

## راهبردهای حضور بسیجیان در شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح جهان اسلام

احمد قاسمی<sup>۱</sup>، سعید مجردی<sup>۲</sup>، علی محمد احمدوند<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۴/۵/۵

تاریخ پذیرش: ۹۴/۸/۶

### چکیده

در فرایند رشد پدیده‌های مجازی، بشر به شبکه‌های اجتماعی مجازی رسید. مسئله این تحقیق، فقدان راهبردهای ملون و مشخص برای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح جهان اسلام است. پرسش اصلی تحقیق این است که راهبردهای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در قبال جهان اسلام چیست؟ با بهره‌گیری از روش تدوین راهبرد با روش توصیفی و با توجه به چالش‌های موجود انقلاب اسلامی و مقاومت در کشورهای اسلامی و همچنین با در نظر گرفتن ظرفیت‌ها و مأموریت‌های بسیجیان، هدف‌ها و راهبردها بسیج در شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح جهان اسلام با تکیه بر خبرگی احصاء شد. نتایج به نمونه آماری خبرگان ارائه شد. بیش از هشتاد نفر از کارشناسان، مسئولان و استادان دانشگاهی مرتبط با بسیج و فضای مجازی در انجام پژوهش مشارکت کردند. با بررسی نظرات خبرگان، نتایج بازمینی و در خاتمه، هدف‌های راهبردی و راهبردهای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی در قبال جهان اسلام ارائه شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، بسیج باید در شبکه اجتماعی مجازی برای توسعه شبکه مقاومت و مقابله با تکفیری‌ها و صهیونیسم در کشورها به شکل فعال تلاش نماید.

**واژگان کلیدی:** راهبردهای بسیج، شبکه‌های اجتماعی مجازی، گروه‌های تکفیری، مقاومت اسلامی

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه عالی دفاع ملی، ghasemiaa@gmail.com

۲. دکترای مدیریت راهبردی

۳. استاد و رئیس دانشگاه ایوانکی

## ۱. کلیات

### ۱-۱. بیان مسئله

ورود پدیده‌های جدید و مظاهر فناوری به کشور، در بیشتر موارد با چالش‌هایی همراه بوده است. برخی از فناوری‌ها تأثیرهای مهمی در دیدگاه‌ها، رفتار و حتی در اعتقادهای افراد و جامعه داشته است، بنابراین برخورد و واکنش مسئولان، نخبگان و مردم با فناوری، به‌عنوان مظاهر تمدن نیز با احتیاط و تردید یا حتی وسواس و نگرانی همراه بوده است. نقل شهید مطهری از چگونگی برخورد متدینان و وعاظ تهران با فناوری تقویت صدا (بلندگو) جالب و درس‌آموز است (مطهری، ۱۳۸۹: ۳۳۶). در هر مورد به فراخور شرایط اجتماعی و مقتضیات فناوری، زمانی به نسبت طولانی برای دستیابی به قدرت تفکیک بین ظرفیت و امکانات و مظروف و محتوا سپری شده است. با گذشت زمان و تولید محتوای بی‌ضرر یا مطلوب، بحث آلات با کاربرد مشترک مطرح و با تأمل، مجوز بهره‌برداری از فناوری صادر شده است. سپس بهره‌گیری جدی از فناوری آغاز و در زمان کوتاهی از عناصر مهم اجتماعی محسوب شده است.

دوران کنونی را عصر اطلاعات نام نهاده‌اند. انقلاب‌های فناوری‌های الکترونیک، ارتباطات و رایانه، شکل جهان را از موجودی مکانیکی به شکلی اطلاعاتی تغییر داده‌اند. نقش اطلاعات در این زمان، اصلی و برتر است. عدم درک تأثیر اطلاعات در رویدادها و تغییرها، به عدم فهم آنها منجر می‌گردد. نقش اطلاعات با اثر تسلیحات مقایسه می‌گردد؛ اشاعه اطلاعات مانند گسترش سلاح موجب اضمحلال وضعیت تک‌قطبی در جهان است (نای، ۱۳۹۰: ۱۸۲).

پس از جنگ جهانی دوم هیچ پدیده‌ای به اندازه شبکه‌های اجتماعی مجازی، عالم را تحت تأثیر خود قرار نداده است. تأثیر این شبکه‌ها در مناطق مختلف جهان آشکار است. در کشورهای اسلامی و در سال‌های اخیر، بیداری اسلامی با تکیه بر شبکه‌های اجتماعی، چالش عظیمی برای دولت‌های وابسته عربی ایجاد نمود. با تلاش کشورهای

غربی و دولت‌های وابسته منطقه، شبکه‌های اجتماعی، ابزاری برای انحراف انقلاب‌های اسلامی عربی و تبدیل آنها به حرکت‌های سلفی و تکفیری شد. اقدام‌های گسترده تکفیری‌ها در شبکه‌های اجتماعی تلاش‌های در حال انجام برای بیداری اسلامی را به حاشیه رانده و به بحث اصلی اجتماع‌های مجازی و حقیقی تبدیل شده است.

ملت ایران با انقلاب اسلامی به رهبری امام خمینی (ره) پرچم حق‌طلبی و عدالت‌خواهی را برافراشته است. در مسیر تکاملی تاریخ، این رویداد، فصل جدیدی را بازموده است. دشمنان و سلطه‌جویان از همه ابزارها برای مقابله با انقلاب اسلامی استفاده کرده و برای مخفی‌سازی خشونت و ظلم آشکارش نام آن را قدرت نرم گذاشته‌اند. آنها ضمن بهره‌گیری از فناوری‌های نظامی، از خلأهای سیاسی، تفاوت‌های قومی و اختلاف‌های مذهبی بهره‌گیری کرده و ایجاد درگیری در تمام طیف را هدف‌گذاری نموده‌اند. امام خمینی (ره)، بسیج را برای دفاع مردمی از انقلاب بنا نهاد. بسیج در مقاطع مختلف و در عرصه‌های متنوع در برابر دشمنان انقلاب ایستادگی نموده و آنها را مجبور به خضوع در برابر عظمت کلمه حق کرده است. در سازمان بسیج، تلاش‌هایی جدی برای ایفای نقش مؤثر بسیجیان در فضای مجازی شده است. در وبگاه‌های اطلاع‌رسانی، تالارهای گفت‌وگو و شبکه‌های اجتماعی، اقدام‌هایی انجام شده است. مسئله اصلی در این تحقیق، فقدان راهبردهای مدون و مشخص برای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در قبال جهان اسلام است.

## ۱-۲. اهمیت و ضرورت موضوع تحقیق

با توجه به ضریب نفوذ گسترده شبکه‌های اجتماعی در کشورهای اسلامی، ارائه راهبردهای این حوزه می‌تواند هدف‌ها و راه‌های وصولی در بهره‌گیری از فرصت‌ها و قوت‌های این حوزه را برای بسیج تعیین کند. این تحقیق می‌تواند در ایجاد توافق بین خبرگان و مسئولان در این حوزه، کمک نماید. این تحقیق می‌تواند در به‌کارگیری

فناوری‌های شبکه‌های اجتماعی برای انسجام‌بخشی و هدایت ظرفیت‌های متراکم بسیج در فضای مجازی برای تأثیرگذاری در کشورهای اسلامی کمک کند، همچنین این تحقیق در ایجاد آمادگی در اقشار بسیج برای خنثی‌سازی تبلیغات تکفیری‌ها در کشورهای اسلامی ضروری است.

چنانچه در جهت‌دهی راهبردی بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی برای غلبه بر تبلیغات تکفیری‌ها تلاش نشود، بسیجیان در میدان‌های جنگی، با گروه‌های سلفی روبه‌رو خواهند شد. با عدم اقدام به‌موقع، پیروان اسلام آمریکایی از شبکه‌های اجتماعی برای به چالش کشیدن اسلام ناب، خط مقاومت و بیداری اسلامی سوءاستفاده خواهند کرد. بدون داشتن راهبردهای مشخص و مورد توافق، تلاش‌های بسیجیان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به هدف‌های مورد نظر نمی‌رسد.

### ۱-۳. پیشینه تحقیق

در سال ۱۳۹۲ در دانشکده امنیت دانشگاه عالی دفاع ملی، مطالعه‌ای گروهی با موضوع «شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدات در امنیت ملی» انجام شده است که پرسش آن تحقیق عبارت بود از اینکه: «از منظر امنیت ملی ج.ا.ایران، شبکه‌های اجتماعی مجازی دارای چه فرصت‌ها و تهدیدهایی هستند و در این خصوص الگوی مناسب کدام است؟» با توجه به پژوهش انجام‌شده و نتایج حاصل از تحقیق میدانی مفاهیم، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرصت و تهدید، تبیین گردیده و همچنین روابط متغیرهای موردنظر الگوی پیشنهادی ارائه شده است (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۲).

«استراتژی نیروی مقاومت بسیج در جنگ آینده» عنوان رساله اسماعیل احمدی مقدم می‌باشد. این پژوهش در سال ۱۳۸۶ در دانشگاه عالی دفاع ملی انجام شده است. این رساله به استفاده حداکثری از نیروهای مردمی در برابر تهدیدهای احتمالی آمریکا و نیز

ایجاد قدرت بازدارندگی مؤثر دفاعی پرداخته و بر ظرفیت‌سازی در بسیج برای مقابله با اقدام‌های دشمن در آینده تأکید کرده است (احمدی‌مقدم، ۱۳۸۶).

امیرحسین خانیکی در سال ۱۳۹۲ در مقاله‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و امنیت ملی، تهدیدات و فرصت‌ها» به این نتایج دست‌یافته است: تهدیدهای امنیت ملی به تهدیدهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، نظامی و زیست‌محیطی و فناورانه قابل تقسیم است که ذات همه آنها صیانت از کشور در قبال خطرهای و تهدیدهای اساسی نسبت به سرزمین، جمعیت و نظام سیاسی است. این در حالی است که اینترنت و بستر اطلاعاتی نیز بخشی از زندگی نوین امروزه بشر شده است و شیوع و گسترش رسانه‌های اجتماعی مجازی بین مردم، جدا از نوع و ساختار اطلاعاتی و هدف‌های کاری، نقش‌هایی را ایفا می‌کنند. باید پذیرفت شبکه‌های اجتماعی یک فناوری است و هر فناوری نیز می‌تواند فرصت‌ساز یا تهدیدآفرین باشد (خانیکی، ۱۳۹۲).

