

آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی

ایوب محمدی^۱، محمد جوانمرد^۲

چکیده

زمینه و هدف: در سال‌های اخیر و به موازات پیشرفت روزافزون رسانه‌های نوین ارتباطی، جوامع انسانی در بستر ارتباط‌های اجتماعی خود با ظهور پدیده‌ای به نام شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن‌همراه روبه‌رو شده که به عامل محوری در عرصه اطلاع‌رسانی تبدیل شده‌اند. یکی از پیامدهای این نوع اطلاع‌رسانی، فراهم کردن حرکت‌های جمعی و ایجاد بحران‌های اجتماعی است. این شبکه‌ها با استفاده از توانمندی خود در زمینه تبادل اطلاعات و اقدام‌هایی از قبیل انتقال موضوع‌ها و سوژه‌های خاص و شایعه‌پراکنی، ضمن هدایت افکار عمومی، بحران‌های اجتماعی را ایجاد یا تشدید می‌کنند؛ بنابراین، این پژوهش با هدف تبیین نقش اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن‌همراه در بحران‌های اجتماعی انجام شده است. روش‌شناسی: تحقیق حاضر از نظر هدف و ماهیت، کاربردی و از حیث روش اجرا، پیمایشی است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از روش میدانی و از ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شد و پرسش‌نامه توسط جامعه آماری شامل ۱۰۶ نفر از مدیران و کارشناسان مرکز رصد فضای مجازی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، وزارت اطلاعات، مرکز رصد فضای مجازی پاوا ناجا، مدیران و کارشناسان معاونت امنیت پاوا ناجا و پلیس فتای ناجا تکمیل شده است؛ درنهایت، نسبت به تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آزمون‌های معتبر آماری اقدام شده است. یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج مطالعه نشان می‌دهد «سرعت در انتقال اطلاعات توسط اغتشاش‌گران» با میانگین ۴/۴۰ بیشترین نقش را در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن‌همراه در ایجاد بحران‌های اجتماعی دارد. همچنین، «اطلاع‌رسانی» شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن‌همراه با «ایجاد بحران‌های اجتماعی» ۴۳/۶ درصد ضریب هم‌بستگی دارد و به میزان ۱۹ درصد از واریانس، ایجاد بحران‌های اجتماعی را تبیین می‌کند. کلیدواژه‌ها: اطلاع‌رسانی، بحران‌های اجتماعی، تلفن‌همراه، شبکه‌های اجتماعی، فضای سایبر

۱. کارشناس ارشد دانشگاه علوم انتظامی امین: Aiuob@chmail.ir

۲. کارشناس ارشد دانشگاه علوم انتظامی امین: Yang.man80@gmail.com

مقدمه

امروزه مردم به طور اساسی از طریق رسانه‌ها اطلاعات دریافت می‌کنند فعالیت رسانه‌ها در عرصه اطلاع‌رسانی و تبلیغ‌ها، آنها را به عاملی محوری برای شکل‌دهی افکار عمومی در جوامع معاصر تبدیل کرده است. رسانه‌ها با توجه به قدرتی که در جذب توده مخاطبان در فرآیند شکل‌دهی به افکار عمومی دارند؛ نقش فراوان در بحران‌ها و کشمکش‌های اجتماعی؛ سیاسی و بین‌المللی ایفا می‌کنند. البته درک عمومی جامعه و واکنش‌های تشدیدکننده و یا ثبات‌بخش توده‌ها در قبال بحران به‌طور انحصاری در اختیار رسانه‌ها نیست اما رسانه‌ها در این زمینه به عنوان یکی از عوامل مهم و بازیگران اجتماعی مطرح هستند (صلواتیان، ۱۳۸۹: ۷۴). در قرن بیست و یک که با نام هزاره فناوری اطلاعات شناخته می‌شود وسایل ارتباط جمعی نقش بسیار مهم و پررنگی دارند، به نحوی که وظایف و نقش‌های زیادی را بر عهده گرفته‌اند و نهادهایی را نیز به مقابله می‌خوانند. در بین وسایل ارتباط جمعی در این هزاره، آنکه از همه مؤثرتر و بااهمیت‌تر است اینترنت است که به صورت فراگیری استفاده از آن رو به گسترش است. از بین تمام امکاناتی که اینترنت به مخاطبان خود ارائه می‌دهد؛ استفاده از شبکه‌های اجتماعی رو به گسترش است (خلیلی، ۱۳۹۲: ۱).

تمایل بشر به اجتماعی بودن و اجتماعی زندگی کردن، وی را بر آن داشت تا محیط اینترنت را به یک جامعه مجازی تبدیل کند. شبکه‌های اجتماعی مجازی نسلی جدید از صفحه‌های اینترنتی هستند که بر اساس نیاز مخاطبان طراحی شده است. افراد با ورود به این گونه شبکه‌های مجازی وارد دنیای جدیدی می‌شوند که نشئت گرفته از فضای

واقعی بوده و رویدادها و بحث‌ها، حول و حوش دل‌مشغولی‌های انسان معاصر در دنیای واقعی است (قیاسی، ۱۳۹۲).

از آنجایی که اساس و بنیاد امنیت در هر جامعه‌ای بر انسان استوار است و اعمال و رفتار انسان هم پیرو ادراک و فهم او از جهان و مسائل و موضوع‌های آن است نقش رسانه‌ها به عنوان بازوی نیرومند و بلامنازع برای مدیریت ادراک انسان‌ها و مهندسی اجتماعی را بایستی بیشتر مورد توجه قرار داد چرا که جایگاه رسانه‌ها در مطالعات امنیتی که شاید بتوان آن را «امنیت نرم» یاد کرد، مهم است. رسانه‌ها و گسترش روزافزون حوزه عملکرد و تأثیرهای آنها تهدیدها و فرصت‌هایی در اختیار کشورها و تحلیل‌گران امنیت کشورها می‌گذارند. همان‌طور که فرمانده معظم کل قوا، سیاه‌نمایی و تاریخ جلوه دادن اوضاع کشور را از روش‌های شناخته‌شده دستگاه رسانه‌ای غرب و صهیونیسم برای متوقف کردن مسیر ملت ایران خواندند و خاطرنشان کردند: «ملت ضمن بی‌اعتنایی به این سیاه‌نمایی‌ها، آگاه است که برای رسیدن به آینده تابناک کشور، نباید دچار غفلت شد و یا به خواب رفت». ایشان همچنین، با اشاره به تبلیغ‌های پرحجم و گسترده رسانه‌ها و دستگاه‌های تبلیغاتی جبهه دشمن عنود و شرور، تحت هدایت شبکه صهیونیستی جهانی، تأکید کردند: «هدف اصلی تبلیغ‌های متراکم، القای این دروغ بزرگ بود که ملت شجاع، مؤمن و امتحان داده ایران، نسبت به انقلاب، اسلام و اهداف والای خود سست و بی‌انگیزه شده است». امروزه در دنیای زندگی می‌کنیم که ابزارهای ارتباطی همچون رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به صورت نهادی ثابت و جزء جدایی‌ناپذیر زندگی مردم درآمده‌اند؛ بنابراین، تسلط بر این رسانه‌ها می‌تواند تا اندازه زیادی تسلط بر فرهنگ، اعتقاد و نظرهای سیاسی و اقتصادی مخاطبان محسوب شود و این واقعیتی است که جهانیان به‌خصوص مخالفان داخلی و خارجی ایران سال‌هاست آن را دریافته و در مقاطع مختلف زمانی و به هر بهانه‌ای افکار عمومی اقوام را به سمت‌وسویی که می‌خواهند سوق می‌دهند تا بتوانند با براندازی نرم و ایجاد اغتشاش‌های داخلی از حرکت روبه‌جلو و پیشرفت جمهوری اسلامی ایران جلوگیری نمایند. به همین سبب برای جلوگیری از تبلیغ‌های سوء و ترویج افکار مخرب و غلط،

ضرورت دارد که تهدیدها و آسیب‌های رسانه‌ها به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی را شناخته و با تقویت رسانه‌های داخلی و نظارت فضای مجازی از تکرار اعتراض‌های به وجود آمده با ارائه راه‌کارها و روش‌های مناسب مقابله و از هدف‌های شبکه‌های اجتماعی مخالف جلوگیری کرد. از این‌رو این امر، محقق را بر آن داشت تا کار تحقیق را با هدف «نقش اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی (آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی بر پایه تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی)» اقدام و در نهایت با ارائه پیشنهادهایی در شناسایی، نظارت و مدیریت آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی را بر پایه تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار دهد.

