

## تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل SWOT

نجات امیری<sup>۱</sup> \* اصحاب حبیب‌زاده<sup>۲</sup>

### چکیده

مقاله حاضر با هدف تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مدل SWOT انجام شده است. این پژوهش کیفی بوده و با استفاده از طراحی پرسشنامه دلفی صورت گرفته است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارشناسان علوم ارتباطات و کارشناسان نظم و امنیت بوده که ۲۰ نفر به صورت هدفمند، به‌عنوان نمونه، جهت توزیع پرسشنامه دلفی انتخاب شدند، سپس پرسشنامه جمع‌آوری شده و شاخص‌های محیط بیرونی شبکه‌های اجتماعی مجازی (تهدیدها و فرصت‌ها) و محیط داخلی (نقاط ضعف و قوت) با استفاده از تکنیک SWOT مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد: تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی از بعد عوامل خارجی بیشتر در حوزه‌های امنیتی و بین‌المللی و از بعد عوامل داخلی، شامل نقاط ضعف و قوت کاربران و سازمان‌ها در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی و امنیتی است. در مرحله پیشگیری از تهدیدات شبکه‌های اجتماعی، راهبرد انتخابی باید حالت تهاجمی داشته باشد، همچنین بهتر است در مرحله تعاملی راهبرد تدافعی اتخاذ گردد. در مرحله بهبود وضعیت، باید کاربران و سازمان‌های مدنی از قوت‌ها استفاده کرده و تهدیدات را مرتفع سازند.

**واژگان کلیدی:** اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، فضای مجازی و SWOT

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال پنجم • شماره هفدهم • زمستان ۹۴ • صص ۳۵-۷

تاریخ دریافت مقاله: ۹۴/۴/۲۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۴/۸/۱۶

---

۱. کارشناس ارشد علوم اطلاعات و امنیت انتظامی دانشگاه علوم انتظامی امین، نویسنده مسئول (nejat.amiri@aol.com)  
۲. استادیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علوم انتظامی امین (ertabat1388@yahoo.com)

## مقدمه

توسعه فناوری‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری که در خدمت فناوری اطلاعات و کاربردهای آن قرار گرفته‌اند، جهان را دچار تغییر و تحول جدی کرده و آینده‌ای نامشخص را پیش روی انسان هزاره سوم قرار داده است. شهرهای الکترونیکی به‌عنوان نماد اساسی در تغییر، ناشی از وجود تمامی کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند (جلالی، ۱۳۸۵). توسعه دولت‌های الکترونیکی که سازمان‌های پلیسی در آنها نقش مهمی دارند، یکی دیگر از محصولات فناوری اطلاعات و ارتباطات است (Gloersen, 2008). با ورود به قرن بیست و یکم، عصر مجازی حاصل از موج چهارم تغییرات زندگی بشر، آرام آرام در حال شکل‌گیری است. عصر مجازی، فضای سایبر را که حاصل استفاده از پدیده فناوری اطلاعات و ارتباطات و کاربردهای آن است، از شکل دو بعدی موجود به فضای سه بعدی تغییر می‌دهد (جلالی، ۱۳۸۲).

طی سال‌های اخیر، همه جوامع به درجات متفاوت با ظهور و گسترش رسانه‌های اطلاعاتی مواجه شده‌اند. پدیدار شدن مفاهیمی مانند جهانی‌شدن، اجتماع مجازی، جامعه اطلاعاتی، جامعه شبکه‌ای و فضای سایبر و همچنین رواج اصطلاحات دیگری چون بانکداری، تجارت، آموزش و حکومت الکترونیک بر این واقعیت دلالت دارد که فناوری‌های نوین اطلاعاتی، صورت‌بندی تازه‌ای از حیات اجتماعی را پدید آورده است. این امر تا آنجا پیش رفته که در حال حاضر «ظرفیت تولید، توزیع و مدیریت بر اطلاعات به یکی از شاخص‌های قدرت ملی و معیار رتبه‌بندی کشورها تبدیل شده است» (نجفی، ۱۳۸۳: ۱۶).

شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول وب ۲، ارائه‌دهندگان فضایی هستند که به کاربران برای حفظ روابط اجتماعی موجود، پیداکردن دوستان جدید، شریک و سهیم شدن در تجربیات کمک می‌کنند. بنابراین کاربران در تغییر و تکامل سایت‌ها هدفمند شرکت می‌کنند (Massari, 2007:7). سایت‌های شبکه‌ای مجازی با داشتن انواع قابلیت‌های

## تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل SWOT ۹

فنی و زیباشناختی، جلوه‌ای کامل از ارتباطات تعاملی را در سطحی بسیار متفاوت و فراتر از کنش‌های صورت پذیرفته در فضای وبلاگ‌ها و اتاق‌های گفت‌وگو ارائه می‌کنند. در شبکه‌های اجتماعی مجازی هر شخص حقیقی و حقوقی می‌تواند به نام خود، گروه، حزب، سازمان، کسب و کار صنفی صفحه‌ای گشوده و با تکمیل پروفایل کاربری، خود، خانواده و دوستانش، زمینه شغلی و تحصیلی، دیدگاهش به زندگی، مذهب، علاقه‌های مطالعاتی، موسیقی ورزشی و تفریحی را معرفی کرده و محتوای صوتی، تصویری یا مکتوب شخصی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مورد نظر را با استفاده از امکانات شبکه، با دیگر اعضا به اشتراک بگذارد. این گستره بی‌نظیر ارتباط در عین جذابیت و مزیت، راه را برای تهدید امنیت کاربر و حریم خصوصی وی نیز باز می‌گذارد. بنابراین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییراتی که در نظام ارزشی فرد، هویت و ارتباطات اجتماعی می‌گذارد، ممکن است امنیت و اعتماد عمومی را در جامعه متأثر ساخته و سرنوشت معنوی و مادی تک تک افراد جامعه را درگیر سازد. هنگامی که در دنیای واقعی با یکدیگر ارتباط داریم، مرز بین افراد و نوع تعاملات آنها از پیش مشخص است، اما در فضای نوظهور، بدون مرز، فارغ از قوانین و هنجارهای رسمی شبکه‌های مجازی، فهم اینکه چه خصوصیتی از این فضا سبب ارائه خود غیرواقعی، بازتولید هویتی جدید از خود یا پنهان کردن جنبه‌هایی از خویشتن اعضا می‌شود، حائز اهمیت است. طی سال‌های اخیر، تعامل اجتماعی مجازی در فضای فروم‌ها، وبلاگ‌ها و اتاق‌های گفت‌وگو و تغییرات خود انگاره و احساس هویت و حیات اجتماعی کاربران ایرانی تحقیقات مناسبی انجام شده است (ذکایی، ۱۳۸۳).

چالش‌هایی که شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر با آنها مواجه بوده‌اند، حوزه‌هایی فراتر از فضای مجازی را تحت تأثیر قرار داده است. شبکه‌های اجتماعی از سویی به‌عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی، امکانات تعاملی قابل توجهی را برای کاربران اینترنتی فراهم کرده‌اند (Ferdinand, 2000:19) و در افزایش مشارکت شهروندان در برخی فرایندها مؤثر بوده‌اند. از سویی دیگر، این شبکه‌ها دولت‌ها را با آسیب‌های گسترده‌ای در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مواجه کرده‌اند (سردارآبادی: ۱۳۸۳: ۷۶).

شبکه‌های اجتماعی مجازی عامل تحولات و تغییرات در عصر جدید محسوب می‌شوند و با مطالعه این نکته که در مرحله پیشرفت فناوری‌های ارتباطی، کدام یک از

عوامل کلیدی و مشخصه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، آموزشی و تربیتی، حتی امنیتی تأثیرگذار است، به درکی واقع‌بینانه‌تر از نقشی که می‌تواند در حوزه‌های اجتماعی داشته باشد، مسئله‌ای مهم است. هنگامی که وب به جامعه انسانی راه یافت، کسی تصور این اندازه تغییر و تحول را نمی‌کرد. اینکه زندگی به کمک ابزارهای مبتنی وب آسان شود، تاحدی که علی‌رغم آسیب‌های ناشی از آن نتوان زندگی بدون وب را متصور شد.

با توجه به تفاوت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی نوظهور با فضاهای واقعی، این مقاله به دنبال آن است که تهدیدات و فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی را از جهت عوامل بیرونی، براساس مدل SWOT مورد ارزیابی قرار دهد و به سؤال‌های محوری زیر پاسخ دهد:

۱. مهم‌ترین تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی کدامند؟
۲. مهم‌ترین فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی کدامند؟
۳. نقاط ضعف شبکه‌های اجتماعی مجازی کدامند؟
۴. نقاط قوت شبکه‌های اجتماعی مجازی کدامند؟

### ۱. پیشینه تحقیق

در مرور پیشینه تحقیق، پژوهش‌هایی که در زمینه شبکه‌های اجتماعی مجازی در قالب مقاله و پایان‌نامه تاکنون صورت پذیرفته است، مورد مطالعه قرار گرفت و مشخص شد که در هر تحقیق به جنبه‌های مختلفی از این شبکه‌ها پرداخته شده است که به چند نمونه از آنها اشاره می‌شود:

- وکیلی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی (آسیب‌ها، تهدیدات و فرصت‌ها)» به این موضوع پرداخته است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد: در صورتی که موج‌های ایجاد شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی مهار و یا کنترل نگردند، باعث می‌شود تهدید آغاز گردد و همچنین آسیب‌هایی را نیز وارد نماید، اما این شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصت‌هایی را به ما ارائه می‌کنند که در صورت عدم توجه و غافل شدن از آن، همین فرصت نیز تبدیل به آسیب‌پذیری و تهدید خواهد شد.

- استرکی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی (مفاهیم، اصول و مبانی)» نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مجازی حاوی ترکیبی از تهدیدات (چالش‌های

## تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل SWOT ۱۱

بالقوه و بالفعل) و فرصت‌ها در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، بین‌المللی و انتظامی - امنیتی است.

- مصطفی احمدزاده (۱۳۹۰) در پایان‌نامه‌ای با موضوع «نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت»، به این موضوع پرداخته که می‌توان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به اقلیت‌هایی پراکنده پرداخت که ارتباط کمی با یکدیگر دارند و به آنها هویت بخشید و متحدشان کرد. محقق این شبکه‌ها را به‌عنوان یک فرصت نگریسته، ولی آسیب‌ها و تهدیدات این شبکه‌ها را مورد بررسی و مطالعه قرار نداده است.

- احسان پوری (۱۳۹۰) در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی نقش و تأثیر فیس‌بوک بر شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه متخصصان و کارشناسان امور رسانه»، به این موضوع پرداخته است که در آینده، وضعیت افراد در شبکه‌های رسانه‌ای، تعیین‌کننده وضعیت آنان در جامعه خواهد بود. شبکه‌ها می‌توانند به دولت قوی‌تر منجر شوند.

- زهره رجبی (۱۳۹۰) در پایان‌نامه خود با عنوان «بازنمایی گرایش‌های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با مطالعه موردی فیس‌بوک»، به فرصت‌ها و به‌ویژه فرصت‌های سیاسی که کشور می‌تواند با استفاده از این شبکه‌ها داشته باشد، پرداخته است. اما به آسیب‌ها و تهدیدات این شبکه‌ها کمتر پرداخته و به فرصت‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد، پرداخته نشده است.

