

## اپ‌های اجتماعی مشهور چه ضریب نفوذی در دنیا دارند؟

# دیالکتیک قدرت و اقتصاد پلتفرم‌ها



زینب مرزوقی

خبرنگار گروه جامعه

سه روز پیش پارلمان فرانسه معین کرد شبکه‌های اجتماعی تیک‌تاک، اینستاگرام و اسنپ‌چت، سن کاربران جدید فرانسوی‌اش را تایید کند و کاربران زیر ۱۵ سال تنها با رضایت والدین‌شان می‌توانند در این سه شبکه اجتماعی حساب باز کنند. این طرح پس از تصویب در مجلس فرانسه، با اکثریت آرا در مجلس سنا هم مورد حمایت قرار گرفت اما همچنان مشخص نیست که چه زمانی طرح تایید سن قانونی کاربران فرانسوی در سه پلتفرم ذکر شده، لازم‌الاجرا می‌شود؛ چرا که اجرای طرح بستگی با مطابقت آن با قوانین اتحادیه اروپا دارد. اما نونل مکرون نیز پس از بالا گرفتن آتش اعتراضات در فرانسه، به علت کشته شدن نوجوان ۱۷ ساله الجزایری الاصل، در چند روز گذشته به نقش بازی‌های ویدئویی و شبکه‌های اجتماعی در ترویج خشونت اشاره و تاکید کرد که برای حذف محتوای تحریک‌آمیز در شبکه‌های اجتماعی اقدامات محدودکننده را اجرا خواهند کرد و این شبکه‌ها باید محتوای حساس را حذف کنند و مسئولیت خود را انجام دهند. مکرون همچنین خواستار حذف محتوای حساس و همچنین شناسایی کاربرانی شد که خواهان بی‌نظمی یا تشدید خشونت

هستند. همچنین از سوی دیگر دولت فرانسه برای شناسایی افرادی که در شبکه‌های اجتماعی دعوت به مشارکت در اعتراضات و ترویج خشونت می‌کنند، در تلاش است. وزیر کشور فرانسه نیز اعلام کرده است: «مقامات فرانسوی تا حد امکان اطلاعات بیشتری به شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی ارائه خواهند داد تا در ازای آن، هویت افرادی که به خشونت تشویق می‌کنند را به دست آورند. هر فردی که از شبکه‌های اجتماعی برای این کار استفاده کند، شناسایی می‌شود.» تقریباً از سال ۲۰۱۱ و آغاز بهار عربی در کشورهای شمال آفریقا و خاورمیانه، نقش شبکه‌های اجتماعی در رقم زدن تحولات سیاسی-اجتماعی برای تمام جهان‌نیا روشن شد. همچنین به گفته کارشناسان علوم اجتماعی، استفاده از واژه‌هایی مانند انقلاب فیسبوکی یا انقلاب توئیتری، همگی نشان از اهمیت شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری و ایجاد ارتباط میان معترضان دارد. در واقع فعالان سیاسی و جامعه‌شناسان، پس از بهار عربی شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزار جدیدی برای ارائه تحولات دولت‌ها و رشد مطالبه شهروندی و البته هماهنگی، برنامه‌ریزی و جریان‌سازی برای اعتراضات می‌دانند. در همین زمینه بیان می‌شود که در بهار عربی از آغاز سال ۲۰۱۱ شبکه اجتماعی فیسبوک به‌عنوان محبوب‌ترین شبکه اجتماعی در خاورمیانه حدود ۲۱ میلیون کاربر در کشورهای عربی داشته است. این رقم در پایان همین سال به ۳۲ میلیون نفر رسیده است. از این

