

بیداری اسلامی و سهم فناوری و تکنولوژی‌های ارتباطی در آن

مهرداد جمشیدیان^۱

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۲/۷

چکیده:

در اواخر سال ۲۰۱۰م تحولاتی در مناطق شمال آفریقا و خاورمیانه روی داد که تأثیر بسیاری بر محیط بین‌المللی نهاد. این تحولات در کشورهای رخ داد که عموم مردم آنها مسلمان هستند و گرایشهای مذهبی دارند. پس از قیام مردم تونس و گسترش آن به کشورهای عربی و اسلامی دیگر، پدیده انقلابهای عربی و بیداری اسلامی همچون دومینو، نظامهای پادشاهی منطقه خاورمیانه را با مسائل جدی روبه‌رو کرد. نظامهای حاکم برای جلوگیری از گسترش ناآرامی‌ها و نافرمانی مدنی شهروندان، شروع کردند به دادن برخی آزادی‌های سیاسی، گسترش آزادی بیان، موضع‌گیری‌های مردمی و مسائلی از این دست برای فریب استراتژیک شهروندان خود. افزون بر این، آنها به‌ویژه نظامهای پادشاهی و دیکتاتورهای منطقه، می‌کوشیدند در مسیر انتقال آزاد اطلاعات، اختلال به‌وجود آورند و بر رسانه‌های گروهی و ارتباطی سیطره یابند و اطلاعات مطلوب را از دسترس ملت دور کنند. در نقطه مقابل، ملت‌های معترض به‌وسیله رسانه‌های گروهی بین‌المللی و اجتماعی از اوضاع یکدیگر آگاهی می‌یافتند و به نوعی اطلاعات را از طریق شبکه‌های اجتماعی مثل «فیس‌بوک»، «ایانامه (پست الکترونیک)» و باقی شبکه‌های مجازی ارتباطی ردوبدل می‌کردند. با توجه به اهمیت رسانه‌ها در فرایند خیزش جوامع عربی، این انقلابهای عربی (بیداری اسلامی) را «انقلابهای توییتری یا فیس‌بوکی» نامیده‌اند. در مقاله حاضر تلاش شده است سهم رسانه در تحولات چندی پیش‌خاورمیانه و موضع‌گیری رسانه‌های غربی علیه این انقلابهای مردمی بررسی شود. برای این منظور، از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است.

کلیدواژه‌ها: بیداری اسلامی، تکنولوژی‌های ارتباطی، فناوری‌های نوین، فیس‌بوک، توییتر، رسانه‌های اجتماعی.

۱. کلیات

۱-۱. مقدمه

منطقه خاورمیانه، به دلیل اهمیت ژئوپلیتیک ویژه‌اش، در دوران گذشته همواره کانون توجه دولت‌های

۱. دانشجوی دکتری فقه و حقوق اسلامی دانشگاه مذاهب اسلامی mehردادjamshidian۲۴۶@yahoo.com

بیگانه و قدرتهای استعماری بوده است. امروزه این منطقه به دلیل موقعیت استراتژیکی و ژئوپلیتیکی خود، صحنه نفوذ و درگیری قدرتهای بزرگ بین‌المللی است و میزان حضور در این منطقه، یکی از عوامل مهم در تعیین میزان قدرت جهانی و موقعیت بین‌المللی قدرتهای بزرگ در عرصه رقابت جهانی تلقی می‌گردد. در قرن بیست و یکم، خاورمیانه از بعد ژئوپلیتیک، وضعیت خاصی داشته است که می‌توان از آن به «تغییرپذیری معادلات و مناسبات ژئوپلیتیک» در این منطقه یاد کرد. دلیل روی دادن چنین تحول ژئوپلیتیکی در خاورمیانه، نوع نظام حاکم در سطح بین‌المللی و جایگاه آن است. بازشناسایی ماهیت ژئوپلیتیک خاورمیانه و بنیادهای گفتگمانی آن از منظر ایالات متحده امریکا، یعنی هژمون فرامنطقه‌ای در آغاز هزاره جدید، سبب خواهد شد ماهیت تهدیدها و فرصتهای آینده برای بازیگران منطقه‌ای هم مشخص شود. به عقیده مانوئل کاستلز (Manoel Kastelz)، در آغاز هزاره جدید، بخش بزرگی از بحرانهای عمومی در خاورمیانه رخ خواهد داد. به عبارت دیگر، وضعیت بحرانی خاورمیانه در این هزاره نسبت به قرن بیستم شدیدتر خواهد بود و به همین دلیل، جوهره متباین ژئوپلیتیک خاورمیانه، آن را از حوزه‌های دیگر متمایز و به موقعیتی بی‌مانند در گستره جهانی تبدیل کرده است (معین‌الدینی، ۱۳۸۶، ۶۲-۶۳). بر همین اساس، در آغاز دهه دوم قرن بیست و یکم میلادی، تحولات اساسی در بیشتر کشورهای عربی و اسلامی رخ داده که توجه همه ناظران سیاسی و تحلیلگران بین‌المللی را به خود جلب کرده است. این حرکت شتابزا در این برهه از زمان باعث شد دیدگاه‌های مختلفی درباره خیزشهای مردمی در سطح بین‌المللی و حتی در داخل کشورمان مطرح شود (یحیی‌پور، ۱۳۹۰، ۱۳۲). در فاصله اواخر سال ۲۰۱۰م تا کنون، مجموعه‌ای از اعتراضهای تقریباً هم‌زمان مردمی در برخی از کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال افریقا شکل گرفته است. این اعتراضها در برخی از کشورها مانند تونس و مصر و لیبی به تغییر رژیمهای حاکم انجامید و در برخی دیگر از کشورها مانند یمن و بحرین، صحنه اجتماعی را صحنه درگیری‌های خونین بین نظام حاکم و انقلابی‌ها کرده است. در این میان کشورهای دیگری هم مانند الجزایر، اردن، عمان، مغرب و عربستان هستند که سایه تهدید ناشی از ظهور و بروز این اعتراضها بر سر حاکمان آنها همچنان سنگینی می‌کند (بی‌نیاز، ۱۳۹۰، ۱۲)؛ به همین دلیل در جهان معاصر، تحولات چندی پیش خاورمیانه از تحولات بسیار پر دامنه و ژرف در ساختار سیاسی کشورهای منطقه به‌شمار می‌آید. این تحولات با اعتراضهای مردمی علیه حکومتهای خودکامه، برای دستیابی به نظام ارزشی و مردم‌سالاری، نفی سلطه و ستمگری، حاکمیت قانون و استبدادستیزی آغاز گردید و همچنان ادامه دارد (بیات، ۱۳۹۰، ۱۶۱). یکی از مباحث مهم در فرایند خیزشهای مردم خاورمیانه و جریان بیداری اسلامی، سهم نهاد تأثیرگذار رسانه است. اهمیت این نهادهای رسانه‌ای به قدری است که بسیاری از محفلهای دانشگاهی در پی تبیین آنها به عنوان یکی از کنشگران و بازیگران اصلی تحولات موسوم به «بیداری اسلامی» اند. در این مقاله از این چشم‌انداز، به سهم رسانه‌ها در بیداری اسلامی توجه شده است.

۱-۲. طرح مسئله

در عصر نوین، رسانه‌ها و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر کشورهای عربی منطقه خاورمیانه تأثیر بسزایی گذاشته‌اند، تا جایی که آلبرت حورانی در کتاب «تاریخ مردم عرب» نوشته است: «به باور مردم جهان عرب، دنیای آنها از زمان ابن خلدون تا کنون، دستخوش تغییر و چالش نشده و از دستبرد اندیشه‌ها و حوادث مصون مانده، درحالی‌که خود ابن خلدون نیز می‌دانست دنیا در حال دگرگونی است و شرایط هیچ ملّتی به یک حال باقی نمی‌ماند. هزاره جدید را باید پایان یک دوره و آغاز فصل دیگری در جهان عرب دانست که تفاوت بنیادین و ژرفی با دوره پیش از آن دارد و این امر همانا سازماندهی و بهره‌گیری از اطلاعات و فناوری نوین است که پیش از آن، بدین گستردگی سابقه نداشته است» (Hourani, 1922) به عبارتی، در عصر جهانی شدن، رسانه جایگاه ویژه‌ای در جهان عرب یافته است و عامل بسیاری از دگرگونی‌های اجتماعی و تحولاتی خواهند بود که پیش از این وجود نداشته است. در واقع، دستیابی به عدالت اجتماعی، اخلاق، اسلام‌گرایی و مردم‌سالاری از اهداف والایی است که رسانه‌ها در ترویج و تحقق آن سهم بسزایی دارند. در چهارچوب آرمانهای اسلامی و اخلاقی، رسانه‌ها حتی ممکن است خود را هادی و راهنمای جامعه در امور اخلاقی بدانند؛ البته گاه همین تلقی ممکن است شکل زورمندانه پیدا کند و رسانه برای رسیدن به هدف خویش، هیچ اصلی را رعایت نکند. نوع رسالتی که رسانه برای خویش قائل است تعیین‌کننده اصول اخلاقی آن است. در مقابل، رسانه‌ای که فقط هدف سودآوری دارد، اگر این هدف سودآوری را در کوتاه‌مدت لحاظ کند، به‌طور طبیعی از هیچ نوع عملی فرو نمی‌گذارد، ولی اگر هدف سودآوری را در بلندمدت ببیند، خود را ناچار به رعایت اصول اخلاقی حاکم بر جامعه می‌بیند. در این حال رسانه به‌طور تاکتیکی از هنجارها و ارزشهایی که غلبه بیشتری دارند پیروی می‌کند. گفتنی است در جهان و به‌ویژه در جهان عرب، رسانه‌ها هر دو کارکرد تجاری و در خدمت حاکمیت بودن را به خوبی در نظر دارند و بر اساس آن عمل می‌کنند (حاتمی، ۱۳۸۹، ۷۲-۷۳)؛ از این رو، سهم رسانه‌ها در تحولات چندین پیش‌خاورمیانه به قدری اهمیت دارد که نویسنده مقاله «نقش رسانه‌ها در انقلاب لیبی» مدعی می‌شود: «از مهم‌ترین جنبه‌های حرکت‌های مردمی بیداری اسلامی در منطقه خاورمیانه، نقش رسانه‌ها در جریان این حرکتها بود. این قیام‌های مردمی با تعبیر رسیدن انقلاب رسانه‌های شبکه‌ای و جنبش‌های بی‌سر به خاورمیانه و شمال آفریقا مواجه شد. در اینکه شیوع و گسترش انفجاری این حرکتها بدون در نظر گرفتن نقش رسانه‌ها قابل توضیح نیست شکی وجود ندارد. رسانه‌ها با استفاده از تصویرسازی و بر اساس نظریه مشهور تأثیر سی‌ان‌ان نقش خود را در جریان بیداری اسلامی انجام دادند» (کوهکن، ۱۳۹۰، ۶۸). با این تفسیرها، پژوهش حاضر می‌کوشد با بهره‌گیری از روش توصیفی - تحلیلی و به‌کارگیری منابع کتابخانه‌ای و دست‌اول، سهم رسانه را در تحولات اخیر منطقه خاورمیانه (۲۰۱۰-۲۰۱۲) بررسی کند.

