

واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی

در حوادث انتخابات سال ۱۳۸۸ جمهوری اسلامی ایران^۱

حسین حسینی^۲
حمیدرضا مقدم فر^۳
مصطفی قنبرپور^۴

تاریخ دریافت: ۹۳/۷/۱۸ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۳/۹/۲۶

فصلنامه آفاق امنیت / سال هفتم / شماره بیست و چهارم - پاییز ۱۳۹۳

چکیده

رسانه‌های اجتماعی علاوه بر نقش رسانه‌ای خود در فضای مجازی، ظرفیت ساماندهی و سازماندهی حرکت‌های اجتماعی و مانورهای خیابانی را در فضای حقیقی دارند. شبکه‌های اجتماعی شامل وبلاگ‌ها، میکروبلگ‌ها، سایت‌های به اشتراک‌گذاری لینک، عکس، فیلم، خبر، ویکی‌ها، فروم‌ها، خبرخوان‌ها و سایت‌های اجتماعی از فناوری‌هایی هستند که امکان تعامل اطلاعات و دیدگاه‌ها را در محیط اینترنت به وجود می‌آورند. سرمایه‌گذاری ایالات متحده روی فناوری شبکه‌های اجتماعی با برنامه‌ریزی، راهبرد مدون و بودجه مصوب در حمایت از اغتشاشات در ایران نشان‌دهنده اهمیت فوق‌العاده و بهره‌گیری ابزاری نظام سلطه از این نوع رسانه است. با توجه به این مهم، هدف اصلی این مقاله تبیین نقش و تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی سایبری در جنگ نرم با تأکید ویژه بر حوادث پس از انتخابات ۱۳۸۸ ایران است. در این مقاله ضمن بررسی نقش و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در جنگ نرم، کاربرد و تأثیر این نوع رسانه در حوادث پس از انتخابات ۱۳۸۸ ایران واکاوی می‌شود. مقاله حاضر با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی و تحلیل اسنادی و با استفاده از رویکرد جوزف نای در زمینه جنگ نرم و سازوکارهای اقناعی-تبلیغی آن به عنوان مبانی نظری، نقش و تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی سایبری را در حوادث پس از انتخابات ۱۳۸۸ بررسی و تحلیل می‌کند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی با مدیریت و حمایت ویژه ایالات متحده امریکا تلاش کردند ضمن ایجاد بحران مشارکت از طریق القای تقلب در انتخابات، مشروعیت نظام را به نقد بکشند و در نتیجه مردم را علیه حاکمیت تهییج و تحریک کنند.

واژگان کلیدی

جنگ نرم، تصویرسازی ذهنی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، مشروعیت‌زدایی، بحران مشارکت

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری است که در دانشگاه عالی دفاع ملی دفاع گردیده است.

۲. دکتری علوم سیاسی، دانشیار دانشگاه جامع امام حسین(ع)

۳. دانشجوی دکتری امنیت ملی دانشگاه عالی دفاع ملی

۴. دانشجوی دکتری امنیت ملی دانشگاه عالی دفاع ملی

مقدمه

فناوری اطلاعات و فضای مجازی که محصول قابلیت‌های آن است، نماد پیشرفت علم و فناوری است که کشورهای قدرتمند به ویژه آمریکا در تولید و معماری آن نقش اصلی را به عهده داشته و دارند. فضای مجازی عرصه جدیدی برای حیات بشری است که قابلیت پذیرش و انجام بخش عمده‌ای از نیازها، فعالیت‌ها و شئون زندگی بشر و اجتماعات انسانی و حکومت‌ها را دارد و به عنوان سایه فضای واقعی و از طریق تمرکز، پردازش و جابه‌جایی اطلاعات، توانایی شبیه‌سازی فعالیت‌ها و ساختارهای فضای واقعی را دارد و این شبیه‌سازی را با اثربخشی در فضای واقعی انجام می‌دهد (حافظ نیا، ۱۳۹۰).

در واقع، شبکه اینترنت و فضای مجازی شاخص و انعکاس قدرت برتر کشورهای است که آن را به وجود آورده و معماری کرده‌اند؛ زیرا بدون داشتن سطح بالایی از دانش، علم و فناوری و نیز توان اقتصادی امکان خلق آن وجود نداشت. کشوری که به این واقعیت یعنی اینترنت و فضای مجازی جامعه عمل پوشاند، آمریکا بود که قدرت برتر جهان شناخته می‌شد. طراحی و ساخت شبکه مجازی مانند اینترنت نیاز به قابلیت‌هایی در زمینه فناوری اطلاعات، مخابرات، ارتباط اطلاعاتی، فناوری فضایی، سرمایه‌گذاری و غیره داشت که همه اینها در اختیار آمریکا بود. آمریکا با سرمایه‌گذاری خود پس از جنگ جهانی دوم در پروژه معروف آرپانت و طی چند دهه توانست اینترنت را در سال ۱۹۸۳ متولد کند. این شبکه بدون وجود زیرساخت‌های مخابراتی و ارتباطی نظیر ماهواره‌های فضایی، شبکه و کابل‌های نوری و غیره نمی‌توانست تحقق یابد. فناوری‌های فضایی و توانایی ساخت و در مدار قرار دادن ماهواره‌های مخابراتی محصول رقابت‌های دوره جنگ سرد است که آمریکا در این زمینه قابلیت‌های چشم‌گیر و خوبی داشته و دارد (نامی و شامی، ۱۳۸۹: ۱۲۳).

امروزه پدیده انقلاب اطلاعات و ارتباطات در حال ایجاد تغییراتی اساسی و وسیع در ماهیت و اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع مختلف اعم از پیشرفته و در حال توسعه است (میناوند، ۱۳۸۵: ۱۲۱) و مفهوم قدرت و عناصر تشکیل‌دهنده ساختارهای آن به عنوان ابزار و هدف اساسی در عملکردهای سیاسی جوامع و کشورها در عرصه نظام بین‌الملل، به نسبت زیادی در ارتباط با میزان توسعه و پیشرفت کشورها در زمینه فناوری ارتباطات و اطلاعات و فناوری‌های الکترونیکی ارزیابی می‌شوند.

با افزایش نقش رسانه‌های گروهی به ویژه عمومیت یافتن استفاده از فضای



مجازی در دوره پس از جنگ سرد، مفهوم قدرت نرم و به تبع آن جنگ نرم در ادبیات سیاسی و امنیتی جهان توسعه یافت. مفهوم قدرت نرم بر مؤلفه‌های فرهنگی، ایدئولوژیک، سیاسی و فکری تکیه دارد. قدرت نرم، در اصطلاح به معنای توانایی شکل‌دهی به ترجیحات دیگران از طریق اقناع و جذب دیگران به گونه‌ای آشکار اما نامحسوس است که برای کسب نتایج مطلوب از طریق جذابیت به جای اجبار یا تطمیع به کار گرفته می‌شود و با به‌کارگیری ابزارها و شیوه‌های غیرمستقیم بر منافع یا رفتارهای سایر کشورها اثر خواهد گذاشت (نای، ۱۳۸۷: ۴۳-۴۶).

عرصه و میدان اصلی این جنگ، جنگ رسانه‌ای است. رسانه‌ها در این الگو مشابه سلاح و مهمات در جنگ سخت، اصلی‌ترین نقش را ایفا می‌کنند. بمباران اطلاعاتی، ارائه اطلاعات غلط، مشابه‌سازی، وارونه‌نمایی، بزرگ‌نمایی یا کوچک‌نمایی، شایعه‌سازی و الگودرازی خاص از شیوه‌های رایج در جنگ رسانه‌ای است. در دنیای امروز تحولات فناورانه، مقوله ارتباطات و تبادل اطلاعات را به حد وسیعی توسعه داده است. رسانه‌ها با انواع و اشکال گوناگون، در حال تکثر و ازدیاد هستند که یکی از انواع رسانه‌های نوین در فضای سایبری، شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی که با ابتکار و مدیریت واحدهای روانی سازمان‌یافته امریکایی اولین بار شروع به کار کردند، امروزه بیشترین مخاطب و مشتری اینترنتی جهان را دارند. رسانه‌های اجتماعی به صورت هدفمند در جنگ نرم و جنگ رسانه‌ای علاوه بر توانایی جابه‌جایی افکار، ظرفیت سازماندهی و شکل‌دهی اعتراضات و نافرمانی‌های مدنی در فضای واقعی را نیز دارند.

استدلال نگارندگان این است که جمهوری اسلامی ایران همواره آماج جنگ نرم رسانه‌ای نظام تبلیغاتی غرب بوده است. نقطه اوج کاربرد روش‌های نرم‌افزاری نوین با محوریت رسانه برای براندازی نظام جمهوری اسلامی، حوادث فتنه پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸ بود. بی‌تردید ماهیت اصلی فتنه ۸۸ را باید از نوع جنگ نرم رسانه‌ای دانست؛ زیرا در این جنگ نرم‌افزاری، رسانه‌های سنتی از جمله خبرگزاری‌ها و شبکه‌های تلویزیونی و رسانه‌های نوین مانند سایت‌ها، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی عوامل اصلی اعمال تهدید بودند که طی چند ماه پیچیده‌ترین شیوه‌های عملیات روانی را برای تأثیرگذاری هدفمند بر افکار عمومی جامعه ایرانی و شوراندن آنها علیه حاکمیت به کار بستند. مهم‌ترین ابزار بیگانگان برای تأثیرگذاری بر روند انتخابات ایران در سال ۱۳۸۸، به خصوص در پی وقایع پس از آن رسانه‌های



مختلف مکتوب، شنیداری، دیداری و ... بوده است. در میان رسانه‌های مذکور، نقش و تأثیر رسانه‌های اجتماعی برای تصاحب افکار عمومی و رقم زدن مانورهای جمعیتی و خیابانی و آشوب‌های به‌وقوع پیوسته در تهران بی‌بدیل بود.

