

# آسیب‌شناسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جامعه ایرانی و ارائه راهبردهای استفاده بهینه از آن

یوسف خجیر\*

|                        |                         |                       |                     |
|------------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------|
| نوع مقاله: علمی پژوهشی | تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱/۲۷ | تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۷/۵ | شماره صفحه: ۲۱۱-۱۸۳ |
|------------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------|

این پژوهش با هدف شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید شبکه اجتماعی در جامعه ایرانی درصدد ارائه راهبردهای مناسب است. از این رو پژوهش حاضر با هدف کاربردی و رویکرد تلفیقی و گردآوری اطلاعات به صورت اکتشافی - توصیفی در دو بخش کیفی با مصاحبه و کمی با پرسشنامه و پردازش داده‌ها براساس مدل تجزیه و تحلیل راهبردی (مدل سوات) انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش اساتید دانشگاهی و مدیران اجرایی هستند که در بخش مصاحبه با روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند ۱۵ نفر و در بخش کمی ۴۰ نفر برای تکمیل پرسشنامه انتخاب شده‌اند. در پردازش داده‌ها از ماتریس‌های نوع‌شناسی محیط، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، ماتریس سوات، *SPACE* و *QSPM* استفاده شد. یافته‌ها نشان می‌دهد مهم‌ترین قوت این شبکه‌ها اخذ اطلاعات و تقویت روحیه انتقادی کاربران و ضعف آن بی‌توجهی کاربر به رعایت اصول ایمنی در عضویت شبکه‌هاست. مهم‌ترین فرصت‌ها نیز می‌تواند تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌های بومی با محوریت حمایت از فرهنگ اسلامی ایرانی باشد درحالی‌که تغییر سبک زندگی و ترویج جدایی خانواده به مثابه مهم‌ترین تهدید نهاد اجتماعی در فرهنگ اسلامی و ایرانی است. مهم‌ترین راهبردها نیز بهره‌گیری از ظرفیت کمی و کیفی بالای کاربران ایرانی برای تولید و اشاعه محتواهای دینی، فرهنگی و اخلاقی در دو سطح داخلی و خارجی و همگرایی نهادهای فعال دولتی و غیردولتی در افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران برای حضور در شبکه اجتماعی است.

**کلیدواژه‌ها:** شبکه اجتماعی مجازی؛ آسیب‌شناسی؛ راهبردها و جامعه ایرانی

\*استادیار دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره؛

Email: khojir@soore.ac.ir

## مقدمه و طرح مسئله

امروزه به دلیل اهمیت شبکه‌های اجتماعی مجازی و ایجاد روابط شبکه‌ای در جامعه، جهان وارد عصر جدیدی به نام جامعه شبکه‌ای<sup>۱</sup> شده است. جامعه‌ای که نمود آن حضور همه‌جایی و همه‌زمانی شبکه‌های اجتماعی مجازی است. بنابر آخرین پژوهش‌های مرکز تحقیقات پیو<sup>۲</sup> در ۳۲ کشور، یافته‌ها بیانگر آن است که در یک دهه اخیر، روند استفاده از شبکه‌های اجتماعی به طور میانگین در بین کشورها رشد ۷۲ درصدی داشته است و این امر در خصوص نرم‌افزارهای موبایلی رشد ۵۳ درصدی بوده دارد (اتحادیه بین‌المللی مخابرات، ۱۳۹۶). مطالعات گوناگون در ایران نیز بیانگر این است که رشد این شبکه‌ها و نرم‌افزارها در یک دهه اخیر به دلایلی چون نبود و کمبود فضای واقعی برای بیان اندیشه‌ها (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰)، احساس آزادی در شبکه و یال‌های آزاد (عبداللهیان و کرمانی، ۱۳۹۴) سهولت دسترسی، تنوع و تکثر پیام (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۱) مخاطب‌محوری و احساس حضور مؤثر کاربر در فضای شبکه و برنامه (خجیر، ۱۳۹۵)، بازنمایی خود تعریف شده (شهابی و بیات، ۱۳۹۱)، عدم کنترل و نظارت قهریه‌ای حاکم و شکل‌گیری قدرت و پادقدرت بر جامعه (بصیریان جهرمی و خانیکی، ۱۳۹۲) و هزینه اندک آن و ... روند بسیار صعودی داشته است.

استفاده و شیفتگی وصف شده این رسانه‌های نوین برای جامعه ایرانی که به لحاظ تاریخی، سیاسی، اجتماعی و نظام فرهنگی ویژگی خاصی که تأثیرات و پیامدهای ناشناخته گوناگون دارد. آثاری که به لحاظ ویژگی خاص این فناوری‌ها، عدم شناخت دقیق ظرفیت‌های آنها برای جامعه ایرانی و استفاده بی‌محابا و تقلیدی امروزه کمتر به چشم می‌آید اما در آینده نه‌چندان دور به تعبیر مائو دوگان<sup>۳</sup>، آثار بلندمدتی بر جامعه دارد که درعین حال می‌تواند به رشد ارگانیسم جامعه کمک کند و آن را به توسعه برساند همچنین دچار توموری کند که ذره‌ذره بافت فرهنگی و اجتماعی جامعه را

1. Network Society

2. Pew

۳. محقق چینی الاصل حوزه سواد اطلاعاتی دانشگاه کلمبیا.

به اضمحلال بکشاند (Duggan, 2018: 8). تأثیراتی که با رجوع و تحلیل محتوای سخنرانی‌ها، مقاله‌ها، کتاب‌ها و تقریرات برخی از صاحب‌نظران ایرانی یا تجربه زیسته مشاهده کرد. این رسانه‌های نوین برای جامعه ایرانی مزیت‌ها، قوت‌ها، ضعف‌ها و نقص‌هایی دارند که استفاده درست و بهینه آنها به شناخت این ظرفیت‌ها و چالش‌ها نیازمند است. بی‌شک با شناخت دقیق نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید این شبکه‌ها برای جامعه ایرانی می‌توان راهبردهای مناسبی برای استفاده هرچه مطلوب‌تر و کاراتر این فناوری نوظهور ترسیم کرد. در راستای همین امر، این پژوهش نخست درصدد شناسایی و کشف نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید شبکه‌های اجتماعی و سپس ارائه راهبردهای مناسب استفاده از آن در جامعه ایرانی است. با این وجود، پرسش‌های مطرح این پژوهش این است که نقاط چهارگانه قوت، ضعف، فرصت و تهدید استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی برای جامعه ایرانی کدامند؟ براساس این نقاط چهارگانه، چه راهبردهایی می‌توان برای استفاده بهینه از این شبکه‌ها در جامعه ایرانی به‌کاربرد؟

## ۱. بررسی ادبیات نظری پژوهش

### ۱-۱. شبکه اجتماعی مجازی

شبکه اجتماعی مجازی<sup>۱</sup> ظرفیتی در فضای مجازی است که میلیون‌ها نفر عضو آن هستند و بخش چشمگیری از وقت روزانه خود را در آن می‌گذرانند. در واقع این شبکه به بخشی از زندگی روزمره این افراد تبدیل شده است. تا حدودی که تشخیص مرز زندگی آن‌لاین و آف‌لاین مشکل است (Kraut and etal., 2002: 32). با بررسی تعاریف این واژه می‌توان بیان داشت که شبکه اجتماعی مجازی یک برنامه کاربردی آن‌لاین (بخشی از رسانه‌های اجتماعی) و محصول وب<sup>۲</sup> (وب تعاملی) است که علاوه بر سه ویژگی ساختاری، تولید، مبادله و عرضه وب<sup>۱</sup> ویژگی تعاملی و کنش‌گری فعالانه کاربر

براساس وب ۲ دارد. این شبکه‌ها متشکل از یک یا چند وب‌سایت هستند. امکانات فنی چون جستجوگری، ایمیل، فضای گفتگو، امکان انتقال متن، صدا، تصویر و ویدئو باعث حضور کاربر در این فضا می‌شود (Heidman, 2010: 2). شبکه‌های اجتماعی از نظر ساختاری قابلیت‌هایی چون چندسویگی به جای دوسویگی، نمایش تولید محتوا، اشتراک گذاشتن پیام، مشارکت در پیام کاربران دیگر، تشکیل کلوپ‌های پیام و تصویر و به رأی گذاشتن پیام دارند (Obar and Wildman, 2015). در مجموع می‌توان بیان داشت که شبکه اجتماعی مجازی فضای آن‌لاین مبتنی بر وب‌سایت یا وب‌سایت‌هایی از نسل وب ۲ هستند که با استفاده از یک موتور جستجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، ایمیل، انتقال متن، صدا، تصویر و ویدئو به کاربران خود امکان ساخت پروفایل، فهرستی از مخاطبان، حلقه دوستیابی برای برقراری ارتباط در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی یا اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌هایی را می‌دهد. در واقع آنها ساختارهای اجتماعی برای ایجاد، گسترش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی هستند (خجیر، ۱۳۹۵: ۴۳).

