

## مقاله پژوهشی: مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری بحران

### اجتماعی با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی

۲۰.۱۰۰۱.۱.۳۳۲۹۲۵۳۸.۱۴۰۱.۱۲.۴۴۸.۹

عباسعلی منزلی<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۱۱

#### چکیده

در دهه اخیر جهان با پدیده‌ای نو به نام رسانه‌های اجتماعی یا به عبارت بهتر شبکه‌های اجتماعی تحت وب و موبایل محور مواجه شد که یکی از پیامدهای ظهورشان، فراهم شدن ارتباطات آسان و کم‌هزینه و ایجاد پیوند بین افراد، گروه‌ها، جریانات و ملت‌ها و کشورها گردید. این عوامل موجب ایجاد زمینه حرکت‌های جمعی و نهایتاً کمکی برای شکل‌گیری بحران اجتماعی شد. این پژوهش به منظور ارائه پاسخ به سؤال؛ ویژگی و کارکرد رسانه‌های اجتماعی مجازی چه نقش و تأثیری در شکل‌گیری بحران‌های اجتماعی دارد؟ تدوین‌شده و باهدف تبیین نقش رسانه‌های مجازی در ایجاد بحران‌های اجتماعی صورت گرفته است. تحقیق مذکور از نظر هدف، کاربردی-توسعه‌ای و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است و داده‌ها با روش کتابخانه‌ای و میدانی (مصاحبه) جمع‌آوری گردیده است. سپس با استفاده نرم‌افزار تحلیل سلسله‌مراتبی، رتبه‌بندی شاخص‌ها انجام شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که در ویژگی رسانه‌های اجتماعی، محتوا محور بودن بیشترین تأثیر در جذب مخاطب و در کارکرد، اطلاع‌رسانی بیشترین تأثیر را در هدایت و تحریک مخاطبان در بحران اجتماعی دارد؛ بنابراین رسانه‌های اجتماعی از جمله شبکه‌های موبایل محور، در شکل‌گیری بحران‌های اجتماعی مؤثر بوده و نقش آن مستقیم و قابل توجه است و این مسئله در آینده از جمله انتخابات آتی با توسعه و گسترش این رسانه‌ها مانند کلاب‌هاوس، هدایت گروه‌های معاند و معارض مانند منافقین، سلطنت‌طلبان، ری‌استارته‌ها و... در شکل‌گیری بحران‌ها و تشدید شرایط بحرانی در جامعه نقش بیشتری خواهند داشت؛ بنابراین برای پیشگیری و مقابله، هماهنگی و همکاری مسئولین فضای مجازی و سایبری، ارگان‌های نظامی و امنیتی و رسانه‌های کشور ضروری است.

**کلیدواژه‌ها:** بحران‌های اجتماعی، تحلیل سلسله‌مراتبی، رسانه‌های اجتماعی مجازی

۱. دکتری تحقیق در عملیات؛ مربی گروه ریاضی کاربردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

## مقدمه و بیان مسئله

مقام معظم رهبری چندین سال است که در بیانات خود هوشیاری در فضای مجازی را مطالبه کرده‌اند. پیدایش فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی، فرصت‌ها و تهدیدهای انقلاب را چنان برجسته کرده که استمرار و تکامل انقلاب اسلامی منوط به توجه خاص و جدی و سرمایه‌گذاری نظام در این زمینه است. این یکی از جهاتی است که حوزه‌ی فضای مجازی را در نظر رهبر معظم به‌اندازه‌ی خود انقلاب اسلامی پراهمیت کرده است.

معظم له فرمودند: دستگاه‌های مختلفی در فضای مجازی حضور دارند اما حضور در این فضا باید یک حضور جریان ساز باشد، ضمن اینکه بهترین راه شناسایی و ارتباط با گروه‌های مؤثر فرهنگی و یافتن سؤال‌ها و سرنخ‌های فکری آنان، استفاده از فضای مجازی است (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۷).

رسانه‌های جدید مهم‌ترین نتیجه انتقال از جامعه وابسته به کشاورزی و صنعت قدیم به جامعه‌ای است که به گفته دنیل بل<sup>۱</sup>، جامعه اطلاعاتی نام‌گرفته است. پیدایش و پیشرفت اینترنت در ایجاد شرایط گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی جایگاه برجسته‌ای پیدا کرده است. شبکه اینترنت اکنون به قول برخی از محققان ارتباطی، ستون فقرات ارتباطات اطلاعاتی سراسر کره زمین و شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهان شناخته می‌شود. در دسامبر ۱۹۹۰ اینترنت فعالیت خود را که نمونه‌ای از بزرگراه‌های اطلاعاتی برای ورود به جامعه اطلاعاتی است، آغاز کرد و در حال حاضر به رسانه‌های اجتماعی مجازی تبدیل شده است (آقایی و همکاران، ۱۳۹۱).

با ظهور فناوری‌های مدرن و ورود شبکه‌های اجتماعی به جامعه، نوع جدیدی از روابط بین فردی شکل‌گرفته است. در واقع، این ارتباطات مجازی بین فردی در قالب شبکه‌سازی‌های اجتماعی، بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. ایجاد ارتباطات جمعی و میان فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات از شناخته‌شده‌ترین کارکردهای این فضاها هستند (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۶).

<sup>۱</sup> Daniel Bell

شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، توئیتر، وی‌چت، تانگو، واتساپ و وایبر که به شکل رایگان در اختیار تمامی کاربران دنیا قرار می‌گیرند، قادرند با جایگزینی ارزش‌های مدرن به جای ارزش‌های سنتی، سبک زندگی غربی را ترویج نموده و چالش جدی بین الگوهای رفتاری مردم ایجاد نمایند. گسترش شبکه‌های اجتماعی در میان جوامع امروزی به گونه‌ای است که اصول امکان کنترل سبک زندگی اسلامی و ایرانی با این رسانه‌های جدید وجود ندارد، این رسانه‌ها بر حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و سایر حوزه‌های مهم تأثیر می‌گذارند. (قنبری و کلانتری، ۱۳۹۹).

امروزه؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات، الگوی جدیدی از رفتار و ساختار اجتماعی ارائه و به عنوان یک مدل می‌تواند پیوندها و روابط انسان‌ها، ملت‌ها و ادیان را باز تعریف کند (خانیکی، ۱۳۹۷).

با توجه به آمار بالای استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نفوذ این شبکه‌ها به جامعه و خانواده و تأثیر بر هویت و روابط بین فردی آنان و آسیب‌های احتمالی که گاهاً منجر به آشفتگی‌هایی در روابط، شخصیت و سبک زندگی می‌شود و می‌تواند آسیب‌های روانی و مادی زیادی را برای فرد، خانواده و جامعه به همراه داشته باشد و موجب بروز بحران‌های مختلف در جامعه گردد (ساروخانی و رضایی قادری، ۱۳۹۶).

شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین و مدرن‌ترین ابزار و رسانه ارتباط جمعی‌اند و یکی از پیامدهای مهم حضور و مشارکت کاربران در این شبکه‌ها فراهم آوری زمینه حرکت‌های جمعی و بحران یا مهار آن است (اکبری، ۱۳۸۹).

اساساً فضای مجازی، جامعه را با همه لایه‌های فردی و اجتماعی و همه‌ی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و همچنین همه‌ی بخش‌های فرهنگی سیاسی و اقتصادی، «دو فضایی» ساخته است و این تغییر یک تغییر پارادایمی محسوب می‌شود که زبان فهم علمی و زبان حکمرانی، مدیریت و عمل اجتماعی جدیدی را ایجاد کرده است (عاملی، ۱۳۹۷).

جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان کشوری با موقعیت راهبردی همواره در معرض انبوهی از تهدیدات در سطوح بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای است، آنچه بیش از هر چیز برای تأمین امنیت ملی کشور لازم است توجه ویژه به شناسایی و احصاء تهدیدات امنیت ملی کشور و تلاش در راستای مقابله با این تهدیدات می‌باشد، همواره یکی از اصلی‌ترین راهبردها و اهداف کلان هر حاکمیت، دستیابی به سطح مطلوبی از امنیت ملی پایدار می‌باشد در این میان شاخص «ثبات» (داخلی) بیشترین اهمیت را در بین شاخص‌ها برای امنیت ملی ایران دارد که از شاخص‌ترین نشانه‌های امنیت پایدار در جامعه است و در مواجهه با تهدیدات ناشی از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند برای کشور امنیت‌زا باشد (عباسی و شریعت، ۱۳۹۷)، شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌واسطه بسیج نیروها، تحولی‌ابزاری و روش‌شناسانه در ایجاد جنبش سیاسی و اجتماعی کرده است (کبریایی‌زاده، ۱۳۹۰)، انتقال بحران از فضای فیزیکی به سایبری باعث تحول در عوامل موجد بحران شده، به‌گونه‌ای که قدرت شبکه‌ای توانایی تأثیرگذاری بر آن‌ها را پیدا کرده و این اثر، توأم با تأثیر قدرت فیزیکی نقش مؤثری در ایجاد، کنترل و تداوم بحران‌های سیاسی-امنیتی دارد (شجاع مؤدب و همکاران، ۱۳۹۹).