## ۲. مبانی نظری تحقیق

### ۲-۱. اینترنت و فضای مجازی

در توصیف اینترنت و بیان اهمیت آن، از اصطلاحاتی چون شبکه شبکه‌ها، تار عنکبوت الکترونیکی، فضای مجازی، فضای سایبرنتیک و... استفاده شده است، فضای سایبرنتیک را با اندکی مسامحه می‌توان به فضای الکترونیکی ترجمه کرد، محیط انفورماتیکی و ارتباطی راه دور که سازنده یک فضای جغرافیای مجازی است است. زبان جاری انفورماتیک بیانگر آن است که اینترنت در تمامی ابعاد فنی، فرهنگی، اجتماعی آن در ارتباطات نوین دخالت دارد. واژه فضای مجازی اولین بار در سال ۱۹۸۴ در رمان علمی - تخیلی ویلیام گیسون با نام نیرومنس مطرح شد. این اصطلاح برای توصیف یک فضای خیالی به کار برده شد، جایی که در آن واژه‌ها، روابط، داده‌ها، ثروت و قدرت از طریق ارتباطات به

واسطه رایانه پدیدار می‌شوند (Vrooman, 2002:1). به‌طور کلی امروزه، از آنچه با شیوه زندگی و تفکر مرتبط با فناوری‌های نوین اطلاعاتی در رابطه باشد، با صفت سایبر نام می‌برند و به فضای رایانه‌ای که سازنده یک فضای جغرافیایی مجازی است فضای سایبرنتیک و یا فضای مجازی می‌گویند (محسنی، ۱۳۸۰: ۲۰۰). این فضا در حقیقت ارتباط داخلی عمده بشر را از طریق رایانه و ارتباط راه دور، بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی، به عهده دارد. به بیان دیگر فضای مجازی جهان ذهنی اطلاعات و شبکه‌های الکترونیکی است که با اینترنت قابل دسترسی است و اغلب با حیطه‌ای ناشناخته مقایسه می‌شود که مرزهای نامحدودی دارد (میردامادی، ۱۳۸۰: ۱۸). بندیکت فضای مجازی را این گونه تعریف می‌کند: جغرافیای مشترک ذهنی ساخته شده در گرداگرد اجماع و دگرگونی، قانون و تجربه، سرزمین پر از داده‌ها و دروغ‌ها، با مواد ذهنی و خاطرات، با میلیون‌ها صدا و چشم‌هایی در سکوت، کنسرت نامرئی از جست‌وجو، تبادل و تقسیم رویاها و مشاهده سادگی‌ها (Benedikt, 1991:2).

گیسون فضای مجازی را مکان تجسم همراه با رضامندی معرفی می‌کند که در آن هردو بعد فیزیکی و ذهنی خود، دچار تحول و دگرگونی می‌شوند، در واقع جسم فیزیکی در واقعیت مجازی و فضای سایبر فاقد ارزش است و طراحی خود در فضای مجازی به تقلیل پیش‌بینی‌پذیری و اعمال کنترل بر هویت می‌انجامد، در فضای مجازی متون تایپ شده بر صفحه رایانه، همچون ماسک عمل می‌کنند و این تغییر قیافه متنی می‌تواند عامل لذت و هیجان و روشی برای کسب تجربه باشد (عباسی قادی، ۱۳۹۰: ۵۸). محیط مجازی همچون لایه‌ای بر محیط واقعی قرار می‌گیرد، بدون اینکه با آن درگیر شود، ورود به محیط مجازی همچون سفر به منطقه‌ای غیرواقعی است که از داده‌های انفورماتیکی در رایانه زاده شده است، محیط مجازی به معنای لغت‌شناسانه این واژه، حالت ناکجاآباد دارد، چراکه بی‌مکان است. بدین ترتیب تجربه چند بعدی است که کاملاً یا به‌طور نسبی، از طریق رایانه خلق می‌شود و هر استفاده‌کننده می‌تواند از طریق ادراک وجود یا هویت آن را تأیید کند. برخی از ویژگی‌های این جهان مجازی عبارتند از: بی‌مکانی، فرازمانی، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی به ملت - دولت‌ها، از معرفت‌شناسی تغییرشکل‌یافته پسامدرن برخوردار بودن، قابل دسترسی بودن همزمان، روی فضا بودن و برخورداری از فضای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی جدید (فرسلون، ۱۳۸۴: ۴۱).

## ۲-۲. رسانه‌های اجتماعی

رسانه اجتماعی به هر نوع سایت یا رسانه تحت وب اطلاق می‌شود که دارای ویژگی اجتماعی بودن است و یا وب ۲ را مورد استفاده قرار می‌دهد که بلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های خبری اجتماعی (کامنت‌گذاری کاربران و تعامل آنان با اخبار و رویدادها) و ویکی‌ها از مصادیق آن هستند (استرکی، ۱۳۹۱: ۷۶).

تویتر، فیس‌بوک و لینکدین، موقعیت‌هایی را برای کاربران فراهم کرده‌اند که می‌توانند به تعامل و گفت‌وگو و تبادل پیام با یکدیگر بپردازند و اندوخته و افکار خود را به اشتراک بگذارند، تعاملی که در فضای الکترونیکی جریان می‌یابد (همان). رسانه اجتماعی به معنی نوع جدیدی از رسانه آنلاین است که در همه یا بخشی از ویژگی‌های زیر مشترک هستند:

- مشارکت: رسانه اجتماعی همه علاقمندان را به مشارکت و ارسال بازخورد ترغیب می‌کند، مرز بین رسانه و مخاطبان نامشخص است.
- دستیابی آزاد: بیشتر خدمات رسانه‌های اجتماعی، رایگان و مشارکت و ارسال نظر در آنها آزاد است، نظر دادن و اشتراک‌گذاری اطلاعات در آنها با استقبال روبرو می‌شود. محدودیت‌های دسترسی در حداقل ممکن است.
- گفت‌وگو: در حالی که رسانه سنتی به دنبال انتشار محتوا برای مخاطبان است، رسانه اجتماعی، گفت‌وگوی دوسویه را پشتیبانی می‌کند.
- اجتماع: رسانه اجتماعی به اجتماعات مجازی، امکان شکل‌گیری سریع و ارتباط مؤثر را می‌دهد و این اجتماع‌های آنلاین، علایق خویش را به اشتراک می‌گذارند.
- توانایی ارتباطی: اغلب رسانه‌های اجتماعی، با استفاده از پیوندها، منابع دیگر و مردم را با یکدیگر مرتبط می‌کنند. انواع رسانه‌های اجتماعی عبارتند از: انجمن‌های تبادل نظر، تابلوهای پیام و پادکست‌ها، بلاگ‌ها و ویکی‌ها. رسانه اجتماعی از فناوری مبتنی بر وب برای انتقال و انتشار تک‌گویی‌های رسانه‌ای به گفت‌وگوی چندجانبه استفاده می‌کند (بابایی، ۱۳۹۰: ۵۴).

### ۲-۳. جامعه شبکه‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی

این جامعه جدید در ربع آخر قرن بیستم و از طریق تعامل میان سه فرایند مستقل هم‌زمان به وجود آمد: نخست، انقلاب در فناوری اطلاعات، دوم بازسای اجتماعی - اقتصادی سرمایه‌داری و دولت‌گرایی - البته این دو شکل متفاوت، تولید سرنوشت‌های متفاوتی داشتند - و سوم، جنبش‌های فرهنگی و اجتماعی که در دهه ۱۹۶۰ در ایالات متحده و اروپای غربی سر بر آوردند.

در حالی که این تغییرات اجتماعی چند بعدی، موجب بنیان‌های اجتماعی و فرهنگی در هر بافت نهادی علمی می‌شوند، کاستلز معتقد است: از لحاظ برون‌داد وجه اشتراکاتی دارند که اگر در خود فرایند نباشد، در سطح شکل‌گیری فرم‌های اجتماعی جدید و ساختار اجتماعی خواهد بود. در ریشه‌های جامعه جدید، با همه تکثری که دارد، یک ساختار اجتماعی جدید به نام جامعه شبکه‌ای وجود دارد (Castells, 1996: 694). در این رابطه، گستره وسیع اینترنت با امکانات شبکه‌سازی بسیط، خود بستر تعامل و تقویت روابط اجتماعی را گسترانده است، به طوری که پیش از این هرگز تصور نمی‌شد. ترکیب شبکه‌سازی اجتماعی با فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی (ICT) منجر به حالات جدید برقراری ارتباط شده است. همان‌طور که ولمن بیان می‌کند، در سال‌های اخیر، سیستم‌های رایانه‌ای با مرتبط ساختن مردم و سازمان‌ها، به‌طور عمیقی اجتماعی شده و انعکاس‌دهنده نظر مانوئل کاستلز هستند که ما در حال انتقال از جوامع مبتنی بر گروه، به جوامع شبکه‌ای هستیم (Cachia et al., 2007:1183). این استاد دانشگاه بروکلی و نظریه‌پرداز، جامعه شبکه‌ای را محصول جهانی شدن اطلاعات و ارتباطات می‌داند. به تعبیر وی، در تعامل بین انقلاب فناوری اطلاعات، بحران در سیستم اقتصادی سرمایه‌داری و دولت‌سالاری و شکوفایی جنبش‌های اجتماعی فرهنگی، ساختار جدید اجتماعی، جامعه شبکه‌ای و همچنین ساختار جدید اقتصادی (اقتصاد اطلاعاتی - جهانی) و فرهنگی نوین (فرهنگ مجازی واقعی) متولد شده و در حال رشد است (Castells, op.cit). منطق شبکه‌ای، عزمی اجتماعی ایجاد می‌کند که مرتبه آن از سطح منافع اجتماعی به‌خصوصی که از طریق شبکه‌ها بیان شده‌اند، فراتر است. به بیان بهتر، قدرت جریان‌ها از جریان‌های قدرت پیشی می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه‌ها، منابع حیاتی سلطه و تغییر در جامعه ما هستند. به این ترتیب، جامعه‌ای را می‌توان به درستی جامعه شبکه‌ای نامید



که ویژگی آن برتری ریخت اجتماعی بر کنش اجتماعی باشد (Ibid). در واقع شبکه‌های دیجیتال از این جهت که هیچ محدودیتی از حیث ظرفیت پیکربندی مجدد خود ندارند، جهانی هستند. بنابراین، یک ساختار اجتماعی که زیرساخت آن مبتنی بر شبکه‌های دیجیتال است، طبق تعریف جهانی تلقی می‌شود و جامعه شبکه‌ای جامعه جهانی است. با این حال این بدان معنی نیست که افراد در هر کجای جهان در این شبکه‌ها مشارکت دارند. در واقع، شماری از آنها نقشی در این گستره نخواهند داشت، اما همگی تحت تأثیر فرایندهایی هستند که در شبکه‌های جهانی مبتنی بر این ساختار اجتماعی، الگوی مسلط تلقی می‌شوند. فعالیت‌های محوری نیز، که حیات انسانی را در هر نقطه از جهان شکل می‌دهند و کنترل می‌کنند، در این شبکه‌های جهانی سازماندهی می‌شوند. برای مثال، بازارهای مالی، تولید فراملیتی، مدیریت، توزیع کالاها و خدمات، نیروی کار بسیار ماهر، علم و فناوری، رسانه‌های ارتباطی، فرهنگ، هنر، ورزش، نهادهای بین‌المللی که اقتصاد جهانی و روابط میان دولت‌ها را مدیریت می‌کنند، مذهب، سازمان‌های مردم‌نهاد فراملیتی، که بر حقوق و ارزش‌های یک جامعه مدنی جدید و جهانی تأکید می‌کنند، همه جلوه‌هایی از این تغییر بزرگ هستند (Castells, 2004:33).

