

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۲/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۲/۰۴

مطالعه کیفی

چالش‌های شبکه‌های اجتماعی

تلفن همراه در زندگی کاربران

نوشته

آذر قلی‌زاده*

عباس زمانی**

چکیده

هدف پژوهش حاضر مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران بوده است. روش پژوهش کیفی و تکنیک پژوهش، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. بر این اساس با ۲۰ نفر از کاربران حرفه‌ای دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) که از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به‌طور مداوم استفاده می‌کردند به‌صورت حضوری مصاحبه شد. نمونه‌گیری از نوع هدفمند و معیار نمونه‌گیری، اشباع نظری بود. برای تحلیل اطلاعات از روش هفت مرحله‌ای کلایزی استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که سه مفهوم اصلی: "نقض حریم خصوصی افراد"، "کاهش اعتماد در روابط اجتماعی" و "استفاده از هویت جعلی" مهم‌ترین تأثیرات مخرب این شبکه‌ها در زندگی کاربران بوده است. آگاهی از این چالش‌ها و تهدیدها ضمن کاهش آسیب‌های اجتماعی، امکان استفاده بهینه از فناوری‌های نوین را فراهم و مسیر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی کشور را برای متولیان امر هموارتر می‌کند.

کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های مجازی، رسانه‌های اجتماعی، نرم‌افزارهای اجتماعی، تلفن همراه.

۱. مقدمه و بیان مسئله

در دنیای امروز که عصر ارتباطات نام گرفته است، رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی به‌واسطه سرعت، تداوم و وسعت جهانی انتشار پیام به‌مثابه جزء لاینفک ارتباطات اجتماعی در نظر گرفته می‌شوند، به‌گونه‌ای که تصور دنیای بدون رسانه برای ما غیرممکن است. این درحالی

* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) azargholizadeh@yahoo.com

** کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) (نویسنده مسئول)

abspress@gmail.com

است که در طول چند دهه گذشته با تغییرات ایجاد شده در فناوری رسانه، ظهور رسانه‌های نوین باعث رسوخ بیشتر تکنولوژی در زندگی انسان‌ها شده و بالطبع به واسطه شیوه و تأثیرات استفاده، تغییرات فرهنگی متعددی را در خانواده‌ها و جامعه به وجود آورده است.

با نگاهی واقع‌بینانه به رویدادهای اخیر فضای سایبری و ظهور رسانه‌های اجتماعی مجازی بر روی تلفن‌های همراه هوشمند، به نظر می‌رسد روند استفاده از این ابزار ارتباطی در جامعه امروزی از شتابی روزافزون برخوردار بوده و تغییرات و تأثیرات فرهنگی آن حتی در زمان کوتاه استفاده به اندازه‌ای است که نمی‌توان از پیامدهای منفی آن به راحتی چشم پوشید.

با وجود اینکه تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی مجازی به نوبه خود یک ابزار ارتباطی مناسب و دارای کارکردهای مفید و مؤثر بوده که مورد توجه بسیاری از جوانان و روشنفکران است، در سوی دیگر برخی خانواده‌ها و مذهبی‌ها از ظهور این شبکه‌ها بر روی تلفن همراه ابراز نگرانی کرده و اصل وجود آن را به واسطه تهدیدهای متعددی همچون؛ تبلیغات ضد دینی و القای شبهات، کم‌رنگ کردن ارزش‌های اسلامی و اخلاقی، به مخاطره افتادن سلامت اجتماعی جامعه، به وجود آوردن اعتیاد، حاکم کردن ادبیات غیرمتعارف (اکبری، ۱۳۸۹)، نقض حریم خصوصی افراد (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹)، انزوای اجتماعی، بحران هویت، به خطر افتادن هویت ملی، سوء استفاده جنسی، شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب، گسترش ارتباطات نامتعارف میان جوانان (رحیمی و پرنده، ۱۳۹۲)، تعارض ارزش‌ها (زنجان‌زاده، ۱۳۸۴)، ظهور تخلفات سایبری، مزاحمت مجازی (سبحانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۸۸) و ... زیان‌بار دانسته و بر جلوگیری و محدود کردن استفاده از آن تأکید داشته‌اند. به‌ویژه آنکه در چند سال اخیر ظهور نرم‌افزارها و شبکه‌های اجتماعی مجازی و استفاده‌های ناصحیح و در پاره‌ای موارد افراطی از این رسانه جدید در کنار وب‌گاه‌های مختلف اینترنتی بر آسیب‌های فرهنگی تلفن همراه افزوده است.

وجود همین آسیب‌ها و تهدیدهای فرهنگی - اجتماعی باعث شد تا حتی پیش از آنکه شبکه‌های مجازی از طریق برنامه‌های تلفن همراه به سادگی در دسترس عمومی کاربران قرار گیرد، امکان دسترسی به برخی از آنها مانند فیس‌بوک از طرف دولت محدود و سیاست‌های فرهنگی برای کاهش تقاضای آن در پیش گرفته شود.

این درحالی است که ارائه نرم‌افزارهای اجتماعی تلفن همراه، استفاده از این وسیله و شبکه‌های اجتماعی آن را به گونه‌ای با یکدیگر عجین کرده که دستگاه‌های جدید تلفن همراه بدون این برنامه‌ها بی‌معنا شده و از استقبال قابل توجهی برخوردار نخواهند بود و همین موضوع نگرانی‌های زیادی را برای خانواده‌ها و مسئولان در ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، آموزشی و حتی سیاسی به وجود آورده است.

آخرین آمار اعلام شده از توسعه فناوری اطلاعات در کشور نشان داد که بیش از ۳۷ میلیون نفر کاربر اینترنت در ایران وجود دارد که از این میان حدود ۲۸ میلیون کاربر اینترنت

پرسرعت بوده‌اند. همچنین ۱۹ میلیون کاربر نیز از طریق تلفن همراه به اینترنت متصل شده‌اند. (تدبیر، ۱۳۹۵)

بر اساس آخرین گزارش تحلیلی اتحادیه جهانی مخابرات در خصوص وضعیت جهانی اینترنت در جهان، ایران از نظر درصد خانوارهایی که در سال ۲۰۱۵ به اینترنت دسترسی داشته‌اند در میان ۱۳۸ کشور در حال توسعه، رتبه ۳۹ را کسب کرده و ۵۲/۱۸ درصد از خانوارهای ایرانی به اینترنت دسترسی دارند. (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۵)

این در حالی است که پیش از این ضریب نفوذ استفاده از تلفن همراه در کشور ۶۱/۵ درصد اعلام شده بود و تهران با ضریب نفوذ ۷۱/۲ درصد بیشترین مشترکین تلفن همراه را در خود جای داده بود. (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۴)

همچنین آمارها حاکی از آن است که ایران در استفاده از سایت‌ها و شبکه‌های غیر اخلاقی در رتبه بالایی در میان سایر کشورها قرار دارد و از طرفی در سال‌های اخیر گرایش جوانان علاوه بر این شبکه‌ها به سایت‌های دوست‌یابی نیز افزایش یافته است (زواره‌ای، ۱۳۹۳) که یکی از دلایل آن می‌تواند دسترسی آسان به سایت‌ها و شبکه‌های مجازی از طریق تلفن‌های همراه جدید باشد.

