



## کارکردهای شبکه‌های اجتماعی در جغرافیای سیاسی اطلاعات با تأکید بر تأثیر آنها در چرخه اطلاعات

سمیه سادات آخشیک<sup>۱</sup>

### چکیده

شبکه‌های اجتماعی، فارغ از انواع دسته‌بندی‌ها و یا نقطه آغازین برای ظهور و نمود آنها در دنیای مدرن یا سنتی، از نظرگاه یک رسانه، نقش‌ها و ویژگی‌هایی متمایز از سایر رسانه‌های دیگر دارند. در این مقاله کوتاه تلاش می‌شود ضمن اشاره به ویژگی‌های ساختاری و محتوایی این شبکه‌ها، به کارکردهای عمومی، خاص و ویژه این رسانه‌ها نیز پرداخته شود. در ادامه نیز با تمرکز بر کارکردهای ویژه و مشخص این رسانه‌ها، کارکردهای سیاسی شبکه‌های اجتماعی و نقش‌های سه‌گانه این شبکه‌ها (ابزاری، رسانه‌ای و منبع)، بحث حاضر در جغرافیای سیاسی اطلاعات مورد تبیین قرار خواهد گرفت. در پایان نیز به ارتباط تنگاتنگ عنصر اطلاعات با سیاست و تأثیرپذیری هریک از اجزاء چرخه اطلاعات از این نقش‌های سه‌گانه، اهمیت و چگونگی تأثیر شبکه‌های اجتماعی در ارتباط با جغرافیای سیاسی اطلاعات پرداخته خواهد شد.

**کلیدواژه‌های موضوعی:** شبکه‌های اجتماعی، جغرافیای سیاسی اطلاعات، چرخه اطلاعات، کارکردهای عام، کارکردهای خاص، کارکردهای ویژه

### مقدمه

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از رسانه‌های پرتعداد و تعاملی در جوامع امروزی محسوب می‌شوند. با توجه به گسترش روزافزون دسترسی به اینترنت و امکانات آن، آشکار است که شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی مانند فیس‌بوک<sup>۲</sup>، توئیتر<sup>۳</sup>، کلوب<sup>۴</sup>، مای‌اسپیس<sup>۵</sup>، آرکات<sup>۶</sup> و ... به تبعیت از نامشان، دارای ماهیت و نقش قوی اجتماعی هستند. با این حال، این شبکه‌ها در چارچوب همین نقش‌ها و تنها برای برقراری ارتباطات انسانی محدود نمانده‌اند و نقش و جایگاه بسیار قابل توجهی نیز در رخدادها و حرکت‌های حیاتی ملی و جهانی در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، علمی، آموزشی، مذهبی و هنری یافته‌اند.

بدیهی است راه‌اندازی این نوع شبکه‌ها در ابتدا باهدف تقویت روابط اجتماعی بین شهروندان و گسترش این روابط فراتر از حدود و مرزهای شهرها و کشورها ایجاد شده است. اما اکنون پس از گذشت چند سال از راه‌اندازی آنها، شاهد آن هستیم که نقش اجتماعی و ارتباطی شبکه‌های اجتماعی موجب شده رخدادها و جنبش‌هایی که پیشتر در محدوده مکان فیزیکی رویداد حبس می‌شده‌اند، اینک به‌راحتی و در اندک زمانی ابعاد جهانی پیدا کنند (Fukuyama, ۲۰۰۱) و اثر آنها از مرزهای جغرافیای سیاسی گذشته و شکل جهانی و بین‌المللی پیدا کنند. یکی از مناقشه‌آمیزترین بحث‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی، به تأثیرات سیاسی این

<sup>۱</sup> دانشجوی دوره دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی. دانشگاه فردوسی مشهد. پست الکترونیک: somakhshik@gmail.com

<sup>۲</sup> Facebook

<sup>۳</sup> Twitter

<sup>۴</sup> Cloob

<sup>۵</sup> Myspace

<sup>۶</sup> Orkut



رسانه‌های اجتماعی مرتبط است (Pappi and et al., ۱۹۸۸). نگاهی دوباره به شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر کارکردهای آن و بازخوانی مجدد این کارکردها از بُعد جغرافیای سیاسی اطلاعات در این جستار کوتاه مورد توجه قرار گرفته است.

