

درسنامه  
مربیان  
فضای مجازی

بسته شماره

۳

# جنبش های اجتماعی





درسنامه مریبان فضای مجازی

# جنبش های اجتماعی

مهرماه ۱۳۹۴

مرکز آینده پژوهی سازمان سراج

شماره تماس: ۰۲۱-۸۶۰۳۱۱۲۸

ایمیل: [futures@seraj.ir](mailto:futures@seraj.ir)



# فصل اول

جنبش های اجتماعی

# مقدمه

جنبش‌های اجتماعی یکی از ویژگی‌های آشکار دنیای مدرن و یکی از موضوعات مهمی است که مورد توجه اندیشمندان مختلف حوزه علوم اجتماعی است. حداقل از اواخر قرن نوزدهم به این طرف، تاریخ دولت‌های مدرن با تأثیرات جنبش‌های اجتماعی درهم تنیده شده است. از جنبش‌های اجتماعی تعاریف بسیاری به عمل آمده است.<sup>۱</sup> در خصوص این که به چه نوع کنش‌های اجتماعی، جنبش اجتماعی گفته می‌شود و یک کنش جمعی باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد تا بتوان آن را در زمره‌ی جنبش اجتماعی قرار داد، دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد.

مذهبی آغاز می‌شود.<sup>۲</sup>

دیوید آبرل چهار نوع جنبش اجتماعی را مشخص می‌سازد:

- ۱- جنبش‌های دگرگون ساز که هدفشان دگرگونی فراگیر در جامعه یا جوامعی است که خود بخشی از آن هستند.
- ۲- جنبش‌های اصلاح طلب که هدف‌هایی محدودتر دارند و می‌خواهند تنها برخی از جنبه‌های نظم اجتماعی موجود را تغییر دهند.

۳- جنبش‌های رستگاری بخش که درصدد نجات افراد از آن شیوه‌هایی از زندگی هستند که فاسدکننده پنداشته می‌شوند.

۴- جنبش‌های تغییر دهنده که در پی تغییر کاملی روی افراد نبوده بلکه می‌خواهند ویژگی معینی را تغییر دهند.<sup>۳</sup>

برخی رفتارهای اجتماعی را یکی از انواع رفتارهای جمعی دانسته و معتقدند که این رفتارها در جامعه به شکل‌های گوناگونی تجلی می‌یابند. تنها یکی از این رفتارها به شکل جنبش اجتماعی نمود می‌یابد. در این نگاه جنبش اجتماعی آن نوع رفتار جمعی است که حداقل رفتارهای بوروکراتیک و انقلابی است.<sup>۴</sup>

اندیشمندان معتقدند که به دلیل پدیده جهانی شدن و ویژگی‌های جامعه مدرن، تغییری در ماهیت جنبش‌های اجتماعی به وجود آمده است و لذا تعابیر و تعاریف کلاسیک جنبش‌های اجتماعی نمی‌تواند این جنبش‌های جدید را تشریح کند. این جنبش‌ها اشکال متنوعی از جنبش‌های اعتراضی اند که در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی به ویژه در غرب شکل گرفته‌اند و شبکه‌هایی از فریادهای اعتراضی را به همراه الگوهای جدید زندگی پدید آورده‌اند و بحث از شیوه‌های جدید زندگی و اعتراض در مقابل آثار مخرب سرمایه داری را به عرصه سیاست رسمی کشاندند. این جنبش‌ها، فضاهای اجتماعی و فرهنگی جدیدی را به عرصه

• آنتونی گیدنز جامعه شناس برجسته انگلیسی جنبش‌های اجتماعی را «کوشش جمعی برای پیشبرد منافع مشترک یا تأمین هدفی مشترک از طریق عمل جمعی خارج از نهادهای رسمی» تعریف می‌کند. از نظر گیدنز کنش‌های جمعی که در پی اهداف جمعی بیرون از حوزه‌های نهادهای رسمی است، جنبش اجتماعی است.

• از نظر آلن تورن، جنبش‌های اجتماعی صرفاً پاسخی غیرعقلانی به اختلاف‌ها یا بی‌عدالتی‌های اجتماعی نیست بلکه دربردارنده دیدگاه‌ها و راهبردهایی هستند که نشان می‌دهند چگونه می‌توان بر این اختلاف‌ها و بی‌عدالتی‌ها چیره شد.<sup>۵</sup> از نظر تورن در جامعه بین دو جنبش تضاد و درگیری است. یعنی بین جنبش مسلط و جنبش تحت سلطه. جنبش مسلط سعی در تثبیت و حفظ وضع موجود دارد و جنبش تحت سلطه سعی در تغییر وضع موجود.

• تورن سه اصل اساسی جنبش‌های اجتماعی را عبارت می‌داند از:

- ۱- اصل هویت، یعنی یک جنبش اجتماعی باید دارای هویت باشد.
- ۲- اصل ضدیت یا مخالفت یعنی یک جنبش اجتماعی همیشه در برابر نوعی مانع یا نیروی مقاوم قرار دارد.
- ۳- اصل همگانی بودن یعنی جنبش اجتماعی به نام ارزش‌های برتر، با ایده‌های بزرگ یا فلسفی و یا ایده

**برخی رفتارهای اجتماعی را یکی از انواع رفتارهای جمعی دانسته و معتقدند که این رفتارها در جامعه به شکل‌های گوناگونی تجلی می‌یابند. تنها یکی از این رفتارها به شکل جنبش اجتماعی نمود می‌یابد. در این نگاه جنبش اجتماعی آن نوع رفتار جمعی است که حداقل رفتارهای بوروکراتیک و انقلابی است.**

۱. پل سونیزی و همکاران، جهانی شدن با کدام هدف، ترجمه ناصر زرافشان، انتشارات آگه، ۱۳۸۰، ص ۱۲-۷

۲. آنتونی گیدنز، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، ۱۳۷۴، ص ۶۷۲

۳. گی روشه، ۱۳۷۶، ص ۶۵

۴. آنتونی گیدنز، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، ۱۳۷۴، ص ۶۷۳

۵. حمیدرضا جلالی پور، جامعه شناسی جنبش‌های اجتماعی؛ با تأکید بر جنبش اصلاحی دوم خرداد، طرح نو، ۱۳۸۱، ص ۲۰





سازماندهی شده اند و حداقل در بعضی زمینه ها از سلسله مراتب، بوروکراسی و حتی قرار دادن شرایطی برای عضویت اجتناب می کنند.

۴- جنبش های جدید به شدت به رسانه های جمعی متکی هستند و از طریق آن ها درخواست هایشان را مطرح می کنند، اعتراضاتشان را نمایش می دهند و اندیشه هایشان را برای تسخیر اندیشه و احساس عمومی به گونه ای موثر بیان می کنند. برخی محققین معتقدند که این ویژگی ها بعضا در جنبش های کلاسیک نیز یافت شده و آن جنبش ها صرفا طبقاتی نبوده اند. چنان که در اوایل قرن نوزدهم جنبش های بسیاری از جمله جنبش فیمینیستی به جنبش های جدید اجتماعی شباهت بسیار داشته اند تا جنبش های کارگری سنتی.

#### ب- متن و زمینه اجتماعی ظهور جنبش ها

معیار دیگری که برای جدید بودن جنبش های اجتماعی مطرح می شود، زمینه اجتماعی است که این جنبش ها در آن ظهور می یابند. براساس این معیار جنبش های جدید در یک زمینه اجتماعی جدیدی رخ می دهند که با زمینه اجتماعی جنبش های کلاسیک متفاوت است.

مبارزات وارد کرده اند و در واقع جبهه های جدیدی را گشوده اند.<sup>۱</sup> اندیشمندان علوم اجتماعی به منظور تفکیک این جنبش ها از جنبش های قبلی که بیشتر طبقاتی بوده اند و در درون دولت-ملت ها رخ می دادند و ... جنبش های اخیر را جنبش های جدید اجتماعی نامیده اند. این جنبش های جدید دارای ویژگی های متمایزی از جنبش های پیشین هستند و از دیگر سو تازگی و جدید بودنشان نتیجه ظهور در متن یک صورت بندی جدید اجتماعی است. عبارت دیگر این جنبش ها جدید تلقی می شوند چرا که نمونه و نمادی از روابط اجتماعی و سیاسی جدید هستند.<sup>۲</sup>

#### الف- ویژگی جنبش های جدید

آن دسته از ویژگی هایی که جنبش های جدید را به لحاظ جهت گیری، سازمان و نوع بدیع می سازند شامل موارد زیر هستند:

- ۱- غیرابزار بودن، یعنی بیان کننده علائق و نگرانی های جهان شمول و اغلب اعتراض آمیز نسبت به وضعیت اخلاقی اند و نه نماینده منافع مستقیم گروه های اجتماعی خاص.
- ۲- این جنبش ها بیشتر نسبت به ساختارهای بوروکراتیک متمرکز بدگمان هستند و به سوی تغییر عقاید عمومی جهت گیری شده اند و نه تغییر نهادهای حاکم. در واقع بیشتر به جنبه هایی نظیر فرهنگ، شیوه زندگی و مشارکت در سیاست اعتراض سمبلیک توجه دارند تا به ادعای حقوق اجتماعی-اقتصادی.
- ۳- این جنبش ها به شیوه های غیررسمی «باز» و انعطاف پذیر

۱. پرویز پیران، جنبش دانشجویی پیشاهنگ جنبش اجتماعی، مجله آفتاب، شماره ۲۱، آذر ۱۳۸۱، ص ۲۳

۲. ارتباطات، جهانی شدن و جنبش های اجتماعی (نگاهی اجمالی به جنبش اصلاح طلبی در ایران)، فرهاد نصرتی نژاد، ص ۱۶۰-۱۳۷



به تناسب بهره مندی جوامع از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی و ایفای نقش در ارتباطات و تعامل بین مردم و تبادل اطلاعات و دسترسی جامعه به این فرایند، تغییرات اجتماعی شتاب و شدت بیشتری می گیرد. لذا بیان اینکه بین فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی و شکل گیری زندگی اجتماعی پیوندی استوار برقرار است، مفهومی اغراق آمیز نیست. روند ایجاد و توسعه شبکه های اجتماعی در شکل صفحه بعد نشان داده شده اند که دو عامل موثر در آن توسعه وب ۲ و ۳ و برنامه های رابط کاربردی و نیز نیاز به اشتراک گذاری، اعتماد و اتصال آنلاین به طور موازی در آن تاثیر گذار هستند.

به رغم گستردگی تعاریف رسانه اجتماعی، نقطه تمرکز اغلب آن ها بر دو عنصر «اشتراک گذاری» و «تعامل» است. برخی از تعاریف، تولید و انتشار محتوا را برجسته تر کرده اند و رسانه اجتماعی را رسانه ای دانسته اند که امور تولید محتوا در آن توسط کاربران انجام شده و در محیط اجتماعی منتشر و بین

اجتماعی که مشوق یا مانع انواع مختلف جنبش های اجتماعی باشد، در شکل گیری این جنبش ها نقش دارد. از جمله عوامل شتاب دهنده، حوادث یا رویدادهایی هستند که منجر به شرکت مستقیم یا غیرمستقیم افراد در این کمپین می شود. شرط دیگر پیدایش جنبش های فضای مجازی، وجود یک گروه هماهنگ است که برای عمل خاصی بسیج شده اند. هر جنبش، نیازمند رهبر، منابع مالی و وسایل مناسب برای ارتباط بین شرکت کنندگان است.

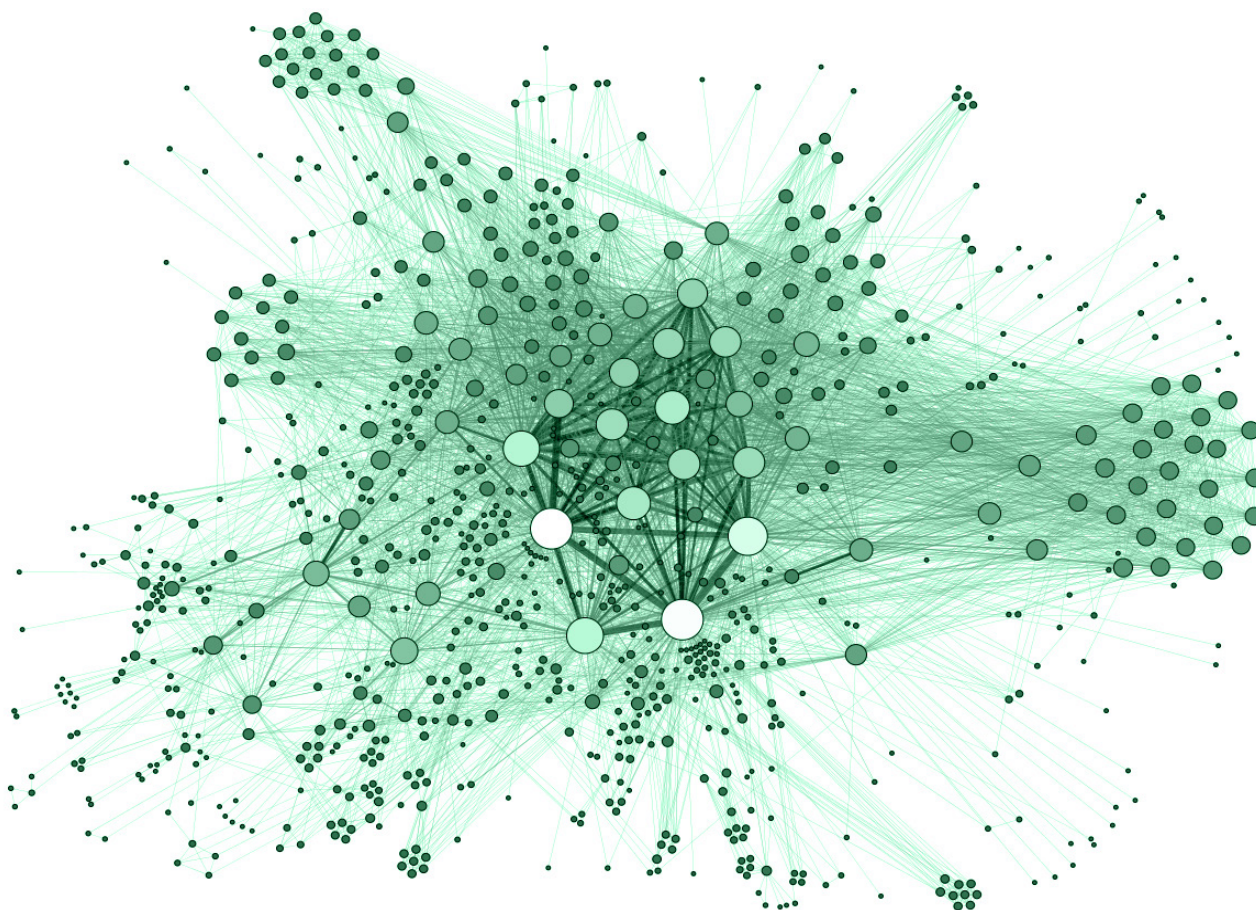
فناوری اطلاعاتی و ارتباطی به همه فضاهای اجتماعی، سازمانی و فردی در جوامع مختلف وارد شده و شیوه زندگی روزمره، کار و شناخت را به درجات گوناگون تحت تاثیر قرار داده اند. برخورداری از این فناوری، به تعبیر مانوئل کاستلز (Manuel Castells) «فناوری های نوین ارتباطات، نقاط دوردست عالم را در شبکه های جهانی به همدیگر پیوند می دهند، ارتباطات رایانه ای مجموعه از جوامع مجازی را بوجود می آورند و در نتیجه آن همه ساختارها و فرآیندهای مادی و معنوی بشری دگرگون می شوند»<sup>۱</sup>. در حقیقت



شکل ۱: اینترنت و تغییرات اجتماعی (Ben-Yehuda, 2007)

همتایان به اشتراک گذاشته می شود مانند محیط وبلاگ، ویکی و یا سایت های میزبان ویدئوها. فضای سایبر به عنوان مجموعه تعامل های انسان ها از طریق رایانه و فناوری های نوین ارتباطات، بدون در نظر گرفتن «زمان» و «مکان» برای اولین بار توسط نورومونسر نویسنده کتاب های علمی تخیلی در ۱۹۸۴ ارائه شد. امروزه اینترنت دروازه فضای سایبر است، اما فضای سایبر با ویژگی هایی چون میزان و چگونگی دسترسی، راهبری، فعالیت اطلاع یابی، بالندگی و اعتماد شناخته می شود. تعاملات در فضای سایبر از طریق سازوکارهای نوینی مانند شبکه های اجتماعی، وبلاگ ها، ایمیل، سایت های اینترنتی، اتاق های گفتگو (چت)، کنفرانس های ویدئویی، سیستم های ثبت پیام فوری، فهرست های پستی، انجمن های مباحثه و پادکست امکان پذیر می شود. هر کدام از این سازوکارهای ارتباطی با توجه به ویژگی خود، سطح خاصی از تعامل را فراهم می کنند. انتخاب سازوکار ارتباط، با توجه به هدف گذاری تعامل، نیازها و الزامات محیط نرم افزاری انجام می شود.