از آنجا که حوادث سال ۸۸ به امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران لطمه زده و مواعی سر راه پیشرفت کشور ایجاد کرده است، ضرورت دارد از جهات گوناگون بررسی شود. یکی از مؤلفه‌های مهم این حوادث، کاربرد شیوه‌های جنگ نرم و عملیات روانی و سازمان و مدیریت رسانه‌ای آن است که اشراف یافتن بر ماهیت این شیوه‌ها گامی مهم در شناخت دقیق و عمیق فعالیت‌های رسانه‌ای دشمن و یادی داخلی آن و مقابله با حملات رسانه‌ای احتمالی در آینده است. به عبارت دیگر شناخت دقیق ماهیت جنگ نرم رسانه‌ای دشمن و نحوه عملکرد عوامل آن و فراهم کردن تمهیدات لازم به منظور مقابله با این تهدیدها و ترمیم نقاط آسیب‌پذیر اهمیت بسیاری دارد و مقاله حاضر نیز در راستای همین دغدغه و ضرورت به نگارش درآمده است.

با توجه به این موضوع، پرسش اصلی این است که این شبکه‌ها چگونه تأثیرات اجتماعی و شبکه‌ای خود را در بدنه جامعه گسترش می‌دهند؟ با توجه به نقش مؤثر شبکه‌های اجتماعی در تهییج، راه‌اندازی و سازماندهی آشوب‌های پس از انتخابات ۱۳۸۸، چه راهکارهایی برای پیشگیری از آسیب‌پذیری‌ها و مقابله با آن وجود دارد؟ این مقاله درصدد است با تمرکز بر این شبکه‌ها و ابعاد مختلف جنگ نرم رسانه‌ای نقش و تأثیر آنها را در حوادث پس از انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۳۸۸ بررسی و تحلیل کند.

روش تحقیق

از آنجا که تحقیق حاضر، مطالعه‌ای پسا رویدادی است، روش مناسب با موضوع مطالعه، تحلیل اسنادی است. در این مطالعه بر مجموعه شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، توئیتر، بالاترین و یوتیوب برای نمونه تمرکز شده است و تحرکات آنها از نظر تأثیراتی که بر رخدادهای قبل و بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری ایران در سال ۱۳۸۸ داشته‌اند، با استناد به مدارک رسمی دولتی و همچنین بررسی مطالعات و آمارهای منتشرشده دانشگاهی یا اعلام‌شده رسمی از سوی نهادهای تحقیقاتی نشان داده شده است. محتوای بررسی‌شده و اسناد مورد اشاره، در مسیر موضوع مطالعه، یعنی فعالیت جنگ



نرم این رسانه‌های اجتماعی، مستندات متقن و قابل اثبات ارائه می‌کنند و بنابراین از ذکر سایر جنبه‌های این رسانه‌ها، به دلیل ارتباط غیرمستقیم به موضوع مطالعه، به عمد خودداری شده است. تمرکز جست‌وجوی اسناد، با سه محور مستندات در زمینه میزان نفوذ و استفاده از این شبکه‌ها بین کاربران ایرانی، میزان و نحوه فعالیت انتقادی، خصمانه و هدفمند آنها در خصوص جریان انتخابات ۱۳۸۸ ایران و بالاخره سازوکارهای مدیریت و پشتیبانی مالی، فکری و عقیدتی مستتر در سطح به ظاهر فناورانه و خنثی این شبکه‌های اجتماعی هدایت شده است.

مبانی نظری

۱. جنگ نرم

جنگ نرم به وسیله «کمیته خطر جاری»^۱ امریکا در سال‌های پایانی دهه ۱۹۸۰ طراحی شد. این کمیته در اوج جنگ سرد در دهه ۱۹۷۰ با مشارکت استادان برجسته علوم سیاسی و مدیران سابقه‌دار سازمان سیا و پنتاگون تأسیس شد (سندرز، ۱۹۸۳). در آن مقطع در پی اصلاحات گورباچف مبنی بر ایجاد فضای باز سیاسی و تغییر در قوانین اقتصادی (پروستریکا)، این کمیته با منتفی دانستن جنگ سخت و رودرو با اتحاد جماهیر شوروی، تنها راه به زانو درآوردن بلوک شرق را جنگ نرم و «فروپاشی از درون» معرفی کرد (واکر، ۱۹۹۵). سیاست‌گذاران پنتاگون و سازمان سیا با سه راهبرد و دکتترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی نافرمانی مدنی، اتحاد شوروی را به فروپاشی و شکست واداشتند (کریستوفر و زناکیس، ۲۰۰۲).

اما در تعریف جنگ نرم باید گفت جنگ نرم در برابر جنگ سخت^۲ در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و تیراندازی رقیب را به انفعال یا شکست وا می‌دارد (حسینی و علوی وفا، ۱۳۹۱). جنگ روانی، جنگ رایانه‌ای، جنگ رسانه‌ای برای ایجاد تصویرسازی و کنترل اذهان و قلوب مردم، براندازی نرم، راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی، تلویزیونی و شبکه‌سازی بین مسلمانان از اشکال جنگ نرم به شمار می‌روند. جنگ نرم در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی- اجتماعی حاکم،

1 . The Committee on the Present Danger

2 . Hard War

تزلزل و بی‌ثباتی تزریق کند. به طور کلی جنگ نرم در روش، نرم‌افزاری و در پیامد غیرکشنده است. در جنگ نرم تلاش می‌شود به مراکز ثقل موضوعات مرجع امنیت نرم یعنی مشروعیت نظام سیاسی، وحدت و تمامیت ملی کشور، اعتماد ملی و وفاق ملی-سیاسی که خود از منابع بسیار مهم سرمایه اجتماعی هستند، صدمه وارد شود (متقی، ۱۳۸۹؛ ناییب، ۱۳۸۹؛ سلطانی فر و دیگران، ۱۳۹۲)؛ یعنی تلاش می‌شود تا حد امکان میزان رضایت مردم از کارایی نظام کاهش یابد. کاهش رضایت مردم خود نقشی بسیار مهم در کاهش انعطاف‌پذیری ملی و حساسیت سیاسی دارد.^۱

جنگ نرم، دو «پیکارگاه» دارد: یکی، قلب و دیگری، مغز. تصرف قلب‌ها و مغزها و تصرف دل‌ها و ذهن‌ها هدف منازعات نرم است. در جنگ نرم عامل تهدید به دنبال فراهم کردن الگوهای افناعی است و تلاش می‌کند مخاطب را به گونه‌ای تحت تأثیر قرار دهد که ترجیحات و اولویت‌های خود را مطابق خواسته‌های عامل تهدید فهم و درک کند (نای، ۲۰۰۸). یک بخش تأثیرگذاری بر افکار از طریق «باورسازی» و «الگوپردازی» است و بخش دیگر آن را «مسخ» الگوهای رایج تشکیل می‌دهد. برای مثال در منازعه نرم امریکا با ایران در سال‌های اخیر، باورسوزی، باورسازی، الگوپردازی و تلاش برای مسخ و بی‌اعتبار کردن الگوهای رایج هم‌زمان اجرا می‌شود. می‌توان گفت جنگ نرم هرگونه اقدام غیرخوشونت‌آمیز است که به ارزش‌ها و هنجارها حمله می‌کند و در حد نهایی موجب تغییر الگوهای رفتاری و خلق الگوهایی جدید می‌شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعارض داشته باشد. شایان ذکر است زمینه‌های تهدید نرم‌افزاری مانند موانع ساختاری مشروعیت یا بحران مشروعیت ممکن است موجب شکل‌گیری یا تشدید تهدیدهای نرم‌افزاری یا حتی سخت‌افزاری مانند حمله نظامی شود.

جنگ نرم زمانی شکل می‌گیرد که افراد هدف آن اساساً احساس و ادراک تهدید نداشته باشند، بلکه آن را مطلوب خود و تسلیم شدن در برابر آن را اولویت خود بدانند. این اولویت‌سازی می‌تواند به عمد یا ترغیب، آموزش و پرورش و فرهنگ‌سازی انجام شود. این‌گونه تهدید نرم که نقطه مقابل قدرت شرطی است، با تغییر اعتقادات افراد و ملت‌ها، اساسی‌ترین کارکردها را در حکومت، اقتصاد و سیاست کشورها ایفا می‌کند (رنجبران، ۱۳۸۸).