### انواع شبکه‌های اجتماعی

دسته‌بندی‌های گوناگونی از شبکه‌های اجتماعی معرفی شده است اما متون علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، دو دسته‌بندی عمده در مورد رسانه‌ها را مدنظر قرار می‌دهند؛ رسانه‌های سریع<sup>۱</sup> و رسانه‌های کند<sup>۲</sup>. همانطور که ویندال<sup>۳</sup> و دیگران (۱۳۸۷، ص. ۲۷۵) نیز معتقدند، این دسته‌بندی و تمایز بیش از آنکه تمایزی فنی باشد، تمایزی راهبردی است. در رسانه‌های سریع، نفوذ در نگرش مخاطبان از طریق اقناع<sup>۴</sup> و تبلیغات است و ابزارهای مهم اقناع، عینیت و واقعیت‌اند. در این رسانه‌ها، اطلاعات سیاسی صرف، مهمتر از سایر برنامه‌ها است همچنین اهداف کوتاه مدت مدنظر هستند. در حالی که در رسانه‌های کند، اطلاع‌دهی به صورت مقطعی در نظر گرفته نشده و به اهداف بلند مدت توجه می‌شود.

نگاه سیاسی به شبکه‌های اجتماعی سبب قرار دادن این رسانه‌ها در دسته‌بندی مورد اشاره خواهد شد. از این دیدگاه و با توجه به آنچه که در ادامه تحت عنوان ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی می‌آید، می‌توان آن‌ها را در دسته رسانه‌های سریع قرار داد هرچند در این مورد نمی‌توان مرز صریح و قاطعی برای این شبکه‌ها قائل شد، زیرا همانطور که در ادامه نیز اشاره خواهد شد، برخی ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی با آنچه که رسانه‌های کند انجام می‌دهند هماهنگی زیادی دارد. در ادامه به کارکردها و ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی اشاره خواهد شد.

### کارکردها و ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی

اگر به شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه تاریخی بنگریم و آن را به دوره خاص زمانی محدود نکرده، یا به عبارت بهتر برای شبکه‌های اجتماعی سنتی و مدرن، دو مرز مجزا تلقی نکنیم، می‌توان کارکردهایی را برای انواع این شبکه‌ها معرفی کرد. البته نمی‌توان این کارکردها را از ویژگی‌های این شبکه‌ها جدا کرد بلکه تأثیر متقابل کارکردها و ویژگی‌های این شبکه‌ها امری ناگزیر و تعیین کننده است. به‌طور کلی می‌توان گفت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی، صورتی دو وجهی دارد و می‌توان آن‌ها را در دو دسته کلی عمومی و خاص قرار داد.

آنچه در اینجا تحت عنوان کارکردهای عمومی آورده شده، مواردی است که به‌طور عمده در فضاهای ارتباطی انسانی تحت تأثیر رسانه به معنای کلی آن اتفاق می‌افتد اما با تأثیر از موجودیت خاص حاکم بر

<sup>۱</sup> Fast Media

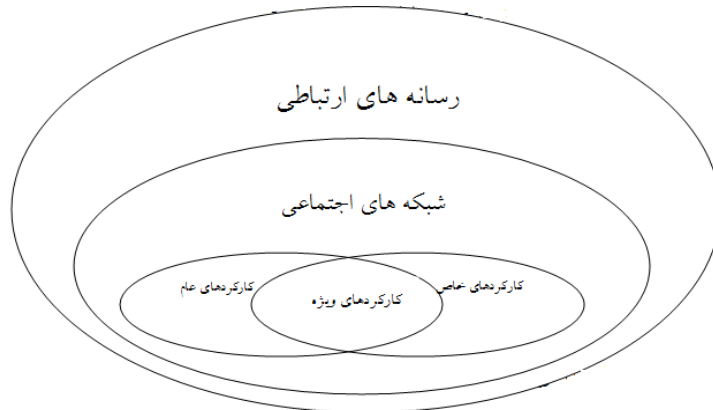
<sup>۲</sup> Slow Media

<sup>۳</sup> Windahl

<sup>۴</sup> Conditioning



رسانه‌های اجتماعی پدید آورنده شبکه‌ها، با سایر کارکردهای رسانه‌های ارتباطی متفاوت است. ارتباط بین رسانه‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی در شکل شماره یک نشان داده شده است.