افزودن متن در فضای به اشتراک گذارده شده، گسترش می‌دهند. یک صفحه شخصی وب و یا یک پروفایل شخصی، این فرصت را بوجود می‌آورد که کاربران بتوانند صفحات خود را بامحتوای موردنظر مانند عکس ها، فیلم ها، پیوندها و یا متون دلخواه خود ایجاد کنند.

#### ب- شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر محتوا:

در این شبکه‌ها، پروفایل های کاربران در عین حال که دارای جایگاهی مهم در شکل گیری ارتباطات هستند، اما نقش ثانویه در ارسال محتوا دارند. شبکه فلیکر نمونه ای از این نوع شبکه‌ها هستند. گروه‌ها، ارتباطات و یادداشت هایی پیرامون تصاویر درج شده شکل می‌گیرند و اعضای شبکه برای ارسال تصویر جدید، درج دیدگاه‌های خود یا ارتباط با سایر اعضا، نخست باید خود را به شبکه معرفی کنند، یعنی از پروفایلی که قبلاً برای خود ایجاد کرده اند، برای ورود به شبکه استفاده کنند.

#### ج- گونه های دیگر شبکه‌های اجتماعی:

برخی از پایگاه‌های موجود در اینترنت، برای کاربران این امکان را فراهم می‌کنند که برای خود فضای اختصاصی و شبکه ای اجتماعی در مقیاس کوچک، پیرامون علائق و فعالیت‌های خود ایجاد کنند و دیگران را به پیوستن به آن ترغیب کنند. شبکه‌های چند کاربری نظیر اتاق‌های گپ زنی که مشارکت در آن ها موکول به پذیرش و یا دعوت قبلی است، از این دسته هستند.

◀ در تئوری شبکه‌های اجتماعی، پیوندها از طریق «گره» های موجود در شبکه صورت می‌گیرد. آنچه که شبکه‌های اجتماعی سایبر را از شبکه‌های اجتماعی فیزیکی متمایز می‌سازد، نه بنیان‌های نظری آن ها، بلکه متفاوت بودن بستر و سازوکارهای ارتباطی و شیوه تعامل است. شبکه‌های اجتماعی سایبر، یکی از بسترهای زندگی در عصر اطلاعات اند که روابط رسمی از آن ها زدوده شده و تعامل در آن ها آسان تر شده است. شبکه‌های اجتماعی سایبری، بعنوان جوامع آنلاین حاصل تعامل بین گروه‌های همفکر و دوستان هستند و از ویژگی «باز بودن» و «عدم تمرکز» برخوردارند. به این معنا که آسیب دیدن یک عنصر یا گره در شبکه، آن را متلاشی نمی‌کند و شبکه‌های اجتماعی سایبری به طور مداوم به بازسازی و ترمیم خود می‌پردازند.

• سایت‌های شبکه‌های اجتماعی شامل دو شکل اصلی «پروفایل محور» و «محتوا محور» هستند.

#### الف- شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر پروفایل:

در سایت‌های شبکه‌های پروفایل محور، کنش‌ها، پیرامون صفحه های حاوی اطلاعات مربوط به فعالیت‌ها، علائق و گرایش های هر عضو شکل می‌گیرد. ببو (Bebo)، فیس‌بوک (facebook) و مای اسپیس (MySpace) نمونه هایی از این نوع شبکه‌ها هستند. در این شبکه‌ها، کاربران نوعاً، دامنه فعالیت و فضای ارتباطی خود را از راه‌های گوناگون، با درج یادداشت، پیوند و

# شبکه‌های اجتماعی و کنشگری

جنبش‌های اجتماعی، فضای سایبر را به طور گسترده برای تعامل، آموزش، سازماندهی، اشتراک فرآورده‌های فرهنگی جنبش، ارتباط، ایجاد همبستگی و مانند آن‌ها مورد استفاده قرار داده‌اند. استفاده وسیع از وبلاگ‌ها، پایگاه‌های وب، ویدیوهای آنلاین و شبکه‌های اجتماعی در جهت اهداف جنبش‌ها، از جمله مواردی هستند که گستره حوزه اطلاع‌رسانی آن‌ها را وسعت بخشیده است. ظهور جنبش‌های الکترونیکی و شکل‌های نوین اعتراض الکترونیکی و کنشگری در محیط الکترونیکی و اجتماع مجازی، پدیده‌هایی جدی و قابل مطالعه هستند. اینترنت می‌تواند هماهنگی و همگرایی جنبش‌های اجتماعی را تسهیل کند. بدین لحاظ، مطالعه جنبه‌های جامعه‌شناختی آن‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود.

های پستی، انجمن‌های مباحثه و اتاق‌های گفتگو برای عضوگیری، اطلاع‌رسانی و جلب توجه افراد مستعد بهره می‌برند. این منابع جایگزین اطلاعات، به شدت غیر متمرکز هستند.

• کنشگری سایبر «از طریق شبکه» با مقوله‌های زیر مورد توجه قرار گرفته است:

## ۱- فعالیت اینترنتی:

### ۴- کنشگری سایبری مستقیم:

جنبش‌ها از فن‌آوری بعنوان ابزار تفرقه افکنی در بین صنایع یا سازمان‌های جهانی استفاده می‌کنند. کنشگران سایبری اعم از دولتی یا غیردولتی، با توسل به سرپیچی مدنی، اعتصاب مجازی، تعرض به سایت‌ها و هک کردن آن‌ها، برای بیان اعتراض، انتشار اطلاعات، تبلیغ سیاسی، گجک کردن حریف و جلب حمایت‌ها استفاده می‌کنند.



اینترنت فضای گسترده‌ای را برای حضور و فعالیت سازمان و کنشگران فراهم کرده است. سازمان‌های غیردولتی که به شکل سنتی فعالیت می‌کردند، فعالیت‌های گذشته خود را در محیط اینترنت دنبال می‌کنند.

## ۲- سرمایه و گردش اطلاعات:

اطلاعاتی که سازمان جنبش‌های اجتماعی در اینترنت فراهم می‌آورند و ذخیره اطلاعاتی آن‌ها برای ارائه به کاربران، به عنوان یک سرمایه نگریسته می‌شود. علاوه بر این، گستره ارتباطی آن‌ها مانند در اختیار داشتن انبوه ایمیل کاربران، امکان جلب حمایت مالی از سوی طرفداران از طریق مجرای ارتباطی، از سرمایه‌های این جنبش‌ها است.

## ۳- رسانه جایگزین:

جنبش‌های اجتماعی از ابزارهای شبکه، مانند سایت‌ها، فهرست






## ۵- رقابت و همراهی در اینترنت:

دسترسی به اینترنت و ساختار اینترنت تابع کنشگرایی هستند. گروه‌های حمایت‌کننده گوناگون، نوآوری‌های برنامه نویسی و انجام اقدام‌های قانونی، هدفشان تنظیم ساختار و قواعد دسترسی به شبکه اینترنت است.

# آشنایی با شبکه های اجتماعی اینترنتی

فضای مجازی مجال شکل گیری اجتماعات جدید از کاربران را فراهم می کند. هر چند روابط کاربران فضای مجازی رابطه ای با واسطه است و نه رودررو، بسیاری از محققان اصطلاح «اجتماع» را در مقابل «جامعه» به این جمع از کاربران اختصاص می دهد که از جمله ویژگی های آن می توان به «محدودیت تعداد» و «مبتنی بودن بر روابط عاطفی و نه روابط عقلانی» اشاره نمود. استفاده از شبکه های اجتماعی، روز به روز محبوبیت بیشتری پیدا می کند. هم اکنون سایت های شبکه های اجتماعی، بعد از پرتال های بزرگی نظیر یاهو و موتورهای جستجوگر نظیر گوگل تبدیل به پراستفاده ترین خدمات اینترنتی شده اند. خیلی از نهادهای مختلف جهانی و اینترنتی با اهداف گوناگون که مهمترین آن ها تجاری و تبلیغاتی است، دست به راه اندازی شبکه های اجتماعی زده و یا درصدد خرید سهام این شبکه های اجتماعی هستند.

## فهرست پرمخاطب ترین شبکه های اجتماعی اینترنتی تا آگوست ۲۰۱۵<sup>۲-۱</sup>

رتبه در سایت eBizMBA	رتبه در سایت Alexa	تعداد متوسط بازدید مستقل در یک ماه	Leading-Social-Networks-Worldwide-91-86264/www.practicalecommerce.com/articles	www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites
۳	۲	۹۰۰,۰۰۰,۰۰۰	FaceBook	
۱۲	۸	۳۱۰,۰۰۰,۰۰۰	Twitter	
۱۸	۹	۲۵۵,۰۰۰,۰۰۰	Linkedin	
۲۲	۲۶	۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	Pinterest	
۳۰	NA	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰	Google Pluse+	

۱. [www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites](http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites)

۲. [Leading-Social-Networks-Worldwide-91-86264/www.practicalecommerce.com/articles](http://Leading-Social-Networks-Worldwide-91-86264/www.practicalecommerce.com/articles)









۳. تعداد متوسط بازدید مستقل در یک ماه


۴. رتبه در سایت Alexa

۵. رتبه در سایت eBizMBA





				
۵۹۶	۲۹۶	۴۰,۰۰۰,۰۰۰	MeetUp	
۷۰۲	۴۰۸	۳۸,۰۰۰,۰۰۰	Tagged	
۷۷۹	۱۷۹	۳۷,۰۰۰,۰۰۰	Ask.fm	
۱۴۵۷	۲۳۲۸	۱۵,۵۰۰,۰۰۰	MeetMe	
۱۴۸۷	۴۰۲۲	۱۵,۰۰۰,۰۰۰	Class Mates	

				
۳۴	۳۴	۱۱۰,۰۰۰,۰۰۰	Tumblr	
۷۷	۳۶	۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	Instagram	
۹۷	۲۱	۸۰,۰۰۰,۰۰۰	VK	
۱۲۳	۹۱	۶۵,۰۰۰,۰۰۰	Flickr	
۵۸۱	۱۱۷۲	۴۲,۰۰۰,۰۰۰	Vine	



# فصل دوم

تأثیر فضای مجازی بر انقلاب ها و جنبش ها



# تأثیر فضای مجازی بر انقلاب ها و جنبش ها

افزایش محیط های اجتماعی در فضای مجازی، فرصتی را در اختیار فعالان داده است تا بتوانند با استفاده از این محیط فعالیت های گروهی خود را به انجام برسانند. هر دو طیف موافق و مخالف دولت ها و نیز سایر فعالان نظیر فعالان فرهنگی و ... از این پتانسیل برای رقابت و پیشبرد اهداف خود بهره می برند. اینترنت و شبکه های اجتماعی نقش مهمی در حرکت های سیاسی ایفا نمودند بعنوان مثال، «انقلاب اوکراین» در سال ۲۰۰۴-۲۰۰۵، انقلاب سافران<sup>۱</sup> در برمه در سال ۲۰۰۷، «انقلاب مصر» در سال ۲۰۰۸، خیزش مدنی در مولداوی<sup>۲</sup> در ۲۰۰۹ و جنبش سبز (فتنه ۸۸) در ایران در ۲۰۰۹. در مورد انقلاب های عربی (بیداری اسلامی) نقش فضای مجازی چندان تأثیرگذار نبوده، البته نمی توان به طور کامل منکر نقش فضای مجازی در ارتقای آگاهی شهروندان کشورهای عربی و نیز هماهنگی های بین آن ها شد. رسانه های جدید زمینه را برای بین المللی کردن قیام های سال ۲۰۱۱ فراهم کرده و از طرفی میان شهروندان عرب و جامعه بین الملل پل ارتباطی برقرار کردند. فضای مجازی به جنبش های اجتماعی کمک کرد تا بدون داشتن سازمان منسجم فعالیت هایشان را سازماندهی کنند، جنبش هایی که فاقد منابع مالی غنی و ساختارهای قدرتمند بودند.

## ۱- انقلاب نارنجی اوکراین

این انقلاب شامل یکسری از راهپیمایی ها، تحصن ها، اعتصاب ها و نافرمانی های مدنی در اوکراین بود که از نوامبر ۲۰۰۴ تا ژانویه ۲۰۰۵ انجام گرفت. بلافاصله پس از پایان انتخابات در سال ۲۰۰۴ ادعا شد که در انتخابات فسادهای گسترده مالی، ارباب و تهدید رای دهندگان و تقلب مستقیم انجام گرفته است. کیف، پایتخت اوکراین کانون اعتراضات با روزانه هزاران تظاهرات کننده بود. در سراسر کشور شورش با یکسری از نافرمانی های مدنی نمود پیدا کرد. در سراسر کشور تحصن و اعتصاب عمومی توسط جنبش هایی سازمان می یافتند. مسموم شدن ویکتور یوشچنکو در جریان مبارزات انتخاباتی و شایعه احتمال دست داشتن ویکتور پانوکوویچ رقیب سرسخت یوشچنکو در این قضیه آتش انقلاب نارنجی اوکراین را برافروخت. پس از ۶۰ روز تظاهرات حامیان یوشچنکو پارلمان این کشور نتیجه انتخابات (که یانوکوویچ نامزد مورد حمایت روسیه را برنده اعلام می کرد) را مخدوش و ملغا اعلام کرد و با برگزاری دوباره انتخابات که تحت نظر ناظران داخلی و بین المللی بود، ویکتور یوشچنکو با کسب ۵۳ درصد آرا قدرت را در دست گرفت. «مایکل مک فاول» استاد علوم سیاسی و مدیر مرکز «دموکراسی، توسعه و حاکمیت قانون» در دانشگاه استنفورد کالیفرنیا اعلام کرد که «انقلاب نارنجی» ممکن است نخستین فعالیتی باشد که به طور گسترده ای به طور آنلاین سازماندهی شده باشد. بدون شک این حوادث بر اهمیت تلاقی حتمی شبکه های اجتماعی و تغییرات سیاسی سریع اشاره می کند. انقلاب دیجیتال اوکراین با ظهور

چندین ابزار به پیش رفت. این ابزارها کاربردهای وسیعی داشتند. هماهنگ کردن فعالیت ها توسط پیام کوتاه (اس ام اس)، رسانه های آنلاین، گفت وگوهای اینترنتی نقش بسزایی در اطلاع رسانی درباره جزئیات تقلب در انتخابات و همچنین به اشتراک گذاشتن تجارب فعالان سیاسی داشته است. موبایل و اینترنت به خوبی می تواند به انتشار جک ها و شعرهای مسخره کننده در یک جامعه بپردازد. در اوکراین نیز ساختن جک و شعرهای مسخره کننده علیه یک جریان بخصوص به کار گرفته شد. در اوکراین، جک ها و شعرهای مسخره کننده اغلب در «اتاق های گفت وگویی آنلاین» [چت روم ها] ایجاد می شد اما پس از آن به طور گسترده ای از طریق موبایل ها یا در جریان تظاهرات مردم اوکراین بر علیه نظام کوچما منتشر می شد. در واقع ساخته شدن و انتشار این جک ها و شعرهای مسخره کننده نقش بسزایی در انقلاب نارنجی اوکراین داشت.

