

بررسی تاثیر تکنولوژی‌های جدید ارتباطی بر مخاطبان نمونه موردی: (شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و توییتر)

محمد سلطانی‌فر، دانشیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران
جهانگیر بخشی، دانش آموخته دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران
علیرضا حسنی خلیلی، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، اردبیل، ایران
عهده دار مکاتبات alirezahasanikhalili@gmail.com

تاریخ دریافت مقاله: بهمن ۹۳ تاریخ پذیرش نهایی: اردیبهشت ۹۴

چکیده

استفاده از فناوری‌های جدید ارتباطی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده است، بطوری که اندیشمندانی چون دانیل بل آن را جامعه فرا صنعتی و مانوئل کاستلز جامعه‌ای شبکه‌ای نامیده‌اند. فناوری‌های جدید فاصله مکانی را از بین برده و بر توان انسان‌ها برای مراوده با یکدیگر افزوده است. انسان امروزی با کمک ابزارهای ارتباطی، مانند اینترنت، توانسته است که گروه‌ها و جماعت‌هایی دور از هم، اما در دسترس، خلق کند. شبکه‌های اجتماعی یکی از با نفوذترین تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است که همه ابعاد زندگی بشر را تحت تاثیر عظمت نفوذ خود قرار داده است و به نوعی همه ابعاد حیات فردی و جمعی ما متاثر از این تکنولوژی ارتباطی است. شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و توییتر توانسته‌اند مخاطبان زیادی را به خود جذب کنند که در این مقاله در پی یافتن علل اصلی افزایش گرایش مخاطبان به تکنولوژی‌های جدید ارتباطی بویژه شبکه‌های اجتماعی چون فیس بوک و توییتر هستیم. در این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده است. به صورت نمونه‌گیری سهمیه‌ای ۳۶۰ نفر از اعضای این شبکه‌ها (فیس بوک و توییتر) انتخاب شد و از طریق پرسشنامه الکترونیکی اطلاعات گردآوری شده است. اطلاعات و داده‌های مورد نظر این تعداد پرسش‌نامه جمع‌آوری و با استفاده از نرم افزار کامپیوتری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

واژگان کلیدی

شبکه اجتماعی، فیس بوک، توییتر.

مقدمه

فن‌آوری‌های ارتباطی جدید و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی منجر به متحول شدن در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در نحوه ارتباطی با یکدیگر در اقصی نقاط جهان شده است؛ بدین معنی که امروزه با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و با حضور در این بزرگراه، امکان بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کمترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای نسبتاً کم فراهم آمده است. ظهور این پدیده اگرچه خود معلول تحولاتی چند بوده اما پس از ظهور، خود منشاء تحولات عدیده‌ای به‌ویژه در عرصه علوم ارتباطات به مفهوم اخص کلمه شده است.

فیس‌بوک فهرست راهنمای اجتماعی است که به کاربران خود اجازه می‌دهد با ایجاد پروفایل و در معرض دید قرار دادن آن برای دوستان خود بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، علاوه بر آن می‌توانند دوستان خود را اضافه و برای آنها پیام بفرستند، کاربران همچنین می‌توانند به شبکه‌های سازمان‌یافته توسط دانشگاه، محل کار و مدرسه بپیوندند.

هدف از این شبکه‌ها ایجاد جهانی آزادتر و شفاف‌تر و درک و ارتباط بیشتر است. فیس‌بوک، با ارتقای آزادی و شفافیت برای رسیدن به این هدف به افراد کمک می‌کند، دستیابی به این اهداف تنها باید از طریق محدودیت قانونی فناوری و هنجارهای اجتماعی محدود شوند. (عاملی، سعیدرضا، ۱۳۸۹، ص ۱۲)

توییتر یک شبکه اجتماعی اینترنتی است که به کاربران خود این امکان را می‌دهد تا پیام‌هایی را به عنوان توییتر به یکدیگر ارسال و دریافت کنند. توییت‌ها (tweet)، پست‌هایی متنی هستند که می‌توانند حداکثر ۱۴۰ حرف باشند و در صفحه پروفایل نویسنده نمایش داده می‌شوند و به مشترکان نویسنده متن، یعنی کسانی که در صفحه توییتر فرد عضویت دارند و به آنها تعقیب کنندگان نیز گفته می‌شوند، ارسال می‌شوند.

ارسال کنندگان پیام می‌توانند پیام خود را تنها برای حلقه دوستان خود ارسال کنند. یا بر مبنای پیش‌فرض تعیین شده، اجازه دسترسی به پیام را به همه اعضای توییتر بدهند. تمام

کاربران می‌توانند توییتر پیام خود را از طریق وبگاه توییتر خدمت پیامک (اس.ام.اس) یا برنامه‌های خارجی (که توسط تلفن‌های هوشمند ایجاد برنامه‌ریزی شده است) ارسال و دریافت کنند. استفاده از خدمات این وبگاه رایگان است. وبگاه تاکنون در سراسر جهان بیش از صد میلیون کاربر دارد. (عاملی، سعیدرضا، ۱۳۸۹، ص ۳۴۵)

تکنولوژی‌های عصر اطلاعات را می‌توان مثل شمشیر دو لبه به‌شمار آورد. از یک طرف به فاصله اطلاعاتی بین «فقرا» اطلاعاتی» و «ثروتمندان اطلاعاتی» دامن زده است، و از طرف دیگر فرصتی استثنایی برای بسیاری از گروه‌های حاشیه‌ای پدید آورده به نحوی که اکنون می‌توانند حرف‌های خود را که در گذشته خریداری نداشت از طریق کانال‌های ارتباطی جهانی و فراگیر، همچون اینترنت منتشر سازند. بدون شک در کشورهای در حال توسعه هر چه مردم به گذشته کمتر تکیه کنند و نظر خود را بیشتر معطوف به ترسیم آینده سازند و برای این منظور از ظرفیت‌های شگرف تکنولوژی‌های ارتباطی نوین بهره‌برداری کنند، آمادگی رویارویی بهتری با چالش‌های پدیدار شده عصر اطلاعات و نیروهای رقیب آن در سطح ملی و بین‌المللی پیدا خواهند کرد. امروزه شناخت ابزار جدید ارتباطی و هدف این شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک و توییتر، در جهت برقراری ارتباطات و توفیق در حراست و پویایی، امری بسیار ضروری است و عدم شناخت ابزارها و چگونگی کاربرد و گسترده فعالیت آن‌ها، موجب ناتوانی در جهت معرفی و انجام برنامه‌ها و در نتیجه انفعال خواهد گردید.

بنابراین با توجه به ورود تکنولوژی‌های جدید در عصر اطلاعات و اهمیت شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آنها بر مخاطبان در این پژوهش برآنیم که به بررسی تأثیر تکنولوژی‌های جدید ارتباطی بویژه شبکه‌های اجتماعی (فیس بوک و توییتر) از دیدگاه اعضای آنها پردازیم.

