

The Pattern of Media Competition of the Islamic Revolution Front with the Western Front in Fitna 88 (Sedition of 2009 in Iran) with the Focus on Cyberspace

Qolamreza Khajeh Sarvi¹
Komeil Khojasteh²

Abstract

The information technology revolution has evolved the indicators of power. This technological evolution has caused the new era based on communication technology to be called the information age. One of the issues that Islamic Republic of Iran has been facing in this era is designing a model to counter the media arrangement and Western media tactics considering the information age.

The US government has repeatedly tried to influence global public opinion, including Iranians, through a variety of media methods, from product manufacturing to building internet infrastructure. The sedition of 2009 was the beginning of the expansion of the virtual world on the geography of Iran.

In this study, after open, pivotal, and selective coding on a series of documents and interviews, the theoretical concepts of "the emergence of a networked community on the Web 2 platform" and "transnational media connectivity and the formation of autonomy space" have been developed.

The findings show that the ideal pattern of confrontation with rival media is based on two factors of "content production and network connectivity", which attempts to turn its content and message into action and operation by creating a multilayer arrangement. Based on their mission, these layers are transformed into layers such as layer of content production and distribution, layer of network operation and layer of real operation. First, All these layers try to produce and distribute their message and then by attracting accounts they can build their own network. Finally, the network, which is created, can become a real action and affect the real environment.

Keywords

Information age, media confrontation model, social movement, Sedition of 2009, networked society.

1. Associate professor, Allameh Tabatab'AI University, r_khajehsarvi@yahoo.com.

2. PhD student, political sciences, Allameh Tabatab'AI University, cyberman52.2@gmail.com.

الگوی رقابت رسانه‌ای جبهه انقلاب اسلامی با جبهه غربی در فتنه ۸۸ با محوریت فضای مجازی

* غلامرضا خواجه‌سروی

** کمیل خجسته

چکیده

انقلاب فناوری اطلاعات، سبب تحول در نشانگرهای قدرت شده است. این تحول تکنولوژیکی، باعث شده تا عصر جدید مبتنی بر تکنولوژی ارتباطی را عصر اطلاعات بنامند. یکی از مسائلی که جمهوری اسلامی در این عصر با آن روبه‌رو است، طراحی الگویی برای مقابله با آرایش رسانه‌ای و تاکتیک‌های رسانه‌ای غرب با توجه به عصر اطلاعات است.

دولت امریکا بارها با انواع روش‌های رسانه‌ای از تولید محصول تا ساختن زیرساخت‌های اینترنت پایه، تلاش کرده تا افکار عمومی جهانی از جمله ایرانیان را تحت تاثیر قرار دهد. فتنه سال ۸۸ آغازی بر گستره شدن سپهر مجازی بر جغرافیای ایران بود. در این تحقیق پس از گذراندن گام‌های باز، محوری و گزینشی بر روی مجموعه اسناد و مصاحبه‌ها، مفاهیم نظری «ظهور جامعه شبکه‌ای بر بستر وب ۲» و «اتصال رسانه‌های فراملی و شکل‌گیری فضای خودمختاری» رویش کرده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد، الگوی مطلوب تقابلی در مقابل رسانه‌های رقیب بر دو پایه تولید محتوا و برقراری اتصال شبکه‌ای استوار است که با ایجاد آرایش چندلایه‌ای تلاش می‌کند تا محتوا و پیام موردنظر خود را به عملیات و گنش تبدیل کند. این لایه‌ها بر اساس ماموریت خود به لایه‌های تولید و توزیع محتوا، لایه عملیات شبکه و لایه عملیات حقیقی تبدیل می‌شوند. تمام تلاش این لایه‌ها آن است که ابتدا پیام خود را تولید و توزیع کنند و سپس با جذب اکانت‌ها بتوانند شبکه خود را بسازند. در نهایت، شبکه‌ای را که ایجاد شده است بتواند تبدیل به یک گنش حقیقی شود و بر محیط حقیقی تاثیر گذارد.

کلیدواژه‌ها

عصر اطلاعات، مدل تقابل رسانه‌ای، جنبش اجتماعی، فتنه ۸۸، جامعه شبکه‌ای.

۱. مقدمه

انقلاب فناوری اطلاعات، سبب تحول در نشانگرهای قدرت شده است. این تحول تکنولوژیکی، موجب شده است تا عصر جدید مبتنی بر تکنولوژی ارتباطی را عصر اطلاعات بنامند (نای، ۱۳۹۲: ص ۱۳). ظرفیت‌های فوق‌العاده فن‌آوری، فرصت‌های جدیدی را برای تاثیرگذاری بر تحولات سیاسی ایجاد کرده است. گردش سریع اطلاعات، از بین رفتن مرزهای جغرافیایی، بی‌زمان و مکان‌شدن انتشار اطلاعات با سایبری شدن گردش اطلاعات و محتواها، مولفه‌های مهم این عصر است. اگر در گذشته، منابع زاینده قدرت، ریشه در مستعمرات، شمش‌های طلا، ناوگان دریایی و... داشت؛ در عصر اطلاعات، اما برنده کشورهای با بهترین عملکرد و گفتمان است (همان: ص ۱۴). نیروی گفتمان، توانسته چنان تغییراتی ایجاد کند که حتی موجب پیدایش الگوی جدیدی از جنبش‌های اجتماعی و شاید اشکال جدیدی از تغییرات اجتماعی در عصر حاضر شده است (کاستلز، ۱۳۹۳: ص ۳). یکی از مسائلی که جمهوری اسلامی در این عصر با آن روبه‌رو است، طراحی الگویی برای مقابله با آرایش رسانه‌ای و تاکتیک‌های رسانه‌ای غرب در مسائل مختلف است. دولت آمریکا بارها با انواع روش‌های رسانه‌ای از تولید محصول تا ساختن زیرساخت‌های اینترنت پایه تلاش کرده است تا افکار عمومی جهانی از جمله ایرانیان را تحت تاثیر قرار دهد. این نظام رسانه‌ای تلاش می‌کند یا با تولید پیام بتواند هنجارهای اجتماعی نظام‌های رقیب را تغییر دهد و یا با ساختن موانعی، از انتقال پیام‌های رقیب در فضای رسانه‌ای جلوگیری نماید.

از سوی دیگر، در نظام تبلیغاتی جمهوری اسلامی برای مقابله با آرایش رسانه‌ای غرب، هنوز تمهید کافی و لازم اندیشیده نشده است؛ به نحوی که حتی این موضوع در بیانات رهبر انقلاب اسلامی نیز تصریح می‌شود. «این چیزی که ما باید اقرار کنیم که آمریکائی‌ها و غربی‌ها انصافاً در این قضیه قوی هستند، قدرت رسانه‌ای است، قدرت تبلیغات به معنای پروپاگاندا است» (۱۳۹۱/۵/۳).

از این رو، مقاله حاضر تلاش دارد با توجه به برتری قدرت رسانه‌ای نظام سلطه، مدل تقابل رسانه‌ای بین انقلاب اسلامی و رقیب بر بستر فضای مجازی را کشف کند. همچنین در کنار رسیدن به هدف اصلی، به دنبال پاسخ به دو هدف زیر خواهیم بود.

الف). کشف مدل رقیب انقلاب اسلامی برای انتقال مفاهیم و نظام ارزشی خود در فضای مجازی؛
 ب). ارائه الگویی کاربردی برای رساندن پیام‌های انقلاب اسلامی به مخاطبان با استفاده از ظرفیت فضای مجازی.

۲. ادبیات تحقیق

در این بخش، ابتدا گزاره‌های اصلی مرتبط با موضوع تحقیق در قالب الگوهای اصلی بیان شده و سپس به طرح مدل نظری نهایی تحقیق پرداخته خواهد شد.