نقاط مشترک جامعه از شبکه‌های الکترونیکی ساخته می‌شوند و ابزار این شبکه‌ها رسانه‌هایی هستند که میراث عصر رسانه‌های توده‌ای هستند، اما به واسطه دیجیتالی شدن عمیقاً تغییر کرده یا تحت تأثیر سیستم‌های جدید ارتباطی قرار گرفته‌اند که حول اینترنت ایجاد شده‌اند. این مسئله در فرهنگ جدید بدان معنی نیست که شهرها از بین رفته‌اند یا تعامل چهره به چهره، مربوط به گذشته است. گرایش متضادی را شاهد هستیم؛ هرچه در فضای الکترونیکی ارتباطات بیشتری صورت می‌گیرد، افراد بیشتری می‌توانند بر فرهنگ و تجربه خود در مناطق بومی تأکید کنند (Ibid:46).

کاستلز مهم‌ترین ویژگی جامعه شبکه‌ای را مواردی از این دست برمی‌شمارد. در رویکرد جدید اقتصاد اطلاعاتی - جهانی، بیش از هر زمان دیگری بهره‌وری و رقابت در فعالیت‌های کشاورزی، صنعت و خدمات میان بنگاه‌های تجاری در سراسر جهان بر معرفت، دانش و اطلاعات و فناوری لازم برای پردازش اطلاعات مبتنی شده است. ماهیت این اقتصاد چنان است که بخش‌ها، بازارها و افراد را به یکدیگر مرتبط ساخته و در یک چرخه تولید سود، به همکاری وامی دارد و افراد، بازارها و بخش‌های فاقد امکانات را از

محدوده فعالیت‌های سودآور خود طرد می‌کند (Ibid: 34).

### ۱-۳-۲. انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی

۱. شبکه‌های اجتماعی پروفایل محور: این گونه سایت‌های شبکه اجتماعی، علاوه بر افراد، ممکن است شامل پروفایل‌های گروه‌ها، شرکت‌ها، رویدادها، سازمان‌های غیرانتفاعی و یا احزاب سیاسی باشند (Childnet International research report, 2007). بیو، فیس‌بوک و مای‌اسپیس نمونه‌های خوبی از این شبکه‌ها هستند. پس از ایجاد پروفایل و تکمیل مراحل عضویت، کاربران با مشارکت در فضای دوستان خود و با کمک قابلیت‌های چندرسانه‌ای سایت، از قبیل گذاشتن عکس، متن، محتوا یا لینک به محتواهای بیرونی، فضای خود را توسعه می‌دهند. در حال حاضر، صدها سایت شبکه اجتماعی با قابلیت‌های مختلف فنی وجود دارند که علایق و آداب و رسوم مختلفی را پشتیبانی می‌کنند و میلیون‌ها کاربر توجهشان را به آنها معطوف کرده و این سایت‌ها را در زمره کارها و فعالیت‌های روزانه خود قرار داده‌اند. در حالی که این شبکه‌ها دارای امکانات فنی متفاوتی هستند، همه آنها دارای پروفایل‌های نمایانی هستند که فهرست پیوسته دوستان را، که کاربرهای سیستم هم هستند، نشان می‌دهد. پروفایل‌ها صفحات منحصر به فردی هستند که یک فرد می‌تواند «خود را به صورت فرد»<sup>۱</sup> نشان می‌دهد (Sudden, 2003:3).

۲. شبکه‌های اجتماعی محتوا محور: در این نمونه از شبکه‌ها نیز کانون اصلی ارتباط پروفایل کاربر است که بر اساس مشارکت در محتوا سازماندهی می‌شود. به‌طور مثال در سایتی همچون فلیکر، که به سایت اشتراک عکس معروف است، نظرات و دیدگاه‌ها در خصوص عکس‌ها تبادل می‌شود و نوع عکس دلخواه و سبک عکاسی مورد نظر فرد در پروفایل وی برجسته می‌شود. اکثر شبکه‌های حرفه‌ای و تخصصی نیز در این جرگه قرار می‌گیرند.

۳. شبکه‌های اجتماعی نامشخص: در این سایت‌ها هیچ‌گونه پیش‌فرض کاربری لحاظ نشده و کاربر قادر است با امکانات سایت، فضای اختصاصی خود را ایجاد و به تبادل با افراد مورد نظر خود، تولید و به اشتراک‌گذاری محتوای دلخواه خود پردازند. به‌طور مثال، سایت wetpaint.com به کاربران اجازه می‌دهد با عضویت در یک ویکی اجتماعی خاص،

---

1. Type oneself into being

با توجه به علایق و تمایلات خود، تولید محتوا کنند.

۴. شبکه‌های مجازی چند کاربر: این گونه سایت‌ها با ایجاد فضای تخیلی و بازی گونه با اعضای دارای نمادهای مجازی (آواتار)، شرایط تعامل نماد گونه کاربران با یکدیگر فراهم می‌آورند، سایت‌های چون secondlife.com از این جمله‌اند.

۵. شبکه‌های اجتماعی همراه: در حال حاضر بیشتر شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق تلفن همراه قابل دسترسی و بسیار هم مورد اقبال قرار دارند.

۶. میکرو بلاگ: برخی سایت‌ها مانند توئیتر و فیس بوک با ایجاد امکان ارسال پیامک‌های لحظه به لحظه<sup>۱</sup> این بستر را فراهم می‌کنند تا کاربران وضعیت آنی خود را به دیگر اعضا نشان دهند.

۷. شبکه‌های موضوعی: شبکه‌های خاص پیرامون زمینه‌های خاص هستند که بیشتر جنبه حرفه‌ای، مشورتی، توصیه‌ای و توانمندسازی دارد و افراد عضو می‌توانند دیدگاه‌ها و تبادلیرشان را در موضوعات مورد نظر تبادل کنند. سایت‌های خاصی چون communitycare.co.uk از آن جمله‌اند. در حالت کلی می‌توان گفت که طراحی اصلی و پشت پرده تمامی شبکه‌های اجتماعی مجازی، مشابه هم بوده و مطابق سیستم گلوله‌برفی<sup>۲</sup> عمل می‌کنند. به دنبال ثبت نام در شبکه، که می‌تواند برخاسته از میل شخصی یا دعوت یکی از اعضا قبلی صورت گیرد، یک کاربر اقدام به ساختن پروفایل شخصی می‌کند که در کنار اطلاعات مرسوم دموگرافیک نظیر سن و شغل و اطلاعات ارتباطی مثل نام و آدرس، نکاتی درباره قابلیت‌های خاص، علایق، گرایشات فکری و اعتقادی وی نیز درج می‌شود.

### ۲-۳-۲. تعریف شبکه اجتماعی و شبکه‌سازی در فضای مجازی

«شبکه‌های ارتباطات، الگوهای تماسی هستند که به واسطه جریانات پیام‌ها، در میان ارتباط‌گران در زمان و مکان ایجاد می‌شوند» (Mong & Contractor, 2003)، بنابراین شبکه‌ها جریانات را پردازش می‌کنند. جریانات، اطلاعات جاری میان گره‌ها هستند که از طریق کانال‌های ارتباطی میان گره‌ها منتقل می‌شوند. یک شبکه، مجموعه‌ای از گره‌های

---

1. Status

2. Snow ball

به هم مرتبط است. شبکه‌ها ساختارهای انعطاف‌پذیر و قابل سازگاری هستند که با فناوری اطلاعات تقویت می‌شوند و می‌توانند هر کاری را که برایشان برنامه‌ریزی شده، انجام دهند. شبکه‌ها قادرند به شکل نامحدود گسترش یابند و فقط با تغییر تنظیمات خود هر گره جدیدی را به خود اضافه کنند؛ به این شرط که این گره‌هایی جدید نقش مانع را در تحقق دستورات مهم برنامه شبکه ایفا نکنند. برای مثال، همه مناطق دنیا ممکن است به اقتصاد جهانی وصل شوند، اما فقط تا جایی که بتوانند بر کارکرد ارزش‌آفرینی این اقتصاد، ارزش افزوده ایجاد کنند، برای مثال در منابع انسانی، بازارها، مواد خام و دیگر اجزای تولید و توزیع نقش‌آفرین باشند. اگر منطقه‌ای برای این شبکه مفید نباشد، اجازه اتصال پیدا نخواهد کرد و یا اگر دیگر ارزش قبل را نداشته باشد، از شبکه خارج می‌شوند، بی‌آنکه شبکه به‌عنوان یک کلیت دچار ایراد و نقصانی شود (Castells, 1996: 695). اما همانند سایر پدیده‌های نوظهور، در مورد شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز تعریف جامعی که مورد قبول همگان باشد، وجود ندارد؛ بلکه در این زمینه نام‌گذاری‌های فراوانی نظیر شبکه اجتماعی، جامعه آنلاین، اجتماع مجازی، شبکه اجتماعی دیجیتال یا حتی سایت شبکه اجتماعی در صدد تعریف این واژه بوده و غالباً مترادف با آن، مورد استفاده قرار گرفته‌اند. دلیل بیشتر این نوع برداشت معانی را می‌توان ارزیابی‌های مبتنی بر فرضیات دانست (Heidman, 2010: 2).

از بین تمامی این برداشت‌ها، پر دامنه‌ترین تعریف این است که شبکه‌های اجتماعی آنلاین فرم خاصی از برقراری ارتباط هستند که در آنها تعاملات و ارتباطات بین عوامل شبکه‌ای توسط یک پایگاه فنی و زیرساخت اینترنت پشتیبانی می‌شود. در این شبکه‌ها، هدف علاقه یا نیاز مشترک می‌تواند عنصری پیونددهنده باشد که باعث می‌شود عوامل مرتبط حتی بدون حضور فیزیکی احساس کنند که در یک اجتماع و جمع حقیقی قرار گرفته‌اند (Ibid). تعریفی که در این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد، تعریفی است که «بوید و الیسون»<sup>۱</sup> ارائه داده‌اند: شبکه‌های اجتماعی مجازی خدمات مبتنی بر وبی هستند که اجازه می‌دهند افراد بتوانند در چارچوب یک سیستم مشخص پروفایل‌های عمومی و نیمه‌خصوصی<sup>۲</sup> بسازند، با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و

---

1. Boyd & Ellison

2. Semi-public

اطلاعات پردازند و فهرست پیوندهای خود و دیگرانی را که در آن سیستم هستند، مشاهده کنند.