مبانی نظری: شبکه‌های اجتماعی یکی از پدیده‌های اصلی در فضای مجازی و در بستر اینترنت، ظهور و رشد انبوه رسانه‌های اجتماعی است. رسانه اجتماعی^۱ به ابزارها و سکوی رایانش‌های (پلت‌فرم) برخط اطلاق می‌شود که افراد برای به اشتراک‌گذاری عقاید و تجارب شامل عکس، فیلم، موسیقی، بینش و برداشت خود از هر یک استفاده می‌کنند. رسانه اجتماعی می‌تواند اشکال گوناگونی اعم از متن، تصویر، صدا یا فیلم را به خود بگیرد. کلید آن، افراد هستند و نه سازمان‌ها که از این شکل‌ها استفاده و آنها را نظارت می‌کنند (آذرخش و آذرخش، ۱۳۹۲: ۱۵-۱۴). رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در هفت گروه دسته‌بندی کرد. شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها، فروم‌ها، کامیونیتی‌های محتوایی و میکروبلگ‌ها هفت نوع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. علاوه بر اینها برخی سایت‌های «دنیای مجازی» از قبیل سکندلایف^۲ را هم گونه دیگری از رسانه‌های اجتماعی می‌دانند که در سال‌های آینده گسترش بیشتری خواهند داشت.

اصطلاح شبکه‌های اجتماعی را برای نخستین بار چی‌ای بارنز^۳ در سال ۱۹۵۴ طرح کرد و از آن پس به سرعت به شیوه‌ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت. در نظریه شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می‌شود:

-
1. Social media
 2. Second Life
 3. J.A.Barnes

مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی شامل مردم و سازمان‌ها که به وسیلهٔ مجموعه‌ای از روابط معنادار اجتماعی به هم متصل‌اند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکهٔ اجتماعی بر انواع روابط همچون دوستی‌ها و روابط چهره‌به‌چهره متمرکز است اما خدمات شبکهٔ اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعهٔ مجازی برخط و ارتباط‌های رایانهٔ واسط متمرکز است (معمار و دیگران، ۱۳۹۱)؛ بر این اساس، شبکه‌های اجتماعی به مجموعه‌ای از افراد که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی‌ها، فعالیت‌ها و افکار خود را به اشتراک بگذارند، اطلاق می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (مجازی)، 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 در این افکار و فعالیت‌ها با آنان سهیم شوند. یک شبکهٔ اجتماعی، مجموعه‌ای از خدمات مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیف‌های عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد نمایند یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آنها به اشتراک بگذارند و از میان توصیف‌های عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصال‌های جدید استفاده کنند (بوید و ایسون به نقل از معمار و دیگران، ۱۳۹۱). در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مفهوم کاربر، جانشین مفهوم سنتی مخاطب می‌شود؛ چرا که در این شبکه‌ها روابط از نوع تعاملی است. به این ترتیب، کاربر فقط مصرف‌کنندهٔ محتوا نیست، بلکه خود در فرایندی جمعی و غیرمتمرکز به تولید محتوا می‌پردازد. کاربران می‌توانند با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، وبلاگ‌ها، میکرو وبلاگ‌ها، پادکست‌ها و سایر گونه‌های رسانهٔ اجتماعی، محتوای تولیدی خود را منتشر کنند و رسانه‌های شخصی داشته باشند (جعفرپور، ۱۳۹۰). با توجه به آنچه اشاره شد، می‌توان تفاوت میان شبکه‌های اجتماعی مجازی و رسانه‌های سنتی را در پنج متغیر ذیل تقسیم‌بندی کرد:

۱. دسترسی: رسانه‌های اجتماعی به‌طور ذاتی تمرکززدایی شده‌تر و کمتر سلسله‌مراتبی هستند و با نقاط متعدد تولید و مصرف، مشخص می‌شوند؛ ۲. قابلیت دسترسی: رسانه‌های اجتماعی مجازی به‌طور رایگان یا با هزینه ناچیز در دسترس عموم مردم هستند؛ ۳. سهولت استفاده: اغلب تولیدهای رسانه‌های اجتماعی، به مهارت‌ها و آموزش اختصاصی نیاز ندارد و هرکسی با دسترسی به اینترنت می‌تواند زمینه تولید رسانه‌های اجتماعی را به‌کار ببرد؛ ۴. سرعت: در رسانه‌های اجتماعی، امکان پاسخ‌های تا حدودی فوری وجود دارد و تنها مشارکت‌کنندگان، تعیین‌کننده هر تأخیری در پاسخ هستند؛ ۵. استمرار: تولیدهای رسانه‌های اجتماعی را می‌توان تا حدودی فوری با گذاشتن اظهارنظر یا ویراستاری تغییر داد (جعفرپور، ۱۳۹۰).

با توجه به موارد پنج‌گانه، چنین نتیجه می‌شود که از جمله ویژگی‌های مهم شبکه‌های اجتماعی مجازی، قدرتی است که کاربران آنها در سراسر دنیا در تولید، انتخاب، تنظیم و انتشار اطلاعات و محتوای رسانه‌ای دارند. این ویژگی نه تنها، مفهوم و ماهیت مخاطب را در عرصه ارتباط‌های جمعی به‌کلی تغییر داده، بلکه موجب شده است که امر نظارت و مدیریت محتوا با مشکل مواجه شده و فرایند هدایت افکار عمومی را تا حد زیادی از دست مدیران پشت پرده در جامعه و رسانه‌های عمومی خارج کند (جعفرپور، ۱۳۹۰).

شبکه‌های اجتماعی در ایران: برای نخستین بار نام ایرانی‌ها در رتبه‌بندی فناوری‌های اینترنتی با نام وبلاگ عجین شد. آنان توانستند در سال ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴، رتبه چهارم وبلاگ‌های جهان را به‌دست آورند (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۸). نتیجه یک نظرسنجی در ۲۴ کشور جهان در سال ۲۰۱۰ نشان می‌دهد، در سراسر جهان به‌طور متوسط از هر ۱۰ کاربر اینترنت، شش نفر از شبکه‌های اجتماعی بازدید می‌کنند؛ بنابراین، استقبال کاربران

-
1. Reach
 2. Accessibility
 3. Usability
 4. Immediacy
 5. Permanence

ایرانی از این سایت‌ها، بسیار قابل توجه و تأمل است. بر اساس آمار الکسا^۱، فیس‌بوک یکی از ۱۰ سایت برتر مورد استفاده ایرانیان در فضای وب است. بی‌تردید این میزان اقبال به شبکه‌های اجتماعی مجازی و علاقه به تداوم تعامل‌های شبکه‌ای با وجود ممنوعیت قانونی دسترسی کاربران به برخی از این شبکه‌ها، قابل تأمل و بررسی است (شهابی و بیات، ۱۳۹۱). برای نمونه، علل گرایش جوانان ایرانی به فیس‌بوک، عواملی همچون آزادی در ارتباط، تسهیم اطلاعات، نظارت اطلاعات، جریان آزاد ارتباطات، دانسته و مهم‌ترین معیارهای ارتباطی کاربران ایرانی، مشابهت سنی، تحصیلات، مشابهت فرهنگی، عقاید مذهبی مشترک، عقاید سیاسی مشترک و سطح اقتصادی مشابه بیان شده است (کیا و نوری مرادآبادی، ۱۳۹۱).