در این زمینه مدیر مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران با اشاره به علاقه جوانان ایرانی به دوست‌یابی و تعاملات مجازی، اعلام کرد که در سال‌های گذشته بیش از یک میلیون کاربر ایرانی از سایت‌های غیراخلاقی بازدید کرده‌اند. (تابناک، ۱۳۹۵)

آخرین نتایج به دست آمده در کشور از نفوذ بی‌سابقه شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان مردم خبر داده است. بر اساس نظرسنجی انجام شده توسط مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا)، از هر ۱۰۰ مرد ایرانی ۵۵ نفر و از هر ۱۰۰ زن ایرانی ۵۱ نفر عضو شبکه‌های اجتماعی هستند و در مجموع ۵۳ درصد از مردم ایران حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه هستند که تلگرام با ۲۸ میلیون کاربر محبوب‌ترین است. (وفایی، ۱۳۹۵)

در طول ظهور این شبکه‌ها و فراگیر شدن آن در میان جوانان کشورمان، بارها شاهد کشمکش میان دولت و مجلس، گروه‌های سنتی مخالف در مقابل کاربران و روشنفکران و حتی تضادهایی در درون نهادهای متولی بوده‌ایم، تا جایی که یک گروه به استناد آسیب‌های ناشی شده، به شدت استفاده از آن را نفی و گروه دیگر استفاده از این رسانه‌های اجتماعی را در راستای آزادی‌های مدنی جامعه حق مسلم هر فرد می‌داند و با دخالت دولت و محدودیت استفاده از آن مخالفت کرده است.

آنچه مسلم است این است که هر دو گروه یاد شده به خوبی از آسیب‌های احتمالی آن مطلع و در کمترین احتمال نگرانی‌هایی از این دست داشته‌اند. از این رو پرداختن به شبکه‌های اجتماعی در کنار سایر قابلیت‌های رسانه‌های مجازی به‌ویژه نرم‌افزارهای مبتنی بر تلفن همراه دارای اهمیت بسیاری است.

با تمام تحقیقاتی که تاکنون در حوزه فضای مجازی صورت گرفته می‌توان گفت انجام یک پژوهش جدید بر روی پدیده نوظهور شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه امری لازم و ضروری بوده چراکه به کشف فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی منجر شده که در تحقیقات پیشین به‌واسطه متفاوت بودن نوع کاربرد و استفاده از تلفن همراه یا شبکه‌های اجتماعی رایانه‌ای وجود نداشته است.

۲. پیشینه نظری

رسانه‌های نوین یا رسانه‌های عصر جدید

ظهور تکنولوژی‌ها و رسانه‌های نوین ارتباطی در عصر جدید به همراه تحولاتی که در حوزه رسانه به‌وجود آورده، بسیاری از کارکردهای عناصر فرهنگی را دچار تغییر کرده است.

در تعریف "رسانه‌های نوین" گفته می‌شود که این مفهوم به‌معنای انواع گسترده‌ای از پیشرفت‌های صورت گرفته اخیر در زمینه رسانه‌ها و ارتباطات است که نه تنها شامل اشکال گوناگون پخش رسانه‌ها است بلکه همگرایی‌های جدید میان فناوری‌های رسانه‌ها و شیوه‌های نوینی که از آن طریق افراد متون رسانه‌ها را به‌کار می‌گیرند و با آنها تعامل می‌کنند نیز در برمی‌گیرد. بنیادی‌ترین تغییر صورت گرفته در این روندها شامل اهمیت‌یافتن روزافزون فناوری دیجیتال در تولید، ذخیره‌سازی و انتقال تصاویر، متن، صدا و داده است. (کلاتری و حسنی، ۱۳۸۷: ۱۱۹)

رسانه‌های جدید مجموعه متمایزی از فناوری‌های ارتباطات و دارای ویژگی‌های مشترک دیجیتالی بودن و دسترسی گسترده شهروندان به آن برای استفاده شخصی است. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۳۱۹)

با نگاهی به تاریخچه ظهور رسانه‌ها می‌توان دید که نوآوری در عرصه‌های ارتباطات و ظهور و تکامل رسانه‌های جدید، بشر را وارد "عصرانقلاب ارتباطات" کرده است.

مهدی‌زاده ملباشی معتقد است: انقلاب ارتباطات محصول همگرایی در دو حوزه و جریان مهم فناوری شامل: تحول در حوزه ارتباطات و تحول در حوزه اطلاعات است. این دو جریان به موازات هم پیش می‌روند. نماد فناوری اطلاعات؛ رایانه و نماد فناوری ارتباطات؛ مخابرات، تلویزیون و بزرگراه‌های اطلاعاتی است. (۱۳۹۱: ۳)

اگرچه تا چند دهه پیش هر یک از این حوزه‌ها مسیری جداگانه به موازات دیگری طی می‌کرده است، اما رشد سریع فناوری‌ها در چند سال گذشته موجب شد تا ظهور وسایل ارتباطی جدید همچون: تلفن همراه، لپ‌تاپ، تبلت و ... که همگی قابلیت اتصال به اینترنت بی‌سیم (wifi) را دارند، تلفیقی از دو حوزه را به‌عنوان یک محصول یکپارچه و همگرا در اختیار استفاده‌کنندگان قرار دهند تا با استفاده از آن در جامعه به تعامل اجتماعی بپردازند.

فضای مجازی و ارتباط شبکه‌ای

«وقتی صحبت از فضای مجازی به میان می‌آید، مردم اغلب به رایانه‌ای فکر می‌کنند که به اینترنت متصل است در حالی که این فقط بخش بسیار کوچکی از فضای مجازی را تشکیل می‌دهد. از نگاه دیوید بل «فضای مجازی فقط مجموعه‌ای از سخت‌افزار نیست بلکه مجموعه‌ای از تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در قالب دادوستد بیت (Bit) رد و بدل می‌کند.» (Bell, 2001 به نقل از شاه‌قاسمی، ۱۳۸۵: ۲-۳)

اصطلاح شبکه‌های اجتماعی برای نخستین بار در سال ۱۹۵۴ مطرح شد و از آن پس به شیوه‌ای کلیدی در پژوهش‌های اجتماعی بدل گشت. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی شامل مردم و سازمان‌هاست که به وسیله مجموعه‌ای از روابط معنی‌دار اجتماعی به هم متصل‌اند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط همچون دوستی‌ها و روابط چهره به چهره متمرکز است اما خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات رایانه واسط متمرکز است. (معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۷)

شبکه‌های اجتماعی بافت‌های جامعه هستند که به وسیله تارهای نامرئی ارتباطات اجتماعی به هم تنیده شده‌اند. (عاملی، ۱۳۸۵: ۱۷)

فضای مجازی که توسط این فناوری‌های جدید به وجود آمده حاوی اطلاعات متکثر و متنوعی بوده و به صورت بخشی از واقعیت اجتماعی عصر جدید، فضای اصلی تعامل‌های اجتماعی را کم و بیش در اختیار گرفته است. در چنین شرایطی، الگوهای ارتباط اجتماعی بیش از پیش دچار تغییر و تحول شده و ثبات و تعادل اجتماعی که بر اساس شبکه‌های ارتباطی عصر صنعتی به وجود آمده بود را به چالش کشیده است. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۸)

نرم‌افزارهای اجتماعی (Social App)

