



کاربرد مدیریت فرهنگی بر تاثیرات شبکه اجتماعی اینستاگرام در سبک زندگی

ایرانیان

امید همت*

*دانش آموخته مقطع کاردانی مدیریت فرهنگی

چکیده:

یکی از مهمترین تکالیف جوامع امروزی، مدیریت فرهنگ یک کشور است و مدیریت فرهنگی باعث کنترل هویت ملی، نوآوری، کارآفرینی، سرمایه، فن آوری، حفظ آرمانها و ارزشهای اخلاقی و فرهنگی یک جامعه خواهد شد، لذا تاثیرات جهانی شدن دنیای مجازی بر سبک زندگی مردم، اقدامات مدیریت فرهنگی را به شدت مشکل و مهم کرده است که تنها با شناخت کامل معایب و مزایای این شبکه‌های اجتماعی گسترده بخصوص اینستاگرام می‌توان فرهنگ جامعه را مدیریت کرد. بر این اساس تعداد ۱۵۰ پرسشنامه میان سه گروه سنی، نوجوان، جوان و میان سال توزیع گردید و با طرح سوالاتی مرتبط با تأثیر شبکه مجازی اینستاگرام بر سبک زندگی و رفتار اجتماعی آنان مورد بررسی قرار گرفت تا با کسب پاسخ‌های مورد نظر بتوانیم مدیریتی اصولی و مطابق با آرمانها و فرهنگ جامعه طرح ریزی نماییم و به دنبال پاسخ سؤال پژوهش زیر باشیم:

" آیا شناخت تمامی ابعاد مثبت و منفی شبکه مجازی اینستاگرام، می‌تواند در طراحی برنامه‌ها و تعیین اهداف مدیریت فرهنگی کشور مؤثر باشد؟"

با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی و بوسیله نرم افزار SPSS، تجزیه و تحلیل جامعه آماری، مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. نتیجه پژوهش نشان داد که شناخت تمام ابعاد و اثرات شبکه مجازی اینستاگرام، جهت مدیریت فرهنگی اثربخش بر جامعه و تعیین اهداف و راهبردهای مناسب جهت اجرای این مدیریت در کشور امری لازم و واجب است اما کافی نیست و عوامل دیگری نیز در تأثیر شبکه‌های مجازی بر سبک زندگی مردم مؤثر خواهند بود.

واژه‌گان کلیدی: شبکه مجازی، اینستاگرام، مدیریت فرهنگی، سبک زندگی

مقدمه:

همهٔ افرادی که در دنیای مجازی فعالیت می‌کنند به خوبی اینستاگرام را می‌شناسند و در شبانه روز زمان زیادی را در آن می‌گذرانند و همچنین افراد زیادی نیز، شاخ اینستاگرام شده‌اند و خودشان را از همین شبکه مجازی به شهرت رسانده‌اند. امروزه کلیه شبکه‌های اجتماعی جایگاه بسیار مهمی را در بین افراد و جوامع پیدا کرده است. شبکه‌های مجازی عامل بسیار مهمی در تحولات، تغییرات فرهنگی و اجتماعی عصر کنونی، سبک و نگرش زندگی مردم گذاشته است و این قدرت و تأثیر گاهی آنقدر زیاد است که به «انفجار ارتباطی» نیز تشبیه می‌شود. ارتباطات وسیعی که امروزه میان افراد و شهروندان، شهرها و جوامع از طریق شبکه‌های مجازی شکل گرفته است در دنیای واقعی، با این وسعت امکان پذیر نبود (افراسیابی، ۱۳۹۲). عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی مانند اینستاگرام باعث ایجاد سبک جدیدی از زندگی بخصوص در نوجوانان و جوانان ملتها شده است. در روابط اجتماعی روزمره، معمولاً ما فقط با کسانی رابطه برقرار می‌کنیم که در فعالیتهای روزمره ما دخیل



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

باشند، این روابط می‌توانند به صورت حضوری، پیامک، مکالمه تلفنی و یا رفتن به مکانی همراه با آن شخص یا گروه باشد؛ اما امروزه شیوه زندگی آمیخته با شبکه‌های اجتماعی شده است که این شبکه‌ها هم دارای مزایای زیادی و هم معایب زیادی هستند (معینی، ۱۳۸۴).