گسترده‌گی بهره‌مندی از این شبکه‌ها در کشورمان، حساسیت و توجه بیش از پیش مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی و اجتماعی را می‌طلبد. این گستره روبه فزونی به‌گونه‌ای است که سبک جدیدی از زندگی را در میان اقشار گوناگون، به‌ویژه جوانان، پدید آورده است که گاهی با هنجارهای فرهنگی و اصیل جامعه فاصله دارد (زارعی و خدادادشهری، ۱۳۹۳). به دلیل استقبال بی‌نظیر و گسترده کاربران از این شبکه‌ها و بازدید دائمی هر یک از آنان از صفحه‌های خود در شبکه‌ها، اجتماع آنان توانسته است نقش بسیار مؤثر و گسترده‌ای را در ایجاد اجتماعات، تحول‌ها و بحران‌ها با اغراض صحیح یا ناصحیح ایجاد کند؛ همچنان که اطلاع‌رسانی خوب و مناسب از همین روش نیز توانسته است در جلوگیری از بروز بحران‌ها و حوادث مؤثر بیفتد. سرعت زیاد در تبادل اطلاعات و اخبار و وابستگی نداشتن به آداب و قواعد دست‌وپاگیر اطلاع‌رسانی و اخبار، از جمله ویژگی‌های مهم در این چرخه بوده است (اکبری، ۱۳۸۹).

پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی: بهره‌مندی از خدمات شبکه‌های اجتماعی مجازی، روزبه‌روز محبوبیت بیشتری می‌یابد و در میان کاربران گوناگون، جوانان و نوجوانان طیف وسیعی از آنها هستند. از آنجا که هویتی که افراد برای خود در این

شبکه‌ها تعریف می‌کنند، نمی‌تواند واقعی باشد و هیچ مرجعی نیز وجود ندارد که بتواند هویت صحیح آنها را تأیید کند، این شبکه‌ها به یکی از محیط‌های خوب برای سودجویان تبدیل شده است. همچنین مواردی مانند شکل‌گیری و گسترش شایعه‌ها و اخبار کذب، تبلیغ‌های ضد دینی و القای شبهات، نقض حریم خصوصی افراد، انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع و تأثیرهای منفی رفتاری را می‌توان از پیامدهای منفی این شبکه‌ها دانست (سلیمانی پور، ۱۳۸۹).

بسیاری از شبکه‌های اجتماعی، به‌طور غیرمستقیم به نهادهای دولتی و دستگاه‌های جاسوسی وابسته یا ناخواسته کارکرد جاسوسی پیدا کرده‌اند و گاهی اطلاعات کاربران‌شان به وسیله سازمان‌های امنیتی، مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرد (فهیم، ۱۳۹۲). در سال‌های اخیر جنگ نرم بر ضد ایران با بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های مبتنی بر وب ۲، جنبه‌های جدید و عمیقی یافته است. به اذعان مقام‌های رسمی کشور، سایت‌هایی مانند فیس‌بوک، یوتیوب و توییتر در برقراری ارتباط‌های اغتشاشگران رخدادهای پس از انتخابات ریاست جمهوری دهم در ایران، نقش اثرگذاری داشته‌اند (ضیایی پرور، ۱۳۸۸)؛ بنابراین، بخشی از پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی، ناشی از ماهیت ذاتی و نظارت‌ناپذیر بودن این شبکه‌هاست و برخی دیگر به سوءاستفاده محافل رسمی و غیررسمی حاضر در این شبکه‌ها مربوط می‌شود. هر یک از این جنبه‌ها به دقت نظر و بررسی دقیق و علمی نیاز دارد و نیازمند اطلاع‌رسانی به افراد، به‌ویژه جوانان و نوجوانانی است که در این زمینه تجربه کافی ندارند و در معرض انواع آسیب‌های فردی و اجتماعی قرار دارند (زارعی و خدادادشهری، ۱۳۹۳).

شبکه‌های اجتماعی در تلفن همراه: یکی از دستاوردها در فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بستر تلفن همراه (موبایل) است که با سرعت در حال جایگزینی با شبکه‌های اجتماعی سنتی است (مهانیان و مجردی، ۱۳۹۳). در سال‌های اخیر، با ارائه نسل‌های جدید تلفن‌ها و تبلت‌های هوشمند به بازار، شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای اجتماعی وارد تلفن‌های همراه شدند و توانستند کاربران زیادی را جذب

کنند. علاوه بر این، ارائه نسل‌های سه و چهار شبکه تلفن همراه، زیرساخت ارتباطی موردنیاز برای توسعه رسانه‌ها و نرم‌افزارهای اجتماعی را در تلفن همراه فراهم کرد. نسل جدید شبکه تلفن همراه با رویکرد چندرسانه‌ای است. تری‌جی برخلاف جی‌اس‌ام که نسلی برای انتقال صدا و اطلاعات بود، سرعت بالا برای انتقال چندرسانه‌ای را فراهم می‌سازد. در نسل سوم همه‌چیز در قالب اطلاعات دیجیتال منتقل می‌شود. با سرعت بالایی که در تلفن‌های نسل سوم پیش‌بینی شده است، امکاناتی از قبیل تلفن‌های تصویری بی‌سیم، با کیفیت مناسب مقذور خواهد بود.

نسل چهارم، یک راه‌حل جامع بر مبنای IP برای انتقال صدا، تصویر و داده استفاده می‌کند و بر پایه اصل هرجا و هرزمان، داده‌ها را با سرعتی بسیار بالاتر از نسل‌های قبل در اختیار کاربر قرار می‌دهد. در نسل چهارم، برای ارتباط در حال حرکت، مانند استفاده در قطار یا خودرو، حداکثر سرعت ۱۰۰ مگابیت در ثانیه و برای ارتباط‌های تا حدودی ثابت و بدون جابه‌جایی، مانند کاربران پیاده‌رو یا ساکن، یک گیگابیت در ثانیه است؛ بنابراین، عوامل گوناگونی مانند پیشرفت و توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی، نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های متنوع و گسترش زیرساخت‌های ارتباطی، به شکل روزافزونی موجب توسعه رسانه‌های اجتماعی در تلفن‌های همراه می‌شود. در سال‌های اخیر، نرم‌افزارهای اجتماعی مختلفی برای سکوی رایانش (پلت‌فرم) تلفن‌های هوشمند توسط شرکت‌ها عرضه شد. همچنین شبکه‌های اجتماعی اینترنتی مانند فیس‌بوک، نسخه تلفن‌همراه خود را به کاربران عرضه کرده‌اند. شبکه‌های اجتماعی برخط، نسل جدیدی از وب‌سایت‌ها یا اپلیکیشن‌های تلفن همراه هستند که در آنها کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و اجتماع‌های برخط را تشکیل می‌دهند (ابراهیمی، ۱۳۹۳).

شبکه اجتماعی تلفن همراه مکانی است که افراد با علائق مشترک به وسیله تلفن‌های همراه یا تبلت‌شان با دیگران ارتباط دارند؛ مانند شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، شبکه‌های اجتماعی تلفن‌همراه در اجتماع‌های مجازی قرار دارند. گرایش جدید

وبسایت‌های شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، ایجاد اپلیکیشن‌های تلفن همراه برای دسترسی فوری و آنی کاربرانشان از طریق گوشی‌هایشان است. هر روزه بیشتر و بیشتر مرز میان وب و تلفن همراه محو می‌شود. همان‌طور که اپلیکیشن‌های تلفن‌های همراه از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی موجود برای ایجاد اجتماع‌های بومی استفاده می‌کنند، شبکه‌های اجتماعی نیز از خصوصیت‌ها و قابلیت‌های تلفن‌های همراه و در دسترس بودن آنها بهره می‌گیرند. همان‌طور که وب تلفن همراه از فناوری‌های اختصاصی تلفن همراه و شبکه‌ها به دسترسی کامل به اینترنت تکامل یافته است. تمایز به انواع زیر تغییر یافته است:

۱. شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب برای دسترسی به تلفن همراه از طریق مرورگرهای تلفن همراه و نرم‌افزارهای کاربردی تلفن‌های هوشمند گسترش یافته است؛ ۲. شبکه‌های اجتماعی محلی تلفن همراه با تمرکز بر استفاده از تلفن همراه مانند اجتماع‌های تلفن همراه، خدمات مبتنی بر مکان و واقعیت افزوده، نیازمند ابزارها و فناوری‌های تلفن همراه هستند. خدمات مبتنی بر مکان، طبقه‌ای کلی از خدمات سطح برنامه هستند که از اطلاعات مکان برای نظارت و ویژگی‌ها استفاده می‌کنند. به این ترتیب، خدمات مبتنی بر مکان، یک خدمت اطلاعاتی است و استفاده‌های زیادی در شبکه‌های اجتماعی امروزی به عنوان خدمات سرگرمی دارند که با تلفن‌های همراه و از طریق شبکه‌های تلفن همراه قابل دسترسی‌اند و از اطلاعات موقعیت جغرافیایی تلفن‌های همراه استفاده می‌کنند. خدمات مبتنی بر مکان، در زمینه‌های متعددی استفاده می‌شوند؛ مانند سلامت، جستجوی اشیای داخلی، سرگرمی، کار و زندگی شخصی و... (ابراهیمی، ۱۳۹۴).

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه: سایت‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه به کاربران امکان ساخت پروفایل، ارسال و دریافت پیام به وسیله تلفن یا رایانه و بازدید از نسخه «موبایل سایت» را می‌دهد. الگوهای مختلفی وجود دارد که توسط سایت‌های شبکه‌های مختلف اقتباس شده‌اند. بسیاری از این سایت‌ها، تمام ویژگی‌ها را در یک ویژگی منحصر به فرد دارند یا ویژگی خاصی که دیگر سایت‌ها آن را ندارند، اما

عملکرد اصلی سایت به‌طور دقیق شبیه دیگر خدمات است. تمام این سایت‌ها را بر اساس الگوهای تجاری زیر می‌توان دسته‌بندی کرد:

۱. خدمات دوست‌یابی: این سایت‌ها مشابه هم‌تایان برخط خود هستند. کاربران، یک پروفایل ایجاد می‌کنند و با پروفایل‌های دیگر به‌صورت برخط ربط داده می‌شوند؛

۲. سایت‌های شبکه‌سازی: این سایت‌ها از شبکه‌سازی استفاده می‌کنند. بسیاری از این سایت‌ها از وب‌گاه تلفن همراه سایت‌های شبکه اجتماعی موفق مانند فیس‌بوک استفاده می‌کنند. آنها تعداد زیادی از عملکردها شامل پست‌های چندرسانه‌ای، اشتراک‌گذاری پیام‌های فوری و... را عرضه می‌کنند. بسیاری از این سایت‌ها، تماس‌های بین‌المللی ارزان و امکانات پیام کوتاه را عرضه می‌کنند؛

۳. اطلاع مکان: این نوع برچسب‌زنی مکان برای ارائه اطلاعات محیطی درباره کاربر و محتواست. این شبکه‌ها به کاربران اجازه می‌دهد مکان‌های خاصی را با اطلاعات برچسب‌زنی کنند. این نرم‌افزارها شبیه رادار هستند. آنها از مزایای علاقه روبه‌رشد مردم به خدمات مبتنی بر مکان با نگره داشتن رد تمام تماس‌ها بهره می‌گیرند. این مسئله به شخص این امکان را می‌دهد بداند چه کسانی نزدیک او هستند؛

۴. اشتراک رسانه‌ای: این نوع را می‌توان نوع پیشرفته مقوله ارسال متن گروهی دانست. به جای پیام‌های متنی، فایل‌های صوتی و تصویری میان گروه انتقال داده می‌شود؛

۵. بازی اجتماعی: این نوع بر اساس ارتباط مردم به‌وسیله بازی‌های چندکاربره و یا بازی‌های تک‌کاربره رقابتی است (ابراهیمی، ۱۳۹۴).

کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه: شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه، همچون شبکه‌های اجتماعی در جهان عینی و واقعی، هدف‌ها، کارکردها و نقش‌هایی دارند. در ذیل برخی از کارکردهای آنها اشاره می‌شود.

کارکرد آموزشی: شبکه‌های اجتماعی، طیف وسیعی از کودکان، نوجوانان، دانش‌آموزان، دانشجویان و حتی استادان دانشگاه را در بر می‌گیرند؛ از این‌رو، مشاهده صفحه استادان دانشگاه یا کارشناسان و متخصصان فنون و حوزه‌های مختلف، فواید

بسیاری برای طالبان علم خواهد داشت. افزون بر آن بسیاری از بانک‌های اطلاعاتی و پایگاه‌های علمی در شبکه‌های اجتماعی مشهور، صفحه‌هایی به خود اختصاص داده‌اند که با مراجعه به آن، می‌توان از تازه‌های علم در آن پایگاه‌ها آگاه شد. همچنین از دیگر جنبه‌های آموزشی این پایگاه‌ها می‌توان به فراگیری زبان با عضویت در چنین شبکه‌هایی اشاره کرد. کاربران با کاربرد زبان اصلی در این پایگاه‌ها و نگاشتن مطالبی به زبان اصلی، سرعت بیشتری در فراگیری زبان پیموده‌اند.

کارکرد تجاری: شبکه‌های اجتماعی از پر ازدحام‌ترین پایگاه‌ها در وب به‌شمار می‌روند و بدیهی است که مکان مناسبی برای تبلیغ، یا عرضه کالا و خدمات خواهد بود. گذشته از آن، ساختار تعاملی و ارتباطی پایگاه‌های شبکه اجتماعی، فضای مناسبی برای ارتباط مجازی بین شرکت‌های تجاری به‌وجود می‌آورد؛ به‌گونه‌ای که نخستین شبکه‌های اجتماعی چنین کارکردهایی داشتند. کاربران، تجار و شرکت‌های کوچک و بزرگ می‌توانند از حضور بی‌شمار کاربران در این پایگاه‌ها بهره‌برند؛ و پایگاه‌های دل‌خواه خود را به اشتراک بگذارند؛ کاربران دیگر شبکه‌های اجتماعی را به پایگاه‌های خود پیوند دهند؛ درباره کالا یا خدمات شرکت خود نظرسنجی کنند؛ با نگاشتن مقاله یا مطالبی، محصول‌های خود را معرفی کنند و یا محصول‌های خود را در معرض فروش مستقیم کاربران قرار دهند.

کارکرد سیاسی: به سبب ویژگی پرازدحام بودن شبکه‌های اجتماعی، احزاب و گروه‌های سیاسی، می‌توانند استفاده بسیار زیادی از این بستر داشته باشند. این ویژگی سبب شده بسیاری از احزاب در دوران انتخابات، در شبکه‌های اجتماعی، صفحه‌هایی برای خود ایجاد کنند و در آن به معرفی کاندیداهای خود بپردازند. همچنین این فضا، برای تخریب بعضی چهره‌ها و نامزدهای انتخاباتی رقیب، نیز بسیار به‌کار گرفته می‌شود. افزون بر آن بسیاری از کشورهای قدرتمند از طریق شبکه‌های اجتماعی به ایجاد تفرقه و هرج‌ومرج در کشورهای غیر هم‌پیمان با خود می‌پردازند و فضای آن کشورها را به نفع خود ملتهب می‌کنند.

کارکرد فرهنگی: این قابلیت که یک جوان بتواند با همسن و سال‌های خود در کشورهای دیگر جهان ارتباط برقرار کند، باعث می‌شود تا این شبکه‌ها به مکانی تبدیل شوند که در آنها بتوان فرهنگ، آداب و رسوم، ارزش‌ها، باورها و اعتقادهای خود و کشور و آیین خود را به دیگر کشورها معرفی کرد و به اشتراک گذارد. همچنین می‌توان به طرح ایده‌های جدید برای گسترش جامعه پرداخت و درباره آن بحث کرد.

