

اغتشاشات شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱، از منظر نظریه عصر دوم رسانه‌ها

هادی جمشیدیان^۱

حسن درزیان رستمی^۲

رضا صفائی^۳

چکیده:

مهم‌ترین ابزار منبع اخبار معترضان و اغتشاشگران، رسانه‌های اجتماعی است. این رسانه‌ها برخلاف ویرین زیبا و فریبنده‌ای که در مورد آزادی بیان و گردش آزاد اطلاعات نمایش می‌دهند، عملاً با اتخاذ شیوه «استبداد خبری» با تمام توان سعی در «وارونه‌نمایی» و «سمت‌وسو دادن به درک و شناخت جامعه مخاطب، وارونه‌نمایی واقعیت‌های مربوط به تحولات و انتشار اخباری کاملاً جهت‌دار، موجب تحریک احساسات برخی گروه‌های مرجع سیاسی، هنری، ورزشی و ... در کشورها می‌شوند. امنیت در پیام‌رسان‌های اجتماعی، مهم‌ترین چالش پیش روی جامعه است که به چالش‌های امنیتی می‌انجامد. رسانه‌های اجتماعی با کاهش یا افزایش دما و حساسیت اجتماعی جامعه، اعتراض یا اغتشاش ایجاد می‌کنند. دشمنان برای دامن‌زدن به آشوب‌ها و اغتشاشات در کشور از نظریه آشوب (نظم در بی‌نظمی) استفاده می‌کنند، در صورتی که تصور افکار عمومی از این آشوب‌ها و بی‌نظمی‌ها تصور عادی، طبیعی و یک موضوع داخلی است. هدف اصلی پژوهش پاسخ به این سؤال است که «رسانه‌های اجتماعی چه تأثیری بر اعتراضات و اغتشاشات شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱ داشتند؟» برای پاسخ به سؤال از کاربری نظریه عصر دوم رسانه‌ها اثر «جان ون دایک» و نیز از روش توصیفی-تحلیلی و داده‌های ثانویه استفاده شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد: «رسانه‌های اجتماعی برون‌مرزی در تشدید نارضایتی‌ها، کنشگری سیاسی، گسترش ویروس تجمعات، خرابکاری‌ها، امنیت‌زدایی ذهنی افکار عمومی، خدشه‌دار نمودن وجهه نظام و مسئولان و سازمان‌های اطلاعاتی و نظامی نقش بسزایی داشتند».

واژگان کلیدی: اغتشاشات، رسانه‌های اجتماعی، نافرمانی مدنی، نظریه عصر دوم رسانه‌ها

۱. استادیار دانشگاه عالی دفاع ملی

۲. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

۳. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی (نویسنده مسئول)

جستار گشایی

فهم بیشتر نقش رسانه‌های اجتماعی در سازمان می‌تواند در شناسایی عملکرد کارکنان و کارگزاران سازمانی در توسعه دستگاه‌های باز و در نهایت بقای سازمان کمک‌کننده باشند (روشندل اربطانی، ۱۴۹۰: ۱۴۰۰). بسیاری از صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه‌های اخیر ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده که «دانیل بل»^۱ آن را جامعه فراصنعتی، «کاستلز»^۲، جامعه شبکه‌ای و «تادئو اومه‌سائو»^۳ آن را جامعه اطلاعاتی نامیده است. به سبب گسترش دامنه تأثیر رسانه‌های جمعی، به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه اطلاعاتی امروزه بعدی جهانی پیدا کرده و منحصر به کشورهای خاصی نمی‌شود (صادقی و خاکسار، ۱۳۹۶).

فضای مجازی یکی از مهم‌ترین ابزارها برای نمود یافتن اثرات جهانی شدن است. در دنیای امروز شبکه‌های اجتماعی، با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، نقش بسیار مهمی را در روابط مردم سرتاسر جهان ایفا می‌کنند؛ به‌طوری‌که به جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر تبدیل شده‌اند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی کنار هم گردآمده‌اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق شبکه‌های اجتماعی باهم ارتباط برقرار می‌کنند؛ همچنین فرایند جهانی شدن با گسترش قلمرو، روابط زندگی اجتماعی دنیای اجتماعی افراد را بسیار بزرگ‌تر می‌کند و احساس کنترل‌ناپذیر شدن چنین دنیایی را در آن‌ها به وجود می‌آورد. شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد، در سطح کشورها و حتی بین‌الملل تأثیرگذار بوده و همواره در حال گسترش هستند. جاذبه اینترنت باعث شده است بسیاری از جوانان به‌جای تعامل با همسالان و والدین خود، رایانه را برگزینند (صالحی و دیگران، ۱۳۹۴).

تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر جامعه به‌طور فزاینده‌ای به موضوع مهمی در زمینه‌های مختلف تحصیلی تبدیل می‌شود. بنیان‌های رسانه‌های اجتماعی که در ابتدا به‌عنوان راهی برای برقراری ارتباط با مردم در سراسر جهان در نظر گرفته می‌شدند، به‌طور ناخواسته به منبع اشتراک اخبار تبدیل شدند. با پیشرفت‌های فناوری، وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی در نهایت به ساختارهای اشتراک‌گذاری خبر تبدیل شدند که تا حد زیادی توسط خود افراد تولید می‌شود. این موضوع، همچنین روایت‌های متعددی را ایجاد می‌کند که نقش آن‌ها را در جریان اطلاعات، کاملاً مشهود می‌کند؛ بنابراین، بازیگران مختلف اجتماعی را قادر می‌سازد تا بر موضوعات مهم تأثیر بگذارند و نظرات خود را ایجاد کنند. انتشار اطلاعات در چنین مقیاس وسیعی در صورتی که جعلی یا نادرست باشد، مشکل‌ساز می‌شود. اطلاعات فضای مجازی، با ناشناس

1. Daniel Bell
2. Castells
3. Tada Umesao

بودن زیاد، دسترسی آسان و بدون نگهبان، مخاطره‌آمیزتر و مشکل‌سازتر می‌شود؛ زیرا تمایل به تنظیم روایت‌هایی دارد که ممکن است یک‌طرفه باشد. پس‌از آن رسانه‌های اجتماعی به ابزاری (که مقرون‌به‌صرفه است و می‌تواند پیام را به مخاطبان متعدد و هدفمند برساند) در دستان بازیگران مختلف اجتماعی تبدیل می‌شود. ساختارهای برخاسته، جایگزینی برای ساختارهای سیاسی-اجتماعی غالب، ارائه می‌دهند (EPW Engage, undadte)؛^۱ بنابراین سایر کشورها از جمله کشورهای صاحب فناوری، نوع جنگیدن خود را تغییر داده و به جنگ شناختی و جنگ نرم روی آورده‌اند. رسانه‌ها در ایجاد و برقراری صلح، ایجاد آشوب و اغتشاش قبل از شروع بحران و جنگ بسیار روشن، قابل‌پیگیری و نقش‌آفرین هستند. همچنان که چاتوروادی در تفاوت جنگ سایبری و جنگ واقعی اشاره می‌کند: «تفاوت اصلی بین جنگ سایبری و جنگ واقعی در این است که در مورد دوم، می‌توانید متوجه شوید که گلوله‌ها از کجا می‌آیند. حملات سایبری نتیجه تکامل جنگ است؛ تغییر از تفنگ و توپ به صفحه کلید و کد» (چاتوردی،^۲ ۲۰۱۸).

شبکه‌های مجازی در ایران کارکرد سیاسی خود را به‌ویژه در انتخابات ۸۸ و اتفاقات بعد از آن نشان دادند (کمالی‌پور، ۱۳۷: ۲۰۱۰). از آن تاریخ به بعد، فضای سیاسی و اجتماعی کشور ما با مسائلی روبه‌رو شد که دست‌کم، کارکرد نظام سیاسی را با چالش مواجه می‌کرد. ظهور انواع کارزارها (کمپین‌ها) از قبیل کارزار خریدن خودروی صفر، سرباز وطن، چهارشنبه سفید تا انواع کارناوال (شادپیمایی) از قبیل کارناوال پارک آب‌و‌آتش و یا حوادث زیست‌محیطی همچون گردوغبار و ریزگردها در خوزستان و توفان شن در سیستان و ... همگی بیانگر آن است، موضوعاتی که ظاهراً ارتباطی با مناسبات قدرت پیدا نمی‌کنند، به‌سرعت تبدیل به موجی شده که قرائت‌های رسمی از نظم و نظام سیاسی و کارکردهای آن را زیر سؤال می‌برد؛ اما این نکته را می‌شود طرح کرد که بیان مخالفت با قوانین و یا برخی از کارگزاران حکومتی و یا خود نظام سیاسی، دیگر همچون گذشته منتظر هیچ حزب یا رهبر خاصی نیست؛ زیرا به دلیل گسترش شبکه‌های مجازی، همه‌چیز سیاسی و مجازی شده و فضای جریان‌ها در حال سبقت گرفتن از فضای مکان‌هاست (رشیدی و حسین پور، ۱۱۱-۱۴۲: ۱۴۰۰).

فضای دوطرفه بودن رسانه‌های اجتماعی، احترام به سلیقه و ذائقه مخاطب و تولید محتوا و به اشتراک گذاشتن آن توسط کاربران و خارج شدن تولید محتوا و شکسته شدن انحصار حاکمیت از تولید محتوا و به اشتراک گذاشتن یک‌طرفه محتوا از اختیار دولت‌ها خارج شده و دولت‌ها را با چالش جدی و جدیدی و خارج از کنترل مواجه ساخته است؛ به‌طوری‌که کاربران در رسانه‌های اجتماعی با نقش‌آفرینی خود در زمان اعتراضات و اغتشاشات به گسترش آن دامن زده و موجب تحریک احساسات سایر افراد جامعه می‌شوند. بی‌نظمی، آشوب و حتی در تشکیل دولت مجازی و دولت در سایه، رهبری افقی، خودجوش بودن، از جمله نقش رسانه‌های اجتماعی

1. <https://www.epw.in/engage/article/social-media-heralding-new-world-order>. Economic and Political Weekly (Engage), ISSN (Online): 2349-8846 Published by: Economic and Political Weekly (Engage).

2. Chaturvedi

در اعتراضات و اغتشاشات است. به دلیل بومی نبودن ساختارها و اینکه افکار عمومی به رسانه‌های ملی و اجتماعی مانند ایثا، بله، رویکا و... اعتماد کافی ندارند و برای کسب اخبار، رویدادها و حوادث به رسانه‌ها و شبکه‌های خارجی مانند اینترنشنال، بی‌بی‌سی، رادیو فردا، تلگرام، اینستاگرام و... رو می‌آورند و آن‌ها را رسانه‌های شفاف و باصداقت دانسته و رسانه ملی و اجتماعی داخلی را به سانسور، کم‌گویی، سکوت، دروازه‌بانی خبر و... محکوم می‌نمایند. به این سبب در اعتراضات و اغتشاشات شهریور، مهر و آبان سال ۱۴۰۱، شبکه‌های ماهواره غربی، عربی و عربی بر روی حوادث و اتفاقات، حتی جزئی تمرکز نموده و با پوشش کامل آن و با استفاده از هنر و تبلیغات، تکرار، احترام به سلیقه و ذائقه مخاطب، موجب تحریک احساسات افکار عمومی داخل کشور شده و ناآرامی‌ها به خاطر فوت خانم مهسا امینی به سرعت شکل گرفت. رسانه داخلی تا ۴۸ ساعت در سکوت کامل بود و بعد از گسترش اعتراضات و اغتشاشات، رسانه ملی درصدد جهاد تبیین بود که دیگر دیر شده و ذهنیت شکل گرفته بود و مدیریت اعتراضات و اغتشاشات را با مشکل مواجه ساخت؛ به این سبب سؤال اصلی این پژوهش این است: «رسانه‌های اجتماعی در اغتشاشات شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱، در ایجاد ناآرامی و ناامنی در سطح کشور، چه نقش و تأثیری داشتند؟» هدف پژوهش این است که چگونگی این تأثیر و نقش را با استفاده از نظریه عصر دوم رسانه‌ها تحلیل نماید؛ بنابراین، فرضیه تحقیق عبارت است از: «رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی معاند در اغتشاشات شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱، افکار عمومی را مدیریت نموده و با استفاده از فن‌های رسانه‌ای موجب تحریک احساسات و موج‌سواری بر افکار عمومی شده و درصدد ایجاد ناآرامی و ناامنی در سطح کشور بودند».