شکل ۱: رسانه‌های ارتباطی، شبکه‌های مجازی و کارکردهای آن

کارکردهای این شبکه‌ها از هر نوع که باشند، به دلیل ویژگی‌های خاص شبکه‌های اجتماعی پدیدار گشته‌اند. به همین دلیل، ابتدا نگاهی خواهیم داشت به ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی.

#### ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی، دارای ویژگی‌هایی خاص هستند. لازم است در اینجا اشاره شود که منظور از شبکه‌های اجتماعی در مقاله حاضر، مفهومی است که بعد از دهه ۱۹۶۰ و به مدد فناوری‌های نوین شکل گرفته است (Jones, ۲۰۱۰) و معنای قدیم این شبکه‌ها که ناظر بر فضای ارتباطی پدید آمده در دوره‌های مختلف تمدن انسانی است، مد نظر نیست. می‌توان ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی به دو دسته ساختاری و محتوایی تقسیم‌بندی کرد:

**الف- ویژگی‌های ساختاری:** ویژگی‌های هستند که موجودیت آنها وابسته به ذات فناورانه این شبکه‌هاست و شکل‌گیری این ویژگی‌ها، تابعی است از فناوری.

**ب- ویژگی‌های محتوایی:** ویژگی‌های هستند که شبکه‌های اجتماعی به لحاظ امکاناتی که ویژگی‌های ساختاری در اختیار آنها قرار می‌دهند و نیز تأثیر حاصل از هم‌افزایی برخی دیگر از ویژگی‌های محتوایی، پدید می‌آیند. عمده‌ترین ویژگی‌های محتوایی را می‌توان در تعاملی بودن، مشارکت‌پذیر بودن، عدم انحصار تولید محتوا، کنترل نامتمرکز، پویایی و عدم ثبات و انتقال فرهنگ خلاصه نمود.

هر کدام از این ویژگی‌ها به تنهایی و اغلب، در تعامل و همگرایی با یکدیگر، سبب بسترسازی مناسب برای کارکردهای شبکه‌های اجتماعی شده است. در ادامه به عمده‌ترین کارکردهای برخاسته از این ویژگی‌ها خواهیم پرداخت.

#### کارکردهای عمومی شبکه‌های اجتماعی



منظور از کارکردهای عمومی، کارکردهایی است که در سایر رسانه‌های ارتباطی نیز وجود دارند و تنها در انحصار این شبکه‌ها نیستند. به عبارت بهتر، وجه تشابه کارکردی شبکه‌های اجتماعی با سایر رسانه‌های ارتباطی است. کارکردهای رسانه‌ها به شکل عمومی توسط صاحبان نظران زیادی (هانمن<sup>۱</sup>، لاسول<sup>۲</sup> و رایت<sup>۳</sup>) دسته‌بندی شده‌اند. بستری که هر یک از صاحبان نظران مذکور این دسته‌بندی‌ها را انجام داده‌اند متفاوت است. عمده‌ترین کارکردهای عمومی شبکه‌ها در ادامه آورده شده است:

- معرفت‌سازی<sup>۴</sup>

رسانه‌های ارتباطی، به تولید، بازتولید و توزیع معرفت به معنای وسیع آن، یعنی نمادها یا مرجع‌هایی معنادار و قابل تجربه در جهان اجتماعی اشتغال دارند. این معرفت، مخاطبان را توانا می‌سازد تا به تجربه خود معنا ببخشند، به دریافتهایشان از این تجربه نظم و نسق دهند و آنها را یاری می‌کند تا معرفت‌های گذشته را محفوظ نگه‌داشته و به درک خود استمرار بخشند (کوئیل، ۱۳۸۲، ص. ۸۳). بر این اساس، می‌توان گفت رسانه‌ها، وظیفه انتشار انواع معرفت را برعهده دارند.