سید وحید عقیلی و علی جعفری در مقاله خود با عنوان «بررسی اهداف آشکار و پنهان شبکه‌های اجتماعی» در سال ۱۳۹۲، اقدام‌هایی مانند «ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی سالم و مفید برای مبارزه با شبکه‌های اجتماعی مخرب»، «فرهنگ‌سازی (فرهنگ‌سازی عضویت در شبکه‌های اجتماعی و چگونگی استفاده از آنها)»، «نظارت کارشناسانه و مستمر بر فضای جوامع مجازی و برنامه‌ریزی برای آینده»، «آموزش سواد اینترنتی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی»، «تقویت شبکه‌های اجتماعی بومی»، «گسترش آزادی‌های مدنی در چارچوب قانون اساسی» و «مقابله با ایجاد و نشر شایعه‌های برانداز» را توصیه نموده‌اند (عقیلی و جعفری، ۱۳۹۲).

در مقاله دیگری حسین حیدری و تهمینه شاوردی در سال ۱۳۹۲، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر همگرایی و واگرایی قومی» را مورد بررسی قرار داده و به این نتیجه رسیده‌اند که شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌هایی مانند بحث و گفت‌وگو و افزایش تعامل سازنده بین کاربران، ارتقای همبستگی ملی و تقویت آن، کمک به شناخت

نیازهای واقعی اقوام و اقدام برای پاسخگویی، واپایش (کنترل) و هدایت به موقع آنها، شکل‌گیری فرهنگ گفت‌وگو و افزایش قدرت تحمل اندیشه‌های مخالف، افزایش سرمایه اجتماعی درون قومی و بین قومی، ارتباط و تعامل میان قومیت‌های مختلف و ... و تهدیدهایی مانند تقویت عصبیت‌های قومی، بین‌المللی شدن مطالبه‌های قومی، امکان نفوذ جریان‌های بیگانه به قصد ایجاد تفرقه و هدایت مطالبه‌های قومی به سمت تشدید تنش‌های قومی و افزایش منازعه‌های سیاسی و اجتماعی در مناطق قومی و ... را به همراه داشته باشد (حیدری و شاهرودی، ۱۳۹۲).

مهدی دعائی و مهدی ذوالفقارزاده در سال ۱۳۹۲ مقاله‌ای را با عنوان «تشکیل امت اسلامی، جایگاه شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی کشورهای جهان اسلام» انجام داده‌اند. آنها به این نتیجه رسیدند که با گسترش موج بیداری اسلامی، مقاومت از میدان نبرد به فضای مجازی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، کشانده می‌شود. صفحه‌های ایجادشده در فیس‌بوک و حضور گسترده جوانان عرب، به‌خوبی گواه این مدعاست، ولی با توجه به اینکه این فناوری‌ها وابسته به نهادهای قدرت است و آنها هم تا آنجا که می‌توانند به دنبال تأمین منافع مالکان خود هستند، نمی‌توان به آنها اعتماد کرد (دعائی و ذوالفقارزاده، ۱۳۹۲).

سیدسعید آقایی در تحقیقی که در سال ۱۳۹۱ با عنوان «منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا؛ اطلاع‌رسانی، سازماندهی و گسترش سریع تحولات» انجام داده به این نتیجه رسیده است که شبکه‌های اجتماعی تنها پس از شروع انقلاب‌ها در دامنه‌دار شدن و بسیج اعتراض‌ها نقش عمده داشتند، ولی توان برنامه‌ریزی برای اداره کشور و ایجاد نهادهای دموکراتیک را ندارند و نمی‌توانند عامل دستیابی کامل به هدف‌ها و آمال مردم و گروه‌های سیاسی شوند (آقایی، ۱۳۹۱).

در مقام ارزیابی باید گفت منابع یادشده به‌خوبی به ابعاد، اجزاء و تأثیرهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در جهان، منطقه و کشور پرداخته‌اند، ولی به ظرفیت

گسترده بسیج در حوزه اجتماعی و راه‌های بهره‌گیری از آن در شبکه‌های اجتماعی نپرداخته‌اند.

#### ۱-۴. هدف تحقیق

هدف اصلی این پژوهش، تدوین راهبردهای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح جهان اسلام است.

#### ۱-۵. پرسش تحقیق

هدف‌های راهبردی و راهبردهای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح جهان اسلام چیست؟

#### ۱-۶. روش‌شناسی تحقیق

##### ۱-۶-۱. نوع تحقیق

این تحقیق، کاربردی است؛ چون برای بهره‌برداری در بسیج انجام می‌گردد و از سوی دیگر، توسعه‌ای است؛ چون در ادبیات موضوع نبوده و توسعه دانش در عرصه شبکه‌های اجتماعی است. با توجه به اینکه هدف این تحقیق تدوین راهبرد می‌باشد، از روش موردی-زمینه‌ای استفاده شده است.

##### ۱-۶-۲. روش تحقیق

روش مورد استفاده در این پژوهش، روش پژوهشی آمیخته (روش‌های کمی و کیفی، داده‌های کمی و کیفی) با استفاده از روش‌های موردی زمینه‌ای خواهد بود (خلیلی شورینی، ۱۳۸۹: ۶۰) و همزمان از داده‌های کیفی و کمی استفاده شد. رویکرد اصلی در تدوین راهبردها، توصیفی است. با تکیه بر روش کیفی و تحلیل محتوا و مصاحبه باز و

پرسشنامه، چالش‌ها، موضوع‌های اساسی، دستگاه‌های مرتبط تبیین گردیده و با رویکرد راه‌یابی راهبردی، هدف‌های راهبردی و راهبردهای این حوزه تدوین شده است.

### ۳-۶-۱. جامعه آماری تحقیق

جامعه آماری این تحقیق به دو دسته تقسیم گردیدند. در مرحله اول به جهت تبیین شاخص‌ها و ابعاد مختلف الگوی شبکه‌های اجتماعی و بسیج با تعدادی از خبرگان امر در این زمینه مصاحبه انجام شد که تعداد آنها پنج نفر می‌باشد. در مرحله بعد، به‌منظور تأیید شاخص‌های احصاء‌شده، از مسئولان سازمانی، استادان دانشگاهی و کارشناسان مرتبط، نظرسنجی انجام شد. با توجه به تخصصی و خاص بودن حوزه پژوهش، خبرگان محدودی هستند که می‌توانند به هدایت پژوهش کمک نمایند. برای رعایت احتیاط، تعداد صد و سی پرسشنامه توزیع گردید تا همه خبرگان را پوشش دهد. تعدادی از خود سلب صلاحیت نموده و برخی نیز به دلیل کمبود فرصت، عذر آوردند. تعداد نود و نه پرسشنامه بازگردانده شد. تعداد هشتاد و سه پرسشنامه به طور کامل تکمیل گردید. نمونه آماری این تحقیق دارای ویژگی‌های زیر می‌باشند:

جدول شماره ۱. مشخصات نمونه آماری به لحاظ شغل و تخصص

ردیف	شغل و تخصص	تعداد
۱	مدیران و کارشناسان نیروهای مسلح	۱۴
۲	مدیران مرتبط با فضای مجازی و موضوع‌های سایبری در سازمان بسیج	۳۱
۳	اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه امام حسین (ع)	۲۱
۴	اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشکده امنیت دانشگاه عالی دفاع ملی	۱۵
۵	مسئولان سازمان پدافند غیرعامل	۳
۶	اعضای شورای عالی فضای مجازی و کارشناسان مرکز ملی فضای مجازی	۵
۷	کارشناسانی حوزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بسیج	۴۱



جدول شماره ۲. توزیع فراوانی میزان تحصیلات

تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
دکتری	۱۵	۱۷/۹	۱۷/۹
دانشجوی دکتری	۲۰	۲۳/۸	۴۱/۷
کارشناسی ارشد	۲۱	۲۵	۶۶/۷
کارشناسی	۲۸	۳۳/۳	۱۰۰
جمع کل	۸۴	۱۰۰	

مطابق خروجی جدول بالا ۱۵ نفر از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی دکتری، ۲۰ نفر دانشجوی دکتری، ۲۱ نفر کارشناسی ارشد و ۲۸ نفر کارشناسی بودند.

#### ۴-۶-۱. روایی و پایایی پرسشنامه

##### ۴-۶-۱-۱. روایی

از نظر روایی سازه از روش تحلیل عاملی استفاده گردید. این روش یکی از فنون تقلیل داده می‌باشد که بسیار پیشرفته است. از این شیوه برای تعیین بار عاملی هر یک از سؤال‌های پرسشنامه استفاده می‌شود. به‌طور کلی با به‌کارگیری این روش می‌توان مربوط بودن سؤال‌هایی را تعیین نمود که برای سنجش یک مؤلفه یا عامل در نظر گرفته شده‌اند که در این صورت به آن، تحلیل عاملی تأییدی می‌گویند (مهرگان و زالی، ۱۳۸۵). بار عاملی همه گویه‌ها بالاتر از ۰/۴ بوده است، بنابراین پرسشنامه از روایی بسیار خوبی برخوردار بوده و درصد واریانس کل نشان‌دهنده این است که ابزار سنجش توانسته است از ۱۰۰ درصد، حدود ۸۰ درصد مفاهیم موردنظر را از بین نمونه آماری به دست آورد.

##### ۴-۶-۱-۲. پایایی تحقیق

در این تحقیق برای محاسبه پایایی یا هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد.

به‌طور کلی مقدار آلفای کمتر از ۰/۶ غیر قابل قبول، آلفای ۰/۷ تا ۰/۸ خوب، ۰/۸ تا ۰/۹ خیلی خوب و آلفای بالاتر از ۰/۹ بیانگر پایایی عالی ابزار سنجش می‌باشد. در این تحقیق، ابتدا یک نمونه اولیه ۳۰ تایی پیش‌آزمون گردید که میزان ضریب اعتماد با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که نتایج بیش از ۰/۹۲۰ بود که بر قابلیت اعتماد بالا و خیلی خوب پرسشنامه صحت گذاشت.

