

به نام خدا

بررسی نقش شبکه های اجتماعی در بازنمایی دهکده جهانی مک لوهان

حسین ذوالقدر

مرتضی قاسم زاده عراقی ۲

چکیده :

واژه ی «دهکده جهانی» از مارشال مکلوهان یک نظریه اجتماعی است که در توصیف آینده جهان، تحت تأثیر وسایل ارتباط جمعی به کار برده می شود. مک لوهان که به عنوان نیوتن عصر جدید و پیشگویی فرزانه شناخته می شود، اعتقاد به تقلیل و کوچک شدن از طریق امکانات الکترونیک داشت. در این رهگذر اینترنت و رسانه های مبتنی بر آن نظیر شبکه های اجتماعی به واسطه ویژگی فرامکانی و فرا زمانی بدون و همچنین ارسال و دریافت آنی اطلاعات، به اعتقاد برخی تا حدودی توانسته است ترجمه ای بر مفهوم دهکده جهانی باشند. لذا هدف نهایی مقاله حاضر پاسخ به این پرسش بود که آیا شبکه های اجتماعی آنلاین، توانسته اند دهکده جهانی مک لوهان را به ارمغان آورند یا خیر؟ در جهت نیل به هدف فوق ما یک تحقیق کمی با بهره گیری از تکنیک تحلیل محتوا انجام دادیم، به این ترتیب که تعداد دوستان بین المللی دوستان خود را در لیست دوستان فیس بوکمان مورد بررسی قرار دادیم. یافته ها اگرچه دقیقاً نشان نمی دهد که شبکه های اجتماعی آنلاین دهکده جهانی مک لوهان را به ارمغان می آورند یا نه، ولی محرز است که شبکه های اجتماعی ما را به آن دهکده جهانی نزدیک تر می کند. به راحتی می توان استدلال کرد که فیس بوک و سایر شبکه های اجتماعی آنلاین تعاملات بین المللی را افزایش داده اند و این ما را در مسیر درست به سوی دهکده جهانی قرار داده است.

کلید واژه ها: دهکده جهانی، اینترنت، شبکه های اجتماعی، فیس بوک، مک لوهان

1- مقدمه و طرح مسئله

¹ دکترای جامعه شناسی، پژوهشگر معاونت رسانه مجازی سازمان صدا و سیما و مدرس دانشگاه پیام نور استان تهران
Email: dr.hoseinzolghadr@gmail.com

2- کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی و پژوهشگر معاونت رسانه های مجازی سازمان صدا و سیما
Email: ghasemzadeh1362@gmail.com ج. ۱.۱

ظهور شبکه‌های اجتماعی محبوب مانند فیس بوک موانع زمانی و مکانی تعاملات انسانی را برطرف کرده است. فیس بوک همراه با دیگر شبکه‌های اجتماعی محبوبیت خود را از زمانی به دست آورده اند که استفاده از آن در سرتاسر دنیا گسترده شده است. آیا شبکه‌های اجتماعی آنلاین، از جمله فیس بوک، یکی از پیشگویی‌های مک لوهان³ در مورد دهکده جهانی بوده است و یا صرفاً فقط یک جریان زودگذری است که اینترنت آن را به ارمغان آورده است و به زودی با یک جریان بزرگ دیگر جایگزین می‌شود؟ آیا ما در نهایت شاهد به ثمر نشستن دهکده جهانی مک لوهان خواهیم بود؟ به منظور پاسخ به این سوالات، برخی مطالعات را مورد بررسی قرار می‌دهیم تا چارچوب مناسبی از دهکده جهانی مک لوهان، اینترنت، و شبکه‌های اجتماعی آنلاین ارائه دهیم. این چارچوب برای اطلاع رسانی به تجزیه و تحلیل محتوایی دوستان در فیس بوک استفاده شده است. در این رهگذر با تأکید بر مباحث مندرج در بخش نظری و چارچوب مفهومی موضوع، با یک رویکرد کمی و استفاده از تکنیک تحلیل محتوا برآیند، به این سوال پاسخ دهیم که آیا شبکه‌های اجتماعی آنلاین مانند فیس بوک ویژگی‌های دهکده جهانی را محقق می‌کند؟

اهداف و سوالات پژوهش

امروزه فیس بوک به سرعت به یکی از محبوب‌ترین رسانه‌های جدید تبدیل شده است، اما معلوم نیست که آیا این گسترش و همگانی شدن، به بهبود و گسترش ارتباطات در سراسر جهان می‌انجامد یا صرفاً موجب ارتباطات محلی می‌شود. بنابراین، این مقاله در پی پاسخ به سوالات زیر است:

- آیا شبکه‌های اجتماعی آنلاین، دهکده جهانی مارشال مک لوهان را به ارمغان می‌آورند یا خیر؟
- آیا فیسبوک بوک یک رسانه جهانی است؟
- آیا گسترش و همگانی شدن فیسبوک به بهبود و گسترش ارتباطات در سراسر جهان می‌انجامد یا صرفاً موجب ارتباطات محلی می‌شود؟
- تعداد دوستان بین‌المللی دوستان ما در شبکه اجتماعی فیس بوک چقدر می‌باشد؟
- کیفیت ارتباط این دوستان با یکدیگر در چه سطحی است؟

³ - Marshal McLuhan

2- مروری بر قالب های نظری و مفهومی

این بخش چندین مبحث را دنبال می‌کند. ابتدا به کاوش نقش تکنولوژی در دگرگونی فرهنگ مادی پرداخته شده است سپس در فرایند ظهور مرحله تازه ای از تاریخ اجتماعی، به کلیاتی در باب نظریات مک لوهان (دهکده جهانی)، تافلر (نظریه موج سوم) و کاستلز (جامعه شبکه ای) اشاره گردیده و سرانجام رویکرد جبرگرایی به عنوان یکی از رهیافت های غالب درباره تغییرات اجتماعی منتج از تکنولوژی مطرح شد. در ادامه ضمن تشریح اصطلاح «دهکده جهانی» برداشتهای مهم این نظریه مورد بررسی قرار گرفته است. بعد به موضوعات کلیدی اینترنت می‌پردازیم تا ارتباط آنها را با نظریه دهکده جهانی بیابیم. سپس تحقیق خود را محدود کرده تا نظریه رسانه‌های جدید و ارتباط آن با اینترنت را دریابیم. در نهایت با مطالعه منابع مرتبط با شبکه های اجتماعی آنلاین کار خود را به پایان می‌رسانیم.

جوهره اصلی فرهنگ عصر حاضر از فناوری، نظام‌های ارتباطاتی جهانی، به همراه تولید، انتقال و پردازش اطلاعات. ماهیت تولید و انتقال اطلاعات به شکلی است که سریع‌تر از اجزای دیگر جهانی شدن ابعاد جهانی پیدا کرده؛ لذا انقلاب اطلاعاتی دگرگونی‌های عمیق و گسترده‌ای در ابعاد مختلف زندگی انسانها ایجاد کرده است. ماهیت تحولات فوق به شکلی است که فرهنگ و فرهنگ‌سازی در رأس امور جهانی قرار گرفته است. تحولات فناوری خنثی نیست، بلکه تحولات فرهنگی عمیقی ایجاد می‌کند، ادراکات و پنداشتها را متحول می‌سازد و ادراکات نوینی را شکل می‌دهد (اخوان زنجانی، 1381، ص129). ارتباطات زمینه پیدایش فرهنگ در درون یک جامعه، از یکسو، و مبادله فرهنگی میان جوامع از سوی دیگر است. مارشال مک لوهان، رسانه را مهم‌ترین بخش و اصلی‌ترین تجلی ارتباطات دانسته و معتقد است تمامی رسانه‌ها از ویژگی پیام‌رسانی برخوردارند. رسانه، یا خود پیام است یا برای پیام‌رسانی به وجود آمده است. پیام نیز یا خود فرهنگ است یا برای انتقال فرهنگ انتشار یافته است. ماهواره و شبکه‌های بین‌المللی جدید اطلاعاتی - رایانه ای، زمینه‌های جدید و عمده‌ای هستند که سبب جهانی شدن ارتباطات شده و امکان گسترش فرهنگ مدرن را فراهم ساخته‌اند (سلیمی، 1379، ص381 - 380).