جریان یافتن ارتباطات سیاسی و اجتماعی در بستر شبکه‌های اجتماعی، موجب متناسب‌سازی این بستر با شرایط زبانی و فرهنگی مخاطبان و باعث تغییر منطبق امر سیاسی به‌واسطه ویژگی‌های ذاتی این رسانه شده و در این بستر اختلاط و درهم‌رفتگی فضاهای سیاسی و غیرسیاسی، شخصی و غیرشخصی و ... وجود دارد (ذکایی و خوشخو، ۱۳۹۸).

مهم‌ترین اقدامات جریانات معاند نظام و کشورهای خارجی علیه امنیت ملی در سال ۱۳۸۸، جنگی واقعی در فضای سایبری به‌خصوص رسانه‌های اجتماعی مجازی بود (ضیائی‌پور، ۱۳۸۸).

فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP توسط توماس ساعتی<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۴ معرفی گردید و یکی از معروف‌ترین فنون تصمیم‌گیری چندمعیاره در مسائل اقتصادی، اجتماعی و

<sup>۱</sup>Analytical Hierarchy Process

<sup>۲</sup>Saaty. T

صنعتی است که تاکنون در زمینه تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، اولویت‌بندی و رتبه‌بندی شاخص‌ها و تعیین راهبردها و اهداف نیز بکار رفته است (ساعتی، ۲۰۰۴).

در این تحقیق سعی شده به سؤال «ویژگی و کارکرد رسانه‌های اجتماعی مجازی چه نقش و تأثیری در شکل‌گیری بحران‌های اجتماعی دارد؟» پاسخ داده شود، لذا ضمن اشاره به انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی، ویژگی و شاخص کارکردی رسانه‌های اجتماعی را در شکل‌گیری و تداوم بحران از طریق مصاحبه با نخبگان و مطالعه اسنادی، احصاء و سپس با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی تأثیرات آن در جامعه اولویت‌بندی و مورد تحلیل قرار گرفته است.

### اهمیت تحقیق

۱. موجب شناسایی ویژگی‌ها، قابلیت‌ها و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی در مسائل امنیتی از جمله ظهور و بروز بحران اجتماعی می‌گردد.
۲. ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و میزان تأثیرگذاری آن در بحران اجتماعی مشخص و اولویت‌بندی می‌شود.
۳. شاخص‌های کارکردی به‌منظور فراهم نمودن معیار سنجش شبکه‌های اجتماعی حاصل می‌شود و می‌توان طبق آن بر هر شاخص برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و بلندمدت طراحی نمود.
۴. موجب ایجاد یکپارچگی در سازمان‌ها و نهادهای امنیتی و مسئولین فضای مجازی برای اتخاذ تصمیم مقابله‌ای با توجه به اهمیت شبکه‌های اجتماعی و میزان تأثیرگذاری هر شاخص و ویژگی‌های این شبکه‌ها می‌شود.

### ضرورت تحقیق

۱. نبود اولویت‌بندی مناسب علمی و نرم‌افزاری در خصوص ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و تعیین اثرگذاری آن شاخص‌ها در جامعه

۲. نبود شاخص‌های کارکردی شبکه‌های اجتماعی و حسب آن نبود راهبردهای فرهنگی و علمی، عدم تعامل ضابطه‌مند و مناسب بین دستگاه‌ها و نهادهای تصمیم‌گیرنده و مجریان (مانند بحث فیلتر کلاب هاوس) که منجر به سوءاستفاده دشمنان، گروه‌های معارض و سرویس‌های اطلاعاتی از این بستر برای ایجاد بحران و تداوم آن می‌گردد.

### هدف تحقیق

با توجه به موارد ذکر شده در مقدمه و بیان مسئله، هدف اصلی این پژوهش تبیین و اولویت‌بندی میزان نقش و تأثیر ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در بحران‌های اجتماعی است.

## ۱. مبانی نظری

### ۱-۱) پیشینه تحقیق

در سال‌های اخیر، تحقیقات بسیاری در زمینه شبکه‌های اجتماعی و نقش آن بر جوامع و مسائل اجتماعی انجام شده است اما نیاز به احصاء کارکرد و شاخص‌ها و رتبه‌بندی آن کاملاً مشهود است، از آن جمله در پژوهش وانگ<sup>۱</sup> به بررسی رابطه بین اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با عملکرد خانواده و سلامت روان در دانش‌آموزان پرداخته شده و نتایج این بررسی نشان داده که بین اعتیاد به اینترنت با برخی از زیرمجموعه‌های عملکرد خانواده ارتباط دارد. پژوهش‌های مشابهی نیز در خارج از کشور انجام شده‌اند و به بررسی اختلال ارتباطی افراد در نتیجه اعتیاد به اینترنت پرداخته‌اند (مورهان و مارتین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱؛ نالوا<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷)، بنابراین، کیفیت روابط، یکی از ابعادی است که می‌تواند تحت تأثیر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی

<sup>۱</sup> Whang

<sup>۲</sup> Morahan & Martin

<sup>۳</sup> Nalwa

قرار گیرد و با توجه به افزایش آمار استفاده‌کنندگان شبکه‌های اجتماعی که گهگاه با اعتیاد به این شبکه‌ها همراه می‌شود و می‌تواند بر افراد جامعه اثرگذار باشد (عباسی قادی، ۱۳۹۱).  
جونیسون و دلفین کورویسیرب<sup>۱</sup> در تحقیقی تفاوت‌های فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک را مطالعه کردند و افزایش انگیزه استفاده کاربران را طراحی قوی این شبکه‌ها مطرح کرده و نهایتاً تأثیر این شبکه‌ها در ترویج فرهنگ‌های مختلف جامعه را بررسی نموده‌اند (جونیسون و کورویسیرب، ۲۰۱۰).

در کتاب «نقش رسانه‌های مجازی در فتنه سال ۱۳۸۸» ضمن معرفی رسانه‌های مجازی فعال در جریان فتنه ۸۸، «رسانه‌های مجازی و قطبی شدن گفتمانی سیاست و جامعه» و نقش شبکه‌های اجتماعی و اینترنت در فرایند تشدید آن مورد بررسی قرار گرفته و در پایان هم با عنوان «رسانه‌های مجازی و کنش‌های ستیزگرانه»، به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در بحران‌های پس از انتخابات و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای اعتراض‌های پس از انتخابات پرداخته است (رزمجو و عنایتی، ۱۳۹۶).

پورجمشیدی و همکارانش پژوهشی برای شناسایی ابعاد زندگی اجتماعی شهروندان متأثر از فضای مجازی را انجام داده‌اند و در آن تأثیر فضای مجازی بر سه مقوله از مسائل اجتماعی شامل امنیت و سلامت اجتماعی؛ آگاهی‌های شهروندی؛ و تقابل سنت و مدرنیته را منفی؛ اما بر سه مقوله‌ی دیگر شامل اخلاق اجتماعی؛ مشارکت اجتماعی؛ و مسئولیت‌پذیری اجتماعی مثبت عنوان کرده‌اند (پورجمشیدی و همکارانش، ۱۳۹۹).

شجاع مؤدب، حسینی تاش و همکارانش در تحقیقی به این نتیجه رسیده‌اند که فضای سایبر امکان تأثیرگذاری بر عوامل موجد روانی و اجتماعی که تقویت و تضعیف آن‌ها باعث ظهور و افول بحران‌های سیاسی-امنیتی می‌شود را دارد، به عبارت دیگر انتقال این عوامل موجد از فضای فیزیکی به سایبر و برعکس، بحران‌های سیاسی-امنیتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. درک چگونگی تحول این بحران‌ها در انتقال به فضای سایبر و فیزیکی و

---

<sup>۱</sup> Joinsona

<sup>۲</sup> Delphine Courvoisierb

تأثیر آن بر نتیجه بحران‌های مذکور، مسئله اصلی پژوهش آنان بوده و هدف آن تبیین و مدل‌سازی چگونگی تحول در چرخه‌های ظهور بحران‌های سیاسی-امنیتی تحت تأثیر فضای سایبر است (شجاع مؤدب و دیگران، ۱۳۹۹).

## ۲-۱) اینترنت و دهکده جهانی

با پیشرفت فن‌آوری اطلاعات اینترنت، دنیا به یک دهکده جهانی تبدیل شده است و در این میان در بین سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ فیس‌بوک به‌عنوان شبکه اجتماعی مجازی بیشترین جمعیت را داشت و در حال حاضر مرورگرهای گوگل و یاهو کاربر بیشتری داشته و در بین رسانه‌های اجتماعی هم تلگرام دارای مخاطب و تأثیرگذاری بیشتری در ایران می‌باشد (شین دونگ، ۲۰۱۶).

