

تولید محتوای دینی و فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی



هادی دهقان حسام‌پور*
hdehghan@noornet.net

چکیده

با فراگیر شدن اینترنت و به دنبال آن، شکل‌گیری مفاهیم جدیدی همچون واقعیت مجازی و فضای سایبری، تغییر و تحولات فراوانی در جوامع بشری ایجاد شد و افراد جامعه با دنیای جدیدی روبه‌رو شدند که از آن به «عصر فناوری» تعبیر می‌شود.

این مسئله، با ظهور شبکه‌های اجتماعی و توسعه و گسترش آنها به عنوان بزرگ‌ترین نوآوری و دستاورد بشر در حوزه فناوری، شکل تازه‌ای به خود گرفت و باعث ایجاد تحولات فراوان و چشمگیری در حوزه‌های مختلف: اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و به‌وجودآمدن فرصت‌ها و چالش‌های فراوانی در جوامع بشری شد.

امروزه، شبکه‌های اجتماعی، به دلیل سادگی و بهره‌گیری گسترده از قابلیت‌ها و امکانات تعاملی، مورد توجه و استقبال اکثر افراد جامعه قرار گرفته و عرصه جدیدی را در ارتباطات بشری و برآورده کردن نیازهای اقشار مختلف جامعه فراهم کرده‌اند.

در این نوشتار، با نگاهی گذرا به شبکه‌های اجتماعی و ضرورت فعالیت در آنها، به راهکارها و اصول موفقیت در این بستر محبوب ارتباطی پرداخته شده است تا فعالان فرهنگی با به‌کاربردن راهکارهای ذکرشده و حضور گسترده و مستمر در شبکه‌های اجتماعی، زمینه را برای اشاعه ارزش‌های دینی و ملی و مقابله با آسیب‌های فضای مجازی فراهم نمایند.

کلیدواژه‌گان: فضای مجازی، شبکه اجتماعی، رسانه اجتماعی، راهکاری موفقیت در شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوای فرهنگی.

* کارشناس فرهنگ دینی و تبلیغ - معاونت پژوهشی مرکز نور.

مقدمه

در عصر حاضر، اینترنت، یکی از تأثیرگذارترین ابداعات بشری در حوزه فناوری است که با ویژگی‌های متنوع و کاربردی خود، نقش تعیین‌کننده‌ای نسبت به سایر رسانه‌ها در امر آموزش و فرهنگ‌سازی افراد جامعه داشته است و توانسته با قابلیت‌ها و امکانات گسترده‌ای که روزانه بر وسعت و حجم آنها نیز افزوده می‌شود، جنبه‌های مختلف زندگی بشر را تحت تأثیرات مثبت و منفی خود قرار دهد.

اگرچه این فناوری ابتدا در مجامع علمی، به عنوان ابزاری جهت تبادل اطلاعات و داده‌های پژوهشی مورد استفاده قرار می‌گرفت، اما با گسترده شدن مطالعات ارتباطی و افزایش دانش بشری، توانست به سرعت دایره نفوذ خود را گسترش دهد؛ به نحوی که امروزه به عنوان رایج‌ترین بستر ارتباطی، به صحنه اجتماع کشانده شده است و توانسته با حذف مرزهای زمانی و جغرافیایی و بهره‌گیری از ابزارهای جدید ارتباطی، مفهوم دنیای مجازی را تحقق بخشد و حال و آینده جامعه انسانی را به تسخیر خود درآورد.

شبکه‌های اجتماعی، یکی از جدیدترین و رایج‌ترین محصولات فضای مجازی در عصر فناوری می‌باشند که در دو دهه اخیر و با بهره‌گیری از شیوه‌های تعاملی در بستر اینترنت، گسترش فراوانی پیدا کرده‌اند و تحولات گسترده‌ای را در تمامی شئون زندگی بشر به وجود آورده‌اند.

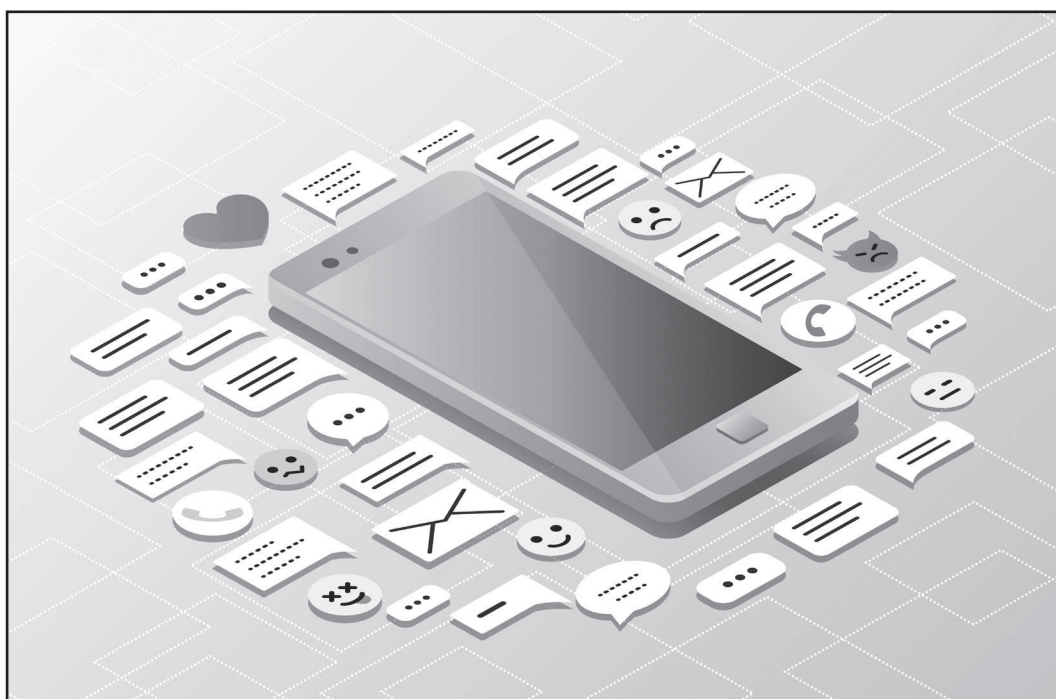
این فناوری جدید در سالیان اخیر به علت بافت جمعیتی، توسعه فناوری، دسترسی آسان، رایج بودن فضای گفت‌وگو و ریشه‌دار بودن فرهنگ گفت‌وگویی، به سرعت در کشور ایران مورد استقبال وسیع و همگانی قرار گرفته و در میان عموم افراد جامعه گسترش پیدا کرده است و به محبوب‌ترین رسانه اجتماعی و اصلی‌ترین ابزار

ارتباطات تعاملی جهت تولید و انتشار گسترده اطلاعات در حوزه‌های موضوعی مختلف تبدیل شده است.

شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند با تکیه بر قابلیت‌ها و ویژگی‌های تعاملی خود، به سرعت در میان اقشار مختلف جامعه رواج پیدا کنند و با فراهم کردن زمینه ارتباطات گسترده و همه‌جانبه افراد در فضای مجازی، تولید و انتشار اطلاعات در این بستر اطلاعاتی را به امری عادی و فراگیر تبدیل نمایند؛ اما

همانند هر نوآوری دیگری، چالش‌های فراوانی نیز در ابعاد مختلف زندگی بشر رقم زده و مشکلات و معضلاتی را در جامعه به وجود آورده‌اند که از آن جمله، می‌توان به توسعه روزافزون گروه‌ها و کانال‌های اجتماعی فراوانی اشاره کرد که با اهداف گوناگون به تولید و انتشار اطلاعات دینی و فرهنگی غیرمستند می‌پردازند و یا با تولید محتوای ضد دینی، به جعل و تحریف ارزش‌های دینی و ملی و ایجاد شک و شبهه در اذهان افراد جامعه پرداخته، باعث وارد شدن آسیب‌های جدی به اصول و مبانی دینی می‌گردند.

از این رو، در بحبوحه این تغییرات گسترده فکری و فرهنگی، ضروری است دست‌اندرکاران فرهنگی جامعه، با حضور فعال و تأثیرگذار در گروه‌ها و کانال‌های اجتماعی و آشنایی با راهکارها و شیوه‌های مناسب تولید محتوا در آنها، ضمن جریان‌سازی از طریق تولید و انتشار محتوای متنق و قابل استناد، زمینه مدیریت هدفمند گروه‌های اجتماعی مختلف را فراهم کرده و با ارائه مطالب سودمند و متعالی، همچون سدی مستحکم در مقابل تهاجم فرهنگی دشمنان عمل نمایند.



تعریف شبکه اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی، ساختاری زنجیره‌ای از گروه‌های فردی یا سازمانی با یک یا چند نوع ویژگی مشترک می‌باشند که بر پایه ارتباطات مجازی در بستر اینترنت، با یکدیگر ارتباط برقرار کرده‌اند و بر اساس اهداف و قوانین از پیش تعریف شده، علاقه‌مندی‌ها، افکار، نظریات و دانش خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند.

تفاوت شبکه‌های اجتماعی با رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی (Social Media) و شبکه‌های اجتماعی (Social Networks)، دو مفهوم نزدیک به هم و با هم‌پوشانی فراوان می‌باشند که با وجود تفاوت‌هایی که دارند، عمدتاً به صورت غلط به جای یکدیگر به کار برده می‌شوند.

در واقع، رسانه‌های اجتماعی، مفهومی عام‌مشمول بر مجموعه‌ای از خدمات و ارتباطات کاربرمحور بر پایه انواع محتوا هستند که برای دستیابی به گروه‌های خاصی از مردم طراحی گردیده‌اند و بر اساس کارکرد، مخاطب، محتوا و سبک ارتباطی دسته‌بندی می‌شوند؛ اما شبکه‌های اجتماعی، یکی از زیرمجموعه‌های رسانه‌های اجتماعی می‌باشند که به عنوان ابزاری برای برقراری ارتباط بین اقشار مختلف جامعه راه‌اندازی گردیده‌اند و در دسته‌بندی ارتباطی این رسانه جای می‌گیرند.

اهمیت شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی که به تعبیری امتداد و ادامه فعالیت‌های اجتماعی در فضای واقعی می‌باشند، توانسته‌اند به دلیل دسترس‌پذیری و بهره‌مندی از قابلیت‌ها و ویژگی‌های تعاملی گسترده‌ای که دارند، محدودیت‌های زمانی و مکانی را از میان برداشته و زمینه دسترسی سریع افراد جامعه را در کوتاه‌ترین زمان ممکن به اطلاعات جدید و روزآمد فراهم نمایند.

این فناوری ارتباطی، به دلیل ماهیتی که دارد، توانسته است با استفاده از ظرفیت‌های گسترده فضای مجازی، نقش بسیار مهم و برجسته‌ای در گسترش و بهبود ارتباطات بین گروه‌ها و افراد مختلف جامعه فراهم کند و از این طریق، فضایی برای تبادل نظریات و اندیشه‌ها، در حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی به وجود آورد.

اگرچه هدف اولیه از تشکیل شبکه‌های مجازی، آسان‌سازی برقراری ارتباطات جمعی بین افراد و گروه‌های مختلف جامعه بوده است، اما در حال حاضر، این فناوری نوین و فراگیر، بخش مهم و انکارناپذیری از زندگی افراد جامعه را به خود اختصاص داده و با پوشش دادن طیف گسترده‌ای از نیازها و فعالیت‌های روزانه کاربران، از قبیل: ارتباطات خانوادگی، آگاهی از اخبار و مسائل روز، کسب و کار، دوست‌یابی، گفت‌وگو در مسائل و موضوعات مختلف، سرگرمی و گذراندن اوقات

شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند
با تکیه بر قابلیت‌ها و
ویژگی‌های تعاملی خود،
به سرعت در میان اقشار مختلف
جامعه رواج پیدا کنند و با
فراهم کردن زمینه ارتباطات
گسترده و همه‌جانبه افراد در
فضای مجازی، تولید و انتشار
اطلاعات در این بستر اطلاعاتی
را به امری عادی و فراگیر
تبدیل نمایند

فراغت، به یکی از محبوب‌ترین فعالیت‌های روزمره مردم جهان تبدیل شده است.

