



فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی
سال پنجم، شماره ۳ (پیاپی: ۲۱)، پاییز ۱۴۰۱

بررسی جامعه‌شناسی کارکردها و آسیب‌های شبکه اجتماعی کلاب هاووس

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۷

کد مقاله: ۳۵۷۴۷

پرنیا رضی پور^۱

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی جامعه‌شناسختی کارکردها و آسیب‌های شبکه اجتماعی کلاب هاووس می‌پردازد. توجه به شبکه اجتماعی کلاب هاووس به دلیل نوپدید بودن و همچنین ترویج فرهنگ گفتمانی موضوع ضروری در جهت شناخت عقاید کاربران در فضای مجازی است. پژوهش حاضر به دلیل بررسی در محتوای اتاق‌های شبکه اجتماعی کلاب هاووس از روش تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته و جامعه آماری آن گفتمان رد و بدل شده در شبکه اجتماعی کلاب هاووس است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مؤلفه‌های نظری: تبادل نگرش‌ها، رفع حصر اجتماعی گروه‌ها، سرگرمی، برگزاری آیین‌ها و دسترسی به محتوای آموزشی از کارکردهای مفید این شبکه است. همچنین مؤلفه‌های نظری ترویج خرافات و بی‌هنگاری اخلاقی، هویت دروغین برخی از کاربران، جدل و نزاع کلامی، اعتیاد و وابستگی مجازی از کثر کارکردها و ضعف‌های این شبکه به شمار می‌رود.

واژگان کلیدی: شبکه اجتماعی، کلاب هاووس، کارکردها، کثرکارکرد.

۱. دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد تهران مرکز. (نویسنده مسئول) parniya641@gmail.com

امروزه فضای مجازی و بدین معنی آن شبکه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی انسان‌ها مبدل شده‌اند، به‌گونه‌ای که با گسترش فناوری جدید و تولد گوشی‌های هوشمند، دیگر هر فردی زمان زیادی از اوقات روزمره خود را صرف گوشی همراه و برنامه‌های متصل به آن می‌کند. از طرفی شبکه‌های اجتماعی متنوعی را در دهه‌های اخیر شاهد هستیم که هریک کاربرانی بی‌شماری را به خود مشغول نموده‌اند. این شبکه‌های اجتماعی هر کدام با اهدافی از سوی سازندگان آن روانه بازار دیجیتال می‌شوند و توجه افراد بی‌شماری را به خود معطوف می‌کنند. کلاب‌هاوس یکی از نوظهورترین شبکه اجتماعی موبایلی به شمار می‌رود که در حال گسترش در کشورهای مختلف جهان است. این شبکه اجتماعی در آوریل ۲۰۲۰ در ایالات متحده راهاندازی شد و دارای طیف گسترده‌ای از کلوب‌ها و اتاق‌های مجازی با قابلیت مکالمه در موضوعات مختلف است. در این اپلیکیشن برخلاف سایر شبکه‌های اجتماعی اغلب می‌توان از گفتگو برای برقراری ارتباط استفاده نمود و کاربران طریق مکالمه با یکدیگر متصل می‌شوند. در این شبکه اتاق‌های مختلفی با موضوعات گوناگونی وجود دارد که همه اتفاق‌ها در آن عمدتاً به صورت زنده و همزمان از طریق گفت‌و‌گوین افراد رخ می‌دهد. نکته حائز اهمیت دیگر در مورد شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس، حضور افراد سرشناس و سیاستمداران در این شبکه اجتماعی است که موجب استقبال کاربران برای شنیدن برخی از دیدگاه‌ها در این شبکه اجتماعی شده است. به تعییری می‌توان این گونه استبطان نمود که نوعی تعامل متقابل و بی‌پرده میان نگرش‌های مختلف از جمله تکفارات سیاسی و عموم جامعه فراهم شده و افراد می‌توانند به آسانی با یکدیگر تعامل برقرار نموده و با نطق نظرها یکدیگر آشنا گردند. از طرفی می‌توان اذعان نمود که شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس بر گسترش فرهنگ گفتمان اثر می‌گذارد چرا که اعضاء و کاربران این شبکه با مباحثه و مناظره‌هایی که در این شبکه انجام می‌دهند به تمرين گفت‌و‌شوند پرداخته و خود را برای پذیرش فرهنگ گفتمانی و انتقادی آماده می‌کنند. نکته درخور توجه دیگر آن است. هرچند این شبکه‌های اجتماعی نوپدید علاوه بر کارکردها مثبت دارای کث کارکردها و ضعف‌های هستند که منجر به ایجاد مسئله و آسیب‌های بر پیکر جامعه و فرهنگ می‌شوند که جای بررسی و تأمل بیشتری دارد؛ با توجه به آنچه گفته شد، شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس به عنوان یکی از نوظهورترین شبکه‌های اجتماعی در جامعه ایرانی محسوب می‌شود که کاربران مختلفی آن را دنبال می‌کنند و طیف های مختلفی نگرشی، قومیتی، سنی را به سمت خود جذب کرده است؛ لذا بررسی کارکردها و کث کارکردهای این شبکه دارای پر اهمیت است. در همین راستا با استفاده از رویکرد کیفی به تحلیل شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس پرداخته خواهد شد.

۲- نگاه اجمالی بر تاریخچه شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی یکی از اصطلاحات پرکاربرد در عصر جدید است. بهطوری‌که از پیشرفته‌ترین تا دورافتاده‌ترین مناطق با یکی از شبکه‌های مختلف اجتماعی آشنایی حداقلی دارد. درواقع رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌های ارتباطی شخصی هستند که از گفت‌وگوها و مبادلات بین فردی به شیوه جدید و منحصر پشتیبانی می‌کنند. بدین معنا که رسانه‌های اجتماعی رابطه بین افراد را تسهیل می‌بخشد. پلتفرم‌های آن نوعی شبکه فرهنگی هستند که امکان بهاشتاراک‌گذاری ایده‌ها، باورها، عقاید و احساسات را فراهم می‌کنند و هنجارها و ارزش‌های خلق می‌کنند که شکل دهنده رفتار کاربران در این فضای است. برگس و همکارانش (۲۰۱۸) باور دارند که اصلاح رسانه اجتماعی به معنای تسهیلگر ارتباط و همکاری بین کاربران است. در نظر آن‌ها مقصود از فناوری رسانه‌های اجتماعی، آن دسته از پلتفرم‌های دیجیتال، خدمات و برنامه‌های کاربردی هستند که بر همگرایی اشتراک‌گذاری محتوا، ارتباط عمومی و اتصال بین فردی بناسه‌داند (حسنی، ۱۳۹۸: ۳۴).