اینترنت یک شبکه جهانی است که شبکه‌های خود مختار به انتخاب خود به آن پیوسته‌اند و بدون هیچ بدنه مرکزی فرماندهی کار می‌کنند، اما برای حفظ تعاملاتش جنبه‌های فنی و سیاست‌های زیرساخت پایه‌ی آن و همچنین فضاها یا نام اصلی آن توسط بنگاه اینترنتی نام‌ها و شماره‌های تخصیصی اداره می‌شوند تا برای هماهنگ‌سازی تخصیص شناسه‌های یکتا برای استفاده در اینترنت مرجع باشد (تسای، ۲۰۱۷).

در این راستا مک‌لوهان معتقد است که جوامع بیشتر در اثر ماهیت وسایل ارتباطی شکل گرفته‌اند، تا در نتیجه محتوای آن. به عقیده وی، وسیله نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیست، بلکه به مراتب مهم‌تر از خود پیام نیز هست و بر آن تأثیری چشم‌گیر دارد. به نظر مک‌لوهان چنانچه خطوط اصلی تاریخ تمدن بشری را از آغاز تاکنون مورد بررسی قرار دهیم، خواهیم دید که تاریخ از سه مرحله متوالی می‌گذرد و هر کدام از آن‌ها، تحت سلطه مجموعه‌ای از رسانه‌های جمعی است؟ مک‌لوهان بر این باور است که در هر دوره تمدن، نظام ارتباطی خاصی حاکم است. این نظام ارتباطی افراد را و می‌دارد تا متناسب با

۱ Shin Dong

۲ Tsay

۳ McLuhan



آن، حواس خود را شکل بدهند، یعنی برخی را گسترش و توسعه دهند و از برخی دیگر صرف نظر کنند (رشیدپور، ۱۳۹۰).

از دیدگاه مک لوهان جوامع بشری طی سه مرحله تحول یافته‌اند و این سه مرحله عبارت‌اند از: ۱- عصر ارتباط شفاهی در زندگی قبیله‌ای و طوایفی، ۲- عصر ارتباطات کتبی و انتشاری و جامعه‌ای فردگرا، ۳- عصر ارتباطات الکترونیکی و دهکده جهانی. ایشان دنیای امروز را دنیای الکترونیک می‌داند و معتقد است محیط الکترونیکی عصر حاضر، فضای قدیمی تصویری را که سال‌هاست به آن عادت کرده‌ایم، بی‌ارزش خواهد ساخت (محمدی اصل، ۱۳۹۵).

### ۱-۳) رسانه‌های مجازی

فضای مجازی یک شبکه‌ی گسترده جهانی است که شبکه‌های مختلف رایانه‌ای در اندازه‌های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فناوری‌های ارتباط راه دور اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند (تسورو، ۲۰۱۷)، فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را در برمی‌گیرد. این نام را نخستین بار ویلیام گیسون<sup>۱</sup> در رمان نورومانسر<sup>۲</sup> (۱۹۸۴) ابداع کرد. او تعبیر فضای مجازی را برای توصیف یک دنیای جدید مجازی به کار برد (کی، ۲۰۱۵).

انصاری نصب و هاشمی‌زاده بر این باورند که فضای مجازی با شمول تمام ارتباطات مبتنی بر رایانه، متشکل از نه مؤلفه است:

۱. شبکه‌های ارتباط تلفنی به همراه ادوات الکترونیکی و دیجیتالی متصل به آن‌ها؛

<sup>۱</sup> Tetsuro

<sup>۲</sup> William Gyson

<sup>۳</sup> Nouromancer

<sup>۴</sup> Key

۲. فناوری‌های پردازشی شامل انواع رایانه‌ها از ابر رایانه‌ها گرفته تا رایانه‌های شخصی و نرم‌افزارها و ادوات جانبی‌شان تا سامانه‌های خبره و هوشمند؛
  ۳. سامانه‌های حمل و نقل مبتنی بر قابلیت‌های عملیاتی؛
  ۴. دیجیتالی، دستگاه‌های کنترلی دیجیتالی؛
  ۵. ادوات و اسباب دیجیتالی، از ساعت و گوشی تلفن همراه گرفته تا اجاق مایکروویو و دستگاه ضبط ویدئویی؛
  ۶. ربات‌های دیجیتالی که مستقلاً دستگاه‌های خودکار را اجرا می‌کنند؛
  ۷. فناوری‌های ارتباطی مثل فنون پخش گسترده‌ی برنامه‌های دیداری شنیداری ماهواره‌ای، شبکه‌های محلی رادیو و تلویزیونی، برنامه‌های ارتباطی و نامه‌نگاری الکترونیکی؛
  ۸. فناوری‌های جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مثل فناوری‌های حسگری پوششگری و دور سنجی؛
  ۹. فناوری‌های ذخیره و بازیابی اطلاعات و داده‌ها، مثل انواع نوارها و دیسک‌های مغناطیسی و نوری یا کارت‌های حافظه (انصاری‌نصب و هاشمی‌زاده، ۱۳۹۶).
- رسانه‌های مجازی اعم از تحت وب و موبایل محور، پایگاه یا مجموعه پایگاه‌هایی از داده‌ها هستند که امکان، ساختار، شیوه آسان ارتباط‌گیری و پیوند برای افراد فراهم می‌کند تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با سایر افراد به اشتراک بگذارند یا از افکار و فعالیت‌های دیگران در این مکان بهره‌مند شوند که یکی از مهم‌ترین این رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی مجازی است که مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب و موبایل محور می‌باشد.
- رسانه‌های اجتماعی علاوه بر نقش رسانه‌ای خود در فضای مجازی، ظرفیت هدایت و سازماندهی حرکت‌های اجتماعی و مانورهای خیابانی را در فضای حقیقی دارند. شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک‌گذاری لینک، عکس، فیلم، خبر، ویکی‌ها، فروم‌ها، خبرخوان‌ها و

سایت‌های اجتماعی از فناوری‌هایی هستند که امکان تعامل اطلاعات و دیدگاه‌ها را در محیط اینترنت به وجود می‌آورند. (آمانلو و شادمانی، ۱۳۹۰)

#### ۴-۱) شبکه‌های اجتماعی تحت وب

رسانه‌های اجتماعی اغلب با اصطلاح وب ۲ مرتبط هستند. وب ۲ به استفاده از اینترنت www اشاره دارد که محتوا را ایجاد، اشتراک‌گذاری و در میان کاربران اینترنت تسهیم می‌کند. به طور خاص وب ۲ سکوی رایانشی فنی برای رسانه‌های اجتماعی است چون به محتوا و برنامه‌های کاربردی برخط اجازه می‌دهد تا توسط همه کاربران به صورت مشارکتی تر و همکارانه تر تغییر یابند.

وب ۲ از وب ۱ پیروی می‌کند. در مقایسه با وب ۲، وب ۱ اجازه می‌دهد که محتوا و برنامه‌های کاربردی برخط «مانند صفحه وب شخصی، یک دایره‌المعارف برخط یا روزنامه» ایجاد شده و توسط افراد به صورت غیرمستقیم منتشر شوند. وب ۱ در اوایل دهه ۹۰ آغاز شد، در صورتی که وب ۲ را می‌توان به عنوان نسل دوم اینترنت در دهه اول ۲۰۰۰ با ارتباط چند طرفه ملاحظه کرد (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین از زمانی که وب ۲ آغاز شده درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی صحبت می‌کند. وب ۳ و وب ۴ روش‌های پیشرفته تری از استفاده از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی برای سرویس‌دهی بهتر به کاربران هستند. همین‌طور روش‌های جدید ارتباطی به شدت روشی که انسان به طور معمول ارتباط برقرار می‌کنند را تغییر داده‌اند (ون لوی، ۱۳۹۵).

به طور کلی شبکه اجتماعی، ساختاری اجتماعی است که از گره‌هایی (عموماً فردی یا سازمانی) تشکیل شده است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی مانند ایده‌ها و تبادلات مالی، دوستان، خویشاوندان، لینک‌های وب و سرایت بیماری‌ها (اپیدمولوژی) به هم وصل هستند.

۱. وب گسترده جهانی

۲. مانند بلاگ‌ها و ویکی‌ها

در سال ۲۰۰۲ شبکه اجتماعی فرنداستار<sup>۱</sup> راه‌اندازی شد، این شبکه باهدف جمع‌آوری افرادی که علاقه‌های مشابهی به یک موضوع داشتند شروع به فعالیت کرد و راه‌های مختلفی را برای پیدا کردن علاقه‌های مشترک پیش روی کاربران قرار می‌داد و بیش از ۳ میلیون کاربر جذب کرد (کارمیت نوآ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴).

یک سال بعد در سال ۲۰۰۳ شبکه اجتماعی لینکدین<sup>۳</sup> باهدف برقراری ارتباط میان افراد متخصص در شغل‌های مختلف راه‌اندازی شد، در سال ۲۰۱۶ مایکروسافت لینکدین را خریداری کرد و امروزه لینکدین بیش از ۵۶۰ میلیون کاربر ثبت شده دارد (داستین<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱)، در سال ۲۰۰۳ شبکه اجتماعی معروف مای اسپیس<sup>۵</sup> راه‌اندازی شد اما زیاد دوام نیاورد.