در میان اندیشمندان از اگوست کنت گرفته تا تونیس و سپس تا رایزن تکیه‌ی همه متفکرین بر معرفت و تغییر شکل آن و بالاخره بر ارتباط جمعی بوده است (کازینو، 1364: ص 35) پس از تونیس نیز مانند برخی متفکران علوم اجتماعی و فرهنگی شگل‌گیری اجتماعات جدید را با توجه به گسترش و پیشرفت وسائل ارتباط جمعی پیش‌بینی کرده بودند. ظهور هر یک از فناوریهای نو نظیر از چاپ، فیلم، رادیو، تلویزیون و رایانه تا اینترنت، تلفن همراه باعث ظهور مرحله تازه‌ای از تاریخ اجتماعی می‌شود؛ که در این رابطه مک لوهان دهکده جهانی، تافلر نظریه موج سوم و کاستلز جامعه شبکه‌ای را مطرح می‌کنند.

مارشال مک لوهان تأثیر وسایل ارتباط جمعی را تا آنجایی می‌داند که تغییرات کلی و ظهور دهکده جهانی و شکل‌گیری اجتماعات جدید را با پدید آمدن فناوریهای نوین ارتباطی پیش‌بینی نمود. اندیشه مک لوهان از دهکده جهانی این ایده را به ذهن می‌رساند که رسانه‌های جمعی از طریق تأثیرات فرهنگی فراگیرشان جهان را به اندازه یک دهکده تقلیل داده‌اند.

آلویس تافلر نیز در کتاب موج سوم نام‌های مختلفی همچون عصر فناوری ارتباطات و اطلاعات، فناوری اطلاعات، عصر شبکه‌های مجازی و اینترنت، عصر رایانه و... را پیش‌بینی کرده بود. به زعم آلویس تافلر موج سومی که در قرن بیست و یکم باعث بروز رخدادهایی نوین در نظم جهانی و روابط بین‌الملل می‌شود، همان انقلاب ارتباطی-اطلاعاتی می‌باشد که جنبه‌های خاص و نوین زندگی بشر که در آینده با آن برخورد خواهد کرد، از شیوه‌های خرید کردن تا تغییر در رویکردهای ارتباطات ملل را شامل می‌شود. نوع زندگی آدمی در هزاره سوم، در حقیقت تبیین کلی ساختاری بود که مارشال مک لوهان کانادایی یکصد سال پیش از تافلر دهکده جهانی را برای انسانها پیش‌بینی کرده بود و ما کاربران اینترنت و رسانه‌های دیجیتالی که، در حقیقت ساکنان این کره جدید هستیم. انقلاب ارتباطاتی که تافلر از آن به نام موج سوم یاد کرده بود، همانا رسانه‌های دیجیتالی بودند نسل سوم رسانه‌ها را به صورت اجمالی معرفی می‌کرد.

مانوئل کاستلز طی مصاحبه اش با تری روناتانن⁴ به صراحت چنین می‌گوید: «در زمانی که دهکده جهانی مطرح شد یک موضوع قوی و جالب توجه و در ضمن پیش بینی غلطی بود چرا که آن یک دهکده نیست بلکه یک شبکه جهانی از کومه‌های شخصی است که بسیار متفاوت است. اینترنت جوامع محلی را از طریق اطلاعات فرا متنی با داده‌های متفاوت به جوامع جهانی تبدیل می‌کند که این کار از طریق اتصال به موتورهای جستجوگر، صورت می‌گیرد» (روناتانن، 2005).

در واقع جامعه اطلاعاتی و شبکه ای حاضر، با قرار گرفتن در بزرگراه های اطلاعاتی و تحولات شتابان اطلاعات و ارتباطات، دهکده جهانی مارشال مک لوهان در جامعه شبکه ای مانوئل کاستلز نمود یافته است. مک لوهان، اعتقاد به تقلیل جهان و دهکده جهانی داشت و کاستلز جهان را به صورت یک شبکه تصور می‌کند. آنچه که مک لوهان و کاستلز آنها را دهکده جهانی و جامعه شبکه ای می‌خوانند، در واقع پرداختن به نقش رسانه های روزگار ما در فرآیند جهانی شدن است. کاستلز جهانی شدن و جامعه شبکه ای را دوشادوش یکدیگر در حرکت می‌داند، اما نقطه شروع برای وی جهانی شدن نیست، بلکه جامعه شبکه ای و تأثیر جهانی آن است که عمیقاً شیوه‌هایی را که در آن نهادها و افراد با یکدیگر تعامل می‌کنند، تغییر داده است. برای کاستلز جهانی شدن یک مفهوم تحلیلی نیست، بلکه یکی از پیامدهای جامعه شبکه ای جهانی است. به عقیده کاستلز هسته اصلی این جامعه فناوری اطلاعات است که به تسریع این فرآیند کمک قابل توجهی می‌کند. باید توجه داشت که نقش و تاثیر رسانه های جهانی در زندگی روزمره ما امر بدیهی و واقعیتی غیر قابل انکار است؛ به گونه ای که تعدد و تنوع نتوانست مانع تاثیر آنها در فرآیند زندگی انسانها نشده است. در راستای چنین اهمیتی، رسانه ها را باید به واقعیت غیر قابل انکار زندگی امروزی تلقی کرد که هر آینه نفوذ خود را بر ما و فرآیند زندگی مردمان تحمیل می‌کنند.

مانوئل کاستلز در سال 2001 کتابی با عنوان «کهکشان اینترنت» نگاشت، که آن را کرنشی در برابر کتاب «کهکشان گوتنبرگ» می‌نامد. وی با تأکید بر فرآیند تأثیرگذاری

⁴ - Rantanen

اینترنت بر جوامع، نقطه قدرت اینترنت را باز بودن معماری آن می‌داند؛ کاستلز با وام گرفتن از جمله معروف مارشال مک لوهان (رسانه همان پیام است) شبکه را به جای رسانه قرار می‌دهد و می‌گوید شبکه همان پیام است. به این ترتیب کاستلز با بازبینی و توجه به نظریه‌ی رسانه‌های قدرتمند این امکان را فراهم می‌کند تا بحث تأثیرگذاری رسانه‌ی ای را به شیوه‌ی دگرگونه و در هیئتی کلی نگر بازسازی کنیم. نظریه‌های مربوط به رسانه‌های قدرتمند و بخصوص نظریه‌های منتج از مک لوهان چارچوبی را برای درک ارتباط بین تغییرات تکنولوژیک به خصوص در دوران معاصر و تغییرات نحوه‌ی ارتباط و بالتبع جامعه و فرهنگ و اقتصاد را فراهم می‌کند.

بنابراین در زمینه تأثیر فناوریهای نوین بر روابط انسانی یکی از نگرش‌های غالب رهیافتی است که با انتقاد از ابزار گرایی و ضمن چشم پوشی از علل و عوامل دیگر تکنولوژی رسانه و وسائل ارتباط جمعی را دارای ماهیتی خاص دانسته و علت اصلی تحولات اجتماعی قلمداد کرده است.

3/1- رویکرد جبرگرایی

رویکرد جبرگرایی تکنولوژیک یک نظریه تکنولوژی گرا درباره تغییر اجتماعی است که تکنولوژی را به عنوان «محرک اولیه» تاریخ می‌انگارد. بر طبق نظر جبرگرایان تکنولوژیک به طور عام، تنها یا نخستین علت تغییرات اجتماعی است و تکنولوژی به عنوان شرط اساسی شکل دهنده الگوی سازمان اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. این نظریه نخستین بار توسط تورستین وبلن⁵ مطرح شد. چندلر جبرگرایی تکنولوژیک را عنوانی عام میداند که به مجموعه‌ی ای از عناوین فرعی تر چون: «خودمختاری تکنولوژیک»، «الزام تکنولوژیک» و «تکامل گرایی تکنیکی» اطلاق می‌شود. در واقع چندلر جبرگرایی تکنولوژی را اعم از این عناوین می‌داند (اوبرداک،⁶ 1990:ص70).