«نرم‌افزارهای اجتماعی را می‌توان به‌طور کلی به‌عنوان نرم‌افزاری که تعامل گروهی را پشتیبانی می‌کند تعریف کرد. نرم‌افزار اجتماعی دسته‌ای از ابزارهای شبکه‌ای است که افراد را در حالی که هر فرد بر زمان، فضا و حضور خود کنترل دارد، به یادگیری با همدیگر ترغیب و از آن حمایت می‌کند. جنبه کلیدی یک نرم‌افزار اجتماعی این است که مشارکت گسترده‌تری را در خلق اطلاعاتی که به اشتراک گذاشته می‌شود، ایجاد می‌کند.» (شامی زنجانی، ۱۳۹۳: ۷۴)

با این وجود تعریف دقیق مفهوم نرم‌افزارهای اجتماعی بسیار دشوار است چراکه این اصطلاح تعداد زیادی از ابزارهای اینترنتی را در بر می‌گیرد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی (Virtual Social Networks)

شبکه‌های اجتماعی را می‌توان یکی از مهم‌ترین و پرتعدادترین نرم‌افزارهای اجتماعی در حال حاضر دانست. این نرم‌افزارهای ارتباطی، کاربران را در یک فضای مجازی گرد هم می‌آورد و بر مبنای روابط آنها با یکدیگر یک شبکه اجتماعی را تشکیل می‌دهد.

به‌طور کلی در تعریف شبکه‌های مجازی می‌توان گفت «سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جست‌وجوگر با اضافه‌شدن امکاناتی مانند چت و پست الکترونیکی و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند.» (سلطانی‌فر، ۱۳۸۹: ۵۳)

فیس‌بوک، تانگو (Tango)، گوگل پلاس (+Google)، اینستاگرام (Instagram)، لینکدین (LinkedIn)، توئیتر (Twitter)، پت (Path)، تامبلر (Tumblr)، دیدی (DiDi)، وایبر (Viber)، اوو (Oovo)، واتساپ (WhatsApp)، وی چت (Wechat)، تلگرام (Telegram)، لاین (line) و... از رایج‌ترین نرم‌افزارهایی هستند که امکان ارتباط کاربران خود با یکدیگر را به‌عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی بر روی تلفن همراه فراهم می‌سازند.

«در یک جمع‌بندی شبکه‌های اجتماعی مجازی برنامه‌های هوشمند رایانه‌ای مبتنی بر اینترنت هستند که علاوه بر خدمات گفت‌وگوی متنی، صوتی و تصویری، و جست‌وجو و ایجاد صفحات اختصاصی، امکان تولید، ذخیره‌سازی و اشتراک‌گذاری انواع اطلاعات شامل متن، صوت، تصویر، فیلم و سایر نرم‌افزارها را برای کاربران خود به‌صورت تعاملی، گروهی و برخط (آنلاین) فراهم کرده است. در این شبکه‌ها کاربران می‌توانند ضمن برقراری ارتباط تعاملی با یک شخص یا گروه، با سایر افراد و گروه‌های مرتبط با وی نیز در ارتباط قرار گرفته و به‌صورت داوطلبانه و انتخابی به تبادل و اشتراک‌گذاری افکار، عقاید و علاقه‌مندی‌های خود بپردازند و این نقطه قوت و قدرت شبکه‌های اجتماعی مجازی، خصوصاً شبکه‌های مبتنی بر تلفن همراه است.» (زمانی، ۱۳۹۴: ۴۷)

۳. پیشینه پژوهش

تحقیقات پیشین نشان داد که فرصت‌ها و تهدیدات فناوری‌های نوین همواره مورد توجه پژوهشگران مختلف بوده است چنان‌که امیری (۱۳۸۷) در تحقیقی با موضوع «مطالعه فرصت‌ها و تهدیدات ناشی از ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی» ۴۰ نفر از مدیران ارشد ناجا و خبرنگاران آشنا به موضوع تحقیق را با روش‌های آماری توصیفی و استنباطی، مورد مطالعه قرار داد. یافته‌ها حاکی از آن بود که با ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی، تهدیدهای جدیدی در محیط راهبری ناجا به‌وجود آمده بود.

در این زمینه سبحانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۸) نیز در تحقیقی با عنوان «چالش‌ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راهکارهای اصلاح آن» با بیان چالش‌های

فرهنگی، عمده‌ترین راهکارهای بهره‌گیری مناسب از تلفن همراه را شامل: فرهنگ‌سازی جهت کاهش جرائم، کارکرد تبلیغاتی و رسانه‌ای، ارتقای سواد رسانه‌ای و ... عنوان کرده بودند. در خصوص "تجارب جوانان از تلفن همراه در تغییر هنجارهای فرهنگی" نیز خسروی (۱۳۸۹) نشان داد که جوانان در جریان استفاده از تلفن همراه تجارب مثبت و منفی زیادی را کسب کرده که بر هنجارهای فرهنگی، ارتباطی، مذهبی، نمادین و ... آنها تأثیرگذار بوده و در مجموع موجب تغییر هنجارهای اجتماعی آنان شده است.

در پژوهشی دیگر برات دستجردی (۱۳۹۱) به "بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان (۹۱-۱۳۹۰)" پرداخت و نشان داد که مهم‌ترین اهداف استفاده از شبکه‌های سایبری اهداف اجتماعی، ارتباطی، فردی و فرهنگی بوده است.

از طرف دیگر وابستگی به تلفن همراه از جمله دیگر موضوعات پژوهشی سال‌های اخیر بوده است، چنان‌که خزاعی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "بررسی شیوع وابستگی به تلفن همراه و ارتباط آن با عزت نفس دانشجویان" ۶۹۷ نفر دانشجویان را با روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک انتخاب و با ابزار پرسشنامه مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که کاهش عزت نفس کاربران می‌توانست منجر به استفاده مشکل‌ساز از تلفن همراه شود.

در خصوص شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نیز عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان" تعداد ۴۲۴ نفر از کاربران جوان شهر اصفهان را به‌صورت پیمایشی با روش نمونه‌گیری داوطلبانه مورد مطالعه قرار داده و نشان دادند که هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان فعالیت و مشارکت کاربران در فیس‌بوک از سوی کاربران افزایش پیدا می‌کرد، هویت فرهنگی کاربران ضعیف‌تر می‌شد.

همچنین منصوریان و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان "رابطه وابستگی به تلفن همراه با احساس تنهایی و حمایت اجتماعی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی تهران را با روش توصیفی-تحلیلی مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که استفاده مفرط از تلفن همراه با احساس تنهایی و حمایت اجتماعی همبستگی دارد.

"کارکردهای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در جامعه ایران" نیز پژوهشی دیگر بود که حسین‌نظر (۱۳۹۴) در آن ویژگی‌ها، کارکردهای مثبت و ابعاد منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایل محور در سه حوزه اقتصادی، سیاسی و نیز فرهنگی-اجتماعی را مورد بررسی قرار داد و نشان داد که چندرسانه‌ای بودن، جایگزینی اقتصادی برای تماس‌های کاربران، همه‌جایی و در دسترس بودن دائمی و سرعت بالای انتقال داده از ویژگی‌های این شبکه‌ها است، اما نمی‌توان چنین شبکه‌هایی را صرفاً مفید و یا مضر ارزیابی کرد، بلکه این مسئله به

سواد دیجیتالی، نحوه استفاده و آشنایی کاربران با تدابیر امنیتی به منظور حفظ حریم خصوصی آنها وابسته است.

