

تاثیر فرهنگ سازی فضای مجازی (تلگرام) بر فرآیند توسعه اجتماعی جمهوری اسلامی ایران

نسرین هاشمی^۱، مجتبی شاهنوشی^۲

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان-واحد خوراسگان.

^۲ استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان-خوراسگان.

نام نویسنده مسئول:

نسرین هاشمی

چکیده

همراه با افزایش نقش روزافزون فضای مجازی در زندگی اجتماعی از طریق ایجاد ارتباطات، تبادل اطلاعات، توسعه و ایجاد کسب و کارهای جدید و پدیداری کانال ها و گروه های مختلف سیاسی، اجتماعی، علمی، تجاری در این فضا باعث شده است تا درجه اهمیت این موضوع بیش از پیش شده و حوزه تمرکز بسیاری از پژوهش هارا به خود اختصاص دهد. لذا بررسی تاثیر فرهنگ سازی فضای مجازی (تلگرام) بر فرآیند توسعه اجتماعی، هدف اصلی این پژوهش را تشکیل داده است. در این مقاله تلاش شده است در گام نخست سعی شده است تا با بررسی تعاریف مختلف ارائه شده از مفهوم توسعه ی اجتماعی ضمن شناسایی ابعاد مختلف این مفهوم تعریفی جامع از آن ارائه شود، در گام بعد تلاش شد جامع ترین ابعاد موجود در زمینه ی توسعه ی اجتماعی شناسایی شود و رابطه فرهنگ سازی استفاده از فضای مجازی با ابعاد مختلف توسعه اجتماعی در پژوهش های انجام شده از طریق تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گیرد.

واژگان کلیدی: اینترنت، فضای مجازی، تلگرام، توسعه اجتماعی، فرهنگ سازی.

مقدمه

با آمدن شبکه های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرد و تاثیر غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی برجای گذاشت. شبکه های اجتماعی یکی از پرطرفدارین رسانه ها هستند که مخاطبان بسیاری به خصوص از قشر جوان دارند. ویژگی های تعاملی و ایجاد بستر برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه های اجتماعی است. شبکه های اجتماعی با قابلیت هایی که در اختیار کاربران خود قرار می دهند، به ۴ اولویت اول کاربران اینترنت تبدیل شده اند؛ ۱- فرد با طیف وسیعی از افراد در ارتباط است. ۲- علایق خود در زمینه های مختلف را با آنها به اشتراک می گذارد. ۳- افراد در شبکه های اجتماعی می توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند. ۴- بر پایه همان هویت دلخواه ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند. (وکیل ها، ۱۳۹۲، ۷۲) این فضای مجازی عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی رو به رو شده اند. در این پارادایم تاکید بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است (عاملی، ۱۳۸۲، ۱۴۶)

از طرفی کلیه شبکه های ارتباطی و اجتماعی نقش قابل توجهی در ایجاد و درونی نمودن یک ویژگی فرهنگی در یک جامعه خواهند داشت که در بستر آن، فرهنگ سازی و فرهنگ پذیری اتفاق خواهد افتاد. " (فولادی، ۱۳۸۷، ۲۱۱) این نکته قابل توجه می باشد که عناصر و ویژگی های فرهنگی آموختنی هستند. (نیک بخت، ۱۳۸۸) بدین معنی که ورود یک تکنولوژی جدید در زندگی مردم نیاز به آموزش و فرهنگ سازی استفاده از آن تکنولوژی را طلب می کند زیرا تا قبل از آن مردم با چنین تکنولوژی مواجه نشده و در نتیجه فرهنگ استفاده از آنرا نیز فرا نگرفته اند. بنابراین می توان گفت فرهنگ مجموعه رفتارها، قوانین، عادات، رسوم و نیز تجربیاتی است که افراد در طول زندگی فردی و اجتماعی خود آنها را فرا می گیرند بدین ترتیب آموزش رکن اصلی در فرهنگ پذیری و نیز فرهنگ سازی در یک جامعه است. همانگونه که توسعه آموزشی در الگوی هر می توسعه، که دارای یک قاعده و سه وجه می باشد، در قاعده این الگوی هر می قرار دارد و هر یک از دیگر ابعاد توسعه یعنی توسعه اجتماعی- فرهنگی، توسعه علمی صنعتی و توسعه اقتصادی وابستگی بنیادی به توسعه آموزشی دارند (گلستان هاشمی، ۱۳۷۸).

با توجه به مطالب عنوان شده روشن می گردد که عناصر فرهنگی جدید می بایست بر اساس اصول بنیادین و بومی هر فرهنگ در افراد جامعه درونی شوند و این دقیقاً همان فرایندی است که می بایست در زمینه بکار گیری فضای مجازی به خصوص نرم افزارهایی چون تلگرام در جامعه امروز ایران برایش برنامه ریزی جامع صورت گیرد. بر کسی پوشیده نیست که فرهنگ و مجموعه ویژگی های آن بر افکار عمومی جامعه تاثیر قابل توجهی دارد و به نوعی آنرا هدایت می کند. افکار تحت تاثیر باورها، عقاید، دانش، عادات و رسومی شکل می گیرند به نحوی که در بستر زمان مجموعه ویژگی ها و ارزش های فرهنگی درونی می شوند به نحوی که پس از جدایی از آن جامعه همچنان بر باورها، عقاید و عادات فرهنگی و اجتماعی خود صحه می گذارند. (روح الامینی، ۱۳۹۰، ۱۲۳)

با بررسی برنامه های توسعه ای تدوین شده در ایران مشخص می گردد که یکی از حوزه های مهم و استراتژیک برنامه های توسعه، حوزه ارتباطات است. در دهه گذشته نه تنها تحت تاثیر شرایط بین المللی و جاذبه های جهانی، نظریه ها و الگوهای توسعه بخشی ارتباطات رشد کرده بلکه در اوضاع و احوال خاص کشورهای در حال توسعه، نسبت به زمینه های مطلوب اجرای برنامه های توسعه توجه زیادی نیز نشان داده شده است و بر بهره جویی از امکانات ارتباطی در تحکیم استقلال و وحدت ملی، جبران عقب ماندگی های اقتصادی و اجتماعی و پیشبرد برنامه های توسعه و عمرانی تاکید زیادی شده است. در بسیاری از کشور ها از ارتباطات به مثابه اهرمی نیرومند در برنامه ریزی های توسعه ملس کمک گرفته شده، تا آنجا که علاوه بر نگاه ویژه به ضرورت توسعه وسایل و فناوری های ارتباطی، ارتباطات به عنوان یکی از ارکان اساسی و ضروری تحقق برنامه های مختلف توسعه، در تدوین برنامه های مملکتی جایگاه خاصی یافته است. (شاه قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵، ۱۴۸)

به عبارت دیگر، جایگاه ارتباطات در برنامه ریزی های توسعه، از دو جهت شایان توجه است؛ وسایل و امکانات گوناگون ارتباطی، از یک سو جزو عوامل آگاهی دهی و هماهنگ سازی و سازمان دهی مورد نظر در ارائه و اجرای طرح های مختلف توسعه به شمار می روند و در جلب همکاری ها و مشارکت های عمومی برای تامین نتایج مطلوب آنها نیز تاثیر تعیین کننده دارند و از سوی دیگر خود به عنوان شاخص های توسعه، مانند درآمد سرانه و سطح سواد و همچنین به عنوان زمینه های اصلی توسعه، مثل کشاورزی، صنعت، آموزش و بهداشت، در برنامه های توسعه ملی جایگاه ممتازی دارند. به همین دلیل، برای پیشرفت و گسترش آنها، در کنار زمینه های مهم دیگر توسعه، برنامه ریزی های ویژه ای در نظر گرفته می شود (خانیک، ۱۳۸۴، ۳۵) بنابراین از این بخش می توان هم به عنوان شاخص توسعه و هم به عنوان زمینه و بستر توسعه یاد نمود.

توسعه فرآیندی پیچیده و چند بعدی است که ابعاد مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اخیراً زیست محیطی را در بر می گیرد. هر کدام از این ابعاد توسعه دارای گستردگی و رویکردهای مختص به خود است. که در این پژوهش ما، به بحث توسعه اجتماعی به عنوان بخشی از این فرآیند پرداخته ایم، دستیابی به این شاخص ها و مفهوم توسعه اجتماعی زمانی محقق می شود که تمامی دانش و فناوری

های بالقوه جامعه به طور مؤثری در میان آحاد جامعه اشاعه یابد که ارتباطات در این مرحله نقش محوری بازی می کند. رسانه های جمعی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی بر عرصه توسعه سلطه دارد و نقش آنها، ایجاد تغییر اجتماعی و رفتاری مطلوب در میان ساکنان نواحی شهری و روستایی بوده است (آگراوال، ۲۰۰۶، ۱۳). از همین رو با توجه به رشد و گسترش روز افزون استفاده از شبکه های فضای مجازی در دنیای امروز آنچه که فضای مجازی را به عنوان یک پدیده نگران کننده جلوه می دهد این است که این فناوری در دست انسان هایی رها از قید و بند اخلاقی و اسیر هوس های بی پایان باشد. لیکن با توجه به این، بررسی تاثیر فرهنگ سازی استفاده از فضای مجازی به خصوص تلگرام به عنوان یکی از ابزار های ارتباطی نوین بر توسعه اجتماعی و در نهایت رسیدن به یک اجتماع پایدار هدف غایی این پژوهش را در بر می گیرد. و این سوال مطرح می گردد که فرهنگ سازی استفاده از تلگرام چگونه می تواند به توسعه اجتماعی کشور کمک نماید.

اهمیت و ضرورت بررسی رابطه بین فرهنگ سازی فضای مجازی و توسعه اجتماعی

بیش تر صاحب نظران توسعه، توسعه همه جانبه را مهم ترین هدف در هر جامعه ای می دانند. مسلماً اگر جامعه در یک یا چند بعد خاص به توسعه دست یابد، به خاطر فقدان آن در سایر ابعاد مسایل مختلفی ممکن است رخ دهد. مثلاً اگر یک جامعه در حوزه علمی، تکنولوژیک و اقتصادی به توسعه برسد، اما توزیع درآمدها و فرصت ناعادلانه باشد، به لحاظ اکولوژیک دچار آلودگی شود، در حوزه شهری آلودگی هوا، ترافیک و ناهنجاری های اجتماعی را تجربه کند، دچار تبعیض قومی و تبعیض نژادی باشد، دچار فقدان مشارکت اجتماعی و سیاسی باشد، شهروندان جامعه احساس تعلق گروهی، ملی و اجتماعی نداشته باشند، یا این که افراد جامعه به دیگران اعتماد نداشته باشند، چنین جامعه ای نمی تواند یک زندگی همراه با آسایش، شادمانی و احساس خوشبختی برای شهروندان خود فراهم کند. دست یابی به آرمان معنادار بودن زندگی فردی و اجتماعی، احساس شکوفایی تمامی قابلیت های انسانی است و در توسعه ناقص چنین آرمانی تحقق نخواهد یافت. مسلماً در این فرآیند فرهنگ سازی و توسعه اجتماعی نقش بنیادی بازی می کنند، و از آن جا که توسعه فرهنگ نقش بنیادی در تحقق توسعه همه جانبه، از جمله توسعه اجتماعی، بازی می کند، بررسی جامعه شناختی آن دارای اهمیت و ضرورت است.