## ۲-۱. رویکردهای نظری به محاسن و معایب شبکه اجتماعی برای جامعه و فرد

سیر مطالعات شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که سه رویکرد نظری و پژوهشی در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر محاسن و معایب آن در حوزه‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ارتباطی وجود دارد. رویکرد نخست رویکرد خوشبینانه‌ای است که به صورت افراطی به نقش مثبت شبکه‌های اجتماعی در جامعه می‌پردازد. این رویکرد که ریشه آن به نگاه هابرماس به اینترنت برمی‌گردد، بعدها کاستلز<sup>۱</sup> (۲۰۰۴، ۲۰۰۰) و رینگولدز<sup>۲</sup> (۲۰۰۸، ۲۰۰۰) به شبکه‌های اجتماعی رساندند. در این نگاه با تأکید بر نقاط قوت و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، به نقش آن در توسعه فردی و اجتماعی اشاره دارد. از نگاه نظریه‌پردازان

1. Castells

2. Rheingold

و پژوهشگرانی که وابسته به این رویکرد هستند، شبکه‌های اجتماعی در ارتباطات باعث تقویت روابط انسانی، در حوزه فرهنگی انتقال فرهنگ و جاکنده‌گی فرهنگی، در حوزه اجتماعی افزایش مشارکت مدنی و در حوزه سیاسی تقویت بنیان دموکراسی و الزامات آن می‌شود.

در مقابل رویکرد بدبینانه وجود دارد که در امتداد نگاه منفی پاستربه فضای مجازی است. اندیشمندان این رویکرد همانند نوریس<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) و پاپاچاریسی<sup>۲</sup> (۲۰۰۴، ۲۰۱۰) بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی بیش از آنکه کارکرد مثبت داشته باشند از کژکارکردی برخوردارند. به زعم آنان ویژگی فنی شبکه‌ها، توزیع ناعادلانه امکانات برای ارتباط شبکه‌ای در بین شهروندان، ضعف سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، کنترل شبکه‌ها از سوی صاحبان قدرت و ثروت، قوت‌ها و فرصت‌های این رسانه‌ها را به ضعف‌ها و تهدیدها تبدیل کرده است. در نگاه آنان شبکه‌ها باعث تجاوز به حریم خصوصی، سلطه سیاسی و فرهنگی، انزوای اجتماعی و اعتیاد مجازی می‌شود. همبستگی در این شبکه‌ها، مجازی و کاذب است. رویکرد سوم تلفیقی و عمل‌گراست به این معنا که رسانه‌های جدید ظرفیت‌ها، توانمندی، آسیب‌ها و نواقصی دارند که با توجه به شناخت این نقاط مثبت و منفی باید از ظرفیت‌های رسانه‌های جدید و فناوری‌های نوین استفاده کرد. به طور حتم سرآمد این رویکرد، نظریه‌های بری ولمن<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) است. در جدول ذیل به اختصار به برخی از دیدگاه‌های اندیشمندان این حوزه اشاره می‌شود.

---

1. Norris

2. Papacharissi

3. Wellman

جدول ۱. رویکردشناسی پیامدهای شبکه اجتماعی بر جامعه

| پیامدها   | نام اندیشمند و سال ارائه نظر                     | رویکرد           |
|---|--|------------------|
| تقویت دموکراسی، افزایش مشارکت مدنی، استقلال جامعه مدنی، تقویت پادقدرت   | کاستلز <sup>۱</sup> (۲۰۰۴، ۲۰۱۲)                 | رویکرد خوشبینانه |
| شکل‌گیری خودپسامدرن و هویت چندگانه، طرح و بازنمایی خود  | تریگل <sup>۱</sup> (۲۰۰۸)                        |                  |
| جاکندگی، آشنایی با ارزش‌ها و زیست فرهنگی دیگران   | آپادوری <sup>۲</sup> (۲۰۰۶)                      |                  |
| شبکه واسطه ارتباطات انسانی، تقویت ارتباطات ضعیف، از بین بردن محدودیت جغرافیایی ارتباطات   | ترلو <sup>۲</sup> و همکاران (شهابی و بیات، ۱۳۹۱) |                  |
| حباب فیلتر، ارتباط با تعداد محدودی از افراد همفکر در شبکه‌ها  | پاریسر <sup>۴</sup> (۲۰۱۲)                       | رویکرد بدبینانه  |
| گمنامی در فضای مجازی، تخریب روابط اجتماعی و انزوای اجتماعی واقعی، کاهش تعاملات کاربر در فضای واقعی و تکنولوژی زندگی آنان، کاهش سرمایه اجتماعی و اتلاف وقت | وین و کاتز <sup>۵</sup> (۲۰۰۵)، نوریس (۲۰۰۱)     |                  |
| از خود بیگانگی، اعتیاد مجازی و مصرف انفعالی   | می‌هیل و ویلیامز سیمز <sup>۶</sup> (۲۰۰۴)        |                  |
| تغییر ارزش‌های فرهنگی و سبک زندگی، از خود بیگانگی فرهنگی  | پاپاچرسی (۲۰۱۰)                                  |                  |
| اطلاع‌رسانی به همراه اخبار کذب، ترویج مشارکت مدنی به همراه افزایش مطالبات مدنی کاذب   | توفیکچی <sup>۷</sup> (۲۰۱۷)                      | رویکرد تلفیقی    |
| تقویت ارتباطات ضعیف به همراه تضعیف ارتباطات قوی، تقویت فردگرایی به همراه انزوای فردی  | ولمن (۲۰۰۲)                                      |                  |
| انتقال ارزش‌های فرهنگی به همراه از خود بیگانگی فرهنگی   | میلر <sup>۸</sup> (۲۰۰۸)                         |                  |

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

در مجموع می‌توان گفت با توجه به مطالعات موجود، شبکه‌های اجتماعی کارکردهای مثبت و منفی در جامعه دارند که شناخت آنها می‌تواند در برنامه‌ریزی برای استفاده بهینه از آن سیاستگذاران و کاربران را یاری کند.

1. Turkle
2. Apadori
3. Trello
4. Pariser
5. Wynn and Katz
6. Mihial and Williams Sims
7. Tufekci
8. Miler

## ۲. روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد و گردآوری داده‌ها تلفیقی و از نظر گردآوری اطلاعات اکتشافی - توصیفی است که برای کشف و شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید از مصاحبه نیمه ساخت یافته از نوع مسئله محور فردی استفاده شده است. به گونه‌ای که از طریق مبانی نظری و مرور اندیشه صاحب نظران طرح اولیه سؤال‌ها و مباحث جدید مورد بحث قرار گرفت. برای انجام مصاحبه از صاحب نظران و اساتید دانشگاه در حوزه رسانه‌های جدید و متخصصان و مدیران سازمان‌های مربوط به ویژه شورای عالی فضای مجازی و فناوری اطلاعات استفاده شد که از شبکه‌های اجتماعی شناخت کامل و احاطه به ابعاد موضوع این حوزه دارند. در مجموع با هشت صاحب نظر و هفت مدیر و سیاستگذار مصاحبه شد. روش انتخاب حجم نمونه به شیوه غیراحتمالی هدفمند بوده است. ملاک انتخاب حجم نمونه در بخش مصاحبه با استادان دانشگاه، تدریس دروس مرتبط با رسانه‌های اجتماعی و تألیفات متعدد در این حوزه و در بخش مدیران سابقه مدیریت بیش از چهار سال در حوزه فضای مجازی در نظر گرفته شده است. مصاحبه تا زمان اشباع نظری ادامه یافته است. برای تحلیل یافته‌های مصاحبه از روش مضمون کینگ استفاده شد. براساس این شیوه نخست متن مصاحبه و جزئیات و مفاهیم پیچیده آن خلاصه و برجسته شد و سپس مقوله‌ها و مضامین متنی ادغام و مضامین قوی تر شکل گرفت.

در قسمت دوم نقاط چهارگانه (قوت، ضعف، فرصت و تهدید) احصا شده در مصاحبه در یک پرسشنامه آورده شد که برای هر یک از گویه‌ها (که همان نقاط مذکور هستند) پیوستاری پنج درجه‌ای برای تعیین ضریب اهمیت، وزن یا رتبه هر عامل قوت و ضعف و میزان احتمال و عدم احتمال یا وقوع فرصت و تهدید طراحی شد. حجم نمونه برای پاسخگویی این پرسشنامه در مجموع ۴۰ نفر بوده است که ۱۵ نفر آنها همان افرادی بودند که در مرحله قبل مصاحبه شد و دوباره از آنها خواسته شد که میزان اهمیت هر یک از گویه‌ها را مشخص کنند و همچنین از آنها درخواست شد فرد دیگری که در این زمینه نخبه است

(روش غیراحتمالی - گلوله برفی) معرفی کنند. پردازش داده‌های پرسشنامه براساس مدل تحلیلی سوات<sup>۱</sup> انجام گرفته است. این مدل که در دهه ۱۹۵۰ میلادی برای ارزیابی موفقیت سازمان‌ها مطرح شد در دهه‌های بعدی از تحلیل نقاط چهارگانه (قوت، ضعف، فرصت و تهدید) سازمان وارد تحلیل سیستم شده است. «در اوایل دهه ۱۹۹۰ با رشد سریع تحلیل سیستم در حوزه مدیریت، مدل تحلیلی سوات از تحلیل سازمان به سیستم تعمیم داده شده است» (زاهدی، ۱۳۹۲: ۶۵).