در ادامه بررسی تأثیرات رسانه‌های نوین هایریکس (Heinrichs, 2009) و همکاران در تحقیق خود با موضوع "تأثیر شبکه‌های اجتماعی و روش دسترسی کاربران به رسانه‌های اجتماعی" نشان دادند که شیوه‌های دسترسی به شبکه‌های مجازی می‌تواند بر رفتار کاربران و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار باشد.

همچنین افرایم (Ephraim, 2013) در پژوهشی با عنوان "جوانان آفریقایی و خطرات ناشی از شبکه‌های اجتماعی" با روش کیفی و با استفاده از تجزیه و تحلیل ثانویه داده‌ها نشان داد؛ کودکان و نوجوانان ۱۳ تا ۳۰ ساله آفریقایی بیشترین کاربران رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بودند.

در پژوهشی دیگر فلوریت (Fleuriet, 2014) و همکاران با "مطالعه فیس‌بوک: سبک دلبستگی و ویژگی پیام‌های غیرکلامی" از ۸۲۱ نفر به‌عنوان نمونه‌های مورد مطالعه خواستند که میزان درجه احساسات منفی در دیدن یک پیام بر روی صفحه دوست صمیمی فیس‌بوک خود را تعیین کنند که در نهایت مشخص شد که زنان بیشتر از مردان در پاسخ به این‌گونه اعلان‌ها تأثیرات شخصی منفی تجربه کرده‌اند.

از دیگر نکات مورد توجه اکثر کاربران شبکه‌های اجتماعی حفاظت از حریم خصوصی آنهاست که در این زمینه زیملز و کی (Zemmels & Khey, 2014) اشتراک‌گذاری رسانه‌های تصویری دیجیتال؛ نگرانی‌های حریم خصوصی و اعتماد میان جوانان را جهت مقایسه نگرش دانشجویان کالج در رابطه با حفظ حریم خصوصی و اعتماد به دیگران از طریق رسانه‌های مبتنی بر اینترنت در سه شکل فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی و تلفن همراه مورد بررسی قرار داده و نشان دادند که اعتماد به گیرنده تصاویر ارسال شده از طریق تلفن همراه به میزان قابل توجهی بیشتر از رسانه‌های دیگر بوده است.

در پژوهشی مشابه ابروچین (O'Brolcháin, 2015) و همکاران "همگرایی واقعیت مجازی و شبکه‌های اجتماعی؛ تهدیدی برای حریم خصوصی و آزادی" را مورد بررسی قرار دادند و با تمرکز بر مسائل اخلاقی مشخص کردند که همگرایی واقعیت مجازی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مشکلات اخلاقی همچون تهدید حریم خصوصی و تهدید آزادی مخاطبان را به همراه داشته است.

۴. هدف پژوهش

هدف پژوهش حاضر "مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران" بوده است.

۵. روش پژوهش

در این پژوهش با توجه به موضوع مورد مطالعه از روش "تحقیق کیفی" با رویکرد "پدیدارشناسی" استفاده شده است. پدیدارشناسی، برای استخراج عصاره ذات تجربه انسانی، شیوه‌ای از تحقیقات با مختصات توصیفی، انعکاسی و تفسیری را پیشنهاد می‌کند. در این توصیف شیوه تجربه و آنچه افراد تجربه می‌کنند، ارائه می‌شود. پدیدارشناسی به عنصر اساسی تجربه در زندگی روزمره مردم توجه دارد. لذا تجربه، نقطه مرکزی تمرکز پدیدارشناسی قرار گرفته است. (ایمان، ۱۳۹۱)

از آنجا که محقق در صدد مطالعه کیفی موضوع پژوهش بود، روش تحقیق خود را از نوع کیفی بر اساس روش پدیدارشناسی انتخاب و با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختارمند تا اشباع اطلاعات، از کل کاربران حرفه‌ای دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۹۴ تعداد ۲۰ نفر در مقاطع مختلف کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری با رده سنی ۲۱ تا ۵۴ سال را با روش نمونه‌گیری هدفمند ناهمگن انتخاب و از تجارب آنها در استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه همچون: واتس‌آپ، وایبر، تلگرام، فیس‌بوک، لاین و ... استفاده کرد.

در این راستا نویسنده با معرفی خود و موضوع تحقیق، از مشارکت‌کننده تقاضا می‌کرد که در صورت تمایل وی را در انجام پژوهش یاری رساند. مصاحبه‌شوندگان این اختیار را داشتند که به هر سؤال در صورت تمایل پاسخ دهند و در هر زمان از مصاحبه خارج شده یا انصراف دهند. در این پژوهش تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش پیشنهادی "کلایزی" در هفت مرحله انجام گرفت. (Stephen, 2003)

ابتدا، توصیفات همه شرکت‌کنندگان به‌منظور هم‌احساس شدن با آنها خوانده و عیناً ثبت شد. در این زمینه کل مصاحبه‌ها بدون دخل و تصرف بازنویسی و تایپ و سپس چندین مرتبه به دقت مطالعه و جملات و پاراگراف‌های مهم علامت‌گذاری شد.

دوم، تمام عبارت‌های مهم علامت‌گذاری شده از متن هر مصاحبه استخراج و در یک جدول قرار گرفت به‌طوری‌که برای هر عبارت امکان استخراج یک یا چند مفهوم ساده و اولیه وجود داشت که در این زمینه ۲۹۰ عبارت مهم و مرتبط با موضوع پژوهش به‌دست آمد.

سوم، معنی یا مفهوم هر عبارت مهم توسط محقق شکل گرفت به‌طوری‌که یک عبارت بلند به یک یا چند مفهوم کوتاه و قابل فهم تبدیل شد که پس از حذف کدهای تکراری تعداد ۱۱۶ مفهوم باقی ماند.

چهارم، مفاهیم تنظیم شده، درون دسته‌های موضوعی مرتبط سازمان‌دهی شد که در این رابطه تعداد ۱۷ دسته موضوعی به‌دست آمد.

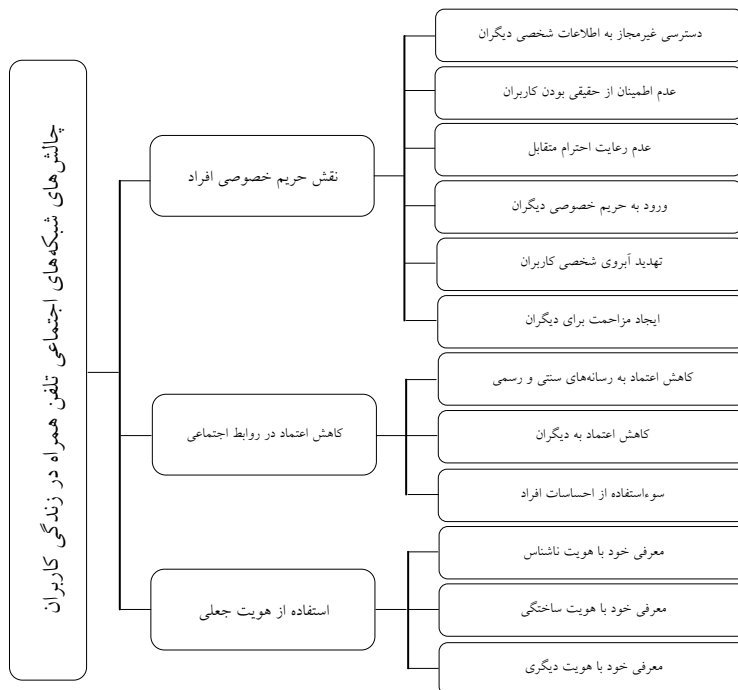
پنجم، یافته‌ها به درون یک توصیف جامع از پدیده مورد نظر تلفیق و دسته‌بندی شد که از این میان ۳ دسته و مفهوم کلی با ۱۲ زیر مفهوم مربوط به موضوع پژوهش بود.

