



Paper Type: Original Article



Analyzing the Role of Social Media in the Emergence and Escalation of Social Crises: An AHP Study

Abbasali Monzeli^{1,*} ¹ Department of Mathematics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran; abbas_monzeli@yahoo.com.**Citation:**Monzeli, A. (2024). Analyzing the role of social media in the emergence and escalation of social crises: An AHP study. *Management: Modeling, analysis and applications*, 1(3), 206-214.

Received: 20/02/2024

Reviewed: 05/06/2024

Revised: 23/07/2024

Accepted: 13/08/2024

Abstract

Purpose: This study aimed to analyze the role of social media in the formation and escalation of social crises and to prioritize their effective features and functions.

Methodology: This research employed a mixed-method (qualitative-quantitative) approach using the Analytic Hierarchy Process (AHP) technique. Data were collected through interviews with 10 experts and library studies, and were analyzed using AHP software and coding based on grounded theory.

Findings: Based on the AHP results, among the features of social media, "content-centricity" with a score of 0.9 had the greatest impact on attracting audiences during a crisis. Among the functions, "public information dissemination" with a score of 0.85 was identified as the most effective factor in guiding and mobilizing the audience during social crises.

Originality/Value: The primary value of this research lies in presenting a native conceptual model and quantitatively prioritizing key influential factors, which can serve as a suitable basis for policymaking and proactive management of social media in confronting social crises in Iran.

Keywords: Crisis communication, Social crises, Analytical hierarchy process, Social media.

Corresponding Author: abbas_monzeli@yahoo.com<https://doi.org/10.22105/mmaa.v1i3.88>

Licensee. **Management: Modeling, Analysis and Application**. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).



تحلیل نقش رسانه های اجتماعی در پیدایش و تشدید بحران های اجتماعی: یک مطالعه AHP

عباسعلی منزلی*

گروه ریاضی، واحد تهران-مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف: این پژوهش با هدف تحلیل نقش رسانه های اجتماعی در شکل گیری و تشدید بحران های اجتماعی و اولویت بندی کارکردها و ویژگی های موثر آن ها انجام شد.

روش شناسی پژوهش: این مطالعه به روش ترکیبی (کیفی-کمی) و با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی^۱ انجام گرفت. داده ها از طریق مصاحبه با ۱۰ خبره و مطالعات کتابخانه ای گردآوری و با نرم افزارهای AHP و کدگذاری مبتنی بر نظریه بنیادی تحلیل شد.

یافته ها: بر اساس نتایج AHP، در بین ویژگی های رسانه های اجتماعی، «محتوا محور بودن» با امتیاز ۰/۹ بیشترین تاثیر را در جذب مخاطب در بحران دارد. در بین کارکردها نیز «اطلاع رسانی همگانی» با امتیاز ۰/۸۵ به عنوان موثرترین عامل در هدایت و تحریک مخاطبان در بحران های اجتماعی شناسایی شد.

اصالت/ارزش افزوده علمی: ارزش اصلی این تحقیق در ارائه یک مدل مفهومی بومی و اولویت بندی کمی عوامل کلیدی تاثیرگذار است که می تواند مبنای مناسبی برای سیاست گذاری و مدیریت فعالانه رسانه های اجتماعی در مواجهه با بحران های اجتماعی در ایران باشد.

کلیدواژه ها: ارتباطات بحران، بحران های اجتماعی، تحلیل سلسله مراتبی، رسانه های اجتماعی.

۱- مقدمه

مقام معظم رهبری چندین سال است که در گفتمان های خود هوشیاری در فضای مجازی را مطالبه کرده اند. پیدایش فناوری های ارتباطاتی و اطلاعاتی فرصت ها و تهدیدهای انقلاب را چنان برجسته کرده که استمرار و تکامل انقلاب اسلامی منوط به توجه خاص و جدی و سرمایه گذاری نظام در این زمینه است. این یکی از جهاتی است که حوزه فضای مجازی را در نظر رهبری معظم به اندازه ی خود انقلاب اسلامی پراهمیت کرده است. به فرموده رهبر معظم انقلاب، فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد و عرصه فرهنگی عرصه جهاد است. اگر از فضای مجازی غافل شویم، اگر نیروهای مومن و انقلابی این میدان را خالی کنند مطمئنا ضربه خواهیم خورد و هر کس به اندازه وسع و توان و هنر خود باید در این میدان حضور یابد.

رهبر انقلاب فرمودند: "دستگاه های مختلفی در فضای مجازی حضور دارند، اما حضور در این فضا باید یک حضور جریان ساز باشد، ضمن این که بهترین راه شناسایی و ارتباط با گروه های موثر فرهنگی و یافتن سوال ها و سرنخ های فکری آن ها، استفاده از فضای مجازی است."^۲

^۱ Analytic Hierarchy Process (AHP)

^۲ <https://www.leader.ir/fa>

رسانه‌های جدید و نوین مهم‌ترین نتیجه انتقال از جامعه وابسته به کشاورزی و صنعت قدیم به جامعه‌ای است که به گفته بل [1]، جامعه اطلاعاتی نام گرفته است. پیدایی و پیشرفت اینترنت در ایجاد شرایط گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی جایگاه برجسته‌ای پیدا کرده است. شبکه اینترنت اکنون به قول برخی از محققان ارتباطی، ستون فقرات ارتباطات اطلاعاتی سراسر کره زمین و شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهان شناخته می‌شود. در دسامبر ۱۹۹۰ اینترنت فعالیت خود را به صورت تارنمای گسترده جهانی که نمونه‌ای از بزرگراه‌های اطلاعاتی برای ورود به جامعه اطلاعاتی است، آغاز کرد و به مرور زمان پیشرفت کرد و در حال حاضر به رسانه‌های اجتماعی مجازی تبدیل شده است [2].