جبرگرایان با شخصیت بخشیدن به تکنولوژی معتقدند با اینکه تکنولوژی ابتدا توسط بشر ایجاد شده است اما به تدریج از کنترل انسان خارج شده و سیردلخواه خودش را

⁵ - Thorstein Veblen

⁶ - Oberdiek

می‌پیماید و آنچه بخواهد با زندگی انسان می‌کند. آنها اظهار می‌کنند که تکنولوژی‌هایی نظیر نوشتن، چاپ، تلویزیون یا کامپیوتر «جامعه را تغییر داده اند». این نظریه در گسترده‌ترین شکلش، تکنولوژی را عامل تعیین‌کننده کلی جامعه می‌داند: تکنولوژی‌های نوین جامعه را در هر سطحی از جمله در سطح نهادها، کنش متقابل اجتماعی و افراد، دگرگون می‌سازد، یا حداقل تکنولوژی عامل شکل‌دهنده به گستره وسیعی از پدیده‌های فرهنگی و اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. نظریه پردازان نظیر «هارولد اینیس» و «مارشال مک‌لوهان» دیدگاه جبرگرایی تکنولوژیک را پذیرفته‌اند. مارشال مک‌لوهان، کتاب «لین وایت» با نام «تکنولوژی قرون وسطی و تغییر اجتماعی» را براساس برهان خلف به این صورت تفسیر می‌کند که، به زبان خود مک‌لوهان، گویی این کتاب می‌گوید: «نوآوری‌هایی نظیر مهار اسب به سرعت منجر به گسترش جهان مدرن شده است.» همچنین جبرگرایی تکنولوژیک معمولاً با مفسرانی آینده‌گرا با توجه به آنچه که آنها تحت عنوان «انقلاب میکروالکترونیک» به آن اشاره می‌کنند پیوند خورده است. به عنوان مثال، «کریستوفر اوانزا» اظهار داشت که کامپیوتر «جامعه جهانی را در تمامی سطوح» دستخوش دگرگونی خواهد کرد (سورین و تانکارد، 1386، ص 387). مک‌لوهان این نظریه را با جمله «وسیله پیام است» مطرح می‌کند و معتقد است اثرهای مهم رسانه، ناشی از شکل رسانه است و نه محتوای آن. (دادگران، 1385، ص 82)، «مک‌کوایل» معتقد است، کامل‌ترین و مؤثرترین روایت جبرگرایی تکنولوژیک یا رسانه‌ای، از آن مورخ اقتصادی کانادایی، هارولد اینیس است؛ که توسط مک‌لوهان گسترش یافته است. «اینیس» که مهمترین ویژگی تمدن‌های باستانی را شیوه‌های ارتباط غالب آنها می‌دانست، معتقد بود، تغییر از سنگ به پاپیروس، علت تغییر از قدرت پادشاهان به قدرت کاهنان است. (مک‌کوایل، 1385: ص 147-145) مک‌لوهان معتقد است که جوامع، بیشتر در اثر ماهیت وسایل ارتباط جمعی شکل گرفته‌اند تا در نتیجه محتوای ارتباط. به عقیده وی وسیله نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیست؛ بلکه به مراتب مهمتر از خود پیام نیز هست و بر آن تأثیر چشمگیر دارد. (رشیدپور، 1354: ص 154) مک‌لوهان در کتاب «برای درک رسانه‌ها» می‌نویسد: «رسانه همان پیام است؛ زیرا یک رسانه می‌تواند سبک روابط

انسانی را شکل دهد و معیارهای عملکردهای موجود در این روابط را مشخص کند؛ بی‌آنکه محتوا یا نحوه استفاده از آن بتواند تأثیری بر طبیعت روابط انسانی بگذارد» (مکلوهان، 1377: ص7) او ذات تکنولوژی را دربردارنده فرهنگ و پیام خاصی می‌داند که موجب تغییر در معیارها، آهنگ حرکات و مدل‌های زیستی انسان می‌شود. از جمله مصادیقی که مکلوهان برای درک بهتر مطلب ذکر می‌کند، روشنایی برق و انرژی الکتریکی می‌باشد. مکلوهان معتقد است: «اگر چه تکنولوژی منبعت از ذهن و عمل انسان است؛ ولی انسان هر دوره، خود زاییده تکنوژی زمان خویش است و به عبارت دیگر، هر تکنولوژی، بشر را به تدریج در فضای تازه‌ای قرار می‌دهد و هر فضای تازه، عاملی تعیین‌کننده در سرنوشت و زندگی بشر به شمار می‌رود». (دادگران، 1385: ص90) بطور مثال وی چاپ را که یکی از تکنولوژی‌های ارتباطی بشمار می‌رود، موجب احساس از خودبیگانگی و فردگرایی و در سطح اجتماعی موجب امکان‌یافتن ظهور ملتها و ملی‌گرایی معرفی می‌کند. (سورین و تانکارد، 1386: ص393) مکلوهان در مورد تلویزیون نیز معتقد است که این تکنولوژی جدید صرف نظر از محتوا، برای انسان امروز تبدیل به یک محیط جدیدی شده است، که اثرات فراوانی از خود بر جای می‌گذارد؛ که عبارتند از: 1- نحوه بکار گرفتن پنج حس عمومی را برهم زده و تغییر می‌دهد. 2- انسان را وا می‌دارد عکس‌العمل‌های متفاوتی را در مقابل اشیاء و موضوعات بپذیرد. 3- به انسان امروزی امکان می‌دهد، جامعه‌ای کاملاً متفاوت برای خود بسازد. (رشیدپور، 1354: ص37)

3/2- دهکده جهانی چیست؟

دهکده جهانی⁷ اصطلاحی است که مارشال مکلوهان (۲۱ ژوئیه ۱۹۱۱-۳۱ دسامبر ۱۹۸۰) در توصیف آینده جهان، تحت تأثیر وسایل ارتباط جمعی به کار برد. مکلوهان معتقد بود که رسانه‌های جدید باعث به وجود آمدن پدیده‌ی جهش اطلاعات خواهند شد. او می‌گفت: اطلاعاتی که انسان‌ها نیاز خواهند داشت، از چهار گوشه‌ی جهان و با سرعت فراوان در اختیارشان قرار خواهد گرفت (به این ترتیب) جهان بزرگ، روز به روز کوچکتر می‌شود و انسان‌ها چه بخواهند و چه نخواهند، گویی در یک قبیله‌ی جهانی یا یک "دهکده‌ی جهانی"

⁷ -Global Village

زندگی می‌کنند. چنین وضعیتی را امکانات الکترونیک فراهم خواهند کرد. (رشیدپور، 1354: ص8) مکلوهان تا پایان حیاتش یعنی 15 سال بعد همواره به دهکده‌ی جهانی اشاره می‌کرد و می‌گفت «اکنون دیگر کره‌ی زمین، به وسیله‌ی رسانه‌های جدید، آنقدر کوچک شده که ابعاد یک دهکده را یافته است» (مکلوهان، 1377: ص172).

اصطلاح دهکده جهانی اغلب بی هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد و اکثراً از آن برای توضیح وضعیت کنونی جامعه سوء استفاده می‌کنند. لافی⁸ در تفسیر این اصطلاح ساخته شده توسط مارشال مک لوهان، اصول دهکده جهانی را این طور تعریف می‌کند: «ما دیگر در دهکده‌های قبیله‌ای به معنای لغوی آن زندگی نمی‌کنیم بلکه رسانه الکترونیکی به معنای مجازی آن، افق‌های دید ما را به قدری وسیع کرده که ما با مردم تمام دنیا احساس صمیمیت می‌کنیم» (لافی، 2007: ص36).

علاوه بر این دلیل بوجود آمدن دهکده جهانی فن آوری‌هایی است که فاصله بین مردم را از بین می‌برد و ما را به سوی آگاهی جهان سوق می‌دهد (مکلوهان و پاورز، 1989: ص90). مک لوهان همچنین اظهار می‌کند که این فن آوری‌های جدید به گونه‌ای در زندگی انسان نفوذ می‌کند که خانواده به طور کامل تحت شرایط دهکده جهانی زندگی خواهد کرد (مکلوهان، 1962: ص31) و تفسیر انسان از هویت تغییر می‌کند (مکلوهان، 2006: ص233).