## ۲. چارچوب نظری تحقیق

وحدت یکپارچه مسلمانان در میان امت اسلامی از جایگاه بالایی برخوردار است. اتحاد و صلح در سه حوزه مطرح است:

(۱) امت اسلامی: آیه ۲۹ سوره فتح و نیز آیاتی دیگر مؤمنان و مسلمانان را به سلم، صلح و صفا فرا می‌خواند و از هرگونه تفرقه داخلی بازمی‌دارد تا با مهربانی زیر سایه اسلام، زندگی مسالمت‌آمیزی داشته باشند. اگر کسی در حوزه اسلامی به داعیه مؤمن بودن با مؤمنان دیگر درگیر شود و اختلاف ایجاد کند، قرآن کریم دیگران را موظف کرده است که او را مهار و آن اختلاف را برطرف کنند.

(۲) پیروان ادیان توحیدی: خدای سبحان در قرآن کریم، موحدان عالم و صاحبان مذاهب را به کلمه توحید فراخوانده است که همان اصل مشترک میان آنهاست، تا در پرتو توحید، زندگی مسالمت‌آمیزی داشته باشند. خداوند در آیات دیگر، به انبیا و رسولان الهی (علیهم‌السلام) خطاب کرده و همگان را به وصف «امت واحد» ستوده است.

(۳) جوامع بشری (وحدت جهانی): با توجه به ضرورت وحدت مسلمین، تشکیل امت اسلامی جزو اصول جامعه مسلمانان است، بنابراین باید دولت‌ها و کشورهای جهان اسلام در این راستا قدم بردارند (دعائی، ذوالفقارزاده، ۱۳۹۲).

همراه با توسعه و گسترش ارتباطات رایانه‌ای و دسترسی روزافزون مردم جوامع مختلف به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، کوشش‌های نظری بسیاری صرف

یافتن الگوهای مناسب برای مطالعه اینترنت و تأثیرهای سیاسی و اجتماعی آن گردید. در جریان این تلاش‌ها به‌ویژه برای شبکه‌های اجتماعی، مفهوم حوزه عمومی در چارچوب نظریه هابرماس<sup>۱</sup> جایگاه برجسته‌ای یافته است. اگر مؤلفه‌های اساسی حوزه عمومی، گفت‌وگو و افکار عمومی و واکنش باشد، شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه رسانه‌ای جدید، بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از آنهاست. افراد می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی به گفت‌وگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوع‌های مورد علاقه خود بپردازند و از این طریق، افکار عمومی به‌عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می‌توانند در مخالفت با یک مسئله و موضوعی اجتماعی و سیاسی دست به کنش مناسب بزنند (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰۷).

## ۲-۱. ادبیات تحقیق

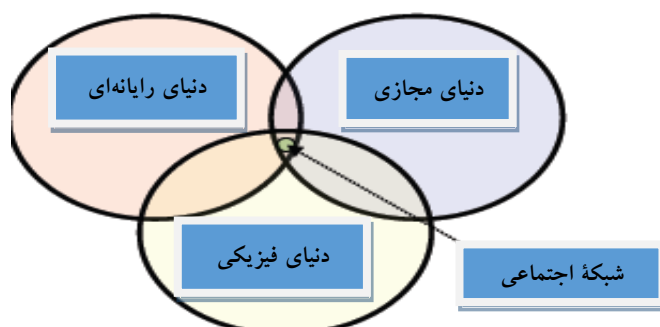
### ۲-۱-۱. شبکه‌های اجتماعی مجازی

به گروهی از رسانه‌های برخط که در این فضای جدید متولد شده‌اند، عنوان رسانه‌ها یا شبکه‌های اجتماعی مجازی داده شده است (دعائی، ذوالفقارزاده، ۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به ظرفیت‌های فضای مجازی و نیازهای کاربران و بهره‌برداران به‌ویژه در موارد برخط توسعه یافتند. «شبکه‌های اجتماعی مجازی ویژگی‌های بسیار مفیدی دارند. این شبکه‌ها راهکارهای مفیدی در جهت تقویت سامانه اطلاعاتی، واپایش (کنترل) انتشار اطلاعات، بهبود الگوهای اعتماد و بهبود روش‌های ذخیره/بازیابی اطلاعات ارائه می‌نمایند» (عبداللهی، ۱۳۹۳: ۲۴).

شبکه‌ها ساختارهایی باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند. ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، نظام باز و پویایی است که بدون اینکه توازن آن با تهدیدی روبه‌رو شود، توانایی

نوآوری دارد (کاستلر، ۱۳۸۹: ۵۴۴). در شکل زیر، بستر ایجاد شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی نمایش داده شده است (Drapeau & Linton, April 2009: 28).

شکل شماره ۱. بستر ایجاد شبکه‌های اجتماعی در دنیای مجازی



رسانه‌های اجتماعی در هفت گروه اصلی، ابزارهای انتشار، اشتراک‌گذاری، بحث، تجارت، موقعیت، شبکه‌سازی اجتماعی و ابزارهای بازی اجتماعی قرار دارند. دو غول بزرگ دنیای وب اجتماعی یعنی فیس‌بوک و گوگل در موقعیتی خاص میان همه گونه‌های فوق قرار می‌گیرند؛ به این معنی که تمام کاربردهای هفت‌گانه بالا را پوشش می‌دهند (آقایی، ۱۳۹۱: ۲۴).

از شبکه‌های اجتماعی بر خط می‌توان برای هدف‌های مختلف استفاده کرد و جالب است که این شبکه‌های اجتماعی، بیشتر برای ایجاد ارتباطات بین فردی مورد استفاده قرار می‌گیرند. تحقیقی که توسط مرکز تحقیقات پیو<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۷ انجام شد، نشان می‌دهد ۹۱ درصد کاربران نوجوان از این وبگاه‌ها برای تماس با دوستانی استفاده می‌کنند که به‌طور مرتب آنها را ملاقات می‌کنند، در حالی که ۸۲ درصد از کاربران از ارتباطات بر خط برای تماس با دوستانی استفاده می‌کنند که به‌ندرت آنها را از نزدیک ملاقات می‌کنند. ۷۲ درصد از این کاربران نوجوان برای ملاقات دوستان خود و ۴۹

1. PEW

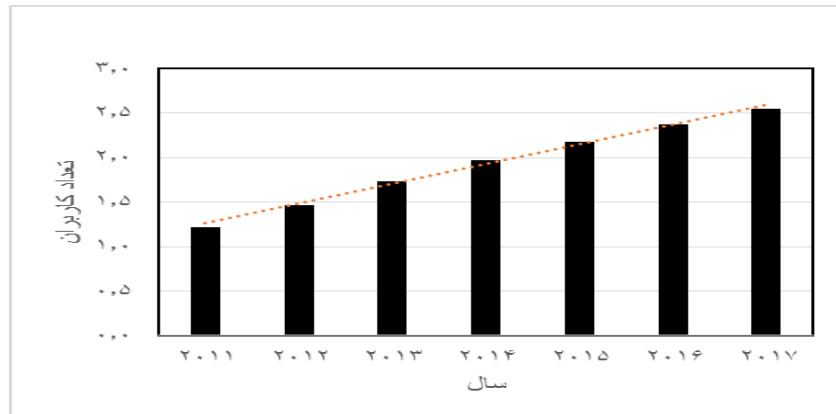
درصد از آنان نیز برای پیدا کردن دوستان جدید از وبگاه‌های یادشده استفاده می‌کنند. بیش از ۹۰ درصد کاربران از این وبگاه‌ها برای تماس با دوستان کنونی و قدیمی خود و بیش از ۵۰ درصد کاربران نیز از این شبکه‌های ارتباطی برای پیدا کردن دوستان جدید استفاده می‌کنند. سایر موارد استفاده از وبگاه‌های یادشده، «کسب اطلاعات و ارسال پُست برای رویدادهای اجتماعی و هدف‌های آموزشی» است (Hand, 2010: 36).

خاستگاه اولیه شبکه‌های اجتماعی، حوزه‌های اجتماعی سپس فرهنگی بوده است. ارتباطات گروه‌های مختلف اجتماعی و ساماندهی تعامل‌های فرهنگی و حتی تفریحی و تفننی، شبکه‌های اجتماعی را به سرعت توسعه داد. بلوغ رسانه‌ای که محصول خدمات متنوع و تعاملی شبکه‌های اجتماعی بود، فضای مجازی را به محیطی اجتماعی برای تضارب آرا و تعاطی افکار، متناسب ساخت. به‌زودی رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی خود را به‌عنوان بدیل قدرتمند برای سایر رسانه‌ها در رابطه سه‌گانه مخاطب، رسانه و جامعه مطرح کردند؛ قدرتی که روزبه‌روز در تزايد است (گیوی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۷).

## ۲-۱-۲. روندها و آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی

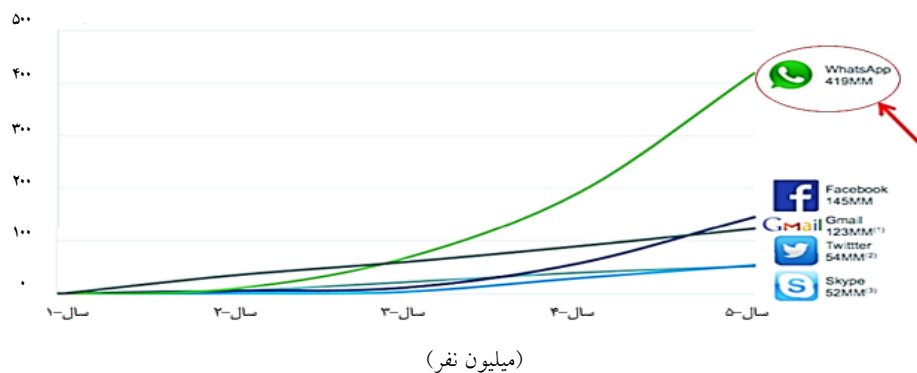
تدوین راهبرد به معنی تعیین تکلیف برای آینده است. از نکته‌های مهم در تصمیم‌گیری‌های راهبردی توجه به روندها و مسیر تغییر عناصر کلیدی حوزه است. تغییرها در حوزه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، سریع و گسترده بوده و تحولات در شبکه‌های اجتماعی، خیره‌کننده است. بین سال‌های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۹ تعداد کاربران بزرگسال اینترنت که به یک شبکه اجتماعی بر خط پیوسته‌اند، چهار برابر شده است (Hand, 2010: 36).

