

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۷/۱۴

تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۸/۲۹

ارتباطات شبکه‌ای و رهبری مخاطب در شبکه‌های اجتماعی مجازی

نوشته

احسان پوری*

چکیده

ترکیبی از رسانه‌های جمعی و ارتباطات میان‌فردی، مؤثرترین راه برای رسیدن افکار جدید به افراد و متقاعد ساختن آنها است. امروزه این بستر توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی فراهم شده و کاربران این شبکه‌ها با گسترش ارتباطات خود به تبادل اطلاعات و اشتراک‌گذاری محتوا به صورت جمعی یا فردی می‌پردازند. برخی از اندیشمندان معتقدند این اجتماعات انسانی به نوعی ظهور مفهوم سپهر عمومی هابرماس در فضای مجازی است. این پژوهش با هدف شناخت و توصیف رفتار ارتباطی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه تعامل ایشان در شبکه‌های ارتباطی مبتنی بر بستر شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام پذیرفته است. همچنین نگرش کاربران در برابر منتشرکنندگان محتوا در این گونه شبکه‌ها و الگوپذیری آنها توصیف شده است. در نگاهی گذرا مشارکت‌های اجتماعی آن‌لاین و نقش رهبری فکری توسط رسانه‌ها در آن توصیف می‌شود. در بخش یافته‌های پژوهش، نتایج تحقیق که به روش مصاحبه عمقی در فضای شبکه اجتماعی فیس‌بوک انجام پذیرفته، ارائه شده است. کاربران شرکت‌کننده در نظرسنجی بر این عقیده هستند که رهبری در فیس‌بوک در واقع در دست کسانی است که محتوای بیشتری را برای دیگران منتشر می‌کنند و لذا کاربرانی که پیوندهای ارتباطی بیشتری در شبکه ایجاد کرده‌اند در این زمینه پیشرو هستند. شبکه‌های اجتماعی مجازی، به دلیل خصلت افقی بودنشان از عدم رهبری رنج می‌برند و نیروی هدایت‌کننده در آنها وجود ندارد. رهبری شبکه‌های اجتماعی به صورت تمرکزگرایی کلاسیک نیست و ارتباط و تأثیرگذاری بالا به پایین در آن وجود ندارد.

کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی مجازی، ارتباطات شبکه‌ای، رسانه‌های اجتماعی، وب ۲، فضای مجازی.

مقدمه

به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی در اینترنت، در آینده بیش از این هم اهمیت پیدا می‌کند. این شبکه‌ها هم‌اکنون روزبه‌روز محبوب‌تر می‌شوند. با شبکه‌های اجتماعی مجازی، دیگر افراد برای پیدا کردن همفکران خود در موارد گوناگون تنها نیستند.

* دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران ehsanpoory@gmail.com

شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص آن‌هایی که کاربردهای معمولی و غیرتجاری دارند، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و امکان برقراری ارتباط بین خود و همفکرانشان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند. این اقبال کاربران به شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب شده است شرکت‌های بزرگ اینترنتی با اهداف گوناگون که مهم‌ترین آن‌ها تجاری و تبلیغاتی است، اقدام به راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی کرده یا درصد خرید سهام مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا بر آید.

در سال ۱۹۸۹، جنبشی در جهت تبدیل اطلاعات کاغذی به اطلاعات الکترونیکی آغاز شد که از آن تحت عنوان وب ۱، یاد می‌کنند. حاصل این جنبش، میلیون‌ها صفحه وبی است که هم اکنون در اینترنت، حاوی اطلاعات مختلف است. اغلب خصوصیات وب ۱، در نسل‌های بعدی وب، منسوخ شدند. مشکل بزرگ وب ۱، ایجاد افزونگی و انبوهی داده بود. فرایند دیجیتالی‌شدن با سرعت زیادی انجام می‌شد و حاصل آن، اطلاعاتی انبوه، گسسته و بدون هیچ نظم و ترتیب و قانون خاصی بود که در فضای وب ذخیره می‌شد. (Graham, 2005: 111)