در این پژوهش جامعه ایرانی به‌عنوان یک سیستم اجتماعی در نظر گرفته شده است و نقاط قوت و ضعف شبکه‌های اجتماعی برای این جامعه به‌عنوان عوامل داخلی و فرصت‌ها و تهدیدهایی که برای این جامعه دارد به‌عنوان عوامل خارجی در نظر گرفته شده است. در این پردازش از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی<sup>۲</sup> و خارجی<sup>۳</sup> برای میزان اهمیت نقاط قوت و ضعف و میزان احتمال وقوع این فرصت یا تهدید برای جامعه ایرانی استفاده شد و سپس ماتریس راهبردهای عملیاتی سوات طراحی شد. گام بعدی برای تعیین اهمیت و ارزیابی موقعیت راهبردی شبکه اجتماعی در جامعه ایرانی از ماتریس ارزیابی و انتخاب موقعیت در وضعیت موجود و مطلوب<sup>۴</sup> بهره گرفته شد. در نهایت نیز از طریق ماتریس QSPM به اولویت‌بندی راهبردهای منتخب و انتخاب راهبردهای بهینه پرداخته شد.

روایی این پژوهش در سه مرحله سنجیده شد. با توجه به کیفی بودن روش مصاحبه، ضمن توجه به حقیقی بودن مشاهده‌ها، ثبت داده‌ها و غنای اطلاعات نمونه‌های انتخابی و قدرت تحلیلی محقق برای روایی در مرحله تعیین مقوله‌ها و محورها از اعتبار صوری استفاده شد و مقوله‌ها و پرسش‌های مصاحبه و سؤال‌های تحقیق در اختیار داوران قرار گرفت تا نسبت به رسیدن به پاسخ سؤال‌های تحقیق از طریق این مقوله‌ها اظهار نظر کنند. در مرحله دوم از فن مقایسه دائم استفاده شد تا تنظیم کدها با ارزیابی دقیق و

- 
1. Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT)
  2. Internal Factor Evaluation (IFE)
  3. External Factor Evaluation (EFE)
  4. Selection Present Assessment conditions Evaluation (SPACE)



صحیح انجام شود از این رو دائماً کدها با کدهای اولیه مقایسه و همه کدها با اهداف و سؤال‌ها تطبیق داده شدند. شیوه سوم روایی به‌کار گرفته شده ارائه شواهد، استفاده مناسب از نقل و قول و یادداشت‌های مصاحبه‌کننده است به‌گونه‌ای که پیاده‌سازی کامل مصاحبه و واقعیت‌ها و آوردن دقیق آنها به روایی کمک کرد. جهت سنجش پایایی ضمن مرور مکرر داده‌ها، روند تحقیق و پردازش آن در اختیار دو محقق باتجربه قرار گرفت تا متن پیاده شده را کنترل کنند. تشریح جزئیات روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، نحوه و منطق انتخاب نمونه نیز در راستای تقویت پایایی انجام گرفت. در قسمت دوم نیز پس از تدوین راهبردهای چهارگانه براساس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و روش انجام محاسبات ریاضی به‌ویژه در ماتریس QSPM چند محقق دیگر مراحل را بازبینی و تأیید کردند.

### ۳. یافته‌های پژوهش

مرحله نخست، احصای نقاط چهارگانه از مصاحبه است. همان‌طور که در مبحث روش‌شناسی شرح داده شد، مصاحبه‌ها با کدگذاری به شیوه تحلیل مضامین کینگ تحلیل شده است. در این شیوه پس از پیاده‌سازی مصاحبه، مضامین براساس چهار نقطه قوت (قوت‌ها و امتیازهایی که شبکه اجتماعی برای کاربر ایرانی دارد)، ضعف (ضعف‌ها و تحدیدهایی که شبکه اجتماعی برای کاربر ایرانی دارد)، فرصت (فرصتی که به کاربر ایرانی برای حضور در محیط خارجی می‌دهد) و تهدید (تهدیدهایی که این شبکه‌ها از محیط خارجی بر کاربر ایرانی تحمیل می‌کنند) دسته‌بندی شده‌اند. (به دلیل بزرگ و حجیم بودن جداول و شباهت محتوایی آن با جدول ارزیابی و تعدد جداول زیاد در این قسمت از آوردن جدول نقاط چهارگانه پرهیز می‌کنیم و فقط موارد به صورت پشت سر هم ذیلاً آورده می‌شود).

#### ۳-۱. نقاط قوت احصا شده از مصاحبه

انتشار سریع، جهانی و آزادانه اخبار و اطلاعات فرهنگی و دینی کشور، آشنایی با فرهنگ‌ها

و خرده فرهنگ‌های دیگر جامعه و معرفی فرهنگ و آداب و رسوم خود به دیگران، حضور مستمر در کنار دوستان و آگاهی از احوال و افکار دوستان، ایجاد گروه‌های دوستانه، مقیاسی برای محاسبه فراوانی دیدگاه‌های رایج در لایه‌های زیرین جامعه، فقد محدودیت‌های اجتماع واقعی برای تولید محتوا مثل سانسور، خط قرمزها، محدودیت در آزادی بیان، کسب تحلیل کاربران در خصوص مسائل اجتماعی، باز نمودن دلخواه (ابراز وجود و خوداظهاری)، حساسیت مردم و دولت نسبت به تأثیرگذاری شبکه‌ها، گفتگو و تبادل اطلاعات آسان و کم‌هزینه با دیگران با محتوای آموزنده و علمی، سرعت تبادل اطلاعات و ناشناخته ماندن مبادله‌کنندگان در صورت تمایل.

### ۲-۳. نقاط ضعف احصا شده از مصاحبه

ناآگاهی استفاده‌کنندگان نسبت به تأثیرات منفی شبکه‌ها، تولید و ترویج محتواهای ضدفرهنگی یا ترویج فرهنگ بیگانه در کشور، انهدام بیشتر خط و زبان فارسی، عدم آشنایی مسئولان و مؤثرین فرهنگی با فضای واقعی، عدم توجه خانواده به رعایت اصول ایمنی در عضویت به شبکه‌ها، استفاده حداکثری شبکه‌ها در بین نوجوانان و جوانان، ترویج رفتارها و منش‌های منفی کاربران در اجتماع واقعی، کلاهبرداری و اخاذی، ایجاد بیماری اجتماعی و روانی، اعتیادآوری، تغییر سبک زندگی و ترویج جدایی خانواده به مثابه مهم‌ترین نهاد اجتماعی در فرهنگ اسلامی و ایرانی، اتلاف وقت، رواج اطلاعات مغرضانه و ضددین و نظام فرهنگی تحت عنوان آزادی اطلاعات و جریان آزاد ارتباطات، هویت‌های جعلی و دروغین و عدم تشخیص آن توسط کاربران، امکان جعل هویت و سوءاستفاده از کاربران، عدم نظارت و کنترل دقیق بر محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی، تعرض به حریم خصوصی کاربران.

### ۳-۳. نقاط فرصت احصا شده از مصاحبه

بستری ارزان و مناسب برای انواع تبلیغات فرهنگی و دینی، ترویج و تبلیغات صحیح مباحث دینی و معنوی، ایجاد تعامل جهانی و حذف واسطه‌گری ارتباطات، برنامه‌ریزی

ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای ایجاد تصویری مناسب از رویکردهای فرهنگی و دینی جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌المللی، امکان بهره‌گیری از این شبکه‌ها به‌عنوان بستر آموزشی و فرهنگی فراگیر و رایگان، تقویت همبستگی ملی، تعدیل کلیشه‌های منفی قومی و فرهنگی در ایران، کشف صداها و پنهان‌خانه‌ها و جلوگیری از عقده شدن آن، فراهم آمدن فرصت برای گفتگو و تعامل میان طبقات مختلف اجتماعی و افرادی با دیدگاه‌های کاملاً متفاوت، راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی دانش‌بنیان با محوریت تسهیم تجارب و اطلاعات و همچنین جذابیت و بهره‌وری لازم در اطلاع‌رسانی، تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌ها/ رسانه‌های اجتماعی بومی با محوریت حمایت از دوستیابی‌های سالم و سرگرمی‌های مفید، افزایش همگرایی‌های قومی، تشکیل تشکلهای و اجتماعات مجازی با توجه به شهروند الکترونیکی، ارتقای سطح دانش و معرفت شهروندان، شناسایی نیازهای فرهنگی و شکل‌گیری هویت‌های متکثر.

#### ۴-۳. نقاط تهدید احصا شده از مصاحبه

ضریب نفوذ بالای شبکه‌های اجتماعی خارجی در داخل، نظارت و کنترل دقیق بر محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ نامطلوب حاکم بر شبکه‌ها و سرایت آن در بین کاربران ایرانی، ایجاد گسست فرهنگی و تبلیغ الگوهای جامعه مشتری‌مبتنی بر ارزش‌های جامعه مصرفی، فراهم شدن بستری برای ترویج مسائل غیراخلاقی، کنترل جامعه و سنجش افکار عمومی و به‌دست آوردن براینده نظرات کاربران، ایجاد حس بی‌شمار بودن در کاربران و خاموش کردن صدای مخالفان، انتقال شگردهای جرم و جنایت، نابهنجاری اجتماعی، انحرافات اجتماعی و حتی نابهنجاری مدنی و انتقال تجارب در این زمینه‌ها، اشاعه فرهنگ غربی و تأثیرات منفی بر فرهنگ اسلامی و ایرانی، تهدیدی برای هویت ملی، بازتولید مسائل ضد جامعه مدنی و به‌وجود آمدن بی‌تفاوتی مدنی، جهت‌دهی منفی افکار، شایعه‌پراکنی، خارج شدن سیاست‌های اجتماعی و فرهنگی کشور از فرایند عقلانی، ترویج اسلکتیویسم در مقابل اکتیویسم، ترویج شبهات دینی.