شکل شماره ۲. تعداد کاربران پیش‌بینی شده برای شبکه‌های اجتماعی (میلیارد نفر)



حجم اطلاعاتی که روزانه در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌شود، آن را به بزرگ‌ترین منبع اطلاعاتی جهان تبدیل کرده است. سرعت افزایش اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی، بسیار چشمگیر می‌باشد (جلالی، ۱۳۹۲: ۲۴). استفاده از شبکه‌های اجتماعی سیار (موبایلی) در حال رشد است. در شکل زیر، نرخ رشد شبکه‌های اجتماعی در چهار سال اولیه پس از تأسیس را در مقایسه با شبکه‌های اجتماعی دیگر نشان می‌دهد.

شکل شماره ۳. نرخ رشد شبکه‌های اجتماعی همراه در مقایسه با سایر شبکه‌ها در ۴ سال اولیه تأسیس



منبع: مهانیان، مجردی، ۱۳۹۳: ۹۴

## ۳-۱-۲. عوامل تهدید امنیت ملی در عصر اطلاعاتی

با توجه به فرایند عصر اطلاعاتی، امنیت در شکل سنتی آن، چه بر مفهوم امنیت داخلی (در وضع و اجرای قوانین) و چه بر مفهوم امنیت بیرونی (یا استقلال عمل دولت‌های ملی)، معنایی صوری و حقوقی پیدا می‌کند. ممکن است خودمختاری دولت‌ها در عرصه‌های مختلف محدود یا مخدوش گردد، بدون آنکه حاکمیت ملی آنها از لحاظ حقوقی آسیب ببیند. حاکمیت مطلقه ملی به معنای سنتی آن، به‌گونه‌ای فزاینده به مفهومی ناممکن و منسوخ تبدیل شده و دولت‌های ملی دیگر نخواهند توانست به راحتی برخلاف مسیر تحولات سیاسی و فرهنگی جهان، خودسرانه تصمیم‌گیری کنند (آقاجانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۳۰).

## ۴-۱-۲. تأثیر شبکه‌های اجتماعی در انقلاب‌های جهان عرب

تأثیر شبکه‌های اجتماعی در کشورهای عربی جدی و فراگیر بود. دولت‌های این کشورها سیاست مشخصی درباره اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نداشتند. مردم کشورهای عربی از شبکه‌های اجتماعی استقبال کردند. در محله‌ها، شهرها، کشورها و حتی بین افراد در کشورهای مختلف عربی، شبکه‌های ارتباطی گسترش یافت. این تعامل‌ها ملت‌های عربی را از توده‌های بی‌ارتباط، به جوامع اطلاعاتی تبدیل نمود. نابسامانی‌های حکومت‌های وابسته عربی، زمینه را برای حرکت‌های اعتراضی جوانان عرب مهیا کرد. خودسوزی اعتراضی کارگر جوانی در تونس، جرقه‌ای بود که ملت‌های عربی را علیه دولت‌هایشان شوراند. شبکه‌های اجتماعی، ابزار اصلی برای بیداری، سازماندهی، هدایت و فرماندهی تحریکات، شورش‌ها و تجمع‌های اعتراضی بود. توماس فریدمن<sup>۱</sup>، روزنامه‌نگار صهیونیست، در مورد اهمیت شبکه‌های اجتماعی در

انقلاب منطقه، از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان مسجد مجازی در برابر مساجد انقلاب ایران یاد می‌کند (آقایی، ۱۳۹۱: ۲۳).

رسانه‌های اجتماعی می‌توانند تأثیرهای مختلفی بر فعالان داشته باشند، ولی به تنهایی نمی‌توانند انقلاب‌های جهان عرب را توجیه نمایند. عامل انقلاب مصر، تلاش کارگران بخش عمومی برای مشارکت بیشتر در جامعه مدنی بود. با فشار فزاینده حسنی مبارک، در چندین سال، بخش عمومی از همکار دولت به مخالف رژیم تبدیل شد. معارضان می‌توانستند بدون رهبری، همبستگی سازمانی خود را حفظ نمایند. با وجود تلاش‌های پیشین برای ایجاد هماهنگی و هدایت انقلاب از طریق فیس‌بوک، یوتیوب و توئیتر، انقلاب ششم آوریل، به سرعت فراتر از این گروه یا رهبران آنها گسترش یافت. با دسترسی به شبکه‌های اجتماعی، کارگران فرصت‌های خود را دیدند و چالش‌های خود با رهبران را تشخیص دادند. ریشه انقلاب را می‌توان در آوریل ۲۰۰۸؛ زمان ازدواج معارضان کارگری و رسانه‌های اجتماعی و تولد یک شکل جدید از حرکت اجتماعی به شمار آورد (Trevor, 2011).

جنبش انقلابی مردم مصر نمونه جالب توجهی از بحث انعطاف‌پذیری سازمانی و فقدان رهبری متمرکز با بهره‌گیری از فناوری‌های شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد. یکی از برجسته‌ترین ابعاد قیام مصر، ساختار سست آن و فقدان رهبران قابل شناسایی بود. این جنبش، مردمی، افقی و بیشتر یک انقلاب از پایین به بالا بود. چارلی بکت<sup>۱</sup> اشاره می‌کند که قیام مصر، کار احزاب مخالف متعارف یا رهبران فرهمند نبود. بکت معتقد است که ماهیت پراکنده و افقی این جنبش‌ها بیشتر از آنکه اعمال فردی توسط یک یا چند شخص فرهمند باشند، به‌واسطه فرایندهای جمعی و مؤثر بسیج گروهی به صورت بر خط شناخته می‌شوند به همین دلیل است که این جنبش‌ها با عنوان

1. Charlie Beckett



انقلاب‌های بدون رهبر توصیف می‌شوند. شیبلی تلهامی<sup>۱</sup> صاحب کرسی انور سادات در مریلند معتقد است که انقلاب مصر هیچ رهبر واقعی یا نمادینی نداشت (آقایی، ۱۳۹۱: ۲۳). بررسی انقلاب تونس نشان می‌دهد یک جوان معترض و هم‌قطارانش - به‌عنوان قهرمان ملی تونس - توانستند با بهره‌گیری از شبکه فیس‌بوک در کمتر از دو ماه طومار حکومت ۲۳ ساله بن‌علی را در هم بپیچند و این آغاز راه انقلاب‌هایی بود که به نام «ویکی انقلاب»، «انقلاب فیس‌بوکی» و «انقلاب توییتری» نامیده شدند. قهرمانانی که ساخته و پرداخته فیس‌بوک بودند، این حرکت را با استفاده از این شبکه‌های اجتماعی مجازی بازتولید کرده و در اقصی نقاط دنیا انتشار دادند؛ به‌گونه‌ای که حتی مرزهای رژیم صهیونیستی را نیز درنوردید (گیوی، دهقانی محمدآبادی، اسماعیلی، ۱۳۹۲).

آنچه را که نمی‌توان انکار کرد، دشمنی و عداوت مالکان و صاحبان قدرت با جریان اسلام‌گرایی است که در جهان امروز در حال گسترش می‌باشد؛ برای نمونه فیس‌بوک با گسترش و شدت گرفتن قیام مردمی در بحرین، صفحه متعلق به مبارزان بحرینی را حذف کرد، یا شبکه الجزیره و العربیه از انتشار اخبار مربوط به بحرین خودداری می‌کردند. جریان سلفی و وهابی با فعالیت گسترده در فضای مجازی (به دلیل بهره‌مند بودن از منابع قدرت و ثروت) مانعی در برابر بسط و گسترش اسلام ناب به شمار می‌آیند، از سوی دیگر کشورهای مسلمان به دلایل مختلف نمی‌توانند مانند کشورهای اروپایی از این ابزار استفاده کنند (دعائی، ذوالفقارزاده، ۱۳۹۲).

#### ۵-۱-۲. نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری گروه‌های تکفیری

یکی از کارشناسان تروریسم اشاره می‌کند، محل اصلی برای تندر سازی (رادیکال‌سازی) نه پاکستان و یمن و افغانستان بلکه در درون تجربه یک اجتماع مجازی یعنی امت درون وب است (نای، ۱۳۹۰: ۲۱۷). نقش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی

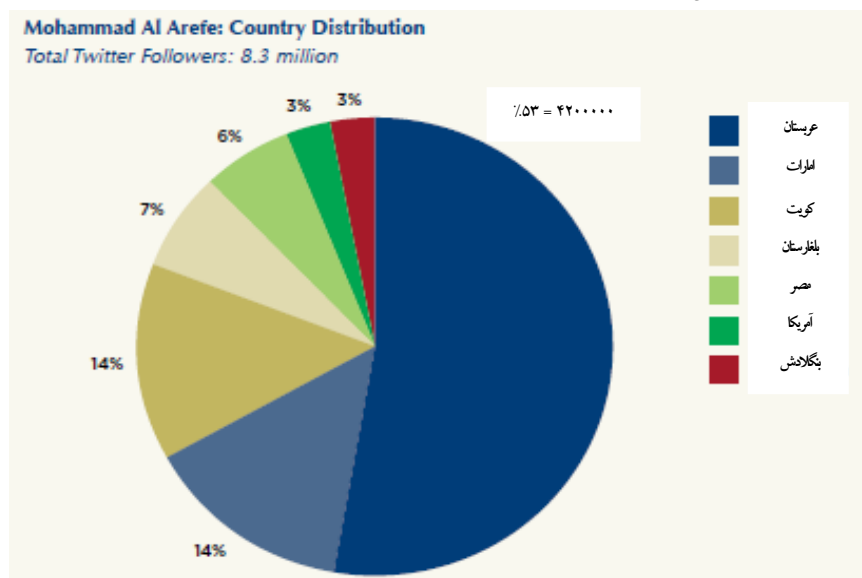
در جذب و همراه‌سازی، آموزش و سازماندهی و هدایت و فرماندهی نیروهای تکفیری قابل توجه است. در این بخش به طور مختصر به بررسی بهره‌گیری گروه‌های تکفیری از شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود.