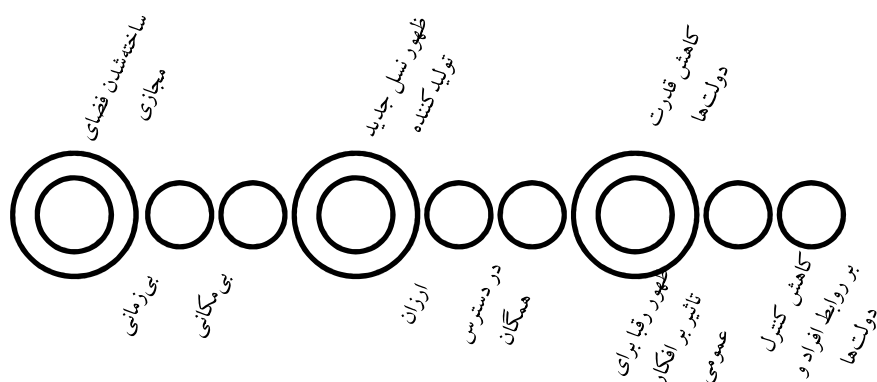
۱-۲. الگوی اول: فراتحلیل و آگزایوم‌سازی مدل عصر اطلاعات: ظهور گنشگر مؤلد و خلاق

عناوین آگزایوم‌های اصلی این مدل به شرح زیر می‌باشد:

۱. در عصر جدید، «ارتباطات» و «اطلاعات» دو عنصر سازنده قدرت هستند (نای، ۱۳۹۲: ص ۶۴)؛
۲. نگاه سیاست در عصر اطلاعات، اما می‌تواند بر گفتمان‌های برنده باشد که جان‌مایه قدرت نرم‌اند (همان: ص ۴۷)؛
۳. فرایندهای گفتمان‌ساز در سطح جهانی عمل می‌کنند و رفتارهای محلی و هویتی‌های محلی را تحت تاثیر قرار می‌دهند (اکسفورد: ص ۲۸۵). این دگرگونی از سوئی، به تضعیف حاکمیت دولت ملی و از سوی دیگر، تقویت انواع جنبش‌های هویت‌جو انجامیده است؛
۴. در عصر اطلاعات، اما برنده کشوری با بهترین عملکرد و گفتمان است (نای، ۱۳۹۲: ص ۱۴)؛
۵. قدرت در دنیای جدید، مجموعه‌ای نوپدید از اتحادیه‌های ترکیبی است. اتحادیه‌هایی متشکل از بازیگران دولتی و غیردولتی که هر یک دیپلماسی عمومی را برای اهداف خاص خود به کار می‌گیرند (همان: ص ۱۴۶)؛
۶. این نوع رابطه که به خارج از مرزهای جغرافیایی تسری پیدا کرده است؛ بازیگران غیردولتی هم در اعمال قدرت نرم شانی شایسته پیدا می‌کنند (فراملی است) (همان: ص ۱۷)؛
۷. خودارتباطی توده‌ای، مبتنی است بر شبکه‌های افقی؛ ارتباط تعاملی که معمولاً به

دشواری توسط حکومت‌ها و شرکت‌ها قابل کنترل هستند. علاوه بر این، ارتباط دیجیتالی چندوجهی است و امکان ارجاع به یک اَبَرمتن جهانی اطلاعات را می‌دهد (کاستلز، ۱۳۸۰: ص ۱۴)؛

۸. افزایش تولید متقابل معنا را شاهد هستیم. این همان چیزی است که اسمش را مخاطب خلاق نامگذاری می‌کنم (همو، ۱۳۹۳: ص ۲۸۰).



۲-۲. الگوی دوم: فراتحلیل و آگزوم‌سازی مدل شکل‌گیری قدرت در عصر اطلاعات

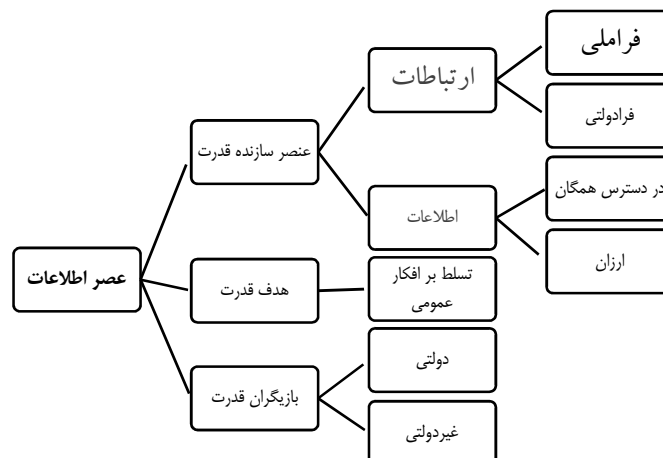
۱. در چنین فضایی، مفهوم جدیدی به نام گُنشگر شبکه‌ای و گره شبکه به وجود می‌آید (همو، ۱۳۸۰: صص ۴۰۲، ۴۰۸ و ۴۱۲)؛

۲. نفوذ اینترنت شیوه‌های خودمختاری و استقلال را نظیر محتوای تولیدشده توسط کاربر تقویت و پشتیبانی کرد. اینترنت تبدیل به ابزار استقلال‌ساز شده است (همو، ۱۳۹۳: ص ۲۷۴)؛

۳. این شبکه‌ها، مرزهای ثابتی ندارند. آنها پایان‌ناپذیر و چندلبه هستند و گسترش یا تجمیع‌شان به میزان سازگاری یا رقابت میان علایق و ارزش‌های برنامه‌ریزی‌شده‌ای بستگی دارد که هر شبکه و علایق و ارزش‌های برنامه‌ریزی‌شده را به شبکه‌هایی تبدیل می‌کنند که با جنبش رو به گسترش‌شان همسو و در ارتباط باشد. در شرایط جهانی شدن چندلایه‌ای،

دولت تنها به یک گره [هرچند مهم] از شبکه خاص تبدیل می‌شود (همان: ص ۷۰)؛
 ۴. توانایی شبکه‌ها در معرفی کنشگران جدید و محتوای نو در فرایند سازماندهی
 اجتماعی همراه با خودمختاری نسبی در تقابل با مراکز قدرت قرار گرفته است (همان:
 ص ۸۸)؛

۵. در این الگو، رهبری به شکل نمادین و طراح ایده‌ها ظهور می‌کند، اما کنترل
 سازمانی کمتری بر بدنه جنبش دارد. در سال‌های اخیر با گسترش ابزارهای ارتباطی،
 شبکه‌های اجتماعی مجازی کمک فراوانی به تحقق چنین الگویی - دست کم در برخی
 مراحل جنبش - کرده‌اند (جلایی‌پور و دیگران، ۱۳۸۸).



۳-۲ الگوی سوم: فراتحلیل و آگزایوم‌سازی مدل شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی نوین -

محیط خودمختاری

۱. ما در گردهمایی‌های واقعی گوناگون و مجمع‌های مردمی مجازی با یکدیگر
 صحبت می‌کنیم. تمام خواسته‌مان را بر روی آن متمرکز می‌کنیم... و سپس بیرون می‌رویم
 و یکی از میدان‌های دارای اهمیت نمادین منحصربه‌فرد را تسخیر می‌کنیم و در خیابان‌ها
 می‌نشینیم تا خواسته‌مان را محقق کنیم (نای، ۱۳۹۳: ص ۱۳۹)؛

۲. در قلب این جنبش‌ها، یک فضای عمومی دورگه ساخته شده از شبکه‌های اجتماعی دیجیتال و اجتماعات شهری تازه برپا شده قرار داشت که هم وسیله‌ای برای خودسنجی بود و هم نوعی بیان قدرت مردم. بی‌قدرتی تبدیل به قدرت‌مندی شده بود (کاستلز، ۱۳۸۰: ص ۵۰)؛

۳. با متصل شدن اکانت‌ها به یکدیگر و پخش و ویروسی تصاویر و افکار، جنبش‌ها از طریق سرایت گسترش پیدا می‌کنند (همو، ۱۳۹۳: ص ۵۱)؛

۴. این جنبش‌ها در حالی از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی آغاز می‌شوند؛ تنها با اشغال فضای شهری تبدیل به جنبش می‌شوند. فضای جنبش همیشه از تعامل بین فضای جریان‌ها در اینترنت و شبکه‌ها ارتباطی بی‌سیم از یک سو و فضای مکان‌های اشغال شده و ساختمان‌های نمادین هدف‌گیری شده توسط کنش‌های جنبش از سوی دیگر ساخته می‌شود. این پیوند فضای سایبر و فضای شهری فضای سومی می‌سازد که آن را فضای خودمختاری می‌نامم (همان: صص ۱۰ و ۵۱).