فارغ از اختصاصی بودن حوزه عملکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی (خانوادگی و دوستانه، آموزشی و دانشگاهی، تجاری و سرگرمی) امکانات و نوع طراحی شبکه‌های اجتماعی مجازی، کنش متقابل مجازی بین کنشگران را نسبت به آنچه پیش از این در فضای وبلاگ‌ها یا چت‌روم‌ها صورت می‌پذیرفت، کاملاً متنوع و متفاوت ساخته است. به‌طور خاص در فضای وبلاگ امکان طبقه‌بندی محتوا وجود ندارد و همه پست‌ها قابل رؤیت کلیه بازدیدکنندگان هستند. همچنین امکانات چت وجود ندارد و گذاشتن کامنت یا ارسال پیام الکترونیکی، تنها راه ارتباط با صاحبان وبلاگ‌ها است؛ حال آنکه در سایت شبکه اجتماعی محبوبی چون فیس‌بوک امکان چت تصویری لحاظ شده و ویژگی اختصاصی ساختن ویدئوها، عکس‌ها، دیوارنوشته‌ها و حتی مشاهده یا عدم مشاهده پروفایل صاحب صفحه برای افراد خاص، ویژگی منحصر به فردی است که فردیت را تقویت و گستره تعامل اعضا را افزایش می‌دهد. اما در فضایی وبلاگ امکان چت وجود ندارد و در بستر اتاق‌های گفت‌وگو و دیگر اجتماعات مجازی نیز کاربر فقط به‌عنوان یک عضو وارد فضا می‌شود و قدرت انتخاب یا حذف دیگری از دایره تعاملی وجود ندارد. از سوی دیگر، توانایی و اراده صاحب صفحه در طبقه‌بندی مخاطبان به گروه‌های مختلف (خانوادگی، کاری، دوستانه و غیره) به لحاظ نوع رابطه، امکان جست‌وجوی دوستان در شبکه، از جمله قابلیت‌هایی هستند که تعامل گسترده تولید آزادانه محتوا، تسهیم اطلاعات فضای شبکه‌ها را ممکن می‌سازد. همچنین از جنبه ساختاری، تفاوت‌های عمیقی میان شبکه‌ها و وبلاگ‌ها، چت‌روم‌ها و دیگر فضاهای مجازی وجود دارد. شبکه‌ها ساختارهایی با قابلیت پیکربندی مجدد خود و ساختارهای پیچیده ارتباطی هستند که در عین حال، یگانگی هدف و انعطاف‌پذیری در اجرا را مد نظر داشتند و ظرفیت سازگاری را با محیط عملیاتی دارند. حائز اهمیت است که قابلیت شبکه‌ها در گذر زمان و با معرفی کنشگران جدید و محتوای تازه، در فرایند سازماندهی اجتماعی و استقلال نسبی، با تغییر و تکامل فناوری‌های ارتباطات افزایش می‌یابد (Ellison & Boyd, 2007:211).

### ۳-۲. خاستگاه و اقتضات شبکه‌های اجتماعی مجازی

«وب ۲» را دوره جدید وب و نشانه‌ای از گسترش و تعمیق فضای مجازی در حیات بشری می‌دانند که در آن به کمک برخی از ابزارهای اینترنتی، میزان تعامل و همکاری کاربران، اشتراک اطلاعات و قابلیت‌های انتشار محتوا پیشرفت قابل توجهی داشته است. ابزارها و سایت‌های اینترنتی وب ۲ را «رسانه‌های اجتماعی»<sup>۱</sup> می‌نامند. رسانه‌های اجتماعی، طیف گسترده‌ای از سرویس‌های اینترنتی، از جمله وبلاگ‌ها، پادکست‌ها شبکه‌های اجتماعی، میکرووبلاگ‌ها، فروم‌ها، ویکی‌ها و سایت‌های اشتراک‌گذاری عکس، ویدئو و لینک را شامل می‌شوند. رشد وب ۲ پدیده‌ای حیرت‌انگیز و دارای رشد قارچ‌گونه است. این موضوع به حدی است که برخی محققان، آینده رسانه‌ها را در وب ۲ و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی می‌دانند (Creese, 2007).

علاوه بر این، این شبکه‌ها نه تنها در کشورهای توسعه‌یافته، بلکه در کشورهای پیرامونی نیز رشد قابل توجه دارند. گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی اینترنتی از منظر اقبال مخاطبان به آنها، در افزایش روزانه آمار اعضای این گونه سایت‌ها مشهود است. برای نمونه، از بین ده سایت برتر جهان، پنج سایت را می‌توان شبکه اجتماعی دانست ( Alexa, 2011). این امر سبب شده است تا این حوزه به‌عنوان میدان جدیدی برای تحقیقات اجتماعی، مورد توجه بسیاری از محققان قرار گیرد، تا جایی که برخی از محققان سخن از تحقیقات اجتماعی و علوم اجتماعی الکترونیک به میان آورده‌اند (Ackland, 2009).

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی فضای تعاملاتی جدید و بستری فراتر از حوزه‌های ارتباطات سنتی فراهم آورده‌اند. این شبکه‌ها با ارائه مفهومی نوین از زندگی مجازی و شبکه‌ای، به‌عنوان جامعه سایبری، با بنیان‌های فرهنگی و معنایی متفاوت با معادلات جامعه غیرمجازی پدیدار شده‌اند. برای شناخت و تدبیر راه‌های مواجهه با این پدیده، شناخت تأویلی از اعماق فرهنگی فضای مجازی ضروری است، چراکه مواجهه با شبکه‌های اجتماعی بدون شناخت بنیان‌های معرفتی روابط جاری در آنها، مانند مواجهه با سایه‌ها خواهد بود.

در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مفهوم کاربر جایگزین مفهوم سنتی مخاطب می‌شود، چراکه در این شبکه‌ها روابط از نوع تعاملی است. به این معنا کاربر دیگر مصرف‌کننده

محتوا نیست، بلکه در فرایندی جمعی و غیرمتمرکز به تولید محتوا می‌پردازد. امروزه رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان مجموعه قابلیت‌های شبکه‌سازی در فضای مجازی، در عرصه رقابت با رسانه‌های جمعی قرار گرفته‌اند. در رسانه‌های جمعی که به کتاب، رادیو، تلویزیون، مطبوعات و برخی قابلیت‌های اولیه فضای مجازی گفته می‌شود، مخاطبان در فرایند ارتباطی یک‌سویه، دریافت‌کنندگان پیام‌های رسانه‌ها هستند، اما در رسانه‌های اجتماعی که در نتیجه گسترش فناوری‌های ارتباطی و تلفن‌های همراه به وجود آمده‌اند. دیگر با مخاطب سروکار نداریم و از کاربر سخن به میان می‌آید. در شرایط جدید، کاربران می‌توانند هم دریافت‌کننده و هم ارسال‌کننده پیام باشند. آنها می‌توانند با استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، وبلاگ‌ها، میکرووبلاگ‌ها، پادکست‌ها و سایر گونه‌های رسانه اجتماعی محتوای تولیدی خود را منتشر کنند و رسانه‌های شخصی داشته باشند. در شبکه‌های اجتماعی مجازی، قابلیت افزودن افراد گوناگون به شبکه ارتباطی، به‌عنوان حلقه‌های ارتباطی هر فرد، قدرت شبکه‌سازی ویژه‌ای به این شبکه‌ها بخشیده است. این قدرت شبکه‌سازی در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، به دلیل سرعت بالای فضای مجازی، نظارت رسمی ضعیف‌تر و ناشناسی (گمنامی) بسیار بالاست. از این رو باید به قدرت شبکه‌سازی این فضا، به‌عنوان ابزار و رسانه‌های جدید، به لحاظ بسترسازی جهت ساخت فضای عمومی و رسانه‌ای متفاوت، بیش از پیش توجه کرد. لازمه این امر، شناخت دقیق و همه‌جانبه از تهدیدات و فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی از بعد عوامل خارجی و ضرورت توجه به نقاط ضعف و قوت‌هاست.

#### ۲-۳-۴. ساختار و ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی

از دید ساختاری می‌توان ارتباطات درون یک شبکه اجتماعی مجازی را با استفاده از یک نمودار گرافیکی شامل تعداد محدودی از گره‌ها (عوامل شبکه‌ای) و تعدادی از رشته‌ها (پیوندهای) بین این گره‌ها شبیه‌سازی کرد. در این مدل گرافیکی، رشته‌ها نشان‌دهنده این است که چه کسی با چه کسی در ارتباط است و بیانگر تعاملات اجتماعی یا روابط بین عوامل شبکه‌ای است (Haidman, 2010: 4). در جریان این تصویرسازی، به‌ویژه می‌توان «هاب‌ها»<sup>۱</sup> یا همان عوامل محوری را که دارای پیوندهای بیشتری با سایر عوامل شبکه‌ای

هستند، مشاهده کرد. برخلاف شبکه‌های اجتماعی سنتی، شبکه‌های مبتنی بر وب، امکان شفاف‌سازی وسیعی را در شبکه ارتباطی برای هر یک از عوامل فراهم ساخته است. این ویژگی توسط بسیاری از شبکه‌های اجتماعی مجازی، در جریان تصویرسازی از شبکه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه شبکه‌های اجتماعی در حالت کلی و شبکه‌های اجتماعی مجازی به صورت خاص، در کانون توجه مطالعات تحقیقاتی مختلفی قرار دارند، هنوز هم دانش تحقیقات شبکه‌ای ده‌ها سال عقب است. از این رو برای مثال استانیلی میلگرام<sup>۱</sup>، روان‌شناس آمریکایی، در اواسط دهه ۱۹۳۰ با استفاده از نتایج تحقیقاتش این نظریه را مطرح کرد که هر فرد در جهان، هم‌نوع خود را حداقل از شش بعد می‌شناسد. در این رابطه از «پدیده‌هایی جهان کوچک» یا «شش بعد جدایی»<sup>۲</sup> نیز سخن به میان آمده است (Ibid:5).

#### ۵-۳-۲. روابط شبکه‌ای مجازی

توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، افزایش ضریب نفوذ اینترنت، خاصه بهره‌گیری از امکانات وب ۲ شکل‌گیری و حفظ روابط اجتماعی از فاصله‌های دور را امکان‌پذیر ساخته و این تغییر فناوری عدم تمرکز روابط اجتماعی را به همراه داشته است. اینکه چقدر اطلاعاتی میان طرفین رد و بدل می‌شود یا درجه صحت و سقم اطلاعات چقدر است، یا کاربران با هویت واقعی خود شروع به ارتباط‌گیری می‌کنند یا خیر، در اینجا اهمیت ندارد. مهم فضایی است که افراد به لحاظ ارتباطی به راحتی در آن احساس امنیت کنند، تاجایی که حتی بتوانند تصویرهای دروغین از خود به دیگری ارائه دهند (روحی، ۱۳۸۹). به عبارت دیگر، احساس امنیت، زمینه‌ساز اعتماد به اعضای ناشناس و شکل‌گیری روابط جدید می‌شود. در این رابطه پونتام نوعی از اعتماد غیرمستقیم یا غیرشخصی را تعریف می‌کند که بر شناخت مستقیم افراد یا بخش‌ها از یکدیگر متکی است و بر پایه هنجارها و رفتارهایی قرار می‌گیرد که برای همگان در واحد اجتماعی، عمومیت یافته است. در این حالت یک فرد ممکن است مورد اعتماد قرار گیرد، بدون اینکه بخش دیگر شناخت شخصی از او یا تعاملی با او داشته باشد (Leana & Van Buren, 1999: 542-3).