فرضیات پژوهش

«بیان مساله تنها به صورت کلی، پژوهش را هدایت می‌کند و تمام اطلاعات ویژه پژوهشی را در بر ندارد... بنابراین، مساله هرگز به صورت علمی حل نخواهد شد مگر این که به فرضیه یا فرضیه‌هایی تبدیل شود». (دلاور، ۱۳۷۴ ص ۷۲) فرضیه

شده است؛ بطوری که توانایی انتخاب اطلاعات و برقراری ارتباطات جهانی برای افراد در اکثر نقاط جهان، حاصل ظرفیت نوینی از ترکیب قابلیت‌های ارتباطی شده است. پیشرفت‌های فنی به وجود آمده در فن‌آوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی باعث ایجاد امکان ارسال و دریافت پیام‌ها و محتواها از فواصل دوردست و کوچک‌تر و ساده‌تر شدن مداوم فن‌آوری‌های دریافت و مصرف شده است. در این راستا تاثیر این فناوری‌ها بر کشورها در مفهوم عام و احزاب سیاسی در مفهوم خاص می‌تواند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد. این تاثیرات در حالی مطرح می‌شود که در فاصله تنها یک سال (بین ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۱)، کاربرد جهانی اینترنت از ۳۷۷ میلیون به ۵۴۴ میلیون رسید. با هر وب سیتی که هر ۴ ثانیه یک بار در فضای اینترنت متولد می‌شود. آمار کاربران اینترنت در جهان در ماه مارس ۲۰۰۸ به عدد ۱,۴۰۷,۷۲۴,۹۲۰ رسیده است.

بازرترین فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات و نتیجه اصلی انقلاب اطلاعات و ارتباطات را می‌توان «اینترنت» دانست. اینترنت پدیده‌ای است که کستلز را به سوی تولید واژه «جامعه شبکه‌ای» و قضاوت در مورد زمینه‌های ظهور، ویژگی‌ها و تاثیرات آن کشاند. استدلال کستلز در این باره آن است که همه جهان به صورت یک شبکه درآمده است، شبکه تنومندی که بافت اصلی و تار و پود آن را اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیک تشکیل می‌دهد. (آیت الله زاده شیرازی، ۱۳۷۶)

ریشه‌های اینترنت را می‌توان در نوآوری و پیشگامی وزارت دفاع آمریکا در اواسط دهه ۱۹۶۰ میلادی به منظور گسترش شبکه توزیع شده از کامپیوترها پیدا کرد. در اصل اینترنت به عنوان روشی برای اشتراک در داده‌ها در نظر گرفته می‌شود و هدف اصلی اینترنت که در آن زمان آرپانت نامیده می‌شد، این بود که اتصالاتی میان کامپیوترها و نه افراد فراهم آورد.

اینترنت بزرگ‌ترین شبکه جهانی کامپیوتری است که بیش از شش میلیون کامپیوتر و سی میلیون کاربر در بیشتر از نود کشور جهان دارد، اینترنت دارای هزاران شبکه کامپیوتری کوچکتر است که به منظور اتصال به یکدیگر انتخاب شده‌اند و برای تبادل داده‌ها، از استاندارد تکنیکی مشابهی پیروی

چراغ راه محقق است و فرضیه‌های پژوهش حاضر براساس مطالعات و یافته‌های گذشته طراحی شده است. فرضیات پژوهش مذکور شامل:

۱. بین میزان کارایی رسانه‌های دیداری و میزان گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک و توییتر) ارتباط مستقیم وجود دارد.
۲. بین گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی و نگرش آنها به فضای مسائل سیاسی اجتماعی ملی رابطه معکوس برقرار است.
۳. در جوامع تحت سلطه و وابسته شبکه‌های اجتماعی به منزله تحدید به حساب می‌آیند.

روش پژوهش

با توجه به این که هدف از تحقیقات کاربردی، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است، به عبارت دیگر تحقیقات کاربردی به سمت کاربرد عملی دانش هدایت می‌شود (بازرگان، ۱۳۸۳، ۸۲)، لذا این پژوهش از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی است.

در تحقیق پیمایشی پژوهشگر شرح مفصلی از وضعیت موجود را جمع‌آوری می‌کند، با این نیت که از این داده‌ها برای اصلاح یا تعدیل شرایط موجود استفاده کند و یا اینکه برای بهسازی آنها طرح‌های مستدلی را تهیه نماید. (دثو بالد بی: ۱۳۷۷، ۱۵) لذا این پژوهش از لحاظ روش، جزء تحقیقات پیمایشی اکتشافی است. مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری اطلاعات، استفاده از پرسش‌نامه و کتابخانه و استفاده از مقالات و پایان نامه است.

جامعه آماری و جامعه نمونه

جامعه آماری این تحقیق افراد اعضای شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر می‌باشند. از طریق روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای ۳۶۰ نفر از اعضای فیس‌بوک و توییتر انتخاب کرده و با ابزار پرسشنامه الکترونیکی پاسخگوی سوالات پژوهشگر بوده‌اند.

تکنولوژی‌های جدید ارتباطی

از اوایل دهه ۱۹۹۰، جهان با انفجار بی‌سابقه اطلاعات مواجه

کند. ما از طریق اپلیکیشن‌ها یا هر اسم دیگری که می‌شود روی آنان گذاشت این خدمات را ارائه می‌دهیم. برای همین اگر در جایی به نصب اپلیکیشن اشاره شد منظور استفاده از خدمات سایت است. (فتاحی، ۲۰۰۸)

قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی

استقبال از شبکه‌های اجتماعی از آن‌روست که کاربران اینترنتی می‌توانند برای اغلب نیازهای آنلاین خود در این وب‌سایت‌ها پاسخ مناسب بیابند. در شبکه‌های اجتماعی کاربران می‌توانند پروفایل‌های شخصی برای خودشان بسازند که شامل مشخصات، تصاویر، علاقه‌مندی‌ها و سایر موارد این چنینی است. اما شبکه‌ای شدن این وب‌سایت‌ها از جایی آغاز می‌شود که هر کاربر لیستی از دوستان تهیه می‌کند و این پروفایل‌های شخصی به یکدیگر متصل می‌شوند. هر کاربر می‌تواند دوستان و آشنایانی که در همان شبکه‌ی اجتماعی حضور دارند را به لیست دوستان خود بیفزاید. همچنین کاربران می‌توانند با جست‌وجو در پروفایل‌های کاربران و مشاهده‌ی مشخصات آنها با افراد جدیدی آشنا شوند و لیست دوستان خود را گسترده‌تر کنند. این‌ها ابتدایی‌ترین امکانات شبکه‌های اجتماعی است و این وب‌سایت‌ها در سال‌های اخیر تلاش کرده‌اند، تا گزینه‌های بیشتری در اختیار کاربران خود قرار دهند. امکانی شبیه به وبلاگ‌ها و میکروبلگ‌ها برای نوشتن مطالب کوتاه و یادداشت‌های روزانه و فضایی شبیه به سایت‌های عکس برای قرار دادن تصاویر شخصی، ایجاد فضایی شبیه به چت برای گفت‌وگوهای فوری میان کاربران، قابلیت ساختن اتاق‌های گفت‌وگو و صفحات هواداری شبیه به فروم‌های اینترنتی از جمله ساده‌ترین این امکانات است. شبکه‌های اجتماعی متناسب با نوع موضوع فعالیت‌شان امکانات دیگری از قبیل خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آنلاین، قابلیت آپلود کردن ویدئوها و فایل‌های کامپیوتری و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی را نیز در گزینه‌هایشان دارند. بدین ترتیب می‌بینیم که اغلب امکاناتی را که کاربران اینترنتی پیش از این از طریق مراجع به چندین وب‌سایت کسب می‌کردند، یک‌جا در شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند.