حال جهت کاهش معایب این شبکه‌ها و گسترش مزایای آنها، باید به کمک مدیریت فرهنگی جامعه شتافت. مدیریت بر هر حوزه‌ای چه در سطح خرد و چه سطح کلان بدون برنامه ریزی و سازماندهی ممکن نیست، لذا داشتن شناخت کامل معایب و مزایای حاصل از شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام می‌تواند در تعیین اهداف و راهبردهای مدیریت فرهنگی جامعه در جهت کنترل سبک زندگی مؤثر باشد. مدیریت فرهنگی از این رو حائز اهمیت است که نباید بگذارد که باورها و ارزشهای یک جامعه دچار خدشه گردد و افکار جوانان کشور با اهداف کشور منافات داشته باشد. مدیریت فرهنگی با اتکاء به ارزش‌های جامعه باید در پی اعتلای فرهنگ غنی سرزمین ایرانیان باشد و سیاستها و اهداف مدیریت فرهنگی به گونه‌ای طرح ریزی گردد که علاوه بر متناسب بودن با روحیات جوانان کشور، با ارزشهای یک فرهنگ نیز همراه و همگام باشد. وظایف مدیریت فرهنگی در جوامع امروزی کشور ما، نظارت هوشمندانه، متفکرانه، آگاهانه، مراقبت از افکار و اندیشه جوانان کشور، هدایت جامعه به مسیری صحیح و درست، کمک به رشد و پیشرفت فرهنگی افراد جامعه است (جعفری، ۱۳۷۹)، با توجه به مطالب ذکر شده این تحقیق به دنبال پاسخ پرسش زیر است:

پس از شناخت مزایا و معایب شبکه مجازی اینستاگرام، مدیریت فرهنگی تاثیرگذار بر تغییر یا عدم تغییر سبک زندگی جوامع خواهد بود؟

هدف پژوهش

با رشد شتابان تکنولوژی ارتباطات، دو روند بزرگ، اثرگذار و متعامل «جهانی شدن و مجازی شدن» بر زندگی انسان‌ها تأثیر گذاشته است. انتقال زندگی انسانها به فضاهای سایبر و مجازی شدن روابط انسانی به عامل اصلی تغییر الگوی فکری و رفتاری بخش عظیمی از انسانها بویژه جوانان می‌باشد (تامپسون، ۱۳۸۰). بدین ترتیب زمینه بکارگیری این ابزار ارتباطی و گسترش شبکه‌ای اینستاگرام در کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ما گریز ناپذیر است. لذا فرهنگ رسانه‌ای با برتری مشهود اینترنت به عنوان فراگیرترین و مسلط‌ترین فرهنگ تاثیرگذار در جامعه شناخته شده است (معینی، ۱۳۸۴). تغییر سبک زندگی می‌تواند بر فرآیند «فرهنگ سازی» جامعه تاثیرگذار باشد. علاوه بر آن شبکه‌های مجازی و اینستاگرام می‌توانند، تنش‌ها و چالش‌هایی را در اقصای اجتماعی ایجاد و به یک جریان سیاسی- اجتماعی تبدیل نماید به همین دلیل ضرورت مدیریت فرهنگی در جامعه ما، امری لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

مبانی نظری

الف- مدیریت فرهنگی

مدیریت فرهنگی عبارت است از برنامه ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل امور و فعالیت‌های فرهنگی در چهارچوب اهداف مورد نظر و از پیش تعیین شده که این اهداف ترویج و تکامل فرهنگ یک جامعه بر اساس نظام ارزشی مشخص با تمام اجزاء و عناصر آن می‌تواند باشد و یا ایجاد، حفظ، ارتقاء و ترویج باورها، ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری صحیح در چهارچوب سیاستهای فرهنگی از پیش تعریف و تأیید شده همراه با حفظ آرمانها و ارزشهای یک کشور و ملت را گویند (پهلوان، ۱۳۷۹). مدیریت فرهنگی به معنای مدیریت مبتنی بر فرهنگ اجتماعی، مستلزم مهندسی فرهنگی در جامعه است همه جوامع بر فرهنگ خاصی پایبند هستند که به موجب آن، مدیریتی سازگار با آن فرهنگ باید برنامه ریزی و اجرا شود. درباره تعریف فرهنگ بیش از ۱۶۱ تعریف جمع آوری شده است که این تعداد و تنوع تعاریف، دلالت بر عظمت مفهوم فرهنگ دارد و نقش و گستردگی فرهنگ در زندگی اجتماعی و فردی انسانها را می‌رساند (جعفری، ۱۳۷۹).

ب- شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مفهوم جدیدی نیستند. انسان‌ها از قرن‌ها پیش که گرد آتش می‌نشستند و برای یکدیگر داستان می‌گفتند در حال تشکیل شبکه‌های اجتماعی بودند؛ اما چیزی که باعث شده است شبکه‌های اجتماعی بیشتر از همیشه مورد توجه قرار



