

به نام خالق عدالت و آزادی



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده علوم اجتماعی

گروه علوم ارتباطات اجتماعی

پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی

با مطالعه موردی فیس بوک

استاد راهنما:

دکتر علی اصغر کیا

استاد مشاور:

دکتر حسینعلی افخمی

پژوهشگر:

زهرا رجبی

نیمسال تحصیلی ۸۸-۸۹

تقدیم نامه

به نسل امیدهای رمیده...

به فرید و

مادر و پدرم...

...

و سپاس از دوستان مهربان و همراهان همیشگی ام: عسل مهربانی، سحر
رضا زاده، پگاه حمزه ای، الهام عبادتی و شیلا قاسم خانی و نیز مریم حاج
محمدی، اکرم امینی، پریسا انصاری و همچنین سعیده و حسن.

چکیده

شبکه های اجتماعی مجازی محیط مساعدی را برای مشارکت افراد در جامعه مجازی، برقراری روابط نمادین و کشف مجدد خود و بازتعریف هویت های دینی، اجتماعی، سیاسی و... فارغ از محدودیت ها و عوامل سرکوب کننده از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می کنند. شبکه های اجتماعی مجازی مانند فیس بوک نزد کاربران ایرانی از اهمیت و جایگاه بالایی برخوردار است، در زمان انجام این تحقیق در سال ۸۸ فیس بوک جزء سایت های برتر در ایران بعد از گوگل، یاهو، بلاگفا و یوتیوب قرار داشت، می توان یکی از دلایل عمومیت یافتن اینترنت و استفاده فراوان از شبکه های اجتماعی در ایران را، تلاش برای بازسازی و خلق مجدد هویت ها در فضای مجازی دانست.

هدف اصلی این تحقیق مطالعه بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی است، یعنی پاسخ دادن به این سؤال اساسی که در شبکه های اجتماعی مجازی مانند فیس بوک نحوه ابراز گرایش های سیاسی کاربران و دلیل انتخاب این فضا برای بازنمایندگی این گرایشات سیاسی چیست و نیز دلایل خودگشودگی افراد در زمینه های مختلف در این شبکه مجازی چیست.

در پاسخ به این سؤال اساسی که گرایش های سیاسی کاربران چگونه در شبکه اجتماعی فیس بوک بازنمایی می شود؟ مقولاتی متناسب با قابلیت های فیس بوک طراحی شد و مشخص شد که گرایش های کاربران در فیس بوک با نمادهای شاخص هر یک از سه نامزد مطرح در دهمین دوره ریاست جمهوری ایران، ابراز علاقه مندی با کلیک روی گزینه Like در صفحات فیس بوک طرفداران نامزدهای ریاست جمهوری، عضویت در گروه های مختلف مربوط به نامزدهای ریاست جمهوری، عضویت در جنبش ها، اشتراک گذاشتن لینک ها، تصویر پروفایل کاربر، خود اظهاری کاربران با بیان نظرات از طریق پست جمله یا کلمه یا شعر روی دیوار نوشته ها، کامنت گذاشتن برای بیان عقاید سیاسی از ابزارهای مختلفی است که در نمونه مورد بررسی توسط کاربران فیس بوک استفاده شده است و گرایش های سیاسی کاربران در فیس بوک با این ابزارها بازنمایی شده

است. با مقایسه نتایج به دست آمده از تحلیل محتوای کیفی دیوار نوشته ها و جملات درج شده روی صفحه پروفایل کاربران انتخاب شده در فیس بوک، طرفداران موسوی از قابلیت های فیس بوک شامل استفاده از نمادها و شاخص های مربوط به کاندیدای مورد نظر، ابراز علاقه مندی به صفحات مربوط به کاندیدا و عضویت در جنبش ها و استفاده از تصاویر پروفایل و در مجموع برای ابراز گرایش های سیاسی خود بیشتر استفاده کردند و بعد از آن به طور مساوی طرفداران احمدی نژاد و کروبی قرار داشتند. اما هدف اصلی در این تحقیق چگونگی ابراز گرایش های سیاسی کاربران مختلف در شبکه اجتماعی فیس بوک بود و فراوانی استفاده از این ابزارها در اولویت قرار نداشت.

در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری رنگ ها بهترین و واضح ترین نماد قبل از هر سخن و نامی بود و در مبارزات انتخاباتی در فضای واقعی و به موازات آن در فضای مجازی مورد استفاده قرار می گرفت و طرفداران هر سه گروه سیاسی از این ابزار استفاده کرده اند؛ در واقع، کاربران فیس بوک «نشان می دهند به جای اینکه بگویند».

