

تأثیر گفتمان‌های رایج شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی و شیوه‌های اثرگذاری بر آن با تأکید بر فیس‌بوک

سید محمد حسین ایمانی

چکیده

همراه با توسعه و تکامل فوق‌العاده سریع ارتباطات رایانه‌ای و گسترش روزافزون دسترسی مردم جوامع مختلف به اینترنت و شبکه‌های رایانه‌ای، حواشی چالش برانگیزی ناشی از نوع عملکرد کاربران در کنار فوائد آن پدید آمد. یکی از مهم‌ترین وجوه عملکرد رسانه‌ها، اعم از سنتی و مدرن، تأثیرات مثبت و منفی آنها در فضای عمومی جامعه و افکار عمومی است که از توانمندی‌ها و قابلیت‌های این ابزار است. این توانایی به دلیل ویژگی‌هایی چون تعاملی بودن، همزمانی ارتباط، فراگیر بودن و متمرکز نبودن شبکه اینترنت است که آن را از رسانه‌های جمعی سنتی نظیر مطبوعات و رادیو و تلویزیون متمایز می‌سازد.

در این بین شکل‌گیری فضای سایبر و توسعه فنی با توجه به ظرفیت‌های بالا آن، نقش منحصر به فردی یافته است؛ زیرا ظرفیت‌های این فضا سبب دگرگونی در بعد زمانی، مکانی و بازیگران در تحت تأثیر قرار دادن امنیت اجتماعی شده است. فضای سایبر بر امنیت اجتماعی در ابعاد اجتماعی و فرهنگی اثرگذار است. از این جهت فضای سایبر دارای ظرفیت‌های منفی بالایی برای تحت تأثیر قرار دادن و به چالش کشیدن امنیت اجتماعی است.

از این رو فضای سایبری و فناوری‌های وابسته به آن، یکی از مهم‌ترین منابع قدرت محسوب می‌شوند؛ به خصوص فضای سایبری که دارای ویژگی‌های منحصر به فرد بوده مانند کم‌هزینه بودن، فعالیت در عین گمنامی و نامتقارن بودن، که با افزایش دانش کاربران بر تنوع و پیچیدگی‌های آن افزوده می‌شود.

کلیدواژه‌ها: گفتمان، شبکه اجتماعی، افکار عمومی، فیس‌بوک

(۱) مقدمه

آسیب‌های فرهنگی که از ناحیه فناوری اینترنت بر جوانان کشور ما وارد شده است امکان برآورد آن به سادگی وجود ندارد و این مسأله نه فقط به دلیل ماهیت اینترنت است، بلکه بیشتر به خاطر عدم آمادگی و فقدان برنامه‌ریزی در مواجهه با پدیده جدیدی بوده که متولیان فرهنگی و سیاستمداران را غافلگیر کرد.

بدیهی است برخی از ابزارها که به توسعه ارتباطات کمک کرده است، عبارتند از رسانه‌های نوشتاری، رسانه‌های صوتی و تصویری، ارتباطات تلفن و ماهواره و در این دوره جدید نیز فناوری اینترنت که جهش بی‌نظیری در این راستا به شمار می‌آید و با قابلیت‌ها و ویژگی‌هایی که دارد می‌تواند هم تهدید و هم فرصت باشد.

به هر شکل از این مرحله عبور کردیم و در برابر انبوهی از اما و اگرها و طرح‌های پیش روی هستیم که اغلب آنها طرح‌های سلبی می‌باشد، اما در این پژوهش، روشی اتخاذ شده است که علاوه بر جنبه ایجابی آن، رویکرد کاربردی و عملیاتی دارد و در صورت اقبال کارگزاران نظام، این امکان را به وجود می‌آورد که بسیاری از جنبه‌های تهدید اینترنتی را به فرصتی برای نظام تبدیل نماید. با این وصف، فناوری اینترنت که وجهه رسانه‌ای آن بسیار کارآمد است برای کسانی که حرفی برای گفتن دارند و از منابع غنی فکری و محتوایی سرشاری برخوردار هستند، می‌تواند فرصت‌های زیادی را ایجاد کند. در این روش با گفتمان‌سازی مثبت و با استفاده از شبکه‌سازی هدفمند سعی شده بر افکار عمومی جامعه هدف اثرگذار بوده، در نهایت به عنوان یک الگوی موفق برای سایر حوزه‌های اجتماعی اعم از سیاست، فرهنگ و غیره مورد استفاده و بهره‌برداری قرار گیرد.

در حقیقت، عصر ارتباطات، آگاهی انسان‌ها را در ابعاد مختلف افزایش فوق‌العاده‌ای داده است و این آگاهی تأثیر بسیار جدی و زیادی در زندگی خصوصی و اجتماعی انسان‌ها داشته است. اما عصر ارتباطات به همراه خود

نگرانی‌هایی را نیز بف وجود آورده است. در واقع با وجود فواید زیادی که داشته برخی آسیب‌های اجتماعی را نیز در بطن خود شکل داده است.

۲) بیان مسأله

در هر عصر و دوره‌ای متناسب با همان زمان، تعاملات اجتماعی و روابط بین مردم شکل می‌گیرد و در هر مقطع زمانی، برخی نهادهای اجتماعی بر فرهنگ و افکار عمومی مردم اثرگذاری بیشتری از سایر نهادهای دیگر جامعه داشته‌اند و هر نهاد یا گروهی که این قابلیت و برتری فکری و فرهنگی را بیشتر دارا بوده می‌توانسته تأثیرگذاری بیشتری در جهت‌دهی افکار عمومی و فرهنگ جامعه داشته باشد.

این روند با کندی صورت می‌گرفت تا جوامع انسانی به برکت پیشرفت در علوم ارتباطات توانست به آگاهی بیشتر دست پیدا کند. این آگاهی نیز با کمک ابزار ارتباطات، با سرعت و دقت بیشتر همراه بود.

در حقیقت ابزار ارتباطات با جبران عقب‌ماندگی فرهنگی و برداشتن مرزهای جغرافیایی و کم کردن فاصله‌ها و به تبع آن بالا بردن سطح دسترسی مردم به علوم و اطلاعات مختلف، در جهت پیشرفت بشر کمک شایانی کرد.

به عبارت دیگر در عصر ارتباطات، این امکانات ارتباط جمعی بود که به روند آگاهی عمومی و رشد فرهنگ اجتماعی شتاب بیشتری می‌داد، اما همانگونه که از پیشرفت‌های علمی در مسیر تعالی و سعادت بشر به کار گرفته شد، در جهت عکس آن نیز همواره استفاده شده و می‌شود. در این بین علوم فنی و ابزار ارتباطات نیز مستثنی نبوده و هر چقدر که این دانش کارآمدتر باشد سوءاستفاده از آن هم پرخاطرتر شده، ویرانگری بیشتری خواهد داشت.

بنابراین امروزه در بین تنوع و تکرار ابزار ارتباطات، فناوری اینترنت از جهات مختلف، به عنوان یکی از کارآمدترین ابزارهای ارتباطی شناخته می‌شود که به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد آن در سطح فناوری راهبردی به شمار می‌آید.

(۳) هدف تحقیق

الف) هدف کلی

بررسی تأثیر گفتمان‌های رایج شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی و شیوه‌های اثرگذاری بر آن.

ب) اهداف فرعی

- ۱) شناسایی و تعیین گفتمان‌های رایج در شبکه‌های اجتماعی.
- ۲) شناسایی آسیب‌ها و چالش‌های فرارو.
- ۳) شناخت ویژگی‌ها و شاخص‌های گفتمان‌های رایج در شبکه‌های اجتماعی.

(۴) سوالات تحقیق

با عنایت به موارد مذکور، سؤالات متبادر به ذهن محقق بر این محورها شکل گرفت:

- ۱) آیا گفتمان‌های رایج در شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی تأثیرگذار است؟
- ۲) چگونه می‌توان با تولید محتوا در فضای سایبری بر آسیب‌ها و چالش‌های به وجودآمده در این فضا فائق آمد؟

(۵) روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ طرح تحقیق گذشته‌نگر و مبتنی بر نتیجه‌گیری است. همچنین از لحاظ هدف تحقیق کاربردی و به لحاظ گردآوری اطلاعات و ممیزی داده‌های احصاشده از گفتمان‌های رایج، پیمایشی است.