۴-۲. جمع‌بندی ادبیات تحقیق

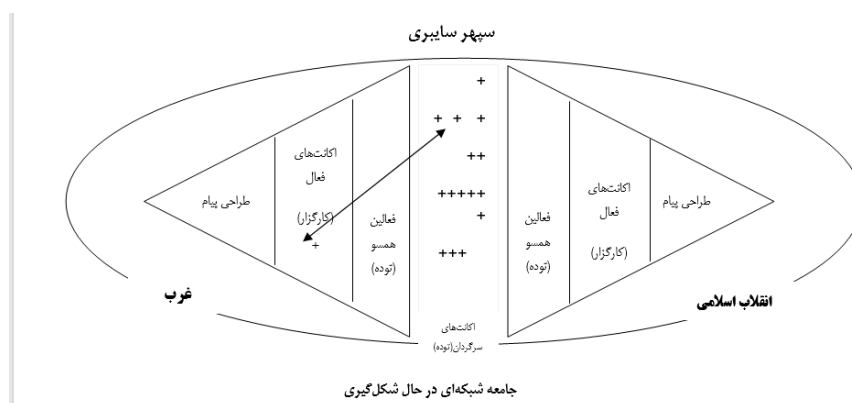
امروز در عصر جابجایی قدرت از دولت‌ها به بازیگران غیردولتی قرار داریم. فضای جدید شکل گرفته، ناشی از تغییرات و تحولات فناوری جامعه‌ای جدید بر ساخته فضای مجازی است. ژئوپلیتیک قدرت، دستخوش تغییر شده است و سپهر سایبری خود، سازنده قدرت شده است. در عصر جدید، «ارتباطات» و «اطلاعات» دو عنصر سازنده قدرت هستند؛ قدرتی که مبتنی بر افکار عمومی است و گفتمان‌های برنده جان‌مایه قدرت نرم را می‌سازند. در این دوره، «قدرت نرم» جایگزین یا هم‌نشین «قدرت سخت» شده است. روابط اجتماعی از زمینه‌های محلی جدا شده و به عبارت دیگر روابط اجتماعی جهانی شده است. روابط اجتماعی بدون محدودیت مکان و برخورد‌های چهره‌به‌چهره بررسی می‌شوند. روابط اجتماعی جهانی، «مناسبات فراملی» را ساخته و «مخاطبان فراملی» ایجاد کرده است. در این فضا است که افراد فارغ از رسانه‌های قدرت‌مند و دولت‌ها می‌توانند تولیدکننده پیام باشند و هر تولیدکننده پیامی اگر میزان ارتباطاتش بالا باشد، یک قدرت به حساب می‌آید. رقابت امروز بر سر گفتمان‌ها و متصل کردن افراد برای ساختن شبکه است. شرایط این رقابت، ما را اولاً، رهنمون به تولید - چه سخت‌افزاری و چه نرم‌افزاری - درون سپهر سایبری می‌کند. ثانیاً، شبکه‌سازی با هدف جنبش‌سازی اجتماعی جدید را تبدیل به یک اولویت می‌کند. در شرایطی که دیگر عنصر مخاطب منفعل جای خود را به گُشگر فعال داده، و وسایل ارتباطی جدید از جمله موبایل‌ها، از یک‌سو، سهولت و دسترسی راحت‌تر به اینترنت را فراهم کرده و از سوی دیگر، ارتباط بین افراد فارغ از کانال‌های ارتباطی رسمی را موجب شده است. این عوامل سبب می‌شود تا جنبش‌های نوین، الگوی هرمی مبتنی بر سازمان‌دهی رهبران از بالا به پایین و روابط عمودی را کنار بزنند و از سوی دیگر، کنش را از سپهر سایبر به فضای حقیقی منتقل کنند. این گونه غلبه گفتمانی حاصل می‌شود و مخاطب عامه را با خود همراه می‌کند.

در فضایی که نظام سلطه به‌عنوان شبکه‌ای از شبکه‌ها، سلطه گفتمانی خود را ایجاد کرده است، فرایندهای ارتباطی جدید و تولید پیام‌های خلاقانه می‌تواند این ساختار قدرت را برهم بزند و موجب ظهور خرده گفتمان‌ها یا گفتمان‌های رقیب نظام سلطه شود. معمولاً در آغاز یک جنبش تعداد اندکی از اشخاص و گاهی فقط یک شخص درگیر

است. این افراد کارگزار نامیده می‌شوند. اما به مرور و با ایجاد شبکه متصل و یا با تکنیک‌های توزیع و رساندن پیام به مخاطب فضای مجازی، فرد توده انبوه را می‌تواند با خود همراه کند و بر گفتمان رقیب غلبه کند.

به عبارت ساده‌تر، ورود تکنولوژی‌های جدید شرایط و نوع رقابت سیاسی را تغییر داده است. در این رقابت، برنده کسی است که بتواند گفتمان خود را حاکم کند و مخاطب هدف خودش را که عموم جامعه است به تحرک مطلوب خود درآورد. رقابتی که بر بستر سپهر سایبری قرار دارد بر دو پایه استوار است؛ پایه اول، تکمیل فرایند تولید محتوا (شکل الف) است و پایه دوم، ایجاد خطوط ارتباطی با کنشگران است. این خط ارتباطی، اگر در محیط سایبر متوقف نشود و خود را بتواند به محیط حقیقی برساند، فضای خودمختاری شکل می‌گیرد (شکل ب). این جامعه شبکه‌ای خودمختار، می‌تواند مستقل از دولت‌ها اقدام کند و قدرت گفتمان‌سازی بالا دارد.

شکل الف): پایه اول: فرایند تولید محتوا



۳. روش تحقیق

روش «رویش نظریه»، یک روش پژوهش استقرائی و اکتشافی است که به پژوهشگران در حوزه‌های موضوعی گوناگون امکان می‌دهد تا به‌جای اتکا به تئوری‌های موجود و از پیش تعریف‌شده، خود به تدوین تئوری اقدام کنند (منصوریان، ۱۳۸۵: ص ۲). همچنین گفته شده است که روش «رویش نظریه» «یک روش پژوهش عمومی برای تولید تئوری است؛ تئوری‌ای که بر اساس گردآوری و تحلیل نظام‌مند داده‌بنیان نهاده شده است. «رویش نظریه» در طول تحقیق اتفاق می‌افتد و از رهگذر تعامل مستمر بین گردآوری و تحلیل داده‌ها حاصل می‌شود» (همان: ص ۴). در این روش «جمع‌آوری اطلاعات و آنالیز آنها در یک تعامل بسیار نزدیک با یکدیگر می‌باشند» (احمدی و نهایی، ۱۳۸۷: ص ۳۰۷)؛ تا جایی که «مهم‌ترین عامل در این روش، نزدیکی همیشگی با داده‌هاست» (همان: ص ۳۰۸). یعنی در ضمن جمع‌آوری داده‌ها، مفاهیم و کم‌کم بخش‌هایی از نظریه و در آخر نظریه نهایی ظهور می‌یابند. در ادامه به توضیح این مراحل می‌پردازیم:

در اولین قدم، محقق در داده‌ها، به دقت می‌پردازد و سعی در شناسایی و تفکیک کردن میان انواع و اقسام آنها از جهات مختلف و کدگذاری آنها می‌کند. در این تحقیق از الگوی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی استفاده شده و تا مرحله حصول اشباع نظری ادامه یافته است.