ششم، توصیف جامع از پدیده مورد تحقیق به شکل یک بیانیه صریح و روشن تنظیم و در قالب گزاره اصلی پژوهش ارائه شد که با توجه به موضوع و هدف پژوهش، "چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه" به‌عنوان گزاره اصلی پژوهش بیان شد.

در مرحله آخر اعتبار و پایایی مطالب تأیید شد. بدین ترتیب جهت تأیید اعتبار با استفاده از تکنیک کنترل اعضا، از طریق ارائه تحلیل‌های داده‌ای و نتایج آن به پاسخگویان جهت آگاهی و استفاده از واکنش‌های ایشان، یافته‌ها به مشارکت‌کنندگان نشان داده شد و نظرات ایشان اخذ شد. علاوه بر آن محقق جهت تأیید پایایی یافته‌ها، مفاهیم استخراج شده را به چند نفر از پژوهشگران و استادان تخصصی این حوزه به‌عنوان کمیته راهنما نشان داد و از اجماع ایشان در ارزیابی عینی و علمی یافته‌ها اطمینان حاصل کرد. (عباس‌زاده، ۱۳۹۱)

۶. یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش مطابق شکل (۱) در قالب ۳ مفهوم کلی شامل؛ "نقض حریم خصوصی افراد"، "کاهش اعتماد در روابط اجتماعی" و "استفاده از هویت جعلی" طبقه‌بندی شد.



الف. نقض حریم خصوصی افراد

نقض یا عدم رعایت حریم خصوصی افراد به‌عنوان مفهوم کلی این گزاره دارای شش زیر مفهوم شامل؛ «دسترسی غیر مجاز به اطلاعات شخصی دیگران»، «عدم اطمینان از حقیقی بودن کاربران»، «عدم رعایت احترام متقابل»، «ورود به حریم خصوصی دیگران»، «تهدید آبروی شخصی کاربران» و «ایجاد مزاحمت برای دیگران» است.

در زمینه عدم رعایت حریم خصوصی افراد می‌توان به تجربه شرکت‌کننده شماره چهار اشاره کرد که بیان داشت: «(این فیلم) حریم خصوصی یک فرد بود که اصلاً برای من جالب نبود. توی حریم شخصی افراد پا گذاشته بود» و یا تجربه شرکت‌کننده شماره ۱۳ که گفت: «شاید همون فرستادن عکس، ای کاش نبود. چون الان تا با یکی آشنا می‌شی می‌گه عکست را بده، فلان عکس را بده. حریم خصوصی آدم را زیر سؤال می‌بره.»

این یافته‌ها با پژوهش‌های رحیمی (۱۳۹۰) در خصوص به‌خطر افتادن هویت ملی، خزاعی و همکاران (۱۳۹۲) در خصوص پایین‌بودن عزت نفس کاربران در معرض خطر و استفاده مشکل‌ساز از تلفن همراه، حسین‌نظر (۱۳۹۴) پیرامون آشنایی با تدابیر امنیتی به منظور حفظ حریم خصوصی کاربران، زیملز و کی (۲۰۱۴) در رابطه با حفظ حریم خصوصی و ابروچین و همکاران (۲۰۱۵) در خصوص تهدید حریم خصوصی و تهدید آزادی مخاطبان شبکه‌های اجتماعی و تلفن همراه همسویی دارد.

رعایت حریم خصوصی و پرهیز از آزار دیگران به‌عنوان یکی از ارزش‌های اجتماعی پذیرفته شده در تمامی جوامع به‌ویژه جامعه سنتی و مذهبی همواره مورد توجه و تأکید بوده و با حرمت‌شکنان آن در پاره‌ای موارد به شدت برخورد می‌شود. هیچ‌کس دوست ندارد اسرار زندگی شخصی و روابطش برای همگان فاش شود، خصوصاً در جامعه ما که فرد به‌عنوان جزء لاینفک خانواده آنچنان پیوند محکمی با خویشان خود برقرار کرده که هرگونه هتک آبروی فرد به‌واسطه افشای اطلاعات حریم خصوصی تبعات اجتماعی جبران‌ناپذیری بر کلیه اعضای خانواده وی در پی دارد که گاهی تأثیر آن تا سال‌ها باقی خواهد ماند. چه بسیار خانواده‌هایی که به‌واسطه تجاوز به حریم خصوصی فرزندان و اعضای خانوادشان و یا ایجاد مزاحمت‌های مختلف مجبور به ترک شهر و دیار خود شده‌اند.

از این رو دسترسی به اطلاعات شخصی دیگران، عدم رعایت احترام متقابل و ورود به حریم خصوصی افراد، تهدید آبروی شخصی و ایجاد مزاحمت برای دیگران از جمله پیامدهای منفی است که یک کاربر شبکه مجازی تلفن همراه را همواره تهدید می‌کند.

ب. کاهش اعتماد در روابط اجتماعی

یکی از مهم‌ترین مفاهیم کلی این پژوهش که دارای سه زیر مفهوم؛ "کاهش اعتماد به رسانه‌های سنتی و رسمی"، "کاهش اعتماد به دیگران" و "سوء استفاده از احساسات افراد" کاهش اعتماد در روابط اجتماعی است.

در این زمینه می‌توان به تجربه شرکت‌کننده شماره ۳ اشاره کرد که گفت: «آگه فهمیدی (اخبار شبکه‌های تلفن همراه) صحت نداره احساس نمی‌کنی به شعورت برمی‌خوره ولی یه روزنامه را احساس می‌کنی بهت توهین شده.» یا شرکت‌کننده دیگری که گفت: «الان احساس می‌کنم کسی که می‌گه دوست دارم حس می‌کنم که این دوست داشتن واقعی نیست.»