پس بی‌دلیل نیست که کاربران بخش قابل توجهی از زمانی را

می‌کنند. (کمالی پور، ۱۳۸۳) این استاندارد تکنیکی^۲ نامیده می‌شود. کاربرهایی که به طور مستقیم به یکی از شبکه‌های کوچکتر متصل نیستند، می‌توانند به طور موقت از طریق تماس تلفنی با یکی از فراهم‌گرهای سرویس اینترنت (شرکت فروشنده خطوط دستیابی به اینترنت) به آن متصل شوند.

شبکه‌های اجتماعی از جمله رسانه جدید ارتباطی هستند، رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در هفت گروه دسته‌بندی کرد. شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها، فروم‌ها، کامیونیتی‌های محتوایی و میکروبلگ‌ها هفت نوع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. علاوه بر این‌ها برخی سایت‌های «دنیای مجازی» از قبیل سکندلایف^۳ را هم گونه دیگری از رسانه‌های اجتماعی می‌دانند که در سال‌های آینده گسترش بیشتری خواهند داشت.

شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی، سایتی است که در مرحله اول به افراد و سازمان‌ها اجازه می‌دهد، صفحات خودشان را روی آن ایجاد کنند و در مرحله دوم اجازه می‌دهد این صفحات بر اساس مشترکات گوناگون به هم متصل شوند. وقتی صحبت از شبکه اجتماعی می‌شود باید به کامیونیتی یا همان جامعه کاربری هم اشاره کرد. در حقیقت یک شبکه اجتماعی سایت یا مجموعه سایتی است که به کاربرانی که دوست دارند علاقه‌مندی‌ها، افکار، فعالیت‌های خودشان را با دیگر به اشتراک بگذارند و دیگران هم با آنان به اشتراک بگذارند (برای همین است که یک وبلاگ، یک شبکه اجتماعی نیست، زیرا نویسنده وبلاگ در مورد دانستن اطلاعات خوانندگان گراشی ندارد ولی وبلاگستان را می‌توان یک شبکه اجتماعی خاص دانست).

بالاخره هر شبکه اجتماعی یک سری خدماتی را ارائه می‌دهد که این خدمات می‌تواند متناسب با امکانات سایت باشد.

شبکه‌های بزرگ و معتبر چه کاری می‌کنند. می‌گویند که کاربر خودش از بین خدمات ممکن نیازهایش را انتخاب

2. TCP/IP transmission Control Protocol/ Internet Protocol
3. Second Life

نحوه تعامل در زندگی شخصی افراد را تغییر داده و اکنون نیز در حال تغییر زندگی حرفه‌ای آن‌ها هستند. در حقیقت این شبکه‌ها نقش مهمی در نحوه انجام تعاملات شغلی و تجاری افراد ایفا می‌کنند که نکته مهم آن، ریسک بسیار بالای این شبکه‌ها است. براین اساس صدها میلیون کاربر در شبکه‌های مختلف اجتماعی، در سال‌های اخیر توجه مهاجمان سایبری را بیش از هر هدف دیگری به خود جلب کرده‌اند. آمارهای به دام افتادن کاربرانی که بدون اطلاع از اهداف جنایتکاران اینترنتی مغلوب این گروه می‌شوند، روزبه‌روز بیشتر شده و در کشور ما نیز به دلیل عدم اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی در بسیاری از مواقع شبکه‌های اجتماعی این قبیل مشکلات را برای کاربران خود به وجود می‌آورند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که نقطه اشتراک میان تمامی تهدیداتی که در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد اعتماد زیادی است که کاربران به این برنامه‌ها دارند به نحوی که اغلب مردم به لینک‌ها، تصاویر، فیلم‌ها و فایل‌های اجرایی که به دستشان می‌رسد اعتماد می‌کنند. این امر خطرها و تهدیدات بسیاری را برای کاربران به همراه دارد که باید اطلاع‌رسانی شود. حمله هکرها هر ۳۹ ثانیه یکبار صورت می‌گیرد، هکرها هر ۳۹ ثانیه یکبار از طریق اینترنت به کامپیوترهای افراد حمله می‌کنند به نحوی که تاکنون بیش از چند صد هزار نوع ویروس کامپیوتری در سراسر جهان شناخته شده که این تعداد نیز هر روز در حال افزایش است.

با این وجود شبکه‌های اجتماعی مرز جدیدی از جنایتکاریهای انفورماتیکی به حساب می‌آیند و تازه‌ترین گزارش‌ها نشان می‌دهد، این نوع حملات در سال ۲۰۱۰ نسبت به سال قبل از آن دو برابر نیز شده است. به نحوی که در نظرسنجی یک شرکت انفورماتیکی که از کاربران شبکه‌های اجتماعی به عمل آورده مشخص شده که ۴۳ درصد از شرکت‌کنندگان در این نظرسنجی مورد حملات فیشینگ جنایت‌کاران انفورماتیکی قرار گرفته‌اند که این رقم در سال ۲۰۰۹ برابر با ۲۱ درصد بوده است. همچنین ۶۷ درصد از کاربران هرزنامه دریافت کرده و ۴۰ درصد از کاربران نیز با ویروس‌ها و سایر انواع نرم‌افزارهای مخرب تهدید شدند. در این میان، پدیده اکانت‌های در معرض خطر نیز یکی از مهم‌ترین مشکلاتی است که کاربران شبکه‌های اجتماعی را

که در اینترنت به سر می‌برند در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند^۴

کاربرد اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی

یکی از اتفاقات بسیار جالب در مورد فیس‌بوک تبدیل به شتاب این شبکه اجتماعی به فضای جریان خبری است که می‌توان نظر، گرایش و بینش کاربران را نسبت به موضوعات مهم خبری ارزیابی کرد. برای همین این شبکه مجهز به وسیله بسیار شگفت‌انگیزی به نام «واژگان» است که می‌توان با وارد کردن کلمه موردنظر خود به راحتی از نظرات کاربران آگاه شد. این کار در زمان انتخابات امریکا بسیار جالب بود و با وارد کردن نام اوباما یا پلن می‌شد جریان حاکم بر کاربران در مورد انتخابات را حدس زد. این وسیله بهترین راه برای شناخت بیشتر کاربران است که مشخص می‌کند از چه خبرهایی بیشتر استفاده می‌شود و چه خبرهایی را برای انتشار انتخاب می‌کنند و بر سر چه موضوعاتی اغلب بحث می‌کنند. علاوه بر این lexicon می‌تواند مشخص کند در هر کدام از ایالت‌های امریکا کدام موضوع و خبر مورد علاقه کاربران است.