همچنین، به منظور دستیابی به مناسب‌ترین اسناد مرتبط با موضوع، به نمونه‌گیری نظری بر اساس آنچه در بالا بیان شده، عمل شد. به دلیل وسعت قلمرو تحقیق، ابتدا منابع دست اول مرتبط با بخش‌های مختلف موضوع بر حسب نوع کارکردشان با موضوع دسته‌بندی شده و سپس مرور شده است. همچنین در مواردی پس از مرور اسناد انتشار یافته، اقدام به مراجعه حضوری و گرفتن مصاحبه با افراد شده است. در مراجعه به هر سند و یا مصاحبه از کدنامه استفاده شده است که این کدنامه از پیشینه تفهیمی استخراج شده است. برای اطمینان از طی شدن صحیح مراحل تحقیق و نیز سنجش اعتبار و روایی یافته‌ها در کدگذاری‌ها، از روش گروه کانونی استفاده شده است؛ به این ترتیب که کدها و اسناد و مصاحبه‌ها در گروه کانونی مطرح شده و میزان دقت کدگذاری‌ها و ارتباط اسناد و

مصاحبه‌ها با موضوع تحقیق بررسی شد. پس از آن اسناد دیگر مورد نیاز و نیز افراد جدید جهت مصاحبه انتخاب می‌شده است.

در این تحقیق به دلیل حساسیت موضوع و نیز محدودیت‌های بعضی از افراد جهت مصاحبه به دلیل حساسیت موضوع، به اسناد مکتوب و انتشار یافته از این افراد استناد گردیده است. نمونه‌های مورد بررسی با توجه به تفاوت‌های نظری اثر گذار (دست اول بودن منابع، نوع گرایش سیاسی، میزان فعالیت در رخداد مورد بررسی) و اینکه طیف وسیع و متنوعی از افراد مورد بررسی قرار گیرند، به پیدا کردن اسناد مورد نظر و نیز افراد جهت مصاحبه اقدام صورت گرفت.

در این پروسه محققین علاوه بر کدگذاری، یادداشت‌های کدگذاری و یادداشت‌های مربوط به هر قسمت از اسناد و مصاحبه‌ها که در کدگذاری‌ها لحاظ نشده بود بررسی شد. برای استحکام تحلیل‌ها، محقق و داوران جلسات متعددی را گفتگو کردند که سبب می‌شد کدنامه‌ها و سوالات مصاحبه بعدی با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته، دقیق و به‌روز شود و همچنین برداشت‌های محققین از هر مصاحبه با دقت بیشتری همراه شود. در برخی مواقع در این گفتگوها، سوالات جدید و ابهاماتی از موضوع پیش می‌آمد که مسیرهای بعدی تحقیق را روشن می‌نمود.

پس از کدگذاری اسناد و نیز پیاده‌سازی هر کدام از مصاحبه‌ها، برای هر کدام از اسناد یا مشارکت کنندگان یک پروفایل تهیه گردید. این پروفایل شامل هشت سوال بود که پاسخ‌های مربوط به هر کدام از آنها از داخل مصاحبه استخراج و جای گذاری می‌شد. تحلیل مصاحبه‌های مذکور با استفاده از نرم افزار مکس. کیو. دی. ای ۱۲ (آخرین نسخه نرم‌افزار) انجام گرفته است. این فرآیند برای مشخص شدن هر کدام از بخش‌های لازم در داخل فایل‌های بسیار گسترده مصاحبه انجام گردید تا از افزایش بی نتیجه تعداد کدها جلوگیری شود.

داده‌های مورد بررسی		
عکس	فیلم و صوت	مصاحبه و سند مکتوب
۷۹	۳۳	۷۸

در قسمت اول، بیش از هفتصد کُد باز به وجود آمد. در مرحله دوم این کُدها ادغام شده و یک مرحله انتزاع صورت گرفته است که حاصل آن دسته‌بندی کُدها در قالب ۲۰ کُد محوری گردیده است.

۴. یافته‌های تحقیق

در اینجا سعی شده به اختصار، به سوالات اصلی تحقیق پاسخ داده شود تا ضمن فراهم شدن امکان مرور سریع نتایج برای خوانندگان، آمادگی لازم برای بحث و نتیجه‌گیری نهایی درباره موضوع تحقیق فراهم آید.

بنابراین، ابتدا گزیده‌هایی از مراحل کُد‌گذاری محوری تحقیق که پس از دسته‌بندی کُدهای باز از مصاحبه‌ها و اسناد گوناگون به تفصیل در گزارش اشاره شده، ارائه می‌گردد. در نهایت، مراحل کُد‌گذاری گزینشی و شیوه حصول به نظریه تحقیق ارائه می‌شود.

۱-۴. توضیح پدیده: لایه رسانه‌ای موثر بر حوادث ۸۸

پس از بررسی تفصیلی اسناد و گفتگوهای صورت گرفته، بخش‌های گوناگون اقدامات لایه رسانه‌ای موثر بر حوادث سال ۸۸ دسته‌بندی گردید. سپس بر مبنای مشابتهای توصیف شده در میان مصاحبه‌ها و اسناد گوناگون، کُد‌گذاری باز صورت گرفت. در مرحله بعد، شباهت‌های کدهای اولیه، عامل دسته‌بندی شد که در این بخش به توصیف این دسته‌بندی پرداخته می‌شود:

زمینه رخداد «مبارزه مسالمت‌آمیز» با استفاده از فضای دوقطبی شده انتخابات شکل گرفت. در این دوره با فعالیت رسانه‌ای، عده‌ای از مردم که در انتخابات شکست خورده بودند، دچار ابهام و شبهه شدند و با به چالش کشیدن نتیجه انتخابات با شعار «تقلب»، آن‌ها را وارد خیابان‌ها کردند. تلاش برای اردوکشی خیابانی، اهرم فشاری بود که به تعبیر جین شارپ «مقاومت مدنی» را رقم می‌زد و پروژه انقلاب رنگی را در ایران موفق می‌کرد. حضور بخش قابل توجهی از مردم تهران، دشمنان را امیدوار کرد و سبب شد تا فعالیت آن‌ها در حوزه رسانه و بهره از ظرفیت رسانه‌های نو اینترنت پایه تشدید شود.

نکته قابل تأمل و راهبردی در بررسی‌ها نشان می‌دهد که یکی از نکات مشهود در سیاست خارجی امریکا، پای‌بندی رهبران این کشور به گرایش‌های نرم‌افزارانه و کاربرد ارتباطات استراتژیک، به‌عنوان ابزاری کارساز برای حمایت از اهداف فرامرزی است (گیل‌آبادی، ۱۳۹۳: ص ۵۶). الگوی تقابلی که امریکایی‌ها پیش گرفتند در حقیقت این امکان را به آن‌ها می‌دهد تا خط بین سلطه و سلطه‌پذیر آن‌چنان نامریی شود که نتوان مرز جبهه را تشخیص داد. در این مرحله، نیروهای مختلف جامعه در مقابل هم صف‌آرایی می‌کنند، ولی نتیجه این صف‌آرایی و برخوردها به نفع غرب است. به همین دلیل به فکر اجرای شیوه جدیدی افتادند که «مبارزه مسالمت‌آمیز» نتیجه این شیوه است.

همان‌طور که در ادامه خواهیم دید، الگوی مبارزه مسالمت‌آمیز را می‌توان در ۵ لایه بررسی کرد: این پنج لایه که مکمل همدیگر هم هستند عبارتند از: لایه رسانه‌ای، لایه سیاسی، لایه تئوریک، لایه امنیتی و لایه مالی.

این مقاله عهده‌دار بررسی همه لایه‌های اشاره شده، نیست؛ بلکه تنها به همان لایه رسانه‌ای و رقابت در همان سطح را بررسی کرد. در این دوره، علاوه بر تکمیل و تسهیل تکنولوژی پخش ماهواره‌ای، ظهور اینترنت به‌عنوان رسانه‌ای جدید فرصت تازه‌ای برای تهاجم رقیب ایجاد کرد. با ارتقای تکنولوژی در آرایش رسانه‌ای دشمن نیز تغییراتی حاصل شده بود. محیط اینترنت که با فراهم‌ساختن زیرساخت مناسب، «عصر اطلاعات» را شکل داد. شکل‌گیری سپهر مجازی این قابلیت را ایجاد کرد تا رقیب بتواند در حوادث سال ۸۸ با رسانه‌های مجازیش با ساختن جنبش اجتماعی برساخته از سپهر مجازی یا هدایت‌شونده توسط آن دو بحران را دنبال کند: «اول، ایجاد بحران مشروعیت و ایدئولوژیک و دوم، بحران اقتدار بود. از زاویه ارتباطاتی تلاش شد بحران اعتماد و از بین‌رفتن سرمایه اجتماعی حاصل شود»^۱.