۲. چهارچوب مفهومی و نظری

۲-۱. تأثیر رسانه‌های مجازی بر شکل‌گیری جنبشهای جدید

رسانه‌ها در کنار تأثیر بر حوزه تحولات سیاسی داخل کشورها، می‌توانند در تحولات سیاسی خارجی در دو سطح منطقه‌ای و بین‌المللی نیز اثرگذار باشند. در حوزه سیاست خارجی، رسانه‌ها در حقیقت مانند ابزاری بی‌بدیل برای اثرگذاری بر اندیشه‌های عموم کشورهای مقصد عمل می‌کنند (خانی، ۱۳۹۰، ۸۴). به عبارتی با پیشرفت روزافزون وسایل ارتباط جمعی در جهان و امکان دستیابی به تازه‌ترین جنبه‌ها و گزارشهای نوشتاری و شنیداری و تصویری از دورترین مناطق جهان و استفاده بهینه از رسانه‌ها و ابزار رسانه‌ای، این وسایل ارتباطی بستر ساز تحولات داخلی کشورها و نیز تأثیرگذار در نظام بین‌الملل شده‌اند. در واقع تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در جهان، ایده موسوم به «دهکده جهانی» را عینیت بخشیده‌اند و مردم هم‌اینک در جهانی زندگی می‌کنند که از هر جنبه زیر نظر و دید تیزبین یکدیگر قرار دارند. پیشرفتی که انقلاب علمی و فناوری‌های نوین دیجیتال، به‌ویژه در گستره انتخابات، به آن دست یافته، فرصت پیدایش نیروها و نهادها و شبکه‌های اجتماعی درون کشورها را فراهم کرده است. این مسئله سبب شده است جوامعی پدید آیند که در آنها، جریان پیوسته اطلاعات انتشار سریع عقاید و افکار را آسان می‌کند. این پیشرفتها سبب شده است جامعه مجازی بین‌المللی جنبه کاملاً شفاف و شیشه‌ای به خود بگیرد و هیچ مسئله‌ای از چشم افراد و گروه‌ها پنهان نماند و به سرعت در اختیار همگان قرار گیرد. با توجه به این پیشرفتها طبیعی است که همگان بتوانند از اطلاعات منتشر شده استفاده کنند. برقراری ارتباط از راه اینترنت و فضای مجازی برای جنبشهای جدید سیاسی - اجتماعی ایدئال است؛ این روش غیرمتمرکز است و امکان کنترل بر آنها کم است و هویت افراد راحت فاش نمی‌شود؛ همچنین دسترسی آزاد به آن برای هر کسی که خواهان آن باشد ممکن است. تسهیلات بسیار دیگری مانند رایانامه (پست الکترونیک)، اتاق گفت‌وگوی اینترنتی، گروه‌های الکترونیک، محفل‌های اینترنتی و تابلوهای اعلانات مجازی نیز برخی از این امکانات هستند؛ برای مثال در انقلاب مصر، مردم از شبکه‌های اجتماعی بسیار استفاده کردند و تصویرها، دیدگاه‌ها و فیلم‌های خود را در صفحات «فیس‌بوک» (Face Book) منتشر نمودند. با این کار، تصویرها و دیدگاه‌های آنها به سرعت فراگیر شد (Allagui, 2011).

مردم از طریق این شبکه، شرایط دشوار اقتصادی، سیاسی و اجتماعی خود را به اشتراک گذاشتند و شبکه‌های اجتماعی غیرمجازی مانند خانواده، گروه‌های همسالان و دوستان خود را در شبکه‌های مجازی بازتولید کردند و بر انسجام اجتماعی خود افزودند. هرچند دولتها این تارنماها (سایتها) را فیلتر کردند، ولی میزبانان (host) این فضاهای مجازی به کشورهای دیگر منتقل می‌شد تا همه امکان دسترسی به این شبکه‌ها را داشته باشند. البته در این میان نمی‌توان سهم رسانه‌های سنتی مانند شبکه‌های تلویزیونی را نادیده گرفت. مهم‌ترین دلایلی که سبب کاربرد گسترده این شبکه‌ها، فضا و

رسانه‌های مجازی در جنبش‌های جدید خاورمیانه و شمال آفریقا شد به شرح زیر است:

۱. بدون مرز بودن فضای سایبر: ماهیت فرامرزی فضای سایبر، که هیچ یک از موانع و مرزهای موجود در دنیای فیزیکی در آن وجود ندارد، ویژگی اساسی این فضا به‌شمار می‌آید. گفتنی است این ویژگی مزایای بی‌شماری برای استفاده‌کنندگان از این فضا فراهم کرده است. ماهیت فرامرزی فضای سایبر فرصت بسیار مغتنمی برای جنبش‌های جدید است؛ زیرا با وجود فراهم کردن زمینه دستیابی به اهداف پیش‌بینی‌شده، به دام افتادن افراد و کنترل جنبشها را به حداقل ممکن می‌رساند. جنبشها به راحتی می‌توانند از هر گوشه جهان، اهداف خود را در فضای مجازی پیگیری کنند، بی‌آنکه شناسایی شوند. حتی در صورت شناسایی نیز، مشکلات اجرایی بسیاری برای دستگیری و مجازات آنها وجود دارد (گوهری مقدم و دهقانی محمدآبادی، ۱۳۹۰، ۷-۹).

۲. کاهش هزینه اقدامات: فضای مجازی هزینه اقدامات را به طور چشمگیری کاهش داده است.

۳. تأمین آسان امکانات و عوامل لازم برای اقدام: فضای سایبر و رسانه‌های مجازی تمامی ابزارهای لازم را برای انواع اقدامات جنبشها در این فضا به‌صورت روزآمد در اختیار همگان قرار می‌دهد. شیوه به‌کارگیری این ابزارها به قدری ساده شده است که با کمترین مهارت و تجربه می‌توان از آنها استفاده کرد.

۴. انعکاس جهانی اقدامات جنبش: شاید فناوری اطلاعات و ارتباطات الکترونیکی تنها ابزاری باشد که جهانیان همگی به صورت مشترک از آن استفاده می‌کنند؛ بنابراین هر گونه اختلال در آن انعکاس جهانی دارد و به راحتی اعتبار اخلاک‌گر آن در فضای سایبر لکه‌دار می‌شود؛ به همین دلیل، از آنجاکه جنبشها خواهان بازتاب جهانی فعالیت‌هایشان هستند، این فضا می‌تواند بهترین گزینه باشد (گوهری مقدم و دهقانی محمدآبادی، ۱۳۹۰، ۷-۹).

۵. امکان هماهنگی لحظه‌ای با ضریب اطمینان بالا: یکی از ابزارهای لازم و حیاتی جنبشها، وسایل ارتباطی پیشرفته برای آگاه شدن فعالان جنبش از وضعیت یکدیگر در کمترین زمان و با کمترین مشکل است. رسانه‌های مجازی این امکان را برای آنها فراهم کرده‌اند. در واقع آنها می‌توانند با بهره‌گیری از انواع ابزارهای ارتباطات الکترونیکی، مانند رایانامه، محیط چت (chat) و... به شکل مکتوب، صوتی و ویدئویی و به صورت زنده با یکدیگر ارتباط داشته باشند.

۶. امکان جذب حامیان از سراسر جهان: جلب حمایت جامعه مخاطبان مورد نظر و حتی عضوگیری از میان آنها، از کارهای لازم در جنبش‌های اجتماعی - سیاسی جدید است. با توجه به اینکه فضای مجازی امکانات رسانه‌ای بسیار گسترده‌تر با تأثیرگذاری بسیار بیشتر را با هزینه بسیار ناچیز نسبت به امکانات رسانه‌ای دنیای فیزیکی در اختیار همگان قرار داده است، جنبشها نیز با بهره‌گیری از آنها و ساخت انواع برنامه‌های تبلیغاتی چندرسانه‌ای به جلب حامی و جذب نیرو دست می‌زنند (گوهری مقدم و دهقانی محمدآبادی، ۱۳۹۰، ۷-۹).

۱-۲. رسانه‌های اجتماعی دخیل در تحولات خاورمیانه و شمال آفریقا

رسانه‌های اجتماعی (Social Media) ابزارهای مبتنی بر پیشرفتهای فناوری هستند که هدف آن افزایش ارتباطات افراد و پیدایش فضایی برای تبادل اطلاعات و داده‌هاست (Altes, ۲۰۰۹). درکل دو دسته رسانه اجتماعی وجود دارد:

الف) رسانه‌های اجتماعی عمومی (public social media): رسانه‌هایی هستند که عموم مردم از طریق اینترنت به آن دسترسی دارند و محدودیت خاصی برای عضویت در آنها وجود ندارد و عمدتاً رایگان به مخاطبان خدمات می‌دهند.

ب) رسانه‌های اجتماعی سازمانی (Organizational Social Media): رسانه‌هایی هستند که درون مؤسسه‌ها و سازمانها برای استفاده کارکنان پدید می‌آیند. این رسانه‌ها عمدتاً از طریق شبکه‌های داخلی و با هدف تسهیل ارتباطات درون‌سازمانی به‌وجود می‌آید.

بیشترین رسانه‌های اجتماعی که در تحولات چندی پیش خاورمیانه و شمال آفریقا مؤثر بوده و کاربرد عمومی داشته‌اند به شرح زیرند:

۱. رایانامه (Email): قدیمی‌ترین شکل رسانه اجتماعی رایانامه است که استفاده از آن به شانزده سال پیش بازمی‌گردد. امروزه بیشتر افرادی که با اینترنت سروکار دارند از رایانامه استفاده می‌کنند و بسیاری از محتوای تولیدشده در فضای مجازی با رایانامه‌ها منتقل و دریافت می‌شود. امروزه کاربرد رایانامه برای ارتباطات به اندازه تلفن است و برای اطلاع‌رسانی، هماهنگی فعالیتهای اجتماعی، بسیج افکار عمومی، پیدایش احساس وحدت و تقویت افراد و... کاربرد دارد.

۲. جست‌وجو: یکی از ابزارهای مهم رسانه‌های اجتماعی جست‌وجوست. با گسترش اینترنت، موتورهای جست‌وجو نیز گسترش یافتند و هرچند نخست فقط برپایه جست‌وجو در متن بنا نهاده شده بودند، امروزه بیشتر آنها توانایی جست‌وجو در میان انبوهی از گونه‌های اطلاعات را دارند. موتورهای جست‌وجو، از آنجاکه اولویتهای جست‌وجوکنندگان را سازماندهی می‌کنند و نتایج یکسانی در اختیارشان قرار می‌دهند، از ابزارهای مهم فضای مجازی هستند که می‌توانند در بسیج مردم و نیروها برای اقدامات خاص، مؤثر باشند. به عبارت دیگر، سلیقه‌های مردم با جست‌وجو در فضای مجازی، شکل واحدی پیدا می‌کند؛ یعنی مردم ناخواسته به ایده‌های واحدی گرایش پیدا می‌کنند (گوهری مقدم، ۱۳۹۰، ۸-۱۰).

