



# شبکه‌های اجتماعی جدید، فرهنگ سیاسی و انتخابات

دکتر سلمان صادقی زاده \*

## اشاره:

دسترسی آسان، ارزان، فراگیر و انبوه ایرانیان به شبکه‌های مجازی، مؤلفه نوپدید است که از منظر جامعه‌شناختی و امنیتی اهمیت بسیاری دارد. مروری کوتاه به ساختار و کارکرد رسانه‌های نوین نشان از آن دارد که این شبکه‌ها در عین ربایش تفکر و مسحورسازی کاربران، گفتمان‌ساز و آگاهی‌بخش هم هستند اما از آن جا که کاربران چنین شبکه‌هایی، نه آفریننده محتوا که مصرف‌کننده و انتقال‌دهنده آن هستند و اطلاع‌چندانی از عمق و دلالت پیام ندارند، امواجی در جامعه پدیدار می‌شوند که به سرعت و سهولت قابل توجه و مهندسی نیستند. از این رو در صورت عدم اقتناع شهروندان، مکانیسم مدیریت جامعه و تثبیت امنیت و رضایت پایدار به شدت، پرهزینه می‌شود.

## مقدمه

ایران طی سال‌های اخیر یکی از مهم‌ترین کشورهای استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است، به طوری که در برخی از شبکه‌های مذکور کاربران ایرانی با فاصله بسیاری نخستین استفاده‌کنندگان از این ابزارها بوده‌اند. به علاوه، ما پیوسته شاهد افزایش این کاربران به ویژه در دو سال اخیر بوده و هستیم. بنا بر گزارشی که در تیر ۱۳۹۳ بر روی خروجی برخی از تارنماهای خبری و تحلیلی در ایران قرار گرفت، کاربران وایبر و واتس‌آپ در ایران ۵ میلیون نفر برآورد شدند. گزارش انتشار یافته بر روی تارنمای آمارستان در مهر همان سال به نقل از مراکز آماري معتبر جهانی مانند الکس<sup>۱</sup> نشان داد که ۱۱,۷ درصد از تمامی کاربران وایبر در

جهان ایرانیان بوده و همچنین آنها در زمره گسترده‌ترین مخاطبان فیس‌بوک و توئیتر به شمار می‌روند، به نحوی که محققان مرکز انبرگ<sup>۲</sup> اعلام کردند که با وجود مسدود بودن بسیاری از شبکه‌های اجتماعی، حضور ایرانی‌ها در فضاهایی از جمله فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام و البته شبکه‌های ارتباطی اینترنتی به وضوح دیده می‌شود و حتی در برخی موارد کاربران ایرانی مخاطبان اصلی این شبکه‌ها را تشکیل می‌دهند.

با کاهش چشم‌گیر سرعت نرم‌افزار وایبر در اوایل سال جاری ما شاهد کوچ ساکنان آن به تلگرام بودیم، امری که بیانگر کارکرد اجتماعی مهم وایبر در میان مخاطبان آن بود و از آن پس صعود تعداد استفاده‌کننده از این نرم‌افزار جدید رو به افزایش بوده است. این روند صعودی در طول سال اخیر همچنان ادامه یافت تا جاییکه وزیر ارتباطات در خبر اعلامی آبان ۱۳۹۴ بیان داشت که شبکه اجتماعی تلگرام که منتسب به روسیه است، هم اکنون در ایران ۱۳ تا ۱۴ میلیون نفر مخاطب دارد. امری که نشانگر توانایی شبکه‌هایی از این دست در جذب مخاطبان ایرانی بوده است.

\* همکار علمی پژوهشکده مطالعات راهبردی

1. Alex

2. Annenberg



را پیامدهای ابتدایی رسانه‌های نوین در حیات اجتماعی دانست.

### طنز وارگی امر سیاسی

یکی از مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌های جدید اجتماعی بر فرهنگ سیاسی ایرانیان، معاصر طنزوارگی فزاینده امر سیاسی است تا جایکه کاربران این شبکه‌ها مهارت چشم‌گیری را در بازنمایی طنزانه جدی‌ترین مسائل سیاسی کسب کرده‌اند. نکته قابل توجه آن است که پیش از انقلاب اسلامی فرهنگ سیاسی گروه‌های اجتماعی و سیاسی بسیار مرزبندی شده، جدی و شمایی ایدئولوژیک داشت و حوزه سیاست دورترین حوزه از وادی طنز و شوخی بود. اما از انقلاب اسلامی به این سو هر چه زمان بیشتر می‌گذرد، موجی از طنزوارگی سیاسی فزاینده در گفتمان عمومی مشاهده می‌شود که این خود تحولی مهم در حوزه فرهنگ سیاسی محسوب شده که می‌تواند تأثیرات قابل توجهی را بر کنش سیاسی داشته باشد. طنزوارگی امر سیاسی با توسعه شبکه‌های جدید، نمودی به غایت آشکار و گسترده یافته است، به ویژه آنکه تعداد معتاب‌هایی از این طنزپردازان خود دارای سویه‌ای سیاسی بوده و در بسیاری از موارد، گرایش‌های خاص سیاسی را بازتاب می‌دهد. در این راستا می‌توان به رویدادهای مهم رخ داده در ماه‌های اخیر اشاره نمود. رویداد شهادت جمعی از حجاج ایرانی در عربستان یکی از مهم‌ترین این رویدادها بود. اگرچه این رویداد موجی از افسوس و ناراحتی و خشم را در جامعه پدید آورد اما در کنار این موج نیز ما شاهد مخابره پیام‌های طنز مختلفی بودیم که در گروه‌های اجتماعی بازتاب پیدا کرد—البته باید توجه داشت که در اینجا منظور گروه‌های اجتماعی در شبکه‌های

