رسانه‌های اجتماعی و کتاب (بخش ششم: چالش‌های رسانه‌های اجتماعی)

رسانه‌های اجتماعی همانند سایر فناوری‌های ساخته شدهٔ بشری، در کنار مزایا و فرصت‌های بسیار فراوان، چالش‌هایی نیز به وجود می‌آورند. اما بدیهی است که مزایا و فرصت‌های رسانه‌های اجتماعی بیشتر از چالش‌های آن است (افتاده، ۱۳۸۹). چالش‌هایی که ممکن است با رشد رسانه‌های اجتماعی به وجود آید، به شرح زیر است:

1. بالارفتن توقع کاربران تعاملی: استفادهٔ کاربران از سایت‌های فوق تعاملی رسانه‌های اجتماعی، توقع آنان را برای کار با سایر وب‌سایت‌ها بالا می‌برد؛ یعنی آنان انتظار دارند، همان فضای صمیمی با امکانات تعاملی در هر وب‌سایتی وجود داشته باشد. احساس بر این است که نوعی عادت کاربران به امکانات تعاملی رسانه‌های اجتماعی موجب کاهش علاقمندی آنان به سایر وب‌سایت‌ها می‌شود (افتاده، ۱۳۸۹).

2. رسانه‌های اجتماعی جایگزین رسانه‌های جمعی: گسترش رسانه‌های اجتماعی به مرور موجب از بین رفتن رسانه‌های جمعی می‌شود (افتاده، ۱۳۸۹). اگر قرار باشد فعالیت اقشار و گروه‌های مختلف تنها محدود به استفاده از رسانه‌های جمعی باشد و زیرساخت‌های لازم برای برقراری با رسانه‌های اجتماعی فراهم نشود، در آینده برای این گروه‌ها مشکلات فراوان و شکاف بزرگی در جذب مخاطب به وجود خواهد آمد.
3. سخت بودن تمایز بین ارتباط خصوصی و جمعی: در رسانه‌های اجتماعی تمایز بین ارتباط خصوصی، خانوادگی و جمعی به سختی امکان‌پذیر است (افتاده، ۱۳۸۹)؛ بنابراین در ایجاد ارتباط و ارائه محتوا حساسیت بیشتری وجود دارد.
4. افزایش کنترل: با گسترش رسانه‌های اجتماعی به مروز زمان احساس می‌شود، کنترل دولت‌ها و شرکت‌ها بر شهروندان بیشتر خواهد شد.
5. نبودن قوانین مالکیت معنوی محتوا: موضوع مالکیت معنوی محتوای کاربران یکی از معضلات اساسی رسانه‌های آنلاین به شمار می‌رود (افتاده، ۱۳۸۹). برای مثال ممکن است آثار مربوط به یک شخص در هر نوع و قالبی، بدون ذکر منبع در رسانه‌های اجتماعی منتشر شود.
6. عدم دسترسی همهٔ جوامع به رایانه: همه افراد سراسر دنیا دسترسی به رایانه (جهت برقراری ارتباط با رسانه‌های اجتماعی) ندارند، شاید دستگاه‌های سیار مانند تلفن همراه گسترش پیدا کرده است؛ اما باز هم نمی‌توان به کل جامعه مخاطبان را تعمیم داد (افتاده، ۱۳۸۹).
7. عدم آگاهی همهٔ افراد جوامع از حضور رسانه‌های اجتماعی: همهٔ افراد سواد دیجیتالی و رسانه‌های لازم را برای برقراری ارتباط با رسانه‌های اجتماعی ندارند. همچنین همهٔ افراد جامعه (چه آن‌هایی که از اینترنت استفاده می‌کنند و چه آن‌هایی که استفاده نمی‌کنند) از رشد رسانه‌های اجتماعی و نحوهٔ کارایی آن‌ها آگاهی ندارند (افتاده، ۱۳۸۹).

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.

8. شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب: به علت عدم امکان شناسایی هویت واقعی اعضا و نیز عدم امکان کنترل محتوای تولید شده توسط کاربران رسانه‌های اجتماعی، یکی از مهم‌ترین پیامدهای منفی این رسانه‌ها، شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذبی خواهد بود که توسط برخی از اعضای این رسانه‌ها و با اهداف خاص منتشر می شود.
9. نقض حریم خصوصی افراد: معمولاً رسانه‌های اجتماعی ابزارها و امکاناتی را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند تا آن‌ها بتوانند اطلاعات شخصی خویش را در هر قالبی در صفحهٔ شخصی خود قرار دهند؛ که این امر در موجب در خطر افتادن حریم خصوصی افراد خواهد شد.
10. انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع: جامعهٔ مجازی، هیچ وقت جایگزین جامعهٔ واقعی نخواهد گردید؛ بلکه به عنوان تسهیل کنندهٔ تجارب اجتماعی عمل خواهد کرد. تسهیلات ارتباطی به ما امکان می‌دهد تا در سطح جهانی و از راه دور به شیوه‌ای جدید با اجتماعاتی که منافع مشترکی داریم، بپیوندیم. در نتیجه، با پیوستن به این «اجتماعات از راه دور» قادر خواهیم بود تا در دنیای واقعی نیز روابط اجتماعی بهتری با همسایگان، همکاران و سایر شهروندان جامعه واقعی برقرار سازیم (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹).
11. تأثیرات منفی رفتاری: هر]رسانهٔ[اجتماعی فرهنگ ارتباطاتی خاص خود را دارد، یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فردی را برای خود برگزیده است. فرد با عضویت در]رسانه‌های[اجتماعی درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل: برخورد، تکیه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و... است. بدون تردید، میزان تأثیرپذیری فرد از این محیط، صفر مطلق نخواهد بود (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹).

منابع:

- افتاده، جواد (۱۳۸۹). رسانه‌های اجتماعی و کتاب؛ بازگشت عموم و باز نشر کتاب. فصلنامه کتاب مهر، شماره ۱، صص ۴۷-۳۴.
- سلیمانی‌پور، روحا (۱۳۸۹). شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها. فصلنامه ره‌آورد نور، شماره ۳۱، صص ۱۹-۱۴.

نویسنده: عاطفه عبدی

مشخصات استناددهی به این مقاله

نویسنده(ها):	عاطفه عبدی
عنوان مقاله:	رسانه‌های اجتماعی و کتاب (بخش ششم: چالش‌های رسانه‌های اجتماعی)
عنوان مجله:	کتابدار ۲.۰ –(عنوان لاتین: i-Kitabdar 2.0)
دوره مجله(Vol):	۲
شماره مجله(Issue):	۲
سال(Year):	۱۳۹۵
شناسه دیجیتال(DOI):	
لینک کوتاه:	http://lib2mag.ir/4586

تمامی حقوق برای مجله کتابدار 2.0 محفوظ است. نقل مطالب مجله تنها با ذکر منبع و نام نویسنده مجاز است.