در واقع ماهیت سایت‌های اجتماعی به گونه‌ای است که با کاربران خود زنده هستند و بنابراین وقتی یک سایت اجتماعی، دارای کاربر زیادی از یک منطقه باشد، اخبار آن منطقه نیز بسیار سریع در آن شبکه منتشر می‌شود. در این نوع سایت‌ها، کافی است تنها یک نفر خبر مهمی را ذکر کند تا در عرض تنها چند دقیقه و به واسطه پیوند دادن به آن خبر توسط دوستان این فرد، کل اعضای سایت از آن آگاهی پیدا کنند.

تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌ها و سایت‌های اجتماعی امروزه میلیون‌ها کاربر را از سراسر دنیا به سوی خود جلب می‌کنند و این مسئله موجب شده جنایت‌کاران انفورماتیکی به منبع با ارزشی برای سرقت هویت و اطلاعات شخصی کاربران وب دست یابند. به گزارش اینتا به نقل از مهر، ابزارهای شبکه‌های اجتماعی

4. <http://www.medianews.ir/fa/2010/06/18/social-networks.html>

5. lexicon

هر روزه حساب‌های کاربری بیشتری را برای ارسال هرزنامه‌های بیشتر و درگیر کردن سیستم‌های بیشتر سرقت می‌کنند. (همان)

۳- سرقت هویت

مدتی پیش ایمیلی برای کاربران فیس‌بوک ارسال می‌شد که از آن‌ها می‌خواست در لینکی که در ظاهر متعلق به فیس‌بوک بود، وارد سیستم شوند. اما این لینک در حقیقت متعلق به fbaction بود، که به این وسیله اطلاعات حساب‌های کاربران فیس‌بوک را سرقت می‌کرد که بر این اساس حساب‌های کاربری بسیاری از کاربران فیس‌بوک در این حمله مورد سوءاستفاده قرار گرفت.

البته درصد کاربرانی که قربانی این حمله شدند زیاد نبود، اما با توجه به تعداد بسیار زیاد کاربران فیس‌بوک که بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر تخمین زده می‌شود این درصد کم نیز رقم قابل توجهی را تشکیل می‌دهد. البته فیس‌بوک به سرعت وارد عمل شد و دامنه مذکور را مسدود کرد.

۴- تروجان‌ها

شبکه‌های اجتماعی به یک بردار مهم برای تروجان‌ها تبدیل شده‌اند. کافی است کاربر فقط یک کلیک کند تا به یکی از قربانیان زئوس که یکی از مشهورترین و بزرگ‌ترین تروجان‌های بانکی است تبدیل شود. این تروجان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی زندگی تازه‌ای یافته است.

URL Zone نیز یک تروجان بانکی دیگر است که حتی از زئوس نیز هوشمندتر است. این تروجان قادر است ارزش حساب‌های بانکی قربانی را برای تصمیم‌گیری در مورد اولویت سرقت حساب مشخص کند. (همان)

۵- نشت داده‌ها

مهم‌ترین کار در شبکه‌های اجتماعی، «به اشتراک گذاردن» داده‌های مختلف با دیگران است. متأسفانه بسیاری از کاربران اطلاعات بسیار زیادی را راجع به سازمانی که به آن متعلق هستند، پروژه‌ها، محصولات، مسائل مالی، تغییرات سازمانی، رسوایی‌ها و سایر مسائل حساس به اشتراک می‌گذارند. حتی در برخی موارد، زوج‌هایی که عضو این شبکه‌های اجتماعی

تهدید می‌کند. مواردی که کاربران شبکه‌های اجتماعی را تهدید می‌کند:

به گزارش ایتنا به نقل از مهر، با ورود اعضای خانواده به دنیای آنلاین، صرف‌نظر از سن باید آموزش‌هایی در مورد امنیت فضای سایبر به آن‌ها داده شود که در این راستا اهمیت دانستن اصول اولیه محافظت در برابر شبکه‌های اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد چرا که به دلیل نبود آموزش‌های مدون، کاربران رایانه‌ای در کشور ما با مواردی از آسیب‌های سایبری برخورد می‌کنند که نه تنها راه‌حلی برای آن نمی‌بینند بلکه در بسیاری مواقع از کنار آن عبور کرده و از آن چشم‌پوشی می‌کنند. اما با این حال شکایات از در دام هکرهای اینترنتی افتادن و سلب امنیت در فضای سایبر پرونده‌های بسیاری از جرایم رایانه‌ای در کشور را به خود اختصاص داده است. در این زمینه چند تهدید یا خطرهای برتر موجود در شبکه‌های اجتماعی اعلام شده است.

۱- اعتماد

نقطه اشتراک میان تمامی تهدیدات در شبکه‌های اجتماعی اعتماد زیادی است که کاربران به برنامه‌های این شبکه‌ها دارند به نحوی که اغلب مردم به لینک‌ها، تصاویر، فیلم‌ها و فایل‌های اجرایی که از طرف دوستان آن‌ها ارسال شده اعتماد می‌کنند، مگر اینکه چند بار از این طریق دچار مشکل شده و با خطری روبرو شوند. باید توجه داشت که برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی هنوز به اندازه کافی تهدیدات خود را برای کاربران به نمایش نگذاشته‌اند. در نتیجه همچنان کاربران، اطلاعات حساس خود را در این شبکه‌ها به اشتراک گذاشته و بر روی لینک‌های ارسال شده توسط دوستان خود، به سادگی و با اطمینان کلیک می‌کنند. (خبرگزاری مهر ۱۳۹۰/۵/۱۲)

۲- کرم‌های شبکه‌های اجتماعی

کرم‌های شبکه‌های اجتماعی، کرم‌هایی هستند که با شکل‌ها و صورت‌های متفاوت، به‌طور خاص برای انتشار در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، توییتر،^۶ طراحی شده که

6. MySpace, hi
5. Friendster و Bebo

شبکه اجتماعی پیچیده است، ولی حملات جعل درخواست بین سایتی، از اعتمادی که یک سایت شبکه اجتماعی به کاربر خود و مرورگر وی دارد سوء استفاده می‌کند. به این معنی که در یک شبکه اجتماعی، یک فرد مهاجم می‌تواند به سادگی یک تصویر را در جریان وقایع یک کاربر به اشتراک بگذارد که کاربران دیگر با کلیک بر روی آن، دچار یک حمله شده و یا باعث انتشار آن حمله شوند.