شبکه‌های اجتماعی و آسیب‌های فرهنگی
شبکه‌های اجتماعی در کنار دستاوردهای مثبت فراوانی که با خود به ارمغان آورده‌اند، همانند سایر پدیده‌های نوظهور، پیامدهای ناخوشایندی را نیز به همراه داشته‌اند و مشکلات فراوانی از قبیل: اعتیاد اینترنتی، هرزه‌نگاری، انزوای اجتماعی و نقض حریم خصوصی را برای جوامع بشری ایجاد کرده‌اند؛ اما در میان آسیب‌های گسترده شبکه‌های اجتماعی، آنچه بیشتر از همه در جوامع دینی و اصیل نمود پیدا کرده است، رخنه در فرهنگ و اعتقادات افراد جامعه دینی با هدف سلطه فرهنگی بر آنها می‌باشد.

متأسفانه، امروزه شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با سایر رسانه‌های اجتماعی، به محیطی بسیار

جامعه اسلامی، سبب شده است که اقشار مختلف جامعه، بخش قابل توجهی از وقت خود را در استفاده از آنها سپری کنند و با توجه به جذابیت‌های رسانه‌های اجتماعی، ناخواسته تحت تأثیر انواع اطلاعات منتشر شده در آنها قرار گیرند.

در این میان، دشمنان قسم‌خورده نظام اسلامی با استفاده از این فرصت به‌وجودآمده، نهایت تلاش خود را برای تخطئه ارزش‌های الهی و هجمه گسترده به دین و مقدسات جامعه اسلامی به کار برده‌اند و تلاش می‌کنند فرهنگ و اعتقادات مردم را تحت تأثیر افکار و اندیشه‌های باطل خود قرار دهند.

خطرات و آسیب‌های گسترده شبکه‌های اجتماعی و گرایش بی‌سابقه به استفاده از آنها، باعث شده است که رهبر معظم انقلاب اسلامی در سالیان اخیر توجه ویژه‌ای به مسائل مربوط به این حوزه از فناوری داشته باشند و بر ضرورت حضور تأثیرگذار و جریان‌ساز در این عرصه تأکید نمایند:

«دستگاه‌های مختلفی در فضای مجازی حضور دارند؛ اما حضور در این فضا باید یک حضور جریان‌ساز باشد؛ ضمن اینکه بهترین راه شناسایی

مستعد برای ترویج و تلقین شبهات معرفتی و دینی تبدیل شده‌اند و معاندان از طریق جریان‌سازی و ایجاد هجمه تبلیغاتی، محیط ناسالم و مسمومی را برای کاربران فضای مجازی، به‌خصوص افرادی که از اطلاعات دینی اندک و سواد اطلاعاتی ضعیفی برخوردار هستند، ایجاد کرده‌اند و با شبهه‌افکنی و ایجاد اختلاف در میان فرقه‌ها و اقشار مختلف جامعه اسلامی، به تضعیف باورهای دینی مردم می‌پردازند و از این طریق، آنها را به دلیل نداشتن آمادگی و اطلاعات کافی، اسیر شبهات گوناگون کرده، به سوی فرهنگ منحط غربی سوق می‌دهند.

مضرات این فضای مسموم، اگرچه در ابتدا ممکن است جنبه فردی داشته باشد، اما این مسئله به‌تدریج وارد زندگی واقعی شده و جنبه اجتماعی پیدا می‌کند؛ به‌نحوی که اشخاص با حضور در این فضا، تحت تأثیر تبلیغات آن قرار می‌گیرند و شبهات و انحرافات فکری القاشده را به گروه‌های اجتماعی از قبیل دوستان و اقوام منتقل می‌کنند و با قبح‌زدایی از برخی هنجارهای اجتماعی، ناخواسته در مسیر تحقق خواسته‌های دشمن قدم برمی‌دارند.

جای بسی تأسف است که این مسئله با افزایش کارکردهای شبکه‌های اجتماعی و فراگیر شدن استفاده از آنها در میان عموم افراد جامعه و عدم فرهنگ‌سازی مناسب، شکل ویژه‌ای به خود گرفته است و دشمنان دین و عقیده مردم، برای دستیابی به اهداف شوم خود، با به‌کارگیری تمام توانشان، از این فرصت ایجادشده نهایت استفاده را می‌برند.

ضرورت فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

سهولت در استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی از قبیل شبکه‌های اجتماعی در



و ارتباط با گروه‌های مؤثر فرهنگی و یافتن سؤال‌ها و سرنخ‌های فکری آنان، استفاده از فضای مجازی است» (بیانات در دیدار مسئولان دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ۱۳۹۷/۱۰/۳).

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای همچنین، در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ضمن اشاره به گسترش روزافزون و پُرسرعت پدیده عظیم و بی‌نظیر فضای مجازی و تأکید بر تأثیرگذاری گسترده این بستر اطلاعاتی به عنوان یک قدرت نرم فوق‌العاده در عرصه‌های مختلف، از جمله: فرهنگ، سیاست و اقتصاد، بر حضور گسترده و تأثیرگذار در این بستر اطلاعاتی و تولید محتوای متقن دینی تأکید کرده، می‌فرماید:

«باید با استفاده از توانایی‌ها و استعداد‌های جوان کشور و با سیاست‌گذاری صحیح و اقدامات سنجیده و هماهنگ و بدون ازدست‌دادن زمان، به سمت خروج از حالت انفعال در عرصه فضای مجازی، و حضور فعال و تأثیرگذار و تولید محتوای اسلامی متقن و جذاب حرکت کنیم» (بیانات در دیدار رئیس و اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴/۶/۱۶).

