

راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران امنیتی

محمد سهرابی^۱

سیاوش مسلمی^۲

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۲/۲۰

چکیده

با عنایت به اینکه در هرسال کاربردها و سرویس‌های جدید در حوزه فضای سایبر عرضه می‌گردد، چنین توسعه و پیشرفتی می‌تواند پیامدهای فرهنگی و اجتماعی بسیاری همراه داشته باشد. نمونه آن شبکه اجتماعی فیس‌بوک امروزه تبدیل به سامانه‌ای شده است که بیش از یک میلیارد و سیصد میلیون کاربر در سراسر جهان مبتلابه آن هستند. و از طرفی امنیت از مهم‌ترین اهداف، منابع و ارزش‌های اصولی پایدار جامعه است و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند هم فرصت و هم تهدیدی برای بحران امنیتی باشد. پژوهش حاضر از حیث هدف، پژوهشی کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها، پژوهشی توصیفی (غیرآزمایشی) از شاخه مطالعات میدانی به شمار می‌آید و از حیث ارتباط بین متغیرهای تحقیق، بر نوعی رابطه علی دلالت دارد. روش انجام تحقیق، پیمایشی است.

در این پژوهش، ابتدا ضمن تحلیل محتوای مصاحبه‌های صورت گرفته، با خبرگان، اساتید و فعالان حوزه‌های مرتبط با امنیت و فضای سایبر و نیز تحقیقات انجام‌شده قبلی، راهبردهای شبکه‌های مجازی برای کنترل بحران امنیتی، شناسایی گردید. سپس با الگوی دلفی، پرسش‌نامه محقق ساخته طراحی شد. و در ادامه، داده‌ها جمع‌آوری و به‌وسیله نرم‌افزارهای مرتبط، جهت مناسب بودن و اولویت‌بندی راهبردها، پردازش گردید.

در پایان، راهبردهای سه‌گانه زیر، به ترتیب به‌عنوان برترین راهبردها شناسایی شد: افزایش نرخ مشارکت‌کنندگان، یکی از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای مدیریت بحران است. هراندازه سازمان‌دهی نیروهای مقابله‌کننده با بحران در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، کنترل بحران آسان‌تر است. شبکه‌های اجتماعی مجازی امکان بررسی وضعیت خاص رفتاری از سوی نخبگان تصمیم‌ساز را برای مواقع بحرانی فراهم می‌کند.

واژه‌های کلیدی:

شبکه‌های اجتماعی، راهبرد، امنیت، بحران امنیتی

^۱ استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی

^۲ نویسنده مسئول و دانشجوی دکتری تهدیدات امنیت ملی، دانشگاه عالی دفاع ملی s.moslemi@sndu.ac.ir

مقدمه

اکنون در عصر اطلاعات، فناوری‌های نوین مبتنی بر فناوری اطلاعات به‌عنوان یک ابزار جدید سریع و ارزان ارتباطی با شتاب چشمگیری تمام ابعاد زندگی انسان را تحت تأثیر قرار داده‌اند و از بسیاری جهات معنا و مفهوم جدیدی به ابعاد آن بخشید. امروزه بررسی شبکه‌های اجتماعی یک راهبرد کلیدی در جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جغرافیا، روانشناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی زبان، علوم ارتباطات، علوم اطلاعات، مطالعات سازمانی، اقتصاد و زیست‌شناسی و راهکار ارتقا سطح رضایتمندی کارکنان و هزاران موضوع دیگر می‌باشد به‌عنوان مثل شبکه‌های اجتماعی یک زیر دامنه در درون جامعه‌شناسی است که مطالعات اجتماعی روابط بین مردم نیز نامیده می‌شود (ریدل و هانونمان، ۲۰۰۵).

شاید تا چند دهه اخیر متفکران اجتماعی و سیاسی، بین شبکه‌های اجتماعی و امنیت بررسی لازم انجام‌نشده است ولی به‌واسطه تغییر و تحولاتی که پس از جنگ جهانی دوم بر جوامع حاکم گردید. مشخص شد که بعد ذهنی امنیت (احساس امنیت) اهمیت غیرقابل‌انکاری پیدا کرده است زیرا احساس ناشی از تجربه‌های عینی و اکتسابی افراد از شرایط و اوضاع پیرامونی است و فقط به شاخص‌های امنیت قابل‌تقلیل نیست (دلاور، ۱۳۸۴، ۵) ویژگی‌های خاص فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نسبت به دنیای واقعی، همچون جذابیت، سرعت تبادل اطلاعات، تنوع موضوعات، سهولت دسترسی، احساس لذت و ... فرصت‌هایی را ایجاد کرده تا فضای سایبر موردتوجه مردم بالأخص نوجوانان و جوانان قرار گیرد. ما باید بپذیریم به دلیل جذابیت و ویژگی‌های منحصربه‌فرد فضای سایبر، نمی‌توانیم مانع ورود این فن‌آوری و دسترسی به اطلاعات از این طریق به جامعه شویم.

امروزه با گسترش بدون مرز زیرساخت‌های الکترونیکی در دنیا و متعاقب آن در کشور، بعد جدیدی به سایر ابعاد زندگی ما اضافه‌شده است که همان بعد مجازی (سایبر) است که حتی برخی متخصصین فضای سایبر را مکمل فضای ظاهری یا واقعی می‌دانند (ثقفی، کامیار، ۱۳۹۲) اهمیت امنیت و احساس امنیت بر کسی پوشیده نیست، کافی است تصور کنید در جامعه‌ای همه امکانات موردنیاز بشر فراهم باشد، اما آدمیان به دلایل مختلف احساس ناامنی کنند. پیداست که نه توان استفاده از امکانات مزبور را خواهند داشت و نه حتی می‌توانند یک زندگی معمولی داشته باشند. به همین دلیل است که مقام معظم رهبری می‌فرمایند "مهم‌ترین مشکل برای یک کشور وقتی به

وجود می‌آید که در محیط کار، در محیط زندگی، در محیط تحصیل و در فضای عمومی جامعه، مردم احساس امنیت نکنند. اینجاست که مغزهای فعال، دست‌های توانا و سرانگشتان ماهر، هیچ‌یک نخواهند توانست مسؤولیت مهمی را که هرکدام بر دوش دارند، به انجام برسانند." (۱۳۷۹/۷/۱۸)

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌های اینترنتی هستند. در این وب‌سایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و جماعت‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند (مولایی، ۱۳۸۹، ۸). یک شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه سایتی است که به کاربرانی که علاقه به اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود با دیگران دارند، این امکان را می‌دهد. شبکه‌های اجتماعی در عین حالی که فضایی برای پیدا کردن دوستان جدید هستند، به افراد این امکان را می‌دهند که با دوستان قدیمی خود ارتباط برقرار کنند. نیز، مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آن‌ها افراد عقاید و نظرات خود را باهم به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و ارکان برقراری ارتباط بین خود و هم‌فکرانشان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند. در واقع شکل جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا در اینترنت است. شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌های جدیدی هستند که در مرکز توجه کاربران اینترنت قرار گرفته‌اند و هرکدام دسته‌ای از کاربران با ویژگی‌های خاص را گرد هم می‌آورند. (اسلامی، ۱۳۹۱، ۶). شبکه‌های اجتماعی ابزاری توانمند و مؤثر و ماندگار است که در عصر جدید به خدمت اربابان قدرت و سیاست و فرهنگ درآمده است و برای استفاده بهینه از این فرصت یا تهدید (شبکه‌های اجتماعی) باید چشم‌اندازها و سیاست‌ها و توانمندی‌های آن‌ها را شناخت با توجه به اینکه در سال‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند فیس‌بوک تبدیل به سامانه‌ای شده است که بیش از یک میلیارد و سیصد میلیون کاربر در سراسر جهان به‌شدت به مبتلا آن هستند و این موضوع ارزش فرصت آن را در کنترل بحران‌های اجتماعی را دوچندان می‌کند. شبکه اجتماعی یک سرمایه اجتماعی و ابزاری است برای ارتقاء سطح توانمندی و احیای هویت و افزایش رضایتمندی کارکنان و در نهایت جذب خیل عظیم جوانان که از ناسا گرفته تا سیاستمداران جهان و تا شرکت‌های بزرگ از آن استفاده نموده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی طی چند سال اخیر در حوزه مجازی رشد قابل توجهی داشته‌اند. برخی