۱. انعطاف‌پذیری اصطلاحی روان‌شناسی است که به میزان تحمل مشکلات و چالش‌ها توسط افراد یک جامعه اشاره دارد. اگر یک ملت انعطاف‌پذیر باشد، به راحتی می‌تواند با تحمل مشکلات و چالش‌ها دوباره به حالت و شکل اولیه خود بازگردد. رضایت، اعتماد سیاسی، میهن‌پرستی و انسجام ملی از عناصر بسیار مهم تشکیل‌دهنده انعطاف‌پذیری ملی است.



از آنجا که جنگ نرم در مراحل تکوین به دلیل ماهیت ذهنی و انتزاعی آن چندان جلب توجه نمی‌کند و در واقع جمعی از کارگزاران نظام سیاسی اساساً وضعیت موجود را وضعیتی کاملاً عادی تلقی می‌کنند، به صورت خفته و مستور در حوزه مد نظر پیشروی و در جایگاه‌های نرم نظام مانند هویت، فرهنگ، مشروعیت، مشارکت سیاسی و کارامدی به اندازه‌ای پیشرفت می‌کند که هنگام بروز تهدید، به دلیل اینکه زیرساخت‌های نرم‌افزاری مدیریت امنیت ملی را به چالش می‌کشد، امکان مدیریت تهدید را در عرصه‌های نرم و سخت در سطحی چشم‌گیر کاهش می‌دهد (فروغی‌نیا، ۱۳۶۸). مؤثرترین هدف جنگ نرم، متقاعد کردن هرچه بیشتر مردم برای حمایت نکردن از نظم موجود به واسطه مخالفت فعالانه یا رد برخورد منفعلانه است (رنجبران، ۱۳۸۸).

براندازی نرم، فروپاشی و استحاله در حاکمیت از اهداف کلی جنگ نرم هستند. افزون بر این، گفتمان‌سازی، مرجع‌سازی، تغییر الگوی مصرف رسانه‌ای، نخبه‌سازی مصنوعی و سلطه اطلاعاتی از مهم‌ترین اهداف میان‌برد و واسطه‌ای در جنگ نرم به شمار می‌روند. هدف پایه برای رسیدن به اهداف غایی تغییر باورها و در نتیجه آن رفتارهای مردم است.

عملیات روانی، عملیات ادراکی، دیپلماسی عمومی، فریب راهبردی، برگزاری اجتماعات، همکاری نکردن با دولت، جذب مخالفان حکومت، ایجاد ناآرامی‌های مدنی (نافرمانی مدنی، تجمعات نمایشی، تجمعات اعتراضی)، استفاده از جنبش‌های سیاسی-مدنی، شکل‌دهی به انقلاب‌های رنگی و بهره‌برداری گسترده از شبکه‌های اجتماعی از اصلی‌ترین روش‌هایی هستند که تاکنون در جنگ نرم و در سطح بین‌المللی استفاده شده‌اند (بصری، ۱۳۹۱). با توجه به مفهوم، اهداف و روش‌هایی که در جنگ نرم عرضه شد، باید به این نکته مهم توجه کرد که امروزه رسانه‌های سنتی و مدرن و نیز شبکه‌های اجتماعی ابزاری بسیار مهم هستند که می‌توانند هم در جنگ نرم و هم در زمینه امنیت‌سازی نرم به کار گرفته شوند.

۲. شبکه‌های اجتماعی

قدرت نرم برخلاف قدرت سخت که ماهیتی ایستا و بسیط دارد، ماهیتی ژلاتینی و چندبعدی دارد. مشروعیت نداشتن کشورها در به کار بردن قدرت سخت و ناکامی‌های کارکردی بسیار در آن، سبب شده است به ابزارهایی جدید رو آورده شود که هزینه‌های کمتری دارند و از تلفات جانی و مالی تا حد زیادی می‌کاهند و در عین حال، افکار



عمومی را با خویش همراه می‌سازند. بر این اساس کشورهای مختلف توجهی ویژه به قدرت نرم نشان داده‌اند (شهرام نیا، ۱۳۹۱).

شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین این ابزارها هستند که می‌توان آنها را به دو دسته شبکه‌های مجازی و غیرمجازی تقسیم کرد. شبکه‌های غیرمجازی توسط مجموعه‌ای از افراد و گروه‌های به‌هم‌پیوسته در محیط اجتماعی عمل می‌کنند. شبکه‌های مجازی یا شبکه اجتماعی اینترنتی، وبسایت یا مجموعه‌ای از وبسایت‌هایی است که به کاربران این امکان را می‌دهد تا علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. در سال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی با سرعتی بی‌نظیر گسترش یافته‌اند. شبکه‌های اجتماعی مانند فلیکر،^۱ مای اسپیس،^۲ فرندستر،^۳ دلشز،^۴ یوتیوب،^۵ آرکات^۶ و فیس‌بوک^۷ بستری جدید برای ایجاد شبکه‌های مجازی میان افراد هستند و در مدت زمانی کوتاه، به سرعت رشد کرده‌اند. برای مثال فیس‌بوک با ۲۲ درصد رشد نسبت به سال ۲۰۱۲ در پایان سال ۲۰۱۴ حدود ۸۶۴ میلیون کاربر فعال داشته است (استاتیستیک برین، ۲۰۱۵).

شبکه‌های اجتماعی مجازی سایت‌هایی هستند که با افزودن امکاناتی مانند چت، ایمیل، دنبال کردن، امتیاز دادن، امکان ایجاد شبکه خصوصی و مانند آن و توسعه امکانات قالب وبسایت‌های ساده مانند موتور جست‌وجو خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. یک شبکه اجتماعی، سایتی است که در مرحله اول به افراد و سازمان‌ها اجازه می‌دهد صفحات خود را روی آن ایجاد کنند و در مرحله دوم اجازه می‌دهد این صفحات بر اساس مشترکات گوناگون به هم متصل شوند. وقتی صحبت از شبکه اجتماعی می‌شود باید به «اجتماع^۸ کاربری» هم اشاره کرد. همچنین شبکه‌های اجتماعی وبسایت‌های مبتنی بر فناوری‌های وب ۲ است که با قابلیت

- 1 . Flickr
- 2 . MySpace
- 3 . Friendster
- 4 . Del.icio.us
- 5 . YouTube
- 6 . Orkut
- 7 . FaceBook
- 8 . Community



ایجاد شبکه و ارتباطات مجازی تعاملی در فضای سایبر، به تأثیرگذاری بر سایت‌های رسمی می‌پردازند. فیس‌بوک، توئیتر، فرند فیدز، بالاترین، بازنگار، دیگ، دلشز، گروه‌های ایمیلی، وبلاگ‌ها، چت روم‌ها، و فروم‌ها از جمله سایت‌هایی هستند که قابلیت شبکه‌سازی وسیعی در اینترنت ایجاد کرده‌اند. در برخی مواقع این شبکه‌ها اقدامات خود را در فضای واقعی جامعه نیز تسری داده‌اند که برای مثال هماهنگی و سازماندهی بسیاری از تجمع‌های سیاسی و اعتراضی در همین شبکه‌ها انجام گرفته است.

فضای مجازی مجاللی برای شکل‌گیری اجتماعات جدیدی از کاربران فراهم می‌کند. از زمان فردیناند تونیس (۱۸۸۷) و تلاش او برای تعریف دو گونه تجمع انسانی یعنی «اجتماع» در مقابل «جامعه» (گزلشافت و گمنشافت) همه متفکران علوم اجتماعی و فرهنگی «رودررو بودن»، «محدودیت تعداد» و «اتکا بر روابط عاطفی و نه روابط عقلانی» را از ویژگی‌های بنیانی «اجتماع» بیان کرده‌اند (پرتی، ۱۹۹۹).

ایرانی‌ها در تشکیل اجتماعات مجازی در فضای سایبر ید طولایی دارند. برای اولین بار نام ایرانی‌ها در رتبه‌بندی فناوری‌های اینترنتی با نام وبلاگ عجین شد. ایرانی‌ها توانستند در سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ رتبه چهارم وبلاگ‌های جهان را به دست آورند. البته به دلایل متعدد این رتبه در سال ۲۰۰۹ به جایگاه دهم تنزل پیدا کرد که باز هم نشان‌دهنده وجود مزیت نسبی در این مقوله در ایران است. اگرچه هیچ مرجع رسمی گزارشی درباره آمار وبلاگ‌های فارسی منتشر نکرده است، با جمع‌بندی آمار وبلاگ‌های ثبت‌شده و وبلاگ‌های فعال بلاگ سرویس‌های ایرانی می‌توان تخمین زد که در سال ۱۳۸۸ جمعاً حدود شش میلیون وبلاگ ثبت‌شده فارسی در فضای اینترنت وجود داشت که از این رقم ۱۰ درصد یعنی ششصد هزار وبلاگ فعال بودند. بر این اساس می‌توان گفت وبلاگستان فارسی یکی از بزرگ‌ترین اجتماعات مجازی و شبکه‌های اجتماعی ایرانیان محسوب می‌شود.