پس از سه عصر کشاورزی، صنعتی و اطلاعاتی آسمان عصر مجازی بالای سر ما چتر گسترده تا جغرافیای انسانی را در هر گوشه زمین بی‌مرز و حد به زیرپوشش درآورد. عصر مجازی تاکنون اندکی پرده از رخ تحول‌بخش خود کنار زده و با اجرای پروژه‌های بلند پروازانه‌ی «اینترنت برای همه» و «اینترنت اشیا» انسان امروز در حال بال گشودن به پهنه‌ی کران ناپیدایی است که بعد مسافت، حرکت جسمانی و تغییر مکانی و ... را به فراموشکده‌ی تاریخ می‌سپارد و هرکسی می‌تواند در خانه‌ی خود، مرکز نشین همه‌ی دنیای زمینی شود، از دورترین فروشگاه‌ها خرید کند، به گمنام‌ترین مکان‌ها قدم نهد، به کلاس‌های استادان بزرگ در دانشگاه‌های مختلف دنیا برود و از بستگی‌های سنتی خود با پیوستن به جامعه‌ی مجازی جهانی بکاهد [3]. اما این مساله باعث به وجود آمدن مسایل همچون بریکولاژی هویتی است که کاری می‌کند، هویت‌های متفاوتی در جهان یک فرد شکل بگیرد. در این بین؛ یکی از عوامل احتمالی تاثیرگذار بر افزایش مشکلات هویتی و بین فردی در نوجوانان، «رسانه‌های اجتماعی» و یا «شبکه‌های اجتماعی» هستند.

رسانه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از وبسایت‌های اینترنتی هستند که در آن کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و گروه‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند. در واقع شبکه اجتماعی، شبکه‌ای متشکل از افراد و گروه‌ها و تعامل بین آن‌هاست. شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، توئیتر و نرم‌افزارهای تلفن همراه نظیر وی‌چت، تانگو، واتس‌آپ و وایبر که به شکل رایگان در اختیار تمامی کاربران دنیا قرار می‌گیرند قادرند تا با جایگزینی ارزش‌های مدرن به جای ارزش‌های سنتی، سبک زندگی غربی را ترویج نموده و چالش جدی بین الگوهای رفتاری نوجوانان ایجاد نمایند. با آمدن رسانه‌ها یا شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرد و تاثیر غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی بر جای گذاشت [4]. گسترش شبکه‌های اجتماعی در میان جوامع امروزی به گونه‌ای است که اصول امکان کنترل سبک زندگی با این رسانه‌های جدید وجود ندارد، یعنی سبک زندگی‌ای که در یک جامعه آرمانی و مطلوب چه دینی و چه غیردینی تصور می‌کنید، قابلیت سازگار شدن با شبکه‌های اجتماعی که فراگیر است و هیچ‌گونه کنترل و محدودیتی بر آن نیست را ندارد. حریم خصوصی غیرمطمئن از لوازم فرهنگی این شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی به دلیل این‌که افراد را به یک حریم خصوصی می‌برد، این اصل نمی‌تواند با آن اساس کار که حداقل درخور تعلیم و تربیت و زندگی با سبک ایرانی اسلامی خانواده است، سازگار باشد. رسانه‌های اجتماعی بر حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و سایر حوزه‌های مهم تاثیر می‌گذارند. به عنوان مثال شبکه اجتماعی فیس‌بوک با وجود امکانات، خدمات ویژه و جدیدی که دارد و با این‌که کاربران بسیاری را جذب کرده است، اما یکی از تاثیرات منفی‌اش روی روابط بین فردی است [5]. برای مثال در پژوهش چی و همکاران [6] به بررسی رابطه بین اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با عملکرد خانواده و سلامت روان در دانش‌آموزان پرداخته شده و نتایج این بررسی نشان داده که بین اعتیاد به اینترنت با برخی از زیرمجموعه‌های عملکرد خانواده ارتباط دارد. پژوهش‌های مشابهی نیز در خارج از کشور انجام شده‌اند و به بررسی اختلال، ارتباطی افراد در نتیجه اعتیاد به اینترنت پرداخته‌اند [7]، [8]. بنابراین، کیفیت روابط، یکی از ابعاد است که می‌تواند تحت تاثیر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی قرار گیرد و با توجه به افزایش آمار استفاده‌کنندگان شبکه‌های اجتماعی که گاهی با اعتیاد به این شبکه‌ها همراه می‌شود و می‌تواند بر سنین نوجوانی اثرگذار باشد [9].

از سوی دیگر زندگی در دنیای امروز به شدت تحت تاثیر تکنولوژی‌های جدید قرار گرفته و سبک زندگی و به ویژه روابط بین فردی افراد را تحت تاثیر قرار داده است. از میان رسانه‌های متنوع و نوین می‌توان از شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از پر مخاطب‌ترین رسانه‌ها در سراسر دنیا یاد کرد که به خصوص با رشد فناوری تلفن‌های همراه هوشمند و تسهیل دسترسی افراد به این شبکه‌ها ضریب نفوذ اعضای آن به سرعت در حال افزایش است.

امروزه؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات^۱، به عنوان مهم‌ترین عامل سخت‌افزارانه تحول و توسعه در جهان مطرح است و دستاوردهای ناشی از آن به گونه‌ای با زندگی مردم عجین شده است که غفلت از آن شکاف‌های گوناگونی را در جامعه به وجود می‌آورد. ویژگی بارز و متمایز ICT نسبت به

¹ Information and Communications Technology (ICT)

دیگر فناوری‌ها و به‌ویژه فناوری‌های دوره صنعتی این است که این فناوری‌ها و ظرفیت‌های برآمده از آن، الگوی جدیدی از رفتار و ساختار اجتماعی ارایه و به‌عنوان یک مدل می‌تواند پیوندها و روابط انسان‌ها، ملت‌ها و ادیان را بازتعریف کند.

با توجه به آمار بالای استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نفوذ این شبکه‌ها به درون خانواده و به‌ویژه تاثیر بر سبک زندگی نوجوانان به‌ویژه تاثیر بر هویت و روابط بین فردی آن‌ها و آسیب‌های احتمالی این شبکه‌ها در اثر استفاده زیاد، نامناسب و گاهی خارج از چارچوب که گاهی منجر به آشفتگی‌هایی در روابط، شخصیت و سبک زندگی می‌شود که می‌تواند آسیب‌های روانی و مادی زیادی را برای فرد، خانواده و جامعه به‌همراه داشته باشد و موجب بروز بحران در جامعه گردد [5].

در دوران معاصر مساله‌ی هویت بیش از هر عصری، ذهن انسان امروزی را به خود مشغول داشته است. حضور انسان در شاهراه اطلاعاتی و دسترسی او به امکانات جامعه‌ی اطلاعاتی، هویت‌های سنتی و هویت‌سازی سنتی را با دشواری و چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو ساخته است [3]. این هویت به‌واسطه‌ی شبکه‌های اجتماعی شکل و قالب متفاوت می‌گیرد، به زبان دیگر این شبکه‌ها تاثیری مستقیم در شکل‌گیری این هویت‌ها دارند. به‌گونه‌ای که بسیاری از علمای علوم ارتباطات، یکی از عناصر بریکولاز هویتی را شبکه‌های اجتماعی می‌دانند. بهار و بیژنی [10] در مقاله‌ی رسانه‌های اجتماعی و هویت جهانی؛ به این نتیجه می‌رسند که پلتفرم اینستاگرام به ماهو پلتفرم اینستاگرام در شکل‌گیری هویت جهانی افراد ارتباط مستقیم دارد. از سوی دیگر جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان کشوری با موقعیت راهبردی در دنیای معاصر همواره در معرض انبوهی از تهدیدات در سطوح بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای می‌باشد. آن‌چه بیش از هر چیز برای تامین امنیت ملی کشور لازم است توجه ویژه به شناسایی و احصا تهدیدات امنیت ملی کشور و تلاش در راستای مقابله با این تهدیدات می‌باشد با عنایت به محدودیت زمانی، منابع مالی و نیروی انسانی برای مقابله با تهدیدات، اولویت‌بندی دقیق تهدیدات اهمیت ویژه‌ای در مدیریت دارد.

همواره یکی از اصلی‌ترین راهبردها و اهداف کلان هر حاکمیت و نظام سیاسی، تلاش برای دستیابی به سطح مطلوبی از امنیت ملی پایدار می‌باشد تا به‌حال اکثر مطالعات به‌رغم اهمیت مضاعف، نظری بوده و دو رویکرد سنتی و نوین را دنبال می‌کند. رویکرد سنتی تقریباً هم‌ارز مطالعات راهبردی در کشورهای غربی است اما رویکرد نوین دیدی کلان‌نگر به جوانب مختلف امنیت ملی دارد و در این دنیای پیچیده بیش از هر زمان دیگر به این نوع نگاه جامع نیاز دارد. شاخص «ثبات» (داخلی) بیشترین اهمیت را در بین شاخص‌ها برای امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران دارد که از شاخص‌ترین نشانه‌های امنیت پایدار در جامعه است و در مواجهه با تهدیدات ناشی از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند برای کشور امنیت‌زا باشد [11]. درحالی‌که در دهه پنجم انقلاب اسلامی‌ای را سپری می‌کنیم که دنیای پیرامونی نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران آکنده از آشوب و بحران‌های مختلف رفتاری، افکاری و بعضاً گفتمانی است که اکثر آن‌ها تحت تاثیر و القایات رسانه‌های اجتماعی مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای است با عنایت به این‌که در چهل سال گذشته مسئولین کشور و مدیران امنیت ملی توانسته‌اند از سد بحران‌های مختلف بگذرند و کشور را به کشتی ثباتی در منطقه نا آرام و متشنج خاورمیانه بدل کنند باید توجه ویژه‌ای به تهدیدات بحران‌های احتمالی در کشور تحت تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی داشته باشیم و با برنامه‌ریزی دقیق، آمادگی لازم برای مقابله با آن‌ها کسب کنیم. شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌واسطه بسیج نیروها در تحولات اخیر خاورمیانه تحولی اِزبازی و روش‌شناسانه در ایجاد جنبش سیاسی-اجتماعی کرده است [12]. انتقال بحران از فضای فیزیکی به سایبری باعث تحول در عوامل موجد بحران شده، به‌گونه‌ای که، قدرت شبکه‌ای توانایی تاثیرگذاری بر آن‌ها را پیدا کرده و این اثر، توأم با تاثیر قدرت فیزیکی نقش موثر در ایجاد، کنترل و تداوم بحران‌های سیاسی-امنیتی دارد [13].

با توجه به این مهم، هدف اصلی این مقاله تبیین نقش و تاثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی سایبری در بحران‌های اجتماعی مانند بحران پس از انتخابات ۱۳۸۸ ایران، جریان مرحوم پاشایی، دی‌ماه ۹۶، جریان ۷ دی‌ماه و اغتشاشات ۲۵ آبان‌ماه ۹۸ است. در این مقاله ضمن بررسی نقش و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در بحران، کاربرد و تاثیر این نوع رسانه در تشدید حوادث و وقوع بحران می‌باشد. در سال ۸۸ شبکه‌های اجتماعی با مدیریت و حمایت ویژه ایالات متحده آمریکا تلاش کردند ضمن ایجاد بحران مشارکت از طریق القای تقلب در انتخابات، مشروعیت نظام را به‌نقد بکشند و در نتیجه مردم را علیه حاکمیت تهییج و تحریک کنند. مهم‌ترین اقدامات جریان‌ات معاند نظام و کشورهای خارجی علیه امنیت ملی در سال ۱۳۸۸، جنگی واقعی در فضای سایبری به‌خصوص رسانه‌های اجتماعی مجازی بود [14].

AHP توسط توماس ساعتی در سال ۱۹۹۴ معرفی گردید. این روش کاربردهای فراوانی در مسایل اقتصادی و اجتماعی پیدا کرده است که تاکنون در زمینه تئوری و کاربردی توسعه فراوانی یافته و در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی نیز به کار رفته است.

سوالی که در این مقاله مطرح می‌شود این است که: رسانه‌های اجتماعی مجازی چه کارکردهایی در شکل‌گیری بحران‌های اجتماعی می‌توانند داشته باشند؟ و تأثیرات این کارکردها در تشدید و گسترش آن چیست؟

سعی بر آن است، این پژوهش با این هدف که تأثیرات مهم و کارآمد رسانه‌های اجتماعی مجازی در گستره جامعه با کارکردهای مختلف باعث پویایی و حرکت به سمت آینده‌ای بهتر را به اثبات برسانیم و چالش‌ها و تهدیدات پیش روی جامعه را بازگو نماییم و انواع رسانه شبکه‌های اجتماعی مجازی را مورد بحث و تحلیل قرار داده و تأثیرات آن در جامعه را بررسی نماییم. این پژوهش به صورت ترکیبی-بنیادی؛ توصیفی-تحلیلی و کتابخانه‌ای گردآوری شده است.

۲- رسانه‌های اجتماعی

فضای مجازی یک شبکه‌ی گسترده جهانی است که شبکه‌های مختلف رایانه‌ای در اندازه‌های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فناوری‌های ارتباط راه دور اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند. فضای مجازی درواقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را در بر می‌گیرد. این نام را نخستین بار گیسون [15] ابداع کرد. او تعبیر فضای مجازی را برای توصیف یک دنیای جدید مجازی به کاربرد [3].

هاشمی‌زاده و انصاری‌نصب [3] بر این باورند که فضای مجازی با شمول تمام ارتباطات مبتنی بر رایانه، متشکل از نه مولفه است:

۱. شبکه‌های ارتباط تلفنی به همراه ادوات الکترونیکی و دیجیتالی متصل به آن‌ها
۲. فناوری‌های پردازشی شامل انواع رایانه‌ها از ابر رایانه‌ها گرفته تا رایانه‌های شخصی و نرم‌افزارها و ادوات جانبی‌شان تا سامانه‌های خبره و هوشمند
۳. سیستم‌های حمل و نقل مبتنی بر قابلیت‌های عملیاتی
۴. دیجیتالی، سیستم‌های کنترلی دیجیتالی
۵. ادوات و اسباب دیجیتالی، از ساعت و گوشی تلفن همراه گرفته تا اجاق مایکروویو و دستگاه ضبط ویدیویی
۶. ربات‌های دیجیتالی که مستقلاً سیستم‌های خودکار را اجرا می‌کنند
۷. فناوری‌های ارتباطی مثل فنون پخش گسترده‌ی برنامه‌های دیداری شنیداری ماهواره‌ای، شبکه‌های محلی رادیو و تلویزیونی، برنامه‌های ارتباطی و نامه‌نگاری الکترونیکی
۸. فناوری‌های جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مثل فناوری‌های حسگری پوششگری و دورسنجی
۹. فناوری‌های ذخیره و بازیابی اطلاعات و داده‌ها، مثل انواع نوارها و دیسک‌های مغناطیسی و نوری یا کارت‌های حافظه

۳- بحران‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی

۳-۱- مفهوم بحران و مدیریت بحران و عوامل شکل‌گیری بحران

تعریف بحران: بحران به حوادثی اطلاق می‌شود که در اثر رخدادها و عملکردهای طبیعی و انسانی به‌طور ناگهانی به وجود می‌آید و مشقت و سختی را به یک مجموعه یا جامعه انسانی تحمیل می‌کند و برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اضطراری، فوری و فوق‌العاده دارد.

تعریف مدیریت بحران: فرآیند عملکرد و برنامه‌ریزی مقامات دولتی و دستگاه‌های اجرایی است که با مشاهده و تجزیه و تحلیل بحران‌ها به صورت یکپارچه، جامع و هماهنگ با استفاده از ابزارهای موجود تلاش می‌کنند از بحران‌ها پیشگیری نمایند تا در صورت بروز آن‌ها در جهت کاهش آثار، امدادسانی سریع و بهبود اوضاع تا سطح وضعیت عادی تلاش نمایند و بحران اجتماعی به این معناست که هرگاه در دل جامعه اختلالاتی پدید آید که عملکرد به‌هنگار و معمولی حیات اجتماعی را به مخاطره افکند سخن از بحران اجتماعی است [16].

به‌طور کلی در شکل‌گیری بحران سه اصل اساسی وجود دارد:

۱. عوامل اصلی: نقش موثر در وقوع بحران دارند. آشکار یا پنهان هستند از جمله آسیب‌های اجتماعی، فقر، تمایزات فرهنگی، احساسات و هیجانات جوانی، ری استارت‌ها و ...
۲. عوامل زمینه‌ساز: ضمن اثرگذاری بر علل اصلی از خاصیت تسهیل‌کنندگی برخوردار هستند که معمولاً به‌صورت ظاهری بروز می‌کنند مانند اینترنت، رسانه‌های اجتماعی مجازی، نفوذ رسانه‌های تصویری و صوتی، شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای، بی‌تدبیری و سوء مدیریت‌ها، بدکارکردی و ...
۳. عوامل بازدارنده: عللی را شامل می‌شود که در جلوگیری از توسعه بحران نقش‌آفرین هستند مانند نظام ارزشی، گسست بین نسلی، قطب‌های مرجع و خانواده و ...

۳-۲- رسانه‌های اجتماعی و کارکردهای آن در بحران هویتی جوانان

گسترش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مجازی در کشور ایران باید به‌گونه‌ای باشد که به رشد خلاقیت در جوانان کمک کند، نه این‌که موجبات خلاقیت‌زدایی و انزوای را فراهم آورد. همچنین سیاست‌گذاری در مورد توسعه اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مجازی نباید به توسعه مصرف یا بازتولید محتوای آن محدود شود؛ بلکه باید گسترش فرهنگ بومی مذهبی و مقاومت فرهنگی را به دنبال داشته باشد، بنابراین قبل از توسعه اینترنت و ایجاد انواع رسانه‌های اجتماعی مجازی محتوای محور و پروفایل محور باید مسئولین فرهنگی و فضای سایبری نظام اقدام به تولید و سازماندهی الکترونیک اطلاعات علمی، فرهنگی بر اساس استانداردهای قابل تبادل در شبکه‌های اجتماعی اهتمام داشته باشند و هزینه و بودجه‌های مورد نیاز به عنوان حفظ جوانان، به عنوان سرمایه آینده کشور، به این امر اختصاص دهند تدوین و اجرای قوانین مورد نیاز و روزآمد در حوزه ارتباطات شبکه‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایل محور بسیار اساسی است. در سیاست‌گذاری آموزشی باید چگونگی کاربرد فناوری توسط متولیان سازمان فناوری اطلاعات، وزارت ارتباطات، دانشگاه‌ها و آموزش و پرورش و بررسی تاثیر آن بر مخاطبان در نظر گرفته شود. نظام نظارت فرهنگی-رسانه‌ای بر محتوای داده‌های مبادله شده و ثبت ملی، نقشی اساسی در پیشگیری از گسترش تهدیدات و تشدید بحران در جامعه از جمله بحران هویتی دارد. به نظر می‌رسد رسانه‌های اجتماعی فضای مجازی که به‌طور بالقوه می‌تواند هم تهدید و هم فرصتی طلایی برای امنیت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی باشد، به عرصه‌ای فراخ برای رقابت گروه‌های فشار سیاسی و فرهنگی تبدیل شده است. فقدان دانش جامع‌نگر در مورد صورت مساله و نبود مطالعات سیاست‌گذاری مقایسه‌ای در کشور، حاکمیت روش آزمون و خطا و اعمال سلايق فردی و سازمانی را به دنبال داشته است. در صورتی‌که مسئولیت‌پذیری دولت و تصمیم‌گیران در سیاست‌گذاری علمی، کارشناسانه و همه‌سو نگر باشد همچنین بهره‌گیری از تمام توان علمی کشور، شرط اصلی تحقق بیشترین منافع و کمترین آسیب‌ها از گسترش صنعت اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مجازی در ایران است.

۳-۳- مدیریت رسانه‌های اجتماعی مجازی

با معرفی شبکه‌های اجتماعی مختلف نظیر فیس‌بوک، گوگل پلاس، گروه‌های وبلاگی، چت‌روم‌ها، سایت‌های دوست‌یابی و تویتر میلیون‌ها کاربر آن‌ها را وارد زندگی روزانه خود کرده و این شبکه‌های اجتماعی، اجتماعات مجازی موجود در فضای سایبری هستند که آن را در اصطلاح «جامعه‌ی مجازی» می‌نامیم.

پایگاه یا مجموعه‌ای از پایگاه‌هایی است که به کاربران امکان می‌دهد تا علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌هایی هستند که با استفاده از موتور جستجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام‌رسان الکترونیک، انتقال تصویر صدا و ...، امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌آورند.

مدیریت نوین به معنای استفاده از تکنولوژی‌های مدرن و بهره‌گرفتن از خلاقیت‌ها و ایده‌های برتر است شیوه‌ای از مدیریت با امکانات متناسب و ساختار متفاوت که شرایط تعاملی هوشمندانه و پیشرفته‌ای را ایجاد می‌کند. رسانه‌های اجتماعی مجازی با داشتن قابلیت‌ها و فناوری‌های متنوع سهمی از مدیریت نوین را ایجاد می‌کند. ارایه روش‌ها و برنامه‌ها با متحول کردن ساختارها، فضای ارتباطی و تعاملی را از جنبه‌های مختلف سبب می‌شود فضایی که در عصر حاضر جایگاه ویژه‌ای دارد و به نحوی انقلابی در صنعت، تجارت، ارتباط، امنیت و مدیریت بحران‌های اجتماعی و ... را ایجاد کرده است و قطعاً چنین فضای قدرتمند و جامع نیازمند دانش و تخصص است تا بتوان از تکنولوژی هوشمند در مسیر توسعه بهره گرفت.

از آن‌جا که رسانه‌های اجتماعی مجازی و شبکه‌های اجتماعی، خود متحول‌کننده و ارایه‌دهنده سبک جدیدی در ابعاد کلی است لذا مدیریت نوین در راستای استفاده از آن نیز طبعاً شیوه‌ای جدید مدیریتی را می‌طلبد تا متناسب با آن فضای مجازی الگوهای نوین مدیریتی تاثیرگذار ارایه شود و این مقوله مدیریت نوین با دانش فضای مجازی را مبحثی ارزشمند و تاثیرگذار در توسعه جامعه می‌نماید و باید برای تاثیر منفی در جامعه و بسط و گسترش انواع بحران‌ها در جامعه و کشور تمام مسئولین دست‌اندرکار با هماهنگی و وحدت رویه مدیریت رسانه‌های اجتماعی مجازی را با جنس خودش و تولید محتوا مدیریت و هدایت نمایند.

۴- روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش از نوع بنیادی-کاربردی و روش تحقیق ترکیبی و از طریق مصاحبه با ۱۰ نفر از خبرگان و اساتید، کتابخانه‌ای و تجربه محقق است لذا روش و ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق علاوه بر مصاحبه تخصصی، مطالعه کتابخانه‌ای با استفاده از فیش‌برداری از اسناد، مجموعه مقالات علمی و مطالب منتشره در سایت‌ها، وبلاگ‌ها و خبرگزاری‌ها بوده و از موتورهای جستجوگر در پایگاه‌های اطلاعاتی علمی برای دستیابی به آخرین دستاوردهای مطالعات و تحقیقات انجام‌شده و تکمیل ادبیات تحقیق و بررسی مباحث نظری مرتبط با موضوع بهره‌برداری گردیده است. در این تحقیق برای طراحی مدل‌های مفهومی و تحلیل مباحث از نرم‌افزارهای تحلیل *AHP* و ویزیو استفاده شده است همچنین کدگذاری داده‌ها و مفاهیم با روش مبنایی صورت گرفته است.

۵- تجزیه و تحلیل یافته‌ها (نقش رسانه‌های اجتماعی در بحران)

در باب اهمیت و کارکرد رسانه‌های سنتی در مدیریت بحران تاکنون تحقیقات فراوانی صورت گرفته است. اما استفاده از رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان رسانه‌هایی نوین در کنار انواع رسانه‌ها سنتی از اجزای جدایی‌ناپذیر زندگی انسان‌ها شده است. گسترش و آسان شدن دسترسی به فناوری‌های نوین ارتباطی، در فراگیر شدن استفاده از این رسانه‌ها تاثیر به‌سزایی داشته است. گوشی‌های هوشمند تلفن همراه، انواع تبلت، لپ‌تاپ و کامپیوترهای شخصی پرکاربردترین ابزار وصل شدن روزانه میلیون‌ها کاربر به انواع رسانه‌های اجتماعی هستند. به نظر می‌رسد در چنین شرایطی مدیران مقابله با بحران نمی‌توانند به راحتی چشم خود را روی این رسانه‌ها و خیل عظیم کاربران آن‌ها ببندند و به دنبال راهکارهای استفاده از انواع این رسانه‌ها در زمان بحران نباشند. از این رو ضروری است با تکیه بر همین دغدغه به دنبال یافتن چالش‌ها و ارایه راهکارهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مدیریت بحران صورت بگیرد. بر اساس نتایج به دست آمده از تحقیقات مذکور، کاهش قدرت جریان رسمی اطلاعات، صحت و اعتبار اطلاعات، چالش‌های فراساختاری و زیرساختی از مهم‌ترین چالش‌های مدیران بحران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی هستند. در کنار این عوامل چالش‌برانگیز اما راهکارهایی مانند شناخت شبکه، کاربرشناسی، اعتمادیابی و اعتمادزایی، اطلاع‌رسانی مداوم و پاسخگویی مناسب و برنامه‌ریزی جامع و هدفمند می‌توانند راهنمای عمل مدیران و مسئولین در استفاده از این رسانه‌ها در مدیریت بحران‌ها و کاهش اثرات سو آن باشند.

امروزه بحران‌های گوناگون جزو جدایی‌ناپذیر زندگی بشر شده است. با توجه به نقش گسترده رسانه‌ها در ابعاد مختلف زندگی بشر و رشد روزافزون استفاده از اینترنت و فضای مجازی، شناسایی نقش این رسانه‌های نوین (رسانه‌های اجتماعی) در مدیریت بحران‌های اجتماعی ضروری است.

در این پژوهش به منظور رسیدن به اهداف مذکور، به بررسی آثار و نظرات افراد صاحب‌نظر حوزه‌های مدیریت بحران و رسانه از طریق مصاحبه با ۱۰ نفر و روش کتابخانه‌ای پرداخته و برای تجزیه و تحلیل نتایج مصاحبه، از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها استفاده شده و رتبه‌بندی نقش عوامل در بحران از طریق *AHP* صورت گرفته است.

فضای مجازی ابزاری است که می‌تواند در صورت اتخاذ راهبرد مناسب برای کنترل بحران در مراحل مختلف (به خصوص در بحران‌های اجتماعی) به خوبی عمل کند و نقش موثری ایفا کند.

راه‌های مختلفی در رسانه‌های اجتماعی مجازی برای کاهش اثرات بحران و مدیریت آن و برعکس تشدید بحران وجود دارد. روش‌هایی مثل تاکتیک‌های رسانه‌ای، از راهبردهای ارتباطی استفاده می‌کنند که بر روی شیوه‌های ارتباطی و رسانه‌ای از طریق فضای مجازی برای مدیریت

بحران های اجتماعی متمرکز شده است که در صورت نبود برنامه منسجم می تواند در شکل گیری بحران ها نقش آفرینی کند مساله اصلی در این موضوع شناخت کارکردها و ویژگی های خاص شبکه ها و رسانه های اجتماعی به عنوان رسانه هایی نوین در مدیریت بحران است. در کنار آن به دنبال فهم شباهت ها و تفاوت های این کارکردها با رسانه های جمعی و همچنین یافتن راه های استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در مدیریت بحران است. داده های این پژوهش با استفاده از روش مصاحبه عمیق و روش AHP به دست آمده است که پایایی و روایی آن در خود نرم افزار محاسبه می شود و کمتر از ۰/۰۱ است. مصاحبه ها پس از پیاده سازی در سه مرحله (طبق روش نظریه بنیادی) کدگذاری شدند که در مجموع از میان ۷۵ نظر و جمله معنادار، در مرحله اول تعداد ۵۵ واژه به دست آمد. از ادغام و کنار هم گذاشتن کدهای مشابه از طریق فن مقایسه های ثابت در مرحله دوم، مجموعه ۳۵ کد محوری (با نادیده گرفتن کدهای تکراری) حاصل شد. نهایتاً در مرحله کدگذاری انتخابی، تعداد ۷ گروه فرعی و پنج گروه اصلی از میان داده ها ظهور یافت. این گروه ها شامل ویژگی ها، کارکردها، بایسته های مدیریتی، چالش ها و راه کارهای استفاده از رسانه های اجتماعی مجازی در مدیریت بحران می شوند. بر اساس نتایج پژوهش و نرم افزار AHP، ویژگی های رسانه های اجتماعی مجازی شامل ۷ کد، کاربر محور، محتوا محور، پروفایل محور، خود ابرازی، تسهیل ارتباطات، هم سطحی توزیع شبکه ای قدرت و کاربر پسندی می شود که به ترتیب امتیازات رتبه ای این کدها در AHP عبارت اند از:

جدول ۱- نتیجه خروجی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی برای ویژگی رسانه های اجتماعی.
Table 1- Analytic hierarchy process output result for social media feature.

ویژگی رسانه	محتوا محور	توزیع شبکه ای	تسهیل ارتباطات	کاربر محور	پروفایل محور	خود ابرازی	کاربر پسندی
نمره رتبه	0.9	0.75	0.65	0.64	0.63	0.45	0.4

طبق نتیجه جدول ۱ در ویژگی های رسانه های اجتماعی مجازی محتوا محور بودن بیشترین تاثیر در جذب مخاطب در بحران های اجتماعی دارد و کمترین نقش را کاربر پسندی دارد، لازم به ذکر است این شاخص ها فقط برای بحران بررسی شده است و در صورتی که شاخص های ارزیابی برای سایر موضوعات بررسی و احصا شود ممکن است نتیجه فوق تغییر یابد.

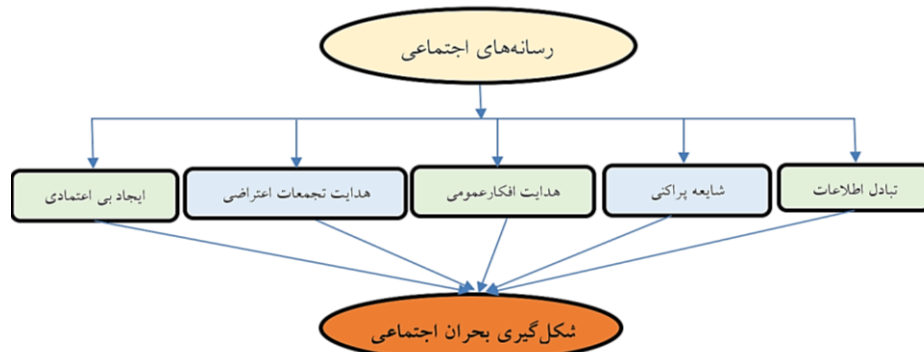
کارکردهای رسانه های اجتماعی دارای ۷ کد، آموزش و آگاهی بخشی، رصد و پایش، اطلاع یابی، خود اظهاری-عاطفی، انسجام بخشی و بسیج شبکه ای، خود نظارتی و اطلاع رسانی همگانی تشکیل می دهند.

جدول ۲- نتیجه خروجی فرآیند تحلیل سلسله مراتبی برای کارکرد رسانه های اجتماعی.
Table 2- Analytic hierarchy process output result for social media performance.

کارکرد رسانه	اطلاع رسانی	انسجام بخشی	اطلاع یابی	آموزش و آگاهی بخشی	رصد و پایش	خود نظارتی	خود اظهاری
نمره رتبه	0.85	0.7	0.68	0.6	0.42	0.4	0.38

طبق نتیجه جدول ۲ در کارکرد رسانه های اجتماعی مجازی در بحران های اجتماعی اطلاع رسانی بیشترین تاثیر را در هدایت و تحریک مخاطبان در بحران های اجتماعی دارد کمترین نقش را خود اظهاری دارد.

پنج کد کاربر شناسی، اعتماد یابی و اعتماد دزایی، اطلاع رسانی مداوم و پاسخ گویی مناسب، معرفت شناسی شبکه و برنامه ریزی جامع و هدفمند نیز بایسته های مدیریتی در استفاده از رسانه های اجتماعی مجازی در زمان بحران را تشکیل می دهند. چالش ها و راه کارهای استفاده از رسانه ها در مدیریت بحران نیز دو کد دیگری از یافته های پژوهش در قالب کلی می باشند که به جزئیات آن پرداخته نشده است.



شکل ۱- مدل مفهومی ارتباط رسانه‌های اجتماعی و بحران.

Figure 1- Conceptual model of the relationship between social media and crisis.

۶- نتیجه‌گیری

اساساً فضای مجازی به‌عنوان پدیده‌ای است که مسیر مهم زندگی بشر را تغییر داده و به‌نوعی، جامعه را با همه لایه‌های فردی و اجتماعی و همه قابلیت‌های علمی و حرفه‌ای و همه ظرفیت‌های صنعتی، کشاورزی و خدمات و همچنین همه بخش‌های فرهنگی سیاسی و اقتصادی، «دوفضایی» ساخته است و این تغییر یک تغییر پارادایمی محسوب می‌شود که زبان فهم علمی و زبان حکمرانی، مدیریت و عمل اجتماعی جدیدی را ایجاد کرده است. به زبان دیگر، انسان در شاهراه اطلاعاتی و دسترسی او به امکانات جامعه‌ای اطلاعاتی، هویت‌های سنتی و هویت‌سازی سنتی را با دشواری و چالش‌های عمده‌ای روبه‌رو ساخته است [3]. حال آن که سیاست‌گذاری‌ها بیشتر برای فضای اول بوده است. و فضای دوم که همان فضای اینترنت، وب، شبکه‌های اجتماعی است مورد غفلت واقع شده است. لذا همان‌گونه که در مقاله بحث شد، اهمیت و ضرورت رسیدگی به این غفلت آن است که فضای دوم در تأثیری مستقیم بر هویت، سبک زندگی و دیگر عناصر اجتماعی افراد باعث شده است، در بحران‌های اجتماعی نقشی اساسی ایفا کند و یا حتی بحران‌های اجتماعی را بیافریند.

در دوران معاصر مسأله‌ی هویت و سبک زندگی بیش از هر عصری، ذهن انسان امروزی را به خود مشغول داشته است. حضور امروزه رسانه‌های اجتماعی مجازی در عرصه‌های جهانی، روزبه‌روز بر اهمیت خویش افزوده است و نقش مستقیم یا غیرمستقیم حائز اهمیتی را در توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به‌عهده دارند. این رسانه‌ها درحالی‌که حاضر به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند. از سوی دیگر، بیش از یک دهه است که شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش مهم و اساسی در مطالعات جامعه‌شناسی سیاسی، روان‌شناسی اجتماعی و علوم ارتباطات ایفا و مسایل اجتماعی-امنیتی دارد.

نگاه به شبکه‌های اجتماعی در وب ۲ بسیار مهم است، اگر سیاست‌گذاران را در پیش بگیریم، باعث می‌شود که از سویه‌های آن غافل شویم و نتوان به‌سمت مدیریت این فضا پیش رفت و اگر نگاه مثبت به آن داشته باشیم که درواقع به دلیل سیاست‌گریز بودن آن، انواع محتوا در آن تولید می‌شود که سبک زندگی و هویت افراد را تحت شعاع قرار می‌دهد. بنابراین باید نگاه سومی برگزید و علاوه بر اشراف به سازوکارهای این فضا در جهت کنترل و فضاسازی با جریان ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران پیش رود که این کار منوط به ادبیات قوی و مستقل در حوزه‌ی ارتباطات و رسانه‌ها است. همچنین توجه به پژوهش‌های بنیادی-کاربردی برای کمک به سیاست‌گذاری حاکم در میدان فضای مجازی ضرورت ویژه می‌یابد.

بااین‌حال با توجه به این‌که ماهیت تهدیدات تغییر کرده است، عناصری مانند رسانه‌های اجتماعی، افکار عمومی و امثال آن وسط میدان آمده‌اند که این‌ها هم می‌توانند هم‌افزای تهدید و تشدید بحران و هم کنترل‌کننده تهدیدات و کاهش بحران‌ها باشند. لذا از خصوصیات مهم رسانه‌های اجتماعی این است که هر دو اثر را کاملاً هم‌زمان دارد که البته بستگی به نوع استفاده و بهره‌برداری و هدایت کاربران دارد. در حال حاضر در کشور ما حوزه‌های تهدید به‌سمت حوزه‌های مردم‌محوری و رسانه‌محوری می‌رود و در این میان نقش شبکه‌های اجتماعی خیلی موثر و مهم می‌باشد یک رویکردی برای رسانه‌های مجازی در دنیا اتفاق می‌افتد که حتی آمریکایی‌ها در سندی که آقای ترامپ امضا کرده به نام راهبرد جدید آمریکا در فضای امنیت سایبری جهانی می‌باشد و می‌گوید نگران ملی‌سازی فضاهای سایبری در کشورها می‌باشد چرا که کشورهایی همانند چین این کار را کرده‌اند و سعی در کنترل اطلاعات و دیتاها در این فضا دارد. ایران نیز شبکه ملی اطلاعات را شروع کرده است. فرانسه و اروپا هم در حال حرکت به این سمت هستند. پس در نتیجه، ما در آینده برای مدیریت اطلاعاتی مناسب و هدایت رسانه‌های اجتماعی نیاز به شبکه ملی سایبری داریم تا دشمنان نظام و

معارضین به هر بهانه‌ای نتوانند از جوانان و کاربران شبکه‌های اجتماعی برای بحران‌سازی استفاده نمایند. چرا که در فضای اینترنت از جمله رسانه‌های اجتماعی، وابستگی‌هایی ایجاد می‌شود و بر اساس آن فضا کارکردهای زیادی تولید می‌شود. برای مثال در شبکه‌های اجتماعی کارکردهای زیادی درست می‌شود و مردم کارهایی که می‌خواهند انجام دهند از غذا، تاکسی، کارهای بانکی و خرید و ثبت نام و کارهای دانشگاهی و کلاس درس و امثال این‌ها شکل می‌گیرد که به دلیل آن که اینترنت جهانی در اختیار آمریکا است، هرزمانی که اراده کنند به راحتی می‌توانند آن را قطع کنند و کشور را به حالتی از نیمه تعطیلی در بیاورد و در ادامه نارضایتی مردم در اوج قرار می‌گیرد و یک بحران همگانی به وجود می‌آید.

منابع

- [1] Bell, D. (2006). *An introduction to cybercultures*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203192320>
- [2] Hadi, D., Aghaei, D., & Saeed Sadeghi, S. (2012). Exploring the role of the Internet and new social media in developments in the Middle East and North Africa region (informing, organizing, and rapidly spreading developments). *Foreign relations quarterly*, 4(2), 21-34. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.20085419.1391.4.2.8.6>
- [3] Hashemizadeh, S. R., & Ansarinassab, B. (2018). *The Virtual Age: A reflection on the functions and sites of virtual communities*. (In Persian). Tisa Saghar Mehr Institute. <https://B2n.ir/yn4970>
- [4] Barker-Plummer, B. (1996). The dialogic of media and social movements. *Peace review*, 8(1), 27-33. <https://doi.org/10.1080/10402659608425926>
- [5] Sarukhani, B., & Qadi, R. (2012). The internet and national identity among users. *Quarterly journal of communication culture (scientific and promotional)*, 2(5), 51-70. https://journals.iau.ir/article_510655.html
- [6] Qi, Y., Zhao, M., Geng, T., Tu, Z., Lu, Q., Li, R., ... , & Gao, Y. (2024). The relationship between family functioning and social media addiction among university students: A moderated mediation model of depressive symptoms and peer support. *BMC psychology*, 12, 341. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01818-2>
- [7] Morahan-Martin, J. (2007). Internet use and abuse and psychological problems. In *Oxford handbook of internet psychology* (pp. 331-345). Oxford University Press Oxford, UK. <https://B2n.ir/sb3396>
- [8] Nalwa, K., & Anand, A. (2004). Internet addiction in students: A cause of concern. *Cyberpsychology & behavior: The impact of the internet, multimedia and virtual reality on behavior and society*, 6, 653-656. <https://doi.org/10.1089/109493103322725441>
- [9] Abbasi Ghaderi, M., Khalili Kashani, M., & Sazmand, B. (2011). The impact of the internet on national identity. *National studies quarterly*, 12(45), 179-183. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1735059.1390.12.45.9.3>
- [10] Bahar, M., & Bijani, M. J. (2020). Social media and global identity: A study of the Instagram platform. *Global media journal-persian edition*, 14(2), 53-76. (In Persian). <https://doi.org/10.22059/gmj.2020.76660>
- [11] Abbasi, H., & Shariat, J. (2019). The political function of virtual social networks. *National security*, 8(30), 127-150. (In Persian). https://ns.sndu.ac.ir/article_347.html
- [12] Kebriyazadeh, H. (2011). The role of social networks in shaping political and cultural developments with a focus on the waves of Islamic awakening in the Middle East. *International cultural relations studies*, 1(1), 30-37. (In Persian). <http://noo.rs/ZAVZu>
- [13] Shojae Moadab, H. R., Hosseini Tash, S. A., Agae, M., & Amiri Moghadam, R. (2020). A transition model for onset cycles of cyberspace effected security-political crisis. *Journal of national security*, 10(35), 179-204. (In Persian). <https://sid.ir/paper/94119/en>
- [14] Ziaei Parvar, H. (2009). Cyber soft warfare in the social media space. *Media scientific quarterly*, 20(2), 9-48. (In Persian). <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.10227180.1388.20.2.1.0>
- [15] Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. New York: Ace Books. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-56627-1>
- [16] Abtahi, S. H., Yavari Bafeghi, A. H., & Esmaeili, H. R. (2001). Designing a model for predicting social crises in order to prevent them by NAJA. *Order & security research journal*, 4(4), 23. (In Persian). <https://www.magiran.com/p1055015>