ویژگی‌های شبکه‌ها در حوزه مجازی عبارت‌اند از: امکان مشارکت همگان در بحث‌ها، برقراری ارتباط دوسویه، شکل‌گیری جماعت‌های آنلاین، ارتباط با رسانه‌های حقیقی، توزیع قدرت، تولید و تقویت سرمایه اجتماعی، کنش متقابل، اعتمادسازی و اعتبار سازی، تولید احساس امنیت برای اعضا، حفظ ارتباطات میان فردی و... بنابراین شبکه‌های در فضای مجازی، می‌تواند مهم‌ترین تأثیرگذاری را کنترل بحران امنیتی داشته باشد. هویت‌سازی در عرصه مجازی موجب تولید شکل نوینی از هویت با نام مقاومت می‌شود که می‌تواند برای دولت‌ها چالش ساز باشد (کاستلز: ۱۳۸۵، ۲). وجود منابع خشونت‌آمیز می‌تواند بستر رشد اعتراض‌های اجتماعی را فراهم آورد و شبکه اجتماعی بستر رشد بسیج اعتراضات و فراهم آوری فرصت برای این جریان‌هاست. این مهم در زمانی که چند شبکه اجتماعی با یکدیگر در ارتباط باشند بیشتر اهمیت می‌یابد. در چنین شرایطی است که شبکه‌های اجتماعی بر حوزه شهروندان و عموم مردم به‌عنوان مصرف‌کنندگان تأکید می‌کنند و به دنبال تأثیرگذاری بر حوزه دانش و سطح دانایی افراد می‌باشند.

با چنین ویژگی‌هایی شبکه‌های اجتماعی چه در حوزه حقیقی و چه در حوزه مجازی، کارکرد امنیتی پیدا می‌کنند که به‌صورت مستقیم بر امنیت محیطی تأثیرگذار هستند. شبکه‌ها با تحت تأثیر قرار دادن تصورات ذهنی مخاطبین تلاش می‌کنند بر حوزه امنیتی جامعه تأثیر گذاشته و به این طریق فضا را در اختیار خود بگیرند. هدف از تهدیدات تأثیرگذاری بر اراده، اعتقادات، افکار و احساسات مخاطبین به‌منظور انهدام یا به تسلیم کشاندن جامعه هدف است. این تهدید قادر است بر ایده‌ها و افکار و اعتقادات تأثیر گذاشته و آن را دگرگون نماید. از این‌رو شبکه‌های اجتماعی مجازی امروزه ماهیت خرابکاری، نفوذ، جاسوسی، براندازی و هدایت انقلاب‌های رنگی را نیز پیدا کرده‌اند که ضرورت دارد نظام امنیتی کشور ضمن واکاوی آن، نقاط قوت و ضعف را شناسایی و جنبه‌های تهدید زایی آن را کشف و راهبردهای مواجهه را بررسی نماید.

تحقیق حاضر با چنین رویکردی درصدد است تا ضمن واکاوی مفهوم شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی، کارکردها، و فرصت‌های آن را در کنترل بحران‌های اجتماعی، واکاوی نماید.

شبکه‌های اجتماعی می‌تواند هر نوع رابطه (اعم از ارتباط، دوستی، نفوذ، تعارض و تضاد) افراد، گروه‌ها یا حتی کل را در سطوح مختلف را تجزیه و تحلیل و مورد بررسی قرار دهد (مونگ و پیمانکار، ۲۰۰۳)، به همین علت آمریکایی‌ها برای اجرای طرح‌های تغییر حکومت‌ها در قرن ۲۱ از آن استفاده کردند... جاسوسی اینترنتی، تشکیل اجتماعات مجازی، نافرمانی مدنی، دموکراسی

دیجیتالی، افکار سازی از طریق اینترنت، فرقه‌گرایی از طریق اینترنت، گروه مخالف اینترنتی، نفوذ و خرابکاری اینترنتی، مبارزه با کنترل خبری حکومت‌ها از طریق اینترنت و کسب اطلاعات از سامانه‌های اجتماعی و سیاسی از طریق اینترنت، برخی از راهکارها و تکنیک‌هایی هستند که در این زمینه به کار گرفته شده‌اند (عاملی، ۱۳۸۵) رسانه‌های نوشتاری و تصویری در عصر حاضر به سرعت اطلاعات را جابجا و منتقل می‌کنند و می‌توانند نقش رفیعی در ایجاد یا رفع بحران‌های امنیت اجتماعی یا احساس امنیت داشته باشند (ابهری، مجید، ۱۳۹۰، ۳)

شبکه‌های اجتماعی مجازی به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، تبدیل شدن به یک ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ بودن از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت، به وسیله ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده‌اند و زمینه‌های تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده‌اند. (معمار و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۵۶)

بررسی نشانگر آن است که علیرغم آشنایی مسئولین امنیت اجتماعی با شبکه‌های اجتماعی و هنوز از منظر فرصتی بررسی لازم انجام نشده تا برنامه‌ریزی متناسب انجام گردد لذا ضرورت یک تحقیق علمی در این زمینه اجتناب‌ناپذیر است و با عنایت به رشد جذب مخاطبان شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران و برای پیشرفت باید از این فرصت به‌عنوان ابزاری قدرتمند و مؤثر جهت ارتقاء کیفیت زندگی متناسب با چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴ و برای رسیدن به ایران کشوری توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل استفاده نمود و به همین علت در این تحقیق به دنبال یافتن پاسخ این سؤال هستیم

راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران اجتماعی چیست؟

لذا در تحقیق حاضر ضمن شناسایی راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران اجتماعی رتبه‌بندی و اولویت‌بندی آن‌ها از منظر خبرگان و اساتید و فعالان حوزه‌های مرتبط با امنیت و فضای سایبر انجام شده است

مبانی نظری

پیشینه تحقیق:

در سال‌های اخیر، تحقیقات بسیاری در زمینه توانمندی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و شناسایی

و تأثیرات آن بر جوامع انجام شده است که نیاز به بومی‌سازی و احصاء عوامل متناسب با ایران کاملاً مشهود است از آن جمله جونیسون^۱ و دلفین کورویسیرب^۲ در مقاله تجربه تفاوت‌های فرهنگی، با شبکه‌های اجتماعی جهت تعهد ارتباط مستمر به فیس‌بوک، اعلام می‌کند علیرغم تشابه سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، طراحی آن‌ها به‌طوری ظریف متفاوت است و این طراحی ظریف و قوی ناشی از تفاوت فرهنگی گروه‌های همگن است و تحت تأثیر ترویج فرهنگ‌های مختلف جامعه آن‌ها است و این موضوع در انگیزه استفاده کاربران بسیار مؤثر است (جونیسون و کورویسیرب، ۲۰۱۰)

کلیف لامپ^۳، نیکول الیسون^۴ در مقاله تغییرات در استفاده و درک از فیس‌بوک، در دانشگاه ایالتی اعلام می‌نماید، شبکه‌های اجتماعی و فیس‌بوک به‌عنوان یک سیستم اجتماعی خاص ممکن است در طول زمان، در تعداد کاربر ثابت باقی بماند ولی بر اساس تجربه به دست می‌آید که پشتیبانی و اثرات متقابل آن‌ها تغییر می‌کند. حتی نوع وسیله رایانه (کامپیوتر) جهت استفاده از سامانه‌های اجتماعی تغییر می‌کند، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی^۵ که کاربران آن در سراسر بخش‌های گسترده جهان در فضای مجازی اینترنت حضور دارند اکنون به‌طور فزاینده‌ای در حال افزایش جلب محبوبیت به خود هستند و فیس‌بوک به‌طور خاص، شبکه بسیار گسترده‌ای دارد. کاربران آن از میان دانشگاه‌ها و کالج‌های بزرگ شرکت می‌کنند و به‌طور فزاینده‌ای از جمعیت‌ها و گروه‌های دیگری را نیز جذب نموده است. (لامپ و الیسون، ۲۰۱۱)

آقایان فاگ^۶ و اکلس دینبا^۷ در مقاله رفتارهای مردم چین برای مشارکت آنلاین: ساختار ترغیب تا چه اندازه عامل موفقیت خدمات وب است.

