

چالش‌ها و فرصت‌های فیس‌بوک در بازتاب جهانی انقلاب اسلامی با تأکید بر سرمایه اجتماعی پاتنام

سیدمهدی ساداتی نژاد^۱

استادیار گروه علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

سید محمدحسین اکرمیان

دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۳/۱/۱۸ - تاریخ تصویب: ۹۳/۱۰/۲۰)

چکیده

امروزه شبکه‌های اجتماعی نقشی اساسی در مطالعات جامعه‌شناختی، روان‌شناختی اجتماعی، جامعه‌شناسی زبان، علوم اطلاعات و هزاران موضوع دیگر دارند و از خانواده تا سطح تحلیل ملت‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در حل مسائل، اداره کردن تشکیلات و میزان موفقیت اهداف ایفا می‌کنند. شبکه اجتماعی فیس‌بوک به سامانه مجازی مبدل شده است که بیش از ۹۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان را تحت پوشش خدمات خویش قرار داده است. انقلاب اسلامی ایران به‌عنوان انقلابی جهانشمول برای بازتاب خویش باید از این امکان نوین استفاده کند. هدف این پژوهش آن است که با شناخت قابلیت‌های فیس‌بوک و چالش‌هایی که می‌تواند ایجاد کند با استفاده از نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام این شبکه اجتماعی را در بحث بازتاب‌های جهانی انقلاب اسلامی ایران یک فرصت در نظر بگیرد و با مشخص ساختن امکانات و توانمندی‌های آن در شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطبانش با روش توصیفی-تحلیلی با ارائه راهکارهایی شرایط بازتاب جهانی انقلاب اسلامی ایران را با استفاده از این شبکه فراهم آورد تا این شبکه اجتماعی نتایجی کاربردی برای نظام جمهوری اسلامی ایران داشته باشد.

واژگان کلیدی

بازتاب جهانی انقلاب اسلامی، سرمایه اجتماعی پاتنام، شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک

مقدمه

با شکل‌گیری ارتباطات بی‌سیم، گسترش تدریجی ظرفیت پهنای باند اینترنت و از سوی دیگر توسعه و گسترش فناوری‌های پردازنده اطلاعات آنلاین، جهان مجازی در تمام عرصه‌های زندگی اجتماعی انسان‌ها وارد شده است. امروزه رسانه‌های اجتماعی مجازی در عرصه‌های جهانی روز به روز بر اهمیت خویش افزوده‌اند و نقش مهم مستقیم و یا غیرمستقیمی را در توسعه اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بازی می‌کنند و جهان را متحول ساخته و آن را به جرم جدید خود ارتباط^۱ تبدیل کرده‌اند (Castells, 2009: 58).

رسانه‌های اجتماعی جدید، ابزارهای تعاملی مبتنی بر فضای وب هستند که با دادن تجارب جدید به کاربران خویش، روزبه‌روز بر تعداد علاقه‌مندان نشان افزوده می‌شود. رسانه‌های اجتماعی مجازی با ابزارهای مختلفی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، آن‌ها را به برقراری ارتباطی راحت‌تر توانا می‌کنند تا بتوانند با اشتراک گذاشتن اطلاعات، متن، صدا، ویدئو، عکس و دیگر ارتباطات چندرسانه‌ای با یکدیگر در تعامل باشند. امروزه که قدرت اجتماعی در ساختارهای اجتماعی و نهادهای مدنی شکل می‌گیرد، رسانه‌های مجازی توانسته‌اند با شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطبان خویش آن‌ها را به سمت تحول‌خواهی حرکت دهند و قدرت اجتماعی را در خویش به وجود بیاورند. آمارها حاکی از آن است که فیس‌بوک به‌عنوان رسانه‌ای اجتماعی، روز به روز در حال تسخیر بیشتر فضای مجازی است.

در این مقاله، به سؤالاتی پرداخته می‌شود نظیر اینکه آیا فیس‌بوک می‌تواند رسانه سازنده سرمایه اجتماعی تلقی شود؟ فرصت‌ها و چالش‌های فیس‌بوک برای نظام سیاسی چه خواهد بود؟ آیا فیس‌بوک در عالم واقعیت متغیر اثرگذاری در جریان شکل‌دهی به تغییرات اجتماعی اخیر منطقه بوده است؟ آیا نادیده انگاشتن فیس‌بوک راه حل مناسبی برای حل تبعات ناشی از این شبکه اجتماعی در عرصه‌های امنیت ملی و منافع ملی است؟

در این مقاله، سعی کرده‌ایم با انتخاب نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام و تطبیق آن با فیس‌بوک به‌عنوان بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی مجازی کنونی، امکانات، توانایی‌ها و چالش‌های این شبکه را تعیین کنیم. در تحولات اخیر خاورمیانه و جهان، سرمایه اجتماعی فیس‌بوک نقش مهمی را در جهت‌دهی به تحولات داشته است و این مقاله ضرورت برنامه‌ریزی برای استفاده از سرمایه اجتماعی فیس‌بوک را در بحث بازتاب جهانی انقلاب اسلامی ایران پررنگ می‌کند.

البته نباید نقاط منفی استفاده از فیس‌بوک به‌عنوان سرمایه اجتماعی را فراموش کرد. استفاده گسترده از فیس‌بوک در انتخابات سال ۱۳۸۸ ایران ضرورت توجه به این شبکه اجتماعی را برای برنامه‌ریزان امنیتی کشور با اهمیت ساخت و شورش‌های هدایت‌شده داخلی در سال

1. New mass self-communication.

۱۳۸۸ نشان داد در صورت نبود مدیریت سرمایه اجتماعی شکل گرفته در فیس‌بوک باید شاهد تبعات امنیتی آن نیز بود.

در پایان با ارائه پیشنهادهایی برای استفاده بهینه از فیس‌بوک می‌کوشیم هدف استفاده از آن کاربردی باشد و تحقیقات گسترده در زمینه استفاده سیاسی از فیس‌بوک را در مجامع علمی کشور با اهمیت نشان دهیم و شیوه پیگیری اهداف سیاسی از فیس‌بوک بر پایه سه عنصر محجوبیت، تعامل با کاربر و خلاقیت باشد.

چارچوب نظری

سرمایه اجتماعی مفهومی جامعه‌شناختی است که به ارتباطات درون‌گروهی و بین‌گروهی افراد اجتماع با یکدیگر اشاره دارد. اگرچه تعاریف بسیار زیادی برای سرمایه اجتماعی بیان شده است، بسیاری از محققان سرمایه اجتماعی را به نوعی علاج تمام مشکلات جوامع کنونی نام می‌برند و اهمیت آن را در تحقیقات خویش گوشزد می‌کنند (Portes, A.1998: 24).

