعی برای کاربران فراهم می کند و باعث به وجود آمدن دنیای مجازی می شود که ویژگی های منحصر به فردی و متفاوت از دنیای واقعی دارد. از جمله می توان به روابط نمادین، تغییرات بنیادین در مفاهیم زمان و مکان، ایجاد ارتباط

همزمان، مستقل از فاصله و مکان، فرا زمان و بی مکان بودن، استقلال نسبی از قوانین دولت‌ها و گمنام بودن کاربرها و جعلی بودن مشخصات کاربری، ارتباط با افرادی از فرهنگ‌های دیگر و ... اشاره کرد. شبکه‌های اجتماعی مجازی که ویژگی‌های فوق را دارا می‌باشند و این امکانات و فرصت‌ها را در اختیار کاربران قرار می‌دهند، می‌توانند حوزه‌های جدیدی را خلق کنند و باعث تغییرات گسترده‌ای در هویت و سبک زندگی کاربران ایجاد کنند.

همچنین وسایل ارتباطی جدید جهان را به صورت دهکده‌ای درآورده‌اند و تعدد گفتمان‌ها در ارتباطی تعاملی به انتقال ایده‌ها، افکار و تمایلات منجر می‌شوند و این امر هویت فردی و جمعیت‌ها را در معرض تحولات شتابگری قرار می‌دهد. برخی استدلال می‌کنند که تعامل در فضای سایبرنتیک^۶ (فضای مجازی که در آن تعامل به شکل ارتباطات کامپیوتری صورت می‌پذیرد) با دامن‌شدن مرزهای مرسوم گروهی و متعاقب آن تغییر در برجستگی نسبی نیاز به تشابه و تمایز، سبک زندگی را بر هویت اجتماعی طرف‌های تعامل می‌گذارد و از سوی دیگر، گمنامی یا جعل نام به عنوان پنهان‌داشتن هویت که در نتیجه معنای هویت اجتماعی تأثیر دارد (جونس^۷، ۱۹۹۸: ۱۵).

در چند سال اخیر شبکه‌های اجتماعی مجازی^۸ محبوبیت بی نظیر جهانی روبرو شده‌اند و روز به روز بر محبوبیت این شبکه‌های اجتماعی افزوده می‌شود تا جایی که شبکه اجتماعی فیس بوک حدود یک میلیارد کاربر دارد و شبکه‌های اجتماعی دیگر نیز مانند تلگرام، اینستاگرام، توئیتر و گوگل پلاس با محبوبیت بی نظیری روبرو هستند؛ در ایران نیز به رغم فیلتر بودن شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر و فیس بوک، این شبکه‌ها با محبوبیت بی نظیر روبرو هستند؛ و همچنین از سال ۲۰۰۵ م. تاکنون، موضوع شبکه‌های اجتماعی مجازی، اصلی‌ترین مشغله کاربران اینترنت در دنیا و به تبع آن در ایران بوده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال حاضر قوی‌ترین رسانه آنلاین در دنیا به شمار می‌روند. به زعم کاستلز^۹ بایدانند که سدان اجتماعی بدانند که ما در چه جامعه‌ای هستیم، چه فرایندهای اجتماعی در حال پیدایش هستند، چه خصلت ساختاری وجود دارد و چه چیزی را می‌توان از طریق کنش اجتماعی تغییر داد. چرا که افراد بدون درک کافی مانعی بر سر راه تغییر خواهند شد و ممکن است پتانسیل نامتعارف خلاقیتی را که ارزش‌ها و فناوری‌های عصر اطلاعات وجود دارد از دست بدهیم (کاستلز^۹، ۱۹۹۶).

6: Cybernetics

7: Jones, S. (1998) cybersociety 2.0: revisiting computer-mediated communication and community, London, sage.

8: castells

9: Castells, M. (1996). "Toward Sociology of the Network Society", University of California, Berkeley.

۶۹۳). پس با توجه به اینکه این شبکه های اجتماعی مجازی محبوبیت کم نظیر و اصلی ترین مشغله کاربران اینترنت در جهان و ایران می باشند و همچنین اینکه شبکه های اجتماعی مجازی خدمات و کارکردهای گسترده ای را در اختیار کاربران قرار می دهد که قبلا به صورت پراکنده توسط ایمیل، وبلاگ، اینترنت به صورت کلی یا حتی تلویزیون و ماهواره ارایه می شد.