در این دوره، آرایش رسانه‌ای در رسانه‌های رقیب تغییر کرد. تلویزیون‌های

۱. خجسته، حسن، «عبور از میدان مین رسانه‌ای»، هفته‌نامه پنجره.

لس آنجلسی کنار رفتند. کانال‌های ماهواره‌ای جدیدی وارد میدان شدند و از طرف دیگر، هم با گسترش اینترنت، رسانه‌هایی که در این محیط فعالیت می‌کردند، در ایران نیز آغاز به کار کردند. ۶ ماه قبل از انتخابات ۸۸، هم کانال ماهواره‌ای و هم سایت بی‌بی‌سی فارسی راه‌اندازی شد. مخاطبان ایرانی از شبکه‌های اجتماعی مانند: توییتر، فیس‌بوک و یوتیوب استفاده می‌کردند. این در حالی است که این شبکه‌ها در داخل ایران مسدود نبودند.

۲-۴. الگوی نرم‌افزاری رقیب در لایه رسانه‌ای موثر بر حوادث ۸۸

این اقدامات را می‌توان در سه دسته: طراحی و سیاست‌گذاری، برقراری اتصال و پشتیبانی مالی دسته‌بندی نمود.

۱-۲-۴. بخش طراحی و سیاست‌گذاری

اسناد انتشار یافته در نیوزویک به قلم تد فورهام (۳۱ می ۲۰۰۵)، فایننشال تایمز (۱۵ ژانویه ۲۰۰۷) به قلم گیدون راجمن و به تفصیل در گزارش اصلی اشاره شده است. در اینجا تنها به گزارش هیلاری کلینتون در کتاب خاطراتش که با عنوان «انتخاب‌های سخت» منتشر شده، اشاره می‌شود. وی، روابط تیم وزارت خارجه آمریکا با عناصر فعال داخل ایران را تشریح کرده است. او می‌نویسد: «تیم من در وزارت خارجه در پشت‌صحنه، تماس‌های مستمری با فعالان در داخل ایران برقرار می‌کرد». نیوزویک نیز در گزارشی نگاه و رویکرد کلینتون به وب ۲ را پیش‌ران دیپلماسی آمریکا می‌داند. با وجود همه این کنش‌ها، هیلاری کلینتون در نشست سالانه ۲۰۱۴ موسسه سابان^۱، در پاسخ به این سوال که تنها موضوعی که آرزو داشتید در برابر آن متفاوت عمل می‌کردید، چه بود، چنین پاسخ داد: «اگر به گذشته برگردیم، معتقدم موضوعی که می‌توانستیم در مورد آن متفاوت و بهتر عمل کنیم، واکنش ما به اعتراضات خیابانی ایران در تابستان پنج‌سال پیش بود، ما به‌طور گسترده با کارشناسان امور ایران و منابع مختلف در امور جاسوسی مشورت می‌کردیم...» همه این اسناد

1. <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/۱۲/۲۰۱۴/Uncorrected-Transcript-A-Conversation-with-Former-Secretary-of-State-Hillary-Rodham-Clinton.pdf>

نشان‌دهنده این است که در پنهانی‌ترین لایه عملیاتی الگوی رسانه‌ای رقیب تمرکز بر روی طراحی و سیاست‌گذاری قبل از عمل داشته است.

۲-۲-۴. بخش برقراری اتصال

اسناد گوناگونی به توصیف ابعاد مختلف برقراری اتصال در الگوی نرم‌افزاری رقیب وجود دارد. نشریه «فوربس» در یادداشتی^۱ به قلم «مایکل لدین» - مشاور سابق شورای امنیت ملی آمریکا - به نقش یکی از سناتورهای امریکایی در حوادث سال ۸۸ ایران پرداخته است؛ لدین در این یادداشت به نقش سری سناتور شومر در میانجی‌گری بین دولت واشنگتن و سران فتنه سال ۸۸ اشاره کرد. وی می‌نویسد که همزمان با زمینه‌چینی معترضان برای به آشوب‌کشاندن ایران در حوادث پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸، دولت «باراک اوباما» تصمیم می‌گیرد تا از فرصت به‌دست آمده برای تسهیل برنامه‌های آمریکا استفاده کند. درست همین‌جا است که شومر - چهره یهودی که کاندیدای برتر کسب عنوان رهبری دموکرات‌های سنا در سال ۲۰۱۶ بود - وارد عمل می‌شود.

شومر، دوستی در «وال استریت» داشت که به‌دلیل نفوذ در بین سبزه‌ها از وی به‌عنوان رابط استفاده می‌کرد. کاخ سفید از شومر خواسته بود تا به طریقی به سبزه‌ها بفهماند که نامه‌های ارسالی از جانب وزارت امور خارجه آمریکا نگاشته شده است؛ نامه‌ای که در آن پیام دوستی واشنگتن در قالب دو سؤال کلیدی مطرح شد: ما چه کاری باید انجام دهیم؟ ما چه کاری نباید انجام دهیم؟

به گفته لدین، پاسخ سبزه‌ها به نامه شومر در یک یادداشت ۸ صفحه‌ای به تاریخ ۳۰ نوامبر سال ۲۰۰۹ تنظیم شد و نویسندگان با رعایت احتیاط از امضا و ذکر اسامی خود در آن اجتناب کرده‌اند.

در سندی دیگر نیز که در سایت تابناک در تاریخ ۱۴ دی ۸۸ منتشر شد، معاون خارجی وزارت اطلاعات هم با توجه به اخبار دریافتی از دستگیرشدگان حوادث همان سال و نقش

1. <https://goo.gl/1xQ5z4>

بنیادها و موسسات امریکایی و اروپایی در ایجاد اغتشاشات از فعالیت موسسات خارجی در فتنه خبر داده بود. این گفتگو با خبرگزاری ایرنا صورت گرفته بود.

این مقام امنیتی در تشریح قالب‌ها و روش‌های بنیادهای امریکایی و اروپایی برای جذب و شکار برخی اقشار خاص جامعه به منظور اهداف براندازانه گفت: طی سالیان اخیر، برخی پروژه‌های این موسسات در قالب‌های دروغین و فریبنده «دیپلماسی عمومی»، «دیپلماسی علمی»، «دیپلماسی رسانه‌ای» و مواردی از این قبیل، مطرح و به دنبال جذب برخی اقشار خاص جامعه از جمله متخصصان، هنرمندان، اساتید، عناصر سیاسی، رسانه‌ای و... بوده‌اند تا از این طریق با اتخاذ رویکرد «جنگ نرم» در فضای عمومی جامعه اثرگذاری نمایند.

این اسناد نشان‌دهنده تلاش رقیب برای اتصال با کنشگران داخلی برای تاثیرگذاری بر لایه رسانه‌ای موثر بر حوادث ۸۸ است.

۳-۲-۴. بخش پشتیبانی مالی

پس از اعلام نتایج انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ در ایران، سنای آمریکا بودجه‌ای ۵۵ میلیون دلاری را با عنوان آنچه حمایت از «قربانیان سانسور در ایران» می‌خواند، به تصویب رساند. بر اساس سخنان سناتورهای ارائه‌دهنده این طرح، هدف اصلی از تصویب آن، باز کردن فضای ارتباطات اینترنتی برای معترضان ایرانی است تا بتوانند راحت‌تر به انتقال اطلاعات بپردازند. این انتقال اطلاعات از نظر طراحان در دو سطح قابل توجه بود: در اولین سطح، گسترش ارتباطات اینترنتی معترضان در درون ایران و دورزدن فیلترینگ سایت‌ها و دسترسی آسان معترضان به شبکه‌های ارتباطات اجتماعی - اینترنتی همچون فیس‌بوک و توئیتر و سطح دیگر آن، تقویت امکان ارسال اخبار و اطلاعات از داخل ایران به خارج در قالب عکس‌ها، متن‌ها و ویدئوهای ضبط شده بود.