- 
1. Stanley Milgram
  2. Six degrees of separation



#### ۴-۲. ماتریس نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

در این مدل دو نوع بررسی صورت می‌گیرد، یکی بررسی درونی که در برگیرنده قوت‌ها و ضعف‌های داخلی سازمان است و امکان ارزیابی دقیق از منابع و محدودیت‌های سازمان را برای مدیریت فراهم می‌سازد. بررسی درونی باید با واقع بینی انجام گیرد، بدین معنی که در برآوردها قوت‌ها اغراق نشود و ضعف‌های سازمان نادیده گرفته نشود. در چنین شرایطی مدیریت می‌تواند امکانات و محدودیت‌های سازمان را به درستی شناسایی و برنامه‌ریزی صحیحی را تنظیم و اجرا کند. از سوی دیگر، کل‌نگری برنامه‌ریزی استراتژیک ایجاب می‌کند که به محیط بیرونی سازمان نیز توجه شود. از این رو مدیریت پس از بررسی درونی به ارزیابی تهدیدات و فرصت‌های محیط بیرونی می‌پردازد. بررسی بیرونی مواردی چون شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... و موقعیت رقبا را برای مدیریت مشخص می‌سازد (الوانی، ۱۳۸۸: ۶۱).

استراتژی را می‌توان مقایسه‌ای دانست که سازمان بین مهارت‌ها و منابع داخلی و فرصت‌ها و ریسک‌ها می‌کند. این تکنیک نیز بر اساس اطلاعاتی که از ارزیابی عوامل درونی و بیرونی به دست آمده بنا می‌شود و فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی را با نقاط قوت و ضعف داخلی مقایسه می‌کند تا استراتژی‌هایی که متناسب با شرایط درونی سازمان بوده و اثرات وضعیت پیرامون سازمان را نیز در برداشته باشد به دست دهد.

تدوین استراتژی برای بهره بردن از فرصت‌ها یا نقاط قوت، نوعی حمله است، در حالی که طرح‌ریزی برای کاهش و یا حذف آسیب‌های ناشی از تهدیدها و یا نقاط ضعف به معنای دفاع است. به همین دلیل باید برای تدوین استراتژی‌های گوناگون، آنها را هماهنگ کرد. با استفاده از ماتریس SWOT می‌توان چهار نوع استراتژی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی ارائه کرد: استراتژی SO، استراتژی WO، استراتژی ST و استراتژی WT. هر کدام از این استراتژی‌ها ناظر به وضعیت خاص شبکه‌های اجتماعی مجازی، اثراتی است که این شبکه‌ها بر کاربران دارد. در گام اول باید عوامل اصلی داخلی و خارجی را مقایسه کرد. این قسمت، مشکل‌ترین بخش تهیه ماتریس است و توان قضاوت بالایی را می‌طلبد. میزان مناسب بودن استراتژی‌هایی که از این روش به دست می‌آید و صحیح یا نادرست بودن آنها به صحت اطلاعاتی است که تاکنون گردآوری شده و قوت و ضعف این استراتژی‌ها بستگی زیادی دارد، به دقتی که در تحلیل ارزیابی عوامل درونی و بیرونی

سازمان صرف شده است.

- استراتژی SO (نقاط قوت و فرصت‌ها):<sup>۱</sup> همان طور که مشخص است، این استراتژی‌ها از تقابل نقاط قوت سازمان و فرصت‌های موجود در محیط به دست می‌آید. با اجرای استراتژی‌ها سازمان می‌کوشد با به کارگیری نقاط قوت خود از فرصت‌ها موجود استفاده کند.

- استراتژی ST (نقاط قوت و تهدیدها):<sup>۲</sup> در این وضعیت محیط شبکه‌های اجتماعی کماکان و مشابه حالت قبل نقاط قوت خود را دارا بوده و تفاوت در آنجاست که به جای فرصت، تهدید وجود دارد. در این موقعیت سعی می‌شود استراتژی‌هایی را ایجاد و پیاده کرد تا اثرات مخرب تهدیدها را تا حد امکان کاهش داده و یا به کلی از آنها پرهیز شود.

- استراتژی WO (نقاط ضعف و فرصت‌ها):<sup>۳</sup> در این وضعیت فرصت‌های موجود با نقاط ضعف خود مقایسه می‌شود، نوع تحلیل باید به این وضعیت طوری باشد که با بهره‌گیری از فرصت‌ها بتواند نقاط ضعف را بهبود بخشیده و یا حتی آنها را به نقاط قوت خود تبدیل کند.

- راهبرد WT (نقاط ضعف و تهدیدها):<sup>۴</sup> وجود تهدیدهای بسیار و نقاط ضعف متعدد در شبکه‌های اجتماعی مجازی بسیار آسیب‌رسان خواهد بود. در این حالت باید سعی شود حالتی تدافعی اتخاذ شده، نقاط ضعف را کاهش داده و از تهدیدها پیشگیری شود.

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی است که در چهار مرحله انجام شده است. ابتدا از طریق فیش‌برداری و مطالعات کتابخانه‌ای، تعاریف، تحلیل‌ها، مفاهیم و مبانی نظری شبکه‌های اجتماعی مجازی از کتب و منابع علمی دست اول استخراج شد. همچنین نظرات و دیدگاه‌های نویسندگان داخل و خارج کشور از طریق اینترنت مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت.

مطالعه کیفی با استفاده از روش‌های پانل کارشناسی<sup>۵</sup> و مصاحبه عمیق<sup>۱</sup> از کارشناسان

- 
1. Opportunities - strengths
  2. Strengths- threats
  3. Opportunities- weaknesses
  4. Threats- weaknesses
  5. Expert panel

و خیرگان حوزه ارتباطات و متولیان نظم و امنیت در رابطه با استخراج و شناسایی نقاط ضعف و قوت و تهدیدات و فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با مد نظر قرار دادن کاربران شبکه‌های اجتماعی و سازمان‌های مسئول انجام شد. سپس با استفاده از طراحی پرسشنامه دلفی و مبتنی بر طرح سؤالات منظم تکرار شونده، از نخبگان و کارشناسان دو حوزه اقدام شد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارشناسان علوم ارتباطات، و کارشناسان نظم و امنیت و از هر کدام از کارشناسان مزبور ۲۰ نفر به صورت هدفمند به عنوان نمونه جهت توزیع پرسشنامه دلفی انتخاب شد، تحلیل و جمع‌بندی مقوله‌ها (نقاط ضعف، قوت، تهدیدات و فرصت‌ها) از طریق اتفاق نظر اساتید، صاحب‌نظران و کارشناسان علوم ارتباطات و کارشناسان نظم و امنیت با استفاده از روش دلفی اخذ شد. سؤالات در قالب پرسشنامه با سؤالات باز مطرح شده و با چندین بار رفت و برگشت بین تیم تحلیلگر و تیم کارشناسان به تدریج پاسخ‌ها تدقیق می‌شود. در این خصوص اولین گام با تهیه تعدادی گویه از طرف گروه اصلی پژوهش اقدام شد و برای تمامی اساتید و کارشناسان دو گروه علوم ارتباطات و کارشناسان نظم و امنیت ارسال شد تا نظرات خود را درباره هر یک از گویه‌ها (پرسش‌ها) بیان کنند. پس از گردآوری داده‌ها در دور اول، رتبه‌بندی به دست آمده در مورد مسائل مشخص شده و در دور بعد پرسشنامه‌ای تنظیم شد که حاوی رتبه‌بندی حاصل از نظر خواهی در دور اول بود. از پاسخگویان در دور دوم خواسته شد، در صورتی که نظرشان با رتبه‌بندی به دست آمده مطابقت ندارد، نسبت به توجیه تفاوت نظر خود با نتایج دور اول یا تعدیل آن اقدام کنند، بدین طریق در جمع‌بندی مقوله‌ها به یک توافق از نقطه نظرات کارشناسان دست یافتیم.

در نهایت برای ارائه راهبردهای متناسب و تحلیل شاخص‌ها از تکنیک SWOT استفاده شد. علاوه بر این سعی شده است ارزیابی عوامل محیط داخلی (نقاط ضعف و قوت) و محیط خارجی (فرصت و تهدید) در حوزه‌های فرهنگی اجتماعی، سیاسی، امنیتی و بین‌المللی مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد.

#### ۴. یافته‌های تحقیق

در این بخش از تحقیق سعی شده یافته‌های تحقیق با استفاده از ماتریس SWOT در پاسخ به

سؤالات مطرح شده ارائه شود. بنابراین با توجه به نوع مأموریت و تهدیدات پیش روی سازمان پلیس، به ویژه در حوزه‌های امنیتی و اطلاعاتی ابتدا با برخی از خبرگان و صاحب نظران حوزه‌های نظم و امنیت و کارشناسان علوم ارتباطات اجتماعی مصاحبه انجام شد و سپس برای شناسایی نقاط ضعف و قوت، تهدیدات و فرصت‌های پیرامون شبکه‌های اجتماعی مجازی با استفاده از پرسشنامه دلفی اقدام شد و مهم‌ترین و تأثیرگذارترین تهدیدات و فرصت‌ها و نقاط ضعف و قوت به صورت جدول مندرج استخراج شد. خاطر نشان می‌گردد که طراحی ماتریس SWOT در این پژوهش در سه مرحله پیشگیری از تهدیدات، ماتریس مرحله تعاملی و ماتریس مرحله بهبود وضعیت بر اساس تأکید کارشناسان و خبرگان و ماهیت و نوع مأموریت‌های سازمان پلیس است. بنابراین مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق به شرح جدول‌های زیر مطرح شده است:

جدول ۱. ماتریس مرحله پیشگیری از تهدیدات و تحلیل تقاطع نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات (SWOT)

