

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سازماندهی سیاسی فضای یازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری ایران

سیدیحیی صفوی^۱ - سجاد کریمی پاشاکی^۲ - سعید رضا خلخالی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۰۶/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۰۸/۱۴

چکیده

شبکه‌های اجتماعی، محلی برای تبادل اطلاعات، آراء و افکار است اگرچه در نگاهی ابتدایی بیشتر به مثابه محلی برای سرگرم شدن تصور شده است، اما قابلیت‌های تأثیرگذاری بر افکار عمومی به خصوص در شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی مجازی یا ایجاد همگرایی‌های فردی و گروهی دارد که به جهت سمت و سو دادن به افکار و افعال در دنیای واقعی حائز اهمیت است. از آنجائی که تاریخ معاصر نشان داده است که این شبکه‌ها می‌توانند به‌عنوان محلی برای تضارب آرا و نظرات سیاسی و اجتماعی قرار گرفته یا در جهت ایجاد موج‌های حمایتی - انتقادی، حتی اپوزسیون علیه نظام‌های دولتی عمل کنند. به همین منظور تأثیر این شبکه‌ها بر جریان‌های سیاسی حاکم بر اجتماع و روند تأثیرگذاری بر این جریان‌ها به خصوص در انتخابات قابل توجه است. انتخابات ریاست جمهوری ایران از ابتدای شکل‌گیری انقلاب اسلامی تاکنون از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده به نحوی که گروه‌ها و افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی تلاش می‌نمایند تا بر روند آن به شکل‌های مختلف تأثیرگذار باشند. از این رو این تحقیق با روش توصیفی - تحلیلی و بررسی محتوای بخشی از این فعالیت‌ها در شبکه‌های اجتماعی چون فیس‌بوک و توئیتر و... در صدد است تأثیر کارکردهای سایبری افراد در این شبکه‌ها را بر سازماندهی سیاسی فضای انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران به ویژه در دوره یازدهم را ارزیابی نماید. نتایج به‌دست آمده بازگوکننده آن است که شبکه‌های اجتماعی مجازی در صورت تبدیل شدن تقاضاها، خواسته‌ها و ایده‌های اعتراضی از بالقوه به بالفعل همچون مباحث پس از انتخابات سال ۱۳۸۸ می‌توانند ضمن تأثیرگذاری بر آراء، دارای تبعات امنیتی نیز باشند به‌ویژه در دوره یازدهم انتخابات ریاست جمهوری و به علت عدم استفاده دیگر گرایش‌های نیروهای اجتماعی از این شبکه‌ها، توانست موازنه را به نفع گروه‌های معترض تغییر دهد. از سوی دیگر در صورت تبدیل شدن شبکه‌های اجتماعی به رسانه‌های اجتماعی، مراجعه به این شبکه‌ها افزایش یافته به نحوی که می‌توانند اذهان عمومی را هدایت نماید. بنابراین راهبرد حاکمیت برای کاهش تبعات امنیتی کاربرد شبکه‌های اجتماعی می‌بایست مبتنی بر ایجاد موازنه از طریق بالا بردن اعتماد عمومی نسبت به مندرجات در فضاهای مجازی و اجتماعی داخلی، سایت‌های داخلی و... باشد تا در صورت دسترسی افراد به شبکه‌های اجتماعی، نسبت به پذیرش محتوای آن شبکه‌ها تأمل بیشتری داشته، منافع ملی را در اولویت قرار دهند.

کلید واژه‌ها: انتخابات ریاست‌جمهوری، فناوری اطلاعاتی، رسانه، شبکه‌های اجتماعی، سازماندهی سیاسی

۱- استاد جغرافیای سیاسی دانشگاه جامع امام حسین علیه‌السلام

۲- دانشجوی دکترای جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران - مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت (نویسنده مسئول) sajadkarimipashaki@yahoo.com

۳- دانشجوی دکترای جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

۱ - مقدمه

شبکه‌های اجتماعی^۱ به عنوان محصول فناوری، تأثیر مهمی بر شکل‌گیری روابط اجتماعی مجازی دارند. فناوری‌های نوین اطلاعات، اقصی نقاط عالم را در شبکه‌های جهانی، به یکدیگر پیوند می‌دهند. ارتباطات رایانه‌ای مجموعه گسترده‌ای از جوامع مجازی^۲ را به وجود آورده است (کاستلز، ۱۳۸۵: ۴۸) و فصل مشترک این جوامع مجازی با جامعه طبیعی، کارکرد و روابط متقابل انسان در آن است. شبکه‌های مجازی در برگیرنده شبکه‌های متعدد اجتماعی و فضاهای اطلاعاتی مجازی هستند که در طول زمان توانسته‌اند پیوند ارتباطی اطلاعاتی میان کاربران ایجاد نمایند.

به همین منظور چشم انداز این شبکه‌ها و جوامع مجازی در افق آینده بشر با توجه به توسعه کارکردی فناوری و فراگیری آن روشن و رو به رشد است و توانسته است تغییرات گسترده‌ای در زندگی بشر ایجاد نماید تا جایی که یان جو کس^۳ می‌گوید: ما در جهانی زندگی می‌کنیم که در آن تنها "تغییر" ثابت است (افتخاری، ۱۳۸۸: ۱). سرعت و عمق تحولات در برخی عرصه‌ها آنچنان بالاست که تاریخ بشر تاکنون نظیر آن را به خود ندیده است (educationalmac.blogspot.com, ۲۰۰۷:۶) و مرکز ثقل این تحولات به طور خاص در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، ویژه شبکه‌های اجتماعی است. (McLeod&Fish, ۲۰۰۷:۱)

بنابراین مطالعه تأثیرگذاری تحولات شبکه‌های اجتماعی بر زندگی واقعی می‌تواند نحوه تعامل با این فضا را روشن‌تر سازد. شبکه‌های اجتماعی محلی برای تعامل مجازی افراد با یکدیگر از طریق به اشتراک گذاردن، مطالب، تصاویر، فایل‌ها و... می‌باشد که افراد از طریق برقراری ارتباط با یکدیگر و دسترسی به اطلاعات عمدتاً پلایش نشده، دارای ذهنیت‌هایی به فراخور آن اطلاعات می‌شوند. اگرچه شکل‌گیری بسیاری از این شبکه‌ها ناشی از توسعه یک سرگرمی برای دوستیابی و معاشرت‌های مجازی بود اما امروزه قابلیت‌های این دسته از شبکه‌ها بر روی شکل‌گیری تفکرات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و نیز به وجود آمدن جنبش‌هایی با موضوعات مختلف بسط یافته است. با نگاهی به تحولات اخیر در کشورهای جنوب غرب آسیا و شمال آفریقا می‌توان مشاهده نمود که چگونه شبکه‌های اجتماعی چون فیس‌بوک، تویتو، گوگل پلاس و یوتیوب در خدمت معترضین و انقلابیون قرار گرفته، از آن در جهت مبارزه با دولت‌ها استفاده نموده‌اند.

فیس‌بوک یکی از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی چه به لحاظ ساختارهای فنی و نیز از لحاظ استقبال کاربران، امروز با بیش از یک میلیارد نفر عضو به عنوان سومین کشور جهان تلقی شده که اعضای آن از کشورهای مختلف جهان، قابلیت برقراری ارتباط با یکدیگر را دارند. با نگاهی به فعالیت‌های سایبری سایت‌ها، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و... در ایام منتهی به انتخابات ریاست جمهوری در ایران به نظر

۱. Social Networks

۲. Virtual Community

۳. Ian Jukes

می‌رسد رشد و برجسته شدن موضوعات مرتبط در فضای مجازی نشان‌دهنده اهمیت این انتخابات برای کاربران فضای سایبری باشد. از آنجائی که دامنه موضوعی رویکردها به انتخابات از نگاه طرفداران برگزاری انتخابات، حامیان کاندیداهای احتمالی، منتقدان و حتی طیفی از مخالفین و اپوزیسیون‌های داخلی و خارجی گسترش یافته است، لذا شبکه‌های اجتماعی به عنوان محلی بسط یافته برای تعامل افراد در برگیرنده مجموعه‌ای از این فعالیت‌ها می‌باشد که می‌تواند فضای واقعی جامعه ایران را متأثر از خود نماید. بنابراین در سازماندهی سیاسی فضای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری می‌توان به کارکرد شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری جریان‌ات گوناگون انتخاباتی تاکید و این جریان‌ات و بازخورد آن‌ها را تحلیل نمود.

۲- بیان مسئله

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتارهای سیاسی و اجتماعی افراد، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های جوامع پیشرفته است. زیرا افراد در موازات زندگی واقعی خود دارای روابطی مجازی نیز می‌باشند که بخشی از این روابط، ناشی از فعالیت آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی است. از این رو هر مقدار وابستگی افراد جامعه به این شبکه‌ها بیشتر شود تأثیرگذاری این شبکه‌ها نیز بر زندگی واقعی و شکل‌گیری افکار عمومی بیشتر خواهد شد. شبکه اجتماعی فیس‌بوک که یکی از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد به دلیل استقبال کاربران و تعدد عضویت‌ها از جمله شبکه‌های اجتماعی تأثیرگذار بر فرایندهای مختلف سیاسی و اجتماعی در جوامع محسوب می‌گردد. کارکرد افراد در این شبکه و زیر ساخت‌های فنی موجود باعث شده است که این شبکه در بخشی از وقایع سیاسی و اجتماعی برخی از کشورهای جهان بازیگری نماید. تجربه تأثیر کارکردهای این شبکه در تحولات اخیر کشورهای حوزه جنوب غرب آسیا و شمال آفریقا و همچنین انتخابات سال ۱۳۸۸ ایران ضروری می‌نماید تا تأثیر رفتارهای کاربران و جریان‌های شکل گرفته در این شبکه اجتماعی در زمان‌های منتهی به وقایع مهم سیاسی مانند انتخابات تحلیل و بررسی گردد، زیرا دسترسی بدون مرز به فضای باز گفتاری می‌تواند چالش‌هایی را برای امنیت سیاسی و اجتماعی دولت‌ها ایجاد نماید. از این رو در این تحقیق تلاش می‌گردد تا به این سوال‌ها پاسخ داده شود که:

۱- شبکه‌های اجتماعی از چه طریقی می‌تواند بر سازماندهی سیاسی فضای انتخابات ریاست جمهوری

ایران تأثیرگذار باشند؟

۲- این تأثیرها با چه ابزاری می‌تواند ساختارهای امنیتی حاکمیت را دچار چالش نماید؟

۳- روش تحقیق

پرداختن به ارتباطات و محتویات اطلاعات مبادله شده در فضای مجازی، بازگوکننده پویایی فضای مجازی و همچنین شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. از آنجا که تحلیل کارکرد این دسته از شبکه‌ها بر فضای واقعی، تابع عوامل ثابتی نیست، از این رو می‌توان با پیچیدگی‌های خاصی در پایش این ارتباطات مجازی مواجه بود. این تحقیق با روش تحلیلی- توصیفی، به بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی به خصوص فیس‌بوک پرداخته، به تحلیل صفحه‌هایی با کارکردهای موضوعی یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اشاره می‌نماید. همچنین با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی، مطالب مندرج در این شبکه‌ها را بررسی نموده، با روش میدانی مشاهده به تجزیه و تحلیل رفتارهای تأثیرگذار بر این انتخابات می‌پردازد.