در اندیشه رابرت پاتنام، سرمایه اجتماعی به ارزش‌های جمعی گفته می‌شود که از طریق شبکه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند تمایلات جمعی را بین اعضای خویش شدت بخشند تا سرمایه اجتماعی مشترک اعضا شکل گیرد و آن‌ها درصدد کمک به یکدیگر برآیند. در اندیشه پاتنام، شبکه‌های اجتماعی ارزشمندند و ارزش‌های یک شبکه اجتماعی برای مخاطبان خود، در هر دو شکل فردی و جمعی، موجب افزایش ارتباطات اجتماعی می‌شود که بر بهره‌وری افراد و گروه‌های مبتنی بر سرمایه اجتماعی می‌افزاید (Putnam, R.D. 2000).

از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی در عصر کنونی توانسته‌اند انسان‌های زیادی را در سراسر جهان به یکدیگر وابسته کنند، حال شرایطی فراهم شده است که شبکه‌های اجتماعی توانایی شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی را داشته باشند. سرمایه اجتماعی در اندیشه پاتنام با دید مثبت نگرینده می‌شود و او سرمایه اجتماعی را تولیدکننده مشارکت مدنی و حضور همه‌جانبه مردم یک کشور در تصمیم‌گیری‌های جمعی می‌داند. از سوی دیگر، معیار سلامت اجتماعی هر جامعه‌ای نیز با میزان سرمایه اجتماعی آن سنجیده می‌شود و جوامعی که سرمایه اجتماعی بیشتری دارند موفق‌تر تلقی می‌شوند (Aessandrini, M.2002: 119).

پاتنام دو عنصر اصلی تولیدکننده سرمایه اجتماعی را هنجارها و اعتمادها می‌داند و در شبکه‌های اجتماعی افراد به دنبال ایجاد اعتماد متقابل و هنجارهای همگون برمی‌آیند که از آن‌ها سرمایه‌ای برای تحولات جمعی می‌سازد. بدین دلیل است که در اندیشه او وفاق اجتماعی با سرمایه اجتماعی رابطه مستقیم و تنگاتنگی دارد و فعالیت‌های جمعی

شبکه‌ای می‌تواند نشانی از سرمایه اجتماعی تلقی شود. رابرت پاتنام در کتاب خود، «بولینگ یک نفره»، بار دیگر تأکید می‌کند که سرمایه اجتماعی با موفقیت مشارکت سیاسی و مشروعیت هر کشور رابطه تنگاتنگی دارد و در صورت کاهش سرمایه اجتماعی، مشارکت سیاسی نیز در جامعه کاهش خواهد یافت و سرمایه اجتماعی تولیدکننده مشارکت اجتماعی است (Putnam, R D.1995: 78).

سرمایه اجتماعی می‌تواند منبع بسیار باارزشی برای منافع عمومی تلقی شود و با شکل‌دهی به آن می‌توان عناصر پردازنده از جامعه و فضای سیاسی کشور را پیوندی دوباره با نظام بخشید، پاتنام نیز اعتقاد خود را بر این نکته متمرکز می‌کند که سرمایه اجتماعی می‌تواند موجبات تقویت همکاری‌ها را فراهم آورد و از سوی دیگر با گسترش روابط حمایتی دوجانبه موجب همبستگی بیشتر اجتماعات و ملت‌ها شود و افزایش همکاری نیز موجب بهبود مشارکت اجتماعی خواهد بود (Putnam, R. D. 1993).

ساخت شبکه‌های افقی شهروندان و گروه‌ها موجب افزایش بهره‌وری اجتماع و همبستگی جامعه می‌شود، ولی سرمایه اجتماعی نیز می‌تواند در شرایطی تبعات بدی را نیز برای جامعه داشته باشد؛ برای مثال، اگر گروهی که سرمایه اجتماعی را در جامعه شکل می‌دهند، سعی در غلبه با نظام را داشته باشند، شکل‌گیری سرمایه اجتماعی جمعی برای گروهی هدایت شده که برای رسیدن به اهداف خویش از اعمال خشونت‌بار نمی‌هراسد، می‌تواند تبعات منفی برای ثبات جامعه به همراه داشته باشد. از سوی دیگر، از نظر پاتنام، مهاجرت‌ها و تنوع نژادی و عقیدتی نیز می‌تواند مانعی برای سرمایه اجتماعی باشد؛ در این صورت، گروه‌ها متحد نمی‌شوند و متفرق می‌شوند که در این صورت رفتار افراد جامعه به شدت درون‌گرا خواهد شد.

سرمایه اجتماعی فیس‌بوک

در گذشته، توجه به شبکه‌های آنلاین به عنوان عناصر شکل‌دهنده به سرمایه اجتماعی، بسیار کم بود، اما امروزه به سرمایه اجتماعی این شبکه‌ها در تحقیقات جدید توجه بسیاری شده است. تحقیقات اخیر نشان داده‌اند که همانند پیگیری اخبار و آگاهی از وقایع روزمره در جامعه، استفاده از اینترنت نیز می‌تواند بر سرمایه اجتماعی افراد اثر مثبت داشته باشد (Shah, Kwak, 2001: 162).

رشد سریع شبکه‌های اجتماعی، مانند فیس‌بوک، نشان‌دهنده افزایش میل کاربران مجازی به ساخت سرمایه اجتماعی خویش از این طریق بود و افراد می‌توانند در فضای این شبکه به جای روابط رو در رو به واسطه اینترنت، به صورت هدفمند و به صورت آنی به یکدیگر متصل باشند و افراد از این طریق در پی منافع و پیشینه‌های ذهنی خویش از ارتباط با یکدیگر بگردند.

بدین ترتیب، محققان دریافتند که فیس‌بوک به‌عنوان محبوب‌ترین شبکه اجتماعی، با تسهیل ارتباط اجتماعی و برقرار پیوندهای قوی یا ضعیف بین افراد می‌تواند به‌عنوان عنصر شکل‌دهنده به سرمایه اجتماعی در جامعه اهمیت بسزایی داشته باشد و زمینه‌ساز شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در جامعه شود (Ellison, Heino, 2006).

شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک با امکاناتی که به کاربران برای یادآوری اطلاعات دقیق تماس‌های خود می‌دهند و دادن امکاناتی چون پس‌زمینه شخصی، پس‌نمها، سلاقی هنری و فرهنگی، اطلاعاتی را بین مخاطبان شکل می‌دهد که بنا بر نظر پاتنام می‌تواند نبود اطمینان بین اعضا را کاهش دهد و این نیز خود باعث توسعه هنجار اعتماد و روابط متقابل بین اعضا و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی شود. در این صورت، افرادی که خود را به شبکه‌ای گسترده از اعضا متعلق می‌دانند، می‌توانند حمایت عاطفی بیشتری در زمان بحران شخصی دریافت کنند. این حمایت‌ها نیز خود اعتماد بین اعضای شبکه را بالاتر می‌برد. از سوی دیگر، فیس‌بوک با امکاناتی که به کاربران خود می‌دهد، از قبیل امکان بارگذاری عکس‌ها، فیلم‌ها و امکانات چندرسانه‌ای، در صدد سازماندهی سرمایه‌های اجتماعی کاربران خویش و ترویج این تولیدات محتوایی به مخاطبان انبوه می‌شود تا کاربران بتوانند با به روزرسانی اطلاعات خویش، در بحث‌های اجتماعی مشارکت فعالی داشته باشند و جامعه به سوی مشارکت تعاملی پیش رود (Joudeh, 2011).