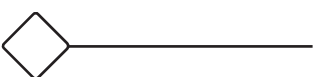
رهبر معظم انقلاب اسلامی فضای مجازی را در حکم یک چاقوی دو لبه می‌داند که علاوه بر منفی که دارد، دارای مضراتی نیز می‌باشد. از این‌رو، به مسئولان فرهنگی توصیه می‌کند که ضمن توجه به آسیب‌های این بستر ارتباطی و پرهیز از برخوردهای انفعالی، زمینه تبلیغ معارف الهی و پاسخگویی به شبهات دینی در آن را فراهم نمایند:

«امروز شما ملاحظه کنید، هر انسانی که فرض کنید یک تبت دستش باشد، با همه افکار و حرف‌های انحرافی می‌تواند روبه‌رو و مواجه بشود؛ حالا به قدری که ظرفیت دارد. با این نگاه، به مسئله نگاه کنید که شما چقدر نقش می‌توانید ایفا کنید. به نظر من، این وسایل رسانه‌ای جدید، هم یک فرصت است، هم یک خطر است؛ فرصت از دو نظر، خطر از یک جهت. خطر از این جهت که ممکن است این حرف‌ها و شبهه‌ها، در ذهن جوان‌ها و در ذهن غیر جوان‌ها اثر بگذارد و اینها را منحرف کند؛ این، جهت خطر است.

اما از دو جهت، فرصت است: یکی اینکه ما مطلع می‌شویم که چه شبهه‌هایی وجود دارد. یکی از مشکلات کار ما، این است که ما شبهه‌ها را نمی‌شناسیم. من می‌بینم خیلی از آقایان محترم، خب با دانشجو مواجه‌اند، [اما] آنچه در ذهن او و در دل او می‌گذرد را نمی‌دانند. ما به برکت فضای مجازی و این رسانه عظیم عمومی می‌توانیم کشف کنیم که چه چیزهایی امروز مطرح است؛ این، یک فرصت [است] که خب، فرصت بسیار بالارزشی است. فرصت دوم هم این است که از همین طریق، می‌توانیم شبهه را برطرف کنیم و آن را از الیه کنیم. بنابراین، اینکه گفت: «هر عُسری، دو یُسر همراهش است»، اینجا این تهدید، دو فرصت همراه خودش دارد که از این دو فرصت باید حداکثر استفاده را کرد» (دیدار جمعی از مدیران و اساتید مؤسسه امام صادق با رهبر انقلاب، ۱۳۹۶/۳/۱).

بنابراین، می‌توان گفت رسانه‌های نوین اجتماعی در کنار آسیب‌ها و خطراتی که

رسانه‌های نوین اجتماعی در کنار آسیب‌ها و خطراتی که با خود به همراه آورده‌اند، ظرفیت‌های جدیدی نیز در امر تبلیغ معارف دینی پیش روی فعالان فرهنگی و مبلغان دینی قرار داده و رسالت ویژه‌ای در خصوص معرفی و دفاع از اسلام و دعوت اقشار مختلف به سوی مبانی این دین آسمانی را بر دوش آنها گذارده‌اند



با خود به همراه آورده‌اند، ظرفیت‌های جدیدی نیز در امر تبلیغ معارف دینی پیش روی فعالان فرهنگی و مبلغان دینی قرار داده و رسالت ویژه‌ای در خصوص معرفی و دفاع از اسلام و دعوت اقشار مختلف به سوی مبانی این دین آسمانی را بر دوش آنها گذارده‌اند که شرط موفقیت در این فضای ارتباطی نوین و تخصصی، همانند سایر عرصه‌های تبلیغی، آشنایی با ویژگی‌ها و اقتضات آن و کسب مهارت و هنر تولید محتوا در این عرصه، متناسب با فهم، ذائقه و سلیقه مخاطب، و نیز آشنایی با ترفندهای تبلیغاتی دشمن در دنیای جنگ نرم می‌باشد؛ مسئله‌ای که همواره مورد تأکید رهبر معظم انقلاب هم بوده است:

«این فرصت، تا امروز کی برای روحانیت وجود داشته؟ علاوه بر این، ابزارهای تسهیل‌کننده، مثل رایانه‌ها و ارتباطات اینترنتی و فضای مجازی و سایبری هم که الآن در اختیار شماست. اگر بتوانید



اینها را یاد بگیرید، می‌توانید یک کلمه حرف درست خودتان را به هزاران مستمعی که شما آنها را نمی‌شناسید، برسانید. این، فرصت فوق‌العاده‌ای است؛ نبادا این فرصت ضایع شود» (بیانات در دیدار علما و روحانیون خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۷/۱۹).

ایشان همچنین، در اولین جلسه درس خارج فقه خود در سال ۱۳۹۵، از فضای مجازی به عنوان یک فرصت استثنایی و بی‌نظیر برای دستیابی به اهداف مقدس نظام اسلامی و رشد و تعالی فرهنگ دینی یاد کردند و علاوه

تبعیت می‌کنند که لازم است فعالان فرهنگی در راستای موفقیت در این رسانه اجتماعی و دستیابی به اهداف خود، با آنها آشنا شوند. برخی از این مؤلفه‌ها، به شرح ذیل است:

الف. تعیین مخاطب هدف

پایه و رکن اساسی هر رسانه ارتباطی را مخاطبان آن تشکیل می‌دهند. در واقع، می‌توان گفت بدون وجود مخاطب، هیچ ارتباطی شکل نمی‌گیرد و انتقال پیام در آن بی‌معنا می‌باشد.

امروزه به دلیل از میان برداشته شدن محدودیت‌های زمانی و مکانی، دایره مخاطبان رسانه‌های نوین ارتباطی در مقایسه با سایر رسانه‌های ارتباطی سنتی، بسیار وسیع و گسترده شده است که این مسئله، نظارت و کنترل بر آنها را سخت‌تر نموده است. از این رو، شرط موفقیت در شبکه‌های اجتماعی، تعیین محدوده مخاطبان هدف و آشنایی با سلايق و ویژگی‌های آنها در راستای تولید محتوای مناسب و اثرگذار می‌باشد.