۳. وب‌نوشتها: رسانه‌های فردی هستند که دیدگاه‌های شخصی آنها را منعکس می‌کنند و در اختیار دیگران قرار می‌دهند. افراد از طریق وب‌نوشت، از نظرهای خوانندگان خود آگاه می‌شوند و به آنها پاسخ می‌دهند. بسیاری از افراد نیز امروزه وب‌نوشتهایی دارند که موضوعهای متنوعی از خاطرات روزانه تا دیدگاه‌های نویسنده درباره پدیده‌های گوناگون سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... در آن

بازتاب می‌یابد. خوانندگان عکس‌العمل‌های متفاوتی نسبت به این مطالب نشان می‌دهند. وب‌نوشتها می‌تواند مجامعی مجازی برای اشتراک‌گذاری ایده‌های گوناگون افراد به‌وجود آورد. این ابزار نیز توانایی اثرگذاری فوق‌العاده‌ای در زندگی اجتماعی به‌دست آورده است.

۴. ویکی (Wiki): شکلی از رسانه‌های اجتماعی است که وبگاهی را در اختیار کاربران قرار می‌دهد و به شکل انعطاف‌پذیری مشارکت آنها را در بیان و توضیح مسائل گوناگون آسان می‌کند. کاربران می‌توانند از طریق ویکی‌ها از اطلاعات انباشته‌شده دیگران استفاده یا آن را کامل کنند. در این شکل از رسانه‌ها، کاربران می‌توانند پروژه‌ای واحد انجام دهند و درباره مسئله اجتماعی، سیاسی یا ... دیدگاه‌های خویش را انتقال دهند و حتی درباره آنها تصمیم گیرند. به عبارت بهتر، ویکی‌ها ابزار پدید آوردن توفان فکری (Brainstorm) در فضای مجازی هستند (همان‌جا).

۵. پادپخشها (Podcast): پرونده‌ای صوتی هستند که برای اطلاع‌رسانی در وبگاه اینترنتی برای دریافت قرار داده می‌شوند و به شکل شفاهی اطلاعاتی را در اختیار اشخاص قرار می‌دهند. این شیوه اطلاع‌رسانی اثرگذار است و می‌تواند احساسها را به مخاطب منتقل کند و قابلیت بسیج‌کنندگی بیشتری نسبت به متن دارد.

۶. اشتراک‌گذاری رسانه‌ای (Media Sharing): مسیر ارتباطی مخاطبان رسانه‌های اجتماعی برای اشتراک‌گذاری تصویرها و فیلمهاست. این شیوه به شکل غیرزبانی به انتقال مفاهیم و پیامها کمک می‌کند؛ برای مثال، بازتاب یافتن تصویرهای مربوط به اعمال سرکوب‌گرانه پلیس و نیروهای امنیتی و فیلمهای مربوط به تظاهرات در شبکه‌های اجتماعی اثرگذاری بسیار زیادی بر مردم دارد و می‌تواند آنها را برای انجام دادن اقداماتی گوناگون بسیج کند و فضای عاطفی و احساسی خاصی برای حمایت یا نفرت از عمل مشخصی پدید آورد.

۷. خبرخوان (Rss): ابزاری برای اطلاع‌رسانی به کاربر درباره به‌روز شدن وب‌نوشتها، وبگاه‌ها یا ابزارهای دیگر فضای مجازی است. این ابزار باعث می‌شود کاربران به‌سرعت به محتوای تولیدشده مراجعه کنند و این مسئله اثرگذاری محتوا را آسان و سریع می‌کند. این ابزار می‌تواند خلاصه‌ای از محتوا را نیز به کاربر نشان دهد و وی را در گزینش مطلب دلخواه کمک کند و سرعت مراجعه کاربران به محتوا را به گونه چشمگیری افزایش دهد.

۸. تلفن همراه: امروزه بیشتر مردم در کشورهای گوناگون، از تلفن همراه خود برای حضور در رسانه‌های مجازی و اجتماعی استفاده می‌کنند. تلفن همراه وسیله دسترسی به محتوای تولیدشده در فضای رسانه‌های اجتماعی است. افزون بر این، خود نیز وسیله اطلاع‌رسانی و ارتباط برقرار کردن با دیگران است و شکلهای گوناگون پیامهای متنی و چندرسانه‌ای با کمک این ابزار منتقل می‌شود. سهولت استفاده، ارزان و در اختیار بودن این وسیله به محبوبیت و اثرگذاری آن در فضای رسانه‌های اجتماعی می‌افزاید.

۹. شبکه‌های اجتماعی: شاید مهم‌ترین بخش از رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی (Social networks) باشند. این شبکه‌ها مبتنی بر تبادل اطلاعات بین افراد در فضای مجازی است. شبکه‌های اجتماعی این توانایی را به کاربران می‌دهد که اطلاعات خود شامل تصویر، فیلم و... را به اشتراک گذارند. این کار به تقویت روابط افراد می‌انجامد. شبکه‌های اجتماعی محبوب‌ترین بخش رسانه‌های اجتماعی هستند. این شبکه‌ها را می‌توان به شکل فردی و نیز حرفه‌ای به کار گرفت. استفاده از این شبکه‌ها بسیار رایج است و دو سوم استفاده‌کنندگان از اینترنت به این شبکه‌ها مراجعه می‌کنند. فیس‌بوک و «توییتر» (Twitter) از شبکه‌های اجتماعی بسیار معروف هستند که تأثیر بسیاری در گسترش اندیشه‌های انقلابی در کشورهای عربی و تحولات آنها داشته‌اند. این شبکه‌ها کاربران گوناگون با عقاید متفاوت را به هم مرتبط و ارتباط میان آنها را آسان می‌کنند؛ همچنین با کمک این ابزار، کاربران از دیدگاه‌های دیگران آگاه می‌شوند و می‌توانند وسیله اطلاع‌رسانی، خبررسانی و نیز افزایش دانایی‌های افراد گردند (همان‌جا).

۳. یافته‌های پژوهش

۳-۱. فناوری‌های رسانه‌ای و سیر اجتماعی شدن جهان عرب؛ انقلاب توئیتری و فیس‌بوکی بی‌گمان فناوری‌ها و اختراعاتی یک سده اخیر و برنامه‌های توسعه‌طلبانه کشورهای بزرگ سهم مهمی در پیدایش فضاهایی فراجاهانی در تمامی زمینه‌ها داشته است. حتی در کشورهای عربی با وجود فراهم نبودن زیرساخت‌های مناسب و مخالفت حاکمان، این فناوری‌ها تا حدودی تأثیرگذار شده و زمینه تحولات بزرگ اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و مذهبی را فراهم کرده‌اند. فناوری اطلاعاتی نوین سبب شده است رفتارهای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و مذهبی ابعاد فرامنطقه‌ای یابند و قشرهای گوناگون در جهان با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و از همفکری و حمایت یکدیگر بهره‌مند شوند. اینترنت تأثیر بسیاری بر دانایی، آگاهی و جهان‌بینی افراد دارد و به همین دلیل، کسانی که در کشورهای عربی با این پدیده آشنا شده‌اند تفاوت ماهوی و ژرفی با افراد دیگر دارند و می‌توان گفت تا حدودی در جامعه مشخص هستند. البته نباید تصور کرد که این تغییر بسیار جدی است؛ زیرا گسترش اینترنت در کشورهای عربی هنوز محدود و کنترل‌شده است و مردم آن آزادی عمل کافی ندارند، ضمن اینکه در کشورهای عربی شمال آفریقا نیز، فقر مانعی اساسی در راه دسترسی به جامعه اطلاعاتی به‌شمار می‌آید (حاتمی، ۱۳۸۹، ۷۶-۷۷)، اما به نظر می‌رسد که رشد این پدیده در جهان به طور کلی و در جهان عرب به طور ویژه حتمی است. این موضوع که اینترنت به سرعت پدیده‌ای جوان‌پسند شده دلیلی است بر این مدعا. بی‌گمان آبخور اصلی رسانه‌های جهان سوم، رسانه‌های غربی است و در بیشتر رسانه‌های غربی، برای جهت‌دهی هدفمند اخبار تلاش می‌شود. در واقع، این رسانه‌ها می‌کوشند با استفاده از ابزارها و فنون قضاوت و برهیز از بیان واقعیت‌های مغایر با اهداف

خاص خود، افکار عمومی را به گونه‌ای شکل دهند که تأثیر دلخواه را بر ذهن مخاطب گذارند. البته رشد و گسترش شبکه‌های اینترنتی و رایانه‌ها در کشورهای عربی و ناسازگاری‌های ناشی از استفاده از اینترنت در محیط و جوامع عربی، به برخی تنشهای اخلاقی دامن زده است. تأثیر این شبکه‌ها بر تنشهای اخلاقی به گونه‌ای است که برخی پژوهشگران نسبت به گسترش روزافزون اینترنت در این جوامع اظهار نگرانی کرده و خواستار قانونمندی استفاده از آن شده‌اند. پدیده اینترنت در جهان عرب، اعراب را به مشکلات نوینی گرفتار کرده است. تأثیر این پدیده بر نگرش مردم و رویکرد آنها به جهان پیش از آن سابقه نداشته است. زنان و جوانان از قشرهای جوامع عربی هستند که به شدت از اینترنت تأثیر پذیرفته‌اند (حاتمی، ۱۳۸۹، ۷۶-۷۷).