عوامل داخلی	S- نقاط قوت	W- ضعف‌ها	رویکرد پیشگیری
<p><b>O- فرصت‌ها</b></p> <p>۱. تجربه شهروند جهانی و آشنا شدن با فناوری‌های جدید</p> <p>۲. جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز پلیس از طریق محتوای رد و بدل شده</p> <p>۳. آشنا شدن و روش برگزیدن فرهنگ رسانه‌ای</p> <p>۴. فرصتی برای شناخت مناسب ابعاد رسانه‌های اجتماعی</p>	<p>۱. ساخت صفحات شخصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی</p> <p>۲. استعداد تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۳. استعداد کاربران در زمینه فناوری‌های ارتباطی نوین</p> <p>۴. دانش فنی پلیس‌های تخصصی در بررسی فضای مجازی</p> <p>۵. امکان تعریف سیستم نظارتی</p> <p>۶. وجود مهارت‌های تخصصی (فنی، شبکه‌ای و پلیسی)</p>	<p>۱. ضعف سازمان‌های فرهنگی در زمینه آموزشی</p> <p>۲. عدم تولید محتوای مناسب</p> <p>۳. فقدان هدف‌گذاری برای نظارت الکترونیک بر روی شبکه‌ها</p> <p>۴. ضعف پلیس در فضای مجازی</p> <p>۵. فقدان برنامه جامع برای مدیریت تهدیدات نرم دشمن از طریق فضای مجازی</p> <p>۶. ضعف امکانات فنی و شبکه‌ای</p> <p>۷. ضعف قوانین اینترنتی</p>	<p>۱. اتخاذ پاسخگویی اینترنتی پلیس در شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۲. مقابله و برخورد با عناصر نفوذی و بیگانه در فضای سایبر توسط پلیس اینترنتی</p> <p>۳. طراحی شبکه‌های اجتماعی فارسی زبان برای پیشبرد اهداف آموزشی</p>
<p><b>T- تهدیدات</b></p> <p>۱. ترویج فرهنگ بی‌بندوباری</p> <p>۲. ایجاد اعتیاد جنسی</p> <p>۳. وابستگی و اعتیاد به اینترنت</p> <p>۴. بسترسازی برای تهاجم فرهنگی</p> <p>۵. تبادل مطالب هرزه‌نگاری و ضد اخلاقی در شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۶. جاسوسی و سرقت اطلاعات با اهداف از پیش تعیین شده</p> <p>۷. تغییر و رسوخ در بافت‌های فرهنگی نخبگان جامعه از طریق ظرفیت‌های شبکه‌ها</p>	<p><b>راهبرد SO</b></p> <p>۱. اعمال نظارت پلیس در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۲. تعقیب و پیگیری ناهنجاری‌های اجتماعی توسط پلیس اینترنتی</p> <p>۳. تبیین نحوه حضور پلیس اینترنتی در شبکه‌های اجتماعی جهت نظارت</p> <p>۳. توسعه مطالعات داده‌کاوی (طراحی و ایجاد پایگاه داده‌های مناسب)</p> <p>۴. تهیه کلیپ‌های آموزشی در رابطه با آسیب‌های فضای سایبر</p>	<p><b>راهبرد WO</b></p> <p>۱. تلاش در جهت اطلاع‌رسانی صحیح توسط سازمان‌های فرهنگی جهت کاهش آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۲. تدوین نظام آموزش عالی، با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۳. تقسیم شرح و وظایف پلیس‌های تخصصی سایبری در ناجا</p> <p>۴. آموزش بهینه خانواده‌ها در رابطه با IT</p> <p>۵. تدوین قوانین کارآمد و با ضمانت اجرایی در رابطه با جرائم سایبری</p>	<p><b>سایر فرصت‌ها</b></p> <p>۱. مطلع شدن از اتفاقات و شایعات در حال رخ دادن</p> <p>۲. فرصتی برای خنثی نمودن توطئه‌های خارجی علیه کشور</p> <p>۳. آشنا شدن پلیس با فرهنگ‌های اقوام ایرانی و غیر ایرانی</p> <p>۴. انتشار سریع و ارزان آگهی‌های پیشگیرانه انتظامی</p> <p>۵. آگاهی از سمت و سوی تبلیغات دشمنان</p> <p>۶. آشنا شدن با شیوه‌های تولید و مصرف</p> <p>۷. هم‌کوشی و مشارکت در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>

تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل SWOT ۲۷

ادامه جدول ۱. ماتریس مرحله پیشگیری از تهدیدات و تحلیل تقاطع نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات

عوامل داخلی	S- نقاط قوت	W- ضعف‌ها	رویکرد پیشگیری
<p><b>اهداف</b></p> <p>۱. پیشگیری از اقدامات مجرمانه در شبکه‌های اجتماعی توسط پلیس اینترنتی</p> <p>۲. هدایت محتوای شبکه‌های اجتماعی به سمت تولید محتوای علمی، فرهنگی، اسلامی و ...</p> <p>۳. پیشگیری انتظامی از فعالیت‌های خرابکارانه در شبکه‌ها</p> <p>۴. شناخت فعالیت‌ها و اقدامات شبه سازمان‌یافته در شبکه‌های اجتماعی مثل جاسوسی شبکه‌ای و سایر تروریسم و ...</p> <p>۵. مدیریت فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با رویکرد پیشگیری از جرائم</p>	<p><b>راهبرد ST</b></p> <p>۱. تفکیک فرهنگ سالم و غنی اسلامی از فرهنگ‌های بی‌بندوباری غربی</p> <p>۲. هدایت مسائل جنسی به صورت اسلامی</p> <p>۳. مدیریت بحث‌های غیریه</p> <p>۴. جنسی در دنیای واقعی</p> <p>۴. تولید مطالب علمی در شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>	<p><b>راهبرد WT</b></p> <p>بسترسازی فرهنگی لازم در استفاده از اینترنت</p> <p>۲. آموزش عملی به فرزندان توسط اولیا، مربیان و معلمان مدارس</p> <p>۳. آموزش همگانی پلیس اینترنتی به صورت الکترونیکی به شهروندان</p> <p>۴. فرهنگ‌سازی برای استفاده بهینه از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی</p>	<p>سایر تهدیدات</p> <p>۱. ظهور سازوکارهای جدید شایعه‌سازی در بستر اجتماعی</p> <p>۲. پخش تصاویر و مسائل خصوصی افراد</p> <p>۳. بسترسازی برای روابط نامناسب</p> <p>۴. شکسته شدن ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی</p> <p>۵. افزایش ضرب نفوذ جریان‌های بین‌المللی</p>
<p>سایر قوت‌ها</p> <p>۱. حضور افراد نخبه در جهت تدارک شبکه‌های اجتماعی مجازی تخصصی در کشور</p> <p>۲. وجود و بهره‌گیری از توان پلیس علمی سایبری در جهت کنترل شبکه‌ها</p> <p>۳. وجود تجارب قبلی مثل تهاجم فرهنگی و فناوری‌های تحمیلی</p> <p>۴. قابلیت تحرک اجتماعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>	<p>سایر ضعف‌ها</p> <p>۱. عدم تخصیص بودجه جهت تدارک شبکه‌های اجتماعی فارسی‌زبانان، با حضور ناظر</p> <p>۲. عدم آگاه‌سازی در مورد مسائل امنیتی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتباط آن‌لاین</p> <p>۳. محدودیت امکان هدف‌گذاری پلیس اینترنتی و سایر پلیس‌های تخصصی</p>	<p>چالش‌های راهبردی</p> <p>۱. سوءمدیریت‌ها در حوزه فضای مجازی</p> <p>۲. نبود قوانین به روز و مدرن در رابطه با برخورد با مجرمان جرائم رایانه‌ای</p> <p>۳. ضعف رسانه ملی در رابطه با تدوین راهبرد</p>	

جدول ۲. ماتریس مرحله تعاملی و تحلیل تقاطع نقاط ضعف، قوت، تهدیدات، فرصت‌ها (SWOT)

عوامل داخلی	S- قوت‌ها	W- ضعف‌ها	رویکرد تعاملی
<p><b>O- فرصت‌ها</b></p> <p>۱. شبکه‌های اجتماعی مجازی، کانون و ابزار آموزشی، جمع‌آوری ایده‌ها، اطلاعات درون داده‌ها</p> <p>۲. پیشگیری از بیماری‌های مزمن و خطرناک از طریق اطلاع‌رسانی تابلو اعلانات شبکه‌های اجتماعی مجازی و اطلاع از درمان بیماری‌ها از طریق لینک شدن با سایت‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>	<p>۱. امکان استفاده از تصاویر سه‌بعدی در شبکه‌های اجتماعی توسط کاربران ایرانی</p> <p>۲. مطلع کردن دوستان علمی، تجاری، ورزشی و... از طریق آخرین اخبار جهانی</p> <p>۳. برقراری شبکه ارتباطات مجازی و مدرن</p> <p>۴. به‌کارگیری ساختار و شبکه‌های جایگزین مثل شبکه‌های اجتماعی فارسی زبان</p>	<p>۱. ضعف بنیادی و اعتقادی خانواده‌ها به لحاظ ارزش‌های خانوادگی</p> <p>۲. محدودیت مؤلفه‌های هویت بخش به جوانان مانند (احزاب و سازمان‌های مدنی)</p> <p>۳. محدودیت نسبی روابط دختر و پسر در سطح جامعه</p> <p>۴. ضعف در طراحی شبکه‌های جایگزین</p> <p>۵. ضعف روابط مجازی و شبکه‌ای</p>	<p>۱.۱. اتخاذ رویکرد مبتنی بر مداخله‌گرایی به شکل فعال در شبکه‌ها توسط سازمان‌های مدنی و پلیس</p> <p>۲. اطلاع‌رسانی سریع در جهت گسترش ابعاد مثبت فناوری‌های جدید</p> <p>۳. حضور اولیا و مربیان در جهت فعالانه عمل کردن در فضای سایبری</p> <p>۴. حفاظت از اطلاعات مبادله شده کاربران</p>
<p><b>T- تهدیدات</b></p> <p>۱. فعالیت‌های خرابکارانه مثل ارسال ویروس، نفوذ غیر مجاز</p> <p>۲. انجام کارهای بزهکارانه</p> <p>۳. جاسوسی شبکه‌ای</p> <p>۴. طراحی سناریوهای متفاوت و پیچیده دشمنان از طریق فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی</p> <p>۵. گسست بین نسلی</p>	<p><b>راهبرد ST</b></p> <p>۱. پایه‌گذاری همایش‌هایی توسط سازمان‌های مسئول در مورد آسیب‌شناسی محیط سایبر در سطح شهرها</p> <p>۲. ایجاد ستادهای حفاظت اجتماعی شهرستان‌ها و پیشگیری از وقوع جرم با تأکید بر موضوع پیشگیری از آسیب‌های رسانه‌های تحمیلی</p>	<p><b>راهبرد WO</b></p> <p>۱. توسط صدا و سیما برنامه متنوعی مانند شوک، مکث، مصاحبه با کارشناسان و غیره در ساعات پر بیننده پخش شود تا از غفلت خانواده‌ها در این مورد برحذر شوند.</p> <p>۲. آموزش و اطلاع‌رسانی اثربخش کاربران شبکه‌های اجتماعی در سطح جامعه (آسیب‌ها، تهدیدات و...)</p>	<p><b>سایر فرصت‌ها</b></p> <p>۱. برقراری ارتباط سریع و ارزان</p> <p>۲. ترویج و تبلیغ ارتباطات اسلامی حقیقی در شبکه‌های اجتماعی مجازی</p> <p>۳. جذب مشتریان داخلی و خارجی در شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۴. فعالیت در فضای متناسب با روحیات نسل جوان</p> <p>۵. خدمات‌رسانی و یا تدارک حرکات جمعی در شبکه‌ها</p>
<p><b>اهداف</b></p> <p>۱. قانونمند کردن نظام الکترونیک کشور</p> <p>۲. طراحی نظام و پدافند سایبری تحت حمایت مقام معظم رهبری</p> <p>۳. تشکیل و راه‌اندازی اینترنت ملی و شبکه‌های اجتماعی متنوع داخلی</p> <p>۴. خنثی نمودن توطئه‌های دشمنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>	<p><b>راهبرد ST</b></p> <p>۱. رصد و پایش مستمر فضای سایبر</p> <p>۲. ضرورت فرهنگ‌سازی در استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۳. رشد و گسترش (کمی و کیفی) امور مطالعاتی در زمینه فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۴. هماهنگی و همکاری سایر سازمان‌ها با ناجا به منظور برقراری امنیت در فضای سایبر</p>	<p><b>راهبرد WT</b></p> <p>۱. احداث لابراتوارهای ویژه جرایم سایبر و استفاده از تیم‌های متخصص و کارآمد برای نظارت بر کلیه تخلفات شبکه‌های اجتماعی با استفاده از ابزارهای الکترونیکی</p> <p>۲. مدیریت شبکه‌ای پلیس در شهر الکترونیک</p> <p>۳. رفع تبلیغات منفی و سایت‌های مستهجن و فیلترینگ آنها</p>	<p><b>سایر تهدیدات</b></p> <p>۱. پنهان‌سازی هویت</p> <p>۲. تهدید بنیان خانواده‌ها</p> <p>۳. انحرافات اخلاقی و فردی</p> <p>۴. چالش‌های انتقادی ستیزه‌جویانه در مباحث اعتقادی و اخلاقی</p> <p>۵. برچسب زدن‌ها به احزاب و قومیت‌ها و گسستگی (اختلافات قومی و مذهبی)</p> <p>۶. تغییر رویکردها و دیدگاه‌های اجتماعی با اهداف منفی</p>
	<p><b>سایر قوت‌ها</b></p> <p>۱. ماهیت غیر رو در روی ارتباطات الکترونیکی</p> <p>۲. انتشار سریع اطلاعات در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی</p> <p>۳. زیربنای آینده‌اندیشی در حوزه فضای مجازی</p> <p>۴. فعال‌سازی شبکه‌های ارتباطی واقعی و مجازی تعاملی</p>	<p><b>سایر ضعف‌ها</b></p> <p>۱. افزایش فزاینده سن ازدواج جوانان</p> <p>۲. ضعف اولیا و مربیان در آموزش کاربران در فضای مجازی</p> <p>۳. موضوع افسارگسیخته مسائل جنسی و عدم مدیریت این موضوع توسط مسئولان</p>	<p><b>چالش‌های راهبردی</b></p> <p>۱. عدم اتفاق نظر و توافق بین کارشناسان و مهندسين فضای مجازی جهت طرح چشم‌انداز سایبری</p> <p>۲. عدم تخصیص بودجه مناسب در نظام بودجه‌بندی کشور جهت اجرای طرح‌های عملی در فضای سایبری</p>

تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل SWOT ۲۹

جدول ۳. ماتریس مرحله بهبود وضعیت موجود با رویکرد رقابتی و تحلیل تقاطع نقاط ضعف و قوت، تهدیدات و

فرصت‌ها (SWOT)

عوامل داخلی	S- نقاط قوت	W- ضعف‌ها	رویکرد رقابتی
<p><b>O- فرصت‌ها</b></p> <p>۱. شبکه‌های اجتماعی ابزاری برای برقراری روابط اجتماعی، مدنی بین فردی و...                  ۲. سوق دادن تبلیغات رسانه‌ای و شبکه‌های خارجی به سمت اهداف ملی                  ۳. شبکه اجتماعی مجازی، ابزاری برای تبلیغات تجاری و اقتصادی</p>	<p>۱. استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و افزایش قدرت تعامل پلیس با شهروندان                  ۲. استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط پلیس به‌عنوان دستیابی به پایگاه‌های داده اطلاعاتی و بانک اطلاعاتی                  ۳. پیش‌بینی‌های اطلاعاتی پلیس مبتنی بر داده‌های اطلاعاتی فضای مجازی                  ۴. اقدام پژوهی مناسب کارشناسان پلیس در خصوص بررسی‌های فنی در فضای مجازی</p>	<p>۱. عدم شناخت مناسب از شبکه‌های اجتماعی در بخش‌های مدیریتی، سازمان‌های مرتبط به‌خصوص سازمان پلیس                  ۲. عدم انجام پژوهش‌های علمی و آکادمیک مؤثر در زمینه شبکه‌های اجتماعی در سازمان پلیس                  ۳. عدم اجرای قوانین تصویبی در رابطه با فضای مجازی                  ۴. عدم کارکرد صحیح سیستم‌های نظارتی بر فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های مرتبط</p>	<p>۱. اقدام سریع در شناسایی عوامل و مجرمین جرائم رایانه‌ای                  ۲. به کارگیری توانایی‌های بالقوه و بالفعل جهت ارتقای کیفیت تولید محتوای اسلامی                  ۳. تعیین حوزه فعالیت‌ها و اقدامات سازمان‌های مسئول در رابطه با فعالیت‌های مجازی و ارائه گردش کار</p>
<p>۶. یادگیری مهارت‌های اصول جمع‌آوری اطلاعات توسط پلیس از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی                  ۷. شبکه‌های اجتماعی کانونی برای کشف تحولات پدیدآمده در رفتارهای اجتماعی                  ۸. شبکه‌های اجتماعی مجازی، ابزاری برای ترویج خلاقیت فردی و جمعی</p>	<p><b>راهبرد SO</b></p> <p>۱. ردیابی و شناسایی پلیس و ایجاد محدودیت برای مجرمان فضای سبیری و شبکه‌های اجتماعی                  ۲. وجاهت قانونی بخشیدن به اقدامات پلیس در شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین                  ۳. به کارگیری خبرگان و کارشناسان علوم ارتباطات جهت افزایش دانش پلیس در حوزه ارتباطات مجازی</p>	<p><b>راهبرد WO</b></p> <p>۱. تعیین و طرح‌ریزی مشاوره‌های روان‌شناسی جهت پاسخگویی خودکار به سؤال‌های ذهنی کاربران                  ۲. عضوگیری و مورد تأیید قراردادن فعالیت‌های جوانان در فضای واقعی به منظور تقویت هویت و خال‌های عاطفی کاربران                  ۲. ایجاد جاذبه و انگیزه در حوزه‌های آموزشی یا تفریحی و سرگرمی جهت ابراز هیجان کاربران</p>	<p><b>سایر فرصت‌ها</b></p> <p>۱. افزایش نسبی اعتماد به نفس کاربران                  ۲. برقراری ارتباط با افراد مورد نظر در زمینه‌های علمی، تجاری و...                  ۳. شبکه‌های اجتماعی، کانون‌های تخصصی، صنفی، منبع اطلاعات                  ۴. تقویت جاذبه‌ها                  ۵. برنامه‌ریزی و تقسیم کار ارگان‌های فرهنگی برای استفاده از فرصت‌ها</p>
<p>۱. ابزار مناسبی جهت دسیسه‌چینی                  ۲. زورگیری الکترونیکی                  ۳. وقوع انواع جرائم سایبری                  ۴. سوءاستفاده مالی و کلاهبرداری از کاربران                  ۵. دموکراسی دیجیتال                  ۶. افزایش جرم و جنایت به دلیل عدم بهره‌گیری از فرصت‌های ملی جهت مدیریت شبکه‌ها</p>	<p><b>راهبرد ST</b></p> <p>۱. ایجاد ابزارهای الکترونیکی و هوشمند جهت جلوگیری از دسیسه‌چینی توسط افراد عضو شبکه‌های اجتماعی                  ۲. مدیریت ارتباطات و تعاملات مجازی در جامعه شبکه‌های کنترل سایت‌ها و شبکه‌های جرم‌خیز و هزرت‌نگار، به‌ویژه فیس‌بوک و توئیتر                  ۴. رفع موانع و محدودیت‌های اجرای نظارت الکترونیکی</p>	<p><b>راهبرد WT</b></p> <p>۱. جلوگیری از افزایش جرم و بزهکاری در جامعه اطلاعاتی (شبکه‌ای)                  ۲. انهدام فعالیت‌های شبه‌سازمان‌یافته و آسیب‌رسان در شبکه‌های اجتماعی مانند دعوت به حضور در اماکن مفسده‌برانگیز و پارتی‌های شبانه                  ۳. تقسیم کار و هماهنگی با دانشگاه‌ها و اساتید جهت طرح راهبرد رقابتی و پایدار</p>	<p><b>سایر تهدیدات</b></p> <p>۱. افتادن به دام‌های افراد و گروه‌های منحرف و خطرناک                  ۲. ایجاد مطالبات جدید                  ۳. دعوت به تشکیل تجمعات و اجتماعات غیرقانونی                  ۴. افزایش علایق جوانان به آن سوی آب                  ۵. ارتباط با گروه‌های برانداز و معاند نظام                  ۶. اختلال در روند کنترل جریان اطلاع‌رسانی (بخش شایعه)</p>
<p>۱. به‌روزرسانی دانش پلیس در زمینه‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی                  ۲. آگاه‌سازی جامعه و شهروندان از خطرات بالقوه شبکه‌های اجتماعی</p>	<p><b>سایر قوت‌ها</b></p> <p>۱. امکان برقراری ارتباط و گفت‌وگو با مخاطبان با استفاده از ابزارهای مختلف الکترونیکی و دیجیتالی                  ۲. تلاش کاربران برای سازگار شدن با تحولات عصر جدید                  ۳. بهره‌برداری اطلاعات مورد نیاز پلیس از بانک‌های اطلاعاتی فضای مجازی به‌ویژه سایت‌های اینترنتی</p>	<p><b>سایر ضعف‌ها</b></p> <p>۱. نبود ID و شناسنامه‌های معلوم کاربران جهت پیگیری و نظارت                  ۲. ارتباط نامطمئن و ناآرامد کاربران در سایت‌های نامطمئن                  ۳. ضعف ارتباطات مجازی                  ۴. تسلیم و انفعال و منتظر آمدن آینده</p>	<p><b>چالش‌های راهبردی</b></p> <p>۱. شبکه‌های اجتماعی چالش اصلی حکومت در امنیت جامعه اطلاعاتی                  ۲. عدم بسترسازی‌های مناسب جهت افزایش فرصت فناوری‌ها و کاهش تهدید آنها                  ۳. مقابله با تهدید هم می‌تواند چالش راهبردی باشد</p>

## ۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تأثیر شبکه‌های اجتماعی به اعتقاد کارشناسان علوم ارتباطات، باعث شکل‌گیری مفاهیمی همچون صمیمیت و اعتماد در فضای سایبر شده است. به عبارتی اعتماد به صحت داده‌ها و ارائه اطلاعات در این فضا که به صورتی کنترل نشده عرضه می‌شود، خود از مواردی است که می‌تواند جنبه‌های مثبت و منفی داشته باشد و هنوز نحوه صحیح مواجهه با آن در جوامع ناشناخته باقی مانده است. از طرفی برخی از اطلاعات ارائه شده توسط کاربران می‌تواند منجر به کاهش پابندی به مباحث اخلاقی باشد که این امور نیز بر دوام و استحکام روابط جوانان می‌تواند اثرگذار باشد. این شبکه‌ها با آسیب‌های گسترده‌ای در حوزه‌هایی از قبیل حریم خصوصی، کپی‌رایت، اعتیاد مجازی، سوءاستفاده از کودکان، دزدی اطلاعات و هویت و مواردی این‌چنینی مواجه بوده‌اند. چالش حریم خصوصی از مهم‌ترین مباحثی است که همواره درباره شبکه‌های اجتماعی مطرح بوده است. کاربران اینترنت در این شبکه‌ها بخشی از اطلاعات شخصی خود را در اینترنت منتشر می‌کنند که می‌تواند مخاطراتی برای آنها به همراه داشته باشد. سایت‌های شبکه اجتماعی، حجم قابل توجهی از اطلاعات شخصی میلیون‌ها کاربر را در اختیار دارند و امکان سوءاستفاده شرکت‌های تجاری و دولت‌ها از این اطلاعات همواره از دغدغه‌های اصلی مطرح شده درباره این شبکه‌هاست. این شبکه‌ها همچنین عرصه ارتباطات سیاسی را نیز متحول کرده‌اند.