نقش شبکه های اجتماعی در ایجاد ناآرامی های اخیر اوکراین به حدی است که برخی از کارشناسان، وضع اوکراین را «انقلاب فیس بوکی و توئیتری» می نامند. در این اعتراضات اخیر، به طور همزمان لحظه های این اعتراضات تصویر برداری شد و از طریق شبکه های اجتماعی در اختیار همه دنیا قرار گرفت. روزنامه کیف پست افشا کرد که اولین راهپیمایی اعتراضی در کیف که در نهایت به بحران فعلی منجر گردید از طریق فراخوان یک روزنامه نگار در شبکه اجتماعی فیس بوک کلید زده شد. فراخوانی که طی چند ساعت بیش از ۱۰ هزار بازدید کننده داشت. توئیتر در ناآرامی های اوکراین، بیشتر به حوزه اطلاع رسانی به جهان

۱. Safran

۲. Moldova



نام انقلاب سافران نام بردند.

دولت میانمار با قطع کردن اتصال به اینترنت سعی در فرونشاندن آگاهی و ارتباط گیری اجتماعی در رابطه با اعتراضات شد. حتی با افرادی که دوربین به همراه خود داشتند، برخورد نظامی صورت می گرفت. دولت تلاش کرد که تمام وبسایت ها و سرویس هایی را که می توانستند در انتقال اخبار و اطلاعات میانمار استفاده شوند، مسدود کند. به هر حال معترضان قادر به دسترسی به اینترنت بودند و به نحوی بود که معترضان به یک سطح بالا از بازدید از اخبار بین المللی دست یافتند. وبلاگ نویسان در ینگان<sup>۱</sup> بلافاصله پس از شروع تظاهرات و اعتراضات تصاویر، فیلم ها و پست های مرتبط را بر روی وبلاگ ها و فضای مجازی منتشر نمودند. بسیاری از این تصاویر تنها توسط این وبلاگ نویسان و فعالان فضای مجازی تهیه شدند و خبرنگاران امکان چنین کاری را نداشتند. برخی از فعالان فضای مجازی در برمه تلاش کردند تا با استفاده از فروم های اینترنتی، اطلاعات خارجی کنترل نشده توسط دولت را در رابطه با وضعیت اعتراضات بدست آورند و آن را پخش نمایند. در ۲۸ سپتامبر گزارش شد که تمام دسترسی ها به اینترنت را محدود نموده است.

◀ فعالان و سازمان های کمپین جهانی، شامل «BUCK» و «کمپین آمریکایی برای برمه<sup>۲</sup>» با هدف حمایت از صفحه اعتراضات بوداییان در فیس بوک (که بعداً این صفحه در فیس بوک به شبکه فعالیت جهانی برمه تغییر نام داده شد) حرکتی را برای قرار دادن تصویری مرتبط با برمه در ۶ اکتبر ۲۰۰۷ و راس ساعت ۱۲ ظهر بر روی فضای مجازی راه اندازی کردند و نام روز جهانی فعالیت برای برمه بر روی آن نهادند. این حرکت در سیدنی، مونترال، اوتاوا، کیچنر و ونکوور، نیویورک، وانسگتن، سان دیگو، دوبلین، هنگ کنگ و نروژ پیگیری شد.

همچنین کمپینی برای وبلاگ نویسان نیز در ۴ اکتبر راه اندازی

و جلب توجه به اوکراین مشغول به کار بوده و در همین راستا اکثر صفحات توئیتر مرتبط با شورش های اوکراین نیز به زبان انگلیسی فعالیت نمودند. معترضان اوکراینی از حربه ساخت فیلم های کوتاه و انتشار آن در یوتیوب برای جلب افکار عمومی این کشور استفاده کردند.

◀ فیلم «من یک اوکراینی هستم» از طریق سایت یوتیوب منتشر گردید و بیش از ۳ میلیون بیننده داشته است. یک خانم اوکراینی با ظاهری آراسته تاکید می کند که شورش های این کشور فقط و فقط با هدف کسب آزادی و دموکراسی و مبارزه با فساد اقتصادی بوده است. در این فیلم تلاش شده با بازی های احساساتی این باور را برای مخاطبین بوجود آورد که فقط یک دلیل برای اعتراض ها در اوکراین وجود دارد و آن هم مطالبه مردم اوکراین برای دستیابی به آزادی است. این فیلم حقایقی نظیر حمایت همه جانبه کشورهای غربی خصوصاً آمریکا از شورشیان را نادیده گرفته است.

## ۲- انقلاب سافران

◀ انقلاب سافران عبارتی است برای توصیف مجموعه ای از اعتراضات و تظاهرات که در خلال آپریل، سپتامبر و اکتبر ۲۰۰۷ در برمه (میانمار) به وقوع پیوست. این اعتراضات با تصمیم دولت نظامی ملی برای حذف یارانه ها (سوبسیدها) در قیمت فروش سوخت آغاز گردید. دولت ملی تنها مالک منابع بوده و حذف این کمک هزینه ها باعث افزایش ناگهانی قیمت بنزین و سوخت دیزل به مقدار ۱۰۰ و ۶۶ درصد و قیمت گاز طبیعی به مقدار ۵۰۰ درصد طی یک هفته گردید. اعتراضات متفاوتی توسط دانش آموزان، فعالان سیاسی، جنبش های زنان و نیز راهبان بودایی رخ داد و کمپینی به نام «مقاومت غیر خشن» و یا «مقاومت مدنی» بوجود آوردند. برخی از روزنامه ها از این تظاهرات و اعتراضات به



### ۳- جنبش مدنی مولدوای در انتخابات پارلمان ۲۰۰۹

◀ در آوریل آن سال و در شهرهای بزرگ مولدوای و پیش از اعلام نتایج انتخابات به وقوع پیوست. بنیان این جنبش ادعا داشتند که در انتخابات، که منجر به حاکمیت حزب کمونیست جمهوری مولدوای<sup>۲</sup> (PCRM) با بدست آوردن اکثریت کرسی ها، تخلف شده و خواهان انتخابات مجدد یا استعفای دولت شدند. نتایج انتخابات با کسب ۴۹,۴۸٪ از آرا و کسب ۶۰ صندلی در پارلمان بود که تنها یک صندلی از ۶۱ صندلی یعنی ۳/۵ کل صندلی ها برای اینکه این حزب بتواند کنترل پارلمان را بدست گیرد. چنین اعتراضاتی در سایر شهرهای مولدوای نیز برگزار شد از جمله دومین شهر بزرگ مولدوای یعنی Balti که ۷ هزار نفر در آن به اعتراض پرداختند.

اعتراضات تماما بوسیله توئیتر، که یک شبکه اجتماعی آنلاین است راه اندازی شد که بعضا از آن بعنوان انقلاب توئیتری نام برده می شود. در پایتخت بیش از ۳۰ هزار شورش و اعتراض گر در روز ۷ آوریل به ساختمان پارلمان و اداره ریاست جمهوری حمله کرده، شیشه ها را شکسته و وسایل را به آتش کشیدند.

◀ گفته می شود که عامل اصلی این شورش خانم روزنامه نگار بیست و پنج ساله ای بنام Natalia Morar بوده بواسطه پست هایش بر روی وبلاگ خبری آنلاین خود که جرقه بسیج مخالفان را زد. دیگران نیز از محیط اجتماعی فضای مجازی مانند فیس بوک و توئیتر استفاده کردند تا آگاهی از برنامه های شورشیان و مخالفان را صورت دهند. همین امر باعث گردید که در روزهای آتی دسترسی مردم به اینترنت گرفته شود تا نتوانند از سایت های خبری استفاده کنند.

شد. در این حرکت از آن ها خواسته شد که بنری با عبارت «برمه آزاد - Free Burma» را بر روی وبلاگ ها و سایت های خود قرار دهند. همچنین یک فعالیت جهانی توسط وبلاگ نویسان در ایتالیا شروع شد که در آن یک مجموعه از پست ها با هدف صلح و حمایت از مردم میانمار در اینترنت منتشر گردید. در ۴ اکتبر ۲۰۰۷ تمام وبلاگ نویسان و صاحبان وبسایت ها برای حمایت از «برمه آزاد - Free Burma» فراخوان شدند تا طرحی گرافیکی تنها در رابطه با موضوع میانمار را بر روی وبسایت ها و وبلاگ ها قرار دهند.

صفحه «حمایت از اعتراضات راهبان بودایی در برمه» نیز در فیس بوک در این زمینه فعالیت نمود که این صفحه نخستین شبکه ای بود که پیشروی و تظاهرات راهبان در مقابل منزل قبلی آنگ سان سوکی را گزارش کرد. این صفحه در حدود ۳۶۰ هزار دنبال کننده تا ۹ اکتبر کسب نمود و در اوج فعالیت خود به ۴۴۰ هزار همراه دست پیدا کرد.

◀ کمپین BUCK<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۱ در لندن و برمبنای سیستم NGO (سازمان های غیردولتی مردم نهاد) و با هدف دستیابی به حقوق بشر و دموکراسی در برمه راه اندازی شد. در خلال اعتراضات سال ۲۰۰۷ بر ضد دولت برمه، این کمپین به کمک گروه های ملی برمه پیوست و «روز جهانی فعالیت برای برمه - Global Day of Action for Burma» را در ۶ اکتبر ۲۰۰۷ و با هدف حمایت از گروه «حمایت از اعتراضات بوداییان در برمه» در فیس بوک راه اندازی نمود.







#### ۴- جنبش سبز (فتنه ۸۸) در ایران در ۲۰۰۹

◀ جنبش سبز (فتنه) به اقداماتی اطلاق می گردد که در آن معترضان به انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران، خواهان برکناری فرد منتخب مردم پس از انتخابات شدند. رنگ سبز به عنوان نماد طرفداران میرحسین موسوی انتخاب شد اما پس از انتخابات ۱۳۸۸ ایران و اعتراضات گسترده در واکنش به آن، این رنگ نماد اتحاد این جنبش به حساب می آمد. هنوز رای گیری پایان نیافته بود و مردم در تهران و برخی شهرهای بزرگ در پای صندوق های رای بودند که آقای موسوی طی مصاحبه ای با خبرنگاران داخلی و خارجی، خود را پیروز انتخابات معرفی کرد. با اعلام نتایج انتخابات، «دروغ تقلب» رمز فرمان آشوب شد و کشور را هشت ماه دچار تلاطم اردو کشی های خیابانی کرد.

◀ دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، به ویژه تحولات پس از آن، عرصه فعالیت و مداخله گری رسانه های مجازی و

شبکه های اجتماعی بود. زیرا رسانه های مجازی فعال در فضای سایبری و اینترنت، معمولاً به عنوان رسانه های بدیل مطرح هستند و بیشتر صدای گروه های منتقد و حتی مخالف جامعه را منعکس می کنند. به همین دلیل این رسانه ها پیش و حین انتخابات به کارآمدزایی و اعتبارزدایی از دولت پرداختند و پس از انتخابات هم با ادعای تقلب در انتخابات، به اعتمادزدایی و مشروعیت زدایی از نظام جمهوری اسلامی ایران ادامه دادند. رسانه های مجازی و شبکه های اجتماعی در فضای سایبری و اینترنت، پیش از انتخابات به سیاه نمایی عملکرد دولت و بزرگ نمایی مشکلات جامعه می پرداختند. این رسانه ها در زمان تبلیغات انتخاباتی، مسائلی چون فساد سیاسی، اقتصادی و اخلاقی در حکومت را مطرح می کردند. اما رسانه های مجازی بیشترین، گسترده ترین و شدیدترین فعالیت را پس از برگزاری انتخابات داشتند. آنها با طرح شبهه تقلب در انتخابات، ادعای خشونت، شکنجه، سرکوب، کودتا و... در جامعه را دنبال می کردند. رسانه های مجازی و گروه های فعال در اینترنت و فضای سایبری





قدرت کنند و به اعتراض بپردازند». بویژه هشتک انگلیسی [Iranelection#](#) در توئیتر در این رابطه بین کاربران بسیار مورد استفاده قرار گرفت.

◀ سردار محمدعلی جعفری فرمانده کل سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در گفتگویی با خبرگزاری مهر، برگزاری انتخابات پرشور ۲۲ خرداد را باعث کلید خوردن پروژه انقلاب رنگی و براندازی نرم در ایران دانسته و با اشاره به نوین بودن نوع تهدیدات در جریان فتنه ۸۸ اظهار داشت: «ما در سال ۸۸ با شیوه‌های نوینی از تهدیدات روبرو بودیم که برای بسیاری از افراد در سطح جامعه ناشناخته بود. شیوه‌های نافرمانی مدنی، بسیج توده‌ای و ارتباط گیری از طریق شبکه‌های اجتماعی یا مبادله سریع اطلاعات به کمک فناوری الکترونیکی، مواردی بود که دستگاه‌های اطلاعاتی و امنیتی کشور در گذشته با آن‌ها مواجه نبودند.»

در رویدادهای پس از انتخابات از شیوه‌های جنگ رسانه‌ای، چون: برجسته‌سازی، برچسب زنی، تحریف، جهت دار کردن اخبار، نقل اخبار از منابع مبهم و ناشناخته، پاره حقیقت گویی، شایعه و... بهره می‌بردند. آنها با این روش‌ها، اهدافی مانند: ایجاد نگرش منفی در مردم نسبت به نظام و مسولان، القای ناامیدی در مردم، ترغیب مردم به کنش‌های اعتراض آمیز، دامن زدن به ایجاد اختلاف و شکاف در جامعه، تبلیغ نقض حقوق بشر و حقوق اقلیت‌ها در ایران، تاکید بر وجود ناامنی اجتماعی و ایجاد بحران‌های ساختگی، انتشار اخبار غیر واقعی از وضعیت داخلی ایران و... را دنبال می‌کردند.

◀ در زمان شورش‌های پس از انتخابات ریاست جمهوری ایران در ۲۰۱۰-۲۰۰۹ میلادی، توئیتر و سایر وبسایت‌های مشابه تصمیم به انتشار اخبار گرفتند و این در حالی بود که خبرگزاری‌های غربی مانند CNN برای پوشش خبری این اعتراضات با شکست روبرو شدند. به گفته مارک پیفل یک کارشناس امنیت ملی «بدون حضور توئیتر مردم ایران نمی‌توانستند احساس





عمرشان جز مبارک، رئیس جمهوری ندیده اند. اینترنت برای این جوانان راه تازه ای گشوده است.