### ۳-۵. ترسیم ماتریس های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

در این مرحله اهمیت نقاط قوت و ضعف و احتمال وقوع فرصت ها و تهدیدها شبکه های اجتماعی برای جامعه ایرانی با کمک نظرهای نخبگان مشخص می شود. با کمک مصاحبه، پرسشنامه و کارت سفید ضریب اهمیت و احتمال هریک از عناصر تعیین می شود و در نهایت خروجی اطلاعات به دست آمده در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی نمایش داده می شود. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی علاوه بر بیان نقاط قوت و ضعف بیانگر ضریب اهمیت، وزن یا رتبه هر عامل قوت و ضعف و نمره آن عوامل است. میزان اهمیت در این پژوهش به صورت طیف لیکرت در پیوستار پنج درجه ای خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) به دست آمده است. براساس تعیین همبستگی نظرهای پاسخگویان، وزن یا رتبه هریک از نقاط یا گویه در نرم افزار SPSS مشخص شد. برای تعیین وزن یا رتبه در نرم افزار SPSS از قانون وزن دهی داده های مشاهده شده و تعداد مشاهده های فراوانی استفاده شده است. براساس نمره به دست آمده، نقاط قوت و ضعف برای ورود به ماتریس سوات از نمره یا امتیاز بالا به پایین تنظیم می شوند.

جدول ۲. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی قوت - ضعف

| ردیف | عوامل (گویه)   | میزان اهمیت | وزن نظرات پاسخگویان | نمره (اهمیت × رتبه) |
|------|--|-------------|---------------------|---------------------|
| S1   | انتشار سریع، جهانی و آزادانه اخبار و اطلاعات                     | ۵           | ۰/۰۸                | ۰/۴                 |
| S2   | معرفی فرهنگ خود و آشنایی با فرهنگ ها و خرده فرهنگ های دیگر جامعه | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| S3   | تقویت ارتباطات بین فرهنگی  | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| S4   | حضور مستمر در کنار دوستان و آگاهی از احوال و افکار دوستان        | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| S5   | ایجاد گروه های دوستانه   | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| S6   | فقدان محدودیت آزادی بیان، سانسور، خط قرمز                        | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |

| ردیف | عوامل (گویه)   | میزان اهمیت | وزن نظرات پاسخگویان | نمره (اهمیت × رتبه) |
|------|--|-------------|---------------------|---------------------|
| S7   | اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌های فرهنگی، دینی و مذهبی   | ۵           | ۰/۰۵                | ۰/۲۵                |
| S8   | وجود محتواهای غنی و فراوان دینی و مذهبی برای اشتراک‌گذاری  | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| S9   | بازنمود من دلخواه (ابراز وجود و خوداظهاری)   | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| S10  | نیروی انسانی متخصص و توانمند برای طراحی و تولید شبکه‌های اجتماعی                                   | ۵           | ۰/۰۸                | ۰/۴                 |
| S11  | حمایت‌های حاکمیتی برای راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی  | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |
| S12  | حضور قشر کثیری از مردم در شبکه‌ها  | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| W1   | ناآگاهی استفاده‌کنندگان نسبت به تأثیرات منفی شبکه‌ها   | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |
| W2   | انهدام بیشتر خط و زبان فارسی   | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| W3   | عدم توجه به شبکه‌های اجتماعی مجازی در سیاستگذاری‌های کلان فرهنگی و ارتباطی                         | ۵           | ۰/۸                 | ۰/۳۴                |
| W4   | ناآشنایی مسئولان و مؤثرین فرهنگی با فضای مجازی و واقعی   | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| W5   | بی‌توجهی خانواده به رعایت اصول ایمنی در عضویت شبکه‌ها  | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| W6   | نافرهیختگی فضای شبکه‌های اجتماعی   | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |
| W7   | ابتدال و سرسری شدن اطلاعات و روابط اجتماعی   | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| W8   | جدا شدن نسل جدید و حتی نسل قدیم از روابط اجتماعی خارج از فضای نت و فرو رفتن در فضای مجازی خودساخته | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| W9   | ایجاد بیماری اجتماعی و روانی، اعتیادآوری   | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |
| W10  | ترویج شایعه در جوامع   | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| W11  | عدم نظارت و کنترل دقیق بر محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی                                     | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| W12  | تعرض به حریم خصوصی کاربران   | ۴           | ۰/۰۵                | ۰/۲                 |

جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی فرصت - تهدید

| ردیف | عوامل (گویه)  | احتمال وقوع | وزن نظرات پاسخگویان | نمره (اهمیت × رتبه) |
|------|---|-------------|---------------------|---------------------|
| O1   | بستری ارزان و مناسب برای انواع تبلیغات و اطلاعات فرهنگی و دینی  | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| O2   | ابزار ترویج و تبلیغ فرهنگ صحیح و ارزش‌های اخلاقی  | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| O3   | ایجاد تعامل جهانی و حذف واسطه‌گری ارتباطات  | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| O4   | برنامه‌ریزی ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای ایجاد تصویری مناسب از رویکردهای فرهنگی و دینی جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌المللی | ۵           | ۰/۰۸                | ۰/۴                 |
| O5   | به چالش کشیدن فرهنگ‌های امپریالیستی با معرفی فرهنگ‌های کوچک و خرد   | ۴           | ۰/۰۵                | ۰/۲                 |
| O6   | کسب تحلیل کاربران در خصوص مسائل اجتماعی   | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| O7   | شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزارهایی برای ترویج خلاقیت فردی و جمعی   | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |
| O8   | کشف صداها و پنهان‌نامه‌ها و جلوگیری از عقده شدن آن  | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| O9   | فراهم آمدن فرصت برای گفتگو و تعامل میان طبقات مختلف اجتماعی و افرادی با دیدگاه‌های کاملاً متفاوت  | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |
| O10  | راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی دانش‌بنیان با محوریت تسهیم تجارب و اطلاعات و همچنین جذابیت و بهره‌وری لازم در اطلاع‌رسانی                       | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| O11  | تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌ها/رسانه‌های اجتماعی بومی با محوریت حمایت از دوستیابی‌های سالم و سرگرمی‌های مفید                                    | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳۶                |
| O12  | ترویج و تبلیغات صحیح مباحث دینی و معنوی   | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| O13  | قدرت تولید محتوای مثبت و ارزشی در حوزه دین  | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| O14  | شناسایی نیازها و شبهات یا پرسش‌های دینی و مذهبی   | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| T1   | کنترل توسط حاکمیت و نهادهای خصوصی خارجی   | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |

| ردیف | عوامل (گویه)  | احتمال وقوع | وزن نظرات پاسخگویان | نمره (اهمیت × رتبه) |
|------|---|-------------|---------------------|---------------------|
| T2   | ضریب نفوذ بالای شبکه‌های اجتماعی خارجی در داخل  | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| T3   | امکان تهاجم فرهنگی کشورهای بیگانه علیه فرهنگ ملی و بومی کاربران                         | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| T4   | فرهنگ نامطلوب حاکم بر شبکه‌ها و سرایت آن در بین کاربران ایرانی                          | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| T5   | سلطه فرهنگ بیگانه و گرایش تقلیدی کاربران  | ۴           | ۰/۰۵                | ۰/۲                 |
| T6   | تحمیل و تبلیغ اندیشه‌ها و کالاهای غربی و بسط شبکه نیاز                                  | ۵           | ۰/۰۵                | ۰/۲۵                |
| T7   | ترویج اسلکنیویسم در مقابل اکتیویسم  | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| T8   | ایجاد مطالبات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی افراد جامعه توسط گردانندگان این شبکه‌های اجتماعی | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| T9   | ایجاد امپریالیسم مجازی و دیجیتالی به شکل آرام و خزنده                                   | ۵           | ۰/۰۶                | ۰/۳                 |
| T10  | کمک به گسترش اجتماعی بسترهای استعماری ارتباطی - اطلاعاتی غرب                            | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| T11  | بازتولید مسائل ضد جامعه مدنی و به وجود آمدن بی تفاوتی مدنی                              | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| T12  | اعتیاد مجازی و پیامدهای روحی و روانی برای آن  | ۵           | ۰/۰۷                | ۰/۳۵                |
| T13  | تشکیک و تخریب دین و مذهب تشیع توسط معاندان، مخالفان و مذاهب افراطی و ضاله               | ۵           | ۰/۰۵                | ۰/۲۵                |
| T14  | جایگزینی عرفان‌های دروغین و ادیان شخصی شده و منحرف ساخت بشر به جای دین الهی             | ۴           | ۰/۰۶                | ۰/۲۴                |
| T15  | شکل‌گیری هویت‌های مجازی ناهمخوان با هویت داخلی  | ۴           | ۰/۰۷                | ۰/۲۸                |

مأخذ: همان.