محقق بر آن است تا گفتمان‌های «سیاسی، دینی و اجتماعی» را پس از گزینش و غربال‌گری، میزان تأثیرگذاری آنها را با استفاده از نظر خبرگان و به صورت هدفمند بر افکار عمومی بسنجد.

۶) جامعه آماری

جامعه آماری در این پژوهش، شبکه‌های اجتماعی فضای سایبری است و از این بین، تنها شبکه اجتماعی فیس‌بوک بررسی خواهد شد. با این توضیح که جمع‌آوری اطلاعات جزئی از شبکه‌های اجتماعی فضای سایبری به خصوص شبکه اجتماعی فیس‌بوک و نتایج اقدامات عملیات روانی در این شبکه‌ها و تجزیه و تحلیل بازخورد آنها، مبنای پژوهش است.

همانگونه که اشخاص در فعالیت‌های فضای حقیقی احساس قرار گرفتن در یک پایگاه اجتماعی را دارند، در فضای مجازی نیز ممکن است با این تفکر که دارای پایگاه اجتماعی خاصی هستند، انگیزه فعالیت پیدا می‌کنند. جامعه‌شناسان می‌گویند: پایگاه، به موقعیت اجتماعی و جایگاهی اطلاق می‌شود که فرد در گروه یا در مرتبه اجتماعی یک گروه، در مقایسه با گروه‌های دیگر، احراز می‌کند. پایگاه و موقعیت اجتماعی فرد حقوق و مزایای شخص را تعیین می‌کند. نقش، به رفتاری اطلاق می‌شود که دیگران از فردی که پایگاه معینی را احراز کرده است، انتظار دارند. نقش‌های مناسب به صورت بخشی از فرایند اجتماعی شدن به فرد آموخته می‌شود و سپس او آنها را می‌پذیرد (کوئن، ۱۳۷۲: ۸۳).

با شکل گرفتن شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی، افراد و گروه‌ها حقیقی تلاش می‌کنند نقش و پایگاه خود را در فضای مجازی نیز پیدا و تثبیت نمایند.

با نگاهی به تعداد کاربران ۲۴ شبکه اجتماعی پرتعداد دنیا، به آسانی می‌شود میزان تأثیرگذاری این شبکه‌ها را درک کرد. این شبکه‌ها در مجموع بیش از یک

میلیارد کاربر دارند و با احتساب تعامل زیادی که بین کاربران آنها هست، رقم فوق‌العاده‌ای را تشکیل می‌دهد.

(۷) نمونه

در این پژوهش نمونه منتخب ما یکی از شبکه‌های اجتماعی فعال که کاربران بسیاری در آن عضو هستند خواهد بود. از این جهت واحد مطالعه ما شبکه اجتماعی فیس‌بوک است؛ بنابراین در این رابطه ۵۰ نفر از کارشناسان مطلع و دانشجویان و اساتید آشنا با شبکه‌های اجتماعی مورد سؤال و تحقیق قرار گرفته‌اند.

(۸) نحوه دستیابی به اطلاعات و تحلیل آن

برای دستیابی به اطلاعات و تحلیل آنها، با مطالعه کتب و منابع موجود در کتابخانه‌ها و تهیه پرسشنامه تخصصی مرتبط با موضوع و توزیع آنها در بین صاحب‌نظران و گردآوری اطلاعات لازم و بررسی اسناد و ارزیابی و دسته‌بندی آنها در این جهت اقدام شد. سپس این اطلاعات در جهت آزمون فرضیه بررسی گردید تا با تجزیه و تحلیل منطقی اطلاعات و اسناد، به اهداف تحقیق دست یافتیم.

(۹) بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر تلاش شد تا تأثیر گفتمان‌های سیاسی، دینی و اجتماعی که در فضای سایبری صورت می‌گیرد را بر افکار عمومی بسنجیم. برای این منظور از روش پرسشنامه استفاده شد که این پرسشنامه در بین ۵۰ نفر از کارشناسان فضای سایبری و دانشجویان و اساتید دانشگاه که بیشتر آنها از دانشگاه علوم اجتماعی بودند توزیع گردید و توضیح داده شد که محقق بر آن است تا گفتمان‌های (سیاسی، دینی و اجتماعی) را پس از گزینش و غربالگری، میزان تأثیری آنها را با استفاده از نظر خبرگان و به صورت هدفمند بر افکار عمومی بسنجد. مقدار ضریب آلفا برای مقیاس گفتمان سیاسی ۰.۸۳۹ است. بنابراین هیچ یک از سؤالات مقیاس حذف نشده و پایایی مقیاس در حد قابل قبولی تأمین شده است.

شاخص‌های گفتمان سیاسی	میانگین مقیاس در صورت حذف سؤال	واریانس مقیاس در صورت حذف سؤال	ضریب همبستگی سؤال با نمره کل	ضریب پایایی مقیاس در صورت حذف سؤال
مشروعیت‌زدایی نظام	۵۲,۶۲۸۶	۵۷,۱۸۲	۰.۴۱۶	۰.۸۳۲
کاهش مشارکت سیاسی	۵۳,۱۷۱۴	۵۴,۶۷۶	۰.۶۵۹	۰.۸۲۰
مرعوب ساختن نخبگان	۵۳,۶۲۸۶	۵۴,۲۹۹	۰.۴۸۰	۰.۸۲۹
کاهش اقتدار در سطح بین‌المللی و القاء به افکار عمومی	۵۳,۳۷۱۴	۵۵,۴۷۶	۰.۴۶۶	۰.۸۲۹
سیاه‌نمایی عملکرد کارگزاران نظام	۵۲,۶۲۸۶	۵۴,۵۳۴	۰.۶۴۵	۰.۸۲۱
ایجاد روحیه بی‌تفاوتی نسبت به دستاوردهای انقلاب	۵۲,۸۵۷۱	۵۷,۴۲۰	۰.۴۱۶	۰.۸۳۲
بزرگ‌نمایی و برجسته کردن کمبودها	۵۲,۸۲۸۶	۵۵,۹۱۱	۰.۵۶۸	۰.۸۲۵
ایجاد ترس نسبت به قدرت‌های بزرگ	۵۳,۳۴۲۹	۵۴,۴۶۷	۰.۵۲۲	۰.۸۲۶
کاهش روحیه ملی و حماسی	۵۳,۳۷۱۴	۵۲,۱۸۲	۰.۶۹۴	۰.۸۱۵
ترویج پدیده فمینیسم	۵۲,۷۴۲۹	۵۷,۰۷۹	۰.۳۳۷	۰.۸۳۷
تولید شایعه و ایجاد تفرقه در بین مردم در ایام انتخابات	۵۲,۸۵۷۱	۵۶,۰۶۷	۰.۳۴۸	۰.۸۳۸
ایجاد تفرقه در بین اقوام ایرانی	۵۳,۳۴۲۹	۵۶,۸۲۰	۰.۳۲۵	۰.۸۳۹
مخالفت با مدل حکومت اسلامی	۵۲,۹۱۴۳	۵۳,۴۹۲	۰.۵۵۱	۰.۸۲۴
ترغیب به فرار مغزها و تضعیف روحیه ملی	۵۳,۵۴۲۹	۵۶,۱۹۷	۰.۳۲۳	۰.۸۴۰
افزایش انتظارات و مطالبات دانشجویی	۵۳,۱۷۱۴	۵۶,۶۷۶	۰.۳۷۴	۰.۸۳۵

مقدار آلفا	تعداد سؤالات
۸۰۵	۱۵

ضریب آلفای کرونباخ = ۸۰۵

مقدار ضریب آلفا برای مقیاس گفتمان اجتماعی ۸۰۵ است. بنابراین هیچ یک از سؤالات مقیاس حذف نشده و پایایی مقیاس در حد قابل قبولی تأمین شده است.