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی یکی از ساده‌ترین روش‌ها برای آشنایی با افراد، آغاز و تداوم دوستی با دیگران است که بی‌شک حضور در آنها لازمه زندگی انسان امروزی در فضای مجازی است. این سایت‌ها رسانه‌ای پویا و دینامیک برای دسترسی به پیام افراد مختلف از سراسر جهان هستند از طریق این پیام‌ها، هر شخص می‌تواند در مکالمه‌ای وارد شود، تبادل نظر نامحدود داشته باشد، بدون اینکه مکان مشارکت‌کنندگان در این مکالمه اهمیتی داشته باشد. این چیزی است که تا قبل از قرن ۲۱ هرگز امکان‌پذیر نبوده و هرگز در تاریخ بشر مشاهده نشده است. به هر حال شبکه‌های اجتماعی آثار منفی و مثبت خاص خود را دارد.

فناوری‌های نوین ارتباطی عصر جدید که دستاورد شبکه جهانی اینترنت هستند، تمامی ابعاد و حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و حتی ابعاد امنیتی زندگی بشر را دچار تغییر و تحول کرده‌اند. شناخت کلیه فناوری‌ها و شبکه‌های اجتماعی و ابعاد



آنها حوزه مطالعات جداگانه‌ای می‌طلبند. در این مقاله به بیان مسئله، پیشینه تحقیق، اهداف، مبانی نظری و روش‌شناسی تحقیق پرداخته شده و شاخص‌های تهدیدات، فرصت‌ها، شناسایی نقاط ضعف و قوت شبکه‌های اجتماعی مجازی با استفاده از تکنیک SWOT مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. شاخص‌ها حاصل از جداول پرسشنامه دلفی و ارزیابی عوامل محیطی داخلی و خارجی با استفاده از اهداف و راهبرد به شرح زیر تفسیر شده است:

۱. در مرحله پیشگیری از تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی راهبرد انتخابی باید

حالت پیشگیرانه داشته باشد، چراکه قوت‌ها و فرصت‌های خوبی فراهم شده است. در این حالت کاربران و سازمان‌های مسئول، به‌ویژه پلیس سایبری باید از فرصت‌ها و قوت‌های خود در یک روند رشد پایدار استفاده کنند. بنابراین بهتر است پلیس سایبری پاسخگویی اینترنتی در شبکه‌های اجتماعی اتخاذ کند و با عناصر نفوذی بیگانه در فضای شبکه‌های اجتماعی مقابله و برخورد قانونی داشته باشد و شناخت فعالیت‌ها و اقدامات شبه‌سازمان‌یافته در این شبکه‌ها مثل جاسوسی شبکه‌ای و سایبرتروریسم و پیشگیری از اقدامات مجرمانه در فضای مجازی با اهداف و رویکرد پیشگیری‌های انتظامی صورت گیرد. برای کاربران نیز طراحی شبکه‌های اجتماعی فارسی زبان برای پیشبرد اهداف آموزشی مدنظر سازمان‌های مربوطه بوده و با اهداف هدایت و مدیریت شبکه‌های اجتماعی به سمت و سوی تولید محتوای مناسب علمی و با فرهنگ غنی اسلامی انجام پذیرد.

۲. در مرحله تعاملی در رابطه با شبکه‌های اجتماعی مجازی باید راهبرد حالت تعاملی اتخاذ شود. ضعف‌ها و تهدیدات، در کاربران و سازمان‌های مسئول وجود دارد، در این حالت باید از فرصت‌های موجود جهت استفاده‌های مشاوره‌ای کاربران و اطلاع‌رسانی سریع برای استفاده از ابعاد مثبت شبکه‌های اجتماعی مجازی و با رویکرد مداخله‌گرایی به شکل فعال توسط پلیس و سازمان‌های مدنی صورت گیرد.

۳. در مرحله بهبود وضعیت، باید کاربران و سازمان‌های مدنی از قوت‌ها استفاده کرده و تهدیدات را مرتفع سازند. بنابراین راهبرد رقابتی توصیه می‌شود، بدین گونه که سازمان‌های مسئول، به‌ویژه پلیس‌های تخصصی در شناسایی عوامل ناامنی و مجرمان در فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی مجازی به سرعت با استفاده از نقاط قوت موجود اقدام می‌کنند و توانایی‌های بالقوه و بالفعل کاربران و سازمان مدنی و تعیین حوزه فعالیت آنها تقسیم کار لازم صورت می‌گیرد.

با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش می‌توان راهکارها و پیشنهادهای زیر را ارائه

داد:

۱. بررسی و تحلیل محتوای فناوری‌های ارتباطی جدید و مبتنی بر اینترنت به صورت دوره‌ای و منظم توسط مؤسسات تحقیقاتی و محافل آکادمیک کشور برای تبیین فرایندهای محتوایی فناوری‌های ارتباطی نوین؛
۲. ضرورت توجه به نقاط ضعف، مرتفع کردن آن و ارتقای نقاط قوت در زمینه فناوری‌های نوین ارتباطی؛
۳. ایجاد شبکه‌های اجتماعی جایگزین و طراحی سیستم‌های نظارت الکترونیک؛
۴. ایجاد تمهیدات مناسب در جهت امنیت شبکه و فضای سایبر؛
۵. تدوین قوانین به روز و کارآمد در رابطه با جرائم سایبری از طریق قوه قضاییه به منظور جلوگیری از اقدامات بزهکارانه، از جمله سرقت اطلاعات شخصی و سوءاستفاده‌های مالی و کلاهبرداری؛
۶. ارائه آموزش‌های همگانی با شیوه‌های جذاب و جدید برای پیشگیری از آسیب‌ها و تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق رسانه ملی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛
۷. توسعه امنیت اطلاعات و ارتباطات در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی؛
۸. توسعه مطالعات داده‌کاوی (طراحی و ایجاد پایگاه‌های داده‌های مناسب)؛
۹. بررسی، جمع‌آوری منظم و مستندسازی اطلاعات منتشر شده در سطح شبکه‌های اجتماعی توسط پلیس؛
۱۰. آسیب‌شناسی رسانه‌های اینترنتی برای شناسایی نقاط ضعف موجود و اقدام برای برطرف کردن آنها و
۱۱. راه‌اندازی دیتاسترهای داخلی به منظور کاهش آسیب‌پذیری در برابر اقدامات خرابکارانه، مثل هک و نفوذ.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

۱. احمدزاده، مصطفی (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های اجتماعی بر هویت، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران.
۲. استرکی، اکبر (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی (مفاهیم، اصول و مبانی)»، فصلنامه اطلاعاتی - حفاظتی جامعه اطلاعاتی، مرکز آموزشی - پژوهشی شهید سپهبد صیاد شیرازی.
۳. الوانی، سیدمهدی (۱۳۸۸). مدیریت عمومی، تهران: انتشارات نشرنی.
۴. بابایی، محمود (۱۳۹۰). فضای سایبر و الگوهای گفتمانی، پایان‌نامه دوره دکترا، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
۵. پوری، احسان (۱۳۹۰). بررسی نقش و تأثیر فیس‌بوک بر شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه متخصصان و کارشناسان امور رسانه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد، واحد تهران مرکز.
۶. جلالی، علی اکبر (۱۳۸۲). «وضعیت توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران و جهان»، همایش علم، دانشگاه صنعتی شریف.
۷. جلالی، علی اکبر (۱۳۸۵). شهر الکترونیک، دانشگاه علم و صنعت ایران.
۸. ذکایی، محمد سعید (۱۳۸۳). «جوانان و فراغت مجازی»، فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ششم.
۹. رجبی، زهره (۱۳۹۰). بازنمایی گرایش‌های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با مطالعه موردی فیس‌بوک، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۰. روحی، زهره (۱۳۸۹). «بی‌تفاوتی مدنی و فضای اینترنتی»، پایگاه اطلاع‌رسانی انسان‌شناسی و فرهنگ: <http://www.anthropology.ir>
۱۱. سردارآبادی، خلیل‌الله (۱۳۸۳). بررسی مقایسه‌ای تأثیر رسانه‌های جمعی، فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی و ارتباط میان فردی بر اطلاعات سیاسی دانشجویان، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
۱۲. عباسی قادی، مجتبی و مرتضی خلیلی کاشانی (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۱۳. فرسلون، رویا (۱۳۸۴). بازنمایی هویت زنانه در تبلیغات اینترنتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
۱۴. محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، انتشارات دیدار.
۱۵. میردامادی، مهرداد (۱۳۸۰). فضای سایبرنتیک به مثابه فضای شهری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
۱۶. نجفی، نرگس (۱۳۸۳). تخمین تابع تقاضای اینترنت خانوارها در شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی، دانشگاه تربیت مدرس.
۱۷. وکیلی، فرهاد (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی (آسیب‌ها، تهدیدات و فرصت‌ها)»،

فصلنامه اطلاعاتی - حفاظتی جامعه اطلاعاتی، مرکز آموزشی - پژوهشی شهید سپهبد صیاد شیرازی.

## ب) منابع لاتین

1. Ackland Robert (2009). "SNS as Data Sources and Plat Forms For E-Researching Social Networks", Social Science Computer Review March: <http://ssc.sagepub.com>
2. Alexa (2011). <http://www.alexa.com/topsites> .
3. Benedikt, M (1991)."Cyber Space: First Steps", the Mit press,Cambridge and the Young Learner, V.16, N.4: 5-8.
4. Cachia, R. R. Compao et al. (2007). "Grasping the Potential of Online Social Networks for Foresight", Technological Forecasting and social change 74 (8): 1179-1203 .
5. Castells, Manuel (1996).Toward a Sociology of the Network society,UK: Oxford .
6. Castells, Manuel (2004)."Informationalism, Networks and the Network Society: A Theoretical Blueprint", Text published in the Network society: a cross-cultural perspective, Northampton: Edward Elgar .
7. Childnet International (2007). "Young People and Social Networking Service: A Childnet International": [www. GoogleScholar. com](http://www.GoogleScholar.com).
8. Creese, Jennifer (2007). "Web2. 0/Business2.0 New Web Technologies, Organization and WCM". In Proceeding 2nd Annual Web Content Management Symposium , Organization Infinity: Web Content Management into the future, Queensland University of Technology, Grands point campus .
9. Ellison, N. B. & Boyd, D. M (2007)."Social Network Sites: Definition History and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication, 13: 210-230: <http://Jcmc.indiana.edu/vol13/issue1>
10. Ferdinand, P. (2000). The Internet, Democracy & Democratisation. London: Frankcass Publisher .
11. Heidemann. J. (2010)."Online Social Networks-A Social & technical look": [www. GoogleScholar. com](http://www.GoogleScholar.com) .
12. Leana, Carrie R. & Harry J. van Buren (1999). "Organizational Social Capital And Employment practices", Academy of management Review, Vol. 24, No. 3: 538- 555.
13. Massari, Luisa (2010)."Online social networking":[www. GoogleScholar. com](http://www.GoogleScholar.com) .
14. Mong, Peter R. and Contractor, Noshir S. (2005). "Teories of Oreilly;what is web 2. Design patterns and business models for the next generation of software", research report: <http://www.digzen.org/social-networking>
15. Rune Gløersen (2008). E-Government and Statistics, MSIS meeting, Luxembourg .

تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اساس مدل SWOT ۳۵

16. Sunden , J. (2003). Material Virtualities: Approaching Online textual Embodiment, Peter Lang Publishing
17. Vrooman, Steven, S (2002). "The Art of Invective Performing Identity", Cyber Space New Media and Society, Vol. 4, sage publication .