ب. عضویت اختیاری

مخاطب، مهم‌ترین عامل در موفقیت و ادامه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی به شمار می‌رود؛ اما هیچ‌گاه تعداد مخاطبان یک شبکه اجتماعی یا تعداد بازدید از مطالب آن، دلیل و معیار مناسبی برای ارزیابی و قضاوت در ارتباط با اثربخشی و جذابیت مطالب عرضه شده نیست؛ بلکه این

بر توصیه به آشنایی با فضای مجازی و فناوری‌های مرتبط با آن، بر ضرورت توجه ویژه به حوزه‌های مختلف فضای مجازی و شناسایی و درک آسیب‌های آن و حضور فعال و مؤثر برای خنثاسازی و مقابله با آنها تأکید می‌کنند:

«فضای مجازی، یک صحرای بی‌پایانی است که از همه طرفش می‌شود حرکت کرد... خیلی از ماها مجهز نیستیم، خیلی از ماها نمی‌دانیم؛ نه از جنبه‌های نرم‌افزاری، نه از جنبه‌های سخت‌افزاری. بعضی‌ها با این روش‌های جدید اصلاً آشنایی ندارند، با رایانه و مانند آن، اصلاً آشنا نیستند، معنایش را نمی‌دانند، اهمیت این کار را درک نمی‌کنند. می‌بینیم ما؛ در بین مسئولین هم هستند کسانی که اهمیت این کار بزرگ را به‌درستی و آن‌چنان که باید و شاید درک نمی‌کنند؛ لذا اقدام لازم را انجام نمی‌دهند. ما شورای عالی فضای مجازی درست کردیم برای همین قضیه؛ برای اینکه مسئولان ببینند دور هم بنشینند، فکر کنند، متمرکز کنند اراده‌ها و تصمیم‌ها و اقدام‌های خودشان را برای مواجهه با این حادثه بزرگ. این [فضای مجازی]، یک عرصه‌ای است که دارای منافع بی‌شمار و دارای مضرات بی‌شمار است؛ عرصه فضای مجازی، این جوهری است؛ می‌توان از آن حداکثر منافع را [کسب کرد]. همان کاری که آن دشمن می‌کند، شما [هم] می‌توانید بکنید؛ در جهت عکس؛ [یعنی] مفاهیم اسلامی و معارف اسلامی را پخش کنید؛ بدون هیچ مانع و رادعی که بعضی‌ها از این مردمان مؤمن، جوان‌های مؤمن از معمم و غیرمعمم، روحانی و غیرروحانی - بعضی غیر روحانیون در این زمینه فعال‌تر هم هستند - کارهای بسیار خوبی را انجام می‌دهند» (جلسه درس خارج فقه، ۱۳۹۵/۶/۱۶).

اصول موفقیت در شبکه‌های اجتماعی

شرط اصلی موفقیت در هر رسانه ارتباطی، علاوه بر داشتن هدف و راهبرد منسجم، آشنایی و به‌کارگیری اصول و قواعد حاکم بر آن رسانه می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی نیز به عنوان محبوب‌ترین رسانه ارتباطی در عصر حاضر، از مؤلفه‌های ویژه‌ای

موضوع در صورتی ارزشمند می‌باشد که مخاطبان فعلی با میل و اراده خود، به استفاده از محتوای تولیدی روی آورده باشند و به صورت مستمر، اطلاعات منتشرشده را رصد نمایند.

ج. تولید محتوای متناسب با نیاز مخاطب

هدف اصلی از راه‌اندازی گروه یا کانال در شبکه‌های اجتماعی و تولید و انتشار محتوا در آنها، تأمین نیاز مخاطب و جلب اعتماد اوست. بنابراین، باید پس از شناسایی مخاطب و آگاهی پیدا کردن از نیازهای او، اقدام به تولید محتوا بر پایه خواسته‌ها و نیازهای واقعی مخاطب نمود.

تمرکز بر نیاز مخاطبان و اجتناب از پرداختن به موضوعاتی که صرفاً برای تولیدکنندگان محتوا جذابیت دارد، می‌تواند ضمن اعتمادسازی و ایجاد رابطه‌ای قوی و منسجم با مخاطب، اشتیاق او را برای دنبال نمودن محتوا افزایش دهد؛ البته توجه به خواست و نیاز مخاطب، به این معنا نیست که نویسنده از علایق خود در نوشتن چشم‌پوشی نماید؛ بلکه او باید نیاز واقعی مخاطب را با علاقه‌مندی‌های خود ترکیب نماید و از این طریق، ضمن تولید محتوای جذاب و مخاطب‌پسند، ارتباط قوی‌تری با مخاطب برقرار کند.

د. ارتباط با مخاطب

از آنجا که هریک از مخاطبان شبکه‌های اجتماعی، از ویژگی‌ها و مشخصات منحصربه‌فردی برخوردار می‌باشند و رفتار متفاوتی با اطلاعات منتشرشده انجام می‌دهند، برای جلب توجه آنها نباید به یک روش خاص اکتفا کرد؛ بلکه باید مطالب تولیدی متناسب با ویژگی‌ها و شخصیت مخاطبان هدف، به‌گونه‌ای ارائه شوند که سلیق و نیازهای مخاطبان گوناگون را پوشش دهند؛ به‌عنوان مثال، برخی از مخاطبان که از نظر روانی، بُعد احساسی آنها قوی می‌باشد، به اطلاعاتی که

در بردارنده مطالب احساسی است، واکنش بهتری نشان می‌دهند و از این‌گونه مطالب استقبال بیشتری می‌نمایند؛ اما در طرف مقابل، افرادی که جنبه منطقی شخصیت آنها قوی‌تر است، از مطالبی که به تحلیل و بررسی موضوعات خاص و یا طرح سؤال در ارتباط با مسائل مختلف می‌پردازند، استقبال بیشتری می‌نمایند.