۹- جعل هویت

حساب‌های کاربری افراد مشهور زیادی در شبکه‌های اجتماعی تاکنون هک شده است. علاوه بر این، افراد زیادی با جعل هویت افراد مشهور، صدها و هزاران طرفدار در شبکه‌های اجتماعی جمع کرده‌اند و سپس باعث شرمساری فردی که هویت او را جعل کرده‌اند، شده‌اند. در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، جاعلان هویت را که سعی می‌کنند طرفداران خود را گمراه کنند از حساب‌های کاربری خود حذف می‌کند. البته بسیاری از این جاعلان هویت، بدافزار منتشر نمی‌کنند، اما برخی از حسابهای کاربری هک شده، قطعاً حاوی بدافزار نیز هستند. (همان)

شبکه‌های اجتماعی و تاثیرات آن

از میان شبکه‌های اجتماعی مهم دنیا به بررسی دو شبکه فیس بوک و توئیتر از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی و بررسی تاثیرات آنها می‌پردازیم.

فیس بوک

فیس بوک یا فضای مجازی موجود در اینترنت که با نام یک شبکه اجتماعی از فوریه ۲۰۰۴ به طور جدی کارش را آغاز کرد. امروزه به شبکه‌ای نام آشنا و تاثیرگذار در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تبدیل شده است. این شبکه اجتماعی توسط مارک زاکربرگ در فوریه ۲۰۰۴ راه‌اندازی شد. شعبه مرکزی فیس بوک، در کالیفرنیا قرار دارد از قوانین دولت آمریکا پیروی می‌کند. میلیون‌ها نفر در همان چند ماه اول، به عضویت آن درآمدند و یک شبکه اجتماعی بسیار گسترده، وسیع و با نفوذ را بنیان نهادند. اکنون فیس بوک تشکیلات اداری مجهزی شامل هفت ساختمان در پالو آلتو و

هستند، در مورد مسائل کاری همسر خود یا کاری که بر روی یک پروژه بسیار محرمانه انجام می‌دهد، اطلاعات حساسی را به اشتراک می‌گذارند. باید توجه داشت حتی به اشتراک گذاشتن اطلاعات شخصی مانند آدرس محل سکونت و شماره تلفن نیز در شبکه‌های اجتماعی کار خطرناکی است. (همان)

۶- لینک‌های کوتاه شده

برخی از کاربران از سرویس‌های کوتاه‌کننده URL مانند tinyurl و bit.ly استفاده می‌کنند تا URLهای طولانی را برای فضاهای کوچک و محدود، مناسب‌سازی کنند. این لینک‌های کوتاه‌شده به ابزاری برای مهاجمان تبدیل شده‌اند تا با استفاده از آن‌ها، کاربران ناآگاه را برای کلیک بر روی لینک یک بدافزار ترغیب کنند.

آن‌ها لینک موردنظر را طوری مبهم می‌کنند که قربانی متوجه نمی‌شود در حال کلیک کردن بر روی لینک نصب یک بدافزار یا لینک یک ویدئو در یک وبسایت معتبر است. استفاده از این لینک‌های کوتاه شده بسیار ساده بوده و این لینک‌ها در همه جا نیز وجود دارند. بسیاری از کلاینتهای توئیتر، هر لینکی را به طور خودکار کوتاه می‌کنند. (همان)

۷- شناسایی افراد ارزشمند

یکی از کلیدهای اصلی تهدیدات دائمی شبکه‌های اجتماعی، جمع‌آوری اطلاعات افراد ارزشمندی است که با استفاده از آن‌ها، می‌توان به سیستم‌های مهم و حساس دسترسی پیدا کرد. در این مورد، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند گنجینه‌ای از داده‌ها در مورد این افراد باشند. کسانی که به این اطلاعات ارزشمند دسترسی پیدا می‌کنند از آن‌ها برای توسعه حملات خود، نصب بدافزارها، تروجان‌ها و در نهایت دسترسی به سیستم‌های حساس و مهم استفاده می‌کنند. بنابراین در حالی که شبکه‌های اجتماعی مستقیماً به این افراد مرتبط نیستند یک منبع داده بسیار ارزشمند برای آن‌ها به حساب می‌آیند.

۸- جعل درخواست

بین سایتی اگر چه این مسئله نوع خاصی از حمله به حساب نمی‌آید و بیشتر شبیه به تکنیکی برای گسترش یک کرم

زبان از جمله فارسی، قابل دسترس بوده و ۷۰ درصد از کاربران آن در خارج از ایالات متحده هستند. لازم به یادآوری است که شبکه‌های اجتماعی اینترنتی چون فیس‌بوک گاهی برای اهداف سیاسی علیه برخی کشورهای مخالف غرب نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند.

امکانات فیس‌بوک

فیس‌بوک امکانات گسترده‌ای را در اختیار کاربران قرار می‌دهد که برخی از آنها عبارتند از: راهنما، استفاده از فیس-بوک، نام‌نویسی، ورود و گذر وازه، دوستان، شبکه‌ها، جستجو، تلفن همراه، پروفایل، پیام‌ها و صندوق پیام، دیوار، گپ و... کاربران شبکه اجتماعی آنلاین فیس‌بوک روزانه ۱۶ میلیارد دقیقه از وقت خود را در این وب‌سایت می‌گذرانند. طبق اعلام فیس‌بوک، ماهانه حدود ۲۰ میلیون ویدیو به این سایت شبکه اجتماعی ارسال می‌شوند. بر اساس گزارش منتشر شده در روزنامه «نیویورک دیلی» به نقل از دو منبع موثق مجزا، شرکت فیس‌بوک که بخش اصلی فعالیت اقتصادی آن بر مبنای انتشار آگهی‌های تبلیغاتی صورت می‌گیرد، در سال ۲۰۰۹ میلادی ۸۰۰ میلیون دلار درآمد کسب کرد، این سایت در جهان رقیبی برای سایت‌های پرریننده یاهو و گوگل بوده و طبق آخرین اطلاعات، این شبکه بزرگ اینترنتی چهارمین سایت بعد از سایت‌های گوگل، یاهو و یوتیوب در بین ۵۰۰ سایت برتر جهان قرار گرفته و از نظر میزان ترافیک نیز رتبه چهارم را دارد. طبق آمار غیررسمی، نزدیک به ۴ میلیون نفر در ایران عضو فیس‌بوک هستند.