شبکه‌های اجتماعی راه خود را ادامه داد تا اینکه در سال ۲۰۰۴ چند دانشجوی هارواردی فیس‌بوک را برای ارتباط میان دانشجویان راه‌اندازی کردند، مارک زاکربرگ<sup>۶</sup> این شبکه اجتماعی را در سال ۲۰۰۶ در اختیار عموم قرارداد.

شبکه اجتماعی فیس‌بوک امروزه تبدیل به سامانه‌ای شده است که از ژوئن ۲۰۱۹، ۲٫۴ میلیارد کاربر فعال ماهانه، ۱٫۶ میلیارد کاربر فعال روزانه داشته و ۸۸٪ فعالیت کاربران این شبکه از طریق تلفن همراه است، میانگین زمانی که کاربران هر روز در فیس‌بوک می‌گذرانند ۵۸ دقیقه بوده و روزانه بیش از ۳۰۰ میلیون عکس بارگذاری می‌شود و تقریباً ۳۰٪ کاربران فیس‌بوک بین ۲۵ تا ۳۴ سال سن دارند و شبکه‌های اجتماعی دیگر نیز به ترتیب یوتیوب، واتساپ، مسنجر وی‌چت و اینستاگرام بیشترین کاربران را دارند (داستین<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱). در ایران هم از سال ۲۰۰۶ به بعد کاربران فیس‌بوک رو به افزایش شد و اوج آن در بحران و شورش‌های ۱۳۸۸ خودش را نشان داد و عناصر جریان فتنه، سرکردگان داخلی و خارجی، گروه‌های معارض از جمله منافقین و سلطنت‌طلبان و حتی برخی سرویس‌های اطلاعاتی از جمله

<sup>۱</sup> Friendster

<sup>۲</sup> Carmit-Noa

<sup>۳</sup> LinkedIn

<sup>۴</sup> Dustin

<sup>۵</sup> MySpace

<sup>۶</sup> Mark Zuckerberg

کشورهای آمریکا و اسرائیل از این رسانه برای شکل‌گیری اغتشاشات و شورش‌های خیابانی استفاده می‌کردند و هدایت صحنه‌ای را از طریق این رسانه اجتماعی انجام می‌دادند (رزمجو و عنایتی، ۱۳۹۶). یوتیوب نیز در سال ۲۰۰۵ توسط سه نفر از کارمندان شرکت پی‌پال<sup>۱</sup> باهدف اشتراک‌گذاری ویدئو در میان کاربران راه‌اندازی شد و به دلیل اینکه در آن زمان کمتر شبکه‌ای امکانات به اشتراک‌گذاری رایگان ویدئو را در اختیار کاربران قرار می‌داد موجب موفقیت یوتیوب بود، مدتی بعد نیز گوگل یوتیوب را خریداری کرد، در حال حاضر یوتیوب ماهانه بیش از ۱٫۹ میلیارد بازدید داشته و روزانه ۱۴۹ میلیون نفر به یوتیوب وارد می‌شوند، میانگین مدت زمان بازدید هر کاربر ۴۰ دقیقه است به‌طور متوسط هر دقیقه ۳۰۰ ساعت فیلم در این رسانه بارگذاری می‌شود و هر روز بیش از ۵ میلیارد بازدید ویدئو وجود دارد (داستین، ۲۰۲۱)، این رسانه هم با شایعه پراکنی ضمن ایجاد بی‌اعتمادی در تحریک و تهییج جوانان برای حضور در بحران‌های اجتماعی نقش مهمی داشت و کاربران آن با انتشار فیلم‌های ساختگی از تجمعات، اعتراضات خیابانی و بحران‌ها ساکنین سایر استان‌ها و شهرها را تحریک به اقدام مشابه می‌کردند (سهرابی و مسلمی، ۱۳۹۴).

در سال ۲۰۰۶ توئیتر به‌عنوان یک شبکه اجتماعی و میکرو بلاگینگ در قالب نوشتاری با ۱۴۰ کاراکتر راه‌اندازی شد، امروزه این شبکه روزانه ۱۳۴ میلیون کاربر داشته و از کاربران فعال ماهانه آن‌ها، ۶۸ میلیون از ایالات متحده است هر روز نزدیک به ۴۶۰،۰۰۰ حساب توئیتر جدید ثبت می‌شود و کاربران توئیتر روزانه ۱۴۰ میلیون توئیت ارسال می‌کنند که در یک هفته به یک میلیارد توئیت می‌رسد (داستین، ۲۰۲۱)، با توجه به اینکه حجم پیام‌های تبادل شده در توئیتر کوتاه بوده لذا در بحران ۸۸ دشمنان و عناصر فتنه برای هدایت معترضین از این شبکه اجتماعی استفاده می‌کردند و به دلیل ظرفیت‌های این رسانه و سایر امکانات ارتباطی موجود در آن زمان سرکردگان جریان فتنه شعار «هر فرد یک رسانه» را مطرح کردند تا نظام نتواند بحران را مدیریت نماید (رزمجو و عنایتی، ۱۳۹۶).

داستان ظهور شبکه‌های اجتماعی ادامه پیدا کرد تا در سال ۲۰۱۱ گوگل به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین غول‌های اینترنتی خبر از راه‌اندازی شبکه اجتماعی با نام گوگل پلاس داد و در سال ۲۰۱۴ اعلام شد که این شبکه اجتماعی حدود ۵۴۰ میلیون کاربر فعال دارد. گوگل پلاس با هدف رقابت با فیس‌بوک راه‌اندازی شده بود، اما هرگز نتوانست در قد و قواره‌های فیس‌بوک ظاهر شود (محمدیان و همکاران، ۱۳۹۶).

### ۵-۱) شبکه‌های اجتماعی موبایل محور

با نگاهی به وضعیت شبکه‌های اجتماعی شاید بتوان گفت: سلاطین فناوری توانسته‌اند بازار شبکه‌های اجتماعی را اشباع کنند، در این بین شبکه‌های اجتماعی بزرگ رویکرد ویژه‌ای به گوشی‌های هوشمند دارند و با تمام تلاش سعی می‌کنند حضور کاربران را از کامپیوترها به سمت گوشی‌های هوشمند بکشند و موفق هم شده است در این زمینه می‌توان به اینستاگرام، اسنپ‌چت، تلگرام و واتس‌آپ اشاره کرد، واتس‌آپ یک برنامه پیام‌رسانی فوری برای گوشی‌های هوشمند است که در سال ۲۰۰۹ توسط جان کوم و برایان تأسیس شد و بعداً در سال ۲۰۱۴ توسط فیس‌بوک خریداری شد. این شبکه اکنون بیش از ۱ میلیارد کاربر فعال روزانه داشته و به‌طور متوسط روزانه ۱ میلیون نفر در واتس‌آپ ثبت‌نام می‌کنند و روزانه تقریباً ۶۰ میلیارد متن ارسال می‌شود (داستین، ۲۰۲۱).

اینستاگرام که در ایران نیز کاربران زیادی دارد در سال ۲۰۱۰ راه‌اندازی شد و از آن زمان تاکنون چیزی بیشتر از ۲۰ میلیارد عکس در این شبکه اجتماعی به اشتراک گذاشته شده است.

اینستاگرام تنها در بستر موبایل کار می‌کند و محبوبیت آن باعث شد تا فیس‌بوک در سال ۲۰۱۲ این شبکه اجتماعی که تنها توسط ۱۳ نفر راه‌اندازی شده بود را باقیمت یک میلیارد دلار خریداری کند (ای.جی، ۲۰۱۳).

اینستاگرام ماهانه بیش از ۱ میلیارد و روزانه بیش از ۶۰۰ میلیون کاربر فعال دارد از زمان ایجاد آن، بیش از ۴۰ میلیارد عکس به اشتراک گذاشته شده و روزانه به طور متوسط ۹۵ میلیون عکس در اینستاگرام بارگذاری می شود، بیشتر کاربران اینستاگرام بین ۱۸ تا ۲۹ سال سن دارند که ۳۲٪ از کاربران اینستاگرام دانشجویان دانشگاه ها هستند (داستین، ۲۰۲۱).