اعضای فیس‌بوک در فهرست شخصی خود از دوستانی که به آنها اعتماد ندارند، استفاده نمی‌کنند و اعتماد و هنجارهای یکسان از عوامل دوستیابی افراد تلقی می‌شود. از این رو، بین استفاده از فیس‌بوک و داشتن شبکه آنلاینی از دوست‌داشتن‌ها و اعتماد به اعضا رابطه متقابلی وجود دارد؛ به عبارت دیگر، بین اعتماد اجتماعی گروهی و استفاده از فیس‌بوک ارتباط وجود دارد.

از سوی دیگر، در فیس‌بوک می‌توان با ایجاد و پیوستن به گروه‌های مختلف در زمینه‌های علائق متفاوت، سرمایه اجتماعی خویش را شکل داد. بنابراین، کسانی که خود را وابسته به فکر سیاسی خاصی تلقی می‌کنند، می‌توانند با بسیج اطلاعاتی فرصت‌های بیشتری را برای شرکت در فعالیت‌های مدنی و سیاسی به وجود آورند و ایجاد روابط بر پایه اعتماد در میان اعضا به افزایش قدرت بالقوه فیس‌بوک در افزایش سرمایه اجتماعی کاربران منجر می‌شود و آن‌ها را در ساخت سرمایه اجتماعی دخیل می‌کند (Kobayashi et al., 2006).

انگیزه واضح برای کاربران اینترنتی برای پیوستن به شبکه‌های اجتماعی می‌تواند نیاز به یکپارچه‌سازی و تعامل اجتماعی باشد که با شناسایی دیگران و کسب احساس تعلق شکل می‌گیرد، یافتن محلی برای گفتگوهای اجتماعی، ارتباط با خانواده، دوستان، جامعه و به دست

آوردن بینشی برای اطلاع از احوال دیگران نیز از عوامل شکل‌دهی سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک تلقی می‌شوند. فیس‌بوک می‌تواند در ساخت آگاهی مشترک پیش‌قدم شود و با تشخیص احساسات و جمع‌آوری نظرهای کاربران خود سعی در پیش‌بینی روندی جالب در اجتماع داشته باشد که هدف مخاطبانش نیز بشود.

آنچه در شبکه‌های اجتماعی یکی از روندهای اصلی سازنده سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود روزنگاری کاربران است. کاربران در این شبکه اعمال روزانه و اتفاقات و اطلاعات و تجربیات روزانه را با یکدیگر در تعامل قرار می‌دهند. به همین علت کاستلز معتقد است در جهان ارتباطات کنونی همه افراد جامعه به شهروندان روزنامه‌نگار بالقوه تبدیل شده‌اند و هر کس فقط با یک تلفن همراه مجهز نیز می‌تواند با ثبت وقایع در جامعه خویش بلافاصله آن را در شبکه‌های جهانی آپلود کند و همگان را در آن سهیم سازد (Castells, 2009: 413).

اهمیت استفاده از سرمایه اجتماعی فیس‌بوک به منظور مقاصد سیاسی

پس از آنکه در سال ۲۰۰۴، جوان نوزده ساله‌ای، به نام مارک روزنبرگ، در اتاق خوابگاهی در دانشگاه هاروارد فیس‌بوک را راه‌اندازی کرد، ابتدا فقط در اختیار دانشجویان دانشگاه هاروارد بود و افراد دیگر بدان دسترسی نداشتند، ولی بعدها در گام اول زمینه دسترسی دیگر دانشگاه‌های امریکا و پس از آن مردم عادی نیز به آن فراهم شد. رشد فزاینده این شبکه اجتماعی توانست تمامی مرزهای بین‌المللی را بشکافد و روزبه‌روز بر اهمیت توجه به این شبکه اجتماعی و سرمایه اجتماعی آن را بیفزاید. در آوریل ۲۰۱۲، تعداد کاربران جهانی فیس‌بوک در حدود ۸۳۹،۰۷۳،۳۸۰ نفر بود^۱ و این بدان معنا است که در بیان گستردگی فیس‌بوک کفایت می‌کند که یک نفر از هر دوازده نفر روی کره زمین تا به حال یک حساب کاربری فیس‌بوک برای خود درست کرده است. مؤسسان فیس‌بوک سعی دارند مرزهای زبانی را از بین ببرند و ۷۵ زبان زنده دنیا را پشتیبانی کنند. طبق آمارها، کاربران این شبکه ماهیانه بیش از ۷۰۰ میلیارد دقیقه در این شبکه زمان صرف می‌کنند (Grossman, 2010).

سیاستمداران امریکایی به‌خوبی ضرورت استفاده از قابلیت‌های فیس‌بوک را به‌منظور مقاصد سیاسی خویش درک کرده‌اند. از آنجایی‌که طبق آمارهای موجود ۷۳ درصد از افراد بالای هجده سال در امریکا به‌طور فعال با استفاده از رسانه‌های اجتماعی درگیرند و استفاده از فیس‌بوک به یکی از ارکان اصلی زندگی مردم در این کشور تبدیل شده و این مسئله ضرورت توجه به سرمایه اجتماعی این شبکه را در راستای مقاصد سیاسی در امریکا با اهمیت ساخته است (Lenhart et al., 2010: 18).

1. <http://www.checkfacebook.com> در تاریخ ۳۰ آوریل ۲۰۱۲

برای مثال، در جریان مبارزات انتخاباتی امریکا، اواما توانست با ایجاد شبکه اجتماعی تعاملی^۱ با طرفداران خویش با موفقیت درصدد جذب هزاران نفر از داوطلبان سراسر کشور بربیاید و یکی از دلایل موفقیت او در جریان انتخابات استفاده مؤثر او از شبکه‌های اجتماعی بود (Dickinson, 2008: 42). هم اکنون نیز صفحه سیاسی اواما در فیس‌بوک پرطرفدارترین صفحه سیاسی فیس‌بوک در جهان تلقی می‌شود و توانسته است هواداران بسیاری به خود جلب کند. در حوزه‌های سیاسی و عمومی در سطح جهان، بسیاری از سازمان‌های بین‌المللی نیز در فکر استفاده از سرمایه اجتماعی این شبکه در راستای منافع جهانی خویش برآمده‌اند. این سازمان‌ها سعی می‌کنند با استفاده از شبکه‌های تعاملی اینترنتی^۲ سعی در افزایش یادگیری و ایجاد اعتماد و هنجارهای مشترک برای کاربران خویش و اقدامات و تظاهرات‌هایی از این طریق در مواردی جهانی چون فقر، گرم شدن کره زمین، AIDS و حقوق بشر برای دستیابی به اهداف خویش برآیند (Raynes Goldie & Walker, 2008: 161).