۴- مبانی نظری تحقیق

۴-۱- فضای سایبر و قدرت اطلاعات

امروزه واژه سایبر به عنوان پسوندی به همراه بسیاری از کلمات مرتبط با علوم رایانه‌ای استفاده می‌گردد. در واقع فضای سایبر بستری برای تعامل انسان‌ها از طریق سیگنال‌های دیجیتال است. (Warf, 2006: 83) این فضا بخشی از زندگی اجتماعی انسان را تشکیل می‌دهد که در آن تعاملات از طریق شبکه‌های به هم پیوسته اطلاعاتی با زیربنای کاملاً فناورانه شکل گرفته است. به لحاظ کارکردی، فضای مجازی متشکل از، بیش از هزاران نفر است که از طریق سرویس دهنده‌ها، رو ترها^۱، سوئیچ‌ها و کابل‌های نوری به رایانه متصل می‌باشند، که فعالیت آن‌ها به عنوان سلسله عصبی^۲ شبکه‌های اقتصاد جهانی یا سلامت اجتماعی مشخص می‌شود. (Bernadette and Martin, 2006: 85) در واقع شبکه‌های اجتماعی به عنوان بخشی از فضای سایبر هستند که می‌توانند مراحل حرکت به سوی جوامع اطلاعاتی را تسریع بخشند. لذا آنچه که به غیر از جوانب فناورانه این فضا قابل توجه است، حجم بالای تبادل اطلاعات و نیز از سوی دیگر در هم پیچیدگی‌های ارتباطی اعضای در قالب شبکه‌های ارتباطی به ویژه در اینترنت است که باعث به وجود آمدن نوعی وابستگی فناورانه انسان‌ها به فضای سایبر شده است. اطلاعات، محور نظریه جغرافیای مجازی است. هدف از به کارگیری ابزارهای مختلف صنعتی و الکترونیکی، مبادله و به کارگیری اطلاعات از نقطه‌ای از صحنه جهان تا نقطه‌ای دیگر می‌باشد که باعث به وجود آمدن شبکه‌های پیچیده مخابراتی و ماهواره‌ای گردیده است. (کریمی پاشاکی، ۱۳۹۱: ۴۱۰) فناوری مسیر جامعه را تعیین نمی‌کند و

۱. Router

۲. Nervous system

جامعه نیز مسیر تحولات فناورانه را مشخص نمی‌سازد زیرا عوامل بسیاری، از جمله خلاقیت فردی و کارآفرینی در فرایند کشف علمی، نوآوری فناورانه و کاربردهای اجتماعی دخالت دارند به نحوی که نتیجه نهایی به الگوی پیچیده‌ای از تعاملات بستگی دارد. (کاستلز، ۱۳۸۵: ۳۲) این بیان در واقع تصریح‌کننده ارتباط متقابل انسان و فناوری است که از یک سو بر تلاش انسان بر اشراف و کنترل بر آن تاکید داشته، از سوی دیگر جامعه و جهان شمولی تکنولوژی را در جوامع به رخ می‌کشد. تحولات ناشی از ظهور فناوری اطلاعاتی مجموعه‌ای گسترده از تغییرات را در هنگام ورود به قرن بیست و یکم همچون سازماندهی مجدد سیاسی (در قرن بیستم)، رقابت‌های جهانی و قاره ای، فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، گالوانیزه شدن بسیاری از مناطق و ظهور رقابت‌های اقتصادی، را باعث شد. (Dodge and Kitchin, ۲۰۰۱: ۳۲) در واقع به موازات سیاست‌های جهانی و تحولات در صحنه جغرافیای سیاسی جهان، بستر ساز فضای جغرافیایی جدید گشت. چرا که فضای مجازی بر ترسیم بنیادی از روابط فضائی- اجتماعی برای خلق استعاره‌ای جدید از حالت فضائی و حس مکانی دلالت دارد که چگونگی مفهوم بنیادی و روش کار را در شکل دادن توسعه فناورانه که منجر به تغییر نگرش و احساس نسبت به آن می‌گردد را شامل می‌شود. (Dodge and Kitchin, ۲۰۰۱: ۵۲)

۴-۲- جغرافیای انتخابات و افکار عمومی

هر ساختار حاکمیتی برای نشان دادن جریان داشتن روح دموکراسی در جوامع خود تلاش می‌نماید تا با ابزارهای مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی مشارکت مردم را در آینده سیاسی خود افزایش دهد. یکی از مهم‌ترین این ابزارها انتخابات است. انتخابات به عنوان عاملی برای تجسم بخشی روح دموکراسی مدنی و نقش آفرینی مردم در انتخاب سرنوشت سیاسی خویش محسوب می‌گردد. به همین منظور است که دولت‌ها برای حفظ ساختارهای مشروع خویش اقدام به برگزاری انتخابات آزاد می‌نمایند. هدف از انتخابات در بسیاری از کشورها، ساختن و تحقق بخشیدن ساختاری است که در آن هر رای دهنده بزرگ سال یک رای مجزا دارد که ارزش آن با بقیه برابر است و از اصل یک فرد، یک رای پیروی می‌کند. (بلاکسل، ۱۳۸۹: ۱۵۸) از این رو است که ساز و کارهای برگزاری انتخابات در هر کشوری بر اساس مؤلفه‌های خاص و ویژه همان کشور می‌باشد که می‌تواند تفاوت‌ها و مشابهت‌هایی با سایر انتخابات‌های دیگر کشورها داشته باشد. اما نفس موضوع برگزاری انتخابات می‌تواند بیان‌کننده تلاش برای راضی کردن افکار عمومی در خصوص مشروعیت ساختارهای دولت‌ها و حتی حاکمیت است که از طریق فعالیت‌های حزبی و گروه‌های سیاسی در ساختار رفتارهای انتخاباتی تبلور پیدا می‌کند. سنگ بنای انتخابات به مفهوم امروزی در انگلستان گذاشته شد که سلطنت زیر فشار اشراف و نجبا مجبور به انتقال بخشی از قدرت خود به رعایا شد. با پذیرش نماینده

سالاری و ایجاد رژیم‌های پارلمانی و ظهور نظریه حاکمیت ملی در قرون هفدهم و هجدهم، انتخابات در شکل نهایی آن به صورت حقوقی و سیاسی استقرار یافت. (مجتهدزاده، ۱۳۸۱: ۳۴) چشم‌انداز استقبال از انتخابات توسط مردم، خود تضمین‌کننده حیات دولت‌ها می‌باشد، لذا حقوق مشارکت سیاسی، مانند حق رای در انتخابات محلی و ملی و اینکه شهروندان حقوق اجتماعی، ملی و معینی را دارا هستند آینده دولت و ملت‌ها را رقم خواهد زد. (گیدنز، ۱۳۸۱: ۲۹۳) از این رو تلاش برای مشروعیت از طریق دموکراسی غیر مستقیم دنبال می‌شود که پیتر تیلور^۱ آن را حاکمیت از جانب مردم دانسته که معمولاً با انتخابات و رقابت احزاب سیاسی همراه است. (Gilmartin, ۲۰۰۹: ۵۱) نتایج انتخابات در واقع خود پایه و اساس جغرافیای قدرت سیاسی محسوب می‌گردد (Gregory and other, ۲۰۰۹: ۱۸۸) که به واسطه آن بازیگران سیاسی شامل، گروه‌ها، احزاب و... سعی بر توسعه قلمروهای نفوذ و تأثیرگذاری خود در جوامع دارند. تبیین جغرافیای انتخابات در برگیرنده مفاهیم گسترده‌ای از عوامل دخیل در انتخابات می‌باشد. مجموعه این عوامل در نهایت مشخص‌کننده رفتارهای انتخاباتی شهروندان در حوزه‌های رای‌گیری است. جغرافیای انتخابات به عنوان یکی از شاخه‌های جغرافیای سیاسی، محدوده‌های جغرافیای محلی، منطقه‌ای و ملی را بستری برای انتخاب نمایندگان می‌داند. این محدوده‌های جغرافیایی و شناسه‌های مرتبط با دموکراسی همچون رفتار رای مردم، از نکات اصلی مورد توجه در جغرافیای انتخابات می‌باشد. (پیشگاهی فرد، شوشتری، ۱۳۸۷: ۱۱۰) جغرافیای انتخابات، تجزیه و تحلیل فعل و انفعالات فضائی و مکانی و فرآیندهای انتخاباتی با توجه به گستره نفوذ احزاب و گروه‌های سیاسی می‌باشد. در واقع به‌کارگیری لفظ جغرافیا برای انتخابات متضمن تحلیل‌های پراکندگی فضایی و مکانی حوزه‌های رای‌گیری، فرایند رای‌گیری و اقدامات گروه‌ها و جبهه‌های سیاسی دخیل در امر انتخابات است. پیدایش جغرافیای انتخابات را می‌توان در اوایل قرن بیستم دانست که تحت تأثیر دانشمندان علوم سیاسی رشد و توسعه یافت. از آندره زیگفرید^۲ دانشمند فرانسوی علوم سیاسی به عنوان بنیان‌گذار جغرافیای آکادمیک انتخاباتی نام می‌برند او در خصوص تجزیه و تحلیل فرآیندهای رای‌گیری و نیز جغرافیای فعالیت‌های حزبی در انتخابات فرانسه مطالعاتی انجام داد. (Pattie, Johnston, ۲۰۰۹: ۴۰۶) موضوع جغرافیای انتخابات رابطه مستقیمی با رفتارهای انتخاباتی دارد. رفتارهای انتخاباتی در واقع نوعی کنش سیاسی است که با کارکردهای خرده نظام‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح کلان نظام رابطه دارد. این رفتار در سطح خرد نظام، با وضعیت ارگانسیم رفتاری، شخصیت اجتماع و الگوهای رفتاری آن ارتباط می‌یابد. (دارابی، ۱۳۸۸: ۲۸)

۱. Peter Taylor

۲. Andre´ Siegfried

امروزه علاوه بر فعالیتهای سنتی معطوف به جریان‌های انتخاباتی مانند رقابت‌ها، تبلیغات، سخنرانی‌ها و لابی‌های سیاسی- اجتماعی، ابزارهای جدیدی منعکس‌کننده فعالیت‌های انتخاباتی می‌باشد که می‌تواند بر جریان‌های کلی انتخابات و شکل‌دهی افکار عمومی تأثیر بسزایی گذارد. در واقع افکار عمومی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیر بخش بر روی فرایند انتخاب برای دولت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. آنچه بدیهی است آن که در نظام‌های مردمی، با افزایش مشارکت، پدیده افکار عمومی جدی‌تر و جدیدتر ظهور می‌کند، از این رو باید این پدیده را متعلق به جوامع مشارکت جو دانست. اگرچه؛ نمی‌توان گفت که افکار عمومی در جوامع غیر دموکراتیک وجود ندارد، اما هر چه گستره مشارکت مردمی بیشتر شود، افکار عمومی معنادارتر است. (بنی‌هاشم‌نژاد، ۱۳۷۶: ۹۷)