اینستاگرام یک شبکه اجتماعی عکس محور است که اساس کامل آن بر فرد است و فرد با فالو کردن، عکس ها و کپشن ها، استوری ها و فیلم های کوتاه افراد را می بیند؛ و محیطی برای تبادل اطلاعات، شایعه پراکنی و هدایت افکار عمومی است که سلبریتی ها از این فضا بیشترین استفاده را می برند. از سوی دیگر خود کاربر نیز قادر است که استوری یا یک پست کامل با توجه به یک عکس را بگذارد. بخشی دیگر نیز به عنوان جستجو وجود دارد که کاربر می تواند در آنجا عکس ها، پست ها و فیلم های کوتاهی که کاربران دیگر به اشتراک گذاشته اند را ببیند، پلتفرم اینستاگرام مانند پازل اجتماعی است که هر کدام برای خود و برای صفحه شخصی خود و در راستای اهداف خود، در حال فعالیت هستند. اینستاگرام با وجود شباهت زیر ساختی یعنی رسیدن به امر فردگرایی، انعکاس هویتی تا مرحله ی جهانی شدن پیش می رود و کاربران را به صورت مستقیم با امر جهانی شدن درگیر می کند؛ و به تبع منشأ این درگیری، هویت جهانی را در کاربران به وجود می آورد؛ یعنی پلتفرم اینستاگرام کنش مندی را در راستای هویت جهانی ایجاد می کند که این کنش ها با نقطه اتکای جهانی شدن به وجود می آید. برای مثال نگاه یک کاربر اینستاگرام در بازنمایی خود نسبت به معلولان، نه بر اساس ساختارهایی که با آن ها زندگی کرده است بلکه با ساختار جهانی که با آن روبرو است تغییر می کند. این امر در نگاه اول با این نظم گفته شده نیست. لذا در بطن این پلتفرم و تأثیرات آن چنین کنش مندی هایی را به وجود می آورد، خواه کاربر آن را بپذیرد خواه آن را نپذیرد. تنها کنش کاربر، درگیری با این امر و اتکا بر روی نقاط فکری خودش است؛ یعنی کاربر با این اعتقاد پیش می رود که عاملیت صد درصدی در این

پلتفرم را دارد و با این آگاهی کاذب درون ساخت این پلتفرم وارد می‌شود. ولیکن عاملیت این فناوری را فراموش می‌کند (بیژنی، ۱۳۹۸).



شکل ۱: زنجیره شبکه‌های اجتماعی موبایل محور (موسوی، ۱۳۹۶)

#### ۱-۶) شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر پروفایل

در شبکه‌های اجتماعی مجازی پروفایل محور، کانون فعالیت‌ها، پیرامون صفحه‌های حاوی اطلاعات مربوط به فعالیت‌ها، علاقه‌مندی و گرایش‌های هر یک از اعضا شکل می‌گیرد. فیس‌بوک، مای اسپیس، تلگرام، اینستاگرام و واتس‌آپ نمونه‌هایی از این شبکه‌ها می‌باشند. در این شبکه‌ها، کاربران نوعاً، دامنه فعالیت و فضای ارتباطی خود را از راه‌های گوناگون با انتشار تصاویر، درج متن، پیام، یادداشت، پیوند و افزودن متن در فضای به اشتراک گذاشته شده، کپی یا هدایت کردن پیام‌ها و تصاویر سایر کاربران و... گسترش می‌دهند. این رسانه‌های اجتماعی مجازی با تبادل اطلاعات و هدایت تجمعات اعتراضی در شکل‌گیری و ایجاد بحران‌های دی‌ماه ۹۶ نقش عمده‌ای داشتند. (خانیکی و همکاران، ۱۳۹۸)

#### ۱-۶) شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر محتوا

در این شبکه‌ها، پروفایل‌های کاربران درعین حال که دارای جایگاهی مهم برای شکل‌گیری ارتباط و پیوند بین کاربران هستند، اما نقش ثانویه در ارسال محتوا و تولید



محتوا دارند شبکه فلیکر<sup>۱</sup> نمونه‌ای از این قبیل شبکه‌ها است که گروه‌ها، ارتباطات و یادداشت‌های پیرامون تصاویر درج شده شکل می‌گیرند و اعضای شبکه برای ارسال تصویر جدید، درج متون با دیدگاه‌های خود یا برقراری ارتباط با سایر اعضا، ابتدا باید خود را به شبکه معرفی کنند، به عبارت دیگر از پروفایلی که قبلاً برای خود تعریف کرده‌اند برای ورود به شبکه استفاده کنند یوتیوب نیز چنین کارکردی دارد که در این شبکه کاربران برای ارسال فایل‌های دارای فیلم و صوت بر روی یوتیوب، ابتدا با شناسه‌ای که برگرفته از پروفایل آن می‌باشد، خود را معرفی می‌کند و برای یادداشت‌گذاری درباره محتویات موجود در شبکه و رای دادن به دیدگاه‌ها و دیگران نیز به همین منوال عمل می‌شود (خانیکی و همکاران، ۱۳۹۷).

حسب تحقیقات شبکه خبرنگاران جوان در اردیبهشت‌ماه ۹۸، ۵۳ درصد جوانان آدرس ایمیل و پست الکترونیکی، ۲۰ درصد شماره تلفن خود، ۹۱ درصد عکس‌های شخصی و خانوادگی و ۲۴ درصد از جوانان فیلم‌های شخصی و مسائل مهمی در اجتماع را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند پس به این ترتیب می‌توان گفت که این کاربران برای دیده شدن در پی تصاویر هیجان‌آفرین از خودشان می‌باشند (موسوی، ۱۳۹۸).

با گسترش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، امروزه دیگر مرزهای بین شهرها، کشورها و قاره‌ها به چشم نمی‌آید و همین امر باعث می‌شود تا آداب و رسوم، سنت‌ها و از همه مهم‌تر فرهنگ اقوام دیگر به هر ملتی وارد شده و تأثیرات مثبت یا منفی بر روی هر ملتی بگذارد؛ که با نگاهی به اطراف و شهر خود می‌توانیم تأثیر شبکه‌های اجتماعی و فضاهای مجازی را بر روی نوع پوشش افراد، طرز آرایش مو، رابطه‌های زناشویی و... ببینیم (الطافی، ۱۳۹۸).

## ۲. بحران‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی مجازی

### ۲-۱) مفهوم بحران و مدیریت بحران و عوامل شکل‌گیری بحران

**تعریف بحران:** بحران به حوادثی اطلاق می‌شود که در اثر رخدادها و عملکردهای طبیعی و انسانی به‌طور ناگهانی به وجود می‌آید و مشقت و سختی را به یک مجموعه یا جامعه انسانی تحمیل می‌کند و برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اضطراری، فوری و فوق‌العاده دارد (قنبری و آزاد، ۱۳۹۶).

**تعریف مدیریت بحران:** مدیریت بحران فرایند عملکرد و برنامه‌ریزی مقامات دولتی و دستگاه‌های اجرایی است که با مشاهده و تجزیه و تحلیل بحران‌ها به‌صورت یکپارچه، جامع و هماهنگ با استفاده از ابزارهای موجود تلاش می‌کنند از بحران‌ها پیشگیری نمایند تا در صورت بروز آن‌ها در جهت کاهش آثار، امداد رسانی سریع و بهبود اوضاع تا سطح وضعیت عادی تلاش نمایند (طاهریان، ۱۳۸۸).

**تعریف بحران اجتماعی:** هرگاه در دل جامعه اختلالاتی پدید آید که عملکرد به‌هنگار و معمولی حیات اجتماعی را به مخاطره افکند سخن از بحران اجتماعی است (ابطحی و همکاران، ۱۳۹۰).

### علل مؤثر در فرایند شکل‌گیری بحران

در شکل‌گیری بحران سه اصل اساسی وجود دارد:

۱. **عوامل اصلی:** نقش مؤثری در وقوع بحران دارند آشکار یا پنهان هستند از جمله آسیب‌های اجتماعی، فقر، تمایزات فرهنگی، احساسات و هیجانات جوانی، ری استارت‌ها ... و

۲. **عوامل زمینه‌ساز:** ضمن اثرگذاری بر علل اصلی از خاصیت تسهیل‌کنندگی برخوردار هستند که معمولاً به‌صورت ظاهری بروز می‌کنند مانند نفوذ اینترنت در تبادل سریع و سهل اطلاعات، رسانه‌های اجتماعی مجازی با تولید محتوا و شایعه‌پراکنی، نفوذ رسانه‌های تصویری و صوتی برای هدایت افکار عمومی، شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای برای ایجاد

بی‌اعتمادی و ناامیدی و حتی هدایت تجمعات اعتراضی، بی‌تدبیری و سوء مدیریت‌ها، بد کارکردی و ...

**۳. عوامل بازدارنده:** عللی را شامل می‌شود که در جلوگیری از توسعه بحران نقش‌آفرین هستند مانند نظام ارزشی، قطب‌های مرجع و خانواده و در صورت مدیریت رسانه‌های مکتوب و غیر مکتوب، تصویری و ... (ابطحی و همکاران، ۱۳۹۰).

### ۲-۲) مدیریت رسانه‌های اجتماعی مجازی

با معرفی شبکه‌های اجتماعی مختلف نظیر فیس‌بوک، گوگل پلاس، گروه‌های وبلاگی، چت روم‌ها، سایت‌های دوست‌یابی و تویتر میلیون‌ها افراد آن‌ها را وارد زندگی روزانه خود کرده و این شبکه‌ها، اجتماعات مجازی موجود در فضای سایبری هستند که آن را در اصطلاح «جامعه‌ی مجازی» می‌نامیم.