رسانه های نوین همچون ماهواره، اینترنت و ... امروزه مرزهای فرهنگی و جغرافیایی را در نور دیده و در اغلب نقاط جهان شاهد استفاده از این وسایل هستیم. در این پژوهش از بین این رسانه ها، ما فضای مجازی و شبکه های اجتماعی شکل گرفته بر پایه آن را انتخاب کرده چرا که از یک سو بر اساس مشاهدات اولیه بیشتر مردم به این رسانه ها دسترسی دارند و از سوی دیگر این رسانه ها، زندگی مردم بخصوص جوانان را تحت تأثیر قرار داده است که نه تنها از آنها به عنوان ارائه و مدیریت هویت افراد یاد می شود بلکه سبک ها و روشهای زندگی جدیدی را در سطح دنیا گسترش داده است. از سوی دیگر با در نظر گرفتن ارتباطات به عنوان یکی از ابعاد سرمایه های اجتماعی و ایجاد ابزارهایی نوین چون شبکه های مجازی در جهت ساخت این الگوی روابط، بررسی تاثیر فرهنگ سازی استفاده از شبکه های مجازی بر توسعه اجتماعی دارای اهمیت و ضرورت است به عبارتی روشنتر، در بسیاری از کشورها، از ارتباطات به منزله بازویی توانا و اهرمی نیرومند در سیاست گذاری ها و برنامه ریزی های توسعه ملی کمک گرفته شده است. بگونه ای که علاوه بر توجه ویژه به ضرورت توسعه امکانات و وسایل و تکنولوژی های ارتباطی در این سیاست گذاری ها و برنامه ریزی ها، ارتباطات به مثابه یکی از ارکان اساسی و عناصر ضروری تحقق هدف های گوناگون توسعه در قالب برنامه های مملکتی، جای خاص خود را کسب کرده اند. بنابراین با توجه به اهمیت و نقش برجسته ارتباطات در توسعه بررسی و تحقیق درباره کارایی هر چه بیشتر آنها در زمینه های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بسیار ضروری است (معمد نژاد، ۱۳۸۳، ۵).

ادبیات تحقیق

۱. فضای مجازی و شبکه اجتماعی تلگرام

گسترش فزاینده فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در سال های اخیر، حیات بشری را در ابعاد مختلفی تحت تأثیر قرار داده است. همان طور که تلگراف، تلفن و راه آهن در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم باعث تحول چشم اندازهای ملی و بین المللی شدند، فناوری ارتباطات و وجه مشخص آن، یعنی فضای مجازی و اینترنت در زمان ما، تحولات بی سابقه را به دنبال داشته اند؛ تا آن جا که به وجه غالب جهان معاصر تبدیل شده است. این تغییرات که مانوئل کاستلز از آن به عنوان "جامعه شبکه ای" یاد می کند، منجر به تحول و دگرگونی در ابعاد مختلف سیاسی، امنیتی، اقتصادی و اجتماعی شده است. (کاستلز، ۱۳۸۸: ۱۵) در این بخش برای تبیین فضای مجازی ناشی از فرایند ارتباطی جدید، به دو مفهوم فضای مجازی و شبکه ی اجتماعی تلگرام اشاره می کنیم. فضای مجازی عمدتاً پارادایمی را ایجاد کرده که مخاطبان با دو جهان واقعی و مجازی رو به رو شده اند. در این پارادایم تأکید بر وجود یک جریان جهانی شدن مجازی در کنار جریان جهانی شدن در جهان واقعی است (عاملی، ۱۳۸۴، ۱۴۴).

اینترنت، اصلی ترین عامل تشکیل دهنده فضای مجازی شناخته می شود. می توان گفت اینترنت صحنه فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت های متنوع نقش ها و سبک های زندگی قرار می دهد. در این فضای عمومی از جمله تلگرام، مهارت فرهنگی جدیدی لازم است تا بتوان با تنظیمات نمادین بازی کرد. بسیاری از متخصصین و روانشناسان سایبری و خانواده با هشدار دادن نسبت به رشد فزاینده و آینده شبکه های اجتماعی، نسبت به جدا شدن نسل جدید و حتی نسل قدیم از روابط اجتماعی خارج از فضای نت و فرورفتن در دنیای مجازی خود ساخته، هشدار داده اند. اما نباید تأثیرات مثبت شبکه های اجتماعی از قبیل افزایش اطلاعات عمومی، افزایش ارتباط با دیگران برای روابط اجتماعی و کسانی که در خارج از فضای اینترنت از روابط ناخوشایند با دیگران رنج می برند نادیده گرفت. افراد در فضای شبکه های اجتماعی می توانند روابط متفاوتی را تجربه کنند. (عاملی، ۱۳۸۲، ۱۴۶) «دنیای مجازی» دنیایی است که در آن افراد به واسطه ارزش ها و علایق مشترک از طریق اینترنت به همدیگر متصل می شوند و پیوند دوستی و عاطفی میان آنان به وجود می آید که ممکن است به ارتباط رودررو منجر شود. از این رو شناخت رفتار و گرایش افراد و فرهنگ استفاده از این فضای مجازی (میزان ساعات استفاده، میزان بهره گیری مثبت و منفی، میزان بهره گیری آموزشی) بسیار حائز اهمیت است و نتایج حاصل از آن می تواند دید و شناخت بهتری نسبت به این شبکه ها ایجاد کند و بستر مناسب تری را برای بهره گیری بهتر از این شبکه ها و کاهش نگرانی درباره کاربران و تغییرات فرهنگی، که عمری به درازای تاریخ بشری دارد و هنجارگریزی جوانان همیشه مسئله مهم و اساسی در جوامع بوده و هست را فراهم کند. (کیان، ۱۳۹۴)

فضای مجازی (اینترنت) دارای پنج خصوصیت است که آن را از سایر رسانه متمایز و به نوعی آن را خاص کرده است: دیجیتالی بودن، تعاملی بودن، هایپرلینک بودن، پراکندگی مجازی بودن و غیر مرکزی بودن (عاملی: ۱۳۹۳)

شبکه های اجتماعی به عنوان جوامع آنلاین، حاصل تعامل بین گروه های همفکر و دوستان هستند و از ویژگی باز بودن و عدم تمرکز برخوردار هستند. در این شبکه های افزون بر تعامل درون شبکه ای، تعامل برون شبکه ای نیز رایج است. این تعامل ها نه تنها سرمایه اجتماعی و قدرت می آفرینند بلکه در ایجاد موج های اجتماعی و تاثیر برواقعیات های محیط واقعی، نقش آفرین هستند. این تاثیر تنها بر جنبش های اجتماعی محدود نمی شوند بلکه عرصه های زندگی را نیز در بر می گیرند. (ویلیامز و جان، ۲۰۰۸)

۲. تلگرام و کارکرد های آن:

پیام رسان تلگرام یک سرویس پیام رسان متن باز چندسکویی مبتنی بر رایانش ابری است. کاربران تلگرام می توانند پیام ها تصاویر ویدئوها و اسناد (همه انواع پرونده ها پشتیبانی می شود) خود ویرانگر و رمزنگاری شده تبادل کنند. تلگرام رسماً برای اندروید ویندوز فون و آی او اس (از جمله تبلت ها و دستگاه های بدون وای-فای) در دسترس است. تلگرام توسط دو برادر با نام های پاول دورف و نیکلای دورف به بازار آمد. تلگرام توسط یک سازمان غیرانتفاعی آلمانی متعلق به کارآفرین و نیکوکار روس پاول دورف اداره می شود. (ویکیپدیا، ۱۳۹۸، بازیابی شده)

تلگرام در ارسال و دریافت پیام همان طور که موسسان آن می گویند بسیار سریع است و همین سرعت بالا موجب شده است روز به روز بر تعداد کاربران این برنامه افزوده شود. تلگرام اجازه ارسال پیام ها و فایل های متعدد را به کاربران خود می دهد و می توان در آن گروه هایی با بیش از ۵۰۰۰ نفر و کانال هایی با مخاطبانی نامحدود ایجاد کرد (سایت تلگرام [۹]). در کانال مسیر یکسوی های وجود دارد؛ به این معنا که فقط مدیر می تواند در آن پست های دلخواه خود را برای اعضای کانال منتشر کند و سایر اعضا امکان افزودن پست در آن را ندارند (گاشچین و وانت، ۲۰۱۵) با توجه به کاربرپسند بودن تلگرام که سبب افزایش روزافزون استفاده سازمان ها و شرکت ها شده است، می توان انتظار داشت تلگرام خدمات بیشتری برای توسعه کسب و کارها عرضه کند. از قابلیت های تلگرام امکان ارسال پیام های صوتی، ویدیویی، تغییر اطلاعات گروه، حذف پیام ها، محدود کردن اعضا، پین کردن پیام و افزودن ادمین جدید است که هر کدام از این قابلیت ها به صورت مستقل قابل تنظیم است.

آسیب شناسی شبکه های اجتماعی:

پدیده های مولود فن آوری نوین را می توان هم چون سایر پدیده ها از منظر آسیب شناسانه مورد مطالعه قرارداد. در اینکه فن آوری های نوین اطلاعات و ارتباطات فرصت های بی سابقه ای را برای فراهم آوری، ذخیره، پردازش و بازیابی اطلاعات در شبکه مهیا ساخته است، نمی توان تردید داشت اما هنگامی که به جنبه های اجتماعی و کاربردی این پدیده اه نگریسته می شود، به تناسب هنجارها، زمینه های اجتماعی- فرهنگی، شرایط اقتصادی- سیاسی و میزان توسعه یافتگی، جنبه های فرصت یا تهدید مطرح می شود. با دیدی مبتنی بر فرصت شبکه های اجتماعی می توانند کارکردهایی چون اشتراک دانش، انتقال اطلاعات، گفتمان سازی، ایجاد همبستگی و تعامل سازنده داشته باشند. با کارکردهایی که تاکنون شبکه های اجتماعی در صحنه تحولات جهانی شاهد آن بودیم، آسیب شناسی آن ها را می توان از جنبه های زیر مورد توجه قرارداد:

- این شبکه ها می توانند کانون شکل گیری گروه های بزهکاری و کلاه برداری باشند.
- شبکه های اجتماعی می توانند منجر به بروز جامعه ای دو قطبی شوند.
- سازکار مشخصی برای کنترل و پیگیری رفتارهای مجرمانه در این شبکه ها وجود ندارد.
- داده های موجود در این فضا می تواند حاوی اطلاعات با ارزشی برای سازمان های جاسوسی باشد.
- در صورت ازبین رفتن سایت به هر علت نرم افزاری و سخت افزاری شبکه روابط و تعاملات از بین می رود.
- امکان سوء استفاده از داده های این شبکه ها برای تبلیغات و سوداگری وجود دارد.
- دولت ها و سازمان ها می توانند از توان موجود در شبکه های اجتماعی برای عملی کردن برنامه های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی خود بهره برداری کنند. (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰)

۳. فرهنگ و فرهنگ سازی:

فرهنگ و مجموعه ویژگی های آن بر افکار عمومی جامعه تاثیر قابل توجهی دارد و به نوعی آنرا هدایت می کند. افکار تحت تاثیر باورها، عقاید، دانش، عادات و رسوم شکل می گیرند که به طور مداوم نیز توسط نظام های رسمی و غیر رسمی آموزش بر آن ها تاکید می شود به نحویکه در بستر زمان مجموعه ویژگی ها و ارزش های فرهنگی درونی می شوند ای درحالی است که پس از جدایی از آن جامعه همچنان بر باورها، عقاید و عادات فرهنگی و اجتماعی خود صحنه می گذارند. در جامعه امروز ایران مسائل و مشکلات اجتماعی و فرهنگی بسیاری وجود دارد که بسیاری از آن معزلات نتیجه عدم فرهنگ سازی مناسب و پس افتادگی یا تاخیر فرهنگی است که از طریق برنامه ریزی های تعاملی و هماهنگ ساز می توان تا حد چشمگیری شکاف ایجاد شده میان عناصر مادی و غیر مادی فرهنگ را پر کرد و میان آنها هماهنگی و سازگاری ایجاد نمود.