۳-۴- شبکه‌های اجتماعی و نارضایتی‌های شبکه‌ای

اصطلاح فضای سایبر در معنی اصلی خویش، به معنای قابل گسترده‌گی^۱، از کلمه یونانی Kyber (قابل حرکت) گرفته شده است. در واقع ویلیام گیسون^۲ در سال ۱۹۸۴ طی نگارش رمانی با عنوان نیورمنسرا^۳ این اصطلاح را به کار برد که در آن فضای سایبر به حرکت در فضای دیجیتال به وسیله رایانه‌های متصل به هم معنی شده بود. (Gregory & other, ۲۰۰۹: ۱۳۹) فضایی که در آن رایانه‌ها، حجم انبوه اطلاعات را جابجا و به اشتراک می‌گذاشتند و در عین حال، چشم انداز داده‌ها^۴ متبلور می‌گردید. از آنجا که برخی از کشورها با توجه به خصوصیات سیاسی، مذهبی و فرهنگی خود دارای یکسری مخالفان و حتی دشمنان داخلی و خارجی می‌باشند که در تلاش هستند تا با استفاده از ابزارهای مختلف اعمال حاکمیت دستگاه‌ها و نهادهای حاکمیتی چون دولت را بکاهند و این تلاش‌ها نیز خود انگیزه‌های مختلفی می‌تواند داشته باشد. انگیزه‌هایی همچون دینی - مذهبی، قومی، جنایی و گروهکی و.... که در حقیقت، قلمرو خواهی این گروه‌ها باعث ایجاد نیروهای گریز از مرکز می‌شود. با در نظر گرفتن این موضوع، آنچه قابل توجه است این که؛ آیا فضای سایبر می‌تواند به عنوان ابزاری در جهت زمینه‌سازی تحولات سیاسی یا اجتماعی در جوامع گردد؟

شبکه‌های اجتماعی جزئی از جامعه مجازی هستند که در آن مجموعه‌ای از انسان‌ها با عقاید و افکار متفاوت و مشترک با یکدیگر گفتگو نموده، نظرات خویش را به اشتراک می‌نهند. در واقع بسیاری از گروه‌های سازمان یافته اجتماعی شامل سازمان‌های غیر دولتی و غیر انتفاعی با حضور در فضای مجازی به تبلیغ اهداف خود مشغول می‌باشند. شبکه‌های اجتماعی نیز این اجازه را به کاربران می‌دهند که پس از عضویت با گروه‌ها و افراد

۱. Navigable space

۲. William Gibson

۳. Neuromancer

۴. Datascape

دیگر بحث آزاد نمایند و به تبادل افکار و اطلاعات بپردازند. (Williams and Gulati, ۲۰۰۷:۵) برخی از این گروه‌ها عبارتند از: گروه‌های مدافع حقوق حیوانات، گروه‌های نژاد پرستی، گروه‌های ضد مهاجرین، شبکه‌های بنیادگرایی، گروه‌های قومی و غیره. بسیاری از گروه‌های فعال در جغرافیای واقعی، در شبکه مجازی نیز حضور دارند. همان گونه که بسیاری از گروه‌های برآمده در فضای مجازی نیز فاقد عینیت واقعی می‌باشند. اما آنچه مهم است گسترش فرامرزی این گروه‌ها در سطح فضای مجازی و حتی بازخوردهای فرامرزی آن می‌باشد که با توجه به قدرت فضای مجازی می‌تواند شبکه‌ای از گروه‌های هم شکل و فکر را در سرتاسر جهان به یکدیگر بدون در نظر گرفتن موانع طبیعی و سیاسی متصل نماید.

گروه‌های مخالف دولت یا حکومت با راه اندازی فعالیت‌های مرکز گریزانه سعی می‌نمایند فضا را برای اصلاحات مد نظر یا حتی براندازی مهیا سازند. این تلاش‌ها در صورت تقویت منجر به بروز تعارضات اجتماعی محلی و در ادامه ملی می‌شود. برخی ناظران مدعی هستند که این تعارضات اجتماعی حاکی از نوعی برخورد تمدن‌ها در سراسر جهان است (رزکرانس، ۱۳۸۸: ۱۰۶). شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک، تویتر، گوگل پلاس، یوتیوب و... به عنوان بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا این توانایی را دارند که افراد را به راحتی به یکدیگر متصل نمایند. به وجود آمدن صفحه‌های حاکی از تعارضات مشخص و ارتباط دادن مخاطبانی با اندیشه‌های مشترک، می‌تواند زمینه‌های بروز اختلافاتی چون اختلافات مذهبی، قومی، یا ضد دولتی و ضد حکومتی را فراهم آورد. گرد هم آمدن معترضان، انعکاس سریع اخبار و اطلاعات واقعی یا دروغی، اشتراک فایل‌های ویدئویی و تصاویر و... در واقع ابزارهایی است که می‌تواند این شبکه‌ها را به سلاحی هولناک بدل سازد. در ژانویه ۲۰۰۹ "مینگ زیان ژو" مشاور دولت چین و وزیر امنیت عمومی اظهار نمود؛ اینترنت تبدیل به وسیله‌ای شده که از طریق آن نیروهای ضدچینی بتوانند به فعالیت‌های خود در خصوص نفوذ و خرابکاری مبادرت نمایند و توانایی خود برای ضربه زدن به نظم سوسیالیستی را افزایش دهند (Inkster, ۲۰۱۱:۳). به طور مثال فعالیت‌های معترضان به انتخابات ریاست جمهوری ایران در سال ۸۸ و نیز فعالیت‌های معترضان و مخالفان دولت‌ها و حاکمان برخی کشورهای عربی با آغاز موج بیداری اسلامی در کشورهای چینی، مصر، یمن، عربستان سعودی، لیبی و... موج اعتراضات را در منطقه منتقل و منعکس نمود. "در خصوص تظاهرات ایران پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸، حکومت ایالات متحده از هیئت‌رئیس تویتر خواست که حتی برای تعمیرات از قبل برنامه‌ریزی شده این شرکت جهت نگهداری سایت نیز اجتناب نموده، فعالیت تویتر را متوقف نکند، زیرا این شبکه‌ها برای سازماندهی و گزارش تظاهرات، حیاتی بودند (Nye, ۲۰۱۰:۱۳). بنابراین اگرچه برخی از کشورها دسترسی به برخی از شبکه‌های اجتماعی را از طریق فیلترینگ محدود ساخته‌اند اما همواره امکان دسترسی به چنین سایت‌هایی فراهم است.

۴-۴- شبکه‌های اجتماعی و پیچیدگی‌های ارتباطی

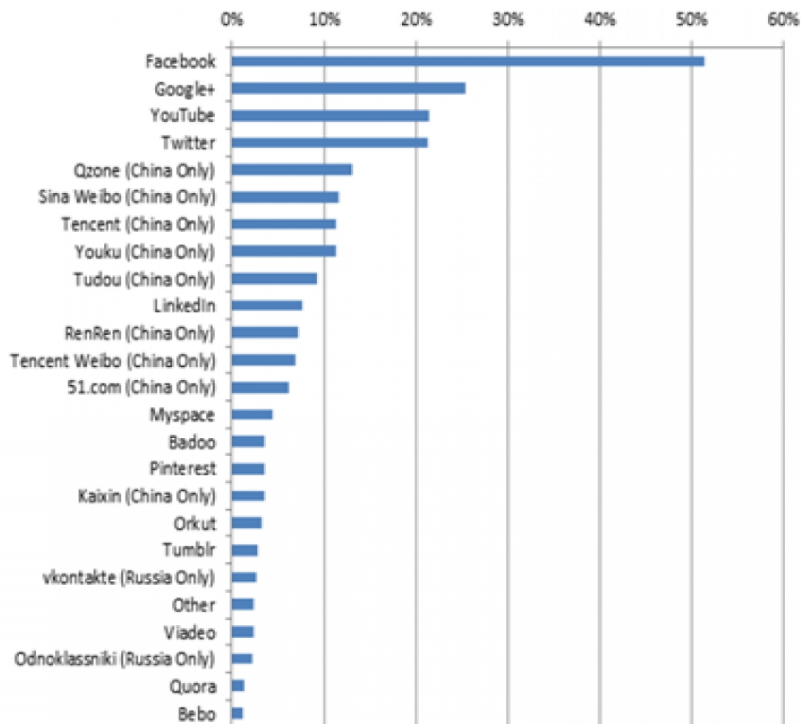
یکی از مهم‌ترین بخش‌های فضای سایبر، شبکه‌های اجتماعی هستند. اما قبل از پرداختن به ماهیت این دسته از شبکه‌ها می‌بایست به برخی از تفاوت‌های شبکه‌های اجتماعی با رسانه‌های جمعی اشاره نمود. این دو اصطلاح در بسیاری از موارد به یک معنا به کار برده می‌شوند و در برخی موارد واقعاً هم مصادیق مشترکی دارند، ولی تفاوت‌هایی میان این دو اصطلاح وجود دارد که می‌توان در توضیح آن بیان کرد. شبکه‌های اجتماعی محیط‌هایی هستند که برای ایجاد انواع ارتباط میان انسان‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند، ولی رسانه‌های اجتماعی یا جمعی، ابزارهایی برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات می‌باشند. هر چند که بسیاری از رسانه‌ها برای توسعه فعالیت‌های خود دارای پایگاه‌هایی در شبکه اجتماعی هستند که از آن طریق به انتشار تولیدات خود در این دسته از فضاها نیز اقدام کرده‌اند اما این بدان معنا نیست که شبکه‌های اجتماعی مترادف رسانه‌ها می‌باشند، بلکه ویژگی شبکه‌های اجتماعی برقراری نوعی رابطه دو یا چند سوبه میان کاربران حقیقی و یا حقوقی با یکدیگر از طریق تبادل اطلاعات و ایجاد مسیرهای مجازی ارتباطات است. در حالی که در فعالیت رسانه‌ها این موضوع با محدودیت قابل توجهی مواجه می‌باشد. مفهوم شبکه‌های اجتماعی در برگیرنده تمام ساختار شبکه‌ای و فعالیت‌های دیجیتالی اعم از مضامین، مندرجات، محتویات و اقدام‌هایی است که از طریق شبکه‌های دیجیتالی هدایت می‌شود (منفرد، ۱۳۹۰: ۲۹) در واقع می‌توان شبکه‌های اجتماعی مجازی را وب سایت‌هایی دانست که کاربران با عضویت در آن می‌توانند به طور شخصی به معاشرت با دیگر اعضا بپردازند که از مهم‌ترین توانمندی‌های آن می‌توان به سفارشی کردن محیط، توانایی اضافه کردن کاربران دیگر به عنوان دوست، سهولت در به اشتراک‌گذاری تصاویر، موسیقی، متن و لینک‌ها و نیز چت و ارتباط از طریق پست الکترونیک اشاره کرد (Downing and other, ۲۰۰۹: ۴۴۳). با نگاهی به شبکه‌های اجتماعی مطرح در جهان، عمده‌ترین آن‌ها را به جهت کمیت و کیفیت می‌توان فیس‌بوک، توئیتر، گوگل پلاس^۱، یوتیوب^۲، لینک این^۳ دانست هر چند که کشورهایی چون روسیه و چین نیز با ایجاد شبکه‌های اجتماعی بومی آمارهای قابل توجهی از اعضا را به دست آورده‌اند، اما فراگیری جغرافیایی شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی همچون توئیتر و فیس‌بوک، فراتر از شبکه‌های محلی بیان شده می‌باشند. آنچه که علاوه بر رقابت‌های حرفه‌ای این شبکه‌ها قابل توجه است مساله رشد قابل توجه کاربران و بسط استفاده از این شبکه‌ها، در کشورهای جهان می‌باشد، به طوری که به عنوان مثال از فیس‌بوک با بیش از یک میلیارد نفر عضو به عنوان سومین کشور جهان! یاد کرده‌اند. نمودار شماره ۱ نشان دهنده درصد استفاده کنندگان شبکه‌های اجتماعی مختلف در سرتاسر جهان می‌باشد که بر اساس آن تا سال ۲۰۱۲ فیس‌بوک رتبه نخست را به خود اختصاص داده است.