با این حال شرکت‌های فعال در فناوری‌های ارتباطی در جهان عرب در برنامه‌های اطلاع‌رسانی خود بر توانمندسازی مردم بسیار تأکید کرده‌اند. توانمندسازی و آگاهی‌رسانی فرایندی است که طی آن، مردم و به‌ویژه خردمندان جهان عرب مخصوصاً اعراب شمال آفریقا از نیازها و خواسته‌های متناسب خود با شرایط جهانی آگاه می‌شوند و جرئت دستیابی به اهداف و آرزوها را در خود احساس و تقویت می‌کنند و از توانایی لازم برای عملی کردن خواسته‌های خویش به تدریج برخوردار می‌شوند (حاتمی، ۱۳۸۹، ۷۶-۷۷). بوکارا (Boccaro) و گرین برگ (Greenberg) ادعا می‌کنند که با گسترش رسانه‌های اجتماعی و فناوری اطلاعات در جهان عرب، توجه به آزادی‌سازی سیاسی و رشد جامعه مدنی افزایش یافته است. از نظر آنها این تحولات به تقویت اسلام‌گرایان و افراد ملی‌مذهبی خواهد انجامید. در واقع گروه‌های سازمان‌یافته، که اکنون جزء نیروهای مخالف یا بی‌نظر به‌شمار می‌آیند، کم‌کم تحت تأثیر رسانه‌های جمعی در جوامع عربی رشد و مسائل خود را مطرح خواهند کرد؛ اخوان المسلمین در مصر و پیروزی شیعیان در مجلس شورای بحرین و برخی شوراهای شهر عربستان نمونه‌های از این مسئله است. گسترش رسانه و توسعه فناوری اطلاع‌رسانی در جهان عرب سبب شده است حساسیت اعراب نسبت به حوادث جهانی و منطقه‌ای افزایش یابد. این مسئله پیامدهای متنوعی دربرداشته است (See: Boccaro and Greenberg, ۲۰۰۴). نمونه‌ای از این پیامدها به روشنی در خیزش کشورهای اسلامی در زمان فعلی (مسئله بیداری اسلامی) مشهود است؛ برای مثال بین ۵۵ تا ۷۵ درصد مردم این کشورها زیر سی سال هستند و همچنین ۶۶ درصد کاربران تونس و ۷۰ درصد کاربران مصری زیر ۳۴ سال قرار دارند و طبیعی است که جمعیت جوان تمایل بیشتری به استفاده از ابزارهای نوین دارند. در این بین سهم زنان درخور تأمل است. ۴۱ درصد زنان تونس و ۳۶ درصد زنان مصر عضو فیس‌بوک هستند. منبع خبری بیشتر آنها اینترنت و فضای مجازی و نه منابع رسمی است. از سوی دیگر در مصر ۹۳ درصد مردم و در تونس ۶۷ درصد مردم تلفن همراه دارند (گوهری مقدم، ۱۳۹۰، ۱۸ - ۲۰). پیشینه استفاده از وب‌نوشتها و وبگاه‌ها در این کشور کم نیست و حتی تعدادی از وب‌نویسها نیز زندانی بودند؛ از همین رو نمی‌توان مردم این کشورها را

از رسانه‌های اجتماعی بیگانه دانست. در کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا، از رسانه‌هایی مانند «یوتیوب» (youtube) در تحولات چندی پیش بسیار استفاده شد و در غیاب رسانه‌های رسمی و سنتی، انواع فیلمها از اقدامات نیروهای انقلابی در این رسانه منتشر گردید. صحنه‌های اعتراضی و تظاهرات و اجتماعات مردم، انتشار دیدگاه‌های مردمی درباره تحولات، اظهار نظرهای کارشناسها و نخبگان درباره تحولات، قطعات موسیقی و نماهنگهای انقلابی نمونه‌ای از فیلمهای منتشرشده در این رسانه بودند (همان‌جا). نخستین تصویرها از تجمع گسترده مردمی در میدان تحریر قاهره، که با استفاده از دوربینهای مبتدی گرفته شده بود، در یوتیوب ۶۰۰ هزار بار، در شبکه آر تی (RT) ۱۲۰۰۰۰۰ بار، در شبکه الجزیره انگلیسی ۳۰۰ هزار بار و در رویترز ۲۰۰ هزار بار دیده شد. مردم با استفاده از ابزار رسانه‌های اجتماعی، محل تجمعها و راهپیمایی‌ها را اطلاع و شیوه ساخت نارنجکهای دست‌ساز و بمبهای آتش‌زا را آموزش می‌دادند. زنان در مصر، مناطق ناامن را روی نقشه‌های مجازی منتشر و از طریق توئیتهای پیامک ارسال می‌کردند. در تحولات انقلابی منطقه، ۲۰ درصد ارتباطهای وبگاههای احزاب مصر به شبکه‌های اجتماعی مانند یوتیوب، وب‌نوشته‌ها، توئیتر، فیس‌بوک، بی‌بی‌سی و... وابسته بوده است. این مسئله نشانگر آن است که احزاب و گروه‌های مصری اهمیت شبکه‌های اجتماعی و اثرگذاری و کارایی آنها را درک کرده‌اند. در این میان، حجم پایگاه اخوان‌المسلمین در زمان انقلاب ۶۰ درصد رشد داشت. اخوان‌المسلمین شبکه‌های اجتماعی بومی پدید آوردند و نود هزار مصری در صفحات مرتبط با فیس‌بوک برای تظاهرات و راهپیمایی روزهای خشم نام‌نویسی کردند (همان‌جا).

بنابراین می‌توان ادعا کرد که رسانه‌ها، وسایل ارتباطی نوین و شبکه‌های مجازی، سهم بسیار مهمی در تحرک جنبشهای منطقه داشته‌اند. این تأثیرگذاری با سرعت رو به گسترش است؛ زیرا رسانه‌های نوین با شکستن مرزهای زمانی و مکانی در حال گسترش‌اند و میدان فرا خبری ابراز وجود انسانها و گروه‌های به‌حاشیه‌رانده‌شده در جوامع گرفتار دیکتاتوری و تک‌صدایی به‌شمار می‌آیند. بی‌گمان، اگر در جامعه، راه‌های معمول برای بیان خواسته‌ها و اعتراض زیر فشار حکومت و در سایه سانسور بسته باشد، شهروندان به فیس‌بوک و توئیتر روی می‌آورند تا هم صدای خود را به گوش آزادی‌خواهان در کشورهای دیگر برسانند و هم به کمک امکاناتی که رسانه‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی در اختیارشان گذاشته‌اند متشکل شوند؛ از همین رو ساماندهی نیروها و تجمعهای سیاسی و اعتراضهای خاورمیانه و آفریقا با کمک همین شبکه‌ها انجام شد (مقصودی و حیدری، ۱۳۹۰، ۵۲-۵۰). به دلیل حضور چشمگیر شبکه‌های مجازی و اجتماعی در شکل‌گیری بیداری اسلامی، برخی تحلیلگران از آن با عنوان «انقلاب توئیتری و فیس‌بوکی» یاد می‌کنند. بر این اساس باید گفت که نقطه مشترک جنبشهای شمال آفریقا و منطقه خاورمیانه، تأثیر رسانه‌های الکترونیکی نوین، یعنی فیس‌بوک و توئیتر، و پیامکهای تلفنی در شکل‌گیری آنهاست. در عین حال، وسایل ارتباط جمعی سنتی مانند مطبوعات،

رادیو و تلویزیون نیز خیلی زود به انحصار دستگاه تبلیغاتی (پروپاگاندا) دولتی درآمدند.

در تونس، کاربران رسانه‌های جمعی (یارانامه و فیس‌بوک) کاری کردند که خودسوزی بوعزیزی به اعتراضی جمعی انجامید. در مصر، این الگو یا سرمشق تکرار شد؛ یعنی تظاهرکنندگان خیابانی از طریق فیس‌بوک و توئیتر با هم ارتباط داشتند و اعتراضها را سازماندهی می‌کردند. این نوع سازماندهی در روزهای بعد با وسعت بیشتری ادامه پیدا کرد؛ هر روز بر تعداد تظاهرکنندگان افزوده می‌شد، ترس اعتراض‌کنندگان بیشتر می‌ریخت و آنها اعتمادبه‌نفس بیشتری می‌یافتند و به همین نسبت حاکمیت را تضعیف می‌کردند (مقصودی و حیدری، ۱۳۹۰، ۵۰-۵۲). تأثیر رسانه‌ها بر انقلاب‌های عربی و اسلامی در تمثیل نبیل‌العربی بسیار آشکار مطرح شده است. وی در این تمثیل گفته است: «در روز قیامت، علت ناکامی جمال عبدالناصر را پرسیدند؛ وی می‌گوید: شکست در جنگ با صهیونیستها من را از پا درآورد. انور سادات می‌گوید: خالد اسلامبولی مرا به دنیای دیگر برد و مبارک هم می‌گوید: فیس‌بوک من را از بین برد» (مجیدی، ۱۳۹۰، ۲۴).

البته باید توجه کرد که رسانه‌های اجتماعی نوین همچون توئیتر، فیس‌بوک، یوتیوب، «مای اسپیس» (My space) در تحولات خاورمیانه و شمال آفریقا فقط جنبه ابزاری دارند و برخلاف نظر برخی مفسران، متغیری تبعی هستند و نمی‌توان برای آنها نقش مستقل در نظر گرفت. در واقع مجموعه شرایط سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و بین‌المللی سبب شده است تحولات انقلابی در کشورهای عربی - اسلامی رخ دهد و در این مسیر از رسانه‌های نوین ارتباطی بهره گرفته شده است. براساس دیدگاه «سایبردموکراسی» یا «دموکراسی الکترونیک»، حکومت‌های متمرکز و ستمگر (به‌ویژه در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا) با گرو گرفتن اطلاعات و پایین نگه داشتن سطح نیاز جامعه و در اختیار قرار دادن داده‌های کاذب با عنوان آگاهی دادن به ملت‌ها می‌کوشند حاکمیت خود را اعمال کنند (شمس، ۱۳۸۴، ۱۰۴)؛ زیرا رسانه‌های نوین، به ملت‌ها اطلاعات صحیح می‌دهند و آنها را از مباحث گوناگون آگاه می‌کنند و به نوعی راهنمای مخالفان نظام‌های دیکتاتور می‌گردند. برخی از کارکردهای رسانه‌های اجتماعی تأثیرگذار در تحولات اخیر خاورمیانه و شمال آفریقا در نمودار ۱ نمایش داده شده است.

۱-۲. ساخت‌بندی نظری؛ رسانه‌های اجتماعی و فرایند تأثیرگذاری

برای اثرگذاری مطلوب رسانه‌های اجتماعی در عالم خارج و اقدام عملی برای تغییرات اجتماعی چند عامل مشخص باید وجود داشته باشد: نخستین عامل وجود ارتباطات است. این عامل به معنای استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای انتقال پیام است. این مرحله ممکن است مذاکره، محاوره و گرفتن بازخورد را دربرگیرد. دومین عامل همکاری است؛ یعنی همراهی دیگران در رسانه‌های اجتماعی برای رسیدن به هدفی مشخص در عالم واقعی. این عامل با انتقال و اشتراک‌گذاری دانش و پدید آوردن زیرساخت‌های عمل جمعی سرشته شده است. مجموعه این شرایط باعث افزایش کارآمدی عمل

اجتماعی مردم در دنیای واقعی با بهره‌گیری از امکانات دنیای مجازی است. رسانه‌های اجتماعی از طریق چهار فرآیند کلی اثرگذاری خود بر تحولات اجتماعی را سبب می‌شوند (گوهری مقدم، ۱۳۹۰، ۱۲-۱۷). این چهار فرآیند در شکل ۲ بیان شده است.