از سویی تاریخ ظهور رسانه‌های اجتماعی، با ایجاد نخستین اجتماع مجازی در سال ۱۹۷۸ آغاز شد؛ یعنی زمانی که دو دانشمند به نام مورای تورووف و استار روکسانه هیلتز سیستم مبادله اطلاعات الکترونیک (ای.آی.ای. اس) را در مؤسسه فناوری نیوجرسی بنیان نهادند. در سال ۱۹۹۵ سایت هم‌کلاسی‌ها تحول جدیدی در دنیای مجازی ایجاد کرد. رانی کونرادز مبدع شبکه هم‌کلاسی است. این شبکه یک موقیت مهم محسوب می‌شود؛ چراکه به کاربران اجازه می‌داد با دوستانشان در ارتباط باشند و از زندگی آن‌ها باخبر شوند. در شبکه هم‌کلاسی، برخلاف شبکه‌های امروزی مسئله اصلی آن نبود که با چه کسی می‌توانم ارتباط داشته باشم بلکه پرسش این است که من با کدام هم‌کلاسی‌ام می‌توانم ارتباط داشته باشم. یکی معایب این شبکه آن بود که کاربران نمی‌توانستند برای خود پروفایل ایجاد کنند اما می‌توانستند جمعی صمیمی از هم‌کلاسی‌های دوران ابتدایی را پیداکردن و ارتباط برقرار کنند. رویکرد این شبکه بسیار موقیت‌آمیز بود و اکنون نیز با پیش از ۴۰ میلیون کاربر جایگاه خوبی را در میان شبکه‌های اجتماعی به دست آورد.

شبکه اجتماعی دیگری در سال ۱۹۹۷ ابداع و نام آن سیکس دگریز^۱ نامیده شد. این سایت به کاربران خود امکان می‌دهد که پروفایل مختص خود را خلق کرده، فهرستی از دوستان خود تهیه کنند و به جستجو دوستان خود بپردازند. در سال ۲۰۰۲ جاناتان آبرامز، برنامه‌نویس کانادایی رایانه، سایت فرنندستر^۲ را بنیان نهاد. فرنندستر برای کمک به این که دوستان یتوانند باهم ملاقات کنند، طراحی شده بود و نخستین شبکه‌ای بود که به یک میلیون عضو رسید (بودی و الیسون، ۲۰۰۷: به نقل حسنی، ۱۳۹۸: ۴۴).

بعدها شبکه لینکدین^۱ و نظری آن تجربه جدیدتری از فضای مجازی آنلайн را برای کاربران ایجاد کردند روش‌هایی که در آن کاربران می‌توانستند پروفایل‌ها و صفحات عمومی خود را شخصی کنند. بالین وجود با ایجاد فیس‌بوک^۲ در سال ۲۰۰۴ فضای مجازی روند فرایندهای را در زندگی افراد بازی نمود. فیس‌بوک به سرعت خود را به عنوان یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان رساند (شاه، ۲۰۱۶). ظهر فیس‌بوک در سال ۲۰۰۴ دوره جدیدی از نحوه تعامل آنلайн را میان افراد مختلف منجر شد. امروزه با گستره شدن فضای مجازی جدید، کاربران طیف گسترده‌ای از سیستم‌عامل‌ها و شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی در نوک انگشتان احساس می‌کنند. یوتیوب^۳، به عنوان یک سایت اشتراک‌گذاری ویدئو در سال ۲۰۰۵، توسط استو چن، چادهاری و جاوید کریم ابداع شد. این سایت به کاربران خود امکان می‌دهد تا ویدئوهای خود را بارگذاری و همچنین ویدئوهای دیگران را مشاهده کنند. اینستاگرام^۴ عمدتاً به عنوان یک شبکه اجتماعی جدید برای اشتراک‌گذاری عکس شناخته می‌شود و اساساً این شبکه یک برنامه مبتنی بر تلفن همراه و گوشی‌های هوشمند است که کاربران قادرند با گرفتن عکس و استفاده از ابزارهای مختلف شکل ظاهری تصاویر را تغییر داده و فوراً آن‌ها را با دوستان مختلف اجتماعی به اشتراک بگذارند (جانت^۵ و همکاران، ۲۰۱۴). نخستین نسخه اینستاگرام در اکتبر ۲۰۱۰ راه‌اندازی شد و به سرعت، محبوبیت کسب کرد چنان‌که به بیش از ۱۰۰ میلیون کاربر تا آوریل ۲۰۱۲ و ۳۰۰ میلیون کاربر تا دسامبر ۲۰۱۴ رسید (فیگرمن، ۲۰۱۴). این شبکه توسط کوین سیسترم^۶ و مایک کرایگر^۷ پایه‌گذاری شد. شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس^۸ یکی از جدیدترین شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی به شمار می‌رود، این شبکه اجتماعی بر پایه گفت‌و‌گوی صوتی است. این برنامه در سال ۲۰۲۰ توسط پل دیویسون و روہان ست از راه‌اندازی شد. چیزی که کلاب‌هاوس را از اینستاگرام متفاوت می‌کند؛ نبود، عکس و ویدئو است، این اپلیکیشن صوتی است. همچنین، همه چیز اغلب زنده و هم‌زمان در این شبکه اجتماعی اتفاق می‌افتد. از طرف همان طور که پیش تر گفته شد در نسخه‌های به روز شده این اپلیکیشن امکاناتی نظری خبیط و ذخیره سازی محتوا اتاق‌ها و چت فراهم شده و کاربران می‌توانند از این امکانات بهره‌مند شوند.

۳. مبانی نظری و چارچوب مفهومی

برخی محققان عقیده دارند که کارکرد به معنای نقش یا اثری است که هر پدیده در زنجیره‌هایی از پدیده‌های کلان که با آن مرتبط است باقی می‌گذارد. دروکیم در کتاب تقسیم‌کار اجتماعی، کارکرد را به همین معنا بکار برده است (توسلی، ۱۳۹۱: ۲۱۷).

ویلیام اسکیدمور معتقد است بهترین راه برای فهمیدن این واژه، درنظرگرفتن آن به عنوان یک اثر است و فونکسیون هر عملی، اثر آن است. البته در باور مرتن کارکردهای اجتماعی را می‌توان به دو دسته کارکرد آشکار و پنهان تقسیم نمود.

از منظر جامعه‌شناسی کارکرده‌گرایانه هر پدیده‌ای می‌تواند با توجه به اثری که بر روی عناصر اجتماعی می‌گذارد دارای کارکرد مثبت و یا منفی باشد. از این منظر رسانه‌های اجتماعی و به اخص شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس نیز می‌تواند دارای کارکردها و کژ کارکردهایی باشد که شناخت و بررسی آن برای محققان امری ضروری است. اگرچه باید به این نکته اشاره کرد که در بحث رسانه‌های اجتماعی و خصوصاً شبکه اجتماعی نظری اینستاگرام و کلاب‌هاوس کارکردها و ضد کارکردها با توجه به فرهنگ اجتماعی جوامع و نحوه استفاده کاربران از این شبکه‌های اجتماعی معنا می‌یابد. بدین معنا که زمینه فرهنگی فردی که در یکی از شهرهای ایالات متحده زندگی می‌کند و سبک زندگی او با فردی که در ایران زندگی می‌کند بسیار متفاوت است؛ و زمینه فرهنگی امری موثر در شکل گیری ذهنیت و نگرش اجتماعی است. در واقع نگرش‌های دینی، شرایط و سبک زندگی، امکانات و شرایط اقتصادی، اجتماعی و به طور کلی فرهنگی در شکل گیری من اجتماعی و ذهنیت فردی او دخیل هستند. از طرفی تکنولوژی‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی متنوع نظری کلاب‌هاوس همانند چاقو دو لبه‌ای است که می‌تواند با توجه به استفاده آن دارای کارکرد مثبت یا مخرب (آسیب)^۹ باشد. از منظر جامعه‌شناسی کژ کارکرد یا کارکرد منفی اصطلاحی است که برای اشاره به تنش‌های موجود در ساختار اجتماعی به کار می‌رود. درحقیقت چیزی به عنوان کژ کارکرد شناخته می‌شود که در عملکرد نظام و ساختار اجتماعی اختلال یا مانع ایجاد می‌کند (مارشال، ۱۳۸۸: ۳۱۸).