شاخص‌های گفتمان اجتماعی	میانگین مقیاس در صورت حذف سؤال	واریانس مقیاس در صورت حذف سؤال	ضریب همبستگی سؤال با نمره کل	ضریب پایایی مقیاس در صورت حذف سؤال
افزایش گرایش به رسانه‌های غربی	۵۵,۳۱۰۳	۴۷,۳۶۵	۰۴۱۹	۰۷۹۳
تبلیغ فرهنگ غربی و القاء روحیه خود کم بینی	۵۵,۱۷۲۴	۴۸,۹۳۳	۰۳۰۰	۰۸۰۱
رواج بی تفاوتی و کاهش روحیه نقادی	۵۵,۷۲۴۱	۴۴,۹۹۳	۰۵۲۹	۰۷۸۵
تحقیر نسبت به تولید علوم بومی	۵۵,۸۲۷۶	۴۷,۲۱۹	۰۳۲۵	۰۸۰۱
تضعیف کرسی‌های آزاداندیشی	۵۵,۹۶۵۵	۴۳,۵۳۴	۰۵۵۳	۰۷۸۲
گسترش آسیب‌های اجتماعی	۵۵,۲۰۶۹	۴۹,۴۵۶	۰۲۸۰	۰۸۰۲
کاهش رضایت از زندگی	۵۵,۶۸۹۷	۴۵,۱۵۰	۰۴۹۹	۰۷۸۷
افزایش جرائم اجتماعی و حمایت از قانون‌گریزی	۵۵,۳۱۰۳	۴۶,۵۰۷	۰۳۹۹	۰۷۹۵
ترویج لمپنیسم	۵۵,۷۲۴۱	۴۴,۲۰۷	۰۵۹۳	۰۷۷۹
ایجاد و افزایش بحران هویت	۵۵,۶۲۰۷	۴۵,۳۱۵	۰۴۷۸	۰۷۸۹
کاهش رضایت از نهادهای اجتماعی و القاء نافرمانی مدنی	۵۵,۳۷۹۳	۴۷,۴۵۸	۰۴۰۳	۰۷۹۴
تحقیر روحیه حماسی و جهادی	۵۵,۴۱۳۸	۴۷,۱۰۸	۰۵۱۳	۰۷۸۸

تبلیغ علیه فریضه امر به معروف و نهی از منکر	۵۵,۲۴۱۴	۴۸,۵۴۷	۲۸۳	۸۰۳
القاء عدم امنیت و آزادی‌های اجتماعی	۵۵,۲۴۱۴	۴۹,۳۳۳	۲۹۸	۸۰۱
جذب نخبگان علمی (مدال آوران المپیادها)	۵۵,۹۳۱۰	۴۶,۷۰۹	۳۴۱	۸۰۰

مقدار آلفا	تعداد سؤالات
۸۵۳	۱۵

ضریب آلفای کرونباخ = ۸۵۳

مقدار ضریب آلفا برای مقیاس گفتمان دینی ۸۵۳ است. بنابراین هیچ یک از سؤالات مقیاس حذف نشده و پایایی مقیاس در حد قابل قبولی تامین شده است.

شاخص‌های گفتمان دینی	میانگین مقیاس در صورت حذف سؤال	واریانس مقیاس در صورت حذف سؤال	ضریب همبستگی سؤال با نمره کل	ضریب پایایی مقیاس در صورت حذف سؤال
گرایش به تفکر سکولاریسم	۵۷,۱۹۰۵	۴۳,۸۶۵	۵۴۱	۸۴۲
ترویج پدیده فمینیسم	۵۷,۲۸۵۷	۴۴,۶۹۷	۳۹۷	۸۴۹
القاء ناکارآمدی دین در اداره جامعه	۵۷,۴۵۲۴	۴۴,۱۵۶	۵۰۶	۸۴۳
ترویج اباحی‌گری در حریم محرم و نامحرم	۵۷,۰۴۷۶	۴۵,۰۲۲	۵۰۷	۸۴۴
تبلیغ فرهنگ مصرف‌گرایی و اسراف	۵۷,۵۴۷۶	۴۴,۵۴۶	۴۲۶	۸۴۸
معرفی دینداران به عنوان کهنه‌پرست به بهانه سنتی بودن	۵۷,۳۸۱۰	۴۵,۶۵۶	۳۴۹	۸۵۱
کاهش گرایش به مراکز فرهنگی و مذهبی	۵۷,۷۳۸۱	۴۲,۸۸۱	۵۷۰	۸۴۰
ایجاد شکاف و فاصله بین حوزه و دانشگاه	۵۷,۳۸۱۰	۴۵,۴۱۲	۴۱۶	۸۴۸

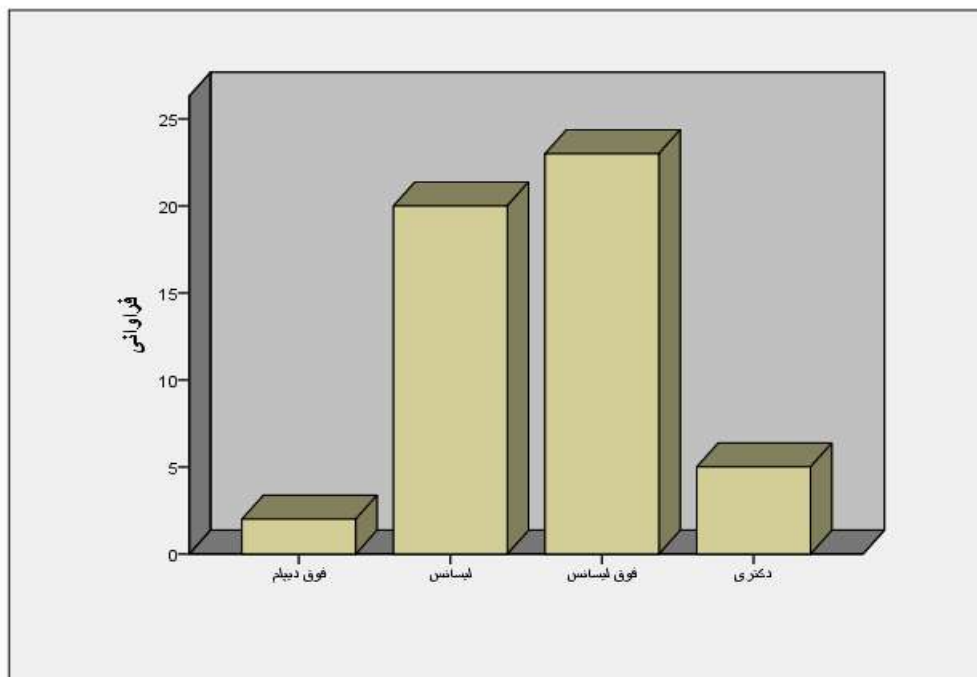
۸۴۹.	۴۰۲.	۴۵,۳۲۷	۵۷,۱۱۹۰	یجاد شبهات دینی و اعتقادی
۸۴۱.	۵۴۸.	۴۳,۱۴۶	۵۷,۳۰۹۵	تبلیغ رسانه‌های مروج بی‌دینی
۸۴۳.	۵۱۷.	۴۲,۳۹۷	۵۷,۴۲۸۶	تفرقه‌افکنی بین شیعه و سنی
۸۳۳.	۶۷۱.	۴۰,۶۳۰	۵۷,۸۳۳۳	ترویج بهائیت
۸۳۸.	۵۹۶.	۴۱,۲۶۰	۵۷,۶۴۲۹	تبلیغ عرفان‌های کاذب
۸۴۴.	۵۰۵.	۴۵,۱۳۲	۵۷,۱۱۹۰	تضعیف و تحقیر ارزش‌های دینی و اخلاقی
۸۵۱.	۳۴۳.	۴۶,۲۰۷	۵۷,۱۹۰۵	ترویج برتری فرهنگ غربی نسبت به فرهنگ بومی و سنتی

۱۰ توصیف یافته‌ها

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۰/۴	۰/۴	۰/۴	۲	فوق دیپلم
۰/۴۴	۰/۴۰	۰/۴۰	۲۰	لیسانس
۰/۹۰	۰/۴۶	۰/۴۶	۲۳	فوق لیسانس
۰/۱۰۰	۰/۱۰	۰/۱۰	۵	دکترا
	۰/۱۰۰	۰/۱۰۰	۵۰	جمع

جدول شماره (۱) توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان بر اساس تحصیلات

بر اساس جدول شماره (۱)، توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان با توجه به متغیر تحصیلات نشان می‌دهد که ۴ درصد پاسخگویان فوق دیپلم، ۴۰ درصد لیسانس، ۴۶ درصد فوق لیسانس، ۱۰ درصد دکترا و ۵۰ درصد جمع.