یکی از تجربه‌های اولیه قدرتمند در شبکه‌های اجتماعی سایت اورکات است (اورکات، ۲۰۰۹). حدود سال ۱۳۸۴ مفهوم شبکه‌های اجتماعی به طور گسترده با حضور اورکات میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و در مدت کوتاهی آن قدر سریع رشد کرد که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات شد (ضیایی‌پور، ۱۳۸۸). اما با فیلتر شدن اورکات، گرایش ایرانی‌ها به شبکه داخلی کلوب دات کام سوق پیدا کرد. سایت کلوب در حال حاضر ادعا می‌کند بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان



است. این سایت با وجودی که به طور متناوب فیلتر شده است، امکاناتی شبیه سایر شبکه‌های اجتماعی در اختیار کاربران قرار می‌دهد.

۳. شبکه‌های اجتماعی، تصویرسازی و جنگ نرم

نظریه تصویر ذهنی و نقش بسیار مهم رسانه‌ها در تصویرسازی با وجود آنکه جدید نیست، برداشت‌ها و حوزه‌های استفاده از آن جدید است و طی سال‌های اخیر در همه ابعاد زندگی بشر اعم از مدیریت، روان‌شناسی، عملیات روانی و خبرپراکنی کارایی خود را نشان داده است. تصویر ذهنی همان تصویری است که از خویشتن داریم. بر اساس این نظریه، انسان بیش از آنکه با واقعیات سروکار داشته باشد، با برداشتی که از واقعیت دارد، سروکار دارد و در نهایت نیز براساس همین برداشت‌ها و تصاویر، تصمیم‌گیری می‌کند. انسان به دلیل محدودیت‌هایی که دارد، همیشه نه بر مبنای واقعیات صرف، بلکه بر مبنای برداشت‌های خود از واقعیات قضاوت و تصمیم‌گیری می‌کند.

امروزه کشورها با بهره‌گیری از رسانه‌ها و عملیات روانی تلاش می‌کنند تصویر ذهنی خود نزد دیگران را آن‌طور که خود می‌خواهند، شکل دهند. آنها با تصویر ذهنی، افکار عمومی جهانیان را به سمت مد نظر خود هدایت و مدیریت می‌کنند. علاوه بر دولت‌ها، ملت‌ها نیز بر اساس تصویر ذهنی عمل می‌کنند. ممکن است کشوری یا دولتی آنقدر قوی نباشد که نشان داده می‌شود، اما با استفاده از شگردهای روانی، از خود یک کشور مقتدر و آسیب‌ناپذیر به تصویر کشیده باشد. اگر با این دیدگاه به تهدیدهای نرم بنگریم، می‌توانیم به این نکته پی ببریم که تهدیدها نیز از جنس تصاویر هستند. این تصاویر در افراد احساس‌های واقعی و متفاوتی ایجاد می‌کنند. اگرچه تصاویر مجازی هستند، احساسات واقعی را موجب می‌شوند؛ به عبارت دیگر، فرد براساس تصویری ساختگی، عکس‌العملی در رفتار خود بروز می‌دهد که واقعی است. بنابراین رسانه‌ها نقش مهمی در تصویرسازی ذهنی دارند.

«مانوئل کاستلز» درباره حضور پررنگ رسانه‌ها در محیط ذهنی افراد و تجارب عینی آنها می‌گوید: «رسانه‌ها به علت اینکه تار و پود نمادین زندگی ما هستند، همچون تجارب واقعی که بر رؤیاهای ما تأثیر دارند، بر آگاهی‌ها و رفتار ما تأثیر می‌گذارند و موادی خام را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند. رسانه در دنیای امروز تجربه انسانی را از واقعیت دگرگون و گرچه او را با واقعیت آشنا می‌سازد، حس انسان را از برخورد بی‌واسطه با واقعیت بازداشته و در واقع او را



به برداشتی ثانویه از واقعیت رسانده است» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۳۵). وی همچنین به نقش فناوری‌های ارتباطی مانند اینترنت، در عضوگیری و گسترش قدرت جنبش‌های اجتماعی اشاره می‌کند. از همین فناوری‌های رسانه‌ای می‌توان برای برنامه‌ریزی‌های تروریستی و خرابکاری‌های بزرگ استفاده کرد. به طور کلی از دید کاستلز در جامعه کنونی، سیاست به معنای سیاست رسانه‌هاست. رسانه‌ها پس‌زمینه همیشگی بازی سیاست و حوزه عمومی هستند که در آن قدرت به نمایش در می‌آید و درباره‌اش داوری می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰). به اعتقاد وی گرچه سیاست‌مداران برای کسب قدرت سیاسی در رسانه‌ها از تکنیک ترور شخصیت، رسواگری و جنجال استفاده می‌کنند، باید به این نکته توجه کرد که ویژگی اصلی سیاست رسوایی و جنجال این است که همه کنشگران سیاسی شرکت‌کننده در آن خود به دام این نظام می‌افتند و اغلب نقش‌ها معکوس می‌شوند: شکارچی امروز شکار فرداست.

از سوی دیگر، از نظر کاستلز، یکی از عوامل تضعیف قدرت دولت‌ها، رشد و توسعه وسایل و فناوری‌های جدید ارتباطی است. خودمختاری، تنوع و جهانی شدن رسانه‌ها باعث شده است مردم امکان شنیدن صداهای مخالف و دریافت اطلاعات سری و محرمانه را داشته باشند. این مسئله می‌تواند زمینه شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی جدید و هویت‌های دگرخواهانه را به وجود آورد که از مهم‌ترین جنبه‌های نرم‌افزاری تهدید امنیت ملی هستند (کاستلز، ۱۳۸۰).

یکی دیگر از عوامل تأثیرگذاری رسانه‌ها بر قدرت دولت، نقش آنها در شکل‌دهی به منابع سه‌گانه هویت است. از نظر کاستلز، هویت برساختن فرهنگی معنا توسط کنشگر اجتماعی است. وی از سه نوع هویت نام می‌برد: یک دسته شامل هویت‌هایی است که توسط نخبگان و به عنوان دستگامی برای عقلانی ساختن دیدگاه‌های آنها ساخته می‌شود. این هویت مشروعیت‌بخش است. دومین نوع هویت، یعنی هویت‌های مقاومت، نیرومندتر از هویت مشروعیت‌بخش است. در این هویت‌ها اصول اساسی، منبع نیرومند هویت است. سومین نوع، هویت برنامه‌دار است. مشخصه این هویت‌ها این است که هم‌زمان نیرومند و پویا هستند. هویت برنامه‌دار که از دل هویت‌های مقاومت به وجود می‌آید، این توانایی را دارد که علاوه بر مقاومت، جامعه مدنی را از نو شکل دهد. در اینجا ساختن هویت یک پروژه یا برنامه برای زندگی متفاوت است؛ بنابراین، این هویت بیش از آنکه رویکردی سیاسی داشته باشد، رویکردی فرهنگی دارد. هویت برنامه‌دار عموماً مبتنی بر مکتب فکری یا ایدئولوژی مشخص است که از



قابلیت‌های سازمان‌دهنده برخوردار است. از دید کاستلز، رسانه‌ها نقشی اساسی در شکل‌گیری جنبش‌های هویت‌محور دارند (کاستلز، ۱۳۸۰).

باید به این نکته توجه کرد که قدرت‌های هژمونیک اغلب در قلمرو هویت‌های غیرخودی و ضدخودی، هویت‌های برنامه‌دار را از طریق کاربرد رسانه‌ها تقویت می‌کنند. در هویت‌های برنامه‌دار فاعلان ساخته می‌شوند یا سوژه‌های آنها کنشگران اجتماعی و جمعی هستند که افراد به کمک آنها در تجربه‌های خود به معنایی جدید دست می‌یابند؛ بنابراین شخصیت‌ها و نخبگان فکری همراه رسانه‌ها مهم‌ترین عوامل در این حوزه هستند و جنگ نرم از ناحیه این دسته از عوامل شکل می‌گیرد.

بودریار (۱۹۸۸) نیز مدعی شد که ما در عصر وانمودها^۱ به سر می‌بریم. بودریار همانندسازی را این‌گونه تعریف می‌کند: «جایگزین کردن واقعیت با نشانه‌هایی از واقعیت» (بودریار، ۱۹۸۸: ۳۵). به عبارت روشن‌تر، ما با نشانه‌ها یا نمادهایی از واقعیت سروکار داریم و به جای واقعیت، نشانه‌ها و سمبل‌ها را می‌بینیم. بودریار رسانه را همچون دستگاه‌های شبیه‌سازی تفسیر می‌کند که فعالیت آنها بازتولید تصاویر، نشانه‌ها و رمزگذاری‌هایی است که یک قلمرو (حاد) واقعی خودکار را ایجاد و نقشی اساسی در زندگی روزمره و نابودی جامعه ایفا می‌کنند. او معتقد است حقیقت هم اکنون در مسیر حضور واقعی خود نیست و از همه مهم‌تر به وسیله نشانه‌ها و الگوها به طریقی فراواقعیت، یعنی واقعیتی که خیلی بیش از خود واقعیت نمایان است، حضور عینی و حتی ذاتی یافته و جلوه‌گر شده است. حقیقت موجود فاصله زیادی با واقعیتی دارد که در کنش‌های عقلی و مقولات قابل درک در حال بروز است. تحلیل بودریار به تضاد معنادار و پراهمیت رابطه میان بازنمایی و واقعیت اشاره دارد. پیش از این رسانه به مثابه آئینه، بازتاب، یا نمایش‌دهنده واقعیت تصور می‌شد؛ در حالی که وقتی «امر واقعی» تابعی از بازنمایه‌ای است که به نابودی نهایی امر واقعی می‌انجامد، رسانه سازنده واقعی، یک واقعیت رسانه‌ای نو - واقعی‌تر از هر واقعی - به شمار می‌آید. در این الگو، دستاوردهای مدرن انسانی توسط مفهوم وانمایی شناخته می‌شود؛ پس این حقیقت نیست که مورد شناخت یا به اصطلاح فلاسفه، متعلق شناخت قرار می‌گیرد، بلکه مفهوم بدل است که زاییده می‌شود. به اعتقاد بودریار، انسان‌ها در عصر مدرن با تصاویر یکدیگر سروکار دارند نه با خودشان. تصاویر محصول جمعی است و هیچ انعکاسی از خود ندارد. بدین‌سان جهان پسامدرن جهانی مافوق واقع است که در آن