۱. Google Plus

۲. YouTube

۳. LinkedIn

نمودار ۱- رتبه‌بندی کاربران شبکه‌های اجتماعی تا سال ۲۰۱۲



(خبرگزاری سفقنا، ۱۳۹۱)

علاوه بر شبکه‌های جهانی با کاربران ده‌ها و صدها میلیونی، می‌توان به شبکه‌های اجتماعی ملی نیز توجه نمود. برخی از کشورها که سیاست محدود کننده اتصال به اینترنت را از طریق فیلترینگ اعمال می‌نمایند با تعریف طرح‌های شبکه اجتماعی ملی تلاش کرده‌اند تا شهروندان خود را به استفاده از شبکه‌های اجتماعی ملی ترغیب نمایند. از معروف‌ترین این شبکه‌ها می‌توان Qzone در کشور چین و نیز Vkontaket در روسیه اشاره نمود. همچنین در کشور ایران نیز با توجه به اعمال سیاست فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی خارجی، شبکه‌هایی چون کلوب^۱، فیس نما و... فعالیت‌های محدودی را آغاز کرده‌اند. این بدان معنا است که دولت‌ها تلاش می‌نمایند تا سیاست‌های نظارتی خود را بر کاربران اینترنت اعمال و آنان را به طرف فعالیت در شبکه‌های اجتماعی با زیرساخت‌های ملی هدایت نمایند. از این رو است که کاربران شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی با استفاده از نرم افزارهای فیلتر شکن، ارتباطات خود را با شبکه‌های اجتماعی مورد نظر برقرار می‌کنند که بر این اساس نمی‌توان آمار صحیحی از پراکندگی کاربران شبکه‌های اجتماعی به

۱. Cloob

دست آورد. به عنوان مثال، کاربران شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی در ایران به دلیل به‌کارگیری ابزارهای دسترسی غیر معمول به این شبکه‌ها مانند فیلتر شکن، وی پی ان^۱، پروکسی^۲، ساکس^۳ و... دقیقاً قابل پایش و تشخیص نیستند و از طرفی به دلیل اتصال به سرورهای خارجی آمار کشورهای میزبان سرور در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد.

باید اشاره داشت که ارتباطات، عنصر کلیدی در مطالعه شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌گردد. از آنجائیکه این شبکه‌ها بر اساس مخاطبان و فعالیت‌های آنان گسترش می‌یابند، لذا شبکه‌ای پیچیده از اتصالات مجازی در سرتاسر جهان بدون داشتن محدودیت‌های قابل توجه پدید می‌آید که امکان انتشار اخبار، اطلاعات، تصاویر، ویدئو و... را فراهم و این مساله را ممکن می‌سازد تا افراد نظرات و دیدگاه‌های خود را نسبت به موضوعی با داشتن هویت‌های واقعی یا غیر واقعی بیان نمایند. در واقع عدم ارتباط فیزیکی افراد در شبکه‌های اجتماعی کاربران را قادر می‌سازد تا به صورت ناشناس یا ایجاد چند هویت فعالیت نمایند.

(Elovici and Altshule, 2013:4) از این رو است که علیرغم فعالیت‌های واقعی افراد در شبکه‌های اجتماعی عموماً نمی‌توان قطعیتی پیرامون هویت حقیقی آنان داشت. اما با این وجود تبادل اطلاعات فصل مشترک ایجاد و استمرار این ارتباطات می‌باشد. بسیاری از گروه‌ها، جنبش‌ها، سازمان‌ها، انجمن‌ها، جمعیت‌ها، سازمان‌های مردم نهاد و... که در دنیا وجودی حقیقی دارند فعالیت‌های خود را به جهت جهانی شدن در این دسته از شبکه‌ها گسترش می‌بخشند تا از این طریق در ابتدا بتوانند به جلب اعضا و حامیان جدید مبادرت ورزند و از سوی دیگر آرا و اندیشه‌های خویش را گسترش بخشند.

۴-۵- شبکه‌های اجتماعی و سازماندهی سیاسی فضای انتخابات

تبیین تأثیرهای شبکه‌های اجتماعی بر سازماندهی سیاسی فضای انتخابات را می‌توان از دو جنبه مهم دانست: اول، ایجاد مشارکت فراگیر برای نشان دادن حضور مردم در صحنه‌های تصمیم‌گیری در بخشی از ساختارهای حاکمیتی و دوم به منظور اتخاذ تمهیدات امنیتی در کشور. هر چند که اولویت‌بندی هر یک از این عوامل بستگی به شرایط حاکم بر جوامع دارد اما از نظر امنیت داخلی سازماندهی سیاسی فضا عبارت است از؛ ایجاد نظام مطلوب ناحیه‌بندی سیاسی و مدیریت سرزمینی به منظور حفظ یکپارچگی ملی، تمامیت ارضی، ارزش‌های اساسی و پایه‌ای و رشد و توسعه پایدار و متوازن نواحی در پرتو امنیت داخلی. (احمدی‌پور و قنبری و کرمی، ۱۳۹۰: ۷۵) از این رو است که می‌توان انتخابات را یکی از مهم‌ترین بخش‌های سازماندهی سیاسی فضا دانست. اما اینکه چگونه شبکه‌های اجتماعی می‌توانند سازماندهی سیاسی فضای انتخابات را تحت تأثیر قرار دهند را باید از فضای حاکم بر شبکه‌های اجتماعی در زمان‌های منتهی به انتخابات جستجو

۱. VPN
۲. Proxy
۳. Socks

نمود. تبیین و جانمایی بازخورد فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی در مناطق جغرافیایی متفاوت به لحاظ شناخت طیف‌های موافق، مخالف، معاند یا اپوزیسیون و نیز دخالت متغیرهای غیر بومی مانند، افراد و گروه‌های خارج از محدوده جغرافیایی در شکل‌گیری افکار عمومی منتهی به انتخابات، می‌توانند محور موضوع تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر سازماندهی سیاسی فضای انتخابات قلمداد گردند. در تحقیقی که موسسه تحقیقاتی PEW^۱ درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر انتخابات اخیر ریاست جمهوری آمریکا انجام داده است مشخص گردیده که: فضای شبکه‌های اجتماعی در مورد سیاست، به طور وصف ناپذیری منفی است. این گزارش تاکید می‌کند که تویتر بدترین فضا را در زمان انتخابات داشته است، در این شبکه، هر هفته به عنوان بدترین هفته برای هر دو کاندیدا (اوباما^۲ و رامنی^۳) جلوه داده شده، اما فضای انتخابات در سایر رسانه‌های این کشور در مقایسه با شبکه‌های اجتماعی بهتر گزارش شده است. (گرداب، ۱۳۹۱)

همچنین گزارش دیگری نیز در خصوص تاثیر فیس‌بوک بر انتخابات کنگره آمریکا روشن ساخته است که: فیس‌بوک تأثیر مهمی در جریان انتخابات کنگره آمریکا در سال ۲۰۰۶ ایفا کرده است و فعالیت طرفداران کاندیداها در این شبکه اجتماعی تأثیر مشخصی بر پیروزی آنان داشته است. (Williams and Gulati, ۲۰۰۷:۱۹) تأثیرگذاری و فضا سازی شبکه‌های اجتماعی به ویژه فیس‌بوک، تویتر و یوتوب را نیز می‌توان در عملکرد شبکه‌های اجتماعی پس از حوادث انتخابات سال ۱۳۸۸ ایران ملاحظه نمود. خبرگزاری ریانووستی^۴ روسیه نیز با اشاره به فعالیت‌های شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک پس از انتخابات دومای روسیه، اظهار داشت که: ۳۳ هزار تن از معترضین به این انتخابات با راه اندازی صفحه‌ای در فیس‌بوک خواستار حضور در تظاهرات بر ضد حزب حاکم این کشور در میدان مرکزی مسکو شدند.

در این گزارش ادعا شده دسته؛ فیس‌بوک به عنوان ابزار دیپلماسی عمومی^۵ ایالات متحده آمریکا علیه انتخابات دومای روسیه با هدف تقلب آمیز جلوه دادن این انتخابات به کار رفته است و از این رو اجتماعاتی توسط معترضین به نتایج انتخابات در شهر مسکو به وجود آمده است. (تعامل، ۱۳۹۰)

۱. PEW Internet & American Life Project
۲. Obama
۳. Romney
۴. RiaNovisty
۵. Public Diplomacy

۵- یافته‌های تحقیق

۵-۱- گستره فعالیت‌های ایرانیان در شبکه‌های اجتماعی

یافتن آمار دقیق از میزان فعالیت‌های ایرانی‌های عضو در شبکه‌های اجتماعی بسیار دشوار است. از آنجائیکه اغلب شبکه‌های اجتماعی خارجی در ایران مسدود (فیلتر) می‌باشند لذا کشف آمارهای واقعی که تنها از طریق اتصال‌ای پی^۱ افراد به این شبکه‌ها و محدوده جغرافیایی این‌ای پی‌ها میسر می‌شود، غیر ممکن است به نحوی که به‌کارگیری ابزارهای واسطه برای اتصال به این دسته از شبکه‌ها، همچون فیلتر شکن و... ای پی‌های غیر واقعی از دامنه اینترنتی سایر کشورها را افزایش می‌دهد. ایرانی‌ها در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۵، نصف آمریکایی‌ها و دو برابر هندی‌ها، با شش درصد، رتبه سوم در میان اعضای شبکه اجتماعی اورکات را از آن خود کرده بودند. این رقم البته از آمار رسمی این پایگاه به دست آمده و شامل ایرانیانی که محل اقامت خود را خارج از کشور ذکر کرده‌اند نمی‌شود.