دهکده جهانی نه تنها جهانی را برای ما به ارمغان می‌آورد بلکه ما را به سایر نقاط جهان نیز می‌برد "بدن فرد در یک مکان باقی می‌ماند، اما ذهن او در جهان الکترونیکی در آن واحد شناور است" (مکلوهان و پاورز، 1989: ص97). دهکده جهانی بدان معنی است که انسان‌ها همه جا هستند و توانایی برقراری ارتباط با هر شخصی را در جهان دارند (مکلوهان و پاورز، 1989: ص118). این امر با توجه به توانایی دهکده جهانی برای کاهش زمان و فضا امکان پذیر است. همانطور که ون دایک خاطر نشان می‌سازد، جوامع گذشته بر پایه توانایی تعامل با مردم نزدیک به هم استوار بود که به زمان و مکان محدود می‌شد. جوامع دهکده جهانی دیگر با این محدودیت‌ها مواجه نمی‌شوند. با رسیدن شبکه‌های جهانی به خانه‌ها، فاصله زمانی و مکانی از بین می‌رود (ون دایک،

⁸ - Laughey

2006:ص 157). ون دایک توضیح می‌دهد که حضور فیزیکی در یک محل و در حضور مجازی در مکان دیگر به ما چشم انداز جدیدی می‌دهد (ون دایک، 2006:ص36).

3/3- اینترنت: رسانه دهکده جهانی

دهکده جهانی در زمان آغاز به کار خود، هنوز به یک حامل نیاز داشت تا آن را به یک واقعیت تبدیل کند. اینترنت به شبکه ای مطلوب تبدیل شده که دهکده جهانی از آن توسعه می‌یابد. محسنیان راد ضمن تصدیق دهکده‌ی جهانی مورد نظر مکلوهان را می‌کند و معتقد است: شکل‌گیری دهکده‌ی جهانی، آنگونه که مک لوهان تجسم می‌کرد با ایجاد اولین وبسرویس در سال ۱۹۹۰، تأسیس شبکه تلویزیونی جهانی سی.ان.ان در ۱۹۹۱ و ایجاد وبسایت یاهو در ۱۹۹۳ آغاز شد. ضمن آن که قبل از آن تاریخ، نخستین تجربه‌های پوشش با ماهواره‌های پخش مستقیم برنامه‌های تلویزیونی⁹ (DBS)، به وقوع پیوسته بود. او در خصوص تغییر نام دنیای جدید می‌گوید: «اندیشمندان ارتباطات از اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰، شاید چون اصطلاح دهکده‌ی جهانی، ناظر بر انجام عملی نبود، از فعل جهانی شدن¹⁰ استفاده کرده و ابزار آن را نیز فناوری اطلاعاتی-ارتباطاتی، نامیدند.» (محسنیان راد، ۱۳۸۴:ص۱۷۰۹) ون دایک¹¹ نیز شبکه را به عنوان «مجموعه ای از ارتباط بین عناصر یک واحد تعریف می‌کند: شبکه ها گونه ای از سازمان سیستم‌های پیچیده در طبیعت و جامعه هستند» (ون دایک، 2006:ص 24). همانطور که ون دایک توضیح می‌دهد شبکه در جامعه شامل ایجاد روابط با اعضای خانواده، دوستان، آشنایان، همسایگان، همکاران، و غیره می‌شود و اینترنت نه تنها از این پشتیبانی می‌کند بلکه با وجود جریان لحظه ای اطلاعات آن را تقویت می‌کند (همان، ص 25). فلارس¹² هم که با این نتیجه موافق است اظهار می‌کند که «اینترنت همچنین جامعه ای با ارتباطات تگاتنگ را بنیاد می‌کند» (فلارس 2003:ص 246). فلارس هم همانند تعریف ون دایک از شبکه، اینترنت را نه محل یا یک چیز خاصی، بلکه

⁹ -Direct Broadcasting Satellite

¹⁰ - To globalize

¹¹ -Van Dijk

¹² - Fleras

میلیون ها سرور متصل به یکدیگر توصیف می‌کند (فلارس، 2003:ص251). ون دایک این نظریه را گسترش می‌دهد: «اینترنت ساختارهای پرلینکی از منابع و آثار فعالیت‌های انسانی ایجاد کرده است» (ون دایک، 2006:ص26). اما به راستی چه چیزی افراد را به شبکه یکپارچه اینترنت می‌شاند؟ ساده ترین پاسخ آن ارتباط است. اینترنت توانایی وجود فرا تر از مکان و زمان بودن را دارد، و قادر است پلی باشد تا فاصله‌های ارتباطی را همانند دهکده جهانی مک لوهان کم کند. به اعتقاد ون دایک (ون دایک، 2006:ص15). با استفاده از اینترنت و پست الکترونیک، می‌توانیم در عرض یک دقیقه به طرف دیگری در آن سوی جهان پیام بفرستیم. ارتباط چهره به چهره و رسانه‌های چاپی فقط قادرند ارتباط افراد نزدیک به هم را برقرار کند. همانطور که قبلاً بحث شد، مک لوهان معتقد بود دهکده جهانی تغییر عظیمی در جامعه و هویت انسان به ارمغان می‌آورد (ون دایک، 2006:ص233). هر آنچه که قبلاً انجام می‌دادیم، حالا با اینترنت به گونه‌ای دیگر انجام می‌دهیم. ارتباط اینترنتی با تعریف بنیادین چگونگی فرآیند و توزیع اطلاعات، تعریف جدیدی از نحوه ارتباط مردم با جهان خارج، هم به طور فیزیکی و هم انسانی، ارائه می‌دهد (فلراس، 2003:ص251). فلراس این طور شرح می‌دهد که همانطور که مک لوهان در خصوص دهکده جهانی تأکید کرده است می‌توان از طریق اینترنت سریع و آبی به مقادیر زیادی از اطلاعات دست یافت (فلراس، 2003:ص233). فلراس تأثیر اینترنت را در تغییر عمیق ارتباطات انسانی، نحوه جدید معاشرت و تعامل و ارتقاء جریان آزاد اطلاعات در سراسر مرزهای بین‌المللی توصیف کرده است (فلراس، 2003:ص246-247). فلراس حتی گفته است که اینترنت در جامعه به گونه‌ای ضروری می‌شود که زندگی بدون آن غیرقابل تصور خواهد بود (فلراس، 2003:ص246) و ممکن است در عصر ارتباطات با اختراع صنعت چاپ رقابت کند (فلراس، 2003:ص250).

3/4- رسانه جدید: تعامل با اینترنت

همانطور که قبلاً ذکر شد، فلراس معتقد است که اینترنت فقط سرورهایی است که با یکدیگر مرتبطند (فلارس، 2003:ص251) بنابراین اینترنت باید به روی سراسر جهان باز شود. همانطور که مک لوهان اشاره می‌کند، دهکده جهانی تعاملی

خواهد بود (مک لوهان، 1962:ص 128)، بنابراین چیزی باید وسیله‌ی این تعامل را تأمین کند. ون دایک به تعریف مختصری از تعامل به عنوان دنباله‌ای از عمل و عکس‌العمل می‌پردازد (ون دایک، 2006:ص 8). رسانه‌های جدید منبع تعامل موجود در اینترنت می‌باشند. در رسانه‌های قبلی، جریان ارتباط یک طرفه بود، اما رسانه‌های جدید رابطه عمل و عکس‌العمل را ارائه می‌دهند که در نتیجه یک رابطه تعاملی را پدید می‌آورند (اسکاتامبورلو دی آنیبال و بوین، 2006:ص 240). رسانه‌های جدید نیز با دیجیتالی کردن رسانه‌ها، اجازه می‌دهند ظرفیت ذخیره‌سازی و سرعت در سراسر مسافت‌های طولانی بیشتر شود و کیفیت و نوع ارتباطی که بر روی اینترنت رخ می‌دهد ارتقا یابد (ون دایک، 2006:ص 238). رسانه‌های نوین مورد بحث در اینجا در واقع مجموعه متمایزی از تکنولوژی ارتباطی هستند که خصایص معینی را در کنار نو شدن، امکانات دیجیتالی و در دسترس بودن وسیع برای استفاده شخصی به عنوان ابزارهای ارتباطی، دارا هستند. توجه ما به طور مشخص بر استفاده از شبکه جهانی وب، جستجوی اطلاعات و شکل‌های بالقوه و خاص ارتباطی متمرکز است که تحت عنوان اینترنت مطرح هستند. ممکن است واقعیت دیجیتالی بنیادی‌ترین جنبه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات (ICT) باشد. فرآیندی که طی آن تمام متون (معانی نمادین در تمام شکل‌های کدگذاری و ضبط شده) می‌توانند به اعداد دوتایی صفر و یک تبدیل شوند و همان فرآیند تولید و پخش و ذخیره‌سازی را داشته باشند. (مک کوایل، 2005). این رسانه‌های جدید در اینترنت می‌توانند چندین شکل مختلف از جمله اتاق‌های گفت‌گو، انجمن‌ها، و بلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی آنلاین و ایمیل به خود بگیرند (اسکاتامبورلو دی آنیبال و بوین، 2006:ص 240-244).