مردم با تعبیر و تصاویر سروکار دارند و نقش رسانه‌ها در این میان البته کانونی و تغییردهنده است. در حقیقت، در جهان پسامدرن «تصویر» مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر از واقعیت است و تصویر واقعی‌تر از واقعیت می‌شود. تصویرسازی امروزه به اکثر حوزه‌های زندگی سیاسی و اجتماعی افراد نفوذ کرده است (بودریار، ۱۹۸۸: ۳۵). بر همین اساس، رسانه‌ها با داشتن کارکرد کانونی در تصویرسازی می‌توانند نقشی بسیار مهم در ایجاد جنگ نرم یا تولید فضای نرم امنیتی ایفا کنند.

در مجموع می‌توان گفت قدرت نوین در علایم اطلاعات و در تصاویر ارائه‌دهنده و نمایش‌دهنده‌ای نهفته است که جوامع، نهادهای خود را حول آنها سازمان می‌دهند و مردم نیز بر محور آنها زندگی خود را می‌سازند و درباره رفتارهای خود تصمیم می‌گیرند. قرارگاه این قدرت ذهن مردمان است؛ به همین دلیل در عصر اطلاعات، قدرت در آن واحد حاضر و مشهود و نیز پراکنده و منتشر است. هر کس یا هر چیز که برنده نبردی باشد که بر سر اذهان مردم در می‌گیرد، حاکم خواهد شد؛ زیرا هیچ آلات و ادوات نیرومند و بی‌روحو نمی‌تواند با اذهانی رقابت کند که حول محور قدرت شبکه‌های انعطاف‌پذیر بسیج شده‌اند.

یافته‌های تحقیق

در جنگ نرم شبکه‌های اجتماعی از اصلی‌ترین ابزار نفوذ میان مردم و تأثیرگذاری در مخاطبان برای جهت‌دهی، سازماندهی و تحریک و تهییج هستند. ظرفیت این شبکه‌ها علاوه بر ایجاد سازماندهی و همگرایی، سرعت فوق‌العاده انتقال اطلاعات به مخاطبان است. بدون شک بخشی از ساماندهی ارتباطات میان جوانان - به خصوص جوانان تهرانی- در تحولات پس از انتخابات ریاست‌جمهوری دهم در ایران از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی انجام گرفت. شاید به دلیل ممنوعیت انتشار اخبار مرتبط با اجتماعات اعتراضی در رسانه‌های رسمی مانند صدا و سیما و مطبوعات و محدودیت‌های مرتبط با تلفن همراه و پیامک، اکثر فعالان این اجتماعات به رسانه‌های جایگزین و شبکه‌های اجتماعی روی آورند. در ادامه، نقش شبکه‌های اجتماعی اثرگذار در حوادث پس از انتخابات تحلیل می‌شود:

۱. فیس‌بوک

با رواج فیس‌بوک بین ایرانیان که نشان‌دهنده نسل تازه شبکه‌های اجتماعی بوده است، این سایت بلافاصله در ایران فیلتر شد و این وضعیت تا حدود بهمن ۱۳۸۷ ادامه داشت؛ اما در این ماه در چرخشی عجیب هر دو سایت فیس‌بوک و یوتیوب در ایران قابل دسترسی شدند.

با «آزاد شدن فیس‌بوک» در ایران، صدها هزار کاربر اینترنتی در یک ماه نخست در این سایت ثبت‌نام کردند. این استقبال ناگهانی و کم‌سابقه از فیس‌بوک در ایران سبب شد توجه مدیران این شرکت نیز به سوی ایران معطوف شود. آمارهای رسمی نشان داده‌اند که در فاصله حدود چهار ماه و نیم رفع فیلتر فیس‌بوک در ایران، شمار افرادی که از داخل ایران به این شبکه پیوسته‌اند بیش از هفت‌هزار درصد افزایش داشته و برخی برآوردها حاکی است که نزدیک ۶۰۰ هزار نفر از داخل ایران عضو این سایت پرطرفدار ارتباطات تعاملی هستند (اینترنت ورد استیت، ۲۰۱۵). با اینکه فیس‌بوک هیچ‌گاه شمار اعضایش را در یک کشور اعلام نمی‌کند، اما دو موضوع نشان می‌دهد که این سایت در طول بهار ۱۳۸۸ محبوب‌ترین سایت ایرانیان در داخل کشور بوده است. موضوع نخست انتشار گزارشی از تعاملات جهانی در شبکه فیس‌بوک بود که در مقایسه با فصل مشابه در سال قبل، رشد شگفت‌انگیز استقبال از فیس‌بوک در ایران را نشان می‌داد. چنین استقبالی فیس‌بوک را بر آن داشت که با افزایش بی‌سابقه و تصاعدی کاربران ایرانی‌اش، افزودن زبان فارسی به فیس‌بوک را در اولویت قرار دهد. سرانجام در آغاز خرداد ۸۸ امکان استفاده از فیس‌بوک به زبان فارسی نیز فراهم آمد. موضوع دوم، آمارهای سایت‌هایی مانند آکسا بود که از رشد بی‌سابقه فیس‌بوک در ایران خبر می‌داد؛ به گونه‌ای که این سایت پس از گوگل و یاهو در چند روز مانده به انتخابات به سومین سایت محبوب در کشور بدل شد (رنجبران، ۱۳۸۸).

۲. توئیتر

مرکز دیپلماسی عمومی دانشگاه کالیفرنیا ای آمریکا در گزارشی بر نقش وب‌سایت‌هایی مانند توئیتر در ناآرامی‌های پس از انتخابات ایران پرداخت و تأکید کرد ۹۸ درصد از پیوندهای توئیتر درباره ایران، در خصوص انتخابات و ناآرامی‌های پس از آن بود (پپسن، ۲۰۱۲). پوشش خبری اعتراضات پس از انتخابات از طریق رسانه‌های جدیدی مثل توئیتر، یوتیوب، فیس‌بوک و فلیکر انجام گرفت و در نتیجه رسانه‌های جدید،



نخستین منبع اطلاعات برای معترضین نه تنها برای برقراری ارتباط آنها با دیگران بلکه برای رسانه‌های جهان شدند.

وال استریت ژورنال در گزارش خود درباره توییتر ضمن اشاره به استفاده فراوان از این شبکه در تحولات اخیر در ایران مدعی شد چنانچه به «انقلاب سبز» در ایران که توسط شبکه اجتماعی «توییتر» قدرتمند شده است، بنگرید، خواهید دید از فناوری شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر بهره گرفته است تا در مقایسه با سال‌ها تحریم، تهدید و مذاکرات در ژنو، اقدامات بیشتری برای تغییر حکومت در جمهوری اسلامی انجام دهد» (تیلر، ۲۰۰۹).

وال استریت ژورنال با اشاره به تلاش‌های دولت آمریکا برای در دسترس قرار دادن وبسایت‌هایی که در راستای سیاست‌های آمریکا و برای تغییر نظام‌های مخالف گسترش سلطه آمریکا فعالیت می‌کنند، ابراز کرد فعالیت‌های وزارت خارجه آمریکا برای حمایت مالی از توسعه فناوری برای کمک به خنثی کردن سانسورهای اینترنتی و مقابله با تلاش‌ها برای محدود کردن دسترسی به اطلاعات در اینترنت می‌تواند ضربه مهمی به مقامات دولت چین باشد (تیلر، ۲۰۰۹).

همچنین بنیامین نتانیاهو، نخست‌وزیر راست‌گرای اسرائیل، ۷ دسامبر ۲۰۰۹ در جلسه کمیته روابط خارجی و امور دفاعی پارلمان اسرائیل از واشنگتن تقاضا کرد از فضای مجازی به خصوص توییتر علیه حکومت ایران استفاده کند و از آنها برای جنگ علیه این نظام بهره برد. نتانیاهو به مقامات آمریکا توصیه کرد که برای از بین بردن مشروعیت حاکمیت در ایران از سایت‌های اجتماعی استفاده و با ارائه اطلاعات خاص آشوب‌های داخلی را هدایت کنند (رحال، ۱۳۸۹).

با گذشت دو هفته از زمان برگزاری انتخابات ایران، نظرسنجی مرکز تحقیقاتی «پیو»^۱ نشان داد که ۶۳ درصد از پیوندهای ارسال‌شده به وبلاگ‌ها و سایر منابع رسانه‌ای جدید به طور ویژه بر انتخابات ایران متمرکز شده بودند (پیو، ۲۰۰۹). علاوه بر توییتر، فیس‌بوک نیز برای حمایت از معترضین، به سرعت زبان فارسی را به قابلیت‌های خود افزود.