۴-۲-۴. بخش آموزش

۱-۴-۲-۴. پیش از شروع فعالیت

در گزارش اصلی به تفصیل اشاره شده که الیزابت چنی در پنتاگون، نهادی به نام دفتر

تغییر ویژه در ایران ایجاد کرد. از اهداف راه‌اندازی دفتر این بود که یک جریان رسانه‌ای از شهروندان ایران ایجاد کند. از طرف دیگر نیز، جمعی از جوانان فعال در رسانه‌های ایران در تابستان ۸۷ به دبی رفتند و آنجا دوره‌های خبرنگاری دیدند. در گفتگویی که محقق با یکی از مدعوین آن دوره داشته، مشخص شد که دوره از طرف بی‌بی‌سی و به بهانه ارتقا سطح روزنامه‌نگاری و حرفه‌ای‌گری شکل گرفته است. بعدها تعدادی از این جوانان در حوادث سال ۸۸ از جمله فرد طرف گفتگو کادر بی‌بی‌سی فارسی را ساختند.

۲-۴-۲-۴. حین فعالیت

از دیگر کارهایی که در حین فتنه رخ می‌داد، بارگذاری متون آموزشی بود. این متون تلاش داشت تا «روش مبارزه مسالمت‌آمیز» را برای مخاطبان در سطوح مختلف تبیین کند. از کتابی با متن یک‌دست نظری و تئوری گرفته تا کتاب‌های کار و دستینه^۱ و کتاب‌های کمیکی که در قالب داستان این روش را آموزش می‌داد. کتابچه‌های دستورالعملی برای تربیت و آموزش فعالان سیاسی که غالباً ترجمه آثار جین شارپ - استاد دانشگاه هاروارد - بود. این کتابچه‌های راهنما، که به خاطر دستورالعمل‌های عملی موجود در آن درباره چگونگی سازماندهی اقداماتی برای تغییر ناگهانی، موثر و غیرخشونت‌آمیز حکومت‌ها، توسط معترضان در انقلاب‌های رز و نارنجی نیز به کار گرفته شد، به وسیله مؤسسه شارپ، بنیاد انیشتن توزیع می‌شد.

۵-۲-۴. بخش رسانه‌ای

۱-۵-۲-۴. طراحی رسانه‌ای

ایده‌ها در وب منتشر می‌شود. ایده اسب تراوا برای راه‌پیمایی ۲۲ بهمن را عطاالله مهاجرانی در بی‌بی‌سی مطرح کرد (فیلم در تاریخ بهمن ۸۸ از بی‌بی‌سی). ایده الله‌اکبر گفتن در پشت‌بام، نماد یا پوشش سبز همراه داشتن و... همگی ایده‌هایی بود که در وب و ماهواره منتشر می‌شد (مجموعه فیلم‌های منتشرشده در بازه زمانی خرداد تا دی ۸۸) و شبکه همراهان سبز از آن تبعیت می‌کردند.

مجله آلمانی شوایتس هم در ویژه‌نامه‌ای به بررسی موضوع حوادث بعد از انتخابات در ایران پرداخته بود. این مجله در توصیف آنچه در تهران رخ می‌داده است، نوشته بود: اپوزیسیون به صورت سازماندهی شده و هدفمند تظاهرات‌هایی را طراحی می‌کند تا توجه جهان را برانگیزد. مدیریت مطبوعاتی در جهان در خارج از ایران و نه در داخل آن است.

۱-۵-۲-۴. آرایش رسانه‌ای

سه لایه رسانه‌ای همدیگر را تقویت می‌کردند: کانال‌های ماهواره‌ای، سایت‌ها، وبلاگ‌نویسانی که گره‌ها و هسته‌های اصلی عملیاتی و رسانه‌ای را می‌ساختند و در نهایت، شبکه‌های اجتماعی به ویژه توئیتر و فیس‌بوک که تازه در ایران محل توجه شده بودند. به مرور و با قدرت گرفتن سرویس‌دهنده‌های وبلاگ، نسل جدیدی از تولیدکنندگان محتوا با محوریت وبلاگستان ایجاد شدند. این وبلاگ‌نویسان همان هسته‌هایی را شکل دادند که در محیط شبکه‌های اجتماعی نیز نقش مهمی را ایفا کردند. وبلاگ‌نویسی، مقدمه شکل‌گیری گره‌ها و سرشبکه‌ها شد. این موضوع مورد توجه جریان سبز از همان ابتدا قرار داشت. مهدی بوتراپی، مدیر گروه سایت‌های پرشین‌بلاگ - که در ادامه درباره این برند صحبت خواهد شد - در گفت‌وگو با خبرنگار فناوری گفت: جامعه مجازی، آشکارا روند مشارکت اصلاح‌طلبانه برای تغییر از وضع موجود به مطلوب را برگزیده است و با صدها هزار فعال و میلیون‌ها مخاطب و میلیارد‌ها تراکنش در بهترین شرایط تاثیرگذاری در انتخابات ۲۲ خرداد ۸۸ قرار دارد. این رویکرد که در سال ۸۸ اعلام می‌شد، نیازمند تامین مقدماتی از پیش بود. از دو سال قبل از حوادث سال ۸۸، پرشین‌بلاگ با واسطه‌گری محمدعلی ابطحی در اختیار جریان اصلاحات شد. پرشین‌بلاگ، یک سرویس ارائه‌دهنده وبلاگ به وبلاگ‌نویسان بود.

هسته اصلی کانون هواداران، در ایام انتخابات صفحه فضای مجازی «روزنامه کلمه سبز» را منتشر می‌کردند. روزنامه «کلمه سبز»، روزنامه آقای موسوی در ایام انتخابات بود که روی پیشخوان حقیقی و ده‌های روزنامه‌فروشی می‌رفت. این کار توانست که هسته اصلی پرشین‌بلاگ را درگیر مستقیم انتخابات کند. اعضای اصلی پرشین‌بلاگ در دوره رقابت انتخاباتی و در دوره اعتراضات نقش‌های موثر و فعالی داشتند و حتی برخی از آن‌ها مانند

نیما اکبرپور وارد کادر بی‌بی‌سی شده و برخی دیگر از آن‌ها رسانه‌های موثر و قوی‌ی مانند وبلاگ مملکت را راه‌اندازی کردند.

حمایت‌های جنبش سبز از پرشین‌بلاگ و بالعکس آن، بسیار محکم و جدی بود. به‌عنوان مثال در ۳ خرداد پرشین‌بلاگ اعلام کرد که دیدار اهالی وبلاگستان با سیدمحمدخاتمی، با هدف انعکاس دیدگاه‌های اهالی وبلاگستان برگزار می‌شود. در این دیدار، وبلاگ‌نویسان با محوریت پرشین‌بلاگ به‌صورت وبلاگی با او صحبت خواهند کرد. آن‌ها سوالات و نظرات خود را در بخش نظرات وبلاگ خاتمی قرار می‌دهند و خاتمی به آن‌ها پاسخ می‌دهد. محوریت این کار با پرشین‌بلاگ بود و پشتیبانی آن توسط ستاد اصلاح‌طلبان حامی موسوی و با همکاری گروه یاری، موج سوم، گروه ۸۸ بود. از طرف دیگر، فضای هماهنگی‌ها بین خود بلاگرها در شبکه اجتماعی فرندفید رخ می‌داد. در این شبکه بود که افراد با همدیگر هماهنگی می‌کردند و شبکه خودشان را شکل می‌دادند^۱.

بدین ترتیب بر بستر اینترنت، مجموعه رسانه‌هایی هماهنگ و متصل به هم در قالب‌های مختلف شکل گرفتند. نقطه عزیمت این رسانه‌ها شکل‌گیری وبلاگ‌نویسان مستقلی بود که نقش‌شان، حلقه اتصال بین طراحی و سیاست‌گذاری و عملیات بود.

۳-۴. عملیات در الگوی نرم‌افزاری رقیب در لایه رسانه‌ای موثر بر حوادث ۸۸

با اعلام نتایج انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری اسلامی ایران، وبلاگستان فارسی وارد فضای جدیدی شد. پیش از اعلام نتایج، درگیری‌ها وبلاگی در شبکه‌های محبوب اجتماعی همانند توئیتر، فرندفید و فیس‌بوک جنبه سرگرمی داشته و حامیان چهار کاندیدای مختلف با امید به انتخاب کاندیدای مورد علاقه‌شان، رقابت شدیدی در زمینه نظر و عقیده با یکدیگر تجربه می‌کردند.