این موضوع، متخصصین وب را بر آن داشت تا ایده نرم‌افزارهای مبتنی بر وب را در ذهن بگذرانند. این ایده تبیین‌گر وب نسل ۲ بود. نرم‌افزارهای مبتنی بر وب (وب ۲)، محیط وب را از صفحات ساده، تبدیل به دنیایی کردند که امکان ارتباطات فردی و کارهای گروهی در آن فراهم شد. این بستر، محیط مناسبی برای ایجاد شبکه‌های اجتماعی بود. در وب ۲، کاربران بدون نیاز به نصب نرم‌افزار بر روی رایانه شخصی خود می‌توانند از هر جایی، به امکانات نرم‌افزاری دلخواه خود، دسترسی داشته باشند. پیروی از استانداردهای طراحی وب، امنیت بیشتر و ارتباط نزدیک‌تر کاربران با یکدیگر از خصوصیات وب ۲ بوده که مدیون پیشرفت تکنولوژی در زمینه شبکه‌های رایانه‌ای است. در حالی که وب ۱، تبیین‌گر جریان یک طرفه‌ای از اطلاعات، با محتوای فقط خواندنی بود؛ وب ۲ مدلی غیرمتمرکز بر محتوای وب‌گاه و عملکرد پایین به بالا ایجاد کرد؛ به طوری که خود کاربران، تولیدکننده بخش عظیمی از اطلاعات هستند. در وب ۱، وب‌گاهی شخصی دارای چند صفحه ایستا، یک وب‌گاه معمولی به‌شمار می‌آمد. همین رویکرد در وب ۲، به شکل شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود که هر کاربر پست‌ها و نظرات مربوط به خود را بیان می‌دارد و سایر کاربران نظرات خود را ابراز می‌کنند. (Graham, 2005: 118)

ویتون سرف که از او در محافل جهانی با عنوان "پدر وب" یاد می‌کنند، تحول وب از نسل ۱ به ۲ را نتیجه مستقیم تغییر رفتار کاربران وب دانسته است. امروزه دنیای وب و خدمات مبتنی بر آن در مسیر هویت‌بخشی به مخاطب و نزدیکی هرچه بیشتر فضای مجازی با زندگی انسان‌ها در فضای واقعی یا فیزیکی است. در مسیر توسعه وب و رسیدن به مفاهیم معناگرایی (Semantic): اینک "وب ۳" با ساختاری بر اساس هوش مصنوعی و معناگرایی مطرح می‌شود. وب ۳، بستری است که در آن رایانه محتوای وب را می‌فهمد و آن را درک می‌کند. (پوری، ۱۳۸۹: ۱۴۵)

این درک اطلاعات توسط نرم‌افزارهای مبتنی بر وب، سبب می‌شود که جست‌وجو و حرکت در اطلاعات، بسیار سریع‌تر و بهینه‌تر نسبت به قبل انجام شود. این نرم‌افزارها، قادر به شناسایی افراد و ارتباط آن‌ها با یکدیگر خواهند بود. (امیدوار، ۱۳۸۸: ۶۲)

وب ۳، آمیزه‌ای از محتوا، جامعه، تجارت، شخصی‌سازی و جست‌وجو در عمق توسط الگوریتم‌های ریشه‌یابی را به‌طور هم‌زمان در اختیار کاربران قرار می‌دهد. به اختصار درباره شبکه‌های اجتماعی در وب ۲ و روند روبه رشد آن‌ها می‌توان این‌گونه گفت: شبکه‌های اجتماعی در وب نسل ۲ توسعه یافتند و در نسل بعدی وب، به سمت معناگرایی حرکت می‌کنند. اما آنچه به این شبکه‌های اجتماعی مجازی هویت می‌دهد، استفاده کاربران از آن‌ها و ایجاد ارتباطات پیچیده‌ای است که خود تشکیل شده از ده‌ها و صدها شبکه ارتباطی است. برخی از اندیشمندان معتقدند این اجتماعات انسانی به نوعی ظهور مفهوم سپهر عمومی هابرماس در فضای مجازی است.

در این پژوهش برای آشنایی با ارتباطات کاربران شبکه‌های مجازی ابتدا به بررسی شبکه‌های ارتباطی و ارتباطات مبتنی بر آن پرداخته شده است. سپس تعریف شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی که در بستر اینترنت شکل می‌گیرد آورده شده و در نگاهی گذرا مشارکت‌های اجتماعی آن‌لاین و نقش رهبری فکری توسط رسانه‌ها در آن توصیف می‌شود. در بخش یافته‌های پژوهش، نتایج تحقیق که به روش مصاحبه عمقی و پرسش و پاسخ آن‌لاین در فضای شبکه اجتماعی فیس‌بوک انجام پذیرفته، ارائه شده است.