شبکه‌های اجتماعی، پایگاه یا مجموعه‌ای از پایگاه‌هایی است که به کاربران امکان می‌دهد تا علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند؛ به عبارت دیگر پایگاه‌هایی هستند که با استفاده از موتور جستجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام‌رسان الکترونیک، انتقال تصویر صدا و غیره، امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌آورند بنابراین در صورت عدم مدیریت و نداشتن راهبرد، این فضا تبدیل به تبادل اطلاعات علیه نظام، شایعه‌پراکنی برای بی‌اعتمادی، تولید محتوا برای افزایش اعتراضات و هدایت افکار عمومی در سیاست‌گذاری کشور می‌گردد (عاملی، ۱۳۹۷).

### ۳. روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نظر هدف کاربردی-توسعه‌ای و از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی است، داده‌های تحقیق با روش مطالعه کتابخانه‌ای با ابزار فیش‌برداری از کتب، مقالات و سایر تحقیقات انجام شده و همچنین به صورت میدانی، مصاحبه با ۱۰ نفر از نخبگان موضوع (با

توجه به اینکه بعد از ۹ نفر کلیدواژه‌ها و مطالب استخراج شده، تکراری یا مشابه بود و مطلب جدیدی از مصاحبه حاصل نمی‌شد و به همین دلیل به ۱۰ نفر اکتفا گردید که این افراد شامل اساتید دانشگاه تهران ۳ نفر، تربیت مدرس ۲ نفر، دانشکده صداوسیما ۲ نفر، وزارت ارشاد اسلامی ۲ نفر و موسسه غیردولتی رسانه ۱ نفر) جمع‌آوری گردیده است سپس پرسش‌نامه اکسپرت چویس<sup>۱</sup> تهیه و این پرسش‌نامه بعد از تکمیل توسط ۱۵ نفر از خبرگان با استفاده نرم‌افزار تحلیل سلسله مراتبی (EC) به صورت زوجی تحلیل شده و رتبه‌بندی شاخص‌های ویژگی و کارکرد رسانه‌های اجتماعی مجازی تعیین گردیده و از طریق نرم‌افزار ویزیو نمودارها رسم شده است.

#### ۴. تجزیه و تحلیل یافته‌ها (نقش رسانه‌های اجتماعی در بحران)

در باب اهمیت و کارکرد رسانه‌های سنتی در مدیریت بحران تاکنون تحقیقات فراوانی صورت گرفته است؛ اما این روزها استفاده از رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان رسانه‌هایی نوین در کنار انواع رسانه‌ها سنتی از اجزای جدایی‌ناپذیر زندگی انسان‌ها شده است. گسترش و آسان شدن دسترسی به فناوری‌های نوین ارتباطی، در فراگیر شدن استفاده از این رسانه‌ها برای تبادل اطلاعات آسان و سریع تأثیر بسزایی داشته است. گوشی‌های هوشمند تلفن همراه، انواع تبلت، لپ‌تاپ و کامپیوترهای شخصی پرکاربردترین ابزار وصل شدن روزانه میلیون‌ها کاربر به انواع رسانه‌های اجتماعی مجازی هستند. به نظر می‌رسد در چنین شرایطی مدیران مقابله با بحران نمی‌توانند به راحتی چشم خود را بر روی این رسانه‌ها و خیل عظیم کاربران آن‌ها ببندند و به دنبال راهکارهای استفاده از انواع این رسانه‌ها در زمان بحران نباشند زیرا این رسانه‌ها در شایعه‌پراکنی، انتشار اخبار جعلی و کذب، ارسال فیلم و عکس می‌توانند هدایت افکار عمومی را به دست بگیرند و ضمن ایجاد یاس و ناامیدی و افزایش بی‌اعتمادی به مسئولین نظام، موجب شیوع اعتراضات و سپس راهبری و هدایت معترضین شوند. از این رو ضروری است با

تکیه بر همین دغدغه به دنبال یافتن چالش‌ها و ارائه راهکارهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مدیریت بحران صورت بگیرد. براساس نتایج به دست آمده از تحقیقات مذکور، کاهش قدرت جریان رسمی اطلاعات، صحت و اعتبار اطلاعات، چالش‌های فراساختاری و زیرساختی از مهم‌ترین چالش‌های مدیران بحران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند. در کنار این عوامل چالش‌برانگیز اما راهکارهایی مانند شناخت شبکه، کاربرشناسی، اعتمادیابی و اعتمادزایی، اطلاع‌رسانی مداوم و پاسخگویی مناسب و برنامه‌ریزی جامع و هدفمند می‌توانند راهنمای عمل مدیران و مسئولین در استفاده از این رسانه‌ها در مدیریت بحران‌ها و کاهش اثرات سوء آن باشند.

امروزه بحران‌های گوناگون جزء جدایی‌ناپذیر زندگی بشر شده است. با توجه به نقش گسترده رسانه‌ها در ابعاد مختلف زندگی بشر و رشد روزافزون استفاده از اینترنت و فضای مجازی، شناسایی نقش این رسانه‌های نوین (رسانه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی) در مدیریت بحران‌های اجتماعی ضروری است.

آمارهای دقیق حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله مبتنی بر محتوا همچنین محتوای مطالب منتشر شده یا به اشتراک گذارده شده، می‌تواند به مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور کمک کند تا برای تولید محتوا در این فضا اطلاعات دقیقی از علاقه‌مندی‌های کاربران داشته باشند و بتوانند به آنچه در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود، جهت دهند و هدایت افکار عمومی را به دست گیرند.

در سال ۸۸ شبکه‌های اجتماعی با کلید واژه‌های ذکر شده با مدیریت و حمایت ویژه ایالات متحده آمریکا تلاش کردند ضمن ایجاد بحران مشارکت از طریق القای تقلب در انتخابات، مشروعیت نظام را به نقد بکشند و در نتیجه مردم را علیه حاکمیت تهییج و تحریک کنند.

فضای مجازی ابزاری است که می‌تواند در صورت اتخاذ راهبرد مناسب برای کنترل بحران در مراحل مختلف (به خصوص در بحران‌های اجتماعی) به خوبی عمل کند و نقش مؤثری ایفا کند.

راه‌های مختلفی در رسانه‌های اجتماعی مجازی برای کاهش اثرات بحران و مدیریت آن و بالعکس تشدید بحران وجود دارد. روش‌هایی مثل تاکتیک‌های رسانه‌ای، از راهبردهای ارتباطی استفاده می‌کنند که بر روی شیوه‌های ارتباطی و رسانه‌ای از طریق فضای مجازی برای مدیریت بحران‌های اجتماعی تمرکز شده است که در صورت نبود برنامه منسجم می‌تواند در شکل‌گیری بحران‌ها نقش‌آفرینی کند مسئله اصلی در این موضوع شناخت کارکردها و ویژگی‌های خاص شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان رسانه‌هایی نوین در مدیریت بحران است. در کنار آن به دنبال فهم شباهت‌ها و تفاوت‌های این کارکردها با رسانه‌های جمعی و همچنین یافتن راه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مدیریت بحران است. داده‌های این پژوهش با استفاده از روش مصاحبه عمیق و روش AHP به‌دست‌آمده است که پایایی و روایی آن در خود نرم‌افزار محاسبه می‌شود و کمتر از ۰/۰۱ است. مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی در سه مرحله (طبق روش نظریه بنیادی) کدگذاری شدند که در مجموع از میان ۷۵ نظر و جمله معنادار، در مرحله اول تعداد ۵۵ واژه به دست آمد. از ادغام و کنار هم گذاشتن کدهای مشابه از طریق فن مقایسه‌های ثابت در مرحله دوم، مجموعاً ۳۵ کد محوری (با نادیده گرفتن کدهای تکراری) حاصل شد. نهایتاً در مرحله کدگذاری انتخابی، تعداد ۷ گروه فرعی و پنج گروه اصلی از میان داده‌ها ظهور یافت. این گروه‌ها شامل ویژگی‌ها، کارکردها، بایسته‌های مدیریتی، چالش‌ها و راه‌کارهای استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی در مدیریت بحران می‌شوند. براساس نتایج پژوهش و نرم‌افزار AHP، ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی مجازی شامل ۷ کد، کاربر محور، محتوا محور، پروفایل محور، خود ابرازی، تسهیل ارتباطات، هم‌سطحی توزیع شبکه‌ای قدرت و کاربرپسندی می‌شود که به ترتیب امتیازات رتبه‌ای این کدها در AHP عبارتند از:

جدول شماره ۱: نتیجه خروجی AHP برای ویژگی رسانه‌های اجتماعی

ویژگی رسانه	محتوا محور	توزیع شبکه‌ای	تسهیل ارتباطات	کاربر محور	پروفایل محور	خود ارزی	کاربر پسندی
نمره رتبه	۰,۹	۰,۷۵	۰,۶۵	۰,۶۴	۰,۶۳	۰,۴۵	۰,۴

طبق نتیجه جدول شماره ۱ در ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی مجازی محتوا محور بودن بیشترین تأثیر در جذب مخاطب در بحران‌های اجتماعی دارد کمترین نقش را کاربرپسندی دارد، لازم به ذکر است این شاخص‌ها فقط برای بحران بررسی شده است و در صورتی که شاخص‌های ارزیابی برای سایر موضوعات بررسی و احصاء شود ممکن است نتیجه فوق تغییر یابد.