اعلام می‌کند ما بیش از ۵۰ وب معروف را مورد بررسی قرار دادیم و ۲ عامل اصلی موفقیت بهترین آن‌ها

۱- توانایی شرکت سازنده وب در متقاعد کردن کاربران

۲- به اشتراک گذاری خدمات آنلاین

¹ N. Joinson,

² Delphine Courvoisier

³ Cliff Lampe

⁴ Nicole B. Ellison

⁵ SNS (Social Networking Sites)

⁶ B.J. Fogg

⁷ Dean Eckles

لذا یکی از عوامل اصلی جهش شبکه‌های اجتماعی بهره بردن از این دو خصوصیت مهم است و این ۲ خصوصیت باعث تغییر رفتار افراد مورد هدف در درازمدت است و پس از شناسایی نوع رفتار کاربران به این نتیجه می‌رسد که یکی از مناسب‌ترین راه‌ها برای برنده شدن، احترام به ایجاد عادت‌ها و بالعکس است (فاگ و دینیا، ۲۰۰۷).

گروه مدیریت اطلاعات، دانشگاه علم و صنعت تایوان، در ۲۲ ژانویه ۲۰۱۱ در مقاله، چرا مردم از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، اعلام می‌کند با عنایت به روش مدل‌سازی معادله ساختاری، یافته‌ها نشان می‌دهد که لذت بردن و سودمندی به ترتیب مؤثرترین عامل در استفاده مداوم مردم از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی است.

یافته‌های پژوهش آقای صمد عدلی پور و خانم‌ها ثریا معمار؛ فائزه خاکسار در زمستان سال ۱۳۹۱ در مقاله‌ای با عنوان شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران) نشان می‌دهد که بر اساس یک تقسیم‌بندی نسلی، نسل سوم بیشترین کاربران فضای مجازی در ایران بوده و بیش از نسل‌های دیگر در معرض آثار ناشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی‌اند. فضای مجازی نوعی از بحران هویت را در میان طیف گسترده‌ای از جوانان به وجود آورده و این بحران هویت در زمینه‌های فردی ناهمگونی‌های هویتی را سبب شده و به نحوی تعادل اجتماعی را متأثر کرده است. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی، باعث تغییرات اساسی در نهادهای هویت‌ساز شده‌اند و عوامل معنا ساز هویتی را دستخوش تغییر نموده‌اند.

و در نتیجه گیری بیان می‌نمایند: در مورد این‌که چگونه بحران هویت در سطح فردی ناشی از فضای مجازی شکل می‌گیرد، با توجه به نظریه دوجوانی شدن‌ها در کنار هویت واقعی افراد، می‌توان از هویت‌های مجازی سخن گفت که هر شخص که با محیط‌های اجتماعی و مجازی ارتباط دارد، می‌تواند آن را داشته باشد. اگرچه هویت مجازی، هویت ساختگی تلقی می‌شود، بعضی اوقات نیز ممکن است هویت واقعی یا مثل آن باشد. بحران هویت مجازی هنگامی رخ می‌دهد که فرد به واسطه امکان تغییر در هویت واقعی در فضای مجازی با معانی و هویت جدیدی روبه‌رو شود که ساخته خود اوست و همزمان در کنار هویت واقعی قرار می‌گیرد و در صورتی‌که این دو هویت از یکدیگر فاصله زیادی داشته باشند، به‌خصوص که فرد بتواند به واسطه هویت مجازی برخی اعمال خلاف هنجار اجتماعی را انجام دهد، بحران هویت مجازی شکل می‌گیرد. در واقع با توجه به گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی در دنیا و ایران، استفاده نوجوانان و

جوانان ایرانی از اینترنت رو به گسترش است که این افزایش ورود بی‌رویه جوانان به فضاهای مجازی آسیب‌های زیادی را به همراه خواهد داشت. تغییرات اجتماعی با زمینه‌های ناشی از تحولات ساختاری و جمعیتی در کنار تغییرات ناشی از آثار معنا ساز مطرح شده در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی، وضعیتی قابل تأمل از بحران هویت اجتماعی پدید آورده است. یکی از بحران‌های فردی و اجتماعی دیگر خودپنداری ناشی از تعامل کاربران با فضای مجازی بوده و «امپاتی» در چنین شرایطی همانند یک سندروم اجتماعی، بحران‌های هویتی را دامن می‌زند و این امر زمینه‌ساز بسیاری از تعارضات سیاسی خواهد شد.

به نظر می‌رسد با توجه به فرایند جهانی‌شدن و مواجه‌شدن نسل متراکم جوان ایرانی با فضای مجازی، ضروری است عواقب این مواجهه در ایجاد بحران‌های هویتی بررسی شود. همان‌گونه که اشاره شد جامعه ایران به لحاظ قرار داشتن در دوره تاریخی خاص، از جنبه‌های «گذار» امروزه علاوه بر بحران هویت دوره تاریخی صنعتی، بحران‌های هویتی دوره پسا صنعتی و فضای مجازی را نیز تجربه می‌کند. مسائل هویت‌های قومی هرچند محسوس نیست، در فضای مجازی تحولات خاص خود را دارد. در حال حاضر با توجه به رشد فزاینده شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌ریزی برای منابع هویت‌ساز جدید با توجه به فضای مجازی در برنامه‌ریزی‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی الزامی است. در حوزه تخصصی بحران‌های امنیت و شبکه‌های اجتماعی پژوهش عمیقی یافت نشد.