- تولید، ابداع، نشر و نگهداری ایده‌ها

رسانه‌ها قادرند با هدایت، کنترل و نظارت بر مبنای خط مشی‌های خود، باعث ایجاد یا شکل‌گیری روابط جدید شده، به گسترش سیاست‌های خود پرداخته، یا آنها را وسعت بخشیده یا تغییر دهند.

- انگاره‌سازی<sup>۵</sup>

انگاره به تعبیر مولانا (۱۳۷۵، ص. ۱۰)، مجموعی از تصویرهایی است که از جنبه‌های گوناگون واقعیت در ذهن فرد وجود دارد. رسانه‌های ارتباطی با بهره‌مندی از ویژگی‌های خود به سادگی قادر به ایجاد، تغییر و شکل‌دهی انگاره‌های حاکم در افکار عمومی هستند.

- بحران‌سازی و بحران‌زدایی

بحران رسانه‌ای، همانطور که عیوضی (۱۳۸۸) نیز به آن اشاره می‌کند، وضعیتی است که مسئولان رسانه‌ای، به تناسب حالت‌های حاکم بر رسانه‌ها، به ترسیم، تعویض یا تغییر برنامه‌های از پیش تعیین شده می‌پردازند و تابعی از سایر بحران‌های بیرونی از قبیل بحران‌های سیاسی، اقتصادی، نظامی، فرهنگی و مانند آنها هستند. از آنجا که گستره مخاطبان رسانه‌های ارتباط جمعی بسیار گسترده است، این رسانه‌های می‌توانند نقشی تعیین کننده در شکل‌گیری یا زدودن یک بحران باشند.

- ابزاری در خدمت اهداف

برخی کارکردهای دیگر رسانه‌ها از قبیل کارکردهای علمی، آموزشی، اقتصادی و مانند آنها را در نگاه اول نمی‌توان در دسته کارکردهای اصلی و مستقیم شبکه‌های اجتماعی و دیگر رسانه‌ها قرار داد، بلکه هدف‌هایی

<sup>۱</sup> Hanneman

<sup>۲</sup> Lasswell

<sup>۳</sup> Raite

<sup>۴</sup> Creating Wisdom

<sup>۵</sup> Creating Paradigm

<sup>۶</sup> Crisis





هستند که هدایت‌گران این رسانه‌ها به فراخور نیازمندی‌های خود و گاه در جهت تقویت سایر کارکردهای اصلی‌شان از آنها بهره می‌جویند. به عبارت بهتر کارکردهایی فرعی و ابزاری برای خدمت به سایر کارکردها هستند.

### کارکردهای خاص و کارکردهای ویژه شبکه‌های اجتماعی

کارکردهای خاص شبکه‌های اجتماعی، به آنهایی گفته می‌شود که به دلیل ویژگی‌های انحصاری این نوع شبکه‌ها، فقط مختص شبکه‌های اجتماعی بوده و سایر رسانه‌های ارتباطی از آنها بی بهره یا کم بهره‌اند. به این کارکردها در ادامه اشاره شده است:

- همگرایی: شبکه‌های اجتماعی در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد موثر شبکه (همگرایی) را تصویر می‌کند و با نگاهی دقیق‌تر، جامعه ترکیبی است از شبکه‌های متعدد مانند شبکه‌های میان سازمان‌ها، شبکه‌های درون سازمانی، شبکه‌های شخصی، شبکه‌های رایانه‌ای و علاوه بر این‌ها شبکه‌های فرا مرزی و اطلاعات از طریق همین بزرگراه‌ها جاری می‌شود.

- خرد جمعی: ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی که پیشتر از آنها سخن رانده شد به خصوص ویژگی‌هایی مانند تعاملی و مشارکت پذیر بودن، جمعی را پدید می‌آورد که ایده‌ها، تصمیم‌ها و برتری‌های حاکم بر آن، حکایت از آن دارد که برخاسته شدن از درون جمعی وسیع می‌تواند قابلیت اتکاء به اندیشه‌های آن جمع را محکم‌تر و قابل توجیه‌تر کند. بدون وجود بستر تعاملی شبکه‌های اجتماعی، تحقق چنین خردی اگر غیر قابل حصول نباشد، دشواری‌های زیادی به همراه دارد.