توییتر

توییتر یک میکروبلاگ است. میکروبلاگ‌ها، نسل جدیدی از انواع وبلاگ‌ها هستند که در یکی دو سال اخیر و با گسترش فضای وب دو در شبکه جهانی اینترنت متولد شده‌اند. هرچند میکروبلاگ‌ها را گونه‌ای از وبلاگ‌ها می‌دانند، اما بین این دو ابزار انتشار تفاوت‌های عمده‌ای وجود دارد. میکروبلاگ‌ها، همانطور که از عنوان‌شان بر می‌آید می‌توانند، وبلاگ‌های کوچک نامیده شوند. تمایز اصلی میکروبلاگ‌ها نسبت به وبلاگ‌ها، اندازه پست‌ها یا مطالبی

صدها نفر کارمند است و زاکربرگ آن را یک اردوگاه شهری می‌نامد. وجه تمایز فیس‌بوک با دیگر سایت‌ها در اپلیکیشن‌هایی است که شما می‌توانید از آنها استفاده نمایید. یعنی برنامه‌های کوچکی که توسط دیگران ساخته شده و شما می‌توانید آنها را روی صفحه خود نصب کنید و یا آنها را از صفحه خود پاک و یا مدیریت کنید. خلاصه اینکه شما می‌توانید از فیس‌بوک^۷ مانند کامپیوتر شخصی خودتان استفاده کنید. برنامه‌هایی روی آن نصب کنید و یا آنها را از روی سیستم خودتان پاک کنید. عکس‌ها را ویرایش کنید، موزیک گوش دهید و ویدئو ببینید، فایل ارسال کنید، بازی کنید، کمک کنید، در گروه‌ها عضو شوید، از اشتراکات دیگران استفاده کنید، دوست جدید پیدا کنید، از گروه‌های بشردوستانه حمایت کنید، حمایت مالی از گروهی انجام دهید، فال بگیرید، قرآن بخوانید، برنامه اذان درست کنید، ایده‌هایتان را روی اینترنت بیاورید، این سایت اجتماعی تعداد ۱۵۰ میلیون کاربر از طریق مشترکاتی که از طریق تلفن همراه از فیس‌بوک استفاده می‌کنند به دست آورده است. این رقم نسبت به رکورد ۱۰۰ میلیونی این شبکه که در ماه آوریل ۲۰۱۰ اعلام شده بود به مقدار ۵۰ درصد افزایش داشته است. فیس‌بوک در اوایل سال ۲۰۱۰ به رقم ۴۰۰ میلیون کاربری رسید در حالی که سال ۲۰۰۹ در ماه جولای تنها ۲۰۰ میلیون کاربر داشت و ۸ ماه پیش از آن هم تنها ۱۰۰ میلیون کاربر داشته است. در ژوئیه ۲۰۱۰ تعداد اعضای سایت اجتماعی فیس‌بوک به مرز ۵۰۰ میلیون نفر رسید و در این مرحله، شبکه اجتماعی فیس‌بوک رسماً عنوان‌دار «بزرگترین شبکه اجتماعی جهان شد. فیس‌بوک سومین کشور پرجمعیت دنیا با عبور کاربران فیس‌بوک از مرز ۵۰۰ میلیون نفر در سرتاسر جهان، در ژوئن ۲۰۱۰ این شبکه اجتماعی اینترنتی را می‌توان پس از چین و هند سومین کشور پرجمعیت دنیا دانست. این شبکه اجتماعی با توجه خواسته‌های مخاطبان در دنیای مجازی توانسته روز به روز بر جمعیت خود بیفزاید. بر این اساس، احتمال اینکه در آینده تعداد کاربران فیس‌بوک به یک میلیارد نفر هم برسد وجود دارد. ارزیابی کارشناسان از سود یک میلیارد دلاری برای مدیران این شبکه تا پایان سال ۲۰۱۰ خبر می‌دهد. فیس‌بوک هم‌اکنون به طور رایگان به ۴۰

وسیله از مردم استخراج نموده و در اختیار سازمان‌های اطلاعاتی غربی قرار دهند. این مطلب را تا حدودی خود دورسی در یک وب گست در ۳۰ سپتامبر ۲۰۰۷ در سایت یوتیوب اعتراف نمود. توئیتر امکان مکالمات در زمان واقعی و دنیای واقعی را می‌دهد. یکی از ویژگی‌های اصلی توئیتر این است که بیشتر کاربران آن از طریق نرم‌افزارهای ایجاد شده به وسیله مشارکت‌کنندگان ارتباطات خود را گسترش می‌دهند. عملکرد توئیتر به صورت یک وبلاگ خلاصه و شبیه به پیامک‌های اس‌ام‌اس بوده و در طول سال‌های اخیر به صورت جدی در اختیار سازمان‌های خارجی برای ترویج و هماهنگی با اعضا و هوادارانشان در داخل کشور برای تجمع و اغتشاش قرار گرفت. بدین ترتیب توئیتر نقش بی‌سیم و شبکه ارتباطی نیروهای اپوزیسیون را بازی می‌کند، به طوری که در کنار حرکت این سایت‌ها شاهد فشار دستگاه حکومتی آمریکا بر توئیتر بودیم، که حتی تعمیرات ماهیانه خود را انجام ندهد، تا اینکه ارتباط فعالان سیاسی در ایران لحظه‌ای قطع نشود.

امکانات توئیتر

تویت ویل یا چرخ توئیتری، تصویری از موقعیت کاربر، نحوه تعاملات و ارتباطاتش در توئیتر ارائه می‌کند. توئیتر فید به کاربران امکان می‌دهد خروجی‌های فید را به توئیتر خود اضافه کنند. تویرل امکان استفاده همزمان از چند حساب کاربری، جست‌وجو در توئیتهای دیگران و چند سرویس دیگر را به کاربران ارائه می‌کند. تویت سی، پیام‌های صوتی کاربران را با تلفن به توئیتر می‌فرستد. تویت پیک، ابزاری برای آپلود کردن عکس است. تویت می دیس، وسیله‌ای برای بازاریابی توئیتری است. تویت لیتر، سرویسی برای مدیریت پست‌های توئیتر کاربران است. تویدیکت، به کاربران کمک می‌کند تا با مشکلات و خطاهای توئیتر و قطعی‌های آن مقابله کنند. چه کسی را دنبال کنم، سایتی است که به کاربران پیشنهاد می‌کند چه کسانی را به لیست دوستان توئیترشان بیفزایند. توئیتر گرم، ابزاری برای ارتباط فایل‌های صوتی کاربران و توئیتر است. توئیتر لی، ابزار گردآوری لینک‌های ارسال شده به توئیتر است.