۱. شبکه‌های رایانه‌ای

یک شبکه رایانه‌ای (Computer Network) که اغلب به‌طور خلاصه به آن شبکه گفته می‌شود، گروهی از رایانه‌ها و دستگاه‌هایی است که توسط کانال‌های ارتباطی به هم متصل شده‌اند. شبکه رایانه‌ای باعث تسهیل ارتباطات میان کاربران شده و اجازه می‌دهد کاربران منابع خود را به اشتراک بگذارند. در دهه ۶۰ میلادی، آژانس پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته (Arpa)، بودجه‌ای را به‌منظور طراحی شبکه آژانس پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته برای وزارت دفاع ایالات متحده آمریکا اختصاص داد. این اولین شبکه رایانه‌ای در جهان بود. توسعه شبکه از سال ۱۹۶۹ و براساس طرح‌های توسعه یافته دهه ۶۰ میلادی آغاز شد. (تنباوم، ۱۳۸۱: ۲۵)

شبکه‌های رایانه‌ای را می‌توان برای اهداف مختلف استفاده کرد:

- تسهیل ارتباطات. با استفاده از شبکه، افراد می‌توانند به‌آسانی از طریق رایانامه، پیام‌رسانی فوری، اتاق‌گفت‌وگو، تلفن، تلفن تصویری و ویدئو کنفرانس، ارتباط برقرار کنند.
- اشتراک‌گذاری سخت‌افزارها. در یک محیط شبکه‌ای، هر رایانه در شبکه می‌تواند به منابع سخت‌افزاری دسترسی پیدا و از آن‌ها استفاده کند؛ مانند چاپ یک سند به وسیله چاپ‌گری که در شبکه به اشتراک گذاشته شده است.
- اشتراک‌گذاری پرونده‌ها، داده‌ها و اطلاعات. در یک محیط شبکه‌ای، هر کاربر مجاز می‌تواند به داده‌ها و اطلاعات ذخیره شده روی رایانه‌های دیگر موجود در شبکه، دسترسی پیدا کند.
- اشتراک‌گذاری نرم‌افزارها. کاربرانی که به یک شبکه متصل‌اند، می‌توانند برنامه‌های کاربردی موجود روی رایانه‌های راه دور را اجرا کنند.

۲. ارتباط شبکه‌ای

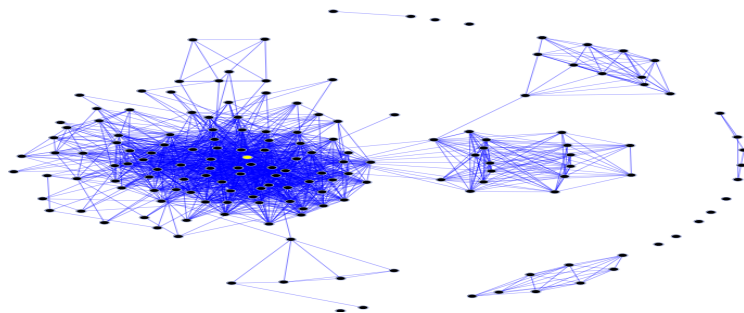
ارتباط شبکه‌ای نوعی ارتباط بین‌فردی است که از شبکه‌های ارتباطی فراگیر و عمومی استفاده می‌کند. ارتباط شبکه‌ای شامل ارتباط مراسلاتی، ارتباط از طریق شبکه‌های دورنگار، ارتباط تلفنی و ارتباط از طریق تلفن یا پست الکترونیک از طریق اینترنت است. در ارتباط شبکه‌ای همه افراد دخیل هم ارتباط‌گر هستند و هم گیرنده. (گیل و آدمز، ۱۳۸۴: ۳۱)

برخی از نویسندگان و نظریه‌پردازان ارتباطات، شبکه‌های ارتباطی را "الگوهای میان‌کنش یا تعامل انسان‌ها" (Patterns of Human Interaction) نام داده‌اند. (فرهنگی، ۱۳۸۷: ۱۵۰)