تعداد نیز حدود ۵۵ درصد در بازه سنی میان ۱۳ تا ۲۴ سال قرار داشتند. گفته می‌شود که رسانه‌های نوظهور یعنی همان شبکه‌های اجتماعی به دلیل شکستن مرزهای مکانی و زمانی؛ ظرفیت تازه و جدیدی را برای مطرح شدن دغدغه‌ها و مشکلات گروه‌های به حاشیه رانده شده، ایجاد کرده است. نظریه وابستگی دفلور پیرامون آثار فرهنگی و اجتماعی رسانه‌ها است. براساس این نظریه، رسانه‌ها از طریق آموزش در زمینه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، آگاهی‌بخشی، سرگرمی و امثال آن مخاطبان خود را به خود وابسته می‌کنند. بدیهی است که وابستگی شهروندان به هر رسانه به میزان سرمایه اجتماعی آن و قابل اعتماد بودن آن بستگی دارد. افراد به رسانه‌های بیشتر وابسته می‌شوند که بتواند نیازهای بیشتری از آنها را برطرف کند و اگر این خواسته مخاطب محقق نشود، مخاطبان سراغ یک رسانه دیگر می‌روند. براساس تحلیل‌های ارائه‌شده از سوی جامعه‌شناسان حوزه خاورمیانه و آفریقا، رسانه‌های بزرگ کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا عمدتاً وابسته به دولت هستند و در سایه سانسور نتوانستند اصلی‌ترین نیازهای مخاطبان جوان، شهرنشین و دانش‌آموخته‌شان که مشارکت سیاسی و احترام به حقوق شهروندی است را محقق کنند. از این رو میان رسانه‌های خاورمیانه و شمال آفریقا در بازه زمانی ظهور بهار عربی و مخاطبان‌شان شکاف و فاصله ایجاد شد و مخاطبان به سراغ رسانه‌های نوظهور مانند فیسبوک رفتند و به‌طور کلی شبکه‌های

## درباره قوانین استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جهان

همچنین پارلمان اتحادیه اروپا لایحه «سرویس‌های دیجیتال» را در سال ۲۰۲۱ تصویب کرد. براساس این قانون پلتفرم‌هایی مانند گوگل، آمازون و فیسبوک، نمی‌توانند از داده‌های حساس مانند نژاد، جنسیت و مذهب افراد برای تبلیغات هدفمند سوءاستفاده کنند. طبق این قانون سرویس‌ها باید به کاربران این توانایی را بدهند تا به راحتی از ردیابی اطلاعات‌شان صرفنظر و به پلتفرم‌ها فشار بیاورند تا محتوای غیرقانونی (مانند نفرت‌پراکنی یا کالاهای جعلی) را حذف کنند. در استرالیا نیز لایحه حريم خصوصی آنلاین ارائه شد و بر اساس آن شبکه‌های اجتماعی وادار می‌شوند برای کاربران کمتر از ۱۶ سال رضایت والدین را دریافت کنند. در این پیش‌نویس جریمه‌ای تا ۱۰ میلیون دلار استرالیایی برای پلتفرم‌های اینترنتی خالی در نظر گرفته شده است.

در روسیه هم پوتین دستور داد تا یک سیستم جدید برای ممنوعیت محتوای سمی اینترنت در نظر گرفته شود. سیستم جدید بخشی از فهرست دستوراتی است که برای محافظت از کودکان استفاده می‌شود و همچنین در پی حمله روسیه به اوکراین در اوایل مارس ۲۰۲۲، در این بین جنگی سایبری میان روسیه و شرکت‌های فناوری به وجود آمد. بسیاری از شبکه‌های اجتماعی بزرگ در پی درخواست اوکراین از جمله فیسبوک و توئیتر، محتوای رسانه‌های رسمی روسیه را مسدود کردند و در مقابل روسیه نیز این شبکه‌ها را مسدود کرد. پس از آن متا شرکت مادر فیسبوک، قوانین مربوط به نفرت‌پراکنی خود را تغییر داد و به کاربران اوکراینی اجازه داد پست‌های مرگ بر مهاجمان روسی را منتشر کنند، در پی این اقدام روسیه نیز اینستاگرام را مسدود کرد.

از جمله خودکشی، آسیب به خود، اختلالات غذا خوردن و قلدری اجتناب کنند. در چین نیز از قوانین مرتبط با شبکه‌های اجتماعی قانون‌سازی سلبریتی‌ها در فضای مجازی است. سازمان فضای مجازی چین (CAC) اعلام کرد که علیه انتشار هرگونه محتوای مخرب در گروه‌های طرفداری سلبریتی‌ها ایشان اقدام می‌کند و کانال‌های بحث و گفت‌وگویی را که با انتشار اخبار سلبریتی‌ها در جامعه مشکلاتی به وجود می‌آورند، تعطیل می‌کند. همچنین اداره فضای سایبری چین پیش‌نویس قوانینی برای اپلیکیشن‌های موبایل منتشر کرده که براساس آن شبکه‌های اجتماعی‌ای که قابلیت تاثیر روی عقاید عمومی دارند، تحت بررسی امنیتی قرار می‌گیرند.