1 LinkedIn

2 Facebook

3 YouTube

4 Instagram

5- Chante

6- fiegerman

7- Kevin Systrom

8- Mike Krieger

9 Clubhouse

۱- آسیب در لغت سختی و زخم تعریف شده و در مطالعات جامعه‌شناسی از علوم زیستی و پژوهشکار وام گرفته شده که آسیب را نقص یا ضریب‌های به سیستم بدن توصیف می‌کند و مبتنی بر تشابهی است که داشمندان بین بیماری و آسیب‌های اجتماعی اقسامی شوند (خسروپناه، ۱۳۸۸: ۲۶۴). آسیب‌های اجتماعی نقص مزه‌های فرضی جامعه (شع، قانون، اخلاق، و عرف) است که موجب شکل‌گیری هراس و نگرانی و خلل اجتماعی می‌شود و به تعبیر دورکمی هم‌ستگی جمعی و اجتماعی را تضعیف می‌کند، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی را نادیده می‌گیرد و به بی‌سامانی می‌انجامد. برخی از صاحب نظران کچ روى را معادل آسیب‌های اجتماعی تعریف نمودند که به انحراف جامعه از ارزش‌ها و هنجارها توجه دارد.

از بعد دیگر، هنری جنکینز، عقیده دارد: که مهم‌ترین ویژگی رسانه‌های اجتماعی جدید این است که آن‌ها رسانه‌هایی گسترش پذیر تلقی می‌شوند؛ بدین معنا که مصرف کنندگان نقش فعالی در توزیع و گسترش محتوا ایفا می‌کنند. از طرفی در این رسانه‌های گسترش پذیر این منطق استوار است که اگر محتوا توزیع و اشاعه نیاید محاکوم به فناست. (جنکینز و همکاران، ۲۰۱۳ به نقل فوکس، ۱۴۰۰: ۱۰۲). این شبکه‌ها از مخاطبانی برخوردارند که به طور فعالانه جریان‌های رسانه‌ای را شکل می‌دهند و بر این اساس نیز فرهنگ را بیشتر از گذشته مشارکتی می‌سازند. جنکینز استدلال می‌کند که رسانه‌های جدید مصرف کنندگان را توانند و به بخش جدایی ناپذیری از این شبکه‌ها مبدل می‌کند. او فرهنگ مشارکتی را به عنوان فرهنگی تعریف می‌کند که در آن طرف داران و سایر مصرف کنندگان در ایجاد و گردش محتوا جدید به طور فعالانه‌ای مشارکت می‌کنند (جنکینز، ۲۰۰۸ به نقل فوکس، ۱۴۰۰: ۱۰۳).

۴. پیشینه پژوهش

هر تحقیق علمی باید با آگاهی و مرور تحقیقات پیشین انجام گیرد تا محقق با شناخت نتایج و یافته‌های این تحقیقات آگاهی خود را تعریف و ابعاد آن را مشخص کند (کیوی و کامینهود، ۱۳۷۸: ۳۶). از طرفی پژوهش‌های تجربی محدودی در مورد شبکه اجتماعی کلاب هاوس، از نقطه نظرهای متفاوت انجام پذیرفته است که در ادامه به تناسب ارتباطشان با پژوهش حاضر، بدان اشاره می‌شود (Wadim Strielkowski, 2021). در مقاله‌ای با عنوان پذیره کلاب هاوس: آیا به اجتماعی دیگری نیاز داریم؟ محقق این پژوهش عقیده دارد که شبکه اجتماعی کلاب هاوس در زمان همه‌گیری اپیدمی کرونا فضای را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهد که به صورت روان درمانی گروهی دیجیتال عمل می‌کند چرا که افراد مشکلات خود را با صحبت کردن با آنها حل کنند. Hart, 2020 در مقاله‌ای با عنوان کووید ۱۹ یک بیماری همه گیر عقیده دارد که فاصله‌گذاری اجتماعی یک مکانیسم کلیدی در تلاش جهانی برای کاهش سرعت گسترش COVID-19 در نظر گرفته می‌شود. با این حال، فاصله‌گذاری اجتماعی ممکن است به طور ناخواسته منجر به انزوای اجتماعی و تشدید تهایی شود. ارتباطات مبتنی بر اینترنت مانند ویدئو کنفرانس جایگزین بسیاری از تعاملات فیزیکی سابق شده است (Mutschler, 2021).

در تحقیقی با عنوان پاسخ اتاق‌های کلاب هاوس به چالش‌های کاربران و سازگاری با بیماری کرونا، این پژوهش نشان می‌دهد که فضای کلاب هاوس خص پیامدهای روانی-اجتماعی که در زمان اپیدمی کرونا به وجود آمده روان بیهود می‌بخشدند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که COVID-19 فرضی را برای کلوب‌ها و سایر سازمان‌های مبتنی بر جامعه فراهم کرده است تا برای رفع نیازهای اعضای خود ایجاد نوآوری کنند (Strielkowski, 2021). در تحقیقی با عنوان کلاب هاوس یک شبکه اجتماعی دیگر؟ عقیده دارد که اپیدمی کرونا و شرایط قرنطینه بودن بر محبوبیت این شبکه اجتماعی افزوده است. خلعتبری و مظفری (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان بررسی ابعاد بروز و ظهور پلتفرم کلاب هاوس در ایران معتقدند که بین پلتفرم دارای ویژگی‌های منفی ای از جمله: فرآگیر نبودن، فقدان قابلیت آرشیوی، دموکراتیک نبودن رسانه (در اتاق‌های گفتگو حق اقلیت به رسمیت شناخته نمی‌شود)، کم بودن تعداد کاربران آن نسبت به سایر پلتفرم‌های موجود، تک حسی بودن (پلتفرم صرفاً صوتی- رادیو ۲۴ ساعته)، آمریکایی بودن پلتفرم و تهدید اثرگذاری روی انتخابات (انتخابات مجازی- رسانه‌ای) و به چالش کشیدن صدا و سیما است. در پژوهش‌هایی که بیان شد اغلب به مفاهیمی همچون پذیره کلاب هاوس، نقش رسانه‌ها نوظهور در زمان اپیدمی کرونا، پاسخ اتاق‌های کلاب هاوس به کاربران در مورد اپیدمی کرونا، شبکه کلاب هاوس و یک شبکه اجتماعی نوظهور در زمان دیگر و بررسی ابعاد بروز و ظهور پلتفرم کلاب هاوس در ایران پرداخته شده است اما پژوهش حاضر از بعدی دیگری نظر بررسی کارکردها و کثر کارکردهای شبکه اجتماعی کلاب هاوس خواهیم پرداخت.