مهم‌ترین معضل در انتشار جهانی آرمان‌های انقلاب اسلامی ایران نداشتن ابزارهایی برای تأثیرگذاری در افکار عمومی جهانی است. امروزه قدرت‌های بین‌المللی با در اختیار داشتن رسانه‌های ارتباطی راه‌های بدیل بسیاری را برای تأثیرگذاری در افکار عمومی جهانی دارند و سعی می‌کنند دشمنان خویش را با استفاده از این رسانه‌ها ضعیف‌تر کنند. در این شرایط، توجه به امکانات فیس‌بوک در رسیدن به مقاصد سیاسی بسیار بااهمیت نشان می‌دهد. با استفاده از فیس‌بوک زمینه برای انتشار واقعیت‌هایی وجود دارد که از طریق رسانه‌های معاند جهانی سیاه‌نمایی شده است و می‌توان به قشر عظیمی از توده‌هایی که منبع اطلاعاتی آن‌ها در این شبکه‌ها، رسانه‌های دشمن شده‌اند جواب عقلانی سؤالات و شبهاتشان را داد و از تبدیل شدن این شبکه‌ها به پاتوقی مطمئن برای توطئه‌چینی و شایعه‌پراکنی بر خلاف آرمان‌های نظام جمهوری اسلامی ایران جلوگیری کرد.

از سوی دیگر، برای اثبات اهمیت فیس‌بوک به عنوان ابزاری سیاسی در بسیج اجتماعی و شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطبانش در منطقه خاورمیانه، باید به جست‌وجو در تحولات اخیر منطقه و تشدید این تحولات از طریق شبکه اجتماعی فیس‌بوک پرداخت.

فیس‌بوک محبوب‌ترین رسانه اجتماعی در خاورمیانه است و تا مه ۲۰۱۲، فقط در مصر بیش از ده میلیون کاربر مجازی عضو این شبکه بوده‌اند. ۷۸ درصد از کاربران فیس‌بوک در مصر بین سنین ۱۵ تا ۲۹ سال هستند و این میل شدید جوانان به عضویت در این شبکه را هنجار اجتماعی نشان می‌دهد و فقط ۲۲ درصد از کاربران بالاتر از ۳۰ سال داشته‌اند.

1. SNS.

2. TakingITGlobal.org, YouthNoise.org

سیر استفاده از فیس بوک در خاورمیانه به شدت در حال افزایش است و طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۰ عضویت در فیس بوک در کشورهای خاورمیانه ۳۶ درصد افزایش داشته است (Gelvin, 2012: 51). بدین ترتیب، سرمایه اجتماعی فیس بوک توانست در تحولات اخیر منطقه نقش تعیین کننده‌ای، به عنوان ابزار سیاسی، داشته باشد.

در دسامبر ۲۰۱۰، فارغ التحصیل جوان و بیکاری که در شهر کوچکی در تونس خود را به آتش کشید اتفاقی بود که به سرعت در شبکه‌های اینترنتی به اشتراک گذاشته شد و شبکه‌های تلویزیونی نیز آن را پخش کردند، این اتفاق آغاز شکل‌گیری جنبش‌هایی توده‌ای علیه حکومت‌های مطلقه خاورمیانه بود. بسیاری از محققان این اتفاق را جرقه‌ای در نظام‌های خودکامه خاورمیانه می‌دانستند (Harsch, 2011, para:6).

این گونه شد که خودکشی بوعزیزی یادآور مشکلات طولانی مدتی برای مردم بود که دولت فاسد، محدودیت‌های حقوقی و مدنی و نرخ بیکاری بالای ۳۰ درصد توانست از عوامل انقلاب شتابزده تونس شود. تاریخ خاورمیانه برای اولین بار شاهد بود که جریان فیس بوک عربی موفق به سرنگونی نظامی سیاسی شده است. زین العابدین ابن علی، رئیس جمهور تونس، که بعد از ۲۳ سال سلطنت بی‌وقفه در تاریخ ۱۴ ژانویه توسط سرمایه اجتماعی شورشگران سرنگون شد و اولین معدوم شده از طریق فیس بوک نام گرفت.

پس از او، در ۱۱ فوریه ۲۰۱۱ حسنی مبارک، رئیس جمهور مصر، نیز مجبور به استعفا شد و پس از سه دهه حکومت طولانی فقط پس از ۱۸ روز تظاهرات بی‌وقفه کناره‌گیری کرد. زمانی که شورش‌های خیابانی در مصر زیاد شد و دولت مبارک سعی کرد کنترل بیشتری بر رسانه‌های اجتماعی دولتی داشته باشد، در همان حال میل و اقبال مردم نسبت به رسانه‌های سنتی کاهش شدیدی یافت و مردم توانستند با به اشتراک گذاشتن اخبار و حوادث در سازمان مجازی فیس بوک، سرمایه اجتماعی خویش را شکل دهند (Idle and Nunns, 2011: 28).

این فتوحات پیروزی تظاهرات کنندگان را در کشورهای منطقه را نیز نوید می‌داد که مهم‌ترین آن‌ها لیبی بود. در جریان انقلاب لیبی نیز رسانه‌های اجتماعی مجازی توانستند نقش غالبی را در جریان برکناری قذافی بازی کنند و فرایند مستندسازی گسترش شورش‌های ضد دولتی در لیبی و تلقین شرایط بحرانی برای نظام قذافی، را به خوبی ایفا کردند (Hultman, 2011, para:5).

جوانان خاورمیانه توانستند با مسلح شدن به لپ‌تاپ‌ها و تلفن‌های همراه خود صدای محبوب خویش یعنی آزادی و عدالت را به گوش همگان برسانند (idem: 8).

شبکه‌های اجتماعی عنصر اساسی شکل‌گیری تظاهرات مردمی علیه دولت‌های ذکر شده نبودند و دلایل این شورش‌ها را باید به صورتی موشکافانه در عرصه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی کشورها به صورت موردی جست‌وجو کرد. اما بسیاری از محققانی که درصدد تحلیل

این تحولات برآمدند معتقدند که بدون استفاده از فیس‌بوک هم ممکن بود این انقلاب‌ها اتفاق بیافتند، اما حداقل نمی‌توانستیم با چنین سرعتی شاهد آن‌ها باشیم. سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌های مجازی در اتفاقات اخیر در کشورهای خاورمیانه به‌خوبی نشان داد که روابط ضعیفی که در وب‌سایت‌های تعاملی، مانند فیس‌بوک، در میان مردم شکل گرفته است را می‌توان به روابطی قوی تبدیل کرد که در سازماندهی برای تغییرات اجتماعی مؤثر باشد و این ابزارهای رسانه‌ای توانایی بسیاری را با استفاده از به اشتراک گذاشتن اطلاعات و سازماندهی فعالیت به مخالفان می‌دهد و آن‌ها را در رسیدن به اهدافشان یاری می‌رساند (Tapscott, 2011: 10).