ه. پیش‌گام شدن برای تولید محتوا در موضوعات جدید و پُرطرف‌دار

رصد و شناسایی موضوعات و مصادیق متنوع و پُرکاربرد و پیش‌گام شدن در تولید محتوا بر پایه ایده‌های نو و خلاقانه، نقش بسیار مؤثری در موفقیت یک شبکه اجتماعی و افزایش دامنه مخاطبان آن دارد. بنابراین، می‌توان متناسب با اهداف و سیاست‌های تعریف‌شده و با بررسی کلمات کلیدی در شبکه‌های اجتماعی، و همچنین مطالعه رفتار کاربران، فهرستی از موضوعات چالشی و پُرطرف‌دار را استخراج نمود و به تولید محتوا در ارتباط با آنها پرداخت.

پیش‌گام شدن در پاسخگویی به نیاز مخاطبان و تولید و انتشار محتوا در موضوعات جدید و پُرطرف‌دار، نقش بسیار مهمی در اشتراک‌گذاری مطالب منتشرشده دارد؛ چراکه عمده مخاطبان، از این نوع مطالب استقبال کرده، به‌سرعت آنها را به اشتراک می‌گذارند.

و. برنامه‌ریزی برای تولید و انتشار محتوا
شاید بتوان گفت، پس از جذب مخاطب و مشخص کردن موضوع فعالیت، مهم‌ترین عامل برای استمرار فعالیت یک شبکه اجتماعی، داشتن برنامه‌ای مدون و منسجم برای تولید و انتشار اطلاعات و ثابت‌قدم بودن در تولید محتوای جذاب و اثرگذار و نیز متناسب با نیاز و خواسته‌های مخاطبان می‌باشد؛ زیرا نداشتن برنامه‌ای مشخص و از پیش تعریف‌شده و یا تولید محتوای پراکنده و صرفاً از سر ذوق، علاوه بر ایجاد سردرگمی در مخاطب و عدم تمایل او به دنبال کردن مطالب منتشرشده، باعث دلسردی و هدر رفت انرژی گردانندگان شبکه اجتماعی خواهد شد.

شرط اصلی موفقیت در هر رسانه ارتباطی، علاوه بر داشتن هدف و راهبرد منسجم، آشنایی و به‌کارگیری اصول و قواعد حاکم بر آن رسانه می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی نیز به عنوان محبوب‌ترین رسانه ارتباطی در عصر حاضر، از مؤلفه‌های ویژه‌ای تبعیت می‌کنند که لازم است فعالان فرهنگی در راستای موفقیت در این رسانه اجتماعی و دستیابی به اهداف خود، با آنها آشنا شوند



محتوای مفید و ارزشمند بهره گیرند و جز در موارد خاص، از کپی کردن اطلاعات دیگران خودداری نمایند.

ی. تمرکز بر حضور در یک شبکه اجتماعی

هر شبکه اجتماعی، با توجه به اهدافی که بر پایه آن طراحی و راهاندازی گردیده است، دارای ویژگیها و قابلیت‌های منحصر به فردی است و از اصول و قوانین مشخصی تبعیت می‌کند. در همین راستا، فعالیت‌کنندگان فضای مجازی باید پس از شناسایی مخاطب و کشف مشخصات و ویژگی‌های او، و همچنین نوع محتوایی که قصد تولید و انتشار آن را دارند، از شبکه‌های اجتماعی مناسب برای رسیدن به اهداف خویش استفاده نمایند.

ک. رصد نظرها و پیشنهادهای مخاطبان

از آنجاکه تولید و انتشار مطالب جذاب و ارزشمند، باعث افزایش اشتراک‌گذاری، و در نتیجه، بازدید گسترده کاربران می‌شود، ضروری است تولیدکنندگان محتوا با هدف پاسخگویی به خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان، ضمن برقراری ارتباط گسترده با آنها، به صورت مستمر نظرها و پیشنهادهای کاربران را رصد کنند و با شناسایی دقیق نیازهای آنها و به منظور پاسخگویی به سؤالات احتمالی، به تولید و انتشار محتوای مناسب بپردازند.

ل. پایش دوره‌ای فعالیت‌ها و رفتارهای کاربران

اطلاع یافتن از آمار و ارقام مربوط به مطالب منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی، از قبیل: تعداد مطالب تولیدی، فواصل زمانی انتشار محتوا، تعداد بازدیدها، تعداد اعضای جدید و تعداد مطالب به اشتراک گذاشته شده، کمک فراوانی به فعالان فضای مجازی در برنامه‌ریزی و تعریف راهبردی اثربخش در جهت بهینه‌سازی مطالب تولیدی و موفقیت در شبکه‌های اجتماعی می‌نماید.

ز. تمرکز بر کیفیت به جای کمیت

در عصر کنونی، عنصر زمان، بیشتر از هر دوره دیگری اهمیت پیدا کرده است و دنیای امروز، فرصت هدر دادن آن را به کسی نمی‌دهد. بنابراین، افراد جامعه به دنبال راه‌هایی هستند که فعالیت‌های روزمره خود را در کمترین زمان ممکن به انجام برسانند.

این مسئله، در ارتباط با خواندن اطلاعات منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد و عموم کاربران معمولاً در برخورد با اطلاعات انتشار یافته در این شبکه‌ها، بیش از چند ثانیه برای پی بردن به کیفیت آنها مجال نمی‌دهند؛ حتی اگر مجذوب عناوین محتوایی نیز بشوند، ولی با محتوایی ارزشمند و جذاب روبه‌رو نشوند، از دنبال کردن بقیه محتوا منصرف شده، از خواندن ادامه مطلب دست می‌کشند.