نتایج حاصل از یافته های تحقیق نشان دهنده این است که دلایل خودگشودگی افراد در زمینه های مختلف به ویژه در زمینه سیاست در وب سایت شبکه اجتماعی فیس بوک به خاطر فضای آزادی که در فیس بوک و در همچنین در فضای واقعی در روزهای منتهی به پایان انتخابات در خیابان ها شکل گرفته بود منجر به خود اظهاری کاربران و آشکارا ابراز کردن علایق و عقایدشان شده است. دسترسی سریع و آسان و بدون هزینه به این شبکه اجتماعی، فیلتر نبودن در این مقطع زمانی، نبود رسانه های آزاد و منتقد، کنترل کمتر این رسانه، امکان درج نظر و اخبار در هر لحظه و امکان مشاهده انعکاس نظرات کاربران، نداشتن مخاطرات و هزینه های بحث های رو در رو، استفاده از امکانات فضای مجازی در این دوره از مبارزات انتخاباتی برای جذب طرفداران بیشتر توسط نامزدها مانند فیس بوک و سایت های متنوع دیگر، از جمله دلایلی است که مصاحبه شونده ها در پاسخ به این سوال جزء دلایل اصلی خودگشودگی کاربران ایرانی در فیس بوک قلمداد کرده اند.

به منظور پاسخ به این سؤال اساسی دیگر این پژوهش که آیا حوزه عمومی مورد نظر هابرماس در زمان مبارزات انتخاباتی دهمین دوره ریاست جمهوری در فیس بوک شکل گرفت یا خیر؟، سؤالاتی در مصاحبه طراحی شد و بر اساس تحلیل این پاسخ ها مشخص شد که قواعد اخلاق گفتگو میان کاربران طرفدار نامزدهای مختلف در فیس بوک رعایت نشده است و گاهی اوقات بیان عقاید بین افراد از جناح های مختلف سیاسی تحمل نمی شده و بحث به فحاشی و گاهی تخریب رقیب می انجامیده است. اینترنت را می توان اولین حوزه عمومی جدی برای جامعه ایران دانست؛ اما حوزه عمومی نه به معنای هابرماسی آن (که کاملاً معطوف به نقد دولت و آزادی بیشتر و... است، مفاهیمی که از دل مناسبات بورژوازی بیرون آمده اند)؛ بلکه به معنایی متفاوت: به معنای عرصه ای برای شکل گیری و گسترش و تقویت روابط و مناسبات افراد با یکدیگر. اینترنت در ایران، به تعمیق و گسترش نقد سیاسی، به مفهومی که در حوزه عمومی هابرماسی مطرح است منجر نمی شود. گرچه امکانی برای نوع دیگری از نقد سیاسی را که در جامعه خاص ایران می توان از آن سخن گفت فراهم می آورد، در ایران، اینترنت به عنوان حوزه عمومی را باید به این معنا تلقی کرد: عرصه ای برای شکل گیری، تقویت، و شفاف شدن هنجارها و قواعد رفتاری

کلمات کلیدی: شبکه های اجتماعی، فیس بوک، کاربران ایرانی، بازنمایی، حوزه عمومی

سپاسگزاری

سپاس خدای را که قوه اندیشیدن و تفکر به من هدیه کرد...

وظیفه خود می دانم از زحمات بی دریغ و راهنمایی های ارزنده استاد گرامی دکتر کیا در راستای انجام این تحقیق در طول يك سال گذشته تشکر و قدردانی کنم.

همچنین از زحمات اساتید محترم دکتر افخمی و دکتر خانیکی که با مشورت های به موقع و جسارت مثال زدنی شان همیشه مایه دلگرمی ام بوده اند، سپاسگذارم.

از خانواده ام، مادر و پدرم؛ به ویژه مادر که با حمایت های بی دریغ و نثار روزهای زندگی اش مرا پرورش داد، فاطمه، فهیمه و مینای عزیزم که دوستم دارند و مشوقم هستند و برادران عزیز تر از جان و شوهر خواهرم سپاس گذارم.

بالاخره احترام و قدردانی ویژه خود را به فریدم که تنها خوشی حقیقی زندگی ام است و در روزهای نگارش این رساله درکم کرد و عشقش را نثارم کرد و درد دوری به خاطر بیان آزادانه عقیده را به جان خریدیم... تقدیم می کنم و نیز با سپاس از خانواده اش...

بر خود فرض می دانم از عزیزانی یاد کنم که همواره در طول نگارش این رساله فکرشان با من بود و با آرزوی رهایی آنان... حسن سرچاهی، ایمان آذریان و ارسلان ابدی عزیز....

فهرست مطالب

فصل اول

- ۱-۲- مقدمه ۱
- ۱-۲- بیان موضوع ۳
- ۱-۳- ضرورت موضوع ۴
- ۱-۴- اهداف تحقیق ۶
- ۱-۵- سؤال های اصلی تحقیق ۷
- ۱-۶- سؤال های فرعی تحقیق ۷

فصل دوم

- ۲-۱- بخش اول ۸
- ۲-۱-۱- اجتماع مجازی ۸
- ۲-۱-۲- طلوع وب سایت های شبکه اجتماعی ۱۰
- ۲-۱-۳- شبکه اجتماعی ۱۱
- ۲-۱-۴- جامعه شبکه ای ۱۳
- ۲-۱-۴-۱- ویژگی های اصلی جامعه شبکه ای ۱۴
- ۲-۱-۵- وب سایت های شبکه اجتماعی (SNS) ۱۵
- ۲-۱-۶- تاریخچه وب سایت های شبکه اجتماعی ۱۹
- ۲-۱-۸- فیس بوک ۲۳
- ۲-۱-۹- دسته بندی سایت های شبکه اجتماعی ۲۵
- ۲-۱-۹- وب سایت های شبکه اجتماعی فعال در ایران ۲۵
- ۲-۲- بخش دوم: نظریه های تحقیق ۲۹
- ۲-۲-۱- شری ترکل و هویت در فرهنگ تشابه سازی و وانمود کردن ۳۰
- ۲-۲-۲- بازنمایی ۳۱
- ۲-۲-۲-۱- نظریه های بازنمایی ۳۳
- ۲-۲-۳- گفت و گو و نظریات مربوط به آن ۳۴
- ۲-۲-۳-۱- گفت و گو و مکاتب فلسفی و اجتماعی ۳۵
- ۲-۲-۴- حوزه عمومی هابرماس ۳۷
- ۲-۲-۴-۱- نظرات دیگر محققان درباره حوزه عمومی هابرماس ۳۹

- ۴۲-۲-۴-۲- تاریخچه شکل‌گیری حوزه عمومی بورژوازی.....
- ۴۸-۲-۴-۳- کنش ارتباطی.....
- ۵۰-۲-۴-۴- شرایط عام گفتگو در حوزه عمومی.....
- ۵۰-۲-۹- وضعیت آرمانی گفتگو.....
- ۵۱-۲-۴-۵- اینترنت به مثابه حوزه عمومی.....
- ۵۷-۲-۳- بخش سوم.....
- ۵۷-۲-۳-۱- چارچوب نظری.....
- ۵۸-۲-۳-۲- مروری بر پیشینه تحقیقات.....
- ۶۳-۲-۳-۳- سؤال‌های تحقیق.....
- ۶۳-۲-۳-۳-۱- سؤال‌های اصلی تحقیق.....
- ۶۳-۲-۳-۳-۱- سؤال‌های فرعی تحقیق.....

فصل سوم

- ۶۴-۳-۱- روش تحقیق.....
- ۶۴-۳-۲- تحلیل محتوای کیفی.....
- ۶۶-۳-۳- جامعه آماری: صفحات پروفایل فیس بوک کاربران فارسی.....
- ۶۶-۳-۴- روش نمونه‌گیری و حجم نمونه.....
- ۶۶-۳-۵- نحوه جمع‌آوری داده‌ها.....
- ۶۶-۳-۶- واحد تحلیل.....
- ۶۷-۳-۷- مقولات مرتبط به سوال اول تحقیق.....
- ۶۷-۳-۸- تعاریف نظری.....
- ۳-۹- مقوله‌های مربوط به بازنمایی گرایش‌های سیاسی کاربران طرفدار سه نامزد مطرح در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در صفحه پروفایل..... ۷۰
- ۷۱-۳-۱۰- مصاحبه آنلاین.....
- ۷۳-۳-۱۱- مصاحبه ایمیلی.....
- ۷۴-مشکلات اجرای روش مصاحبه آنلاین.....

فصل چهارم

- ۷۵-۴-۱- فیس بوک و مشخصات آن.....
- ۷۸-۴-۱-۱- مشخصات فیس بوک.....

۴-۲- بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران طرفدار نامزدهای مطرح ریاست جمهوری دهم در صفحه پروفایل.....	۸۲
۴-۲-۱- کاربران طرفدار احمدی نژاد.....	۸۲
۴-۲-۲- کاربران طرفدار موسوی.....	۸۳
۴-۲-۳- کاربران طرفدار کروبی.....	۸۴
۴-۳- یافته های حاصل از بررسی مقوله های مربوط به بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران طرفدار نامزدهای مطرح انتخابات ریاست جمهوری در صفحه پروفایل.....	۸۵
۴-۴- بررسی یافته های حاصل از مصاحبه آنلاین.....	۸۸
۴-۴-۱- ساختار سوالات مصاحبه.....	۸۸
۴-۴-۲- جدول مشخصات افراد شرکت کننده در مصاحبه های آنلاین.....	۹۱
۴-۴-۳- پاسخ کاربران به سوالات مصاحبه آنلاین.....	۹۱

فصل پنجم

۵-۱- نتایج تحقیق.....	۱۰۸
الف) جمع بندی و توصیف یافته ها.....	۱۰۸
ب) جمع بندی و تحلیل یافته ها.....	۱۱۱
۵-۲- نتیجه گیری.....	۱۱۳
۵-۳- محدودیت های تحقیق.....	۱۱۵
الف: محدودیت های روش شناختی.....	۱۱۵
ب) سایر محدودیت ها.....	۱۱۶
۵-۴- پیشنهاد های تحقیق برای تحقیقات آینده.....	۱۱۷
۵-۵- توصیه ها.....	۱۱۷

فهرست منابع

منابع و مآخذ فارسی.....	۱۱۹
الف) کتاب ها.....	۱۱۹
ب) مجلات، فصلنامه ها و روزنامه ها.....	۱۲۱
ج) پایان نامه ها.....	۱۲۲

۱۲۳.....منابع و مأخذ انگلیسی

۱۳۱.....ضمائم و پیوستها

فصل اول:

کلیات تحقیق

۱

ما در عصر شبکه ها زندگی می کنیم، زندگی ما با شبکه های اجتماعی پیوند خورده است، شبکه های ارتباطاتی در هم تنیده و به هم پیوسته تمامی حوزه ها، معانی و مفاهیم و به طور کلی همه چیز را تحت تأثیر قرار داده اند. ارتباطات شبکه ای به مثابه «اساس فعالیت ارتباط انسان» در حال دگرگون ساختن همه ارتباطات انسانی است. جهان را بومی و بوم را جهانی می کند. این شبکه ها نیاز ما به دوست یابی، اطلاع رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات را تأمین می کنند. اصطلاح «شبکه های اجتماعی» زیر مجموعه رسانه های اجتماعی قرار می گیرد. رسانه های اجتماعی، مفاهیمی کلان هستند که به واسطه پیدایی شبکه های جدید ارتباطی چون اینترنت و تلفن همراه پدید آمده اند. شبکه های اجتماعی به علت بی مکانی حاکم بر اینترنت بر علایق افراد و گروه ها بنیان نهاده شده اند. در واقع شبکه های اجتماعی بر پایه مشارکت همگانی بنا شده اند. این وب سایت های شبکه اجتماعی با فراهم کردن انگیزه و هدف برای فعالیت در رسانه ای که پیش از این جذابیت کمی داشته، به طور فزاینده ای افراد را به دنیای آنلاین می کشند. عمده ترین محورهای این تکنولوژی های جدید رسانه ای استفاده همزمان از امکانات آنلاین و دیجیتال در ارتباط با مخاطب است. در این ارتباط جدید، رفتار مخاطب در برابر رسانه هم دچار دگرگونی و از مخاطب منفعل به مخاطب فعال تبدیل می شود. این رابطه دو سویه باعث ایجاد ساختاری نوین در نسل جدید رسانه ها می شود. در نسل جدید رسانه ها، برنامه ها علاوه بر «ارائه خطی» دارای خاصیت «گزینش» از طرف مخاطب نیز است.

وب سایت های شبکه اجتماعی تبدیل به پدیده ای جهانی شده اند و اجتماعاتی مانند Friedster، Facebook و Bebo صدها میلیون نفر کاربر دارند. این وب سایت ها با خلق محیط های دوستانه امکان برقراری ارتباط و وفاق در زندگی اجتماعی را برای کاربران خود به ارمغان آورده اند.

افراد یا به این سایت ها دعوت می شوند یا خودشان انتخاب می کنند که در آنها عضو شوند. کاربران می توانند در آن جا محتوای چند رسانه ای درباره خودشان، عقایدشان و دل مشغولی های خود بسازند. می توانند پیوند هایی به دوستان کنونی خود بزنند یا دوستان جدیدی پیدا کنند که علایق و گذشته های مشابهی داشته اند. شبکه های اجتماعی اجازه می دهند که شما از محدوده دوستان اطرافتان فراتر روید و با افرادی از کشور های گوناگون و با سبک های مختلف زندگی آشنا شوید. شبکه های اجتماعی

ریشه در تاریخ ۱۵ ساله شبکه آنلاین دارند. برخی از این سایت های شبکه برای مخاطبان گسترده طراحی شده و برخی بر اساس زبان، نژاد، جنسیت، مذهب یا ملیت مشترک.

فیس بوک به عنوان یکی از این وب سایت های شبکه اجتماعی با استقبال فزاینده ای در ایران روبه رو شد و خیلی زود به یکی از مکان های مهم برای دوست یابی، محلی برای گفتگو و تعامل با دوستان قدیمی و هم دانشگاهی ها و همچنین مکانی برای بیان و ابراز گرایش های سیاسی در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری تبدیل شد. بنابراین مطالعه این شبکه اجتماعی در درک این موضوع که کاربران در زمان انتخابات اخیر ایران با چه ابزارهایی و چگونه خود را در فیس بوک ابراز می کردند و نیز تبیین این موضوع که حوزه عمومی مورد نظر هابرماس در زمان مبارزات انتخاباتی دهمین دوره ریاست جمهوری در فیس بوک شکل گرفت یا خیر راه گشا خواهد بود.

برای تبیین موضوع اخیر باید به برخی از ویژگی های اینترنت در این زمینه اشاره کرد، اینترنت از یک سو، اطلاعات و آگاهی سیاسی و اجتماعی افراد را افزایش می دهد و از سویی دیگر، افراد و گروه ها را در مسائل سیاسی و مدنی درگیر می سازد. نوریس در ارتباط با اثرات این فناوری ها بر مشارکت مدنی، چند فرض عمده را مطرح می کند که عبارتند از:

۱- اینترنت ممکن است به آگاه سازی، سازماندهی، بسیج و مشارکت مدنی افراد و گروه های به حاشیه رانده شده، جوان تر ها، اقلیت های سیاسی منجر گردد (نقل در سردارآبادی، ۱۳۸۳: ۸۱). به اعتقاد وی اینترنت با تأمین فرصت های سیاسی از قبیل کسب اطلاعات راجع به احزاب و گروه های سیاسی، دسترسی به کنفرانس های اینترنتی، اتاق های گفتگو، ارتباط دو سویه با مقامات حکومتی و فعالان سیاسی و غیره می تواند در بسیج و درگیر سازی مدنی تأثیر گذار باشد.

۲ - اینترنت به مثابه تربیونی برای احزاب و گروه های سیاسی معترض و در اقلیت است و می تواند به تضعیف حکومت های اقتدارگر و گسترش دموکراسی کمک کند.

گروه ها و فعالان سیاسی از طریق این فناوری، می توانند فساد سیاسی و اقتصادی، تبعیض ها، نا کارآمدی های حکومت و موارد دیگر را آشکار سازند و با برجسته سازی این ضعف ها، چالش های جدی برای این حکومت ها ایجاد کنند.

سازمان‌ها بین‌المللی غیر دولتی نیز می‌توانند از طریق این فناوری اعتراضات گسترده‌ای را علیه حکومت‌های اقتدارگر بسیج سازند. نوریس با اشاره به یکی از مطالعات انجام شده بین دموکراتیزاسیون و پیام‌های سیاسی از طریق اینترنت یا پست الکترونیک رابطه مثبت می‌بیند.

۳- اینترنت می‌تواند در اشاعه ارزش‌های دموکراتیک از قبیل مشارکت، آزادی بیان، تساهل، عدالت و غیره تأثیر گذار باشد. گسترش این ارزش‌ها می‌تواند بستر و محیط همدلانه برای جنبش‌های اجتماعی و شبکه‌های حمایتی بین‌المللی ایجاد کرده و مشارکت سیاسی را در سطح جهانی گسترش دهد. شواهد نشان می‌دهد که کاربران اینترنت در ایالات متحده و اروپا، گرایش‌های بیشتری به ارزش‌های فرامادی و دموکرات داشته‌اند.

تأثیر گذاری اینترنت بر مشارکت، مشروط به عواملی همچون علایق سیاسی، مهارت‌های کامپیوتر، درآمد کافی جهت دسترسی به اینترنت و آشنای کافی با زبان انگلیسی است. در حال حاضر می‌توان گفت که اینترنت بر افراد مرفه‌تر و تحصیل کرده‌تر تأثیر گذار بوده است و در آینده ممکن است با افزایش مهارت‌های کامپیوتری، کاهش خرید تجهیزات کامپیوتری، کاهش هزینه استفاده از اینترنت و گسترش اینترنت در مناطق عقب مانده جهان، مشارکت و درگیری مدنی در جهان افزایش یابد. (همان)

بر اساس این تحقیق آنچه فیس‌بوک را به عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی متمایز و جالب توجه می‌نماید، پویایی آن است. می‌توان از ابعاد مختلفی این محیط مجازی را بررسی کرد اما چگونگی ابراز گرایش‌های سیاسی و تبیین این موضع که آیا حوزه عمومی مورد نظر هابرماس در زمان مبارزات انتخاباتی دهمین دوره ریاست جمهوری در فیس‌بوک شکل گرفت، اهداف اصلی این تحقیق را تشکیل می‌دهند.

در این فصل، مجموعه مفیدی در رابطه با انتخاب موضوع و معرفی مسئله مورد پژوهش، اهمیت و اهداف پژوهش به شکلی مختصر ارائه می‌شود.

همچنین چگونگی انتخاب موضوع، اهمیت و ضرورت و اهداف و تشریح فرایند مسئله تحقیق مورد بحث قرار می‌گیرد.

۱-۲- بیان موضوع

فضای مجازی دنیای وسیع و پیچیده‌ای است که گروه‌ها و افراد مختلف با گرایش‌ها، باور‌ها و اعتقادات گوناگون در آن زندگی می‌کنند. واژه «زندگی» در این فضا به اشتباه به کار نرفته است چرا که این دنیا توأمان و همگام با دنیای واقعی و شاید بیشتر بر وجود آدمی و باورهایش اثر می‌گذارد. فضای مجازی مکانیست که فرد می‌تواند فعالیت‌های دنیای واقعی خود را وارد کند. از خصوصیات بارز این فضا بی‌مکانی و بی‌زمانی است. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی‌سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مراوده با یکدیگر فرایند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده است (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۲۳۱).

تکنولوژی‌های نوین و فناوری اطلاعات منجر به تغییرات و دگرگونی‌های بسیاری در زندگی بشر شده و از این طریق منشأ تحولات عمده‌ای در دانسته‌های بشری گردیده، در عصر ارتباطات الکترونیک مفاهیم نیز دچار تغییر و تحول شده‌اند که یکی از این مفاهیم که دچار تغییر و تحولات گسترده شده، مفهوم «هویت» است. تحولات الکترونیک این مفهوم را از حالت بسته و چهارچوب بندی شده سنتی خارج ساخته است.

تکنولوژی‌های نوین ارتباطی سراسر جهان را فراگرفته‌اند و از طریق شبکه‌های جهانی و ایجاد جوامع شبکه‌ای ارتباطات دوسویه و تعاملی را بین مخاطبان این فضا شکل داده‌اند. در این میان هویت در این فضا به عنوان عامل سازمان‌دهنده در جوامع اطلاعاتی به طور برجسته‌ای حائز اهمیت است و از این طریق یعنی با ابراز هویت در محیط‌های مجازی به شیوه‌های مختلف و متنوع، جوامع مجازی سازمان‌دهی می‌شوند و امکان و فرصتی برای ابراز و اظهار خود به دست می‌آورند.

در جوامع دموکراتیک، فضای مجازی به عنوان یک فضای جدید اطلاعاتی، تحقیقاتی، سرگرمی‌نگرشیته می‌شود که به موزات یا در جهت تکمیل فضای عمومی موجود عمل می‌کند و در کشورهایی که فضاهای عمومی شدیداً تحت کنترل و نظارت نیروهای سنتی و دولتی است، اینترنت به وسیله‌ای برای مقاومت در برابر محدودیت‌های تحمیل شده در این فضا تبدیل می‌شود، به همین دلیل تحلیل کارکرد اینترنت مهمترین ابزار در جهت مطالعه و بررسی اشکال و ابعاد فرهنگی و اجتماعی و سیاسی پنهان در زندگی روزمره است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی محیط مساعدی را برای مشارکت افراد در جامعه مجازی، برقراری روابط نمادین و کشف مجدد خود و بازتعریف هویت‌های دینی، اجتماعی، سیاسی و... فارغ از محدودیت‌ها و عوامل سرکوب‌کننده از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی

مانند فیس بوک نزد کاربران ایرانی از اهمیت و جایگاه بالایی برخوردار است و ضریب نفوذ بالایی در بین مخاطبان ایرانی دارد و در زمان انجام این تحقیق در سال ۸۸ جزء سایت های برتر در ایران بعد از گوگل، یاهو، بلاگفا و یوتیوب قرار داشت، شاید یکی از دلایل عمومیت یافتن اینترنت و استفاده فراوان شبکه های اجتماعی در ایران، تلاش برای بازسازی و خلق مجدد هویت ها در فضای مجازی باشد.

به دلیل شرایط بسته سیاسی در ایران و فعال نبودن و مشارکت پایین مردم در عرصه های عمومی، مطالعه شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان فضایی در خدمت کاربران ایرانی که در آن مشارکت فعالی دارند و به تبادل اطلاعات و ارتباطات خود در زمینه های متنوعی مانند مذهبی، اجتماعی، سیاسی و... در این عرصه می پردازند و صفحات شخصی افراد عضو در فیس بوک و عضویت آنها در گروه ها و استفاده از برنامه های موجود در این شبکه اجتماعی نشان دهنده علایق و سلیق افراد در زمینه های متنوع است، این مطالب که فراگیری این پدیده در ایران را نشان می دهد ضرورت مطالعه و تحقیق در این عرصه را دو چندان می کند.

۳-۱- ضرورت موضوع

گسترش روزافزون تکنولوژی های جدید ارتباطات در سال های اخیر، تمام جنبه های فرهنگ و حیات اجتماعی را با چالش روبرو کرده است. در این میان تحولات اجتماع و گروه های انسانی نیز از این امر مستثنی نشدند. گروه های دارای مرزهای سخت سنتی، جای خود را به گروه های مجازی با مرزهای منعطف داده اند و به همین دلیل امکان مبادله هر چه بیشتر اطلاعات و پیام ها شده است. طبق دیدگاه «جبرگرایی تکنولوژیک» که منتج از دیدگاه «مک لوهانی انیسی» است، هر تکنولوژی با ظهور خود، باعث تغییرات گسترده ای می شود و جامعه را با تغییرات فرهنگی روبرو می کند. بنابراین تأمل در جنبه های مختلف فضای مجازی، می تواند در درک پدیده های نوین اجتماعی و فرهنگی مثمرتر باشد.

در کنار ویژگی های خاص همه محیط های مجازی آنچه فیس بوک را به عنوان یک شبکه اجتماعی مجازی متمایز و جالب توجه می نماید، پویایی آن است. می توان از ابعاد مختلفی این محیط مجازی را بررسی کرد اما چگونگی ابراز گرایش های سیاسی و نیز انجام فعالیت های متنوع از جمله فعالیت های سیاسی در این فضا و امکاناتی که این شبکه اجتماعی را برای کاربران خود جذاب کرده و به آنها فرصت تزئین صفحه شخصی خود را با علایق و گرایشات سیاسی هر کاربر می دهد و گاهی چت ها در

فیس بوک خود تبدیل به جلسات گفت و گوهای سیاسی در بین کاربران با گرایش‌های سیاسی متفاوت شده و بحث‌های داغ انتخاباتی در این شبکه اجتماعی به شدت از سوی کاربران دنبال می‌شود؛ این فضا را موازی زندگی واقعی به عرصه‌ای عمومی تبدیل کرد؛ این موارد ضرورت و اهمیت مطالعه عملی این شبکه اجتماعی بر مخاطب را از زوایای گوناگون نشان می‌دهد و همچنین اهمیت مطالعه بازنمایی‌های رسانه‌ای که می‌تواند بر روند جامعه‌پذیری افراد تأثیر گذارد و نیز نحوه ابراز گرایش‌های سیاسی در این شبکه اجتماعی مجازی و بررسی عناصری که هویت سیاسی افراد را در صفحات شخصی آنها در فیس بوک نمایندگی می‌کند و همچنین مطالعه برنامه‌های متنوعی که این فضا در اختیار کاربران برای نشان دادن گرایش سیاسی خود به دور از محدودیت‌های فضای واقعی قرار می‌دهد را متذکر شده و این تحقیق همچنین فرصت برنامه‌ریزی مناسب برای استفاده بهتر از امکانات و فرصت‌های این فضا را در حیطه شناخت علایق و سلیقه‌های سیاسی کاربران فیس بوک در اختیار جامعه دانشگاهی قرار می‌دهد.

توجه به این نکته از اهمیت بالایی برخوردار است که در ایران احزاب سیاسی مجال فعالیت چندانی ندارند. یکی از دلایل تمایل ایرانیان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای ابراز گرایش‌ها و تمایلات سیاسی خود، نبود احزاب و نهادهای مدنی قدرتمند است. مفهوم حزب به صورت امروزی که در ادبیات سیاسی و اجتماعی مطرح است، پدیده نو ظهور است که از متن تحولات حیات سیاسی و اجتماعی جوامع مغرب زمین سر برآورده است. رویش و خیزش احزاب سیاسی و نهادهای مدنی با ایجاد تقسیم کار اجتماعی تا حدودی توانست، فعالیت‌ها و رفتارهای اجتماعی را مکانیزه نموده و از تراکم دشواری‌ها و پیچیدگی‌ها فرو کاهد. در عصر کنونی احزاب و نهادهای مدنی رکن اساسی و مشخصه اصلی جوامع دموکراتیک به حساب می‌آید. به اعتقاد نظریه پردازان علوم اجتماعی احزاب سیاسی و نهادهای مدنی عناصر اصلی سازنده نظام سیاسی موجود در هر جامعه است.

یکی از مهمترین سرخ‌هایی که نشان می‌دهد مردم چگونه احساس هویت سیاسی می‌کنند، توجه به نام بعضی از احزاب سیاسی کنونی شامل کارگر، محافظه کار، لیبرال، جمهوری خواه، دموکراتیک، رادیکال و... است. تعدادی از این نام‌ها را می‌توان معرف نوعی گرایش عاطفی کلی در سیاست دانست: محافظه کار(خواستار حفظ آنچه هم اکنون داریم - طرفدار تغییرات اندک یا تدریجی)؛ رادیکال (طرفدار اصلاحات ریشه‌ای و گسترده)؛ انقلابی(طرفدار ساقط کردن نظام موجود). گرایش‌های سیاسی مردم نوعاً به طیف راست / چپ تقسیم می‌شود و در بعضی از نظام‌های دو حزبی، تقسیم بندی دو حزب

اصلی را معمولاً با این گونه گرایش های عاطفی توضیح می دهند (مثلاً، محافظه کار / لیبرال در بریتانیای قرن نوزدهم و جمهوری خواه / دموکرات در آمریکای کنونی) (استیون تانسی، ۱۳۸۱).

یکی از وجوه بارز تفاوت فعالیت احزاب سیاسی در ایران با غرب، نهادینه نگردیدن فعالیت آنها و فصلی بودن فعالیت شان می باشد. به نظر می رسد عوامل متعددی در این مهم نقش داشته اند که از مهمترین آنها ماهیت رانتیری دولت در ایران و نقش دولت ها در تشکیل احزاب و یا مداخله در امور آنها، حاکم بودن رابطه بین احزاب بر اساس بازی با حاصل جمع صفر و نگاهی حذفی احزاب به یکدیگر، نگاه ابزاری نخبگان به احزاب و مهمتر از همه فاصله گیری احزاب از رسالت اصلی خود و رویکرد به فعالیت های اقتصادی باشد (حسن مسعود نیا، ۱۳۸۹).

با توجه به شرایط حاکم بر ایران در زمان انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری، چهار گرایش سیاسی که به ترتیب طرفدار احمدی نژاد، موسوی و کروبی و رضایی بودند، در ایران مطرح شدند، اما با توجه به فعال نبودن طرفداران رضایی در فیس بوک و مشکل دسترسی به فیس بوک به دلیل فیلترینگ و کاهش سرعت اینترنت به هنگام استفاده از فیلتر شکن، در نمونه مورد بررسی در این تحقیق تنها سه گرایش مطرح و فعال در ایران یعنی طرفداران احمدی نژاد، موسوی و کروبی در فیس بوک به عنوان شبکه اجتماعی فعالی که با قابلیت ها و برنامه های خاص خود امکان فعالیت و ابراز نظرات و علایق را برای کاربران خود فراهم کرده است، برای مطالعه موردی انتخاب شد.

در ایران هنگام انتخابات ریاست جمهوری دهم، طرفداران محمود احمدی نژاد به طیف راست یا اصول گرایان و طرفداران میر حسین موسوی و کروبی به طیف چپ یا اطلاع طلب تعلق داشتند. محمود احمدی نژاد در زمان انتخابات در حاکمیت حضور داشت و رئیس دولت بود، وی برای چهار سال دوم نامزد ریاست جمهوری شده بود و اصول گرایان و همان طور که اشاره شد طیف موسوم به راست از وی حمایت کردند و از میر حسین موسوی و کروبی اصلاح طلبان که برخی خواستار اصلاحات تدریجی و گام به گام (طرفداران موسوی) و برخی نیز خواستار اصلاحات ریشه ای (طرفداران کروبی) بودند و به طیف موسوم به چپ تعلق داشتند، حمایت کردند.

یکی دیگر از دلایلی که ضرورت مطالعه در این حوزه را مشخص می کند، این است که در حوزه ارتباطات ایران، مطالعات اندکی در خصوص فضای مجازی و به ویژه شبکه های اجتماعی مجازی صورت گرفته و در سال های اخیر تحقیق های انجام شده نیز بیشتر در قالب مقاله بوده تا اینکه در قالب پایان