فرصت‌ها و چالش‌های استفاده سیاسی از فیس‌بوک

همان‌طور که اشاره شد، رسانه‌های اجتماعی امروزه محبوب‌ترین بخش‌های فضای مجازی برای استفاده عموم هستند. دلایل و نیازهای متنوع کاربران روزه‌روز بر رشد و دامنه گسترش رسانه‌های اجتماعی می‌افزاید. کاربران گوناگون در سطوح مختلف سنی، تحصیلی، فرهنگی و با جنسیت، نژاد و زبان‌های متفاوت بر حسب علایق، اهداف، دلایل و نیازهای خود طیف وسیعی از محتوا را تولید یا بازنشر می‌کنند. در نتیجه، استفاده و وابستگی به رسانه‌های اجتماعی رشدی روزافزون داشته و در زندگی فردی نشانه‌های سرمایه اجتماعی شکل گرفته از طریق آن، به‌خوبی قابل تشخیص است. در این شرایط، فرصت‌ها و چالش‌های استفاده از فیس‌بوک از منظر جامعه‌شناسی سیاسی در جامعه جوان ایرانی قابل اهمیت است.

گسترش دامنه نفوذ رسانه‌های اجتماعی در زندگی افراد جامعه، چه به لحاظ فردی و چه در بُعد جمعی، اجتناب‌ناپذیر است، در نتیجه، روزانه تعداد بیشتری از افراد، کسب‌وکارها، مؤسسات، تشکل‌ها و دولت‌ها به سوی استفاده از رسانه‌های اجتماعی حرکت می‌کنند. اما یکی از چالش‌های این حرکت این است که حضور در شبکه‌های اجتماعی برای افراد عادی جامعه بدون ایجاد تغییر در سبک زندگی و فرهنگ آن‌ها ممکن نیست. رسانه‌های اجتماعی به شکل خاصی با سیطره ابعاد گوناگون انسان‌محوری و اباحه‌گرایی بر کاربران‌شان زمینه تغییر بسترهای فرهنگی جوامع شرقی و غیرلیبرال را فراهم می‌کنند. زمانی که فرهنگ مهاجم بر حسب منافع خود سعی کند از طریق شبکه‌های اجتماعی در کشورها تأثیرگذار باشد، کشورهایی که مورد تهاجم واقع می‌شوند، برای مقابله با این جریان مستمر باید عقلانی تلاشی کنند.

رسانه فیس‌بوک به خویش صدای قالب لیبرالیسم را گرفته است و در اصل اینترنت زمینی است که در مالکیت تفکر غربی قرار داشته است. لزوم حضور و فعالیت در فضای مجازی و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی از یک طرف و ابعاد چالش‌برانگیز فرهنگی، امنیتی و اجتماعی این

حضور از طرف دیگر ملاحظاتی را برای فرد و جامعه به وجود می‌آورد، محدودی که بدون رعایت آن‌ها فقط سرمایه‌های فردی و جمعی جامعه است که در رسانه‌های اجتماعی از بین می‌رود. از طرف دیگر، حتی در خود غرب نیز هراس اخلاقی نسبت به اشکال جدیدی ارتباطی در قرن مدرن و سرمایه اجتماعی تولید شده در آن که می‌تواند متناقض با فرهنگ ملت‌ها باشد، هراس مشترکی است که ذهن بسیاری از متفکرین را به خویش جذب کرده است. منتقدان اشکال جدید ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی این پدیده را باعث افزایش بیگانگی افراد از جامعه و زندگی عمومی می‌دانند و نسبت به گسترش آن هشدارهای جدی می‌دادند. شبکه‌های اجتماعی علاوه بر این چالش‌ها زمینه‌ساز افشای ناامن اطلاعات، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، تشویق به رفتارهای پرخطر و تماس با جوامع خطرناک که از نظر فرهنگی متناسب با فرهنگ جامعه خودی نیستند را نیز در بر دارد. این نگرانی‌ها علاوه بر به خطر انداختن امنیت فردی در مواردی مثل امنیت ملی نیز خواهد بود (Hodgkinson, 2008; Koloff, 2008).

فرهنگ غربی و به تبع آن کسورهایی که بر جریان اطلاعات مسلط هستند، به‌خوبی می‌دانند که فرهنگ‌ها و ملت‌هایی که در این نبرد نابرابر بدون امکانات و برنامه ایستادگی نمی‌کنند به‌راحتی قابل تغییر هستند و می‌توان از مردم و سرمایه اجتماعی کاذب این شبکه‌های اجتماعی برای ترویج فرهنگ لیبرال و غیردینی در جامعه آن‌ها استفاده کرد.

در این شرایط است که در مجامع علمی خویش صحبت از شکاف دیجیتال می‌کنند و استفاده از این شکاف به‌منظور رساندن کشورهای غربی به مطامع خویش عنصری شاخص تلقی می‌شود. محققان امریکایی نشان داده‌اند در بحث استفاده از سرمایه اجتماعی فیس‌بوک برای تأثیرگذاری در منطقه باید پافشاری کرد و برنامه‌ریزی‌های دقیقی داشت، به‌گونه‌ای که آن‌ها امیدوار بودند جنبش‌های اجتماعی ضددولتی خشونت‌باری که در منطقه اتفاق افتاد، در دیگر کشورهای منطقه نیز ادامه پیدا کند و بتوان با استفاده از این شبکه‌های اجتماعی جوانان فعال این کشورها را تشویق کرد تا از این راه در دیگر کشورهای منطقه از قبیل الجزایر، اردن، سودان، بحرین، مراکش و همچنین ایران زمینه‌ها برای راهپیمایی‌های ضددولتی فراهم شود و شورش‌های اجتماعی بتواند به دولت‌ها فشار آورد تا از این شیوه در صدد باج‌خواهی از دولت‌های منطقه برآیند (Harsch, 2011: p 4).

امریکایی‌ها در جریان شورش‌های اجتماعی ایران در سال ۲۰۰۹، به نقش شبکه‌های اجتماعی اذعان کرده بودند و وزارت امور خارجه امریکا نقش تاریخی رسانه‌های اجتماعی را در میان ایرانیان به رسمیت شناخت و با ساخت حساب فارسی خویش از شورشگران خواستند

که به عضویت این شبکه درآیند و از امکانات رسانه‌ای خویش برای شدت بخشیدن ناآرامی‌های داخلی استفاده کردند (Aslan, 2011: p 2).

حال سؤال این است که آیا در ایران برخی از مسئولین دولتی می‌توانند به طور مؤثر و برنامه‌ریزی شده با مردم در تعامل باشند و از این فرصت استفاده کنند و در صدد کاهش اطلاعات غلطی باشند که به مردم می‌رسد یا با پوشاندن مبحث سعی در پاک کردن صورت مسئله بریبایند و این راه حل عقلانی‌تری تلقی می‌شود. اهمیت شبکه‌های اجتماعی در کشورهای منطقه به‌خوبی نشان داد که برای تأثیرگذاری در جریان‌ات و تحولات منطقه‌ای باید به نحو مؤثری از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرد.

در عرصه داخلی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ابزاری مؤثر در برقراری ارتباط گروهی مردم داخلی و خارجی با مسئولین و سیاستمداران ایرانی تلقی شود و امکان تعامل مستقیم با مردمی به وجود آید که عناصر مشروعیت‌بخش خویش را جدا از آرمان‌های نظام می‌بینند. شیوه تعامل با برنامه‌ریزی عقلانی در این رابطه می‌تواند به افزایش رضایت و وفاداری منجر شود و شاهد بازگشت اعتماد به مسئولین نظام، نزد گروهی بود که در فیس‌بوک خود را مجزا از آرمان‌ها تلقی می‌کنند. بهبود اعتبار پست حکومتی از طریق کسانی که در فیس‌بوک دنبال کنندگان فرد مسئول تلقی می‌شوند، می‌تواند پشتوانه خوب افکار عمومی را برای مسئولین فراهم آورد. استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند زمینه را برای جذب هواداران بیشتر مهیا سازد و با تعامل مستقیم با مردم می‌توان زمینه‌های توطئه بیگانگان و استفاده‌های غلط از این شبکه‌ها علیه منافع ملی را محدود کرد. به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت فیس‌بوک در جهان کنونی باید از این ابزار دیپلماتیک به‌منظور دیپلماسی عمومی استفاده کرد و ظرفیت‌های این شبکه را شناخت. در شبکه‌های اجتماعی می‌توان فقط با یک کلیک به میلیون‌ها نفر دسترسی یافت. استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی راه مبتکرانه‌ای برای دولت است تا بتواند در ارتباط دو طرفه با مردم به ایجاد اعتماد متقابل پردازد و دسترسی خویش به افکار عمومی که به آن دسترسی ندارد، برای رسیدن به اهداف ملی را در دستور کار خویش قرار دهد. در عرصه‌های منطقه‌ای نیز آمارها به‌خوبی بیانگر این بود که تا چه مقدار سرمایه اجتماعی فیس‌بوک اهمیت خود را در اتفاقات اخیر خاورمیانه نشان داده است و برای بازتاب منطقه‌ای انقلاب اسلامی می‌تواند یکی از راه‌های مهم و با سرعت عمل بالا و کم‌هزینه محسوب شود.

راهکارهای استفاده از فیس‌بوک برای بازتاب جهانی انقلاب اسلامی ایران

امروزه شبکه‌های اجتماعی، به‌عنوان یک رسانه، قدرت واقعی خویش را در عرصه‌های متفاوت

نشان داده‌اند و این شبکه‌ها می‌توانند محلی برای تبلیغات سیاسی، دسترسی به عقاید مردم به صورت مستقیم، شکل‌دهی به نگرش عمومی و مهم‌تر از همه شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطبان نشان باشند. اینکه چگونه می‌توان محیط مجازی و سرمایه اجتماعی فیس‌بوک به‌منظور دستیابی به اهداف و منافع ملی کشورمان استفاده کرد، مسئله‌ای است که در نگاه اول باید به اهمیت این شبکه اشاره کرد. تصویر زیر تعداد افرادی را نشان می‌دهد که در منطقه خاورمیانه عضو فیس‌بوک هستند.

جدول ۱. جدول تفکیکی کاربران اینترنت و فیس‌بوک در کشورهای خاورمیانه

کشورهای خاورمیانه	کاربران اینترنت تا سال ۲۰۰۰	کاربران اینترنت تا سال ۲۰۱۲	ضریب نفوذ اینترنت	درصد کاربران فیس‌بوک تا ابتدای سال ۲۰۱۲	تعداد اعضای خاورمیانه
بحرین	۴۰۰۰۰	۹۶۱۲۲۸	۷۷	۱/۱	۴۱۳۲۰۰
ایران	۲۵۰۰۰۰	۴۳۰۰۰۰۰۰	۵۳/۳	۴۶/۷	۷۸۸۶۸۷۱۱
عراق	۱۲۵۰۰	۳۲۱۱۸۶۰	۷/۱	۲/۴	۲۵۵۵۱۴۰
رژیم صهیونیستی	۱۲۷۰۰۰۰	۵۳۱۳۵۳۰	۷۰	۵/۹	۳۷۹۲۸۲۰
اردن	۱۳۷۳۰۰	۲۴۸۱۹۴۰	۳۸/۱	۳/۸	۲۵۵۸۱۴۰
کویت	۱۵۰۰۰۰	۱۹۶۳۵۶۵	۷۴/۳	۲/۳	۷۸۰۰۸۹۰
لبنان	۳۰۰۰۰۰	۲۱۵۲۹۵۰	۵۳	۲/۴	۱۵۸۷۰۶۰
عمان	۹۰۰۰۰	۲۱۰۱۳۰۲	۶۸/۸	۲/۳	۵۸۴۹۰۰
کرانه باختری	۳۵۰۰۰	۱۵۱۲۲۷۳	۵۷/۷	۱/۷	۹۶۶۹۶۰
قطر	۳۰۰۰۰	۱۶۸۲۲۷۱	۸۶/۳	۱/۹	۶۷۱۷۲۰
عربستان	۲۰۰۰۰۰	۱۳۰۰۰۰۰۰	۴۹	۱۴/۴	۵۸۵۲۵۳۰
سوریه	۳۰۰۰۰	۵۰۶۰۴۱۸	۲۲/۵	۵/۶	۲۲۵۳۰۷۴۶
امارات	۷۳۵۰۰۰	۵۸۵۹۱۱۸	۷۰	۶/۵	۳۴۴۲۹۴۰
یمن	۱۵۰۰۰	۲۶۹۱۰۰۰	۱۴/۹	۴/۱	۴۹۵۴۴۰
جمع کل	۳۲۸۴۸۰۰	۹۰۰۰۰۴۵۵	۴۰/۳	۱۰۰	۲۳۸۱۱۶۳۰

Internet World Stats

اهمیت توجه اعراب به شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، ایجاد صفحات تعاملی با زبان عربی و تلاش برای منافع ملی اهمیت این موضوع را نشان می‌دهد، اما هنوز به اهمیت این شبکه و استفاده سیاسی از آن توجه زیادی نشده است.

این نکته که سرمایه اجتماعی فیس‌بوک در صورت نداشتن برنامه‌ریزی برای کنترل و شکل‌دهی به آن، شکاف دیجیتال بین دولت و ملت را فراهم می‌آورد، نکته‌ای بود که پیش از این نیز بیان شد و مثال‌هایی نیز در عرصه منطقه‌ای و جهانی برای آن ارائه شد. اما مسئله قابل اهمیت این است که در عرصه داخلی استفاده از سرمایه اجتماعی فیس‌بوک به‌منظور افزایش ارتباط مردم با مسئولین و ارائه خدمات و ارتباطاتی که رضایت مردم را افزایش می‌دهند و در مرحله بعد شکل‌گیری سرمایه اجتماعی نوین از اشناری که در محیط مجازی به فعالیت دست می‌زنند، علاوه بر اینکه می‌تواند به‌منظور کسب اهداف ملی باشد، می‌تواند راه را برای شکل‌گیری سرمایه اجتماعی برای بازتاب جهانی انقلاب اسلامی و اجماع نظر داخلی فراهم آورد و این اجازه را به دیگر افراد معاند ندهد که سرمایه اجتماعی مخالف منافع ملی را در این شبکه شکل دهند.

در حالی که در ایران از تعداد نفراتی که عضو فیس‌بوک هستند آمار دقیقی وجود ندارد، اما همان‌طور که در جدول آمده است، بیشترین استفاده‌کنندگان منطقه خاورمیانه از فیس‌بوک در ایران هستند. اینکه بسیاری از این افراد جوانانی هستند که در جامعه باید از آن‌ها به‌منظور مشروعیت‌بخشی به نظام استفاده کرد و نباید شرایطی فراهم کرد که این شبکه اجتماعی مکانی برای جدایی روز افزون آن‌ها از نظام سیاسی تلقی شود.

طبق آمارهایی که به صورت موردی از فیس‌بوک وزیر امور خارجه ایران آقای ظریف طی حضور ایشان در فیس‌بوک به دست آمده است، صفحه ایشان توانسته است با بیش از ۸۰۶ هزار نفر پسند رتبه ۲۶ را در میان محبوب‌ترین صفحه‌های فارسی فیس‌بوک و رتبه ۹۰ را بین محبوب‌ترین صفحات سیاسی جهانی فیس‌بوک کسب کند.^۱ این در شرایطی است که برخی صفحاتی که در صدد ایدئولوژی ستیزی با نظام جمهوری اسلامی ایران هستند و در تعریف امنیت ملی شبکه‌های معاند تشخیص داده شده‌اند، توانسته‌اند کاربران بسیاری را در محیط مجازی گرد خویش شکل دهند. از این قبیل می‌توان به صفحاتی چون Manoto TV با بیش از یک میلیون و پانصد هزار پسندکننده ایرانی یا صفحه پارازیت با یک میلیون و صد هزار نفر ایرانی نام برد.

بنابر اعتقاد ما برای تبلیغات سیاسی در محیط فیس‌بوک و بازتاب انقلاب اسلامی با استفاده از این شبکه تبلیغات باید سه معیار مهم را لحاظ کند تا بتواند تبلیغات سیاسی موفق برای شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطبان در محیط مجازی باشد. کمپین‌هایی که در محیط فیس‌بوک برای این موضوع طراحی می‌شوند و با رویکردی سازمانی و عقلانی در صدد تأثیرگذاری در این محیط هستند، باید سه ویژگی اساسی داشته باشند تا مورد پسند واقع شوند

1. <http://www.socialbakers.com/facebook-pages/country/iran>

و در پروسه میان‌مدت و بلندمدت بتوانند اعتماد مخاطبان را به خویش جلب کنند. این کمپین‌ها باید محجوب، خلاق و در تعامل با کاربران شکل بگیرند:

- محجوب: تبلیغات و شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی در محیط فیس‌بوک نباید به صورت مستقیم و بی‌پرده باشد و سعی نماید خودش را با پیش‌فرض‌های خاص تحمیل کند. در فضای شبکه‌های اجتماعی این کاربر است که سلطنت می‌کند و توانایی چشم‌پوشی از تبلیغاتی که با هدف خاص در حال تغییر دادن به مسیر اوست را دارد و شبکه اجتماعی نیز اختیار این تصمیم را به او می‌دهد. اعتماد کاربر اگر نسبت به پاره‌ای از تبلیغات مخدوش شود، فرصت جایگزین کردن یا چشم‌پوشی از آن را به راحتی خواهد داشت. ساختار شبکه‌های اجتماعی ساختاری است که انتخاب‌های فردی را به رسمیت می‌شناسد و این انتخاب‌ها هستند که مسیر شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطب را هموار می‌سازند. به دست آوردن اعتماد مخاطب، همان‌طور که در سرمایه اجتماعی پوتنام به آن اشاره شد، در شبکه‌های اجتماعی امری ضروری تلقی می‌شود و روش‌های تبلیغاتی باید با استفاده از روش‌های پنهان تبلیغات، نظیر اشتراک‌گذاری فیلم‌ها، مقالات و برنامه‌های چندرسانه‌ای کاربردی و عقلانی، صورت پذیرد.

- خلاق: در شبکه‌های اجتماعی، اغلب مخاطبان به دنبال یادگیری نکته‌هایی هستند که در رسانه‌های سنتی به آن‌ها دسترسی ندارند. عموم کاربران جوانانی هستند که برای کسب تجربه اطلاعات نوین در جامعه خویش به این شبکه‌ها مراجعه می‌کنند. در این شرایط، کاربران از پیدا کردن پیام‌های مشابه و تکراری چندان رضایتی نخواهند داشت و به دنبال جایگزینی برای اطلاعات جدید خواهند بود. بنابراین، برای شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطبان باید راه‌هایی روان‌شناختی و جامعه‌شناختی را مدنظر داشت که از شیوه‌های علمی استفاده می‌کند و گزینه‌های تازه‌ای داشته باشد و نوآوری را در دستور کار خویش برای انتقال اطلاعات منظور بنماید تا از این طریق و استفاده از برنامه‌های کاربردی شبکه فیس‌بوک در صدد اشتراک‌گذاری آسان اطلاعات میان دو طرف و در نهایت گسترش آگاهی طرفین بود و بتوان با افزایش آگاهی طرفین نسبت به انقلاب اسلامی ایران و اهداف و زمینه‌های آن میل عمومی را نسبت به آن گسترش داد.

- تعامل کاربران: همان‌طور که اشاره شد، در شبکه‌های اجتماعی کاربران عناصر اصلی تلقی می‌شوند و فعالیت شبکه را می‌توانند برای خویش شخصی کنند. کاربران با آنلاین کردن شخصیت‌های منحصر به فرد خویش در فضای این شبکه‌ها، برای کسب اطلاعات به سهیم شدن در اطلاعات نیز علاقه‌مند هستند. مشارکت‌خواهی و کنترل فرایند مشارکت در جریان تبلیغات سیاسی امری مهم تلقی می‌شود و برای رسیدن به اهداف شبکه‌ای باید مشارکت کاربران را در تبلیغات تشویق کرد و مشارکت کاربران را با جریان انتقال اطلاعات خواستار بود

تا از این طریق میل دو طرفه و اعتماد متقابل برای رساندن شعارهای انقلاب اسلامی و شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی مخاطبان امکان‌پذیر شود.