در این مرحله با توجه به امتیاز داده شده نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید را براساس بیشترین امتیاز مرتب شده سپس در جدول سوات و ماتریس SPACE بررسی می‌شود.

#### جدول ۴. فهرست نقاط قوت و ضعف براساس بیشترین تا کمترین امتیاز

| نقاط قوت مرتب شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز                | نقاط ضعف مرتب شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز  |
|--|--|
| انتشار سریع، جهانی و آزادانه اخبار و اطلاعات                     | جدا شدن نسل جدید و حتی نسل قدیم از روابط اجتماعی خارج از فضای نت و فرو رفتن در فضای مجازی خودساخته |
| نیروی انسانی متخصص و توانمند برای طراحی و تولید شبکه‌های اجتماعی | عدم توجه به شبکه‌های اجتماعی مجازی در سیاستگذاری‌های کلان فرهنگی و ارتباطی                         |
| حضور قشر کثیری از مردم در شبکه‌ها                                | ابتدال و سرسری شدن اطلاعات و روابط اجتماعی   |
| حضور مستمر در کنار دوستان و آگاهی از احوال و افکار دوستان        | انهدام بیشتر خط و زبان فارسی   |
| فقدان محدودیت آزادی بیان، سانسور، خط قرمز                        | ایجاد بیماری اجتماعی و روانی، اعتیادآوری   |
| بازنمود من دلخواه (ابراز وجود و خوداظهاری)                       | نافرهیختگی فضای شبکه‌های اجتماعی   |
| تقویت ارتباطات بین فرهنگی  | ناآگاهی استفاده‌کنندگان نسبت به تأثیرات منفی شبکه‌ها   |
| حمایت‌های حاکمیتی برای راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی          | ناآشنایی مسئولان و مؤثرین فرهنگی با فضای مجازی و واقعی   |
| اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌های فرهنگی، دینی و مذهبی                 | عدم نظارت و کنترل دقیق بر محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی                                     |
| وجود محتواهای غنی و فراوان دینی و مذهبی برای اشتراک‌گذاری        | بی‌توجهی کاربر به رعایت اصول ایمنی در عضویت شبکه‌ها  |
| ایجاد گروه‌های دوستانه   | قابل کنترل نبودن اجتماع مجازی توسط دولت  |
| معرفی فرهنگ خود و آشنایی با فرهنگ‌ها و خرده فرهنگ‌های دیگر جامعه | هویت‌های جعلی و دروغین و عدم تشخیص کاربران   |

مأخذ: همان.



جدول ۵. فهرست فرصت و تهدید براساس امتیاز پاسخگویان

| نقاط فرصت مرتب شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز  | نقاط تهدید مرتب شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز                                     |
|---|---|
| تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌ها/ رسانه‌های اجتماعی بومی با محوریت فرهنگ ایرانی   | اعتیاد مجازی و پیامدهای روحی و روانی برای آن  |
| بستری ارزان و مناسب برای انواع تبلیغات و اطلاعات فرهنگی و دینی  | فرهنگ نامطلوب حاکم بر شبکه‌ها و سرایت آن در بین کاربران ایرانی                          |
| ترویج و تبلیغات صحیح مباحث دینی و معنوی   | ایجاد امپریالیسم مجازی و دیجیتالی به شکل آرام و خزنده                                   |
| شناسایی نیازهای و شبهات یا پرسش‌های دینی و مذهبی  | شکل‌گیری هویت‌های مجازی ناهمخوان با هویت داخلی  |
| کسب تحلیل کاربران درخصوص مسائل اجتماعی  | کنترل توسط حاکمیت و نهادهای خصوصی خارجی   |
| کشف صداهای پنهان جامعه و جلوگیری از عقده شدن آن   | تحمیل و تبلیغ اندیشه‌ها و کالاهای غربی و بسط شبکه نیاز                                  |
| ایجاد تعامل جهانی و حذف واسطه‌گری ارتباطات  | تشکیک و تخریب دین و مذهب تشیع توسط معاندان و مخالفان و مذاهب افراطی و ضاله              |
| برنامه‌ریزی ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای ایجاد تصویری مناسب از رویکردهای فرهنگی و دینی جمهوری اسلامی ایران در سطح بین‌المللی | جایگزینی عرفان‌های دروغین و ادیان شخصی شده و منحرف ساخت بشر به جای دین الهی             |
| قدرت تولید محتوای مثبت و ارزشی در حوزه دین  | بازتولید مسائل ضد جامعه مدنی و به‌وجود آمدن بی‌تفاوتی مدنی                              |
| فراهم آمدن فرصت برای گفتگو و تعامل میان طبقات مختلف اجتماعی و افرادی با دیدگاه‌های کاملاً متفاوت  | کمک به گسترش اجتماعی بسترهای استعماری ارتباطی - اطلاعاتی غرب                            |
| شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزارهایی برای ترویج خلاقیت فردی و جمعی   | ایجاد مطالبات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی افراد جامعه توسط گردانندگان این شبکه‌های اجتماعی |
| ابزار ترویج و تبلیغ فرهنگ صحیح و ارزش‌های اخلاقی  | ترویج اسلکتیویسم در مقابل اکتیویسم  |
| راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی دانش‌بنیان با محوریت تسهیم تجارب و اطلاعات و همچنین جذابیت و بهره‌وری لازم در اطلاع‌رسانی                       | امکان تهاجم فرهنگی کشورهای بیگانه علیه فرهنگ ملی و بومی کاربران                         |
| تشکیل تشکلهای و اجتماعات مجازی با توجه به شهروند الکترونیکی   | ضرب نفوذ بالای شبکه‌های اجتماعی خارجی در داخل   |

مأخذ: همان.

### ۳-۶. راهبردهای عملیاتی سوات برای بهره‌گیری از شبکه اجتماعی در جامعه ایرانی

به‌منظور بررسی راهبردهای مؤثر در بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی از روش و ماتریس سوات استفاده می‌شود. در این مرحله به تدوین و ساخت راهبردها بر اساس عناصر چهارگانه قوت، ضعف، فرصت و تهدید شناسایی شده و مرتب شده به کمک ماتریس عملیاتی راهبردهای چهارگانه قوت - فرصت (SO)، قوت - تهدید (ST)، ضعف - فرصت (WO) و ضعف - تهدید (WT) ارائه می‌شود.