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

گیرند، به وجود آمدن ابزارهای دیجیتال و کمک آنها به توسعه شبکه‌های اجتماعی بوده است. شبکه‌های اجتماعی، هنگامی بوجود می‌آیند که ساختاری از گره‌های مرتبط به هم شکل می‌گیرند. هر گره، یک فرد یا یک گروه یا یک سازمان است. شبکه اجتماعی، به معنای نمایش و مطالعه ارتباطی بین این گره‌ها و جریان دانش و اطلاعات بین آنهاست. شبکه اجتماعی مجازی زنجیره‌ای از ارتباطات و گره‌های اجتماعی یا حضور غیر فیزیکی افراد در یک محل مجازی است. در شبکه اجتماعی مجازی ارتباط افراد و سازمانها یا گروه‌ها رو در رو و بدون واسطه نیست بلکه به ابزاری به نام اینترنت بستگی دارد. این روزها شبکه اجتماعی مجازی همان شبکه‌ای در ارتباطات انسانی غیر قابل لمس و مجازی مدنظر است که این شبکه‌ها دارای رسانه‌های متفاوت و مختلف با کارایی متفاوتی می‌باشند. رسانه‌های اجتماعی ابزارهای نرم افزاری تحت وبی هستند که به کاربران اجازه به اشتراک گذاشتن، ایجاد و یا استفاده از محتوای تولید شده را می‌دهند و بستر تشکیل شبکه‌های اجتماعی می‌گردند مانند Facebook، Youtube، Aparat، Instagram، Telegram، WhatsApp و ... (شکاری نمین و همکاران، ۱۳۹۳).

ج- اینستاگرام (Instagram)

اینستاگرام شبکه اجتماعی هم رسانی عکس و ویدئو است که این امکان را به کاربران خود می‌دهد که عکس‌ها و ویدئوهای خود را در دیگر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک و توئیتر و ... هم رسانی کنند. کاربران همچنین می‌توانند از فیلترهای دیجیتال برای عکس‌هایشان استفاده کنند. محدودیت هم رسانی ویدئو در اینستاگرام ۶۰ ثانیه است. اینستاگرام در سان فرانسیسکو ایالات متحده آمریکا به وجود آمد، زمانی که کوین سیستروم و مایک کریگر تصمیم گرفتند پروژه عکاسی تلفن همراه را با HTML5، همراه کنند. نام اینستاگرام از تلفیق دو کلمه instant camera به معنای عکاسی در لحظه و telegram به معنای تلگراف تشکیل شده است. داستان شکل گیری اینستاگرام در سال ۲۰۱۰ که استفاده از آیفون رواج پیدا کرده بود و بسیاری از مردم، توجه خاصی به نرم افزارهای گوشی همراه داشتند و یکی از این نرم افزارهای محبوب Foursquare بود که امکان مشخص کردن مکان و بارگذاری عکس را برای کاربر فراهم می‌کرد، سیستروم و کریگر تصمیم گرفتند یک نسخه پیشرفته از این نرم افزار را به بازار ارائه کنند و حاصل کار آن Burbn شد، اما آنان در مدت کوتاهی دریافتند که این نرم افزار آپلود کردن عکس است و برای کاربران جذاب است و ایده‌ای جهت شکل گیری اینستاگرام در ذهنشان پروراند. کاربران این شبکه مجازی با استفاده از چند فیلتر ساده می‌توانند عکس‌های حرفه‌ای‌تر خود را بارگذاری نمایند و کارکردن با این شبکه مجازی برای کاربران بسیار جذاب و آسان است. در حال حاضر این شبکه اجتماعی یکی از پرمخاطب‌ترین سایت‌های دنیاست که افراد بسیاری در سنین و اقصاء مختلف را به خود جذب کرده است (اکبری، وبلاک «یادگیری الکترونیکی»).

د- سبک زندگی (Life style)