شکل ۲. چهار فرآیند کلی اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر تحولات اجتماعی

۱-۲-۳. ایجاد ارتباط: در عالم نظر، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند باعث شوند افراد با هم ارتباط برقرار کنند و از این راه، همکاری، همیاری و مشارکت آنها در امور گوناگون افزایش یابد؛ همچنین این رسانه‌ها می‌توانند بحثهای هدفمند را میان افراد توسعه بخشند و امکان دستیابی همه آنها به تجربه‌های دیگران را فراهم کنند. از این طریق، رسانه‌های اجتماعی باعث می‌شوند اقدامات آنها اثربخش باشند. موفقیت راهبردهای مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی به برقراری روابط بین افراد (Relationship Building) بستگی دارد. بسیج همگانی برای اقدام، نیازمند گسترش بازخورد و یافتن دیدگاه‌های گروه‌های همفکر است. رسانه‌های اجتماعی هیچ محدودیتی برای به اشتراک گذاردن اندیشه‌ها و عقاید ندارند؛ از همین رو، به اشتراک‌گذاری مسائل گوناگون به گونه‌های مختلف در رسانه‌های اجتماعی باعث می‌شود دانش و آگاهی افراد در حوزه‌های گوناگون تقویت شود. این مسئله به هم‌افزایی گسترده بسیج عمومی افراد و در نتیجه، افزایش کارآمدی جنبش اجتماعی می‌شود. در حوزه برقراری ارتباط بین افراد چند عامل مهم وجود دارد که تأثیر بسزایی در تحولات اجتماعی خواهد داشت. این عاملها عبارت‌اند از: همکاری، اشتراک‌گذاری، افزایش وابستگی متقابل و شکل‌گیری اجتماع (همان‌جا).

۲-۲-۳. افزایش ارتباطات: از مهم‌ترین کارویژه‌های رسانه‌های اجتماعی، تقویت و گسترش فضای ارتباطی میان افراد است. این مسئله ممکن است اثر مستقیم بر تغییرات اجتماعی گذارد و بسیج مردمی را تقویت کند. این مهم از طریق شیوه‌های زیر تحقق‌یافتنی است: تسهیل و گسترش مباحثه، بازخورد، سهیم شدن مردم در تصمیمها و شفافیت.

۳-۲-۳. افزایش دسترسی: دسترسی به اطلاعات در سایه محیطهای مجازی، گسترش چشمگیری یافته است. از سوی دیگر، این اطلاعات با سرعت و با سهولت منتقل می‌شوند. این مسئله در پیدایش تحولات ساختاری در جامعه بسیار اهمیت دارد. مسئله افزایش دسترسی در مؤلفه‌های زیر تجلی می‌یابد: تقویت ارتباطات درونی، بررسی یافته‌های شخصی، دانش‌افزایی و حذف نظام سلسله‌مراتبی بین افراد. این سیر افزایش دسترسی به اطلاعات سبب شده است آمار استفاده از رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین ارتباطی در کشورهای جهان و به‌ویژه خاورمیانه و آفریقا افزایش یابد (همان‌جا).

۲-۴. افزایش کارایی: مجموعه عوامل پیش گفته باعث می‌شود اقدام در فضای رسانه‌های اجتماعی کارآمد شود. رسانه‌های اجتماعی سبب می‌شوند میان افراد رابطه بهتری برقرار شود و در نتیجه آن، همکاری آنها و سرانجام هم‌افزایی و دسترسی افراد به داده‌ها و شیوه‌های اقدام مؤثرتر در سطح اجتماعی افزایش یابد. به اشتراک گذاشتن داشته‌ها و اطلاعات، دانش‌افزایی و مدیریت دانش و استفاده بهتر از تجربه‌های دیگران از کارکردهای رسانه اجتماعی است که در نتیجه آن، کارآمدی افزایش خواهد یافت. این مسئله در چهارچوب محورهای زیر بررسی می‌شود: افزایش خلاقیت و نوآوری و افزایش سرعت عمل (همان‌جا).

برای نمونه جریان تحولات انقلابی و سهم رسانه مجازی در آن را در کشوری می‌توان به چند مرحله تقسیم کرد: ۱. اقدامات رسانه‌ها در مرحله شروع سرکوب کردن مردم لیبی. در این مرحله، رسانه‌ها توانستند زوایای گوناگون سرکوب کردن شهروندان لیبیایی را منتشر کنند. ۲. بعد از ورود تحولات لیبی به جنگ داخلی، رسانه‌های مجازی تصویرهای این جنگ داخلی را در دسترس همگان قرار دادند و وضعیت حقوق بشر و زیرپا گذاشتن اساسی‌ترین حقوق انسانی را به جهانیان مخابره کردند. ۳. در ادامه این رسانه‌ها، تصرف طرابلس را به نمایش گذاشتند و به نوعی روحیه اعتراض‌کنندگان را افزایش دادند و در نقطه مقابل، روحیه نیروهای حکومتی را تضعیف کردند. تأثیر این برنامه‌ها در تضعیف روحیه به قدری بود که برخی از سران حکومتی فرار کردند یا به اعتراض‌کنندگان پیوستند. ۴. در مرحله بعد، این رسانه‌ها بارها چگونگی دستگیری و کشته شدن قذافی را نمایش دادند. البته کار رسانه‌های مجازی و اجتماعی در تحولات لیبی با کشته شدن سرهنگ قذافی به پایان نرسید و این رسانه‌ها پیشنهادهایی برای حکومت بعد از قذافی مطرح کردند (کوهکن، ۱۳۹۰، ۶۷ - ۸۰).

همین نقش شبکه‌های اجتماعی را در انقلاب و تحولات تونس، مصر و بحرین مشاهده می‌شود. به عبارتی فیس بوک و توئیتر، از زمان آغاز جنبشهای مردمی، همچون یاریگران مخالفان نظام دیکتاتور عمل کردند و افزون بر آگاه‌سازی افکار عمومی جهانی، به فراخوان و انتشار اطلاعات دست زدند، به گونه‌ای که سهم اساسی آنها در این تحولات انکارناپذیر است؛ برای مثال در جنبش مردمی تونس، در فاصله یک هفته در فوران جنبش مردم، در حدود دویلمیون (۱۸۲۰۰۰۰) کاربر تونس از فیس بوک بهره گرفتند. رسانه‌های اجتماعی مجازی در کشورهای انقلابی منطقه، مثل مصر، لیبی، یمن، بحرین و تونس، یک تثلیث کاربردی عمومی داشتند که در همه کشورهای شمال آفریقا و خاورمیانه، شبیه یکدیگر بوده است. این رسانه‌های مجازی در آغاز جنبش، به کار فراخوان برای تظاهرات مشغول شدند و همین کار به انقلابها سرعت بخشید؛ در مرحله بعد، این رسانه‌ها اخبار تظاهرات (وضعیت نیروهای انقلابی، نقاط ضعف حکومت، راه‌های گریز از حوادث و...) را منتشر کردند. همین کاربرد رسانه‌های مجازی، راه‌های مبارزه و مقاومت را به نیروهای انقلابی کشورهای عربی آموخت؛ در مرحله سوم، این رسانه‌ها توانستند گردش اطلاعات درباره رویدادها را افزایش دهند. همین مسئله

سبب شد این نظریه تقویت شود که بدون رسانه‌های مجازی، هر تلاشی برای به دست آوردن قدرت و اعمال آن به شکست محکوم است (see: Boughelaf, ۲۰۱۱).

۱-۳. رسانه‌های غربی و تبلیغات سیاسی علیه انقلاب‌های عربی

رسانه‌ها در مدیریت و شکل‌دهی افکار عمومی، تصورات مردم و هدایت افکار عمومی تأثیر تعیین‌کننده‌ای دارند؛ از این رو، قدرتهای سلطه‌جو برای تحقق اهداف خود، به کارکرد مؤثر رسانه‌ها در جنگ و طرح‌ریزی جنگ رسانه‌ای و جنگ نرم بسیار توجه می‌کنند؛ زیرا رسانه‌ها می‌توانند حقایق را وارونه نمایش دهند، کتمان، تحریف یا پالایش کنند یا با انعکاس برخی اخبار واقعی و غیرواقعی، افکار عمومی را تهییج و تحریک کنند. رسانه‌های غربی در سطوح گوناگون، اعم از اثرگذاری بر توده مردم و نخبگان، روشهای پیچیده‌ای در جنگ روانی به کار می‌گیرند. در چنین فضایی، این رسانه‌ها به جای اینکه انتقال‌دهنده واقعیتها باشند، سازنده آنها هستند. آنها در این چهارچوب، انواع فنون خبری و تبلیغی را به کار می‌گیرند تا زوایای گوناگون خبر را بر اساس پیش‌فرضها و سؤالات تبلیغی هدفمند و جهت‌دار زیر ذره‌بین برند و تحلیلها و پندارهای خویش را درباره موضوعهای متفاوت به عنوان خبر به رخ مخاطبان کشانند. طبیعی است که منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، که یکی از مناطق راهبردی جهان به‌شمار می‌آید، بخش مهمی از زمان و تمرکز رسانه‌های غربی را به خود مشغول می‌کند. افزون بر اهمیت راهبردی این منطقه، خلاء رسانه‌های محلی در آنجا، زمینه‌ساز نفوذ رسانه‌های غربی، به‌ویژه رسانه‌های خبری است. بیداری اسلامی و تحولات انقلابی کشورهای عربی را می‌توان عرصه تازه رویارویی رسانه‌ها و هوجی‌گری (پروپاگاندا) تبلیغاتی دشمنان ارزیابی کرد (مجیدی، ۱۳۹۰، ۲۸). تا پیش از تحولات چندی پیش‌خاورمیانه، دیدگاه غالب درباره تأثیر رسانه‌های غربی، با نفی تأثیر مستقل رسانه‌های منطقه، رسانه‌های غربی را مهم‌ترین وسایل ارتباط جمعی میان ملت‌های خاورمیانه می‌دانست. از این منظر، رسانه‌های غربی در خاورمیانه، رسانه‌های اصلی و پیام‌ساز مرجع و مرکزی به‌شمار می‌آمدند. غلبه چنین نگرشی سبب می‌شد شرق حتی خود را در آینه رسانه‌های غرب ببیند و تصویرسازی از کشوری در خاورمیانه را رسانه‌ای در غرب انجام دهد که هزاران مایل دورتر از کشور بود (مجیدی، ۱۳۹۰، ۲۹). با آغاز شدن انقلاب‌های مردمی در تونس، مصر و سپس گسترش آن به کشورهای دیگر منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، رسانه‌های بین‌المللی، عکس‌العمل‌های متفاوتی نسبت به این تحولات از خودشان دادند. در این میان بیشتر رسانه‌های غربی و رسانه‌های دولتی در کشورهای عربی، در گام نخست کوشیدند این تحولات را نادیده گیرند و کمتر آن را بازتاب دهند؛ از همین رو از یک‌سو سیاست سانسور خبری این انقلابها یا بزرگ‌نمایی اخبار دیگر در دستور کار آنها قرار گرفت و از سوی دیگر، در روزها و هفته‌های نخست، از واژه‌هایی مانند «شورشیان»، «مردم معترض» و واژه‌هایی مانند آنها، برای نامیدن انقلابی‌ها استفاده شد، اما با گسترش دامنه اعتراض‌های