برخی از کارکردهای خاص شبکه‌های اجتماعی از ویژگی استراتژیکی برخوردار هستند. این کارکردها ممکن است پنهان بوده و به‌سادگی قابل تشخیص نباشند. می‌توان گفت اغلب آنها پس از طی یک دوره خاص زمانی و بر اثر یک رخداد غیر قابل پیش‌بینی و تحت شرایطی ویژه، نمود عینی می‌یابند. بنابراین می‌توان اینگونه کارکردها را به‌عنوان وجه اشتراک بین کارکردهای عمومی و خاص دانست که در آن ترکیبی از این نوع کارکردها بوجود آمده و تمایزی آشکار با هیچ‌یک از کارکردهای ذکر شده نمی‌توان برقرار نمود. از طرف دیگر این کارکردها ویژگی مجزا و یگانه‌ای از کارکردهای عمومی و خاص ندارند و تنها در بستر شبکه مجازی قابل تحقق هستند. این کارکردهای ویژه را می‌توان شامل موارد زیر دانست:

- کارکرد فرهنگی: عضویت در شبکه‌های اجتماعی که اعضای آنها را قشری ناهمگون از افراد جوامع گوناگون تشکیل داده است و میزان تبادل پیام‌ها، نشانه‌ها و اطلاعاتی که گاه متضاد با یکدیگر هستند محیطی به وجود می‌آورد که با آنچه فرد در جامعه غیر شبکه‌ای غیر مجازی تجربه می‌کند، تفاوت بسیاری دارد. همانطور که مولانا (۱۳۸۴، ص. ۲۵۴) نیز معتقد است، این واقعیت که شبکه‌ها می‌توانند تعداد زیادی از موجودیت‌های پراکنده از جوامع و فرهنگ‌های مختلف را در برگیرند، می‌تواند به این معنا باشد که تنوع شبکه و همچنین اهداف مورد نظر آنها رو به افزایش است و البته این یکی از تناقض‌های شبکه‌سازی<sup>۱</sup> است که هم می‌تواند در جهت و هم در خلاف جهت تجانس کار کنند.

<sup>۱</sup> Networking



- کارکرد اجتماعی: برخی از محققان، شبکه‌ها و شبکه‌سازی را عامل تحولات و تغییرات اجتماعی می‌دانند. دلیل موفقیت این شبکه‌ها داشتن رنگ و بوی اجتماعی آن‌هاست (چون انسان موجودی اجتماعی است). از همین رو، کاربران با حضور خود، صورتی جدید از تعاملات اجتماعی سنتی را به وجود می‌آورند که شاید تجربه کردن برخی از این تعاملات به دلیل هنجارهای جامعه کاربران غیرممکن باشد. این امر به اعتقاد کارشناسان، مردم را تشویق می‌کند تا فارغ از هنجارهای حاکم بر جامعه، پا به چنین جامعه‌های مجازی بگذارند. اما باید به خاطر داشت که همین کاربران با بنیان اخلاقی که در جامعه واقعی دارند وارد چنین محیط‌هایی می‌شوند و به تعامل با دیگران می‌پردازند<sup>۱</sup>. نمود عینی کارکردهای ویژه این شبکه‌ها در بعد اجتماعی را همانطور که مگوایر (نقل شده در داورپناه، ۱۳۸۶، ص. ۳۱) معتقد است می‌توان در "واسطه‌رهای<sup>۲</sup>" و "انبوه‌شدگی<sup>۳</sup>" دید. اولی برای مردم امکان ارتباط مستقیم با دیگران را فراهم می‌کند و دومی به این معنی است که مردم می‌توانند افراد هم عقیده خود را در خارج از جامعه خود نیز جستجو کرده و گروه‌های مختلفی را با علاقه و لذت ایجاد کنند.