یکی از مهم‌ترین ابعاد این روند، در نوع و کیفیت تأثیر این شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ سیاسی مخاطبان آنها بازتاب می‌یابد. امری که در نهایت به تحول در کنش سیاسی آنان در زمینه‌های مختلف از جمله انتخابات خواهد انجامید. این تحول در ایستارها و انگاره‌های فرهنگ سیاسی و کنش سیاسی، امری جامع و گسترده است که لزوم تبیین ابعاد مهم تأثیرگذاری این فضا بر روی رفتار سیاسی مردم، با هدف سیاست‌گذاری متناسب دولتی و چگونگی اعمال راهبردهای مؤثر در چارچوب امنیت ملی را بازتاب می‌دهد.

### رهاوردهای جدید شبکه‌های اجتماعی

رسانه‌های جدیدی مانند فیس‌بوک، تلگرام، توئیتر، اینستاگرام به عنوان پایه‌های اساسی فضای مجازی در کشور، از ویژگی‌های مهمی برخوردارند که می‌تواند در رفتار و فرهنگ سیاسی مردم، تأثیرات قابل ملاحظه‌ای ایجاد کند. مهم‌ترین این ویژگی‌ها را می‌توان این‌گونه برشمرد: شبکه‌های نوین اجتماعی محملی امن و نسبتاً مصون از کنترل دولت ایجاد کرده‌اند و همین امر به کاربران نوعی حس امنیت القا می‌کند که به طرح و شرح نگاه خود پردازد. بر این اساس در شبکه‌های اجتماعی احتمال بیشتری وجود دارد که در مورد مباحثی تولید محتوا شود که قبلاً تابو بوده و در فرهنگ مردم جایگاهی نداشته است. شبکه‌های اجتماعی بر خلاف شبکه‌های سنتی مانند رادیو و تلفن، شدیداً با مقوله‌ای به نام سرگرمی در آمیخته و به همین خاطر راه خود را از محدوده نخبگی به پهنه توده مردم بازگشوده است. بین‌المللی شدن صدا، مقاومت و اعتراض، یکی دیگر از رهاوردهای رسانه‌های جدید است که هزینه و حساسیت اقدام دولت را غالباً افزایش می‌دهد و به نوعی اقدامات، کنش‌ها و واکنش‌های دولت‌ها و جامعه را بین‌المللی می‌کند. همچنین از مهمترین خصیصه‌های رسانه‌های اجتماعی جدید مطالبه‌آفرینی و مقایسه‌پردازی است یعنی مخاطب این شبکه‌ها با اطلاع یافتن از نظامات مختلف مملکت‌داری و تخصیص مزایا، عموماً مطالبه‌گر شده و موقعیت کنونی خود را با موارد ممتازتر به مقایسه می‌گذارد. بر این اساس می‌توان گزینه‌هایی همچون شورش و مقاومت حاشیه (مثلاً اقلیت‌ها) علیه اکثریت حاکم، نفوذپذیری آسان و پایدار جامعه در برابر سرمایه‌گذاران رسانه‌ای (مانند نامزدهای انتخاباتی و کشورهای معارض خارجی)، نحیف و فرسوده شدن افراد به نفع جریان‌ها و گفتمان‌ها و یا کمپین‌ها، گسترش بازیگری زنان در میدان‌های سیاسی مانند انتخابات و غیره

اقدام می نمودند و مراجعه به مساجد، هیئت‌ها، احزاب، انجمن‌ها و نهادهای کلاسیک موجود در جامعه مدنی مهمترین زمینه و بستر برای ایفای نقش سیاسی و انجام کنش‌ها و رفتارهای سیاسی بود. اما با گسترش شبکه‌های مجازی اجتماعی، تکوین و ظهور عرصه و بستر جدیدی برای کنش سیاسی و تولد یک جامعه مدنی مجازی به وقوع پیوسته است که در آن مخاطبان به مراتب فعال‌تر از اعضای جامعه مدنی کلاسیک عمل می‌کنند. در واقع تغییر و جابه‌جایی در نقطه ثقل رفتارهای سیاسی در ایران امروز، کاملاً همگام و همراه با تغییر نقطه ثقل کنشی از جامعه مدنی کلاسیک به جامعه مدنی مجازی بوده است به این معنا که عرصه و عرشه کنش و رفتار سیاسی در ایران با تحولی ساختاری رو به رو شده است.

### تحول در فرایند جامعه‌پذیری سیاسی

در جامعه‌شناسی سیاسی کلاسیک، روند جامعه‌پذیری سیاسی مهم‌ترین روند اجتماعی در مسیر انتقال ارزش‌های سیاسی بوده و انتقال ارزش‌ها، ایستارها، رویکردها و مفاهیم سیاسی از نسلی به نسل دیگر بدان منوط می‌گردد و مهم‌ترین کانال‌های جامعه‌پذیری سیاسی نیز عبارتند از نظام آموزشی، خانواده، جامعه دوستان و جوامعی که فرد در آنها به کنش اجتماعی می‌پردازد. از این رو ایجاد یک رسانه بدیل در برابر رسانه ملی به معنای ترقیق نقش یکی از کانال‌های سنتی جامعه‌پذیری سیاسی و تقویت یک کانال و مجرای نوین با نظام ارزشی متفاوت بوده که خود به خود به تغییر در جامعه‌پذیری سیاسی و در نهایت به تغییر فرهنگ سیاسی خواهد انجامید.

### شبکه‌های جدید اجتماعی و انتخابات پیش‌رو

تأثیر شبکه‌های جدید اجتماعی بر انتخابات پیش‌رو را می‌توان از دو منظر مورد بررسی قرار داد:

الف) تأثیر شبکه‌های جدید اجتماعی بر سطح کیفی انتخابات: کیفیت یک انتخاب، هنگامی مطلوب است که حاصل انتخاب آگاهانه، مسئولانه و آزادانه رأی‌دهندگان و همچنین تأمین‌کننده اسلامیت و استقلال نظام باشد. وجود شبکه‌های اجتماعی از این جهت که گفت‌وگو را میسر می‌دارند، یکی از مهمترین عوامل در ارتقاء دانش و بینش بازیگران سیاسی در جامعه هستند. بر این مبنا کاربران شبکه‌های جدید اجتماعی همواره با داده‌ها و تحلیل‌های سیاسی جدیدی مواجه می‌شوند که مقولات را از ابعاد مختلفی مورد واکاوی قرار می‌دهند. این امر از یک سو موجب می‌شود کاربران از

مجازی است و نه گروه‌های تخصصی که با کارویژه‌های خبری، علمی و ... تأسیس شده و مشغول به کارند.

برخوردهای پلیس فتا با برخی از جرایم اینترنتی، تنوع و سمت‌گیری بدیع با سویه طنزگونه در قبال رسانه ملی و برخی از برنامه‌های رسانه‌های رسمی، تعطیلی سفارت‌خانه‌ها و قطع ارتباط با برخی کشورها، آزمون نامزدهای انتخابات پیش‌رو، اجرای برج‌مجموعه، روابط با آمریکا و ... از جمله موضوعاتی بوده‌اند که در پی آن‌ها صدها پیام شوخی در این رابطه در شبکه‌های مجازی به اشتراک گذاشته شد. نحوه برخورد کاربران با رویدادهای فوق نشان از فرهنگ سیاسی جدیدی دارد که حادث‌ترین مسائل سیاسی را نه با زبانی تحلیلی و تبیینی که با عینکی طنزوار بازتاب می‌دهد.

### جابه‌جایی در نقطه ثقل رفتار سیاسی

طنزوارگی سیاسی که رخدادی مهم در زمینه فرهنگ سیاسی محسوب می‌شود، خود موجب تحول مرکز ثقل رفتارهای سیاسی از کنش‌های رسمی به کنش‌های کلامی شده است. با گسترش این شبکه‌ها، رفتار سیاسی از کنش‌های رسمی و کلاسیک - مانند مبارزه مسلحانه، مبارزه انتخاباتی، تشکیل گروه‌ها و سازمان‌ها برای انجام کنش مستقیم، چانه‌زنی سیاسی - به سمت تولید و انتشار کلامی مضامین سیاسی میل کرده است.

