

علمی پژوهشی

بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی در تقویت اعتراضات سیاسی سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱

محسن شفیعی سیف آبادی^۱، نجات محمدی فر^۲، محمد قنائی^۳

چکیده

تاریخ دریافت:

۰۶ فروردین ۱۴۰۵

تاریخ پذیرش:

۲۴ تیر ۱۴۰۵

کلیدواژه‌ها:

رسانه‌های اجتماعی،

اعتراض سیاسی، اعتراض

۱۳۸۸، اعتراض ۱۴۰۱

مطالعه حاضر با تمرکز بر دو برش تاریخی مهم در جمهوری اسلامی ایران — اعتراضات سال ۱۳۸۸ و سال ۱۴۰۱ — به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت، سازمان‌دهی و جهت‌دهی به افکار عمومی در بستر جنبش‌های اعتراضی می‌پردازد. در همین راستا، پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی-تحلیلی، از طریق تحلیل اسناد و مدارک موجود، تأثیر رسانه‌های اجتماعی را بر شکل‌گیری و تداوم اعتراضات سیاسی مذکور در چارچوب دو نظریه «برجسته‌سازی» مک‌کومبز و شاو و «کاشت» گرینر مورد واکاوی قرار می‌دهد. نتایج حاصل از پژوهش نشان‌دهنده نقش حیاتی رسانه‌های اجتماعی در تعیین دستور کار عمومی و شکل‌دهی باورها و نگرش‌های طولانی‌مدت است. نظریه برجسته‌سازی بیان می‌کند که رسانه‌ها با تمرکز بر موضوعات خاص، تعیین می‌کنند چه چیزی برای مخاطبان مهم است و از طرفی، نظریه کاشت به ما نشان می‌دهد که رسانه‌ها چطور تصویری از واقعیت را در ذهن مخاطبان کاشت می‌کنند که با گذشت زمان و تکرار، این تصویر تبدیل به بخشی از نگرش و باورهای آن‌ها می‌شود.

مقدمه

اعتراض سیاسی یکی از اساسی‌ترین مفاهیم در نظام‌های سیاسی است که در عین اهمیت، همواره با پیچیدگی‌ها و چالش‌های خاص خود همراه بوده است. اگرچه در هر اعتراضی برخی عوامل اغتشاش‌گر با اهداف سیاسی ناسالم و تحت تأثیر بیگانگان به خشونت، تخریب و صدمات جانی و مالی می‌پردازند، اما اعتراض سیاسی را نمی‌توان صرفاً به این ابعاد تقلیل داد. برای جمهوری اسلامی ایران و سایر دولت‌ها، اعتراض سیاسی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌های کنش اجتماعی و سیاسی تلقی می‌گردد؛ عرصه‌ای که در آن از یک‌سو گروهی به دنبال آشفته‌گی و خدشه‌دار کردن چهره ثبات در کشور هستند و از سوی دیگر گروهی نیز با هدف اصلاح، حفظ

^۱ (نویسنده مسئول) دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه اردکان، اردکان، ایران. shafiee@ardakan.ac.ir

^۲ استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه اردکان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، اردکان، ایران. n.mohammadifar@ardakan.ac.ir

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه اردکان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، اردکان، ایران. mbknow2821@gmail.com

و رشد نظام سیاسی وارد عمل می‌شوند. شورش، ناامنی، اغتشاش و ناآرامی یا به عبارت دیگر رادیکالیسم سیاسی خشونت‌آمیز، از مصادیق بحران‌های اجتماعی محسوب می‌شوند که به دلیل شرایط بحرانی و نابسامان یا در اثر عوامل متعدد سیاسی، اجتماعی و اقتصادی پدید می‌آیند. این پدیده‌ها از جمله موضوعات چندوجهی هستند که همواره توجه اندیشمندان و افکار عمومی را به خود معطوف کرده‌اند (خواجه سروی و حسینی، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، شرایط جغرافیایی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی و اقتصادی هر کشور موجب می‌شود اعتراضات به شیوه‌ها و دلایل مختلفی بروز یابند و حکومت‌ها نیز برای حفظ نظم و آرامش از ابزارهای متنوعی برای مدیریت آن‌ها استفاده کنند.

از سوی دیگر در دهه‌های اخیر، جهان شاهد افزایش چشم گیر جنبش‌ها و اعتراضات سیاسی بوده است. از جنبش «بهار عربی» در خاورمیانه و شمال آفریقا گرفته تا جنبش‌های «اشغال وال استریت» در آمریکا، «جلیقه‌زرها» در فرانسه و اعتراضات هنگ کنگ، همگی نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزار جدید ارتباطی، نقش بی‌سابقه‌ای در بسیج اجتماعی و انتقال پیام‌های اعتراضی ایفا کرده‌اند. از سوی دیگر ایران نیز از این روند جهانی مستثنی نبوده است. در دو مقطع تاریخی مهم - اعتراضات سال ۱۳۸۸ (جنبش سبز) و اعتراضات سال ۱۴۰۱ - رسانه‌های اجتماعی به شکل قابل توجهی در شکل‌گیری، گسترش و تداوم کنش‌های اعتراضی نقش داشتند. رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از ابزارهای مهم جهت‌دهی افکار عمومی نقش بی‌بدیلی دارند. امروزه تقریباً همه گروه‌های اجتماعی به نوعی با رسانه‌های اجتماعی سروکار دارند. این رسانه‌ها با قابلیت‌های گسترده خود، از جمله امکان ارتباط‌گیری، اشتراک‌گذاری اطلاعات، تولید محتوا و شبکه‌سازی مجازی، بستری فراهم کرده‌اند که به‌طور مستقیم بر شکل‌گیری و تداوم اعتراضات تأثیر می‌گذارند (عقیلی و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۴).

با این حال، رسانه‌های اجتماعی تنها کارکرد مثبت ندارند، بلکه می‌توانند تهدیداتی همچون نقض حریم خصوصی، بحران اعتماد عمومی و تغییرات ناخواسته در نظام ارزشی و هویتی افراد را نیز به همراه داشته باشند. به همین دلیل، بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در اعتراضات سیاسی، ضرورتی دوجندان یافته است. اهمیت این موضوع از آن جهت است که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند هم به عنوان ابزاری برای مدیریت بحران‌ها و ایجاد همبستگی اجتماعی عمل کنند و هم بستری برای بحران‌سازی، تشدید شکاف‌ها و جهت‌دهی نیروهای

متعارض باشند. به‌ویژه در ایران که همواره در معرض تهدیدات داخلی و خارجی بوده، نقش رسانه‌های اجتماعی در اعتراضات اخیر اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است.

این پژوهش بر آن است تا با تمرکز بر اعتراضات ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱، به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت و تداوم آن‌ها بپردازد. بر اساس این، پرسش اصلی تحقیق پاسخ به این سؤال است که رسانه‌های اجتماعی چه نقشی در تقویت اعتراضات سیاسی ایران در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱ ایفا کرده‌اند؟

پیشینه پژوهش

مرور پیشینه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در ایران محققان متعددی به این موضوع پرداخته‌اند. هرسیچ و ربیعی‌نیا (۱۴۰۲) با تمرکز بر اعتراضات ۸۸، ۹۶ و ۹۸ نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه توییتر و تلگرام نقشی محوری در بسیج و اطلاع‌رسانی ایفا کردند. مجیدی و اشجع‌زاده (۱۴۰۱) بر این باورند که رسانه‌های اجتماعی در مراحل اولیه اعتراضات همچون یک عامل محرک ساختاری عمل کرده و زمینه‌ساز خیزش‌های سیاسی می‌شوند، هرچند توانایی ایجاد نظم سیاسی نوین را ندارند. پژوهش‌هایی مانند برزویی و همکاران (۱۴۰۰) نیز نشان داده‌اند که بازیگران منطقه‌ای از فضای مجازی به‌عنوان ابزاری برای دیپلماسی سایبری و فشار سیاسی علیه ایران استفاده کرده‌اند. همچنین مطالعاتی مانند شیرازی (۱۴۰۰) و خواجه‌سروی و خجسته (۱۳۹۸) بر نقش رسانه‌های خارجی و الگوهای رقابت رسانه‌ای در هدایت افکار عمومی در جریان اعتراضات تأکید کرده‌اند. در کنار این موارد، جعفری پور (۱۳۹۸) و رزمجو و عنایتی شبکلائی (۱۳۹۶) نیز به فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن‌ها بر سازمان‌دهی کنش‌های اعتراضی در ایران پرداخته‌اند. مطالعات خارجی نیز مؤید همین تأثیرگذاری هستند. برای مثال، آگور و فریچ (۲۰۱۹) در بررسی جنبش چتر هنگ‌کینگ نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی قدرت بسیج و سازمان‌دهی توده‌ها را به شکل چشم‌گیری افزایش داده‌اند. لی (۲۰۱۸) در مطالعه اعتراضات شمع‌افشانی کره جنوبی و خاروب و بس (۲۰۱۶) در بررسی انقلاب ۲۰۱۱ مصر، بر نقش فیس‌بوک و توییتر در تقویت و گسترش اعتراضات تأکید کرده‌اند. همچنین پژوهش‌های متعددی در کشورهای مختلف نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی با کاهش هزینه‌های کنش جمعی، مشارکت اعتراضی را تسهیل کرده و در عین حال زمینه فشار بیشتر دولت‌ها را بر مخالفان فراهم می‌کنند. انیکولوپف و همکاران

(۲۰۲۰) در بررسی اعتراضات روسیه نشان دادند که استفاده از شبکه اجتماعی VK باعث افزایش چشم گیر مشارکت اعتراضی و تداوم اعتراضات شد. در پژوهشی دیگر، سینپنگ (۲۰۲۱) در تایلد نشان داد که هشتگ‌های اعتراضی در توئیتر نقش کلیدی در بسیج جوانان و سازمان‌دهی اعتراضات ضد دولتی ایفا کردند. الفداوی (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای درباره اردن دریافت که شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند علاوه بر جهت‌دهی افکار عمومی، سازمان‌دهی تحصن‌ها و اعتراضات خیابانی را تسهیل کنند. همچنین فادی (۲۰۲۰) در اندونزی نشان داد که رسانه‌های اجتماعی از طریق کارزارهای هشتگی مانند «گجایان زنگ می‌زند» توانسته‌اند هزاران نفر را به اعتراضات خیابانی جذب کنند.

مبانی مفهومی پژوهش

الف) اعتراض سیاسی

اعتراض سیاسی زیرمجموعه‌ای از مفهوم کلی «اعتراض» است که در لغت به معنای انتقاد، ایراد و خرده‌گیری آمده است (معین، ۱۳۸۱: ۱۶۸؛ عمید، ۱۳۸۹: ۱۹۸). دیتز، اعتراض سیاسی را فعالیتی اعتراضی برای وارد کردن اشکال به سیاست‌ها و شرایط موجود می‌داند که معمولاً در چارچوب نظام سیاسی انجام می‌شود (دیتز، ۱۳۹۵: ۷۷). در تبیین این پدیده، نظریه‌های مختلفی ارائه شده‌اند. نظریه محرومیت نسبی معتقد است اعتراض سیاسی زمانی شکل می‌گیرد که فاصله میان خواسته‌ها و داشته‌های افراد افزایش یابد و احساس نارضایتی به رفتارهای جمعی منجر شود (سام‌دلیری، ۱۳۸۲: ۵). نظریه سرایت اجتماعی گوستاو لبن نیز بیان می‌کند که رفتارهای اعتراضی از طریق ارتباط و تقلید میان افراد گسترش می‌یابد (لی و آلن، ۲۰۰۲: ۱۳۱). در مقابل، نظریه بسیج منافع چارلز تیلی بر نقش عقلانیت در اعتراضات تأکید دارد و معتقد است شهروندان برای اصلاح شرایط ناعادلانه به‌طور آگاهانه دست به کنش اعتراضی می‌زنند (قیصری و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۱-۷۲).

در ایران نیز، همانند سایر کشورها، اعتراض سیاسی اغلب در واکنش به نارضایتی از شرایط سیاسی و اجتماعی شکل گرفته است. ایدئولوژی، بی‌اعتمادی به نخبگان و مسائل اجتماعی از عوامل اصلی بروز آن به شمار می‌روند (ووترز، ۲۰۱۹: ۴۰۳-۴۲۶). اعتراض سیاسی به رفتار جمعی علیه شبکه قدرت رسمی اشاره دارد که هدف آن انتقاد از وضعیت موجود است (خواجeh‌سروی و حسینی، ۱۳۹۷: ۲۲۸-۱۹۹). در تاریخ جمهوری اسلامی، نمونه‌هایی از این نوع اعتراض مشاهده می‌شود؛ از جمله تظاهرات زنان در ۱۷ اسفند ۱۳۵۷ و واکنش

به اجباری شدن حجاب (ساناساریان، ۱۳۸۴: ۱۴۵) و شورش ۳۰ خرداد ۱۳۶۰ پس از برکناری بنی‌صدر (خبرگزاری مهر، ۱۴۰۱). از دهه ۱۳۷۰ به بعد نیز اعتراضات متنوع‌تری، با محورهای سیاسی و اقتصادی در کشور شکل گرفته است. شیوه‌های اعتراض از تظاهرات خیابانی تا فعالیت در فضای مجازی را شامل می‌شود؛ مانند هشتگ مهسا امینی در سال ۱۴۰۱ که بازتاب جهانی یافت (حسینی، ۱۳۹۸: ۱۷).

ب) رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از کانال‌های برخط برای تعامل، اشتراک‌گذاری و همکاری کاربران و شامل وبسایت‌ها و برنامه‌هایی مانند شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها و ویکی‌ها می‌شوند (شایان و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۴۰). به گفته کاپلان و هانلین، این رسانه‌ها بر پایه وب ۲.۰ شکل گرفته‌اند و ارتباط و مبادله محتوا میان کاربران را ممکن می‌کنند (کاپلان و هانلین، ۲۰۱۰: ۶۳). رینگولد فضای مجازی را محیطی برای گفت‌وگو و تبادل دیدگاه‌ها می‌داند که در آن فرهنگ و روابط اجتماعی شکل می‌گیرد (رینگولد، ۱۹۹۴: ۳۵؛ هادی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۷-۳۴). رسانه‌های اجتماعی شاخه‌هایی مانند تلگرام، فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر و یوتیوب را دربر می‌گیرند و تعامل در آن‌ها از طریق اشتراک‌گذاری، لایک و نظر انجام می‌شود. از مهم‌ترین ویژگی‌های آن‌ها می‌توان به شفافیت، مشارکت، استقلال در تولید محتوا و ماندگاری اطلاعات اشاره کرد (لیانگ و همکاران، ۲۰۱۰).

ج) چارچوب نظری

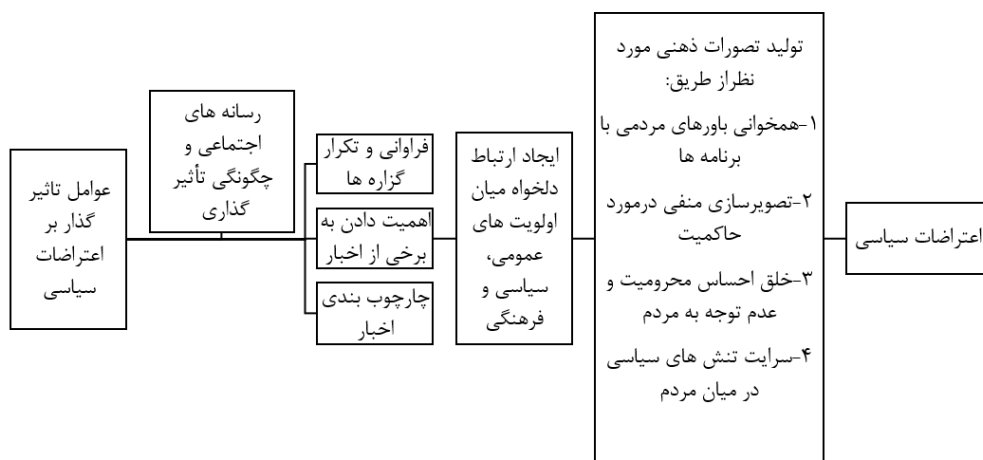
چارچوب نظری این پژوهش طبق نظریه برجسته‌سازی و نظریه کاشت بنا شده است.

نظریه برجسته‌سازی مک‌کومبز و شاو (۱۹۷۲): این نظریه بیان می‌کند که رسانه‌ها با برجسته‌سازی گزینشی اخبار، تعیین می‌کنند مردم درباره چه موضوعاتی بیندیشند، هرچند نمی‌توانند نحوه تفکر آن‌ها را کنترل کنند (لیپمن، ۱۹۹۲: ۳۲). این فرآیند از طریق تکرار، اهمیت‌دهی و چارچوب‌بندی اخبار صورت می‌گیرد (مک‌کومبز و گیلبرت، ۱۹۸۶: ۴). ما‌هایم در ادامه، سه سطح از اولویت‌ها را در برجسته‌سازی مطرح می‌کند: اولویت رسانه (تکرار و ارزش خبری)، اولویت عموم (آگاهی و علاقه مخاطبان) و اولویت سیاسی (کنش و حمایت

نخبگان) (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۵۶). در اعتراضات ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱ ایران، این سازوکار به‌خوبی مشهود بود؛ تکرار و برجسته‌سازی اخبار تحریف‌شده در رسانه‌های داخلی و خارجی و انتشار گسترده محتوای شبکه‌های اجتماعی، موجب جهت‌دهی افکار عمومی و تشدید ناآرامی‌ها شد.

نظریه کاشت جرج گربر (۱۹۶۹): این نظریه بر تأثیر تدریجی و بلندمدت رسانه‌ها در شکل‌دهی به ادراک مخاطبان از واقعیت اجتماعی تأکید دارد. براساس این نظریه، هرچه افراد زمان بیشتری را صرف تماشای رسانه‌ها کنند، باورها و نگرش‌هایشان بیشتر با پیام‌های تکرارشونده و ثابت رسانه‌ای هم‌سو می‌شود (گربر و همکاران، ۱۹۸۶: ۲۴-۲۳).

این فرآیند به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان، موجب تغییر ارزش‌ها، نگرش‌ها و درک آنان از جامعه می‌شود. در اعتراضات سال ۱۳۹۶ نیز مشاهده شد که بسیاری از کنشگران جوان تحت تأثیر بازنمایی رسانه‌ای از وضعیت کشور، احساس محرومیت و بی‌اعتمادی کرده و به رفتارهای اعتراضی گرایش یافتند. براساس این، نظریه کاشت نشان می‌دهد که رسانه‌ها از طریق تکرار پیام‌ها و تصویرسازی خاص از واقعیت، می‌توانند در درازمدت سبک زندگی، باورها و رفتارهای سیاسی مردم را دگرگون کنند و از این رو در تحلیل اعتراضات سیاسی، به‌ویژه وقایع ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱، اهمیت ویژه‌ای دارند.



نمودار ۱. الگوی مفهومی رسانه‌های اجتماعی و اعتراضات سیاسی

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت، بنیادی است و با رویکردی توصیفی-تحلیلی به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تقویت اعتراضات سیاسی ایران در سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱ می‌پردازد. به همین دلیل، پژوهش حاضر هم جنبه بنیادی دارد و هم می‌تواند در بعد کاربردی برای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری‌های کلان مفید واقع شود.

موضوع پژوهش، اعتراضات سیاسی ایران در دو مقطع مهم ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱ است؛ بنابراین جامعه مورد مطالعه شامل اسناد، مدارک، منابع علمی و گزارش‌هایی است که به این دو مقطع تاریخی اختصاص دارند. به دلیل ماهیت کیفی پژوهش، نمونه‌گیری آماری صورت نگرفته و به جای آن از روش انتخاب هدفمند منابع مرتبط استفاده شده است. برای گردآوری داده‌ها، از روش کتابخانه‌ای و جست‌وجو در پایگاه‌های علمی، مقالات پژوهشی، اسناد رسمی و همچنین گزارش‌های رسانه‌ای و منابع اینترنتی استفاده شده است. این شیوه امکان بررسی نظام‌مند و جامع ابعاد نظری و تجربی اعتراضات را فراهم کرده است. داده‌های گردآوری‌شده با طراحی الگویی مفهومی براساس نظریه‌های ارتباطی تحلیل شده‌اند. چارچوب اصلی تحلیل بر دو نظریه کاشت جرج گربر (۱۹۶۹) و نظریه برجسته‌سازی مک کومبز و شاو (۱۹۷۲) استوار است.

یافته‌های تحقیق

رسانه‌های اجتماعی و اعتراضات سال ۱۳۸۸

دهمین انتخابات ریاست‌جمهوری ایران در ۲۳ خرداد ۱۳۸۸ با مشارکت گسترده مردم و حضور چهار نامزد تأییدشده شورای نگهبان برگزار شد. با اعلام نتایج، بخشی از جامعه نسبت به صحت انتخابات ابراز تردید کرد و از ۲۵ خرداد اعتراضات گسترده‌ای در تهران و برخی شهرها شکل گرفت. در این دوره، برخلاف اعتراضات گذشته، رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های ماهواره‌ای خارجی نقش مهمی در جهت‌دهی افکار عمومی ایفا کردند. استفاده از ابزارهای جنگ نرم و عملیات روانی، از جمله انتشار اخبار ناقص یا جعلی، موجب تشدید نارضایتی و تحریک احساسات عمومی شد. رسانه‌هایی چون بی‌بی‌سی فارسی، رادیو فردا و شبکه اجتماعی فیس‌بوک با

تمرکز بر برجسته‌سازی گزینشی اخبار و چارچوب‌بندی خاص رویدادها، کوشیدند جریان اعتراض را به مخالفت سازمان‌یافته با نظام تبدیل کنند. در ادامه، ابعاد و نقش این رسانه‌ها در روند اعتراضات بررسی می‌شود.

(۱) بی‌بی‌سی فارسی

شبکه رادیویی و تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی یکی از رسانه‌های قدیمی و مؤثر در حوزه فارسی‌زبان محسوب می‌شود که فعالیت خود را از طریق تلویزیون، رادیو، وبسایت و شبکه‌های اجتماعی در اختیار مخاطبان فارسی‌زبان قرار می‌دهد. طبق منابعی که در وبسایت این خبرگزاری منتشر شده است، این وبسایت به نشانی www.bbcpersian.com در ماه می سال ۲۰۰۱ راه‌اندازی شده است و هم‌اکنون اخبار را به صورت ۲۴ ساعته به خوانندگان و شنوندگان ارائه می‌کند. همچنین رسانه بی‌بی‌سی در وبسایت خود این رسانه را مشهور به ارائه اخبار صادقانه و قابل اطمینان معرفی می‌کند که در تلاش است اخباری دقیق، بی‌طرفانه و مستقل تولید کند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶).

(۱-۱) برجسته‌سازی

براساس نظریه برجسته‌سازی، نقش رسانه‌ها در اعتراضات خرداد ۱۳۸۸ را می‌توان در سه محور خلاصه کرد: تکرار، اهمیت‌دهی و چارچوب‌بندی اخبار. در محور تکرار، رسانه‌هایی مانند بی‌بی‌سی فارسی با افزایش ساعات پخش و باز نشر مداوم تصاویر و گزارش‌های تحریف‌شده، افکار عمومی را دچار سردرگمی و التهاب کردند. در محور اهمیت‌دهی، با برجسته‌سازی واکنش‌های سیاست‌مداران غربی نظیر اوباما و کلینتون، اهمیت انتخابات ایران در سطح بین‌المللی بزرگ‌نمایی شد و حساسیت عمومی افزایش یافت. در محور چارچوب‌بندی نیز این رسانه با نمایش گزینشی صحنه‌ها و تأکید بر ناکارآمدی‌های داخلی، تصویری منفی از اوضاع کشور ترسیم کرد و با القای آرمان‌های غربی، به تضعیف روحیه عمومی و تحریک واکنش‌های خیابانی دامن زد (شیرازی، ۱۳۸۰: ۱۸۰).

(۲-۱) اولویت

همچنین یکی از مهم‌ترین نکات در هر رسانه‌ای اولویت‌بندی‌های آن شبکه محسوب می‌شود. رسانه بی‌بی‌سی به‌عنوان یکی از قدرتمندترین و بانفوذترین رسانه‌های معاند و ضد ایرانی همواره در تلاش بوده است

تا بهترین معیارها و تصمیمات را در مورد جمهوری اسلامی ایران لحاظ کند؛ در این راستا مهم‌ترین شاخصه‌ها عبارت‌اند از:

الف) اولویت رسانه

اولویت‌بندی اخبار در بی‌بی‌سی فارسی بر پایه سه شاخصه اصلی انجام می‌شود: مشهود بودن، تناسب محتوا و ارزش خبری. در شاخص مشهود بودن، این شبکه با پوشش گسترده انتخابات ۱۳۸۸، حمایت از میرحسین موسوی، یکی از نامزدهای معترض به نتایج انتخابات و برجسته‌سازی ادعای تقلب، سعی در جهت‌دهی به افکار عمومی داشت. در شاخص تناسب محتوا، با تمرکز بر موضوعات مورد علاقه مخاطبان مانند اعتراضات، مشکلات اقتصادی و محدودیت‌های آزادی‌های مدنی، محتوایی تولید کرد که هم جذابیت داخلی داشت و هم به مسائل بین‌المللی مرتبط بود. در شاخص ارزش خبری، بی‌بی‌سی فارسی از دو نوع اولویت بهره گرفت: آشکار و پنهان. اولویت‌های آشکار شامل نمایش بی‌طرفی، تقابل با رسانه‌های داخلی و انعکاس دیدگاه مخالفان حکومت بود؛ درحالی‌که اولویت‌های پنهان، بر اثرگذاری بلندمدت بر افکار عمومی، تضعیف نظام، القای تصویر مثبت از غرب و کم‌اهمیت جلوه دادن دستاوردهای داخلی متمرکز بود.

ب) اولویت عمومی

اولویت عمومی در پوشش خبری بی‌بی‌سی فارسی شامل سه پارامتر اصلی است: آگاهی عمومی، تناسب موضوع و مطلوبیت. در بُعد آگاهی عمومی، این رسانه در جریان اعتراضات ۱۳۸۸ با پوشش مستقیم و شبانه‌روزی و ارائه اخبار به موقع، سعی داشت خود را بی‌طرف و منبعی معتبر برای اطلاع‌رسانی معرفی کند. در بخش تناسب موضوع، بی‌بی‌سی فارسی با توجه به اهمیت و فوریت رویدادها، موضوعاتی چون روند اعتراضات، واکنش دولت و بازتاب‌های بین‌المللی را برجسته کرد تا هم جذابیت محلی و هم بُعد جهانی اخبار حفظ شود. در بُعد مطلوبیت نیز، هرچند بی‌بی‌سی فارسی ادعای بی‌طرفی و رعایت استانداردهای حرفه‌ای دارد، اما برداشت‌ها نسبت به عملکردش متفاوت است؛ برخی آن را منبعی آزاد برای اطلاع‌رسانی می‌دانند؛ درحالی‌که گروهی دیگر معتقدند پوشش خبری آن تحت تأثیر سیاست‌های خارجی و گرایش‌های خاص قرار دارد (بی‌بی‌سی فارسی، ۱۳۸۹).

ج) اولویت سیاسی

بی‌بی‌سی فارسی در جریان اعتراضات خرداد ۱۳۸۸، تمرکز خود را بر ارائه گزارش‌های دقیق و به‌روز گذاشت تا مخاطبان را از تحولات داخلی ایران مطلع کند و با پوشش گسترده اخبار، تحلیل‌ها، گزارش‌های زنده و فضایی برای گفت‌وگو، صدای معترضان را به گوش جهانیان برساند. این اقدام بی‌بی‌سی فارسی موجب شد که حکومت ایران واکنش نشان دهد و با انتقاد از جانب‌داری و دخالت در امور داخلی، محدودیت‌هایی بر دسترسی به برنامه‌ها و فشار بر خبرنگاران اعمال کند. به‌طور کلی، دولت ایران سعی داشت با کنترل اطلاعات داخلی، اثرگذاری رسانه‌های خارجی مانند بی‌بی‌سی فارسی را کاهش دهد.

۲) رادیو فردا

رادیو فردا همانند بی‌بی‌سی فارسی، نقش مؤثری در پوشش وقایع و اعتراضات سیاسی ایران داشت و تلاش کرد با ارائه اطلاعات دقیق و معتبر، تصویری روشن از تحولات مربوط به اعتراضات سال ۱۳۸۸ ارائه دهد.

۲-۱) برجسته‌سازی

به‌طور کلی، رادیو فردا در پوشش اعتراضات سال ۱۳۸۸ با تکیه بر نظریه برجسته‌سازی مک‌کومبز و شاو، سه محور اصلی را دنبال کرد: تکرار اخبار، اهمیت‌دهی به رویدادها و چارچوب‌بندی محتوا. این رسانه با تکرار مداوم گزارش‌هایی درباره تظاهرات، بازداشت‌ها و واکنش‌های داخلی و خارجی، تلاش کرد افکار عمومی را به سمت خاصی هدایت کند. در محور اهمیت اخبار، تمرکز آن بر پوشش زنده اعتراضات، برخورد نیروهای امنیتی، تحلیل پیامدهای سیاسی و اجتماعی و اطلاع‌رسانی درباره محاکمات بود؛ هرچند برخی از این تحلیل‌ها رویکردی سیاسی و جهت‌دار داشتند. در چارچوب‌بندی نیز با برجسته‌سازی روایت‌های خانواده‌های معترضان، تأکید بر نقض حقوق بشر و نمایش تصویری از سرکوب، سعی شد ذهن مخاطب نسبت به وضعیت داخلی ایران شکل گیرد و حساسیت عمومی نسبت به حاکمیت افزایش یابد.

۲-۲) اولویت

رادیو فردا در پوشش جنبش اعتراضی سال ۱۳۸۸، اولویت‌هایی را مدنظر خود قرار داده است که در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی آن موارد ذیل نظریه برجسته‌سازی دونالد شاو و مک‌کومبز خواهد پرداخت:

الف) اولویت رسانه

در پوشش اعتراضات سال ۱۳۸۸، رادیو فردا براساس سه پارامتر اصلی مشهود بودن، تناسب محتوا و ارزش خبری (تانکارد و سورین) فعالیت کرد. این رسانه با پوشش گسترده و مستمر، ارائه تحلیل‌های روزانه، مصاحبه‌ها و گزارش‌های زنده، تلاش داشت جلوه‌ای ظاهراً بی‌طرفانه از رویدادها ارائه دهد، هرچند تأمین مالی آن توسط دولت آمریکا جهت‌گیری ضد جمهوری اسلامی را تقویت می‌کرد. محتوای خبری این شبکه عمدتاً بر ادامه اعتراض‌ها و تحرکات سیاسی تمرکز داشت و تیترهایی مانند تظاهرات خیابانی و بازداشت معترضان برجسته شد (رادیو فردا، ۱۳۸۹). از نظر ارزش خبری، اولویت‌های آشکار شامل ارائه گزارش‌های جامع و به‌روز، پوشش نقض حقوق بشر و انعکاس دیدگاه مخالفان بود، درحالی که اولویت‌های پنهان آن شامل ترویج ارزش‌های دموکراتیک، پیگیری منافع سیاسی آمریکا و اثرگذاری بلندمدت بر افکار عمومی بود (تسنیم، ۱۳۹۵).

ب) اولویت عموم

به‌طور کلی، اولویت‌بندی خبری رادیو فردا در پوشش اعتراضات سال ۱۳۸۸ حول دو مضمون اصلی انجام شد: ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز به شهروندان ایرانی و تمرکز بر تحولات اساسی مرتبط با تظاهرات و پیامدهای آن. این اولویت را می‌توان در سه پارامتر بررسی کرد: نخست، آگاهی عمومی که با پوشش دقیق و روزانه اخبار و دسترسی به منابع بین‌المللی موجب افزایش آگاهی مخاطبان شد، هرچند تأثیر آن به عوامل مختلفی مانند سواد رسانه‌ای و دیدگاه سیاسی مخاطبان بستگی داشت؛ دوم، علاقه و تناسب موضوع که با استفاده از منابع متنوع، مصاحبه‌ها و تحلیل‌های سیاسی ۲۴ ساعته، پوشش اخبار را با نیازها و علاقه مخاطبان هماهنگ می‌کرد (سهرابی حقیقت، ۲۰۱۱: ۹۰-۱۰۹) و سوم، مطلوبیت یا قضاوت مثبت و منفی که از یک‌سو شامل اطلاع‌رسانی مستقل، تمرکز بر نقض حقوق بشر و فراهم کردن بستر شنیده شدن دیدگاه مخالفان بود و از سوی دیگر، تحت تأثیر جهت‌گیری سیاسی و حمایت مالی آمریکا، با برجسته‌سازی برخوردهای امنیتی و سرکوب معترضان تلاش می‌کرد بر افکار عمومی تأثیرگذار باشد (رادیو فردا، ۱۳۸۹).

ج) اولویت سیاسی

پوشش خبری رادیو فردا در اعتراضات سال ۱۳۸۸ نشان‌دهنده همه‌جانبه‌نگری این رسانه و تلاش برای ارائه دیدگاه‌های مختلف بود. اولویت سیاسی آن بر آزادی بیان و حقوق بشر، انعکاس تجمعات و واکنش‌های جهانی، حمایت از معترضان و بازتاب دیدگاه‌های آنان متمرکز بود. براساس دیدگاه سورین و تانکار، دو پارامتر کلیدی در این زمینه قابل شناسایی است: نخست، حمایت که شامل پشتیبانی مالی و سیاسی غرب و تخصیص بودجه‌های چند صد میلیون دلاری از سوی آمریکا، انگلیس و عربستان به رادیو فردا با هدف اثرگذاری بر افکار عمومی و براندازی جمهوری اسلامی است (تک فلاح، ۱۴۰۱: ۳-۱) و دوم، احتمال کنش و گستره اقدامات دولت که شامل واکنش مقامات جمهوری اسلامی نسبت به پوشش رسانه‌های معاند می‌شود، به گونه‌ای که پیش از انتخابات ۱۳۸۸ رهبر انقلاب نسبت به سوءاستفاده از ناآرامی‌ها هشدار داده بودند و کنترل اوضاع از دست برخی بازیگران خارج شد (غفاری، ۱۳۹۷: ۴۵-۴۱).

۳) شبکه اجتماعی فیسبوک

فیسبوک که امروزه به عنوان متا شناخته می‌شود و در سال ۲۰۰۴ تأسیس شد، در ایران عمدتاً به عنوان ابزاری برای انتشار اخبار، برقراری ارتباط با جامعه بین‌المللی و تبادل نظر استفاده می‌شود و نقش مهمی در اعتراضات سال ۱۳۸۸ (جنبش سبز) داشت.

۳-۱) برجسته‌سازی

در اعتراضات سال ۱۳۸۸، شبکه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و توییتر به معترضان امکان می‌دادند اخبار و تصاویر تجمعات را سریع و گسترده منتشر کنند، هرچند دسترسی به آن‌ها با محدودیت‌ها و مسدودسازی از سوی مقامات همراه بود. براساس نظریه برجسته‌سازی، نقش این شبکه‌ها را می‌توان در سه محور بررسی کرد: فراوانی و تکرار گزاره‌ها، اهمیت اخبار و چارچوب‌بندی محتوا. کاربران فیسبوک با تکرار و اشتراک‌گذاری گزاره‌هایی مانند «تقلب»، «جنبش سبز»، «انتخابات ۱۳۸۸» و نام رهبران اپوزیسیون، تلاش کردند اخبار را به‌طور مداوم منتشر کنند. اهمیت اخبار نیز از طریق گزارش‌های زنده تجمعات، تصاویر، ویدئوها، بیانیه‌ها و تحلیل‌های سیاسی برای اطلاع‌رسانی و هماهنگی اقدامات کاربران حفظ شد. درنهایت، چارچوب‌بندی اخبار

عمدتاً توسط خود کاربران صورت گرفت؛ آن‌ها با استفاده از عبارات کلیدی و نام افراد مؤثر، اخبار را سازمان‌دهی کرده، برنامه‌ریزی تجمعات را تسهیل و آگاهی بین‌المللی درباره جنبش را گسترش دادند.

۳-۲) اولویت

در مورد اعتراض یا فتنه سال ۱۳۸۸ در ایران، شبکه فیسبوک، کاربران و معترضان از این پلتفرم به‌عنوان ابزاری جهت ارتباط، اطلاع‌رسانی و سازمان‌دهی استفاده می‌کردند (بی‌بی‌سی فارسی، ۱۳۹۲) که در ادامه به تحلیل اساسی‌ترین پارامترهای آن در قالب اولویت رسانه، اولویت عموم و اولویت سیاسی پرداخته شده است:

الف) اولویت رسانه

در این بخش طبق تقسیم‌اندیشمندانی چون تانکارد و سورین سه پارامتر مورد ارزیابی قرار گیرد که عبارت‌اند از:

نخست، مشهود بودن که با انتشار گسترده محتوا توسط کاربران شامل تصاویر، ویدئوها، متن‌ها و بیانیه‌های شخصی و امکان مشارکت در لایک، بازنشر و بحث‌ها تحقق یافت و توجه رسانه‌های بین‌المللی و سازمان‌های حقوق بشری را جلب کرد (بی‌بی‌سی فارسی، ۱۳۹۲). دوم، تناسب محتوای خبری که با انتشار اخبار لحظه‌ای، تحلیل‌های سیاسی و اطلاعیه‌ها، متناسب با نیاز مخاطبان و ایجاد آگاهی از اعتراضات، هم‌زمان بستری برای انتشار اطلاعات نادرست نیز بود (وی‌اِی فارسی، ۱۳۹۳). سوم، ارزش خبری که شامل اولویت‌های آشکار، مانند تسهیل ارتباطات جهانی و فراهم کردن بستر بیان آزاد و اولویت‌های پنهان، شامل اهداف تجاری و تأثیرپذیری از فشارهای سیاسی و بین‌المللی بود؛ برای نمونه، ادعای هیلاری کلینتون درباره تأخیر در تعمیرات سیستم‌های فیسبوک در جریان اعتراضات ۱۳۸۸ (حسینی، ۱۴۰۱: ۳-۱).

ب) اولویت عموم

در مقوله اولویت‌سنجی عموم در شبکه فیسبوک، دو کلیت اصلی یعنی دسترسی و رعایت بی‌طرفی مطرح است. دسترسی به پلتفرم امکان ابراز عقاید و انتشار اطلاعات را فراهم می‌کند و بی‌طرفی به کاربران اجازه می‌دهد دیدگاه‌های خود را بدون مداخله مطرح کنند. با این حال، فیسبوک نسبت به رعایت کامل این اصول

پایبند نبود و پژوهش حاضر بر سه پارامتر اصلی این اولویت تمرکز دارد: نخست، آگاهی عمومی که از طریق دسترسی کاربران و انتشار گسترده اطلاعات و اخبار مرتبط با اعتراضات ۱۳۸۸ افزایش یافت، هرچند میزان تأثیر آن به عوامل متعددی مانند مشارکت فعال کاربران و پوشش رسانه‌های بین‌المللی بستگی داشت (رادیو فردا، ۱۳۹۳). دوم، علاقه و تناسب موضوع که با ارائه اخبار سریع، گزارش‌های زنده، عکس و ویدئو و فراهم کردن محیطی برای بحث و تبادل نظر، مخاطبان گسترده‌ای را جذب و امکان هماهنگی اعتراضات را فراهم کرد (رنجبران، ۱۳۸۸: ۶۷). سوم، مطلوبیت که شامل جنبه‌های مثبت مانند تقویت ارتباط و هماهنگی معترضان، افزایش آگاهی و همبستگی جهانی و حمایت بین‌المللی و جنبه‌های منفی مانند انتشار شایعات، استفاده ابزاری توسط قدرت‌های خارجی، تمرکز بر سناریوهای تحریک‌آمیز و تشدید دوگانگی در جامعه بود (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۵؛ جهان نیوز، ۱۳۸۹).

ج) اولویت سیاسی

در جریان اعتراضات سال ۱۳۸۸، فیسبوک به‌عنوان پلتفرم رسانه اجتماعی بین‌المللی، اولویت‌های سیاسی خود را مستقیم اعلام نکرد و خود را بستری برای اشتراک‌گذاری اطلاعات و ارتباط کاربران معرفی کرد. با این حال، بسیاری از معترضان از این شبکه برای اطلاع‌رسانی، سازمان‌دهی فعالیت‌ها و آموزش‌های مرتبط با ناآرامی‌ها استفاده کردند. براساس اولویت سیاسی، دو مقوله قابل تشخیص است: نخست، حمایت که شامل نقش فیسبوک و دیگر شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر به‌عنوان ابزار ارتباطی و گسترش فعالیت‌های معترضان و اختلال در روند حکومت‌داری است؛ به‌عنوان مثال، ایالات متحده با فراهم کردن فرکانس‌های ماهواره‌ای و مسیر اینترنتی محافظت‌شده، امکان ارسال تصاویر و ویدئو توسط ایرانیان به رسانه‌های خارجی را فراهم کرد (مشرق نیوز، ۱۳۹۴). دوم، احتمال کنش و گستره اقدامات دولت که شامل محدودسازی و فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی توسط جمهوری اسلامی برای جلوگیری از گسترش اطلاعات و سازمان‌دهی اعتراضات بود؛ پیش از اعتراضات نیز رهبر انقلاب تأکید کردند که محدودسازی تنها در صورت مفسده و ترویج مطالب باطل مجاز است و در غیر این صورت مانعی ندارد (بولتن نیوز، ۱۳۹۱).

رسانه‌های اجتماعی و اعتراضات ۱۴۰۱

حوادث شهریور ۱۴۰۱، پس از فوت مهسا امینی، از ۲۶ شهریور با تجمع مقابل بیمارستان در تهران آغاز و به سرعت به دیگر شهرها گسترش یافت (زرین کلاه و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۳۷). رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های معاند مانند ایران اینترنشنال و توییتر نقش کلیدی در انتشار اخبار، تصاویر و ویدئوها، هماهنگی و برگزاری تظاهرات و تبادل دیدگاه‌ها میان افراد داشتند. این پلتفرم‌ها علاوه بر اطلاع‌رسانی، در بسیج اجتماعی و سازمان‌دهی اقدامات مردمی مؤثر بودند و کاربران از طریق پست‌ها، استوری‌ها و کانال‌های خبری، سریعاً واکنش نشان دادند و تجربیات خود را به اشتراک گذاشتند. این وقایع نشان‌دهنده قدرت رسانه‌های اجتماعی در عبور از محدودیت‌ها و ایجاد فضایی برای بحث و گفت‌وگوی آزاد پیرامون موضوعاتی است که در فضاهای رسمی کم‌تر مورد توجه قرار می‌گیرند. با این حال، محدودیت‌ها و چالش‌هایی مانند فیلترینگ، قطع دسترسی اینترنت و انتشار اطلاعات نادرست توسط دولت‌ها وجود دارد، اما رسانه‌های اجتماعی همچنان عرصه‌ای برای مقاومت مدنی و تغییرات اجتماعی محسوب می‌شوند؛ اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ نمونه‌ای بارز از این روند است.

۱) ایران اینترنشنال

ایران اینترنشنال یک شبکه تلویزیونی، وبسایت خبری و کانال رادیویی فارسی‌زبان است که تمرکز اصلی آن بر اخبار جمهوری اسلامی و دیگر نقاط جهان قرار دارد. محور فعالیت این شبکه، اخبار سیاسی است، اما مستندهایی در حوزه هنر، اقتصاد، ورزش و فرهنگ نیز تولید می‌کند. ایران اینترنشنال به دلیل حمایت از گروه مجاهدین خلق و پوشش اعتراضات آبان ۹۸، ۱۴۰۱ و اقدامات مغایر با واقعیت، مورد انتقاد مقامات ایرانی قرار گرفته است (خبرگزاری فارس، ۱۴۰۲).

۱-۱) برجسته‌سازی

در تحلیل نقش ایران اینترنشنال در اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ براساس نظریه برجسته‌سازی، سه محور اصلی قابل شناسایی است. نخست، فراوانی و تکرار گزاره‌ها؛ این شبکه با استفاده از فریم‌سازی منفی علیه دولت، تأکید بر واژگان نارضایتی مانند «ستم»، «اغتشاش» و «شورش»، بازنمایی تصاویر و ویدئوهای تأثیرگذار و انتشار سناریوهای کشته‌سازی و دروغ‌پردازی، تلاش کرد احساسات مخاطبان را شکل دهد و فضای خبری خاصی ایجاد کند (گنجی و همکاران، ۱۴۰۱: ۸۳). دوم، اهمیت دادن به اخبار؛ ایران اینترنشنال فوت مهسا امینی را

به عنوان محرک اصلی اعتراضات برجسته کرد و پوشش واکنش های مردمی، اقدامات مدنی و برخورد نیروهای امنیتی با معترضان همراه با سناریوهای جعلی خشونت و کشته سازی، اهداف خود را برای تغییر نظام دنبال می کرد (توحید لو، ۱۴۰۲: ۱۶۲). سوم، چارچوب بندی اخبار؛ با تمرکز بر نقض حقوق بشر، سرکوب اعتراضات، برجسته سازی شعارهایی مانند «زن، زندگی، آزادی» و روایت های اغراق آمیز از دستگیری ها و تراشیدن موهای سر، شبکه، توجه بین المللی را جلب و پیام های معترضان و مطالبات آن ها را تقویت کرد (ایران اینترنشنال، ۱۴۰۱).

۱-۲) اولویت

در ادامه به تحلیل اساسی ترین پارامترهای این شبکه در قالب اولویت رسانه، اولویت عموم و اولویت سیاسی پرداخته شده است:

الف) اولویت رسانه

تحلیل اولویت رسانه ای ایران اینترنشنال در اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ با استفاده از نظریه چارچوب بندی و تقسیم بندی سورین و تانکارد در سه محور انجام شد: نخست، مشهود بودن که با انتشار گزارش ها و تصاویر تحریک کننده، پخش زنده و مصاحبه با شاهدان و کارشناسان و بهره گیری از حمایت گروه های خارجی و جریان های سیاسی مختلف، اعتراضات را در مرکز توجه مخاطبان قرار داد (انصاف نیوز، ۱۴۰۲). دوم، تناسب محتوای خبری که شامل پوشش ۲۴ ساعته اخبار، مصاحبه با فعالان و سلطنت طلبان و ارائه فراخوان ها در شهرهای مختلف، پاسخ گویی به نیازها و دغدغه های مخاطبان و ارائه تحلیل های عمیق و متناسب با زمینه های فرهنگی و اجتماعی بود (عبدالرشیدی، ۱۳۹۲: ۱۴۵). سوم، ارزش خبری که شامل اولویت های آشکار مانند ارائه اطلاعات دقیق، پوشش مستقل، گزارش های زنده و تحلیل های سیاسی و اولویت های پنهان مانند بزرگ نمایی وقایع ناچیز، تحریک مخاطبان، هدایت خشونت و تقویت نفرت نسبت به حاکمیت بود؛ تحلیل ها نشان می دهد بیش از ۸۰ درصد محتوای این رسانه در جهت ایجاد آشوب طراحی شده است (حمیدپور، ۱۴۰۱: ۲).

ب) اولویت عموم

اولویت عموم به مسائلی اشاره دارد که برای مخاطبان عادی جامعه اهمیت دارد و معمولاً با واکنش‌های احساسی همراه است. در پوشش اعتراضات شهریور ۱۴۰۱، ایران اینترنشنال تلاش کرد موضوعاتی مانند حقوق بشر، عدالت اجتماعی و حکومت‌داری را برجسته کند. تحلیل این رسانه با چارچوب سورین و تانکارد در سه مؤلفه انجام شد: نخست، آگاهی عمومی که با پوشش گسترده اخبار و تحلیل‌های مرتبط، حساسیت مخاطبان نسبت به وضعیت ایران و حقوق بشر را افزایش داد، هرچند هدف واقعی بیشتر جلب توجه و تحریک مخاطب بود؛ محتوای مربوط به مهسا امینی حدود ۳۲ برابر سایر اخبار برجسته شد و تعاملات بالایی در شبکه‌های اجتماعی داشت (تقی زاده، ۱۴۰۲: ۲). دوم، علاقه و تناسب موضوع که ایران اینترنشنال با طراحی محتوا براساس نیازهای اطلاعاتی مخاطبان و تمرکز بر امنیت ملی، حقوق مدنی و تحولات اجتماعی، حس همبستگی و همراهی با اعتراضات را تقویت کرد. سوم، مطلوبیت که شامل قضاوت‌های مثبت و منفی بود؛ برخی مخاطبان این رسانه را به دلیل ارائه اطلاعات مستقل و بی‌طرفانه مفید می‌دانستند؛ درحالی که اقدامات رسانه مانند جهت‌دهی اخبار، ترندسازی اعتراضات، انتشار ویدئوهای اغتشاش و فراخوان به بی‌نظمی موجب نگرش منفی نسبت به آن شد (بیانیه ستاد حقوق بشر، ۱۴۰۱: ۷-۱).

ج) اولویت سیاسی

اولویت سیاسی رسانه‌ها به موضوعاتی اشاره دارد که برای دولت‌ها و نهادهای قدرت اهمیت دارد و بر تأثیرات سیاسی اعتراضات تمرکز می‌کند. در پوشش اعتراضات شهریور ۱۴۰۱، ایران اینترنشنال بر سیاست‌های داخلی ایران، واکنش‌های بین‌المللی و اثرگذاری اعتراضات بر آینده سیاسی کشور تمرکز داشت. براساس چارچوب سورین و تانکارد، این اولویت‌ها در دو پارامتر بررسی می‌شوند: نخست، حمایت که شامل برجسته‌سازی اهداف و خواسته‌های معترضان، روایت داستان‌های فردی، مصاحبه با مقامات خارجی و تحلیل‌های اجتماعی و سیاسی بود تا همدردی و حمایت مخاطبان جلب شود؛ برای نمونه، خبرنگاران این شبکه نگرانی کشورهای دیگر و هنرمندان داخلی را بازتاب دادند (ایران اینترنشنال، ۱۴۰۱). دوم، احتمال کنش و گستره اقدامات دولت که واکنش‌های داخلی و بین‌المللی را شامل می‌شد؛ مسئولان جمهوری اسلامی با اقدامات نظارتی، مکالمات رسمی

و پیگیری پرونده مهسا امینی، تلاش کردند آرامش را حفظ کرده و فرصت سوءاستفاده دشمنان را کاهش دهند (مشرق نیوز، ۱۴۰۱).

۲) شبکه اجتماعی توییتر

توییتر به عنوان یک پلتفرم کلیدی برای انتشار سریع اطلاعات و هماهنگی فعالیت‌های جمعی، نقش مهمی در اعتراضات ۱۴۰۱ ایران ایفا کرد (بسنه، ۱۴۰۲: ۳-۱). کاربران این شبکه گزارش‌ها، تصاویر و ویدیوهای میدانی را به صورت لحظه‌ای به اشتراک گذاشتند که علاوه بر ثبت وقایع، امکان آگاهی از وضعیت دیگر مناطق و برنامه‌ریزی اقدامات را فراهم می‌کرد. استفاده گسترده از هشتگ‌ها، مشارکت کاربران و حمایت شخصیت‌های بین‌المللی موجب جلب توجه جهانی به اعتراضات شد. در این پژوهش، عملکرد توییتر در جریان اعتراضات از سه پارامتر فراوانی و تکرار گزاره‌ها، اهمیت اخبار و چارچوب‌بندی اخبار و همچنین از منظر سه اولویت رسانه، عموم و سیاسی تحلیل شده است.

۲-۱) برجسته‌سازی

در جریان اعتراضات مهر ۱۴۰۱ ایران، توییتر به عنوان یک شبکه اجتماعی سریع و گسترده، نقش مؤثری در اطلاع‌رسانی و بسیج عمومی ایفا کرد. کاربران در سه ماه نخست بیش از ۳۷۳ میلیون توییت منتشر کردند و تعاملات گسترده‌ای شامل بیش از ۲ میلیارد و ۷۷۰ میلیون لایک و ۱۱ میلیارد ریتوییت با تمرکز بر هشتگ‌هایی مانند #مهسا_امینی، #اعتصابات_سراسری و اسامی معترضان برجسته ثبت شد (بسنه، ۱۴۰۲: ۳-۱). اهمیت اخبار در این شبکه عمدتاً از طریق انتشار اطلاعات دربارهٔ بازداشت‌ها، فشارهای امنیتی و همبستگی با معترضان شکل گرفت و با حمایت شخصیت‌های بین‌المللی مانند سناتور کریس ون هالن تقویت شد (وی‌اِی فارسی، ۱۴۰۱). چارچوب‌بندی اخبار نیز توسط کاربران صورت گرفت و شامل استفاده از هشتگ‌های کلیدی، اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدیوهای میدانی و روایت داستان‌های فردی معترضان بود که باعث افزایش مشارکت و توجه عمومی شد و تأثیر روانی و سیاسی قابل توجهی بر مخاطبان داشت.

۲-۲) اولویت‌بندی

به‌طور کلی یکی از مهم‌ترین نکات در هر رسانه‌ای اولویت‌بندی‌های آن رسانه تلقی می‌شود. در این میان شبکه جهانی ایکس به‌عنوان یکی از اثرگذارترین و بانفوذترین رسانه‌های معاند و ضد جمهوری اسلامی همواره در تلاش بوده است تا خرابکارانه‌ترین معیارها و تصمیمات را در مورد جمهوری اسلامی ایران لحاظ کند؛ در این راستا مهم‌ترین شاخصه‌های آن تحت سه اولویت رسانه، عموم و سیاسی مورد بررسی قرار خواهند گرفت که عبارت‌اند از:

در جریان اعتراضات مهر ۱۴۰۱ پیرامون مهسا امینی، توییت‌ر به‌عنوان پلتفرمی کلیدی نقش مؤثری در انتشار محتوا و جهت‌دهی افکار عمومی ایفا کرد؛ محتوای منتشرشده عمدتاً توسط کاربران و فعالان شبکه شامل شعارهای اعتراضی، تصاویر و ویدیوهای میدانی و بیانیه‌های حقوق بشری بود که خواسته‌ها و دیدگاه‌های معترضان را برجسته می‌کرد و توجه داخلی و بین‌المللی را جلب نمود. از نظر مشهود بودن، این پلتفرم با هشتگ‌های نمادین (#مهسا_امینی، #زن_زندگی_آزادی) و مشارکت شخصیت‌های مشهور مانند علی کریمی، اعتراضات را برجسته و به نماد جهانی تبدیل کرد (تقی‌زاده، ۱۴۰۱: ۲). از نظر تناسب محتوای خبری، توییت‌ر به کاربران امکان داد با محتوای احساسی، اطلاع‌رسانی سریع و سازمان‌دهی همبستگی، مشارکت فعال داشته باشند و پیام‌های مخالف حاکمیت را منتشر کنند. در مورد ارزش، اولویت‌های آشکار شامل حقوق بشر و آزادی بیان و اولویت‌های پنهان شامل سرکوب صداها، حقیقی ایرانیان معترض و برجسته‌سازی حساب‌های رباتیک و خارجی برای انتشار پیام‌های براندازانه بود که نشان‌دهنده نقش توییت‌ر در جهت‌دهی افکار عمومی و تأثیرگذاری بر اعتراضات ۱۴۰۱ است (تقی‌زاده، ۱۴۰۱: ۲).

ب) اولویت عمومی

اعتراضات ۱۴۰۱ ایران پس از مرگ مهسا امینی، نشان داد که توییت‌ر به‌عنوان پلتفرمی کلیدی در اطلاع‌رسانی، تولید محتوا و تقویت همبستگی معترضان عمل کرد و موجب گسترش بحث‌های عمومی و اختلافات اجتماعی شد. از منظر آگاهی عمومی، این شبکه با انتشار لحظه‌ای اخبار، تصاویر و ویدیوها، کاربران را از رویدادها مطلع کرد و توجه جهانی را جلب نمود، هرچند بی‌طرفی آن محدود و تحت تأثیر کاربران معاند و اهداف ایدئولوژیک بود. در زمینه علاقه و تناسب موضوع، توییت‌ر به برجسته‌سازی مسائلی مانند حقوق زنان،

آزادی‌های بشری و مقابله با سرکوب پرداخت و واکنش‌ها و تجربیات شخصی مردم ایران و جامعه جهانی را منعکس کرد، هرچند بخش‌هایی از محتوا با اهداف ضدحکومتی همراه بود. از نظر مطلوبیت، قضاوت مثبت شامل حمایت از شجاعت معترضان و توجه به آزادی و عدالت بود که حمایت جهانی، از جمله هنرمندان هالیوودی مانند آنجلینا جولی و مارک رافالو را جلب کرد؛ در مقابل، قضاوت منفی شامل انتشار پیام‌های ضدحکومتی از طریق اکانت‌های فیک و رباتیک با نام شخصیت‌های معروف ایرانی بود که بسیاری از کاربران ناآگاه آن‌ها را معتبر دانسته و بازنشر کردند و موجب تشدید گفت و گوی انتقادی علیه حکومت شد (بی‌بی‌سی فارسی، ۱۴۰۱؛ تقی‌زاده، ۱۴۰۱: ۳-۱).

ج) اولویت سیاسی

در اعتراضات ۱۴۰۱ ایران، اولویت سیاسی شامل موضوعاتی بود که از دید دولت‌ها و نهادهای قدرت اهمیت داشت و بر دو پارامتر «حمایت» و «کنش اقدامات دولتی» قابل بررسی بود. از منظر حمایت، توییت‌ها به بستری برای تقویت و هدایت اعتراضات تبدیل شد و کاربران معاند با انتشار تصاویر، ویدیوها، شعارها و هشتگ‌هایی مانند #مهسا_امینی، #اعتصابات_سراسری و #زن-زندگی-آزادی، توجه جهانی را به اعتراضات جلب و امکان بیان خواسته‌های دموکراتیک و حقوق بشری را به‌ظاهر فراهم کردند. این حمایت‌ها با واکنش مقامات بین‌المللی از جمله صدراعظم آلمان، هیلاری کلینتون، جاستین ترودو و نانسی پلوسی همراه شد (ایران اینترنشنال، ۱۴۰۱؛ ایندیندنت فارسی، ۱۴۰۱). از سوی دیگر، پارامتر کنش و گستره اقدامات دولت نشان داد که این اعتراضات تحت نظارت و دخالت سرویس‌های اطلاعاتی حدود ۲۰ کشور بود و رهبر انقلاب آن‌ها را بخشی از برنامه‌ریزی دشمن دانستند؛ جمهوری اسلامی نیز با صدور بیانیه‌ها و محکومیت مداخلات خارجی، تأکید کرد که غرب به جای دخالت، باید به مسائل داخلی خود بپردازد (خبرگزاری فارس، ۱۴۰۳؛ تسنیم، ۱۴۰۲).

نتیجه‌گیری

در جمع‌بندی نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در اعتراضات سال ۱۳۸۸ و با توجه به نظریه کاشت، هدف و اثرگذاری این رسانه‌ها بر تصورات ذهنی شهروندان را می‌توان در چهار پارامتر اصلی بیان کرد: نخست، همخوانی باورهای مردمی با برنامه‌ها که تحت تأثیر عوامل متعددی مانند سوابق رسانه‌ها، اعتماد عمومی، محتوای ارائه‌شده و دیدگاه‌های شخصی شکل گرفت و رسانه‌هایی مانند بی‌بی‌سی فارسی، رادیو فردا و شبکه‌های

اجتماعی با تمرکز بر نابرابری‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، مقایسه وضعیت داخلی با دیگر کشورها و پوشش اعتراضات، سعی در شکل‌دهی باورهای مخاطبان و نزدیک کردن آن‌ها به اهداف خود داشتند. دوم، تصویرسازی منفی از حاکمیت که شامل ترویج اطلاعات غلط، مصاحبه با مخالفان، تمرکز بر خشونت‌ها و برخوردهای امنیتی، ارائه تحلیل‌های انتقادی و پوشش بین‌المللی مشکلات ایران و هدف آن ایجاد جلوه‌ای منفی از حکومت ایران بود (خبرگزاری فارس، ۱۴۰۱؛ میزان، ۱۳۹۶). سوم، خلق احساس محرومیت و بی‌توجهی به مردم که از طریق فریم‌بندی اخبار، تأکید بر جنبه‌های خاص، استفاده از منابع متعدد، تولید محتوای بصری و مشروعیت‌بخشی به معترضان ایجاد می‌شد و تأثیر آن به عواملی مانند سواد رسانه‌ای، پیش‌زمینه‌های فرهنگی و سیاسی و دسترسی به منابع اطلاعاتی متنوع بستگی داشت و چهارم، سرایت تنش‌های سیاسی در میان مردم که با گسترش سریع اطلاعات، تقویت احساسات، تشدید تقابل‌ها، فراهم کردن بستر برای بحث و گفت‌وگو، ایجاد همدلی و همبستگی و نقش سازمان‌دهنده در اعتراضات محقق می‌شد و در عین حال می‌توانست به ارتقاء آگاهی عمومی کمک کند، اما پیامدهای ناخواسته‌ای مانند تشدید تقابل‌های سیاسی نیز به همراه داشت.

براساس بررسی رسانه‌ها و اعتراضات سال ۱۴۰۱، اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی و بین‌المللی مانند توئیتر و ایران اینترنشنال را می‌توان در چهار محور اصلی تحلیل کرد: نخست، همخوانی باورهای مردمی با برنامه‌ها که نشان می‌دهد این رسانه‌ها با انتشار اخبار، تصاویر، ویدیوها و شعارهای مرتبط با جنبش مهسا امینی، تصویری از نگرانی‌ها و باورهای مردم را ارائه کردند و به کاربران امکان دادند دیدگاه‌های خود را بیان کنند؛ هرچند بسیاری از محتواها با مواضع معاندین همخوانی داشت و در تضاد با سیاست‌های رسمی حاکمیت بود. دوم، تصویرسازی منفی از حاکمیت که از طریق انتشار لحظه‌ای تصاویر، ویدیوها، گزارش‌ها و تحلیل‌ها، رفتارهای حکومت با معترضان را برجسته کرد و آگاهی بین‌المللی از وضعیت حقوق بشر و برخوردهای حکومتی را افزایش داد. سوم، خلق احساس محرومیت و عدم توجه به مردم که با تمرکز بر ناکامی‌ها، نارضایتی‌ها و تفاوت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، باعث افزایش ناامیدی و بی‌اعتمادی نسبت به نهادهای حکومتی شد و ضرورت ایجاد توازن میان اطلاع‌رسانی مسئولانه و جلوگیری از تصویرسازی یک‌جانبه برای حفظ انسجام اجتماعی را نشان داد و چهارم، سرایت تنش‌های سیاسی میان مردم که انتشار گسترده اخبار، تصاویر و تحلیل‌ها موجب تحریک احساسات سیاسی، افزایش حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی و ایجاد فضایی برای گفت‌وگو و اتحاد

شد، اما هم زمان امکان بروز اختلاف و سوءاستفاده از فضا را نیز فراهم ساخت. به این ترتیب، این رسانه‌ها نقش دوگانه‌ای داشتند: از یک سو به عنوان ابزار اطلاع‌رسانی و تقویت آگاهی عمومی عمل کردند و از سوی دیگر به عنوان عاملی برای تشدید تنش‌ها و فشارهای سیاسی و اجتماعی نیز مؤثر بودند.

به صورت کلی پژوهش حاضر نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی نقش پیچیده و چندوجهی در شکل‌دهی و تقویت اعتراضات سیاسی در ایران ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها با انتشار سریع اخبار، تصاویر و ویدیوها و فراهم کردن فضایی برای تبادل نظر، توانستند آگاهی عمومی را افزایش دهند و احساس همبستگی میان معترضان را تقویت کنند. عملکرد پلتفرم‌هایی مانند توییتر، فیسبوک، ایران اینترنشنال و بی‌بی‌سی فارسی نشان داد که این ابزارها نه تنها به اطلاع‌رسانی و انتقال وقایع کمک کردند، بلکه به عنوان بستری برای سازمان‌دهی، هماهنگی اقدامات و جهت‌دهی افکار عمومی نیز عمل کردند. رسانه‌های اجتماعی با استفاده از هشتگ‌ها، شعارها و روایت‌های تصویری، موضوعات خاصی را برجسته و به شکلی مؤثر توجه جهانی را جلب کردند؛ درحالی که برخی محتوای منتشرشده، اهداف ضد حکومتی و تحریک به اغتشاش را دنبال می‌کرد. بررسی سه پارامتر فراوانی و تکرار گزاره‌ها، اهمیت دادن به اخبار و چارچوب‌بندی محتوا نشان داد که رسانه‌ها توانستند با انتخاب موضوعات برجسته، بر درک جامعه از وقایع تأثیر بگذارند و جهت‌گیری‌های خاصی را تقویت کنند. تحلیل از منظر اولویت رسانه، اولویت عمومی و اولویت سیاسی نشان داد که رسانه‌ها با ارائه پوشش گسترده و زنده از حوادث، از جمله تصاویر، ویدیوها و گزارش‌های شاهدان عینی، تصویری روشن و گاهی تکان‌دهنده از وقایع به مخاطبین ارائه دادند که این امر موجب افزایش آگاهی و تحریک عمومی و واکنش مسئولین شد. این پلتفرم‌ها فضایی برای تبادل نظر و ایجاد جامعه مجازی فراهم کردند که در آن افراد دیدگاه‌ها و تجربیات خود را آزادانه به اشتراک گذاشتند و احساس وحدت و همبستگی را تقویت نمودند. قابلیت‌های فنی رسانه‌های اجتماعی، شامل سرعت بالا در انتشار اخبار، امکان انتشار گسترده تصاویر و ویدیوها و دسترسی رایگان، نقش کلیدی در گسترش و تقویت اعتراضات ایفا کرد. یافته‌ها همچنین نشان داد که رسانه‌های اجتماعی نقش دوگانه‌ای دارند؛ از یک سو ابزار اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی و از سوی دیگر بستری برای سازمان‌دهی و تحریک اعتراضات هستند. در جریان اعتراضات سال‌های ۱۳۸۸ و ۱۴۰۱، این رسانه‌ها توانستند صدای معترضان را فراتر از مرزهای فیزیکی منتقل کنند و تصویری واضح از وقایع میدانی به جهانیان ارائه و با برجسته‌سازی اغتشاش‌ها، حمایت‌های بین‌المللی و حمایت برخی هنرمندان و ورزشکاران را جلب کنند. همچنین، مطابق با تئوری کاشت گرنبر،

محتوای منتشرشده نه تنها اطلاعات منفی مخاطبان را افزایش داد، بلکه در بلندمدت بر باورها و نگرش‌های آنان نیز تأثیرگذار بود؛ به‌ویژه برای افرادی که رسانه‌های اجتماعی را به عنوان منبع اصلی اخبار خود استفاده می‌کردند. این رسانه‌ها توانستند فرهنگ و جو اجتماعی را به گونه‌ای شکل دهند که اعتراضات نه تنها امکان‌پذیر، بلکه مشروع و گاه ضروری جلوه کند. تحلیل اثرگذاری این رسانه‌ها براساس چهار پارامتر همخوانی باورهای مردمی با برنامه‌ها، ایجاد احساس محرومیت و بی‌توجهی به مردم، تصویرسازی منفی از حاکمیت و سرایت تنش‌های سیاسی میان مردم نشان داد که رسانه‌های اجتماعی و بین‌المللی می‌توانند دینامیک‌های اجتماعی و سیاسی را به طور قابل توجهی تحت تأثیر قرار دهند. درنهایت، با توجه به نقش رسانه‌های اجتماعی در برجسته‌سازی و تقویت اعتراضات سیاسی، پژوهش حاضر پیشنهاد می‌کند که توسعه سواد رسانه‌ای، آموزش شهروندان برای شناسایی اخبار جعلی و تدوین سیاست‌هایی که هم امنیت ملی را تضمین کرده و هم آزادی‌ها و حقوق بشر را حفظ کنند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و می‌تواند به پایه‌گذاری جوامعی با ارتباطات آزاد، عادلانه و مؤثر کمک کند.

منابع

- برزویی، محمدرضا؛ تمدن، امیررضا و جهان بازی گوجانی، رضا (۱۴۰۰). دیپلماسی سایبری عربستان سعودی در قبال ایران در بستر شبکه اجتماعی توئیتر؛ مطالعه اغتشاشات دی ماه ۱۳۹۶، دین و ارتباطات (دانشگاه امام صادق)، (۱)، ۲۸، ۶۶-۱۳.
- توحیدلو، سمیه (۱۴۰۲). فراترکیب تحلیل‌های موجود درباره اعتراض‌های ۱۴۰۱ ایران، مجله جامعه‌شناسی ایران، ۲۳(۴)، ۱۴۵-۱۷۹.
- جعفری پور، مرتضی (۱۳۹۸). بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در جهت ایجاد فرصت‌ها و تهدیدهای عرصه سیاسی و اجتماعی: مطالعه موردی اعتراضات دی‌ماه ۱۳۹۶، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی شاهرود، دانشکده علوم انسانی.
- حسینی، جواد (۱۳۹۸). مبانی و بسترهای شکل‌گیری اعتراض سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، رساله دکتری رشته علوم سیاسی گرایش اندیشه، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- خواجه سروی، غلامرضا؛ خجسته، کمیل (۱۳۹۸). الگوی رقابت رسانه‌ای جبهه انقلاب اسلامی با جبهه غربی در فتنه ۸۸ با محوریت فضای مجازی، فصل‌نامه اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱(۲۵)، ۱۷۴-۱۴۴.
- خواجه سروی، غلامرضا؛ حسینی، سید جواد (۱۳۹۷). دوگانه اعتراض سیاسی و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، دانش سیاسی، ۱۴(۲)، ۲۲۸-۱۹۹.
- دیتر آپ، کارل (۱۳۹۵). جنبش‌های اجتماعی و اعتراض سیاسی؛ نظریه‌ها و رویکردها، ترجمه مجید عباسی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- رزمجو، علی‌اکبر؛ عنایتی شبکلائی، علی (۱۳۹۶). نقش رسانه‌های مجازی در فتنه سال ۸۸، تهران: مرکز انقلاب اسلامی، مؤسسه فرهنگی هنری و انتشارات مرکز انقلاب اسلامی.
- رنجبران، داوود (۱۳۸۸). جنگ نرم، تهران: ساحل اندیشه.

- زرین کلاه، علیرضا؛ نجفی، سید حسن و هرمزی زاده، محمدعلی (۱۴۰۲). شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی علیه جمهوری اسلامی در اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱، فصل نامه مطالعات راهبردی بسیج، ۶ (۱۰۰)، ۱۴۹-۱۰۷.
- سام دلیری، کاظم (۱۳۸۲). سنجش محرومیت نسبی در نظریه تد رابرت گر، مطالعات راهبردی، ۱ (۲۲)، ۸۲۶-۸۱۳.
- ساناساریان، الیز (۱۳۸۴). جنبش حقوق زنان در ایران (طغیان، افول و سرکوب از ۱۲۸۰ تا انقلاب ۱۳۵۷)، ترجمه نوشین احمدی خراسانی، تهران: اختران.
- سورین، ورنو؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، دانشگاه تهران.
- شایان، علی؛ دانایی، حبیب‌الله و اندامی، مهرداد (۱۳۹۶). تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان دانشگاه تربیت مدرس، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۷ (۳)، ۱۵۵-۱۳۵.
- شیرازی، امیررضا (۱۴۰۰). تحلیل گفتمان بی‌بی‌سی فارسی در اعتراضات آبان ۱۳۹۸ ایران: مورد مطالعه: صفحات تویتر و اینستاگرام، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده معارف اسلامی دانشگاه امام صادق (ع).
- شیرازی، محمد (۱۳۸۰). جنگ روانی و تبلیغات، تهران: دانشکده فرماندهی و سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.
- عبدالرشیدی، علی‌اکبر (۱۳۹۲). جنبش عدم تعهد، تهران: سروش.
- عقیلی، سید وحید؛ قاسم‌زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۴). رسانه‌های اجتماعی؛ چیستی، کارکردها و چالش‌ها، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۸ (۱)، ۱۰-۳.
- عمید، حسن (۱۳۸۹). فرهنگ لغت عمید، تهران: امیرکبیر.
- غفاری، مصطفی (۱۳۹۷). فتنه تغلب؛ روایت‌هایی از متن و فرامتن فتنه ۸۸، چاپ نخست، نهضت نرم‌افزاری (مؤسسه انتشارات اسلامی).

- قیصری، نورالله؛ جهانگیر، کیومرث؛ قنایی، فاطمه (۱۳۹۶). انتخابات ریاست جمهوری؛ مدلی نظری برای تبیین پیروزی یک کاندیدا بر سایر رقبا، پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۲۱(۶)، ۴۱-۷۲.
- گنجی، بهرخ؛ پور جعفری، علیرضا و یارکه سلخوری، آرزو (۱۴۰۱). تحلیل گفتمان اخبار ایران اینترنت‌شنال دربارهٔ اغتشاشات پاییز سال ۱۴۰۱، فصل‌نامهٔ علوم خبری، ۱۱(۴۴)، ۸۰-۹۲.
- مجیدی، محمدرضا؛ اشجع زاده، محمد عاصم (۱۴۰۱). بررسی نظری تأثیر رسانه‌های اجتماعی در انقلاب‌ها: از تحریک ساختاری تا انقلاب اصلاحی، راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۱۱(۳)، ۲۰۴-۲۲۸.
- معین، محمد (۱۳۸۱). فرهنگ فارسی. تهران: آدفا، کتاب راه نو.
- هادی، داریوش؛ آقایی، داوود؛ سعید صادقی، سید (۱۳۹۱). واکاوی نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی جدید در تحولات منطقهٔ خاورمیانه و شمال آفریقا؛ اطلاع‌رسانی، سازمان‌دهی و گسترش سریع تحولات، فصل‌نامهٔ روابط خارجی، ۴(۲)، ۳۴-۳۷.
- هرسیج، حسین؛ ربیعی نیا، بهمن (۱۴۰۲). الگوی شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه‌شناسی کاربرد، ۱(۲۲)، ۳۴-۳۵.
- خبرگزاری‌ها
- بسنه، نجمه (۱۴۰۲/۰۱/۰۷). سال ۱۴۰۱ در توئیتر چه گذشت؟ گزارش ترندها، هشتگ‌ها، لایک‌ها و کاربران فعال، به نقل از خبرگزاری ایرنا، قابل دسترسی در:
- <https://www.irna.ir/news/85049923>
- تقی زاده، محمد (۱۴۰۲/۰۲/۰۵). تفاوت معنادار محتواهای ترند شدهٔ اعتراضات ۱۴۰۱؛ از تلگرام و اینستاگرام تا توئیتر، به نقل از خبرگزاری ایرنا، قابل دسترسی در:
- <https://www.irna.ir/news/85072092>
- تک فلاح، محدث (۱۴۰۱/۰۳/۲۵). هزینهٔ عربستان، انگلیس و آمریکا برای تولید محتوای فارسی، به نقل از خبرگزاری مهر، قابل دسترسی در:

<https://www.mehrnews.com/news/5604724>

حسینی، سید رضا (۱۴۰۱/۰۸/۲۵). مسابقه گول‌های فناوری در جاسوسی از کاربران، به نقل از خبرگزاری مهر، قابل دسترسی در:

<https://www.mehrnews.com/news/5625942>

حسینی و همکاران (۱۳۹۳). واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوادث انتخابات سال ۱۳۸۸ ج.ا.ا، فصل نامه آفاق امنیت، ۷(۲۴)، ۳-۷.