در بحث اهمیت و ضرورت پژوهش می‌توان به فحواي بیانات مقام معظم رهبری اشاره نمود. معظم‌له این دغدغه و مسئله را به مسئولان گوشزد می‌کند که هر سریع‌تر بایستی در نظم‌دهی به افکار عمومی که رسانه‌های اجتماعی نقش اصلی را در آن بازی می‌کنند، داشته باشیم. همچنان که در اغتشاشات اخیر در کشور، رسانه‌های غربی با استفاده از نظریه آشوب (نظم در بی‌نظمی) سعی کردند که آشوب‌ها و اغتشاشات (هرج‌ومرج و بی‌نظمی) را در کشور سروسامان و نظم بدهند و به افکار عمومی جهان القا و تلقین نمایند که حرکت جدیدی از اعتراضات در سطح کشور در حال شکل‌گیری است و حرف از انقلاب و براندازی می‌زدند؛ بنابراین، نوعی جنگ رسانه‌ای و سایبری شکل گرفته بود و به گفته چاتوروودی: «جنگ سایبری دو چیز را تهدید می‌کند که برای ما عزیز است: آزادی و اینترنت» (چاتوروودی، ۲۰۱۸). با توجه به تجربه فتنه سال ۸۸، اعتراضات و اغتشاشات سال‌های ۹۶ و ۹۸ و ۱۴۰۱، شبکه‌های معاند برای ایجاد ناآرامی و ناامنی تمام توان خود را به میدان آورده و با هم‌افزایی سایر شبکه و رسانه‌های معاند، عملیات روانی، جنگ نرم و نفوذ فکری، سیاسی و اجتماعی را انجام دادند تا بتوانند حرکت روبه‌جلو و رشد و اعتلای نظام جمهوری اسلامی ایران را در سطح منطقه و حتی جهان گرفته؛ از نفوذ

منطقه‌ای آن بکاهند و از انزوا و افول بیشتر دولت‌های استعمارگر مانند آمریکا، جلوگیری نماید. با توجه به حوادث تلخ و خسارت‌های مادی و معنوی این نوع اعتراضات و ناامنی‌ها، نیاز است به اهمیت و ضرورت مسئله پی برده و متناسب با آن راهکار و راهبرد ارائه شود تا بتوان پیشگیری لازم را انجام داده و از غافلگیری کشور و مسئولان جلوگیری شود.

مروری اجمالی بر پیشینه ادبیات موضوع

با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش‌های زیادی درباره واژگان کلیدی پژوهش انجام شده است و در تحقیق به مقالاتی که بر نقش رسانه‌های اجتماعی تأکید داشتند مورد مطالعه قرار گرفته و در پژوهش استفاده شده است. در زیر به تعدادی از عناوین که نسبت به سایر موارد شاخص‌تر بوده و بیشتر از سایر منابع، اغتشاشات را مورد واکاوی قرار داده‌اند، به اختصار اشاره می‌گردد:

۱- قنبر پور، حمیدی فر و حاتمی (۱۳۹۲)، در یافته‌های مقاله‌ای تحت عنوان: «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در فتنه ۸۸» به نقش مخرب برخی شبکه‌های مجازی نظیر فیس‌بوک، توئیتر و نقش سازنده شبکه‌های موافق اشاره داشته است.

۲- باقری و مقدم فر (۱۳۹۳) در یافته‌های مقاله‌ای با عنوان: «راهبردهای مقابله با نقش آفرینی‌های ضدامنیتی رسانه‌های بیگانه با تأکید بر فتنه ۸۸» نشان داده است راهبرد نظام سلطه برای براندازی جمهوری اسلامی ایران از طریق تکیه دشمن بر عملیات و جنگ نرم به جای جنگ سخت، قرارگرفتن محوریت جنگ نرم در بستر دموکراسی برای براندازی، محوریت رسانه‌ها به عنوان مهم‌ترین ابزار در تحقق راهبرد براندازی و قابل تکرار بودن فتنه سال ۸۸ را بیان داشته‌اند.

۳- حکیم، صباغی و پورمحمد، (۱۳۹۹) در نتایج مقاله‌ای با عنوان «بررسی ناآرامی‌های آبان سال ۹۸» با تأکید بر نقش رسانه به نقش محوری رسانه‌های بیگانه در فرماندهی و هدایت اغتشاشات آبان ماه ۱۳۹۸ و تمایز رفتار آشوبگران با نمونه‌های قبلی آن در فنون عملیاتی و میزان خسارات ناشی از آن، اشاره داشته‌اند.

۴- برزویی، جهانبازی گوجانی و تمدن (۱۴۰۰) در یافته‌های مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی سایبری عربستان سعودی در قبال ایران در بستر شبکه اجتماعی توئیتر، مطالعه موردی اغتشاشات دی‌ماه ۱۳۹۶»، بر واگرایی‌های قومی و منطقه‌ای، تخطئه کنشگری منطقه‌ای ایران، تخریب عملکرد سپاه پاسداران و تخریب نوع نظام حاکم در ایران، محورهای اصلی دیپلماسی سایبری عربستان علیه جمهوری اسلامی ایران تأکید داشتند.

با توجه به پیشینه و جست‌وجوی مقالات، تاکنون پژوهشی در این باره انجام نشده است. از این جهت این پژوهش از نوآوری لازم برخوردار است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با الهام‌گیری از نظریه عصر دوم رسانه‌های اثر جان ون دایک، به‌عنوان چارچوب نظری پژوهش و برای تبیین موضوع مورد مطالعه به دلیل ماهیتی که دارد، نوع تحقیق کاربردی- توسعه‌ای و از نوع روش توصیفی- تحلیلی است. در روش توصیفی از مطالعه اسناد و کتابخانه‌ای استفاده شده است. روش اسنادی عبارت است از: «کنکاش منظم در اسناد، مدارک و منابعی که حامل حقایق مرتبط با پرسش اصلی پژوهشگر هستند به‌منظور نقد، بررسی، کشف حقایق، استخراج، دسته‌بندی، توصیف، تفسیر و تجزیه و تحلیل آن‌ها و در نهایت استفاده از همه موارد در گزارش نهایی» (سام آرام، ۱۲۴: ۱۳۷۸).

در این مطالعه بر ویژگی‌های عصر دوم رسانه‌ها که حاکی از کنار رفتن رسانه‌های سنتی و رسمی بوده و دولت‌های صاحب امتیاز و فناوری سعی در حاکمیت جدید از طریق رسانه‌ها همانند روش‌های استعماری کهن تا فرانو هستند. در حال حاضر، تسلط بر مغزها، ذهن‌ها و افکار عمومی، با استفاده از ابزار رسانه‌ها صورت می‌گیرد که با خواسته و منافع آن‌ها هم سو بوده و قدم به قدم منابع و منافع آن‌ها را تأمین نمایند که نوعی از استعمار جدید است که دشمن در آن نامرئی است و در سایه حرکت می‌کند.

روش توصیفی- تحلیلی: این نوع تحقیق حالت گزارش را دارد و با توصیف عینی، واقعی و منظم و تشریح جزء به جزء یک محصول، یک موقعیت، یک پدیده و یا یک رشته شرایط، باهدف شناخت بیشتر بدون هرگونه دخالت یا استنتاج ذهنی انجام می‌پذیرد. تمرکز آن در درجه اول به زمان حال است؛ هرچند غالباً رویدادها و آثار گذشته را نیز که به شرایط موجود مربوط می‌شوند، بررسی می‌کند (بست، ۱۲۵: ۱۳۷۱).

محقق علاوه بر تصویرسازی آنچه هست به تشریح و تبیین دلایل چگونه بودن و چرایی وضعیت مسئله و ابعاد آن می‌پردازد. محقق برای تبیین و توجیه دلایل، نیاز به تکیه‌گاه استدلالی محکمی دارد. این تکیه‌گاه از طریق جست‌وجو در ادبیات و مباحث نظری تحقیق و تدوین گزاره‌ها و قضایای کلی موجود درباره آن فراهم می‌شود که معمولاً در فصل مربوط به سوابق و مباحث نظری تحقیق تدوین می‌گردند. محقق از نظر منطقی جزئیات مربوط به مسئله تحقیق خود را با گزاره‌های کلی مربوطه ارتباط می‌دهد و به نتیجه‌گیری می‌پردازد. نکته قابل توجه این است که هرکدام از تحقیقات یادشده در جای خود ارزش علمی دارند. از ویژگی‌های تحقیق توصیفی این است که محقق دخالتی در موقعیت، وضعیت و نقش متغیرها ندارد؛ آن‌ها را دست کاری یا کنترل نمی‌کند و صرفاً آنچه را وجود دارد مطالعه کرده، به توصیف و تشریح آن می‌پردازد؛ همچنین، تحقیقات توصیفی ممکن است به کشف قوانین و ارائه نظریه منتهی شود. این سخن بدان معناست که از طریق این گونه تحقیقات شناخت‌های کلی حاصل می‌شود؛ مثلاً وقتی ویژگی‌های یک پدیده خاص یا یک موضوع به دقت مطالعه و شناسایی شد، می‌توان این ویژگی‌ها را به موارد مشابه تعمیم داد و یک قضیه کلی ارائه نمود. همچنین، به شکل دیگری نیز امکان دستیابی به شناخت‌ها و قضایای کلی از طریق

تحقیقات توصیفی وجود دارد و آن استفاده از روش استقرایی است؛ بدین معنی که وقتی ویژگی یا صفتی مشترک و یکنواخت در پدیده‌ها و اشیاء گوناگون تکرار و مشاهده گردید، می‌توان بر اساس آن اظهار نمود و نظریه ارائه کرد؛ البته ممکن است چنین نظریه‌ای در مواردی با نقیض خود روبه‌رو شده، اعتبار خود را از دست بدهد یا برعکس از پایداری برخوردار باشد.

برای بررسی بیشتر موضوع پژوهش، از نظرسنجی‌های رسمی دولتی، اطلاعات و آمارهای منتشرشده دانشگاهی و رسمی از سوی نهادهای تحقیقاتی، بررسی بانک‌های اطلاعاتی اینترنتی و عضویت در شبکه‌های مجازی از دیگر منابع مورد استفاده در این تحقیق هستند. همه این محتواهای بررسی شده و اسناد مورد اشاره در مسیر موضوع مطالعه، نقش سرعت‌بخشی گرایش و عضویت در رسانه‌های اجتماعی است که خطوط فکری آن‌ها را تشکیل می‌دهد؛ دولت‌ها سعی می‌کنند از این موضوع سهمی داشته باشند و منافع ملی خود را تأمین نمایند.

در این پژوهش، به پیشی گرفتن فضای موجود در رسانه‌های اجتماعی و تأثیرگذاری بر جریان بی‌نظمی و آشوب، تشکیل دولت مجازی و دولت در سایه، رهبری افقی، خودجوش بودن، ازجمله نقش رسانه‌های اجتماعی در اعتراضات و اغتشاشات توصیف و برای این موضوع که رسانه‌های اجتماعی ایران در مدیریت اعتراضات و اغتشاشات باید چه نقشی داشته باشند، راه کارهایی ارائه می‌شود.

مبانی نظری و مفاهیم:

رسانه‌های اجتماعی:

استفاده از اصطلاح «رسانه‌های اجتماعی» به‌طور پیوسته نخستین بار در جولای ۲۰۰۶ به کار گرفته شد. «کریس شیبلی»، «مؤسس و مدیر پژوهش‌های جهانی گروه راهنمای جهانی»^۱ به‌عنوان اولین فردی شناخته می‌شود که از اصطلاح امروزی رسانه‌های اجتماعی استفاده کرد.

شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان مؤثرترین فضای ارتباط جمعی در دنیای امروز محسوب می‌شوند (Sheikh, Shambati, 2015). ظهور این نوع محیط رسانه‌ای باعث شده که میزان اطلاعات در دسترس افراد به شکل خارج از تصویری افزایش یابد و بیش از هر زمان دیگر به جریان تولید، ذخیره، پردازش، بازیابی و مصرف اطلاعاتی پرداخته شود (Biçranlu, Talibian, Zandokili, 2015). رسانه‌های اجتماعی به محیطی مشارکتی تبدیل شده‌اند و به افراد اجازه می‌دهند تا خود به‌عنوان یک رسانه عمل نموده و به انتشار و تسهیم اطلاعات بپردازند. یکی از نیازهای بنیادین در هر جامعه در درجه اول امنیت است و جست‌وجوی امنیت از مهم‌ترین انگیزه‌های انسانی است که مسئولیت پیگیری و تأمین آن بر عهده حکومت‌ها و دولت‌هاست. عوامل بسیاری بر امنیت عمومی اثرگذار هستند که از بین آن‌ها می‌توان به رسانه‌های اجتماعی اشاره کرد (رفیع پور، محمد طاهری و سلطانی، ۲۴۶-۲۵۶: ۱۴۰۰). رسانه‌ها در سراسر

1. Guide world

جهان منتشر می‌شوند و تأثیرات شگرفی بر به اشتراک گذاری اطلاعات و ایجاد ارتباط بین افراد، جوامع و جوامع در دنیای مجازی دارند. (Ngai, Tao, & Moon, 2015; Zolkepli & Kamarulzaman, 2015). به‌طور خاص، زمانی که کاربران از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف اطلاعاتی استفاده می‌کنند، بر اساس ارزش سودمندی که بر آمادگی شناختی افراد تمرکز دارد، هدایت می‌شوند (Hu et al, 2017). دسترس‌پذیری همگانی اینترنت و گسترش امکانات فنی آن، پدیده نوینی را وارد عرصه رسانه‌ها کرد که به لحاظ قالب انتشار محتوا، سازوکارهای انتشار و چگونگی مشارکت مخاطبان در فرایند تولید و انتشار محتوای پیام، هم تمایز آشکاری با رسانه‌های سنتی داشت. برخی این پدیده را به رسانه نوین (مجازی) تعبیر نموده‌اند (بابایی، ۹۹: ۱۳۹۲).

نظریه عصر دوم رسانه‌ها:

مفهوم عصر دوم رسانه‌ها، در خلال دهه ۱۹۸۰، جایگاهی به دست آورده بود که با «جامعه رسانه‌ای ساده»، متفاوت بود. برای تدوین تمایز عصر اول و دوم رسانه‌ها، می‌توان به قدرت گسترده اینترنت در ابتدای دهه ۱۹۹۰ میلادی استناد کرد، «جان ون دایک»، ظرفیت‌های ارتباطی رسانه‌های جدید (عصر دوم رسانه) در مقایسه با سایر اشکال ارتباطی را چنین برمی‌شمارد:

۱. سرعت ۲. دامنه دسترسی ۳. ظرفیت ذخیره ۴. دقت ۵. گزینشگری ۶. تعامل ۷. غنای تحریک ۸. پیچیدگی و ۹. حفاظت از حریم خصوصی (مهدی‌زاده، ۲۹۷: ۱۳۸۹).

از نگاه جان «تامسپون» تحول و توسعه رسانه‌های ارتباطی، ترکیب و سرشت زندگی اجتماعی را تغییر شکل داده و اشکال جدیدی از عمل و تعامل را به وجود آورده است که دیگر وابسته به الزام سهیم‌بودن مخاطب در مکان مشترک نیست (پاستر، ۱۵۴: ۱۳۷۸).

اگر تحول رسانه‌های ارتباطی را از نخستین اشکال آن؛ یعنی چاپ در نظر بگیریم تا رسانه‌های الکترونیکی که امروزه به سرعت زیادی رواج پیدا کرده‌اند، همه این‌ها به شکلی با ظهور و تحول جوامع مدرن همراه بوده است. در دوره‌های تاریخی مختلف تحول رسانه‌های ارتباطی به شیوه‌های مختلفی با شماری از تغییرات و فرایندها همراه بوده که به مرور این فرایندها در کنار هم مدرنیته را رقم زدند. درواقع تحول رسانه‌ها و مفهوم مدرنیته باهم در ارتباط هستند و برای درک ماهیت مدرنیته، باید به نقش محوری تحول رسانه‌های ارتباطی و تأثیر آن‌ها توجه داشت.

استفاده از رسانه‌های ارتباطی، شامل آفرینش انواع جدید روابط اجتماعی و راه‌های تازه برای ایجاد رابطه خود با دیگران است. افراد هنگام استفاده از رسانه‌های ارتباطی، وارد اشکال تعاملی می‌شوند که از جنبه‌های خاص، با نوع تعامل رودررو که خصیصه بیشتر برخوردهای زندگی روزمره است، تفاوت دارد؛ افراد قادر به کنش برای دیگرانی هستند که از نظر فیزیکی غایب هستند، یا در واکنش به دیگرانی عمل می‌کنند که در محله‌های دور واقع شده‌اند (مهدی‌زاده، ۲۹۸: ۱۳۸۹). استفاده از رسانه‌های ارتباطی،

سازمان‌های مکانی و زمانی زندگی اجتماعی را به طریقی بنیادین، دگرگون کرده است و اشکال تازه‌ای از عمل و تعامل و شیوه‌های جدید از اعمال قدرت می‌آفریند که دیگر، پیوندی با سهم‌شدن در یک محل مشترک را ندارد. تحول رسانه‌های ارتباطی، قدرت را نه تنها به شیوه‌های جدید اجرا نموده، آن را در مقیاسی بی‌سابقه نیز مرئی کرده است. ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی متفاوت از فهم و درک را در ذهن افراد آشکار می‌کند و در ارتباط کلامی و رفتارهای مختلف خودش را نشان می‌دهد (پاستر، ۱۵۴: ۱۳۷۸).

ویژگی‌های نظریه عصر دوم رسانه‌ها این است که رسانه‌ها در هر زمانی ویژگی‌های مختص به خودشان را داشتند که مخاطب در فرایند استفاده به‌نوعی با کارکردها و ویژگی‌های آن رسانه همراه می‌شود و این تغییر ماهیت در قابلیت‌ها و کارکردهای رسانه، مخاطب را در هر دوره‌ای با تعامل و ارتباطی متفاوت مواجه می‌کند.

نظریه‌پردازان زیادی سیر تاریخی رسانه‌ها را در تقسیم‌بندی‌های مختلف ذکر کردند که کم‌وبیش نزدیک به هم است؛ از مطرح‌ترین تقسیم‌بندی‌ها نظریه «مارشال مک لوهان» است که از سه دوره ۱. کهکشان شفاهی یا تمدن باستانی ۲. عصر تمدن بصری یا کهکشان گوتنبرگ و ۳. عصر کهکشان مارکونی یا تمدن الکترونیک نام می‌برد. در آخر نیز، دهکده جهانی را عنوان می‌کند.

اگر رسانه‌های ارتباطی عصر دوم رسانه‌ها را نگاه کنیم، در نگاه اول این نکته که این رسانه‌ها به سمت الکترونیکی شدن رفته‌اند، به‌راحتی دریافت می‌شود و این همان اتفاقی است که به دنبالش، جامعه اطلاعاتی و جامعه شبکه‌ای به وجود می‌آید. در رسانه‌های جدید مخاطب به شکلی کاملاً فعال در فرایند ارتباط نقش دارد. در جمع‌بندی ویژگی‌هایی که برای رسانه‌های جدید عنوان می‌شود چند نکته وجود دارد:

- ۱- تعاملی بودن از بارزترین ویژگی‌ها محسوب می‌شود و شاید به توان گفت یکی از اصلی‌ترین عوامل در استفاده از رسانه‌های جدید همین تعاملی بودن است که چون امکان پاسخگویی و یا نوآوری و خلاقیت به‌وسیله کاربر برای عرضه دیدگاه‌هایش به منبع یا فرستنده را فراهم می‌کند، احساس رضایت و خوشایندی را برای فرد به دنبال می‌آورد.

- ۲- در رسانه‌های جدید حضور اجتماعی دیگر تنها ملزم به در جمع بودن به شکل فیزیکی نیست. با استفاده از رسانه‌های جدید امکان ارتباط مجازی با دیگران ایجاد می‌شود؛ بدون اینکه شناختی وجود داشته و یا حتی برنامه‌ای از قبل تعیین شده برای این ارتباط در نظر گرفته شده باشد.

- ۳- هر کاربر در استفاده از رسانه‌های جدید به‌نوعی احساس استقلال یا خودمختاری دارد که به فراخور آن می‌تواند بر محتوا، منبع و فرایند ارتباط تأثیر بگذارد و کاملاً مستقل عمل کند.

- ۴- جنبه سرگرمی و تفریح در رسانه‌های جدید به شکل چشم‌گیری وجود دارد و عده‌ای از کاربران

را ساعت‌ها به خود مشغول می‌کند و هراندازه بخواهند می‌توانند در این فضا تنها از جنبه سرگرمی مشغول باشند (مهدی‌زاده، ۲۷۸: ۱۳۸۹).

ساخت هویت جدید: فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی موجب می‌شود تا اجتماعات و هویت‌های جدیدی شکل بگیرد، هویتی که بیش از هر چیز تحت تأثیر ارتباطات الکترونیکی است. هر چه جلوتر می‌رویم، شکل‌گیری این هویت جدید بیشتر با فضای مجازی همراه می‌شود و در حال حاضر می‌توان گفت بخش عمده‌ای از هویت کاربران شبکه‌های اجتماعی، در فضای مجازی شکل می‌گیرد. «مارک پاستر» در «عصر دوم رسانه‌ها» تأکید می‌کند در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده‌ها و اطلاعات و یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند.

وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اثر تغییراتی که در برداشت‌های بشر امروزی به وجود می‌آورند، هویت‌ها را در وضعیت کاملاً تازه‌ای قرار می‌دهند که متفاوت و حتی مغایر با گذشته است. هویت در اجتماعات مجازی و جامعه اطلاعاتی در مسیر فرامیتی شدن حرکت می‌کند. درواقع ارتباطی که با اتکا به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی جدید شکل می‌گیرد، چشم‌اندازی متفاوت از فهم و درک را در ذهن افراد آشکار می‌کند و در ارتباط کلامی و رفتارهای مختلف خودش را نشان می‌دهد (همان: ۲۵۴).

جامعه اطلاعاتی هویت کاربران خود را منعطف‌تر می‌کند و با حجم بالایی از اطلاعات که در دسترس کاربر قرار می‌گیرد به حدی ذهن مخاطب را درگیر می‌کند که گاهی اوقات در انبوه اخبار اطلاعات گم می‌شود و به‌سختی می‌تواند به یک جمع‌بندی و تشخیص درست برسد. درست است که در حال حاضر ارتباطات واقعی افراد مانند گذشته نیست و اگر قبل‌تر همسایه و دوست و آشنا در ارتباط حضوری بیشترین سهم را داشتند اما امروز باوجود فضای مجازی ارتباطات بیشتر شکل مجازی به خود گرفته و خیلی محدود در زمان و مکان مشخص نیست. چه‌بسا جوانی در ایران با جوانی در دورترین کشور اروپایی به‌واسطه یک فهم یا باور مشترک در تعامل و ارتباط نزدیک باشد درحالی‌که با جوانان نزدیک به خودش این ارتباط را ندارد. در اینجا در کنار آن هویت ساخته‌شده‌ای که رسانه‌ها در جامعه اطلاعاتی شکل می‌دهند، هویت ملی افراد هم مدنظر است که در یک ارتباط فراملی شکل جدیدی به خود می‌گیرد.

حالا بیشتر از گذشته زندگی ما با رسانه‌ها عجین شده و بیش از آنکه خودمان به آن بیندیشیم، تحت تأثیر آن‌ها قرار گرفته‌ایم. رسانه‌ها در حال حاضر عضوی جدانشدنی از زندگی امروز ما هستند که خواسته یا ناخواسته با اتفاقات زندگی ما گره خورده‌اند. جدای از فعالین رسانه‌ای اکثر ما در رسانه‌ای به نام شبکه‌های اجتماعی عضو هستیم که در شکل‌دهی هویت ما نقش دارد و بخشی از سود و ضرر احتمالی در این حضور توسط خودمان رقم می‌خورد (همان: ۳۰۹).

اغتشاش و شورش:

شورش به معنای به هیجان آمدن، آشفتن و پریشان کردن است و در اصطلاح اقدام (گاهی با خشونت) دسته‌ای از افراد که در مقابله با نظام حاکم بر هر مجموعه‌ای اتفاق می‌افتد و معمولاً بی‌نظمی و ناامنی با خود به همراه دارد. عمل مقابل شورش، سرکوب (با خشونت) است. گاه به عبارت‌هایی نظیر اغتشاش، اعتراض، عصیان یا انقلاب نیز اطلاق می‌گردد.^۱ اغتشاش اقدامی است همراه با خشونت که از سوی افراد در مقابله با نظام حاکم بر هر مجموعه‌ای اتفاق می‌افتد و همواره بی‌نظمی و ناامنی را با خود به همراه دارد.^۲

یافته‌های پژوهش

با توجه به اغتشاشات صورت گرفته در سطح کشور و حمایت و پشتیبانی رسانه‌های غربی، عربی و عربی و تحریک افکار عمومی و کاربران از طریق ابزار رسانه، ابتدا جایگاه، میزان مصرف و اثرگذارترین شبکه مجازی در ایران، تأثیرات فضای مجازی بر اغتشاشات شهریور تا آذرماه سال ۱۴۰۱ با تأکید بر نظریه عصر دوم رسانه‌ها، فنون استفاده‌شده توسط رسانه‌ای غرب در اعتراضات و اغتشاشات ۱۴۰۱، رسانه‌های فعال غربی، عربی و عربی در اغتشاشات ۱۴۰۱ و با الهام‌گیری از نظریه عصر دوم رسانه‌های اثر جان ون دایک، به‌عنوان چارچوب نظری پژوهش و برای تبیین موضوع از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است.

جایگاه، مصرف و اثرگذارترین شبکه مجازی در ایران

از سال ۲۰۰۵ تاکنون موضوع شبکه‌های اجتماعی مجازی اصلی‌ترین مشغله کاربران اینترنت در دنیا و به تبع آن ایران بوده است. ایرانیان در میان کاربران اینترنتی به‌ویژه در استفاده از امکاناتی مانند وب‌نوشتی همیشه در بالاترین رده‌ها قرار دارند. کسب رتبه چهارم وب‌نوشتی جهان طی سال‌های ۸۳ و ۸۴ توسط وب‌نویسان ایرانی، نشانه رویکرد کاربران اینترنت در ایران به سمت شبکه‌های اجتماعی مجازی ارزیابی می‌شود (حسینی و دیگران، ۶۱: ۱۳۹۳).

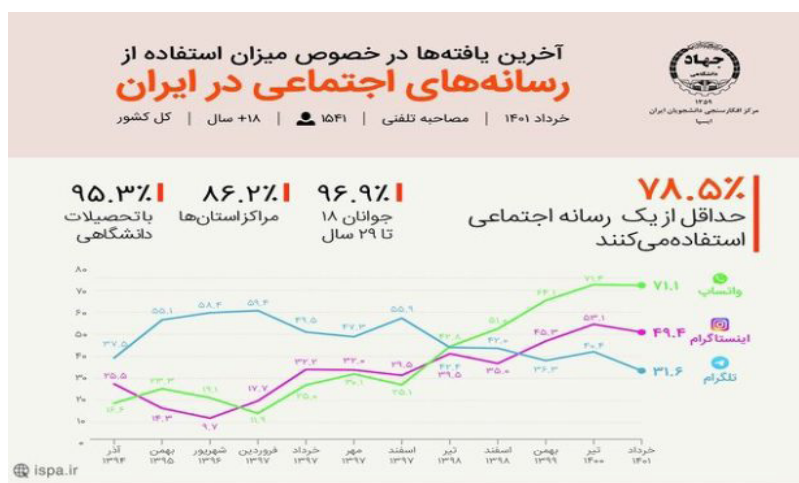
بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از آخرین نظرسنجی مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (ایسپا) که در خرداد ۱۴۰۱ و با جمعیت مورد مطالعه شهروندان ۱۸ سال به بالای ساکن در مناطق شهری و روستایی کل کشور و نمونه ۱۵۴۱ نفر به شیوه تلفنی اجرا شده است، ۷۸/۵ درصد از شهروندان کشور حداقل از یک پیام‌رسان یا رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند.

بر اساس اطلاعاتی که ایسپا در این گزارش منتشر کرده، ۹۶/۹ درصد گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال، ۸۶،۲ درصد ساکنان مراکز استان‌ها و ۹۵/۳ درصد افراد با تحصیلات دانشگاهی، هم‌اکنون از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.

1. <https://abadis.ir/fatofa/>

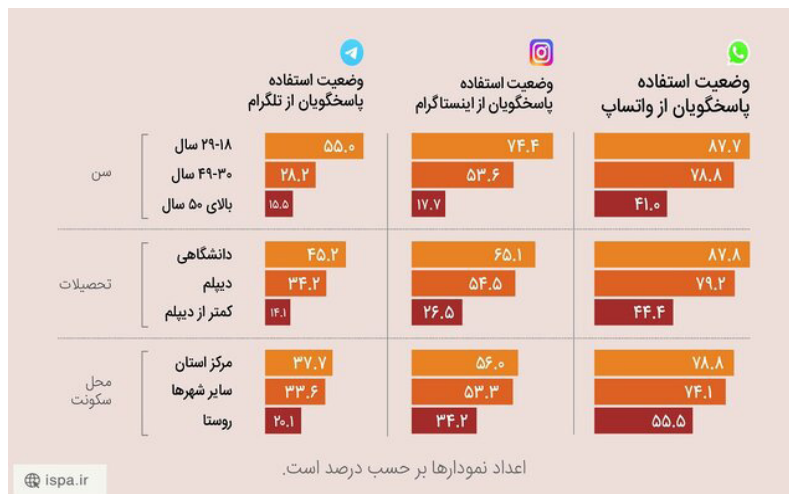
2. <https://aminedalati.com/protest-or-disturb/>

جدول ۱ - مصرف شبکه‌های اجتماعی در ایران



تلگرام با ۳۱/۶ درصد رتبه سوم را به خود اختصاص داده است؛ گفتنی است که میزان استفاده از این شبکه اجتماعی، نسبت به تیر ۱۴۰۰ نزدیک به ۹ درصد کاهش یافته است. بر اساس اطلاعات به دست آمده از این نظرسنجی، ۱/۳ درصد شهروندان کشور در حال استفاده از کلاب‌هاوس هستند. میزان استفاده از این شبکه اجتماعی درست مشابه با تیر ۱۴۰۰ بوده است. ۳ درصد از جمعیت کشور نیز از توئیتر استفاده می‌کنند.

جدول ۲ - تحلیل مصرف شبکه‌های اجتماعی در ایران از لحاظ سن، تحصیلات و محل سکونت



طبق نتایج نظرسنجی، ۳/۷ درصد شهروندان ۱۸ سال به بالا کشور از فیس‌بوک، ۳/۶ درصد از سروش، ۴/۶ درصد از ایتا، ۱/۱۸ درصد از آی‌گپ، ۰/۴ درصد از سیگنال، ۰/۸ درصد از گپ، ۲/۲ درصد از بله و ۵/۷ درصد از روبیکا و ۰/۶ درصد از تیک‌تاک استفاده می‌کنند.^۱

تأثیرات فضای مجازی بر اغتشاشات شهریور تا آذرماه سال ۱۴۰۱

الف) تعامل: «مارک پاستر» از نظریه‌پردازان پست‌مدرنیسم در تشریح عصر دوم رسانه‌ها چنین می‌نویسد: «فناوری‌های جدید ارتباطی در حال از بین بردن عقیده ارتباط عده‌ای معدود با افراد بی‌شمار است. برخی از مرتبطان همواره قدرتمندتر از دیگران خواهند بود؛ اما فکر بزرگی که در پشت قصه‌های ... (این رسانه‌های الکترونیکی جدید) نهفته، آن است که برای نخستین بار، عده‌ای بسیار با عده‌ای بسیار وارد صحبت می‌شوند. هرروز، اشخاصی که توانایی تهیه لوازم رایانه و پرداخت صورتحساب تلفن خود را دارند، می‌توانند تهیه‌کننده، مجری، سردبیر و شنونده خود باشند. هرروز که می‌گذرد، داستان‌های ایشان بیشتر و بیشتر دارای سبکی خاص، تحت تأثیر کنش مقابل و توأم با فردگرایی می‌شود؛ داستان‌هایی که در میدان‌های مختلف، برای شنوندگان گوناگون و به روش‌های متفاوت بیان می‌شود» (پاستر، ۷۴: ۱۳۷۸).

با ظهور عصر دوم رسانه‌ها، نوع جدیدی از جامعه ظهور کرده است و در جامعه جدید، جهان که به نظر مارشال مک لوهان در عصر ارتباطات به دهکده کوچک تبدیل شده بود، به صورت یک دهکده الکترونیک درآمده است؛ زیرا در این جهان جدید همه می‌توانند به رادیو و تلویزیون و رسانه‌های الکترونیک جدید و آخرین اطلاعات منتشرشده دسترسی داشته باشند. در این جهان، یک انسان مثلاً اتیوپیایی

1. <https://gadgetnews.net/646927/statistics-iranian-users-use-of-social-networks/>

می‌تواند با داشتن اندک امکانات، مانند یک انسان اروپایی و آمریکایی از اطلاعات روزآمد و جدید در همه زمینه‌ها استفاده کند و در صورت لزوم، اطلاعاتی را تولید و برای مصرف‌کنندگان بی‌شمار ارسال کند. (ب) سرعت و دامنه دسترسی: وی همچنین در ادامه می‌نویسد: «این انفجار ... متکی به نوعی فناوری است که با چاپ و رسانه‌های الکترونیکی، نخستین عصر رسانه‌ها تفاوت دارد؛ ارزان، انعطاف‌پذیر، در دسترس فوری و دارای سرعت است» (پاستر، ۷۴: ۱۳۷۸).

در دو دهه اخیر، فناوری اطلاعات، ساختار جهان معاصر را دگرگون ساخته است. سرعت تحول به گونه‌ای است که جوامع در حال توسعه قادر به نظارت کامل بر ملت‌های خود نیستند؛ البته این پیشرفت سریع، حاصل ترکیب رایانه و فناوری اطلاعات از راه دور است که با اصطلاح جدید به «جامعه اطلاعاتی» معروف شده است. این ترکیب را سرآغاز جامعه مبتنی بر فناوری اطلاعات می‌دانند که به‌طور زیادی، معادله عرضه و تقاضا را تغییر داده است. رشد سریع تقاضای رایانه موجب تحول در وضعیت توزیع یا انتقال پیام از یک نقطه به نقطه دیگر شده است. شبکه تلفن که به‌طور معمول برای انتقال صدا بود، اکنون به شبکه انتقال داده‌ها، آمار و ارقام تبدیل شده است. به عبارتی ما در فرایند انقلاب جدیدی قرار داریم که روزه‌روز بر زندگی روزمره ما تأثیر می‌گذارد. گاهی خودمان متوجه نیستیم که انقلاب «میکروالکترونیک»^۱ با ساختار «دیجیتال» خود و کاربرد (Silicon Cheap) زندگی ما را که با نظام «آنالوگ» هماهنگ بود، به‌سوی نظام دیجیتال هدایت کرد؛ یعنی منطق فناوری اطلاعات با همگرایی، زمینه‌ساز جامعه اطلاعاتی شد و به تدریج، امکانات تحول و تغییر را در تمام زمینه‌های ارتباطی و اجتماعی فراهم ساخت. اکنون تصور می‌کنیم که این فرایند، خارج از حوزه نظارت ماست، درحالی که موجب پدیدار شدن راه‌های متفاوتی در جامعه بشری شده است که مهم‌ترین آن، تحقق جامعه اطلاعاتی^۲ است (کاستلز، ۱۳۸۹).

امروزه دسترسی به حجم وسیع اطلاعاتی و برخورداری از امکانات ابزارهای نوین فناوری ارتباطی، افق جدیدی را پیش روی دولت‌ها و مردم گشوده است. دسترسی به این حجم وسیع اطلاعات به‌عنوان یک امتیاز خاص در عصر اطلاعات و درواقع، عامل تفکیک این دوره از دوره‌های قبل است. این امتیاز به همراه خود، دستاوردهای مهمی را به جامعه بشری تقدیم می‌کند که تا به حال به‌عنوان یک رؤیا و تنها در داستان‌های تخیلی قابل تصور بوده است؛ اما امروزه این امر ممکن است (دیلماقی، ۱۳۸۲).

ج) غنای تحریک: برخلاف عصر اول رسانه‌ها که به قول «آدرنو» و «هورک هایمر»، تضاد ذهنی همیشه میان چند مرکز معبود تولید و گروه بسیار وسیعی از مصرف‌کنندگان متفرق و پراکنده برقرار بود، در عصر دوم رسانه‌ها ظاهراً تضاد انحصاری میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان پیام‌ها از بین می‌رود و تولید، نه تنها دیگر یک‌طرفه نخواهد بود؛ بلکه در انحصار گروهی خاص قرار نخواهد گرفت.

ه) گزینش‌گری: صاحبان رسانه‌های الکترونیکی جدید (در اینجا منظور تلویزیون‌های ماهواره‌ای

1. Micro Electronic

2. Information Society

موجود اینترنت و سایر خدمات مربوط به اینترنت) نوع جدیدی از اطلاع‌رسانی را در دستورکار خود قرار داده‌اند که عمدتاً موجب تأثیرات گوناگون سیاسی، فرهنگی می‌شود. ویژگی این شیوه اطلاع‌رسانی آن نیست که صرفاً به‌مثابه مجرای خنثی برای انتقال داده‌ها و اطلاعات عمل کند؛ بلکه دقیقاً برعکس، تغییر شکل دادن داده‌ها و اطلاعات و ترویج تأویل چندلایه‌ای آن‌ها، مشخصه آن است.

وسایل الکترونیکی جدید، اطلاعات را از طریق چندلایه کردن، شکستن و پراکنده‌سازی داده‌ها همراه با تصاویر و صداها و زمینه‌ای کاملاً دستکاری‌شده در معرض مخاطبان قرار می‌دهند. در عرصه اینترنت و خدمات پیام‌رسانی رایانه‌ای نیز نوع ارتباط به‌گونه‌ای دیگر است. در این عرصه که برخلاف تلویزیون‌های ماهواره‌ای، عده بسیار با عده بسیار ارتباط برقرار می‌کنند، شیوه اطلاع‌رسانی جدیدی ظهور کرده است. رسانه‌های بیگانه و خارجی (توییتر، واتس‌آپ، تلگرام، اینستاگرام و...) با توجه به ظرفیت‌هایی که دارند، مخاطبان و کاربران را به خود جلب نموده و این پیام‌رسان‌ها در اغتشاشات اخیر نیز از همین ویژگی‌های عصر دوم رسانه‌ها استفاده و به داده‌ها تنوع داده‌اند؛ سپس با تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات کاربران متناسب با سلیقه و ذائقه آن‌ها محتوا تولید نموده و جذب حداکثری دارند؛ سپس قدرت انتخاب و گزینش‌گری را به مخاطب داده تا بتواند چارچوب ذهنی خود را تشکیل دهد و طبق آن رفتار و عملکرد داشته باشد.

و) هویت‌های جدید: جامعه اطلاعاتی، اجتماعات و هویت‌های جدیدی خلق می‌کند. در جامعه‌ای که به ارتباطات مبتنی بر صنعت چاپ، تلویزیون و تلفن متکی است، شیوه تولید به‌گونه‌ای است که هویت‌ها را به‌صورت عاقل، سودمند و خودبسنده درمی‌آورد؛ اما در جامعه اطلاعاتی، جامعه‌ای که در آن ارتباطات الکترونیک سیطره دارد، ذهنیت‌ها و هویت‌های ناپایدار، چندلایه و پراکنده ظهور می‌کند. مارک پاستر^۱ در «عصر دوم رسانه‌ها»^۲ تأکید می‌کند در دوره جدید که اینترنت و ارتباطات الکترونیک در جامعه سیطره دارد، این داده‌ها و اطلاعات و یا به عبارت دقیق کلمه، این اجتماعات مجازی هستند که هویت افراد را می‌سازند، هویت‌ها در معرض وضعیت کاملاً جدیدی قراردارند. ساختارهای اجتماعی متأثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات فهم و درک جدیدی از ذهنیت را آشکار می‌سازد که به انسان به‌عنوان پدیده‌ای چندلایه، تغییرپذیر و منفعل می‌نگرد و با هرگونه تثبیت هویت می‌ستیزد. هویت دیجیتال که محصول جامعه اطلاعاتی و اجتماعات مجازی است، مخاطبان، کاربران و وسایل ارتباطی را هدف قرار می‌دهد و هویت ملی و محلی آن‌ها را به سمت هویت فراملی تغییر می‌دهد؛ این امر ممکن است به کاهش انسجام اجتماعی جامعه بیانجامد. مثلاً اگر به‌صورت گذرا به این مسئله توجه کنیم، می‌بینیم که دیگر در یک محیط مجازی زبان فارسی چندان هویت فرد را نمی‌سازد و زبان انگلیسی است که هویت وی را در بین سایر کاربران جهانی می‌سازد (پاستر، ۶۸-۱۳۷۸: ۶۹).

1. Mark Poster

2. The Second Media Age

در این شیوه که نگارش الکترونیکی، نوع خاصی از فناوری ارتباطی را عرضه می‌دارد، شامل گوناگونی گسترده‌ای از روش‌های نگارش است که پردازش کلمات، متن دگرگون‌شده، نامه‌نگاری الکترونیکی، خدمات پیام‌رسانی و مذاکرات رایانه‌ای مهم‌ترین آن‌ها محسوب می‌شود. در همه آن‌ها، رایانه، واسطه ارتباط بین نویسنده و خواننده است. نگارش الکترونیکی را باید ادامه همان انگیزه‌ای دانست که نوشتن با دست و چاپ، با آن آغاز شده بود. این نوع نگارش، جداسازی نویسنده از متن را ممکن می‌سازد. به عبارت دقیق‌تر، این نوع نگارش فاصله (زمانی و مکانی) بین نویسنده و خواننده را بیشتر و مشکل تأویل متون را افزون می‌کند.

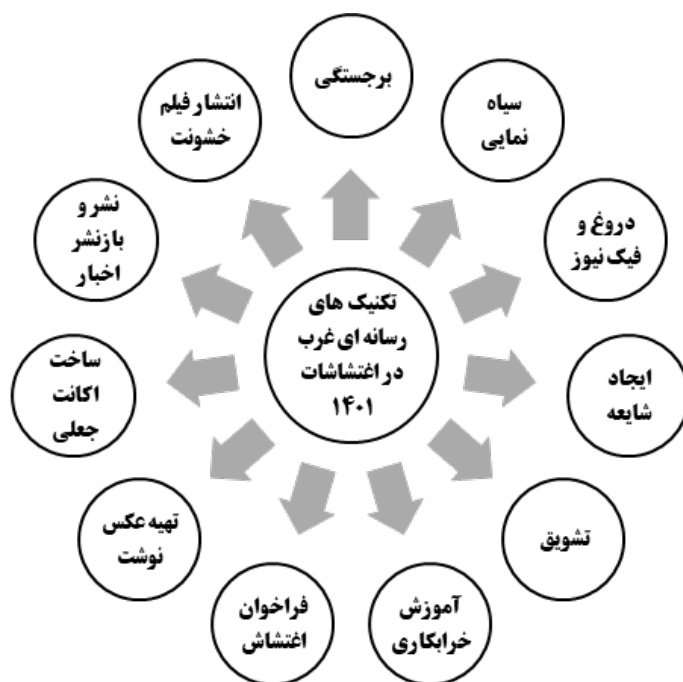
در اغتشاشات اخیر تعدادی از کاربران ازجمله افراد مشهور ازجمله سلبریتی‌ها و... هویت ملی و وابستگی عاطفی و میهنی خود را ارزان فروخته و تحت تأثیر تبلیغات، عملیات و جو روانی رسانه‌های بیگانه قرارگرفته و با اظهارنظرهایی، تعدادی از کاربران را به سمت افکار خودکشانده و جو جامعه را متشنج کردند و این افراد به‌زعم خود فکر می‌کردند که انقلاب جدیدی در راه است تا بتوانند از این انقلاب سهمی برای خود داشته باشند.

ز) حفظ حریم خصوصی: با توجه به آمار و ارقام کاربران در شبکه‌های اجتماعی واتس‌آپ، تلگرام، اینستاگرام و... هنوز با توجه به عملکرد تعدادی از مسئولان در اظهارنظرها ازجمله دسترسی به اطلاعات خصوصی و حذف یارانه افراد متمکن و... اعتماد و اطمینان کاربران به رسانه‌های اجتماعی داخلی پایین بوده و هنوز هم که هنوز است، راضی هستند ماهیانه مبلغی برای استفاده از نرم‌افزارهای فیلترشکن هزینه و بتوانند از ظرفیت‌های پیام‌رسان‌های خارجی استفاده و از پیام‌رسان‌های داخلی استفاده ننمایند؛ همچنین، در زمان فیلتر رسانه‌های اجتماعی خارجی، اظهارنظرهایی مبنی بر حرفه‌ای نبودن فیلترینگ از طرف دولت و... به‌نوعی مراتب نارضایتی خود را اعلام می‌کردند و رسانه‌ها داخلی را به‌دروغ پردازی متهم نموده و محتواهای شبکه‌های ماهواره‌ای و پیام‌رسان‌های اجتماعی را مورد اعتماد می‌دانستند.

پیچیدگی: در اغتشاشات اخیر با تولید، نشر، بازنشر محتواها با کیفیت عالی، بزرگ‌نمایی مشکلات و نارضایتی‌ها، با تبلیغات و عملیات و جو روانی و با استفاده از جنگ ترکیبی و هیبریدی، اوضاع کشور را پیچیده و با نشان دادن نظریه آشوب^۱، این‌طور به مخاطب القا و تلقین می‌کردند که کار نظام تمام‌شده و انقلابی در راه است و تمام تلاش خود را برای براندازی نظام انجام می‌دادند؛ همچنین، مخاطبان نیز بدون داشتن سواد رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل و دروازه‌بانی خبر، آن‌ها را باور می‌کردند.

باین‌حال رسانه‌ها؛ به‌ویژه شبکه اجتماعی اینستاگرام در فتنه اخیر نیز نقش بسزایی در به خیابان کشاندن آشوبگران داشت. اگرچه رسانه‌های معاند با فعالیت بسیار چشم‌گیر در این ساختار و استفاده از فنون رسانه‌ای مانند برجستگی، سیاه‌نمایی، دروغ، ایجاد شایعه، تشویق و آموزش‌های مختلف خرابکاری،

نقش مهم و اصلی را در وقایع اخیر ایفا کردند. برخی پایش‌ها نشان می‌دهد که ۱۴۰۰ فراخوان اغتشاش، ۲۴۰۰ فریم عکس‌نوشت و فیلم آموزش خشونت خیابانی، ۳۴۰ خبر جعلی و بیش از ۱۵۰۰۰۰۰ نشر و بازنشر توسط ۱۷۰۰ اکانت جعلی خارجی در اینستاگرام طی فتنه اخیر برای مخاطبان ایرانی منتشر شده که طبق آمار رسمی طی این فراخوان‌های اینستاگرامی، تخریب ۴۶۰ شعبه بانک و خودپرداز، تخریب ۶۱ آمبولانس، ده‌ها میلیارد خسارت به سهام‌داران بانکی، تعطیلی ۴ روزه واحدهای صنفی ۸۰ شهر کشور، تخریب ۷۰ ایستگاه اتوبوس، تخریب یک صد دستگاه اتوبوس، تخریب ۳۰ خودروی آتش‌نشانی، تخریب ۱۵ خودروی پلیس، صدها مجروح و ده‌ها کشته و شهید در سراسر کشور ثبت شده است. هرچند برآورد اولیه از مجموع خسارت‌ها به اموال عمومی هشت صد میلیارد و ضرر واحدهای صنفی در نتیجه فراخوان‌های مجازی بیش از یک هزار میلیارد بوده است.



۱۴۰۱ فن‌های رسانه‌ای غرب در اعتراضات و اغتشاشات

رسانه‌های فعال غربی، عبری و عربی در اغتشاشات ۱۴۰۱

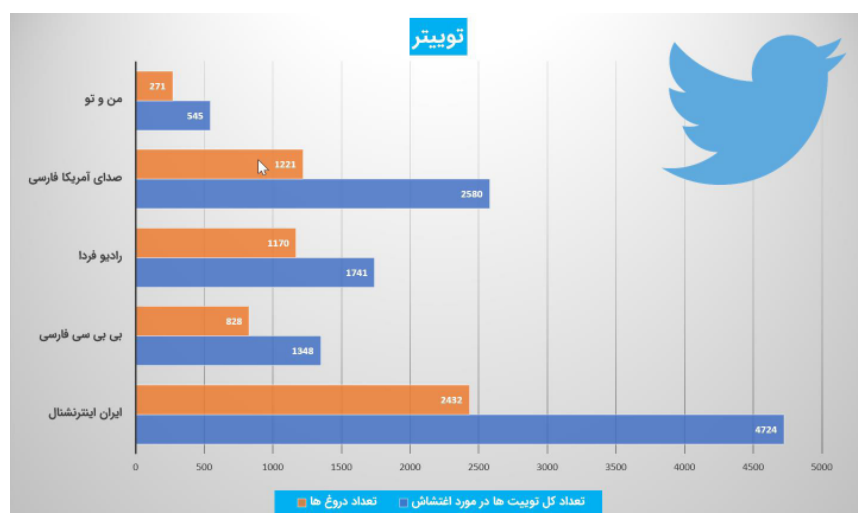
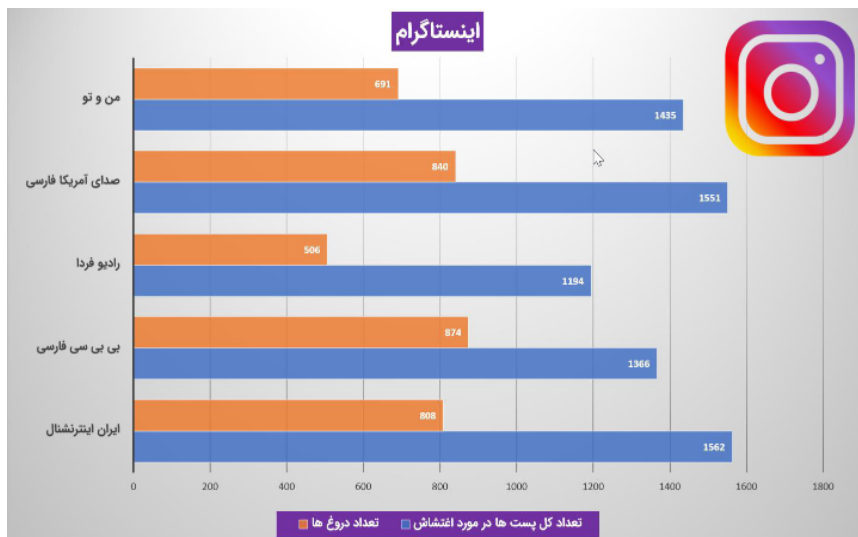
عملکرد پنج رسانه بی‌بی‌سی فارسی وابسته به دولت انگلیس، ایران اینترنت‌نال وابسته به دولت سعودی، صدای آمریکا و رادیو فردا، وابسته به دولت آمریکا، منوتو، وابسته به جریان بهائیت و صفحات مجازی آنها نشان می‌دهد این رسانه‌ها در بیست و پنج روز گذشته (بیست و سه شهریور تا شانزده مهر)

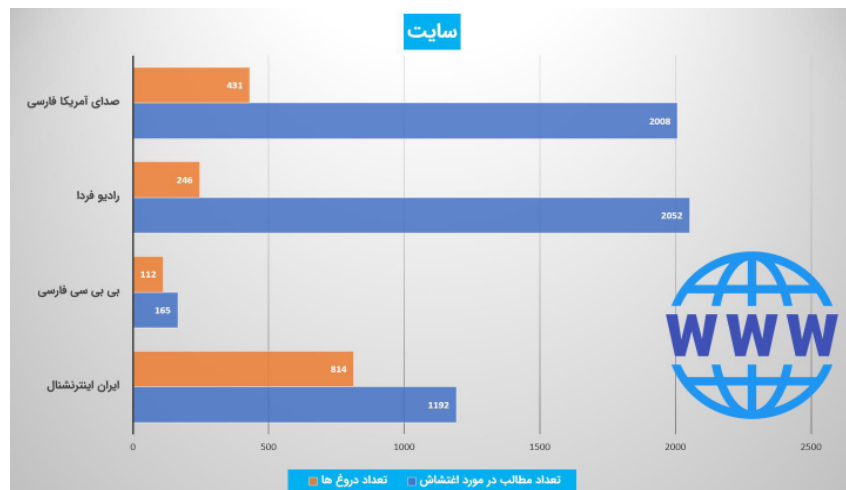
مجموعاً ۱۷۳۱۲ دروغ را درباره حوادث ایران منتشر کرده‌اند، در این پیمایش صرفاً وبگاه، کانال تلگرام، صفحات توئیتر و اینستاگرام رسمی این پنج رسانه بررسی شده و شبکه‌های تلویزیونی آن‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است، در این بررسی به نسبت حجم اخبار و تولیدات، بی‌بی‌سی بیشترین میزان اخبار خلاف واقع را داشته است و ایران اینترنشنال و رادیو فردا در رده‌های بعدی قرار دارند، در این پژوهش مصادیق اخبار خلاف واقع شامل جعل خبر، تقطیع، تحریف، وارونه‌سازی، بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی بوده است، ضمناً اخباری که توسط این رسانه‌ها مورد سانسور خبری قرار گرفته نظیر جوابیه پزشکی قانونی در مورد علت فوت مهسا امینی، تجمعات نیروهای انقلاب و تکذیب اخبار دروغ، مورد بررسی قرار نگرفته است.

پنج دروغی که در بیست و پنج روز گذشته بیشترین باز نشر را از این رسانه‌ها داشته‌اند، به ترتیب شامل موارد زیر است:

۱. ادعای دروغ ضرب و شتم خانم مهسا امینی
 ۲. ادعای دروغ درباره فوت و بیماری رهبر انقلاب
 ۳. ادعای دروغ درباره سقوط شهر اشنویه
 ۴. ادعای دروغ درباره علت مرگ نیکا شاکرمی
 ۵. ادعای دروغ «به خاک و خون کشیده شدن دانشگاه شریف»^۱
- مطابق رتبه‌بندی بیشترین انتشار اخبار خلاف واقع به نسبت به حجم خبر به این شرح است:
۱. شبکه بی‌بی‌سی با مجموع ۵۸ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۵۳۴۳. تعداد اخبار خلاف واقع: ۳۱۰۱)
 ۲. ایران اینترنشنال با مجموع ۵۳ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۱۱۴۲۶. تعداد اخبار خلاف واقع: ۶۰۲۶)
 ۳. شبکه من‌وتو با مجموع ۴۹ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۳۷۳۹. تعداد اخبار خلاف واقع: ۱۸۳۵)
 ۴. صدای آمریکا با مجموع ۴۳ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۸۵۵۵. تعداد اخبار خلاف واقع: ۳۶۵۶)
 ۵. رادیو فردا با مجموع ۴۱ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۶۵۰۲. تعداد اخبار خلاف واقع: ۲۶۹۴)^۲

1. <https://www.farsnews.ir/news/1401071800012787>.





بدین ترتیب در این ایام به طور متوسط ۴۸/۸ درصد اخبار منتشرشده این رسانه‌ها خلاف واقع بوده یعنی تقریباً از هر دو خبر، یک خبر صحت نداشته است. این رسانه‌ها در ۲۵ روز گذشته به طور متوسط هر دو دقیقه یک دروغ منتشر کرده‌اند. نکته قابل تأمل کثرت ادبیات مهیج، تبلیغی و آموزشی برای ایجاد اغتشاش بود که در نوع خود بی نظیر و خلاف همه پروتکل‌های رسانه‌ای در دنیاست؛ البته در این پژوهش به آن پرداخته نشده است.

مطابق این پیمایش شبکه سعودی ایران اینترنشنال با ۱۱۴۲۶ مطلب بیشترین میزان تولید را در ۲۵ روز گذشته داشته است و صدای آمریکا و رادیو فردا رتبه بعدی را به خود اختصاص دادند. از لحاظ میزان باز نشر تولیدات در فضای مجازی، ایران اینترنشنال با ۲۰ درصد، من و تو با ۱۷ درصد و بی بی سی با ۱۴ درصد بیشترین سهم را در توزیع اخبار اغتشاشات در فضای مجازی داشته‌اند؛ یعنی حدود ۵۱ درصد اخبار باز نشر شده اغتشاشات در فضای مجازی مربوط به این سه رسانه بوده است.^۱ به نظر «مک لوهان» در هر عصری یک رسانه بر دیگر رسانه‌ها مسلط است؛ از این رو تاریخ توسط رسانه‌های غالب در هر عصر و زمانی هدایت می‌شود. خصیصه رسانه‌های غالب این است که قادرند نظم اجتماعی را به هم بزنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی و وبگاه‌های اینترنتی، به سرعت در حال تصرف فضای ارتباطی کشور ما هستند که خود را در موارد و حوادث متعددی؛ به ویژه اغتشاشات شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱ نشان داده‌اند. تسلط رسانه‌ها نتایجی را در حوزه زیست اجتماعی ایرانی- اسلامی به همراه داشته که به شرح زیر است:

۱- با گسترش فضای مجازی و شکل‌گیری ارتباط جمعی در شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱، سوره‌های

1. <https://www.farsnews.ir/news/14010718000127>

ارتباطی قدرت ابتکار عمل بیشتری را به دست آورده و شهروندان عادی در شهرهای کوچک و بزرگ به افرادی فعال در حوزه سیاست تبدیل شدند. در این اعتراضات هر شهروند علاوه بر آنکه مخاطب پیام است، تولیدکننده نیز شد. آنان علاوه بر اینکه محتوای تولیدشده را مشاهده، تأیید و باز ارسال می‌کردند، خود نیز به تولید محتوا اقدام می‌کردند. امکان استفاده از گوشی‌های دوربین‌دار و سامانه اندروید این امکان را به معترضان داد تا بر رفتار قدرت در حوزه‌هایی غیرقابل باور نظارت داشته باشند.

۲- گسترش فناوری‌ها و شبکه‌های اجتماعی و افزایش حوزه نفوذ آن از فتنه ۸۸ تاکنون، اقتدار نظام را بر فضای ارتباطی کاهش داده و استقلال نسبی شبکه‌های ارتباطی سبب افزایش استقلال سیاسی و اجتماعی و فرهنگی گردید. این امر باعث تسریع و تسهیل در تحولات سیاسی و اجتماعی و بروز اعتراضات و نافرمانی‌های نوین به گونه‌ای باورناپذیر و پیش‌بینی‌ناپذیر توسط نهادهای امنیتی و انتظامی گردید. تحولات، سرعت گرفته و فضای غبارآلود به برخی از نقاط جغرافیایی گسترش یافت.

۳- در شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱ همه‌چیز از جمله فوت خانم مهسا امینی، قبح‌شکنی‌ها، نحوه برخورد سازمان‌های نظامی و امنیتی، لباس شخصی‌ها و... به سرعت رنگ سیاسی به خود گرفت و به گونه‌ای به نظام سیاسی متصل گردید؛ به همین سبب حالت ضد نظام به خود نظام گرفت؛ چراکه معترضان با هدف ایجاد جریان ضد قدرت، نظام سیاسی را مسئول تمامی بحران‌ها می‌دانستند. امری که با وجود پراکندگی خواسته‌ها، باعث وحدت مخالفان گردید. اگرچه مسائلی همچون نبود رهبری باعث تداوم نداشتن اعتراضات گردید؛ اما با نگاه به آینده می‌توان گفت دشمنان، به کمک شبکه‌های اجتماعی و فناوری و باوجود درهم‌آمیختگی موضوعات و بحران‌های گوناگون، از هر موضوعی برای تداوم اعتراضات و آشوب‌ها استفاده می‌کنند؛ هرچند که لزوماً همه آن‌ها به کنشگری سیاسی تبدیل نشده و از فضای مجازی نیز خارج نشده‌اند؛ لیکن به معنای توان امکان ایجاد چالش با قرائت رسمی از فرهنگ و اختلال در نظام برنامه‌ریزی و قطع اتصال با کارگزاران نظام هستند که برای نظام سیاسی بسیار خطرناک است.

نتیجه‌گیری

هدف از ارائه آمار و ارقام در این پژوهش نشان از گرایش مردم ایران به رسانه‌های اجتماعی است و اینکه تلفن همراه به تلویزیون کاربران و مخاطبان تبدیل شده و استفاده از رسانه‌های رسمی و سنتی به حداقل رسیده است. هرروز به تعداد کاربران و فعالان شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی افزوده می‌شود و مشارکت سیاسی و نافرمانی مدنی در اختیار شبکه‌های و رسانه‌های اجتماعی است. در این حالت، کشورهایی می‌توانند منافع ملی خود را در سطح داخلی، منطقه‌ای و جهانی حفاظت کرده و توسعه و گسترش دهند که بتوانند سهمی از این ساختارها، شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی داشته باشند و حاصل تولید خود و بومی‌سازی کشور؛ یعنی کلید روشن و خاموش آن‌ها دست خود کشور باشد. چارچوب پژوهش بر اساس

نظریه عصر دوم رسانه‌ها اثر جان ون دایک با ویژگی‌های ۱. سرعت ۲. دامنه دسترسی ۳. ظرفیت ذخیره ۴. دقت ۵. گزینش‌گری ۶. تعامل ۷. غنای تحریک ۸. پیچیدگی و ۹. حفاظت از حریم خصوصی است؛ بنابراین، محققان با توجه به ویژگی‌های یادشده و متناسب با ظرفیت‌های داخلی رسانه‌های اجتماعی موضوع را تحلیل نموده و راه‌کارهایی را ارائه نموده‌اند:

خوشبختانه گرایش و عضویت به رسانه‌ای داخلی نسبت به قبل با توجه به انجام فیلترینگ بیشتر شده است؛ به‌عنوان مثال کاربران پیام‌رسان روبیکا به بالای ۳۵ میلیون نفر رسیده است؛ اما هنوز تعدادی از کاربران وجود دارند که به شبکه‌های اجتماعی داخلی اعتماد نداشته و از پیام‌رسان‌های واتس‌آپ، تلگرام و اینستاگرام استفاده می‌کنند و حاضرند ماهانه مبلغی را برای خرید نرم‌افزار فیلترشکن برای استفاده از پیام‌رسان‌های یادشده هزینه نمایند و برای پرداخت نکردن این‌گونه هزینه‌ها، از انجام فیلترینگ و محدودیت‌ها انتقاد می‌کنند.

بر اساس آمار وزیر ارتباطات دولت سیزدهم، در حال حاضر روبیکا با ۳۵ میلیون کاربر فعال ماهانه و ۱۵ میلیون مراجعه روزانه پرتراфик‌ترین سکوی داخلی محسوب می‌شود. بعدازآن به ترتیب پیام‌رسان ایرانی ایتا با بیش از ۱۵ میلیون مراجعه کاربر فعال ماهانه و ۹/۲ میلیون مراجعه روزانه، پیام‌رسان ایرانی بله با ۹/۸ کاربر ماهانه و ۳/۳ میلیون کاربر روزانه، همچنین سروش پلاس با ۸/۱ میلیون کاربر فعالان ماهانه و ۳/۵ میلیون فعالیت روزانه در رتبه‌های بعدی قراردارند.^۱



منبع^۲

برای جذب مخاطب و کاربران حداکثری و جلب اعتماد این کاربران به رسانه‌های داخلی از ویژگی‌های نظریه عصر دوم رسانه‌ها می‌توان کمک گرفت و برای بهبود شرایط و مدیریت و اعتراضات و اغتشاشات

1. <https://www.zhakat.com/blog/publication-of-statistics-on-the-number-of-users-of-domestic-messengers-in-iran/>
 2. <https://www.irasin.ir/news/31200>

در بُعد امنیت‌زایی اقدامات زیر را می‌توان انجام داد:

در نظریه یادشده به سرعت اشاره شده است؛ بنابراین، مسئولان باید سرعت دانلود، آپلود، شتاب در شروع کردن (start) اخبار و عجله‌نکردن در پایان‌دادن (stop) به موضوع، پوشش سریع و پخش زنده اخبار، دسترسی به اخبار و اطلاعات را ارتقا دهند؛ سطح دسترسی به اطلاعات و نیازمندی کاربران را توسعه داده تا به رضایت بینجامد؛ ظرفیت‌های ذخیره‌سازی را ارتقا دهند؛ برای مثال داده‌ای بیشتر از یک حجم خاص در تعدادی از پیام‌رسان‌ها، ازجمله پیام‌رسان «بله» ارسال‌شدنی نیست و کاربران از پیام‌رسان تلگرام استفاده می‌نمایند. در زمینه دقت نیز که به‌نوعی با صحت سنجی و آشکار نمودن اخبار نادرست و کذب دشمن قرین است، در به اشتراک‌گذاری داده‌ها نهایت دقت را انجام داده تا باعث ایجاد تناقض، تضاد، ابهام و دوگانگی در بین کاربران نشود؛ همچنین دسیسه‌ها و فریب‌های رسانه‌ای دشمن در کوچک‌سازی، سکوت و انکار موفقیت‌ها و بزرگ‌نمایی مشکلات را آشکار و با واقع‌نمایی، اعتماد کاربران را جلب کرده و اعتمادزایی حداکثری داشته و از دشمن، اعتمادزایی نمایند. در زمینه گزینش‌گری که معنای حق انتخاب و احترام به ذائقه و سلیقه مخاطب و کاربران را می‌رساند، بایستی محتوا و داده‌ها دسترس‌پذیر و متنوع بوده و کاربر، در هر زمان، هر چه می‌خواهد، بتواند به آن دسترسی داشته باشد.

در بحث تعامل در پیام‌رسان‌ها، مسئولان تلاش نمایند، محدودیت‌ها برای پیام‌رسان‌های داخلی برداشته شود و هر کس در هر جا بتواند با سایر کاربران تعامل و ارتباط برقرار نماید؛ البته بایستی ملاحظات امنیتی و منافع ملی در نظر گرفته شود. در موضوع غنای تحریک، می‌تواند از تبلیغات محتوا با زرق‌وبرق (متناسب با ذائقه و سلیقه مخاطب و داشتن تنوع) برای تحریک کاربر و استفاده از داده‌ها و محتواهای مختلف از پیام‌رسان‌های داخلی استفاده کرده تا منافع ملی تأمین شود. در زمینه ویژگی پیچیدگی پیام‌رسان‌ها که «جان ون دایک» اشاره می‌کند، با توجه به اینکه سن استفاده از پیام‌رسان به پایین‌ترین سن و حتی به ۳ سالگی رسیده، می‌توان این پیچیدگی را ساده نمود تا متناسب با نیازمندی مخاطب و همچنین اقتضائات سنی و جسمی از آن استفاده نمود؛ یعنی پیچیدگی را کاهش داد. در ویژگی حفاظت از حریم خصوصی این ضعف در رسانه‌های داخلی وجود دارد و یا در تعدادی از کاربران و افکار عمومی این موضوع وجود دارد که به پیام‌رسان‌های داخلی نمی‌شود اعتماد کرد؛ البته تعدادی از مسئولان به این موضوع دامن زدند؛ به‌ویژه در بحث اختصاص یارانه‌ها که مسئولان بیان کردند، دارایی مردم بررسی شده و هرکسی دارایی به میزان معلوم و تعریف‌شده داشته باشد، به او یارانه داده نمی‌شود؛ همچنین در بین تعدادی از کاربران این شایعه یا واقعیت وجود دارد که رسانه‌ها یا پیام‌رسان‌های داخلی قابل رصد و ردیابی امنیتی هستند. این بی‌اعتمادی باعث شده که هنوز حاضر نیستند عضو پیام‌رسان‌های داخلی شوند. این ضعف و آسیب عمده در حال حاضر نیز وجود دارد و برای رفع این آسیب و ضعف، تلاش زیادی لازم است؛ در صورت کسب اعتماد مردم جامعه، ازجمله حفظ و در امان ماندن اطلاعات خصوصی افراد و همچنین استفاده از تحلیل‌های یادشده

که به همراه راهکار بیان شده است، می‌تواند این اعتماد ازدست‌رفته را بازگرداند و اعتمادزایی در بین کاربران صورت گیرد تا مخاطبان بیشتری عضو پیام‌رسان‌های داخلی شوند؛ برای مثال تنوع در محتوا، میزان دسترسی، امکانات و... در پیام‌رسان روبیکا، باعث شده که کاربران آن به بیش از ۳۵ میلیون نفر برسد. لازم است مسئولان امر در تقویت زیرساخت‌ها کوشش نموده تا به اصطلاح، کلید و سوئیچ این زیرساخت‌ها در اختیار کشورمان باشد و به سایر کشورها که صاحب فناوری هستند، اجازه تحریم از این مورد را نداد؛ از سوی دیگر، با ارزان نمودن اینترنت و انعقاد قرارداد با کشورهای همسایه و دوست، می‌توان این فناوری را به آن‌ها پیشنهاد داد تا بتوانیم دست‌کم، در نظم نوین منطقه و سپس جهانی، نقش داشته و تمدن ایرانی-اسلامی را به منصه ظهور برسانیم.



راهکارهایی یادشده، برای خارج شدن از وضعیت موجود، کسب اعتماد کاربران، تقویت زیرساخت‌ها، بومی نمودن رسانه‌های اجتماعی و اتکا به قدرت فناوری داخلی است و می‌توان از وابستگی به رسانه‌های اجتماعی سایر کشورها رها شد. با استقلال در زمینهٔ زیرساخت، تولید محتواهای باکیفیت و با تنوع‌بخشی و احترام به ذائقه و سلیقه‌های مخاطبان و حتی مخاطبان خارجی، می‌توان در نظم نوین جهانی که توسط ابزار رسانه‌ها اجرایی می‌شود، نقش داشت. در چند سال اخیر، کشورهای استعمارگر، سلطه‌جو و اقتدارطلب، سلطه خود را از روش‌های کهنه و قدیمی استعماری به روش استعمار فرانو که همان رسانه‌های رسمی و اجتماعی است، متمرکز نموده‌اند و به بهانه‌هایی همچون ایجاد مردم‌سالاری و دفاع از حقوق بشر، از ابزار رکن چهارم مردم‌سالاری که همان رسانه است، استفاده می‌نمایند. آن‌ها نوید شعار عوام‌فریبانه همچون آزادی، رهایی از ظلم و ستم، دیکتاتوری، توسعه و رونق اقتصادی کشورها، وارد نمودن فناوری و... را سر می‌دهند. کشور ما، به زعامت مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) که اصطلاح جهاد تبیین را مطرح

نمودند، می‌تواند از طریق رسانه‌های اجتماعی، اهداف جنگ نرم دشمن، مصداق‌های انقلاب‌های رنگی، دستاوردهای آنان برای کشورهای افغانستان، عراق، الجزایر، لیبی و... را برای جهانیان شفاف‌سازی و تبیین نمایند. این اقدام باعث ناکارآمدی و شکست توطئه معاندان علیه کشور خواهد شد و به افول آمریکا، انگلیس، فرانسه، رژیم صهیونیستی و... خواهد انجامید؛ همچنین، به کشورهای حوزه خلیج فارس که همچنان به کشورهای یادشده تکیه دارند، این پیام را برساند که طبل آن‌ها توخالی است و باید با کشورهای منطقه پیمان‌های وحدت‌آفرین منعقد نمایند.

پیشنهاد

- ✓ افزایش سواد رسانه‌ای کاربران در داخل کشور، برای جلوگیری از باور زود هنگام محتواها؛ به‌ویژه رسانه‌های غیررسمی
- ✓ بومی نمودن رسانه‌ای اجتماعی داخلی و پشتیبانی قوی و به‌روزرسانی آن‌ها برای رقابت با رسانه‌های اجتماعی سایر کشورها
- ✓ اقدام‌های اعتمادزا و جذب کاربران و رسانه‌های اجتماعی داخلی و داشتن نقش مؤثر در جنگ ترکیبی
- ✓ تنظیم گفتمان جدید توسط شورای عالی فضای مجازی کشور در سطح بین‌المللی
- ✓ جهاد تبیین و بیان رسالت این گفتمان جدید، توسط رسانه‌های رسمی و مجازی کشور برای مخاطبان جهان

منابع:

- بابایی، محمود (۱۳۹۲)، رسانه‌های دیجیتال: مشارکت‌پذیری و فناوری محوری، نشر انجمن علمی مدیریت اطلاعات ایران، دوره ۱، شماره ۲، اردیبهشت، ۱۳۹۲، ۹۸-۱۰۷.
- بست، جان (۱۳۸۴)، روش‌های تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، مترجم: حسن پاشا شریفی، نگرس طالقانی، انتشارات رشد، تهران.
- پاستر، مارک (۱۳۷۸)، عصر دوم رسانه‌ها، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران، انتشارات ایران.
- حسینی، حسین و دیگران (۱۳۹۳)، واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوادث انتخابات سال ۱۳۸۸ جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه آفاق امنیت، شماره ۲۴.
- رشیدی، احمد و حسین پور، روح اله (۱۴۰۰)، اعتراضات دی‌ماه ۹۶ از منظر نظریه جامعه شبکه‌ای، فصلنامه علمی پژوهشی راهبردی سیاست، دوره ۱۰، شماره ۳۹، زمستان ۱۴۰۰، ص ۱۱۱-۱۳۹.
- رفیع پور هفت‌خوانی، شیرین علی، محمد طاهری، محمودرضا، سلطانی فر، محمد (۱۴۰۰)، تأثیر وسایل نوین ارتباطی بر امنیت اجتماعی ایران، فصلنامه علمی-پژوهشی سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، ص ۲۵۶-۲۴۶.
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۴۰۰)، مدیریت رسانه‌های اجتماعی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- سام آرام، عزت‌الله، (۱۳۷۸)، نیاز صداوسیما به تحقیق اسنادی، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۱.
- سرکیسیان؛ وارگن (۱۳۹۱)، فرهنگ‌های دیجیتال در رسانه‌های دیجیتال، تهران: انتشارات سروش، مرکز تحقیقات صداوسیما.
- صادقی ده چشمه ستار و خاکسار فائزه (۱۳۹۶)، شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان، مقاله ارائه شده در دومین اجلاس سراسر دانش و فناوری علوم تربیتی مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران، تهران.
- صالحی، فریبا و شیرین کام، اسحاق و مرادی، مریم و سیاهکویی، فائزه (۱۳۹۴)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر جهانی شدن ارتباطات، کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی، <https://civilica.com/doc/424448>
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، جلد ۱، تهران: انتشارات طرح نو.
- مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (۱۳۹۶)، گزارش نظرسنجی بررسی دیدگاه مردم ایران در خصوص تجمعات دی‌ماه <http://ispa.ir/1396/>
- مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران (۱۳۹۶)، میزان استفاده از تلگرام، <http://ispa.ir/>
- مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران، (۱۳۹۶)، بررسی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی، <http://ispa.ir/>
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران، ناصر: همشهری.

- Barkun, Michael (2003). *A Culture of Conspiracy: Apocalyptic Visions in Contemporary America*. University of California Press; 1 edition. P.58.
- Biçranlu, Abdullah; Talibian, Hamed; Zandokili, Sara (2015), Representation of Privacy in Social Media: Ethnography of Iranian Facebook Users, *New Media Studies*, First Year, No. 1
- Chaturvedi, Subi(2018), Cyberwarfare Will Threaten Two Things We Hold Dear—Freedom and the Internet, *Economic and Political Weekly (Engage)*, Vol. 53, Issue No. 19, 12 May, 2018: <https://www.epw.in/engage/article/cyberattacks-threaten-freedom-internet>.
- <https://digi.ro.ir/social-media-statistics-facts-trends/>
- <https://gadgetnews.net/646927/statistics-iranian-users-use-of-social-networks/>
- <https://parsi.euronews.com/2022/02/22/social-media-internet-time-2022-global-overview-report>
- <https://www.Persiantools.com/more/article/9-%-2022>
- <https://www.epw.in/engage/article/social-media-heralding-new-world-order>. *Economic and Political Weekly (Engage)*, ISSN (Online): 2349-8846 Published by: *Economic and Political Weekly*.
- Hu, S. GU, J. Liu, H. & Huang, Q. (2017). The moderating role of social media usage in the relationship among multicultural experiences, cultural intelligence, and individual creativity. *Information Technology and People*, 30(2), 265–281. S.
- Kamalipour, Yahya, (2010), *Media, Power, and Politics in the Digital Age: The 2009 Presidential Election Uprising in Iran*, Publisher, Rowman & Littlefield, City: Lanham.
- Melley, Timothy (December 1999). *Empire of Conspiracy: The Culture of Paranoia in Postwar America*. Cornell University Press. ISBN 0-8014-8606-8.
- New World Order (conspiracy theory). در ۱۵ سپتامبر ۲۰۱۱، بازبینی شده در ۲۰۱۱.
- Ngai, W. T. Tao, S. S. C. & Moon, K. K. L. (2015). Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks. *International Journal of Information*

Management, 35, 33–44

- Paranoia and the Roots of Conspiracy Theories. Psychology Today .Retrieved 2020-04-25.
- Patriot' Paranoia: A Look at the Top Ten Conspiracy Theories. Southern Poverty Law Center. Retrieved 2020-04-25.
- Sheikh, Reza, Shambiati, Hanieh. (2015), Content Analysis of Virtual Social Networks with Netnography Approach Based on Incomplete Information, New Media Studies, First Year, No. 4