- کارکرد سیاسی: کارکردهای سیاسی این شبکه‌ها را می‌توان در سه نقش عمده دسته‌بندی و بررسی نمود:

- ابزاری: منظور از نقش ابزاری، این است که چند سالی است (تقریباً از نیمه دهه ۲۰۰۰) در کشورهایی مانند آمریکا، سیاستمداران برای حرکت‌ها و فعالیت‌های سیاسی خود، مانند شرکت در انتخابات، بجای استفاده از محمل‌ها و ابزارهای سنتی، از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و از این طریق، پیام‌های خود را در اندک زمانی و تقریباً به‌طور رایگان به جمع بسیار زیادی از مخاطبین می‌رسانند. کلمه ابزار، مفهومی را در ذهن متبادر می‌کند که هم می‌توان از آن استفاده کرد و هم می‌توان آن را کنترل نمود، اما این در حالی است که بخش گسترده‌ای از آنچه امروزه در شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد، از کنترل خارج است. تربیت جنگجویان رسانه‌ای، طراحی نرم افزارهای جاسوسی شبکه‌های اجتماعی، نمود واژگونه حقیقت و امثال آنها را می‌توان در نقش ابزاری کارکردهای سیاسی شبکه‌های اجتماعی ملاحظه نمود.
- رسانه‌ای: منظور از نقش رسانه‌ای، استفاده از این شبکه‌ها به ویژه در رویدادهای سیاسی - اجتماعی در کشورهاست، به ویژه هنگامی که کنترل رسانه‌های عمومی مانند رادیو و تلویزیون و جراید در دست دستگاه حاکم است و از این رو می‌تواند در هنگامی که منافعش ایجاب کند، دسترسی به این امکانات را محدود و یا قطع کند. نظیر این را می‌توان در رخداد‌های انقلاب‌های اخیر خاورمیانه مشاهده کرد. با توجه به تظاهراتی که در این کشورها به راه افتاد، دولت‌های این کشورها محدودیت‌هایی را بر رسانه‌ها و مخابرات اعمال کردند، اما مردم معترض با استفاده از امکانات موجود در شبکه‌های اجتماعی، با ایجاد وب‌سایت و وبلاگ و نیز با بهره‌گیری از صفحاتی که در فیس بوک و تویتر ایجاد کردند، اعتراضات را سازماندهی کرده و آنها را جایگزین رسانه‌های معمول کردند.
- منبع: شبکه‌های اجتماعی، به عنوان منبعی در اختیار طراحان و حامیان آنها هستند که می‌توانند با القاء نرم سیاست‌های ترجیحی خود به ترغیب اعضای آن اجتماع در پذیرفتن نظراتشان می‌پردازند. جذب منابع و پروراندن ایدئولوژی‌های سیاسی در مردمی که گاه در ابتدا در شمار مخالفان افکار حاکم سیاسی بر شبکه‌ای

<sup>۱</sup> <http://www.medianews.ir/fa/۲۰۱۰/۰۶/۱۱/social-networks.html>

<sup>۲</sup> disintermediation

<sup>۳</sup> aggregation



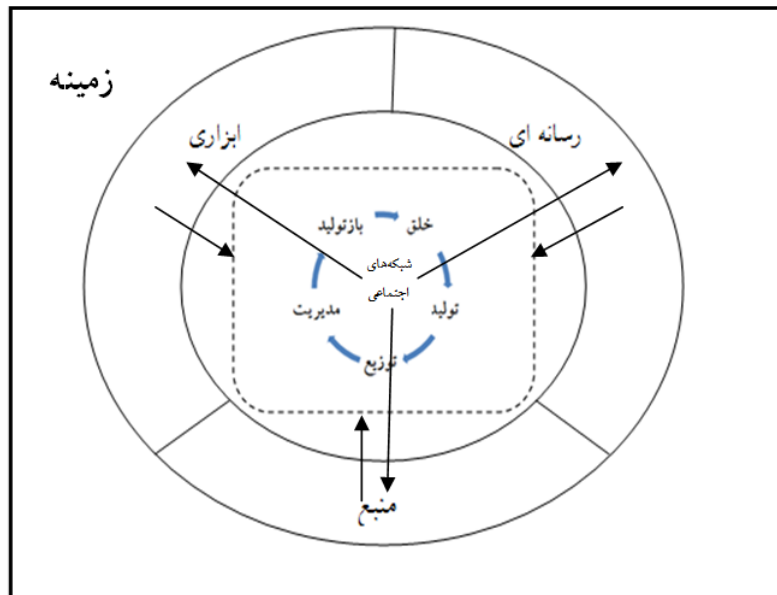
خاص قرار دارند و تغییر اذهان این گروه‌ها از دیگر رخدادهای پنهان در این شبکه‌هاست. امکاناتی که این شبکه‌ها برای جمع‌آوری اطلاعات اعضای آن به دست می‌آورند، نقشه راه مناسبی برای جهت‌گیری و شناسایی انواع و میزان فعالیت‌های سیاسی در اختیار می‌نهد. در جدول شماره یک، کارکردهای شبکه‌های اجتماعی آورده شده اند.