این یافته‌ها با پژوهش‌های زنجانی‌زاده (۱۳۸۴) در خصوص بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانواده، خزاعی و همکاران (۱۳۹۲) در خصوص پایین بودن عزت نفس کاربران در معرض خطر و استفاده مشکل‌ساز از تلفن همراه و ابروچین و همکاران (۲۰۱۵) در خصوص اعتماد به دیگران در اشتراک‌گذاری تصاویر دیجیتالی و ویدیویی خود از طریق رسانه‌های مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و تلفن همراه همسویی دارد.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه باعث شده که اخبار و اطلاعات روزانه در کمترین زمان و بیشترین وسعت میان کاربران رد و بدل شود. با توجه به محدودیت‌های امنیتی، اجتماعی و فرهنگی و بعضاً سیاسی که در نقل اخبار در رسانه‌های سنتی و ملی کشور همچون تلویزیون، رادیو و روزنامه‌ها وجود دارد، بسیاری از علاقه‌مندان مطالعه شده در این پژوهش اخبار روزانه و محتوای مورد نیاز خود را از این شبکه‌ها تأمین می‌کنند و وقتی تفاوت ماهیت و حقیقت آن را با اخبار رسانه‌های گروهی جامعه می‌بینند به تدریج بر این باور می‌شوند که حقیقت آن چیزی نیست که در رسانه‌های سنتی منتشر می‌شود و به همین دلیل حتی در صورت غیرواقعی بودن اخبار شبکه‌های مجازی - اعتماد کاربران به رسانه‌های سنتی کاسته می‌شود.

از طرف دیگر ماهیت رسانه‌های نوین همچون اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی به گونه‌ای است که فرد می‌تواند خود را برخلاف آنچه هست معرفی کند و به نوعی با هویت مجازی خود در تعاملات شرکت کند و در این پژوهش بسیار مشاهده شده که افراد به واسطه اینکه هویت مجازی کاربر مقابل را حقیقی تصور کرده و اقدام به تعامل اجتماعی با وی کرده بودند، پس از روشن شدن حقیقت نه تنها اعتماد قربانی به این شبکه‌ها بلکه به کلیه افراد مشابه و پیرامون نیز سلب شده و یا کاهش یافته است.

اگر بنای یک جامعه سالم را بر اعتماد و صداقت فرض کنیم، رواج بی‌اعتمادی و دروغ در حقیقت تیشه‌ای بر ریشه و بنیان خانواده و جامعه است به طوری که ترویج بی‌اعتمادی نه تنها باعث افزایش سوء تفاهم‌ها در روابط شده بلکه می‌تواند سر منشأ بسیاری از مشکل‌ها و اختلاف‌های دیگر قرار گیرد. این مفهوم وقتی با سوء استفاده احساسی قربانیان همراه شود، اثری به مراتب بیشتر داشته، به نوعی که فرد به تمامی افراد پیرامون خود بی‌اعتماد می‌شود.

ج. استفاده از هویت جعلی

”استفاده از هویت جعلی“ به عنوان آخرین مفهوم استخراج شده از تجربه‌های مشارکت‌کنندگان این پژوهش دارای سه مفهوم کلی با عنوان ”معرفی خود با هویت ناشناس“، ”معرفی خود با هویت ساختگی“ و ”معرفی خود با هویت دیگری“، اگرچه ذاتاً مفهومی جدید نیست اما می‌توان از آن به عنوان یکی از چالش‌های اجتماعی جدید در رسانه‌های نوین و فضای مجازی یاد کرد.

در زمینه استفاده از هویت جعلی نیز می‌توان به تجربه‌های یکی از شرکت‌کننده‌ها اشاره کرد که بیان داشت: «این احتمال هست که یکی دیگه داره جواب می‌ده، یا طرف خطش را فروخته» و یا مشارکت‌کننده دیگری که عنوان کرد: «توی لاین یه دختر منو اد کرد، وقتی باهاش صحبت کردم، دیدم گفت من پسر من می‌خواستم تو ادم کنی.»

این یافته‌ها با پژوهش‌های امیری (۱۳۸۷) در خصوص تهدیدهای فناوری‌های نوین ارتباطی و سبحانی‌نژاد و همکاران (۱۳۸۸) در رابطه با تخلف‌های سایبری و مزاحمت‌ها همسویی دارد. با تأمل در شیوه‌های ارتباطی رسانه‌های نوین درمی‌یابیم در گذشته که بیشتر ارتباطات مجازی از طریق وب‌گاه‌های اینترنتی انجام می‌گرفت و مخفی بودن هویت کاربران امری بسیار جذاب می‌نمود، شاید آسیب ارتباط با هویت‌های ناشناس کمتر بروز می‌کرد. علت آنکه افراد به این امر واقف بودند که شاید فردی که در آن سوی جریان ارتباط قرار گرفته آنچه حقیقت دارد نیست.

اما در استفاده از شبکه‌های مجازی تلفن همراه خصوصاً در کشور با توجه به اینکه اولین گام ارتباط وجود یک سیم کارت تلفن همراه است و طبیعتاً در چند سال اخیر تمامی سیم کارت‌ها حداقل دارای هویت مشخص، ثبت شده و قابل پیگیری هستند، استفاده از سیم کارت افراد دیگر به هر شکل و معرفی خود با مشخصات فردی دیگران نوعی فریب‌کاری و جعل هویت محسوب شده و با در نظر گرفتن اینکه شاید مدت زمانی لازم باشد که کاربر حقیقی متوجه هویت غیر واقعی یا ساختگی طرف مقابلش شود، این تهدید از حساسیت زیادی برخوردار است.

علت این اهمیت آن است که در زمان ارتباط متقابل ممکن است به واسطه اعتماد طرف اول به هویت ساختگی، اطلاعات فردی و خصوصی رد و بدل شود که افشای آن توسط کاربر جعلی باعث هتک آبرو و خدشه‌دار شدن حریم خصوصی دیگران شود و بر همین اساس معرفی خود با استفاده از اطلاعات شخصی یک نفر در شبکه‌های اجتماعی مجازی نوعی عمل نابهنجار و غیراخلاقی است و چنانچه با هدف سوء استفاده از دیگران انجام شود براساس قانون جرایم رایانه‌ای جرم محسوب شده و مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

برخی از پژوهشگران در این زمینه مفهوم ”هویت مجازی“ در فضای سایبری را مطرح می‌کنند که مفهومی همچون گمنامی، بی‌نامی و ... را شامل می‌شود. (خسروی آ، ۱۳۸۹: ۱۱-۶)

مهم‌ترین ویژگی هویت مجازی ناشناس بودن فرد است که امکان آزادی بیشتر در بیان ایده‌ها، نظرها و افکار را به او داده و در حقیقت انسان بدون ترس از مسئولیت‌های اجتماعی ناشی از هر چه که بیان یا رفتار می‌کند می‌تواند آنچه که در محیط واقعی به دلایل مختلف امکان ندارد را با هویت مجازی خود بروز دهد. می‌توان گفت هویت مجازی مجال برای نمایش "خودی" است که فرد در محیط واقعی "می‌خواهد ولی نمی‌تواند" باشد.

هویت مجازی با مفاهیمی همچون جهان مجازی، شهر مجازی و ... نیز در ارتباط است که مطالعه آن به درک بیشتر موضوع کمک شایانی می‌کند. (عاملی، ۱۳۹۲: ۲۶-۷)

نکته قابل توجه در این تفاوت نوع نگاه به مفاهیم نهفته در آن است. در یک ارتباط دوطرفه با هویت مجازی فرد خود را هر آنچه می‌خواهد نمایش می‌دهد و در آن سوی ارتباط نیز شخص دیگر - خواه با هویت حقیقی و خواه مجازی - به این نکته واقف و آگاه است که هویت طرف اول حقیقی نیست. اما در هویت جعلی طرف اول با استفاده سوء از شماره تلفن همراهی که الزاماً متعلق به یک هویت حقیقی است خود را به جای شخصیت دیگری معرفی می‌کند که در جهان خارج وجود دارد. این مفهوم اگر به صورت کاملاً آگاهانه و عمدی با قصد و نیت سوء استفاده و کلاهبرداری از دیگران باشد بیانگر نوعی "سرقه هویت" بوده و جرم محسوب می‌شود (رجوع کنید به قانون جرائم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸/۱۱/۱۱ و مواد ۵۲۳ الی ۵۴۲ فصل پنجم قانون تعزیرات مصوب ۱۳۷۵).