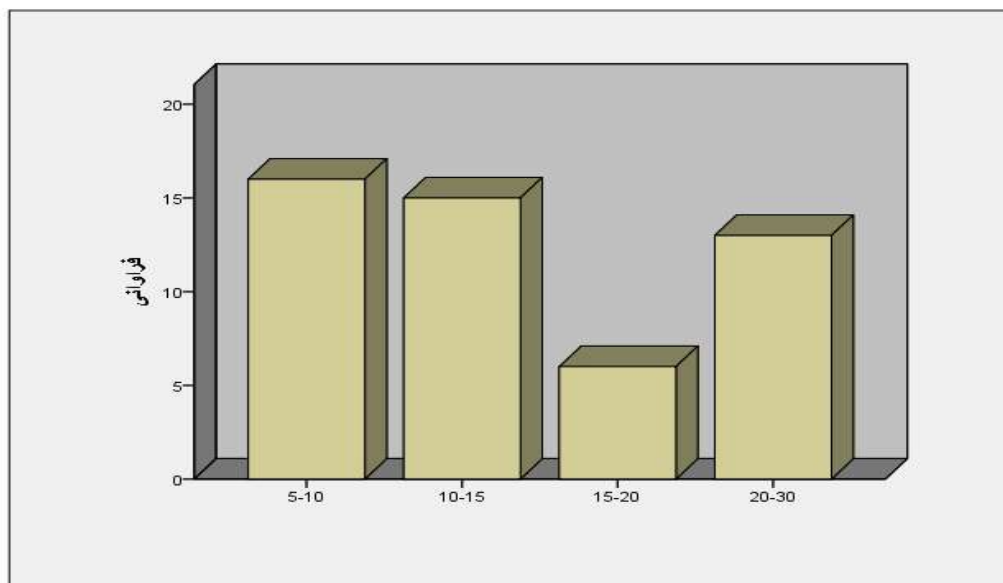


نمودار شماره (۱) توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان بر اساس تحصیلات

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	پاسخهای معتبر
۰.۳۲	۰.۳۲	۰.۳۲	۱۶	۵-۱۰ سال
۰.۰۶۲	۰.۳۰	۰.۳۰	۱۵	۱۱-۱۵ سال
۰.۰۷۴	۰.۱۲	۰.۱۲	۶	۱۶-۲۰ سال
۰.۱۰۰	۰.۲۶	۰.۲۶	۱۳	۲۱-۳۰ سال
	۰.۱۰۰	۰.۱۰۰	۵۰	جمع

جدول شماره (۲) توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان بر اساس سنوات خدمت

بر اساس جدول شماره (۲)، توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان با توجه به متغیر سنوات خدمت نشان می‌دهد که ۳۲ درصد پاسخگویان ۵ تا ۱۰ سال، ۳۰ درصد ۱۱ تا ۱۵ سال، ۱۲ درصد ۱۶ تا ۲۰ سال و ۲۶ درصد ۲۱ تا ۳۰ سال سنوات خدمتی داشته‌اند.

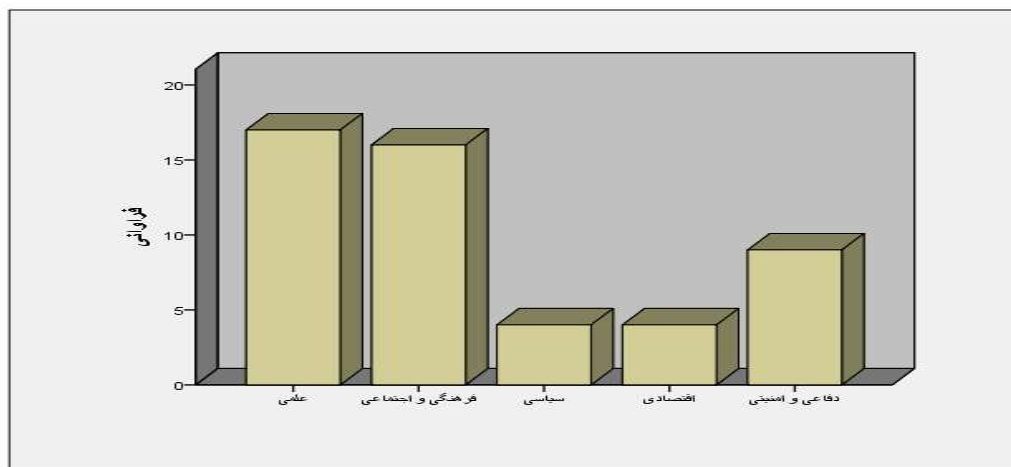


نمودار شماره (۲) توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان بر اساس سنوات خدمت

درصد تراکمی	درصد معتبر	درصد	فراوانی		
۰,۳۴	۰,۳۴	۰,۳۴	۱۷	علمی	پاسخهای معتبر
۰,۶۶	۰,۳۲	۰,۳۲	۱۶	فرهنگی و اجتماعی	
۰,۷۴	۰,۸	۰,۸	۴	سیاسی	
۰,۸۲	۰,۸	۰,۸	۴	اقتصادی	
۰,۱۰۰	۰,۱۸	۰,۱۸	۹	دفاعی و امنیتی	
	۰,۱۰۰	۰,۱۰۰	۵۰	جمع	

جدول شماره (۳) توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان بر اساس مسئولیت

بر اساس جدول شماره (۳)، توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان با توجه به متغیر مسئولیت نشان می‌دهد که ۳۴ درصد پاسخگویان دارای مسئولیت علمی، ۳۲ درصد فرهنگی و اجتماعی، ۸ درصد سیاسی، ۸ درصد اقتصادی و ۱۸ درصد دفاعی و امنیتی بوده‌اند.



نمودار شماره (۳) توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان بر اساس مسئولیت

بسیار زیاد		زیاد		متوسط		کم		بسیار کم		گفتمان سیاسی
د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	
۴۱,۳	۱۹	۴۱,۳	۱۹	۱۵,۲	۷	۲,۲	۱			مشروعیت‌زدایی نظام
۱۹,۱	۹	۴۰,۴	۱۹	۳۱,۹	۱۵	۸,۵	۴			کاهش مشارکت سیاسی
۲۳,۴	۱۱	۱۹,۱	۹	۴۰,۴	۱۹	۱۴,۹	۷	۲,۱	۱	مرعوب ساختن نخبگان
۲۱,۳	۱۰	۲۷,۷	۱۳	۳۴	۱۶	۱۷	۸			کاهش اقتدار در سطح بین‌المللی و القاء به افکار عمومی
۴۱,۷	۲۰	۴۳,۸	۲۱	۶,۳	۳	۸,۳	۴			سیاه‌نمایی عملکرد کارگزاران نظام
۲۶,۱	۱۲	۴۵,۷	۲۱	۲۱,۷	۱۰	۶,۵	۳			ایجاد روحیه بی‌تفاوتی نسبت به دستاوردهای انقلاب
۲۸,۶	۱۴	۴۶,۹	۲۳	۱۴,۳	۷	۶,۱	۳	۴۱,۲	۲	بزرگ‌نمایی و برجسته کردن کمبودها
۱۵,۲	۷	۳۹,۱	۱۸	۲۳,۹	۱۱	۲۱,۷	۱۰			ایجاد ترس نسبت به قدرت‌های بزرگ
۱۹,۱	۹	۳۴		۲۷,۷	۱۳	۱۴,۹	۷	۴,۳	۲	کاهش روحیه ملی و حماسی

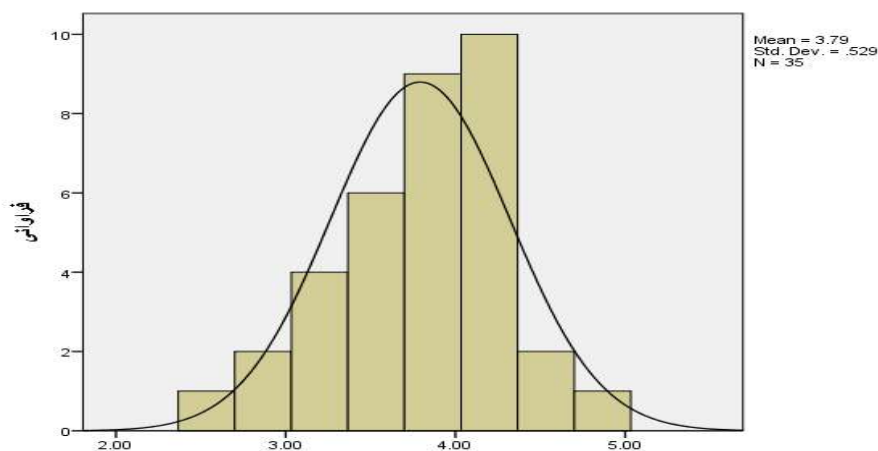
۴۷,۹	۲۳	۲۹,۲	۱۴	۱۴,۶	۷	۸,۳	۴		ترویج پدیده فمنیسم
۴۷,۹	۲۳	۲۲,۹	۱۱	۱۲,۵	۶	۱۲,۵	۶	۴,۲	تولید شایعه و ایجاد تفرقه در بین مردم در ایام انتخابات
۲۰,۴	۱۰	۳۴,۷	۱۷	۲۸,۶	۱۴	۸,۲	۴	۸,۲	ایجاد تفرقه در بین اقوام ایرانی
۳۸,۸	۱۹	۳۰,۶	۱۵	۱۸,۴	۹	۱۰,۲	۵	۲,۰	مخالفت با مدل حکومت اسلامی
۱۶,۳	۸	۴۲,۹	۲۱	۲۲,۴	۱۱	۱۲,۲	۶	۶,۱	ترغیب به فرار مغزها و تضعیف روحیه ی ملی
۲۴,۵	۱۲	۳۸,۸	۱۹	۲۴,۵	۱۲	۱۲,۲	۶		افزایش انتظارات و مطالبات دانشجویی