از نقش‌های دیگر توییتر در ناآرامی‌های ایران می‌توان به این مطلب اشاره کرد که توییتر فضایی را به وجود آورده بود که افراد از مناطق مختلف جهان نیز تنظیم منطقه جغرافیایی توییتر را براساس منطقه تهران تنظیم کرده بودند و با پیوستن به گروه

فیس‌بوک میرحسین موسوی، علایم سبزرنگ یا تصاویری برای نشان دادن همراهی خود با گروه‌های مخالف ایران ایجاد کردند.

سرویس اینترنتی توئیتر، فهرست بالاترین‌های مراجعه را در سال جاری میلادی به این سرویس اعلام کرد. ایران با واژه‌های «انتخابات ایران، تهران، ایران» در رتبه نخست ۲۱ موضوع مورد مراجعه کاربران توئیتر در سال ۲۰۰۹ قرار دارد. سایت توئیتر از سال ۲۰۰۶ راه‌اندازی شد و در جریان انتخابات ریاست‌جمهوری ایران و تظاهرات مردمی، به علت غیبت اجباری خبرنگاران خارجی، همراه با فیس‌بوک، به ابزار مهم ارتباطی ایران و خارج تبدیل شد، به گونه‌ای که تحلیلگرانی مانند موروزوف (۲۰۰۹ الف و ۲۰۰۹ ب) حرکت مردمی ایرانیان را «انقلاب توئیتری» نامیدند. تا قبل از وقایع ایران، استفاده از سایت‌های جمعی مانند فیس‌بوک و توئیتر و امثال آنها، بیشتر برای اهداف تفریحی و سرگرمی بود؛ در حالی که اکنون اینترنت به ابزاری برای طرح و گسترش دیدگاه سیاسی و اخبار اجتماعی تبدیل شده است. ایرانیان از فیس‌بوک استفاده می‌کنند زیرا امکانات بیشتری به کاربران می‌دهد، اما توئیتر به علت پذیرفتن مطالب کوتاه‌تر، از نظر سرعت کار مهم‌تر است.

وزارت خارجه آمریکا در کنار شبکه‌هایی چون فیس‌بوک، از توئیتر برای القای تقلب در انتخابات ایران و ایجاد فضای شایعه، التهاب و آشوب، حداکثر استفاده را کرد؛ اما اظهار شد شبکه اینترنتی مذکور خود به ابزار شناسایی و دستگیری فعالان آشوب تبدیل شده است. محافل غربی حامی آشوب از توئیتر به عنوان «شبکه خطرناک» یاد کردند. در این زمینه روزنامه‌هایی مانند تایمز، دی‌سایت و دبی‌تلگراف هشدارهای مشابهی منتشر کردند. به ادعای آنها، ایران از این شبکه برای شناسایی مخالفان و امکان ردیابی و شناسایی این طیف استفاده می‌کند.

یک مجله آمریکایی در گزارشی با تأکید بر اهمیت شبکه اجتماعی توئیتر در تحولات اخیر ایران و با اشاره به اظهارات سال ۱۳۸۸ کلینتون، وزیر امور خارجه آمریکا، تحولات آینده در سیاست خارجی آمریکا علیه دولت‌های هدف مخالف سیاست‌های این کشور را به جنگ جهانی ایده‌ها تشبیه کرد. مجله آمریکایی فارین پالیسی با اشاره به تحولات سال ۱۳۸۸ در ایران، در گزارش خود به طرح این موضوع پرداخت که چگونه وزارت امور خارجه آمریکا باید به توانمند کردن و تقویت شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در مبارزه‌های جهانی به بسط اهداف آمریکا بپردازد. این مجله آمریکایی تأکید کرد که دولت آمریکا باید به حمایت از جنبش سبز ایران پشت صحنه و نه آشکارا ادامه دهد.



این نشریه به استفاده زیرکانه از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی مانند توئیتر، فیس‌بوک و سایر سایت‌ها در کنار پیام‌های کوتاه و گسترش استفاده از فناوری تلفن‌های همراه اشاره کرد که می‌تواند به حمایت از جنبش‌ها [نظیر سبزها] کمک کند (خبرگزاری فارس، ۱۳۸۸). پایگاه اینترنتی مؤسسه تحقیقاتی «هریتیج» گزارشی به قلم جیمز جی. کارافانو، پژوهشگر ارشد مطالعات امنیت ملی مؤسسه تحقیقاتی هریتیج امریکا، منتشر کرد که به نقش شبکه‌های اجتماعی و اینترنتی در حوادث پس از انتخابات ایران اختصاص دارد. در این پژوهش که با عنوان «آشوب‌آفرینی توئیتر» آغاز می‌شود، ادعا شده است مردم به ابزارهای شبکه‌های اجتماعی روی آوردند و از خدمات‌رسانی گسترده این ابزارها بهره بردند. مردم از فناوری‌های وب ۲ دست‌کم در چهار زمینه استفاده کردند: خبرنگاری خیابانی، بسیج کردن ایرانی‌های مقیم خارج، سازماندهی فعالان سیاسی و راه‌اندازی جنگ اطلاعاتی. در این گزارش آمده است شبکه‌های اجتماعی می‌توانند فعالیت‌های اعتراض‌آمیز را سازماندهی و در اطلاع‌رسانی روند رویدادها نقش‌آفرینی کنند. ای.میل، فیس‌بوک، توئیتر، مای‌اسپیس، ویکی‌پدیا، یوتیوب در مجموع وب ۲ نامیده می‌شوند (رنجبران، ۱۳۸۸). ایوان ویلیامز، مدیر اجرایی شبکه اینترنتی توئیتر، اعلام کرد این شبکه اینترنتی مشغول طرح‌ریزی برنامه‌های نرم‌افزاری برای ممانعت از سانسور دولتی این شبکه در کشورهای ایران و چین است (عصر ایران، ۱۳۸۸).

۳. بالاترین

سایت بالاترین به عنوان یکی از سایت‌های اشتراک پیوند که بیش از ۳۰ هزار کاربر ثبت‌نام‌شده دارد، مورد توجه گروه‌های مختلف قرار گرفت. برخی در نقد آن و برخی در حمایت از آن موضع‌گیری کردند. سایت‌های اجتماعی مخالف و منتقد نظام مانند بالاترین و دنباله تنها سایت‌های فعال در این فضا نیستند. سایتی با عنوان بالاترین آغاز به کار کرده است که گرایش اصول‌گرایانه دارد. بسیاری از کاربران سایت بالاترین از اینکه نمی‌توانند آزادانه عضو این سایت شوند، انتقاد کردند و آن را نشانه حکومتی بودن این سایت دانستند (رستمی، ۲۰۱۳).

۴. یوتیوب

محور عمده فعالیت‌های مبتنی بر یوتیوب، روی انتشار فیلم‌هایی از اجتماعات اعتراضی متمرکز شده بود (یوتیوب، ۲۰۰۹). وبلاگ گوگل در پستی به بررسی ویدئوهای ارسالی از ایران روی یوتیوب پرداخت. نویسنده این مطلب اعتقاد دارد:

۱. ویدئوهای ارسالی از ایران، زبان جدید گزارشگری تصویری شهروندی است.



۲. تصاویر کیفیت خوبی ندارند، اما پیام روشنی دارند؛ چیزی که وبلاگ گوگل آن را «صدای بدون ویرایش مردم» خواند (بی‌بی‌سی فارسی، ۲۰۰۹).

یوتیوب در حال حاضر پرطرفدارترین سایت برخط برای اشتراک‌گذاری برنامه‌های ویدئویی است. این سایت ۴۶ درصد از سهم بازار اشتراک ویدئویی امریکا را در اختیار دارد و بیش از ۱۰۰ میلیون کلیپ رایگان در اختیار کاربران این سایت قرار داده است. محبوبیت یوتیوب باعث شد گوگل این سایت را در اکتبر ۲۰۰۶ به مبلغ ۱۶۵ میلیارد دلار بخرد (یوتیوب، ۲۰۱۵).