از این رو هیچ مرجع رسمی برای استناد به آمارهای آن در مورد ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران وجود ندارد. برخی آمارهای اعلام شده از سوی پایگاه‌های رصد کننده وب گاه‌ها، مانند الکسا^۲ تنها بیان کننده رتبه پایگاه‌های اجتماعی در کشورها از جمله ایران است. با این حال، حتی خود شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز به دلایل مختلف، آماری از تعداد کاربران به تفکیک کشورها ارائه نمی‌دهند. (ضیایی‌پرور و عقیلی، ۱۳۸۹: ۲۹) بر اساس آمار ماهانه‌ای که سایت الکسا از میزان بازدید کاربران اینترنت از سایت‌ها منتشر می‌نماید در ماه فوریه سال ۲۰۱۳ میلادی، ۱- گوگل ۲- یاهو ۳- بلاگفا ۴- ورزش سه ۵- میهن بلاگ ۶- پیوندها (لینک مربوط به صفحه‌های فیلتر شده) جزء ده سایت برتر کاربران ایرانی محسوب می‌گردد. (www.alexa.com/topsites/countries/IR) در این میان در موتور جستجو گوگل به دلیل عدم فیلتر واژه فیس‌بوک این کلمه در ردیف چهارم اولویت‌های جستجو قرار داشته (www.alexa.com/siteinfo/google.com) و در موتور جستجوی یاهو این واژه در اولویت دهم قرار دارد (www.alexa.com/siteinfo/yahoo.com#keywords) اما با توجه به اینکه قسمتی از جستجوها از طریق ابزارهای غیر متعارف مانند، وی پی ان و فیلتر شکن استفاده می‌شود و نیز رتبه ششم سایت پیوندها که مربوط به صفحه‌های فیلتر شده است این امکان می‌رود که تمایل و تلاش به منظور اتصال به شبکه‌های اجتماعی بیش از آمارهای ذکر شده در این گزارش‌ها باشد.

در تحقیقی که ضیایی‌پرور و عقیلی در سال ۱۳۸۹ با استفاده از پرسشنامه اینترنتی با جامعه آماری ۱۷۵۰ نفر انجام داده‌اند مشخص گردید که ۵۵٪ از این افراد بر اساس تطبیق‌ای پی با دامنه‌های مورد

۱. Internet protocol

۲. Alexa

استفاده در ایران، صد در صد ایرانی بوده که در این میان تعداد ۷۸ درصد اعلام کرده‌اند که در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند. همچنین بر اساس نتایج حاصله از این پژوهش ۳۱٪ از شرکت کنندگان، عضو شبکه فیس‌بوک بوده و ۱۵٪ گوگل پلاس، ۱۲٪ ویکی پدیا، ۹٪ اورکات^۱، ۸٪ بالاترین، ۸٪ تویتر و ۸٪ نیز عضو شبکه فلیکرنند. (ضیایی‌پرور و عقیلی، ۱۳۸۹: ۳۸ و ۳۲) این موضوع خود نشان دهنده علاقه کاربران ایرانی اینترنت به عضویت در شبکه فیس‌بوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی می‌باشد.

۵-۲- شبکه‌های اجتماعی و انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ ایران

تجربه انتخابات ریاست جمهوری ایران نشان داد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند محلی برای شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی و فضا سازی به منظور ایجاد بی‌نظمی در اجتماع گردند یا زمینه‌های آن را فراهم آورند. این موضوع پس از سال ۱۳۸۸ به عنوان الگویی مستمر ادامه یافت و فعالیت‌های افراد و برخی از صفحه‌های سیاسی- اجتماعی نشان می‌دهد که جهت تحت‌الشعاع قرار دادن یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۳۹۲ نیز اقداماتی در این خصوص انجام شد. با مرور فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی در فضا سازی انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ مشخص می‌گردد که برخی جریان‌ها، با استفاده از شبکه‌های اجتماعی به نوعی، افراد را در قالب هسته‌های مقاومت با طرح شعار هر فرد یک جنبش سازماندهی نموده، الگوی شبکه‌سازی اجتماعی را به عنوان ساز و کاری موثر برای ایجاد پویایی، قالب دهی به سلول‌های متفرق و در نهایت سازماندهی از پایین، به عنوان راهبرد اجرایی خود انتخاب کرد. (شعبانی، ۱۳۹۰: ۵۳) حمایت طیف اپوزیسیون و گروه‌های خارجی مخالف به منظور تحریک شهروندان به نافرمانی مدنی و نیز پیوند با رهبران معترض انتخابات و نیز معترضین و مخالفین داخلی منجر به شکل‌گیری شبکه‌ای نامنسجم از ارتباطات، برای آشوب و تنش‌های اجتماعی گردید. این مساله را می‌توان در شکل دهی به افکار عمومی و متعاقب آن ایجاد جنبش‌های اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی و تلاش برای تحت فشار قرار دادن ساختارهای حاکمیتی ایران مشاهده کرد. همزمان با شکل‌گیری ناراضی‌های بخشی از شهروندان ایرانی از نتایج انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری ایران، شدت گرفتن فعالیت‌ها در سایت‌ها و وبلاگ‌های اینترنتی و علاوه بر آن شبکه‌های اجتماعی که در غالب صفحه‌های شخصی و گروهی مطالب را انتشار می‌داد باعث گردید کتاب‌هایی در همین راستا از نویسندگانی چون جین شارپ^۲ تهیه، ترجمه و به سرعت در سایت‌ها انتشار یابد. جین شارپ معتقد است که بهترین راه برای گذار از خودکامگی دولت به دموکراسی عدم به‌کارگیری خشونت و توسعه نافرمانی مدنی است و این نافرمانی از طریق مبارزه بی‌خشونت، که در واقع شیوه رسیدن به اهداف با استفاده از روش‌های اجتماعی،

۱. Orkut

۲. Jean Sharp

روانی، اقتصادی و سیاسی همراه روش‌های عدم همکاری و ایجاد شکاف حاکمیت است، هدایت می‌یابد. (شارپ، هلوی، ۱۳۸۶: ۶۲) وی ۱۹۸ روش را به عنوان اقدامات غیر خشونت آمیز به منظور نیل از دیکتاتوری به دموکراسی معرفی می‌نماید. (شارپ، بی تا، ۶۳ تا ۷۱) در این میان تلفیق این آموزه‌ها و به‌کارگیری و بسط آن در شبکه‌های اجتماعی مجازی الگویی حائز اهمیت از توسعه اعتراضات بی خشونت در فضای سایبر بود. شبکه‌های اجتماعی مجازی به سرعت شایعات را رشد داده، درگیری‌ها را منعکس می‌کردند. (سخن آشنا، ۱۳۸۹) علاوه بر آن امکانات شبکه یوتوب در ارسال آنلاین فایل‌های ویدئویی باعث گردید فعالیت‌های لحظه به لحظه معترضین به شکلی زنده در دسترس همگان قرار گرفته، افراد در سرتاسر دنیا جریانات اعتراضات ایران را پیگیری نمایند. شبکه خبری فاکس نیوز در تحلیل خود پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸ ایران نوشت: واکنش‌های گروه‌های گوناگون ایرانی به نتیجه انتخابات، یک جنگ الکترونیکی را در محیط اینترنت پدید آورد. بسیاری از کاربران ایرانی اینترنت برای آگاه شدن از اوضاع اخیر پس از انتخابات [۸۸] به شبکه‌های اجتماعی همچون: فلیکر^۱، فیس‌بوک و یوتوب مراجعه می‌کنند تا با بهره‌گیری از این پایگاه‌ها که اصالتاً پایگاه‌هایی اجتماعی و نه سیاسی هستند، بتوانند گزارش‌ها و فیلم‌هایی از ایران را ببینند. (اکبری، ۱۳۸۹: ۳۹) موسسه تحقیقاتی رند^۲ با انتشار پژوهشی در خصوص نقش شبکه‌های اجتماعی در حوادث انتخابات ۲۰۰۹ ایران بیان می‌کند: نقش شبکه‌های اجتماعی در راهپیمایی‌های پس از انتخابات سال ۲۰۰۹ ایران بسیار جالب توجه بود. مردم در شبکه‌های اجتماعی بدون ترس از عواقب ابراز عقیده، نظراتشان را عنوان می‌کنند و با بررسی این نظرات و احساسات می‌توان حتی پیش‌بینی‌هایی در مورد رویدادهای آینده ارایه داد. شبکه‌های اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران، به ابزار سیاسی قدرتمندی تبدیل شده‌اند. کاربران توییتر با استفاده از پیام‌های توئیتی خود با برچسب انتخابات ایران^۳ در روزهای پس از انتخابات، روزانه حدود ۳۰ پیام توئیتی جدید در دقیقه ثبت می‌کردند. (رند، ۱۳۹۰) همچنین موسسه آمریکایی صلح در مقاله‌ای، تحولات مرتبط با انتخابات ۲۰۰۹ ایران را نمونه‌ای از چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی از سوی مخالف‌ها در ایران می‌داند که باعث گردید توجه جامعه جهانی به این گروه جلب گردد. این مقاله تصریح می‌کند که مخالفان در توییتر حضور یافتند و عکس و تصاویری را به یوتوب و فیس‌بوک ارسال کردند و اشکال سنتی رسانه‌ها چون وب سایت‌های خبری و تلویزیونی را وادار کردند که موضوع حوادث پس از انتخابات را پوشش دهند. (موسسه صلح، ۱۳۸۹) این فعالیت‌ها نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی توانستند با شکل دهی و هدایت افکار معترضین، مخالفین و نیز منتقدین، فضای پس از انتخابات ریاست جمهوری ایران را در سال ۱۳۸۸ ملتهب نمایند. البته این موضوع نشان دهنده آن است که

۱. Flicker

۲. Rand

۳. Election Iran

شبکه‌های اجتماعی و کارکرد افراد در آن، ابزار لازم جهت توسعه ناآرامی‌های پس از انتخابات سال ۸۸ را فراهم آورد و این خود به این معنا است که رویکرد سایبری و نرم افزاری در مواجهه با چنین شرایطی تا آن زمان مد نظر برنامه ریزان سیاسی، اجتماعی قرار نگرفته بود و این خلا خود باعث شکل‌گیری چالش‌ها و تهدیدهای امنیتی بر ساختارهای حاکمیتی گردید.