در واقع فرهنگ سازی را می توان فرایندی دانست که موجبات محتوا سازی، ساختار یابی، اصلاح بخشی و مشارکت دهی اجتماعی را از رهگذر تعامل گرای جوامع فراهم می سازد. (دایره المعارف بریتانیکا، جلد ۱۶، مقاله فرهنگ). فرهنگ سازی از طریق واسطه های فرهنگی در سه مرحله تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی مربوط به خلاقیت های بشری در عرصه هنر و دانش صورت می پذیرد که موجب تغییر ذهنیت ها، اعتقادات، ایدئولوژی ها و انتقال اطلاعات و شیوه های زندگی در فرایند تطابق افراد با محیط پیرامون می شود. (بنت، ۱۹۷۳، ۳۱۵) به نظر کارلسون و همکاران، فرهنگ سازی از طریق رسانه به معنای انتقال محتویات فرهنگی شامل اعتقادات، تصاویر، برداشت ها، افکار، مفاهیم و ارزش هایی است که بر رفتار، پوشش ها، سنت ها و سبک زندگی افراد در جامعه تاثیر می گذارد. (کارلسون و همکاران، ۲۰۰۸، ۱۳۶)

فرهنگ سازی را می توان یک فرایند ارتباطی دانست که از عناصر پویا و واسطه ای برخوردار است و از رهگذر آن مفاهیم، ایده ها، مذهب، سنت، زبان، آیین ها، نهادها، واکنش ها و انتظارات باز تولید و از رهگذر تعامل نمایان اصلاح می شوند. (لال، ۲۰۰۰، ۱۳۳)

آنچه در این مطالعه در نظر گرفته می شود، بحث فرهنگ سازی نسبت به استفاده از فضای مجازی به خصوص تلگرام می باشد که به منظور تبیین آن از نگرش سیستمی بر گرفته از نظریه عمومی سیستم های لودینگ ون برتالنفی است، استفاده می شود. نگرش سیستمی، راه و روش فکر کردن و قالب ذهنی خاص است؛ نحوه ای از تفکر است که چارچوبی برای در نظر گرفتن عوامل درون و برون سیستمی به عنوان یک کل متشکل به دستمی دهد. هر سیستم از اجزایی تشکیل شده است و هر جزء نقش خاصی را به منظور تحقق هدف سیستم ایفا می کند. این اجزاء عبارتند از: درونداد، فرایند تبدیل، برونداد، بازخورد و محیط سیستم. (ودادی و دشتی، ۱۳۸۶، ۷۰).

این نگرش که امروز به عنوان یکی از نگرش های بنیادین در حوزه مهندسی فرهنگی است امکان طراحی، نوسازی و بهسازی بسترهای فرهنگی را فراهم می نماید. در حقیقت، با نگرش سیستمی، ورودی، فرایندها، خروجی و بازخورد سیستم فرهنگی (فرهنگ به عنوان یک سیستم) مورد بازطراحی و بهسازی قرار می گیرد. (همان منبع) بنابراین بر اساس این رویکرد امکان طراحی و ایجاد معانی و مفاهیم جدید فرهنگ مبتنی بر تحولات اجتماعی و نیازهای روز جامعه وجود دارد و امکان قرارگیری جریان فرهنگ سازی در مسیر صحیح و در پی آن فرهنگ پذیری را بیش از پیش فراهم می آورد. در نتیجه با نگاهی سیستمی به فرهنگ و برنامه ریزی های تعاملی و هماهنگ ساز می توان در زمینه فرهنگ سازی استفاده از فضای مجازی (تلگرام) بهره جست.

۴. توسعه اجتماعی

بر اساس آخرین تعاریف سازمان ملل "توسعه اجتماعی" فرایندی از تغییرات، است که منجر به بهبود در "به زیستن" و "روابط اجتماعی" می شود که منصفانه تر و سازگارتر با اصول حکومت دموکراتیک و عادلانه است. توسعه اجتماعی شامل هم دستاوردهای مادی مانند سلامت، آموزش و پرورش مناسب، دسترسی پایدار به منبع، کالاها و خدمات برای زندگی مناسب در یک محیط قابل پذیرش، و هم

دستاوردهای غیرمادی با ویژگی های اجتماعی و فرهنگی مانند حس کرامت، امنیت و شمول اجتماعی و دستاوردهای سیاسی مربوط به فعالیت، مشارکت و بازنمایی است (موسسه مطالعات توسعه اجتماعی سازمان ملل، ۲۰۱۶).

در واقع آنچه امروز از آن با عنوان توسعه اجتماعی نام می بریم محصول تغییر رویکردهای توسعه از دهه ۱۰۷۰ به بعد و رونق آن در نتیجه افراط کاری های برنامه ریزان اقتصادی میانه قرن بیستم و به ویژه دیدگاه تعدیل ساختاری دهه ۱۹۸۰ است. در توسعه اجتماعی علاوه بر نقش نهادهای دولتی در پاسخگویی به نیازهای انسانی، توسعه ظرفیتهای افراد و جوامع نیز مورد توجه قرار می گیرد. بنابراین یکپارچگی اهداف اقتصادی و اجتماعی، تغییرات و اصلاحات ساختاری و نهادی و افزایش ظرفیتهای فردی و اجتماعی و تامین مشارکت شهروندان از عناصر اصلی این مفهوم می باشند (قانعی راد، ۱۳۸۴)

آنچه مسلم است توسعه اجتماعی به معنایی که از دهه ۱۹۹۰ میلادی رایج شده است در جهت مشارکت آحاد مردم در امور جامعه، پذیرش حقوق آنان و طبعاً روشن ساختن وظایفی است که همراه حقوق یاد شده مطرح می شوند بدین گونه توسعه اجتماعی در جهت رفع تبعیض و ایجاد فضای اجتماعی مناسب برای بروز تواناییهای بالقوه انسانها گام بر می دارد (پیران، ۱۳۸۴)

توسعه اجتماعی تلفیقی از سازماندهی اجتماعی و برنامه ریزی و طراحی اجتماعی است. اما چیزی بیش از تجمیع ساده این دو حوزه است. توسعه اجتماعی، استراتژی سیاسی، توسعه اقتصادی، حمایت اجتماعی، تحلیل برنامه ریزی، دولت و پژوهش ارزشیابی را شامل می شود و آن را کنار هم می خواهد. (جونز و پند، ۱۳۸۷، ۲۰۵) توسعه اجتماعی فرایند ادغام اجتماعی، انسجام اجتماعی و اعتماد اجتماعی را در درون خود دارد که اینها به نوعی مؤلفه های سرمایه اجتماعی هستند.

ابعاد و مؤلفه های توسعه اجتماعی

سازمان ملل متحد در اولین سند خود در خصوص توسعه اجتماعی در سال ۱۹۵۴ برای سنجش معیارها و سطوح توسعه اجتماعی که در آن زمان سطوح زندگی نام گذاری شده بود این مؤلفه ها را بر شمرده است: بهداشت شامل جمعیت شناختی، غذا و تغذیه، آموزش و پرورش شامل مواد و مهارت آموزی، شرایط کار، وضعیت اشتغال، مصرف کل پس اندازها، حمل و نقل، مسکن شامل تسهیلات خانگی، پوشاک، تفریح و استراحت، امنیت اجتماعی، آزادیهای بشری (زاهدی، ۱۳۹۰)

در اجلاس کپنهاک (۱۹۹۵) جهت تحقق توسعه اجتماعی و با به چالشهای فرارو، ده اقدام مورد تایید قرار گرفت و کشورهای امضا کننده متعهد به اقدام به این موارد شدند. این ده مورد تا حدود زیادی معنا و مفهوم توسعه اجتماعی و حیطة های مرتبط با آن را مشخص می سازند: ۱- ایجاد فضای قابلیت زا برای توسعه اجتماعی در سطح ملی و بین المللی ۲- تلاش برای ریشه کنی فقر ۳- تلاش برای دستیابی به اشتغال کامل ۴- تلاش در جهت دستیابی به یکپارچگی اجتماعی ۵- اقدام برای بهبود وضعیت زنان ۶- اقدام در جهت دسترسی برابر شهروندان به آموزش و بهداشت ۷- تخصیص مناسب منابع به اولوی تهای توسعه اجتماعی ۸- ادغام اهداف توسعه اجتماعی در برنامه های تعدیل ساختاری ۹- تلاش برای تسریع در توسعه کشورهای آفریقایی و سایر کشورهای کم توسعه یافته ۱۰- تقویت همکاری ها برای توسعه اجتماعی از طریق نظام ملل متحد (پیرامون، ۱۳۸۴)

بر اساس مرور منابع داخلی و خارجی جامع ترین ابعاد و مؤلفه های توسعه اجتماعی را می توان به شرح جدول زیر بیان نمود:

علمیاتی سازی توسعه اجتماعی در برنامه های توسعه		
ابعاد توسعه اجتماعی	مؤلفه ها	
عدالت	عدالت اقتصادی	تعدیل شکاف مناطق محروم و برخوردار، تعدیل شکاف فقیر و غنی، توزیع مناسب ثروت در جامعه
	عدالت اجتماعی	عدالت جنسیتی، دستیابی جامعه به اطلاعات، دسترسی به خدمات بهداشتی، دسترسی به امکانات آموزشی
سرمایه اجتماعی	کاهش واگرایی مذهبی و دینی - افزایش همگرایی قومی و نژادی - همبستگی و انسجام ملی، مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی	
رفاه اجتماعی	حمایت اجتماعی، دسترسی به خدمات زیر بنایی، خدمات سلامت و بهداشت و درمان، سیاست های جمعیتی، اشتغال، مسکن، سلامت، ثبات خانواده، وضعیت جوانان، تامین اجتماعی، آموزش و پرورش، آموزش فنی و حرفه ای، با سواد عمومی، تحصیلات عالی، برخورداری از امکانات اوقات فراغت،	
پایداری	بهره برداری بهینه از منابع، آمایش سرزمین، حفاظت از محیط زیست	

اخلاق توسعه اجتماعی	ارتقای کار و بهره‌وری، شهروندی، علم‌گستری، نظم اجتماعی
امنیت اجتماعی	امنیت فردی، امنیت عمومی، امنیت قضایی، امنیت اقتصادی، پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی

با بررسی منابع در این خصوص می‌توان گفت ابعاد و مولفه‌های توسعه سیری از سادگی (تقلیل به ابعاد کیفیت زندگی) تا پیچیدگی (سرمایه اجتماعی و امنیت فردی و پایداری) را طی کرده‌اند. در همه دیدگاه‌ها و رویکردها به توسعه، تغییر ارزش‌های ذهنی، ساخت اجتماعی، نهادهای ملی و شیوه حکمرانی با هدف افزایش توانایی‌ها و رفاه ملت، به ویژه تسریع اقتصادی و کاهش فقر مورد توجه است.

کیفیت زندگی

کیفیت زندگی مفهومی، چند وجهی، نسبی و متأثر از زمان و مکان و ارزشهای فردی و اجتماعی است که در علوم مختلف، بنابه ابعاد و ماهیت متفاوتی که دارد تعبیر متفاوتی برای آن به کار می‌رود. برخی آن را به عنوان قابلیت زیست‌پذیری یک ناحیه، برخی به عنوان سنجه‌ای برای سنجش میزان رضایت و برخی آن را بعنوان رفاه عمومی، بهزیستی اجتماعی و شادکامی تفسیر کرده‌اند. (غفاری و همکاران، ۱۳۹۲، ۲۳۶) علاوه بر این کیفیت زندگی دارای ابعاد عینی و بیرونی و همچنین، ابعاد ذهنی و درونی است؛ و همین امر باعث شده تا ارایه تعریفی جامع برای آن آسان نباشد. در دهه‌های پایانی قرن بیستم در پی پیامدهای منفی حاصل از رویکردهای توسعه‌ای متمرکز بر رشد اقتصادی و همچنین برجسته شدن جنبه‌های اجتماعی توسعه در قالب توسعه و سیاست اجتماعی، سازه کیفیت زندگی به عنوان شاخصی برای ارزیابی و جهت‌دادن به برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه در سطوح مختلف و همچنین اصلاح و تقویت رویکردهای توسعه با محوریت توسعه اجتماعی مورد توجه قرار گرفت (غفاری و همکاران، ۱۳۹۲، ۳۲۶) { غفاری، غلامرضا، فیروزآبادی، سیداحمد و حسین دانشمهر (۱۳۹۲) کیفیت زندگی و درک معنایی آن در منطقه اورامان لهن، مطالعات جامعه‌شناختی علمی-پژوهشی ۲۰(۲) } کیفیت زندگی در بسیاری از کشورها در سطوح مختلف محلی، روستا، شهر، استان، ملی و بین‌المللی دنبال می‌شود؛ امری که به جرأت می‌توان گفت که در کشور ما در تمامی سطوح مورد غفلت واقع شده است. به زعم کمپ تاکنون چارچوب جامعی برای مطالعات کیفیت زندگی به صورت یکپارچه و کل‌نگرایانه، به طوری که بتواند شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی، فیزیکی و مکانی را پوشش دهد ارائه نشده است.

انسجام اجتماعی

انسجام اجتماعی دلالت بر توافق جمعی میان اعضای یک جامعه می‌باشد که حاصل پذیرش و درونی کردن نظام ارزشی و هنجاری یک جامعه و تعلق جمعی و تراکمی تعامل افراد آن جامعه است. (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۶، ۲۸۶) این مفهوم بر اساس مطالعات تجربی فرهمند و همکاران (۱۳۹۴) در دو بعد مشارکت اجتماعی (۸ گویه) و اعتماد اجتماعی در مجموع در قالب (۳۲ گویه) سنجیده شده است. مشارکت اجتماعی به آن دسته از فعالیت‌های ارادگی دلالت دارد که از طریق آن‌ها اعضای یک جامعه در امور محله، شهر و روستا شرکت می‌کنند و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در شکل‌دادن به حیات اجتماعی مشارکت دارند (شیخ‌حسینی و مهماندوست، ۱۳۸۹، ۱۱۰). { شیخ‌حسینی، غلامحسین و فهیمه مهماندوست (۱۳۸۹)، بررسی قابلیت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات برای توسعه اجتماعی فرهنگی در روستاها، مطالعه موردی: آذربایجان شرقی، مجله مدیریت فرهنگی، ۸، ۲۳ }

اعتماد اجتماعی عبارتند از ابراز اطمینان نسبت به اشخاص با نظام‌های مجرد، بر اساس نوعی (جهش به ایمان) که معمولاً مشکل بی‌طرفی را برطرف می‌سازد. (افه، ۱۳۸۴) این متغیر با تاسی از مطالعات تجربی امام جمعه زاده و همکاران در سال ۹۱ و شریف زاده و همکاران در سال ۹۴ در سه سطح اعتماد شخصی که خود را در روابط چهره به چهره نشان می‌دهد (اعتماد به وابستگان و فامیل، اعضای خانواده، دوستان و آشنایان، همسایگان، همکاران و باور به وفاداری، رازداری و حقیقت‌گویی آنان)، اعتماد تعمیم یافته را می‌توان داشتن حسن ظن به افراد جامعه جدایی از تعلق آن‌ها به گروه‌های قومی و قبیله‌ای تعریف کرد. (اعتماد به عامه مردم، غریبه‌ها، مردم کوچک و بازار و افراد سایر اقوام و باور به صداقت، امانت‌داری و راستگویی آنان و تمایل به همکاری با آنان) و اعتماد نهادی که نگرشی است نسبت به خود و دنیای پیرامون که رفتار و اعمال ما را متأثر می‌سازد و موجب تقویت این فکر می‌گردد که افراد و امور جهان قابل اعتمادند (اعتماد به نهادهای سازمان‌هایی مانند: آموزش و پرورش، نیروی انتظامی، پلیس، راهنمایی و رانندگی، کارمندان بانک‌ها، دادگاه و محاکم قضایی، صدا و سیما و مدیران سازمان‌های دولتی و ...) مفهوم‌سازی و در سطح تربیتی عملیاتی شده است.

اخلاقیات توسعه اجتماعی:

اخلاق اجتماعی مجموعه ای از عقاید، ارزش ها و هنجارهایی هستند که نسبت به فرد، اموری بیرونی و مستقل تلقی می شوند. در جریان جامعه پذیری برای او درونی می گردند و به صورت جزئی از شخصیت او در می آیند و به عنوان اخلاق اجتماعی محسوب می شوند. رجب زاده، ۱۳۷۶، ۶۴) بر اساس این تعریف، اخلاق مجموعه ای از اصول و عقاید رفتاری است که به گونه ای داوطلبانه از سوی فرد پذیرفته می شوند و با درونی شدن در وجود او، نوع نگرش فرد به جامعه و دیگر انسان ها را تعیین می کنند و باعث بروز رفتارهای اخلاقی می گردند و در صورت سرپیچی از این اصول و قواعد احساس شرمساری در وجدان فرد پدیدار می شود. (امینی، ۲۰۱۱، ۴۹)

۵. مولفه های ارتباطات و توسعه:

رویکردها و مؤلفه های ناظر به ارتباطات و توسعه را می توان به چهار دسته الگوی حاکم، وابستگی و توسعه نیافتگی، توسعه ای دیگر، ارتباطات از نوعی دیگر تقسیم بندی نمود.

• **الگوی حاکم:** این نظریه ها بر نقش خوش بینانه رسانه ها در نوسازی مبتنی هستند و انتظاری که از وسایل ارتباط جمعی دارند، تسریع و تسهیل فرایند مدرنیزاسیون در جوامع در حال گذار است. الگوی لرنر در ادبیات ارتباطات و توسعه، به عنوان الگوی حاکم یا قدیمی به ثبت رسیده است. در این الگو لرنر پس از جنگ جهانی دوم به تدوین استراتژی و الگوی توسعه برای جهان سوم پرداخت و براساس آن کوشید نقش رانه های جمعی را در تسهیل فرایند های توسعه ی کشور به تصویر کشد. (فرقانی، ۱۳۹۳، ۲۷۰)

نظریه نوسازی معتقد است ورود به جامعه ی نوین مستلزم مساعدت ملی یکپارچه، ارتباط با بازارهای ملی و بین المللی، ایجاد انگیزه برای تقاضای کالاها و خدمات مدرن، به حرکت درآوردن منابع توسعه و گسترش روش ها و ارزش های نوین در زمینه هایی چون تغذیه، تنظیم خانواده، بهداشت، تولید کشاورزی و صنعتی در زندگی شهری و روستایی است. برای تحقق این هدف، تحرک روانی در سطح فردی و اجتماعی ضروری است و رسانه ها مناسب ترین و موثر ترین ابزار تغییر نگرش ها، ارزش ها و رفتارها و به بیان دیگر، ایجاد تحرک فردی و اجتماعی است. (معمد نژاد، ۱۳۸۰، ۵۰)

• **نظریه وابستگی:** براساس این نظریه مهمترین علل بازدارنده ی توسعه، کمبود سرمایه یا مدیریت که در نظریه نوسازی مطرح گردید، نبود بلکه بیشتر نظام بین المللی در این میان مهمترین نقش را داشت. در این دیدگاه موانع نه داخلی بلکه خارجی مد نظر بودند. این بدین معنی نیز بود که این نظام موجب توسعه مرکز و عامل اصلی تداوم توسعه نیافتگی در پیرامون است. (سرواس، ۱۹۸۹) براساس این نظریه عامل سلطه را ترغیب افکار عمومی می داند، نه ارتش. در نتیجه معتقد است رسانه های جمعی و شرکت های رسانه ای فراملی، نقش عمده ای در ترغیب مردم و تغییر افکار عمومی دارند. به عبارتی طبق این نظریه وسایل ارتباط جمعی در کشورهای آمریکای لاتین نه تنها نقشی در توسعه بخشی نداشته اند بلکه عامل تقویت و تحکیم سلطه و حفظ اقتدار غرب در کشورهای پیرامون بوده اند. (ازکیا، ۱۳۸۱، ۱۴۲)

• **توسعه ای دیگر؛ نگاه به درون:** مهمترین نقطه اشتراکی نظریه پردازان در این دیدگاه، آزمون و بررسی تغییرات از پایین به بالا از طریق خود توسعه بخشی جوامع محلی است. تفکر اصلی در این دیدگاه این است که هیچ کشوری نمی تواند عملکرد کاملاً مستقلی داشته و کاملاً خودکفا باشد و هیچ ملتی وجود ندارد که توسعه آن فقط توسط عوامل خارجی تحقق یافته باشد. براساس این نظریه مدل توسعه جهانی وجود ندارد بلکه توسعه یک فرایند یکپارچه است که از جامعه ای به جامعه دیگر متفاوت است. به عبارتی هر جامعه ای باید بکوشد تا مسیر توسعه ای مناسب خود را ترسیم نماید. (سرواس، ۱۹۸۹) چنین توسعه ای باید بر اصول زیر بنیاد شود: نیازهای اساسی و درون زاد، اعتماد به نفس، محیط شناسی، دموکراسی مشارکتی و تغییرات ساختاری، ملاک آخر، یک موقعیت بنیادی برای پنج ملاک اولیه است. با فراهم شدن سایر معیار ها، عدم تقاضا برای تغییرات اجتماعی می تواند به شیوه ای متفاوت تفسیر شود. (همان)

تهرانیان معتقد است درس های تاریخی سه دهه گذشته بر نظریه های ارتباطات توسعه تاثیر گذاشته است. به نظر وی برای رسیدن به ارتباطات توسعه باید سه مرحله را طی کرد:

مرحله اول توسعه ارتباطات: که می تواند به عنوان گسترش ظرفیت مجاری نظام ارتباطی تعریف نمود.

مرحله دوم توسعه به وسیله ارتباطات است که به معنی بکار گیری ظرفیت های مجاری ارتباطی در جهت ارائه خدمات اجتماعی مانند آموزش از راه دور، کتابخانه از راه دور، و سایر خدمات معمول و سنتی است.

مرحله سوم توسعه برای ارتباطات: این مرحله بر ارتباط مستقل از قدرت و متکی بر گفتگو میان دولت و جامعه مدنی مبتنی است. به طوری که مبنای تصمیم گیری های عمومی عقلانیت ارتباطی باشد نه عقلانیت ابزاری. (تهرانیان، ۱۹۹۴، ۲۷۸)

• **ارتباطات دوسویه، تعاملی و مشارکتی:** در اینجا بیشتر بر فرآیند ارتباطات و اهمیت این فرایند تاکید می شود. دیدگاه کنونی درباره ارتباطات، اساساً در تمامی سطوح، دوسویه، تعاملی و مشارکتی است. ارتباطات از نوع دیگر طرفدار تکرر، کوچکی مقیاس، محلی بودن،

نهادزادایی، تعویض نقش های فرستنده-گیرنده، افقی بودن پیوندهای ارتباطات در همه ی سطوح جامعه و تعامل است. (مک کوپل، ۱۹۸۳، ۹۷)

مدل نظری

در تحقیقات مختلف انجام شده در زمینه علل گرایش جوانان به فضای مجازی عواملی مانند تسهیم اطلاعات و اخبار، آزادی در ارتباطات، جریان آزاد اطلاعات در شبکه، توانایی کنترل مخاطب بر اطلاعات شخصی، سرگرمی، ایجاد روابط جدید حفظ روابط قدیمی و برابری اصولی در شبکه، در پیوستن جوانان به شبکه های اجتماعی نقش اساسی دارند. (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۱) از سوی دیگر مرور ادبیات توسعه اجتماعی از آغاز شکل گیری آن نشان می دهد که حداقل چهار رویکرد کلی در زمینه ی این مفهوم وجود دارد عده ای از پژوهشگران توسعه اجتماعی را وجهی از توسعه و به عنوان مکمل توسعه فرهنگی، سیاسی و اقتصادی قلمداد کرده اند. گروه دوم با طرح ایده هایی مشابه گروه اول، توسعه اجتماعی را متوازن کننده و پایدار کننده توسعه دانسته اند. در نزد ایشان توسعه اجتماعی به دنبال ایجاد توازن و تعادل بین اهداف مختلف اقتصادی، اجتماعی و کالبدی است و به همان دلیل مبین توسعه چندگانه است. به نظر دسته ی سوم، توسعه اجتماعی و توسعه اقتصادی دو روی سکه توسعه هستند. و از نظر دسته چهارم توسعه اجتماعی به مثابه ی یک کل یکپارچه رویکردی مستقل است که در آن هم توسعه اقتصادی لحاظ می شود و هم سایر انواع توسعه سیاسی، فرهنگی، و ... به این ترتیب توسعه اجتماعی بیانگر فرایندی است که طی آن نیازهای حیاتی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، زیست محیطی و ... همه انسان ها تامین می شود.

از سوی دیگر با در نظر گرفتن مولفه های ارتباطات و توسعه و با تمرکز بر رویکرد مبتنی بر توسعه درونی براساس معیارها و توانمندی های محلی و در نظر گرفتن سه مرحله ارتباطات توسعه براساس نظر تهرانیان در پی پاسخ به این سوال خواهیم بود که آیا فرهنگ سازی فضای مجازی به خصوص تلگرام می تواند منجر به توسعه اجتماعی در ایران شود.

فرضیه پژوهش

به جهت بررسی موضوع پژوهش فرضیه زیر ارائه می گردد.
فرهنگ سازی استفاده از فضای مجازی (تلگرام) بر توسعه اجتماعی کشور تاثیر گذار است.

پیشینه پژوهش

تحقیقات داخلی

با بررسی پژوهش های مختلف انجام شده مشخص می گردد که مطالعات انجام شده بیشتر به بررسی تاثیر استفاده از فضای مجازی به خصوص شبکه های اجتماعی بر جنبه های محدود توسعه پرداخته شده است. به طور مثال هادی خانیکی و یوسف خجیر (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان نقش شبکه های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران به شناسایی نقش مثبت و منفی شبکه های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران و میزان استفاده از هریک از آنها بین فعالان مدنی شهر تهران پرداخته است. در این تحقیق که از نوع آمیخته کیفی و کمی بوده و از روش مصاحبه عمیق و پیمایش استفاده شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که مصاحبه شوندهگان برای نقش شبکه های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران ۱۲ کارکرد ارتباطی، خبری، تبلیغی، آموزشی، بسیج سازی، کمپین سازی، جایگزینی رسانه رسمی، تقویت قدرت اجتماعی نهادها، شفاف سازی، جریان سازی، شبکه سازی و سنجش افکار عمومی تعیین کردند، و همچنین ۱۰ کژکارکرد اخبار نادرست و شایعه، سرریزی اطلاعات، انبوه خلق مجازی، حباب گفت و گو، سلبریتی سازی، وجود همبستگی کاذب، درگیری در فضای مجازی و دور شدن از فعالیت مدنی واقعی، تخریب حریم خصوصی فعالان مدنی، غلبه مشارکت مجازی و ابزار ارائه و خودنمایی تعیین کردند. از بین این موارد، فعالان مدنی بیشترین کارکرد شبکه های اجتماعی و پیام رسان ها را بین فعالان مدنی شهر تهران کارکرد ارتباطی، خبری و آموزشی و کمترین کارکرد را سنجش افکار عمومی، شفاف سازی و شبکه سازی و بیشترین کژکارکردی را اخبار نادرست و شایعه، سرریزی اطلاعات و حباب گفت و گو و کمترین کژکارکردی را خودنمایی در فضای مجازی و سلبریتی سازی مطرح کردند.

حسین دانش مهر و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه خود با عنوان بررسی رابطه رسانه های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی با بهره گیری از نظریه های لرنر، دی کراکر و جان تامپسون به بررسی تجربی فرضیه های پژوهش خود پرداخته است. بر مبنای نتایج تحقیق عامل مصرف رسانه های ارتباط جمعی با توسعه اجتماعی در دو بعد کیفیت زندگی، اخلاقیات توسعه اجتماعی همبستگی مثبت وجود دارد.

بهناز ولیزاده و دیگران (۱۳۹۶) به بررسی تعیین نقش شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام در توسعه خدمات کتابخانه های مرکزی دانشگاهی وزارت علوم بین مدیران و کتابداران پرداخته است. نتایج پژوهش نشان می دهد بیشتر کتابخانه ها از تلگرام جهت ارائه اخبار و رویدادهای

کتابخانه استفاده می‌کنند. با توجه به اهمیت و کارایی تلگرام در ارائه خدمات امانت‌دهی، اطلاع‌رسانی، مرجع، فناوری اطلاعات و آموزشی و پژوهشی، پیشنهاد می‌شود تدابیری برای استفاده مناسب در توسعه خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی با کمک تلگرام لحاظ شود.

زهر خیری به کمک همکارانش (۱۳۹۶) با بررسی بهره‌مندی از ظرفیت رسانه در استقرار برنامه تحول و نوآوری در آموزش علوم پزشکی به بررسی یک تجربه عملی از رسانه تلگرام برای بررسی نقش آن در آموزش علوم پزشکی بهره‌برده است. براساس یافته‌های ایشان از سال ۹۴ تا زمان انجام پژوهش، ۸۵۱ خبر در پورتال قرار گرفت که به طور متوسط هریک از این اخبار ها ۵۰۰ بار دیده شد. تعداد ۱۷ خبرنگار منتشر و برای حدود ۲۰ هزار نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه ارسال شده. اخبار در کانال تلگرام نیز منتشر و به طور متوسط هر خبر ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ بازدید به خود اختصاص داد. نتایج نشان داد برقراری ارتباط و اطلاع‌رسانی به ذینفعان اسناد سیاستی یکی از مهم‌ترین عوامل دخیل در استقرار این اسناد است. به نظر می‌رسد ابزارهای رسانه‌ای در دسترس، نیازمند بازنگری و بهینه‌سازی و محتوای رسانه است که بیشتر جنبه تحلیل و توجیهی دارد. (خیری، ۱۳۹۶، ۵۱)

روح‌الله رضایی و همکارانش در سال ۱۳۹۵ در پژوهش خود تحت عنوان عوامل موثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی در بین دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد به این نتیجه رسیدند که متغیرهای برداشت ذهنی از مفید بودن استفاده و همچنین برداشت ذهنی از جذابیت استفاده و نگرش، اثر مثبت و معناداری در قصد استفاده دانشجویان از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت‌های آموزشی داشته است. (رضایی، ۱۳۹۵، ۳۷)

حیدری ساربان (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اجتماعی مناطق روستایی شهرستان مشگین‌شهر که با هدف، توسعه‌ای و از لحاظ ماهیت توصیفی و پیمایشی و تحلیلی انجام داده است. همه روستاهای دارای دفاتر فناوری اطلاعات و ارتباطات روستایی شهرستان مشگین‌شهر را به عنوان جامعه مورد مطالعه انتخاب نموده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد به جزء متغیرهای عدالت اجتماعی و درگیری و اختلاف تعاون اجتماعی، میان همه متغیرهای تحقیق و بهره‌گیری از خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات رابطه معنی‌داری وجود دارد لطفی (۱۳۹۳) در پایان نامه خود به بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی در حمایت از فعالیت‌های انجمن‌های علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی که در سال‌های ۲۰۱۲-۲۰۱۴ انجام داده است به بررسی میزان بهره‌مندی انجمن‌های علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی از شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. وی در این پژوهش به این نتیجه رسید که میزان حضور انجمن‌های علمی رضایت بخش است و جای خود را در میان جامعه مورد مطالعه به خوبی باز کرده است.

یزدخواستی و دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی مجازی دریافتند که هرچند ارتقای امکان برقراری ارتباط و داد و ستد اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی امکان گفتگو را ارتقاء می‌دهد، اما محدود و مخدوش‌کننده آن هم است. محدودی‌موردن اساساً از توزیع نابرابر امکان‌های مرتبط با این گونه فناوری‌ها ناشی می‌شود و وضعی خاص حوزه عمومی مجازی هم گفتگو میان فرهنگ‌ها را مخدوش می‌کند. درواقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی، به واسطه حوزه عمومی مجازی که پدید می‌آوردند، گفتگو میان فرهنگ‌ها را محدود و مخدوش می‌کنند.

تحقیقات خارجی

ادموند اوکلاهاما (۲۰۱۰) پژوهشی تحت عنوان تأثیر کاربردی فیسبوک؛ نیازهای اجتماعی و روانشناختی انجام داده‌اند آن پژوهش با استفاده از روش پیمایش انجام گرفته، و از پرسشنامه ساختمان جهت گردآوری اطلاعات استفاده کرده‌اند. او مهمترین هدف این پژوهش را بررسی انگیزه‌های روانشناختی و اجتماعی کاربران در استفاده از فیسبوک بیان کرده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در میان نیازهای روحی روانی، نیاز به رقابت و- استقلال با میزان استفاده از فیسبوک همبستگی مثبت داشته همچنین فیسبوک توانسته است تعادلی میان نیازهای اجتماعی و روانی کاربران ایجاد کند (علیپورملاباشی، ۱۳۹۵، ۱۸) (علیپورملاباشی، یاور(۱۳۹۵). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش شبکه‌های اجتماعی مجازی: مطالعه موردی دانش‌آموزان دختر متوسطه دوره دوم شهر اردبیل، همایش ملی آسیب‌های اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی.)

آگروال (۲۰۰۶) پژوهشی تحت عنوان فناوری اطلاعات و توسعه روستایی در هند با روش پیمایش و اسنادی انجام داد. و از ابزار پرسشنامه و مصاحبه جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده کرده است. هدف مقاله این است که فناوری ارتباطات تا چه حد به توسعه روستایی هند کمک کرده و هدف دیگر این است که نشان می‌دهد موضوع مورد تمرکز در توسعه فقرا می‌باشند. در این تحقیق به این موضوع اشاره شده است که رسانه‌های به سمت گسترش کانال‌های خصوصی و دولتی و فناوری اطلاعات و ارتباطات در حمایت از مصرف‌گرایی و سرگرمی سوق یافته‌اند. براساس این پژوهش سیاست ارتباطات کشور هند که متمرکز بر توسعه فعال روستایی است با شکست مواجه شده و بیشتر به نفع ثروتمندان شهر نشین عمل کرده است.

روش تحقیق

در این پژوهش از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. هدف از تحلیل محتوای کیفی به طور کلی ساخت یک مدل برای توضیح پدیده به صورت مفهومی است. تحلیل محتوای کیفی فراتر از شمارش صرف واژگان یا استخراج هدف محتوا از متن (که اساس تکنیک کمی تحلیل محتوا است) در پی ارزیابی معانی، تم‌ها و الگوهای است که ممکن است در متنی آشکار یا پنهان باشند. (ژانگ و ویلموت، ۲۰۰۷، ۱) در واقع تحلیل محتوا در پی دستیابی به دیدگاهی یکپارچه از متون با در نظر گرفتن زمینه‌ای که متون در آن قرار دارند است. بر مبنای ملاحظات فوق و چون این پژوهش برای بررسی سازه مفهومی حوزه عمومی نیاز به تحلیل و تفسیر متون و شواهد موجود در نمونه پژوهش دارد و این امکان با روش کمی تحلیل محتوا که بیشتر در پی کمی کردن متون کیفی است، محقق نمی‌شود، در اینجا از روش کیفی تحلیل محتوا استفاده شده است.

از میان سه رهیاف به تحلیل محتوای کیفی براساس نظریه شی‌یه و شانون که عبارت اند از:

- تحلیل محتوای عرفی و قراردادی؛
- تحلیل محتوای جهت دار
- تحلیل محتوای تلخیصی یا تجمعی. (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۸).

تحلیل محتوای عرفی معمولاً در طرحی مطالعاتی به کار می‌رود که هدف آن شرح یک پدیده است. این نوع طرح، اغلب هنگامی مناسب است که نظریه‌های موجود یا ادبیات تحقیق درباره پدیده مورد مطالعه محدود باشد. در این حال پژوهشگران از به کار گرفتن داده‌ها می‌پرهیزند و در عوض ترتیبی می‌دهند که مقوله‌ها از داده‌ها ناشی شوند. گاه نظریه یا تحقیقاتی قبلی درباره یک پدیده مطرح اند که یا کامل نیستند یا به توصیف‌های بیشتری نیازمندند در این حال محقق کیفی روش تحلیل محتوا با رویکرد جهت دار را بر می‌گزیند. سرانجام در تحلیل محتوای کیفی با رویکرد تلخیصی از طریق شناسایی یا کمی کردن کلمات یا مضامین موجود در متن، در پی فهم چگونگی کاربرد این کلمات با محتوای آنها در متن است (ایمان نوشادی، ۱۹۰، ۱۲)

یافته‌ها

با آمدن شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرد و تاثیر غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی برجای گذاشت. شبکه‌های اجتماعی یکی از پرطرفدارترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به خصوص از قشر جوان دارند. ویژگی‌های تعاملی و ایجاد بستر برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه‌های اجتماعی است.

تاثیر فرهنگ سازی فضای مجازی بر توسعه ارتباطات

یکی از حوزه‌های مهم و استراتژیک برنامه‌های توسعه، حوزه ارتباطات است. در دهه‌های گذشته نه تنها تحت تاثیر شرایط بین‌المللی و جاذبه‌های جهانی، نظریه‌ها و الگوهای توسعه بخشی ارتباطات رشد کرده بلکه در اوضاع و احوال خاص کشورهای در حال توسعه، نسبت به زمینه‌های مطلوب اجرای برنامه‌های توسعه توجه زیادی نیز نشان داده شده است. جایگاه ارتباطات در برنامه ریزی‌های توسعه، از دو جهت شایان توجه است، وسایل و امکانات گوناگون ارتباطی، از یک سو جزء عوامل آگاهی دهی و هماهنگ سازی و سازمان دهی مورد نظر در ارائه و اجرای طرح‌های مملکتی توسعه به شمار می‌روند و در جلب همکاری‌ها و مشارکت‌های عمومی برای تامین نتایج مطلوب آنها نیز تاثیر تعیین کننده دارند و از سوی دیگر خود به عنوان شاخص‌های توسعه، مانند درآمد سرانه و سطح سواد و همچنین به عنوان زمینه‌های اصلی توسعه مثل کشاورزی، صنعت، آموزش و بهداشت، در برنامه‌های توسعه ملی جایگاه ممتازی دارند. (خانیک، ۱۳۸۴، ۳۵) روش‌های ارتباطی نوین در بستر اینترنت که با هدف ایجاد تعامل و تبادل اطلاعات ایجاد می‌شوند؛ منجر به بهره برداری هدفمند کنشگران از این فضا می‌گردد. به گونه‌ای که اطلاعات موجود در این شبکه‌های ارتباطی بعنوان منبع بسیار مهمی برای مطالعه این شبکه‌ها عنوان شده است. حجم داده‌ها و تعاملات درون شبکه‌ای و اشتراک گذاری اطلاعات در این فضا می‌تواند نشان از وقوع تغییرات شگرف در کیفیت و کمیت جریان اطلاعات در جوامع باشد. که در پی آن می‌تواند منشا تغییرات احتمالی و گسترده‌ای را فراهم سازد. (خانیک و خجیر، ۱۳۹۷) با حضور بنگاه‌های اقتصادی، خبری و احزاب و فعالان سیاسی و اجتماعی مختلف در بسترهایی چون تلگرام به شکل گروه‌هایی که تبادل اطلاعات و بحث و گفت و گوی آزادانه در آن ممکن بوده (ارتباط دو سویه) و یا کانال‌هایی که ارتباط تک سویه را ایجاد می‌کنند. می‌توان حوزه جدیدی از برنامه‌های توسعه را شناسایی نمود.

گروه‌ها یکی از بخش‌های اصلی پیام‌رسان تلگرام هستند. به طوری که کاربران می‌توانند با پیوستن به گروه‌ها به صورت چند سویه با دیگران ارتباط برقرار کنند. گروه‌های نخستین، توانایی پذیرش ۲۰۰ عضو را داشتند؛ ولی تلگرام در ویرایش‌های بعدی، توانایی پذیرش گروه عادی به سوپر گروه و افزایش اعضا را از ۲۰۰ به ۵۰۰ و سپس به ۵۰۰۰ نفر را در دسترس همگان قرار داد. گروه‌های موجب گردش آزادانه اطلاعات و بحث و تبادل نظر کاربران در آن می‌شود. استفاده مناسب و بجا از این بستر می‌تواند منجر به توسعه مباحثه دموکراتیک بر سر مسایل مربوط به حوزه‌های سیاسی و اجتماعی و یا حتی دانشی شود. بسیاری از گروه‌هایی که در تلگرام ایجاد شده‌اند گروه‌هایی هستند که هم عقیده بوده و از روی علایق مشترک به عضویت این گروه‌ها در می‌آیند. (ویکی پدیا، ۲۰۱۹)

امروزه با توجه به گسترش کاربرد ارتباطات، می‌توان گفت در حال حاضر توسعه ارتباطات، زمینه ساز توسعه در همه ابعاد زندگی است، لذا در حال حاضر عدم توسعه یافتگی در این بعد خود به خود مانع توسعه یافتگی در سایر ابعاد می‌شود و پیامدهای جبران ناپذیری در روند توسعه پایدار کشور، از جمله در امر توسعه انسانی، برابری فرصت‌ها، دسترسی همگان به اطلاعات و دانش، توانمندسازی تمامی اقشار جامعه و خواهد داشت. در مهمترین سند توسعه ملی کشور یعنی سند چشم‌انداز ضرورت برخورداری از زیرساخت به ویژه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به وضوح تاکید شده است. در برنامه اول توسعه توجه چندانی به ارتباطات و ابعاد مختلف آن نشده است، در برنامه دوم توسعه توجه بر توسعه ارتباطات سنتی و صنایع مخابرات و مراکز تلفن دیده شده است. در برنامه سوم توسعه کشور برای اولین بار به توسعه ارتباطات رایانه‌ای در قالب زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعاتی پهنای باند گسترده توجه شده است. در برنامه چهارم توسعه که تحت عنوان سند چشم‌انداز ۲۰ ساله مصوب گردیده است به طور مفصل به توسعه ارتباطات رایانه‌ای پرداخته شده است. در این برنامه دولت موظف به ارتقای ضریب نفوذ اینترنت و افزایش ظرفیت آن و توسعه مراکز اینترنت ملی و ارائه خدمات پایه ارتباطی و فناوری اطلاعات در سراسر کشور می‌باشد. این برنامه سعی داشته است با نگاهی جامع‌تر به ارتباطات نوین در قالب استقرار جامعه‌ی اطلاعاتی بنگرد. در برنامه پنجم توسعه، توسعه ارتباطات رایانه‌ای نیز به صورت تولیدات رسانه‌ای در فضای مجازی، ایجاد و توسعه‌ی شبکه ملی اطلاعات، ایجاد زیرساخت‌های ملی داده‌های مکانی در سبز ملی تا محلی و توسعه شبکه علمی کشور ترسیم شده است. (شاه قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵)

تاثیر فرهنگ سازی استفاده از فضای مجازی تلگرام بر توسعه به وسیله ارتباطات

توسعه به وسیله ارتباطات به معنای به کارگیری ظرفیت‌های مجاری ارتباطی در جهت ارائه‌ی خدمات اجتماعی است. به عبارت دیگر برای توسعه و پیشبرد برنامه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و آموزشی، ارتباطات بکار گرفته شود. (همان منبع) امروزه جامعه‌ای توسعه یافته تلقی می‌شود که بتواند در کنار توسعه شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی بر معیار آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی اجتماعی تأکید کند. دستیابی به این شاخص‌ها و مفهوم توسعه اجتماعی زمانی محقق می‌شود که تمامی دانش و فن‌آوری‌های بالقوه جامعه به طور مؤثری در میان آحاد جامعه اشاعه یابد که ارتباطات در این مرحله نقش محوری بازی می‌کند. رسانه‌های جمعی و فناوری اطلاعاتی و ارتباطی بر عرصه توسعه سلطه دارد و نقش آنها، ایجاد تغییر اجتماعی و رفتاری مطلوب در میان ساکنان نواحی شهری و روستایی بوده است. (آگروال، ۲۰۰۶) در چنین شرایطی، وسایل نوین ارتباط جمعی با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالا بردن آگاهی‌های گوناگون و ضروری به عهده می‌گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می‌کنند. حال این رسانه‌ها هستند که می‌توانند عامل آمیختگی، توازن و پیوند دادن باورهای اصیل اعتقادی و سنت‌های بارور جامعه باشند و با گسترش آفرینندگی و افزایش رشد فرهنگی به توسعه همه جانبه کشورمان کمک کرده و باعث پویایی افکار شوند. اساس توسعه ملی و محلی هر کشوری بر اساس فرهنگ آن جامعه شکل می‌گیرد. (کاظم زاده و کوهی، ۱۳۸۹)

با تمرکز بر فرهنگ سازی فضای مجازی مشخص می‌گردد که مهمترین موضوع در زمینه فرهنگ سازی بحث استفاده از شبکه‌های مجازی است به طوری که در استفاده از این شبکه‌های مجازی (تلگرام) جنبه‌هایی چون میزان استفاده، نوع استفاده و هدف استفاده از فضای مجازی به عنوان جنبه‌های اصلی در فرهنگ سازی فضای مجازی در نظر گرفته شده است. شبکه‌های اجتماعی با قابلیت‌هایی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، به ۴ اولویت اول کاربران اینترنت تبدیل شده‌اند؛ ۱- فرد با طیف وسیعی از افراد در ارتباط است. ۲- علایق خود در زمینه‌های مختلف را با آنها به اشتراک می‌گذارد. ۳- افراد در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند. ۴- بر پایه همان هویت دلخواه ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند. تلگرام نیز با داشتن این ویژگی‌ها توانسته است بخش قابل توجهی از جوانان و علاقه‌مندان به حوزه‌های ارتباطات مجازی را به خود سوق دهد. از سویی دیگر به این دلیل که فضای رسانه‌ای در ایران با محدودی‌های بسیاری برای تنوع بخشی به خود روبروست، استریش اینترنت و تلفن همراه، به همراه بهره‌گیری از امکانات همگرایی رسانه‌ای سبب شده اس تا فضای مجازی با استقبال مخاطبان ایرانی روبرو شود. (علوی و نقیب‌السادات، ۱۳۹۱)

در تحلیل شکل‌گیری ارتباطات در فضای مجازی که از مولفه‌های بعد سرمایه اجتماعی در توسعه اجتماعی است. باید به این موضوع نیز توجه نمود که ظاهر شبکه‌های مجازی جمع‌گرا است، تغییرات فرهنگی اخیر، موجب شده که مردم ترجیح دهند در عین تنهایی،

ارتباطات گسترده ای هم با جهان پیرامون خود داشته باشند. شبکه های اجتماعی مختلف با سرویس ها و خدمات مختلفی که در اختیار کاربران خود قرار می دهند، موجب تاثیرگذاری بیشتر روی زندگی آن ها و جامعه و رفتارهای اجتماعی می شوند. این شبکه ها کارکردهای گوناگون اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی دارند و به گفته متخصصان ارتباطات، شبکه های اجتماعی بیش از پیش رابطه های چهره به چهره را کاهش می دهند. روابط اینترنتی سرمایه اجتماعی را افزایش می دهند (منتظر قائم، ۱۳۸۴) لذا عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی به عنوان منبعی برای تعیین سطح سرمایه اجتماعی می توانند مورد سنجش قرار بگیرند. «شبکه ها و ابزارهای مجازی نظیر فیسبوک، توئیتر، اینستاگرام و تلگرام به فعالان این امکان را می دهد تا به طور مستقیم با داوطلبان، فعالان مدنی و گروه های هدف ارتباط برقرار کنند و آنان را در جریان دیدگاه ها و برنامه های خود و نهادهای مدنی قرار دهند. در مطالعه ای که در سازمان کتابخانه ملی نیز انجام شده است، اعضای کتابخانه در زمینه ظرفیت آموزشی پیام رسانی تلگرام بر این باورند که ظرفیت این پیام رسانی بیش از حد متوسط بوده و می توان از این وسیله جهت انتقال موثر دانش بهره جست. (احمدی و همکاران، ۱۳۹۶، ۱۰۹) تحقیقات نشان داده اند برداشت های ذهنی از مفید بودن استفاده و جذابیت استفاده اثر مثبت و معناداری بر قصد استفاده دانشجویان از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت های آموزشی دارد. (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵)

صاحب نظر برجسته ی اقتصادی، جوزف استیگلیتز با تأکید بر سرمایه اجتماعی، توسعه ی اجتماعی را توانایی هر جامعه برای حل صلح آمیز تضادها و پیوند منابع و علایق مشترک، به هنگام اختلاف منافع دانسته است؛ وی بر سرمایه ی اجتماعی و اعتماد در تسهیل معامله ی متقابل به عنوان عناصر مهم توسعه ی اجتماعی تأکید دارد (استیگلیتز، ۲۰۰۲)

اعتماد به عنوان سنگ بنای سرمایه اجتماعی و عامل تعیین کننده سطح سرمایه اجتماعی باید مورد توجه قرار گیرد چرا که امروزه اعتماد به شبکه های اجتماعی اینترنتی می تواند عاملی مهم برای میزان استفاده و نحوه استفاده از این شبکه ها باشد. قابلیت اعتماد به شبکه های اجتماعی بیش از وب سایت ها است چون اطلاعات فیلتر نشده و خام منتقل می شود قدرت اعتماد به شاخص بودن یا مشهور بودن فرد تولید کننده اطلاعات بستگی دارد. شبکه های اجتماعی و پیام رسانی ها ابزار مناسبی برای بسیج داوطلبان و فعالان مدنی، گروه های هدف یا حتی جامعه شهروندی هستند. برای مثال در مسئله اعدام محیط بان دناهی از ابزار تلگرام برای ایجاد فعالیت جامعه مدنی و شهروندی جهت ایجاد مهلت از ولی دم استفاده شده است. ضمن اینکه می توان با استفاده از شبکه های مجازی به آموزش تخصصی در حیطه فعالیت های فردی و اجتماعی پرداخت، همچنین می توان در آموزش های عمومی همانند نحوه فعالیت های مشارکتی، اعتماد سازی درون گروهی و بین گروهی و مهارت های ارتباط با دیگران نیز از این شبکه ها بهره جست. (خانیک و خجیر، ۱۳۹۷) در مطالعه ای با عنوان نقش تبلیغات شبکه اجتماعی تلگرام در جلب اعتماد مخاطبان به خرید کالا انجام شده است این نتیجه را بیان می دارد که بین تبلیغات شبکه اجتماعی تلگرام در جلب اعتماد مخاطبان و خرید کالا، رابطه معناداری وجود دارد. (خانیک و همکاران، ۱۳۹۵)

فرهنگ سازی استفاده از فضای مجازی تلگرام بر توسعه برای ارتباطات

ابعاد ارتباطی توسعه از جهت برنامه ریزی ارتباط پایین به بالا از جهت برنامه ریزی ارتباط پایین به بالا، شامل موضوعاتی مانند دریافت و بیان شکل گیری نیازها، ایجاد خودیاری و مشارکت، نهادی شدن ارتباط و مشارکت و در جهت برنامه ریزی ارتباط بالا به پایین، بیان و توجیه هدف های توسعه ملی، منطقه ای و محلی و به طور کلی ایجاد شبکه ی ارتباطی و بازخورهای لازم در همه فعالیت های عمرانی می شود. (شاه قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵) این مرحله بر ارتباط مستقل از قدرت و متکی بر گفتگو میان دولت و جامعه مدنی مبتنی است. بر این اساس حوزه عمومی فضایی سیاسی است که در آن حقوق افراد به عنوان شهروندان آزاد و برابر به رسمی شناخته می شود و جماعت سیاسی شکل می گیرد. به این علت که ارتباطات افراد در وضعیت آرمانی گفت و گو از هرگونه اجباری رهاست، گفت و گو در حوزه عمومی می تواند به توسعه دموکراتیک در همه سطوح اجتماع منجر شود. شبکه های اجتماعی به مثابه یک رسانه جدید، بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از مولفه های اساسی ارتباطات در حوزه عمومی است. افراد می توانند از طریق شبکه های اجتماعی به گفت و گو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات موردعلاقه خود بپردازند و از این طریق افکار عمومی به عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می توانند در مخالف با یک مسئله و موضوعی اجتماعی و سیاسی دست به کنش بزنند. (خانیک و همکاران، ۱۳۹۶) به عنوان یکی از مثال های ورود کاربران به شبکه های اجتماعی که نمودی از حوزه عمومی مجازی بودند می توان به انتخابات ۱۳۸۸ ایران اشاره کرد. در دهمین دوره انتخابات پس از معرفی محمود احمدی نژاد به عنوان پیروز انتخابات، طرفداران معترض کاندیداهای رقیب که اخبار مربوط به خود را در رسانه های جمعی نمی یافتند به فضای مجازی روی آوردند و از طریق شبکه های اجتماعی مجازی حجم زیادی از مطالب، گفت و گوها، اخبار و بیانیه ها را منتشر ساختند. از دید برخی کارشناسان ارتباطی مسائل این چینی و فضای پیامد آن در دنیای واقعی نشان دهنده به وجود آمدن یک حوزه عمومی مجازی است. (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۲)

نتیجه گیری

با توجه به گزارش پایگاه خبری اقتصاد نیوز در خبر خود به کد ۲۷۶۷۰۴ در تاریخ ۹۸/۰۱/۲۰ آخرین آمار مربوط به سال ۹۷، پس از فیلترینگ تلگرام ۵۶ درصد از فعالان در فضای مجازی ایران از شبکه اجتماعی تلگرام برای انتقال پیام و فعالیت‌هایی از این دست استفاده کرده اند. این درحالی بوده است که قبل از فیلترینگ آمار برای کاربران ایرانی بالغ بر ۶۰ درصد بوده است. (<https://www.eghtesadnews.com>)

با توجه به آمار فوق که نشان از مقبولیت این شبکه اجتماعی در بین مخاطبان ایرانی دارد می بایست توجه خاصی به بررسی ابعاد اثرگذاری آن بر جامعه ایرانی نمود. شبکه اجتماعی افراد را جذب می کند زیرا به آنها این فرصت را می دهد تا تجربیات زندگی شخصی خود را به اشتراک گذاشته و احساسات خود را بیان کنند و در رابطه با مسایل مختلف اجتماعی به بحث و تبادل نظر بپردازند. شبکه اجتماعی تلگرام با ایجاد امکان ارتباط از راه دور، پژوهش، نامه نگاری و انجام معاملات و ... توانسته است به عنوان یک ابزار در جهت تسهیل امور جایگاه ویژه ای برای خود ایجاد نماید.

شبکه های مجازی اجتماعی قادر به ایجاد مکانی برای آسان سازی ارتباطات بین افراد هستند و هم زمان می توانند کارکردهای: آموزشی تفریحی و... را نیز به همراه داشته باشند. بدیهی است که این کارکردها اهمیت یکسانی برای کاربران نخواهند داشت. با این حال به نظر می رسد که کارکرد ارتباطی مهم ترین کارکرد شبکه های اجتماعی مجازی باشد. (واحدی فرد، ۱۳۹۴) شایان ذکر است که زندگی در فضاهای مجازی، می تواند تاثیرات مثبت و منفی مختلفی بر سبک زندگی کاربران داشته باشد. فرصت های آموزشی، اقتصادی و... از جمله نقاط مثبت این فضاها می باشد اما حضور در این دنیاها می تواند آسیب پذیری های اجتماعی و فرهنگی را نیز همراه داشته باشد. قرار گرفتن در معرض فرهنگ های گوناگون، آزادی های زیاد در یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه و امکان دسترسی به اطلاعات غیراخلاقی گوناگون از طریق اینترنت، از جمله نمونه های این خطرها هستند. (مطهری کلور و دیگران، ۱۳۹۶) وابستگی بیش از حد به شبکه های مجازی چون تلگرام و اعتیاد به حضور در این شبکه ها و همچنین فضای مجازی، به عنوان فضای نو و جدیدی برای شکل دهی به یک نوع زندگی که زندگی دوم نامیده می شود، که در آن فرد می تواند با چهره ی مطلوب و دلخواه خود در آن حضور پیدا کرده و با دیگران به تعامل بپردازد و در فضایی مبتنی بر رؤیاهای خویش زندگی کند؛ همه این موارد جزء آثار منفی و زیانباری است که بر اثر استفاده از این عوامل حاصل می شود، لذا فرهنگ سازی در میزان استفاده از این فضای مجازی می تواند منجر به کاهش اثرات سوء باشد.

با نگاهی به برنامه های توسعه جمهوری اسلامی ایران مشخص می گردد که برای توسعه بخش های آموزش، فرهنگ، اقتصاد، بهداشت، سیاست و محیط زیست به ارتباطات توجه ویژه ای شده است.

در برنامه چهارم توسعه آموزش با استفاده از ارتباطات نوین و رایانه ای مطرح گردیده است. مسئله بهره گیری از فناوری اطلاعات در تدوین و اجرای برنامه های آموزشی به خصوص آموزش های مجازی در این برنامه عنوان شده است. برنامه پنجم توسعه، به گسترش آموزش های از راه دور نیز پرداخته و بر آموزش همگانی برنامه مصوب قوه قضائیه و آموزش همگانی حقوق شهروندی تاکید شده است. از همین رو با توجه به قابلیت های شبکه تلگرام و درصد بالای عضویت فعالین شبکه های مجازی کشور در این فضا، این شبکه می تواند در توسعه دانش تاثیر و عملکرد بالایی را از خود بجای گذارد، ایجاد کانال های آموزشی برنامه ریزی شده و فرهنگ سازی نوع استفاده و میزان استفاده از این فضا می تواند عاملی در جهت تسریع برنامه های توسعه دانش کشور باشد.

از جنبه اقتصادی توسعه کشور، در برنامه سوم به توسعه اقتصادی به وسیله ارتباطات رایانه ای توجه شده است، بطوری که ایجاد شبکه جامع اطلاع رسانی بازرگانی کشور و توانمندسازی مردم از طریق آموزش مشاغل ساده تاکید شده است. در برنامه چهارم توسعه ی اقتصادی بر پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات توجه زیادی شده است مواردی همچون برقراری نظام بانکداری الکترونیکی، شبکه ملی داد و ستد اوراق بهادار و توسعه تجارت الکترونیک در قالب ایجاد مراکز اطلاع رسانی رایانه ای و شبکه ای و بازارهای مجازی، و گسترش بازار محصولات دانایی محور و دانش بنیان پیش بینی شده است. در برنامه پنجم توسعه نیز این امر مورد توجه بوده و موضوعاتی چون توسعه تجارت الکترونیک، تهیه طرح بانک جامع اطلاعاتی کشور و ... توجه شده است. با بررسی بیشتر شبکه مجازی تلگرام مشخص می شود که تجارت های متفاوتی همچون عرضه و خرید و فروش محصولات تجاری، فرهنگی و ... و تجارت الکترونیک در معنای کامل کلمه در بین صفحات، گروه ها و کانالهای این شبکه که بعضاً فوق العاده پرطرفدار هستند، بسیار رایج است. (خانیک و همکاران ۱۳۹۵) لذا فرهنگ سازی و ایجاد بستر مناسب قانونی برای این شبکه می تواند گام مفیدی در راستای توسعه اقتصادی کشور براساس برنامه های توسعه ای آن باشد.

از منظر فرهنگی توسعه کشور در برنامه چهارم توسعه که توسعه ی مبتنی بر دانایی است از تمامی اشکال ارتباطی به ویژه ارتباطات رایانه ای و فناوری های نوین برای توسعه اعتلای فرهنگ استفاده شده است. این امر به صورت حمایت از سرمایه گذاری در تولید و عرضه ی انواع محتوا به زبان فارسی در محیط رایانه ای/ف حفظ و شناساندن هویت ملی و دینی، حمایت از تولید، توزیع و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی هنری و سینمایی، توسعه فضاهای مجازی فرهنگی، هنری و مطبوعاتی و ... پیشبینی شده است. و در برنامه پنجم توسعه مقابله با

فرهنگ بیگانه محور اصلی سیاست ها بوده است.مقابله با جنگ نرم با حضور در فضای مجازی، رایانه ای با رویکرد بومی و بهره گیری و هماهنگ سازی اقدامات رسانه ای برای مقابله با ناهنجاری های فرهنگی و اجتماعی از برنامه های تدوین شده در این سند می باشد. از همین رو با درنظر گرفتن میزان عضویت و فعالیت کاربران شبکه مجازی تلگرام که بعد از اعمال فیلترینگ همچنان درصد بالایی از جامعه را به خود اختصاص داده است، فرهنگ سازی و انجام اقدامات مذکور می تواند در توسعه و رشد قابلیت های فرهنگی کشور تاثیر گذار باشد.

منابع و مراجع

- [۱] احمدی پروین، آقارفعی داود، وزیری هشی فریده، ۱۳۹۶، بررسی دیدگاه کاربران کتابخانه ملی ایران در زمینه ظرفیت های آموزشی پیام رسان تلگرام در ایران، فصلنامه رسانه، سال ۲۸، شماره ۴
- [۲] ازکیا مصطفی، غفاری غلامرضا، ۱۳۸۱، جامعه شناسی توسعه. تهران. نشر کلمه
- [۳] امام جمعه زاده سیدجواد؛ صادقی نقدعلی؛ رهبرقاضی زهرا و نوعی باغبان سیدمرتضی، ۱۳۹۱، بررسی رابطه مصرف رسانه ای و انسجام اجتماعی (مطالعه جوانان شهر تبریز)، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی، (۴)۱
- [۴] تهرانیان، مجید ابعاد انسانی توسعه. تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران، سازمان برنامه و بودجه، معاونت برنامه ریزی، دفتر روشهای برنامه ریزی و تلفین برنامه ها.
- [۵] افه کلاس، ۱۳۸۴، چگونه می توان به شهروندان اعتماد داشت، مجموعه مقالات سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی، نشر شیرازه.
- [۶] خانیکی هادی، خجیر یوسف، ۱۳۹۷، نقش شبکه های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، دوره ۱۹، شماره ۴۴
- [۷] خانیکی هادی، کیا علی اصغر، میر صمد، ۱۳۹۵، نقش تبلیغات شبکه اجتماعی تلگرام در جلب اعتماد مخاطبان، به خرید کالا، فصلنامه علوم خبری، شماره ۱۸
- [۸] خانیکی هادی، بابایی محمود، ۱۳۹۰، فضای سایبر و شبکه های اجتماعی، مفهوم و کارکردها، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، دوره اول، شماره ۱
- [۹] خانیکی هادی، ۱۳۸۴، بنیان های مطالعات ارتباطات و توسعه ملی در ایران. علوم اجتماعی، شماره ۲۸ و ۲۹
- [۱۰] رجب زاده احمد، ۱۳۷۶، ارزش ها و ضعف وجدان کاری در ایران، پژوهش نامه، سال ۲، شماره ۵
- [۱۱] سیدعلوی، سیدمسعود و سیدرضا نقیب السادات، ۱۳۹۱، حوزه عمومی در فضای مجازی؛ مؤلفه های شکل گرفته حوزه عمومی مجازی از دیدگاه کارشناسان علوم ارتباطات و علوم سیاسی در دانشگاه های ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۷.
- [۱۲] عاملی سعیدرضا، ۱۳۸۴، دو جهانی شدن ها و آینده هویت های همزمان، هویت ملی و جهانی شدن. تهران: موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
- [۱۳] کاظم زاده موسی، کوهی کمال، ۱۳۸۹، نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، موانع و راهکارها، فصلنامه پژوهشی فرهنگی، دوره ۱۱، شماره ۴۴
- [۱۴] گلستان هاشمی، مهدی (۱۳۷۸). نقش آموزش و توسعه انسانی در فرایند توسعه پایدار ایران. تدبیر، شماره ۹۱
- [۱۵] شاه قاسمی زهره، فرقانی محمد مهدی، خانیکی هادی، ۱۳۹۵، مطالعه رویکرد برنامه های توسعه در ایران به ارتباطات، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۹
- [۱۶] شریفزاده حکیمه السادات، سهرابی مریم و میرمحمدتبار سیداحمد، (۱۳۹۴) بررسی رابطه بین استفاده از رسانه های جمعی و اعتماد اجتماعی در دانشجویان، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۱۵(۲)
- [۱۷] رضایی روح الله، صف لیلیا، ادیبی منصور (۱۳۹۵)، عوامل موثر بر قصد استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام در فعالیت های آموزشی در بین دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، شماره ۸۸
- [۱۸] روح الامینی، محمود (۱۳۹۰). زمینه فرهنگ شناسی. تهران: انتشارات عطار
- [۱۹] عاملی، سعید رضا (۱۳۸۴). دو جهانی شدن ها و آینده هویت های همزمان، هویت ملی و جهانی شدن. تهران، موسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی
- [۲۰] عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۳). تشریح ویژگی های فضای مجازی و رسانه های آینده، پژوهش های کاربردی
- [۲۱] فولادی، محمد (۱۳۸۷). فرهنگ و مهندسی فرهنگ. فصلنامه راهبرد فرهنگ، شماره ۱
- [۲۲] فرقانی محمد مهدی، (۱۳۸۰) مجموعه مقالات روزنامه نگاری، ارتباطات و جامعه، تهران، اطلاعات
- [۲۳] نیک بخت، مرجان (۱۳۸۸). نقش فناوری اطلاعات در توسعه فرهنگی. روابط عمومی، شماره ۷۰
- [۲۴] فرهنگد، مهناز، سعیدی مدنی، سیدمحسن و مهناز سهندی خلیفه کندی، (۱۳۹۴)، مطالعه تطبیقی انسجام اجتماعی در بین دو قوم آذر و کرد: مطالعه موردی شهر سنندج و تبریز، بررسی مسایل اجتماعی ایران، سال ۶، شماره ۱

- [۲۵] کیان، مرجان؛ نیما یعقوبی ملال و نصرت ریاحی نیا (۱۳۹۴) واکاوی نقش و کاربرد شبکه های اجتماعی برای دانشجویان. فناوری آموزش و یادگیری، سال اول، شماره ۳
- [۲۶] کیا علی اصغر، یونس نوری مرادآبادی (۱۳۹۱) عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، دوره ۱۳، شماره ۴۹: ۱۸۱-۲۱۲
- [۲۷] ربیعی، علی (۱۳۸۷). رسانه های نوین و بحران هویت. فصلنامه مطالعات ملی. سال ۹، شماره ۴
- [۲۸] کاستلز، مانوئل (۱۳۸۸). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۲). (حسن چاووشیان، مترجم). تهران: طرح نو
- [۲۹] دانش مهر حسین، قادرزاده امید، شریفی فاطمه، ۱۳۹۷، بررسی رابطه رسانه های ارتباط جمعی بر توسعه اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان شهر اسلام آباد غرب)، دوفصلنامه جامعه شناسی اقتصادی و توسعه، سال ۷،
- [۳۰] حیدری ساربان، وکیل (۱۳۹۴). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه اجتماعی مناطق روستایی (مطالعه موردی شهرستان مشکین شهر)، فصلنامه توسعه اجتماعی - فرهنگی. سال ۴. شماره ۲
- [۳۱] لطفی شهلا، (۱۳۹۳). نقش شبکه های اجتماعی در حمایت از فعالیت های انجمن های علمی کتابداری و اطلاع رسانی (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه الزهرا (س) دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- [۳۲] منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۴)، رسانه های جمعی و هویت، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره ۴، ۱۵۱-۲۷۰
- [۳۳] مطهری کلور محمدطاهر، هاشم زاده علی آباد آرش، عطایی محمدرضا، (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر و نقش فضای مجازی در سبک زندگی اسلامی، فصلنامه ره آورد نور، شماره ۵۹
- [۳۴] معتمدنژاد کاظم، (۱۳۸۳). وسایل ارتباط جمعی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی
- [۳۵] معتمدنژاد کاظم، (۱۳۸۰) سیری در تحول مطالعات ارتباطی، ارتباط شناسی، تهران، سروش
- [۳۶] نورمحمدی، مرتضی (۱۳۸۸). تاثیر فضای مجازی بر عرصه هویت. مجلات عقیدتی، فرهنگی، اجتماعی. شماره ۲۶۱
- [۳۷] واحدی فرد سعید، (۱۳۹۴)، شبکه های اجتماعی، قابلیت ها و تهدیدها، فصلنامه ره آورد نور، شماره ۴۲
- [۳۸] ودادی احمد، دشتی اعظم (۱۳۸۶). مهندسی فرهنگ، چیستی و الزامات. دانشگاه اسلامی، شماره ۳۴
- [۳۹] وکیل ها سمیرا، (۱۳۹۲)، تاثیر فضای مجازی بر عرصه هویت فرهنگی، فصلنامه مطالعات جامعه شناختی ایران، سال ۳، شماره ۹
- [۴۰] یزدخواستی بهجت، صمد عدلی پور و الهام کیخانی (۱۳۹۲) حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه های اجتماعی (بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر گفتگو میان فرهنگ ها)، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۲۱
- [۴۱] یزدخواستی بهجت، صمد عدلی پور و آسیه سپهری (۱۳۹۲) تحلیل محتوای صفحات و گروه های شبکه اجتماعی فیس بوک با نظریه حوزه عمومی هابرماس، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۱
- [42] Amini, S. (2011) The study of effective factors on non-friendly action among Tehran citizen, Ethic Research Bulletin (the bulletin of Strategic Research Center), 1:75. (In Persian).
- [43] Agrawal, Binod C. (2006) Communication Technology and Rural Development in India: promises and performances, Indian media studies Journal, 1(1).
- [44] Gushchin v:vannet b.vanda, (2015). Orthodontic treatment monitoring using smart phon. 91 congress of orthodontic society. 11-13.june. 2015 in venice.
- [45] Bennet, J. (1973) "Culture", in Encyclopedia Americana, USA, Chicago Publisher,
- [46] pp. 313-316.
- [47] Carlsson, U.; Tayie, Samy; Jacquinet-Delaunay, Genevieve & Tornero, José Manuel Pérez (Eds.) (2008) Empowerment through Education: An Intercultural
- [48] Dialogue, Sweden: Goteborg University.
- [49] Lull, J. (2000) Media, Communication, Culture: A Global Approach, Second Edition, Cambridge, UK: Polity Press.
- [50] McQuail, Denis (1983). McQuail's Mass Communication Theory. London: Sage Publication.
- [51] Servaes, J. (1989). Shifts in Development and Communication Theory with a Brief Discussion of its Communication Policy and Planning Consequences. Progress in Communication Vciences. 209(59), 51-58.

- [52] Stiglitz, Joseph (2002) «Participation and Development: Perspectives from the Comprehensive Development Paradigm», Review of Development Economics, 6: 152-182
- [53] Williams, Kate and Durrance, Joan C. (2008) Social Networks and Social Capital: Rethinking Theory in Community Informatics. The Journal of Community Informatics, Vol 4, No 3.
- [54] Zhang, Yan; wildemuth, barbar (2007). Qualitative Analysis of Content. In ils. Unc. Edu
- [55] <https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%84%DA%AF%D8%B1%D8%A7%D9%85>