کارکرد اطلاع‌رسانی: رسانه‌های اجتماعی، گروهی از انواع جدید رسانه‌های برخط هستند که همه یا تعدادی از ویژگی‌های زیر را دارند: الف) امکان مشارکت کردن: رسانه‌های اجتماعی، مرز و خط‌کشی بین رسانه و مخاطب را از بین برده‌اند؛ ب) باز بودن: اغلب رسانه‌های اجتماعی برای مشارکت اعضا و دریافت بازخوردها، باز هستند. آنها کاربران را به رأی دادن، اظهارنظر و به اشتراک‌گذاری اطلاعات تشویق می‌کنند. به‌ندرت مانعی برای تولید و دسترسی به محتوا در این رسانه‌ها وجود دارد؛ ج) ارتباط دوسویه: رسانه‌های سنتی عمل انتشار را انجام می‌دادند و محتوا را برای مخاطب ارسال می‌کردند، ولی در رسانه‌های اجتماعی اینترنتی، فضایی برای گفتگو و محاوره دو طرف وجود دارد و جریان ارتباطی از حالت یک‌سویه به دوسویه تغییر پیدا کرده است (پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه، ۱۳۸۹).

بحران‌های اجتماعی: بحران: یک لحظه تعیین کننده، نقطه برگشتی برای بهتر یا بدتر شدن وضعیت و یا مقطع حیاتی، تعاریفی کوتاه اما پرمعنایی درباره بحران است. به‌طورکلی، باید پذیرفت که ارائه یک تعریف مشخص از بحران، کار بسیار دشواری است و تعاریف ارائه شده نیز همگی نسبی هستند؛ چرا که ممکن است موضوعی برای یک فرد، سازمان یا جامعه بحران باشد اما در جامعه‌ای دیگر، بحران محسوب نشود، اما این نکته که در شرایط بحرانی باید اقدام‌های عاجل و جدی انجام شود تا شرایط بحرانی‌تر نشود مورد پذیرش همه جوامع است؛ زیرا شرایط بحرانی از شرایط عادی متمایز است (معمارزاده و سرافرازی، ۱۳۸۹). ویژگی مهمی که انواع بحران‌ها را از یکدیگر تفکیک نموده و در عین حال فرایند امنیتی شدن آنها را نیز تحت تأثیر قرار

می‌دهد مربوط به عامل «آغازگر بحران» است. عامل آغازگر به معنای اقدام، رویداد یا تغییر وضعیتی است که شرایط پایه بحران را فعال می‌کند و موجب تحریک مقابله با مثل می‌شود و نقطه آغاز یا جرقه یک بحران میزان آشوب در مراحل گوناگون بحران را تعیین می‌کند و احتمال بروز رفتارهای خشونت‌آمیز و امنیتی شدن بحران از جانب طرف‌های درگیر را تعیین می‌نماید. جرقه‌های بحران‌زا از لحاظ سازوکار شکل‌گیری و ماهیت یکسان نیستند و در حوزه‌های گوناگون اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و ... به روش‌های مختلف عمل می‌کنند. هرگاه این جرقه‌ها به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم تهدیدهای وجودی را متوجه نظام سیاسی و امنیتی نماید، امکان امنیتی شدن بحران به‌شدت افزایش می‌یابد. به‌طور مثال بحران‌هایی که با اقدام‌های خشونت‌آمیز تظاهرات مسلحانه، ترور و غیره به‌وجود می‌آیند از قابلیت امنیتی شدن بالایی برخوردارند (امیری، ۱۳۹۱).

ویژگی‌های بحران: بحران به‌طورعموم غیرقابل پیش‌بینی است (نمی‌توان پیش‌بینی کرد که در چه زمان و مکانی اتفاق می‌افتد)؛ بحران‌ها آثار مخربی دارند و مردمی که تا قبل از بحران نیازمند کمک نبودند به محض وقوع بحران نیازمند کمک می‌شوند؛ ماهیت و آثاری طولانی و استهلاکی دارند؛ در وضعیت بحرانی به‌طورمعمول تصمیم‌گیری در شرایط وخیم و در زمان محدود و اطلاعات مورد نیاز تصمیم‌گیرندگان ناقص است؛ زمان موجود برای پاسخ‌دهی پیش از انتقال تصمیم را محدود کرده و اعضای واحد تصمیم‌گیری را به تعجب و حیرت وا می‌دارد؛ محدودیت و فشردگی زمان، غافل‌گیری، استرس و مخدوش شدن اطلاعات (Wilson) به نقل از معمارزاده و سرافرازی، ۱۳۸۹).

تقسیم‌بندی بحران‌ها: نخستین تقسیم‌بندی بحران را می‌توان در ابعاد فردی، گروهی، سازمانی و اجتماعی دانست.

بحران اجتماعی: یک بحران اجتماعی، زمانی واقع می‌شود که اختلال‌هایی در جامعه پدید آمده باشد که تعادل عمومی، عملکرد بهنجار و معمول حیات اجتماعی را به

مخاطره افکند. یک بحران عمومی اجتماعی نشان از آن دارد که جامعه، فاقد توانایی سامان‌یابی و حفظ نظم اجتماعی است و استعداد درونی خود را برای مسائل مربوط به توسعه جامعه از دست داده است. بحران‌های اجتماعی خود به بحران‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، بهداشتی، طبیعی (عوامل طبیعی) و ترکیب‌هایی از آنها تقسیم می‌شوند. به‌طور معمول تصور می‌شود که بحران‌های اجتماعی تنها باید مدیریت بحران شوند ولی واقعیت این است که بحران اجتماعی قبل از هر چیز باید مدیریت دانایی شود. اعداد و ارقامی مانند نرخ رشد جمعیت، ترکیب سنی جمعیت، نرخ بیکاری، منحنی دوران رشد کارخانه‌ها، نرخ رشد درصد ترک تحصیل در مقاطع مختلف، ظرفیت پذیرش آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، برخی از بیماری‌ها، اعتیاد، نرخ خودکشی در مقاطع سنی و موقعیت اجتماعی و جنسیت و بسیاری از نتایج آماری بسیار ساده از یک سو بیانگر تشکیل شرایط خاص را نشان می‌دهند و از سوی دیگر ضرورت اجتناب‌ناپذیر مدیریت دانایی در خدمات عمومی و مدیریت دولتی را نشان می‌دهند (معمارزاده و سرافرازی، ۱۳۸۹).

بحران‌های اجتماعی می‌توانند در زمینه‌های بسیار متفاوت اقتصادی، فرهنگی، طبیعی، سیاسی و غیره بروز کنند. هر یک از این بحران‌ها الگوی خاصی در فرایند امنیتی شدن دارند که از دیگری متمایز می‌شوند. به‌طور مثال، فرایند امنیتی شدن یک بحران اجتماعی ناشی از مشکل‌های اقتصادی از حیث سرعت و مراحل، با آنچه در یک بحران طبیعی نظیر زلزله رخ می‌دهد به‌طور کامل متفاوت است. در مثال دیگر می‌توان گفت، برخی از بحران‌های سیاسی نظیر بحران قومی، بحران هویت و بحران مشروعیت به دلیل داشتن ماهیتی سیال‌گونه، رابطه هم‌جواری و سابقه تاریخی، به‌سرعت از سوی بازیگران مختلف برچسب امنیتی خورده و تغییر ماهیت می‌دهند. در حقیقت نوع بحران می‌تواند سرعت و مسیر امنیتی شدن آنها را رقم‌زده و فضا را برای تهدید علیه ارزش‌های پایه فراهم نمایند (امیری، ۱۳۹۱).

بحران سیاسی: بحران سیاسی، بحران مشروعیت نظام حاکم است. در این زمان است که نخبگان سیاسی یک جامعه استعداد و قابلیت تولید و بازتولید ارتباط‌ها و

مناسبت‌های مبتنی بر اعتماد و مقبولیت خود را از دست می‌دهند و شبکه سیاسی دچار ناکارآمدی می‌شود.