۵- روش پژوهش

در تحقیق حاضر برای پی بردن به محتوای اتاق‌های در شبکه اجتماعی کلاب هاوس از روش تحلیل محتوا (کیفی) استفاده شد. لذا برای دستیابی به محتوای گفتمان‌ها پس از انتخاب نرم‌افزار مناسب که همان شبکه اجتماعی کلاب هاوس است به نمونه‌گیری و ثبت تحلیل مدت ۶ ماه اتاق‌های کلاب هاوس را دنبال کرده و به دسته بندی موضوعات و محتوا پرداخته‌ایم و این کار را تا رسیدن به مرحله اشباع نظری که روند تحلیل به مقولاتی جدیدی رهنمون نشود و تکرار مقولات شایع ادامه داده است. در این روند چنان‌که روش کار اقتضاء می‌کرد؛ پس از مدیریت داده‌ها در مرحله درگیری با داده‌ها کدگذاری صورت گرفت و بر اساس کدگذاری به دسته بندی اتاق‌ها پرداخته است. محقق در این پژوهش با نشان دادن مراحل انجام پژوهش و نحوه استخراج مقوله‌ها و ارائه جداول تلاش نمود تا نشان دهد که داده‌های استخراج شده معرف اطلاعات به دست آمده در شبکه اجتماعی کلاب هاوس هستند.

۶. یافته‌ها

کارکردهای شبکه اجتماعی کلابهاوس در این بخش به برخی از کارکردهای مثبت شبکه اجتماعی کلابهاوس در جامعه ایرانی، می پردازیم که به شرح زیر است:

جدول ۱ - کارکردها شبکه کلاب هاووس

مفهوم اصلی	زیر مقوله اصلی	مفهوم لغتی
تبادل نگرش ها و عقاید	نگرش های سیاسی، اجتماعی، انتقادی، علمی، دینی، فردی	اتاق های با محتوای مسایل روز و مباحثه های اجتماعی، سیاسی، خبری، حوادث
رفع حصر اجتماعی و هم اندیشی گروهها	گرد همایی و مخفی برای گروهها	فرصتی برای گروهها مختلف، گروهها متزوی، به حاشیه رانده شده و ایدئولوژی ها و نگرش های مختلف
طرح ایده های جدید و همکاری با افراد متخصص	همکاری و آشنایی میان افراد صاحب ایده و حرفه	طرح ایده های جدید در زمینه های کاری و شغلی، گرفتن مشاوره، زمینه ساز برای همکاری
برگزاری آینین ها به صورت مجازی	اعیاد و مناسک مذهبی و ملی	مانند ایجاد اتاق های در زمان اعیاد مذهبی مسلمانان مانند رمضان، انجام دعا، مراسم و مناسک دینی، محروم
دسترسی به محتوای آموزشی	آموزش همگانی و رایگان	آموزش های تخصصی مانند کسب و کار، زبان های خارجی انگلیسی، گویش ها و زبان های محلی، آموزش در مورد بهداشت فردی و اجتماعی و...
سرگرمی	گذران اوقات فراغت	انواع بازی ها نظیر مافیا، شعر خوانی، موسیقی، و...

۶- اینزادی، درجهت اینزادی، درجهت تبادا، نگاشتها

کلاب هاووس یک شبکه اجتماعی مبتنی بر گفتگوی صوتی است. در این شبکه اجتماعی نوظهور، کاربران به مکالمه، مصاحبه و گفتگوهای صوتی افراد مختلف گوش می دهند. در واقع همان طور اشاره شد؛ گفتگو می تواند مهره متصل کننده افکار و تبادل نگرش ها در جامعه باشد. از طرف آنچه نکته مثبت شبکه اجتماعی کلاب هاووس به شمار می رود، تقویت فرهنگ گفتمان است چرا که تقویت فرهنگ گفتمانی در جامعه ایرانی امری مهم به نظر می رسد. از طرفی شبکه اجتماعی کلاب هاووس را می توان یک انقلاب گفتمانی در روابط ایرانیان دانست چرا که احزاب و گروه های مختلف فکری و اجتماعی می توانند در یک محفل مجازی و عام پسند گرد هم جمع اوری نموده و به گفتگو در مورد مسائل مختلف پیر بازند، این امر می تواند منجر به مفاهمه و درک مشترک گروه ها گردد. در واقع هر چه گروه ها در یک محیط مناسب به گفتگو پیر بازند، می توانند نقاط مشترک خود را شناخته و بیشتر به هم نزدیک شوند. چرا که بسیاری از مجادلات قومی و گروهی از عدم شناخت و پیشادواری های نادرست نشات می گیرد. لذا این دورهمی مجازی می تواند فرصتی مناسب برای تبادل نگرش ها و شناخت بیشتر فراهم آورد. از طرفی برقراری ارتباط در شبکه اجتماعی کلاب هاووس برخلاف شبکه اینستاگرام بر پایه گفتمان و صوت است که منجر شده افراد با خیال آسوده به ارائه عقاید و ترجیحات پیر بازند؛ چرا که رسانه های تصویر محور مانند اینستاگرام امکان قضاؤت، پیشداوری و مقایسه اجتماعی نسبت به چهره و پوشش و حتی سیک زندگی افراد وجود دارد ولی در شبکه اجتماعی کلاب هاووس آنچه اغلب مورد ارزیابی قرار می گیرد، نگرش ها و نظرات افراد و گروه هاست. از این جهت شبکه کلاب هاووس به عنوان یک مزیت برای مت佛کران و صاحبان اندیشه به شمار می رود و هر چه افراد مهارت بیشتری در سخنوری داشته باشند با محبوبیت بیشتری در این شبکه روبرو خواهند بود.

۶-۲- اینزاید، در جهت رفع حصر اجتماعی

مفهوم حصر اجتماعی در آثار ماقس وبر^۱ مطرح شد و بار دیگر فرانک پارکین^۲ جامعه‌شناس بریتانیایی احیاء شده است. وبر حصر را یکی از ایازراهای می‌دید که طبقات مالک و تاجر از طریق آن در طول پیوستار مشروعیت بخشیدن و بازتوبلد فرصت‌های زندگی خود در جهت طبقه و گروههای منزلتی حرکت می‌کنند. در نظر او حصر از دو طریق کنارگذاری و در برگیری عمل می‌کند و ممکن است بر اساس معیارهای فردگرایانه یا جمعی شکل می‌گیرند و بنیان آن را قدرت یک گروه در جلوگیری از دسترسی گروهی دیگر به پاداش یا فرسته‌های مثبت زندگی بر اساس معیاری است که گروه دیگر به پاداش یا فرسته‌های مشیت زندگی را در برمی‌گیرد. فایندهای حصر اجتماعی متضمن به حاشیه کشاندن (کنارگذاری) و هم چنین جذب (در برگیری) است (مارشال، ۱۳۸۸؛ ۱۴۶). از سوی بررسی محتوای شیکه کلاب‌هاوس نشان می‌دهد که این شبکه اجتماعی با توجه به قابلیت و توانایی که دارد؛ فرصتی به افراد و گروههای مختلف اجتماعی می‌دهد که موانع اجتماعی برای سخن‌گفتن و شنیده‌شدن مرتفع نموده و به عنوان مجموعی پای، سخنوار، سخنوار، گروهها، مختلف باشد. همان طور که بیشتر، تراشاه شد فضای، شیکه کلاب‌هاوس، مر، تواند فرصت،

برای گروههای منزوی و رانده شده برای ابراز وجود و ترویج عقاید بدهد. از طرفی دیگر این هم اندیشی می‌تواند آستانه پذیرش انتقادی و تحمل گروههای مختلف را در مواجهه با گروههای دیگر بالاتر ببرد.