#### ۶-۱-۲. شبکه‌های اجتماعی، عربستان و مفتی‌های وهابی

با توجه به اینکه گروه‌های تکفیری از کشور عربستان ریشه می‌گیرند و با فتاوی‌های مفتی‌های وهابی این کشور اقدام می‌کنند، این بررسی از رفتار این کشور با شبکه‌های اجتماعی باید آغاز شود. عربستان در سال ۱۳۹۰ شمسی برای ایجاد وپایش (کنترل) بر شبکه اجتماعی توییتر، بخشی از سهام این شرکت را به ارزش سیصد میلیون دلار خریداری نمود (شاهزاده سعودی در توییتر سرمایه‌گذاری کرد، ۱۳۹۰/۹/۲۸). بیشتر مفتی‌های شناخته‌شده وهابی در این شبکه اجتماعی حضور فعال دارند. برآورد می‌شود که حداقل ۴۶۰۰۰ حساب کاربری توییتر توسط مبلغان داعش ایجاد شده است. هر مبلغ داعش به طور متوسط هزار دنبال‌کننده دارد (Berger & Morgan, March 2015: 12). در این بخش یکی از این مفتی‌ها بررسی می‌گردد. او محمد بن عبدالرحمن العریفی، مبلغ و مفتی جوان سعودی است. این مفتی از شیوخ معروف و تندروی وهابی عربستان است که فتوای جهاد نکاح را صادر کرد و عقاید ضدشيعی شدیدی دارد و به عنوان یکی از رهبران معنوی گروهک‌های تروریستی به‌ویژه داعش به شمار می‌آید. صفحه فیس‌بوک محمد العریفی بیش از ۱۱ میلیون و ۷۰۰ هزار تأیید<sup>۱</sup> خورده و به اصطلاح، دنبال‌کننده<sup>۲</sup> دارد و بسیار پربازدید است. محمد العریفی، اقدام به تأسیس شبکه تلویزیونی به نام خودش کرده و در یوتیوب صفحه اختصاصی مربوط به خود دارد. در توییتر نیز بسیار فعال است و بر اساس بررسی‌های مؤسسه بروکینگز<sup>۳</sup> بیش از هشت میلیون دنبال‌کننده در کشورهای عربی دارد.

1. Like  
2. Follower  
3. Brookings Institute

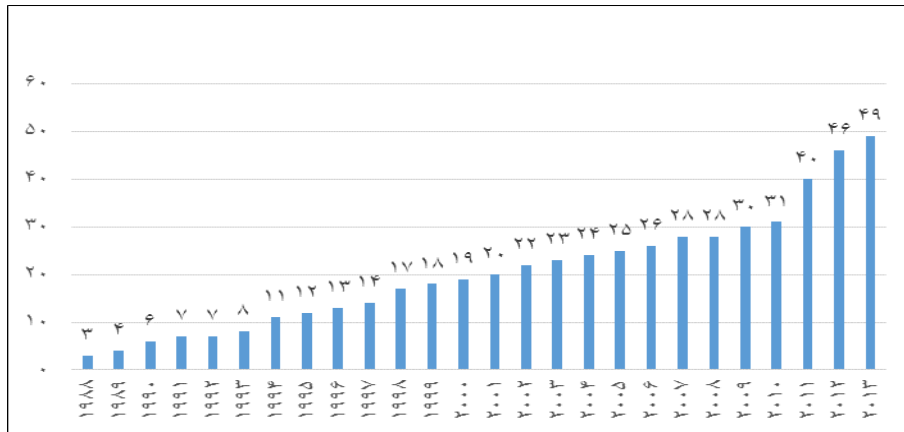
شکل شماره ۴. تعداد دنبال کنندگان عربی در توئیتر (Abdo, 2015)



## ۱-۶-۲. تعداد و اندازه گروه‌های سلفی جهادی در جهان

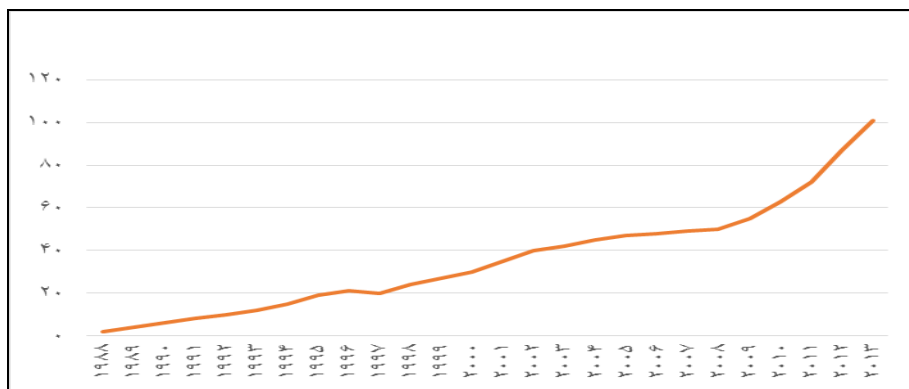
در حالی که گروه‌های سلفی جهادی در دهه گذشته غیرمتمرکز بودند، افزایش قابل توجهی در تعداد گروه‌ها پس از سال ۲۰۱۰ داشته‌اند. شکل زیر تعداد گروه‌های سلفی جهادی فعال را پس از سال ۱۹۸۸ نشان می‌دهد. تعداد گروه‌های سلفی جهادی فعال، پرش معنی‌داری از سال ۲۰۱۰ داشته و تعداد آنها در سه سال به دو برابر افزایش یافته است. در بررسی مؤسسه رند، تعداد گروه‌های سلفی در سال‌های گذشته طبق نمودار ارائه شده است (Jones, 2014).

شکل شماره ۵. تعداد گروه‌های سلفی جهادی از سال ۱۹۸۸ تا ۲۰۱۳



وهابی‌گری که با تفکرات ابن تیمیه و احیای این نظرات توسط عبدالوهاب در منطقه حجاز وجود داشت، توسط آل سعود با هدف‌های سیاسی در جهان عرب و کشورهای اسلامی گسترش یافته است. این فرقه، مطرود جامعه عربی و اسلامی بود، ولی در سال‌های اخیر در کشورهای عربی و جهان اسلام، رشدی جدی یافته است. طبق بررسی مؤسسه رند، تعداد جنگجویان وهابی طبق نمودار زیر به شدت رشد کرده و در دو سال، حدود دو برابر شده است (Jones, 2014).

شکل شماره ۶. تعداد جنگجویان سلفی جهادی در سال‌های ۱۹۸۸ تا ۲۰۱۳ (هزار نفر)



## ۲-۱-۶-۲. روند استفاده رسانه‌ای از شبکه‌های اجتماعی توسط القاعده

القاعده انتشار تصاویر و فیلم‌های خود را در سال ۲۰۰۰ و پیش‌تر از آن از طریق فروش به شبکه‌های تلویزیونی - به‌ویژه الجزیره - در معرض دید قرار می‌داد. این شیوه کم‌کم باعث آشنایی هر چه بیشتر مردم منطقه و جهان با شیوه اقدام این گروه‌ها گردید، در سه سال اخیر انعکاس اتفاق‌های سوریه و خشونت‌های آن، تنها چند لحظه پس از وقوع در شبکه‌های اجتماعی مشهود است. گروه‌های تروریستی مختلفی که در سوریه فعال بوده و دست به جنایت می‌زدند، هر کدام به نوعی دارای گروه خبری مجزا بودند، تا آنجا که این گروه‌ها، کاربری‌های اختصاصی در شبکه‌های اجتماعی شناخته‌شده داشتند.

## ۳-۱-۶-۳. کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی تروریست‌های سوریه

گزارش صادرشده از مرکز بین‌المللی بررسی افراط‌گرایی<sup>۱</sup> که در دانشگاه سلطنتی لندن منتشر شد، نشان داد که گروه‌های جهادی در سوریه افزایش قابل‌توجهی در بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی داشته‌اند و از این طریق نیروهای جدید را به خدمت می‌گیرند. بر اساس این گزارش، ۱۱ هزار مبارز از طریق اینترنت، جذب، سازماندهی و وارد سوریه شده‌اند که از میان آنها ۱۹۰۰ نفر از اروپا بوده‌اند. در میان اروپایی‌ها نیز بیشترین تعداد متعلق به فرانسه بوده که ۴۲۱ نفر را شامل می‌شود و پس از فرانسه، انگلیس با ۳۶۶ نفر قرار دارد و بلژیک با ۲۶۹ نفر و آلمان با ۲۴۹ نفر در رتبه‌های بعدی هستند. این گزارش تأکید کرد که درگیری‌های سوریه، اولین درگیری در نوع خود است که عناصر مسلح در آن از طریق شبکه‌های اجتماعی جذب می‌شوند. میزان پذیرش رویکردهای جهانی شبکه‌های اجتماعی تروریستی تکفیری نیز متفاوت است؛ به‌گونه‌ای که مقبولیت هواداران این صفحه‌ها در انگلیس ۲۵/۴ درصد،

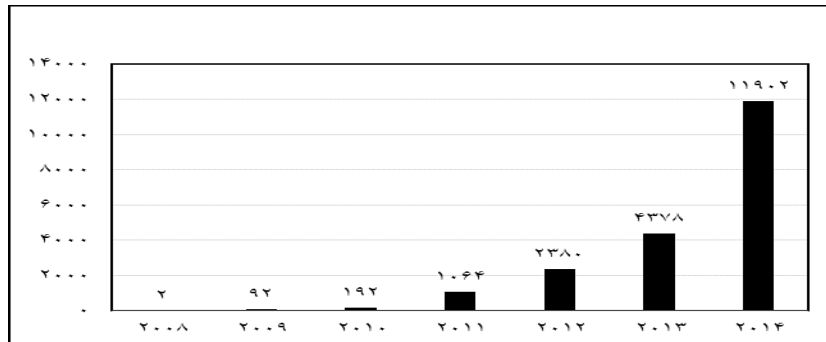
در فرانسه ۱۴ درصد، در آلمان ۱۲/۳ درصد و در سوئد ۸/۸ درصد، در هلند ۷ درصد و در بلژیک ۵/۳ درصد می‌باشد. در کشورهای اروپای شرقی شامل آلبانی و بوسنی و بلغارستان و کوزوو و مقدونیه و صربستان نیز ۶/۱ درصد با دعوت‌های جهاد در سوریه ابراز همبستگی کرده‌اند (Zelin, 2013).

#### ۴-۶-۱-۲. فعالیت داعش در عراق و شبکه‌های اجتماعی

نقش داعش در بحران سوریه، مؤثر است تا آنجا که نفوذ این گروه در کنار سایر گروه‌های سلفی، ارتش آزاد سوریه را به حاشیه رانده و به باور برخی تحلیلگران «ارتش آزاد» را از میان برداشته است. سازمان ناظر حقوق بشر سوریه در گزارشی که در سال ۲۰۱۳ ارائه کرد، ابراز داشت که داعش، قوی‌ترین گروه شورشی فعال در شمال سوریه است، از این‌رو گروه یادشده تلاش کرده تمام اقدام‌های تروریستی خود را یا تحت پوشش رسانه‌های غربی قرار دهد و یا اینکه توسط تصویربرداران خودی این گروه به ثبت برساند و بلافاصله به شبکه‌های اجتماعی انتقال دهد.