در سال ۲۰۰۸ یک گروه با بهره گیری از فیس‌بوک توانست ۸۰ هزار نفر را علیه گرانی مواد غذایی بسیج کند. هم چنین از فیس‌بوک برای جلب پشتیبانی از اعتصاب کارگران پارچه بافی و اعتراض‌های کارگری ۶ آوریل ۲۰۰۸ (که روز ناخوشنودی ملی مصر نامیده شد) استفاده خوبی شد و این نخستین اعتصاب موفق در این کشور بود که با بسیج اینترنتی برگزار شد و دولت مصر در ۶ آوریل ۲۰۰۸ یکباره تکان خورد و سعی در رسیدگی به درخواست معترضین کرد. انقلاب مصر و موج اعتراضات در این کشور با فراخوان تجمع در روز ۲۵ ژانویه ۲۰۱۱ در صفحه "کلنا خالد سعید" به عنوان روز انقلاب بر ضد فقر و فساد و بیکاری مصر در فیس‌بوک آغاز شد. صفحه "همه ما خالد سعید هستیم" به "سعید" جوان مصری اشاره دارد که چند ماه پیش از این بر اثر شکنجه پلیس، جان سپرد اما مسئولان از پذیرش مسئولیت آن خودداری کرده بودند.

این فراخوان برای انجام اعتراضات در مصر، توسط یک گروه جوانان حامی دموکراسی به نام جنبش ۶ آوریل انجام شد. روز ۲۵ ژانویه از آن رو پیشنهاد شد که «روز ملی پلیس» در مصر

#### ۴- قیام مردم مصر

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های حکومت مصر که موجب نارضایتی مردم مصر شد فرسودگی حکومت و عدم گردش نخبگان بود. سه دهه حکومت بلامنازع حسنی مبارک بر این کشور، باعث شده بود که بیشتر مردم او را مسئول رنج‌ها و مشکلات خود بدانند. حسنی مبارک ۸۲ ساله که بسیاری از اوقات خود را در شرم‌الشیخ به دور از آلودگی، جمعیت و احتمال مخاطرات قاهره سر می‌کرد، نمادی از فرسودگی و کهنسالی حکومت مصر بود که از نظر بسیاری از مردم، برای حل مشکلات جامعه ناکارآمد و بی‌انرژی به نظر می‌رسید. با وجود محدودیت‌ها و سرکوب معترضین توسط دولت مصر، جامعه مدنی مصر به مبارزه برای تحول و تغییر سیاسی ادامه دادند و افزایش شمار جنبش‌های ناراضی در سراسر جامعه مصر مشهود بود. در این میان فیس‌بوک و اینترنت گزینه‌های مناسبی برای عمل گروه‌های نو و نیروهای سیاسی در حال پیدایش جامعه مدنی قرار گرفتند. در کشور مصر بیش از ۲۰ میلیون نفر از اینترنت استفاده می‌کنند. ۴۲ میلیون نفر تلفن همراه دارند. از این دو بابت مصر در قاره آفریقا اول است. در مصر ۱۶۲ هزار بلاگر فعالند. اکثرشان هم جوانند و در طول



## ۶- انقلاب تونس یا انقلاب یاس

◀ در واقع نقطه عطف این تحولات در روز ۱۷ دسامبر ۲۰۱۰ آغاز و در روز ۱۴ ژانویه ۲۰۱۱ با فرار رئیس جمهور زین العابدین بن علی به پایان رسید. از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و اعلام حمایت تونس از جنگ علیه تروریسم رسانه‌های مستقل، روزنامه‌نگاران و وبلاگ‌نویسانی که انتقاداتی علیه دولت مطرح می کردند، سرکوب، شکنجه، اخراج و با ممنوعیت خروج از کشور مواجه شدند. در سال ۲۰۱۰، کمیته حمایت از روزنامه‌نگاران، تونس را از جمله ۱۰ کشور ناامن جهان برای وبلاگ‌نویسان رتبه‌بندی کرد. آغاز قیام در کشور تونس، با خودکشی یک جوان به نام بوعزیزی بر اثر برخورد بد و نامناسب مأموران دولتی، هنگامی که مشغول کسب و کار در کنار خیابان بود، اتفاق افتاد. بنابراین، اولین انقلاب مردمی در دسامبر ۲۰۱۰ اتفاق افتاد و گروه‌های جوانان فیس‌بوکی تونسی، مردم را به شرکت در تظاهرات علیه اقدام پلیس به دنبال خودسوزی (بوعزیزی) جوان سبزی‌فروش، دعوت کردند. کاربران شبکه‌های اجتماعی، اقدام پلیس و نیروهای امنیتی در شلیک مستقیم گلوله علیه تظاهرکنندگان در این مراسم را به سراسر جهان مخابره کردند. ساختار سیاسی اقتدارگرای تونس به همراه اسلام‌ستیزی دولت، سکولاریسم اجتماعی، دیکتاتوری حزبی و فساد، زمینه‌های نارضایتی و شکل‌گیری بحران‌های مشارکت، مشروعیت و هویت را در نظام سیاسی تونس ایجاد کرد که منجر به سقوط بن علی شد.

است. ده‌ها هزار نفر در یک صفحه فیس‌بوک اعلام کردند که در تظاهرات شرکت خواهند داشت. وزارت کشور اعلام کرده بود که با قاطعیت با قانون‌شکنان برخورد خواهد کرد زیرا بر اساس قانون شرایط اضطراری، تظاهرات خیابانی ممنوع است؛ اما با همه اینها اعتراضات و شورش‌ها در چندین شهر ادامه پیدا کرد و مصری‌های بیشماری در ۲۵ ژانویه تجمع کردند و روز اول انقلاب با نام روز خشم ملت مصر آغاز گشت. تجمع چند هزار نفری در روزهای پس از ۲۵ ژانویه به تجمعات و راهپیمایی‌های میلیونی در قاهره برای سرنگونی مبارک تبدیل شد. دولت مصر سه روز پس از شروع تظاهرات مردم، در ۲۸ و ۲۹ ژانویه اقدام به قطع اینترنت و تلفن همراه نمود تا بدین وسیله ارتباط تظاهرات کنندگان را قطع کند. ناآرامی‌های مصر به سرعت تبدیل به یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد بحث در شبکه‌های اجتماعی شد. و شبکه اجتماعی توئیتر توسط دولت مصر در این کشور بلوکه شد. با این حال، معترضان تلاش کردند روش‌هایی را برای رفع محدودیت‌های اینترنت و مخابرات موبایل پیدا کرده و امکان دسترسی به شبکه‌های اجتماعی را فراهم کنند. شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک توانستند بعنوان عامل ارتباطی عمل کنند. لذا مخالفان مبارک برای نشان دادن خشم خود به شبکه‌هایی مانند فیس‌بوک آمدند و تصمیم به تظاهرات گرفتند.





# فصل سوم

برخی از کمپین های فضای مجازی





بسم الله الرحمن الرحيم  
به عظم جوانان در دیاد بر لای

پیام رهبر انقلاب  
به جوانان اروپا و آمریکای شمالی  
۱۳۹۳/۱/۱



پیامی برای شما

#LETTER4U



## ۱- کمپین نامه رهبر انقلاب به جوانان اروپا و آمریکای شمالی (انگلیسی: #LETTER4U)

چهارشنبه اول بهمن ماه ۱۳۹۳ نامه ای سرگشاده به نقل از مقام معظم رهبری در صفحات اجتماعی و وب سایت‌ها منتشر شد که مخاطب آن جوانان اروپایی و آمریکای شمالی بودند. این نامه بازتاب گسترده ای در رسانه‌های اجتماعی داشت. شبکه‌های خبری سی ان ان، شبکه بی بی سی، شبکه آمریکایی بلومبرگ، المیادین، صدای روسیه، یاهو نیوز، آنسا ایتالیا، رسانه‌های مکتوب نظیر نشریه فارین پالیسی، گاردین، هفته نامه نیویورک مگزین، پایگاه خبری صدای روسیه در بخش فرانسوی زبان خود، خبرگزاری رسمی ترکیه (آناتولی)، روزنامه یینی شفق و آکشام، خبرگزاری فرانس پرس، وب سایت‌های تایم ترک، یورت گوند، توپولم خبر، تله خبر، روزنامه ایتالیایی لاریوبلیکا، روزنامه ایل فاتوکوئوتیدیانو، روزنامه آنلاین اریکولوتره، سایت خبری تحلیلی گلوبالیست و ... شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، لینکدین و ... به انتشار این خبر پرداختند. نکته حائز اهمیت خودجوش بودن انتشار این نامه در شبکه‌های اجتماعی است که منجر به انتشار آن در فضای مجازی گردیده است.

## ۲- کمپین «من عاشق محمدم»

مصطفی صلی الله علیه و آله، پیشنهاد و درخواست می‌کنم تصویر و متن زیر؛ شعارهای آن به صورت هشتگ ها را باز نشر بدهید.

شعارهای اصلی این کمپین به صورت «من عاشق محمدم»، «I Love Mohammad P.B.U.H»، «أنا أحب محمد صلی الله علیه و آله»، «از تروریسم متنفرم»، «توهین به پیامبران الهی را محکوم میکنم»، «من شارلی نیستم» و ... می باشد.

این کمپین به زبان های مختلف دنیا هشتگ گذاری شده و بشدت مورد استقبال کاربران شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام قرار گرفت به نحوی که پس از گذشت یک روز از راه اندازی آن حدود ده هزار عکس با این عنوان در اینستاگرام هشتگ گذاری شد که در نوع خود بی سابقه بود. این کمپین توسط قشرهای مختلف مردم ایران و جهان مانند بازیگران، ورزشکاران، سیاستمداران و ... قرار گرفت. همچنین کمپینی با این محتوا به صورت جهانی به نام «عشاق محمد (صلی الله علیه و آله)» راه اندازی شد.

I LOVE  
MUHAMMAD  
PBUH



I hate Terrorism  
I condemn insulting the holy prophets

در پی اهانت نشریه فرانسوی شارلی ابدو به ساحت نبی مکرم اسلام (ص) و کشیدن کاریکاتور توهین آمیز نسبت به ایشان و چاپ سه میلیون نسخه از نشریه، حجت الاسلام و المسلمین شهاب مرادی با انتشار تصویری در دی ماه ۱۳۹۳ در صفحه شخصی خود در اینستاگرام این کمپین را به زبان های فارسی، انگلیسی، عربی و فرانسوی راه اندازی نمود. متن نوشته شده توسط ایشان در راه اندازی این کمپین به شرح زیر است:

روایت شده؛ بعد از رحلت رسول خدا، شخص نامسلمان و تازه واردی در مدینه، بعد از ملاقات و پرسش هایی از امیرالمومنین علی علیه السلام، وقتی پاسخ سخت ترین سوال هایش را گرفت از حضرت پرسید: آیا تو محمدی؟ مولا این سخن را محترمانه ندانست و فرمود: وای بر تو! «من بنده ای از بنده های محمد» انا عبدٌ من عبیدِ محمد- لذا به نظر میرسد شعار «من محمدم» شعار مودبانه ای نباشد. در پی اهانت مجله فرانسوی به رسول الله الاعظم محمد



### ۳-من شارلی هستم

فرانسوی: **#Je Suis Charlie**

انگلیسی: **#I am Charlie**

کمپینی که علیه حمله دو فرد مسلح وابسته به گروه تروریستی القاعده به دفتر مجله شارلی ابدو در اینترنت و شبکه های اجتماعی در ژانویه ۲۰۱۵ راه اندازی شد. یواخیم رانسین که با خانواده اش در نزدیکی دفتر این نشریه زندگی می کند و برای نسخه فرانسوی مجله استابلیست که مجله ای با موضوع مد است کار می کند، رانسین طرحی را با استفاده از همان فوتی که در لوگوی نشریه شارلی ابدو به کار رفته بود طراحی کرد و آن را در توئیتر منتشر نمود که این طرح حدود هفت میلیون بار توییت شد.

### ۴-کمپین «مرتضی پاشایی»

از هنگام بستری شدن مرتضی پاشایی خواننده پاپ ایران در اواسط آبان ۱۳۹۳، در بیمارستان گروهی از طرفداران وی و نیز افرادی که درگیر جو تبلیغاتی حول این موضوع شده بودند در برابر بیمارستان حضور یافته و با انتشار خبر درگذشت وی بر این جمعیت افزوده شد. در پی مرگ وی در تاریخ ۲۳ آبان ۱۳۹۳ در بیمارستان بهمن تهران برخی از کاربران شبکه های اجتماعی برای ابراز همدردی، تسلیت خود را در شبکه های اجتماعی قرار دادند و چند تجمع با هماهنگی صورت گرفته درون شبکه های اجتماعی در شهرهای مختلف کشور برپا شد. در شهرهای همدان، آبادان، دزفول، شیراز، مشهد، قم، گنبد، کرمانشاه، بوشهر، قزوین، اهواز، زنجان، یزد، سمنان، اصفهان، تبریز، بندرعباس، تهران، انزلی و ... تجمعاتی به نام مرتضی پاشایی جمع شدند که بعید است تمام آن ها از هواداران قبلی وی بوده باشند. در این مراسم نقش شبکه های اجتماعی تلفن همراه، حتی بیشتر از شبکه های اجتماعی رایانه ای بود که نشان دهنده میزان نفوذ این شبکه ها در کشور می باشد.

### ۵-کمپین «من یمنی هستم»

پس از سخنان استاد پناهیان در همایش یادبود شهدای یمن در لانه جاسوسی سابق در روز ۷ اردیبهشت ماه ۱۳۹۴ مبنی بر

ایجاد کمپین «من یمنی هستم» برای حمایت از مردم مظلوم یمن، در شبکه های اجتماعی مختلفی این کمپین راه اندازی شد. نمود این کمپین نوشتن عبارت «من یمنی هستم» و

گرفتن عکس با آن می باشد. سخنان حجت الاسلام پناهیان در این رابطه: «یکی از شعارهای خوبی که امروز در همه جهان می تواند مطرح شود،

تأسی به همین کلام رسول خدا(ص) است که فرمود: «من یمنی هستم؛ أنا یمنائی» هر جوان مؤمن انقلابی که در هر کجای دنیا هست و ارادتی به اهل بیت(ع) دارد، و قدمی در راه مبارزه با استکبار برمی دارد، بر سینۀ خودش بنویسد: «من یمنی هستم» ما باید به این ترتیب نشان دهیم که تعداد مردم یمن بسیار بیشتر از آن چیزی است که دشمن تصور می کند.»