است که به وسیله کاربران منتشر می‌شود. تعداد حروف هر پست میکرو بلاگ‌ها معمولاً به کمتر از ۲۰۰ کاراکتر محدود می‌شود. مهم‌ترین سرویس و نماد این میکرو بلاگینگ مسلمانا توئیتر است. این سرویس در جولای ۲۰۰۶ برپا شد و توانسته جایگاه خود را در برابر ۱۲۰ سایت مشابه حفظ کند. جالب است بدانید در بین حرفه‌ای‌ها فعل تویت کردن جایگزین میکرو بلاگ نویسی شده است که خودش نشان دهنده میزان رشد این سایت است.

توئیتر: سرویس دهنده عمومی (رایگان) است که میکرو بلاگ‌ها نقش برجسته‌ای در روزنامه‌نگاری شهروندی پیدا کرده‌اند. از طرف دیگر رسانه‌های رسمی هم از ابزار توئیتر برای انتشار اخبار مهم و فوری‌شان استفاده می‌کنند. جک دورسی، اسحاق استون و اون ویلیامز در سال ۲۰۰۶ میلادی اقدام به راه‌اندازی شبکه توئیتر نمودند. این سرویس با سه هدف اصلی شروع به کار کرد:

اهداف تأسیس توئیتر

توئیتر یک سرویس به اصطلاح میکرو بلاگینگ است که با شعار «چه کار می‌کنید؟» پا به عرصه وجود گذاشت. توئیتر یک سایت شبکه اجتماعی است که افراد می‌توانند درون آن یک اکانت داشته باشند و با نوشتن پیام‌های کوتاه شبیه پیامک تلفن همراه دیگران را از اوضاع و احوال خود باخبر سازند.

۱- ایجاد روش ارزان‌تر و آسان‌تری برای فرستادن پیامک به تعداد زیادی از افراد به منظور استفاده در تبلیغات، ارتباطات اجتماعی و در کنار آن تشویق به استفاده بیشتر از سرویس پیامک و در نتیجه درآمدزایی برای شرکت‌های ارتباطات؛

۲- استفاده از فرهنگ دنبال کردن دیوانه‌وار افراد معروف که در کشورهای غربی به صورت هدفمند تبلیغ می‌شود به منظور جلب توجه تبلیغات چی‌های هالیوودی

۳- در راستای فرهنگ عربانگری غربی که در چند سال اخیر موج جدید آن در ساختمان سازی‌های با پنجره‌های بلند و بدون پرده و مدهای لباس جدید غربی روز به روز افزون می‌شود، به منظور عادت دادن مردم به اینکه کارهای خود را لحظه به لحظه گزارش داده و چیزهایی که توسط سایر سایت‌های ارتباطات اجتماعی غیرقابل اکتشاف بود بدین

جدول شاخص‌های سایت توییتر به استناد الکسا ۲۰۱۰

ردیف	شاخص	رتبه
۱	رتبه در جهان	۱۰
۲	رتبه در آمریکا	۷
۳	رتبه در ایران	جزو ۱۰۰ سایت اول نیست
۴	رتبه در آفریقای جنوبی	۶
۵	دریافت لینک از سایت‌های دیگر	۶۸۱۴۵۵
۶	بیشترین رده سنی مخاطب	۲۵ تا ۴۵ سال
۷	بیشترین جنسیت مخاطب	مساوی زن و مرد
۸	درصد ارجاعات موتورهای جستجو	۶ درصد کل ارجاعات
۹	میزان ترافیک سایت از آمریکا	۳۰ درصد

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

فرضیه یک

بین میزان کارایی رسانه‌های دیداری و میزان گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک و توییتر) ارتباط مستقیم وجود دارد. از نتایج پژوهش مشخص گردید که چون مقدار سطح معنی‌داری آزمون یعنی مقدار ۰.۲۴۷ از مقدار آلفای آزمون یعنی مقدار ۰.۰۵ بزرگتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه پژوهش تایید نمی‌گردد یعنی بین میزان کارایی رسانه‌های دیداری و میزان گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک و توییتر) ارتباط مستقیم وجود ندارد.

فرضیه دوم

بین گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی و نگرش آنها به فضای مسائل سیاسی، اجتماعی ملی رابطه معکوس برقرار است. از نتایج پژوهش مشخص گردید که چون مقدار سطح

معنی‌داری آزمون یعنی مقدار ۰.۰۲۳ از مقدار آلفای آزمون یعنی مقدار ۰.۰۵ کوچکتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه پژوهش تایید می‌گردد یعنی بین گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی و نگرش آنها به فضای مسائل سیاسی، اجتماعی ملی رابطه معکوس برقرار است.

فرضیه سوم

در جوامع تحت سلطه و وابسته شبکه‌های اجتماعی به منزله تحدید به حساب می‌آیند. از نتایج پژوهش مشخص گردید که چون مقدار سطح معنی‌داری آزمون یعنی مقدار ۰.۵۴۹ از مقدار آلفای آزمون یعنی مقدار ۰.۰۵ بزرگتر می‌باشد، در نتیجه فرضیه تایید نمی‌گردد، به عبارت دیگر در جوامع تحت سلطه و وابسته شبکه‌های اجتماعی به منزله تحدید به حساب نمی‌آیند.

مقدار آزمون = ۳						
T	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین		۰.۹۵ درصد فاصله اطمینان	
			حد بالا	حد پایین	حد بالا	حد پایین
آزمون ۲	-1.160	359	.247	-.03958	-.1067	.0275

مقدار آزمون = ۳						
T	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین		۰.۹۵ درصد فاصله اطمینان	
			حد بالا	حد پایین	حد بالا	حد پایین
6.156	357	.03	.22975	.1563	.3032	

مقدار آزمون = ۳						
T	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین		۰.۹۵ درصد فاصله	
			حد بالا	حد پایین	حد بالا	حد پایین
آزمون ۳	.599	359	.549	.03111	-.0710	.1332

نتیجه‌گیری

ارتباطات و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی نقشی بارز در دگرگونی تمدن انسان و تکوین یک جهان‌بینی جدید برعهده دارند و تحول را از دوران باستان به عصر صنعت و سپس الکترونیک می‌کشاند.

ارتباطات در دنیای امروز، تغییرات بنیادی شدیدی را در جوامع سنتی پدید آورده است. اتخاذ تصمیم در ابعاد اقتصادی و سیاسی و فرهنگی در جهان، پیامدهایی را در جهت تغییر و دگرگونی ساختار کشورها به دنبال خواهد داشت. انقلاب ارتباطات، و به ویژه اینترنت و امکانات ناشی از آن، نه تنها ابعاد جدیدی به «جهانی شدن» داده، بلکه در فضای زمان و مکان تغییراتی ایجاد کرده و زمان و مکان را به صفر نزدیک کرده و به «فشرده‌گی زمان» انجامیده است.