### جدول ۶. راهبردهای عملیاتی سوات برای بهره‌گیری شبکه‌ای اجتماعی در جامعه ایرانی

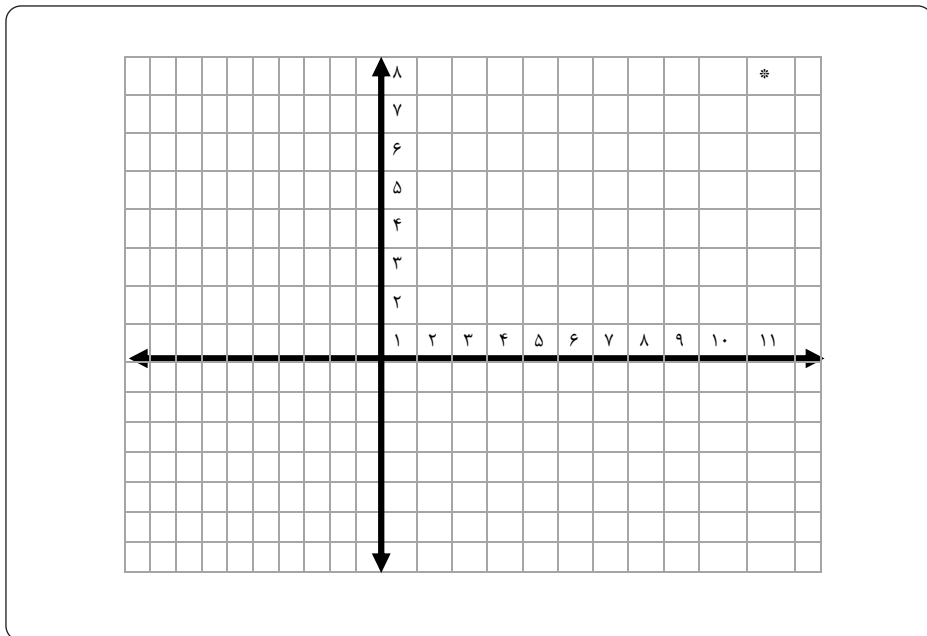
| راهبردهای WO  | راهبردهای SO   |
|---|--|
| WO1: آموزش سواد ارتباطی و رسانه‌ای برای کاربران، خانواده‌ها، دانش‌آموزان و دانشجویان در جهت استفاده هدفمند، صحیح با کمترین آسیب‌پذیری   | SO1: طراحی، تولید و راه‌اندازی شبکه اجتماعی بومی توسط دولت در راستای تولید محتوای فرهنگی، دینی، اجتماعی مناسب از سوی کاربران   |
| WO2: تقویت نقش راهنمایی و نظارت نهادهای خانواده، مدارس و دانشگاه‌ها، مساجد و نهادهای غیردولتی در استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و کاهش آثار منفی از این طریق            | SO2: حمایت فنی، مالی، حقوقی دولت از راه‌اندازی شبکه‌های بومی توسط متخصصان متناسب با نظام فرهنگی جامعه ایرانی   |
| WO3: ایجاد فیلترینگ هوشمند در کنترل محتوا و دروازه‌بانی محدود با حفظ رعایت اصول اخلاقی و ارزش‌های انسانی  | SO3: سازوکارهای تشویقی برای تولید و ارائه محتواها و تصاویر مناسب از رویکردهای فرهنگی، دینی و توانمندی جمهوری اسلامی ایران در شبکه اجتماعی  |
| WO4: تلاش و بهره‌گیری از صدا و سیما، رسانه‌ها و مطبوعات، سازمان‌های فرهنگی همچون فرهنگسرا، خانه‌های فرهنگ، انجمن‌ها و نهادهای غیردولتی فرهنگی                                     | SO4: ایجاد بانک اطلاعات و پیام با محتوای دینی، مذهبی و فرهنگی برای انتشار آن در شبکه‌های اجتماعی بومی و بین‌المللی خارج از کشور  |
| WO5: توانمندسازی کاربر از طریق آموزش و فرهنگ‌سازی در میزان و نوع استفاده از شبکه، تولید محتوا، مصرف محتوا، برخورد مسئولانه در قبال پیام‌های خاکستری، سیاه و شایعه، حفظ حریم خصوصی | SO5: هماهنگی بین سازمان‌های متولی تولید محتوا و نرم‌افزار و ایجاد محتوا با مختصات ارزش‌های اسلامی-ایرانی و ارائه خدمات ارتباطی مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و دینی کشور و همکاری چندجانبه همه ذی‌نفعان از جمله سیاستگذاران، دولت، سازمان‌های نظارتی، بخش خصوصی و سایر دست‌اندرکاران این حوزه |
| WO6: حضور فعالانه دولت و مسئولان نهادهای تأثیرگذار برای استفاده بهینه از این ظرفیت از طریق آموزش، قانونگذاری، نظارت، انتشار و اطلاع‌رسانی نحوه استفاده صحیح از این تکنولوژی       | SO6: حمایت از توسعه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی کم‌خطر و کنترل شده به لحاظ اجتماعی از طریق افزایش سرمایه‌گذاری و ایجاد زیرساخت   |
|   | SO7: همکاری و ارتباط تعاملی دستگاه‌های اجرایی برای توسعه فناوری بومی، ایجاد زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور با تأکید بر دانش بومی، مستقل و با امنیت بالا   |

| راهبردهای WT   | راهبردهای ST  |
|--|---|
| WT1: ایجاد محدودیت قانونی، فنی و فرهنگ‌سازی برای استفاده نوجوانان و کودکان از این شبکه‌ها و برخورد فعالانه خانواده با این امر  | ST1: آشنایی کاربران با نحوه تأسیس، اهداف، فلسفه، سیاست‌های پنهان و برنامه‌های صاحبان شبکه‌های خارجی توسط نهادهای دولتی، رسانه‌ها و مطبوعات، نهادهای غیردولتی  |
| WT2: دقت کاربران در حفظ حریم خصوصی، اطلاعات ارسالی و دریافتی در شبکه‌های اجتماعی که صاحبان آن خارجی و سرور آن در خارج از کشور مستقر است                                    | ST2: ایجاد زیرساخت حقوقی، مالی و تسهیلاتی برای سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی آموزشی و پژوهشی برای آموزش شهروندان به نحوه استفاده از فضای مجازی و شبکه اجتماعی  |
| WT3: خودارزیابی و خودکنترلی کاربران در انتشار محتواهایی که دیگران ارسال می‌کنند به‌گونه‌ای که از منبع معتبر و محتوای سالم برخوردار باشد و حساسیت نهاد خانواده در این زمینه | ST3: ایجاد نهادی برای رصد محتوای مطالب مشکوک در حوزه دین، مذهب و منافع و مصالح کشور یا توانمندسازی پلیس فتا در این زمینه برای جلوگیری از سوءاستفاده‌کنندگان در این زمینه  |
| WT4: تعیین مکانیسم‌های فنی و حقوقی برای جلوگیری از سوءاستفاده غیرقانونی از کاربران شبکه  | ST4: به‌کارگیری ظرفیت‌های ارتباطی در جهت ارائه خدمات آموزشی، اجتماعی و اقتصادی  |
| WT5: محدودیت استفاده از این شبکه‌ها توسط خانواده، دسته‌بندی شبکه‌ها برای استفاده، دسته‌بندی مخاطبان، کنترل و نظارت و استفاده در کنار خانواده                               | ST5: همکاری و مشارکت منطقه‌ای؛ همکاری‌های فنی میان دولت‌های دوست، هماهنگ‌سازی مستندات و رویه‌ها و تدابیر قانونی برای ایجاد زیرساخت و ساختار همکاری بین‌المللی و منطقه‌ای در راستای عزت اسلامی و تقویت جبهه فرهنگی انقلاب و مقابله با جنگ نرم مجازی و امپریالیسم مجازی |
| WT6: پرهیز از محتواهای اختلاف‌برانگیز قومی، نژادی، طبقه‌ای، مذهبی و دینی توسط کاربران و آموزش کاربران برای اقدام مسئولانه آنان در برخورد از این‌گونه محتواها و فرستنده آن  | ST6: ایجاد حساسیت در مسئولان (قوای سه‌گانه)، اقدام و برخورد همه‌جانبه، مستمر، عقلانی برای آشنایی مسئولان نظام با ظرفیت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی و شبکه‌ها تا تصمیم‌های درستی در فضای کنونی در خصوص این شبکه‌ها اتخاذ شود  |
| WT7: تأکید بر ارتباطات حضوری، رودررو، صمیمانه و عاطفی در حد امکان و استفاده از ارتباطات مجازی به‌عنوان ابزار تکمیلی نه به‌عنوان شیوه اصلی ارتباط                           | ST7: حضور مسئولانه و فعال نهادها و مراکز دینی، عالمان و اندیشمندان دینی در فضای مجازی برای پاسخگویی به شبهات و شناسایی انحرافات و مبارزه با آن در این فضا و شبکه و تولید محتوای غنی در معرفی دین اسلام و مذهب تشیع  |

### ۳-۲. تعیین راهبرد اصلی براساس ماتریس SPACE

با توجه به راهبردهای تعیین شده حال با کمک جدول ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی فوق برای تعیین و سنجش فاصله اهمیت و ارزیابی موقعیت و نوع استراتژی (تهاجمی، تدافعی، بازنگری و تنوع‌بخشی) از ماتریس SPACE استفاده می‌شود. حاصل جمع نمرات عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف)  $۱۰/۴۹$  روی محور Xهای محور مختصات و حاصل جمع نمرات عوامل خارجی (فرصت و تهدید)  $۷/۹۲$  روی محور Yهای محور مختصات مشخص شده است.

نمودار ۱. محور مختصات ماتریس SPACE



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

با توجه به جمع نمرات عوامل داخلی و عوامل خارجی و ورود آن به محور مختصات و محل تلاقی این دو محور نشان می‌دهد که راهبرد مرجح و کلی تهاجمی است.

### ۸-۳. اولویت‌بندی راهبردهای منتخب و بهینه چهارگانه براساس ماتریس QSPM

در این مرحله براساس راهبردهای چهارگانه به‌دست آمده در جدول ۶ به اولویت‌بندی راهبردهای منتخب و انتخاب راهبردهای بهینه برای فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود (شایان ذکر است راهبردها در سطوح مختلف خرد مربوط به کاربر، میانه مربوط به نهادها و سازمان‌های متوسط و میانجی و کلان مربوط به دولت است). برای ارزیابی و اولویت‌بندی راهبردهای منتخب از ماتریس QSPM استفاده می‌شود. از طریق این ماتریس راهبردهای بهینه انتخاب می‌شوند. این ماتریس، جذابیت نسبی هر یک از راهبردها را براساس وزن یا میزان همبستگی نظرات پاسخگویان (که قبلاً در جدول ارزیابی عوامل داخلی و خارجی به‌دست آمده) و میزان جذابیت یا اهمیت هر راهبرد برای جامعه ایرانی محاسبه شد که پاسخگویان از بین ۱ تا ۴ (۱ بی‌اهمیت، ۲ اهمیت کم، ۳ اهمیت متوسط، ۴ اهمیت زیاد) انتخاب کرده بودند که با توجه به طولانی بودن جدول فقط نتایج آن مطرح می‌شود. با توجه به راهبرد کلی شبکه‌های اجتماعی که راهبرد تهاجمی بوده است راهبردهای منتخب براساس ماتریس QSPM به‌ترتیب زیر است:

- همکاری و ارتباط تعاملی دستگاه‌های اجرایی برای توسعه فناوری بومی، ایجاد زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور با تأکید بر دانش بومی، مستقل و با امنیت بالا،
- طراحی، تولید و راه‌اندازی شبکه اجتماعی بومی توسط دولت در راستای تولید محتوای فرهنگی، دینی، اجتماعی مناسب ازسوی کاربران،
- بازنگری در قوانین و آیین‌نامه‌های موجود در راستای شکل‌گیری فضای مجازی بومی و ایجاد قوانین جدید در بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات ملی به‌ویژه در حوزه تلفن همراه متصل به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی،
- هماهنگی بین سازمان‌های متولی تولید محتوا و نرم‌افزار و ایجاد محتوا با مختصات ارزش‌های اسلامی - ایرانی و ارائه خدمات ارتباطی مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی و دینی کشور و همکاری چندجانبه همه ذی‌نفعان از جمله سیاستگذاران، دولت، سازمان‌های نظارتی، بخش خصوصی و سایر دست‌اندرکاران این حوزه،

- بهره‌گیری از ظرفیت کمی و کیفی بالای کاربران ایرانی برای تولید و اشاعه محتواهای دینی، فرهنگی، قومی و اخلاقی در دو سطح داخلی و خارجی برای مبارزه با امپریالیسم فرهنگی،
- ایجاد بانک اطلاعات و پیام با محتوای دینی، مذهبی و فرهنگی جهت انتشار آن در شبکه‌های اجتماعی بومی و بین‌المللی خارج از کشور،
- سازوکارهای تشویقی برای تولید و ارائه محتواها و تصاویر مناسب از رویکردهای فرهنگی، دینی و توانمندی جمهوری اسلامی ایران در شبکه اجتماعی،
- حمایت از توسعه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی کم‌خطر و کنترل شده به لحاظ اجتماعی از طریق افزایش سرمایه‌گذاری و ایجاد زیرساخت.

#### ۴. جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

همان‌طور که در رویکرد عمل‌گرایانه اشاره شد شبکه‌های اجتماعی در هر جامعه فرصت‌ها و ظرفیت‌هایی برای رشد جامعه و آزان‌سو تهدیدها و چالش‌هایی دارند که شناخت این ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها نیازمند آسیب‌شناسی است. جامعه ایرانی نیز در مواجهه با این رسانه نوظهور مستثنا نیست. یافته‌ها نشان می‌دهد پاسخگویان در بحث نقاط قوت همان‌طور که تریکل (۲۰۰۸) مطرح کرده است شبکه‌ها باعث تقویت پیوندهای ضعیف ارتباطی در دنیای واقعی می‌شوند، همچنین نقش مثبتی بر احیای ارتباطات انسانی و ترمیم ارتباطات قطع شده یا ضعیف و ابراز خود و خودگشودگی تأکید دارند. به نوعی استفاده از این شبکه‌ها باعث تقویت و تکمیل ارتباطات انسانی در جامعه ایرانی می‌شود و می‌تواند خودکنترلی که در ارتباطات انسانی واقعی در جامعه ایرانی وجود دارد را تعدیل و بهبود بخشد. ازسوی دیگر نقطه قوت دیگری که مورد توجه پاسخگویان قرار گرفت انتشار ارزش‌های فرهنگی در عرصه جهانی بود. این یافته در راستای اندیشه آپادوری (۲۰۰۶) است که شبکه‌ها می‌توانند افقی برای ارتباط درون و میان فرهنگی درون و بیرون از جامعه باشند. کاربران می‌توانند فرهنگ و عناصر فرهنگی (ارزش‌ها، سنت‌ها، هنجارها و ...) خود را به اشتراک گذارند و در مورد آن به بحث و گفتگو بپردازند و از فرهنگ دیگران مطلع و در مورد آن بحث کنند. درخصوص نقاط ضعف نیز بیشترین تأکید بر عدم آشنایی کاربران از

نحوه استفاده درست از شبکه‌ها و غرق شدن در روابط مجازی است. همان‌طور که وین و کاتز (۲۰۰۵) معتقدند حضور کاربر در شبکه‌ها وی را از حضور در دنیای واقعی دور می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده بی‌حد و حصر از این شبکه باعث فرو رفتن در فضای مجازی و افزایش فاصله نسل جدید و قدیم شده است. اما در خصوص راهبردهای استفاده از این رسانه‌های نوظهور می‌توان بیان داشت که در مجموع براساس این پژوهش، راهبرد مرجح و برتر از دیدگاه سه طیف صاحب‌نظران دانشگاهی، مدیران اجرایی و کاربران راهبرد تهاجمی است، در این راهبرد، تأکید بر استفاده هدفمند و صحیح در مقابل عدم استفاده است. این راهبرد بر این اعتقاد است که از این رسانه‌ها باید با توجه به آسیب‌ها، استفاده هدفمند کرد و براساس سیاست‌گذاری صحیح ضعف‌ها و تهدیدها را به قوت و فرصت تبدیل کرد. پاسخگویان معتقد به استفاده از این رسانه‌ها در جامعه ایرانی هستند اما استفاده باید هدفمند و پالایش شود.

براساس یافته‌ها بیشترین تأکید در راهبردها با رویکرد هماهنگی و همکاری دستگاه‌های اجرایی و قضایی در تولید زیرساخت و فناوری ساخت و راه‌اندازی شبکه‌های بومی، تولید محتوای آن و نظارت براساس قانون و مقررات معطوف به ظرفیت‌ها و آسیب‌های این شبکه‌ها بوده است. به‌گونه‌ای که دستگاه‌های درگیر با این حوزه در سه قوه ضمن ایجاد زیرساخت و تولید شبکه بومی و حمایت از تولید محتوا، قوانین و مقررات جدیدی براساس ویژگی این رسانه برای جامعه ایرانی تهیه کنند و در بین حاکمیت نگاه واحدی به این رسانه‌ها وجود داشته باشد. این رویه واحد و نگاه جامع و یکسان هم در شورای عالی فضای مجازی، هم در نهادهای ناظر بر محتوا در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و هم کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه و حتی قوه قضائیه باید صورت گیرد.

تأکید دوم در این راهبردها بازنگری قوانین موجود و تصویب قوانین جدید براساس ویژگی‌های این فناوری است. قوانین موجود که برگرفته از قانون جرائم رایانه‌ای سال ۱۳۸۸ است بخشی برگرفته از قانون مطبوعات و نشریات، نشریات الکترونیکی و بخشی براساس ویژگی فناوری اولیه و اینترنت نسل اول است که برای این نوع فناوری تحت وب ۲ کارایی چندانی ندارد.

تأکید سوم در این راهبردها بهره‌گیری از ظرفیت‌های بخش خصوصی در دو قسمت زیرساخت، تولید و طراحی شبکه‌های بومی و تولید محتوا با مختصات جامعه ایرانی و فرهنگ بومی است. در این حوزه باید از بخش خصوصی و فعالان دانشگاهی در راستای تولید شبکه بومی و محتوای مناسب حمایت فنی، مالی و حقوقی انجام شود. امروزه بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان یا شرکت‌های پژوهشی، وابسته به دانشگاه‌ها هستند که در حوزه فضای مجازی، رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی و حتی در حوزه پیامدها فعالیت‌های مناسبی انجام می‌دهند.

تأکید چهارم بر نوع مصرف این شبکه‌ها و تأثیر آن بر جامعه ایرانی است که در این زمینه راهبردها بیانگر همکاری همه دستگاه‌ها و نهادهای آموزشی و فرهنگی در افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران است. با توجه به نظریات، هر رسانه و تکنولوژی باعث تغییراتی در جامعه می‌شود که در برخی موارد این تغییرات به کارکرد منفی آن رسانه ختم می‌شود که برای کاهش عوارض نابهنجار آن باید سواد رسانه‌ای و شناخت کاربر نسبت به آن فناوری را افزایش داد که در این حوزه این تکلیف برعهده همه دستگاه‌های دولتی، مؤسسه‌های دولتی و خصوصی فعال در حوزه رسانه و فرهنگ، صدا و سیما، فرهنگسراها و خانه‌های فرهنگ، نهادهای آموزشی چون مدارس و دانشگاه‌ها، حوزه‌های علمیه و ... است. حتی در این زمینه می‌توان نهادهای غیردولتی و سازمان‌های غیردولتی مختلفی راه‌اندازی کرد. تأکید پنجم راهبردها، بر نقش و نظارت خانواده‌ها و نحوه درست استفاده اعضای خانواده از این فناوری است. با توجه به اینکه خانواده در حوزه مصرف و مدیریت آن یا عوارض و نابهنجاری ناشی از آن در صف مقدم هستند برخی از راهبردها (بیشتر ضعف و تهدید) تأکید بیشتری بر خانواده‌ها دارند. در این زمینه توجه به میزان و نوع مصرف، رعایت اصول ایمنی مصرف، رعایت حریم خصوصی و شناخت نابهنجاری ناشی از استفاده نادرست و دژکارکردی امری است که باید برای خانواده‌ها طرح، آموزش و فرهنگ‌سازی شود.