تغییر الگوی پیگیری مطالبات سیاسی یکی دیگر از تأثیرات گسترش طنزوارگی سیاسی بوده است. در گذشته مردم غالباً مطالبات، انتقادات و خواسته‌های خود را به انحاء مختلف از طریق کانال‌های رسمی دولتی یا نهادهای کلاسیک جامعه مدنی تجمیع و تبیین نموده و برای پیگیری و وصول مطالبات و استیفای حقوق خود از این طریق



افراد را در پی دارد؛ موسم انتخابات به فصلی استراتژیک و بسیار حساس بدل می‌شود که با توجه به بی‌مرزی رسانه‌های جدید، می‌تواند برخی عوارض امنیتی را در پی داشته باشد که البته از طریق سیاست‌گذاری‌های درست و هوشیارانه، قابل مدیریت خواهد بود. ضمن اینکه شبکه‌های اجتماعی جدید در بسیاری جهات موجب افزایش توجه کاربران به تعیین سرنوشت خویش شده و افراد را از وضعیت انقبادی و بی‌تفاوتی<sup>۱</sup> به وضعیت همدلی<sup>۲</sup> و هم‌فکری<sup>۳</sup> سوق می‌دهد.

در مجموع می‌توان گفت که انتخابات اسفند ۱۳۹۴، به عنوان نخستین انتخاباتی که با حضور گسترده تلگرام و دیگر شبکه‌های نوپدید برگزار می‌شود، شاهد سه رخداد منحصر به فرد خواهد بود:

نخست؛ اهمیت یافتن تحولات پسانتخابات به خاطر تزریق انتظار و توقع انبوه به جامعه هواداران از طریق شبکه‌های مزبور دوم؛ شبکه‌ای شدن حوزه‌های انتخاباتی کوچک و تحولات حادث در یکایک این حوزه‌ها سوم؛ تعمیق فرهنگ مشارکت، رقابت، ائتلاف و هم‌آوایی اکثریت مردم در نظام اسلامی در منطقه پر آشوب خاورمیانه.

اطلاعات و رخدادهای جدید سیاسی آگاه شده و از دیگر سو توان بیشتری در تحلیل مسائل سیاسی کسب می‌کنند. امری که توانایی آنها را در شناسایی نامزد مناسب‌تر به میزان بسیاری یاری خواهد کرد و از این رو به افزایش سطح کیفی انتخابات پیش‌رو منتج خواهد شد. (ب) تأثیر شبکه‌های جدید اجتماعی بر سطح کمی انتخابات: در این باب شبکه‌های اجتماعی جدید نقشی دوگانه بر افزایش سطح کمی انتخابات پیش‌رو ایفا خواهند نمود. برخی از کارویژه‌های ساختاری این شبکه‌ها ممکن است موجب کاهش مشارکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان گردد و برخی دیگر از کارویژه‌های آن می‌تواند مقدمات و لوازم مشارکت سیاسی را تا میزان معتناهی افزایش دهد. طنز وارگی سیاسی و رویکرد نقادانه موجود در این شبکه‌ها می‌تواند به کاهش سطح کمی شرکت کنندگان منجر شود. به روایتی انتقادات سیاسی را می‌توان به ترتیب اهمیت در سه سطح دسته‌بندی کرد: انتقاد به ساختارها، انتقاد به تصمیمات، انتقاد به تصمیم‌گیرندگان. باید گفت که انتقادات مطرح‌شده در فضای مجازی بر هر سه قسم‌اند. اما انتقادات ساختاری از آنجاییکه نقش تصمیم‌گیرندگان را کوچک می‌شمرند به ایجاد این تصور می‌انجامد که شرکت در انتخابات هیچ سودی ندارد. ضمن اینکه طنزوارگی سیاسی موجود در برخی مطالب فضای مجازی، جدی بودن نقش انتخابات در زندگی سیاسی مردم را به چالش می‌کشد.

از سوی دیگر نباید از نقش این شبکه‌ها در افزایش کمی شرکت کنندگان در انتخابات نیز غافل بود. همانطور که خاطر نشان شد این شبکه‌ها با ایجاد یک جامعه مدنی مجازی انسانها را به هم پیوند داده و از این طریق موجب افزایش علقه و علاقه آنان به رفتارهای جمعی نظیر انتخابات می‌شوند. اینکه در نهایت این شبکه‌ها موجب افزایش سطح کمی مشارکت خواهند شد یا کاهش آن، بستگی به معدل عوامل یاد شده دارد.

### نتیجه‌گیری

مهم‌ترین رویکرد به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی جدید در جامعه امروز، تلاش برای تبدیل آنها به یکی از ابزارهای تعمیق امنیت ملی است. از این رو با توجه به آنکه رسانه‌های اجتماعی جدید موجب ارتقای آگاهی اجتماعی شده و ضریب محرمانگی تصمیمات را کاهش می‌دهد (اشاعه سیاست به عرصه اجتماعی) و همچنین پدیداری ذهنیت مقایسه‌ای و افول نخبه‌گرایی و وجاهت‌کاریزماتیک

1. Apathetic mood  
2. Empathetic  
3. Sympathetic