مطالب منتشره در شبکه‌های اجتماعی عموماً در جهت تهییج معترضین به نتایج انتخابات ریاست جمهوری عمل نموده، در این میان جریان‌هایی با هدف تبدیل اعتراضات به خشونت با انتشار شایعه‌هایی، تلاش کردند تا از احساسات عمومی به نفع مقاصد سیاسی خاص بهره برداری نمایند. در این میان وجود طیف‌های مختلف مخالف نظام جمهوری اسلامی، از مجاهدین خلق ایران (منافقین)، سلطنت طلب‌ها، گروهک‌های جدایی طلب قومی، معاندین و... فعالیت‌های خود را به شدت افزایش داده، بسیاری از مطالب درج شده در صفحه‌های شبکه‌های اجتماعی، با القائات افرادی که در خارج از ایران حضور داشتند اذهان عمومی را تحت تاثیر قرار می‌داد. با نگاهی به مطالب مندرج و نیز فایل‌های به اشتراک گذاشته شده می‌توان پی برد که این دسته از اطلاعات در راستای آشفتن هر چه بیشتر فضای پس از انتخابات ریاست جمهوری بوده است. از این رو تاکید بر مؤلفه‌های زیر به عنوان عوامل محرک افکار عمومی در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌گشت:

- ۱- شایعه‌سازی
- ۲- هماهنگی جهت ایجاد تجمعات
- ۳- ایجاد فاصله بین معترضین و حاکمیت
- ۴- ایجاد حس بی اعتمادی در بین معترضین و مردم نسبت به حاکمیت
- ۵- ایجاد تفرقه بین گروه‌های مختلف اجتماعی
- ۶- مدیریت افکار عمومی
- ۷- و...

مجموعه اقدامات فوق از طریق انتشار مطالب و باز نشر آن‌ها و همچنین بحث و بررسی پیرامون آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی دنبال می‌گشت و از این طریق افکار عمومی مراجعه کننده به این شبکه‌ها تحت تاثیر قرار می‌گرفت.

۳-۵- شبکه‌های اجتماعی و فضاسازی‌های یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

زمان دقیقی برای شکل‌گیری فضاهای انتخاباتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی قبل از یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران را نمی‌توان مشخص نمود، زیرا به دلیل حجم بالای صفحه‌ها و مطالب،

امکان رصد کامل موارد مرتبط وجود ندارد اما آنچه که مشخص است آن است که با نزدیک‌تر شدن به زمان برگزاری انتخابات، فعالیت‌های مرتبط گروه‌ها و افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز بیشتر می‌گردد. این موضوع از چند جنب قابل بررسی است که شامل موارد زیر می‌باشد:

۱- فعالیت‌های کاندیداهای احتمالی و طرفداران آن‌ها

۲- جریان‌های عدم شرکت در انتخابات

۳- جریان‌های عمومی با موضوعیت شرکت در انتخابات

۱- فعالیت‌های کاندیداهای احتمالی و طرفداران آن‌ها: فعالیت‌های کاندیداهای احتمالی ریاست جمهوری و نیز طرفداران آن‌ها عموماً پس از اهمیت یافتن فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر افکار عمومی مطرح شده است. لذا برخی از کاندیداهای احتمالی ریاست جمهوری یا طرفداران و دوستان آن‌ها اقدام به راه اندازی کمپین‌های حمایتی یا صفحه‌هایی با نام کاندیدای مورد نظر خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی به ویژه فیس‌بوک نموده‌اند که اقدام به انعکاس اخبار، عملکرد، معرفی و برنامه‌های کاندیداهای مورد بحث می‌نمایند. به فراخور این دسته از فعالیت‌ها، کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی با جستجویی جزئی می‌توانند به این صفحه‌ها دسترسی داشته باشند و اقدام به عضویت، درج دیدگاه و... در صفحه کاندیدای مورد بحث خود نمایند. اگرچه بسیاری از کاندیدها خود اقدام به تاسیس این دسته از صفحه‌ها ننموده، حتی انتساب آن‌ها را به خود تکذیب و رد کرده‌اند اما فعالیت‌های هواداران کاندیدها را نمی‌توان در شبکه‌های اجتماعی مجازی نادیده گرفت. وجود طیف‌های مختلف سیاسی و انعکاس فعالیت‌های آن‌ها، فارغ از محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های عرفی رسانه‌ای از ویژگی‌های دیگر کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. از این رو، اگرچه نمی‌توان آمار اعضای صفحه کاندیدای خاص در شبکه‌های اجتماعی مجازی را با آمار هواداران آن در واقعیت به طور کامل مطابقت داد اما می‌توان به صورت نسبی وضعیت آنان را در فضای مجازی تحلیل نمود، هر چند سطح فعالیت پایگاه‌های هواداران کاندیداهای احتمالی ریاست جمهوری خود بازگو کننده عدم تمرکز آن‌ها با توجه به تعدد صفحه‌ها می‌باشد اما فعالیت مستمر آن‌ها، جلب هواداران بیشتر را در طول زمان فعالیت ممکن می‌سازد. از آنجائیکه بر اساس بررسی‌های صورت پذیرفته شده مجموعه فعالیت‌های طرفداران کاندیداهای احتمالی ریاست جمهوری ایران به طور پراکنده دنبال می‌شود لذا آمار اعضاء این گروه‌ها در شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک متغیر است. البته قابل ذکر است با نزدیک‌تر شدن انتخابات، فعالیت‌های متناظر سایبری هواداران نیز افزایش می‌یابد. تا قبل از ثبت نام کاندیدها به منظور شرکت در انتخابات ریاست جمهوری از حدود ۳۲ نفر (بایپور، ۱۳۹۱) تا حدود ۴۳ نفر کاندیدای احتمالی (عیسوی، ۱۳۹۲) پیش‌بینی شده است که در این میان بسیاری از آن‌ها دارای پایگاه‌هایی در صفحه‌های اجتماعی مجازی به ویژه فیس‌بوک می‌باشند.^۱

۲- جریان‌های معتقد به عدم شرکت در انتخابات: مجموعه فعالیت‌های این دسته از صفحه‌ها خود شامل افراد و جریان‌هایی می‌شد که به دلایل مختلف سیاسی و اجتماعی، عدم شرکت در انتخابات را موضوع فعالیت‌های خود قرار داده، آن را ترویج می‌نمودند.

در پایش صورت پذیرفته شده در شبکه اجتماعی فیس‌بوک با موضوعیت مخالفت با برگزاری انتخابات یا تحریم آن که غالباً منعکس کننده دیدگاه مخالفین دولت و... می‌باشد اطلاعات جدول شماره ۱ احصا شده است.^۱

جدول ۱- وضعیت صفحه‌های مخالف با انتخابات ریاست جمهوری ایران در شبکه اجتماعی فیس‌بوک^۲

ردیف	عنوان	تعداد ^۳	تعداد گفتگو ^۴	هدف	وضعیت ^۵	نوع ^۶
۱	تحریم انتخابات	۱۰۷۶	۱۴۲۱	عدم شرکت	فعال	صفحه
۲	من که دیگه رای نمی‌دم	۴۹۶	۷۸	عدم شرکت	فعال	صفحه
۳	کمیون تحریم انتخابات ریاست جمهوری	۱۰۰	۱۳	عدم شرکت	غیر فعال	صفحه
۴	انتخابات ۱۳۹۲ را تحریم کنید	۱۸۷	۲۷	عدم شرکت	فعال	صفحه
۵	تحریم انتخابات	۹۶۲	-	عدم شرکت	فعال	گروه بسته
۶	تحریم انتخابات	۱۸۹	-	عدم شرکت	غیر فعال	گروه باز
۷	تحریم انتخابات فرمایشی...	۵۹۵	-	عدم شرکت	فعال	گروه باز
۸	تحریم انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۲	۱۱۵	-	عدم شرکت	فعال	گروه باز
۹	انتخابات آزاد	۲۶۰	۸	انتخابات آزاد	فعال	صفحه
۱۰	اپوزیسیون جدید ایران	۳۸۵	-	عدم شرکت	غیر فعال	صفحه
۱۱	من در انتخابات شرکت نمی‌کنم	۲۵۴۰۲	۶۸۶	عدم شرکت	غیر فعال	صفحه

منبع: استخراج نویسندگان از فیس‌بوک

- ۱- به روز رسانی این اطلاعات تا تاریخ ۲۸ مارس ۲۰۱۳ می‌باشد.
- ۲- شایان ذکر است که بیش از ۴۰ صفحه با آمار کمتر از ۱۰۰ نفر عضو تحت عناوین مشابه در شبکه فیس‌بوک فعالیت می‌نمایند که به دلیل آمار پایین کاربران آن در حال حاضر از درجه اهمیت پایین تری برخوردار می‌باشند.
- ۳- منظور تعداد افرادی هستند که در این صفحه‌ها عضویت داشته، مطالب چنین صفحه‌ها و گروه‌هایی برایشان به طور مستمر ارسال می‌گردد و آنها امکان پسندیدن (لایک) و ارایه دیدگاه (کامنت) ذیل مطالب را دارند.
- ۴- تعداد افرادی که درباره صفحه های هدف گفتگو می‌کنند و به عبارتی پیرامون مطالب آن صفحه با مراجعه به آن التفات نظر دارند، که می‌تواند کاربرانی را فرا تر از اعضاء صفحه شامل شود را تعداد گفتگو می‌گویند. در واقع منظور از آن به معنا برجسته شدن مطالب این صفحه در میان افراد است.
- ۵- هر صفحه یا گروهی که از بدو تاسیس تا پس از تاریخ اول مارس ۲۰۱۳ به ارایه مطالب اقدام نموده فعال تلقی گردیده، به غیر آن غیر فعال محسوب می‌گردند.
- ۶- شبکه اجتماعی فیس بوک در برگزیده صفحه‌ها، گروه‌ها، شامل باز، بسته و مخفی می‌باشد که به فراخور قصد موسس دامنه فعالیت‌ها در آن مشخص می‌گردد.

۳- جریان‌های عمومی با موضوعیت شرکت در انتخابات: صفحه‌هایی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به طور اختصاصی تحولات مربوط به انتخابات ریاست جمهوری را مد نظر فعالیت‌های خود قرار داده که غالباً در آن به انعکاس اخبار و اطلاعات مربوط به کاندیداهای احتمالی پرداخته و بستر را برای بحث و بررسی از طریق گذاشتن دیدگاه برای کاربران فراهم آورده‌اند. در این دسته از صفحه‌ها کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی این امکان را می‌یابند تا با شرکت در بحث به تبادل اطلاعات در راستای انتخابات ریاست جمهوری ایران و نیز کاندیداهای احتمالی، به بحث و تبادل نظر پیرامون شرایط برگزاری انتخابات و... بپردازند. جدول شماره ۲ نشان دهنده وضعیت صفحه‌هایی است که در شبکه اجتماعی فیس‌بوک به طور عمومی به مسائل، اخبار، بحث و بررسی پیرامون انتخابات ریاست جمهوری ایران می‌پردازد.