۶-۳- ابزاری در جهت طرح ایده‌های جدید و همکاری با افراد متخصص

یکی از کارکردهای شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس این است که موجب شنیده‌شدن ایده‌ها و اندیشه‌های جدید و نوین می‌شود. از طرفی آشنایی با افراد متخصص موجب همکاری میان افراد صاحب ایده و حرفة می‌شود. تحلیل محتوای اتاق‌های موجود در شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس نیز نشان می‌دهد که افراد از این طریق می‌توانند ایده‌های جدید خود را به اشتراک گذاشته و از طرفی با طرح‌های جدید نیز آشنا شوند. در واقع افراد با سهولت بیشتری به افراد متخصص دسترسی پیدا کرده و یا با شنیدن مباحث مطرح شده در اتاق‌های کلاب‌هاوس با ایده‌های جدید آشنا شوند. در واقع اتاق‌های گفتگو در کلاب‌هاوس طیف گسترده‌ای از موضوعات مربوط به اهداف کسب‌وکار را پوشش می‌دهد و افراد می‌توانند با افرادی که دارای عالیق‌مشترک هستند ارتباط دوستانه‌ای برقرار کنند؛ و از این طریق با افرادی در یک زمینه خاص دارای تخصص هستند آشنا شوند.

۶-۴- ابزاری در جهت برگزاری آیین‌ها به صورت مجازی

بررسی محتوای اتاق‌ها در شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس نشان می‌دهد که برخی از اتاق‌ها با توجه به مراسم آیینی و مذهبی در این فضا ایجاد می‌شود به عنوان مثال در زمان اعیاد مذهبی مسلمانان در زمان ماه رمضان، محرم، مراسم دعا به گفتگو و اشاعه مناسک می‌پردازند. از طرفی برخی از اتاق‌ها با توجه به فرهنگ‌های بومی و محلی در این فضا ایجاد می‌شودو برخی از قومیت‌ها با توجه به فرهنگ بومی و زبانی خود اتاق‌های را دایر می‌کنند و از طریق با هم زبانان خود ارتباط برقرار می‌کنند.

۶-۵- ابزاری در جهت دسترسی بیشتر به محتوای آموزشی

شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس امکان دسترسی به مطالب آموزشی رایگان را برای افراد فراهم می‌کند که معمولاً از دسترسی به این امکانات دور هستند. بررسی اتاق‌های که توسط کاربران ایرانی در شبکه کلاب‌هاوس نیز نشان می‌دهد اتاق‌های بی‌شماری با محتوای آموزشی هستند مانند اتاق‌های که به زبان انگلیسی، بهداشت، سلامت و محتوای مشاوره روان‌شناسی می‌پردازند که می‌تواند برای دیگر کاربران مفید واقع شود. برای نمونه در یکی از اتاق‌های کلاب‌هاوسی مدیران اتاق به طور روزمره به آموزش و مکالمه زبان می‌پرداختند و کاربران در یک تجربه مشترک همگانی آموزش زبان را فرا می‌گرفتند که علاوه بر تاثیرات انگیزشی موجب دسترسی به آموزش رایگان برای کاربران می‌شد. در واقع یکی از مزایا تکنولوژی نوین و هوشمند و به تبع آن شبکه‌های اجتماعی نوظهور سهولت دسترسی به اطلاعات و فراهم نمودن شرایط آموزش از راه دور است. در گذشته و در بسیاری از مناطق محروم فاقد اینترنت یک دانش آموز برای دستیابی به آموزش‌های همگانی نظیر مدرسه و معلم و حتی کتاب باید مسافت زیاد و هزینه سرسام آور را تحمل می‌شد تا به این امکانات دست یابد؛ اما با پیشرفت تکنولوژی و دسترسی افراد به اینترنت و گوشی‌های همراه مسافت خانه تا مدرسه فقط چند کلیک طی می‌شود و افراد علاوه بر معلمان خود، می‌توانند با دیگر معلمان نیز در تعامل باشند. همان طور که گفته شد در کلاب‌هاوس نیز اتاق‌های مرتبط با آموزش وجود دارد که افراد می‌توانند به صورت رایگان بهره شوند. اگر چه بیشتر آموزش‌ها در کلاب‌هاوس به صورت آموزش‌های عمومی است و کمتر رنگ تخصصی به خود گرفته ولی این امکان برای معلمان و دانش آموزان وجود دارد که در صورت تمایل اتاق‌های آموزشی خصوصی را ایجاد نمایند.

۶-۶- ابزاری در جهت سرگرمی

بخشی دیگری که در اتاق‌های کلاب‌هاوس ایرانیان وجود دارد، بخش سرگرمی است که موجب شده جذابیت بیشتری به این شبکه اجتماعی دهد، این بخش خود به موضوعات متنوعی مانند اتاق‌های با محتوای جوک و تقليد صدا، بخش بازی‌ها، و موسیقی و ورزش تفکیک می‌شود. در این اتاق‌ها کاربران با توجه به عناوین اتاق، وارد این اتاق‌ها می‌شوند و ساعات خوشی را با کاربران دیگر طی می‌کنند. از طرفی در بخش سرگرمی بازی مافیا دارای مخاطبان بسیاری در فضای کلاب‌هاوس است و مخاطبان علاقه بیشتری برای انجام این بازی در کلاب‌هاوس نشان می‌دهند به طور کلی در اتاق‌های مرتبط با سرگرمی اغلب به جوک گویی، تقليد صدا، بازی‌ها نظیر (مافیا)، شعر خوانی، موسیقی پرداخته می‌شود.

همان طور که بهتفصیل در مورد کارکردها و کثر کارکردهای شبکه اجتماعی شرح داده شد هر شبکه اجتماعی علاوه بر مزیت‌ها و آثار مثبت می‌تواند در صورت استفاده نادرست کاربران دارای آثار مخرب و آسیب‌های می‌باشد که منجر به تخریب روابط اجتماعی و ضربه به عناصر فرهنگی گردد. در این بخش به برخی از نقاط منفی شبکه کلاب‌هاوس در جامعه ایرانی می‌پردازیم که به شرح زیر است:

جدول ۲- کژ کارکردها و نقاط ضعف

مفهوم	زیر مقوله اصلی	زیر مقوله فرعی
هویت دروغین	سوءاستفاده از کاربران	دادن القاب دروغین مانند دکتر، مهندس یا متخصص، نشر اکاذیب، آنلاین بودن برای شنیدن مباحث، زمانبودن مباحث
وابسته بودن به زمان	زمانبودن اتاق ها	نزاع کلامی، توهین، افتراء، وسط حرف هم پریدن، بی نظمی، دلخوری، دامن زدن به حاشیه ها
جدل و نزاع کلامی	مناقشه به جای مباحثه	ورود به تمام مباحث، اظهار نظر غیر تخصصی، غیر علمی و غیر منطقی
پدیده همه‌چیزدانی	توهم دانایی	ساعت های زیادی از روز را به این فضا اختصاص دادن. تغییر روابط زندگی افراد، تغییر سبک زندگی، روابط غیر واقعی
اعتباد به فضای مجازی	وابستگی شدید	ترویج روابط غیر اخلاقی و جنسی، مزاحمت از طریق مزاحمت تلفنی و پخش آن در محیط کلاب هاوس، ایجاد حاشیه و دعوا برای جذب فالور، ترویج فال و طلسما.
ترویج خرافات و بی‌هنجری	بی‌هنجری	بی‌هنجری اخلاقی