شبکه‌های اجتماعی مجازی

اصطلاح شبکه‌های اجتماعی را برای نخستین بار چی‌ای بارنز در سال ۱۹۵۴ طرح کرد و از آن پس به سرعت به شیوه‌ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می‌شود که یک مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمان‌ها که به وسیله مجموعه‌ای از روابط معنی‌دار اجتماعی به هم متصل‌اند و باهم در به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط همچون دوستی‌ها و روابط چهره به چهره متمرکز است اما خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی پایگاه یا مجموعه پایگاه‌هایی هستند که امکانی فراهم می‌آورد تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها

را با آنان سهیم شوند. یک شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید استفاده کنند (بوید و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۱۲). به‌طور کلی در تعریف شبکه‌های اجتماعی می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. در واقع شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به‌طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این‌ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸). شبکه اجتماعی فیس‌بوک از طریق ارائه خدمات مختلف به‌ویژه در مورد حریم خصوصی اعتماد بسیاری از کاربران خود را جلب کند، به‌طوری‌که بسیاری از آن‌ها معتقدند که فضای فیس‌بوک فضای سالم و آزادی است. (عاملی، ۱۳۸۵) به نظر می‌رسد فیس‌بوک توانسته است جایگاه خاصی را در میان مردم جهان و به طبع بین نسل جوان ایران به دست بیاورد. از آنچه گفته شد بر این معنا تأکید می‌شود که فیس‌بوک مصداق تام قدرت نرم است که ظاهرش زیبا و آزادی‌گرایانه و باطنش ظرفیتی برای جمع‌آوری اطلاعات فراگیر از طریق کاربران فعال و تولید اطلاعات مرتبط با فرهنگ عمومی جهانی به شیوه‌ای آسان و سریع است. فیس‌بوک ظرفیتی است برای دریافت و تحلیل اطلاعات از مسیر کم‌هزینه و مؤثر. فیس‌بوک ظرفیتی است چندملیتی که بهترین امکان را برای سلطه اطلاعاتی جهان قدرت و به‌ویژه آمریکا فراهم می‌کند. فیس‌بوک ادامه سیاست‌های تک‌سویه جهان قدرت است که همگان را به تبعیت از الگوی نگاه و سیاست خود در عین تنوع و تکثر فرامی‌خواند (عاملی، ۱۳۸۹)

ادبیات تحقیق:

شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی با اهدافی از قبیل سازمان‌دهی انواع گروه‌های اجتماعی مجازی (با

تکیه بر اشتراکات مختلف و رسیدن به هدف مشترک غالباً سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در دنیای واقعی، توسعه مشارکت‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها توسط اعضا از مهم‌ترین کارکردهای شبکه‌های اجتماعی است که بدون آن، شبکه اجتماعی معنا ندارد. کاربران دغدغه‌ها و علایق و دل‌مشغولی‌های خود را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند، ایجاد محتوا توسط اعضا برخلاف سایر رسانه‌ها، تعامل و تأثیرگذاری مخاطبان در تولید و انتخاب محتوای دلخواه زیاد است و قدرت انتخاب بیشتری دارند، و تبلیغات هدفمند اینترنتی این سایت‌ها یکی از منابع مهم کسب درآمد هستند. از این طریق که کاربران شبکه‌های اجتماعی علاقه‌مندی‌های خود را در سایت اعلام می‌کنند و شرکت‌های تبلیغاتی با آگاهی از این علاقه‌مندی‌ها برای آن‌ها آگهی می‌فرستند. بسیاری از شرکت‌ها هم خود در شبکه‌های اجتماعی صفحه شخصی دارند و با مشتریان خود و سایر شرکت‌ها ارتباط برقرار می‌کنند ایجاد می‌شوند.

یکی از تأثیرات شبکه‌های اجتماعی شکل‌گیری مفاهیمی همچون صمیمیت و اعتماد در فضای سایبر است. مفاهیمی که در گذشته دستیابی و تحقق آن در حد یک رؤیا بود. در حال حاضر در سراسر جهان بسیاری از وب‌سایت‌ها امکانات و زیرساخت‌های شبکه‌های اجتماعی را در خود جای داده‌اند که موجب بالا رفتن آمار بازدید و افزایش مدت‌زمان حضور یک مخاطب در سایت می‌شود. مزایایی که شبکه‌های اجتماعی دارند و باعث استقبال بسیار زیاد از آن‌ها شده است، شامل این موارد می‌شود: انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادیه‌رچند امکان انتشار اطلاعات نادرست زیاد است اما مخاطب می‌تواند اطلاعات را در پایگاه‌های مختلف باهم مقایسه کند و حتی می‌تواند از این طریق قدرت نقد و تحلیل خود را افزایش دهد، امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد و سایر جوامع و فرهنگ‌ها کاربران می‌توانند از این راه فرهنگ و آداب‌ورسوم کشور خود را به دیگران معرفی کنند. همچنین سازمان‌ها هم از این طریق می‌توانند دیدگاه خود را منتشر کنند، شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی و بهره‌جستن از آن در تصمیم‌گیری خرد جمعی به جریان پویای قوه تفکر کاربران در این محیط‌ها گفته می‌شود که به‌عنوان یک پردازش گر بزرگ، اطلاعات را پردازش می‌کند. نیروی ذهن و تفکر کاربران شبکه‌های اجتماعی با یکدیگر ترکیب می‌شود و نیرویی بزرگ با قدرت پردازش بالا به وجود می‌آورد، امکان بیان ایده‌ها به‌صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، افکار و سلايق دیگران امکان ارسال بازخورد و همکاری و همگامی کاربران و مشارکت در بحث‌ها وجود دارد.

اعضا به مشارکت و نظر (کامنت) گذاشتن تشویق می‌شوند. مانع جدی برای تولید محتوا وجود ندارد و برخلاف رسانه‌های سنتی که محتوا را تولید و ارسال می‌کردند، در شبکه‌های اجتماعی امکان گفتگو وجود دارد و جریان ارتباط دوسویه است، کارکرد تبلیغی و محتوایی، ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان و تعامل مؤثر شبکه‌های اجتماعی موجب گسترده‌تر شدن دامنه ارتباطات شده است. ما می‌توانیم کسانی که از آن‌ها بسیار دور هستیم یا کسانی که مدت زیادی است که ارتباطی با آن‌ها نداشته‌ایم را در این شبکه‌ها پیدا کنیم و ارتباط برقرار کنیم، تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی یکی از کارکردهای مهم شبکه‌های اجتماعی امکان تبلیغ ارزش‌های دینی، اعتقادی، انسانی و اخلاقی است یکپارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی شبکه‌های اجتماعی با فراهم آوردن امکاناتی چون ایجاد صفحات شخصی، ساخت وبلاگ، جستجوی اینترنتی، اطلاع از اخبار و رویدادها، شرکت در فضاهای گفتگو مثل چت، و امکان آپلود فایل‌ها، امکانات پایگاه‌های مختلف را یکپارچه کرده‌اند.

این شبکه‌ها با ارائه خدمات مختلف، با پایگاه‌های بزرگی مثل گوگل و یاهو رقابت می‌کنند توسعه مشارکت‌های مفید اجتماعی، افزایش سرعت در فراگیری فرایند آموزش و جمع‌آوری اطلاعات مانند آموزش‌های مجازی یا از راه دور. خود کاربران هم اقدام به آموزش و انتقال دانسته‌های خود می‌کنند. البته بسیاری از محتواهای اینترنتی هنوز به درجه قابل قبولی از اعتبار علمی نرسیده‌اند، افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت در فضای سایبر بیشتر کارشناسان معتقدند که تا قبل از به وجود آمدن شبکه‌های اجتماعی، موضوع اعتماد و صمیمیت در فضای اینترنت لمس نشده بود و در فضاهای ارتباطی نظیر چت روم‌ها افراد به دلیل بی‌اعتمادی، از ارائه اطلاعات واقعی خود جلوگیری می‌کردند. البته شبکه‌های اجتماعی پیامدهای منفی هم دارد؛ از قبیل شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار نادرست چراکه امکان شناسایی هویت واقعی اعضا و کنترل محتوای تولیدشده توسط کاربران این سایت‌ها وجود ندارد، تبلیغات ضد دینی، عدم کنترل بر اطلاعات شخصی ارائه‌شده در شبکه اجتماعی بعضی شبکه‌های اجتماعی امکانات و سرگرمی‌هایی را ارائه می‌دهند و به افراد در صورت استفاده از آن‌ها، اجازه می‌دهند که بعضی از اطلاعاتشان در دسترس آن‌ها قرار گیرد. افرادی با پروفایل‌های تقلبی هم گاهی اقدام به سوءاستفاده از اطلاعات افراد از قبیل عکس‌ها و ... می‌کنند. (اسلامی، مروارید، ۱۳۹۱)