### ۶-چالش سطل آب و یخ

انگلیسی: **#Ice Bucket Challenge**

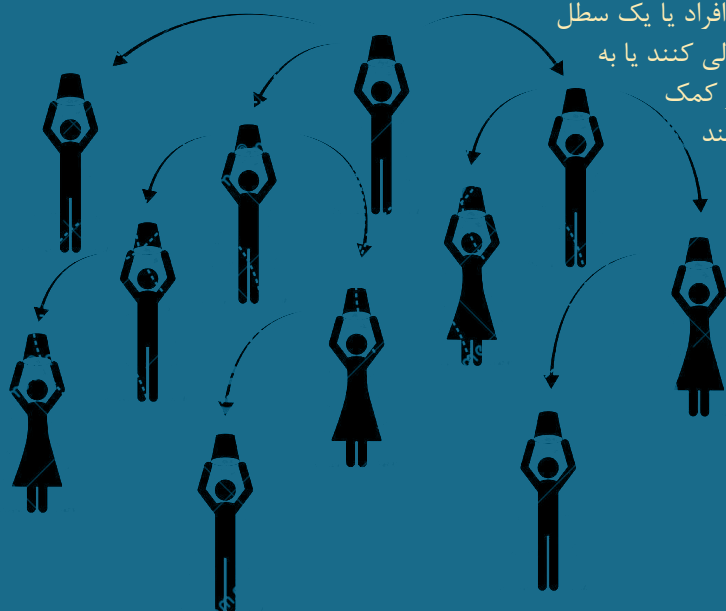
فعالیتی که در آن سطلی حاوی آب یخ (آب و یخ) بر روی سر یک فرد ریخته می شود. این فعالیت در رابطه با کمک به جامعه سرطان در نیوزلند و موسسه خیریه کمک به بیماران اسکروز جانبی آمیوتروفیک (ای ال اس-ALS) در آمریکا می باشد. این چالش به صورت ویروسی در رسانه های اجتماعی مطرح شد و قوانینی برای آن گذاشته شد تا افراد یا یک سطل آب یخ روی سر خود خالی کنند یا به

موسسه خیریه مورد نظر کمک کنند. این چالش نیازمند نامزد کردن چند نفر دیگر برای انجام این فعالیت است که آن ها ۲۴ ساعت فرصت دارند تا در این چالش

شرکت کنند یا ۱۰۰ دلار به موسسه خیریه کمک کنند. نقطه آغازین این چالش به درستی مشخص نیست ولی در زمستان ۱۳۹۲ چالشی به نام چالش آب سرد در شمال آمریکا سروصدایی در شبکه های

اجتماعی به پا کرد که در آن افراد یا باید کمک مالی به تحقیقات درباره سرطان می کردند یا اینکه درون آب سرد می پریدند. در روز ۶ اردیبهشت ۱۳۹۳

ویدیوئی از برخی افراد منتشر شد که باید درون آب می پریدند و یا کمک مالی ۱۰۰ دلاری راهی خیریه می کردند. این چالش روز ۱۱ تیرماه ۱۳۹۳ در آمریکا بسیار فراگیر شد و ۱۶ روز بعد هنگامی که یک بازیکن گلف به نام کریس کندی یک سطل آب روی خود خالی کرد از فردی درخواست نمود که این کار را انجام دهد و انجام این کار با پخش فیلم آن در فیس بوک همراه شد. به تدریج این چالش در سطح ایالت فلوریدا شایع شد. گرچه این چالش منجر به حصول ۱۰۰ میلیون دلار برای انجمن ALS، ۶ میلیون پوند برای انجمن بیماری های حرکتی و سلول های عصبی، ۳ میلیون پوند برای موسسه توسعه درمان ALS، ۱ میلیون یورو برای بنیاد ALS هلند و ۵۰۰ هزار دلار برای پروژه ALS گردید ولی به تدریج مخالفان زیادی پیدا کرد و از هدف اصلی که کمک به بیماران بود خارج گردید.



## ۷- کمپین «سوزاندن بیرق شیطان»

انگلیسی: #Burningsatanflag

به دنبال سخنرانی مقام معظم رهبری در ۲۰ تیرماه ۱۳۹۴ (همزمان با ماه مبارک رمضان) در دیدار دانشجویان مبنی بر اینکه «مبارزه با استکبار و نظام سلطه، براساس مبانی قرآنی، هیچگاه تعطیل پذیر نیست و امروز آمریکا کامل ترین مصداق استکبار است» پوشش جدید «سوزاندن پرچم شیطان» به عنوان کامل ترین مصداق استکبار در شبکه های اجتماعی و فضای مجازی بویژه در شبکه اینستاگرام به آدرس <https://instagram.com/burningsatanflag> راه افتاد.

در پیام منتشر شده از این جوانان فعال در فضای مجازی آمده است: «این حرکت بزرگ بر آن است که در ایام کودتای آمریکایی ۲۸ مرداد علیه ملت ایران که با برنامه ریزی و نقش آفرینی آژانس اطلاعاتی آمریکا و انگلیس پی ریزی شد، با ایجاد حرکتی مردمی بار دیگر جلوه هایی از خشم و انزجار همیشگی ملت بزرگ ایران علیه مستکبرین عالم و در راس آن دولت آمریکا را به جهانیان و ملت های منطقه به نمایش بگذارد.

هم اکنون با نزدیک شدن به سالگرد کودتای آمریکایی ۲۸ مرداد فعالیت جوانان فعال در پوشش به اوج خود رسیده است، علاقه مندان می توانند با گذاشتن عکس های مرتبط در فضای مجازی و قرار دادن هشتک #سوزاندن-بیرق-

شیطان به این کمپین مجازی بپیوندند. به گزارش پایگاه انگلیسی ایران پراجکت (TheIranProject)، «پوشش

سوزاندن بیرق ابلیس» که از دو هفته پیش کار خود را در فضای مجازی از ارتفاعات فردو و با دعوت از کاربران

شبکه های اجتماعی برای سوزاندن پرچم آمریکا و انتشار تصاویر آن آغاز کرده، هم اکنون قرار است تا ۱۳ آبان روز

ملی مبارزه با استکبار جهانی به کار خود ادامه دهد.»



## ۱۰- کمپین «توقف تبعیض آموزشی علیه ایرانیان»

انگلیسی: Stop Education Discrimination Against Iranians - SEDAI

بدنبال سیاست های تبعیض آمیز دول غربی در قبال دانشجویان ایرانی، کمپینی توسط

دانشجویان در شبکه اجتماعی فیس بوک راه اندازی شد. از سال ۲۰۱۲ میلادی، بیش از ۶۴

دانشجوی ایرانی از نروژ به دلایل واهی (مانند ارتباط تحقیق آن ها با فعالیت های کشتار جمعی)

اخراج شده اند و مورد تحقیق قرار گرفتند و این شرایط از سال ۲۰۱۳ و روی کار آمدن دولت

جدید محافظه کار در این کشور رویکرد ضد ایرانی بالا گرفت، حمیده کفاش که در مقطع دکتری

رشته مهندسی مواد در دانشگاه NTNU تحصیل می کرد، با حکم اداره اقامت نروژ از دریافت مدرک

خود بازمانده، به همراه یکی دیگر از دانشجویان اخراج شده ایرانی از نروژ، طوماری را تهیه کردند و

توانستند سیزده هزار امضا جمع آوری کنند و این طومار امضا شده را به دولت نروژ تحویل دهند.

آنان همچنین تبلیغات آنلاین را آغاز کردند و بیش از سه هزار و ششصد نفر در شبکه فیس بوک از

ایشان اعلام حمایت کرده اند. علاوه بر این، برخی از این حامیان کمک های مالی نیز ارسال کرده

اند، که بالغ بر بیست هزار دلار شده است و جمع آوری این مقدار پول باعث شد تا حمیده کفاش

بتواند یکی از بهترین وکیل های نروژ را برای دفاع از خود و سایر دانشجویان ایرانی استخدام کند.

درآینده ای نزدیک دادگاه تصمیم گیری به این پرونده شکایت در نروژ برگزار خواهد شد. پیش از

این نیز دولت هلند یک مرتبه در سال ۸۷ و یک مرتبه در سال ۱۳۹۱ قوانین ویژه ای را برای

محدود کردن تحصیل دانشجویان ایرانی در این کشور وضع کرده بود.

## ۱۳- کمپین «آزادی های یواشکی زنان در ایران»

انگلیسی: My Stealthy Freedom

این کمپین در اردیبهشت ۱۳۹۳ توسط معصومه علی نژاد قمی (مسیح

علی نژاد) از خبرنگاران زن فراری از ایران در فیس بوک ایجاد شد و در

آن از زنان ایرانی درخواست شد که تصاویر بدون حجاب خود را در مکان

های عمومی در این صفحه منتشر کنند و درباره تجربه خودشان از آزادی

پوشش حرف بزنند. این صفحه هم اکنون حدود ۸۷۲ هزار دنبال کننده دارد

که قسمتی از این افراد، غیرایرانیانی هستند که در خارج از ایران زندگی

می کنند (به استناد صفحه این گروه در فیس بوک). همچنین اتهاماتی نیز از

دزدی تصاویر خصوصی افراد از طریق صفحه های فیس بوک شخصی ایشان

متوجه این کمپین می باشد. در این رابطه بلافاصله پس از صحبت های

علی نژاد در برنامه «روی خط» شبکه صدای آمریکا مبنی بر ارسال تمام

تصاویر توسط خود مخاطبین، خانمی با این شبکه تماس گرفته و اعلام

نمود که تصاویر خصوصی او را بدون اجازه سرقت نموده اند و در این

صفحه به عنوان تصویر ارسالی درج نموده اند. در ادامه این حرکت

گردانندگان این کمپین از راه اندازی سایت این کمپین در فضای

## ۱۲- کمپین «آزادسازی ۵ سرباز ایرانی»

انگلیسی: #FreeIranianSoldiers

در ۱۷ بهمن ۱۳۹۲ پنج سرباز دیده بان کشور در مرز

جکیگور استان سیستان و بلوچستان توسط گروهک

تروریستی جیش العدل ربوده و به گروگان گرفته

شدند. بدنبال این حرکت تروریستی، کاربران فضای

مجازی بویژه در فیس بوک و توییتر اقدام به راه اندازی

کمپین هایی برای آزادسازی این سربازان نمودند و از هشتک

#FreeIranianSoldiers استفاده نمودند، که این کمپین به

سرعت فراگیر شد و به مرز یک میلیون همراه رسید. همچنین

کاربران فضای مجازی طی امضای نامه ای خطاب به بانکی

مون، دبیرکل سازمان ملل متحد، حسن روحانی، رئیس

جمهور ایران، ممنون حسین، رئیس جمهور پاکستان و

پیترمارور، رئیس کمیته بین المللی صلیب سرخ، که در

شبکه های مختلف فضای مجازی پخش گردید، درخواست

آزادسازی این سربازان ربوده شده را داشتند.

## ۸- کمپین

### «تحریم لبنیات پرچرب حاوی روغن پالم»

در مرداد ماه ۱۳۹۳، پس از اعلام وزیر بهداشت مبنی بر وجود روغن پالم در صنایع لبنی، از این تخلف پرده برداری و جرعه اعتراض زده شد. به واسطه شبکه های مجازی بحث تولید شیرهای آلوده به روغن نخل (پالم) به سرعت در بین مردم رواج یافت و اعتماد مردم به تولیدکنندگان این حوزه را دستخوش تحول نمود. در طی یک هفته پس از این جنبش ناهماهنگ، در شهر تهران میزان فروش شیرهای پرچرب، ماست های خامه ای و محصولات لبنی با چربی بالا کاهش یافت.

## ۹- کمپین «اعتراض مردم به تحریم دارویی ایران»

این کمپین در سال ۱۳۹۲ توسط تورج صابریوند، گرافیست، طی نامه ای به بانکی مون، دبیرکل سازمان ملل متحد راه اندازی شد و در آن به تاثیر مستقیم تحریم های بانکی بر تامین دارو در ایران اشاره شد. افرادی از جمله هنرمندان، نویسندگان و فعالان سیاسی ایران کارت پستال های این کمپین را خطاب به دبیرکل سازمان ملل متحد امضا کردند. این حرکت در فضای حقیقی نیز با برگزاری نمایشگاهی از کارت پستال های امضا شده، حرکت نمادین ۱۱ دوچرخه سوار ایرانی از ۱۷ شهر ترکیه و نیز تولید مستند «تحریم زندگی» توسط محمود زنده نام (که از شبکه پرس تی وی پخش گردید) ادامه یافت. همچنین کمپین هایی با موضوع مشابه نیز راه اندازی گردیدند از جمله کمپین «اعتراض دانشجویان به تحریم ها علیه ایران» که در ۱۰ دسامبر همزمان با روز جهانی حقوق بشر، دانشجویان دانشگاه های سراسر کشور نامه ای خطاب به بانکی مون دبیرکل سازمان ملل متحد نوشته و اعتراض خود را به سکوت این سازمان در مقابل نقض حقوق بشر آمریکا اعلام کردند. همچنین همایشی با موضوع «شکست هیمنه غرب» نیز در ادامه این کمپین در دانشگاه تهران برگزار گردید.

## ۱۱- کمپین ایرانیان سراسر جهان در «حمایت از صلح برای ایران» #SupportIranDeal

جمعی از ایرانیان خارج از کشور با راه اندازی «کمپین حمایت از صلح برای ایران» قصد دارند پیامشان را به گوش مردم جهان برسانند. پس از به پایان رسیدن مذاکرات هسته ای عده ای از مردم در نیویورک در اعتراض به توافق هسته ای تظاهرات کردند تا صدای اعتراضشان را به گوش سیاستمداران در واشنگتن برسانند که این حرکت با سرمایه گذاری های میلیون دلاری در لابی های مختلف آمریکا حمایت شد و شعارهایی نظیر «نگذارید تروریست ها قوی شوند» را استفاده می کردند. در اوایل ماه اوت ۲۰۱۵ میلادی، عده ای از ایرانیان مقیم آمریکا تصمیم به راه اندازی کمپینی در این زمینه گرفتند و از طریق شبکه های مجازی بویژه فیس بوک افرادی از بیش از ۸۰ شهر دنیا از حدود ۲۰ کشور به این کمپین ملحق شده اند. در این حرکت تصاویری از سراسر جهان با پیام صلح، تصویری مثبت به دنیا ارائه دهند. همچنین در روز ۱۵ اوت ۲۰۱۵ در سراسر جهان گردهمایی هایی با نام راهپیمایی صلح در این زمینه ایجاد شد، بویژه در آمریکا، کانادا، هلند، آلمان، انگلستان، فرانسه و ... که به کمک تصاویر حاصل از آنها، فیلمی مستند نیز در آینده تولید خواهد شد. در داخل کشور نیز کمپینی توسط هنرمندان ایرانی برای حمایت از صلح با شعار «فرهنگ و هنر ایرانی، مظهر صلح جهانی» راه اندازی گردیده است.

## ۱۵- کمپین «نه به

### اسیدپاشی»

پس از ماجرای اسیدپاشی به ۴ زن در اصفهان، برخی از رسانه ها از جمله رسانه های ضدانقلاب خارج از کشور با ارائه تحلیل، یادداشت و گزارش سعی در ارتباط دادن ماجرای اسیدپاشی با آمران به معروف داشتند که کاربران شبکه های اجتماعی واکنش های گسترده ای را به آن نشان دادند. نکته قابل تامل سناریوی اسیدپاشی، همزمانی کاملا بحث برانگیز و اتفاقی! آن با بررسی طرح حمایت از آمرین به معروف و ناهیان از منکر در مجلس شورای اسلامی است.

## ۱۴- بازتاب مرگ دخترمهبادی

پس از حادثه مرگ یک مهماندار زن در هتل تارا مهباد در اردیبهشت ۱۳۹۴، بازتاب این حادثه به سرعت در فضای مجازی، شبکه های اجتماعی و رسانه های معاند پخش شد. دو روز بعد از مرگ مهماندار، عده ای از مردم شروع به اعتراض و آتش زدن هتل، سنگ پراکنی و ... نمودند. براساس گزارش پارس، عربستان با ۳۲ درصد درکل ماجرا درگیر بوده است و بعد از آن ایران با ۱۹ درصد، سوریه با ۷ درصد، نروژ با ۵ و عراق با ۳ درصد هم از جمله فعالترین کشورها در فضای مجازی در این رابطه بوده اند. در مورد سایت های درگیر نیز شبکه خبری بی بی سی، شبکه های اجتماعی توئیتر و فیس بوک و نیز سایت کوموله بیشترین پیگیری را در این رابطه انجام دادند. هشتک های مورد استفاده در فضای مجازی برای این موضوع عبارتند از: «مهباد»، «کردستان تلتحق بالا حواز و تنتقض» به معنای «کردستان به پاخواسته و به الاحواز پیوسته». که اشاره به جدایی اهواز از ایران و تشکیل کشور الاحواز دارد که توسط کشور عربستان حمایت شده است.