جدول شماره (۴) گویه های مقیاس گفتمان سیاسی

مقدار	شاخص	مقدار	شاخص
۵۲۹۰۹	انحراف معیار	۳,۷۹۲۴	میانگین
۲,۳۳	دامنه تغییر	۴,۸۷	حداکثر
۲,۵۳	حداقل	۳۵	تعداد

جدول شماره (۵) شاخص های مقیاس گفتمان سیاسی

میانگین نمره پاسخگویان به مقیاس گفتمان سیاسی ۳,۷۹۲ است که از نمره متوسط ۳ بالاتر است. این میانگین به معنای آن است که پاسخگویان معتقدند میزان تأثیرگذاری گفتمان سیاسی حاکم بر شبکه اجتماعی فیس بوک بر افکار عمومی بیشتر از متوسط و در حد زیاد است.



هیستوگرام شماره (۱) شاخص‌های مقیاس گفتمان سیاسی

بسیار کم		کم		متوسط		زیاد		بسیار زیاد		گفتمان اجتماعی
د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	
۲,۰	۱			۲۲,۴	۱۱	۳۶,۷	۱۸	۱۹	۳۸,۸	افزایش گرایش به رسانه‌های غربی
۲,۰	۱	۲,۰	۱	۱۲,۲	۶	۳۶,۷	۱۸	۲۳	۴۶,۹	تبلیغ فرهنگ غربی و القاء روحیه خود کم‌بینی
۲,۲	۱	۶	۱۳,۰	۲۳,۹	۱۱	۴۱,۳	۱۹	۹	۱۹,۶	رواج بی‌تفاوتی و کاهش روحیه نقادی
۴,۳	۲	۴	۸,۵	۳۸,۳	۱۸	۳۶,۲	۱۷	۶	۱۲,۸	تحقیر نسبت به تولید علوم بومی
۶,۷	۳	۸	۱۷,۸	۳۱,۱	۱۴	۲۲,۲	۱۰	۱۰	۲۲,۲	تضعیف کرسی‌های آزاداندیشی
		۱	۲,۱	۱۴,۶	۷	۳۷,۵	۱۸	۲۲	۴۵,۸	گسترش آسیب‌های اجتماعی
۲,۱	۱	۶	۱۲,۸	۱۹,۱	۹	۳۴,۰	۱۶	۱۵	۳۱,۹	کاهش رضایت از زندگی
۴,۳	۲	۳	۶,۴	۱۴,۹	۷	۳۴,۰	۱۶	۱۹	۴۰,۴	افزایش جرائم اجتماعی و حمایت از قانون‌گریزی

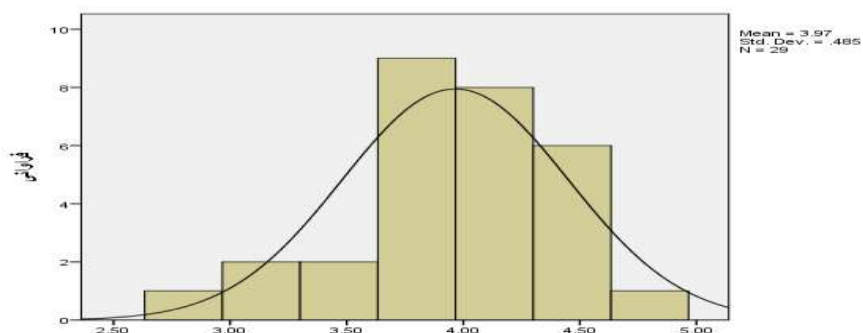
۲۰,۰	۹	۴۲,۲	۱۹	۲۴,۴	۱۱	۸,۹	۴	۴,۴	۲	ترویج لمپنیسم
۳۰,۶	۱۵	۳۲,۷	۱۶	۲۶,۵	۱۳	۶,۱	۳	۴,۱	۲	ایجاد و افزایش بحران هویت
۳۴,۷	۱۷	۴۰,۸	۲۰	۱۲,۲	۶	۱۰,۲	۵	۲,۰	۱	کاهش رضایت از نهادهای اجتماعی و القاء نافرمانی مدنی
۳۰,۶	۱۵	۴۹,۰	۲۴	۱۲,۲	۶	۶,۱	۳	۲,۰	۱	تحقیر روحیه حماسی و جهادی
۳۸,۳	۱۸	۴۴,۷	۲۱	۶,۴	۳	۶,۴	۳	۴,۳	۲	تبلیغ علیه فریضه امر به معروف و نهی از منکر
۳۲,۶	۱۵	۵۰,۰	۲۳	۱۳,۰	۶	۲,۲	۱	۲,۲	۱	القاء عدم امنیت و آزادی‌های اجتماعی
۲۳,۷	۹	۲۶,۳	۱۰	۳۱,۶	۱۲	۱۵,۸	۶	۲,۶	۱	جذب نخبگان علمی (مدال‌آوران المپیادها)

جدول شماره (۶) گویه‌های مقیاس گفتمان اجتماعی

مقدار	شاخص	مقدار	شاخص
۴۸۵۳۲	انحراف معیار	۳,۹۶۵۵	میانگین
۲,۰۰	دامنه تغییر	۴,۸۰	حداکثر
۲,۸۰	حداقل	۲۹	تعداد

جدول شماره (۷) شاخص‌های مقیاس گفتمان اجتماعی

میانگین نمره پاسخگویان به مقیاس گفتمان اجتماعی ۳,۹۶۵ است که از نمره متوسط ۳ بالاتر است. این میانگین به معنای آن است که پاسخگویان معتقدند میزان تأثیرگذاری گفتمان اجتماعی حاکم بر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر افکار عمومی بیشتر از متوسط و در حد زیاد است.



هستوگرام شماره (۲) شاخص‌های مقیاس گفتمان اجتماعی

بسیار زیاد		زیاد		متوسط		کم		بسیار کم		گفتمان اجتماعی
د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	د	ف	
۴۲,۹	۲۱	۴۲,۹	۲۱	۱۰,۲	۵	۴,۱	۲			گرایش به تفکر سکولاریسم
۴۲,۹	۲۱	۳۶,۷	۱۸	۱۴,۳	۷	۶,۱	۳			ترویج پدیده فمینیسم
۲۸,۶	۱۴	۴۶,۹	۲۳	۲۲,۴	۱۱	۲,۰	۱			القاء ناکارآمدی دین در اداره جامعه
۵۵,۱	۲۷	۳۴,۷	۱۷	۸,۲	۴	۲,۰	۱			ترویج اباحیگری در حریم محرم و نامحرم
۲۷,۷	۱۳	۳۶,۲	۱۷	۳۴,۰	۱۶	۲,۱	۱			تبلیغ فرهنگ مصرف گرایی و اسراف
۳۶,۰	۱۸	۴۰,۰	۲۰	۱۸,۰	۹	۴,۰	۲	۲,۰	۱	معرفی دین داران بعنوان کهنه پرست به بهانه سنتی بودن
۱۸,۰	۹	۴۶,۰	۲۳	۳۰,۰	۱۵	۲,۰	۱	۴,۰	۲	کاهش گرایش به مراکز فرهنگی و مذهبی
۲۶,۵	۱۳	۴۹,۰	۲۴	۲۰,۴	۱۰	۲,۰	۱	۲,۰	۱	ایجاد شکاف و فاصله بین حوزه و دانشگاه

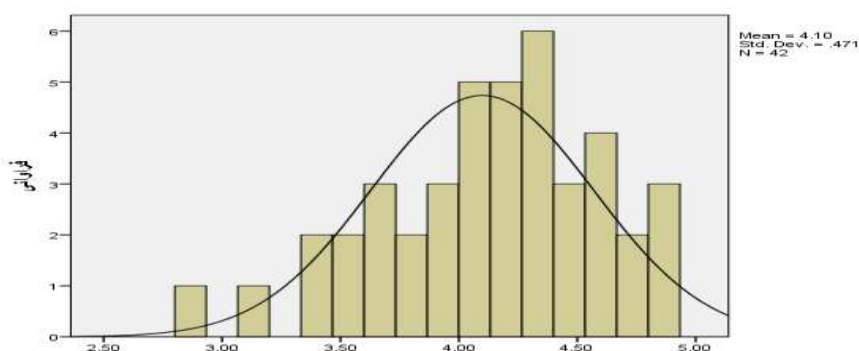
۴۹,۰	۲۴	۳۶,۷	۱۸	۱۰,۲	۵	۲,۰	۱	۲,۰	۱	ایجاد شبهات دینی و اعتقادی
۳۶,۰	۱۸	۴۶,۰	۲۳	۱۲,۰	۶	۲,۰	۱	۴,۰	۲	تبلیغ رسانه‌های مروج بی‌دینی
۳۴,۷	۱۷	۴۰,۸	۲۰	۱۴,۳	۷	۶,۱	۳	۴,۱	۲	تفرقه افکنی بین شیعه و سنی
۱۸,۰	۹	۳۸,۰	۱۹	۳۰,۰	۱۵	۱۰,۰	۵	۴,۰	۲	ترویج بهائیت
۳۰,۶	۱۵	۲۸,۶	۱۴	۳۰,۶	۱۵	۶,۱	۳	۴,۱	۲	تبلیغ عرفان‌های کاذب
۴۰,۸	۲۰	۴۴,۹	۲۲	۱۲,۲	۶	۲,۰	۱			تضعیف و تحقیر ارزش‌های دینی و اخلاقی
۴۰,۰	۲۰	۴۶,۰	۲۳	۱۲,۰	۶			۲,۰	۱	ترویج برتری فرهنگ غربی نسبت به فرهنگ بومی و سنتی

جدول شماره (۸) گویه‌های مقیاس گفتمان دینی

مقدار	شاخص	مقدار	شاخص
۰.۴۷۱۴۶	انحراف معیار	۴,۰۹۸۴	میانگین
۲,۰۰	دامنه تغییر	۴,۸۷	حداکثر
۲,۸۷	حداقل	۴۲	تعداد

جدول شماره (۹) شاخص‌های مقیاس گفتمان دینی

میانگین نمره پاسخگویان به مقیاس گفتمان دینی ۴,۰۹۸ است که از نمره متوسط ۳ بالاتر است، این میانگین به معنای آن است که پاسخگویان معتقدند میزان تأثیرگذاری گفتمان دینی حاکم بر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر افکار عمومی بیشتر از متوسط و در حد زیاد است.



هیستوگرام شماره (۳) شاخص‌های مقیاس گفتمان دینی

۱۱) نتایج به دست آمده

بر اساس جدول توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان با توجه به متغیر تحصیلات نشان می‌دهد که ۴ درصد پاسخگویان فوق دیپلم، ۴۰ درصد لیسانس، ۴۶ درصد فوق لیسانس، ۱۰ درصد دکترا بوده‌اند.

بر اساس جدول توزیع فراوانی سیمای پاسخگویان با توجه به متغیر مسئولیت نشان می‌دهد که ۳۴ درصد پاسخگویان دارای مسئولیت علمی، ۳۲ درصد فرهنگی و اجتماعی، ۸ درصد سیاسی، ۸ درصد اقتصادی و ۱۸ درصد دفاعی و امنیتی بوده‌اند.

میانگین نمره پاسخگویان به مقیاس گفتمان سیاسی ۳,۷۹۲ است که از نمره متوسط ۳ بالاتر است. این میانگین به معنای آن است که پاسخگویان معتقدند میزان تأثیرگذاری گفتمان سیاسی حاکم بر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر افکار عمومی بیشتر از متوسط و در حد زیاد است.

میانگین نمره پاسخگویان به مقیاس گفتمان اجتماعی ۳,۹۶۵ است که از نمره متوسط ۳ بالاتر است. این میانگین به معنای آن است که پاسخگویان معتقدند میزان تأثیرگذاری گفتمان اجتماعی حاکم بر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر افکار عمومی بیشتر از متوسط و در حد زیاد است.

میانگین نمره پاسخگویان به مقیاس گفتمان دینی ۴,۰۹۸ است که از نمره متوسط ۳ بالاتر است. این میانگین به معنای آن است که پاسخگویان معتقدند میزان تأثیرگذاری گفتمان دینی حاکم بر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر افکار عمومی بیشتر از متوسط و در حد زیاد است.

فرضیه ۱: گفتمان سیاسی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی تأثیرگذار است.

فرضیه ۲: گفتمان اجتماعی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی تأثیرگذار است.

فرضیه ۳: گفتمان دینی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی تأثیرگذار است.

حاصل مباحث مطرح شده به این نتیجه منتهی می‌شود که تحقق این نظریه در خصوص هدایت راهبردی شبکه‌های اجتماعی فضای سایبری به وسیله تولید محتوا و فکر به صورت مستمر و با تکنیک‌های روان‌شناسانه ممکن است.

بنابراین بسیاری از صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این نظر هستند که ابزارهای ارتباطی نقش اساسی در گفتمان‌سازی دارند و غرب از قدرت رسانه حداکثر استفاده را برای گفتمان‌سازی به کار گرفته است؛ زیرا به این مسأله واقف شده است که مخاطب از طریق رسانه انگاره می‌گیرد و انگاره می‌سازد.

کوئن نیز می‌گوید: اشخاص و گروه‌ها با قدرت به دست آمده از طریق شبکه‌های اجتماعی نظراتشان را بر سایرین برتری می‌دهند، آنگونه که در تعریف قدرت اجتماعی بیان کرده‌اند: «هنگامی که دانشمندان علوم اجتماعی از قدرت یک فرد سخن می‌گویند، منظورشان این است که آن فرد می‌تواند اراده‌اش را بر شخص دیگر یا گروهی از اشخاص تحمیل کند. این فرد با این اقدام می‌تواند رفتار دیگران را کنترل کند. سازمان‌ها نیز می‌توانند چنین قدرتی را اعمال کنند (کوئن: ۱۳۷۲).

مورگنتا هم می‌گوید: منظور ما از قدرت انسانی، کنترل اذهان و اعمال سایر انسان‌ها است. منظور ما از قدرت سیاسی، کنترل متقابل میان خود صاحبان اقتدار عمومی و نیز میان آنها و مردم است (مورگنتا، ۱۳۸۹: ۴۷).

بر اساس این تفکر، انتظار می‌رود که قشر فرهیختگان ایران اسلامی با عنایت به غنای فرهنگی و منابع غنی دینی و تاریخی قدم در این عرصه گذاشته و با استفاده از فضای رسانه‌ای اینترنت، به گفتمان غالب در سطح جهانی نائل شوند.

صاحب‌نظران مسائل اجتماعی می‌گویند تولید محتوا و تولید گفتمان سازنده می‌تواند در اقناع مخاطب نقش به سزایی داشته باشد و این ایده در شبکه‌های اجتماعی فضای سایبری نیز صادق است.

با مطالعه اقوال مختلف و با بررسی همه جوانب امر اعم از نظرات تهدیدمحور و نظرات فرصت‌محور و با توجه به ضرورت‌ها و اقتضائات زمانه به این جمع‌بندی دست می‌یابیم که عقلانیت و منافع ملی در بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک است. باید قبول کنیم که فناوری به سرعت در حال پیشرفت است، اما همانطور که محاسنی دارد، معایبی هم دارد. در واقع این ذات فناوری نیست که متصف به خوب و بد می‌شود، بلکه شیوه کاربرد آن توسط انسان‌ها است که این صفت را می‌سازد، اما در مقایسه بین پیشرفت مادی و پیشرفت معنوی، ظاهراً بشر در همه ادوار در پیشرفت مادی جلوتر بوده است.

به تعبیر شهید مطهری: «بدون شک ما اگر تاریخ گذشته را از دو نظر نگاه کنیم، می‌بینیم پیشرفت برای بشر وجود داشته است؛ یکی از آنها از نظر ابزارسازی است. این دیگر جای تردید نیست که بشر در ابزارسازی پیشرفت کرده است، پیشرفتی حیرت‌آسا. بشری که یک روز ابزارش سنگ بود آن هم سنگ‌های نتراشیده و بعد به دوره مثلاً سنگ‌های صاف و تراشیده رسید اینک فناوری و صنعت و فن امروز را پدید آورده است.

بشر از نظر خلاقیت فنی و از نظر خلاقیت ابزاری نه تنها به طور محسوس پیشرفت کرده است، بلکه به پیشرفت حیرت‌انگیزی رسیده است. به پیشرفتی رسیده است که اگر ۱۰۰ سال پیش به همه بشرها و فیلسوفان درجه اول دنیا می‌گفتند صد سال بعد بشریت از نظر ابزار به این حد می‌رسد که امروز رسیده است، باورشان نمی‌آمد... بدون شک بشر از نظر ابزار زندگی به حد اعلای پیشرفت رسیده است... و شکی نیست که بشر از نظر ابزار کار باز هم جلوتر می‌رود و شاید به مراحل برسد که برای بشر امروز هم قابل تصور نیست» (مطهری: ۱۳۶۵).

بنا بر آنچه که واقعیات علمی نشان می‌دهند ما نمی‌توانیم جلوی پیشرفت علمی را بگیریم، اما می‌توانیم رابطه درست انسان با طبیعت و به تعبیر دقیق‌تر رابطه انسان را با خلقت به صورت عقلانی تعریف و تبیین کنیم که اگر با مبانی قرآن به

دورنمای بشریت نگاه کنیم نه تنها هیچ‌گونه نگرانی از پیشرفت علمی و علوم تجربی نخواهیم داشت، بلکه افق روشن و امیدوارکننده‌ای نیز در پیش رویمان وجود خواهد داشت، آنگونه که استاد مطهری نیز می‌فرماید:

«بدیهی است بنابر نظریهٔ اصالت فطرت و اینکه وجود اجتماعی انسان و زندگی اجتماعی او و بالاخره روح جمعی جامعه وسیله‌ای است که فطرت نوعی انسان برای وصول به کمال نهایی خود انتخاب کرده است، باید گفت جامعه‌ها و تمدن‌ها و فرهنگ‌ها به سوی یگانه شدن، متحدالشکل شدن و در نهایت امر در یکدیگر ادغام شدن سیر می‌کنند و آینده جوامع انسانی، جامعهٔ جهانی واحد تکامل‌یافته است که در آن همهٔ ارزش‌های امکانی انسانیت به فعلیت می‌رسد و انسان به کمال حقیقی و سعادت واقعی خود، و بالاخره به انسانیت اصیل خود خواهد رسید» (مطهری: ۱۳۷۵).

بنابراین برای سرعت بخشیدن به این سیر کمال انسان، همراه با سرعت پیشرفت‌های علمی، می‌باید راهبرد فرهنگی داشت تا قبل از آنکه بیگانه، افکار جامعه را به برکت پیشرفت علمی در مسیر جهانی شدن، تسخیر کند، نخبگان فکری و فرهنگی متعهد، در ساخت پایه‌های فرهنگی جامعه سبقت بگیرند؛ زیرا در عصر ارتباطات پدیده جهانی شدن از مهم‌ترین مباحث نظری است که فکر بسیاری از اندیشمندان جهان را به خود مشغول کرده است.

امروزه نگرانی جدی در خصوص جهانی شدن مطرح می‌شود و ما در این زمینه به جای نگرانی، می‌باید پیشرو باشیم. بنابر شواهد تاریخی نخستین نویسندگان و اندیشمندانی که در این زمینه سخن گفته‌اند فردیناند تونیس در آلمان و گابریل تارد در فرانسه بوده‌اند. آنها معتقد بودند که سرانجام دولت‌های ملی بر اثر رسانه‌هایی نظیر "مطبوعات بزرگ" به یک دولت جهانی مبدل خواهند شد.

موافقان جهانی شدن می‌گویند بر اثر جهانی شدن ارتباطات هوشیاری جهان در حال افزایش خواهد بود. آنها همچنین معتقدند که شدت تماس‌ها و ارتباطات در جهان پیوستگی جهانی بیشتری را به ارمغان می‌آورد. اگرچه مردم جهان کنونی کمتر از گذشته تعصبات قومی دارند، ولی این موضوع مانع گسستگی قومی نخواهد شد و در نهایت رقابت بیش از پیش فرهنگی را دامن خواهد زد و سبب برخورد فرهنگ‌ها خواهد شد.

جهانی شدن هم معنی چندگانگی را می‌دهد و هم به معنای پویایی اجتماعی و هم جدال برای کسب حقوق انسان‌ها. در این زمینه طرفداران جهانی شدن مدعی هستند که آگاهی و شعور اجتماعی جهانی در پرتو رشد تراکم ارتباطات در سطح جهان تقویت می‌شود. رشد و توسعه شبکه‌های ارتباطی در سطح جهان قابل انکار نیست و اهمیت آنها نمی‌بایست نادیده گرفته شود (دادگران: ۱۳۸۹).

در رابطه با رشد توسعه شبکه‌های ارتباطی و شبکه‌های مجازی، نگرانی‌هایی نیز وجود دارد که برخی کارشناسان از بُعد تهدید به آن نگاه کرده‌اند. «عرضه تهدیدات سیاسی در فضای مجازی به حوزه‌های سیاسی کشورها چه در بُعد سیاست داخلی و چه در ابعاد سیاست خارجی، سرزمین، حکومت و حکومتداری، سیاست ورزی در انتخاب نوع حکومت و نظام سیاسی مرتبط است که مصداق فعلی آن در بحث سرزمینی را می‌توان در بالکانیزه کردن و در بعد جهانی آن در گلوبالیزاسیون (جهانی‌سازی) مشاهده نمود» (موظف رستمی: ۱۳۹۰).

با دقت در این مباحث متوجه کلمات کلیدی مشترکی مانند جهانی شدن، ارتباطات و فرهنگ‌ها می‌شویم که در واقع به یک سوی اشاره دارد و آن برخورد فرهنگ‌ها است و هر جامعه و ملتی که با فرهنگی قوی‌تر و علاوه بر آن داشتن برنامه راهبردی در زمینه‌های مواجهه فرهنگی باشد می‌تواند در تحولات آینده پایدار و دارای حیات اجتماعی باشد؛ بنابراین چه بخواهیم و چه نخواهیم این حرکتی است که از گذشته‌های دور آغاز شده و به سرعت مسیر خود را طی می‌کند.

در نتیجه، غفلت در این عرصه موجب از دست دادن سرمایه‌های مادی و معنوی خواهد شد و ما که دارای غنای فرهنگی با مبانی محکم هستیم باید تردیدها را کنار گذاشته و وارد مرحله برنامه‌ریزی شویم.

بی‌تردید، مصاف اصلی مخاصمه و پنجه در پنجه انداختن کشورهای اسلامی به رهبری ایران و در طرف مقابل، غرب به رهبری آمریکا در حوزه نرم به اوج نهایی خواهد رسید و در این مصاف گفتگوی ادیان و مذاهب، حوزه اصلی را به خود اختصاص خواهد داد. نتیجه اینکه، منطق قوی‌تری که بتواند با عقلانیت پیام خود را در حوزه حریف منتشر و تثبیت کند بر هژمونی فرهنگی در سطح جهان دست خواهد یافت و در حقیقت هارتلند اصلی، دستیابی به قوه عاقله انسان‌ها است.