داعش از رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه توئیتر برای تبلیغات و پیام‌رسانی به جهان و جذب مردمی بهره می‌گیرد که ظرفیت افراط‌گرایی را دارند. داعش با بهره‌گیری از پشتیبانان پُرشمار و راهکنش‌هایی (تاکتیک‌هایی) که سازماندهی شده‌اند، توانسته با انتشار تصاویر خشونت‌های خود (از جمله با سربریدن خبرنگاران غربی و کارکنان امدادی و به‌تازگی با آتش زدن خلبان نیروی هوایی اردن) تأثیر بیش از حدی بر چگونگی توجه جهان به خود و همزمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جذب داوطلبان و متقاعد ساختن آنها به عملیات انتحاری، ایجاد نماید. در بررسی مؤسسه مطالعاتی بروکینگز، تعداد حساب‌های کاربری که در سال‌های اخیر برای پشتیبانی از داعش در شبکه اجتماعی توئیتر ایجاد شده که در نمودار زیر تصویر شده است (Berger & Morgan, March 2015: 16).

شکل شماره ۷. تعداد حساب‌های کاربری ایجادشده برای تبلیغ داعش در توییتر در سال‌های مختلف



این گروه با ایجاد حساب‌های کاربری مختلف که از یک حساب کاربری مادر تغذیه می‌شود، فعالیت بی‌امانی را در جهت به نمایش گذاشتن فعالیت‌های خود ایجاد نموده است. هر یک از حساب‌های کاربری مبلغان داعش در توییتر به طور متوسط هزار دنبال‌کننده دارد. همچنین حساب‌های کاربری مبلغان داعش به‌طور قابل ملاحظه‌ای فعال‌تر از سایر کاربران توییتر هستند (Berger & Morgan, March 2015: 2).

این گروه آتش تهيئه قوی رسانه‌ای درباره کشور عراق تدارک دیده بود. این حرکت در شبکه‌های اجتماعی به قدری بود که تمامی شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای ارتباطی تعاملی در عراق مسدود شد. گروه رسانه‌ای داعش در حمله خود به استان «صلاح‌الدین» و پیش از آن تصرف موصل، به‌گونه‌ای حرفه‌ای اقدام به به‌روزرسانی تمامی حساب‌های کاربری فعال خود در شبکه‌های اجتماعی نمود. این به‌روزرسانی به حدی بود که به طرفداران خود در سراسر دنیا این پیام را رساند که آنها در حال پیشروی بدون واپایش و محدودیت هستند. گروه داعش هم‌زمان با سقوط «موصل» اقدام به انتشار نشریه الکترونیکی خود کرد. این نشریه که بیشتر قسمت‌های آن مربوط به چگونگی درگیری با نیروهای دولتی عراق بوده و در بسیاری از صفحه‌های آن نیز به صحنه‌های خشن اعدام‌های خیابانی نیروهای پلیس و امنیتی عراق پرداخته شده است، به‌گونه‌ای نشان‌دهنده خوی درندگی داعشی‌ها بوده است. این نشریه بر روی بُرد نظامی این نیرو کار کرده

است و توان داعش را به گونه‌ای نشان داده که گویا ارتش عراق توانایی برخورد با تهاجم آنها به شهرهای مختلف عراق را ندارد. این نشریه که به احتمال فراوان درجایی غیر از محل درگیری‌ها یا شاید هم در خارج از عراق تهیه می‌شود، دارای صفحه‌بندی با کیفیت و رنگ‌بندی عالی می‌باشد (فعالیت بی‌امان داعش در شبکه‌های اجتماعی، ۱۳۹۳/۴/۱۲).

#### ۵-۶-۲. حمایت آمریکا و انگلیس از فعالیت گروه‌های تکفیری در شبکه‌های اجتماعی

درحالی که شبکه‌های اجتماعی در اساسنامه‌های خود، ملزم به حذف حساب‌های کاربری انتشاردهنده‌ی خشونت هستند، ولی پس از انتشار گسترده‌ی ویدئوهای داعش و تأثیر پذیرفتن مخاطب از آنها اقدام به حذف این ویدئوها از روی شبکه‌های خود می‌کنند. انتشار گسترده‌ی اقدام‌های دسته‌جمعی، بریدن سرهای مردم، خوردن اعضای آنان و... در قوانین شبکه‌های اجتماعی از جمله توئیتر، یوتیوب و فیس‌بوک، ممنوع است و حذف نشدن آنها از این پایگاه‌ها جای تأمل دارد. این شبکه‌ها در گذشته، حساب‌های کاربری تبلیغاتی مسلمانان که بدون هیچ‌گونه خشونتی به تبلیغ اسلام مشغول بوده را حذف می‌کردند. پس از افزایش شدید انتقادات و اعتراض‌ها به شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی، به‌ویژه توئیتر و فیس‌بوک به علت ارائه‌ی خدمات ویژه به گروه‌های تروریستی تکفیری، یکی از مدیران بلندپایه‌ی توئیتر فاش کرد که بر اساس شیوه‌نامه‌ی سیا، آنها اجازه‌ی حذف کردن این صفحه‌ها را ندارند. به گفته‌ی او بر اساس مقررات امنیتی، آنها ناچارند با سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی همکاری کنند؛ چرا که آنها به بیشتر داشته‌های این شبکه‌ها دسترسی نامحدود دارند، اما گاهی کار از این هم فراتر می‌رود و دستورها و توصیه‌هایی از برخی نهادهای دولتی و سازمان‌های اطلاعاتی دریافت می‌شود (فعالیت بی‌امان داعش در شبکه‌های اجتماعی، ۱۳۹۳/۴/۱۲).

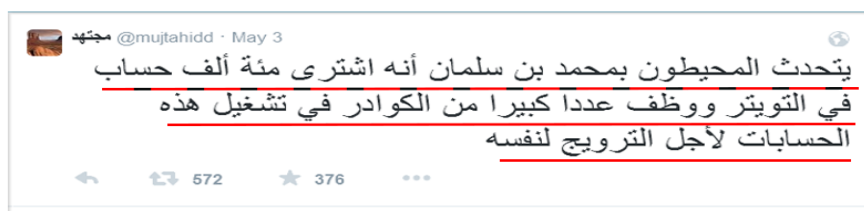
#### ۷-۱-۲. تفکر تکفیری، شبکه‌های اجتماعی و ج.ا.ایران

با تشدید شکاف‌های کشورهای منطقه و حمله‌ی عربستان به یمن، سران عربستان در پی توسعه‌ی تقابل با ایران به فضای مجازی هستند. مجتهد که سال‌هاست اسرار آل سعود



را در فضای مجازی منتشر می‌کند، به تازگی تویت زیر را با محتوای اینکه «محمد بن سلمان یک‌صد هزار حساب کاربری توییتری خریداری و تعداد زیادی از افراد را برای تبلیغ خود در توییتر استخدام کرده» را منتشر نمود.

شکل شماره ۸. خبر مجتهد از خرید یک‌صد هزار حساب کاربری توییتر توسط محمد بن سلمان



با توجه به اتفاق‌های رخ داده در شهرستان مهاباد و ماجرای قتل یک خانم، کشورهای معاند جمهوری اسلامی ایران فرصت را مناسب دیده و با تحریف و بزرگ‌جلوه دادن خبر، سعی در ایجاد آشوب در کشور داشتند. در بررسی‌های انجام‌شده مشخص گردید بیش از ۸۰ درصد تویت‌های منتشرشده با مضمون واقعه مهاباد از حساب‌های کاربری کشور عربستان ارسال شده است (انبارهای سلاح عربستان را از رقیب ...، ۱۳۹۴/۴/۶).

شکل شماره ۹. تویت‌های برتر راجع به اتفاق مهاباد

Top Posts		RTs/Likes	Klout	Recent
Tip: Click on a post's date to be taken to original post				
	@MohamadAhwaze محمد مجید الأحوازي	May 7	2,386	<a href="http://t.co/8JPzvM8qu5">http://t.co/8JPzvM8qu5</a>
. هنا مهاباد الكردية المنتفضة بوجه الإنظام الإيراني الإز هابی				
	@safa_tv قناة صفا الفضائية	May 7	1,212	<a href="http://t.co/ZUxYSjMy9a">http://t.co/ZUxYSjMy9a</a>
كردستان تلحق بالأحواز وتنتفض بعد إنتحار قناة ##كردية إعتصمها ضابط ## إيران				
	@alsobaiy503 خالد محمد السبيعي	May 8	888	
حرق لعربات قوات الامن الإيرانية من قبل أهلي مهاباد الكردية بوسط حالة أنتفضر ونكتم وسائل الاعلام الإيرانية ##كردستان تلحق بالأحواز وتنتفض				
	@SaudiNews50 أخبار السعودية	May 7	858	<a href="http://t.co/h2WpM0mnk2">http://t.co/h2WpM0mnk2</a>
عاجل: اقليم كردستان ايران ينتفض الآن ضد الدولة الفارسية . ولتباكات بين المحتجين				
- والامن الإيراني في مهاباد				
	@MohamadAhwaze محمد مجید الأحوازي	May 7	538	<a href="http://t.co/XajRxfX5aS">http://t.co/XajRxfX5aS</a>
عاجل: جانب من سقوط عشرات الجرحى الأكراد حملت مظاهرات الشعب الكردي بمدينة مهاباد في إقليم كردستان إيران الآن				

گفتنی است که در راستای ترویج حضور میدانی در شبکه‌های اجتماعی، فراخوان‌های متفاوتی از سوی حساب‌های کاربری معاند و رهبران آنها در شبکه اجتماعی فیس‌بوک انتشار یافت. این اقدام‌ها به تظاهرات خیابانی در مهاباد منجر شد.

## ۲-۲. بسیج

«بسیج، یعنی نیروی کارآمد کشور برای همه میدان‌ها» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از پاسداران و بسیجیان، ۱۳۹۱/۰۹/۰۱).