## مجازی و

نیز ترغیب و تشویق زنان به بروز علنی بی حجابی خود در مقابل بروز مخفیانه آن اقدام نموده است. پس از راه اندازی این کمپین چندین کمپین طنز با به سرخه گرفتن این حرکت به راه افتاد از جمله کمپین آزادی یواشکی مردان در ایران



بازداران راه را کنید  
#FREE SOLDIERS



## ۱۶- کمپین «ما عاشق مبارزه با رژیم صهیونیستی هستیم»

«ملت، عاشق مبارزه‌ی با صهیونیست‌ها است و جمهوری اسلامی هم این را نشان داده است». این جمله بخشی از بیانات مقام معظم رهبری در تاریخ ۴ آذر ۱۳۹۳ است که باعث به وجود آمدن شور و هیجان برای مبارزه با اسرائیل در شبکه‌های فضای مجازی و بویژه در بین جوانان شد. ایشان در دیدار با شرکت‌کنندگان در «کنگره‌ی جهانی جریانهای افراطی و تکفیری از دیدگاه علمای اسلام»، در این خصوص فرمودند: «گاهی بعضی از جوان‌های ما که مراجعه می‌کنند و جوابی نمی‌شنوند، به من نامه مینویسند و التماس میکنند که اجازه بدهید ما برویم در صفوف مقدّم با رژیم صهیونیستی بجنگیم. ملت، عاشق مبارزه‌ی با صهیونیست‌ها است و جمهوری اسلامی [هم این را] نشان داده است.» این حرکت در شبکه‌های اجتماعی با استقبال بسیار زیادی روبرو شد و عده زیادی به آن پیوستند.

## ۱۷- کمپین «قطره قطره»

رامبد جوان بازیگر و مجری تلویزیون در برنامه طنز خندوانه در تیرماه ۱۳۹۴ اعلام کرد: «با گوشی همراه وارد سامانه پیامکی شوید و در آنجا بعد از انتخاب «خندوانه» در کمپین قطره قطره عضو شوید. این عضویت به صورت کاملاً رایگان است و بعد از ثبت نام ما گروه عظیمی از علاقمندان به محیط زیست و کسانی که نگران بحران آب هستند را خواهیم داشت که ان شاءالله با هم اندیشی هم می‌توانیم کارهای بزرگی را به پشتوانه این گروه انجام بدهیم.» او در این برنامه از مردم خواست برای عضویت در این کمپین اقدام کنند تا اقدامی در راه مقابله با بحران آب صورت گیرد. او پیش از این نیز در نشست‌ها و فعالیت‌های زیست محیطی مانند جمع آوری زباله، اعتراض به آلودگی هوا

و ... مشارکت داشته است. پس از این راه اندازی، در شبکه‌های اینستاگرام و فیس‌بوک صفحاتی برای این کمپین به راه افتاد که در فیس‌بوک این کمپین بیش از ۱۶ هزار همراه دارد.

## ۱۸- کمپین «اقتصاد مقاومتی»

اقتصاد مقاومتی یکی از مهمترین تاکیدات مقام معظم رهبری در سال‌های اخیر به جهت تقویت بنیه و پایه اقتصادی کشور در مقابل تحریم‌های ظالمانه دشمنان است. به همین دلیل جمعی از مردم استان سیستان و بلوچستان در شهرهای مختلف بویژه شهرستان زاهدان در اردیبهشت ۱۳۹۴ با راه اندازی کمپینی به موضوع حمایت از اقتصاد مقاومتی و تولید ملی به دفاع از آن پرداختند. این کمپین از طریق فضای مجازی و ارسال تصاویر و شعارهایی در سایت‌های مختلف فعالیت می‌کند.

## ۱۹- کمپین «من یک روستائی هستم»

در پی اظهارات اخیر هاشمی رفسنجانی (در مرداد ۱۳۹۴) مبنی بر اینکه «بعضی‌ها هم اصلاً آن موقع‌ها نبودند و در کوچه‌های روستاهای‌شان می‌گشتند، ولی الان آمده‌اند و انقلابی شده‌اند» موجی از اعتراضات و کمپین‌ها در فضای مجازی به راه افتاده است و مردم با هشتگ #من\_یک\_روستائی\_هستم، #من\_افتخار\_می\_کنم\_یک\_روستائی\_ام، #من\_یک\_روستائی\_انقلابی\_هستم، #روستائی\_بودن\_افتخار\_من\_است و #من\_همان\_روستائی\_هستم نسبت به این گفته ایشان اعتراض کردند. این کمپین در روستاها و شهرهای مختلف کشور توسط مردم پیگیری شد. به گفته غلامعلی رجایی در روزنامه شرق: «وقتی خدمت هاشمی رسیدم و برایشان تعریف کردم که موج تخریبی راه انداخته اند، خندیدند و گفتند: چون دستشان خالی است مجبورند به این چیزها متوسل شوند.» با گذشت حدود ۴۵ روز از





## پیامی آورده اند

فعالیت های انسان دوستانه از جمله آزادی بیان مطبوعات، قضاوت بی طرفانه، تساوی حقوق زنان، مداخله نظامی و اقلیت های دینی اعلام کرد.

## ۲۲- کمپین «پیامی آورده اند»

به مناسبت بازگشت ۱۷۵ شهید غواص دست بسته عملیات کربلای ۴ و ۱۰۰ شهید گمنام دیگر در خرداد ماه ۱۳۹۴، فعالان فضای مجازی کمپین «#پیامی آورده اند» را به راه انداختند. در این حرکت مخاطبان اقدام به طراحی و ساخت کلیپ ها، سرودها، شعارها، دلنوشته ها و ... با موضوع شهدای گمنام نمودند. هشتک های مورد استفاده برای این پویش عمدتاً به صورت های مقابل بود: #پیامی آورده اند، #سلام بر ۱۷۵ شهید، #کربلای ۴، #۱۷۵ غیور دست بسته و ... این کمپین با استقبال بسیار خوب مردم بویژه افراد سرشناس، هنرمندان، سیاسیون و ... روبرو شد.

## ۲۳- کمپین «آزادی یواشکی کبوتران شیمیایی»

پس از راه اندازی کمپین آزادی های یواشکی زنان در ایران، کمپینی تحت عنوان آزادی یواشکی کبوتران شیمیایی در فیس بوک به راه افتاد که حدود ۱۶۰۰ نفر همراه را به خود جذب نمود. در این کمپین به حفظ یاد و بزرگداشت شهدا پرداخته می شود.

## ۲۴- کمپین «مادر من، وطن من»

از سال ۱۳۸۵ بحث تابعیت دادن به فرزندان که از مادر ایرانی و پدر غیر ایرانی متولد می شوند در مجلس ایران مطرح شده است. در آن زمان بیان شد که کودکان نه تابعیت بلکه حق اقامت در ایران را خواهند داشت. طبق آخرین اطلاعات، فرزندان حاصل از

آن مصاحبه جنجالی هاشمی، ایشان پذیرفتند که یک روستایی هستند و به عبارتی به کمپین من یک روستایی ام پیوستند. ایشان در مراسم آغاز سال تحصیلی دانشگاه آزاد گفت: «بنده خود را یک فرد معمولی و یک انسان روستایی که در روستا بزرگ شده و به شهر آمده و درس خوانده و در کارهای سیاسی اجتماعی کار کرده و در مسئولیت ها خدمت و خطا کرده است، می دانم و شما نسبت به بنده لطف دارید.»

## ۲۰- کمپین «خرید خودرو صفر ممنوع»

این کمپین با نام های متفاوتی نظیر «خودرو صفر ممنوع»، «خودرو نخرید تا ارزان شود» در شبکه های اجتماعی بویژه تلگرام در اواخر تیر ماه ۱۳۹۴ راه اندازی گردید. اصلی ترین موضوعی که در این گروه ها مورد بحث و گفتگو قرار می گیرد کاهش قیمت خودروهای داخلی می باشد و به عبارتی خریداران خودرو را ترغیب به نخریدن خودروهای داخلی می کنند تا زمانی که قیمت خودرو کاهش یابد و این یعنی شروع یک تحریم داخلی. گرچه کیفیت نامطلوب خودروها و نیز خدمات پس از فروش منجر به نارضایتی مردم شده است ولی اغلب خودروسازان داخل از جمله دو قطب خودروسازی کشور در سخت ترین شرایط تحریم حاضر به تعدیل نیروهای خود نشدند و با اینکه تیراژ تولید خودروهای داخلی به شدت کاهش یافته بود همچنان استوار به جنگ تحریم ها رفتند و ثمره اش را نیز دیدند. در حالی که پژو پس از تحریم ایران بازار بزرگ فروش خودروهای خود را از دست داد در نتیجه مجبور به تعطیلی بسیاری از کارخانه ها و همچنین اخراج بسیاری از کارگران خود شد. گروه های ایجاد شده در فضای مجازی قطع به یقین هدف شان ضربه زدن به تولید داخل است و می خواهند با سخنانی عوام فریبانه بازار خودروهای داخلی را با رکود بیشتر درگیر کنند، در صورتی که با پشت سر گذاشتن دوران تحریم و ورود هیئت های خودروساز خارجی به کشور، قیمت خودروهای داخلی تغییری نمی کند و تنها می تواند تهدیدی برای ورود خودروهای چینی به داخل محسوب شود. فرهنگ نخریدن جنس گران برای ارزان شدن تا مرز اعتدال در بسیاری از کشورها به صورت خودجوش جواب داده و اکنون مردم در بازار خودرو می خواهند همانند بازار آجیل و خشکبار ثابت کنند که این شرکت ها هستند که محتاج مردمند نه مردم محتاج آنان.

## ۲۱- کمپین «علیه تحریم و مداخله نظامی در ایران»

## به انگلیسی: Campaign Against Sanctions and Military Internment in Iran

این کمپین (به اختصار CASMII) یک گروه متشکل از اساتید، دانشجویان و دانشگاهیان ایرانی و غیر ایرانی با هدف فعالیت بر علیه تحریم های ایران توسط ایالات متحده امریکا است که در دسامبر ۲۰۰۵ توسط دکتر عباس عدالت از اساتید ایرانی دانشگاه امپریال کالج در لندن راه اندازی شد. این گروه خود را از هر گونه جهت گیری سیاسی و مذهبی به دور دانست و هدف خود را



انتشار عکس هایی با این موضوع در شبکه های اجتماعی بویژه فیس بوک و اینستاگرام، اثرات خاک و گرد و غبار را در معرض دید عموم قرار دادند و خواستار واکنش جدی مسئولان شدند. هشتک های «خاک»، «اهواز»، «خاک-اهواز»، «ماهشهر»، «می خواهم نفس بکشم» و ... از مهمترین هشتک ها علیه توفان خاک هستند.

## ۲۸- کمپین «من عرضه اولیه نمیخرم»

پس از عرضه های پیاپی و عزم سازمان بورس برای عرضه های اولیه سهام جهت برقراری تعادل در بورس در ابتدای سال ۱۳۹۴، بسیاری از کارشناسان و فعالان بازار سرمایه انتقاداتی به این موضوع داشتند و کمپینی تحت عنوان «من عرضه اولیه نمیخرم» در شبکه اجتماعی تلگرام توسط سهام داران و سرمایه گذاران به مقابله پرداختند. بدنبال این مورد، خرید عرضه اولیه بویژه در چند مورد به شدت کاهش شدید از طرف خریداران بوجود آمد. به نظر آنها شاید با این اقدام بتوان صدای اعتراض خود را به گوش مسئولان رساند و تأکید کرد که اکنون زمان ترمز گرفتن روند صعودی بازار سرمایه فرا نرسیده و نباید با چنین اقداماتی با دست خود تیشه به ریشه بورس بزنیم.

## ۲۹- کمپین «ایرانی، ایرانی بخر»

کمپین «ایرانی، ایرانی بخر» جهت حمایت از اقتصاد کشور توسط جمعی از تولید کنندگان و فعالین اقتصادی به طور خودجوش فعالیت خود را آغاز کرد. در بیانیه کمپین آمده است: «کمپین مردمی «ایرانی-ایرانی بخر» اعتقاد دارد اشتیاق و حرکت به سمت مصرف کالای داخلی منجر به ایجاد انگیزه در بین تولید

ازدواج زنان ایرانی با مردان خارجی تبعه ایران در ۱۹ سالگی و به شرط حداقل ۵ سال زندگی مداوم در ایران می توانند تابعیت ایرانی بگیرند. اعتراض به قانونی که تابعیت را تنها از طریق پدر قابل انتقال می داند، منجر گردید تا کمپینی توسط فعالان حقوق زنان در فضای مجازی به راه بیفتد. این کمپین با هدف تغییر دادن این قانون و به نام «مادر من، وطن من» در حدود سال ۱۳۸۶ راه اندازی گردید.

## ۲۵- بازتاب مرگ دختر جوان پورشه سوار در فضای مجازی

در اردیبهشت ۱۳۹۴ خودروی پورشه زردرنگ در خیابان شریعتی به دلیل نامعلوم به درخت برخورد کرده و دو پسر و دختر جوان در آن کشته می شوند. در همان زمان خودروی بی ام دبلیو نیز در برگره شهید همت با سرعت بالا و بدلیل نامشخص از مسیر خارج شده، به گاردریل برخورد کرده و چهار سرنشین آن از اتومبیل به بیرون پرت و سه نفر کشته می شوند. پس از آن، گمانه زنی هایی مبنی بر حضور یک مجری در بی ام دبلیو و نیز مالکیت پورشه توسط فرزند یکی از اهالی فوتبال به سرعت خبرساز شد و به فضای مجازی راه یافت. پس از انتشار این اخبار و ایجاد جوی علیه طبقه مرفه جامعه و به اصطلاح «بچه پولدارها» تعداد زیادی از کاربران اینترنتی به صفحات شخصی این افراد بویژه مرحومه پریوش اکبرزاده رفته و اقدام به درج نظر در آن ها نمودند. همچنین در فیس بوک صفحه ای در این رابطه ایجاد شد و تصاویر شخصی این فرد از روی صفحه های ایشان، بر روی این صفحه منتقل شد. بدنبال آن افراد زیادی در دو گروه موافق و مخالف در این رابطه عکس العمل نشان دادند به نحوی که در روزهای ابتدایی حضور ۱۸ هزار کامنت نوشته شد که بسیاری از آنها در تقابل با یکدیگر قرار داشت. محتوای اکثر نظرات اعتراض به قشر مرفه، تازه به دوران رسیدگی، کمبودها و فخرفروشی ها، آدم های نوکیسه، مرگ های ابلهانه و ... بود.

## ۲۶- کمپین «تصویر بدون آرایش»

در اواخر سال ۱۳۹۳ و پس از چالش سطل آب ویخ، یکی از بازیگران زن ایرانی کمپینی را با موضوع انتشار تصاویر بدون آرایش بازیگران ایرانی راه اندازی نمود. لیلا اوتادی با انتشار تصویر خود در صفحه شخصی اش در اینستاگرام، این چالش را به راه انداخت. برخی از بازیگران ایرانی از این کمپین استقبال کردند و اقدام به انتشار تصاویر بدون آرایش خود نمودند. پیش از این نیز چالش مادرانه توسط نرگس آبیار کارگردان فیلم سینمایی شیار ۱۴۳ به راه انداخته و از هنرمندان خواسته بود تا تصاویر خود را در کنار مادران خود به اشتراک بگذارند.