بحران^۱

تعریف بحران، امر ساده‌ای نیست. زیرا، در پنجاه سال گذشته، علی‌رغم، مطالعات زیادی که درباره بحران انجام شده، ولی این تلاش‌ها، نه تنها موجب ارائه تعریف شفاف‌ی از این مفهوم نشده، بلکه آن را پیچیده‌تر ساخته است. به علاوه، انتظار از واژه بحران، برای اطلاق بر پدیده‌های مختلف و تبیین هدف‌های متفاوت، بر پیچیدگی این مفهوم افزوده است، و ارائه تعریف جامع از آن را دشوار نموده است، اما دشواری در تعریف بحران، مانع از ارائه یک تعریف نسبی از آن نمی‌شود. برخی از دانش‌پژوهان، بحران را در معنای فشار، اضطراب، فاجعه، خشونت، فرصت خطرناک یا خشونت احتمالی به کار می‌برند. علوم اجتماعی، بحران را اختلال شدید جمعی در به هم ریختگی تعادل گروهی می‌بیند، که در آن عناصر جامعه هماهنگی خود را از دست می‌دهند. در حوزه پزشکی، این مفهوم، به عنوان بروز وضعیتی نامساعد در ارگانسیم بدن است. در عرصه سیاست، بحران به معنای هنگامه‌ای است که منش و نهادهای ملی به طور جدید تهدید می‌شوند. واینر^۲ و کان^۳ گوناگونی تعاریف بحران را با ارائه تعاریف زیر نشان می‌دهند، بحران یعنی:

۱- شرایطی که ایجاد نا اطمینانی کند

۲- وجود تهدید جدی نسبت به اهداف

۳- شرایطی که همراه با افزایش فشارها و فوریت برای عمل به وجود می‌آید

۴- نقطه چرخش در رویدادها و کنش‌ها که پیامدهای غیرمنتظره‌ای به دنبال می‌آورد
میلر^۴ و ایسکو^۵ تعاریف زیر را از بحران ارائه کرده‌اند، بحران وضعیتی است که:

۱- اهداف طرف‌های دیگر را با تهدید مواجه می‌کند

۲- ایجادکننده تنش فیزیکی و اضطراب در ارگانسیم است

۳- موقعیت کوتاه‌مدت و حاد است، البته گاه طول مدت آن نامشخص خواهد بود

مک کارتی^۶ نیز چند تعریف از بحران ارائه می‌دهد، بحران شرایطی است که:

۱- زمان موجود برای پاسخ‌دهی و یا تصمیم‌گیری محدود است

1 Crisis
2 Winer
3 Kahn
4 Miller
5 Iscoe
6 MCCarthy

۲- نیازمند تصمیم‌گیری در موقعیت وخیم و در زمان محدود، با اتکا بر اطلاعات اندک است در یک جمع‌بندی کلی، می‌توان بحران را از طریق شاخصه‌های اساسی زیر شناخت:

الف) غافل‌گیری و اضطراب

ب) حمله به اهداف حیاتی

ج) تهدید ارزش‌های بنیادین

د) محدودیت، کمبود و یا نقص اطلاعات

ه) محدودیت و فشردگی زمان تصمیم‌گیری

و) ضرورت اتخاذ تصمیم برای دادن و ارائه پاسخ

ز) ظهور ناگهانی وضعیت و شرایط غیرمنتظره و اضطراری

ح) بروز وضعیت خاص رفتاری از سوی نخبگان تصمیم‌ساز

ط) تغییر کارکردهای عناصر نظم اجتماعی و شکل‌گیری نقش‌های جدید

اما کامل‌ترین تعریف بحران عبارت از: بحران یعنی تهدیدی جدی نسبت به ساخت‌های زیربنایی و یا ارزش‌ها و هنجارهای اساسی یک سیستم که مورد ادراک ذی‌نفع‌ها بوده و تحت فشار زمانی و محدودیت گزینه‌ها، در شرایط عدم قطعیت شدید و احساس کاهش کنترل، اتخاذ تصمیمات حیاتی، دقیق و پرهزینه را الزامی می‌سازد. (حسینی، ۱۳۸۵، ۷)

مدیریت بحران:

«مدیریت بحران»، فرآیندی است که طی آن، مدیر برای دستیابی به اهداف سازمان با توجه به مقتضیات پیش‌آمده زمانی و مکانی و با هزینه‌ای قابل قبول به کنترل و ساماندهی اوضاع می‌پردازد. اصلی‌ترین شاخصه تفاوت بین بحران‌ها و مدیریت بر آن‌ها، در شیوه اتخاذی برای کنترل بحران خلاصه می‌شود. هرچقدر در ایجاد موانع پیشگیرنده از بحران‌ها و کنترل بر آن‌ها توفیق حاصل شود، به همان نسبت، مدیریت بحران نیز موفق خواهد بود. پنج مورد اساسی در کنترل بحران‌ها عبارت‌اند از:

۱. کنترل بحران به مدیریت قوی دارای اعتمادبه‌نفس بالا نیاز دارد.
۲. هر بحران، راه‌حل خاص خود را با توجه به شرایط و مقتضیات مربوط می‌طلبد.
۳. کنترل اطلاعات، بسیار ضروری است.
۴. زمان‌بندی دقیق، لازم است.

۵. گروه بررسی بحران می‌تواند در کنترل آن راهگشا و مؤثر باشد. (تن برگ، ۱۳۷۳، ۱۳۵)

شایان ذکر است که عوامل ایجاد بحران، یا در محیط بیرونی مستقرند و یا در محیط درونی؛ اگر مدیریت بحران بتواند بر عوامل محیط بیرونی که غالباً غیرقابل کنترل هستند، به صورتی اثر بگذارد، و در خصوص عوامل محیط درونی نیز تصمیمات سنجیده و درستی اتخاذ کند، راه رفع بحران، سریع‌الوصول خواهد بود.

فضای مجازی، فرصت یا تهدید

رسانه‌ها با ورودی پر قدرت به حریم خانواده‌ها با تأثیرگذاری بعضاً بیش از والدین، نقشی محوری در تربیت به عهده گرفته‌اند. گفته می‌شود بیش از ۷۰ درصد مردم، اوقات فراغتشان را داخل منزل و صرف برنامه‌های صداوسیما می‌کنند. همچنین درصد قابل توجهی از این زمان به صورت انفرادی صرف می‌شود. رشد سریع فناوری، حوزه رسانه را نیز به‌طور پیوسته متأثر می‌سازد و هر روز شاهد ظهور جلوه‌های نو از رسانه‌ها در فضای مجازی هستیم. هنوز بهره‌برداری از آی‌پی‌تی‌وی همه‌گیر نشده نسل جدیدی از رسانه‌های دیداری، شنیداری با عنوان تلویزیون‌های هوشمند یا تلویزیون‌های متصل به اینترنت پا به عرصه رقابت با حریفان سنتی خود گذاشته است. (تقفی، کامیار، ۱۳۹۱) با بررسی وضعیت اینترنت در ایران نیز با نکات درخور توجهی روبه‌رو می‌شویم. بر اساس آمار اعلامی از سوی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، ضریب نفوذ اینترنت در ایران در سال ۱۳۹۰، صرف‌نظر از صحت روش محاسبه، حدود ۴۵ درصد بوده است. حدود ۰/۸ درصد کاربران زیر ۱۰ سال، ۳۲ درصد بین ۱۰ تا ۱۹ سال و ۴۵ درصد بین ۲۰ تا ۲۹ سال بوده‌اند. همچنین حدود ۱۱ درصد کاربران در مقطع ابتدایی و راهنمایی، ۱۲ درصد در مقطع متوسطه و ۲۴ درصد پیش‌دانشگاهی و دیپلمه بوده‌اند. آمار مربوط به نحوه ارتباط کل کاربران با اینترنت نشان می‌دهد ۵۹ درصد کاربران از محل سکونت و ۱۸ درصد نیز از کافی‌نت‌ها به اینترنت متصل شده‌اند. به این آمار باید حدود ۱۹ میلیون کاربری که با تلفن همراه امکان اتصال به اینترنت دارند نیز اضافه شود. ایران در حال حاضر بین ۵ کشور با نرخ رشد ۲۰ درصدی و بالاترین سطح در توسعه ارتباطات راه دور قرار دارد. بدین ترتیب، می‌توان رشد تصاعدی حضور اینترنت در خانواده‌ها را انتظار داشت. بر اساس گزارش‌های موجود بیش از ۷۰ درصد کاربران اینترنت وقت خود را صرف وب‌گردی می‌کنند. از سوی دیگر یک شرکت تولیدکننده ابزارهای فیلترینگ در سال ۲۰۱۰ در بررسی صدها میلیون نشانی اینترنتی، ۳۷ درصد اینترنت را آلوده به محتوای مستهجن،