مردمی، این رسانه‌ها کم کم مجبور شدند به بخشی از واقعیت اعتراف کنند تا بخش دیگر آن را بپوشانند. به همین منظور آنها در گام دوم، این انقلابها را «بهار عربی» نامیدند و کوشیدند انقلابهای این منطقه را در چهارچوب انقلابهای رنگین تعریف کنند. نام‌گذاری این انقلابها به بهار عربی و شبیه‌سازی آن به «بهار پراگ» در کشور جمهوری چک و انقلابهای رنگین در آسیای مرکزی و قفقاز — که در آن مخالفان نظام کمونیستی و مرتبط با جریان سرمایه‌داری خواهان سرنگونی نظامهای سیاسی حاکم بر این کشورها بودند — با این هدف انجام شد که تأکید شود انقلابهای عربی نیز خواستار نظام لیبرال سرمایه‌داری هستند. در واقع هدف رسانه‌های غربی و دستگاه تبلیغاتی آنها این بود که حرکتهای بیداری در منطقه پس از سقوط نظامهای خودکامه را در مسیر برقراری نظام لیبرال سرمایه‌داری وانمود کنند. این رسانه‌ها همراه بیشتر رسانه‌های دولتی عربی با نگاهی متفاوت به واقعیتهای موجود، به بازنمایی واقعیت و ساخت فضای تصویر سایه‌مانندی در چهارچوب گفتمان خود مشغول شدند تا ابر واقعیتهای از واقعیت شکل دهند. بر این اساس، این رسانه‌ها در عمل، نه تنها با عملکرد گزینشی خود در بازتاب دادن اخبار انقلابهای مردمی در کشورهای منطقه، بخشی از رویدادهای ناسازگار با تحلیل دلخواهشان را به نمایش نگذاشتند، بلکه با نمایش ابر واقعیتهای از حوادث این کشورها، واقعیت ماهیت این انقلابها را تحریف و واقعیت خیالی و تصویری خود را از تحولات منطقه خلق کردند. در این چهارچوب، با وجود آشکار شدن ماهیت بیداری اسلامی در شعارها و خواسته‌های انقلابی‌ها و اعتراض‌کنندگان منطقه، رسانه‌های غربی کوشیدند این انقلابها را برخاسته از شرایط نابسامان اقتصادی و فقر شدید مردم و با هدف دستیابی به مردم‌سالاری و آزادی در این کشورها جلوه دهند و با نشان دادن تصویرهایی از زندگی مردم فقیر، علل اقتصادی را محرک این انقلابها تلقی کنند. این تصویرسازی‌ها در حالی انجام می‌شد که اگرچه وضعیت نامساعد اقتصادی یکی از علل نارضایتی مردم در این کشورها از دولتهای حاکم بود، انگیزه اصلی نیروهای انقلابی مسئله دیگری بود. رسانه‌های غربی کوشیدند سهم جریانهای سیاسی لیبرال و وابسته به خود را در چشم‌انداز فراروی تقویت کنند و گروه‌های اسلام‌گرا را به حاشیه برانند. نمونه این کار، اقدامات این رسانه‌ها در مصر درباره اخوان المسلمین است (جاودانی مقدم، ۱۳۹۰، ۵۳ - ۵۴).

نکته اساسی در چگونگی پوشش خبری این تحولات، وجود دوگانگی در موضع‌گیری‌ها و تحلیلها و حتی دوگانگی در به‌کارگیری واژه‌ها و عبارتها برای توصیف این تحولات است. در این نگاه، دولتهای کشورهای دستخوش تحولات به دو دسته دوستان و دشمنان تقسیم می‌شوند؛ البته گروه سومی هم وجود دارند که در زمره دوستان به‌شمار می‌آیند، اما دیگر تاریخ مصرف آنها گذشته است و امیدی به بقای آنها نیست. رسانه‌های غربی درباره جوامعی که دولتهای آنها دوستان و متحدان کلیدی غرب به‌شمار می‌آیند و امید به دوام و استمرار حکومت آنها وجود دارد، از ادبیات اصلاحات‌محور با زبانی معتدل و با تجویز لزوم تغییرهای آرام و تدریجی استفاده می‌کنند. در تعارضی آشکار با این رویکرد،



در پوشش خبری و تحلیل تحولات کشورهای غیردوست، حاکم دولتی مستبد، خون‌ریز و مستحق سرنگونی معرفی می‌شود که در برابر خواست و عزم ملی و اکثر مردم خود ایستاده و به خواسته‌های مشروع آنها تن نمی‌دهد. از گروه‌های مخالف نیز در این روایت با عنوان قربانیان استبداد و قربانیان تبعیض و فساد یاد می‌شود که برای رسیدن به اهداف خود، حق مشروع استفاده از هر ابزار و روش، حتی جنگ مسلحانه را دارند. دسته سوم در واقع تلفیقی از دو گونه یادشده است و مثال آشکار این رویکرد چگونگی پوشش دادن اخبار تحولات مصر است. در هفته‌های نخست اعتراضات مردمی در مصر، رویکرد رسانه‌های غربی بسیار به رویکرد نخست نزدیک بود. در واقع در آن زمان، دولت مبارک به اجرای اصلاحات ترغیب و تشویق می‌شد و خطاب به مردم منطقه، پیامدهای روی کار آمدن اسلام‌گراها برشمرده می‌شد. این رویکرد دوام چندانی نیافت؛ زیرا خیلی زود مشخص شد که حکومت مبارک رفتنی است و دیر یا زود باید به فکر مصر پس از مبارک بود. از این به بعد بود که لزوم کناره‌گیری مستبد محور اصلی اخبار و تحلیلها شد. در این مرحله، مخالفان به دو دسته معتدل متمایل به غرب و تندرو و رادیکال تقسیم شدند و از هر کدام تصویری خاص که با اهداف گردانندگان رسانه‌ها همخوانی داشت، ترسیم شد (خانی، ۱۳۹۰، ۸۷).

آنچه در بیداری اسلامی از رسانه‌های غربی مشاهده شد انفعال و سستی و در مواردی ضدیت با جنبشهای اسلامی بود. سردرگمی ابتدایی این رسانه‌ها موجب شد مردم کشورهای منطقه ارتباط بهتری با رسانه‌های منطقه برقرار کنند و نقش نخستین رسانه‌های غربی را از آنان بستانند (مجیدی، ۱۳۹۰، ۳۰). پوشش خبری واقعیت‌های منطقه در رسانه‌های کلاسیک (غربی - غربی) با آنچه در عمل رخ داد متفاوت بود. همین مسئله نشان می‌دهد که عملکرد رسانه‌های یادشده در بازنمایی انقلابهای منطقه و انعکاس بیداری اسلامی منطقه، در چهارچوب فضای گفتمان ابر واقعیت تخیلی و تصویر سایه‌مانند از واقعیت شکل گرفته بود. این رسانه‌ها از زمان آغاز اعتراضات مردمی در کشورهای منطقه کوشیده‌اند این اعتراضات را بر اساس رویکرد خود و با استفاده از فنون رسانه‌ای به مخاطبان منتقل کنند تا از این طریق، زمینه لازم برای هدایت افکار عمومی در درون این کشورها و کشورهای دیگر براساس فضای ابر واقعی بازنمایی شده توسط آنان ممکن گردد؛ از این رو در ادامه مهم‌ترین فنون و راهکارهای این رسانه‌ها در بازنمایی بیداری اسلامی بررسی شده است.

۱-۳-۳. نام‌گذاری معکوس (reverse naming): رسانه‌های غربی برای نامیدن این انقلابها بدون اشاره به ماهیت بیداری اسلامی در آنان، از عبارتهایی مانند بهار عربی، انقلابهای رنگی به‌ویژه انقلاب یاسمن در مصر و... را مطرح کردند. آنها با این نام‌گذاری‌ها کوشیدند ماهیت انقلابهای رنگی را به انقلابهای منطقه سرایت دهند. این انقلابها (انقلابهای رنگی) پیش از این در کشورهای دیگر رخ داده بودند و رویکردی غرب‌گرایانه داشتند.

۲-۳-۳. بزرگ‌نمایی پیام و اهمیت بخشیدن به آن (Agenda-setting and highlighting): مصداق

بارز استفاده از این راهکار را می‌توان در عملکرد بی‌بی‌سی در پوشش انقلاب مردمی تونس مشاهده کرد. این شبکه و نیز شبکه خبری رویترز کوشیدند با پوشش اخبار متداول و همیشگی و با استفاده از بحثهای کارشناسی و دعوت از مفسران، این رویدادها را مهم جلوه دهند و در مقابل، تحولات تونس را بی‌اهمیت سازند. افزون بر این، رسانه‌های غربی از راهکار بزرگ‌نمایی برای پوشش تحولات برخی کشورها، به‌ویژه لیبی و سوریه، و نادیده انگاشتن تحولات کشورهای دیگر، به‌ویژه سرکوبی شدید مردم در بحرین، یمن و عربستان، نیز استفاده کردند. همچنین این رسانه‌ها در تلاش برای بازتاب ندادن اشاعه انقلابهای منطقه به اروپا و آمریکا و جنبش اشغال «وال استریت»، بر انقلابهای خاورمیانه و به‌ویژه تحولات لیبی و سپس تحولات سوریه و مسئله هسته‌ای ایران تمرکز کردند و آنها را محور خبرهای خویش قرار دادند (جاودانی مقدم، ۱۳۹۰، ۵۵-۵۹).

۳-۳-۳. انگاره‌سازی (Image making): نمونه‌های استفاده از این فن در انقلابهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا تلاش رسانه‌های غربی و عربی در ارائه تصویهای غیر واقعی، مخدوش و نامطلوب از جریانهای اسلام‌گرای این کشورها، به‌ویژه اخوان المسلمین در مصر و حزب النهضة در تونس، و چشم‌انداز سیاسی حاکمیت اسلامی در این کشورها یا انگاره‌سازی درباره نقش انقلاب اسلامی در این انقلابهاست. همچنین این رسانه‌ها درباره انقلاب مردم بحرین، در کنار سانسور خبری، کوشیدند تصویر متفاوتی از خواسته‌ها و ماهیت این انقلاب ارائه کنند. آنها این اعتراضهای مردمی را با ماهیت شیعه‌گری و طایفه‌گرایی و نوعی مناقشه قومی و مذهبی توصیف و تبیین می‌کردند. از سوی دیگر این رسانه‌ها با دعوت از کارشناسها و تحلیلگران خاص می‌کوشیدند این انگاره ذهنی و غیر واقعی را پدید آورند که انقلابهای منطقه ماهیتی لیبرال و سکولار دارند و بر خلاف ماهیت اصیل بیداری اسلامی در آن، اعتراض‌کنندگان خواهان ارزشهای لیبرال و پیرو جریانها و گروه‌های سکولارند.