براساس آمار و محاسبات سایت الکسا، یوتیوب هم اکنون سومین سایت پر بازدیدکننده جهان است و تنها سایت‌های گوگل و فیس‌بوک را بالاتر از خود می‌بیند (الکسا، ۲۰۱۵). با اینکه کاربران ایرانی به علت سرعت پایین دسترسی به اینترنت در ایران، مشکلات زیادی برای تماشای راحت ویدئوهای یوتیوب دارند، این سایت در ایران هم مورد توجه است. طبق آمار سایت الکسا، سایت یوتیوب هفدهمین سایت پر بازدید در ایران است و از این نظر بر اکثر سایت‌های خبرگزاری‌های کشور، برتری دارد. قرار دادن کلیپ‌هایی با محوریت تمسخر مسئولان بلندپایه نظام جمهوری اسلامی، سیاه‌نمایی وضعیت مردم در کشور، انعکاس موارد ناهنجار اجتماعی در ایران و موارد غیراخلاقی که در بسیاری موارد به صورت بلوتوث در گوشی‌های تلفن همراه رد و بدل می‌شود، از مهم‌ترین ویدئوهایی است که کاربر پس از جست‌وجوی کلمه «ایران» به آن برمی‌خورد.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

در مجموع یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی در فرایند جنگ نرم امریکا علیه ایران از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند؛ زیرا از بودجه ۵۵۰ میلیارد دلاری وزارت دفاع امریکا در سال ۲۰۰۹ میلادی، ۵۵ میلیون دلار برای نفوذ در ایران، مقابله با فیلترینگ سایت‌های ضد ایرانی، تحریک قربانیان سانسور در ایران، آموزش‌های الکترونیکی ایرانیان مخالف نظام برای براندازی نرم و شبکه‌سازی اینترنتی برای اغتشاشگران بعد از انتخابات ریاست‌جمهوری و ارائه آموزش‌های لازم رسانه‌ای و کامپیوتری برای راه‌اندازی سایت‌ها برای اطلاع‌رسانی اختصاص یافته است (وزارت دفاع امریکا، ۲۰۰۹).

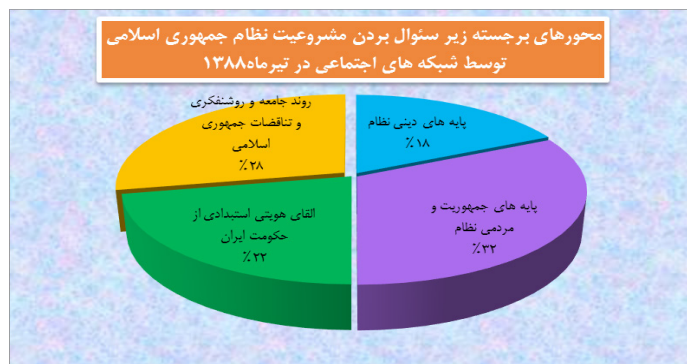
براساس یافته‌های کتابخانه‌ای و تحلیل اسنادی، مهم‌ترین اهداف جنگ نرم دشمن در این حوادث عبارت‌اند از:



- ایجاد بحران مشارکت که از طریق انگیزه‌زدایی و دلسرد کردن مردم برای حضور در عرصه‌های تعیین‌کننده کشور هدف مثل انتخابات صورت می‌گیرد. در حوادث پس از انتخابات ۱۳۸۸، شبکه‌های اجتماعی نقشی بی‌نظیر در القای تقلب در انتخابات و فرمایشی بودن آن ایفا کردند.

- مشروعیت‌زدایی از ساختار حاکمیتی نظام: رسانه‌های اجتماعی با طرح ادعاهایی مانند تمامیت‌خواهی حکومت، نقض حقوق بشر، سرکوب آزادی بیان، تشدید محدودیت بر مطبوعات، تضییع آزادی گروه‌های سیاسی- اجتماعی، صنفی، تشدید محدودیت اقوام مختلف، زنان، دانشجویان و بازداشت بعضی افراد، القای شکاف بین مردم و رهبران، القای نبود حمایت مردمی و مشروعیت‌بخشی به تصمیم‌های رهبران و... درصدد به چالش کشیدن مشروعیت نظام جمهوری اسلامی ایران هستند.

- در نهایت انسجام‌زدایی ساختاری از جامعه ایران را در دستور کار خود قرار دادند. تخریب انسجام اجتماعی یکی از اهداف و نشانه‌های اصلی جنگ نرم است. برای انجام این کار، عواملان جنگ نرم تلاش کردند لایه‌های جامعه را بر مبنای دیدگاه‌های معارض با نظام سیاسی ایران به تکاپو وادارند و علیه نظام تهییج کنند (نمودار ۲). همچنین گروه‌ها و مجموعه‌های پنهان در جامعه برای ایجاد تضاد و منازعه اجتماعی و شکستن انسجام اجتماعی شکل گرفتند. در نتیجه پس از انتخابات شاهد بی‌ثباتی در ایران بودیم. در این مرحله، جنگ نرم دشمن بیشتر وجه عملیاتی به خود گرفت و از سطح روانی و تبلیغاتی فراتر رفت و به شکل رفتارهای معارضانة تجلی یافت.



نمودار ۱

منبع: گزارش راهبردی رسانه (شبکه‌های اجتماعی: فرصت‌ها و تهدیدها)، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی

رسانه‌ها، اسفند ۱۳۸۸.



نمودار ۲

منبع: گزارش راهبردی رسانه (شبکه‌های اجتماعی: فرصت‌ها و تهدیدها)، دفتر مطالعات و

برنامه‌ریزی رسانه‌ها، اسفند ۱۳۸۸

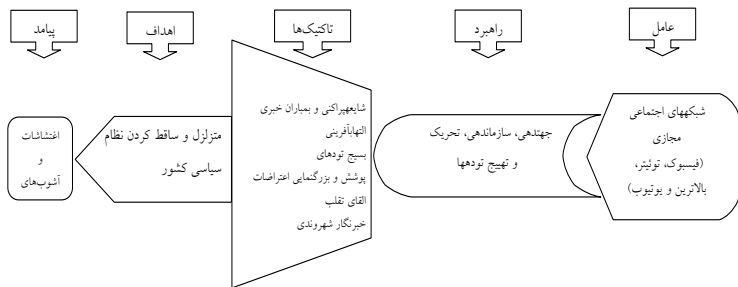
نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

طراحان جنگ نرم تلاش می‌کنند حلقه‌های فکری و فرهنگی جامعه هدف را سست و به سوی باورها، عقاید و اندیشه‌های متناسب با خواسته‌های خود هدایت کنند و به موازات آن، با بمباران خبری و تبلیغات گسترده رسانه‌ای، نظام سیاسی و اجتماعی را متزلزل سازند و در ورطه بی‌ثباتی و سقوط قرار دهند. رسانه‌ها از اصلی‌ترین ابزار و جنگ رسانه‌ای از مهم‌ترین اشکال جنگ نرم هستند. ظهور رسانه‌های اجتماعی با شیوه‌های نوین تعاملی جامعه به هم مرتبط و منسجم اجتماعی را در فضای مجازی و سایبری ایجاد کرده است.

مطالعات انجام‌شده روی نمونه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی یادشده در این مقاله، نفوذ سریع و مؤثر این شبکه‌ها را به خصوص بین جوانان و در کشوری مثل ایران که رتبه شایان توجهی در استفاده از اینترنت دارد، اثبات می‌کند. در این شرایط،



این شبکه‌های اجتماعی مجازی به وسیله‌ای کارآمد برای اهداف براندازانه و جنگ نرم ایالات متحده علیه جمهوری اسلامی ایران تبدیل می‌شوند. در حوادث پس از انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۸۸، آمریکا و کشورهای غربی به وسیله رسانه‌های خود جنگی واقعی و تمام‌عیار در فضای اینترنتی علیه ایران راه انداختند که بین انواع رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی مجازی از کارویژه خاصی برخوردار بودند. در مجموع و برمبنای یافته‌های مقاله حاضر می‌توان مدل شماتیک ذیل را برای تبیین نحوه عملکرد شبکه‌های اجتماعی در حوادث سال ۸۸ ارائه داد:



نمودار ۳- مدل شماتیک نحوه عملکرد شبکه‌های اجتماعی در حوادث سال ۱۳۸۸ (طراحی از نگارندگان)

با توجه به حجم زیادی از آسیب‌ها و خساراتی که در این جنگ نرم رسانه‌ای در ابعاد مختلف به نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران وارد شد، و با وجود شکست نظام سلطه در رسیدن به اهداف مورد انتظار خود در حوادث سال ۱۳۸۸، این جنگ هنوز پایان نیافته است و هر روز ابعاد جدیدی از آن آشکار می‌شود. بدین علت ضرورت تدبیر و تأمل برای پیشگیری و مقابله با این شیوه و تاکتیک نوین در جنگ نرم رسانه‌ای بیش از پیش ضروری می‌نماید. بنابراین پیشنهادهای زیر به عنوان راهکاری مناسب برای پیشگیری از آسیب‌پذیری و مقابله با آن بیان می‌شود:

۱. راه‌اندازی اینترنت ملی و ایجاد فضای اجتماعی تعاملی در آن و در طولانی مدت باز کردن در آن به سوی اینترنت جهانی؛
۲. تقویت و گسترش شبکه‌های اجتماعی حقیقی و ایجاد سامانه‌های مناسب برای ارتباطات و تعاملات سریع گروه‌ها و قشرهای مختلف جامعه (در این ارتباط الگوی سنتی هیئت مذهبی و مساجد توصیه می‌شود).

۳. شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مجازی متناسب با سلايق و علاقه‌مندی‌های افراد جامعه در گروه‌های سنی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... جامعه؛
۴. ساماندهی جریان‌سازی مقابله با جنگ نرم از طریق تقویت باورها، شفاف‌سازی در اطلاع‌رسانی و تهاجم مقابله‌ای با حملات دشمن؛
۵. ورود سازماندهی‌شده جمعیت انقلابی مدافع نظام جمهوری اسلامی ایران به شبکه‌های اجتماعی به دلیل منطق جمعیت و کثرت این شبکه‌ها که می‌تواند خنثی‌کننده عملیات روانی و تبلیغی این شبکه‌ها باشد.
۶. ایجاد شبکه‌هایی با نرم‌افزار و سخت‌افزارهایی متناسب با فضای ساختاری و امکانات اینترنتی کشور؛
۷. بسترسازی و ایجاد ظرفیت‌های لازم برای استفاده گسترده از توانمندی‌های موجود؛
۸. راه‌اندازی درگاه ملی ایمیل کشور و فراهم کردن بستر مناسب برای ایجاد سرعت بالا در شبکه.