حدود ۱۱ درصد را مطالب خشونت‌آمیز و حدود ۷ درصد را خرید و فروش داروها و مواد غیرمجاز گزارش کرده است. گزارش دیگری نیز حکایت از وجود بیش از ۵۰۰۰ پایگاه اینترنتی دارد که مستقیماً علیه نظام جمهوری اسلامی ایران فعالیت می‌کنند. (ثقفی، کامیار، ۱۳۹۱)

از طرف دیگر، فضای مجازی در بسیاری از موفقیت‌ها و پیشرفت‌های کشور در عرصه‌های مختلف علوم و خدمات و بهبود زندگی مردم نقشی بی‌بدیل داشته است. بر همین مناسبت که رهبر معظم انقلاب اسلامی می‌فرماید: «اینترنت از نعمات الهی است» و یقیناً باید از نعمات الهی به بهترین نحو ممکن بهره برد. حوزه علم و فناوری و از جمله فناوری‌های موجود در فضای مجازی، با سرعتی شگفت‌انگیز در حال پیشرفت است. به‌کارگیری این فناوری‌ها با توجه به آثار مختلف مانند آثار اجتماعی و فردی که ایجاد می‌کنند، نیازمند فراهم آوردن آمادگی است. ورود بی‌مهابا به این فضا خسارات جبران‌ناپذیری را به وجود می‌آورد که نمونه‌های متعدد آن در زندگی روزمره مردم قابل مشاهده است. ایجاد هم‌زمانی بین پیشرفت در فناوری و قابلیت به‌کارگیری محصولات آن نیازمند برنامه‌ریزی و همچنین مدیریت در استقرار است که از تکالیف قطعی حکومت محسوب می‌شود. جهان در فضای مجازی، جهان وصل است و عدم حضور در آن اختیاری است. برای برقراری ارتباط محدودیتی نیست. حتی بیش از گذشته زمینه ارتباط همه اعضای خانواده فراهم است. زمان و مکان، دیگر به‌عنوان محدودیت بر سر راه ارتباط مطرح نیستند. تنوع روش‌های ارتباطی به‌صورت متن، صوت و تصویر، ظرفیت تعامل را مضاعف ساخته است. ارتباط‌ها به‌صورت جمعی و یا خصوصی قابل تعریف‌اند. ایجاد یک شبکه خانوادگی روی بستری امن، با همه ظرفیت‌ها و قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند محیطی مناسب برای تعاملات خانواده‌ها قلمداد شود.

از سوی دیگر خدمات ارائه‌شده در فضای مجازی، امکان کنترل و نظارت را تا حدود زیادی برای والدین تضمین می‌کند. این امکان وجود دارد تا والدین از هر کلیدی که روی رایانه زده می‌شود، مطلع شوند و نشانی‌هایی که فرزندان به آنجا مراجعه می‌کنند رؤیت شوند. هر آنچه را که روی صفحه نمایشگر رایانه فرزندان ظاهر می‌شود، به‌طور هم‌زمان مشاهده کنند. امکان دسترسی آن‌ها را به نشانی‌های خاص محدود نمایند، مدت‌زمان ارتباط آن‌ها را مدیریت کنند و از آنان در برابر تهدیدهای این فضا محافظت و درمجموع محیطی امن و مطمئن برای رشد و تعالی بیشتر فرزندان‌شان فراهم کنند.

با این شرایط، آیا فضای مجازی را نباید به عنوان یک فرصت بی نظیر در اختیار بشر تلقی کرد؟

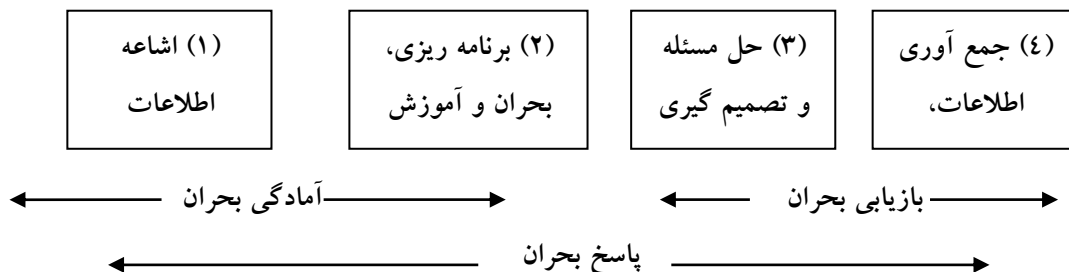
رسانه‌های اجتماعی و بحران

پنج ویژگی کلیدی رسانه‌های اجتماعی: جمعی؛ ارتباط؛ کمال؛ شفافیت و همکاری به منظور افزایش قابلیت‌های تحلیلی و پاسخ مدیریت بحران بسیار مؤثر است. و به خصوص (۱) اشاعه اطلاعات، (۲) برنامه‌ریزی بحران و آموزش، (۳) حل مسئله و تصمیم‌گیری مشترک، و (۴) جمع‌آوری اطلاعات، تأثیر کلیدی دارد. وقتی حادثه‌ای اتفاق می‌افتد، همه ابعاد وجود انسان تحت تأثیر قرار می‌دهد. کارهای عادی و روزمره بی‌اهمیت و ناچیز تلقی می‌شوند، مگر اینکه در حال انجام کاری برای کمک‌رسانی به آسیب دیدگان فاجعه باشید. و برای شناسایی سطح تأثیر رسانه‌های اجتماعی در مدیریت بحران لزوم شناخت گذشته، حال و آینده ابزارهای رسانه‌های اجتماعی مناسب است که به شرح جدول ذیل تبیین می‌گردد (کریستوفر چان، جیسون، ۲۰۱۳)

	گذشته	در حال حاضر	آینده
هدف	خبر دادن	به اشتراک گذاشتن	تعامل مؤثر
مرکز فعالیت	جمع‌آوری اطلاعات	پیگیری و ردیابی مسائل و اطلاعات	هدایت عملی
سهامداران	بازیگران دولتی	بازیگران دولتی و خصوصی	بازیگران چندگانه
محتوای اطلاعاتی	اطلاعات مجزا	شبکه‌ها اطلاعات	ارتباط اطلاعات
خصوصیات اطلاعات	محرمانه بودن اطلاعات	اطلاعات ممتاز و مناسب	شفافیت اطلاعات
ابزارهای نرم‌افزاری	قابلیت در خانه	ابزار برای تحلیل‌های تجاری	سیستم عامل منبع باز
خروجی	ارزیابی تخصصی [۱]	+ ۱ دیدگاه ذی‌نفعان [۲]	۱ + ۲ نظرات کاربران