هر چند و بلاگ‌ها خود را به وسیله‌ای بسیار محبوب در ارتباطات اینترنتی به اثبات رسانده‌اند، شبکه‌های اجتماعی آنلاین ثابت کرده‌اند به چیزی منحصر به فرد تبدیل شده‌اند که در آن اطلاعات زیادی را از طریق یک مدل ارتباطی دو طرفه ارائه می‌گردد.

همانطور که اسکاتامبورلو دی آنیبال و بوین خاطر نشان ساخته‌اند، شبکه‌های اجتماعی "راهی برای ایجاد تعاملات انسانی پیشرفته و متنوع‌تر از تعاملات افراد نزدیک در یک صفحه وب شخصی و یا بلاگ فراهم کرده‌اند" (اسکاتامبورلو

دي آنیبال و بوین 2006ص 244). شبکه‌های اجتماعی آنلاین ثابت کرده اند به صورت فوق العاده ای محبوبند و میلیون ها نفر از کاربران در سراسر جهان را به خود جذب می‌کنند و انواع جدیدی از تعاملات اجتماعی را ایجاد و پرورش می‌دهند.

3/5- فیس بوک شبکه اجتماعی جهانی

شبکه های اجتماعی مجازی نوعی از فناوری های رایانه ای هستند که بر مبنای فناوری وب 2 ساخته شده اند. در واقع نسل جدیدی از وب سایت های اینترنتی هستند. در این وب سایت ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جماعت های آنلاین را تشکیل می دهند. هزاران شبکه اجتماعی در اینترنت فعال هستند که هر کدام بر مبنای موضوع خاصی راه اندازی شده اند. هدف خدمات شبکه های اجتماعی (مانند فیس بوک، توئیتر و لینکد.ال.ان) ساختن جوامع عمومی آن لاین از افرادی است که می‌خواهند علایق و فعالیت های خود را به اشتراک بگذارند، یا افرادی که علاقه مندند علایق و فعالیت های سایرین را سیاحت کنند. (بنت و همکاران¹³، 2010). سرویس شبکه اجتماعی از طریق خدماتی که به کاربر ارائه می دهد و جامعه کاربری می‌تواند بر حریفان برتری یابد، هر سرویسی که خدمات بهتری ارائه دهد، پیروز است. برای همین است که پایگاه هایی مانند فیس بوک، افراد برنامهنویس را برای ارائه خدمات در فیس بوک تربیت می‌کند. بدیهی است که اگر پایگاهی خدمات شایسته‌ای را هم ارائه کند، ولی شما تنها کاربر آن باشید، ارزشی ندارد.

در سال 1960 نخستین بار بحث شبکه های اجتماعی در دانشگاه ایلی نیوز در ایالات متحده امریکا مطرح شد، پس از آن در 1997 نخستین سایت شبکه اجتماعی به آدرس sixdegress.com راه اندازی شد. اما بعد از سال 2002 انفجار تجارت در وبسایتهای شبکه اجتماعی مانند [friendstre](http://friendstre.com)، [lindedin](http://lindedin.com) و ... باعث تحول عظیم در این عرصه و شکوفایی شبکه های اجتماعی شد. (افتاده، 1388) در سال 2004 سایتهای «فرینداستر» با هفت میلیون کاربر و «مای اسپیس» با چهار میلیون کاربر

¹³- Bennet and other

مقام اول و دوم را داشتند و در همان سال «فیس-بوک» نیز راه اندازی شد و کم کم محبوبیتی بین کاربران شبکه های اجتماعی پیدا کرد و توانست نسبت به دیگر شبکه های اجتماعی بیشترین کاربر را در سراسر جهان داشته باشد. شمار بازدید کننده گان فیس بوک در اکتبر 2012، به مرز یک میلیارد رسید. (money.cnn.com)

فیس بوک یکی از پر ترافیک ترین وبگاه های پی ایچ پی¹⁴ در سراسر دنیا است که هزاران پایگاه اطلاعاتی را اداره می کند. فیس بوک چارچوب چند زبانه پی. آر. سی ساده و قابل اعتمادی را به وجود آورده است که به شرکت ها این امکان را می دهد تا سیستم های فرعی را که به زبان های مختلف نوشته شده اند، با هر پلتفرمی به راحتی و به شکل یکپارچه به یکدیگر متصل کند. این شرکت سیستم گیرنده باز و موتور جستجوی مشتری ساز را به وجود آورده است که به میلیون ها جستجوگر در روز خدمات ارائه می کند (عاملی، ۱۳۸۹، ۲۹۴). اما بطور کلی اگرچه فیس بوک نحوه برقراری ارتباط مردم را تغییر داده است، در اینکه آیا این تغییر مثبت است یا منفی اختلاف نظر وجود دارد. همانطور که دیوید اسمیت¹⁵ در مقاله خود با موضوع شبکه های اجتماعی اینترنتی مطرح کرده است، از هر پنج نفر جوان یک نفر ترجیح می دهد با دوستانش به جای صحبت حضوری، آنلاین گفتگو کند و ارتباط چهره به چهره را کم کند، در حالی که دیگران به این نکته اشاره کرده اند که قابلیت های چند رسانه ای فیس بوک موجب افزایش ارتباط چهره به چهره می شود، چرا که مردم تمایل دارند بیرون بروند و با دوستان ملاقات کنند و عکس بگیرند و آن را روی پروفایل خود آپلود کنند (اسمیت، 2008).

کوتاه سخن آنکه، از دیدگاه مارشال مک لوهان با توجه به فشردگی زمان و مکان از طریق رسانه های الکترونیکی، وجود دهکده جهانی اجتناب ناپذیر است (مک لوهان و پاورز، 1989:ص 90). اینترنت با پیوند جوامع، ارتباط با سراسر جهان را به ارمغان آورد (فلراس، 2003:ص 246) و رسانه های جدید از جمله شبکه های اجتماعی راه جدیدی را برای ارتباط برقرار

¹⁴- Hyper text Preprocesso

¹⁵- Smith, David

کردن انسانها با یکدیگر بر روی اینترنت فراهم کردند (اسکاتامبورلو دی آنیبال و بوین، 2006، ص 241).

3- روش شناسی

برای پاسخ به این سوال تحقیق، ما تصمیم گرفته ایم یک تحقیق کمی انجام دهیم به این ترتیب که تعداد دوستان بین المللی دوستان خود را در لیست دوستان فیس بوکمان همچنین کیفیت ارتباط این دوستان بین المللی در نظر بگیریم. مناسب ترین روش جمع آوری این اطلاعات، تحلیل محتواست. تحلیل محتوا از تکنیک‌های مربوط به روش اسنادی در پژوهش علوم اجتماعی می‌باشد. روش اسنادی به کلیه متدهایی گفته می‌شود که در آن‌ها هدف پژوهش با مطالعه، تحلیل و بررسی اسناد و متون برآورده می‌شود. در واقع تحلیل محتوا یک شیوه تحقیقی است که برای تشریح عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی بکار می‌رود. به این دلیل این روش را انتخاب شد که بسیار هدفمند و انعطاف پذیر است. با استفاده از تجزیه و تحلیل محتوا، به راحتی می‌توان میزان «دوستان بین المللی»^۱ «دوستان» خود را بدست آورد و نیازی هم به سوال از افراد نیست. در عوض این روش اجازه بررسی یک جمعیت بزرگتر و یافته‌های متنوع تری را می‌دهد. اندازه گیری میزان این ارتباطات بین المللی به تعیین اینکه آیا شبکه‌های اجتماعی آنلاین در حال ایجاد یک دهکده جهانی هستند یا خیر کمک می‌کند.