۳. شبکه‌های اجتماعی

مفهوم شبکه اجتماعی (Social Network) نخستین بار در سال ۱۹۴۰ در انسان‌شناسی توسط براون معرفی شد. سپس در اواسط دهه ۱۹۵۰ این مفهوم توسط بات و بارنز مورد استفاده قرار گرفت. (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۰)

یک شبکه اجتماعی، یک ساختار متمرکز اجتماعی است که از گره‌هایی، اغلب به عنوان فرد یا سازمان، تشکیل شده است. این گره‌ها، توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل می‌شوند. مثال‌هایی از وابستگی‌ها می‌تواند اشتراکات، علایق، ایده‌ها، تبادلات مالی، دوستی، خویشاوندی، تجاری، لینک‌های وب، مسافرت و یا سرایت بیماری‌ها باشد. ساختارهای حاصل از شبکه‌های اجتماعی، اغلب بسیار پیچیده هستند. در تحلیل شبکه‌های اجتماعی گره‌ها، همان افراد درون شبکه‌ها هستند و رشته‌ها، روابط میان آن‌ها است. انواع زیادی از رشته‌ها، می‌تواند میان گره‌ها وجود داشته باشد. در ساده‌ترین شکل، یک شبکه اجتماعی نگاهی از تمام رشته‌های مربوط میان گره‌ها است. شبکه اجتماعی، می‌تواند برای تشخیص موقعیت اجتماعی هر یک از افراد مورد استفاده قرار گیرد. این مفاهیم غالباً در یک نمودار شبکه اجتماعی، نشان داده می‌شوند که در آن گره‌ها، به وسیله نقطه، و رشته‌ها توسط خطوط نشان داده می‌شوند. (Tapscott, 2009: 36)



شکل ۱ نمایی از مدل شبیه‌سازی شده شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی

منبع <http://en.wikipedia.org/wiki/Social-network>

۴. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، در عین حال که فضاهایی هستند که در آن‌ها افراد دوستان جدیدی پیدا می‌کنند و یا دوستان قدیمی خود را در جریان تغییرات زندگی‌شان قرار می‌دهند. مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آن‌ها جوانان، عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می‌گذارند. هم اکنون سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، بعد از پرتال‌های بزرگی مثل یاهو و یا موتورهای جست‌وجو مثل گوگل، تبدیل به پُراستفاده‌ترین خدمات اینترنتی شده‌اند.

به بیان دیگر؛ شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. یک شبکه اجتماعی، سایتی است که در مرحله اول به افراد و سازمان‌ها اجازه می‌دهد صفحه‌های خودشان را روی آن ایجاد کنند و در مرحله دوم اجازه می‌دهد این صفحه‌ها براساس مشترکات گوناگون به هم متصل شوند. شبکه‌های اجتماعی به مجموعه‌ای از وب‌گاه‌های مبتنی بر فناوری‌های وب ۲ گفته می‌شود که با قابلیت ایجاد شبکه و ارتباطات مجازی تعاملی در فضای سایبر، به تأثیرگذاری بر سیاست‌های رسمی می‌پردازند. (Freeman, 2006: 87)

۵. گروه‌های نخستین

گروه‌هایی هستند که افراد انسانی در آغاز زندگی، خود به خود عضو آن‌ها شده‌اند و با تمام وجود خود در فعالیت این گروه‌ها شرکت می‌کنند. نمونه برجسته این گروه‌ها؛ خانواده و گروه‌های همبازی است. (فرهنگی، ۱۳۸۷: ۹۱)

۶. گروه‌های ثانویه یا دومین

گروه‌هایی هستند که افراد انسانی در خلال زندگی خود موافق مصالح خویش با آگاهی به برخی از گروه‌های بزرگ و در برخی موارد کوچک‌تر مانند سازمان‌های اداری، تجاری و صنفی می‌پیوندند و بخشی از فعالیت‌های خود را متوجه آن‌ها می‌کنند. (فرهنگی، ۱۳۸۷)

شبکه‌های اجتماعی مجازی و اجتماع انسانی

بی‌شک، نفوذ رسانه‌های ارتباطی و افزایش سطح آموزش‌های عمومی، مهم‌ترین عوامل احیای جهانی جنبش‌های حقوق مدنی و دموکراسی در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی بوده است. (ون دایک، ۱۳۸۴: ۱۲۵)