جدول ۱: گذشته، حال و آینده ابزار رسانه‌های اجتماعی مؤثر در بحران

و از منظری دیگر رسانه‌های اجتماعی راهبردی برای مدیریت بحران به شرح جدول زیر است



و اگر بخواهیم چارچوبی برای مدیریت بحران با استفاده از رسانه‌های اجتماعی تبیین کنیم مراحل زیر قابلیت اجرایی دارد

الف. دستور عمومی برای مدیریت بحران با استفاده از رسانه‌های اجتماعی
ب. دستورالعمل راهبردی
ج. قابلیت توسعه در ۱. تشخیص زودهنگام ۲. بهینه‌سازی سامانه‌های انتقال منابع و وظایف اجرایی ۳. تجمیع هشدارهای عمومی و سامانه انتقادات و پیشنهادات
د. ارزیابی فعالیت‌های انجام شده

(کریستوفر چان، جیسون، ۲۰۱۳)

روش‌شناسی تحقیق:

نوع تحقیق بر اساس هدف، کاربردی و روش آن بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی است و با عنایت به رویکردهای کمی و کیفی موردنظر محقق، روش آمیخته انتخاب شده است

در این پژوهش محقق ضمن رصد و بررسی مبانی نظری و ادبیات تحقیق موضوع، از منابع کتابخانه‌ای، مقالات، کتاب‌های موردنیاز، به علت فقدان چارچوب نظری جامع، راهنماهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران اجتماعی را به‌وسیله روش دلفی از بین خبرگان موضوع با اجماع گروهی، شناسایی و داده‌های کیفی را گردآوری و سپس با انتخاب روش‌های

تحقیق کمی، پرسشنامه خودساخته، تولید و به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه به جهت آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شد. ابتدا پس از تدوین طرح مقدماتی پرسشنامه تلاش گردید تا میزان روایی و پایایی پرسشنامه تأیید شود، لذا در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده شد، سپس در مرحله بعد از ۲۰ نفر خبره مرتبط پرسشنامه مذکور مورد آزمون قرار گرفت و داده‌های کمی نهایی، گردآوری شد

و بدین ترتیب تحقیق مذکور، با استفاده از ترکیب دو مجموعه روش‌های تحقیق کمی و کیفی به انجام رسید و سرانجام با دسته‌بندی و تحلیل اطلاعات به دست آمده، به سؤال‌های پرسشنامه یاد شده پاسخ داده شد. و با توجه به این که در تحقیق حاضر، راهبردها پس از مرور ادبیات تحقیق مفروض در نظر گرفته شدند، لذا تحلیل عاملی اکتشافی مفروض در نظر گرفته شده و فقط به وسیله تحلیل عاملی تأییدی اندازه‌گیری لازم انجام شد

ابزار جمع‌آوری اطلاعات:

ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق پرسش‌نامه محقق ساخته مورد تأیید خبرگان است. پرسش‌نامه از طریق ارتباطات حضوری و چهره به چهره توزیع و با عنایت به روش دلفی تکمیل و کلیه داده‌ها جمع‌آوری شد

روایی و پایایی پرسشنامه

تعیین پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه

در این تحقیق به منظور تعیین پایایی آزمون از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. بدین منظور پرسشنامه مورد آزمون قرار گرفت و سپس با استفاده از داده‌های به دست آمده از این پرسشنامه‌ها و به کمک نرم‌افزار آماری Spss میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ ۰.۹۲۴ منتج شد.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
۰.۹۲۴	۰.۹۱۲	۳۴

تعیین اعتبار (روایی) پرسشنامه

در این تحقیق از اعتبار صوری استفاده شده است. اعتبار صوری نوعی از اعتبار محتوای یک آزمون

♦ ۲۷ راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران امنیتی

است که معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. اعتبار مورد تأیید قرار گرفته در این مرحله با انجام مصاحبه‌های مختلف و کسب نظرات خبرگان موضوع امنیت ملی و شبکه‌های اجتماعی، اصلاحات لازم به‌عمل‌آمده و بدین ترتیب اطمینان حاصل گردید که پرسشنامه همان خصیصه مورد نظر محققین را می‌سنجد

تجزیه و تحلیل تحقیق:

لذا به‌منظور بررسی روابط میان متغیرها و تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها ابتدا از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد و سپس به‌وسیله روش‌های آمار استنباطی، نرم‌افزار SPSS تحلیل ۲۲ راهبرد منتخب از ۵۰ راهبرد اولیه به شرح ذیل به ترتیب اولویت مورد شناسایی گردید

اولویت	راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران امنیتی	ضریب شدت تأثیر
۱	افزایش نرخ مشارکت‌کنندگان یکی از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای مدیریت بحران است.	۰,۹۰۸
۲	هراندازه سازمان‌دهی نیروهای مقابله‌کننده با بحران در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، کنترل بحران آسان‌تر است	۰,۸۷۷
۳	شبکه‌های اجتماعی مجازی امکان بررسی وضعیت خاص رفتاری از سوی نخبگان تصمیم‌ساز را برای مواقع بحرانی فراهم می‌کند.	۰,۸۷
۴	شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییر کارکردهای عناصر نظم اجتماعی و شکل‌گیری نقش‌های جدید مؤثر می‌باشند.	۰,۸۵۶
۵	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به اشتراک‌گذاری امیدها و شجاعت‌ها در مواقع بحران کمک نماید.	۰,۸۵۶
۶	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند باعث گشودن خطوط جدید ارتباطی در مواقع بحران شود.	۰,۸۱۹
۷	هرچقدر شناسایی عوامل بحران در شبکه‌های اجتماعی مجازی کامل‌تر باشد، کنترل بحران آسان‌تر است.	۰,۸۱۴
۸	امکان شناسایی سطح افزایش تلاش برای گذراندن مراحل بحران و سیر به حالت تعادل در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد.	۰,۸۱۳

اولویت	راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران امنیتی	ضریب شدت تأثیر
۹	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند وجود یا افزایش اقدامات محرک و رشد دهنده تمایزات و تعارضات را شناسایی نماید و این موضوع در تدبیر بهینه بحران‌ها مؤثر است.	۰,۸۱
۱۰	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند باعث به هم پیوستن خواص مرتبط در مواقع بحران شود.	۰,۸۰۶
۱۱	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند باعث به اشتراک‌گذاری ارزش‌های مثبت در مواقع بحران شود.	۰,۸۰۴
۱۲	هراندازه سرعت تصمیم‌گیری از سوی مدیریت بحران به‌واسطه هم‌افزایی نخبگان در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، سرعت کنترل بحران بیشتر است.	۰,۷۸۴
۱۳	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به افزایش سطح امید در میان افراد در مواقع بحران کمک نماید.	۰,۷۷۷
۱۴	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند در شبیه‌سازی ظهور ناگهانی وضعیت و شرایط غیرمنتظره و اضطراری تدابیر مناسب راهگشا باشد.	۰,۷۷
۱۵	جوان شدن جمعیت و دگرگونی نسلی مؤلفه مهمی در کنترل بحران‌های آتی است استفاده حضور مؤثر جوانان در شبکه‌های اجتماعی مجازی راهبرد مناسبی برای مدیریت بحران‌ها است.	۰,۷۶۶
۱۶	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند در توجیه‌پذیری رفتار حکومت‌ها در مواقع بحران کمک نماید.	۰,۷۴۹
۱۷	شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به‌وسیله هم‌افزایی نخبگان محدودیت و فشردگی زمان تصمیم‌گیری را توسعه دهد.	۰,۷۲۹
۱۸	یکی از راهبردهای مدیریت بهینه بحران‌ها تولید محتواهای انسجام بخش سیاسی برای نیروهای خودی در شبکه‌های اجتماعی مجازی است.	۰,۷۲۶
۱۹	امکان درک آسیب‌پذیری و تهدید، لازمه مدیریت بحران یکی از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی است.	۰,۷۲۵
۲۰	یکی از سودهای شبکه‌های اجتماعی مجازی آموزش و شناخت انواع بحران‌ها و	۰,۷۱۸