## ۲۷- کمپین «ریزگردهای خوزستان»

در بهمن ۱۳۹۳ و بدنبال گرد و غبارهای شدید در چندین شهر از استان های جنوبی کشور، نظیر اهواز، هندیجان، امیدیه، دماشیر، بندرامام، ماهشهر، کارون، باوی، سوسنگرد، هویزه و حمیدیه مدارس و ادارات در چندین نوبت تعطیل شدند. پس از آن شماری از مردم اهواز و دیگر شهرهای خوزستان با ایجاد کمپین ها و



# #ایرانی\_ایرانی\_بخر



سنی هوادار حکومت بشار اسد شده و جمعیتش به ۸۰ هزار نفر رسیده است.

چندی پیش صفحه اطلاع رسانی از وضعیت مردم دو شهرک «نبل» و «الزهراء» در فیس بوک بسته شد. در همین خصوص در اوایل سال ۱۳۹۴ کمپینی در شبکه های مجازی برای همدردی با مردم «نبل» و «الزهراء» و همچنین رساندن صدای مردم مظلوم این دوشهرک به مجامع بین المللی، راه اندازی شده است. علاقه مندان برای حضور در این کمپین می توانند تصاویر، دنلوشته، شعر، یادداشت، کلیپ و مطالب مختلف خود را با هشتک «#نبل\_و\_الزهراء\_را\_آزاد\_کنید» و یا «Free\_Nubl\_and\_Al\_Zahra» در شبکه های اجتماعی اینستاگرام، افسران، گوگل پلاس، فیس بوک و توئیتر منتشر کنند.

## ۳۱- کمپین علیه آل سعود

پس از حادثه تاسف بار منا، کاربران عرب زبان فضای مجازی بر علیه آل سعود کمپین هایی راه اندازی کردند. خبرنگاران و فعالان رسانه ای عرب زبان در فضای مجازی یک کمپین ضد آل سعود راه اندازی کرده اند که در ادامه دیگر مسلمانان فعال در فضای مجازی نیز به این پویش پیوسته اند. برای حمایت از این کمپین هشتک های زیر مورد استفاده قرار می گیرد.

#الرد\_القاسی، #الجنايه\_السعوديه\_التاريخی، #قاتل\_حجاج\_الحرمین، #الصهيويهابيه، #الاداره\_السعوديه\_الفاشله، #همال\_الحجاج\_خيانه، #خامنئي #حج #مکه #مصر #السعوديه

کنندگان در بازار ایران و ایجاد بستر رقابت و در نتیجه آن بهبود کیفیت کالای تولید شده در داخل خواهد بود. همچنین کاهش واردات و کاهش خروج ارز و سرمایه ملی از کشور با خرید کالای داخلی ممکن خواهد بود. اهداف کمپین به شرح زیر اعلام شد:

- ۱- همدلی و همزبانی دولت و ملت در مهار مشکلات اقتصادی
- ۲- ارتقای وضعیت اشتغال
- ۳- افزایش تولید داخلی
- ۴- مبارزه با بیکاری و افزایش صادرات
- ۵- تقویت سرمایه گذاری داخلی

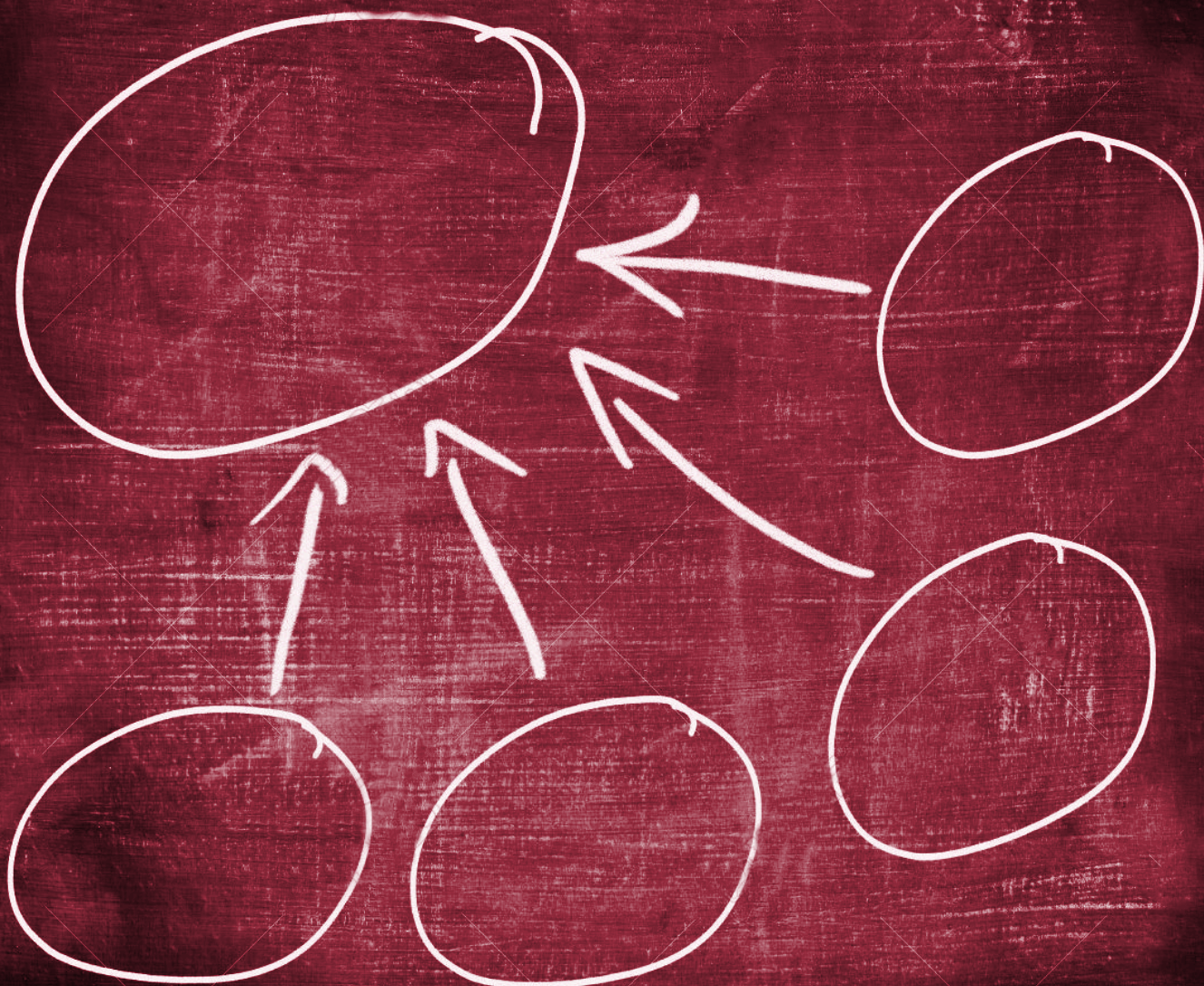
## ۳۰- کمپین «نبل و الزهراء را آزاد کنید»

دو شهرک شیعه نشین «نبل» و «الزهراء» در سوریه در سکوت خبری رسانه های دنیا بیش از چهار سال است که با شیخ محاصره تروریست ها دست و پنجه نرم می کنند. هرچند که در ماه های اولیه محاصره، اهالی، بخشی از نیازهای خود را از منطقه گردنشین «عفرین» در شمال و غرب شهرک نبل تهیه می کردند اما از ۲۰۱۲ با قطع شدن راه ارتباطی «نبل» و «الزهراء» به حلب، این دو شهرک را به طور کامل محاصره کردند و تا به امروز محاصره را ادامه دادند. وضعیت به گونه ای رقم خورده که با آغاز محاصره جدی «نبل» و «الزهراء» پس از تصرف شهر ادلب توسط تروریست ها، امکان تهیه مواد غذایی، بهداشتی، دارویی و هرآنچه مورد نیاز ساکنان این شهرک ها بود، از بین رفته است. این دو شهر بیش از ۶۵ هزار نفر شیعه ۱۲ امامی دارند که پس از شروع ناآرامی ها در سوریه، میزبان نزدیک به ۱۵ هزار پناهنده شیعی و



# فصل چهارم

جمع بندی



## جمع بندی

امروزه رسانه‌ها از قدرتمندترین ابزارهای در اختیار بشر محسوب می‌شوند. واقعیت این است که جهان در حال حاضر وارد عصر تازه‌ای شده است که در آن رسانه‌های الکترونیک حاکمیت بلامنازعی در تمامی عرصه‌های زندگی بشر ایجاد کرده‌اند و به طور غیرقابل باوری با شتاب در حال ایجاد تغییرات بسیار گسترده‌تری در تمامی شئون زندگی سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه امروز هستند. اما سرعت بالا در تولید و انتشار اخبار، صرفه جویی در وقت، هزینه و نیروی انسانی از جمله تفاوت‌های رسانه‌های جدید با رسانه‌های سنتی است که موجب برتری رسانه‌های جدید در برابر رسانه‌های سنتی شده است.

و انتقال پیام و سایر کارکردها که نسل جوان به‌خوبی از آن استفاده می‌کنند.

۲- جنبش‌های نوین اجتماعی روابط مشخصی بر نقش‌های ساختاری مشارکت‌کنندگان ندارند، فراتر از ساختار طبقاتی‌اند، و منزلت‌های اجتماعی پراکنده مانند جوانی، جنسیت، جهت‌گیری جنسی، حرفه‌ای و ... را در بر می‌گیرد.

۳- این جنبش‌ها کثرتی از عقاید، ارزش‌ها، گسترش نظام مشارکت اعضا در تصمیم‌گیری، پویش در جهت دموکراتیک کردن زندگی روزانه و گسترش وجوه مدنی در برابر وجوه سیاسی را نشان می‌دهند.

۴- جنبش‌های نوین اجتماعی ظهور «هویت جدید» را به دنبال دارند، یعنی نارضایتی‌ها و عوامل بسیج‌کننده، حول موضوعات فرهنگی و نمادینی که با موضوعات هویتی سر و کار دارد، می‌گردد و با جنبش‌هایی نظیر نارضایتی‌های اقتصادی که جنبش طبقه کارگری را توصیف می‌کرد متفاوت است. عبارتی این جنبش‌ها از عقاید، نمادها، ارزش‌ها و معانی حاکی از احساسات یک گروه اجتماعی متمایز، تصویر اعضا از خویش و تلقی‌های جدید اجتماعی از زندگی روزانه وابسته است، زیرا هویت‌های نو در دنیای مدرن پدید آمده‌اند.

۵- در جنبش‌های نوین اجتماعی، ارتباط فرد و جمع نامشخص است. در این گونه جنبش‌ها که پایگاه طبقاتی یا ساختاری ندارند، جنبش به کانونی تبدیل می‌شود که در آن، افراد تعاریف شخصی خویش را ملاک معرفی جنبش می‌دانند و فعالیت درون جنبش به صورت آمیزه‌ای مرکب از هویت‌هایی که می‌خواهند در سطوح فردی و جمعی، خویش را اثبات کنند نمود پیدا می‌کنند.

◀ توزیع افقی اطلاعات در تولید و انباشت اطلاعات، فقدان سانسور به دلیل نبود کنترل و محدودیت و نظارت دولت‌ها نکاتی است که رسانه‌های سنتی هیچ‌گاه نتوانسته‌اند آن را تجربه کنند و از جمله مشخصه‌های رسانه‌های عصر جدید تلقی می‌گردند. به طور یقین با توجه به عدم توانایی و کنترل دولت‌ها بر رسانه‌های جدید، رعایت خطوط قرمز در این رسانه‌ها بسیار کم‌رنگ‌تر از رسانه‌های سنتی است و به همین دلیل مرز میان شایعه و واقعیت می‌تواند به طرز قابل توجهی کاهش یابد. مولتی‌مدیا بودن (ترکیب صدا و تصویر) از جمله ویژگی‌های رسانه‌های جدید است که نقصان رسانه‌های سنتی در این بخش را به رخ می‌کشد زیرا ویژگی مولتی‌مدیا بودن به ویژه برای جوانان که همواره خواهان جذابیت و دسترسی به آخرین اخبار و اطلاعات با سرعت بالا و روش‌های متنوع هستند، آنان را به طور فزاینده‌ای به سمت رسانه‌های جدید سوق می‌دهد.

◀ کمپین‌های رسانه‌ای، از قاعده بهمنی پیروی می‌کنند، که در آن با ایجاد و طرح ریزی کمپین توسط هسته اصلی آن، گلوله برف کوچک اولیه تولید می‌شود و سپس با استفاده از ابزارهایی بویژه احساسات و بیان‌های هدفمندانه این گلوله برف در مسیر از بالای کوه پر از برف به پائین انداخته می‌شود و در مسیر بزرگ و بزرگ‌تر می‌شود. لذا اگر بنای کمپین از ابتدا نادرست ریخته شود، تا انتها مسیر کمپین اشتباه خواهد بود.

◀ مفهوم جنبش‌های نوین اجتماعی توجه به معنای تغییرات ریخت‌شناسی در ساختار و عمل جنبش‌های معاصر و پیوند آن با دگرگونی‌های ساختاری در جامعه دارد. نوظهوری این جنبش‌ها ریشه در چنین تغییراتی دارد. ویژگی‌های بنیادین جنبش‌های نوین اجتماعی به شرح زیر فهرست شده‌اند:

۱- در شبکه‌های اجتماعی فضایی ایجاد شده که کاربران به جبران محدودیت‌ها و موانع فضای واقعی زندگی می‌پردازند. در این شبکه‌های مجازی فرصتی ایجاد شده برای تعاملات، ارتباطات





۱۲- تغییر شکل ارتباطات: یکی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، تغییر شکل ارتباطات گفتمانی است. در پایان دهه اول از قرن بیست و یکم شبکه‌های اجتماعی و توییتر دورنمای تعامل اجتماعی و راه‌های برقراری ارتباط بین انسان‌ها را تغییر داده‌اند. به گفته متخصصان ارتباطات، شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش رابطه‌های چهره به چهره را کاهش می‌دهند و در مقابل به گسترش روابط مجازی و دیجیتالی کمک می‌کنند.

۱۳- عدم کنترل و سانسور: رسانه‌های جدید موجب گسترش سریع اطلاعات و اخبار در سراسر دنیا شده‌اند و دیگر هیچ حکومتی توان مهار و منحصر کردن اطلاعات را ندارد.

۱۴- تبادل اطلاعات و ایجاد پیوند: فناوری اطلاعات نوین، موجب شده که رفتارهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و مذهبی ابعاد فوق منطقه‌ای یافته و اقشار مختلف در جهان از آن طریق با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و از هم‌فکری و حمایت یکدیگر بهره‌مند شوند.

۱۵- فراملی بودن و نداشتن مرز

۱۶- آگاهی‌بخشی: در دوران جدید خواسته‌ها و مطالبات مردم تغییر یافته است که درون‌مایه اصلی آن، مسئله آگاهی است. در این حال، انقلاب اینترنتی و شبکه‌های رسانه‌ای آگاهی را به شدت در جوامع بالا برده است.

۱۷- سازماندهی اعتراضات: امروزه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی با اطلاع‌رسانی سریع درباره مسائل حاد جامعه بشری، انتقال نمادهای اعتراضی و تحریک احساسات، به کنش‌های اعتراضی گسترده دامن می‌زنند. مهم‌تر از همه از طریق شبکه‌سازی و سازماندهی، به جذب هواداران بیشتر و انسجام درونی و از سوی دیگر به ایجاد اتحاد و ائتلاف میان بازیگران اجتماعی می‌پردازند.