۳-۳-۴. تکرار پیام و تأکید بر آن (message repetition and emphasize): رسانه‌های غربی در بازنمایی اخبار انقلابهای منطقه از این راهکار نیز برای پوشش دادن تحولات منطقه‌ای استفاده کردند. آنها این ادعا را مطرح کردند که ایران با مداخله در امور داخلی کشورهای منطقه می‌کوشد در این انقلابها — به‌ویژه در بحرین، یمن و مصر — مؤثر باشد و با تأکید بر آن، خواستند واقعیت خواست مردمی را که همسو با آرمانهای انقلاب اسلامی، بیداری اسلامی و رهایی از استبداد و وابستگی به دولتهای غربی است، کتمان کنند. همچنین مخالفان وابسته به سوریه و تروریستهای مسلح و رسانه‌های غربی — عربی همچون الجزایر، العربیه، فرانس ۲۴، بی‌بی‌سی و... همواره این مسئله را درباره تحولات سوریه با این ادعا که ایران در ناآرامی‌های این کشور مداخله نظامی می‌کند یا ادعاهایی مانند دستگیری تک‌تیراندازان ایرانی، حضور نیروهای ایرانی در سرکوبهای سوریه و کمکهای تسلیحاتی ایران و... بدون ارائه سند و مدرک مؤثقی تکرار می‌کنند. در این میان، گروهکهای مسلح سوری و رسانه‌های غربی و عربی بارها تلاش کرده‌اند با اعلام کشف و دستگیری ایرانی‌ها در آشوبهای داخلی

سوریه و ارائه کارتهایی از این اشخاص، ادعاهای دروغین خود را به مخاطبان القا کنند (همان‌جا).
۳-۳-۵. اتهام‌زنی و فرافکنی (Accusation and projection): رسانه‌های غربی در ترسیم غیرواقعی شرایط انقلابی خاورمیانه و شمال آفریقا، به‌ویژه بحرین، از این فن برای حمایت از سرکوب انقلابهای مردمی در این کشور استفاده کرده‌اند. این رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه‌های امریکا از همان جرقه‌های ابتدایی در بحرین، این حرکت را با فرافکنی خبری، نوعی اغتشاش می‌نامند و آن را ناشی از دخالت‌های ایران نشان می‌دهند. آنها با استفاده از سانسور خبری، اتهام‌زنی، فرافکنی، جنگ آفرینی و بمباران خبری دروغین می‌کوشند به جهانیان و به‌ویژه دنیای عرب نشان دهند که ایران در مسائل بحرین دخیل است. در این زمینه رسانه‌هایی مانند بی‌بی‌سی با تأکید بر بافت جمعیتی و هویتی مردم بحرین و رهبران روحانی قیام، و همسویی آنان با نظام جمهوری اسلامی ایران یا مواضع مسئولان نظام در اعتراض به سرکوبی انقلاب مردمی در بحرین، کوشیدند به نوعی به بیننده القا کنند که بین این دو ارتباط وجود دارد (همان‌جا).

۳-۳-۶. گزینش‌گری (حذف و تحریف آگاهانه) (Selection favorite of pictural puzzle): رسانه‌های غربی نخست کوشیدند جنبه ستیز انقلابی مصری با حکومت صهیونیستی یا اشغال سفارت این حکومت در مصر را پوشش ندهند و حتی با دعوت از کارشناسهای خاص خود، عقلانی بودن تداوم رابطه حکومت اشغالگر صهیونیستی و مصر پس از انقلاب را، حتی در صورت حاکمیت اسلام‌گرایان و اخوان‌المسلمین، القا کنند، اما با گسترش دامنه اعتراض‌های مردم مصر به حکومت صهیونیستی و امریکا و بازتاب یافتن این مسئله در رسانه‌های دیگر، این شبکه‌های خبری نیز آن را پوشش دادند؛ البته برنامه‌های آنها درباره این موضوع با این رویکرد بود که حاکمیت اسلام‌گرایان و قطع رابطه با مصر به بی‌ثباتی منطقه می‌انجامد. این رسانه‌ها کوشیدند با کنار هم قرار دادن چند تصویر گزینش‌شده، به بیننده القا کنند که مصر در آستانه بی‌ثباتی پس از سلطه اسلام‌گرایان و سلفی‌ها خواهد بود. از سوی دیگر، درحالی‌که این رسانه‌ها بر تأثیرپذیری اخوان‌المسلمین از انقلاب اسلامی ایران و ارتباط نزدیک آن با جمهوری اسلامی ایران در صورت حاکمیت آنان بر مصر تأکید می‌کنند، آگاهانه به رابطه عمیق و ناگسستنی نظام سیاسی گذشته و به‌ویژه شخص مبارک با حکومت صهیونیستی و امریکا، که یکی از دلایل نارضایتی و ریشه‌های اصلی انقلاب مصر است، اشاره نمی‌کنند. افزون بر این، رسانه‌های غربی با استفاده از گزینش‌گری در بازتاب دادن تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی، با سانسور اشاعه این انقلابها به اروپا و امریکا، وجه شباهت حقیقی انقلابهای عربی و غربی را حذف کردند (See: fisk, ۲۰۱۱). از سوی دیگر، رسانه‌های غربی درباره تحولات سوریه، بحرین، یمن و عربستان نیز در سطح گسترده‌ای از حربه گزینش‌گری و حذف و تحریف آگاهانه واقعیتها استفاده کردند. رویکرد این رسانه‌ها درباره تحولات یادشده به گونه‌ای بود که رویدادهایی مانند حمایت‌های گسترده مردمی از نظام بشار اسد، کشتار افسران سوریه، اختلاف جدی گروه‌های اپوزیسیون سوریه

و... در برنامه‌های خبری این رسانه‌ها پوشش داده نشد و فقط به تلفات غیرنظامیان اشاره شد؛ درحالی‌که این تحولات در بحرین و یمن با رویکرد کاملاً متفاوتی بازتاب یافت.

۳-۳-۷. پازل خبری نامنظم، موج‌افزایی رسانه‌ای و ایجاد آشفتگی خبری: این رفتار در عملکرد رسانه‌های غربی در برابر انقلاب مردمی مصر مشهود است. این رسانه‌ها پس از شکست سکوت رسانه‌ای‌شان در برابر انقلاب مردم مصر، کوشیدند با پوشش تحولات و پخش توده‌ای اخبار و آشفتگی خبری و بمباران ذهنی، ذهن مخاطبان را بازی دهند. آنها از یک‌سو افکار عمومی را از بیداری اسلامی منحرف کردند و موج تخریبی شدید و سیاه‌نمایی گسترده‌ای ضد گروه‌های اسلام‌گرا به راه انداختند و از سوی دیگر، با حمایت ظاهری از مردم و ارائه چهره‌ای موافق و همسو از غرب با انقلابی‌ها، در عمل هدایت انقلاب آنها را در دست گرفتند. در این زمینه، شبکه‌های خبری چون فاکس نیوز، با استفاده از کارشناسان همسو، ذهن بینندگان را با تحلیلها و تفسیرهای خود بمباران کردند. آنها در این تحلیلها با لحنهای مختلف، اما مضمونهای یکسان، دائم ضد اسلام‌گرایان و خطرناک و تهدیدهای ناشی از حاکمیت اسلامی در مصر جوسازی کردند (جاودانی مقدم، ۱۳۹۰، ۵۹-۶۳).

۳-۳-۸. تظاهر به بی‌طرفی، القا و جهت‌دهی به ذهن مخاطب: عملکرد رسانه‌های غربی در برابر انقلابهای منطقه نشان می‌دهد که این رسانه‌ها در موارد متعددی کوشیدند با تظاهر به بی‌طرفی، ذهنیت خاصی به مخاطبان خود القا کنند. آنها پس از شکست سیاست سانسور خبری‌شان در آغاز انقلابها و آشوبگر خواندن انقلابی‌ها، کوشیدند غرب را با این انقلابها همراه نشان دهند یا بر سهم رسانه‌های اجتماعی در سازماندهی به اجتماعات انقلابی‌ها یا جریانهای خاص لیبرال و سکولار در رهبری این انقلابها و درخواستهای آنان برای اصلاحات دموکراتیک غرب مابانه — که در هیچ کدام از آنها نشانه مشخصی از اصرار بر اجرای احکام مذهبی شریعت در نظام جدید وجود ندارد — تأکید کنند. از سوی دیگر، هدف آنها از پخش برنامه‌های تحلیلی و تفسیر خبری، به انزوا و حاشیه کشاندن جریانهای اسلام‌گراست. آنها با ترسیم فضای ترس، ناامنی و بی‌ثباتی ناشی از حاکمیت اسلام‌گرایان و به‌ویژه ترساندن افکار عمومی بین‌المللی از اخوان المسلمین هم‌زمان با قدرت گرفتن بیشتر این جریان در مصر، تونس، یمن، اردن و نقش آنها در لیبی و... با برجسبهایی مانند تروریسم، افراط‌گرایی، واپس‌گرایی و در برخی موارد متهم کردن آن به مزدوری برای کشورهای دیگر، فرصت‌طلبی، قدرت نداشتن برای طرح برنامه واقعی مدیریت کشور و ترتیب دادن به مناسبات خارجی یا غیردموکراتیک دانستن دولت‌های اسلام‌گرا و... کوشیدند به این مقصود دست یابند. در واقع آنها با سیاه‌نمایی این جریانها و در نتیجه منزوی کردن در پی القای نوع نظامهای جانشین بودند. نظامهای جانشین دلخواه آنها که تلاش می‌شد با این روش القا گردد، نظامهایی سکولاری لیبرال یا حداقل براساس الگوی اسلام‌گرایانه ترکیه بود.

۳-۳-۹. پیشگویی مغرضانه: رسانه‌های غربی برای بازنمایی انقلابهای منطقه و اتهام‌زنی به حاکمیت

جریانهای اسلام‌گرا پس از پیروزی این انقلابها و سیاه‌نمایی آنها، به پیشگویی غرض‌ورزانه روی آوردند. این رسانه‌ها همچنین با تظاهر به بی‌طرفی برای القای تحلیل خود و هدایت این انقلابها، چشم‌انداز فراروی این کشورها را براساس خواسته‌های خود پیشگویی کردند؛ چنان‌که موضوعهایی مانند گرایش اخوان‌المسلمین به الگوی اسلام سکولار ترکیه‌ای یا عقلانیت اخوان‌المسلمین در حفظ کمپ دیوید به منظور تداوم ثبات و امنیت در این کشور و... را درباره تحولات مصر مطرح کردند. افزون بر این، رسانه‌های غربی درباره تحولات سوریه نیز اغلب از این راهکار استفاده می‌کردند؛ چنان‌که آنان درباره تحولاتی مانند نتایج اصلاحات بشار اسد، همه‌پرسی در قانون اساسی این کشور، پذیرش طرح کوفی عنان توسط دولت سوریه حتی پیش از آغاز این مسائل، پیش‌گویی کردند و از مسائلی مانند همراهی نکردن، عملی نشدن خواسته‌های آنان یا کافی نبودن یا بی‌نتیجه بودن اصلاحات، تداوم اعتراضها و... سخن گفتند (همان‌جا).