منابع فارسی

- اورکارت (۱۳۸۸)، بازیابی ۳۰ خرداد ۱۳۹۳ از: www.Orkut.com
- اینترنت ورد استیت (۲۰۱۵)، «استفاده از اینترنت در خاورمیانه»، بازیابی در ۱۰ آگوست ۲۰۱۵، در: <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>
- بصیری، محمدعلی (۱۳۹۱)، «جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران (روش‌ها، ابزارها و راهکارها)»، مطالعات قدرت نرم ۲(۵).
- بی‌بی‌سی فارسی (۱۳۸۸)، «نبرد توییتری: مقایسه تحرکات چین و ایران»، بازیابی ۱۶ دی ۱۳۹۳، در: http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2009/01/100120_he_china_baidu.shtml
- بی‌بی‌سی فارسی (۱۳۸۸)، «تلاش یوتیوب برای انتشار صدای شهروندان خبرنگار ایرانی»، بازیابی ۲۰ آذر ۱۳۹۳ از: http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2009/12/091230_m_gogl_blog.shtml
- بی‌بی‌سی فارسی (۱۳۸۸)، «زد و خورد شدید در اعتراضات روز عاشورا در ایران»، بازیابی ۲۰ آذر ۱۳۹۳ از: http://www.bbc.co.uk/persian/iran/2009/12/091227_iran_ashoura.shtml
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۹۰)، «مفهوم‌سازی ژئوپلیتیک اینترنت و فضای مجازی»، فصلنامه



ژئوپلیتیک، س ۷، ش اول.

- حسینی، سید حسین و حمید علوی‌وفا (۱۳۹۱)، «سلطه رسانه‌های و جنگ نرم»، پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی ۲(۵).

- خبرگزاری فارس (۱۳۸۸)، «بی‌بی‌سی فارسی» و «صدای آمریکا» رسانه‌های اصلی آشوب در ایران بودند»، بازیابی ۱۷ دی ۱۳۹۳ از: <http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8808101157>

- خبرگزاری فارس (۱۳۸۸)، «در پاسخ به حمایت بیگانگان از توهین به امام(ره): سایت ناسا و ۵۰۰ سایت اسرائیلی، آمریکایی و انگلیسی هک شد»، بازیابی ۲۳ دی از: <http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8809270937>

- خبرگزاری فارس (۱۳۸۸)، «علیه دولت‌های ضد سلطه «جنگ جهانی ایده‌ها» با پروژه جامعه مدنی ۲» آمریکا کلید می‌خورد»، بازیابی ۲ دی ۱۳۹۳ از: <http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8810201061>

- رنجبران، داود (۱۳۸۸)، جنگ نرم، ساحل اندیشان تهران.

- سلطانی فر، محمد، مریم سلیمی و بهروز مظلومی فر (۱۳۹۲)، «بازی خبری و جنگ نرم»، نشریه راهبرد اجتماعی- فرهنگی ۲(۷).

- شهرام نیا، سید امیر مسعود، علی ابراهیمی و میثم بلباسی (۱۳۹۱)، «واکاوی مفهومی قدرت نرم و راهکار (فرصت)‌های ایران در قبال آن»، مجله دانش سیاسی و بین‌الملل، س اول، ش ۳، پاییز.

- ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۸)، «از وبلاگ تا اورکات، سوم شدیم»، بازیابی ۲۰ مهر ۱۳۹۳ از: <http://bashgah.net/fa/content/show/4254>:

- عصر ایران (۱۳۸۸)، «سفارت کشور «ک» آشوب‌ها را تحریک می‌کند»، بازیابی ۱۲ دی از: <http://www.asriran.com/fa/pages/?cid=93052>:

- عصر ایران (۱۳۸۸)، «مدیر توییت‌ر: برای سانسور در ایران و چین برنامه داریم»، بازیابی ۱۸ آبان ۱۳۹۳ از: <http://www.asriran.com/fa/pages/?cid=98760>:

- فروغی‌نیا، حسین (۱۳۶۸)، «جهانی شدن، بحران مشروعیت و تأثیر آن بر مدیریت امنیت ملی در کشورهای در حال توسعه»، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ش ۲۷.

- گزارش راهبردی رسانه (شبکه‌های اجتماعی: فرصت‌ها و تهدیدها)، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، اسفند ۱۳۸۸

- متقی، ابراهیم (۱۳۸۹)، «جنگ نرم، انقلاب‌های رنگی و دیپلماسی عمومی»، مجله راهبرد دفاعی ۸(۲۸).

- مؤسسه خبرگزاری فارس (۱۳۸۸)، «دادگاه ۸۸: مستندات از سیر حوادث و اظهارات و اعترافات متهمان وقایع پس از انتخابات»، انتشارات خبرگزاری فارس.
- مؤسسه رحال (۱۳۸۸)، مستندات فتنه ۸۸، تهران: ۸۶۴.
- میناوند، محمد قلی (۱۳۸۵)، «اینترنت و توسعه سیاسی: حوزه عمومی در فضای سایبرنتیک»، مجله پژوهش علوم سیاسی، ش ۲، بهار و تابستان.
- نامی، محمدحسن و ابوالفضل شامی (۱۳۸۹)، فضا بعد چهارم قدرت، تهران: زیتون سبز.
- نای، جوزف (۱۳۸۷)، قدرت نرم، ترجمه سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- نایینی، علی محمد (۱۳۸۹)، «درآمدی بر ماهیت‌شناسی جنگ نرم»، مجله راهبرد دفاعی ۸(۲۸).
- وب سایت رسمی یوتیوب (۲۰۱۵)، «یوتیوب»، بازیابی در ۱۰ آگوست ۲۰۱۵، از بخش آمار وب سایت یوتیوب: <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>

منابع لاتین

- Alexa (2015), Youtube, Retrived on 20 Jan 2015 [online] from <http://www.alex.com/siteinfo/youtube.com>
- Baudrillard, J. (1988), Selected Writings, Cambridge, UK: Polity.
- Christopher, I. & Xenakis, L. (2002), *What Happened to the Soviet Union?*, Greenwood Publishing Group.
- Morozov, E. (2009 a), Iran: Downside to the “Twitter Revolution”, In Dissent Journal: Fall 2009.
- Morozov, E. (Jun 17, 2009 b), “Iran Election: A Twitter Revolution?”, *The Washington Post*.
- Nye, J. (2008), *The Powers to Lead*, NY Oxford University Press.
- Pew Institute (2009), Iran and the “Twitter Revolution”, Retrived on 20 Jan 2015 [online] from <http://www.journalism.org/2009/06/25/iran-and-twitter-revolution/>
- Pretty, G. M. H. (1999), “A Review of the Sense of Community Index: Current uses, Factor Structure, Reliability, and Further Development,” *Journal of Community Psychology*, 27(6).
- Qazvinian, V., Rassolian, A., Sha⁻ei, M. and Adibi, J. (2015), A Large-Scale Study on Persian Weblogs, Retrived on 20 Jan 2015 [online] from



www-personal.umich.edu/~vahed/papers/qazvinian-blog.pdf

- Rostami, A. (2013), *User Participation in Social Networks: The Case of Balatarin, an Online Persian-Language Social Bookmarking System*, Information Technology: New Generations (ITNG), 2013 Tenth International Conference.

- Sanders, J. (1983), *Peddlers of Crisis: The Committee on the Present Danger and the Politics of Containment*, South End Press.

- Statisticbrain (2015), Facebook Statistics. Retrived on 20 Jan 2015 [online] from <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>

- Taylor, M. (2009), Twitters protest #CNNFail on Iran coverage. Wall Street Journal. Retrived on 20 Jan 2015 [online] from <http://blogs.wsj.com/digits/2009/06/15/>

The Washington Post Company, Retrieved May 22, 2014.

- Tönnies, F. (1887), *Gemeinschaft und Gesellschaft*, Leipzig: Fues's Verlag, 2nd ed. 1912, 8th edition, Leipzig: Buske (1935), Translated in 1957 as *Community and Society*.

- USA Department of Defence. (2009), Fiscal Year 2009 Budget Request - Under Secretary of Defense, Retrived on 20 Jan 2015 [online] from http://comptroller.defense.gov/Portals/45/Documents/defbudget/fy2009/Summary_Docs/FY2009_Budget_Slides.pdf

- Walker, M. (1995), *The Death of Détente and the Change of the Western System; the New Cold War*, Macmillan.

- Yepsen (2012), *Practicing Successful Twitter Public Diplomacy: A Model and Case Study of U.S. Efforts in Venezuela*, Figueroo Press.

- Youtube (2009), Retrived on 18 Sep 2014 [online] from <http://www.youtube.com/watch?v=LcGMccZtabM>