۶- جنبش‌های نوین اجتماعی اغلب در جنبه‌های شخصی و خصوصی زندگی انسان وارد می‌شوند. مباحثی همچون: تغییر رفتار جنسی و جسمی، حقوق همجنس‌بازان، سقط جنین، پزشکی غیرمعارف، عدم استعمال دخانیات و نظایر آن به عرصه‌های زندگی خصوصی مرتبط شده‌اند.

۷- الگوهای بسیج در جنبش‌های نوین اجتماعی مبتنی بر عدم خشونت و نافرمانی مدنی است که متفاوت از جنبش‌های پیشین است و تلاش می‌شود که از استراتژی‌های موفق گاندی، تورو و کروپوتکین بهره‌برداری شود.

۸- سازمان یافتن و ازدیاد گروه‌های جنبش‌های اجتماعی جدید به این دلیل است که احزاب سنتی توده وار مورد نفرت واقع شده‌اند و مجاری مرسوم مشارکت در دموکراسی بویژه در غرب دچار بحران مقبولیت شد‌اند.

۹- برخلاف رفتار مورد پسند احزاب سنتی توده وار، سازمان‌های جنبش‌های اجتماعی نوین تمایل دارند که بخش بخش، پراکنده و غیرمتمرکز باشند.

۱۰- شبکه‌های اجتماعی قدرت بسیج کنندگی دارند یعنی می‌توانند افراد را در یک زمان و یا مکان در محیطی واقعی گرد هم آورند، یا در محیط مجازی به کمپین بپردازند.

۱۱- این شبکه‌ها، فضای تعاملی جسورترین آدم‌هایی است که فعالیت در این شبکه‌ها را نوعی فعالیت مدنی و حتی مبارزه مدنی می‌دانند. لذا از نقد بی رحمانه حاکمیت، سیاستمداران و رسانه‌های رسمی ابایی ندارند. به همین جهت زبان آنها متفاوت با سایر رسانه‌ها به نظر می‌رسد.



# پيوسٽ



◀ شرح گزارش باراک اوباما رئیس جمهوری آمریکا به کنگره در پی حوادث پس از انتخابات ریاست جمهوری ایران در سال ۸۸ و نقش آمریکا در کنترل این فضا (به نقل از روزنامه کیهان):

- رئیس جمهور آمریکا با ارسال گزارشی، اقدامات واشنگتن را در حوزه جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران در فتنه سال ۸۸، برای کنگره و سنای آمریکا شرح داد. باراک اوباما در گزارش خود که برای رؤسای کنگره و مجلس سنای آمریکا - نانسی پلوسی و جوزف بایدن - ارسال شده، شرح مفصلی از اقدامات ضدایرانی دولت خود در حوزه اطلاع رسانی ارائه کرده است. به گزارش فارس، براساس گزارش اوباما، مجموعه این اقدامات تحت عنوان بندی به اصطلاح قانونی با نام بند ۱۲۶۴ (قانون قربانیان سانسور ایران) انجام می شود. براساس گزارش اوباما، محور اصلی عملیات رسانه ای کاخ سفید علیه ایران، نهادی دولتی به نام «شورای پخش مدیران» (BBG) است و شبکه خبر فارسی صدای آمریکا (PNN) و رادیو فردا متعلق به رادیو آزاد اروپا/ رادیو آزادی (RFE/RL) از جمله رسانه هایی هستند که در این پروژه نقش دارند و به ادعای اوباما، ایرانی ها از این طریق می توانند به اخبار سانسور نشده و بی طرفانه دست یابند. در این میان تلویزیون شبکه خبر فارسی صدای آمریکا و رادیو فردا نیز به صورت ۲۴ ساعته به پخش برنامه و اخبار می پردازند.

- در ادامه این گزارش به تلاش دوچندان آمریکایی ها برای دامن زدن به ناآرامی ها در ایران، درست روز بعد از انتخابات اشاره شده است. گزارش اوباما در این زمینه تصریح می کند: «روز بعد از انتخابات شبکه خبر فارسی صدای آمریکا دو برنامه جدید را در دستور کار خود قرار داد تا به ایرانیان درباره حوادث کشورشان اطلاع رسانی کند. در یک «برنامه صبحگاهی جدید» یک «گزارش ویژه» دو ساعته قرار داده شد که به اخبار انتخابات و حوادث پس از آن می پرداخت.

◀ در گزارش اوباما سه منبع اصلی برای تامین محتوای برنامه های ضدایرانی رسانه های دولتی آمریکا ذکر شده است. این منابع عبارتند از:

- ۱- تصاویر ویدئویی تهیه شده توسط شهروندان روزنامه نگار ایرانی
- ۲- تلفن های بینندگان از داخل کشور و تشریح آنچه دیده بودند
- ۳- گزارش هایی از واکنش های ایرانیان خارج از کشور و همچنین واکنش های رسمی کشورهای مختلف از جمله آمریکا
- فرکانس های ماهواره ای جدید، یک مسیر اینترنتی حفاظت شده، توئیتر و فیس بوک از دیگر ابزارهایی بودند که واشنگتن در فتنه سال ۸۸ از آنها برای گسترش اغتشاشات استفاده کرد. در گزارش دولت آمریکا در مورد این ابزارها آمده است؛ اداره «شورای مدیران پخش»، به منظور پشتیبانی از برنامه ها، فرکانس های ماهواره ای جدیدی را پیش بینی نمود تا از قبل بر انسداد فرکانس های امواج پخش اخبار توسط دولت ایران پیش دستی نماید. همچنین یک مسیر اینترنتی حفاظت شده و منحصر به فرد برای ایرانی ها تعبیه گردید تا تصاویر ویدئویی خود را به شبکه خبر فارسی صدای آمریکا ارسال نمایند. خدمات وب سایت «توئیتر»

نیز به صفحات وب-سایت «فیس بوک» و وبلاگ ها افزوده شد.

◀ علیرغم شکست این اقدامات، گزارش اوباما نشان می دهد آمریکا از توطئه علیه جمهوری اسلامی دست نکشید، و به دنبال گسترش و تنوع بخشیدن به گزینه های خود است؛ دولت انتظار دارد که با استفاده از کاربردهای جدید موبایل های آیفون و اندروید، صاحبان موبایل در ایران و دیگر نقاط جهان بتوانند:

- ۱- به وب سایت شبکه خبر فارسی صدای آمریکا دسترسی داشته و در صورت تمایل مقاله ها را ابتدا دانلود و سپس بخوانند.
- ۲- قطعه های خبری را به صفحات توئیتر یا فیس بوک خود بفرستند تا از این طریق اخبار بخش فارسی صدای آمریکا به صورت ویروسی منتشر شود.
- ۳- به صفحه توئیتر مخصوص شبکه خبر فارسی صدای آمریکا دسترسی یابند.

۴- تصاویر ویدئویی و عکس را در وب-سایت شبکه خبر فارسی صدای آمریکا آپلود نمایند.

این امر به ایرانی ها اجازه می دهد تا اطلاعات و تصاویر خود را بدون ذکر نام ارسال نمایند تا صدای آمریکا نیز آنها را پس از بررسی پخش نماید.

◀ براساس گزارش اوباما، جوانان هدف اصلی پروژه جنگ نرم آمریکا علیه ایران هستند که سعی می شود مستقیم و غیرمستقیم بر ذهن و رفتار آنها تاثیرگذاری شود. این گزارش در این مورد به طور اختصاصی به برنامه های رادیو فردا اشاره می کند؛ رادیو فردا تلاش کرده تا طیف گسترده ای از اطلاعات مربوط به مسائل داخلی و خارجی را در اختیار شنوندگان ایرانی قرار دهد. رادیو فردا در ابتدای هر ساعت برنامه اخبار را پخش می کند، پس از آن گزارش ها، مصاحبه ها و همچنین بخش هایی پخش می شوند که به مسائل جوانان، زنان، فرهنگ، اقتصاد و سیاست می پردازند. رادیو فردا که عموماً بر مخاطبین جوان تمرکز کرده فضایی را بوجود آورده تا ایرانیان علاوه بر دسترسی به جهان خارج، با یکدیگر نیز در ارتباط باشند. رادیو فردا سعی دارد از طریق آخرین تکنولوژی های اینترنتی و وب سایت های اجتماعی در کنش متقابل با شنوندگان خود قرار گیرد. در وب سایت رادیو فردا، اخبار کوتاه، گزارش های خبری، مصاحبه ها، تحلیل ها، تفسیرها، بخش ارسال نظرات، بخش عکس و همچنین قطعات صوتی و تصویری قرار داده شده اند تا کنش متقابل با بینندگان تقویت گردد.

◀ این گزارش به جدال ماهواره ای ایران و آمریکا اشاره کرده و قید می کند: شورای مدیران پخش قبل و پس از انتخابات ریاست جمهوری ایران، با تنظیم فرکانس ها و اضافه سازی ظرفیت های ماهواره ای جدید به مقابله با پارازیت های ماهواره ای دولت ایران می پردازد. «شورای مدیران پخش خبر» به طور مداوم اقدامات ایران برای ارسال پارازیت را زیرنظر دارد. این اداره مهندسی متخصص خود را به کار گمارده تا با تدوین استراتژی های لازم از دسترسی مخاطبین به برنامه ها اطمینان حاصل نمایند. این چالش بالاخص زمانی بزرگتر می شود که بدانی برنامه ها باید از فرکانس های آشنا برای مخاطبین خارج شده و یا به ماهواره

ادامه خواهد داد. ما از منابع «صندوق پشتیبانی اقتصادی (ESF)» و «صندوق دموکراسی حقوق بشر (HRDF)» استفاده می کنیم تا به مردم ایران ابزار لازم برای دستیابی به حقوق اولیه و تعیین حق سرنوشت خویش را ارائه کنیم. این برنامه ها در سه حوزه عمده قرار می گیرند:

- ۱- تقویت سازمان های جامعه مدنی؛
  - ۲- افزایش آگاهی و تقویت حاکمیت قانون که شامل تبعیت از مفاد قانون اساسی و قوانین جاری ایران است
  - ۳- افزایش آزادی بیان از طریق استفاده خلاقانه از رسانه های جدید به منظور درگیر ساختن جوانان، آموزش روزنامه نگاران طبق استانداردهای بین المللی و تدارک دسترسی به اطلاعات فیلتر نشده در اینترنت و همچنین تدارک امکانات زبان فارسی برای این رسانه ها و ابزار جدید.
- این گزارش از قراردادهای جدید با شرکت های تکنولوژیکی خبر داده و گسترش اقدامات خود ضد جمهوری اسلامی ایران را اینگونه شرح می دهد:

• توسعه و بهبود سخت افزاری و نرم افزاری لازم در انتقال اطلاعات انجام گرفته است. «شورای مدیران پخش» چهار فرانکس ماهواره ای جدید، یک صفحه در توئیت، کاربردهای جدید در آیفون و اندروید اضافه کرده و همچنین تعداد باندهای موج کوتاه رادیو فردا را دو برابر کرده تا از انتقال اطلاعات به مخاطبین ایرانی حمایت و پشتیبانی کند. همچنین این اداره، قراردادهای خود را با شرکت های تکنولوژیکی ارائه کننده خدمات ضد فیلتر افزایش داده تا وب سایت ها و نرم افزارهای فیلتر شکن جدید به کاربران ارائه کند.

هایی که کمتر توسط ایرانی ها استفاده می شوند منتقل گردند. «اوباما در مورد ابزار رادیویی دولت آمریکا در جنگ نرم علیه ایران گزارش می دهد: اداره «شورای مدیران پخش» پس از ۱۵ ژوئن، تعداد فرانکس های موج کوتاه رادیو فردا را دوباربر کرده است. این افزایش در زمان صبح همچنین اوایل و اواسط عصر رخ می دهد یعنی زمانی که بیشترین مخاطبین در کنار رادیوها قرار گرفته اند. بدین ترتیب فرانکس های ارسال امواج رادیو فردا از ۵ به ۱۰ افزایش یافتند. این گزارش با اشاره به نقش برجسته اینترنت در جنگ رسانه ای علیه جمهوری اسلامی ایران، اقدامات کاخ سفید در این حوزه را اینگونه تشریح می کند: قبل از انتخابات، تلاش های «شورای مدیران پخش» بیشتر بر وب سایت های فیلتر شکن متمرکز بود. همچنین یک نرم افزار فیلتر شکن نیز وجود داشت که به کاربران ایرانی اجازه می داد تا به برنامه های شبکه خبر فارسی صدای آمریکا و همچنین رادیو فردا دسترسی یابند. بعد از افزایش رسمی سانسور در فضای بعد از انتخابات خود ایرانی ها به دنبال راه هایی بودند تا بر این مشکل فایق آیند. «شورای مدیران پخش» در تلاش است تا با یافتن منابع جدید برای حمایت از قراردادهای فعلی با فروشندگان نرم افزارهای فیلتر شکن و همچنین یافتن نرم افزارهای جدید، به مقابله با اختلال های دولت ایران در برنامه هایش بپردازد. «شورای مدیران پخش» وب سایت ها و نرم افزارهای فیلتر شکن جدید معرفی کرده و تلاش خواهد کرد تا انطباق پذیری و سازگاری کاربران ایرانی را افزایش دهد.»

گزارش مذکور درباره نقش شبکه خبر فارسی صدای آمریکا در اغتشاشات پس از انتخابات می گوید: «پوشش خبری ناآرامی های انتخابات ژوئن ۲۰۰۹ در شبکه خبر فارسی صدای آمریکا با برقراری شبکه گسترده ارتباطات کارکنان این بخش در داخل ایران روزنامه نگارها، فعالین، تحلیل گران سیاسی و همچنین کمک های شهروندان روزنامه نگار ایرانی که تصاویر ویدئویی و عکس از تظاهرات و دیگر وقایع تهیه می کردند، رشد چشمگیری یافت. بخش فارسی صدای آمریکا در موبایل ها نیز قابل دسترسی است. در ماه های بعدی امکانات بخش موبایل این شبکه خبری افزایش خواهند یافت.»

گزارش اوباما درباره منابع مالی این پروژه آمریکایی تصریح می کند: برنامه های اداره «شورای مدیران پخش» برای استفاده از مقادیر اختصاص یافته طبق بخش ۱۲۴۴ عبارتند از:

الف) شناسایی و سپس بسط یا تولید برنامه ها و پلت فرم های ویژه

ب) بسط یا تولید ظرفیت انتقال اطلاعات از طریق ماهواره، رادیو و یا اینترنت

ج) پخش خبر به ایران از طریق تلویزیون، رادیو، اینترنت و دیگر پلت فرم های دیجیتال یکی از اولویت های اداره «شورای مدیران پخش خبر» باقی می ماند. پیرو مبالغ اختصاص یافته برای سال مالی ۲۰۱۰ در «قانون تخصیص هماهنگ» «شورای مدیران پخش» به پشتیبانی خود از برنامه های ما [دولت آمریکا] برای برقراری ارتباط با مخاطبین ایرانی که اهمیت زیادی دارد،



#fail #iphone #nhl #canada #1  
#beatcancer #quote  
#cdnpoli  
#alberta #yegfood #yegtransit  
#yegchange #cfl #yegweather  
#musicmonday #rebootab  
#yegphoto #yegtweetup #yegcc  
#yegsafetymtg  
#esks

blogging  
birdweb  
hashtag  
internetok  
social followers  
business  
communicate  
group  
online media  
microblogging  
follow me  
message  
networking  
online  
talk communication  
internet  
marketing  
platform  
media  
blog  
service  
followers  
network  
online  
talk  
discussion  
internet  
network  
follow  
friends



سازمان آينده پژوهی

مركز آينده پژوهی