۶-۷- هویت دروغین و سوءاستفاده از کاربران

یکی از کژ کارکردها و آسیب‌های شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس این است که برخی از افراد با ایجاد هویت دروغین و دادن القاب دکتر و مهندس جایگاه علمی و اجتماعی که شایسته آن نیستند را به خود منتسب می‌کنند. در واقع با استفاده از جایگاه علمی دروغین به سوءاستفاده از کاربران دیگر می‌پردازند. از طرفی برخی افراد در این شبکه اجتماعی و با راهاندازی اتاق‌های پرمخاطب و چالشی سعی در رسیدن به شهرت و معروفیت می‌کنند تا به بدین‌وسیله شهرتی را برای خود دست‌دویان کنند. اگرچه هرچند در شبکه کلاب‌هاوس برخلاف شبکه اینستاگرام گرفتن تبلیغات و مسائل اقتصادی وجود ندارد ممکن است برخی از افراد از این فضا دیده‌شدن و جذب افراد با عنوان متخصص به سوه استفاده از کاربران می‌پردازند. در واقع یکی از نقاط ضعف شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس عدم راست آزمایی هویت افراد است و تنها ملاک شناخت افراد بررسی بیوگرافی و پروفایل است؛ لذا این فرصتی را به برخی از افراد می‌دهد که با دادن القاب کذب به اعتبار علمی و شهرت دروغین دست یابند.

۶-۸- وابسته بودن به زمان و زمانبودن

یکی از نکات حائز اهمیت دیگر در شبکه اجتماعی وابسته بودن به زمان است به این معنا که اغلب باید همه به صورت آنلاین حضور داشته باشند تا بتوانند از محتوا استفاده کنند. هرچند در نسخه بروز شده این شبکه اجتماعی امکان ذخیره وجود دارد ممکن است این امکان برای مدیران اتاق قرار داده شده و مدیران اتاق در صورت تمایل می‌توانند محتوا اتاق را ذخیره کرده و امکان بازبینی برای دیگر کاربران ایجاد شود. در واقع در صورت عدم تمایل مدیران در زمان پخش آنلاین این امکان از مخاطبان دیگر گرفته می‌شود. لذا هنوز می‌توان عنوان نمود که وابسته بودن به زمان یکی از خصیصه‌های اصلی این شبکه محسوب می‌شود. از دیگر نقاط ضعف این شبکه اتلاف زمان و زمان‌بر بودن است. درواقع برای دنبال کردن یک بحث باید ساعتها زمان بگذران؛ تا در نهایت به جمع بندی از گفتگوهای حاصله بررسی و این مستلزم یک زمان چندین ساعته است. در برخی از موارد نیز آنقدر مباحث از موضوع اصلی اتاق دور می‌شود و بحث‌ها به حاشیه کشانده می‌شود که مخاطبان اتاق احساس خستگی و سردرگمی می‌کنند از طرفی بی‌نظمی در مدیریت و عدم عدالت در میزان دادن میکروfon به مخاطبان یکی از گلایه‌های رایج در این فضا است. برای نمونه امکان دارد مدیر یک اتاق کلاب‌هاوسی به یک فرد مورد نظر خود بدون رعایت ضوابط اتاق و گفتگو اجراه گفتگو چندین ساعته دهد و یک کاربر دیگر باید ۷ ساعت منتظر باشد تا نوبت برای اظهار نظر پیدا کند و این موجب خستگی و دلسوزی مخاطبان دیگر اتاق می‌شود.

۶-۹- جدل و نزاع کلامی

یکی از کژ کارکردها و آسیب‌های شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس عدم انتقاد پذیری در گفتگو است که منجر به بی‌نظمی اتاق می‌شود. بدین معنا که تعصب و پافشاری برخی از افراد بر نظرات خویش و عدم نقدهای پذیری موجب نزاع کلامی می‌گردد و در نتیجه افراد با توهین و فحاشی نسبت به طرف مقابل نظم و ثبات اتاق را بر هم زده و موجب رنجش و آزدگی کاربران دیگران می‌گردند.

۱۰-۶- پدیده همه‌چیزدانی

از دیگر نکات منفی که در شبکه کلاب هاوس ایرانیان مشاهده می‌شود؛ پدیده و یا بهنوعی سندروم همه‌چیزدانی است. در واقع افراد و کاربران وقتی در یک زمینه تخصص لازم دارند تصور می‌تواند در هر زمینه‌ای نظر داده و اصرار کاذب بر تحمیل عقاید و نگرش‌های خود دارند. یکی از عواملی که بر پدیده همه‌چیزدانی بیشتر دامن می‌زند این است که فرد سخنور احساس می‌کند اگر در مورد مسئله اقرار به ندانستن و بی اطلاعی کند مور قصاویت و تمسخر دیگران در اتاق قرار می‌گیرد. چرا که احتمال دارد به او برجسب بی سعادی زده و او توسط اعضای دیگر گروه طرد شود. لذا تلاش می‌کند در مورد مسائل مختلف اظهار نظر کرده و نقش فعالی در گروه داشته باشد. این خود موجب اظهار نظر غیر تخصصی و منطقی می‌شود.

۱۱-۶- اعتیاد به فضای مجازی و محیط شبکه کلاب‌هاوس

پژوهش‌های مختلفی نشان می‌دهد که استفاده طولانی مدت و نادرست از فضای مجازی به اعتیاد اینترنتی می‌شود. در واقع محققان بر این باورند که افسردگی یکی از مهم‌ترین نتایج استفاده طولانی مدت از شبکه‌های اجتماعی است. در نظر آن‌ها استفاده طولانی مدت از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بر سلامت روانی کاربران تأثیر مخربی بگذارد (تریفیرو، ۲۰۱۸). برای نمونه در تحقیقاتی سان، روین و هاریداکیس (۲۰۰۸) و همچنین، برایانت و همکاران (۲۰۱۳) انجام داده اند به این نتیجه رسیده اند که افراد متصل به شبکه‌های اجتماعی وابستگی بیشتری را نسبت به افراد دیگر تجربه می‌کنند. یکی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی متصل به شبکه‌های اجتماعی وابستگی شدید به این شبکه اجتماعی است. به گونه‌ای که فرد چنان شیوه‌ای این شبکه‌ها شده که فقلان آن موجب نگرانی و اضطراب افراد می‌شود. اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی چنان در سال ۲۰۲۱ مشهود است که اختلال قطع ۶ ساعته برخی از شبکه‌های اجتماعی در ۱۲ مهر سال ۱۴۰۰ در شبکه‌های نظیر اینستاگرام و واتساپ و فیسبوک موجب نگرانی و اضطراب کاربران این شبکه‌ها شد و در زمان اختلال در این شبکه‌ها کاربران زیادی به شبکه کلاب‌هاوس رهمنون نمود و اتاق‌های بسیاری با موضوعیت اختلال اینترنتی شبکه‌های اجتماعی ایجاد شده است. در این اتاق‌ها کاربران تجربیات و احساسات خویش را نسبت به این قطبی اعلام کرده و با هم به گفتگو در این باره پرداختند؛ طبق گفته‌های افراد اکثر آنها احساسات هیجانی مشابه ای نظیر احساس بی‌هویتی، تنهایی، تشویش را تجربه می‌کردند. در واقع یکی از گمانه‌های می‌تواند این نکته باشد که تنهایی اجتماعی و یا ارزوا اجتماعی موجب شده افراد بیشتر به ریسمان شبکه‌های اجتماعی چنگ زند؛ به گونه‌ای که افراد با قطع یکباره این زنجیره اتصال احساس دلهره و تشویش می‌کنند.