همان‌گونه در ابتدای گزارش گفتیم، حالا دیگر تاثیر سوق‌دهی اذهان عمومی توسط شبکه‌های اجتماعی بر هیچ‌کس پوشیده نیست، بر همین اساس برخی کشورها برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی قوانینی را وضع کرده‌اند. برای بررسی این قوانین ابتدا سراغ آمریکا می‌رویم. یکی از مهم‌ترین نکات در قوانینی که قانونگذاران آمریکایی بر آن تاکید کرده‌اند کنترل محتوای شبکه‌های اجتماعی برای کودکان و نوجوانان و جلوگیری از انحصارطلبی شرکت‌های بزرگ است، همچنین دو سناتور آمریکایی لایحه‌ای ارائه کرده‌اند که براساس آن، پلتفرم‌های آنلاین موظفند به والدین آمریکایی برای کنترل بهتر فعالیت‌های آنلاین فرزندان‌شان کمک کنند. پلتفرم‌های آنلاین ملزم می‌شوند تا از ترویج رفتارهای مخرب

## براساس آمار منتشرشده از Statista تا انتهای ماه جولای سال ۲۰۲۲ فیسبوک در صدر محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی جهان قرار داشت

<p><b>وی‌چت</b></p> <p>وی‌چت اما یکی دیگر از شبکه‌های اجتماعی محبوب و پرمخاطب ساخت چین است که ماهانه بیش از یک میلیارد کاربر فعال دارد. سال انتشار این پلتفرم ۲۰۱۱ و همچنین میزان درآمدش در سال ۲۰۲۰، ۷۳٫۹ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۱، ۸۷٫۸ میلیارد دلار است. این پلتفرم در سال‌های اول ورودش به کشورها نیز طرفداران خود را داشت.</p>	<p><b>اینستاگرام</b></p> <p>چهارمین رسانه محبوب، براساس تعداد کاربران اینستاگرام است. این پلتفرم در ۶ اکتبر سال ۲۰۱۰ راه‌اندازی شد و بیش از ۱٫۴۴ میلیارد کاربر فعال در ماه دارد و مالک اصلی آن هم فیسبوک است. در حال حاضر حدود ۱۸٫۱ درصد از جمعیت کره زمین از اینستاگرام استفاده می‌کنند. هویت اصلی این شبکه اجتماعی هم انتشار تصاویر و به اشتراک‌گذاری لحظات از طریق عکس‌هاست. همچنین تعداد کاربر فعال ماهانه، ۱٫۴ میلیارد و میزان درآمد آن در سال ۲۰۲۰، ۲۶٫۸ میلیارد دلار و درآمد سال ۲۰۲۱، ۴۷٫۶ میلیارد دلار است.</p>	<p><b>واتساپ</b></p> <p>سومین شبکه اجتماعی محبوب واتساپ است. متاسفانه داده‌ها از این پلتفرم دقیق نیست و گفته می‌شود که در سال ۲۰۱۹ تعداد کاربران فعال واتساپ به حدود ۵۰۰ میلیون کاربر روزانه و فعال رسید و تا ماه مارس سال ۲۰۲۰ حدود ۲ میلیارد کاربر ماهانه داشته است. سال انتشار این شبکه اجتماعی سال ۲۰۰۹ است. میزان درآمد آن در سال ۲۰۲۰، ۵٫۲۰۲ میلیارد دلار و درآمد سال ۲۰۲۱، ۸٫۷ میلیارد دلار بود.</p>	<p><b>یوتیوب</b></p> <p>دومین شبکه اجتماعی محبوب و تاثیرگذار در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی جهان است. البته یوتیوب بزرگترین رسانه تصویری جهان نیز محسوب می‌شود که در ۱۴ فوریه سال ۲۰۰۵ با همکاری سه کارمند سابق بی‌بی‌پال تاسیس و پس از آن در نوامبر ۲۰۰۶ به قیمت ۱٫۶۵ میلیارد دلار توسط کمپانی گوگل خریداری شد. این وبسایت در حال حاضر بیش از یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون بازدید ماهانه دارد. میزان درآمد آن در سال ۲۰۲۰، ۱۹٫۸ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۱، ۲۸٫۸ میلیارد دلار بود. همچنین گفته می‌شود در بهار عربی، یوتیوب نقش ویژه‌ای در ترویج شهروند-خبرنگار داشته است.