اولویت	راهردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران امنیتی	ضریب شدت تأثیر
	کنترل و مدیریت آن‌ها است.	
۲۱	اطلاع‌رسانی و تبلیغ برای کاهش سطح احساس امنیت برای کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی خارجی به‌عنوان راهبرد مدیریت بحران‌ها مناسب است.	۰,۷۱۵
۲۲	یکی از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی ترسیم و تدوین گزینه‌های ممکن راهبردی برای مهار و مدیریت بحران است.	۰,۶۹۳

نتیجه‌گیری و پیشنهاد:

نتیجه‌گیری

همان‌طور که ملاحظه شد یکی از توانمندی‌های کلیدی شبکه‌های اجتماعی که می‌تواند راهبرد بودن شبکه اجتماعی را برای مدیریت بحران‌ها به‌خصوص بحران‌های امنیتی را ثابت کند افزایش نرخ مشارکت‌کنندگان است و هراندازه سازمان‌دهی نیروهای مقابله‌کننده با بحران در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، کنترل بحران آسان‌تر است و استفاده بهینه از بررسی وضعیت خاص رفتاری از سوی نخبگان تصمیم‌ساز را برای مواقع بحرانی فراهم می‌کند و تا جایی که شبکه‌های اجتماعی می‌تواند باعث تغییر کارکردهای عناصر نظم اجتماعی و شکل‌گیری نقش‌های جدید و به اشتراک‌گذاری امیدها و شجاعت‌ها در مواقع بحران کمک شایانی کند.

پیشنادهایی برای مدیران فرهنگی و اجتماعی

۱. اعمال سیاست‌های تعاملی، پویا، ایجابی و سنجیده متناسب با پیش‌بینی آینده‌ی فرآیندهای جهانی و منطبق با شناخت وضعیت طبقات و اقشار اجتماعی در داخل کشور به‌جای سیاست‌های تدافعی، سلبی، سلیقه‌ای، سطحی، ظاهرگرا، بی‌ثبات و شتاب‌زده در مورد شبکه اجتماعی بسیار ضروری است تا بتوان با تبیین فرصت‌ها و تهدیدها نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بررسی نمود.
۲. عدم افراط و تفریط در سیاست‌های فرهنگی و برنامه‌ریزی‌های آموزشی با عنایت به مطالعه انجام‌شده.

فهرست مأخذ فارسی:

- آذر، عادل، مؤمنی، منصور، ۱۳۹۰، آمار و کاربُرد آن در مدیریت، جلد اول، انتشارات سمت، چاپ دهم
- ابوزهره، محمد ۱۳۷۳؛ خاتم پیامبران، ترجمه حسین صابری، انتشارات بنیاد پژوهش‌های آستان قدس رضوی،
- بهری، مجید، ۱۳۹۰، امنیت اجتماعی، فراتر از هر نیاز
- استیفن، لیتل جان، ۱۳۸۴، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه مرتضی نوربخش و سید اکبر میرحسینی، انتشارات جنگل، چاپ اول
- اسلامی، مروارید، ۱۳۹۱، بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن‌ها بر ابعاد مختلف زندگی، رساله کارشناسی علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه تهران.
- اسولیوان تام و دیگران، ۱۳۸۵، مفاهیم کلیدی ارتباطات، میرحسن ریش‌زاده، انتشارات فصل نو، چاپ اول
- تن برگ، دیودونیه ۱۳۷۳، مدیریت بحران، ترجمه محمدعلی ذوالفقاری، انتشارات حدیث،
- ثقفی، کامیار، ۱۳۹۱، مقاله فضای مجازی، فرصت یا تهدیدی برای خانواده، نشریه پاسدار اسلام، شماره ۳۶۷
- حسینی، سید حسین، ۱۳۸۵، فصلنامه امنیت، سال پنجم، شماره ۱ و ۲ پاییز و زمستان
- دهقان، علی‌رضا، ۱۳۸۶، نظریه‌های ارتباطات، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم
- رشیدی، معصومه، ۱۳۹۲، رسانه‌های اجتماعی چگونه در بحران به مردم کمک می‌کنند
- رضایی نسب، افسانه، رضایی نسب، اعظم و زینب بهاربندی، ۱۳۹۰، نقش خانواده در ایجاد احساس امنیت اجتماعی، همایش منطقه‌ای روانشناسی و علوم تربیتی، بندرگز، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرگز
- زیاری، کرامت اله، عیوضلو، داود، عیوضلو، محمود و ریکا، جهانبخش، ۱۳۹۲، تحلیل تطبیقی احساس امنیت در فضاهای شهری و روستایی مطالعه موردی: شهرستان کوه‌دشت
- صدیق بنایی، هلن، ۱۳۸۰، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، انتشارات مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ اول
- عاملی، سید سعید رضا، ۱۳۸۵، شبکه‌های اجتماعی دو فضایی شده ظرفیت‌ها قالب‌ها و پیامدهای ارتباطی

- عاملی، سید سعید رضا، ۱۳۸۹، مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا (قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی)، انتشارات امیرکبیر، چاپ اول
- عباسی، حامد، دهقانی، مهدی، ۱۳۹۲، شبکه اجتماعی فرصت و یا تهدید، همایش دفاع سایبری
- قربانی زاده، وجه الله، دلجو، غلامحسین، امیری، آرین، ۱۳۸۷، در مقاله عوامل مؤثر بر پذیرش سامانه مدیریت شهری تهران توسط شهروندان، فصلنامه مدیریت شهری، شماره ۲۲
- کاستلز، مانوئل، ۱۳۸۰، عصر ارتباطات و پایان هزاره، جلد اول، ترجمه ناصر موفقیان، انتشارات علمی و فرهنگی
- کاستلز، مانوئل، ۱۳۸۴، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه، فرهنگ (ظهور شبکه‌های اجتماعی)، انتشارات طرح نو
- کلاین، پل، ۱۳۸۰، راهنمای آسان تحلیل عاملی، انتشارات سمت، چاپ اول
- معمار، عدلی پور، خاکسار، ۱۳۹۱، شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۱، شماره ۴، صفحه ۱۵۵-۱۷۶
- موحدی، محمدابراهیم، عرف، جمال، ۱۳۹۲، مقاله عوامل اجتماعی مؤثر بر احساس امنیت سیاسی نخبگان سیاسی کشور، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۵۹
- مولایی، محمد مهدی، ۱۳۸۹، شبکه‌های اجتماعی فراتر از ابزارهای تکنولوژیک. سایت گرداب.
- الوانی، سید مهدی، ۱۳۹۰، مدیریت عمومی، انتشارات نشر نی، چاپ سی و دوم
- هاشمیان فر، سید علی، دهقانی، حمید، اکبر زاده، فاطمه، ۱۳۹۲، در مقاله تأثیر دین‌داری و رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی دانشجویان، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، شماره ۵
- هزارجریبی، جعفر، ۱۳۹۰، در مقاله احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری سال ۲۲ شماره ۲

- B.J. Fogg and Dean Eckles ,The Behavior Chain for Online Participation,2007: How Successful Web Services Structure Persuasion,Persuasive Technology Lab, Center for the Study of Language and Information Stanford University
- Cliff Lampe, Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, 2011, Changes in Use and Perception of Facebook, Michigan State University
- Christopher Chan, Jason, 2013,HE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN CRISIS PREPAREDNESS Dimple R. Thadani