وبلاگستان سبز در دو هفته اول با انعکاس اخبار تجمع‌ها، اعتراض‌ها و بیانیه‌ها، تقریباً به یک مرجع اصلی خبری تبدیل شده بود. وبلاگستان در شرایط سکوت خبرگزاری‌ها و

۱. گفتگو با حسن میثمی، فعال وبلاگ‌نویس و مدیر سایت وبلاگ‌نیوز.

سایت‌های خبری، از آن‌ها پیشی گرفت و جریان‌ساز اصلی موج اعتراض به سلامت انتخابات دهم شد.^۱

در چنین وضعیتی، رسانه‌های رقیب که خود یک برند رسانه‌ای جهانی حساب می‌شدند با برگزاری برنامه‌هایی تلاش داشتند تا مجموعه وبلاگ‌نویسان ایرانی هم‌سو با خود را پشتیبانی، تشویق و منسجم کنند. به‌عنوان مثال ۱۶ خرداد دویچه‌وله، رسانه حکومتی آلمان جوایز سالانه وبلاگ‌نویسی‌اش از وبلاگ‌نویسان سبز تقدیر کرد. در این مراسم فرناز سیفی، به نمایندگی از هیات داوران، جوایز برگزیدگان را اهدا کرد. در این مراسم، پگاه آهنگرانی هم حضور داشت و به نمایندگی از وبلاگ‌نویسانی که به هر دلیل نتوانستند در این همایش شرکت کنند، جوایز آن‌ها را دریافت کرد.

در تاریخ ۲۷ مهر هم رویترز تحت عنوان جایزه «محمد امین» به دلبر توکلی به نمایندگی از وبلاگ‌نویسان ایرانی هدیه داد.^۲ به‌نظر می‌آید که جریان رقیب توانسته بود به‌خوبی بین وبلاگ‌نویسان، تعدادی از چهره‌های معروف و مردم‌پسند و رسانه‌های خارجی ارتباط خوب و منسجمی ایجاد کند.

در این میان، دو سایت قلم و کلمه به‌عنوان رسانه‌های مستقیم موسوی فعالیت می‌کردند. آن‌ها نقش تولید اولیه و محتوای سیاست‌گذارانه را داشتند. انتشار بیانیه‌ها، اخبار مرتبط و تحلیل‌های این سایت‌ها از آنجا که مستقیم به خود ستاد وصل می‌شد و یا منبع دست اول کنش‌ها و واکنش‌های موسوی به‌حساب می‌آمدند، مرجع مهمی برای وبلاگ‌نویسان و البته رسانه‌های خبری در جهت ساختن افکار عمومی بودند.

سایت‌هایی مانند روز آنلاین، گویانیوز و... هم در جهت تکمیل تولید اولیه و تبلیغ محتواهای موردنظر فعالیت می‌کردند. این سایت‌ها نقش مکمل برای تولیدات اولیه را ایفا می‌کردند. بالاترین از سایت‌هایی بود که از الگوی تعاملی بهره می‌برد و به شیوه‌های مختلف حمایت خود را از تظاهرات‌کنندگان معترض به نتایج انتخابات ریاست جمهوری دهم اعلام می‌کرد.

۱. گفتگو با حسن میثمی، فعال شبکه‌های اجتماعی، مدیر وبلاگ‌نیوز.

۲. <http://weblognews.ir/news/479>.

۱-۳-۴. توییتر و فیس‌بوک

با ظهور اتفاقاتی که بعد از انتخابات ۸۸ افتاد، بلاگرها به دلیل امکاناتی که شبکه‌های اجتماعی به آن‌ها می‌دادند؛ به این شبکه‌ها روی آوردند. این شبکه‌ها می‌توانستند معترضین را به یکدیگر متصل و شبکه کنند؛ موج‌های رسانه‌ای و خبری با هشتگ‌ها، بسازند و همچنین فرصت تعامل با دیگر رسانه‌ها و کنشگران غربی در آن محیط را برای‌شان فراهم کنند. در جریان اعتراضات ۸۸، اکانت‌ها تلاش داشتند بتوانند اعتراضات خیابانی را با مبارزات کلامی هماهنگ کنند و در این میان توییتر و فیس‌بوک نقش بسیار مهمی داشتند.

توییتر، چنان نقش مهمی را در حوادث تهران ایفا می‌کرد که هیلاری کلinton یک‌بار به‌صورت مستقیم در ماجرای تعطیلی موقت آن دخالت کرد و مانع از تعطیلی آن شد. ناسی اسنو، استادیار فلسفه و دیپلماسی عمومی در دانشگاه سیراکوس، در مقاله‌ای در سال ۲۰۱۰ درباره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر جنبش سبز در ایران می‌نویسد: «انتخابات ریاست جمهوری در ایران در ژوئن ۲۰۰۹ توسط آنچه که انقلاب توییتر نام گرفت، به‌صورت مستمر بازنمایی می‌شد. کاربران توییتر در ایران که در استفاده از وبلاگ و فرستادن اس.ام.اس توسط تلفن همراه با محدودیت‌های فراوانی از سوی دولت مواجه شده بودند، توانستند به وسیله توییتر، محدودیت‌های ایجادشده را دور بزنند». فیس‌بوک نیز به‌عنوان یک شبکه اجتماعی برای کاربران ایرانی اهمیت ویژه‌ای داشت؛ تا جایی که گروه‌های مختلفی از مردم، بخشی از فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی خود را از طریق این شبکه سازماندهی می‌کنند.^۱

این ارتباط و اتصال آنقدر اهمیت داشت که شکوری‌راد در گفت‌وگو با بی‌بی‌سی به معترضین این گونه می‌گوید: «آنچه باعث به‌وجود آمدن حماسه راهپیمایی ۲۵ خرداد شد، وجود همین شبکه‌های اجتماعی بود. چون این برای همه غیرمنتظره بود؛ حتی برای ما و

۱. استفاده از فیس‌بوک را برای بازنمایی وقایع پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۹؛

<http://www.bbc.co.uk/persian/blogs>

حتی برای میرحسین موسوی و حتی برای دیگران این همه جمعیتی که آمدند، غیرمنتظره بود. بنابراین، واقعیتی وجود دارد. ولی درحقیقت، مهندس موسوی، راه‌کاری را ارائه می‌کند که تقویت این شبکه اجتماعی است که منجر به روز ۲۵ خرداد شد... آقای مهندس موسوی تأکید می‌کند به این هسته‌ها و می‌گوید؛ این هسته‌ها، باید تقویت شوند و باید بیشتر همدیگر را ببینند...^۱.

بنابراین، توییتر و فیس‌بوک توانستند افراد را به یکدیگر متصل کنند. فعالیت‌های اعتراض‌آمیز را سازماندهی کنند و در اطلاع‌رسانی روند رویدادها نقش آفرینی کنند.

۲-۳-۴. بی‌بی‌سی

جدا از فعالیت سایت و خبرنگاران بی‌بی‌سی در فضای مجازی، کانال ماهواره‌ای بی‌بی‌سی هم برنامه‌هایی برای حمایت از فعالین فضای مجازی داشت. در برنامه روزانه «نوبت شما» - که پربازدید هم بود - به تحلیل محتوای وبلاگ‌های فارسی و ارتباط‌گیری با آن‌ها می‌پرداخت. در نوبت شما هر روز یک موضوع محور قرار می‌گرفت و در آن ۳ الی ۶ وبلاگ مورد یک بحث ۱۵ دقیقه‌ای قرار می‌گرفت. برجسته‌سازی وبلاگ‌نویسان و کمک به دیده‌شدن آنان از اقداماتی بود که هم نقش پشتیبانی وبلاگ‌نویسان را داشت و هم به تولید محتوا برای بی‌بی‌سی کمک می‌کرد.