ما تمام افراد را از دوستان خود در فیس بوک به عنوان جامعه آماری مورد مطالعه انتخاب کرده ایم، 14 زن و 36 مرد که به طور تمام شماری انتخاب شده اند. همچنین کشورهای این دوستان بین المللی نیز تفکیک شده است. از آنجایی که ما با 50 نفر شرکت کنندگان در فیس بوک دوست هستیم، فیس بوک این اجازه را می‌دهد که اطلاعات دوستانمان را نیز ببینیم و آنها را بر اساس محل زندگی‌شان مرتب کنیم. این محل را خود کاربران هنگام ثبت نام در فیس بوک نوشته اند. برای برخی از کشورها، فیس بوک مناطق ایالات، شهرها و استان‌ها را متمایز کرده است در حالی که کشورهای دیگر به سادگی توسط خود افراد طبقه بندی شده است. فیس بوک منویی دارد که «دوستان» کاربر را با میزان جمعیت هر منطقه سازماندهی می‌کند. با استفاده از این ویژگی‌های ارائه شده قادر بودیم هم به سرعت متوجه شوم که کاربر دوست بین المللی دارد یا خیر و اگر دارد در

کدام منطقه زندگی می‌کند. برای حصول اطمینان از صحت مصاحبات تمامی اعداد سه بار چک می‌شدند.

اگر چه لیست شخصی دوستان بین المللی ما در تجزیه و تحلیل اولیه گنجانده نشده بود، ولی برخی از دوستان ما هم که از ایران بودند به دلیل انتخاب یک محل زندگی دیگر، (مثلاً دوستی در ژاپن و دوستی دیگر در مالزی) بین المللی قلمداد می‌شدند و از آنجایی که موضوع شایان توجهی بود در تجزیه و تحلیل گنجانده شد.

باید اطمینان حاصل می‌شد که مسائل اخلاقی در این مطالعه رعایت می‌شود از این رو هویت دوستانمان و دوستان بین المللی دوستانمان در طول مطالعه شناخته نمی‌شود. همچنین طبق قوانین استفاده از فیس بوک کاربران قبول کرده اند که لیست دوستانشان دیده شود و در ضمن هیچ اطلاعات شخصی افراد زیر 18 سال برای مقاصد تجاری یا اهداف غیرقانونی استفاده نشده است. تجزیه و تحلیل صورت گرفته در این مطالعه با در نظر گرفتن تمام شماری کاربران (دوستانمان) فیس بوک کاملاً قابل اعتماد است. از نظر لافی دهکده جهانی زمانی وجود دارد که ما با مردم سراسر جهان احساس صمیمیت می‌کنیم (لافی، 2007: ص 36)، از این رو مشاهده گر در حین مشاهده ی تعداد دوستان بین المللی، کیفیت این ارتباط را بر مبنای شاخص هایی، در یک طیف 5 درجه ای (5 خیلی زیاد و 1 خیلی کم) مورد ارزیابی قرار داد. شاخص های ما برای ارزیابی کیفیت ارتباط دوستان بین المللی عبارتند از: 1- کامنت گذاشتن در پست های ارسالی یکدیگر 2- تگ کردن 3- دوباره اشترا گذاری 4- پسندیدن¹⁶ مطالب یکدیگر و 5- وجود شواهد (اعم از متنی و تصویری) دال بر با هم بودن در فضای آفلاین (دنیای واقعی). به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده ها با عنایت به توصیفی بودن پژوهش، و اینکه پژوهشگر نمی خواهد به ارتباط بین متغیر ها بپردازد، از روشهای آمار توصیفی استفاده شده است.

4- یافته های پژوهش

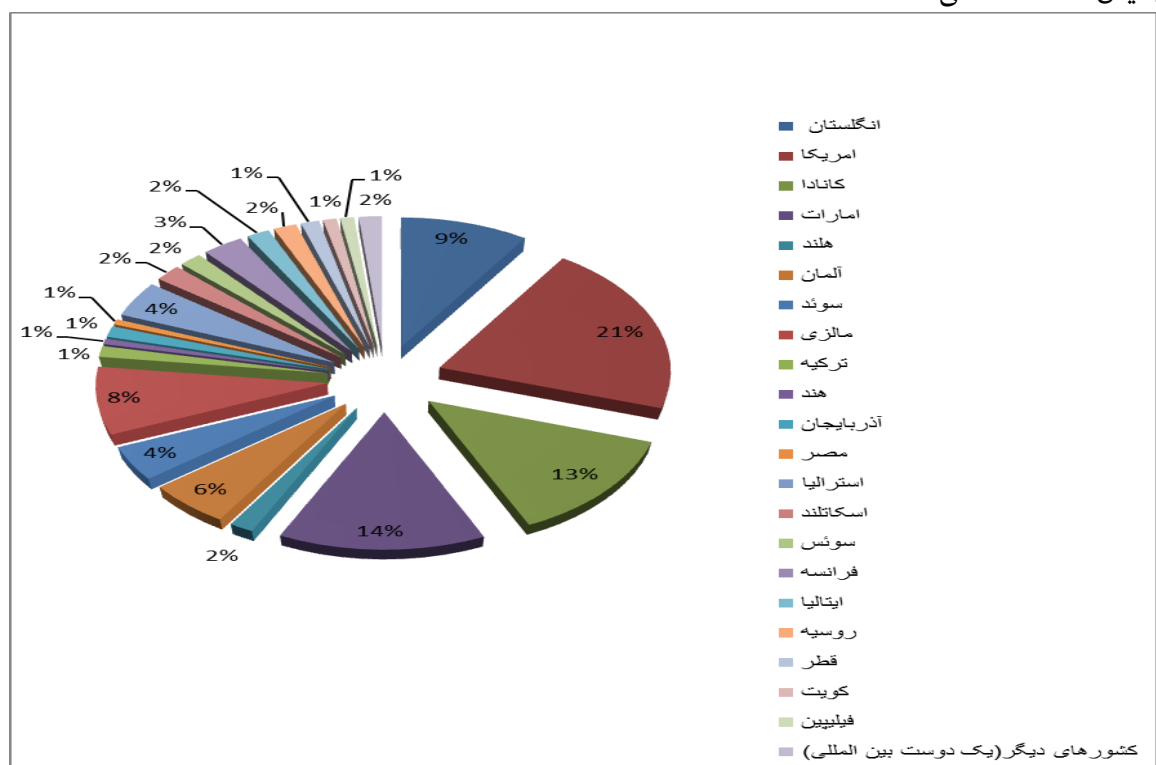
تعداد دوستانی که دوستان بین المللی دارند

¹⁶ - like

زن	مرد	دوستان بین المللی دارند
5	11	
9	25	دوستان بین المللی ندارند
14	36	کل

جدول شماره 1- توزیع فراوانی دوستان بین المللی

50 کاربر که مورد مطالعه قرار گرفتند. کاربران از دو جنس زن و مرد به تعداد 36 مرد و 14 زن بودند. به طور میانگین کاربران تقریباً 2/5 سال در شبکه عضویت داشتند. که کوتاهترین دوره ی 8 ماهه و بلندترین دوره ی 5 ساله بودند. نتایج جالب بود. تنها 16 نفر با کاربران بین المللی دوست بودند. که از این میان 11 مرد و 5 زن دوستان بین المللی داشتند.