جدول ۱: کارکردهای عمومی، کارکردهای خاص و ویژه شبکه‌های اجتماعی

کارکردهای عمومی	کارکردهای خاص و ویژه
معرفت‌سازی	همگرایی
تولید، ابداع، نشر و نگهداری ایده‌ها	خرد جمعی
انگاره‌سازی	فرهنگی
بحران‌سازی و بحران‌زدایی	اجتماعی
ابزاری در خدمت اهداف	سیاسی

#### تبیین و جایگاه بحث حاضر در جغرافیای سیاسی اطلاعات

با توجه به آنچه که در بحث کارکردهای سیاسی شبکه‌های اجتماعی مورد اشاره قرار گرفت، می‌توان نقش و اهمیت متقابل شبکه‌های اجتماعی و سیاست را بررسی کرد. از آنجا که حلقه پنهان اما اتصال دهنده سیاست و این شبکه‌ها، عنصر اطلاعات است، می‌توان به تبیین نقش شبکه‌های اجتماعی در جغرافیای سیاسی اطلاعات پرداخت. هریک از نقش‌های سه‌گانه ابزاری، رسانه‌ای و منبع در حوزه کارکرد سیاسی این شبکه‌ها مورد بررسی قرار گیرد، بدون تردید با چرخه اطلاعات در ارتباط خواهد بود. همانطور که در شکل دو مشاهده می‌شود، اگر چرخه اطلاعات را شامل خلق، تولید، توزیع، اشاعه، مدیریت و بازتولید اطلاعات بدانیم، هر کدام از اجزای این چرخه می‌توانند تحت تأثیر نقش‌های سه‌گانه مورد اشاره قرار گرفته و معادلات سیاسی قادر به تغییر حیات این چرخه خواهند شد.



شکل ۲: تعاملات چرخه اطلاعات و نقش‌های سه گانه سیاسی شبکه‌های اجتماعی

البته باید توجه داشت که چنین تفسیری از تعاملات چرخه اطلاعات و کارکردهای سیاسی رسانه‌ای با نام شبکه‌های اجتماعی، هر چند ممکن است مسیر تحلیل‌های این حوزه را روشن کند اما عدم توجه به سایر مولفه‌های دخیل در این فرآیند، تحلیلی سطحی و خام را به دست می‌دهد. عناصر ترسیم شده در شکل دو، می‌توانند تحت تأثیر نیروهای درونی و بیرونی واقع شده و در سطح و میزان کارکردهای سیاسی این شبکه‌ها تغییرات تعیین‌کننده‌ای ایجاد نموده و حتی اجازه نمود هیچ یک از نقش‌های سیاسی شبکه‌های اجتماعی را ندهند.