بدیهی است که اسلام دارای آموزه‌های بسیار مهم و انسان‌ساز است و گفتمان انقلاب اسلامی نیز که بر پایه‌های اسلام استوار شده است، می‌تواند به عنوان محکم‌ترین سند در مواجهه با حریف مورد استناد قرار گیرد. اما در دنیای پیچیده ارتباطات باید بتوان مفاهیم و پیام‌ها را در قالب فهم مخاطب ارائه کرد و از فرصت‌های فناوری و بسترهای فراهم‌شده در خدمت گفتمان انقلاب اسلامی حداکثر استفاده را به عمل آورد و با تولید محتوای مناسب از مرزهای عقیدتی و فرهنگی دفاع کرد. خوشبختانه بیشتر اندیشمندانی که در حوزه شبکه‌های اجتماعی تحقیق کرده‌اند بر این باور مشترک رسیده‌اند که در صورت داشتن برنامه دقیق و اجرایی می‌توان از این رسانه در راستای اهداف مهم نظام حداکثر استفاده را داشت. در مقاله‌ای که با موضوع جایگاه ایجابی و سلبی شبکه‌های اجتماعی در بیداری اسلامی آمده، نیز این موضوع تأکید شده است:

«امروزه اینترنت علاوه بر نقاط قوت، نقاط ضعفی هم دارد، اما به نظر می‌رسد با یک دید راهبردی و برنامه‌ریزی هدفمند می‌توان نقاط ضعف را هم به نقاط قوت تبدیل کرد. البته این امر تنها در صورتی میسر است که هدف روشنی تعریف شود که بر پایه اطلاعات و ورود صحیح به این حوزه بتوان تغییرات مثبت و اسلامی ایجاد کرد» (اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی: ۱۳۹۱).

باید مدنظر قرار گیرد که یکی از مهم‌ترین ابزار مبارزه این روزها یعنی فضای مجازی باید به صورت تخصصی بررسی شود تا ویژگی‌ها و فناوری به کاررفته موارد اشاره‌شده از جمله موفق‌ترین آنها، یعنی فیس‌بوک، مشخص شود. نه به این دلیل که بتوان اطلاعات و برنامه‌های خود را با ابزار آنها ارائه کرد، بلکه به این دلیل که با بومی‌سازی و به نوعی ایجاد تغییر در فناوری بتوان بهترین نوع ارائه را سازگار با ملت و بومیت مملکت خود دریافت. این رمز موفقیت خواهد بود.

بنابراین همانگونه که بیان شد ارائه محتوا در این فضا مهم‌ترین اصل است، اما نوع و قالب ارائه نیز به همان میزان اهمیت دارد (اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی: ۱۳۹۱).

حسینی نیز در این رابطه می‌گوید: «با وجود اینکه اینترنت و فناوری‌های روز در اختیار آمریکا است، الگوی شبکه‌سازی کردن، خود فرصتی استثنایی است برای

کسی که برنامه داشته باشد. مهم این است که نباید احساس تهدید کرد، بلکه باید به شدت از این موضوع استقبال و استفاده نمود» (حسینی: ۱۳۸۸).

مهم‌ترین بخش این الگو، شبکه‌سازی است و مجموعه‌ای که بتواند به خوبی پدیده دولت را با نهادها گره بزند، موفق‌تر خواهد بود. مذهب شیعه به شدت قابلیت شبکه‌ای شدن را در بطن خود دارد. قبل از اینکه چیزی به عنوان حکومت اسلامی مطرح شود شیعه با شبکه‌هایش به حیات خود ادامه می‌داد و بسیار هم موفق بود. الگوی خیلی ساده‌اش همین بحث مرجعیت است.

ما در اینجا فقط به ذکر چند نمونه از نظرات کارشناسان که با تولید فکر و محتوای مناسب و مستمر و برنامه‌ریزی‌شده در فضای سایبری موافق بودند به عنوان راهکار مؤثر اشاره کردیم و این شیوه، موافقان زیادی دارد، اما آنچه می‌تواند حلقه مفقوده را تکمیل کند، تدوین سازوکار مناسب تیمی و شبکه‌ای است که با هدف‌گذاری‌های فرهنگی و با تشکیل اتاق‌های فکر، نقشه راه را برای افسران جنگ نرم ترسیم نماید تا به نتیجه مطلوب که همان دستیابی به برتری گفتمان‌های رایج در شبکه‌های اجتماعی است دست یافت؛ بنابراین در اجرای طرح کلی، روش‌مند بودن و هدف‌دار عمل کردن حرف اول را می‌زند.

در کنار همه نگرانی‌ها و نظراتی که وجود دارد، دیدگاه مقام معظم رهبری نسبت به این فناوری متفاوت و راهبردی است. در پایان با مرور رهنمودهای ایشان که در دو زمان متفاوت در خصوص بهره‌برداری مناسب از اینترنت بیان فرمودند، این بحث را کامل می‌کنیم که بسیار راه‌گشا خواهد بود.

«آنها (دشمنان) غافلند از اینکه این ابزارها می‌توانند مورد استفاده ما هم قرار بگیرد؛ یعنی وقتی اینترنت به وجود آمد، یک ابزار اختصاصی نبود، ما هم می‌توانیم از آن استفاده بکنیم؛ یعنی یک راه دوطرفه است. اگر دشمن می‌تواند از علوم ارتباطات و از پیشرفت‌ها و تازه‌های علمی این رشته استفاده کند، ما هم می‌توانیم استفاده کنیم. ما هم باید دنبالش برویم تا استفاده کنیم. چه مانعی دارد؟ از همان شیوه‌هایی که ضلالت منتشر می‌کنند، می‌شود ما استفاده کنیم و هدایت را منتشر کنیم. استعداد ما در استفاده از ابزارها، استعداد بالایی است... باید از اینگونه ابزارها استفاده کرد تا هر چه ممکن است دایره اثرگذاری خود را وسیع‌تر کنیم» (مقام معظم رهبری: ۱۳۸۱).

«امروز وظایف حوزه‌های علمیه با گذشته تفاوت‌های زیادی کرده است. حوزه‌های علمیه فقط برای اقامه جماعت نیست. منبر رفتن به صورت سنتی هم اگر محتوای عالی و پرمغزی داشته باشد، کافی نیست. امروز بینید وسایل تبلیغ در دنیا چقدر متنوع شده؛ این طرف دنیا یک نفر جوان پای یک دستگاه کوچک می‌نشیند و افکار، تصورات، تخیلات، پیشنهادهای فکری و پیشنهادهای عملی را از سوی هر کسی - بلکه هر نا کسی - از آن طرف دنیا دریافت می‌کند.

امروز اینترنت و ماهواره و وسایل ارتباطی بسیار متنوع وجود دارد و حرف، آسان به همه جای دنیا می‌رسد. میدان افکار مردم و مؤمنین، عرصه کارزار تفکرات گوناگون است. امروز ما در یک میدان جنگ و کارزار حقیقی فکری قرار داریم. این کارزار فکری به هیچ وجه به زیان ما نیست؛ به سود ماست. اگر وارد این میدان بشویم و آنچه را که نیاز ماست - از مهمات تفکر اسلامی و انبارهای معارف الهی و اسلامی - بیرون بکشیم و صرف کنیم، قطعاً بُرد با ماست؛ لیکن مسأله این است که ما باید این کار را بکنیم» (مقام معظم رهبری: ۱۳۸۴).

کتابنامه

- (۱) بروس کوئن: ۱۳۷۲؛ ۸۳ - مبانی جامعه‌شناسی - ترجمه و اقتباس دکتر غلامعباس توسلی - رضا فاضل
- (۲) بروس کوئن: ۱۳۷۲؛ ۳۸۷ - مبانی جامعه‌شناسی
- (۳) هانس جی. مورگنتا: ۱۳۸۹؛ ۴۷ - سیاست میان ملت‌ها - ترجمه حمیرا مشیرزاده
- (۴) مطهری، مرتضی: ۱۳۶۵؛ ۱۷ - تکامل اجتماعی انسان
- (۵) مطهری: ۱۳۷۵؛ ۵۶ - جامعه و تاریخ
- (۶) دادگران، سید محمد: ۱۳۸۹؛ ۱۸۹-۱۹۱، مبانی ارتباطات جمعی
- (۷) موظف رستمی، محمدعلی: ۱۳۹۰ - آسیب‌شناسی فضای مجازی در محیط سیاسی movazzaf.com/
- (۸) مجموعه مقالات برگزیده اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی: ۱۳۹۱، ۳۱۴، ج ۲
- (۹) مجموعه مقالات برگزیده اجلاس جهانی زنان و بیداری اسلامی: ۱۳۹۱، ۳۲۱، ج ۲
- (۱۰) حسینی، حسن؛ ۱۳۸۸، ۴۲ و ۴۳ - نشریه علمی - فرهنگی آندلس
- (۱۱) بیانات مقام معظم رهبری - مجله فکه - شماره ۲۹ - خرداد ۱۳۸۱
- (۱۲) سخنان مقام معظم رهبری - در جمع طلاب کرمان ۱۳۸۴/۲/۱۱