</p>	<p><b>فیسبوک</b></p> <p>بزرگ‌ترین شبکه ارتباط اجتماعی، هم از نظر تعداد کل کاربران و هم اعضای حقیقی ثبت شده در سراسر جهان است. این شبکه اجتماعی محبوب در فوریه سال ۲۰۰۴ تاسیس و در طول ۱۲ سال موفق به جمع‌آوری بیش از ۱۰۵۹ میلیارد کاربر فعال در ماه شد. براساس آمارهای رسمی، بیش از یک میلیون کسب‌وکار کوچک و متوسط از این شبکه اجتماعی برای تبلیغات تجاری خود استفاده می‌کنند. فیسبوک در حال حاضر حدود ۲ میلیارد و ۱۰ میلیون فعالیت ماهانه توسط کاربران‌ش دارد. همچنین میزان درآمد آن در سال ۲۰۲۰، ۸۶٫۲۰۲ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۱، ۱۱۷٫۲ میلیارد دلار بود.</p>
<p><b>پینترست</b></p> <p>دهمین پلتفرم شبکه اجتماعی محبوب جهان که پینترست است. پلتفرمی هم کاربران‌ش وقتی می‌خواهند در جهان تصاویر زیبا یا الهام‌دهنده غرق شوند، از آن استفاده می‌کنند. تعداد کاربر فعال ماهانه آن ۴۳۳ میلیون کاربر است. میزان کاربران فعال ماهانه پینترست تغییر آتچانی نکرده و حتی می‌توان گفت در ۶ ماه ابتدایی سال ۲۰۲۰، حدوداً ثابت بوده. آمار کاربران فعال ماهانه در پینترست از جولای سال ۲۰۲۰ تا جولای ۲۰۲۲، فقط ۱۷ میلیون نفر افزایش داشته است. سال انتشار این پلتفرم ۲۰۱۰ است و میزان درآمدش در سال ۲۰۲۰، ۱٫۶۹۰ میلیارد دلار و میزان درآمد سال ۲۰۲۱، ۲٫۵ میلیارد دلار بود. در مجموع ۷ درصد از افراد جهان از پینترست استفاده می‌کنند.</p>	<p><b>توییتر</b></p> <p>وبلاخه نام‌توییتر در لیست محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی دیده شد اما در جایگاه نهم. تعداد کاربر فعال ماهانه آن ۴۸۶ میلیون کاربر است. همچنین میزان درآمدش در سال ۲۰۲۰، ۳٫۷ میلیارد دلار و میزان درآمد سال ۲۰۲۱، ۵٫۲۰۲ میلیارد دلار بود. تاریخ انتشار این پلتفرم ۲۰۰۶ بوده و حدود ۶٫۱ درصد جمعیت کره زمین، از توییتر استفاده می‌کنند. در این میان نیز ۷۲٫۷ درصد کاربران توییتر را آقایان و ۲۷٫۳ درصد آن را خانم‌ها تشکیل می‌دهند. در اتفاقات و ناآرامی‌های اخیر کشورمان از این پلتفرم و هشنگ‌سازی‌های آن برای ترویج خشونت بسیار استفاده شد.</p>	<p><b>اسنپ‌چت</b></p> <p>هشتمین پلتفرم محبوب در عالم شبکه‌های اجتماعی است. این پلتفرم در سال ۲۰۱۱ از طریق شرکت بتا منتشر شده است. تعداد کاربر فعال ماهانه آن ۶۱۷ میلیون کاربر، میزان درآمد آن در سال ۲۰۲۰، ۲٫۵ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۱، ۴٫۱ میلیارد دلار است. ۵۱٫۸ درصد کاربران اسنپ‌چت را خانم‌ها و ۴۷٫۴ درصد آن را آقایان تشکیل می‌دهند. طبق آخرین گزارشات، ۷٫۷ درصد جمعیت کره زمین از اسنپ‌چت استفاده می‌کنند.</p>	<p><b>تلگرام</b></p> <p>هفتمین پلتفرم محبوب با ماهانه ۷۰۰ میلیون کاربر فعال تلگرام است. براساس آمارهای غیررسمی این پیام‌رسان ۵۰ میلیون کاربر فعال ایران دارد. از آنجایی که دسترسی‌ها به سرویس‌های تلگرام مجانی بوده، طبق داده‌های این پلتفرم درآمد دو سال ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ آن صفر است.</p>	<p><b>تیک‌تاک</b></p> <p>ششمین شبکه اجتماعی محبوب جهان تیک‌تاک، رسانه تقریباً تازه متولد شده است. سال انتشار تیک‌تاک ۲۰۱۶ و میزان درآمدش در سال ۲۰۲۰، ۳۵٫۲۰۲ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۱، ۶۰٫۲ میلیارد دلار است. همچنین ۵۶٫۲ درصد از کاربران تیک‌تاک خانم‌ها و ۴۳٫۸ درصد آن آقایان هستند و ماهانه ۱٫۰۲ میلیارد کاربر فعال دارد.</p>