نمودار شماره 1- محل زندگی دوستان بین المللی

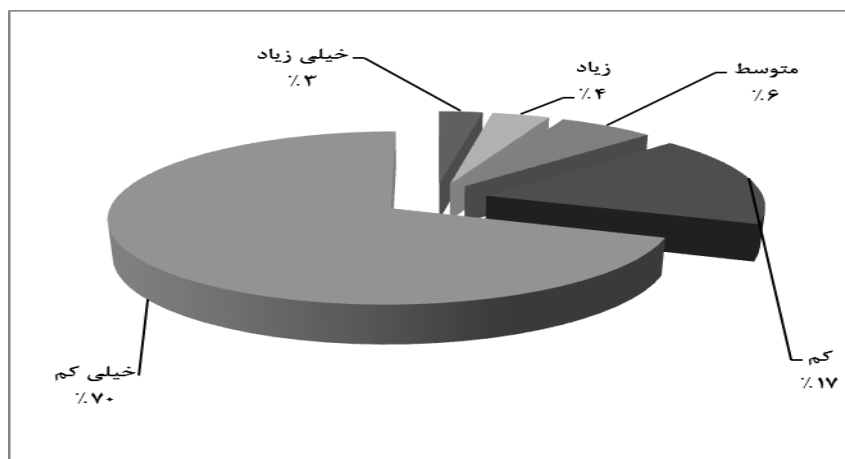
به طور کلی، 311 کاربر بین المللی به نمایندگی از 28 کشور از تمام قاره ها با 50 کاربر مورد بررسی دوست بودند (به نمودار شماره 1 رجوع شود). که از میان 311 کاربر بین المللی تعداد 198 کاربر ایرانی های بودند که در کشورهای دیگر بودند یا ملیت خود را غیر ایرانی معرفی کرده بودند و یا محل زندگی خود را جایی غیر از ایران معرفی

کرده بودند. یافته های ما نشان می دهد اکثریت فاق "دوستان" بین المللی از کشورهای ایالات متحده آمریکا و پس از آن کانادا و امارات و سپس کشور مالزی قرار داشت. همچنین این نکته جالب توجه است که از مجموع 28 کشور، 17 کشور دارای کمتر از 5 دوست بین المللی بوده اند که در این بین 7 کشور تنها یک دوست بین المللی داشتند. بنابراین، اگر چه بسیاری از کشورها نماینده دارند ولی لزوماً مبنی بر تعداد بالای آنان نیست.

مجموع	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
سطح کیفی ارتباطات						
%100	%42	%38	%11	%6	%3	کامنت گذاری بر پست های به اشتراک گذاشته شده
%100	%47	%42	%7	%3	%1	تگ کردن
%100	%37	%32	%19	%6	%6	دوباره اشتراک گذاری
%100	%30	%31	%15	%13	%11	پسندیدن مطالب یکدیگر
%100	%70	%17	%6	%4	%3	شواهدی دال بر ارتباط آفلاین در دنیای واقعی
مجموع						

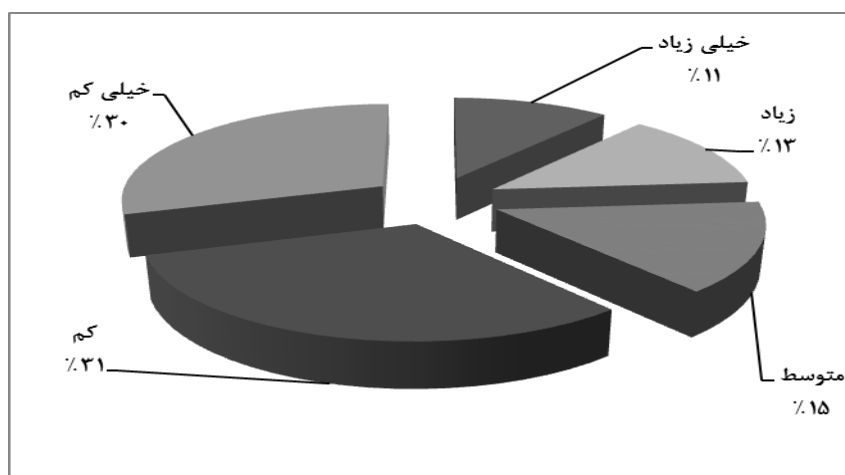
جدول شماره 2- توزیع فراوانی درصدی کیفیت ارتباط دوستان بین المللی

همانطور که پیش تر اشاره شد، ما برای ارزیابی کیفیت ارتباط دوستان بین المللی از پنج شاخص در مقیاس لیکرت استفاده نمودیم. تا دریا بیم سطح ارتباط بین دوستان بین المللی چگونه است و آیا شواهدی دال بر ارتباط این دوستان در فضای آفلاین (دنیای واقعی) وجود دارد. جدول شماره «2» کیفیت ارتباط دوستان بین المللی را نشان می دهد، یافته های پژوهش بیان می دارد که این دوستان بین المللی داری سطحی از ارتباط و تعاملات فی مابین (که نشان دهنده صمیمیت بین آنهاست) می باشند.



نمودار شماره 2- توزیع درصدی شواهد دال بر ارتباط دوستان بین المللی در دنیای واقعی

شواهد ناشی از یافته های پژوهش بیان میدارد که بعضی (30%) از این دوستان بین المللی علیرغم وجود عوامل مکانی و زمانی با یکدیگر در دنیای واقعی تعاملاتی داشته اند. بطور مثال آنها عکس ها و تصاویر به اشتراک گذاشته اند که نشان می دهد آنها در کنار یکدیگر در مکانی خاص در دنیای واقعی حضور داشته اند؛ یا مطالبی را در قالب متن منتشر نموده اند که نشان دهنده این حضور واقعی می باشد.



نمودار شماره 3- توزیع درصدی لایک کردن مطالب به اشتراک گذاشته شده از نمودار شماره 3 چنین استنباط می شود که 11% درصد دوستان بین المللی خیلی زیاد، 13% زیاد، 15% به طور متوسط و 30% خیلی کم مطالب به اشتراک گذاشته شده یکدیگر را لایک می کنند (می پسندند). و این نشان دهنده آن است که در شبکه اجتماعی فیس بوک سطحی از تعاملات و ارتباطات متقابل میان دوستان و در نتیجه سطحی از «صمیمیت» بین کاربران وجود دارد.

5- جمع بندی و نتیجه گیری

با تحلیل محتوای لیست دوستان بین المللی دوستان در شبکه اجتماعی فیس بوک مشخص گردید که از 50 کاربر مورد تحقیق 16 نفر دوست بین المللی دارند. این یافته ها نشان می دهند که شبکه های اجتماعی آنلاین در حال شکل دادن دهکده جهانی هستند. تعاملات گوناگون به سرعت در بستر شبکه های اجتماعی شکل می گیرند و دنبال می شوند. کاربران از طریق فعالیت و ارتباط در شبکه های اجتماعی و با غلبه بر عوامل زمانی و مکانی توانسته اند دهکده جهانی را شکل دهند. نتایج حاکی از آن است که از میان 311 کاربر بین المللی 63/66 درصد از کل دوستان بین المللی ایرانی بودند که در سایر کشورها به صورت موقت یا دائم زندگی می کردند. موضوع مورد توجه دیگر آنکه هر چهار کشوری که آمار دوستان بین المللی در آنها بالا بود همانند کانادا انگلیسی زبان بودند و این هم زبانی باعث ارتباط راحت تر و دوستی بیشتر در فیس بوک می شود. 311 دوست بین المللی از 28 کشور مختلف بودند ولی در 15 کشور کمتر از 5 دوست بین المللی وجود داشت که در این بین 7 کشور تنها یک دوست بین المللی داشتند و این نشان می دهد که فیس بوک در دسترس همه هست. این موضوع که 311 دوست بین المللی از تمامی قاره ها بوده اند نیز جالب توجه هست و می تواند مورد تحقیق قرار گیرند.