بحران فرهنگی: این نوع بحران صورت‌های گوناگونی دارد؛ گاه در تضاد میان خرده‌فرهنگ‌ها و فرهنگ مسلط ایجاد می‌شود و گاه نشان از نوعی خودبیگانگی فرهنگی دارند. زمانی نیز در بازگشت به خودفرهنگی، حادث می‌شوند. انسداد و گره‌خوردگی نیز می‌تواند بحران‌زا باشد.

بحران نظامی: این نوع بحران، به‌طور معمول در شکل کودتا یعنی ضبط سریع و قطعی قدرت دولتی به وسیله یک قدرت سیاسی یا یک گروه نظامی از داخل نظام موجود بروز می‌کند. در یک تقسیم‌بندی آزاد، می‌توان بحران‌ها را به اعتبار شدت آنان به بحران‌های شدید و بحران‌های ضعیف تقسیم‌بندی کرد. لوسین پای^۱ نیز با رویکردی ناظر بر توسعه در جوامع در حال گذار، به بحران‌هایی همچون: بحران هویت، بحران مشروعیت، بحران مشارکت، بحران نفوذ، بحران توزیع و بحران همگرایی اشاره می‌کند (ضمیری و نصیری، ۱۳۸۹).

پیشینه تحقیق: معمار، عدلی پور و خاکسار (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)» به این نتیجه رسیده‌اند 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 تغییرهای اساسی در نهادهای هویت‌ساز شده‌اند و عوامل معنا‌ساز هویتی را دستخوش تغییر نموده‌اند.

1. Lucien peace.

زیبا صفت (۱۳۹۲) مقاله‌ای با عنوان «نقش و تأثیر شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، واتس‌آپ بر فرهنگ مردم بوشهر» انجام داده است که یافته‌ها و نتایج آن نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در کنار دستاوردها و کاربردهای انکارناپذیر و مثبتی که در همهٔ زمینه‌ها دارد، نتایج نامطلوبی از جمله سلطهٔ فرهنگی، انحراف‌های جنسی و غیره به همراه دارد که بایستی مورد توجه والدین، مسئولان تعلیم و تربیت و برنامه‌ریزان فرهنگی استان بوشهر قرار بگیرد.

ابراهیمی فر و یعقوبی فر (۱۳۹۳) مقاله‌ای با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی؛ مطالعهٔ موردی: بررسی موردی انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸» انجام داده‌اند. این مقاله بر این نکته تأکید دارد که نقش شبکه‌های اجتماعی را نمی‌توان در شکل‌دهی به افکار عمومی و در نتیجه تحول‌های سیاسی جهان نادیده گرفت. با توجه به این واقعیت که شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر موجب تحول‌های اساسی سیاسی و اجتماعی در گوشه و کنار جهان شده‌اند، در ایران نیز، استفاده از فضای مجازی به‌طور عام و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی به‌طور چشم‌گیری توسط مردم، احزاب و گروه‌های مختلف قبل و بعد از انتخابات برگزار شده طی سال‌های گذشته افزایش یافته است و به نظر می‌رسد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی تبدیل به معیار جدیدی برای تأثیرگذاری بر انتخابات در ایران و نیز فضای سیاسی کشور شده باشد. عبدالرحمانی و حاجی احمدی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تبیین تأثیر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر احساس امنیت دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی» به این نتیجه دست یافته‌اند که جامعهٔ تحقیق، شبکه‌های تلفن همراه را از طریق مؤلفه‌های تقویت هم‌بستگی اجتماعی، هویت‌های فردی- اجتماعی، ایجاد رضایت‌مندی ناشی از برقراری ارتباط و اطلاع‌رسانی، در افزایش احساس امنیت مؤثر می‌دانند.

ژو و همکاران^۱ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی؛ ارزش‌های فردی و اعتبار» به این نتیجه دست یافتند که شبکه‌های اجتماعی ممکن است دسترسی به دیگران با افکار و دیدگاه‌های مختلف را امکان‌پذیر کند و حتی دیگرانی که شبیه به

هم هستند را به هم پیوند دهد؛ اما این شبکه می‌تواند تهدیدی برای ارزش‌های فردی افراد نیز محسوب شود.

سانتوس و همکاران^۱ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «القای فرهنگی شبکه‌های اجتماعی در جامعه» به تحلیل نمادهای فرهنگی در جامعه با استفاده از الگوسازی پرداخته‌اند. نتایج این بررسی نشان داده که فرهنگ به عنوان مقوله‌ای برتر به شدت تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی است و این مسئله در بیشتر نظریه‌های اجتماعی پیداست.

الگوی مفهومی: بر اساس مبانی نظری مطرح شده، الگوی مفهومی و فرضیه تحقیق به صورتی که در زیر آمده، شکل گرفته است.



نمودار ۱ - الگوی مفهومی (برگرفته از: سانتوس و همکاران (۲۰۱۴))

فرضیه تحقیق: بین اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه و ایجاد بحران‌های اجتماعی، رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی: تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی است. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات، با مطالعه کتاب‌ها، مقاله‌ها، تحقیقات دیگر پژوهشگران و جستجو در اینترنت، به ادبیات نظری پرداخته شده و با استفاده از پرسش‌نامه به صورت میدانی، داده‌های مورد نیاز از نمونه‌های آماری جمع‌آوری و مورد سنجش قرار گرفته است. جامعه آماری در این تحقیق، مدیران و کارشناسان مرکز رصد فضای مجازی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، وزارت اطلاعات، مرکز رصد فضای مجازی پاوناجا، مدیران و کارشناسان معاونت امنیت پاوناجا و پلیس فتای ناجا هستند که تعداد این جامعه آماری ۱۰۶ نفر بوده و نمونه مورد نظر را تشکیل می‌دهند. تعیین روایی پرسش‌نامه در این تحقیق به روش اعتبار صوری و استفاده از نظر استادان و متخصصان انجام شده است و پایایی پرسش‌نامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ و به وسیله ابزار SPSS محاسبه و مقدار آن تعیین گردیده است. ضریب آلفای محاسبه شده ۸۷/۷۳ درصد است؛ بنابراین، می‌توان گفت که پرسش‌نامه فوق از اعتبار کافی برخوردار است، بدین معنی که پاسخ‌های داده‌شده ناشی از شانس و تصادف نبوده، بلکه به خاطر اثر متغیری است که مورد آزمون قرار گرفته است.

یافته‌های تحقیق

الف) یافته‌های توصیفی

جدول ۱. درصد فراوانی متغیرهای مستقل (اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه)

اطلاع‌رسانی	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
سرعت در انتقال اطلاعات (صوتی و تصویری) توسط اغتشاشگران	۰.۹	۰.۹	۶.۶	۶.۴۰	۹.۵	۴.۴۰

۴.۲۲	۳.۴۵	۸.۳۶	۲.۱۳	۸.۳	۰.۹	تعیین زمان و مکان تجمع اعتراضی از طریق شبکه‌های اجتماعی
۴.۱۷	۵.۴۱	۸.۳۶	۸.۱۹	۰.۹	۰.۹	فراهم نمودن زمینه تعامل اغتشاشگران با همدیگر
۴.۰۶	۰.۳۳	۳.۴۴	۹.۱۷	۸.۴	۰	انجام تبلیغات سوء به منظور زمینه‌سازی برای شروع ناآرامی‌ها
۴.۰۵	۲.۳۰	۲.۴۷	۸.۱۹	۸.۲	۰	معرفی کانال‌های ارتباطی جدید برای انتشار اخبار
۳.۸۷	۸.۲۰	۲.۴۷	۲.۳۰	۹.۱	۰	اشاعه اطلاعات بحران در فرایندهای اطلاع‌رسانی
۳.۸۲	۵.۲۵	۵.۴۲	۶.۲۲	۵.۷	۹.۱	ارائه روش‌های اعتراضی جدید در قالب خبررسانی
۳.۷۴	۸.۱۹	۳.۴۵	۴.۲۶	۷.۵	۸.۲	تعدد و تنوع در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی

نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد مطابق نظر پاسخ‌دهندگان، «سرعت در انتقال اطلاعات (صوتی و تصویری) توسط اغتشاشگران»، «تعیین زمان و مکان تجمع اعتراضی از طریق شبکه‌های اجتماعی» و «فراهم نمودن زمینه تعامل اغتشاشگران با همدیگر» به ترتیب با میانگین ۴.۴۰، ۴.۲۲ و ۴.۱۷ بیشترین نقش را در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی دارند و «تعدد و تنوع در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی» با میانگین ۳.۷۴ کمترین نقش را به خود اختصاص داده است.