۴. رسانه‌ها و وحدت‌آفرینی در جریان بیداری اسلامی

در جریان بیداری اسلامی و تحولات کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا آشکار شد که رسانه‌ها سهم اساسی در انحراف یا ماندگاری قیامهای مردمی در کشورهای اسلامی دارند. یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها در فرایند بیداری اسلامی، وحدت‌آفرینی است. رسانه‌ها در کشورهای مسلمان با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های مطلوب می‌توانند به وحدت میان ملت، مسئولان و قیام‌کنندگان بسیار کمک کنند. برخی از کارویژه‌های رسانه‌ها در فرایند وحدت‌آفرینی در جریان بیداری اسلامی عبارت‌اند از:

۱. کمک به وحدت میان مذاهب مختلف در کشورهای عربی و اسلامی؛

۲. کمک به همگامی مردم و مسئولان در رسیدن به اهداف متعالی بیداری اسلامی؛

۳. مقابله با برنامه‌های سیاسی رسانه‌های غربی که با هدف تفرقه‌افکنی میان مردم کشورهای اسلامی تولید و پخش می‌شود؛

۴. تولید برنامه‌های تلویزیونی وحدت‌آفرین در کشورهای اسلامی؛

۵. رفع شبهات مطرح‌شده درباره تبعیض و بدرفتاری با اقلیتها و پیروان مذاهب گوناگون؛

۶. هدایت مردم در مسیر صحیح حرکت‌های اسلامی و وحدت‌آفرینی در صفوف مسلمانان؛

۷. تقریب مذاهب اسلامی در میان کشورهای اسلامی برای مستحکم‌سازی قیامهای مردمی؛

۸. همراه کردن مسئولان با قیامهای مردمی با تولید و پخش برنامه‌های کارشناسانه و انتقادی نسبت به سیاستهای دول غربی و حاکمان بی‌کفایت کشورهای استبدادی منطقه؛

۹. ترسیم چهره وحدت اسلامی بین نیروهای انقلابی کشورهای عربی و نشان دادن ویژگی‌های مثبت

اتحاد و همبستگی ملی در جامعه؛

۱۰. تلاش برای تبیین آیات و روایات مرتبط با اتحاد ملی و وفاق اجتماعی برای پشت سر نهادن مشکلات پیش روی جوامع اسلامی.

نتیجه:

تحولات چندی پیش خاورمیانه و شمال افریقا، که از آنها با نامهای متفاوتی همچون «انقلابهای عربی» یا «بیداری اسلامی» یاد می‌شود، شرایط ژئوپلیتیکی و سیاسی نوینی را در سطح منطقه پدید آورده است. شدت این تحولات به قدری است که تحلیل آنها گاه دچار دگرگونی یا شتاب‌زدگی‌هایی می‌شود. یکی از سؤالهای اصلی درباره این تحولات، چگونگی موفقیت قیامها و خیزشهای مردمی در برابر رژیمهای اقتدارگرا و تمامی نیروهای سرکوبگر آنهاست. به عبارت دیگر با توجه به فضای بسته ارتباطی و سیاسی، مردم این کشورها چگونه فعالیتهای خویش را ادامه می‌دادند؟ یکی از تأثیرگذاران مهم در فرایند این تحولات، فناوریهای ارتباطی و رسانه‌ای بوده‌اند. سهم این فناوری‌ها در تمامی مراحل قیامهای مردمی کتمان‌ناپذیر است. واقعیت آن است که اعتراض‌کنندگان به‌وسیله رسانه‌های مجازی در دسترس خویش، یکدیگر را آگاه و برنامه‌های خود را با هم تنظیم می‌کردند. نظامهای استبدادی حاکم، هرچند می‌کوشیدند ارتباط اعتراض‌کنندگان را مصدود کنند، مردم معترض با ابزارهای رسانه‌ای همچون فیس‌بوک و توئیتر، از سد ضداطلاعاتی حاکمان خود می‌گذشتند. گفتنی است که آنها همچنان از این ابزارهای ارتباطی بهره می‌گیرند. تأثیر رسانه‌های ارتباطی و فناوریهای نوین بر انقلابهای عربی (بیداری اسلامی) به قدری بوده است که از این قیامها، با نام «انقلابهای فیس‌بوکی و توئیتری» یاد می‌کنند. فیس‌بوک سهم مهمی در سازماندهی حمایت‌های مردمی از انقلاب مردم مصر، لیبی، بحرین، سوریه، تونس و عربستان داشت. آسانی دسترسی، دامنه وسیع و جهان‌شمولی آن، تسهیل در امور، ارزان بودن و ویژگی‌های مثبت دیگری از این دست، در این قیامها به فیس‌بوک اهمیت بیشتری بخشید. در این میان، یارانامه، خبرخوانها، رسانه‌های اجتماعی، یادپخشها، ویکی‌ها، موتورهای جست‌وجوی اینترنتی و... با مردم معترض کشورهای عربی همگام بودند. البته در این میان، رسانه‌های غربی کوشیدند مواضع خود را در برابر این انقلابها به ذهن مخاطبان القا کنند و با شگردهای رسانه‌ای، قیامهای مردمی در خاورمیانه و شمال افریقا را مخدوش کنند و کوچک نشان دهند.

منابع:

۱. منابع فارسی:

- بی‌نیاز، علی (۱۳۹۰). «اقتصاد تحولات اخیر منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا»، رهنامه سیاست‌گذاری، سال دوم، ش ۲، تابستان.
- بیات، ناصر (۱۳۹۰). «نقش ترکیه در تحولات خاورمیانه با تأکید بر تحولات سوریه»، رهنامه سیاست‌گذاری، سال دوم، ش ۲، تابستان.
- جاودانی مقدم، مهدی (۱۳۹۰). «از واقعیت تا ابر واقعیت: نقش رسانه‌های غربی در بازنمایی بیداری اسلامی در خاورمیانه»، فصلنامه رسانه، سال بیست‌ودوم، ش ۳ و ۴ (پیاپی ۸۵)، پاییز و زمستان.
- حاتمی، محمدرضا (۱۳۸۹). «نقش و کارکرد رسانه با تأکید بر اینترنت در تحولات جهان عرب»، فصلنامه رسانه، سال بیست‌ویکم، ش ۳ و ۴ (پیاپی ۸۳)، زمستان.
- خانی، محمدحسن (۱۳۹۰). «نقد تحلیلی رویکردهای دوگانه رسانه‌های بین‌المللی در انعکاس تحولات جاری در جهان عرب»، فصلنامه رسانه، سال بیست‌ودوم، ش ۳ و ۴ (پیاپی ۸۵)، پاییز و زمستان.
- خلف‌خانی، مهدی (۱۳۸۶). «فرصتهای دیجیتالی در فضای سایبر و مسئله حقوق بشر»، مجله رسانه، فرهنگ، رسانه‌مدیریت، سال ۴ ش ۷، زمستان ۸۶.
- شمس، عبدالمجید (۱۳۸۴). «دولت مجازی و سرنوشت مردم‌سالاری»، در توسعه سیاسی، ج ۲، تهران، انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- کلهر، رضا (۱۳۸۶). «بسیج و تکنولوژی اطلاعات»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال دهم، ش ۳۶، پاییز.
- کوهکن، علیرضا (۱۳۹۰). «نقش رسانه‌ها در انقلاب لیبی»، فصلنامه رسانه، سال بیست‌ودوم، ش ۳ و ۴ (پیاپی ۸۵)، پاییز و زمستان.
- گوهری مقدم، ابوذر و محمدصادق دهقانی محمدآبادی (۱۳۹۰). «تأثیر رسانه‌های مجازی بر جنبش اشغال‌وال استریت»، فصلنامه رسانه، سال بیست‌ودوم، ش ۱ و ۲ (پیاپی ۸۴)، بهار و تابستان.
- گوهری مقدم، ابوذر (۱۳۹۰). «رسانه‌های اجتماعی و انقلابهای اخیر خاورمیانه؛ ارائه مدل مفهومی»، فصلنامه رسانه، سال بیست‌ودوم، ش ۳ و ۴ (پیاپی ۸۵)، پاییز و زمستان.
- مجیدی، حسن (۱۳۹۰). «چارچوبهای رسانه‌های خبری غربی و نحوه بازنمایی جنبشهای مردمی کشورهای عربی با تأکید بر بحرین و مصر»، فصلنامه رسانه، سال بیست‌ودوم، ش ۳ و ۴ (پیاپی ۸۵)، پاییز و زمستان.
- معین‌الدینی، جواد (۱۳۸۶). «طرح خاورمیانه بزرگ: الگوهای نوسازی بومی و گسترش هم‌گرایی منطقه‌ای»، دانشنامه حقوق و سیاست، سال سوم، ش ۷، پاییز و زمستان.
- مقصودی، مجتبی و شقایق حیدری (۱۳۹۰). «بررسی وجوه تشابه و تفاوت جنبشهای عربی در کشورهای خاورمیانه»، رهنامه سیاست‌گذاری، سال دوم، ش ۲، تابستان.
- ملکیان، محمدرضا (۱۳۹۱). «ماهیت رسانه‌های ارتباطی نوین و چستی تحولات در خاورمیانه»، ششمین

همایش سالانه انجمن علوم سیاسی ایران، ۲۰ مهرماه، تهران، انجمن علوم سیاسی.
نقوی، سیدحسین (۱۳۸۶). «جنبشهای اجتماعی جدید در عصر جهانی شدن و تأثیر آن بر توسعه سیاسی
در ایران»، دانشنامه حقوق و سیاست، سال سوم، ش ۷، پاییز و زمستان.
نورمحمدی، مرتضی (۱۳۹۰). «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در انقلاب تونس»، فصلنامه رسانه، سال
بیست و دوم، ش ۳ و ۴ (پیاپی ۸۵)، پاییز و زمستان.
یحیی‌پور، ایرج (۱۳۹۰). «نقش انقلاب اسلامی در بیداری اسلامی با تأکید بر انقلاب مصر»، فصلنامه
مطالعات تاریخ انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، سال سوم، ش ۱۱، تابستان.

۲. منابع انگلیسی:

The Arb Spring And The Role Of ICTS', International Journal' (۲۰۱۱). Allagui, Ilham
.Of communication, vol.۵
Altes, K (۲۰۰۹). 'Young Professionals Effect Change in the Workplace', journal Prop-
.erty Management, vol. ۷۴(۵)
Boccaro, Maria, Helene And Alex Gveenberg (۲۰۰۴). 'Islamist Websites And Their
Hosts PartII: Cleris', The Middle East Media Research, Institute, special Report, ۱۱
.November, No.۳۵
Boughelaf, Jamila (۲۰۱۱). Mobile Phone, Social media And The Arab Spring, at Cre-
.demus Organization
Fisk, Robert (۲۰۱۱). 'Bankers Of The Dictators Of The West', Independent ۱۰, De-
sember
.Hourani, Albert (۱۹۹۲). History of The Arb Peoples, Warner Books
Wilelm, Antony. G (۲۰۰۰). Democracy In The Digital Age, Challenges To Political In-
.Cyber Space, Routledge, NewYork

مطالعات رسانه‌ها

سال اول، شماره اول
پاییز و زمستان ۱۳۹۳