### پیشنهادها

با توجه به یافته‌ها و نتایج فوق، پیشنهادهای اجرایی در سه سطح ارائه می‌شود:



سطح نخست مربوط به دولت است. حضور فعالانه و مسئولانه دستگاه‌های دولتی در حوزه‌های قانونگذاری، اجرا و نظارت بر توسعه سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و مغزافزاری حوزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با توجه به رشد بسیار سریع و شتابان فناوری‌های نوین لازم است. همچنین نهادهای سیاستگذار با توجه به فرهنگ ایرانی - اسلامی و با توجه به نقاط ضعف و تهدید به تبیین و پایه‌های حقوقی این امر همت گمارند. نهادهای اجرایی نیز با توجه به نقاط قوتی که این شبکه‌ها در جامعه ایرانی دارند از فرصت‌ها به‌نحوی درست استفاده کنند. در این زمینه تعامل بین نهادهای مسئول حائز اهمیت است. نهادهای نظارتی نیز با توجه به فرهنگ ایرانی - اسلامی نسبت به رعایت محتوا و پیام‌ها از دقت و مسئولیت بیشتری برخوردار باشند. کمک به راه‌اندازی شبکه‌ها، تولید محتوا، آموزش رسانه‌ای و فناوری، همگی می‌تواند از اقدام‌های مفید در این زمینه باشند. سطح دوم مربوط به نهادها و سازمان‌هاست. در این میان وظایف برخی نهادها همچون خانواده، رسانه، مسجد و نهاد دینی، مدرسه و دانشگاه، سازمان‌های فرهنگی چون حوزه فرهنگی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، فرهنگسرا، خانه‌های فرهنگ و ... بسیار مهم است. این نهادها همیار و در بسیاری از موارد به‌عنوان فضای عمومی فارغ از دولت می‌توانند نقش مؤثری در آموزش، فرهنگ‌سازی، کنترل و نظارت بر این حوزه داشته باشند. با توجه به اینکه پیامدهای استفاده از این شبکه‌ها ارتباط مستقیمی با کاربران دارد، این نهاد باید در استفاده صحیح از این تکنولوژی، تولید محتوا، نظارت بر روابط فضای مجازی، میزان استفاده و حضور در این شبکه‌ها نقش فعالانه‌تری داشته باشند. نهادهای دینی با کارکرد چندگانه می‌توانند نقش مثبتی داشته باشند. نقش نخست آنها در تولید محتوای مناسب در حوزه دین و فرهنگ دینی و مبارزه با شبه‌پراکنی و ترویج عرفان‌ها و عقاید باطل است و در کنار آنها هشدارسازی در استفاده صحیح و سالم از این رسانه‌هاست. همچنین این نهاد می‌تواند از ظرفیت این شبکه‌ها برای انتقال و انتشار دیدگاه‌های مذهبی بپردازند. صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و مطبوعات نیز با آموزش همگانی و ساخت برنامه‌های مناسب در سالم‌سازی استفاده از این شبکه‌ها و روابط مجازی افراد در آن کمک کنند. به نوعی رسانه‌ها می‌توانند ابزاری برای آگاه‌بخشی و هشدارسازی در این زمینه

باشند. با توجه به اینکه نهادهای آموزشی چون مدارس و دانشگاه‌ها، حوزه‌های علمیه و ... بخش اعظمی از وظیفه اعمال هنجارهای اجتماعی و جامعه‌پذیری افراد را برعهده دارند، نقش آنها در سواد رسانه‌ای و استفاده کم‌خطر از این شبکه‌ها می‌تواند مثمر ثمر باشد. ایجاد دوره‌ها و واحدهای آموزشی، برگزاری نشست، سمینار و همایش، ارتباط مستمر با خانواده والدین در صورت بروز نابهنجاری در این زمینه، آشناسازی کودکان، نوجوانان و جوانان با خطرات و آسیب‌های این شبکه‌ها و ترویج محدودیت سنی، شبکه‌ای، زمانی و بین دانش‌آموزان است. نهادهای فرهنگی - آموزشی دیگر چون فرهنگسراها و خانه‌های فرهنگ نیز می‌توانند با برگزاری دوره برای خانواده و فرزندان گام مؤثری بردارند.

سطح سوم مربوط به کاربر است. یکی از بهترین شیوه در استفاده سالم و بهینه از فضای مجازی با رعایت استفاده از فرصت‌ها و پرهیز از تهدیدها آگاه‌سازی و فعال‌سازی کاربر است. کاربر به‌عنوان فرستنده و تولیدکننده محتوا تا مخاطب و دریافت‌کننده پیام اگر نسبت به آثار و خطرات این شبکه‌ها آشنا و مطلع باشد می‌تواند به‌عنوان دروازه‌بان و کنترل‌گر فعال عمل کند. تقویت نقش خودارزیابی و خودکنترلی کاربر از طریق آموزش وی امری راهگشاست. ارتقای سواد رسانه‌ای کاربر با کمک همه سازمان‌ها و نهادهای فوق‌الذکر بهترین راهبرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی است.

## منابع و مآخذ

۱. اتحادیه بین‌المللی مخابرات (۱۳۹۶). روند توسعه فناوری اطلاعات در یک نگاه، ترجمه علی حکیم‌جوادی، تهران، سازمان فناوری اطلاعات.
۲. بصیریان جهرمی، حسین و هادی خانیکی (۱۳۹۲). «سیاست‌گذاران ایرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی»، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۶، ش ۲۱.
۳. خانیکی، هادی و محمود بابایی (۱۳۹۰). «فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی»، فصلنامه جامعه اطلاعاتی، ش ۱.
۴. خجیر، یوسف (۱۳۹۵). «ظرفیت‌ها و آسیب‌های تلفن همراه هوشمند در جامعه»، مجموعه مقالات تلفن همراه هوشمند و سبک زندگی، تهران، انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی جهاد دانشگاهی.
۵. زاهدی، محمد (۱۳۹۲). «روش تحلیل راهبردی در مدیریت»، نشریه مدیران، دوره ۱، ش ۱۵.
۶. شهابی، محمود و قدسی بیات (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان؛ از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان وطنی»، فصلنامه مجلس و راهبرد، دوره ۱۹، ش ۶۹.
۷. عبداللهیان، حمید و حسین کرمانی (۱۳۹۴). «تبیین رابطه سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و مشارکت سیاسی در دنیای واقعی»، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۴، ش ۴.
۸. کیا، علی‌اصغر و یونس نوری مرادآبادی (۱۳۹۱). «عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس‌بوک: بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا»، فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، دوره ۱۷، ش ۴۹.
9. Apadori, S. Mimail (2006). "An Experimental Study of Search in Global Social Networks", Science 301(5634), Retrived from www.Goolescholar.com
10. Boyd, D. and N. Ellison (2007). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(Spring).
11. Castells, Manuel (2000). "Information Technology, Globalization and Social Development"; UNISD/DP 114/99/13
12. \_\_\_\_ (2004). "Informationalism, Networks, and the Network Society: A Theoretical Blueprint", Text Published in the Network Society: A Cross-cultural Perspective, Northampton, Edward Elgar.

13. \_\_\_\_ (2012). *Communication Power*, UK: Oxford University.
14. Duggan, Maeve (2018). “Mobile Messaging and Social Media 2015”, Pew Research Center, [www. pew.guv/articul](http://www.pew.guv/articul),
15. Heidemann, J. (2010). “Online Social Networks–A social and Technical Look”, Retrived from [www. GoogleScholar.com](http://www. GoogleScholar.com)
16. Kraut, R. and etal. (2002). “Internet Paradox. Revisited”, *Journal of Social, Issues* 58(1), <http://kraut.hciresearch.org/sites/kraut.hciresearch.org/files/articles/kraut98-InternetParadox.pdf>
17. Mihial, Evert and Peter Williams Sims (2004). “The Role of Facebook in Romantic Relationship Development: An exploration of Knapp’s Relationship Stage Model”, *Journal of Social and Personal Relationships*, Vol. 30 (Spring).
18. Miler, G. S. (2008). *New Media and Social Capital*, International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences (Second Edition).
19. Norris, P. (2001). *Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet in Democratic Societies*, Cambridge University Press.
20. Obar, Jonathan A. and Steve Wildman (2015). “Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue”, *Telecommunications Policy* 39 (9). Electronic Copy Available at: <http://ssrn.com/abstract=2647377>
21. Papacharissi, Zizi (2004). “The Virtual Sphere: The Internet as a Public Spher”, *New Media and Society*, Vol. 4, Issue: 1, <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
22. \_\_\_\_ (2010). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Net Worksites*, New York, Routledge.
23. Pariser, Eli (2012). “Social Networking Theories and Tools to Support Connectivist Learning Activities”, *International Journal of Web-Based Learning and Teaching Technologies*.

24. Rheingold, Howard (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier* (2nd Edition), Cambridge, Massachusetts: MIT Press. ISBN 0-262-68121-8
25. \_\_\_\_\_ (2008). "Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement," Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth, Edited by W. Lance Bennett. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning, Cambridge, MA: The MIT Press,
26. Tufekci, Zeynep (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, Yale University Press.
27. Turkle, Sheri (2008). "Identity in the Age of Internet, the Media Reader, Community and Transformation", Retrieved from <http://www.jcmc.org/Indiana/edu>
28. Wellman, B. (2002). "Little Boxes, Globalization, and Networked Individualism", *The Series Lecture Notes in Computer Science*, 2362.
29. Wynn, John and Sim Katz (2005). "About Exaggeration in Cyberspace", *Academy of Management Review*, Vol. 24.