از آنجایی که در تحلیل محتوا و مشاهده ارتباط واقعی دوستان بین المللی تحقیق پیش رو، هم کمیت و هم کیفیت ارتباط مطمح نظر بود، مولفه صمیمیت کنشگران دهکده جهانی هم مورد بررسی قرار گرفت. لذا یافته های ما بیان می دارد که دوستان بین المللی دارای سطحی از ارتباط متقابل و تعاملات فی مابین هستند. درست همانگونه که لافی احساس صمیمت افراد با یکدیگر را مشخصه دهکده جهانی می داند. آنها بر مطالبی که به اشتراک گذاشته می شود کامنت می گذارند (58%)، مطالب و یا تصاویر به اشتراک گذاشته شده را دوباره اشتراک گذاری می کنند (63%)، آنها محتوای به اشتراک گذاشته شده را لایک می کنند (می پسندند) (70%). در این رهگذر محتوای به اشتراک گذاشته توسط دوستان بین المللی حاکی از آن بوده است که بعضی (30%) از این دوستان در دنیای واقعی خارج از شبکه نیز با یکدیگر ارتباط داشته اند. عکس های منتشر شده نشان می دادند برخی از

این دوستان در کنار یکدیگر حضور داشته اند. همچنین کامنت هایی وجود داشت که دال بر ارتباط آنها در دنیای واقعی بود.

کوتاه سخن آنکه، اگرچه این یافته دقیقاً نشان نمی دهد که شبکه های اجتماعی آنلاین دهکده جهانی مک لوهان را به ارمغان می آورند یا نه، ولی برای ما مسلم است که شبکه های اجتماعی، کاربران را به آن نزدیک تر می کند. به راحتی می توان استدلال کرد که فیس بوک و سایر شبکه های اجتماعی آنلاین تعاملات بین المللی را افزایش داده اند و این ما را درست در مسیر به سوی دهکده جهانی قرار می دهد، منتهی شاید بتوان گفت که ما هنوز به آن نرسیده ایم. دلایل ما برای این ادعا از سه مورد ناشی می شود 1- کمی بودن: از این منظر ممکن است شواهدی را که ما مشاهده نمودیم به طور قطع بیان کننده این صمیمیت و ارتباط در دنیای واقعی نباشد. به نظر می آید چنانچه این تحقیق با نظرسنجی ها و مصاحبه های کیفی در خصوص کیفیت و نوع ارتباط با دوستان بین المللی همراه بود نتیجه بهتری گرفته می شد و به سوالات تحقیق پاسخ بهتری داده می شد. 2- عدم صداقت: بعلاوه معلوم نیست که کاربران در مشخصات شخصی خود محل زندگی واقعی خود را نوشته اند یا جایی که آرزو دارند در آن زندگی کنند. و این موضوع نیز می تواند روی نتایج تحقیق تاثیر بگذارد. یافتن راهی برای بررسی این موضوع دشوار است و شاید نیازمند شفاف سازی از سوی افراد مطالعه از طریق مصاحبه یا نظر سنجی باشد. 3- همانطور که ذکر شد 63% از این دوستان، ایرانی های بودند که محل زندگی غیر از ایران را برای خود انتخاب نموده بودند، به این دلیل شاید ارتباط سببی و نسبی ایشان با یکدیگر این نتایج را به همراه داشته باشد. ضمن اینکه چهار کشوری که بیشترین دوستان بین المللی در آنجا وجود داشتند، زبان مشترک داشتند که خود این مورد نیز می تواند نتایج را در مورد جهانی بودن فیس بوک (و نه محلی بودن) به چالش بکشد. اما با این موارد به نظر می رسد اگرچه دهکده جهانی چیز کاملاً شناخته شده ای است ولی چنانچه این روند ارتباطات ادامه پیدا کند چشم انداز روشن تری پیدا خواهد کرد.

منابع

- اخوان زنجانی، داریوش. (1381) جهانی‌شدن و سیاست خارجی، تهران، انتشارات مطالعات سیاسی و بین‌المللی
- افتاده، جواد. (1388) شبکه های اجتماعی یکپارچه سازی خدمات در روابط عمومی الکترونیک، چهارمین همایش روابط عمومی الکترونیک، تهران
- دادگران، محمد. (1385)، مبانی ارتباط جمعی، تهران، انتشارات مروارید، چاپ نهم
- رشیدپور، ابراهیم. (1354)، آینه‌های جیبی آقای مکلوهان، تهران، دفتر انتشارات رادیو و تلویزیون ملی ایران (سروش)، چاپ دوم
- سلیمی، حسین. (1379)، فرهنگ‌گرایی، جهانی‌شدن و حقوق بشر، تهران: انتشارات وزارت خارجه
- سورین، ورنر و جیمز، تانکارد؛ (1386) نظریه‌های ارتباطات، علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم
- عاملی، سعید رضا. (1389)، مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا، تهران، انتشارات امیرکبیر
- کازنو، ژان. (1364) قدرت تلویزیون، ترجمه علی اسدی، موسسه انتشارات امیرکبیر
- محسنیان‌راد، مهدی (1384)؛ ایران در چهار کهکشان ارتباطی، تهران، سروش، ۱۳۸۴، چاپ اول
- مک کوئیل، دنیس. (1385) درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی (ترجمه دکتر پرویز اجلالی) تهران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
- مکلوهان، مارشال. (1377) برای درک رسانه‌ها، سعید آذری، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما، چاپ اول

- Bennet, J, Owers, M, Pitt, and Toker, M(2010) Workplace of Social Networking. property Management. Vol,28. No. 3PP.138-148
- Fleras, Augie. Mass Media Communication in Canada. Scarborough: Nelson, 2003.
- <http://money.cnn.com/2012/10/04/technology/facebook-billion-users/index.html>
- Laughey, Dan. Key Themes in Media Theory. New York: Open UP, 2007.
- McLuhan, Marshall, and Bruce R. Powers. The Global Village. New York: Oxford UP, 1989.
- McLuhan, Marshall. The Gutenberg Galaxy. Toronto: University of Toronto P, 1962.
- McLuhan, Marshall. Cybernetics and Human Culture. Introduction to Communication. Dubuque: Kendall/Hunt, 2006. 229-33.

- Oberdiek, Hans (1990). 'Technology: Autonomous or Nneutral', International Studies in Philosophy of Science, Vol. 4, No. 1.
- Rantanen, Terhi (2005)." The Message is the Media: An interview with Manuel Castells" Global Media and Communication, Vol. 1(2): 135-147.
- Scatamburlo-D'Annibale, Valerie, and Paul Boin. "New Media." Mediascapes. 2nd ed. Toronto: Nelson,2006. 235-49.
- Smith, David. "Wireless World." 27 July 2008. The Observer. LexisNexis. Academic. McMasterUniversity,Hamilton.22Feb.2009<http://www.lexisnexis.com.libaccess.lib.mcmaster.ca/us/lnacademic/results/doview/docview.do?docLinkInd=true&risb=21_T5887983939&format=GNBFI&sort=RELEVANCE&startDocNo=1&resultsUrlKey=29_T5887983943&cisb=22_T5887983942&treeMax=true&treeWidth=0&csi=143296&docNo=5>.
- Van Dijk, Jan. The Network Society. 2nd ed. London: Sage Publications, 2006

Social networks, Exhibit of global village

Hossein Zolghadr PhD¹⁷

Morteza Ghasemzade Araghi¹⁸

Abstract :

The term global village by Marshall McLuhan is a social theory which is used to describe the future of world affected by media. McLuhan, who is considered as new age Newton and a wise presager, believed in minimizing world and Shrinkage it via electronic facilities. In this case Due to access to the Internet and social networks anywhere and anytime and also because of sending and receiving information at once, according to some people's opinion it can be the meaning of global village to some extent.. Therefore the final target of this issue is the answer to this question, whether or not online social networks have been able to present McLuhan's term of global village? In order to achieve the mentioned target we have done some quantity research with the use of analyzing content technique, which is done according to the number of our international facebook friends. Although the findings do not show exactly that online social networks present McLuhan's term of global village but it seems social networks make us closer to global village. It is easy to say that facebook

¹⁷Professor Payamnoor University/ Tehran/ Email: dr.hoseinzolghadr@gmail.com

¹⁸ ¹⁸ . MA in Communication-Islamic Azad University/Tehran Central Branch / Email: ghasemzadeh1362@gmail.com

and other online social sites have increased interactions and it has led us to global village.

Key words : global village, internet, social networks, facebook , McLuhan