۱۲-۶- اعتیاد اینترنتی و تغییر روابط خانوادگی

نکته در خور اهمیت دیگر این است که با ورود شبکه‌های اجتماعی در زندگی افراد روابط اجتماعی و خانوادگی و بهتیع آن فرهنگ اجتماعی در حال تغییر سریع و مضاعفی است. با اتصال شبکه‌های اجتماعی به گوشی‌های هوشمند کمتر خانواده‌ای وجود دارد که با شبکه‌های اجتماعی آشنا نباشد. در واقع جذابیت فریبند و کارکردهای متفاوت شبکه‌های اجتماعی موجب شده نیازهای سلایق و علایق مختلف را پاسخ گفته و طیف مختلف افراد را در زنجیره مجازی و شبکه‌ای خود وصل نموده است. نیاز به شنیدن شدن، نیاز به دیده‌شدن، نیاز دانستن، نیاز به معرفی شغل و صفت و حتی نیاز اوقات فراغت و سرگرمی نیازهای است که در این شبکه‌ها بدان پاسخ داده می‌شود و این موجب می‌شود فرد ساعتها در این دنیا مجازی زمان بگذارد و از زندگی حقیقی و روابط با نزدیکان واقعی خود غافل شود. بدین مصداق فرد ساعتها در گیر روابط اجتماعی در دنیای مجازی می‌شود. با آنچه که گفته شد می‌توان این‌گونه استنباط نمود که فضای مجازی موجب روابط پارادوکسیکال می‌شود؛ چراکه در فضا مجازی روابط غیر واقعی واقعی به نظر می‌رسد و روابط واقعی کم اهمیت جلوه دهد. در واقع روابط صمیمانه چندی بعدی مجازی میان افراد موجب شده اعضا عخانواده احساس می‌کنند نقطه اشتراک کمتری باهم دیگر دارند و در نقطه مقابل افرادی غریبه ای را می‌یابیم که احساس تعلق بیشتری بدان‌ها می‌کنیم. بی‌گمان کمبودهای عاطفی و اجتماعی افراد در وابستگی افراد در دنیای مجازی موثر است. در نظر افراد دنیای مجازی به عنوان پناهگاهی برای فرار از معایب و ناکامی دنیای واقعی نگریسته می‌شود.

۱۳-۶- ترویج خرافات و بی‌هنjarی اخلاقی

یکی از کژکارکردهای شبکه اجتماعی کلاب‌هاوس وجود اتاق‌های است که به ترویج فال، دعا و خرافات می‌پردازد. در واقع برخی از افراد سودجو سوار بر موج شبکه‌های اجتماعی شده و از این طریق به ترویج عقاید خرافی و تبلیغات رفتارهای ناپنهنجارانه خود می‌پردازد از طرفی بسیاری از مخاطبان این اتاق‌ها دختران و پسران جوانی هستند که از افرادی که در اتاق‌ها با عنوان طالع بین، فال گیر، آینده نگر سراغ آینده خویش را می‌گیرند. فردی که داعیه پیش بینی و آینده نگری دارد با پرسیدن اسم و مشخصات و شنیدن صدای مخاطب در چند ثانیه از آینده او خبر می‌دهد. این پدیده ناپنهنجار متسافانه در کلاب‌هاوس مخاطبان بسیاری دارد و موجب شده اتاق‌های متعددی با عنوان طالع بینی و فال گیری ... در شبکه کلاب‌هاوس ایجاد شود. از طرفی اتاق‌های با محتوای بی‌هنjarی و غیر اخلاقی در این فضای دیده می‌شود که به عنوان کژکارکردهای این فضا محسوب می‌شود برای مثال

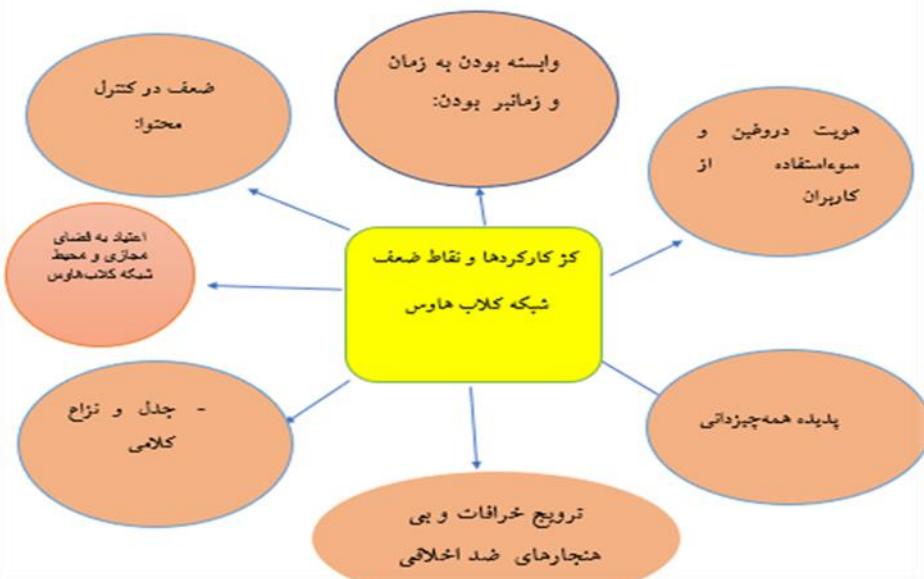
اثاق های که به ترویج روابط غیر اخلاقی، مزاحمت از طریق مزاحمت تلفنی و پخش آن در محیط کلاب هاوس دست می زند این امر موجب عادی سازی ناپنهنجاری در جامعه می شود، چرا تا زمانی که ناپنهنجاری ها نزد کنشگران اجتماعی، امری زشت و غیر منطقی جلوه کند؛ میزان ارتکاب انحراف اجتماعی و تخطی از آن کاهش خواهد یافت. انکاس کج روی ها در رسانه ها و شبکه های اجتماعی در عادی شدن ناپنهنجاری در جامعه تأثیر بهسزایی دارد؛ زیرا فرد ضمن اطلاع از نقص هنجارها تو سط رسانه ها، در می باید که هنجارهای اجتماعی که به نظر وی غیرقابل تخطی بودند، قابل عبور و شکستن است که این امر موجب عادی سازی آن در جامعه می شود.