حمیدپور، اعظم (۱۴۰۰/۱۲/۲۸). رسانه‌های خارجی چگونه پیام‌های ضد ایرانی خود را ارسال می‌کنند، به نقل از خبرگزاری ایرنا، قابل دسترسی در:

<https://www.irna.ir/news/84677832>

حمیدپور، اعظم (۱۴۰۱/۱۲/۲۹). مسأله ایران اینترنشنال؛ آشوب ۸۰ درصد، اقتصاد و معیشت ۶/۲ درصد، به نقل از خبرگزاری ایرنا، قابل دسترسی در:

<https://www.irna.ir/news/84937592>

خبرگزاری ایران اینترنشنال (۱۴۰۱). آزار و اذیت خانواده‌های داغ دیده اعتراضات ۱۴۰۱؛ تاکتیک کهنه در صندوقچه دیکتاتورها، به کوشش مریم مقدم و مسعود کاظمی، قابل دسترسی در:

<https://content.iranintl.com/womanlifefreedom/families/index.html>

خبرگزاری ایران اینترنشنال (۱۴۰۱/۰۷/۰۱). حمایت جهانی از اعتراضات ضد حکومتی در ایران؛ از صدراعظم آلمان تا هیلاری کلینتون، قابل دسترسی در:

<https://www.iranintl.com/202209235789>

خبرگزاری انصاف نیوز (۱۴۰۲/۱۲/۲۲). پاسخ ایران به گزارش کمیته حقیقت‌یاب حوادث ۱۴۰۱ سازمان ملل، قابل دسترسی در:

<https://ensafnews.com/497901>

خبرگزاری ایندیپندنت فارسی (۱۴۰۱/۰۷/۰۱). جهان صدای دادخواهی مردم را شنید؛ این زنان شگفت‌انگیز ایران، قابل دسترسی در:

<https://www.independentpersian.com/node/270696>

خبرگزاری بولتن نیوز (۱۳۹۱/۰۲/۰۹). فتوای رهبر انقلاب درباره فیسبوک، قابل مشاهده و دسترسی در:

<https://www.bultannews.com/fa/news/81609>

خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی (۱۳۹۲/۰۹/۰۱). فیسبوک یک سایت جاسوسی است که در فتنه ۸۸ نقش داشت، قابل دسترسی در:

https://www.bbc.com/persian/iran/2013/12/131209_me_facebook_espionage

خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی (۱۳۹۸/۰۳/۲۹). جنبش ۸۸؛ انقلاب یا ضد انقلاب، قابل دسترسی در:

<https://www.bbc.com/persian/blog-viewpoints-48690504>

خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی (۱۳۸۹/۱۲/۱۶). نظرسنجی بی‌بی‌سی و دید منفی نسبت به ایران، قابل دسترسی در:

https://www.bbc.com/persian/world/2011/03/110307_l24_bbc_poll

خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی (۱۳۹۶/۱۰/۱۶). از خرداد ۱۳۶۰ تا دی ماه ۱۳۹۶؛ روش‌های مشابه در برخورد با اعتراضات اجتماعی، قابل دسترسی در:

<https://www.bbc.com/persian/blog-viewpoints-42590280>

خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۵/۰۳/۲۵). نقش رسانه‌های معاند در ظهور و بروز فتنه ۸۸/ تلاش نافرجام برای بمب‌گذاری و کشتار ایرانیان، قابل دسترسی در:

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1395/03/25/1104605>

خبرگزاری تسنیم (۱۴۰۲/۰۲/۲۹). واکنش ایران به دخالت‌های گستاخانه غرب_کنعانی خطاب به غربی‌ها: صدای اعتراضات شهروندان خود را بشنوید، قابل دسترسی در:

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1402/02/30/2898574>

خبرگزاری رادیو فردا (۱۳۸۹/۱۲/۰۵). مدیریت اعتراض خیابانی و کشتار قطره‌ای مخالفان، قابل دسترسی

در:

https://www.radiofarda.com/a/f2_iran_postelection_protests_continue_fatalities_crackdown_opposition/2319773.html

خبرگزاری فارس (۱۴۰۳/۰۳/۲۹). سردار کاظمی: سرویس‌های اطلاعاتی ۲۰ کشور در اغتشاشات ۱۴۰۱

نقش داشتند، قابل دسترسی در:

<https://www.farsnews.ir/news/14020329000903>

خبرگزاری فارس (۱۴۰۲/۰۶/۲۰). یک سال دروغ در شبکه‌ای که خودش را پربیننده‌ترین می‌داند، قابل

دسترسی در:

<https://www.farsnews.ir/news/14020619000410>

خبرگزاری مشرق نیوز (۱۴۰۲/۰۴/۱۱). چرا در فتنه ۸۸ تویتر تعمیراتش به عقب انداخت، قابل دسترسی

در:

<https://www.mashreghnews.ir/news/1504629>

خبرگزاری مشرق نیوز (۱۴۰۱/۰۶/۲۹). رمزگشایی از «کد مهسا» در خیابان حجاب؛ قدم‌به‌قدم با اتاق

عملیات اربیل در تهران، قابل دسترسی در:

<https://www.mashreghnews.ir/news/1419482>

خبرگزاری مشرق نیوز (۱۳۹۴/۱۰/۰۸). نگاهی به دست‌های پشت پرده کشورهای خارجی در فتنه ۸۸،

قابل دسترسی در:

<https://www.mashreghnews.ir/news/515248>

خبرگزاری مهر (۱۴۰۱/۰۳/۲۹). (روایت‌هایی از شورش نافرجام ۳۰ خرداد ۱۳۶۰)، قابل دسترسی در:

<https://www.mehrnews.com/news/5517833>

خبرگزاری میزان (۱۳۹۶/۱۰/۲۶). رهبر انقلاب؛ در فضای مجازی مراقب شلیک توپخانه دشمن باشید، قابل

دسترسی در:

<https://www.mizanonline.ir/fa/news/387379>

خبرگزاری وی‌اِی‌اِی فارسی (۱۳۹۳/۰۳/۲۱). شبکه‌های اجتماعی و اعتراضات مدنی ۱۳۸۸ ایران، قابل

دسترسی در:

<https://ir.voanews.com/a/iranian-green-movement-social-media-/1934618.html>

خبرگزاری وی‌اِی‌اِی فارسی (۱۴۰۱/۰۹/۱۶). واکنش سناتورهای آمریکایی به اعتراضات سراسری: مردم ایران

باید از «حقوق جهانی» خود بهره‌مند شوند، قابل دسترسی در:

<https://ir.voanews.com/a/two-us-sentors-reaction-iran-protest/6866082.html>

References

Agur, C., & Frisch, N. (2019). Digital disobedience and the limits of persuasion: Social media activism in Hong Kong's Umbrella Movement.

Alfadawi, H. (2021). The impact of social media on digital protests in Jordan.

Alshammari, A. A. (2017). The Role of Socioeconomic Status, Strain, Parental, and Peer Influence on Delinquency among African-American Youth (Doctoral dissertation, Howard University).

Bell, S. (2009). From gatekeepers to gate-openers. *American Libraries*, 40(8/9), 50-53.

Billings, A. C. (2004). Depicting the quarterback in black and white: A content analysis of college and professional football broadcast commentary, *Howard Journal of Communications*, 15(4), 201-210.

Enikolopov, R., et al. (2020). Social media and protest participation: Evidence from Russia.

Fadi, M. (2020). The power of social media for protest in Indonesia: A case study of Yogyakarta.

- Gerbner, G. Gross, L. Morgan, M. & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on media effects*, 1986, 17-40.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kharrub, T., & Bass, S. (2016). Social media and protests: Twitter images of the 2011 Egyptian revolution.
- Lee, K. & Allen, N. J. (2002). Organizational citizenship behavior and workplace deviance: the role of affect and cognitions. *Journal of applied psychology*, 87(1), 131.
- Li, Y. (2018). The role of social media in protest: A case study of candlelight vigils in South Korea.
- Liang H, Xue Y, & Bradley J. (2010). Team climate, empowering leadership, and knowledge sharing, *Emerald Group Publishing Limited*. 15(2):299-312.
- Lipmann, T. (1992). *Public Opinion*. New York: Macmillan
- McCombs, M. and Gilbert, S (1986). News influence on our pictures of the world, in J. Bryant and D. Zillmann (eds) *Perspectives on Media Effects*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- McLuhan, M (1964). *Understanding Media: The Extension of Man*. London: MIT Press.
- Rheingold, Howard (1994). *The Virtual Community; Finding Connection in a Coputerized World*. London; Secker and Warburg.
- Siegel, L. J. & Ziembo-Vogl, J. M. (2007). *Criminology: theories, patterns, and typologies* Wadsworth. Thomson Learning.
- Sinpeng, A. (2021). Hashtag activism: Social media and youth protests in Thailand.
- Sohrabi-Haghighat, M H. (2011). New Media and Social-political Change in Iran. *CyberOrient*, 5(1), 90-109.

Terkildsen, N. & Schnell, F. (1997). How media frames move public opinion: An analysis of the women's movement. *Political Research Quarterly*, 50(4), 879-900.

Wouters, R. (2019). The persuasive power of protest. How protest wins public support. *Social Forces*, 98(1), 403-426.

&&&

Studying the Effect of Social Media on Strengthening Political Protests in 2009 and 2012

Mohsen Shafiee Seifabadi^{*۱}, Nejat Mohammadifar^۲, Mohammad Ghanaei^۳

Date Received:
26 May 2026

Date Accepted:
154 July 2026

Keywords:
Social media,
political protest,
protest 2009,
protest 2012

Abstract

The present study, focusing on two important historical periods in the Islamic Republic of Iran - the protests of 2009 (Green Movement) and 2012 (Mahsa Amini Movement) - examines the role of social media in strengthening, organizing, and directing public opinion in the context of protest movements. The present study, with a descriptive-analytical approach, analyzes the effect of social media on the formation and continuation of the aforementioned political protests within the framework of two theories: "salience" by McCombs and Shaw and "planting" by Gerbner. The results of the research specifically indicate the vital role of social media in setting the public agenda and shaping long-term beliefs and attitudes. The salience theory states that the media, by focusing on specific issues, determine what is important to the audience, and on the other hand, the planting theory shows us how the media plants an image of reality in the minds of the audience, which over time and repetition becomes part of their attitudes and beliefs.

¹ (Corresponding Author)Associate Professor, Department of Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Ardakan, Ardakan, Iran. shafiee@ardakan.ac.ir

² Assistant Professor, Department of Political Science, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Ardakan, Ardakan, Iran. n.mohammadifar@ardakan.ac.ir

³ Masters student in political science, Ardakan University, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ardakan, Iran. mbknow2821@gmail.com