کارکردهای رسانه‌های اجتماعی دارای ۷ کد، آموزش و آگاهی‌بخشی، رصد و پایش، اطلاع‌یابی، خوداظهاری-عاطفی، انسجام‌بخشی و بسیج شبکه‌ای، خود نظارتی و اطلاع‌رسانی همگانی تشکیل می‌دهند.

جدول شماره ۲: نتیجه خروجی AHP برای کارکرد رسانه‌های اجتماعی

کارکرد رسانه	اطلاع-رسانی	انسجام بخشی	اطلاع‌یابی	آموزش و آگاهی‌بخشی	رصد و پایش	خود نظارتی	خود اظهاری
نمره رتبه	۰,۸۵	۰,۷	۰,۶۸	۰,۶	۰,۴۲	۰,۴	۰,۳۸

طبق نتیجه جدول شماره ۲ در کارکرد رسانه‌های اجتماعی مجازی در بحران‌های اجتماعی اطلاع‌رسانی بیشترین تأثیر را در هدایت و تحریک مخاطبان در بحران‌های اجتماعی داشته و کمترین نقش را خوداظهاری دارد.

پنج کد کاربرشناسی، اعتمادیابی و اعتمادزایی، اطلاع‌رسانی مداوم و پاسخ‌گویی مناسب، معرفت‌شناسی شبکه و برنامه‌ریزی جامع و هدفمند نیز بایسته‌های مدیریتی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی مجازی در زمان بحران را تشکیل می‌دهند. چالش‌ها و راه‌کارهای استفاده از رسانه‌ها در مدیریت بحران نیز دو کد دیگری از یافته‌های پژوهش در قالب کلی می‌باشند که به جزئیات آن پرداخته نشده است.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه، رسانه‌های اجتماعی مجازی در عرصه‌های جهانی، روزه‌روز بر اهمیت خویش افزوده‌است و نقش مستقیم یا غیرمستقیم حائز اهمیتی را در توسعه اقتصادی، اجتماعی و

سیاسی بر عهده‌دارند. این رسانه‌ها درحالی‌که حاضر به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند. از سوی دیگر، بیش از یک دهه است که شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش مهم و اساسی در مطالعات جامعه‌شناسی سیاسی، روان‌شناسی اجتماعی و علوم ارتباطات ایفا نموده و در مسائل اجتماعی-امنیتی، سیاسی-فرهنگی، مشروعیت زدایی و بحران‌آفرینی تأثیر دارد. سرمایه‌گذاری ایالات متحده روی فناوری شبکه‌های اجتماعی با برنامه‌ریزی، راهبرد مدون و بودجه مصوب در حمایت از اغتشاشات در ایران نشان‌دهنده اهمیت فوق‌العاده و بهره‌گیری ابزار نظام سلطه از این نوع رسانه است.

- اساساً با توجه به اینکه ماهیت تهدیدات تغییر کرده است، عناصری مانند رسانه‌های اجتماعی مجازی، افکار عمومی و همانند آن وسط میدان آمده است که این‌ها هم می‌تواند هم‌افزای تهدید و تشدید بحران‌های اجتماعی، هویتی و فرهنگی باشد و هم می‌تواند کنترل‌کننده تهدیدات و کاهش این قبیل بحران‌ها شود.

- از خصوصیات مهم رسانه‌های اجتماعی مجازی این است که هر دو اثر معایب و مزایا را کاملاً هم‌زمان دارد و بستگی به نوع استفاده و بهره‌برداری و هدایت کاربران دارد، در حال حاضر در کشور ما حوزه‌های تهدید به سمت حوزه‌های مردم‌محوری و رسانه محوری می‌رود و در این میان نقش شبکه‌های اجتماعی خیلی مؤثر و مهم می‌باشد.

- یک رویکردی برای رسانه‌های مجازی در دنیا اتفاق می‌افتد که حتی آمریکایی‌ها سند راهبرد در فضای امنیت سایبری جهانی را تدوین کرده و ترامپ گفته بود نگران ملی‌سازی فضاها و سایبری در کشورها است، چرا که کشورهایی مانند چین این کار را کرده و ایران هم شبکه ملی اطلاعات را شروع کرده و فرانسه و اروپا هم به این سمت می‌روند پس نقش این شبکه‌ها برای اکثر دولت‌ها مهم و حائز اهمیت است.

- طبق یافته‌های پژوهش که محتوا محور بودن و اطلاع‌رسانی از تأثیرگذارترین بخش ویژگی و کارکرد رسانه‌های اجتماعی است پس نتیجه می‌گیریم که در آینده برای مدیریت اطلاعاتی مناسب و هدایت رسانه‌های اجتماعی نیاز به شبکه ملی سایبری داریم تا ضمن تولید محتوای هدفمند و تأثیرگذار در بستر ملی و مدیریت اطلاع‌رسانی هوشمند، از



بهره‌برداری دشمنان نظام و معارضین از جوانان و کاربران شبکه اجتماعی به هر بهانه‌ای برای بحران‌سازی جلوگیری گردد زیرا در فضای اینترنت از جمله رسانه‌های اجتماعی براساس وابستگی‌های ایجاد شده کارکردهای زیادی در آن فضا تولید می‌شود به‌عنوان نمونه در شبکه‌های اجتماعی مردم کارهایی مانند تهیه غذا، تاکسی، کارهای بانکی، خرید، ثبت‌نام و کارهای دانشگاهی و کلاس درس و امثال این‌ها را انجام می‌دهند و اینترنت جهانی هم در اختیار آمریکایی‌ها است و هر زمانی اراده کنند با قطع کردن دسترسی، همه کارهای کشور را مختل نموده و نارضایتی در اوج قرار می‌گیرد و تبدیل به بحران همگانی و همه‌گیر می‌گردد. در کنار این موضوع طبق نتیجه تحقیق از ویژگی‌های مهم این شبکه‌ها تولید محتوا بیشترین نمره را داشت که معمولاً اکثر این محتوا در این بستر توسط گروه‌های مخالف و عناصر خارجی تولید می‌شود و کاربران داخلی آن را بازنشر می‌کنند و تأثیرات خود را در جامعه می‌گذارد.

- از بعد نظری می‌توان گفت به‌واسطه ماهیت منحصر به فرد رسانه‌های اجتماعی که پیش‌تر بیان شد، این رسانه‌ها می‌توانند به‌خوبی در قامت حوزه عمومی ایفای نقش کنند و محل تضارب آراء افراد و گروه‌های گوناگون به‌صورت آزادانه و فعالانه باشند و این امر در شیوع و تداوم بحران‌های اجتماعی مؤثر است.

#### **با عنایت به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌گردد:**

- پیشنهاد حضور هر چه قدرتمندتر رسانه‌های بومی و ملی در شبکه‌های اجتماعی و جدی گرفتن بیش‌ازپیش آن‌هاست. از آنجاکه رسانه‌های سنتی به نقش تولیدکنندگی خود ادامه خواهند داد، می‌توانند با به خدمت گرفتن شبکه‌های اجتماعی، به تولید و توزیع مؤثرتر محصولات رسانه‌ای خود و گسترش بیشتر حوزه تأثیر خود پردازند. این مهم می‌تواند به نقش‌آفرینی بهتر آن‌ها در انتخابات و افزایش مشارکت منجر شود.

- به خدمت گرفتن فناوری‌های جدید مانند اپلیکیشن‌ها می‌تواند مخاطبانی را که پیش‌تر به شبکه‌های اجتماعی مهاجرت کرده‌اند، به رسانه‌های بومی و ملی بازگرداند و به حضور موفق‌تر این رسانه‌ها در فضای مجازی کمک کند تا در بحبوحه انتخابات، بحران‌ها

و چالش‌های امنیتی و بین‌المللی بتوانند به آگاه‌سازی بهتر افکار عمومی و جلوگیری از بسط فضای شایعات نقش‌آفرینی کنند.

- با عنایت به اهمیت رسانه‌های اجتماعی در افکار عمومی، وزارت ارتباطات با تدوین سیاست‌های بالادستی می‌تواند به کنترل فضای شایعات، جنگ روانی و بحران‌آفرینی در مناسبت‌های ملی مبادرت کند.

- شورای عالی فضای مجازی می‌تواند با سیاست‌گذاری درست و راه‌اندازی و تقویت پیام‌رسان‌های بومی قدرتمند و فرهنگ‌سازی برای استفاده از آن‌ها از این فضای به وجود آمده در راستای اطلاع‌رسانی صحیح حداکثر استفاده را ببرد. همچنین نسبت به آموزش‌های درست رفتار و گفتار اجتماعی، سیاسی و فرهنگی از طریق این رسانه‌ها به مخاطبان مبادرت نماید تا سوءاستفاده دشمنان از سادگی و زودباوری کاربران داخلی کاهش یابد.