مفاهیم در هر فرهنگی بنا بر شرایط و رویدادهای اجتماعی در آن دوران، رشد و تکامل می‌یابند. بسیج از مفاهیمی است که در انقلاب اسلامی تکیه یافت. این مفهوم که به تدبیر امام خمینی (ره) در اوایل انقلاب برای کسب آمادگی مردمی برای دفاع از کشور، انقلاب و نظام به خدمت گرفته شد، در طول انقلاب اسلامی، کارکردهای متنوع و مؤثری داشته که دوست و دشمن را به تحسین واداشته است. چنان‌که رهبر انقلاب در دیدار با بسیجیان اظهار داشته‌اند: «بسیج یک پدیده شگفت‌آور و رمزآلود و رازآلود و استثنائی نظام جمهوری اسلامی است. این مجموعه خیلی گره‌ها را باز کرده است، در خیلی صحنه‌ها حضور داشته است، حضور او اثرگذار و تعیین‌کننده بوده است. پس ما در آینده هم به این حضور احتیاج داریم» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با بسیجیان خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۲۴).

مقام معظم رهبری ضمن تأکید بر مأموریت‌های مختلف نیروی مقاومت بسیج بر فراگیر بودن آن تأکید ورزیدند: «بسیج لزوماً نظامی نیست؛ یعنی حتماً سازمان نظامی نیست»، البته تحولات، فرایندی را برای متناسب شدن ساختار بسیج با تهدیدهای دشمن به وجود آوردند. «بسیجیان ما، باید روزبه‌روز بر آگاهی و بصیرت خود بیفزایند و با شناخت دشمن مانع از تحقق توطئه‌ها و ترفندهای گوناگون او شوند» (بیانات مقام معظم رهبری در جلسه پرسش و پاسخ دانشگاه تهران، ۱۳۷۷/۰۲/۲۲).

### ۲-۳. تعامل‌های بسیج و شبکه‌های اجتماعی

نقش بسیج، بازتعریف مأموریت و راهبردهای دفاع از انقلاب و نظام مطابق شرایط و مقتضیات زمانه و تلاش و مجاهده برای تحقق آنهاست، البته نهادها و سازمان‌های نظام در این مورد وظیفه دارند، ولی در دوره‌های مختلف، بسیجیان نقش اصلی در راه‌یابی به میدان اصلی و ایفای نقش محوری در دفاع از نظام و انقلاب را به انجام رسانده‌اند. در مورد شبکه‌های اجتماعی نیز بسیجیان در تلاش برای ایفای نقش خود می‌باشند. «امروز بسیج در زمینه علم، در زمینه تجربه، در زمینه فناوری، در زمینه‌های معنوی، در زمینه خدمات اجتماعی، در زمینه نظریه‌پردازی در بخش‌های مختلف زندگی اجتماعی، در زمینه تحصیل، در زمینه تربیت، ببینید چقدر فعال است» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با جمعی از بسیجیان و فعالان طرح شجره طیبه صالحین، ۱۳۹۱/۰۹/۰۱).

فرمانده سپاه پاسداران در تبیین نقش بسیج در مقابله با جنگ نرم دشمن می‌گوید: «نقش مردم در مقابله با جنگ نرم، «سرنوشت‌ساز» است. حضور جوانان مؤمن، با انگیزه و با ایمان در عرصه‌های مختلف مانند فضای مجازی نقش مهمی در مقابله با جنگ نرم دشمن دارد» (جعفری، ۱۳۹۳/۷/۷).

«کیفیت‌ها باید بالا برود؛ البته کیفیت بر کمیت ترجیح دارد، لکن کمیت با کیفیت هم دارای اهمیت است؛ یعنی گسترش سطحی و عرضی همراه با عمق‌یابی، هر دو باید مورد توجه قرار بگیرد. امروز دنیای اسلام، محتاج این حرکت بسیجی است» (بیانات مقام معظم رهبری در بسیجیان و فعالان طرح شجره طیبه صالحین، ۱۳۹۱/۰۹/۰۱). از ابزارهای مهم در توسعه کمی و کیفی بسیج در دنیای اسلام، شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند. با ایجاد و توسعه این شبکه‌ها در بسیج می‌توان جبهه مقاومت و اسلام ناب محمدی را در دنیای اسلام منسجم نمود و گروه‌های تکفیری را منزوی کرد. با تلاش‌های سازمان بسیج، شبکه شباب با بیش از ۴۴ هزار نقطه در کشور توسط سازمان بسیج راه‌اندازی شده و در واقع این سامانه به‌عنوان یک سامانه اطلاع‌رسانی اینترنتی طراحی شده است. این

شبکه می‌تواند به‌عنوان پشتیبان نیروهای بسیجی برای شناسایی، آموزش، هدایت و ارزیابی فعالیت‌های بسیجیان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی کشور و جهان، نقش مؤثری ایفا نماید. بسیج، شبکه‌های اجتماعی جغرافیایی، تخصصی و اقشاری است که در مناطق کشور، در تخصص‌ها و در اقشار متفاوت برای دفاع از نظام تشکیل شده است. از عوامل مؤثر در کارایی شبکه‌های اجتماعی ارتباط، تجمع و انتشار اخبار، اطلاعات، نظرات و بحث پیرامون مسائل مهم برای اعضاست. تجمع‌ها، سخنرانی‌ها، حلقه‌های صالحین و اردوها برای ارتباط بیشتر و گسترده‌تر، طراحی شده و در حال اجراست. بهره‌گیری از فناوری‌های نو و کم‌هزینه می‌تواند کارایی بسیج را در دفاع از انقلاب و نشر فرهنگ غنی تشیع و اسلام ناب در جهان ارتقا دهد.

### ۳. تدوین راهبرد در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی

#### ۳-۱. تجزیه و تحلیل SWOT

با توجه به بررسی‌های انجام‌شده و نظرات خبرگان مجموعه‌ای از قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای بسیج در شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان اسلام احصاء شده است، بخشی از آنها عبارتند از:

##### ۳-۱-۱. فرصت‌ها

- (۱) ظرفیت تبلیغ حقانیت تشیع،
- (۲) فرصت تبلیغ برای کاهش سلطه استعمارگران،
- (۳) امکان تبلیغ اتحاد بین مسلمین،
- (۴) فرصت تحسین تلاش‌های استقلال‌طلبانه،
- (۵) امکان روشنگری در مورد اندیشه تکفیری،
- (۶) ظرفیت افشای خیانت‌های سران کشورهای اسلامی،
- (۷) فرصت بیداری اسلامی.

## ۲-۱-۳. تهدیدها

- (۱) ظرفیت تقویت واگرایی قومیتی،
- (۲) امکان تضعیف بنیان خانواده،
- (۳) جذب بسیجیان به سبک زندگی غربی،
- (۴) امکان انتقال اندیشه‌ها و دیدگاه‌های جریان معاند به داخل،
- (۵) امکان نظرسازی و عملیات روانی.

## ۳-۱-۳. ضعف‌ها

- (۱) کمبود اطلاعات اعتقادی در بسیجیان،
- (۲) توجه به کمیت به جای کیفیت در بسیج،
- (۳) عوام‌گرایی در امور فرهنگی،
- (۴) کمبود تخصص در ایجاد محتواهای جذاب،
- (۵) کم شدن واپایش سازمان بسیج بر بسیجیان،
- (۶) ضعف آموزش و توانمندی کادر بسیج در شبکه‌های اجتماعی،
- (۷) ضعف استفاده از فناوری‌ها و سواد اطلاعاتی،
- (۸) وجود نگاه ممنوع‌سازی به جای مصون‌سازی،
- (۹) کمبود زیرساخت‌های بومی جایگزین،
- (۱۰) ضعف شبکه‌سازی در بسیج،
- (۱۱) ضعف تولید و مدیریت محتوا.

## ۴-۱-۳. قوت‌ها

- (۱) برخورداری از فرهنگ غنی اسلام و تشیع،
- (۲) افتخار آفرینی‌های مقاومت،
- (۳) برخورداری بسیجیان از جوانی و شور،

- (۴) وجود نگرش کار جهادی و تکلیفی در دفاع از انقلاب اسلامی،  
 (۵) توجه به اهمیت جنگ نرم و رسانه‌ای با دشمن،  
 (۶) توجه سازمان بسیج به فضای مجازی،  
 (۷) وجود ساختار قرارگاه‌های فضای مجازی در طول سازمان بسیج،  
 (۸) وجود محتوای غنی انقلاب اسلامی.

#### ۴. یافته‌های تحقیق

تعیین اولویت هدف‌ها و راهبردهای «نقش بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح جهان اسلام».

فرضیه ۱: حداقل اولویت دو هدف یا راهبرد از هدف‌های راهبردی و راهبردهای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان اسلام با هم تفاوت معنادار دارند. به‌منظور تجزیه و تحلیل فرضیه بالا از آزمون فریدمن استفاده گردید که نتایج به شرح جدول زیر است:

جدول شماره ۳. آزمون اولویت‌دار بودن هدف‌ها و راهبردها

رتبه میانگین	متغیرها (هدف‌های راهبردی و راهبردهای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان اسلام)	آزمون
۳/۳۱	توسعه شبکه‌های مقاومت در شبکه‌های اجتماعی جهانی و منطقه‌ای برای مقابله با رژیم اشغالگر قدس	۴/۰۰۵
۳/۳۱	بسیج منطقه‌ای برای مقابله با تکفیری‌ها در شبکه‌های اجتماعی جهانی، منطقه‌ای و داخلی	
۳/۰۹	پشتیبانی از اقدام‌های مقاومت	
۲/۹۹	حمایت از نظام‌های پشتیبان مقاومت	
۲/۹۴	هدایت بیداری اسلامی	
۲/۶۷	تبلیغ برای عضوگیری مقاومت در منطقه	

مطابق خروجی جدول چون سطح معنی‌داری کمتر از مقدار خطای ۰/۵ به دست آمده است ( $\text{sig} = ۰/۰۵$ )، بنابراین می‌توان ادعا نمود که فرضیه HI مورد تأیید واقع می‌شود. رتبه میانگین این هدف‌های راهبردی و راهبردهای «بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان اسلام» به ترتیب از بیشترین به کمترین در جدول بالا نشان داده شده است.