جدول ۲- وضعیت صفحه‌های هم‌سو با انتخابات ریاست جمهوری ایران در شبکه اجتماعی فیس‌بوک

ردیف	عنوان	تعداد	تعداد گفتگو	هدف	وضعیت	نوع
۱	انتخابات ۹۲	۴۳۵۹	۴۳۲	بحث و بررسی	فعال	صفحه
۲	اخبار انتخابات ۹۲	۱۱۵۲	۳۲۷	بحث و بررسی	فعال	صفحه
۳	اخبار انتخابات ۹۲	۹۴۵	۲۴۵	بحث و بررسی	فعال	صفحه
۴	انتخابات	۳۶۳	۳۶	بحث و بررسی	غیر فعال	صفحه
۵	انتخابات ریاست جمهوری	۲۶۸	۸	بحث و بررسی	غیر فعال	صفحه
۶	حواشی انتخابات	۳۳۱	۶۶	بحث و بررسی	فعال	صفحه
۷	انتخابات ریاست جمهوری ۹۲	۱۲۹۱۸	۶۹۵	بحث و بررسی	فعال	صفحه
۸	انتخابات ۹۲ ایران آری یا نه؟	۱۶۸	۵	بحث و بررسی	فعال	صفحه
۹	نظرسنجی انتخابات ریاست جمهوری یازدهم	۱۵۲	۶	بحث و بررسی	غیر فعال	صفحه
۱۰	من در انتخابات شرکت خواهم کرد	۲۳۲۳	۱۸۷	بحث و بررسی	فعال	صفحه

منبع: استخراج نویسندگان از فیس‌بوک

۵-۴- سازماندهی سیاسی فضای مجازی انتخابات

تجارب فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ نشان می‌دهد که فعالیت‌های مخالفین و معترضین به برگزاری و نتایج آن انتخابات، می‌تواند فضای سیاسی و امنیتی کشور را با چالش و تهدید مواجه سازد. البته این به آن معنا نیست که تنها شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند به وجود آورنده تنش‌هایی مشابه وقایع پس از دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران باشند، بلکه این دسته از شبکه‌ها و فعالیت‌های کاربران در آن می‌تواند نقش تکمیلی در مدیریت افکار عمومی و به وجود آورنده کنش‌های تند انتقادی باشد. نشر مطالب و تحلیل‌های انتخاباتی در شبکه‌های اجتماعی مجازی

مبین ورود طیف‌های مختلف فکری به انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران است که در این میان پیش‌بینی‌هایی مبنی بر تلاش برای تأثیرگذاری بر انتخابات توسط طیف‌های و گروه‌های فکری خاص القانات را مبنی بر خوراک فکری رسانه‌ها داخلی و خارجی و نیز شبکه‌های مجازی فراهم آورده است. از آنجائیکه این مباحث در شبکه‌های اجتماعی مجازی بدون هیچ محدودیت خاصی منتشر و بحث و بررسی می‌شود لذا می‌تواند سناریوهای احتمالی تأثیرگذار بر روی انتخابات یا پس از آن را مورد بررسی قرار داد. سناریوهای سایبری (با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی) که می‌تواند امنیت انتخابات را متاثر نماید به شرح زیر طبقه‌بندی می‌شود:

۱- انتشار تصاویر، ویدئو و فایل‌های مرتبط با انتخابات: انتشار این دسته از فایل‌ها به این دلیل که مستند بودن را در بیننده و خواننده القاء می‌نماید، می‌تواند تأثیرگذاری بیشتری را بر روی خواننده بگذارد. در واقع با نگاهی به تنش‌های سال ۱۳۸۸ می‌توان به این نکته پی برد که تصاویر، فیلم‌ها و... که به سرعت بر روی شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک و یوتیوب قرار می‌گرفتند، منجر به تحریک اذهان عمومی می‌گشتند. در واقع این موضوع از یک سو چالش اجتماعی برای دستگاه‌های امنیتی و انتظامی به وجود آورده، از سوی دیگر افکار شهروندان را به خود جلب می‌نمود.

۲- هماهنگ‌سازی جهت ایجاد تجمعات اعتراضی: شبکه‌های اجتماعی مجازی محیطی امن برای انتقال اطلاعات مربوط به تحولات پس از انتخابات سال ۱۳۸۸ محسوب گردید، به شکلی که کاربران مخالف یا منتقد با در جریان قرار گرفتن مکان تجمعات، راه‌های برون رفت و فرار، نوع اعتراض و... اطلاعات و تجربیات خود را در اختیار یکدیگر قرار می‌دادند. علاوه بر این، این توانایی نیز وجود داشت که بسیاری از فعالیت‌ها و ارایه برنامه جهت تجمعات با تحریک برخی گروه‌های غیر رسمی و غیر شهروند جمهوری اسلامی ایران تدارک و به ذهن کاربران داخلی، به عنوان یکی از شهروندان القا گردد.

سازماندهی سیاسی فضا به منظور مدیریت بهینه و پایدار سرزمین و با هدف حفظ و تداوم یکپارچگی در سطوح ملی، محلی و منطقه‌ای انجام می‌شود. (احمدی و سیدی و رحیمی، ۱۳۹۱) آنچه که قابل توجه می‌باشد آن است که در این فرایند نقش کلیدی قدرت به عنوان عامل موثر و هدف مد نظر قرار می‌گیرد. اما از آنجائیکه قدرت حاکمیت در فضای مجازی با چالش‌هایی زیادی روبرو است عملاً در تحلیل کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سازماندهی سیاسی فضای انتخابات ریاست جمهوری ایران، تلاش‌ها ضمن تأکید بر فیلترینگ و محدودسازی دسترسی به اینترنت معطوف به مواجهه و برخورد با بازخوردهای واقعی شده است. لذا رویکرد تدافعی ساختارهای حاکمیتی در این عرصه موجبات رشد و استقبال کاربران نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی را فراهم آورده است. به عبارتی اگرچه ارگان‌ها و نهادهای نظارت کننده بر اینترنت به رصد وضعیت فضای مجازی، به خصوص در مناسبت‌های خاص سیاسی، اجتماعی به ویژه

انتخابات می‌پردازند اما توانایی رصد و پالایش کلی دور از ذهن بوده، این امکان وجود ندارد. برای مثال کشور چین با داشتن بیش از یک میلیارد نفر، یکی از وسیع‌ترین سامانه‌های فیلترینگ و محدودسازی اینترنت را برای شهروندان خود اعمال می‌نماید اما به شکل متناظری بزرگ‌ترین کشور ارایه دهنده فیلترشکن نیز همین کشور محسوب می‌گردد! از این رو، این خود مبین عدم اشراف کامل دولت‌ها در نظارت کامل بر فعالیت کاربران اینترنتی می‌باشد.

۶- نتیجه‌گیری

در این تحقیق تلاش شد تا با بهره‌گیری از توانمندی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی به تأثیرگذاری این شبکه‌ها بر انتخابات ریاست جمهوری ایران پرداخته، با توجه به تجارب کارکرد چنین شبکه‌هایی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ ایران، به بررسی و چگونگی نوع فعالیت‌ها، در انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری ایران بپردازد. از آنجائیکه رشد وابستگی به فضای مجازی در میان جوامع جهان به ویژه کشور ایران نشانگر شکل‌گیری جوامع اطلاعاتی و نقش فناوری در روابط میان ملت‌ها و دولت‌ها می‌باشد، به همین منظور، کارکرد فضای مجازی و تأثیر آن بر فضای واقعی قابل تامل و توجه است که می‌تواند تأثیرها حائز اهمیتی در حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی و حتی امنیتی داشته باشد.

با توجه به سوال‌های این مقاله و بررسی‌های صورت پذیرفته شده باید عنوان داشت که شبکه‌های اجتماعی از طریق کارکردهای کاربران و نشر و اشتراک مطالب، تصاویر و سایر فایل‌های صوتی- تصویری، می‌توانند اذهان کاربران را به خود جلب نماید. در واقع مطلب مربوط به جریان‌های سیاسی- اجتماعی از جمله انتخابات، کاندیداهای احتمالی، مخالفین انتخابات و... در شبکه‌های اجتماعی مجازی به فراخور محبوبیت آن‌ها مطرح گردیده، از آنجائیکه اطلاعات به شکل غیر محدود امکان طرح شدن را دارد لذا امکان وجود اطلاعات پالایش نشده، شایعه و طرح موضوعات با اغراض سیاسی در آن بیشتر می‌شود. با توجه به سوال اول این تحقیق که عنوان داشته است؛ شبکه‌های اجتماعی از چه طریقی می‌تواند بر سازماندهی سیاسی فضای انتخابات ریاست جمهوری ایران تأثیرگذار باشند؟ از آنجائیکه انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران از درجه بالایی از اهمیت ملی، منطقه‌ای و حتی جهانی برخوردار است، لذا شبکه‌های اجتماعی مجازی دربرگیرنده فعالیت‌هایی شامل ۱- موافقین و شرکت کنندگان در انتخابات که با طرح موضوعات، اخبار و... این انتخابات مطالب مربوطه را طرح، بازنشر و تحلیل می‌نمایند. (مراجعه شود به جدول شماره ۱) ۲- کاندیداهای احتمالی و هواداران آنان هستند که با تشکیل صفحه‌ها و گروه‌هایی تلاش می‌نمایند محبوبیت و اقبال کاندیدای خود را از طریق انتشار برنامه‌ها، سوابق و شعارهای انتخاباتی بالا برده، بالا رفتن آمار اعضای آن صفحه را دلیلی بر محبوبیت کاندیدای خود تلقی نمایند. تأثیر شبکه‌های اجتماعی

مجازی بر سازماندهی سیاسی فضای انتخابات ریاست جمهوری ایران باید معطوف به حضور همه جانبه در این دسته از شبکه‌ها باشد زیرا برخورد سخت‌افزاری با فعالیت‌ها و جریان‌های نرم، امری اشتباه تلقی می‌گردد که نتیجه نهایی مناسبی به همراه نخواهد داشت.

از سوی دیگر با مقایسه فعالیت‌های افرادی که موافق با انتخابات می‌باشند به نسبت با سال ۱۳۸۸ که عموماً طیف‌های مخالف و معترض در شبکه‌های اجتماعی مجازی فعالیت می‌نمودند نشان از رشد و توسعه این دسته از گروه‌ها می‌دهد که البته با توجه به معضل دسترسی به این دسته از شبکه‌ها هنوز نتوانسته به خوبی تعمیم یابد. سازماندهی فضای سیاسی انتخابات در این دسته از شبکه‌های اجتماعی باید متمرکز بر قدرت نرم باشد و از ظرفیت‌های گروه‌های اجتماعی در مواجهه با گروه‌های مخالف بهره برداری شود، زیرا توانمندی زیرساخت‌های دولتی برای تأثیرگذاری بر حجم بالای اطلاعات و کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی کافی نیست و تنها رصدهای پراکنده و محدود می‌تواند قسمت کوچکی از حجم بالای اطلاعات انتشار یافته را واکاوی کند.