- فعال کردن دانشگاه‌ها، سازمان‌های فرهنگی، هنری، آموزشی، حوزه‌های علمیه و نخبگان برای تولید محتوا به منظور انتشار در رسانه‌های اجتماعی و بازتولید آن‌ها توسط کاربران داخلی تا ابتکار تولید محتوا از گروه‌های مخالف و معارضین برای ایجاد بحران اجتماعی و امنیتی گرفته شود.

## فهرست منابع و مأخذ

### الف. منابع فارسی

- آقایی صادقی، داود؛ هادی، درویش. (۱۳۹۱). واکاوی نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی جدید در تحولات منطقه خاورمیانه. (۲)۴. ص ۲۱-۳۴.
- ابطحی، حسین؛ یاوری بافقی، امیرحسین و اسماعیلی، احمدرضا. (۱۳۹۰). طراحی مدل پیش‌نگری بحران‌های اجتماعی به‌منظور پیشگیری از آن‌ها توسط ناجا، پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی. (۱۶)۴. ص ۱-۳۴.
- انصاری‌نسب، سیدرضا؛ هاشمی‌زاده، بنیامین. (۱۳۹۶). عصر مجازی، تأملی بر کارکردها و رویکردهای جامعه‌ی مجازی. تهران: تیسرا.
- اکبری، احمد (۱۳۸۹). نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد و مهار بحران‌ها. فصلنامه ره‌آورد نور. (۳)۹: ص ۳۲-۳۵.
- الطافی، هادی (۱۳۹۸). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی، سایت جامعه‌شناسان جوان.
- امانلو، حسین و شادمانی، احسان (۱۳۹۴) ماهیت مجازی؛ درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی، تهران: انتشارات فرهنگ و اندیشه.
- بیژنی، محمدجواد و بهار، مهری. (۱۳۹۸). رسانه‌های اجتماعی و هویت جهانی، مطالعه پلتفرم اینستاگرام. مجله جهانی رسانه، دوره‌ی چهاردهم، شماره‌ی ۲، ص ۵۳ تا ۷۶.
- پورجمشیدی، مریم؛ مؤمنی‌راد، اکبر؛ افضل‌ی، افشین. (۱۳۹۹). شناسایی ابعاد زندگی اجتماعی شهروندان متأثر از فضای مجازی (یک پژوهش آمیخته). مطالعات رسانه‌های نوین. ۱۷۹-۲۱۱، ۶(۲۱)
- خانیکی، هادی و خجیر، یوسف. (۱۳۹۷). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال نوزدهم، شماره چهل و چهارم.
- خانیکی، هادی و خجیر، یوسف. (۱۳۹۸). گفتگو در شبکه‌های اجتماعی مجازی (تحلیل سیستماتیک پژوهش‌های مرتبط)، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال پانزدهم، شماره ۵۴.
- ذکایی، سعید؛ ایمانی خوش‌خو، محمدجواد. (۱۳۹۸). سلاح یا تسکین: سایبرانترنواگرافی خنده سیاسی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶. مطالعات رسانه‌های نوین، (۲۰)۵، ۱-۳۶.

- ربیعی، علی. (۱۳۸۶). بحران‌های اجتماعی ایران امروز. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۸(۳)، ۵۱-۸۰.
- رزمجو، علی‌اکبر و عنایتی شبکلائی، علی. (۱۳۹۶). کتاب «نقش رسانه‌های مجازی در فتنه سال ۱۳۸۸»، انتشارات موسسه فرهنگی هنری مرکز اسناد انقلاب اسلامی. ص (۳۴۳) شمارگان ۱۰۰۰.
- رشیدپور، ابراهیم. (۱۳۹۰). آیین‌های جیبی آقای مک لوهان. تهران: سارات.
- روشندل اربطانی، طاهر؛ فرجیان، محمدمهدی؛ سلمانی زاده، شمس. (۱۳۹۴)، آینده پژوهی ارتباطات سازمانی با ورود تکنولوژی شبکه‌های اجتماعی، اجلاس بین‌المللی روابط عمومی.
- ساروخانی، باقر و رضایی، قادر. (۱۳۹۶). اینترنت و هویت ملی در میان کاربران، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، سال ششم، شماره ۵۱:۵-۷۰.
- سهرابی، محمد؛ مسلمی، سیاوش. (۱۳۹۴). راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران امنیتی. فصلنامه علمی امنیت ملی. (۱۵) ۵، ۹-۳۲.
- شجاع مؤدب، حمیدرضا؛ حسینی تاش، سید علی؛ آقایی، محسن و امیری مقدم، رضا. (۱۳۹۹). ارائه مدل تحول در چرخه‌های ظهور بحران‌های سیاسی-امنیتی، متأثر از فضای سایبر. فصلنامه علمی امنیت ملی، دوره ۱۰، شماره ۳۵، بهار ۱۳۹۹، صفحه ۲۰۴-۱۷۹.
- ضیائی پرور، حمید. (۱۳۸۸). جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی. فصلنامه رسانه، سال بیستم، شماره ۷۸، ص ۹-۴۸.
- طاهریان، مریم. (۱۳۸۸). نقش رسانه در هدایت و فرونشاندن و مدیریت بحران، فصلنامه پژوهشنامه، شماره ۳۸.
- عباسی، حسن؛ شریعت، جهانگیر. (۱۳۹۷). کارکرد سیاسی شبکه‌های اجتماعی مجازی، فصلنامه علمی امنیت ملی دوره ۸، شماره ۳۰، زمستان ۱۳۹۷، صفحه ۱۵۰-۱۲۷.
- عباسی قادی، مجتبی؛ خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۱)، تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران؛ پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- فرقانی، محمدمهدی و مهاجری، ربابه. (۱۳۹۶). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال چهارم، شماره ۱۳.
- قنبری باغستان، عباس؛ کلاتری، عبدالحسین. (۱۳۹۹). تحولات مفهومی در حوزه «شبکه‌های اجتماعی»: یک فراتحلیل از نوع علم‌سنجی. مطالعات رسانه‌های نوین. ۱۱۲-۸۵ (۲۱) ۵.
- قنبری، سعید و آزاددوست، مصطفی. (۱۳۹۶). کارکردها و رویکردهای رسانه در مدیریت بحران، فصلنامه مدیریت رسانه شماره ۳۱.

- کبریایی زاده، حسین. (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری تحولات سیاسی و فرهنگی با تمرکز بر امواج بیداری اسلامی در خاورمیانه: ماهنامه روابط فرهنگی. سال اول شماره ۱ ص ۳۷.
- محمدیان، ایوب، یآوری، امیرحسین، جوانمرد، محمد (۱۳۹۶). نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد بحران‌های اجتماعی. فصلنامه ناجا: ۹۶، ص ۵.
- موسوی، علی. (۱۳۹۸). جوانان در شبکه‌های اجتماعی چه اطلاعاتی را به اشتراک می‌گذارند؟ سایت خبری باشگاه خبری جوان، ۱۳۹۸/۳/۳۱

### ب. منابع انگلیسی

- Adrian, A. (2008), "No One Knows You Are a Dog: Identity and Reputation in Virtual Worlds", *Computer Law and Security Report*, Vol. 24: 366- 374.
- Asimina Vasaloua,n, Adam N. Joinsona, Delphine Courvoisierb, (2010). Positive & Negative Impact of Using Social Networking Sites on Youngsters, *Int. J. Human-Computer Studies* 68 (2010) 719–728.
- Carmit-Noa Shpigelman, C. J. (2014). Facebook Use by Persons with Disabilities. *Computer-Mediated Communication*, 610-624.
- Dustin W. Stout. (2021). Top Networks By the Numbers; *Social Media Statistics 2021*
- Green R. Key. (2015). The game changer: Social Media and the 2016 presidential election, [http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/thegame-changer-social-m\\_b\\_8568432.html](http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/thegame-changer-social-m_b_8568432.html)
- Kobayashi, Tetsuro. (2017). *Internet Election Campaigns in the United States, Japan, South Korea, and Taiwan*, Political Campaigning and Communication, Palgrave Macmillan
- Mina Tsay, j. s. (2017). Social Media cultivating perceptions of privacy: A 5 year analysis of privacy attitudes and self –disclosure behaviors among facebook users. *new media and society*, 1-21
- Pempek, T. & et al. (2009), "College students' social networking experiences on Facebook", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30: 227–238.
- Saaty, T. L; Decision making the analytic hierarchy and network processes (AHP/DEA), *Journal of systems science and systems Engineering* 13(march 2004) 1-34.
- Shin Dong-Hee.(2016). Understanding e-book Users:Uses and gratification expectancy model. *new media and society*; 260-278