## ۵. نتیجه‌گیری

### ۱-۵. جمع‌بندی

نتیجه انقلاب اطلاعاتی، فضایی غیرفیزیکی، فاقد مرز و بدون ماده است. این فضا با نور و الکترون جهانی ساخته شده‌اند و هرچند با مسامحه، مجازی نامیده شده، ولی به جهان حقیقی تنه می‌زند. فضای سایبری، محیطی است که بشر برای تعامل‌های اطلاعاتی خلق یا کشف نموده، ولی تحت تأثیر آن، روش زندگی و منش زیست خود را دگرگون نموده است، تا اندازه‌ای که واپایش آن را از دست داده و نگران آثار سوء آن بر آینده و سرنوشت خویش است. بخش اعظمی از افراد بشر، قسمت مهمی از وقت خود را در این فضا می‌گذرانند. این فضا میدانی برای رقابت‌ها و رفاقت‌هاست. با گسترش تنوع و ظرفیت‌های سایبری سازمان‌ها و گروه‌ها، جوامع و ملت‌ها، ارتش‌ها و دولت‌ها برای بهره‌گیری از این ظرفیت هجوم آوردند. مفاهیم، روش‌ها، کنش‌ها، تجمع‌ها، تقابل‌ها، تعامل‌ها و تبادل‌های خاص این فضا به سرعت، توسعه و گسترش یافت. هر فرد، گروه یا جامعه‌ای که استفاده بیشتری از این فضا کند، به‌گونه مضاعفی از نتایج اقدام‌های خود بهره خواهد بُرد. فضای سایبری را می‌توان بر اساس چیزی دسته‌بندی کرد که برنده جایزه نوبل، الینور اوستروم<sup>۱</sup>، آن را «منبع حوضچه مشترک»

1. Elinor Ostrom

می‌نامد، که کنار گذاشتن دیگران از آن و بهره‌کشی توسط یک طرف، می‌تواند باعث کم شدن ارزش آن برای طرف‌های دیگر شود (نای، ۱۳۹۰: ۲۲۴).

رهبر معظم انقلاب در بیاناتشان در دیدار بسیجیان به مناسبت هفته بسیج در سال ۱۳۸۴ می‌فرمایند: «روحیه بسیجی، یک روحیه‌ای است که اگر در هر نقطه‌ای و در هر قشری به وجود بیاید، در آنجا فعالیت و نشاط و حرکت و حیات را مضاعف و چند برابر می‌کند؛ این معنای بسیج است» (بیانات در بیعت جمع کثیری از بسیجیان نمونه، ۱۳۸۴/۰۹/۰۷). ضروری است نهاد بسیج، نقش خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی را نیز به‌درستی تشخیص و با تدارک سازمان‌های لازم به‌گونه مطلوبی ایفا نماید. در این تحقیق برای دستیابی به هدف‌ها و راهبردهای بسیج در شبکه‌های اجتماعی در سطح جهان اسلام تلاش شد. هدف‌های راهبردی بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح جهان اسلام به ترتیب اولویت عبارتند از:

- (۱) گسترش بیداری اسلامی،
- (۲) ایجاد و توسعه شبکه اختصاصی جهان اسلام برای تضعیف حاکمیت آمریکا بر اینترنت،
- (۳) سازماندهی نخبگان و تأثیرگذاران جهان اسلام در شبکه‌های اجتماعی برای ایجاد پویای جهانی،
- (۴) تولید محتوای عمیق و جذاب به‌منظور نشر آن در شبکه‌ها.

راهبردهای بسیج در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در قبال جهان اسلام به ترتیب اولویت عبارتند از:

- (۱) توسعه شبکه‌های مقاومت در شبکه‌های اجتماعی جهانی و منطقه‌ای برای مقابله با رژیم اشغالگر قدس،



(۲) بسیج منطقه‌ای برای مقابله با تکفیری‌ها در شبکه‌های اجتماعی جهانی، منطقه‌ای و داخلی.

## ۲-۵. پیشنهادها

- (۱) توسعه تلاش‌های بسیجیان در فضای مجازی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی برای گسترش فرهنگ بسیج در افکار عمومی کشورهای اسلامی،
- (۲) بهره‌گیری از نخبگان موافق انقلاب اسلامی در کشورهای اسلامی برای تعمیق بیداری اسلامی و گفتمان مقاومت در منطقه،
- (۳) تشکیل هسته‌های فرهنگی بسیج در کشورهای اسلامی با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی،
- (۴) تمرکز و تشکیل پویش‌های حمایت از ملت‌های مظلوم و مخالفت با صهیونیسم، تکفیر و وابستگی سیاسی به غرب،
- (۵) مطالعه روش‌های نوین عضوگیری، سازماندهی و هدایت بسیج با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی.

## فهرست منابع

### ۱. منابع فارسی

۱. آقاجانی، سعادت و همکاران (۱۳۹۲)، *بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی از منظر امنیت ملی و ارائه الگوی مناسب*، مطالعه گروهی، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی، دانشکده امنیت.
۲. آقایی، سیدسعید (۱۳۹۱)، «منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا؛ اطلاع‌رسانی، سازماندهی و گسترش سریع تحولات»، *فصلنامه روابط خارجی*، سال چهارم، شماره دوم.
۳. احمدی‌مقدم، اسماعیل (۱۳۸۶)، *استراتژی نیروی مقاومت بسیج در جنگ آینده*، رساله دکتری، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی، دانشکده دفاع.
۴. انبارهای سلاح عربستان را از رقیب منطقه‌ای به یک تهدید نیابتی تبدیل می‌کند (۱۳۹۴/۰۴/۰۶)، قابل دستیابی در <http://www.tasnimnews.com/fa/news>
۵. جعفری، محمدعلی (فرمانده کل سپاه) (سخنرانی) (۹۳/۷/۷)، اختتامیه نمایشگاه رسانه‌های دیجیتال انقلاب، قابل دستیابی در: [Basij.ir](http://Basij.ir)
۶. جلالی، علی اکبر (۱۳۹۲)، «روندهای رشد و توسعه شبکه‌های اجتماعی در فضای اینترنت»، ارائه‌شده در: *همایش شبکه‌های اجتماعی*، تهران، دانشگاه امام حسین (ع).
۷. حیدری، حسین، شاوردی، تهمینه (۱۳۹۲)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر همگرایی و واگرایی قومی»، ارائه‌شده در: *همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی*، تهران، جهاد دانشگاهی.
۸. خانیکی، امیرحسین (۱۳۹۲)، «شبکه‌های اجتماعی و امنیت ملی، تهدیدات و فرصت‌ها»، *مجموعه مقاله‌های همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی*، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
۹. خلیلی شورینی، سیاوش (۱۳۸۹)، *روش‌های پژوهش آمیخته*، تهران، انتشارات یادواره کتاب.
۱۰. دعائی، مهدی، ذوالفقارزاده، مهدی (۱۳۹۲)، «تشکیل امت اسلامی، جایگاه شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی عمومی کشورهای جهان اسلام»، ارائه‌شده در: *همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی*، تهران، جهاد دانشگاهی.
۱۱. شاهزاده سعودی در توویتر سرمایه‌گذاری کرد (۱۳۹۰/۹/۲۸)، قابل دستیابی در: <http://isna.ir/fa/news/9009-18212>
۱۲. عبداللهی، محمد (۱۳۹۳)، *مخاطرات امنیتی شبکه‌های اجتماعی*، تهران، دانشگاه امام حسین (ع)، مرکز مطالعات راهبردی و آینده‌پژوهی جنگ الکترونیک و دفاع سایبری.
۱۳. عقیلی، سیدوحید، جعفری، علی (۱۳۹۲)، «بررسی اهداف آشکار و پنهان شبکه‌های اجتماعی»، ارائه‌شده در: *همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی*، تهران، جهاد دانشگاهی.

۱۴. فعالیت بی‌امان داعش در شبکه‌های اجتماعی «(۱۳۹۳/۴/۱۲)، قابل دستیابی در: <http://shafaf.ir/fa/news/265268/>
۱۵. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، جلد ۱، *ظهور جامعه شبکه‌ای*، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو.
۱۶. گیوی، محمد، دهقانی محمدآبادی، صادق، اسماعیلی، محمدرضا (۱۳۹۲)، «نقش شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مجازی در انقلاب تونس»، ارائه شده در: *همایش تخصصی شبکه‌های اجتماعی*، تهران، جهاد دانشگاهی.
۱۷. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، *مجموعه آثار*، ج ۱۷، تهران، نشر صدرا.
۱۸. مهبانان، علیرضا، مجردی، سعید (۱۳۹۳)، «راهبرد ج.ا.ایران در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده»، *فصلنامه راهبرد دفاعی*، سال دوازدهم، شماره ۴۶.
۱۹. مهرگان، محمدرضا، زالی، محمدرضا (۱۳۸۵)، «در جست‌وجوی فنون تعیین روایی در پژوهش‌های مدیریتی»، *فرهنگ مدیریت*، سال چهارم، شماره چهاردهم.
۲۰. نای، جوزف (۱۳۹۰)، *آینده قدرت در قرن بیست‌ویکم، شبکه‌های اجتماعی قدرت برتر قرن ۲۱*، ترجمه رضا مراد صحرایی، تهران، انتشارات حروفیه.
۲۱. یزدخواستی، بهجت، عدلی‌پور، صمد، سپهری، آسیه (۱۳۹۱)، «تحلیل محتوای صفحات و گروه‌های شبکه اجتماعی فیس‌بوک با نظریه حوزه عمومی هابرماس»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره دوم، شماره ۱.

## ۲. منابع انگلیسی

1. Abdo, Geneive (2015), *Salafists and Sectarianism: Twitter and Communal Conflict in the Middle East*, The Center for Middle East Policy at Brookings, available at: [www.brookings.edu](http://www.brookings.edu).
2. Berger, J.M, Morgan, Jonathon (March 2015), The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World, *Analysis Paper*, No. 20.
3. Drapeau, Mark and Wells, Linton (April 2009), *Social Software and National Security: An Initial Net Assessment*, New York, Center for Technology and National Security Policy National Defense University.
4. Hand, Matthew (2010), *An Exploration of The Relationship among online Social Network Usage, Intimacy Social Comparison Tendencies and Relationship Satisfaction*, A Dissertation Presented In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy College of Education Louisiana Tech University.
5. Jones, Seth (2014), *A Persistent Threat, the Evolution of al Qa'ida and Other Salafi Jihadists*, available at: [www.rand.org/giving/contribute.html](http://www.rand.org/giving/contribute.html).
6. Zelin, Aron (2013), *ICSR Insight: Up to 11000 Foreign Fighters in Syria; Stepp Rise among Western Europeans*, New York, The International Center for the Study of Radicalization.

7. Trevor, Johnston (2011), What's Old is New Again: Social Media, Protests and the Enduring Role of Civil Society, available at: [www.ucl.ac.uk](http://www.ucl.ac.uk)