البته با تمام توضیحات عنوان شده باید در نظر گرفت که ممکن است این مفاهیم تنها به واسطه نوع فرهنگ و عناصر فرهنگی، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه ما معنا و مفهوم یافته و در سایر جوامع به گونه‌ای دیگر مطرح شود.

بحث و نتیجه‌گیری

آنچه در جمع‌بندی موضوع به نظر می‌رسد آن است که فناوری‌های جدید به انحای مختلف در حال رسوخ در زندگی بشر است و سرعت تغییر و تحولات این فناوری‌ها به‌ویژه در حوزه ارتباطات و رسانه به گونه‌ای است که در پاره‌ای موارد حتی فرصت برنامه‌ریزی و تفکر را از همگان سلب می‌کند. این مهم در حوزه تلفن همراه به وضوح قابل مشاهده است چراکه وسیله‌ای که تا یک دهه پیش بالاترین توانش ضبط و پخش یک موسیقی ساده، یک فیلم چند دقیقه‌ای و یا یک تصویر آن هم با کیفیتی بسیار پایین بود، در کمتر از دو سال به وسیله‌ای همه کاره در دستان کاربران تبدیل شده به گونه‌ای که گویی ارضای تمامی نیازمندی‌های انسانی به دستان آن سپرده شده است.

بر همین اساس دستگاه‌های تلفن‌های همراه هوشمند و نرم‌افزارهای اجتماعی آن، روابط اجتماعی و هویت جدیدی خلق کرده که خود به خود فعالیت‌های روزمره افراد از الگوهای تماس، فعالیت‌ها و دغدغه‌ها گرفته تا نوع گُش سیاسی و اجتماعی و حتی روابط خانوادگی را

تحت تأثیر قرار می‌دهد. بدین ترتیب ابعاد استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به‌نوبه خود به یک فرهنگ و شیوه زیستن تبدیل شده، به‌عنوان یک مصنوع فرهنگی که امکان انتخاب‌های متعددی را فراهم می‌کند، سازمان فرهنگی جامعه را هدف قرار داده و نگرانی‌های عمده‌ای را در رابطه با این موضوع پدید آورده است.

نتایج نشان داد که عمده کاربران مطالعه شده در این پژوهش استفاده مناسب و صحیحی از امکانات این شبکه‌ها نداشته و بیشتر برای وقت‌گذرانی از آن استفاده می‌کنند، ضمن آنکه استفاده غیرطبیعی و در پاره‌ای موارد اعتیاد روانی به استفاده از این شبکه‌ها تأثیرات منفی زیادی بر روح و روان کاربران داشته و به همین منظور لازم است مسئولان امر در این زمینه اندیشه‌ای جدی کنند چراکه در غیر این صورت نهاد خانواده اولین قربانی استفاده از این شبکه‌ها بوده و در گام بعدی ارزش‌های اجتماعی افراد مورد حمله قرار خواهد گرفت.

در اکثر مصاحبه‌های این پژوهش نقض حریم خصوصی یکی از چالش‌های عنوان شده بود که کاربران از آن به‌شدت ابراز نگرانی کرده بودند. در این رابطه می‌توان با تولید نرم‌افزارهایی بومی و مطابق با فرهنگ اصیل مردم کشورمان توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات که مبتنی بر اخلاق، احترام و ارتباط دوستانه بار دیگران است، همچنین ارائه امکانات جامع و کامل به‌ویژه متناسب با نیازهای کاربران در حوزه امنیت فردی و حفاظت از حریم خصوصی آنها، ضمن سوق‌دادن استفاده‌کننده به شبکه‌های داخلی، افزایش امنیت ملی، اجتماعی و فردی را فراهم آورد.

همچنین استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه باعث شده که اخبار و اطلاعات روزانه صرف‌نظر از صحت و سقم آن در کمترین زمان و بیشترین وسعت میان کاربران رد و بدل شود که در این رابطه لازم است دولت و حاکمیت آستانه تحمل خود را بالاتر برده و در همین فضا، کانال‌هایی برای پاسخگویی به مطالب دروغ و شایعه‌ها و ارائه اخبار صحیح و دقیق به مخاطبان راه‌اندازی شود.

از طرف دیگر ماهیت رسانه‌های مجازی به‌گونه‌ای است که فرد می‌تواند خود را بر خلاف آنچه که هست معرفی کند و به‌نوعی با هویت مجازی خود در تعاملات شرکت کند و بسیار مشاهده شده است که افراد به‌واسطه اینکه هویت مجازی کاربر مقابل را حقیقی تصور کرده‌اند، اقدام به تعامل و اشتراک حریم خصوصی با آنها کرده‌اند که این امر موجب رواج بی‌اعتمادی و افزایش سوءتفاهم‌ها در روابط اجتماعی شده است.

از این رو لازم است برنامه‌ای مدون و سراسری جهت آموزش و آگاه‌سازی جوانان و خانواده‌ها از این چالش‌ها تهیه و به مرحله اجرا در آید تا ضمن آگاه‌سازی کاربران از خطرهای آن، راه‌های مقابله با این چالش‌ها آموزش داده شده و بنیان خانواده تهدیدهای پیش رو مصون بماند.