جدول ۲. درصد فراوانی گویه‌های متغیر وابسته (بحران اجتماعی)

میانگین	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	خیلی کم	بحران اجتماعی
۴.۲۰	۷.۳۷	۲.۴۷	۲.۱۳	۰.۹	۰.۹	به خطر انداختن ارزش‌ها و هدف‌های نظام
۴.۱۶	۲.۲۹	۴.۶۰	۵.۷	۸.۲	۰	ضعف نپرداختن به تعهدهای اجتماعی از سوی نهادها و مدیران
۴.۰۶	۵.۲۴	۶.۵۶	۹.۱۸	۰	۰	ضعف تصمیم‌گیری مناسب در مقابله با حوادث بحران‌ساز
۴.۰۴	۳.۲۸	۸.۵۲	۱.۱۵	۱.۹	۱.۹	ضعف قابلیت پیشگیری از ایجاد بحران‌های اجتماعی
۴.۰۱	۲.۳۰	۱.۴۸	۲.۱۴	۵.۷	۰	ضعف قابلیت پیش‌بینی فرماندهان
۳.۹۷	۵.۲۴	۷.۵۴	۱.۱۵	۷.۴	۰.۹	ضعف شناخت آسیب‌های زمینه‌ساز ایجاد بحران اجتماعی
۳.۹۳	۱.۳۱	۹.۳۴	۱.۳۱	۱.۹	۰.۹	ضعف شناخت بحران‌های اجتماعی

نتایج جدول شماره ۲ نشان می‌دهد مطابق نظر پاسخ‌دهندگان، بیشترین تأثیرپذیری بحران‌های اجتماعی از اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه از طریق «به خطر انداختن ارزش‌ها و هدف‌های نظام»، «ضعف نپرداختن به تعهدهای اجتماعی از سوی نهادها و مدیران» و «ضعف تصمیم‌گیری مناسب در مقابله با حوادث بحران‌ساز» به ترتیب با میانگین ۴.۲۰، ۴.۱۶ و ۴.۰۶ بوده است. کمترین تأثیرپذیری بحران‌های اجتماعی مربوط به گویه «ضعف شناخت بحران‌های اجتماعی» با میانگین ۳.۹۳ است.

(ب) یافته‌های تحلیلی

به منظور تبیین و نیز بررسی نقش «اطلاع‌رسانی» شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه به عنوان متغیر پیش‌بین در «ایجاد بحران‌های اجتماعی» به عنوان متغیر ملاک، داده‌های حاصل از تحقیق وارد معادله رگرسیون شد که نتیجه آن به ترتیب در جدول‌های زیر نشان داده می‌شود.

جدول ۳. شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیون

اشتباه استاندارد بر آورد	ضریب تعدیل شده	مجذور ضریب هم‌بستگی R Square	ضریب هم‌بستگی R
۰.۴۲۳۱	۰.۱۸۳	۰.۱۹۰	۰.۴۳۶(a)

نتیجه نشان می‌دهد که «اطلاع‌رسانی» شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه با «ایجاد بحران‌های اجتماعی» ۴۳.۶ درصد ضریب هم‌بستگی دارد و به میزان ۱۹ درصد از واریانس ایجاد بحران‌های اجتماعی را تبیین می‌کند.

جدول ۴. خلاصه تحلیل رگرسیون

سطح معناداری Sig	میزان F	میانگین مجذورها	درجه آزادی	مجموع مجذورها	شاخص منبع
۰.۰	۲۴.۴۶۴	۴.۳۶۳	۱	۴.۳۶۳	اثر رگرسیون
		۰.۱۷۸	۱۰۴	۱۸.۵۴۸	اثر باقیمانده
		.	۱۰۵	۲۲.۹۱۱	جمع

در اطلاعات جدول مربوط به تحلیل واریانس مشاهده شده $F(۴/۱۰۴) = ۲۴$ و $(df=۱)$ ، تأثیر اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در ایجاد بحران‌های اجتماعی معنادار است $(p < ۰/۰۵)$

جدول ۵. معادله رگرسیون

سطح معناداری	نسبت t	ضریب بتای استاندارد Beta	ضریب بتا		شاخص متغیر
			خطای معیار	B	
۰.۰	۷.۱۰۴		۰.۳۳۷	۲.۳۹۶	مقدار ثابت
۰.۰	۴.۹۴۶	۰.۴۳۶	۰.۰۸۳	۰.۴۱۰	شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه

با توجه به میزان بتای جدول فوق می‌توان نتیجه گرفت بین «اطلاع‌رسانی» شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه با «ایجاد بحران‌های اجتماعی» ارتباط مثبت و معناداری برقرار است، به نحوی که هرچه تبادل اطلاعات در بین شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه افزایش یابد، بحران‌های اجتماعی هم افزایش می‌یابد ($P < 0/05$).

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از دستاوردهای مهم در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بستر تلفن همراه (تلفن همراه) است که با سرعت در حال جایگزینی با شبکه‌های اجتماعی سنتی است و در سال‌های اخیر، با ارائه نسل‌های جدید تلفن‌ها و تبلت‌های هوشمند به بازار، شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای اجتماعی وارد تلفن‌های همراه شدند و توانستند کاربران زیادی را جذب کنند.

اهمیت شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه را نمی‌توان تنها منحصر در استقبال روزافزون کاربران اینترنتی از شبکه‌های اجتماعی و جا گذاشتن رقبای در رتبه‌های جهانی توسط شبکه‌های اجتماعی دانست؛ بلکه باید از زاویه‌های دیگر همچون استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای رساندن پیام و القای تفکرها به کاربران، اطلاع‌رسانی در شرایط بحرانی، تبدیل حوادث عادی به یک بحران، در کنار جذابیت‌ها و همچنین اثرهای شگرفی که این جوامع مجازی بر روی زندگی واقعی جوامع می‌گذارد، جستجو کرد. در دنیای امروز، به‌وجود آمدن بحران‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر هر جامعه تبدیل گشته و در این میان، نقش شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه در بستر تلفن همراه در ایجاد و گسترش بحران‌های اجتماعی پذیرفته شده است.

این پژوهش با هدف تبیین نقش اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد «سرعت در انتقال اطلاعات (صوتی و تصویری) توسط اغتشاشگران»، «تعیین زمان و مکان تجمع اعتراضی از طریق شبکه‌های اجتماعی» و «فراهم نمودن زمینه تعامل اغتشاشگران با همدیگر» بیشترین نقش را در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی دارند و بیشترین تأثیرپذیری بحران‌های اجتماعی از اطلاع‌رسانی

شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه از طریق «به خطر انداختن ارزش‌ها و هدف‌های نظام»، «ضعف نپرداختن به تعهدهای اجتماعی از سوی نهادها و مدیران» و «ضعف تصمیم‌گیری مناسب در مقابله با حوادث بحران‌ساز» است که با یافته‌های ابراهیمی فر و یعقوبی فر (۱۳۹۳) و زیبا صفت (۱۳۹۲) همخوانی و هماهنگی دارد.

بررسی نقش «اطلاع‌رسانی» شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه به عنوان متغیر پیش‌بین در «ایجاد بحران‌های اجتماعی» نشان می‌دهد که بین «اطلاع‌رسانی» شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه با «ایجاد بحران‌های اجتماعی» ارتباط مثبت و معناداری برقرار است، به نحوی که هرچه تبادل اطلاعات در بین شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه افزایش یابد، بحران‌های اجتماعی هم افزایش می‌یابد که با یافته‌های معمار، عدلی پور و خاکسار (۱۳۹۱) همخوانی و هماهنگی دارد.