در سوال دوم این تحقیق که بیان شده بود؛ این تأثیرها با چه ابزاری می‌تواند ساختارهای امنیتی حاکمیت را دچار چالش نماید؟ با توجه به بررسی‌های صورت پذیرفته شده و همچنین بررسی فعالیت‌های برخی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی که در سال ۱۳۸۸ پس از انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری که در اعتراض به نتیجه این انتخابات اقداماتی را در جهت اعتراض و راه‌اندازی تجمعات در جهت برآورده شدن خواسته‌های خود در این فضا نمودند و همچنین با نظر به اینکه برخی از این فعالیت‌ها همسو با اقدامات واقعی به حساب آمده، یا در جهت به فعل تبدیل کردن مطالب بالقوه بوده، لذا می‌تواند چالش‌های امنیتی را موجب گردد که این موضوع می‌تواند زمینه ساز به چالش کشیدن وحدت ملی و ایجاد بحران در مشروعیت گردد.

از این رو در نتیجه‌گیری می‌توان، طرحی به شرح زیر برای تعیین راهبرد پایش شبکه‌های اجتماعی به ویژه فیس‌بوک ارایه نمود:

دسترسی آزاد توأم با مدیریت: از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی در بلند مدت و بنا به کیفیت مطالب می‌توانند تبدیل به رسانه‌های اجتماعی گردند، لذا آزادسازی دسترسی به آنان باید همراه با فرهنگ‌سازی باشد. آزادسازی دسترسی به شبکه‌های اجتماعی این امکان را فراهم می‌کند که همه افراد با سلاقی و اندیشه‌های گوناگون امکان فعالیت را داشته باشند و این امر خود می‌تواند با ابزارهای هدایتی و کنترلی حاکمیت، در فضای آزادی بیان به گونه‌ای موازنه ایجاد کند که افراد و گروه‌ها به تبیین مواضع خود بپردازند. این در حالی است که در صورت ایجاد ممنوعیت دسترسی، استفاده کنندگان از طرق مختلفی (استفاده از فیلترشکن‌ها و پراکسی‌ها و...) به این شبکه‌ها اتصال پیدا کرده، در نهایت به انتشار مطالب مورد

نظر خود بدون در نظر گرفتن مصالح ملی پردازند که این نوع نگرش می‌تواند از محدودیت‌های ایجاد شده توسط حاکمیت نشأت گیرد. همچنین باعث شود تا موافقین از ارائه نظرات در چنین فضایی محروم شوند که این موضع به مثابه حذف قسمت عمده و اکثریتی از جامعه است که از ارائه آراء خود به دیگران محروم خواهند شد، هرچند که طیف شناسی گروه‌ها و افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک نشان می‌دهد که علیرغم سابقه گذشته، فعالان سایبری موافق انتخابات و معتقد به نظام در این شبکه‌ها رشد قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند و حذف آنان چنانچه این اصل مسلم پذیرفته شود که در شرایط کنونی، تعداد موافقین از تعداد مخالفین بیش‌تر می‌باشد به نوعی حذف اکثریت جامعه از یکی از ابزارهای نوین جهت تأثیرگذاری می‌باشد که این موضوع نه با مصلحت جامعه هم خوانی دارد و نه می‌تواند در برگیرنده مصالح ملی باشد.

کتابنامه

افتخاری، فرید (۱۳۸۸) *ظرفیت‌ها و کارکردهای وب*، هشتمین هم‌اندیشی نمایندگان فرهنگی در خارج از کشور.

احمدی، سید عباس و سید محمد سیدی و سعید رحیمی (۱۳۹۱) *سازماندهی سیاسی فضا در ایران و تأثیر آن بر امنیت ملی*، مقاله پذیرفته‌شده در همایش ملی جغرافیای سیاسی کاربردی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس:

<http://www.iag.ir/karbordi-lectures/347-2012-08-21-20-25-22>

احمدی پور، زهرا و قاسم قنبری و قاسم کرمی (۱۳۹۰) *سازماندهی سیاسی فضا، تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح*

اکبری، احمد (۱۳۸۹) *نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد و مهار بحران‌ها*، ماهنامه ره‌آورد نور، شماره ۳۱

بابا پور، عطاالله (۱۳۹۱) *۳۲ نامزد احتمالی ریاست جمهوری چه گفتند؟*:

<http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=221819>

بلاکسل، مارک (۱۳۸۹) *جغرافیای سیاسی*، ترجمه: محمدرضا حافظ نیا و دیگران، تهران: نشر انتخاب بنی‌هاشم‌نژاد، فرزانه (۱۳۷۶) *انتخابات، ارتباطات و افکار عمومی*، نشریه رسانه، سال هشتم، شماره سوم، پاییز صص ۹۷-۱۰۰

پیشگاهی فرد، زهرا و سید محمد جواد شوشتری (۱۳۸۷) *مبانی جغرافیایی خاستگاه آراء مردم در هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی*، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال چهارم، شماره دوم، تابستان ۱۳۸۷ صص ۱۳۰-۱۰۹

تعامل (۱۳۹۰) *فیس‌بوک، این بار علیه انتخابات روسیه*، ۱۸ آذر ۹۰، کد خبر: ۷۴۰۳:

<http://www.taamolnews.ir>

خبرگزاری شفقنا (۱۳۹۱) *رتبه‌بندی شبکه‌های اجتماعی در دنیا*:

[www.shafaqna.com/persian/other-services/prophet-](http://www.shafaqna.com/persian/other-services/prophet-muhammad/imamhadi/item/34457)

[muhammad/imamhadi/item/34457](http://www.shafaqna.com/persian/other-services/prophet-muhammad/imamhadi/item/34457)-رتبه-بندی-شبکه-های-اجتماعی-در-

دنیا%۲۰نمودار.html

دارابی، علی (۱۳۸۸) *بنیان‌های نظری رفتار انتخاباتی شهروندان در جمهوری اسلامی ایران*، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطاتی، سال شانزدهم، شماره ۱ (پیاپی ۵۷)، بهار ۱۳۸۸، صص ۳۷-۹ رند (۱۳۹۰) *شبکه‌های اجتماعی، تقویت‌کننده جریان فتنه در انتخابات ۹۲*، بخش اول:

انتخابات-۹۲-۱
<http://www.gerdab.ir/fa/news/۹۲۷۴/> شبکه‌های-اجتماعی-تقویت-کننده-جریان-فتنه-در-

رزکرانس، ریچارد (۱۳۸۶) *پیدایش دولت مجازی*، ترجمه بابک خادمی پاشاکی، تهران: انتشارات: پلیکان
 سخن آشنا (۱۳۸۹) *بررسی تحلیلی نقش توئیتر در انتخابات دهم*:
www.sokhane-ashena.com/maghaleh/۸۹/۷/magh5.php

شارپ، جین (بی تا) *از دیکتاتوری تا دموکراسی*، چارچوبی نظری برای کسب آزادی، ترجمه جادی،
 انتشارات انجمن بدون مرز: www.BedooneMarz.com

شارپ، جین و رابرت هلوی (۱۳۸۶) *جامعه مدنی، مبارزه مدنی*، ترجمه مهدی کلانتر زاده، تهران: انتشارات
 روشنگران و مطالعات زنان

شعبانی، ناصر (۱۳۹۰) *نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در سازماندهی فتنه سال ۱۳۸۸*، فصلنامه
 پاسداری فرهنگی دانشکده علوم اسلامی دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، سال اول،
 شماره ۴، تابستان صص ۸۱-۵۱

ضیایی پرور، حمید و سید وحید عقیلی (۱۳۸۹) *بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان
 کاربران ایرانی*، نشریه رسانه، سال بیستم، شماره چهارم

عیسوی، مسعود (۱۳۹۲) *نامزدهای مطرح و قطعی شده انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۲*:

<http://www.isavi.blogfa.com/post-۲۳.aspx>

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵) *عصر اطلاعات، ظهور جامعه شبکه‌ای*، ترجمه: احد
 علیقلیان و افشین خاک باز، جلد اول، تهران: انتشارات طرح نو

کریمی پاشاکی، سجاد (۱۳۹۱) *چشم‌اندازهای سیاسی در تحلیل جغرافیای مجازی*، مجموعه مقالات
 پنجمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران، جلد دوم، تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح

گرداب (۱۳۹۱) *تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فضای سیاسی*:

<http://www.gerdab.ir/fa/news/۱۲۶۱۷>

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۱) *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی

مجتهد زاده، پیروز (۱۳۸۱) *جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی*، تهران: انتشارات سمت
 معاونت سیاسی سازمان عقیدتی سیاسی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح (۱۳۸۹) *جنایت‌ها و*

خیانت‌های فتنه گران پس از انتخابات ۸۸

<http://siyasi.ir/۱۳۹۰-۰۷-۲۶-۰۷-۱۷-۳۱/۱۳۹۰-۰۸-۰۲-۱۰-۱۴-۰۹/۱۰۴۰۰۸۸.html>

منفرد، سید قاسم (۱۳۹۰) جایگاه تهدیدهای سایبری در چشم انداز امنیتی انگلستان، ماهنامه اطلاعات راهبری، سال نهم، شماره ۱۰۳، آذرماه ۱۳۹۰
 موسسه صلح (۱۳۸۹) حوادث پس از انتخابات ایران نمونه بارز کارکرد شبکه‌های اجتماعی بود:
<http://www.gerdab.ir/fa/news/۳۹۴۱/> حوادث-پس از-انتخابات ایران-نمونه-بارز-کارکرد-
 شبکه‌های اجتماعی-بود

Dodge, Martin & Rob kitchen (۲۰۰۱) Mapping Cyberspace, Rutledge publication

Downing, Douglas A. & other (۲۰۰۹) Dictionary of computer and Internet terms, ۱۰th ed, Published by Barron's

Elovici, Yuval and Altshuler, Yaniv (۲۰۱۳) Introduction to Security and Privacy in Social Networks, Published by Springer

Gilmartin, Mary (۲۰۰۹) Definition: Better than a Dictatorship, but not always Radical, an Article from key concepts of political geography, edits by: CAROLYN GALLAHER and others, Published by SAGE

Gregory, Derek and other (۲۰۰۹) The Dictionary Human Geography, ۵th edition, Published by: WILEY- BLACKWELL

Inkster, Nigel (۲۰۱۱) Power in Cyberspace, IISS Global perspectives Series

McLeod, Scott & Karl Fish, shifthappens presentation. Wikispace.com

Nye, Joseph S. (۲۰۱۰) Cyber Power, Harvard Kennedy school

Schell, Bernadette & Clemens Martin (۲۰۰۶) Webster's New World Hacker Dictionary, Wiley Publishing

Warf, Barney (۲۰۰۶) Encyclopedia of Human geography, Sage publication

Williams, Christine B. and Gulati, Girish J. (۲۰۰۷) Social Networks in Political Campaigns: Facebook and the ۲۰۰۶ Midterm Elections, the ۲۰۰۷ Annual Meeting Of the American Political Science Association

www.alexacom/siteinfo/google.com#

www.alexacom/siteinfo/yahoomcom#keywords

www.alexacom/topsites/countries/IR

www.Facebook.com

www.theeducationalmac.blogspot.com/۲۰۰۷/۰۶/darren-draperttix-keynote.html