سابقه شبکه های اجتماعی مجازی

در مورد سابقه شبکه های اجتماعی مجازی می توان گفت که نخستین بار مفهومی با عنوان شبکه های اجتماعی اینترنتی با قالب امروزی در سال ۱۹۶۰ اولین بار در دانشگاه ایلی نوبز در ایالت متحده امریکا مطرح شد. پس از آن در ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی اینترنتی به نشانی (SixDegrees.com) راه اندازی شد. این سایت به کاربرانش اجازه ایجاد پروفایل داد تا آن ها بتوانند لیستی از دوستانشان ایجاد کنند، البته این سایت در آن موفق نشد و بعد از سه سال متوقف شد. بعد از آن، انتشار تدریجی وب سایت های اجتماعی در سال ۲۰۰۲ باعث به وجود آمدن شبکه های اجتماعی فرند استر، اورکات و لینکداین شد و باعث شکوفایی وب سایت های شبکه های اجتماعی در اینترنت شد؛ پس از این شبکه های اجتماعی دیگری مثل فیس بوک، توییتر، ظهور کردند و این شبکه ها در حال حاضر میلیون ها کاربر دارند.

هایدلمان شبکه های اجتماعی مجازی را این چنین تعریف می کند: شبکه های اجتماعی مجازی گونه ای از الگوهای تماس هستند که در آن ها تعاملات بین عوامل شبکه ای توسط یک پایگاه فنی و زیرساخت اینترنتی مورد پشتیبانی قرار می گیرد. در این شبکه ها هدف، علاقه یا نیاز مشترک می تواند عنصری پیوند دهنده باشد که باعث می شود تا عوامل مرتبط بدون حضور فیزیکی احساس کنند که در یک اجتماع و جمع حقیقی قرار گرفته اند (السون، ۲۰۰۷: ۲۰). بوید، معتقدند شبکه های اجتماعی، مبتنی بر وب هستند که با اتصال مردم با گروه ها به یکدیگر سبب به اشتراک گذاری اطلاعات از طریق اینترنت می شوند؛ و همچنین معتقدند که شبکه های اجتماعی مجازی خدمات مبتنی بر وبی هستند که اجازه می دهند افراد بتوانند: ۱. در چارچوب یک سیستم مشخص... پروفایل های عمومی و نیمه خصوصی بسازند، ۲. با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و ۳. لیست پیوندهای خود و دیگرانی که در آن سیستم هستند را مشاهده کنند (السون و بوید، ۲۰۰۷: ۲۱).

10. Friendster

11. Orkut

12. LinkedIn

13. Ellison, N. B. and D. M. Boyd (2007), "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication.

در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی متعدد و متنوعی وجود دارد؛ و این شبکه‌های اجتماعی مجازی امکانات و خدمات گسترده‌ای در اختیار کاربران قرار می‌دهند. انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی با وجود تفاوت‌های ساختاری و کارکردی‌شان، ویژگی‌های مشترکی دارند که آن‌ها را از دیگر خدمات اینترنتی متمایز می‌کنند:

۱. ابزارهای پیشرفته برای به اشتراک گذاشتن محتوای دیجیتالی (متن، تصاویر، موسیقی، ویدئوها، برچسب‌ها و ...) بین اعضای شبکه
۲. ابزارهای پیشرفته برای ارتباط اعضا و اجتماعی کردن آن‌ها،
۳. ماهیت مشارکت آزاد و امکان فعالیت در مقیاس بزرگ
۴. محدوده عظیم مطالب موضوعی و توانایی بایگانی داده‌ها،
۵. دسترسی آزاد به داده‌های عمومی درباره کاربران و رفتارشان،
۶. کیفیت‌های بسیار بالا از نظر نسبتاً زیاد (شهابی و بیات^{۱۴}: ۱۳۹۱: ۱۵۷).

۱۴. شهابی، محمود و بیات، قدسی (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال نوزدهم، شماره ۶۹.