ح. بهره‌گیری از شیوه خودمخاطبی

تمرکز بر ذهن و خواسته مخاطب و برقراری ارتباط با او، اصل بعدی در موفقیت یک شبکه اجتماعی است. در این خصوص، تولیدکننده محتوا باید به جای تمرکز بر توانایی‌ها و دانش خود، به احساسات و نیاز مخاطب معطوف شود و خودش را به جای او قرار دهد؛ به شکلی که نویسنده قادر باشد حداقل به صورت ذهنی، علل همراهی مخاطب با محتوای منتشر شده را پیدا نماید.

ط. تولید محتوا به جای بازنشر مطالب دیگران

امروزه، افزایش مهارت‌ها و سواد رسانه‌ای کاربران، باعث شده است که آنها به آسانی محتوای بازنشر شده را از محتوای تولید شده تشخیص بدهند. از این رو، تولیدکنندگان محتوا در شبکه‌های اجتماعی، باید از توانایی و دانش خود برای تولید

راهکارهای تولید و انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی

هیچ رسانه‌ای از ابتدای شکل‌گیری، مخاطبان فراوانی نداشته است؛ بلکه در طول زمان و با تولید و عرضه محتوای جذاب و مخاطب‌پسند، اعتماد کاربران را جلب کرده است و از این طریق، ضمن تبدیل کاربران بالقوه به مخاطبان و کاربران دائمی، آنها را به استفاده و اشتراک‌گذاری مطالب منتشرشده تشویق نموده است.

محتوای قابل‌عرضه در شبکه‌های اجتماعی، همانند سایر رسانه‌های اجتماعی، دارای ویژگی‌ها و اصول هنری خاص خود می‌باشد که فعالان فضای مجازی باید با در نظر گرفتن این ویژگی‌ها و برنامه‌ریزی اصولی و هدفمند و استفاده از خلاقیت و ایده‌های بکر، اقدام به تولید و انتشار محتوای ارزشمند و تأثیرگذار در این فضا نمایند و از این طریق، زمینه جذب و تعامل با مخاطب را فراهم نمایند؛ به نحوی که مخاطب با دیدن محتوا احساس کند محتوای عرضه‌شده به صورت اختصاصی برای او تولید شده است.

باتوجه به توسعه و گسترش روزافزون قابلیت‌ها و امکانات شبکه‌های مجازی، به‌دست‌آوردن شناخت جامع و کامل از قواعد و اصول تولید محتوا در این بستر ارتباطی، کار بسیار دشواری است؛ اما با وجود این، همواره نکاتی هست که هر نویسنده باید به آنها تسلط داشته باشد و در نوشته‌های خود، آنها را رعایت نماید.

در ادامه، سعی شده است با جمع‌آوری و ارائه اصول کلی تولید محتوای جذاب در شبکه‌های اجتماعی، زمینه‌آشنایی بهتر فعالان فضای مجازی با این ویژگی‌ها فراهم گردد؛ هرچند به علت گسترش فناوری و به‌وجود آمدن رویکردهای جدید، لازم است تولیدکنندگان محتوا در طول مسیر فعالیت خود، ضمن آشنایی و تسلط

بر سایر قواعد و شیوه‌های نوظهور تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی، توانایی‌ها و دانش خود را برای حضور مؤثر و فعال و جذب حداکثری مخاطبان افزایش دهند.

الف. استفاده از عناوین جذاب

همواره اولین بخشی از محتوا که کاربر با آن روبه‌رو می‌شود و او را در انتخاب و مطالعه مطالب انتشار یافته یاری می‌نماید، عنوان مطلب است. از این‌رو، بهره‌گیری از عناوین جذاب و عالی، نقش بسیار مهمی در مشاهده و اشتراک‌گذاری محتوای عرضه‌شده در شبکه‌های اجتماعی دارند.

ب. جذابیت و سادگی محتوا

مهم‌ترین ویژگی یک محتوای خوب و کاربرپسند، سادگی و جاذبه آن در ترغیب مخاطب به مطالعه، و در ضمن آن، ایجاد حس رضایتمندی و برقراری ارتباط صمیمی با آن است؛ به نحوی که کاربر پس از مطالعه محتوا، احساس می‌کند چیزی به دانش یا مهارت او افزوده شده است. این مسئله، باعث افزایش انگیزه و تمایل مخاطب به اشتراک‌گذاری آن با دیگران می‌شود.

ج. اندازه محتواهای تولیدشده

در هر رسانه‌ای، محتوا نقش پلّی برای انتقال پیام نویسنده به مخاطب را ایفا می‌کند. از این‌رو، محتوای تولیدی، هرچه غنی‌تر و مفیدتر باشد و اصول و قواعد حاکم بر آن رسانه در آن بیشتر رعایت شده باشد، نویسنده را در رسیدن به اهداف خود نزدیک‌تر می‌نماید.

از آنجایی که عمدتاً محتوای شبکه‌های اجتماعی از طریق تلفن همراه که نسبت به رایانه‌ها از امکانات محدودتری برخوردار می‌باشند، دنبال می‌شوند، محتوای تولیدی برای انتشار در شبکه‌های اجتماعی علاوه بر اینکه باید از کیفیت و ارزش محتوایی بالایی برخوردار باشد، ضروری است که به صورت خلاصه و کوتاه و متناسب با حوصله کاربران شبکه‌های اجتماعی نیز تولید شود. امروزه، استقبال چندانی از ارائه متون طولانی در شبکه‌های اجتماعی نمی‌شود.

مراکز دینی و فعالان فرهنگی باید در راستای دستیابی به اهداف ذاتی خود که همانا تبلیغ و توسعه فرهنگ دینی می‌باشد، ضمن آشنایی با بسترهای نوین اطلاعاتی، از جمله شبکه‌های اجتماعی و حضور پیوسته و تأثیرگذار در آنها، تهدیدات و آسیب‌های این بستر ارتباطی را شناسایی نمایند و از طریق تولید و انتشار محتوای غنی و ارزشمند، تهدیدات موجود را به فرصت تبدیل کرده و پیش‌نیازهای مقابله با تبلیغات ضد دینی دشمن را فراهم کنند

د. استفاده از داستان و حکایت

از آنجاکه انسان به صورت ذاتی موجودی کنجکاو است، استفاده از داستان و حکایت به دلیل داشتن جذابیت فراوان و ظرفیت گسترده‌ای که در تحریک حس کنجکاو مخاطبان دارد، کمک می‌کند تا فضای نوشته به گونه‌ای تلطیف شود که مخاطب با آن ارتباط نزدیک‌تری پیدا نماید و تمایل بیشتری به دنبال کردن محتوا پیدا کند و در نتیجه، پیام محتوا به صورت ملموس‌تری در خاطرش باقی بماند.