نقش اینترنت در همه کشورهای جهان یکسان نیست و این نابرابری تا حدودی از تفاوت در میزان دسترسی به اینترنت در کشورها ناشی می‌شود. مفهوم «تأثیر یک فناوری» به طور ضمنی حاکی از این است که «هرچه میزان استفاده از یک فناوری بیشتر باشد تأثیر آن بیشتر خواهد بود» بنابراین، در کشورهای فقیری که خدمات اینترنتی بسیار محدود است و تعداد قبلی از مردم می‌توانند از عهده پرداخت هزینه این خدمات برآیند، نمی‌توان انتظار داشت که تأثیر آن قابل ملاحظه و یکسان با کشورهای پیشرفته باشد. با این حال، ممکن است که دو کشور به یک میزان به خدمات اینترنت دسترسی داشته باشند، اما چون از این خدمات به روش‌های متفاوت استفاده می‌شود بالطبع آثار آن نیز متفاوت است. اگر بخواهیم همین نکته را به شکل علمی‌تر بیان کنیم، باید بگوییم که نفوذ، استفاده و تأثیرات اینترنت، همگی به متغیرهای اجتماعی و اقتصادی گوناگون بستگی دارد.

با توجه به رشد فناوری و تکنولوژی و تحول جدید ارتباطی بوجود آمدن شبکه‌های اجتماعی شده است، از جمله این شبکه‌ها فیس‌بوک و توییتر هستند که توانسته‌اند مخاطبان زیادی از بین افراد جامعه به خود جذب کنند، از آنجا که این شبکه زیرسلطه کشورهای استعماری جهان هستند، که از طریق این شبکه‌ها و استفاده از فضای مجازی آنها مسخ فکری فرد و جامعه را استعمار کنند، در استعمار مجازی که از سازوکارهای قدرت نرم استفاده می‌شود، هدف اصلی از

بین بردن استقلال رأی کاربران و عضویت آنها در جامعه فرهنگی کشور استعمارگر است. تکنولوژی‌های ارتباطی نوین در کنار انواع قدیمی آن، عملاً مرزهایی را که زمانی مردم و فرهنگ‌های مختلف را از جهت اقتصادی، جغرافیایی و سیاسی از هم جدا می‌ساخت، برداشته است. با توجه به حجم نمونه (۳۶۰ پرسشنامه) مورد بررسی به این نتیجه رسیدیم که:

۱. بین میزان کارایی رسانه‌های دیداری و میزان گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک و توییتر) ارتباط مستقیم وجود ندارد.

۲. بین گرایش افراد به سمت شبکه‌های اجتماعی و نگرش آنها به فضای مسائل سیاسی، اجتماعی ملی رابطه معکوس برقرار است.

۳. در جوامع تحت سلطه و وابسته شبکه‌های اجتماعی به منزله تحدید به حساب نمی‌آیند.

و در راستای نتایج بدست آمده از پژوهش مذکور در پایان در جهت بهره‌گیری مناسب از تأثیرات تکنولوژی‌های جدید ارتباطی پیشنهاداتی ارائه می‌گردد:

۱. شناخت کارکردها و آثار فناوری‌های نوین ارتباطی به ویژه شبکه‌های اجتماعی در دستور کار حاکمیت قرار گیرد.

۲. راهکار برون‌رفت از این معضل فرهنگی توجه ویژه به نهادینه کردن ایده‌های ناب اسلامی است و تامین منابع مالی برای ایجاد شبکه‌های که بتوانند جوانان را تغذیه فکری کنند، تا جوانان به شبکه‌های بیگانه با مضامین غربی گرایش پیدا نکنند.

۳. دادن آموزش لازم جهت حفظ و مراقبت از حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی؛ و شناخت کارکردها و آثار فضاهای مجازی اینترنتی.

فهرست منابع

- 2-<http://1fathi.wordpress.com/2008/01/08/social-network>
 3-<http://www.medianews.ir/fa/2010/06/05/world-map-of-social-networks.html>
 4-<http://www.medianews.ir/fa/2010/06/18/social-networks.html>
 5-<http://isna.ir/ISNA/NewsView.aspx?ID=News-1551806>
 6-<http://bamdadi.com/2008/01/13/future-social-networks-part1/>
 7- <http://www.hamshahrionline.ir/News/?id=8284>
 8-<http://www.myspace.com>
 9-<http://www.craigslist.com>
 10-<http://www.wikipedia.com>
 11-<http://www.dailykos.com>
 12-<http://www.townhall.com>
 13-<http://www.youtube.com>
 14-<http://www.innocentive.com>
 15 -<http://www.facebook.com>
 16 -http://www.khorasannews.com/news.aspx?8_17297_N06_57360.XML
 17-http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network
 18-http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network#Social_network_analysis
 19-<http://www.farsnews.ir/newstext.php?nn=8806230247>
 20-<http://www.aftab.ir/search/aftab.php?q>
 21-<http://www.bashgah.net/pages-21365.html>
 22-<http://mlaki.blogspot.com/2005/08/blog-post.html>
- ۱- الین تافلر، ۱۳۷۱، موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، نشر نو، تهران
 - ۲- آذر، ع.؛ مومنی، م. (۱۳۸۰) آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران: انتشارات سمت
 - ۳- آیت‌الله‌زاده شیرازی، رضا (۱۳۷۶) اینترنت، تهران: کانون نشر علوم.
 - ۴- پاک‌نظر، ثریا (۱۳۸۰). «تأثیر اینترنت در کشورهای در حال توسعه»، نشریه وب، شماره ۱۷.
 - ۵- سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۹) فناوری‌های نوین ارتباطی، تهران: انتشارات دانشگاه جامع علمی کاربردی ۱۳۸۹.
 - ۶- سرمد، ز. بازرگان، ع. (۱۳۷۷) روش تحقیق در علوم رفتاری، تهران.
 - ۷- حافظ‌نیا، علی (۱۳۸۰) مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.
 - ۸- رنجبران، داود (۱۳۸۸) جنگ نرم. تهران، نشر ساحل اندیشه.
 - ۹- رئیس‌زاده، سید حسن (۱۳۸۵) مفاهیم کلیدی ارتباطات. تهران، فصل نو.
 - ۱۰- کاستلز، مانوئل، (۱۳۸۰) جامعه اطلاعاتی، تهران، انتشارات طرح نو
 - ۱۱- کتبی، مرتضی (۱۳۸۵) افکار عمومی، تهران: نشر نی.
 - ۱۲- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۴) جامعه اطلاعاتی اندیشه‌های بنیادی، دیدگاه‌های انتقادی و چشم‌اندازهای جهانی. تهران: انتشارات مرکز پژوهش‌های ارتباطات.
 - ۱۳- منتظرقایم، مهدی (۱۳۸۱). نقش تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی در اشتغال جوانان، مروری بر تجربه‌های
 - ۱۴- ویستر، فرانک (۱۳۸۳) نظریه جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدمی. تهران: انتشارات قصیده سرا.
 - ۱۵- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱) نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان؛ تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

منابع لاتین و اینترنتی

1-http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network