پیشنهادها

۱- ایجاد سامانه‌های خودکار جمع‌آوری اخبار و اطلاعات از نشانگاه‌های شناسایی شده در حوزه فرهنگی و اجتماعی به منظور و نظارت انتقال اطلاعات توسط اغتشاشگران در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه؛

۲- نظارت و اشراف بر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه برای دریافت و بررسی زمان و مکان تعیین شده در تجمع اعتراضی توسط اغتشاشگران؛

۳- طراحی و پیاده‌سازی مهندسی فرهنگی و رسانه‌ای در فضای شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه با هدف برهم زدن زمینه‌های تعاملی بین عوامل دخیل در ایجاد هدایت بحران‌های اجتماعی و تلاش برای متقاعدسازی و هدایت افراد ناآگاه؛

۴- ایجاد مدیریت هماهنگ شده فرهنگی و اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی برای حضور هماهنگ و برنامه‌ریزی شده در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه برای هدایت افکار عمومی و آگاه‌سازی عمومی نسبت به پیامدهای همکاری با عوامل ایجاد بحران‌های اجتماعی؛

۵- اعمال صحیح سیاست‌های فیلترینگ در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه.

منابع

ابراهیمی، سید یاسین (۱۳۹۳)، بررسی اپلیکیشن‌های تلفن همراه، بازیابی شده در تاریخ

<http://borhan.ir/NSite/FullStory/News/?Id=7447> از: ۱۳۹۴/۱۰/۴

ابراهیمی، سید یاسین (۱۳۹۴)، «نفوذ شبکه‌های اجتماعی در تلفن همراه»، ۲۶۶-۲۴۳، مجموعه

مقالات کتاب ماهیت مجازی درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی، حسین امانلو و احسان

شادمانی، تهران: فرآهنگ اندیشه.

ابراهیمی‌فر، طاهره و حامد یعقوبی‌فر (۱۳۹۳)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی»

بررسی موردی؛ انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸. فصلنامه دانش انتظامی پلیس

پایتخت. بهار ۹۶ (پیاپی ۲۰)، صص: ۶۹-۹۴. بازیابی از:

[http://www.osra.jrl.police.ir/content.php?pagename=show-](http://www.osra.jrl.police.ir/content.php?pagename=show-article&request_id=17973&journal_id=44)

[article&request_id=17973&journal_id=44](http://www.osra.jrl.police.ir/content.php?pagename=show-article&request_id=17973&journal_id=44)

اکبری، احمد (۱۳۸۹)، «نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد و مهار بحران‌ها»، فصلنامه ره‌آورد

نور، سال نهم، شماره ۳۱، صص: ۳۹-۳۲.

امیری، عبدالرضا (۱۳۹۱)، «مطالعه فرایند و متغیرهای مؤثر بر امنیتی‌شدن بحران‌های اجتماعی در

ایران»، مطالعات مدیریت انتظامی، سال هفتم، شماره ۲، صص: ۲۱۹-۲۳.

آذرخش، سمیه و سپیده آذرخش (۱۳۹۲)، شبکه‌های اجتماعی در محیط وب ۲، تهران: آتی‌نگر.

پایگاه اطلاعاتی حوزه (۱۳۸۹)، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، بازیابی شده در تاریخ

۱۳۹۴/۱۰/۴، از ص ۶۲-۴۱:

<http://www.hawzah.net/fa/magazine/view/5211/7607/95177>

جعفرپور، محمود (۱۳۹۰)، «مفهوم شناسی و بررسی متغیرهای مؤثر بر پذیرش شبکه‌های

اجتماعی مجازی و نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در آنها»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال

چهاردهم، شماره ۲۵، صص: ۱۴۸-۱۰۹.

خلیلی، محمد (۱۳۹۲)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر جوانان، بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۴/۰۶/۲۵،

از http://www.aftab.ir/articles/view/social/communications/c4_1388295747p1.php.

زارعی، عیسی و نیره خدادادشهری (۱۳۹۳)، «ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه ملی»، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، سال چهارم، شماره ۱۳، صص: ۶۲-۴۱.

زیبا صفت، عنایت‌اله (۱۳۹۲). «نقش و تأثیر شبکه‌های اجتماعی» نظیر فیس‌بوک، واتس‌آپ، ماهواره بر فرهنگ مردم بوشهر، فصلنامه دانش انتظامی بوشهر، زمستان، شماره ۴ (۱۵ پیاپی)، صص: ۶۸-۸۵، بازیابی از:

http://boushehr.jrl.police.ir/content.php?pagename=show-article&request_id=20942&journal_id=43

سلیمانی‌پور، روح‌الله (۱۳۸۹)، «شبکه‌های اجتماعی» فرصت‌ها و تهدیدها، مجله ره‌آورد نور، سال نهم، شماره ۳۱، صص: ۱۹-۱۴.

شهابی، محمود و بیات قدسی (۱۳۹۱)، «اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی» مطالعه‌ای درباره جوانان شهر تهران، مجله مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال سیزدهم، شماره ۵۲، صص: ۸۶-۶۱.

صلواتیان، سیاوش (۱۳۸۹)، رسانه‌ها و مدیریت بحران، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
ضمیری، عبدالحسین و رضا نصیری (۱۳۸۹)، «بحران بین‌المللی»، ابعاد و مؤلفه‌ها، پژوهشنامه مدیریت بحران، شماره ۵۱، صص: ۱۳۸ - ۹۵.

ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۸)، «جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی»، فصلنامه رسانه، سال بیستم، شماره پیاپی ۷۸، صص: ۴۸-۹.

عبدالرحمانی، رضا و بهنام حاجی‌احمدی (۱۳۹۵)، «تبیین تأثیر شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر احساس امنیت دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی»، فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش‌های دانش انتظامی، تابستان، شماره ۱۸ (۷۱ پیاپی)، صص: ۲۷-۴۵.

فهمیم، محمدتقی (۱۳۹۲)، «شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی»، فرصت‌ها و تهدیدها، ماهنامه پیام انقلاب، سال پانزدهم، شماره ۷۱، صص: ۶۲-۶۰.

قیاسی، رضا (۱۳۹۲)، «شبکه‌های اجتماعی مجازی» مقاوم یا مخرب سرمایه‌های اجتماعی، فصلنامه علمی- تخصصی پلیس فتا، سال اول، شماره دوم، صص: ۹-۳.

کیا، علی اصغر و یونس نوری مرادآبادی (۱۳۹۱)، «عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس‌بوک» (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا)، مجله مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال سیزدهم، شماره ۱۷ (۴۹ پیاپی)، صص: ۸۶-۶۱.

معمار، ثریا؛ صمد عدلی پور و فائزه خاکسار (۱۳۹۱)، «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت»، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره اول، شماره ۴، صص: ۱۷۵-۱۵۵.

معمارزاده، غلامرضا و مهرزاد سرافرازی (۱۳۸۹)، «بررسی گام‌های فرایند مدیریت بحران در سازمان»، پژوهشنامه مدیریت بحران، شماره ۵۱، صص: ۷۶ - ۹.

مهانیان، علیرضا و سعید مجردی (۱۳۹۳)، راهبردهای ج.ا.ایران در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال دوازدهم، شماره ۶، تابستان، صص: ۱۱۵ - ۷۹.

Santos, E.E. Santos, E. Long Pan; Wilkinson, J.T. (2014). Infusing Social Networks with Culture, transactions on systems, man, and cybernetics: systems, vol. 44, no. 1, january 2014

Zhou, Jing; Shin, Shung Jae; Brass, Daniel J. Choi, Jaepil; Zhang, Zhi-Xue. (2009). Social networks, personal values, and creativity: Evidence for curvilinear and interaction effects. *Journal of Applied Psychology*, Vol 94(6), Nov 2009, 1544-1552. doi: 10.1037/a0016285.