۷- نتیجه گیری

پژوهش حاضر به بررسی جامعه شناختی کارکردها و کژ کارکردهای شبکه اجتماعی کلاب هاوس می پردازد . توجه به شبکه اجتماعی کلاب هاوس به دلیل نوشه بودن و ترویج فرهنگ گفتمانی موضوع ضروری در جهت شناخت عقاید و بررسی واکنش کاربران در فضای مجازی است. پژوهش حاضر با بررسی اثاق های کاربران ایرانی در شبکه کلا ب هاوس به دنبال پاسخ به این سوال است که کارکردها و کژ کارکردهای شبکه اجتماعی چه هستند؟ و چه پیام های اجتماعی را بیان می کند؟ نتایج این پژوهش نشان می دهد که مؤلفه های نظیر: تبادل نگرش، رفع حصر اجتماعی گروههای سرگرمی، برگزاری آینین ها و دسترسی به محتوای آموزشی از کارکردهای مفید این شبکه به شمار می آیند. همچنین مؤلفه های نظیر ترویج خرافات و بی هنجاری اخلاقی، هویت دروغین و جعل عنوان، جدل و نزاع کلامی، اعتیاد و وابستگی مجازی از کژ کارکردها و ضعفهای این شبکه اجتماعی است . در مبحث کارکرده ای نکته حائز اهمیتی که باید بدان اشاره نمود این است که کاربران در این شبکه های اجتماعی جدید و نوشه بور برخلاف سایر رسانه های ارتباط جمعی نظیر: تلویزیون و رادیو احساس انفعال و عدم کنشگری کمتر می کنند چرا که کاربران در وهله اول احساس اجبار نمی کنند در واقع کاربران خود در این شبکه های اجتماعی گردانندگان اصلی و در حال تولید محتوا و انتشار آن هستند. بدین معنا که در شبکه های اجتماعی جدید نظیر توییتر، فیسبوک، اینستاگرام و کلاب هاوس نقش اصلی برای ساخت محتوا و انتشار آن بر گردن کاربر نهاده است و کاربران احساس آزادی مضعفتی نسبت به دنیای حقیقی را تجربه می کنند . در واقع همان طور که هنری جنکیز، عقیده داشت: کاربران در شبکه های اجتماعی جدید، کنشگرانی فعل، آزاد، خلاق، سازنده و پویا محسوب می شوند که خود خالق محتوا هستند. از طرفی تنو و تکثر محتوا در این شبکه های اجتماعی به گونه ای است که هر فردی متناسب با سلایق و علائق خود می تواند از محتوا موردنظر خویش بهره گیرد که می تواند در اتحاد و انسجام گروهی، عقیدتی مهم جلو کند.



در بحث کژ کارکرده ای و آسیب های شبکه های اجتماعی باید بدین نکته اشاره نمود که این ضعف ها در فضای مجازی که منجر به ایجاد مستله و آسیب های بر پیکر جامعه و فرهنگ می شود؛ بدین معنا که شبکه های اجتماعی همیشه در جهت انسجام و کارکرد اجتماعی عمل نمی کنند و گاهی در مقام ضد ارزشی گام بر می دارند و بر علیه فرهنگ و ارزش های اجتماعی دست به تولید محتوا می زند؛ بدین سان که به عنوان بازویان ایدئولوژیکی ضد ارزشی به اشاعه و ترویج عقاید منتخب می پردازند، در واقع، در این مقام برخی از شبکه های اجتماعی همانند کارخانه ای هستند که محصول تولید شده آن ها نه کالاها بلکه ایده ها و اندیشه های نسخه پیچ شده ای است که با آن به جذب مخاطب و جمع آوری اطلاعات کاربران برای افراد و سازمان های خاص می پردازند. آن ها با دست کاری و ساختن محتوا دروغین و تولید محتوا افراد را به سمت خود می کشند. در واقع این گونه می توان استبانت نمود که شبکه های اجتماعی از این منظر به سان تارعنکبوتی عمل می کنند یعنی با جذابیت فریبنده افراد را به سمت خود کشیده و این گونه است افراد ناخواسته در تارهای چسبنده این شبکه ها گرفتار می شوند.



به طور کلی با آینچه از گفته شد، ضرورت و اهمیت شبکه‌های اجتماعی غیر قابل کتمان و در حد قابل توجه ای غیر قابل چشم پوشی است؛ لذا برای کاهش آسیب‌ها و کژکار کردهای شبکه‌های اجتماعی نظریه کلاب هاوس و بهره‌وری مفیدتر از این شبکه‌ها نظاهرهای خود را به سلاح آگاهی و شناخت مجهز نمود و همگام با شبکه‌های اجتماعی نوین زینه لازم را برای آموزش افراد جامعه فراهم آورد تا بین طریق از آثار سوء و تأثیر فکری جامعه در مواجهه با این شبکه‌ها جلوگیری به عمل آوریم.

منابع

۱. توسلی، غلام عباس (۱۳۹۱). نظریه جامعه‌شناسی، تهران: سمت.

۲. حسینی، حسین (۱۳۹۸). رسانه‌های اجتماعی اینستاگرام زندگی روزمره و فرهنگ دیداری، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.

۳. خلعتبری، محمد حسین، مظفری، افسانه، (۱۳۹۹). بررسی ابعاد بروز و ظهور پلتفرم کلاب هاووس در ایران. مطالعات رسانه ای، دوره ۱۵، شماره ۴ - شماره پیاپی ۵۱، ص ۱۸-۷

۴. خسروپناه، ع. (۱۳۸۸). آسیب شناسی دین پژوهی (Vol. 1): سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی کریستین، فوکس (۱۴۰۰) رسانه‌های اجتماعی: خوانش انتقادی، ترجمه حسین بصیریان چهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات، چاپ دوم.

۵. کیوبی، ریموند و کامپنیوود، لوک وان (۱۳۷۸) روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی) مترجم عبدالحسین نیک گهر. ناشر توپیا.

۶. مارشال گوردون (۱۳۸۸). فرهنگ جامعه‌شناسی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: نشر میزان.

7. 8. Fiegerman,s. (2014) instagram tops300 million active users,likely than Twitter.from://mashable.com,Retriieved 10 June 2017.

9. Hale, T., Webster, S., Petherick, A., Phillips, T. and Kira, B. (2020), Oxford COVID-19 Government Response Tracker, Blavatnik School of Government, Oxford, available at: <https://www.bsg.ox.ac.uk/research/research-projects/coronavirus-government-response-tracker> (accessed 24 June 2020)

10. Mutschler, Christina(2021) Clubhouses Response to COVID-19: Member Challenges and Clubhouse Adaptations, Community Ment Health J. 2021; 57(3): 424–437. Published online 2021 Jan 2. doi: 10.1007/s10597-020-00753-x

11. Strielkowski, Wadim, Clubhouse: Yet Another Social Network? (March 08, 2021). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3832599> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3832599>

12. Shah, S. (2016). The history of social networking. Retrieved from

13. Chante, K. Jessica, C. Lindsay, B. Tyler, Q. Robert, P.D. (2014). "Dermatology onInstagram". Dermatology Online Journal, 20(7), p.p 1-6.