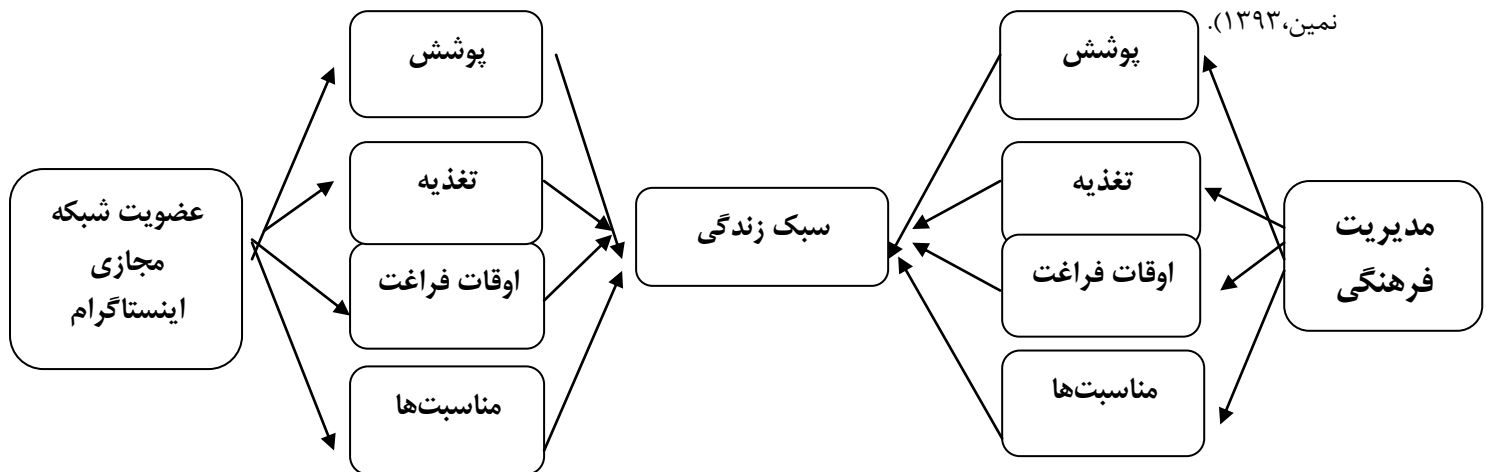
اگر سبک زندگی را مجموعه‌ای از رفتارها یا تمایلات فردی یا گروهی بدانیم که همه جنبه‌های زندگی انسان را در بر گرفته است، با مجموعه‌ای از انتخابات روزانه از نحوه استفاده از درآمد، مدت زمان کار، چگونگی لباس پوشیدن، تغذیه، نحوه آرایش، چگونگی گذران اوقات فراقت و رفتارهای فرهنگی و ... روبه رو می‌شویم که ابزار نمایش موقعیت اجتماعی افراد از لحاظ اقتصادی و فرهنگی است، بنابراین می‌توان گفت شاهراه نمایش روزانه سبک زندگی افراد یک جامعه متصل به شبکه جهانی اینترنت، شبکه‌های اجتماعی هستند (رحیمی، ۱۳۸۰). مفاهیمی مانند عینیت و ذهنیت، فرهنگ و جامعه، فرهنگ عینی و فرهنگ ذهنی، صورت (شکل و محتوا)، رفتار و معنا (نگرش، ارزش و هنجار)، اخلاق و ایدئولوژی، سنت و نوگرایی شخصیت و هویت (فردی و جمعی) وراثت و محیط، فردیت و عمومیت، خلاقیت و باز تولید، تولید و مصرف، طبقه و اقصاء اجتماعی، زیباشناسی و نیاز (سلیقه)، منزلت و مشروعیت و ... همگی زیر شاخه‌های سبک زندگی هستند و بدون شناخت این روابط درک درستی از سبک زندگی بدست نمی‌آید (هنری و همکاران، ۱۳۸۳).

پیشینه پژوهش

در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی» تعیین تأثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی و ادبی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی (در ابعاد پوشش، شیوه محاوره، برقراری ارتباط، روند دوست یابی) کارکنان سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران هدف پژوهش واقع شده است، لذا پس از انجام تحقیق به روش پیمایشی-توصیفی یافته‌های این پژوهش نشان داد که ابعاد تأثیرگذاری علمی، اجتماعی و ادبی به وجوه سبک در سه بعد شیوه‌های رفتاری (محاوره، سبک بیان، برقراری ارتباط)، سلايق (شیوه طراحی پروفایل، تصاویر پروفایل، سبک طراحی داخلی منزل) و منش فرهنگی (پوشش، نحوه دوست یابی، سرگرمی‌ها) نیز تأیید گردید (الطافی، ۱۳۹۸).

در پژوهشی دیگر تحت عنوان «بررسی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر سبک زندگی و هویت دینی جوانان» تأثیرات بروز و ظهور انواع مختلف رسانه‌های اجتماعی را بر زندگی افراد جامعه بشری بررسی نموده است. این شبکه‌ها به دلیل دارا بودن شباهت‌های فراوان به جامعه انسانی و ارتباطات و تعاملات شکل گرفته در آن، باعث تغییرات زیادی در سبک زندگی جامعه اسلامی ایران داشته است. در این مقاله با رویکرد ترویجی به این نتایج دست یافته است که شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث ترویج سبک زندگی غربی در جامعه اسلامی ایران شده است و این امر باعث تغییر در هویت دینی جوانان و خانواده‌های ایرانی گردیده و لذا راه حل‌هایی برای فرهنگ سازی و کاهش آسیب‌های فضای مجازی ارائه داده است (مهدی پناه و همکاران، ۱۳۹۴).

در پژوهشی دیگر تحت عنوان «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر سبک زندگی جوانان» تلاش گردیده تأثیر ابزارهای ارتباطی را بر روی ۲۹۴ نفر از دانشجویان مورد بررسی قرار داده و اثرات حضور در شبکه مجازی فیس بوک را در سبک زندگی دانشجویان بررسی نموده و رابطه معناداری را بدست آورد، اما پس از انجام روش پژوهش از طریق پرسشنامه و تحلیل و آمار توصیفی و استنباطی هیچ گونه رابطه معناداری بین سبک زندگی و استفاده از فیس بوک یافت نکرد و عدم رابطه مستقیم میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی را به عنوان نتایج و یافته‌های پژوهش اعلام نمود (شکاری نمین، ۱۳۹۳).



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش شناسی پژوهش

این تحقیق بر مبنای هدف، یک تحقیق کاربردی است و روش پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای و پرسشنامه است، در راستای نگارش ادبیات پژوهش به منابع مکتوب علمی و اینترنت مراجعه و نسبت به فیش برداری اسناد علمی اقدام گردید. جهت شناخت صحیح‌تر و دقیق‌تر نتایج حاصل از پژوهش، لازم است جامعه آماری را مورد مطالعه قرار دهیم که در این پژوهش ۱۵۰ نفر از نوجوانان، جوانان و میانسالان جامعه هستند که به صورت تصادفی انتخاب شدند، لذا جدول ۱، وضعیت و شرایط جامعه آماری را به تصویر درآورده است. طبق جدول ۱، بیشترین جامعه آماری که پرسشنامه‌ها را تکمیل نموده‌اند، مردان مجرد بین ۲۰ تا ۴۰ سال، با تحصیلات لیسانس و کار پاره وقت را به خود اختصاص داده بودند؛ اما نتایج بسیار جالب و جذاب این پرسشنامه نشان داد که عضویت در شبکه اینستاگرام در بین سه گروه نوجوان، جوان و میانسال به طور کاملاً



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

یکسان توزیع شده بود که این نشان دهنده جذاب بودن و متناسب بودن شبکه مجازی اینستاگرام با علایق کلیه سنین و کلیه نسلهای بشر است، بنابراین باید دید آیا این سه گروه همگی با یک هدف و یا اهداف مشترک عضو شبکه اینستاگرام شده‌اند؟ یا بر اساس نیازهای متفاوت سن، جنس و علایق در این شبکه مجازی عضو شده‌اند؟

پس از بررسی پاسخهای مرتبط به سؤالات تخصصی اینستاگرام در پرسشنامه، به این نتایج دست یافتیم که افراد و اشخاص با اهداف مختلفی عضو شبکه مجازی اینستاگرام شده‌اند، اکثر جوانان و میانسالان به جهت کسب اخبار و تصاویر و فیلم‌های روز دنیا و یا به جهت گسترش کسب درآمد و ارائه کانالهای تبلیغاتی به عضویت در این شبکه مجازی درآمدند ولی نوجوانان با گروه سنی پایینتر اکثراً در جهت به نمایش گذاشتن خود و همان حس منیت به عضویت این کانال درآمدند.

جدول ۱- وضعیت و شرایط جامعه آماری پژوهش

متغیر	وضعیت	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۹۸	٪۶۵
	زن	۵۲	٪۳۴
وضعیت تأهل	مجرد	۱۰۲	٪۶۸
	متأهل	۴۸	٪۳۲
سن	۱۰ تا ۱۹ سال	۳۸	٪۲۵
	۲۰ تا ۴۰ سال	۶۹	٪۴۶
	۴۱ تا ۶۰ سال	۴۳	٪۲۸
تحصیلات	زیر دیپلم	۱۸	٪۱۲
	دیپلم	۲۰	٪۱۳
	فوق دیپلم	۱۲	٪۸
	لیسانس	۴۷	٪۳۱
	فوق لیسانس	۴۳	٪۲۸
	دکترا	۱۰	٪۶
سابقه کار	محصل	۸	٪۵
	دانشجو	۳۲	٪۲۱
	پاره وقت	۵۰	٪۳۳
	تمام وقت	۳۱	٪۲۰
	بازنشسته	۱۶	٪۱۰
	بیکار (خانه دار)	۱۳	٪۸
عضویت در شبکه اینستاگرام	نوجوان	۵۰	٪۳۳
	جوان	۵۰	٪۳۳
	میانسال	۵۰	٪۳۳

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

تأثیر بر سلامت روان



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

اینستاگرام بیشترین تأثیر منفی را بر سلامت نوجوانان و جوانان دارد، این شبکه اجتماعی که امکان هم‌رسانی عکس و ویدئو را می‌دهد، بر تصویری که کاربران از بدن خود دارند، تأثیر منفی می‌گذارد، بدین شکل که طبق نتایج حاصله ۹۰٪ از شرکت‌کنندگان زن در این پژوهش از بدن خود ناراضی هستند و احساس رضایت ندارند. همچنین اینستاگرام اثر مخربی بر خواب کاربران نوجوان دارد. این دسته از کاربران اینستاگرام که همواره ترس دارند که از رخدادهای بی‌خبر بمانند، باید مدام در تماس باشند تا مبادا از اتفاقی یا رویدادی و خبری نا مطلع بمانند. حدود ۹۰٪ جوانان بیشتر از هر گروه سنی دیگری از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و در مقابل آسیب پذیرتر هستند. در ابتدا به آسیبها و معایب این شبکه اجتماعی خواهیم پرداخت و سپس مزایای آن تشریح می‌گردد تا بتوان با شناخت کاملی مدیریت فرهنگی در جامعه را هدفمند برنامه ریزی نمود.

شایع‌ترین آسیب‌ها و معایب اینستاگرام

- یکی از بزرگترین آسیب‌ها، تغییر معنای هنر توسط بی‌هنرهاست، یکی از تاثیراتی که عوامل تولید گر در فضای اینستاگرام می‌گذارند، تولید آثار فاقد ارزش هنری است ولی به دلیل تعداد بالای بازخورد که از کاربران و مخاطبان می‌گیرند این آثار در فرآیندی عجیب به آثار هنری تبدیل می‌شوند!
- افزایش مشکلات روانی برای کاربران اینستاگرام، یکی از موضوعاتی که در شبکه اینستاگرام شاهد آن هستیم این است که کاربران همیشه زیباترین لحظه‌های زندگیشان را منتشر می‌کنند و کاربران دیگر با مرور صفحات این افراد، زندگی آنان را با خود مقایسه کرده و خودشان را انسانهای بدبخت و ناامید می‌دانند و باعث افزایش احساس عصبانیت، پرخاشگری، حسادت، ترس و افسردگی و خود کم بینی در بین کاربران اینستاگرام می‌شوند.
- افزایش فاصله طبقاتی و ایجاد شکاف بین طبقات جامعه، انتشار لحظه‌هایی از زندگی افراد در شبکه‌های اجتماعی سبب تاثیرات فرهنگی و ایجاد شکاف و فاصله طبقاتی می‌شود، چرا که افراد ضعیف‌تر جامعه با مشاهده سبک پوشش، تغذیه، مسافرت و وسایل و ادوات دیگران (که گاهاً غیر واقعی و ظاهر سازی است)، خود را در سطح پایین‌تر در جامعه می‌بینند که منجر به احساس خود کم بینی و حقارت بخصوص در گروه سنی نوجوانان می‌گردد.
- گسترش تفکر غرب‌گرایی و ترویج احساس انسان محوری، جمله "من همین الان بیهویی" یعنی من خودم را در محور آفرینش قرار داده‌ام و من همیشه باید مرکز توجه باشم. این افراد به مرور تفکراتشان به سمت منیت، فردگرایی، اومانیسم و انسان‌گرایی و اعتماد به نفس کاذب سوق می‌یابد و ارزشهای مقدس ایثارگری و فداکاری به فراموشی سپرده می‌شود.
- تبعیت از افراد پوچ و فاقد درجه علمی و تخصصی معتبر، در گذشته مرجع فکری مردم، افراد متخصص و تحصیلکرده جامعه بودند، اما امروزه الگوی رفتاری مردم بیشتر سمت پیج‌های پرمخاطب جلب می‌شود و ناخواسته پیرو افرادی که فاقد تخصص علمی و هنری هستند جلب می‌شوند که فقط با تبلیغات گسترده توانسته‌اند به شاخ اینستاگرامی برسند.
- ایجاد شکاف عظیم تکنولوژی بین والدین و فرزندان، ما آخرین نسل از انسان‌هایی هستیم که کودکی بدون اینترنت را گذرانده‌ایم و تمدن چند هزار ساله اینگونه بشریت به پایان خواهد رسید و بشر امروز در تعامل با تکنولوژی تقویت خواهد شد و فرزندان ما با نسلهای آینده، حداکثر تعامل رسانه‌ای را خواهند داشت.
- شکستن مرزهای حریم خصوصی کاربران، چه چیز ما را وامی دارد تا عکس بگیریم و با غریبه‌هایی که نمی‌شناسیم به اشتراک بگذاریم؟ اینستاگرام توانست خطوط قرمزی که پیش از این در زندگی شرقی و اسلامی هموطنان ما وجود داشت را از بین ببرد و منجر به از بین رفتن حیای عمومی در جامعه گردد.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

- مدل شدن به هر قیمتی، باید بدانیم که فرهنگ حاکم بر صنعت مدلینگ، فرهنگی مبتنی بر خواسته‌های پوج انسان مدرن غربی است و ورود آن به جوامعی اصیل مانند جامعه ما را که در پیشینه فرهنگی خود همواره به جامعه‌ای بارز و با عفت شناخته می‌شود، یک هنجارشکنی بزرگ تلقی می‌شود.
- نزدیک شدن به فرهنگ عوام یا همان توده‌های رسانه‌ای، بخشی از اندیشمندان حوزه ارتباطات و جامعه‌شناسی معتقدند رسانه‌های نوین مردم را به توده تبدیل کرده‌اند. عواملی که هیچ آگاهی خاصی و اختیاری در انتخاب سبک زندگی خود ندارند و تحت تأثیر فضای رسانه‌ای عمر می‌گذرانند.
- پیدایش نگرش‌ها و باورهای تازه در فرهنگ عامه مردم، این نگرش‌ها ممکن است مثبت و یا منفی باشد، که اگر مدیریت فرهنگی به دنبال نداشته باشد قطعاً به سمت منفی گرایش می‌یابند.
- فواید وجود اینستاگرام
- اینستاگرام فاصله‌ها را از میان بر می‌دارد و شما را به دوستان و دنیای جذاب شخصی خود و دیگران نزدیک‌تر می‌کند.
- با دوستان زیادی هم زمان در ارتباط هستید.
- روزمرگی و اتفاقات زندگی خود را به اشتراک می‌گذارید و از تازه‌ترین خبرهای جهان در تمامی حوزه‌ها مطلع می‌شوید.
- صفحات و علاقمندی‌های خود را می‌یابید و آنها را دنبال می‌کنید.
- می‌توانید به مدت ۲۴ ساعت ویدئو و عکس استوری کنید و کاربرانتان را از موضوعی خاص مطلع سازید.
- به دوستان خود پیام خصوصی دهید و از دیده‌ها، شنیده‌ها و یافته‌های خود و دیگران بهره بگیرید.
- عکس‌ها و ویدئوهایتان را به اشتراک بگذارید.
- برندها و مشاغل کوچک و محلی را دنبال کنید و به آسانی مایحتاج خود را تهیه نمایید.
- همبستگی و همدلی جهانی، تولید هنری و خود ازاری بدون محدودیت زمان و مکان در اینستاگرام وجود دارد.
- افزایش حس شهرت و دیده شدن توسط اشتراک گذاشتن تصاویر و فیلم‌های زندگی و کاری و کسب اعتبار اجتماعی در جوامع مختلف
- پیدا کردن نقطه اشتراک بین خود و دیگران و ارتقاء همبستگی اجتماعی از طریق کامنتها و صفحات مشترک
- کسب مهارت در عکاسی و فیلم برداری و بهبود بخشیدن این هنر و باروری خلاقیتها
- مستند سازی رویدادهای روزمره و ثبت لحظات خوش زندگی خود و دیگران
- رایگان بودن کلیه اطلاعات، اخبار و رویدادهای موجود در آن.
- فرصت آموزش را برای کلیه اقشار جامعه و مردم، این فرصت حتی برای کودکان، نوجوانان، جوانان دور افتاده‌ترین مناطق نیز فراهم می‌شود.
- گسترش بازار کسب و کار و رقابت سالم بین خرده فروشها، بسیاری از فروشگاهها، مغازهها و شرکتها توانسته‌اند در این شبکه‌های مجازی اجتماعی برای خودشان صفحه یا پیج ایجاد نمایند و به معرفی محصول خود بپردازند و مشتریان زیاد و واقعی بدست آورند و با هم صنفان خود به رقابت بپردازند.
- تأثیر و نقش مدیریت فرهنگی
- بخواهیم یا نخواهیم، اینستاگرام آمده است تا بماند. این اپلیکیشن منافع بالقوه بسیاری به همراه دارد اما همزمان می‌تواند خالق پیامدهای نامیمونی هم باشد. اینستاگرام به خودی خود سبب انزوا، حسادت یا افسردگی نمی‌شود بلکه نحوه استفاده از آن می‌تواند زندگی اجتماعی یا شخصی ما را دستخوش پیامدهای نامناسب کند، در اینجاست که نقش و حضور



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

مدیریت فرهنگی پرننگ و حضورش واجب می‌گردد. نگاه تک بعدی به هر وسیله‌ای می‌تواند آدم را از حقیقت دور کند. امروزه معنی لغوی فرهنگ مدنظر نیست و عمدتاً ابعاد جامعه شناسانه، مردم شناسانه و روان شناسانه آن در نظر گرفته می‌شود. عناصر فرهنگ، چه به صورت عادات اجتماعی جلوه گر شوند و چه به صورت روش زندگی یک جامعه تظاهر بیابند، مهم تأثیر آن آفرینش، نگاهداری، تداوم و همبستگی میان افراد یک جامعه است (پهلوان، ۱۳۷۹). هر چه زمینه فرهنگی یک جامعه نسبت به سایر فرهنگ‌ها غنی‌تر باشد و هر قدر جوامع از بستر فرهنگی قوی‌تر و غنی‌تری برخوردار باشد، به همان نسبت از توسعه‌ای جامع‌تر و محیطی سالم‌تر برخوردار خواهند بود (رحیمی، ۱۳۸۰).