نتیجه

امروزه در جهان، رسانه‌های اجتماعی در تمام عرصه‌های اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارند و متفکران امروزی نیز قدرت را در ساختارهای اجتماعی و نهادهای خودجوش جست‌وجو می‌کنند. سرمایه اجتماعی، به‌عنوان مفهومی که ارتباطات درون‌گروهی و مابین‌گروهی را سازماندهی می‌کند، عنصر بسیار مهمی در کسب قدرت اجتماعی محسوب می‌شود. در این پژوهش، نشان داده شد که چگونه شبکه اجتماعی فیس‌بوک می‌تواند سرمایه اجتماعی مخاطبان خویش را بازسازی کند و باید به این قابلیت فیس‌بوک توجه کرد. پاتنام دو عنصر اصلی سرمایه اجتماعی را هنجارها و اعتمادها می‌خواند که فیس‌بوک متغیر تأثیرگذاری در شکل‌گیری این دو عنصر است.

رشد شبکه اجتماعی فیس‌بوک به معنی افزایش میل کاربران این شبکه برای ساخت سرمایه اجتماعی خویش از این طریق بوده است. امروزه از هر دوازده نفر روی کره زمین یک نفر یک حساب کاربری در فیس‌بوک دارد. انگیزه واضحی که مخاطبان از پیوستن به این شبکه دارند، یکپارچه‌سازی و تعامل اجتماعی با یکدیگر است. از شبکه اجتماعی فیس‌بوک در عرصه‌های جهانی برای مقاصد سیاسی نیز استفاده شده است و از سوی دیگر در عرصه منطقه‌ای نیز فیس‌بوک توانسته است در بسیج مخاطبان خویش و شکل‌گیری تحولات اخیر منطقه نقش بسزایی داشته باشد. سرمایه اجتماعی شکل‌گرفته در تحولات اخیر خاورمیانه به‌خوبی نشان داد که روابط ضعیفی که در فیس‌بوک میان مردم شکل گرفته است، می‌تواند به روابط قوی تبدیل شود که در سازماندهی تغییرات اجتماعی مؤثر باشد. فیس‌بوک چالش‌هایی را نیز برای جوامعی همچون ایران فراهم می‌کند که در مواردی می‌تواند مخمل امنیت ملی تلقی شود. برای جلوگیری از شکاف دیجیتالی توسط رسانه‌های مدرن باید برنامه‌ریزی‌های عقلانی در برخورد‌های علمی با این موضوعات داشت. امروزه شبکه‌های اجتماعی، به‌عنوان قدرتی واقعی، توانایی‌های خویش را نشان داده‌اند و باید از این فضای مجازی به‌منظور رسیدن به اهداف و منافع ملی استفاده کرد. تعداد افراد فعال فیس‌بوک در منطقه و در عرصه‌های جهانی فضایی را فراهم آورده است که بتوان از این شبکه برای اهداف ملی نیز استفاده کرد. این پژوهش راهکار عملی برای استفاده از فضای فیس‌بوک را شکل‌دهی تبلیغات سیاسی در قالبی می‌داند که چند مؤلفه را مدنظر داشته باشد. از سویی این آگاه‌سازی باید ویژگی محجوب داشته باشد و با پیش‌فرض‌های خاص خود را به مخاطب تحمیل نکند، تا از این راه اعتماد

مخاطبان را جلب کند. خلاقیت عامل بعدی است که در تبلیغات سیاسی فیس‌بوک بسیار با اهمیت است، زیرا مخاطبان در این فضای رسانه‌ای به دنبال پیام‌های مشابه و تکراری با رسانه‌های سنتی نیستند و از سوی دیگر، این تبلیغات سیاسی باید در فرایند تعامل با کاربران شکل یابد و مخاطبان را در کسب اطلاعات دخالت دهد تا از طریق سرمایه اجتماعی فیس‌بوک بتوان انقلاب اسلامی ایران را جهانی کرد.

منابع و مأخذ

1. Aessandrini, M. (2002), "Is Civil Society an Adequate Theory?" *Third Sector Review* 8 (2).
2. Aslan, R. (2011, February 20), Tweeting to Iran. *Newsweek*.
3. Castells, M. (2009), *Communication Power*, Oxford University Press, Oxford .
4. Dickinson, T. (2008, March 20), The machinery of hope. *Rolling Stone*, 1048.
5. Ellison, N., R. Heino, et al. (2006), "Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment." *Journal of Computer - Mediated Communication* 11.
6. Gelvin, James L. (2012), *The Arab Uprisings: What Everyone Needs to Know*, Oxford University Press.
7. Grossman, L. (2010, December 15), Person of the Year 2010. *Time*.
8. Harsch, E. (2011, March 31), Cyber-activists lend savvy to North African revolutions. *News From Africa*. [Website] Retrieved April 1, 2011, from http://www.newsfromafrica.org/newsfromafrica/articles/art_12438.html
9. Hodgkinson, T. (2008), With friends like these...*The Guardian*. Retrieved February 27, 2008, from <http://www.guardian.co.uk/technology/2008/jan/14/facebook>.
10. Idle, Nadia – Alex Nunns (2011), *Tweets from Tahrir: Egypt's Revolution as It Unfolded, in the Words of the people who made it*. OR Books, New York.
11. Joudeh, R. (2011, January 2), Egypt : a social network revolution with a twist. *The Moscow News*. [Website] Retrieved April 1, 2011, from <http://themoscownews.com/comments/20110201/188383255.html?referfrom>.
12. Kobayashi, T., Ikeda, K. i., & Miyata, K. (2006), Social capital online: Collective use of the Internet and reciprocity as lubricants of democracy. *Information, Communication & Society*, 9.
13. Koloff, A. (2008, February 7), States push for cyberbully controls; but efforts to go beyond schools raise concerns over freedom of speech, privacy. *USA Today*, p.3A.
14. Lenhart, Amanda, Kristin Purcell, Aaron Smith, and Kathryn Zickuhr. (2010), *Social media and young adults*. Pew Research Center. Washington, DC.
15. Portes, A. (1998), "Social Capital: Its origins and applications in modern sociology *Annual Review of Sociology* 24: 1-24.
16. Putnam, R. D. (2000), *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, Simon and Schuster.
17. Putnam, R. D. (1995), "Bowling alone: America's declining social capital." *Journal of Democracy* 6 (1): 65-78.
18. Putnam, R. D. (1993), *Making democracy work. Civic traditions in modern italy*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
19. Raynes-Goldie, K., & Walker, L. (2008), *Our space: Online civic engagement tools for youth* In W. L. Bennett (Ed.), *Civic life online: Learning how digital media can engage youth* (161–188). Cambridge, MA: MIT Press.

20. Shah, D. V., N. Kwak, et al. (2001), "'Connecting" And "Disconnecting" With Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital." *Political Communication* 18(2): 141-162.
21. Tapscott, D. (2011, February 13), Here comes the wiki revolution. *The Star*.