ه. رعایت دقیق نکات ویرایشی و نگارشی

اطلاعات قابل‌عرضه در شبکه‌های اجتماعی، باید ضمن برخورداری از کیفیت مناسب، بدون هیچ‌گونه غلط و اشتباهی منتشر گردند و اصول حاکم بر نگارش، درست‌نویسی، قواعد زبانی و دستوری به‌دقت در آنها رعایت شود تا اعتماد مخاطب را به صورت کامل جذب نمایند.

و. استفاده از جذابیت‌های بصری

از آنجاکه مخاطبان شبکه‌های اجتماعی در طول ساعات شبانه‌روز در معرض برخورد با حجم گسترده‌ای از انواع اطلاعات منتشر شده می‌باشند، بنابراین، هرچه جذابیت بصری در محتوای تولیدی بیشتر باشد، احتمال دنبال کردن محتوا توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی افزایش پیدا می‌کند.

ز. انتشار مطالب به صورت سریالی و دنباله‌دار

با توجه به اینکه روزانه حجم انبوهی از اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی تولید و منتشر می‌شوند، فعالان فضای مجازی باید با پرهیز از زیاده‌گویی و هیجان‌زدگی در انتشار محتوا، اقدام به تولید محتوای سریالی و دنباله‌دار و انتشار آنها در زمان مقتضی نمایند و از این طریق، با تولید مستمر محتوای مفید و ارزشمند، زمینه انعکاس بهتر اطلاعات و استقبال بیشتر کاربران از آنها را فراهم سازند.

ح. استفاده از دکمه اشتراک‌گذاری

مشارکت کاربران در انتشار اطلاعات عرضه‌شده در یک شبکه اجتماعی، سبب می‌شود که محتوای تولیدی، در کوتاه‌ترین زمان ممکن در دسترس فعالان فضای مجازی قرار گیرد. از این‌رو، تولیدکنندگان محتوا برای انتشار گسترده و سریع اطلاعات، باید ضمن ایجاد دکمه اشتراک‌گذاری در انتهای مطالب منتشرشده، کاربران را به انتشار گسترده محتوا در دیگر کانال‌ها و گروه‌های اجتماعی تشویق نمایند.

ط. هشتگ‌گذاری

هشتگ، همان کلمه یا عبارتی است که با # شروع می‌شود و یکی از کاربردی‌ترین عناصر ارتباطی در رسانه‌های اجتماعی است و باعث انتقال سریع انگیزه و هدف نویسنده به مخاطب می‌گردد.

قرار گرفتن علامت # در ابتدای یک واژه یا عبارت در شبکه‌های اجتماعی، آن را به یک متاتگ تبدیل می‌کند و امکان دسته‌بندی و گروه‌بندی مطالب تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی را با هدف آسان‌سازی در دسترسی مخاطبان به آنها، و همچنین مدیریت مطالب تولیدی در موضوعات مختلف و زمان اشتراک‌گذاری آنها را فراهم می‌نماید.

در واقع، هشتگ، همانند کتابخانه‌ای با قفسه‌های متعدد می‌باشد که در آن، اطلاعات مرتبط، در کنار یکدیگر دسته‌بندی شده‌اند و کاربران با مراجعه به هر قفسه، به اطلاعات موردنظر خود دست پیدا می‌کنند.

اگرچه استفاده از هشتگ باعث می‌شود مطالب دارای هشتگ مشابه، در کنار یکدیگر قرار بگیرند، ولی استفاده افراطی و گسترده از هشتگ، علاوه بر انتقال حس منفی به کاربران، مطالعه کردن محتوای منتشرشده را با سختی روبه‌رو می‌کند.

نتیجه

افزایش چشمگیر کاربران شبکه‌های اجتماعی، به دلیل جذابیت امکانات و قابلیت‌های این بستر ارتباطی و آسان‌سازی تولید و انتشار اطلاعات در آنها، باعث تولید و انتشار حجم انبوهی از اطلاعات سطحی و غیرمستند در این بستر اطلاعاتی شده است؛ تا آنجا که در حال حاضر، شبکه‌های اجتماعی، عرصه سایبری و فضای مجازی را به تسخیر خود درآورده و ساختارهای اجتماعی و فرهنگی را با چالش‌های جدی روبه‌رو نموده‌اند.

بنابراین، در شرایطی که دشمن با استفاده از فرصت به‌وجودآمده از طریق فضای مجازی و ابزارهای مرتبط با آن، درصدد نفوذ و تهي کردن سرمایه دینی و فرهنگی افراد جامعه می‌باشد، مراکز دینی و فعالان فرهنگی باید در راستای دستیابی به اهداف ذاتی خود که همانا تبلیغ و توسعه فرهنگ دینی می‌باشد، ضمن آشنایی با بسترهای نوین اطلاعاتی، از جمله شبکه‌های اجتماعی و حضور پیوسته و تأثیرگذار در آنها، تهدیدات و آسیب‌های این بستر ارتباطی را شناسایی نمایند و از طریق تولید و انتشار محتوای غنی و ارزشمند، تهدیدات موجود را به فرصت تبدیل کرده و پیش‌نیازهای مقابله با تبلیغات ضدّ دینی دشمن را فراهم کنند؛ تا از این رهگذر، ضمن تبلیغ و گسترش فرهنگ اصیل اسلامی و تعمیق باورهای دینی، به مقابله با جنگ نرم دشمنان پرداخته، نقشه‌های شوم آنها را خنثا نمایند. ■