نتیجه گیری کلی

- با برنامه ریزی‌های فرهنگی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت، می‌توان گام‌های اثربخشی در جهت گسترش سبک زندگی اصولی و انسانی برداشت.
- ترویج اندیشه‌های مطابق با آرمان‌های کشور و علایق جوانان از طریق گسترش شبکه‌های جذاب و اثرگذار و تبلیغات مکفی از طریق انواع رسانه‌ها و شبکه‌های ارتباطی موجود در کشور و بیان مزایای حاصل از آنها و رصد بازدهی و عملکرد ناشی از آن در بازه‌های زمانی مشخص.
- طراحی سیستم نرم افزار و تصمیم ساز برای ارائه گزارش‌های تحلیلی مورد نیاز از روی داده‌های خام شبکه‌های اجتماعی، ضروری‌ترین نیاز در فضاهای مجازی به شمار می‌آید، این سیستم علاوه بر شناسایی عقاید، پایگاه‌های اجتماعی، نیازها و تمایلات اعضای شبکه‌ها، مسیر اهداف و راهبرد مدیریت فرهنگی را مهیا می‌سازد.
- بیشترین راه‌های آشنایی جوانان با انواع شبکه‌های اجتماعی را شناسایی و در جهت همان مسیرها و گلوگاهها اقدامات فرهنگ سازی از قبیل پوشش، تغذیه، نوع نگرش و طراحی برنامه‌های اوقات فراغت و... صورت پذیرد.
- مدیران فرهنگی بایست معایب و مضرات سبک زندگی لذت گرایانه، منفعلانه را در قالب انتشار فیلم‌ها، حوادث واقعی و زندگی گذشتگان بازگو و منتشر نمایند و مزایای برجسته سبک زندگی آرمان گرایانه، دانش خواهانه را گسترش و توسعه بخشند.
- مدیریت فرهنگی می‌تواند با برنامه ریزی و دسته بندی بسته‌های فرهنگی نحوه پوشش، تغذیه صحیح، چگونگی گذران اوقات فراغت و قیاس سالم و ناسالم و آشنایی با مزایا و معایب پیامدهای ناشی از آنها، جوانان را در جهت مسیر صحیح انتخاب قرار داده تا خود بهترین را برگزینند و از هر گونه تحمیل خودداری نموده و در تمامی ابعاد به فرهنگ غنی کشورمان و تاریخ با تمدن گذشتگانمان اشاره نمایند.
- از دیگر اقدامات مؤثر مدیریت فرهنگی در جوامع، جلوگیری از توسعه و گسترش تجملات، اسراف، چشم هم چشمی و عدم گسترش فرهنگ غربی منافات با ارزشهای ملی است که باید سبک زندگی ساده و بی‌آلایش، تبلیغ و اجرا گردد.
- تمامی موارد ذکر شده لازم و ضروری است اما کافی نیست، حاکمان جامعه، مدیران و مسئولین جامعه خیلی بیشتر از شبکه‌های مجازی در سبک زندگی یک ملت تاثیرگذارند، یکی بودن حرف و عمل و اقدامشان، ساده و سالم زیستن، کاهش فسادهای اقتصادی، ایجاد زیرساختهای مناسب توسعه اقتصادی، صدا و سیمای کشور، راست گویی و یک رنگی مسئولین، داشتن قوه قضایی باعدالت و مقتدر در کشور، طرز تفکر نسل جوان و نسلهای آینده، گسترش و توسعه فناوری‌ها و تکنولوژی‌های نوین روز دنیا و دسترسی آسان به کلیه منابع علمی معتبر، بالا رفتن سطح تحصیلات و ... عوامل بسیار مهم دیگری هستند که علاوه بر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی یک ملت تاثیرگذارند.

منابع:



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

- ۱- افراسیابی، محمدصادق، ۱۳۹۰، (مطالعات شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان)، تهران، انتشارات سیمای شرق.
- ۲- اکبری، الهام، (تاریخچه شبکه‌های اجتماعی)، وبلاگ یادگیری الکترونیکی.
- ۳- الطافی، هادی، ۱۳۹۸، (تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی)، جامعه شناسان جوان، چاپ ۳۱، خردادماه.
- ۴- پهلوان، چنگیز، ۱۳۷۹، (مبانی سیاست برنامه‌ریزی فرهنگی با نگاهی به طرح جامع آمارگیری در ایران)، از کتاب فرهنگ، سیاست و توسعه در ایران امروز، تهران: نشر دال.
- ۵- تامپسون، جان بروکشایر، ۱۳۸۰، (رسانه‌ها و مدرنیته، نظریه اجتماعی رسانه‌ها)، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، نشر سروش.
- ۶- جعفری، محمدتقی، ۱۳۷۹، (فرهنگ پیرو، فرهنگ پیشرو)، تهران، موسسه تدوین و نشر آثار علامه جعفری.
- ۷- رحیمی، حسین، ۱۳۸۰، (نقش فرهنگ در توسعه پایدار، گفتمان سیاسی اقتصادی)، شماره ۱۶۷ و ۱۶۸.
- ۸- شکاری نمین، شیدا، حاجیانی، ابراهیم، ۱۳۹۳، (بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر سبک زندگی جوانان)، مجله مدیریت فرهنگی، سال هشتم، شماره ۲۶.
- ۹- معینی علمداری، جهانگیر، ۱۳۸۴، (هویت و مجاز: تأثیر هویت اینترنت)، فصلنامه مطالعات ملی، سال ششم، شماره ۴.
- ۱۰- مهدی پناه، احمد، حسنی، ابوالفضل، اسد الهی، صادق، شجاعی، محمد، ۱۳۹۴، (بررسی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر سبک زندگی و هویت دینی جوانان)، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم رفتاری و اجتماعی.
- ۱۱- هنری، لثوبی و دیگران، ۱۳۸۳، (اوقات فراغت و سبک‌های زندگی جوانان)، ترجمه مرتضی ملانظر و فرامرز ککولی دزفولی، سازمان ملی جوانان، تهران، انتشارات نسل سوم.