### بحث و نتیجه‌گیری

شبکه‌ها، به عنوان واسطه عمل می‌کنند تا در آن جریان تعاملات رو در رو میان افراد به صورتی با واسطه تغییر پیدا کند. آنها توسط افراد برای رسیدن به نتایج مشخصی، ایجاد و استفاده می‌شوند. با این حال، شبکه‌ها ممکن است در طول زمان از کنترل سازمان دهندگان آن خارج شود و در ابعاد دیگر، بتوانند بدون مسیر مشخص و یا اهداف ذهنی به طور طبیعی سازمان یابند (مولانا، ۱۳۸۴، ص. ۲۵۳). بنابراین می‌توان گفت در عرصه رخ نمودن رسانه‌های نوین ارتباطی و شکل‌گیری جوامع شبکه‌ای، بسیاری از اصول حاکم بر فضای رسانه‌ای سنتی با چالش‌های عمده‌ای مواجه شده است و به یاری فناوری‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی، کاستی‌هایی که تا پیش از این بر کارکردهای رسانه‌های پیشین -همچون ارتباط یکسویه و غیرتعاملی، استیلاطلبی و ...- حاکم بود- به میزان قابل توجهی برطرف شده است. همانطور که در این مقاله نیز مورد اشاره قرار گرفت، شبکه‌های اجتماعی از کارکردهای خاصی برخوردارند که قرار گرفتن برخی از این کارکردها در موقعیت‌های استراتژیکی و شرایط خاص، به بروز کارکردهایی ویژه از این نوع رسانه‌ها می‌انجامد و به جرأت می‌توان گفت جزء مهمترین کارکردهای سیاسی و نقش‌های سه گانه و بالقوه آن‌ها محسوب می‌شود.





ارتباط تنگاتنگ عنصر اطلاعات با سیاست و تأثیرپذیری هریک از اجزاء چرخه اطلاعات از این نقش‌های سه‌گانه، نشان دهنده جایگاه، اهمیت و چگونگی تأثیر شبکه‌های اجتماعی در ارتباط با جغرافیای سیاسی اطلاعات است. البته باید اذعان نمود ترسیم این فضا با مرزهایی محدود به تعاملات نامبرده، نوعی فروکاستن این حوزه است و آنچه باید مورد توجه ویژه قرار گیرد، عناصر درونی و بیرونی موثر در فرآیند تعاملات شبکه‌های اجتماعی و نقش‌های سه‌گانه سیاسی آنها در بستر جغرافیای سیاسی اطلاعات است.

#### منابع و مأخذ

داورپناه، محمد رضا (۱۳۸۶). **ارتباط علمی: نیاز اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی**. تهران، دبیرش عیوضی، محمد رحیم (۱۳۸۸). "مدیریت رسانه‌ای و مهندسی افکار عمومی". قابل دستیابی در

<http://www.ensani.ir/fa/content/۵۳۲۱۰/default.aspx>

تاریخ بازیابی: ۱۳۹۰/۹/۵

مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). **درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی**. ترجمه دکتر پرویز اجلالی، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها

مولانا، حمید (۱۳۷۵). **رسانه‌ها و انگاره‌سازی**. ترجمه غلامرضا تاجیک. قابل دستیابی در

<http://www.noormags.com/view/fa/ArticlePage/۳۲۴۲۲۲>

تاریخ بازیابی: ۱۳۹۰/۹/۵

مولانا، حمید (۱۳۸۴). **اطلاعات و ارتباطات جهانی: مرزهای نو در روابط بین‌الملل**. ترجمه اسدالله آزاد، محمد حسن زاده و مریم اخوتی. تهران، کتابدار.

ویندال، سون و دیگران (۱۳۸۷). **کاربرد نظریه‌های ارتباطات**. ترجمه علیرضا دهقان. تهران، جامعه شناسان

**Fukuyama, F.**, (۲۰۰۱). **Social Capital and Civil Society**. Available in: [www.unesco.org/most/soc\\_cap\\_symp.pdf](http://www.unesco.org/most/soc_cap_symp.pdf).

Retrieved on: ۱۱/۲۲/۲۰۱۱

Jones, c., (۲۰۱۰). **Finding a place in history: Symbolic and social networks in creative careers and collective memory**. Available in: [https://www۲.bc.edu/~jonescq/Jones\\_۲۰۱۰\\_CreativeCareers\\_JOB.pdf](https://www۲.bc.edu/~jonescq/Jones_۲۰۱۰_CreativeCareers_JOB.pdf).

Retrieved on: ۱۰/۱۸/۲۰۱۱

Pappi, F. U., Huckfeldt, R., & Ikeda, K. (۱۹۹۸). **Social networks, political discussion and the social embeddedness of citizenship**. Paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago.