

کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

«مطالعه کارکردهای فیس بوک در فضای واقعی»

دکترهادی خانیکی*

حسین بصیریان جهرمی**

تاریخ دریافت: ۹۲/۱/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۲/۴/۲۸

چکیده

شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر زمینه کنشگری را بیش از سایر رسانه‌های متأخر فراهم آورده‌اند. گفتمان قدرت، که زمانی متفکران علوم انسانی را از جنبه‌های گوناگون، به تفسیر و تأویل این کنش‌ها وامی‌داشت، اکنون در فضای مجازی به نحو پیچیده و شبکه‌ای تعریف می‌شود. بر این اساس کنشگری کاربران، به دنبال خود، بسیج و همسویی پیروان یک عقیده را در فرهنگ رسانه‌ای مجازی پیش می‌کشد.

این مقاله در آغاز، به منظور ارائه تحلیل مفهومی از ماهیت قدرت و چگونگی بروز و اعمال آن در روابط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، با

hadi.khaniki@gmail.com

* استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (ره)

** دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (ره) hossein.basirian@gmail.com

بهره‌گیری از نظرات متفکران برجسته این حوزه به تشریح وجوه گوناگون قدرت به ویژه در سال‌های اخیر می‌پردازد. در ادامه سه کارکرد معطوف به حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در سه موضوع میدان‌التحریر در انقلاب مصر، جنبش وال‌استریت در آمریکا، و قرار خزیازی-آب‌پاشی و حمایت از کودکان کار در ایران، که مشخصاً به ظرفیت‌های شبکه اجتماعی فیس‌بوک و کنشگری شبکه‌وندان در فضای واقعی مرتبط است، توصیف و تحلیل می‌شود.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس‌بوک، قدرت، کنشگری، کودکان کار، میدان‌التحریر، وال‌استریت.

طرح مسأله

از آغاز قرن اخیر، رسانه‌های اجتماعی مجازی که گونه‌ای از وب^۲ محسوب می‌شوند، در رتبه‌بندی پایگاه آکسا^۱، همواره جزء جذاب‌ترین و پرمخاطب‌ترین گونه‌های «رسانه‌های اینترنت پایه^۲» بوده‌اند؛ این محبوبیت به گونه‌ایست که در سال ۲۰۱۳ نیز، از ده وب‌سایت برتر جهان در فهرست الکسا، هفت مورد جزء وب‌سایت‌های شبکه اجتماعی^۳ هستند (الکسا، ۲۰۱۳). استقبال فزاینده و پرشتاب کاربران از این رسانه‌ها، حتی در میان کاربران ایرانی نیز - با وجود محدودیت‌های موجود در فضای مجازی - غیر قابل انکار است (کوثری، ۱۳۸۶: ۲۰ و جعفری، ۱۳۹۰: آن‌لاین^۴). این رسانه‌ها، هویت فردی، کنش جمعی، روش‌های تولید، مصرف رسانه‌ای و شیوه‌های کنشگری را در مقایسه با آنچه که در دنیای واقعی بوده، با قدرت روزافزون خود متمایز ساخته‌اند

۱. www.alexa.com

۲. Internet based media

۳. Social Network Sites (SNS)

۴- مصاحبه مهدی جعفری، «رئیس فناوری و اطلاعات سازمان بسیج دانش‌آموزی و فرهنگیان کشور» با خبرگزاری فارس (نقل در: عصر ایران).

(Castells, ۲۰۰۷: ۲۳۸): به این اعتبار می‌توان گفت حتی نمایش خیابانی جنبش‌های اجتماعی در کشورهای عربی و جوامع پیشرفته صنعتی نیز، به نحوی متأثر از «قدرت» نهفته در این رسانه‌هاست.

با این حال، فارغ از آثار راهبردی رسانه‌های اجتماعی مجازی، وقتی از مفهوم «قدرت» سخن به میان می‌آید، دامنه شمول آن، به‌ویژه در روندی تاریخی متناوب می‌شود. زمانی توان اعمال زور و اقتدار، زمانی ثروت، زمانی منزلت و زمانی توانمندی شهروندان و استواری جامعه مدنی، قدرت به حساب می‌آید. در قرن ۱۶ کنترل مستعمرات و شمش‌های طلا، اسپانیا را در صدر قدرت‌ها جای داده بود. قرن هفدهم، هلند از تجارت و منابع مالی سرشار بهره‌وافی برد؛ در قرن ۱۸ فرانسه با اتکا به جمعیت زیاد و ارتش وقت، صاحب اقتدار شد، و در قرن ۱۹ قدرت بریتانیا که برخاسته از تفوق آن در انقلاب صنعتی و نیروی دریایی‌اش بود، او را بیش از همه بر دنیا مسلط ساخت (بهرامپور، ۱۳۸۷: ۷۲).

امروزه مفهوم قدرت تا حدود زیادی جای خود را به قوت ساختارهای اجتماعی و نهادهای مدنی داده است، که به نوعی با مقوله «جامعه شبکه‌ای»^۱ نیز مرتبط است. اکنون چگونگی وقوع و روند تغییرات اجتماعی با قوت و ضعف نهادهای مدنی ارزیابی می‌شود؛ چنانکه تحولات اخیر جهان عرب را می‌توان ابتدا به اعتبار وضعیت جامعه مدنی و دوام و دامنه‌های آن و پس از آن - البته در پیوندی متقابل یا یکدیگر- در کیفیت شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای، باز شناخت (خانیک، ۱۳۹۰).

صرف‌نظر از ماهیت و گونه‌های قدرت، اگر امروز به منابع تولید قدرت در عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نگاهی بیاندازیم، خواهیم دید که در عصر اطلاعات، دولت‌ها و بازیگران غیر دولتی که بر اطلاعات سوار باشند و بتوانند آن را به کنش تبدیل کنند، پیروز میدان‌ها خواهند بود. در این روند، طی دهه‌های اخیر، به‌ویژه

۱. Network Society

پس از محقق شدن پیشرفت‌های نرم‌افزاری و رهیافت‌های نوین در عرصه تعامل و تبادل اطلاعات، امکان توزیع قدرت تا حد زیادی برای جریان‌هایی که در پی سودای قدرتمند شدن بوده‌اند، فراهم شده است.

حال با توجه به آنچه گفته شد، و با این توضیح که قدرت و کنشگری در فضای مجازی به نحو پیچیده و شبکه‌ای تعریف می‌شوند، باید پرسید که در شبکه‌های اجتماعی مجازی که سطح بنیادی‌تر اعمال قدرت در عصر جهانی اطلاعات محسوب می‌شوند، چه منابعی قدرت را تولید می‌کنند؟ زمینه توزیع و بروز کنشگری چگونه فراهم می‌آید؟ مصادیق کنشگری در شبکه‌های اجتماعی مجازی (به عنوان نمونه فیس‌بوک) چیست؟ این‌ها پرسش‌هایی هستند که این مقاله، با رویکردی روندپژوهانه به تحلیل آنها می‌پردازد.

تعریف مفاهیم

پیش از پرداختن به ادبیات موضوع و مروری بر نظریه‌های قدرت از منظر اندیشمندان علوم انسانی و نظریه‌پردازان ارتباطات، برخی از مفاهیم مهم این مقاله نیاز به تعریف نظری و عملیاتی دارند؛ البته چنانچه گفته شد در این مقاله به دلیل فراگیرتر بودن کاربران «فیس‌بوک» و تأثیرگذاری شیوه‌های کنشگری در سوژه‌هایی که تشریح می‌شوند، صرفاً به این وب‌سایت شبکه اجتماعی پرداخته شده است.

(۱) قدرت: در کلی‌ترین معنا، قدرت به معنای توان ایجاد یا سهم داشتن در ایجاد نتایجی است برای پدیدآوردن تفاوتی در جهان. می‌توانیم بگوییم که در زندگی اجتماعی قدرت به معنای توان انجام چنین کاری از طریق روابط اجتماعی است، یعنی توان ایجاد یا داشتن سهمی در ایجاد نتایج از طریق تأثیر گذاردن بر دیگری یا دیگران (آوتویت و باتامور، ۱۳۹۲: ۷۳۱).

با این تعریف کلی چارچوب عامی به دست می‌آید تا برخی از تفاوت‌های عمده تلقی از قدرت در حوزه ارتباطات و ارتباطات مجازی مشخص شود. به نظر مانوئل کاستلز «قدرت، ظرفیتی رابطه‌ای است که یک کنشگر اجتماعی را قادر می‌سازد تا به گونه‌ای ناهم‌سنگ و از راه‌هایی که خواسته‌ها، منافع و ارزش‌های کنشگران صاحب قدرت را برآورده سازد، بر تصمیمات سایر بازیگران یا کنشگران اجتماعی تأثیر گذارد» (Castells, ۲۰۰۹: ۱۰).

کاستلز بر اساس این تعریف خود از قدرت، چهار شکل قدرت در شبکه‌ها را از هم متمایز می‌سازد: ۱) قدرت شبکه‌بندی؛ ۲) قدرت شبکه؛ ۳) قدرت شبکه‌ای؛ و ۴) قدرت شبکه‌سازی^۴ (Castells, ۲۰۰۹: ۴۲-۴۷). از نظر جوزف نای^۵ قدرت به معنی توانایی تأثیرگذاری بر رفتار دیگران به گونه‌ای که موجب اتفاق افتادن آن چیزی که ما می‌خواهیم، می‌باشد. بنابراین به طور خاص، قدرت قابلیت نفوذ در رفتار دیگران برای دستیابی به نتایج دلخواه است. در این تعریف، قدرت به دو بخش تقسیم می‌شود: نرم (ارزش‌ها، فرهنگ، سیاست، نهادها، تنظیم اولویت‌ها و جذب مخاطب) و سخت (قدرت نظامی و اقتصادی). به تعبیر نای، فضای مجازی ابزار قدرت نرم و قدرت نرم مرجع تولید فضای مجازی شده است (نای، ۱۳۸۷).

به این ترتیب، می‌توان گفت قدرت شبکه‌های اجتماعی مجازی، اگرچه سرشتی نرم دارد، اما به دلیل توان تأثیرگذاری در شبکه، شبکه‌بندی و شبکه‌سازی می‌تواند بر قدرت سخت نیز تأثیر بگذارد.

۱. Networking Power
 ۲. Network Power
 ۳. Networked Power
 ۴. Network-Making Power
 ۵. Josef Nye

۲) **کنشگر**^۱: مفهوم کنشگر از دیدگاه کاستلز به «گستره‌ای از موضوعات مرتبط با کنش همچون کنشگران فردی، کنشگران گروهی، سازمان‌ها، نهادها، و شبکه‌ها اشاره دارد. حتی اگر این عملکرد به واسطه فرآیندهایی در گذشته، نهادینه یا سازماندهی شده باشد، اما آنچه مهم تلقی می‌شود این است که در نهایت تمام سازمان‌ها، نهادها، و شبکه‌ها به گونه‌ای بر عملکرد کنشگران انسانی دلالت می‌کنند (Castells, ۲۰۰۹: ۱۱). خانیکی نیز معتقد است که «شهروند روزنامه‌نگارانی که فاقد مهارت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری هستند، ولی به عنوان یک فعال اجتماعی یا هوادار در یک شبکه اجتماعی عضو می‌شوند و در آن شبکه به تولید محتوای رسانه‌ای مشغول هستند، کنشگر محسوب می‌شوند» (خانیکی، ۱۳۹۱: آنلین). به این ترتیب، کنشگر اکنون عنصری مؤثرتر از گذشته تعریف می‌شود.

۳) **کنشگری**^۲: «کنشگری یا اکتیویسم به فعالیت‌های گوناگون در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و غیره معطوف می‌شود که با هدف ایجاد تغییر در این سامانه‌ها انجام می‌گیرد. فعالیت‌های مرتبط با کنشگری گستره وسیعی دارند و از نوشتن نامه‌های سرگشاده به مسوولان و رسانه‌ها، تا برگزاری کارزارهای سیاسی، بایکوت اقتصادی، راهپیمایی خیابانی، اعتصاب، تحصن و اعتصاب غذا را در بر می‌گیرند. برخی از کنشگران تلاش می‌کنند تا به جای اعمال فشار بر دولت‌ها، برای تغییر و بازنگری در قوانین، مردم را نیز به تغییر رفتارشان ترغیب کنند» (Shaw, ۲۰۰۱). همچنین، توانایی و برخورداری از اراده و قابلیت‌های کنش اجتماعی و به‌کارگیری ابزارها، نمادها و نشانه‌ها در چارچوب ارزش‌های اجتماعی و سازوکارهای موجود در فناوری‌ها، برای انجام ارتباط متقابل است. از این رو، فعالیت‌هایی که کاربران با تکیه بر مهارت‌های خود در استفاده از ابزارهای ارتباطی اینترنت، برای ایجاد ارتباط، مبادله و

۱. actor

۲. activism

نشان دادن واکنش درخور به دیگران، در راستای هدف‌های خود در فضای سایبر انجام می‌دهند، کنشگری محسوب می‌شود» (خانیک و بابایی، ۱۳۹۱: ۷۹). به همین دلیل، تعاریف دایره کنشگری در حوزه رسانه‌های اجتماعی وسیع‌تر و متنوع‌تر از گذشته به شمار می‌آید.

۴) **کنشگری اینترنتی**^۱: آنجلا جی آگوآیو^۲ در دانشنامه «رسانه‌های جنبش اجتماعی»^۳ ذیل مدخل «کنشگری و رسانه‌های جدید»، کنشگری را مفهومی برآمده از رسانه‌های جدید تعریف کرده است که «اغلب با محتوای تولید شده از سوی کاربران، و دروازه‌بانی از سوی آنها، ده‌ها میلیون بیننده و خواننده را به مشارکت و تعامل در خصوص محتوای به اشتراک گذاشته شده، فرا می‌خواند. کنشگری در مصادیق خود از رسانه‌های اجتماعی پرترفدار مانند فیس‌بوک و توییتر تا وبلاگ‌های شخصی، سویه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و غیره کسب می‌کند». به همین دلیل اینترنت و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی مجازی مانند فیس‌بوک، توییتر، یوتیوب، مای‌اسپیس و حتی وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، فروم‌ها^۴ و جماعت‌های محتوایی^۵ نیز می‌توانند شیوه‌هایی از کنشگری را دنبال کنند. این امر باعث تسریع حرکت‌های شهروندی و بسیج اجتماعی افراد یا کاربران این سایت‌ها می‌شود (Aguayo, ۲۰۱۱: ۳۶۲-۳۶۵ [cited in]). به این ترتیب کنشگری اینترنتی نوعی کنشگری اجتماعی است که در فضای واقعی نیز امکان انعکاس می‌یابد.

۱. internet activism

۲- آنجلا جی آگوآیو (Angela J. Aguayo) استادیار دانشکده علوم ارتباطات و هنرهای رسانه‌ای دانشگاه ایلی‌نوی جنوبی است.

۳. Social Movement Media

۴. forums

۵. content communities

چارچوب مفهومی؛ (مفهوم قدرت در آرای اندیشمندان متأخر علم ارتباطات)

قدرت اساساً مفهومی مناقشه‌برانگیز است؛ این واژه نزد فلاسفه، اندیشمندان علوم سیاسی، جامعه‌شناسان، و متفکران علم ارتباطات در معانی متفاوتی به کار می‌رود. در این مقاله، به منظور ارائه تحلیل مفهومی از ماهیت قدرت و چگونگی بروز و اعمال آن در شبکه‌های اجتماعی مجازی، در ابتدا به بررسی و تشریح آثار صاحب‌نظران و متفکران برجسته این حوزه که مفهوم قدرت را در پیوند با رسانه‌های عصر اینترنت (هابرماس، کاستلز و نای) ارائه کرده‌اند می‌پردازیم. در هر بخش، دیدگاه اصلی هریک از این متفکران معاصر نسبت به قدرت و مبانی نظری و چارچوب‌های قابل استخراج از این مباحث که با سوژه‌های مورد بررسی نزدیکی بیشتری دارد، ارائه شده است. در پایان نیز، تطور مفهوم قدرت و کنشگری در عصر شبکه‌های اجتماعی، به طور اخص بررسی می‌شود؛

۱) هابرماس؛ حوزه عمومی و کنش ارتباطی، فراغت از قدرت نابرابر

بحث اصلی «یورگن هابرماس^۱» درباره قدرت، در چارچوب بررسی «وسیله گشتاری^۲» قدرت و پول در کتاب «گفتمان‌های فلسفی مدرنیسم» آمده است. در این کتاب که در سال ۱۹۸۷ به چاپ رسیده و مشتمل بر ۱۲ مقاله است، هابرماس اعتقاد دارد که قدرت از طریق سازمان تداوم می‌یابد، در حالی که اگر حقوق تملک، سازمانی دائمی برای هدایت جریان تصمیمات لازم‌الاجرا پیدا نکند، قدرت وجود نخواهد داشت. بنابراین قدرت نه تنها مستلزم اطاعت، بلکه در زمان پیوند با آمریت، مستلزم تعهد نیز هست. قدرت به وظیفه‌ای بر اساس ادعاهای هنجاری و معتبر نیاز دارد. در واقع این سخن هابرماس به بحث «وضعیت ایده‌آل گفتار» و معیارهای عقلانی او بازمی‌گردد.

۱. Jürgen Habermas

۲. Transcendental mean

ماهیت قدرت به گونه‌ای است که به طور عادی و روزمره موجب مقاومت در برابر کاربرد و مصرفش می‌شود (Habermas, ۱۹۸۷: ۲۷۰-۲).

اما نکته مهمی که هابرماس را به مثابه یک اندیشمند علم ارتباطات، از سایر متفکران پیشین متمایز می‌سازد، مطرح شدن موضوع «حوزه عمومی^۱» و اعتقادی است که وی به بحث‌های عقلانی و صورت‌بندی یا تدوین سلسله اقداماتی در جهت رساندن سایر شهروندان (فارغ از قدرت نابرابر)، به خیر مشترک دارد. به اعتقاد هابرماس طبقه بورژوازی صاحب ثروت، سواد و آگاهی، از این حوزه عمومی خاص استفاده کرد و نشریات ادبی و فرهنگی را پدید آورد که مبنای پیشرفت جامعه مدنی و حوزه عمومی و توسعه منفعت عمومی میان شهروندان شد (هابرماس، ۱۳۸۴). از دیدگاه هابرماس جوامع سرمایه‌داری به شدت در معرض بحران مشروعیت قرار دارند و این تهدید وجود دارد که توده مردم از وفاداری خود دست بشویند و دیگر انگیزه‌ای برای ادامه حمایت از آن نداشته باشند. وی سرچشمه اصلی بروز بحران را به تناقض‌های طبقاتی مربوط می‌داند. این که دولت مجبور است منافع طبقه ویژه‌ای (سرمایه‌دارها) و در عین حال وفاداری طبقه دیگری (توده مردم) را بدست آورد. بر این اساس هابرماس در خصوص معنای مشروعیت اظهار می‌دارد: «مشروعیت به معنای تایید و به رسمیت شناختن شایستگی یک نظم سیاسی است» و این چیزی نیست جز درستی و صحت ادعاهای آن مبنی بر عادلانه و بر حق بودن؛ به عبارت دیگر مشروعیت عبارت است از: هر پدیده یا امر که ارزش به رسمیت شناخته شدن و تایید از سوی حوزه عمومی یا افکار عمومی را داشته باشد. تعریف هابرماس از مشروعیت که عمدتاً ناظر به مشروعیت نظم سیاسی است، مبین آن است که مشروعیت یک داعیه اعتباری^۲ است که حاکی از اعتبار، اقتدار، هنجاری بودن، ارزشمند بودن یا عدم آن‌هاست. بر این مبنای ثبات و پایداری نظم مسلط، وابسته به شناسایی موقت آن است. به این ترتیب این مفهوم عمدتاً در ارتباط با

۱. Public sphere
۲. Validity claim

موقعیت‌هایی مطرح است که در آن مشروعیت یک نظام یا نظم مورد مناقشه قرار گرفته باشد یا به زیر سؤال رفته باشد، که در آن صورت می‌گوییم معضلات یا بحران‌های مشروعیت سر بر آورده‌اند. این جریان به صورت فرایند یا روندی رخ می‌نماید که طی آن یک طرف منکر وجود مشروعیت است و طرف دیگر مدعی وجود مشروعیت بوده و به آن اصرار می‌ورزد (نوذری، ۱۳۸۱: ۵۵۱-۵۵۰). از این رو، وی ابزار اصلی منازعه سیاسی را در درون حوزه عمومی، ابزاری جدید و بدون سابقه تاریخی می‌داند؛ استفاده عمومی از خرد جمعی نیز عمده‌ترین شکل انتقال پیام در این حوزه بود که هابرماس نمونه‌هایی همچون سالن‌ها در فرانسه، محافل ادبی-آموزشی در آلمان، و قهوه‌خانه‌ها در انگلستان را برای آن برمی‌شمارد. این حوزه‌های عمومی سه ویژگی مشترک داشتند؛ نخست این که همه شرکت‌کنندگان در بحث، از شأن و منزلت مساوی برخوردار بودند، دوم، مباحث بر موضوعاتی متمرکز بود که به ندرت مورد پرسش اشراف قرار می‌گرفت؛ و سوم این که هرکس مجاز به شرکت در مباحث آن بود (Laughey, ۲۰۰۷: ۴۹-۵۰). در این حوزه عمومی سرانجام اعمال مردم‌سالارانه‌ی قدرت، به ظرفیتی نهادی جهت انتقال مفاهیم تبدیل می‌شود که از طریق کنش ارتباطاتی، به صورت کنشی هماهنگ شده در می‌آید و در ایجاد روابط قدرت، نقش تکمیلی ایفا می‌کند. همچنین، جنبش‌های اجتماعی جدید، با توجه به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، تلاش کرده‌اند، تا از گسترش رسانه‌های خط دهنده (اصلی)، عمدتاً به وسیله افزایش پرسش‌های مربوط به «زندگی خوب غیر سودمند» نیز، جلوگیری به عمل آورند (استیونسون، ۱۳۸۹: آنلاین).

۲) کاستلز: قدرت و کنشگری، ظرفیتی مخلوق جامعه شبکه‌ای

«مانوئل کاستلز» در بین نظریه‌پردازان مطرح شده، اندیشمندی ویژه تلقی می‌شود. او حوزه‌های جامعه‌شناسی شهری، مطالعات سازمانی، مطالعات فضای مجازی،

-
۱. communicative action
 ۲. Manuel Castells

جنبش‌های اجتماعی، جامعه‌شناسی فرهنگ و اقتصاد سیاسی را در کنار هم مطالعه کرده، و بر این اساس یک تحلیل بین رشته‌ای از جهان پیچیده رسانه‌ای شده امروز به دست می‌دهد. نظریات وی در آخرین کتابش با عنوان «قدرت ارتباطات»^۱، چارچوب مفهومی این مقاله را تشکیل می‌دهد.^۲ کاستلز در این کتاب بر نقش شبکه‌های ارتباطی در قدرت‌سازی در جامعه و به ویژه قدرت سیاسی تأکید می‌کند. او قدرت را این‌طور تعریف کرده است: «قدرت، ظرفیتی رابطه‌ای است که یک کنشگر اجتماعی را قادر می‌سازد تا به گونه‌ای ناهم‌سنگ^۳ و از راه‌هایی که خواسته‌ها، منافع و ارزش‌های کنشگران صاحب قدرت را برآورده سازد، بر تصمیمات سایر بازیگران یا کنشگران اجتماعی تأثیر گذارد. قدرت، یا با اجبار و تحمیل (و یا امکان بروز آن) معنا می‌یابد، و یا از طریق مفهوم‌سازی بر مبنای گفتمان‌هایی که کنشگران اجتماعی عملکردشان را با توجه به آن گفتمان‌ها هدایت می‌کنند. روابط قدرت بر مبنای حاکمیت^۴ شکل می‌گیرد و این همان قدرتی است که درون نهادهای جامعه تعبیه شده است. ظرفیت رابطه‌ای قدرت، مشروط به ظرفیت ساختاری حاکمیت است اما به‌واسطه آن تعیین نمی‌شود. نهادهایی می‌توانند در روابط قدرت سهمی باشند که بر حاکمیتی که برای این نهادها پیرامون حوزه‌های موضوعی‌شان به وجود آمده است، متکی باشند» (Castells, ۲۰۰۹: ۱۰).

بر این اساس قدرت یک ویژگی افراد یا گروه‌ها نیست، بلکه یک رابطه است. این تعریف به صورت آشکار با شبکه‌ها و نظریه‌های جامعه شبکه‌ای و نقش مناسب که توضیح داده می‌شود، متناسب است. ادعای اصلی کاستلز این است که (۱) شبکه‌های

۱. Communication Power

۲- کتاب «قدرت ارتباطات» از سوی یکی از نویسندگان این مقاله (حسین بصیریان جهرمی) ترجمه شده است و در دست انتشار قرار دارد؛ نک: <http://www.ric.ir/news.php?extend.۷۵۷>

۳. asymmetrically

۴. domination

ارتباطی، نقش اصلی را در قدرت‌سازی در هر شبکه‌ای، از جمله شبکه‌های شرکتی، مالی، صنایع فرهنگی، فناوری یا شبکه‌های قدرت، دارند و ۲) برنامه‌ریزی تک شبکه‌ها و انتقال داده‌ها میان شبکه‌های گوناگون، از منابع اصلی قدرت محسوب می‌شوند (Castells, ۲۰۰۹: ۴۲۹).

کاستلز چهار شکل قدرت را در شبکه‌ها از هم متمایز می‌کند. البته عناوینی که او به این اشکال قدرت می‌دهد، کمی گیج‌کننده و پیچیده به نظر می‌رسند.

الف) قدرت شبکه‌بندی^۱: منتسب به قدرت بازیگران و سازمان‌های درگیر در شبکه‌هایی است که هسته جامعه شبکه‌ای جهانی را در فراسوی اجتماعات یا افراد انسانی که در این شبکه‌های جهانی درگیر نیستند، تشکیل داده‌اند. این شکل از قدرت بر اساس سیاست جذب/دفع^۲ عمل می‌کند. به بیان دیگر، تعیین می‌کند چه کسی و چه چیزی وارد شبکه شود. کاستلز در اینجا «نظریه دروازه‌بانی شبکه»^۳ را پیش می‌کشد، و فرایندهای گوناگونی را مرتبط با گره‌های برخوردار یا محرومانده از اتصال به شبکه، مورد بررسی قرار می‌دهد. او در پی آن است که نقش کلیدی ظرفیت دروازه‌بانی را به منظور تأکید بر قدرت تجمعی برخی از شبکه‌ها بر سایرین، و یا یک شبکه معین^۴ بر واحدهای اجتماعی منفصل شده، نشان دهد. پس محتمل است که اعمال راهبردهای دروازه‌بانی، همچون ایجاد دسترسی محدود برای کسانی که به شبکه اعتباری نمی‌افزایند و یا منافع حاکم بر برنامه‌های شبکه را به مخاطره می‌اندازند، از این طریق به منصفه ظهور برسد.

ب) قدرت شبکه^۵: قدرت شبکه، قدرت پروتکل‌های ارتباطات شبکه‌ای است. ابداعی که بیش از همه چیز اینترنت را تحت تاثیر قرارداد پروتکل ارتباطی^۶ یا تی.سی.سی.

۱. Networking Power
۲. exclusion/ inclusion
۳. Network gatekeeping theory
۴. a given network
۵. Network Power
۶. The Communication Protocol

پی/آی پی بود. برای برقراری ارتباط میان رایانه‌ها و سیستم‌هایی که با هم تفاوت بسیار دارند، و برای اتصال شبکه‌های گسترده‌ای که معماری و ویژگی‌های متفاوت دارند، نیاز به وجود پروتکل داریم. در سال ۱۹۷۳ یک گروه، شامل متخصصانی از آریپا، دانشگاه استنفورد، بی. بی. ان، و یو. سی. ال. ای، پروتکل کنترل انتقال^۱ (تی. سی. پی) را ایجاد کردند که به همراه پروتکل اینترنت (آی. پی) هسته مرکزی اینترنت را، حتی تا به امروز تشکیل داده‌اند. کاستلز این انگاشت فنی را در ارتباط با شبکه‌های ارتباطی به معنای وسیع آن به کار می‌گیرد. ارتباط شبکه‌های اجتماعی باید استانداردهای تکوین یافته‌ای را در شبکه‌های ساختاری و مدیریتی اقتباس کند. کاستلز به عنوان مثال در *ارتباط جمعی خودانگیز*^۲ مشخص می‌کند که تنوع و تمایز اشکال باعث می‌شود که پخش‌شدگی پیام‌ها در جهان امروز ما، از کنترل خارج شود.

ج) *قدرت شبکه‌ای*^۳: قدرت شبکه‌ای به معنی تسلط گروه‌های ویژه‌ای بر سایر گروه‌ها در شبکه است. این در واقع قدرت مدیریتی، قدرت تعیین دستور کار، و رویکردهای وابسته به سردبیری و تصمیم‌سازی در سازمان‌هایی است که شبکه دارند.

د) *قدرت شبکه‌سازی*^۴: قدرت شبکه‌سازی به معنی ظرفیت ایجاد و برنامه‌ریزی یک شبکه چند رسانه‌ای یا ارتباط جمعی سنتی است. شرکت‌های رسانه‌ای چه خصوصی باشند و چه دولتی، دارای قدرت شبکه‌سازی هستند. در تحلیل کاستلز این نوع قدرت مهم‌ترین شکل قدرت است. این بدان معناست که انتقال‌دهندگان و برنامه‌ریزان، صاحبان قدرت در جامعه شبکه‌ای هستند. البته برنامه‌ریزی مجدد به وسیله ارتباط جمعی خودانگیز می‌تواند این وضعیت را به چالش بکشد (Castells, ۲۰۰۹: ۴۲-۴۷).

۱. Transfer Control Protocol
 ۲. Mass-self Communication
 ۳. Networked Power
 ۴. Network-Making Power

کاستلز همچنین در خصوص قدرت شبکه‌سازی در دنیای شبکه‌ها، و توانایی به کار گرفتن کنترل بر دیگران به دو ساز و کار اصلی وابسته به هم اشاره کرده است: (۱) توانایی ساخت شبکه/ها، و برنامه‌ریزی/برنامه‌ریزی مجدد شبکه‌ها تا حدی که اهداف تعیین شده برای شبکه را محقق سازند، و (۲) توانایی اتصال و اطمینان از همکاری شبکه‌های گوناگون از طریق به اشتراک‌سپاری اهداف مشترک و ادغام منابع؛ او یادآور می‌شود که نخستین گروه از نگاه‌دارندگان جایگاه قدرت در شبکه، برنامه‌ریزان هستند و دومین گروه، سوئیچرها (راه‌گزین‌ها) نام دارند. نکته مهم این که برنامه‌ریزان و سوئیچرها، یقیناً کنشگران و بازیگران اجتماعی محسوب می‌شوند، اما لزوماً به مثابه یک گروه خاص یا منحصر به فرد شناخته نمی‌شوند؛ با این همه، کاستلز معتقد است که در بسیاری از موارد نگاه‌دارندگان قدرت، خودشان جزئی از شبکه‌ها هستند. آنها انتزاعی، ناآگاه، و خودکار یا ماشینی شده نیستند، بلکه انسان‌هایی هستند که اطراف پروژه‌ها و منافع خود حلقه زده‌اند. همچنین، آنها تنها کنشگران موجود، در میان افراد، گروه‌ها، طبقه‌ها، رهبران دینی و رهبران سیاسی نیستند، چراکه به‌کارگیری قدرت در جامعه شبکه‌ای نیازمند مجموعه‌ای پیچیده از کنش‌های مرتبط با هم است که ورای پیوستگی‌هایی که منجر به ترکیبی تازه از سوژه می‌شوند، وابسته به چیزی هستند که به طرز موشکافانه و اندیشمندانه‌ای در قالب مفهوم شبکه-کنشگر^۱ تئوریزه شده‌اند (Castells, ۲۰۰۹).

شناخت ساختار روابط قدرت از طریق ارتباطات در یک جامعه شبکه‌ای نیازمند تلفیق سه جزء اساسی فرآیندی است که کاستلز آنها را این‌گونه معرفی کرده است:

✓ تعینات ساختاری مرتبط با قدرت سیاسی و اجتماعی در یک جامعه شبکه‌ای

جهانی

✓ تعینات ساختاری مرتبط با فرآیند ارتباط جمعی تحت تأثیر شرایط سازمانی، فرهنگی، و فناوری در زمان ما

✓ پردازش شناختی مرتبط با علائم ارائه شده توسط نظام ارتباطاتی به ذهن بشر، به گونه‌ای که به لحاظ سیاسی با کنش اجتماعی ارتباط یابد (Castells, ۲۰۰۹, xi).

۳) نای: قدرت سخت و قدرت نرم، معطوف به قدرت سایر

از دیدگاه «جوزف نای»^۱، قدرت در عمومی ترین سطح، یعنی توانایی به دست آوردن نتایجی که شخص خواهان آن است (نای، ۱۳۸۷: ۳۸). از این منظر، بدون قدرت، رهبری امکان‌پذیر نیست. آنهایی که در یک رابطه، قدرت بیشتری دارند برای ایجاد تغییر یا مقاومت در برابر آن از جایگاه بهتری بهره‌مند هستند (Naye, ۲۰۰۸). همچنین قدرت به معنی توانایی تأثیرگذاری بر رفتار دیگران به گونه‌ای که موجب اتفاق افتادن آن چیزی که ما می‌خواهیم، می‌باشد. بنابراین، قدرت قابلیت نفوذ در رفتار دیگران برای دستیابی به نتایج دلخواه است که به دو بخش تقسیم می‌شود: نرم (ارزش، فرهنگ، سیاست، نهاد، اولویت جذب مخاطب) و سخت (قدرت نظامی و اقتصادی).

به تعبیر نای، «پایان جنگ سرد، آغاز جنگ نرم» محسوب می‌شود و فضای مجازی ابزار قدرت نرم و قدرت نرم نیز، مرجع تولید فضای مجازی شده است (نای، ۱۳۸۷). بر همین اساس در فضای مجازی وضعیت به نحو پیچیده و شبکه‌ای تعریف می‌شود. جوزف نای در کتاب *آینده قدرت*^۲ این استدلال را مطرح می‌کند که در دنیای اطلاعات که مبتنی بر عدم امنیت در فضای سایبری است، توزیع قدرت در قیاس با انتقال قدرت می‌تواند تهدید بزرگتری برای دولت‌ها باشد (Nye, ۲۰۱۱: ۱۱۳). نای در مصاحبه با مرکز راهبرد عمومی دانشگاه‌هاروارد^۳، در این زمینه می‌گوید:

۱. Joseph Nye

۲. The Future of Power

۳. Harvard University, Center for Public Leadership

«تعاریف علوم اجتماعی نوین از قدرت رفتاری، بعضاً با عنوان "سه روی قدرت" خلاصه می‌شوند. اولین جنبه یا "روی" قدرت در دهه ۱۹۵۰ توسط رابرت دال^۱ طی تحصیل در دانشگاه نیوهاون^۲ تعریف شد. تمرکز او بر روی وادار ساختن افراد برای انجام کاری که در شرایط دیگر آن را انجام نمی‌دهند، امروزه به طور وسیعی کاربرد دارد، اگر چه تنها بخشی از رفتار قدرت را شامل می‌شود. در دهه ۱۹۶۰ دو دانشمند علوم سیاسی به نام‌های پیتر باچراچ^۳ و مورتون باراتز^۴ به این موضوع اشاره کردند که تعریف دال فاقد چیزی است که آن‌ها "روی دوم قدرت" می‌نامیدند؛ و آن همان بُعد تعیین برنامه، یا تنظیم مسائل به نحوی است که مسئله تحمیل و اجبار هرگز مطرح نشود. در دهه ۱۹۷۰، یک جامعه‌شناس به نام استیون لوکز^۵ عنوان کرد که عقاید و باورها نیز در شکل دادن به سلايق ديگران موثر هستند، و فرد با تعیین خواسته‌های ديگران نیز می‌تواند اعمال قدرت نماید. در سال ۱۹۹۰، من قدرت سخت و نرم را همراه با دامنه‌ای از رفتار اجباری تا انتخابی، از یکدیگر متمایز کردم. رفتار قدرت سخت بر پایه اجبار و پرداخت قرار دارد، اما رفتار قدرت نرم بر اساس تدوین دستور کار و جذب یا ترغیب استوار است. حتی کشورهای بزرگی مانند آمریکا، که منابع عظیمی از قدرت سخت و نرم را در اختیار دارند، خود را در حال تقسیم عرصه با بازیگران جدید و مواجه شدن با مشکلات بیشتر در کنترل مرزهایشان در حوزه سایبر می‌یابند. فضای سایبر جای فضای جغرافیایی را نخواهد گرفت و حاکمیت دولت را منسوخ نخواهد ساخت، اما پراکندگی قدرت (و ایجاد کنش) در فضای سایبر وجود

خ

و

۱) کنشگری و قدرت در فضای مجازی؛ مؤلفه‌ها و مصداق‌ها

ه

د

۱. Robert Dahl
۲. New Haven University
۳. Peter Bachrach
۴. Morton Baratz
۵. Steven Lukes

د

/

شد

ت

و

/

ع

م

/

چنانچه از بخش پیشین برمی آید، قدرت امروزه در چارچوب‌هایی جدید پا به عرصه رقابت گذاشته و از روش‌ها، ابزار، اهداف و تکنیک‌های متعارض با یکدیگر بهره می‌برد. کاستلز در این باره در مقاله خود با عنوان «ارتباطات، قدرت و پادقدرت»، فرضیه‌هایی جهت شناخت دلایل تحول قدرت در تعامل با کنشگری مطرح ساخته است، که مؤلفه‌های اصلی آن، که برای رسانه‌های مبتنی بر وب مصداق دارند (Castells, ۲۰۰۷: ۲۳۹) عبارتند از:

- ✓ نقش برجسته سیاست‌های رسانه‌ای و تعامل آن با بحران مشروعیت سیاسی^۱ در بسیاری از کشورها در سراسر جهان
- ✓ نقش کلیدی رسانه‌های جمعی جایگزین و سازگار با نیازها^۲ در ساخت فرهنگ
- ✓ ظهور فرم جدیدی از ارتباطات مرتبط با فرهنگ و فن‌آوری جامعه شبکه‌ای و مبتنی بر شبکه‌های افقی ارتباطی (آنچه که وی نامش را ارتباط جمعی خودانگیز^۳ یا به تعبیری خودگزین می‌گذارد).
- ✓ استفاده از هر دو نوع ارتباطات جمعی (ارتباط جمعی جهت‌داده شده^۴ و ارتباط جمعی خودانگیز) در برقراری رابطه بین قدرت، در سیاست رسمی^۵، در سیاست‌های ترمرد جوانه^۱ و در بازنمودهای جدید جنبش‌های اجتماعی^۲.

۱. The crisis of political legitimacy

۲. segmented, customized mass media

۳- کاستلز این اصطلاح را Mass-self Communication می‌نامد. او استدلال خود را از این تعبیر در کتاب جدیدش (قدرت ارتباطات) این گونه بیان کرده است: به این دلیل «ارتباط جمعی» است که به طور بالقوه می‌تواند به مخاطب جهانی دست یابد، چنانچه در ارسال یک فیلم ویدئویی بر روی یوتیوب، پیوندهای آر. اس. اس یک بلاگ با شماری از منابع وب، و یا یک پیام به فهرستی گسترده از ایمیل، می‌توان از آن بهره گرفت. همزمان «ارتباط خودانگیز» هم محسوب می‌شود، چراکه به لحاظ تولید پیام، خود-تولید (self-generated) است، از نگاه دریافت‌کننده یا دریافت‌کنندگان بالقوه‌اش، خودگردان (self-directed)، و در مقام بازیابی محتوا یا پیام‌های خاصی که بر بستر شبکه گسترده جهانی (اینترنت) و شبکه‌های ارتباطی الکترونیک موجود هستند، خود-گزین (self-selected) تلقی می‌گردد. هر سه نوع ارتباطات (میان فردی، جمعی و خودانگیز)، هم‌زیست، میان‌کنش، و مکمل همدیگر هستند، تا این که جایگزینی برای هر کدام محسوب شوند (Castells, ۲۰۰۹: ۵۵).

۴. one-directional mass communication

۵. formal politics

جوزف نای نیز در تازه‌ترین اثر خود با عنوان *آینده قدرت*^۳ این استدلال را مطرح می‌کند که در دنیای اطلاعات که مبتنی بر عدم امنیت در فضای سایبری است، توزیع قدرت در قیاس با انتقال قدرت می‌تواند تهدید بزرگتری برای دولت‌ها باشد (Nye, ۱۱۳: ۲۰۱۱). نای در این کتاب به نوع دیگر نگاه کردن به قدرت (یا به زعم او قدرت سخت و قدرت نرم) در حوزه سایبر، پرداخته است. جدول ۱، سه وجه قدرت رابطه‌ای را از دیدگاه نای، نشان می‌دهد؛

جدول ۱- سه وجه قدرت در فضای سایبر (Nye, ۲۰۱۱, Ch. ۵)

سه وجه قدرت در حوزه سایبر	مصادیق قدرت
<p>وجه اول:</p> <p>«الف»، «ب» را به انجام کاری وادار می‌کند که خود «ب» در شرایط عادی آن را انجام نمی‌داد.</p>	<p>قدرت سخت: ممانعت از حملات سرویس، جاسازی بدافزارها، ایجاد اختلال در کنترل نظارتی و جمع‌آوری داده‌ها (SCADA)^۴ و دستگیری وبلاگ نویسان</p> <p>قدرت نرم: برنامه‌های تبلیغاتی برای تغییر سلیقه اصلی هکرها، جذب اعضای سازمان‌های تروریستی</p>
<p>وجه دوم:</p> <p>کنترل دستور کار^۵؛ «الف» با کنار گذاشتن «ب»، را از انتخاب منع می‌کند.</p>	<p>قدرت سخت: فایروال‌ها، فیلترها، و فشار بر شرکت‌ها برای کنار گذاشتن برخی عقاید</p> <p>قدرت نرم: کنترل آی. اس. پی‌ها و موتورهای جستجو، قوانین (ICANN)^۱ در مورد نام دامنه‌ها و استانداردهای</p>

۱. insurgent politics
۲. new manifestations of social movements
۳. The Future of Power
۴. SCADA (Supervisory Control and Data Acquisition)
۵. Agenda Control

پذیرفته شده در مورد نرم افزارها	
قدرت سخت: تهدید به تنبیه وبلاگ نویسانی که مطالب سانسور شده را منتشر می کنند	وجه سوم:
قدرت نرم: اطلاعات برای ایجاد اولویتها (مثلا تحریک ملی گرایی و هکرهای میهن پرست ^۲ ، به وجود آوردن هنجارهای انزجارآور (مانند هرزه نگاری کودکان)	«الف»، «ب» سلیق «ب» را طوری شکل می دهد که برخی از راهبردها، حتی مطرح هم نمی شوند.

۲- مصادیقی از قدرت در فضای سایبر

در فضای سایبر شواهدی از رفتار قدرت و کنش را می توان در تمام جنبه ها یافت. اولین وجه قدرت، قابلیت یک بازیگر برای وادار کردن دیگران به انجام چیزهایی بر خلاف سلیقه یا راهبردهای اصلی خودشان است. نمونه های مرتبط با قدرت سخت می توانند شامل حملات انکار سرویس، به علاوه دستگیری وبلاگ نویسان مخالف یا به نوعی جلوگیری از کار آنها باشد. برای مثال، در دسامبر ۲۰۰۹، کشور چین یک وبلاگ نویس و فعال کهنه کار حقوق بشر به نام لیو جیاو^۳ را به دلیل تحریک به براندازی نظام به ۱۱ سال حبس محکوم کرد، و محدودیت های جدیدی را برای ثبت و راه اندازی وبسایت ها توسط افراد وضع نمود. یک ارائه دهنده خدمات میزبانی وب در چین این یادداشت را گذاشته بود که «به مدت ۹ سال یک کار موفق و قانونی را اداره کرده ام، اما اکنون ناگهان به من می گویند که کاری که می کنم مرا یک مجرم می سازد» (The Economist, ۲۰۱۰).

در زمینه قدرت نرم، یک فرد یا سازمان ممکن است تلاش نماید تا دیگران را متقاعد سازد که رفتارشان را تغییر دهند. هنگامی که مقامات ژاپنی موضعی اتخاذ

۱. ICANN (Internet Corporation for Assigned Names & Numbers)

۲. patriotic hackers

۳. Liu Xiaobo

می‌کردند که مغایر نگرش چینی‌ها در مورد روابط دهه ۱۹۳۰ بین دو کشور بود، حکومت چین از اینترنت برای بسیج دانش‌آموزان به منظور تظاهرات علیه ژاپن استفاده می‌کرد. هدف ویدئوهای القاعده در اینترنت جذب افراد برای آرمان خودشان است که مثالی دیگر برای استفاده از قدرت نرم جهت تغییر افکار و سلاطین اصلی مردم به حساب می‌آید.

دومین وجه قدرت، تدوین یا تعیین برنامه است که در آن یک بازیگر با کنار گذاشتن راهبردهای بازیگران دیگر، گزینه‌های پیش روی آنان را حذف می‌کند. اگر این کار خلاف میل آنان باشد، آنگاه جنبه‌ای از قدرت سخت خواهد بود اما اگر به عنوان یک کار مشروع پذیرفته شود، مثالی از قدرت نرم خواهد بود. نای با استناد به آمار موسسه «اُپن نت اینیشیاتیو» (ONI)^۱، که هدفش نظارت و گزارش فیلترینگ اینترنت و کارهای نظارتی کشورها در این حوزه است، دست‌کم ۴۰ کشور از فیلترها و فایروال‌های به شدت محدود کننده استفاده می‌کنند تا جلوی بحث در مورد موضوعات مشکوک را بگیرند (ONI, ۲۰۱۳). هجده کشور درگیر سانسور سیاسی هستند که این امر در چین، ویتنام، لیبی، اتیوپی و عربستان چشمگیر توصیف شده است. دولت ایران نیز به طور مثال در سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی در بهمن‌ماه ۱۳۸۸، به منظور جلوگیری از ارسال احتمالی فیلم‌های تظاهرات به سایت یوتیوب از سوی معترضان انتخابات همان سال، سرعت اینترنت را کاهش داد. علاوه بر این‌ها بیش از ۳۰ کشور بنا به دلایل اجتماعی سایت‌های مرتبط با موضوعاتی چون سکس، قمار و مواد مخدر را فیلتر می‌کنند. حتی در آمریکا و بسیاری از کشورهای اروپایی به صورت «گزینه‌ی» عمل فیلترینگ انجام می‌گیرد. این کار گاهی پذیرفته می‌شود و گاهی نه. اگر فیلترینگ مخفیانه و محرمانه باشد، برای شهروندان سخت است که بدانند چه چیزی را نمی‌دانند! فن‌آوری‌های فیلترینگ نسل اول در نقاط به اصطلاح بازرسی اینترنتی نصب می‌شوند و کارشان

۱. Open Net Initiative (ONI) ; <http://opennet.net>

جلوگیری از دسترسی به فهرستی از پیش تعیین شده از وبسایتها و آدرسها است. آنها اغلب برای کاربران شناخته شده هستند، اما اکنون آنها را با فن‌آوری‌های هوشمندتری تکمیل کرده‌اند که پنهانکارتر و پویاتر عمل می‌کنند. در برخی موارد، آنچه که برای یک گروه، قدرت سخت به نظر می‌رسد، برای دیگری جذاب قلمداد می‌شود. پس از شورش‌های زینگ‌جیان^۱ در سال ۲۰۰۹، چین هزاران وبسایت را مسدود و پیامکها را سانسور کرد. این کار ارتباطات را برای ساکنان منطقه مشکل‌تر کرد، اما در عوض باعث رواج جایگزین‌های داخلی برای سایت‌هایی چون یوتیوب، فیس‌بوک و توییتر گردید که از نظر هکرهای میهن‌پرست جالب بود (La Franriere & Ansfield, ۲۰۱۰).

همچنین وقتی صنعت موسیقی بیش از ۱۲ هزار آمریکایی را به دلیل سرقت مالکیت معنوی از طریق دانلود غیرقانونی موسیقی مورد پیگرد قرار داد، کسانی که مورد تعقیب بودند، و حتی کسانی که از آنها شکایت نشده بود، این تهدید را به عنوان قدرت سخت قلمداد کردند، اما هنگامی که یک شرکت فراملی مانند اپل تصمیم گرفت که اجازه ندهد برنامه‌های ویژه‌ای روی آیفون دانلود شوند، بسیاری از خریداران حتی کمترین خبری از این [مخاطرات] خبر نمی‌یابند و تعداد کمی از آنها الگوریتم‌هایی که جستجوهای آنها را هدایت می‌کنند، را درک می‌کنند.

سومین وجه قدرت این است که یک بازیگر به سلاقی اصلی بازیگران دیگر شکل می‌دهد تا برخی از راهبردها حتی مجال مطرح شدن هم نیابند. هنگامی که شرکت‌ها تصمیم گرفتند یک کد را به جای کد دیگر برای محصولات نرم‌افزاری‌شان استفاده کنند، خریداران کمی به این موضوع توجه کردند (Lessig, ۱۹۹۹).

حکومت‌ها نیز ممکن است تبلیغاتی را برای نامشروع ساختن عقاید معینی انجام دهند. آنچنان که کشور چین مذهب فالون‌گونگ^۲ و انتشار افکار آن را در اینترنت محدود

۱. Xingjian

۲. Falun Gong religion

کرده و بدین ترتیب شناختن آن را برای مردم چین مشکل ساخته است. عربستان نیز، برخی از سایت‌ها را، برای شهروندانش غیرقابل دسترس ساخته است. حتی دولت آمریکا تدابیری را علیه شرکت‌های کارت اعتباری وضع کرده است تا قماربازی اینترنتی برای شهروندانش [در پاره‌ای موارد] ناممکن گردد. فرانسه و آلمان از صحت در مورد ایدئولوژی نازی در اینترنت جلوگیری می‌کنند. در موارد معدود، همچون هرزه‌نگاری کودکان، یک اجماع گسترده در تمام فرهنگ‌ها برای محدود ساختن دسترسی به برخی عقاید و تصاویر وجود دارد (Nye, ۲۰۱۱).

در مجموع ادبیات موجود در زمینه ارتباط میان قدرت نرم و فضای مجازی، و این که چگونه شبکه‌های گوناگون اینترنتی با خدمات متعدد و متنوعی که ارائه می‌دهند، می‌توانند به عنوان ابزاری برای قدرت نرم عمل کنند، [در گذشته] بسیار اندک بوده است (عاملی، ۱۳۸۹: ۳۳). اما با فراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی، در کانون توجهات جهانی و کاربران اینترنت، حجم انبوهی از محتوا در این زمینه تولید شده است. در ادامه برخی از نمونه‌های کنشگری و مصادیقی از آن در شبکه‌های اجتماعی (با تأکید بیشتر بر فیس‌بوک) آمده است.

۳- مصادیق‌های کنشگری در رسانه‌های اجتماعی

همان گونه که گفته شد «کنشگری» (با تعریفی که در ابتدای مقاله بیان گردید) در قالب نهادهایی همچون سندیکاها، شوراها، انجمن‌ها، کانون‌ها و تشکل‌های برآمده از شهروندان، می‌تواند به عنوان «مجربایی برای پیشبرد گفتمان خود» وارد صحنه شود. لذا «اعتراض، تحصن، اعتصاب، تظاهرات و در صورت لزوم سایر کنش‌های جمعی، قدرت سیاسی را وادار به واکنش می‌کنند» (Castells, ۲۰۰۹: ۴۷-۴۸). در این خصوص می‌توان مابه‌ازای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی فعالیت‌های شبکه‌وندان^۱ (شهروندان

۱. Netizens

مجازی) را به عنوان مصادیقی عینی از «کنشگری» و یا به بیانی دیگر «مجرایی برای پیشبرد گفتمان خود» در شبکه‌های اجتماعی برشمرد. در واقع کنشگران سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، هنری و ادبی مجرای مقاومت در شبکه‌های مجازی اینترنتی را، میزان مشارکت فعالانه خود در این فضا یافته‌اند. اکنون به برخی از برجسته‌ترین موارد آن اشاره می‌شود؛

الف) کنشگری در جایگاه زمینه‌ساز یک انقلاب سیاسی

«جنبش جوانان شش آوریل^۱»، گروه فیس‌بوکی مصری بود که توسط احمد ماهر^۲ در بهار ۲۰۰۸ میلادی برای حمایت از کارگران شهر صنعتی المحله الکبری^۳ که برای اعتصاب در تاریخ شش آوریل برنامه داشتند، شکل گرفت. فعالان به شرکت‌کنندگان گفتند تا سیاه بپوشند و روز اعتصاب در خانه بمانند. وبلاگ‌نویسان و شهروند خبرنگاران از فیس‌بوک، توئیتر، فلیکر، وبلاگ‌ها و دیگر ابزارهای رسانه برای گزارش اعتصاب، و هشدار به شبکه‌ها درباره فعالیت پلیس، سازماندهی حفاظت قانونی و جلب نظرها به تلاش‌هایشان استفاده کردند (Wolman, ۲۰۰۸)؛ تا ژانویه ۲۰۰۹ این گروه حدود ۷۰ هزار عضو عمدتاً جوان و تحصیل‌کرده داشت که بیش‌ترشان تا پیش از آن در سیاست فعال نبودند؛ دغدغه‌های اصلی آن‌ها شامل نبود آزادی بیان، وجود خویشاوندسالاری در دولت و اقتصاد راكد کشور بود. همچنین اعضای گروه چند راهپیمایی عمومی را برای آزاد کردن خبرنگاران دربند و اعتراضات مرتبط با جنگ غزه ۲۰۰۸-۲۰۰۹ در اعتراض به اسرائیل سازماندهی کردند (Shapiro, ۲۰۰۹).

این گروه اینترنتی پس از بیداری مردم تونس و تحت‌تأثیر پیروزی معترضان بر نظام آن کشور، اولین فراخوان برای انجام این اعتراضات را برای روز ۲۵ ژانویه اعلام

۱. April ۶ Youth Movement

۲. Ahmad Maher

۳. El-Mahalla El-Kubra

کرد. این روز از آن جهت پیشنهاد شد که «روز ملی پلیس» در مصر است. ده‌ها هزار نفر از افراد مشهور، هواداران فوتبال و اعضای گروه‌های اپوزیسیون در صفحات فیس‌بوک‌شان اعلام کردند که در تظاهرات شرکت خواهند داشت. وزارت کشور اعلام کرده بود که با قاطعیت با قانون‌شکنان برخورد خواهد کرد؛ چراکه بر اساس قانون شرایط اضطراری، تظاهرات خیابانی ممنوع است؛ در واقع گفتمان قدرت، بر اساس قانون شرایط اضطراری برگزاری هرگونه تظاهرات خیابانی را در کشور مصر ممنوع اعلام کرده بود. اما ایجاد «مجربایی برای پیشبرد گفتمان خود» که برآمده از قدرت رسانه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، توییتر و...) بود، این قانون را به چالش طلبید. با این حال محمد البرادعی چهره سرشناس اپوزیسیون نیز از اعتراض حمایت کرده و گفت وقت آن است که مخالفان حکومت مصر قدم در راه تونس بگذارند (AFP-online, ۲۰۱۱).

به زعم فعالان سیاسی، سهمیه بروز کنشگری در شبکه اجتماعی فیس‌بوک تا جایی بود که پس از پیروزی مردم و سرنگونی مبارک، «وائل غنیم» از فعالان سیاسی این کشور و یکی از کاندیداهای دریافت جایزه صلح نوبل، خواستار ملاقات با بنیانگذار فیس‌بوک شد^۱. البته بنا به گفته وب‌سایت مشرق نیوز، مارک زوکربرگ^۲ موسس فیس‌بوک خود اعتقادی به اهمیت شبکه‌های اجتماعی در انقلاب‌های مردمی کشورهایمانند مصر و تونس ندارد و آن را ناچیز دانسته و گفته است چنین ادعایی ناشی از غرور بیش از حد تلقی می‌شود.^۳ برخی از منابع نیز در تحلیل این موضوع، به این نگرش برچسب «توهم شبکه»^۴ زده‌اند (Morozov, ۲۰۱۱: xvi & ۳۱; Goldsmith, ۲۰۰۶).

۱. <http://edition.cnn.com/۲۰۱۱/TECH/innovation/۰۲/۲۱/egypt.internet.revolution/index.html>

۲. Mark Zuckerberg

۳. <http://www.mashreghnews.ir/fa/news/۴۸۵۶۷/>

۴. network illusion

در واقع می‌توان به این نتیجه رسید که رسانه‌های اجتماعی مجازی، حتی اگر نقش اصلی را در این جنبش‌های مردمی بویژه مصر و تونس نداشتند، اما بنا به گفته آیمَن محی‌الدین^۱ خبرنگار نام‌آشنای الجزیره که دقایقی قبل از تعطیلی کامل اینترنت نوشته بود: «سرویس اینترنت در همه جا از کار افتاده است، اما ما از روش‌های جایگزین در روز جمعه استفاده می‌کنیم و پیام‌ها را توثیق خواهیم کرد»، به این ترتیب می‌توان گفت که ۲۸ ژانویه ۲۰۱۱ (روز تاریخی مصر) مبارک دیکتاتور پس از مدت‌ها، توسط اعتراضات سازماندهی شده جوانان در میدان تحریر مورد هدف قرار گرفت و تضعیف شد که این یکی از جلوه‌های انعکاس قدرت مجازی در فضای واقعی بود؛ «از فیس‌بوک به میدان تحریر و از میدان تحریر به فیس‌بوک». حتی می‌توان گفت برکناری محمد مُرسی (رئیس جمهور منتخب مصر پس از مبارک) در ۳ ژوئیه ۲۰۱۳ نیز، به یک اعتبار از طریق صفحه فیسبوک مخالفان وی موسوم به «جنبش تمرّد» سازماندهی گردید.^۳

ب) کنشگری در مقام یک چالش اقتصادی بین‌المللی:

۱. Ayman Mohyeldin

۲- نام این جنبش در عربی «حرکه تمرّد» است که برای برگزاری تظاهرات در میدان تحریر، فراخوان نافرمانی علیه مُرسی را در فیس‌بوک منتشر می‌کرد و در کنار سایر عوامل موثر افتاد (نک: www.facebook.com/Tmrood).

۳- در بازنگری نهایی این مقاله، شاهد تحولات شدیدی در مصر بودیم که پس از برکناری محمد مُرسی از سوی ارتش به وجود آمده بود؛ اما نکته‌ی مهمی که در پیوند با این کارکرد فیسبوک به لحاظ تأثیرگذاری اهمیت دارد، توجه به این مسأله است که حتی پس از برکناری وی از مقام ریاست جمهوری در تیرماه ۱۳۹۲ نیز، حزب آزادی و عدالت مصر (که شاخه سیاسی اخوان‌المسلمین محسوب می‌شود) در صفحه رسمی خود در فیسبوک که بیش از ۱/۲ میلیون دنبال‌کننده دارد (نک: www.facebook.com/FJParty.Official)، مجدداً نسبت به برپایی تجمعاتی برای بازگرداندن مُرسی به قدرت اطلاع‌رسانی می‌کند. همچنین دکتر عصام العریان^۳، معاون حزب آزادی و عدالت، در صفحه‌ی فیس‌بوکش برای سازماندهی معترضان و ترغیب آنها به تحصن در مکان‌های جدیدی نظیر «میدان رابعه العدویه» و «میدان النهضه» از قدرت کنشگری فیس‌بوک، که در برکناری مبارک تأثیر فراوانی گذاشته بود، یاری می‌جوید؛ (نک: www.facebook.com/Dr.Essam.Elerian).

هفدهم سپتامبر ۲۰۱۱ میلادی، برخی از جوانان آمریکایی در خیابان «وال استریت»، مقر بورس نیویورک در اعتراض به اوضاع وخیم اقتصادی و اختلاف طبقاتی آمریکا و سیاست کنونی این کشور دست به تظاهرات گسترده زدند. در این تجمع، که به «تسخیر وال استریت»^۱ مشهور است، معترضان از مردم آمریکا می‌خواستند برای اعتراض به سیاست‌های دولت آمریکا، به آن‌ها بپیوندند. برخی این جنبش را با خیزش‌های مردمی کشورهای عربی، به ویژه تجمعات میدان تحریر و انقلاب سال ۲۰۱۱ در مصر مقایسه کرده‌اند. خواسته اشغال‌کنندگان وال استریت عمدتاً رفع نابرابری‌های اقتصادی، مبارزه با فرهنگ اقتصادی سرمایه‌داری و از بین بردن دسترسی و نفوذ دلان شرکتی و گول‌های پولی در دولت آمریکا می‌باشد (Dobnik, ۲۰۱۱).

دلایل این اعتراضات، «طرح نجات بانک‌ها»، «بحران وام مسکن» و «اعدام تروی دیویس»^۲، سیاه‌پوست آمریکایی بود که پیش از آن، توسط دستگاه قضایی آمریکا اعدام شد. مخالفان این جنبش بر این باور بودند که ۹۹ درصد امکانات اقتصادی در اختیار یک درصد افراد جامعه قرار گرفته و سایرین از آن بی‌بهره مانده‌اند. بنا بر آنچه کارشناسان گفته‌اند، این جنبش از جنبش‌های اعتراضی و انقلابی در کشورهای عربی که از آنها با عنوان کلی «بهار عربی» یاد می‌شود، الهام گرفته است. اما نکته‌ای که در پیوند با این جنبش ضد سرمایه‌داری مطرح شده این است که طبق اخبار انتشار یافته در پی اوج‌گیری جنبش اعتراضی اشغال وال استریت در آمریکا، کاربران اینترنتی طرفدار این جنبش در هنگام استفاده از سرویس پست الکترونیکی یا هو و شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، فیس‌بوک (که تنها در صفحه طرفداران نیویورکی خود ۴۸ هزار عضو دارد)^۳ و سایت موتور جست‌وجوی گوگل با محدودیت‌های زیادی مواجه شده‌اند و حتی برخی از

۱. Occupy Wall Street (OWS)

۲. Troy Davis

۳- نکته جالب توجه این است که صفحه طرفداران نیویورکی اشغال وال استریت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک

نزدیک به ۴۸ هزار کاربر دارد، که غالباً از این طریق اطلاع‌رسانی می‌کند. نک

<https://www.facebook.com/pages/Occupy-Wall-Street/۲۴۳۹۰۲۴۳۵۶۵۵۷۱۹>

وبسایت‌های متعلق به طرفداران جنبش وال‌استریت نیز مسدود شده بود (همشهری آنلاین، ۱۳۹۰).^۱

اما آینده این جنبش که تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک ابعاد جهانی یافته است، از دیدگاه برخی منتقدان سرمایه‌داری به گونه‌ای ارزیابی می‌شد که می‌تواند حداقل آمریکا را از یک ابرقدرت محض به یک قدرت بزرگ تبدیل کند. بنا به این رویکرد، این کشور به دلیل تفاوت‌هایی که با شوروی سابق دارد، فرو نمی‌پاشد اما ممکن است که بحران به حدی برسد که ایالت‌های جنوبی نفتی تصمیم به جدا شدن بگیرند (اگرچه فعلاً مطرح نیست). فؤاد ایزدی، درباره ریشه‌های این جنبش معتقد است که عوامل پیدایی وال‌استریت با مقاله یک مجله کانادایی با گرایش چپ در مخالفت با مصرف‌گرایی مطرح شد، ولی تعدادی از گروه‌های محلی نیویورک از این فراخوان حمایت کرده و روز حرکت را، ۱۷ سپتامبر، همزمان با سالگرد تصویب قانون اساسی آمریکا اعلام کردند، که در پی آن فراخوان شبکه‌های اجتماعی افزایش یافت. بنابراین آغاز این جنبش از یک گروه چند صد نفره بود که تا فراگیری آن در هزار و ۴۰۰ شهر آمریکا پیش رفت. در وبسایت جنبش بر نبود رهبر، تأکید شده بود و به این معنا که آنان تلاش کرده‌اند که استقلال خود را از گروه‌های سیاسی مطرح، نشان دهند و خود را به عنوان یک جنبش مقاومتی با ایده‌های گوناگون معرفی کنند (ایزدی، ۱۳۹۰).

در هم عقیده بودن ۹۹ درصد از مردم در تحمل نکردن فساد و حرص و طمع یک درصد از مردم، از دیگر مسائل مطرح شده در جنبش عمدتاً اقتصادی اشغال وال‌استریت بود، که کنشگران تلاش می‌کردند با بهره‌گیری از تاکتیک‌های بهار عربی، در شبکه‌های اجتماعی مجازی، به شکل مسالمت‌آمیز این نوع اعتراض را دنبال کنند. در مقام مقایسه جنبش وال‌استریت با دیگر جنبش‌های صورت گرفته در آمریکا، می‌توان گفت که پیش

۱- در یکی از آخرین تظاهرات تسخیر وال‌استریت، پلیس نیویورک تعداد بازداشت شدگان این جنبش

ضد سرمایه‌داری را ۳۰۰ نفر اعلام کرد (بازیابی شده وبسایت بی‌بی‌سی فارسی به نشانی:

http://www.bbc.co.uk/persian/world/۲۰۱۱/۱۱/۱۱۱۱۱۸_u۰۲_occupy_ws.shtml)

از این جنبش، تظاهرات و حرکت‌ها به شکل صنفی، تک موضوعی (مثل جنبش ضدجنگ) و قومی (مانند تظاهرات سپاه پوستان) وجود داشت، ولی از کارکرد شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و توئیتر در آنها خبری نبود؛ به همین دلیل، فراگیری این جنبش و حضور سازمان‌یافته همه قشرها، با نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی مجازی نسبتی وثیق داشته است.

ج) کنشگری در جایگاه یک کارناوال شهری:

کنشگری به صورت کارناوالی شکلی از رفتار اجتماعی در فضای مجازی و واقعی است که قرار فیس‌بوکی آب‌پاشی در پارک آب و آتش و خبزبازی در پارک پردیسان تهران از این شمار است. این قرارها از آنجا آغاز شد که گروهی از جوانان عضو شبکه اجتماعی «فیس‌بوک» با برنامه‌ریزی قبلی تصمیم گرفتند که روز جمعه، هفتم مردادماه ۱۳۹۰ برای برپایی جشن «آب‌پاشی» در پارک آب و آتش تهران، حضور یابند و به نوعی تشکیل «کمپین» دهند. آنها در ساعتی مقرر به پارک رفتند و حرکتی کارناوالی را آغاز کردند، به این صورت که تعدادی از جوانان (پسر و دختر) با تفنگ‌های آب‌پاش به شکل جمعی شروع به خیس کردن همدیگر کردند، تا آنکه با برخورد پلیس و مأموران انتظامات و قطع کردن آب و برق پارک در ساعات پایانی شب متفرق گردیدند.

در همین روز و پس از این قرار فیس‌بوکی، گروهی دیگر از اعضای این شبکه اجتماعی برای برپایی کارناوالی دیگر با عنوان «خبزبازی» در پارک پردیسان تهران خود را آماده کردند. آنها با پوشیدن لباس‌هایی که مطابق مد روز و عرف متداول جامعه نبوده و با به تمسخر گرفتن سنت‌های جاری، این تجمع تفریحی و هنجارشکنانه را ترتیب دادند.

برای بررسی گونه‌ای از کنشگری که خاستگاه آن در این دو مطالعه موردی، وب‌سایت اجتماعی فیس‌بوک و کنشگران آن جوانان ایرانی عضو این شبکه اجتماعی

مجازی بودند، بهتر است از دیدگاه میخائیل باختین^۱، فیلسوف، ادیب و فرهنگ‌شناس روس بهره گرفت؛

باختین در کتاب «رابله و دنیای او»^۲ با بررسی فرهنگ کارناوالی رنسانس، نشان می‌دهد که کارناوال‌ها چگونه همه تمایزات سلسله مراتبی و حصارهای میان افراد و ممنوعیت‌های زندگی معمولی را به حالت تعلیق موقتی درمی‌آوردند و به نوعی علیه جریان قدرت به کار می‌گیرند. از نظر باختین کارناوال به امر جمعی مرتبط می‌شود. افرادی که در کارناوال شرکت می‌کنند صرفاً یک جمعیت را تشکیل نمی‌دهند؛ بلکه افرادی هستند که به مثابه یک کل در نظر گرفته شده و طوری سازماندهی شده‌اند که سازمان سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را به چالش می‌طلبند. از نظر باختین «در یک کارناوال همه با هم برابر هستند (فکوهی، ۱۳۸۸).

از نظر باختین کیفیت‌های خاکی و محسوس و حتی وقیح زندگی روزمره معمولی، قدرت نمادین عظیمی برای مبارزه با «جدیت تک بُعدی» فرهنگ رسمی دارند. از نظر او ایماژها و مجازهای فرهنگ مردمی هزاران ساله همچون سر و ته کردن‌های نمادین، دلک بازی‌های نمادین و جز آن قادرند ایده‌آلیسم باد کرده در «آثار از قرون به جای مانده» و اصول حامیان مدرسه‌ای خود-گماشته نظم و سعادت و احترام را بترکانند و از این طریق بنیادهای ایدئولوژیک نظام قرون وسطایی محتضر و پژمرده را متزلزل سازند. فرهنگ مردمی - جشنی با طرد زهدگرایی و معنویت آن جهانی، بدواً بر سویه‌های جسم‌مند زندگی انسانی در متن مراوده غیررسمی روزمره تأکید گذاشت.

باختین در این باره می‌نویسد: «لحن یوتوپایی در اعماق زندگی انضمامی و عملی غوطه‌ور است، زندگی‌ای که می‌تواند لمس شود و پر از صداست...». «این همه کاملاً با خصوصیت ویژه تمام ایماژهای رابله سازگار است، ایماژهایی که عام‌گرایی و

۱. Mikhail Mikhailovich Bakhtin

۲. Rabelais and His World

یوتوپیاگرایی گسترده را با نشانه‌هایی که به‌طور خارق‌العاده انضمامی و آشکار و روشن هستند و کاملاً مکان‌مندند و از حیث تکنیکی دقیق‌اند، ترکیب می‌کند». کتاب رابله و دنیای او مبین گسترده‌ترین و عمیق‌ترین تلاش باختین برای برانداختن مفهوم سوژه سلطه‌گر و تک‌گویانه و بنیان‌های هستی‌شناختی آن است که بر دوئالیسمی کوتاه‌بینانه میان سوژه و ابژه، و ذهن و جسم، و طبیعت و فرهنگ استوار است (گاردینر، ۱۳۸۱: ۵۹-۶۱).

بنابراین می‌توان گفت کارناوال آب‌بازی پارک آب و آتش، و خبزبازی پارک پردیسان تهران، خنده و لجاجتی جمعی بود، که بدون هماهنگی با نهادهای مشروعیت‌بخش، «نت‌وندان» یا شهروندان مجازی فیس‌بوک را در خود بازتاب داد. مناسبات وضع شده برپایه هویت و طبقه (از قبیل مذهبی/ غیرمذهبی؛ زن/ مرد؛ متشخص/ قرتی؛ غنی/ فقیر و...)، با کنشی ارتباطی و به غایت ساده به استهزا کشیده شدند و بدین ترتیب ویژگی انتزاعی و آرمانی در حرکتی نمایشی برای لحظاتی از دست رفت. این لحظات، لحظات رهایی از محدودیت‌ها به شمار می‌آید. در این جاست که وقتی رسانه‌های رسمی کشور که جریان‌سازی و ملودرام کردن خبر را نیز تا حدی دنبال می‌کنند (برخی از بخش‌های خبری سیما)، خنده‌ها و دویدن‌ها و آب پاشیدن‌ها و خبزبازی جمعی در پارک را، با ماهیت بیشتر سیاسی آن نمایش می‌دهند، اما در حقیقت، کنشگری یا تکیه بر گفتمان شرکت‌کنندگان در آن قرار فیس‌بوکی را، باید ناظر به چیزی جز کشف ماهیت سیاسی آن تلقی کرد. با این وجود، توجه به این نکته نیز ضروری است که، نباید در ترسیم محدوده‌های متعارض با گفتمان قدرت، و جایگاه این دو رویداد برآمده از کنش نیز، اغراق کرد. پس از این دو قرار فیس‌بوکی، در بیستم مرداد ۱۳۹۰ نیز، قرار فیس‌بوکی دیگری نیز با هدف «حمایت از کودکان کار» توسط گروهی از جوانان ایرانی عضو فیس‌بوک برگزار شد. اما، تفاوت موجود در آن کنش اجتماعی، این بود که با وجود تعارض با گفتمان قدرت، بر خلاف قرارهای فیس‌بوکی قبلی (آب‌بازی و خبزبازی)، هیچ برخوردی از طرف نیروهای امنیتی و انتظامی رخ نداد و

حتی در از سوی برخی سازمان‌های مردم نهاد و موسسه‌های خیریه نیز مورد تشویق قرار گرفت؛ این تلاش دو ساعته را که برای حمایت از کودکان کار به شیشه‌پاک‌کنی و ماشین‌شویی در چهارراه پارک‌وی تهران انجامید نیز، می‌توان با توجه به تعاریف ارائه شده (کاستلز و دیگران)، نمونه‌ای از «کنشگری» و یا «مجزایی برای پیشبرد گفتمان خود» برشمرد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

منابع قدرت در دنیای امروز -همچون گفتمان، ایدئولوژی، سلطه سیاسی، چارچوب اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، و حتی ارزش‌ها و منافع فردی و جمعی- آن‌چنان که برخی متفکران اولیه قدرت تئوریزه کرده‌اند، در تعامل ما با فضای مجازی و کنشگری در شبکه‌های اجتماعی مجازی، دستخوش تغییر و تحول شده‌اند. مؤلفه‌ها و مصداق‌های این نوع کنشگری که برآمده از رسانه‌های اجتماعی مجازی است در این مقاله تشریح گردید و به سه نمونه از مصداق‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی آنها اشاره شد. بر این پایه، کارکرد بسیج اجتماعی^۱ که از کارکردهای مهم رسانه‌های جمعی تلقی می‌شود به دلیل ارتباط وثیقی که با ماهیت رسانه‌های اجتماعی مجازی دارد، بیش از سایر کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها اهمیت خود را نشان داد.

تشریح کارکردهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کنشگری و قدرت، و تحلیل این دو متغیر اساسی در رسانه‌های اجتماعی کنونی، آن‌چنان که مطرح شد با پنداشت‌ها بر ماس از فضای عمومی اینترنت نزدیک است؛ نمونه‌های برآمده از کنشگری که در رسانه‌های اجتماعی، همچون جنبش شش آوریل جوانان مصری (با ماهیت سیاسی)، معترضان به نظام سرمایه‌داری و اقتصادی غرب در قالب اشغال وال استریت (با سویه اقتصادی) و قرارهای فیس‌بوکی و راه‌اندازی کارناوال‌های شادی هنجارشکنانه در پارک‌های تهران (با زمینه‌ای اجتماعی) همگی فارغ از کارکردهای متفاوتی که در نظام‌های گوناگون دارند،

۱. Social mobilization

نقش محرک را در پیکره کنش‌های اجتماعی ایفا می‌کنند که به طور آشکار در ژئوپلیتیک ارتباطاتی به نمایش گذارده می‌شوند.^۱

همچنین، تفاوت موجود در مصادیق مطرح شده از کنشگری که در این مقاله به آنها اشاره شد، در آن است که در نمونه سیاسی آن، «کنش» برای پیشبرد گفتمان خود، در جایگاه زمینه‌ساز یک انقلاب (مصر)، قدرت، یعنی کلیت نظام سیاسی را به چالش کشید و بر آن فائق آمد؛ اما در نمونه اقتصادی آن یعنی جنبش وال استریت، با فراخوانی شبکه‌های اجتماعی نظام کاپیتالیستی را به سخره گرفت و با سیاستی الاکلنگی منافع یک درصد سرمایه دار را به استیضاح^۲ خواند. در نهایت، در نمونه اجتماعی، «کنش» در جایگاه یک کارناوال شهری (آب‌پاشی و خربازی)، خنده و لجاجتی جمعی را به تصویر کشید، که فارغ از اهدافی که می‌توان به آن اطلاق کرد، بدون هماهنگی با نهادهای مشروعیت‌بخش، «شبکه‌وندان» یا شهروندان مجازی فیس‌بوک را در خود بازتاب داد. با این حال قرار فیس‌بوکی که در حمایت از کودکان کار توسط گروهی از جوانان در تهران انجام گرفت، اگرچه کنشی همراه با استیضاح نهادهای متولی این مسأله بود، اما توانست

۱- در اثنای بازنگری نهایی این مقاله، کشور برزیل در کانون یکی دیگر از کنشگری‌های چندکارکردی کاربران شبکه‌های اجتماعی فیسبوک و اورکات قرار دارد. تظاهرات گسترده در این کشور که ابتدا به دلیل افزایش نرخ بلیط اتوبوس در اواخر خرداد ۱۳۹۲ آغاز شد، اکنون به اعتراضات همگانی علیه نابسامانی‌های اجتماعی و سیاسی نیز در کنار مسائل اقتصادی جامعه، تسری یافته است. تا زمان نگارش این مطلب، بیش از دو میلیون نفر معترض در بیش از ۴۰۰ شهر این کشور در تظاهرات خیابانی شرکت کرده‌اند و در درگیری‌های متعدد با پلیس، پنج نفر کشته و ده‌ها نفر زخمی شده‌اند. اعتراضات شهروندان برزیل، مسائلی چون فساد مالی، گرانی خدمات عمومی و هزینه سرسام‌آور بازی‌های جام فدراسیون‌ها و جام جهانی سال ۲۰۱۴ را دربرمی‌گیرد. این کنشگری اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، «جنبش دسترسی رایگان» (Free Fare Movement) نام گرفته است. برای توضیحات بیشتر، نک:

<http://links.org.au/node/۳۴۰۹> و

<http://www.reuters.com/article/۲۰۱۳/۰۶/۲۱/us-brazil-protest-freefare-idUSBRE۹۰K۰۱H۲۰۱۳۰۶۲۱> ؛

با این حال، تحلیل نتایج و شیوه‌های این نوع کنشگری به دلیل تازگی آن فعلاً مقدور نیست.

۲. interpellation

در تلطیف نگاه سستی مردم نسبت به این گروه از افراد جامعه، کارکرد اجتماعی فیس‌بوک را در فضای واقعی، به تصویر کشد.

در هر حال این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که به تعبیر کاستلز، قدرت تعویض، در اختیار انواع گوناگون کنشگران است که آن هم بر حسب زمینه‌ای که شبکه‌های خاص (مانند شبکه‌های اجتماعی مجازی) برای رسیدن به اهداف تعیین شده با آن پیوند می‌یابند، تعریف می‌شود. هرچند، دولت‌ها هنوز هم می‌توانند از قوای قهریه بهره‌گیرند، اما تا زمانی که راه‌هایی برای استفاده همزمان از چندین شبکه راهبردی موازی وجود دارد، بهره‌گیری از ظرفیت‌های دولتی و تلاش همه‌جانبه برای استفاده از قدرت، معمولاً چندان دوام و پایایی نمی‌یابد.

منابع

- آوتویت، ویلیام؛ باتامور، تام. (۱۳۹۲)، فرهنگ علوم اجتماعی قرن بیستم، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- استیونسون، نیک. (۱۳۸۹)، هابرماس، فرهنگ توده و حوزه عمومی، ترجمه: حسین بصیریان جهرمی، بازیابی شده از: <http://www.hamshahrtraining.ir/news-۳۲۰۰.aspx>
- ایزدی، فؤاد. (۱۳۹۰)، سخنرانی در نشست علمی «غرب علیه غرب»، دهم آبان ۱۳۹۰، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- بهرامپور، شعبانعلی. (۱۳۸۷)، چشم‌انداز مطبوعات آرمانی در ایران: بررسی تطبیقی ارزش‌های آزادی بیان و استقلال روزنامه‌نگاران در روزنامه‌های ایران، رساله دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی.
- جعفری، مهدی. (۱۳۹۰)، «هفده میلیون ایرانی عضو فیس‌بوک هستند»، سخنرانی رییس فناوری و اطلاعات سازمان بسیج دانش‌آموزی کشور در همایش نهضت روشنگری در آمل؛ بازیابی شده از: www.asriran.com/fa/news/۱۸۳۸۶۲/۱۷

کنشگری و قدرت در شبکه‌های اجتماعی . . . ۷۹

- خانیکی، هادی. (۱۳۹۰)، «جهان ایرانی، جهان مصری و جهان ترک در رویارویی با تجدد»، سخنرانی در همایش منطقه‌ای تفکر اجتماعی و جامعه‌شناسی در خاورمیانه معاصر، تهران: مرکز اسناد ملی ایران.
- خانیکی، هادی. (۱۳۹۱)، گفت‌وگویی در مورد «روزنامه‌نگاری شهروندی»، مرکز آموزش و پژوهش موسسه همشهری، بازیابی شده از:
<http://www.hamshahrtraining.ir/news-۳۰۲۸.aspx>
- خانیکی، هادی؛ بابایی، محمود. (۱۳۹۱)، «تأثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت، بر الگوهای تعامل کنشگران فضای سایبر ایران»، فصلنامه علمی- پژوهشی علوم اجتماعی، شماره ۵۶.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۹)، مطالعات انتقادی استعمار مجازی آمریکا: قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی، تهران: امیرکبیر.
- فکوهی، ناصر. (۱۳۸۸)، وبسایت شخصی دکتر ناصر فکوهی، بازیابی شده از:
<http://anthropology.ir/node/۱۱۷۸>
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۶)، جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست‌یابی اورکات، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و ارتباطات
- گاردینر، مایکل. (۱۳۸۱)، تخیل معمولی باختین، ترجمه: یوسف اباذری، فصلنامه ارغنون، شماره ۲۰.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۴)، دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، ترجمه: جمال محمدی، تهران: نشر افکار.
- همشهری‌آنلاین. (۱۳۹۰)، «فیلترینگ علیه جنبش وال استریت»، بازیابی شده در تاریخ ۸ آذر ۱۳۹۱ از: <http://hamshahrionline.ir/news-۱۰۰۶۶۲.aspx>

- نای، جوزف. (۱۳۸۷)، قدرت نرم، ترجمه: محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- نوذری، حسین علی. (۱۳۸۱)، بازخوانی هابرماس، تهران: نشر چشمه.
- Alexa. (۲۰۱۳). Retrieved May. ۲, ۲۰۱۳, from: www.alexa.com/topsites
- Aguayo, Angela J. (۲۰۱۱). 'New Media and Activism'; [Cited in]: John D. H. Downing. **Encyclopedia of social movement media**. UK: Sage.
- AFP. (۲۰۱۱). 'Egypt braces for nationwide protests'; Agence France-Presse, Retrieved Aug. ۲۵, ۲۰۱۱, from: www.france۲۴.com/en/۲۰۱۱۰۱۲۵-egypt-braces-nationwide-protests
- Castells, Manuel. (۱۹۹۹). **Information Technology, Globalization & social Development**; UNISD/DP ۱۱۴/۹۹/۱۳
- Castells, Manuel. (۲۰۰۷). 'Power and Counter-power in the Network Society'; **International Journal of Communication**. ۱.
- Castells, Manuel. (۲۰۰۹). **Communcation Power**. UK: Oxford University.
- Dobnik, Verena. (۲۰۱۱). 'Wall Street protesters: We're in for the long haul'; **Bloomberg Businessweek**. Retrieved from: www.businessweek.com/ap/financialnews/D۹Q۴CNR۸۱.htm
- Goldsmith, Jack L. (۲۰۰۶). **Who Controls the Internet?: Illusions of a Borderless World**. UK: Oxford University Press.
- Habermass, Jürgen. (۱۹۸۷). **The Philosophical Discourse of Modernity (Twelve Lectures)**. Translated by Fredrick Lawrence. UK: Polity Press.

- La Franiere, Sharon & Ansfield, Jonathan. (۲۰۱۰). "Cyberspying **Fears Help Fuel China's Drive to Curb Internet**," New York Times, February ۱۲.
- Laughey, Dan. (۲۰۰۷). **Key Themes in Media Theory**. UK: Open University Press.
- Lessig, Lawrence. (۱۹۹۹). **Code and Other Laws of Cyberspace**. New York: Basic Books
- Morozov, Evgeny. (۲۰۱۱). **The Net Delusion: The Dark Side of Internet freedom**. New York, NY : PublicAffairs.
- Nye, Joseph S. (۲۰۱۱). **The Future of Power**. US: Public Affairs.
- Nye, Joseph S. (۲۰۱۱). Speech on 'The Future of Power'. Retrieved ۳, Jan ۲۰۱۳ online from: www.youtube.com/watch?v=pHM9dyJAezw
- ONI (۲۰۱۳). **OpenNet Initiative**. Retrieved from: <http://opennet.net/about-filtering/>
- Shapiro, Samantha M. (۲۰۰۹). 'Revolution, Facebook-Style'. **The New York Times**. Retrieved Sep. ۲۸, ۲۰۱۱ from: www.nytimes.com/2009/01/20/magazine/20bloggers-t.html
- Shaw, Randy. (۲۰۰۱). **The Activist's Handbook: A Primer Updated Edition with a New Preface**. US: University of California Press.
- The Economist . (۲۰۱۰). "Don't mess with us". **The Economist**, January ۲, ۲۰۱۰, ۳۱.
- Wolman, David. (۲۰۰۸). 'Cairo Activists Use Facebook to Rattle **Regime**'. Retrieved Sep. ۱۰, ۲۰۱۱, from: www.wired.com/techbiz/startups/magazine/16-11/ff_facebookegypt