برای نخستین بار، اصطلاح "جنبش‌های اجتماعی" در سال ۱۸۵۰ میلادی توسط یک آلمانی جامعه‌شناس به نام لورنز فون استین، در کتاب *تاریخچه جنبش اجتماعی فرانسه از ۱۷۸۹ تا کنون (۱۸۵۰)* مطرح شد. (ریترز، ۱۳۸۶: ۹۷)

کلاک، در تحقیقی که درباره انگیزه‌های مشارکت آنلاین ارائه می‌دهد، در نتایج خود اشاره می‌کند که سه انگیزه اصلی برای مشارکت آنلاین وجود دارد. (Kollock, 1999: 227)

وی انتظار روابط متقابل در فضای مجازی، افزایش شناخت در محیط بی‌انتهای مجازی و احساس اثربخشی از سوی کاربر را از عوامل اصلی مشارکت اجتماعی در دنیای اینترنت بر می‌شمارد.

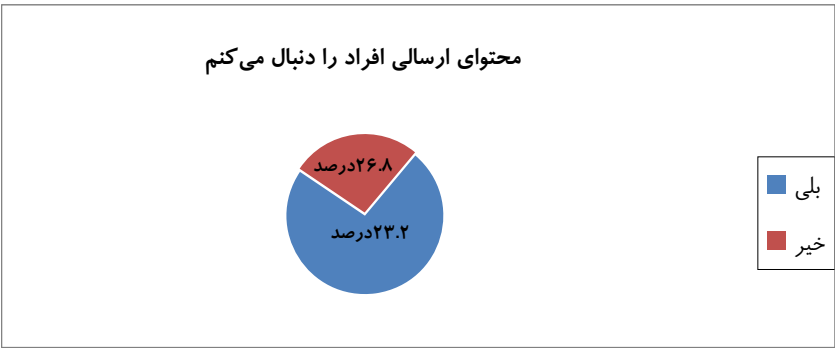
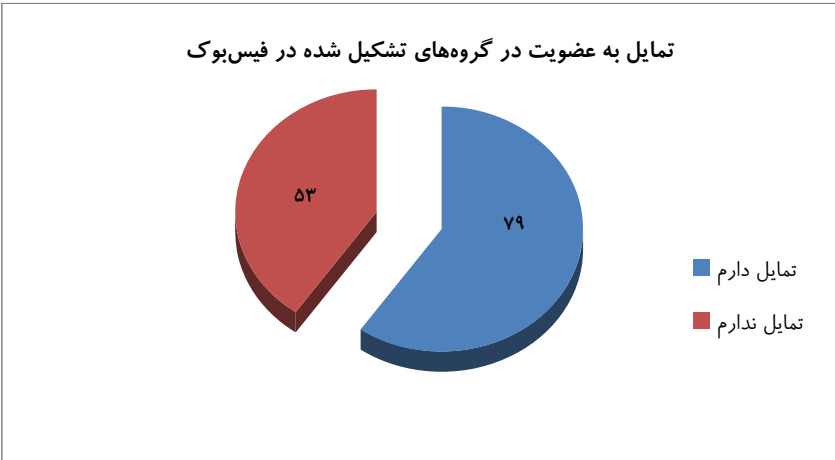
در این زمینه راجرز و شومیکر معتقدند: ترکیبی از رسانه‌های جمعی و ارتباطات میان‌فردی، مؤثرترین راه رسیدن به افراد برای افکار جدید و متقاعد ساختن آنهاست که از این نوآوری‌ها استفاده کنند. در اشاعه نوآوری، عوامل تغییر در مراحل ارزیابی و آزمایش نقش مهمی دارند. عامل تغییر شخصی حرفه‌ای است که می‌کوشد بر تصمیم اقتباس در جهتی که مطلوب احساس می‌کند، اثر گذارد. عامل تغییر اغلب از رهبران افکار استفاده می‌کند. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴) رسانه‌ها با توسعه خود بی‌تردید حداقل موفق به تحقق دو مود شده‌اند: یکی منحرف کردن زمان و توجه از سایر فعالیت‌ها به سوی خود و دومی ایجاد مجرای برای رساندن اطلاعات به بیشترین تعداد مردم. (مک‌کوایل، ۱۳۸۱: ۴۱۱)

یافته‌های پژوهش

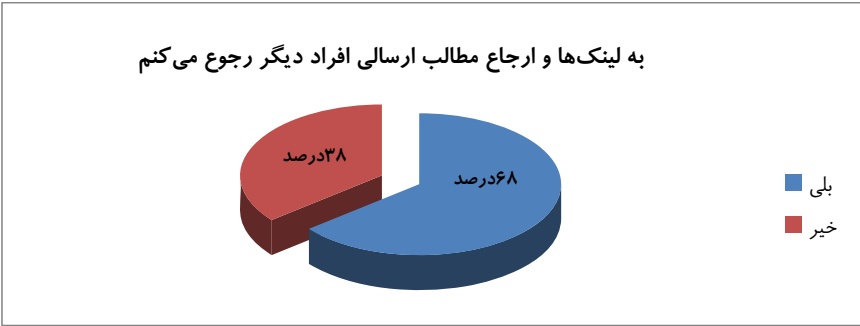
این تحقیق با هدف توصیف وسعت تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارتباطات بین‌فردی کاربران و همچنین شناخت نقش رهبران فکری در این گونه شبکه‌ها انجام پذیرفته است. بر این اساس، برای آگاهی از دیدگاه کاربران پرسش و پاسخی به صورت مصاحبه عمقی در بین کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک به صورت آنلاین انجام شد.

لازم به ذکر است، با توجه به عدم محدودیت مشاهده صفحه سؤالات پژوهش و به اشتراک‌گذاری آن برای دیگران، ۱۳۲ نفر به‌طور آنلاین در این مصاحبه شرکت کرده که از این تعداد ۱۱۱ نفرشان به‌طور کامل و ۲۱ نفر دیگر به‌طور ضمنی پاسخ داده‌اند. این افراد همگی به‌صورت تصادفی دارای مدرک کارشناسی و بالاتر بوده‌اند، با هویت واقعی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک حضور داشته‌اند. همچنین آن‌ها به‌صورت آنلاین اقدام به پاسخ‌گویی کرده‌اند.

نتایج این نظرسنجی نشان می‌دهد که همه پاسخ‌دهندگان معتقد به تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی ارتباطات بین‌فردی (رودرو) هستند و اذعان داشته‌اند که یافتن دوستان و آشنایان قدیمی در فیس‌بوک باعث ارتباط بیشتر آن‌ها با یکدیگر و برقراری ارتباط مجدد شده است. همچنین ۷۹ نفر تمایل به عضویت در گروه‌ها و اجتماع‌های مختلف انسانی که در شبکه اجتماعی فیس‌بوک تشکیل می‌شود، داشته و ۵۳ نفر نیز تمایلی به حضور در گروه‌های انسانی فیس‌بوک را نداشته‌اند. مصاحبه‌شوندگان اذعان داشته‌اند که بیشتر به مشاهده محتوای ارسالی دیگران می‌پردازند و به نوعی از مطالب کاربران که محتوای بیشتری به اشتراک می‌گذارند، استقبال می‌کنند. در واقع می‌توان گفت: کمیت تولید محتوا و اشتراک‌گذاری آن باعث اعتماد سایر مخاطبان و ایجاد انگیزه در آنان برای مشاهده محتوای ارسالی می‌شود.



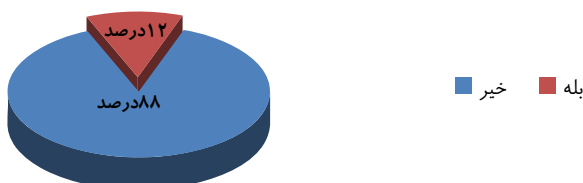
۶۸ درصد مصاحبه‌شوندگان گفته‌اند، به محتوای ارسالی افرادی که در این زمینه فعالیت بیشتری داشته و اشتراک‌گذاری محتوایی بیشتری در شبکه اجتماعی دارند، اهمیت بالاتری می‌دهند و سعی در پیگیری مطالب وی دارند. همچنین اذعان داشته‌اند که محتوای افرادی که پست‌های بیشتری دارند برایشان قابل اعتمادتر و مورد پذیرش است.



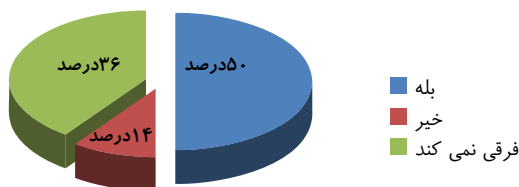
اکثر کاربران در پاسخ به اینکه آیا با رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی از اهمیت اجتماعات واقعی کاسته می‌شود، گفته‌اند که حضور آن‌ها در فیس‌بوک و تبادل اطلاعات با دیگران دربارهٔ مناسبات و رویدادهای اجتماعی باعث توجه بیشتر آن‌ها به مسائل اجتماعی روزمره شده است. آن‌ها همچنین بر این نظر هستند که نوعی همبستگی با دیگران در این شبکه باعث فعالیت و حضور پررنگ‌تر آن‌ها در فضای واقعی می‌شود. همچنین هیچ‌یک از افراد شرکت‌کننده در نظرسنجی ابراز نکرده‌اند که فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، باعث عدم حضور یا کاهش ارتباطات آن‌ها در فضای واقعی شده است. بلکه شبکه‌های اجتماعی را فضایی دانسته که در آن می‌توانند به تقویت ارتباط خود با دیگران بپردازند و خارج از محدودیت‌های زمانی و مکانی ارتباطات خود را وسعت بخشند.

آن‌ها شبکه‌های اجتماعی مجازی را تقویت‌کنندهٔ روابط اجتماعی در فضای واقعی می‌دانند. نه تنها این نوع ارتباط شبکه‌ای را نابودکننده اجتماعات واقعی ندانسته، بلکه از آن‌ها به‌عنوان یکی از عوامل تشکیل‌دهنده اجتماعات فضای فیزیکی در عصر تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات نام برده‌اند اغلب پاسخ‌دهندگان، نقش اطلاع‌رسانی میان‌فردی در فضای شبکه‌ای را بسیار مهم در جهت تهییج آن‌ها نسبت به فعالیت‌های اجتماعی برشمرده‌اند.

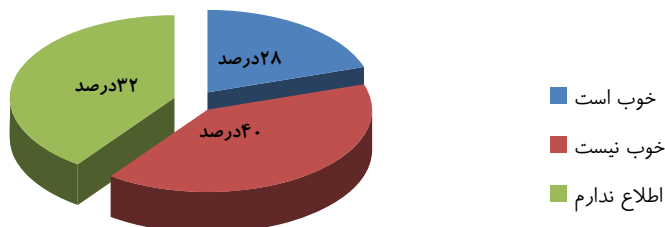
رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی از اهمیت اجتماعات واقعی کاسته است؟



مطالب افراد مشهور را بیشتر دنبال می‌کنم



امنیت حریم خصوصی در فیس‌بوک



نتیجه‌گیری

ترکیبی از رسانه‌های جمعی و ارتباطات میان‌فردی، مؤثرترین راه رسیدن افکار جدید به افراد و متقاعد ساختن آنهاست که از نوآوری‌ها استفاده کنند. اکنون به مدد شبکه‌های اجتماعی مجازی این ترکیب ایجاد شده و مورد استقبال مردم نیز قرار گرفته است. این شبکه‌ها، در عین اینکه رسانه جمعی محسوب می‌شوند، ماهیت میان فردی نیز دارند. رسانه‌های جمعی به سرعت به مخاطبان وسیع دست پیدا می‌کنند، اطلاعات را گسترش می‌دهند و نگرش‌های ضعیف‌تر را تغییر می‌دهند. مجاری میان فردی موجب مبادله دوسویه اطلاعات می‌شوند و در برخورد با مقاومت یا بی‌اعتنایی دریافت‌کننده، از رسانه‌های جمعی مؤثرترند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی نسلی جدید از صفحه‌های اینترنتی هستند که بر اساس نیاز مخاطبان طراحی شده است. آنها نابودکننده اجتماع نیستند. شبکه‌های مجازی آمده‌اند تا مردم سراسر دنیا بتوانند ارتباطی بهتر و راحت‌تر داشته باشند. همبستگی‌ها و حضور افراد در اجتماع‌های واقعی که توسط این سایت‌های اجتماعی مجازی ساماندهی و اطلاع‌رسانی می‌شود، نه تنها موجب ارتباط بیشتر انسان‌ها شده بلکه در همبستگی بیشتر آنها نیز نقش بسزایی داشته است. شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس خواسته‌ها و تمایلات انسان‌ها طراحی شده است. قطعاً از آنجا که بستر این‌گونه سایت‌ها مبتنی بر وب است، در نشان دادن و برآوردن خواسته‌های افراد شرایط خاص خود را دارد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی، به دلیل خصلت افقی بودنشان از عدم رهبری رنج می‌برند و نیروی هدایت‌کننده در آنها وجود ندارد. هر یک از اعضای شبکه ممکن است بر اساس نظر و دیدگاه شخصی‌اش عمل کند یا اینکه به رفتار دیگران رجوع کند و از آن الگوبرداری کند. نکته مهم دیگر که باید بدان توجه داشت این است که رهبری شبکه‌های اجتماعی به صورت تمرکزگرایی کلاسیک نیست و ارتباط و تأثیرگذاری بالا به پایین در آن وجود ندارد. در

شبکه‌های اجتماعی مجازی، کسی مخاطب بیشتری دارد که فعالیت بیشتری انجام می‌دهد و دایره‌ی دوستان خود را وسیع‌تر می‌کند. پس کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس علائق، گرایش‌ها و فرایندهایی که مبتنی بر شرایط و رویدادهای زمانی است، در فضای سایت‌های اجتماعی در گروه‌های ثانویه گوناگونی قرار می‌گیرند. می‌توان گفت وقتی فرد عضویت در یک شبکه اجتماعی مجازی را پذیرفته است؛ وارد گروهی جدید شده است که توانایی دارد در خود گروه‌های متعددی را ایجاد کند و گزینه‌های گوناگونی را پیش‌روی فرد بگذارد. به بیان دیگر از دیدگاه کاربران؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی میان‌فردی، موجب مبادله دوسویه اطلاعات می‌شوند و در برخورد با مقاومت یا بی‌اعتنایی دریافت‌کننده، از رسانه‌های جمعی مؤثرترند. کاربران شرکت‌کننده در نظرسنجی بر این عقیده هستند که رهبری در فیس‌بوک در واقع در دست کسانی است که محتوای بیشتری را برای دیگران منتشر می‌کنند و لذا کاربرانی که پیوندهای ارتباطی بیشتری در شبکه ایجاد کرده‌اند در این زمینه پیشرو هستند.

منابع

- امیدوارطهرانی، بهروز (۱۳۸۸)، "تحلیل و طراحی یک شبکه اجتماعی بومی شده معناگرا". پایان‌نامه دانشجویی در رشته مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد.
- پوری، احسان (۱۳۸۹)، "بررسی نقش و تأثیر فیس‌بوک بر شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه متخصصان و کارشناسان رسانه"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- تنباوم، آندرو اس (۱۳۸۱)، *شبکه‌های کامپیوتری*، تهران، چاپ اول، انتشارات علوم رایانه.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، *جامعه‌شناسی نظم*، تهران، نشر نی.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۴)، *نظریه‌های ارتباطات*، تهران، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه تهران.
- فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۸۷)، *ارتباطات انسانی*، جلد دوم، تهران، انتشارات رسا.
- گیل، دیوید و آدمز، بریجت (۱۳۸۴)، *الفبای ارتباطات*، تهران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مرکز تحقیقاتی Pewinterne: ۲۰۱۰، بازیابی از: <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Older-Adults-and-Social-Media/Report.aspx>
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- ون‌دایک، جان (۱۳۸۴) تابستان، "قدرت و سیاست در جامعه شبکه‌ای". فصلنامه رسانه، شماره ۶۲، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

ویکی پدیا فارسی؛ ۲۰۰۹، بازیابی از: <http://fa.wikipedia.org>

- Freeman, Linton (2006), *The Development of Social Network Analysis*, Vancouver: s.n.
- Graham, Paul (2005), Web 2.0, November.
- Kollock, Perter (1999), *communities in cyberspace*, London: Routledge.
- Tapsctt, Don (2009), *Grown up digital*, Mac Graw Hill.