منابع

- اکبری، فیروز (۱۳۸۹)، "تلفن همراه (۲): آسیب شناسی اجتماعی"، مجله حصون، شماره ۲۳، قابل دسترس در: <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage929326>
- امیری، عبدالرضا (۱۳۸۷)، "مطالعه فرصت‌ها و تهدیدات ناشی از ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی: گامی به سوی تدوین راهبرد در ناجا"، فصلنامه مطالعات مدیریت/انتظامی، سال ۴، شماره ۴.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۱)، *روش‌شناسی تحقیقات کیفی*، چاپ اول: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- برات دستجردی، نگین (۱۳۹۳)، "بررسی نقش شبکه‌های سایبری بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه اصفهان سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰"، نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۵، شماره ۵۴.
- تابناک (۱۳۹۵)، "چرا یک میلیون ایرانی مشتری سایت‌های مستهجن هستند؟"، پایگاه خبری تابناک، کد خبر ۶۲۴۴۵۸، تاریخ مشاهده ۹۵/۰۷/۲۸، قابل دسترس در: <http://www.tabnak.ir/fa/news/624458>
- تدبیر (۱۳۹۵)، "تعداد کاربران اینترنت در ایران چقدر است؟"، سایت خبری تحلیلی تدبیر، تاریخ مشاهده ۹۵/۰۷/۲۸، قابل دسترس در: <http://www.tadbirkhabar.com/news/society/98667>
- حسین‌نظر، فائزه (۱۳۹۴)، "کارکردهای شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در جامعه ایران"، اولین کنفرانس بین‌المللی وب پژوهی، تهران، دانشگاه علم و فرهنگ، تاریخ مشاهده ۹۵/۰۷/۲۸، قابل دسترس در: http://www.civilica.com/Paper-IRANWEB01-IRANWEB01_041.html
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۴)، "آخرین آمار کاربران اینترنت در ایران"، شناسه خبر ۲۷۹۰۶۲۵، تاریخ مشاهده ۹۴/۸/۱۵، قابل دسترس در: <http://www.mehrnews.com/news/2790625>
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۵)، "وضعیت ایران در جدیدترین رتبه‌بندی اینترنت/جایگاه ۱۰۳ بین ۱۹۱ کشور"، خبرگزاری مهر، شناسه خبر ۳۷۷۵۲۹۲، تاریخ مشاهده ۹۵/۰۷/۲۸، قابل دسترس در: <http://www.mehrnews.com/news/3775292>
- خسروی، آرش (۱۳۸۹)، "مفهوم شناسی هویت مجازی در فضای سایبر"، مجله ره‌آورد نور، شماره ۳۲.
- خسروی، زهرا (۱۳۸۹)، "تجارب جوانان از تلفن همراه در تغییر هنجارهای فرهنگی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان).
- خزاعی، طیبه؛ سیدعلیرضا سعادت‌جو، مجید شبانی، محمد صنوبری و محسن بازیان (۱۳۹۲)، "بررسی شیوع وابستگی به تلفن همراه و ارتباط آن با عزت نفس دانشجویان"، فصلنامه دانش و تندرستی، سال ۸، شماره ۴.
- رحیمی، محمد و رادیه پرنده (۱۳۹۲)، "آسیب‌شناسی فضای مجازی و خانواده: تهدیدها و چالش‌ها"، دومین سمینار فضای مجازی و خانواده، وب سایت علوم اجتماعی ایران، تاریخ مشاهده ۹۴/۰۲/۲۵، قابل دسترس در: <http://socialsciences.ir>
- رحیمی، محمد (۱۳۹۰)، "عوامل اجتماعی مؤثر بر شکاف نسلی؛ مطالعه موردی شهر خلخال"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- زمانی، عباس (۱۳۹۴)، *خانواده مجازی*، اصفهان: ناشر مؤلف.
- زنجانی‌زاده، هما (۱۳۸۴)، "بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان"، مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۲.
- زواره‌ای، لیلا (۱۳۹۴)، "خداحافظی نوجوانان و جوانان با آسیب‌های اینترنتی؛ فضای مجازی اصفهان بی‌خطر می‌شود"، روزنامه اصفهان زیبا، شماره ۲۳۴۱.
- سیحانی‌نژاد، مهدی، سیاوش پورطهماسبی و آذر تاجور (۱۳۸۸)، "چالش‌ها و کارکردهای فرهنگی و اجتماعی تلفن همراه و راهکارهای اصلاح آن"، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال سوم، شماره ۳۱.

سلطانی فر، محمد (۱۳۸۹)، *دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک*، تهران: سیمای شرق.

سلیمانی پور، روح الله (۱۳۸۹)، "شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها"، فصلنامه *ره‌آورد*، شماره ۳۱.

شامی زنجانی، مهدی، سعید روحانی، و زهرا تقی‌نیا آهنگری (۱۳۹۳)، "کاربرد نرم‌افزارهای اجتماعی در مدیریت فرایند یادگیری الکترونیکی"، فصلنامه *آموزش و توسعه منابع انسانی*، سال اول، شماره ۱.

شاه قاسمی، احسان (۱۳۸۵)، "مروری بر زمینه‌های تأثیر فضای مجازی بر نظریه‌های ارتباطات"، *مجله جهانی رسانه*، دوره ۱، شماره ۲: قابل دسترس در: <http://gmj.ut.ac.ir/Attachments/201515141036757.pdf>

عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۵)، "فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت"، *مجله جهانی رسانه* ISSN 2008-0468، انتشارات دانشگاه تهران، شماره ۱، قابل دسترس در: <http://gmj.ut.ac.ir/Attachments/201281814103373.pdf>

عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۲)، "منطق شهرهای مجازی و مفهوم کار مجازی: ضرورت طرح جامع شهر مجازی"، فصلنامه *رسانه*، سال ۲۴، شماره ۱، شماره پیاپی ۹۰.

عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۱)، "تأملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی"، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۳، شماره پیاپی ۴۵.

عدلی‌پور، صمد، وحید قاسمی و سیداحمد میرتبار (۱۳۹۳)، "تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان"، فصلنامه *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره هفتم، شماره ۱.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای*، جلد اول، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.

کلانتری، عبدالحسین و حسین حسینی (۱۳۸۷)، "رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان"، فصلنامه *رسانه*، شماره ۷۶.

معمار، ثریا، صمد عدلی‌پور و فائزه خاکسار (۱۳۹۱)، "شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویت ایران)"، فصلنامه *علمی پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره اول، شماره ۴.

منصوریان، مرتضی، مهناز صالحی، زهره ادب و مرضیه لطیفی (۱۳۹۳)، "رابطه وابستگی به تلفن همراه با احساس تنهایی و حمایت اجتماعی در دانشجویان"، *مجله علوم پزشکی رازی*، شماره ۱۲۰.

مونژ، پتر (۱۳۸۷)، *ساختارها و فرایندهای ارتباطات در جهانی شدن در نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه گودرز میرانی، جلد چهارم، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

مهدی‌زاده ملاباشی، تورج (۱۳۹۱)، *تکنولوژی‌ها و فناوری‌های نوین رسانه‌ای*، تهران.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۲)، *نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، چاپ سوم. تهران: همشهری.

وفایی، صادق (۱۳۹۵)، "۲۸ میلیون نفر عضو تلگرام هستند"، *خبرگزاری مهر*، شناسه خبر: ۳۷۶۸۱۲۹، تاریخ مشاهده ۹۵/۰۷/۲۸، قابل دسترس در: <http://www.mehrnews.com/news/3768129>

Bell D. (2001), *An introduction to cyber cultures*, USA, Rout ledge

Ephraim P E.(2013), African youths and the dangers of social networking: a culture-centered approach to using social media. *Ethics and Information Technology*. December 2013, Volume 15, Issue 4.

Fleuriet C, hristina C, Megan G. Laura K. (2014), Exploring Facebook: Attachment Style and Nonverbal Message Characteristics as Predictors of Anticipated Emotional Reactions to Facebook Postings , *Journal of Nonverbal Behavior*, December 2014, Volume 38, Issue 4.

Heinrichs J H, Lim J S, Lim K S .(2009), *Influence of social networking site and user access method on social media evaluation*. *Journal of Consumer Behavior* . Volume 10, Issue 6, November/December 2011 .

O'Brolcháin F, Jacquemard T, Monaghan D ,Connor . N O, Novitzky P, Gordijn B . 2015. The Convergence of Virtual Reality and Social Networks: Threats to Privacy and Autonomy, ISSN: 1353-3452 (Print) 1471-5546 (Online).

Stephen G (2003), *Transformations: A world of home hemodialysis*. *Health Care*. 2003; 38 (2),pp.29-50 .

Zemmels D R, Khey D N. (2014), Sharing of Digital Visual Media: Privacy Concerns and Trust Among Young People. American Journal of Criminal Justice May 2014 (Online), Link: <http://link.springer.com/article/10.1007/s12103-014-9>