۳-۳-۴. زیرساخت‌سازی رقیب برای پشتیبانی لایه رسانه‌ای موثر بر حوادث ۸۸

«رائول مای گرشت» - افسر سازمان سیا در بنیاد دفاع از دموکراسی آمریکا - چند روز پس از انتخابات سال ۸۸ در مصاحبه با نیویورک‌تایمز می‌گوید: معترضان ایرانی به‌صورت مداوم از واشنگتن درخواست کمک کردند، به‌ویژه در زمینه ارتباطات ماهواره‌ای و دستگاه‌های چند رسانه‌ای و آمریکا تلاش زیادی برای تدارک این امکانات انجام داد.

۱. علی شکوری‌راد عضو شورای مرکزی حزب مشارکت تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی ۸۸/۶/۱۴

در این بازه زمانی «Web 2» به عنوان نسل جدید فعالیت در محیط اینترنت نقش موثری در محوریت قرار گرفتن این تکنولوژی در فتنه سال ۸۸ یافت و کلیت ماجراها مبتنی بر فضا و اقتضانات وب ۲ شکل گرفت.^۱ در این برهه از زمان، تامین زیرساخت وب دو حداقل در چهار زمینه توانست معترضین را تبدیل به شهروند خبرنگار کند و قدرت اغتشاشات خیابانی را بالاتر ببرد.

زیرساخت، تقویت شبکه‌های اجتماعی مانند، تویتر، حذف خدمات فنی از کاربران ایرانی یا رسانه‌هایی که برخلاف سیاست‌های مورد نظر فعالیت می‌کردند، ساختن فیلترشکن‌ها، ارایه ترجمه‌های هم‌زمان، هک و نفوذ بر رسانه‌های جبهه انقلاب، حذف صفحات رسانه‌ها و اکانت‌های انقلابی از دیگر کدهای محوری سخت‌افزاری فعالیت‌های رقیب در لایه رسانه‌ای می‌باشد که به دلیل اختصار تنها به بیان کد محوری آن اکتفا شده است.

۴-۴. اقدامات جبهه انقلاب اسلامی در لایه رسانه‌ای موثر بر حوادث ۸۸

در این بخش از اسناد و مصاحبه‌های گوناگونی استفاده شده است. مولفه‌های مشترک این اسناد و مصاحبه‌ها در کدهای باز دسته‌بندی شده و سپس شباهت‌های مفهومی این کدها دسته‌بندی جدیدی از کدهای محوری را نمایان ساخته است که در ادامه به توضیح آنها پرداخته می‌شود.

جبهه انقلاب با صحنه‌ای مواجه شد که چندان برای آن آمادگی نداشت. در حوزه محتوایی - هرچه بود - به صورت خودجوش شکل گرفته بود. به همین دلیل ابتدا رفتارهایش در حوزه سخت‌افزاری بروز کرد. بعد از آن بود که با محور قراردادن راهبرد افسر جنگ نرم خود را بازسازی کرد و در حوزه نرم‌افزاری شروع به تولید محصول و محتوا کرد.

۱. جیمز.جی. کارافانو، چگونه شبکه‌های اجتماعی به تظاهرات ایران شکل دادند؟ موسسه تحقیقاتی هریتیج
<http://www.heritage.org/research/reports/07/2009/all-a-twitter-how-social-networking-shaped-irans-election-protests>.

۱-۴-۴. اقدامات سخت‌افزاری جبهه انقلاب

۱-۴-۱-۱. اختلال در دسترسی

ایجاد اختلال برای دسترسی به اینترنت از اولین اقداماتی بود که در مواجهه با فتنه ۸۸ صورت گرفت. اختلال در سرعت اینترنت، قطع سرویس ایمیل از جمله این کارها بود. مهم‌ترین فعالیت این کار، فیلترینگ برخی سایت‌ها از جمله توییتر، فیس‌بوک، یوتیوب بود.

۲-۴-۱-۲. قانون‌مند کردن فعالیت

به‌عنوان نمونه دولت، تمامی وبلاگ‌نویسان را مکلف به ثبت وبلاگ‌ها و وبسایت‌های‌شان در وزارت فرهنگ و ارشاد کرد.

۳-۴-۱-۳. اقدامات هکری و ضد هک

بسیاری از رسانه‌های موسوم به جنبش سبز که به پوشش‌دهی اخبار و اقدامات این افراد می‌پرداختند، از دسترس کاربران - دست کم به صورت موقتی - خارج شده و برخی نیز به صورت کامل هک شدند. «وبلاگ نیوز» این گونه گزارش داد که این سایت‌ها و وبلاگ‌ها که عمدتاً فیلتر نیز بوده‌اند، برخی با هک و برخی دیگر با اختلال در سرویس سایت میزبان روبه‌رو شده‌اند.^۱

۴-۴-۱-۴. اقدامات امنیتی

نیروهای امنیتی، حوالی ساعت ۳ بعدازظهر ۲۲ خرداد، پس از کشف مرکز تولید خبرهایی در ساختمانی در قیطریه تهران که خط تبلیغی قلب را دنبال می‌کرد و برای سایت‌ها ارسال می‌کرد، با حکم دادستانی به آنجا مراجعه کردند. ورود به ساختمان با مقاومت افراد درون آن با مشکل مواجه می‌شود و البته آن ورود هم توسط فردی به نام وحید آنلاین به صورت مستقیم بر روی بستر اینترنت پخش می‌شود. وی بعدها یکی از

1. <http://weblognews.ir/news/>

فعالین موثر در حوزه شبکه‌های اجتماعی می‌شود. در این ساختمان، تجهیزات تولید و ارسال خبر تصویری برای شبکه‌های ماهواره‌ای نیز کشف می‌شود (ایرنا، ۲۲ خرداد).

۲-۴-۴. اقدامات نرم‌افزاری جبهه انقلاب

۱-۲-۴-۴. ظهور پدیده افسر جنگ نرم

فعال شدن وب‌لاگ‌نویسان مذهبی از اتفاقات مهم این دوره از انتخابات بود. انتشار لوگوهای سه‌گوش تبلیغی، اعلام حمایت از کاندیدای مطلوب، برگزاری همایش یا بازی‌های وبلاگی از دیگر اقدامات انتخاباتی وب‌لاگ‌نویسان محسوب می‌شد.^۱ این اقدامات به صورت پراکنده صورت می‌گرفت تا اینکه در تاریخ ۴ شهریور در دیدار دانشجویان با رهبر انقلاب، ایشان الگوی افسر جنگ نرم را مطرح کردند. افسر جنگ نرم، کلیدواژه‌ای بود که فعالیت‌های پراکنده را که رفته‌رفته متمرکز می‌شد، هویت بخشید. به‌عنوان مثال، گروه‌هایی پراکنده اما فعال در مجموعه آوینی در شهرک غرب دور هم جمع شده بودند و فعالیت‌های‌شان را متمرکزانه دنبال می‌کردند.

۵. کدگذاری گزینشی

پس از انجام کدگذاری باز و کدگذاری محوری در مرحله قبل، در این مرحله، مفاهیم مشابه و همجنس از نظر معنایی در قالب مقولات عمده طبقه‌بندی شده‌اند. این مقولات از سطح بالاتری از انتزاع برخوردارند و دومین مرحله در جهت «رویش نظریه» هستند. در مرحله سوم با شناختی که از فعالیت‌ها به دست آمد، وارد مرحله کدگذاری گزینشی می‌شویم. در این مرحله توقع می‌رود مفاهیم نظری در تقابل رسانه‌ای انقلاب اسلامی با رسانه‌های رقیب با محوریت فضای مجازی درباره محوریت حوادث ۸۸ به دست آیند.

۱-۵-۵. مفهوم نظری اول: ظهور جامعه شبکه‌ای بر بستر وب ۲

یکی از آن چیزهایی که از دل حوادث سال ۸۸ بیرون آمد؛ نضج جامعه شبکه‌ای مبتنی

1. <http://weblognews.ir/news/5734>.

بر وب بود. در قضایای سال ۸۸، پایه اصلی حرکتی معترضین بر محور وب و تمرکز بر روی شبکه‌های اجتماعی بود. این امکان اولاً، از نظر زیرساختی فراهم شده بود. حضور سرویس‌دهنده‌هایی مانند توییتر و فیس‌بوک که در طول اعتراضات خود را توسعه می‌دادند، بستر خوبی برای ایجاد فعالیت ایجاد کرده بودند. ثانیاً، افراد و شهروندان به کاربران فعال فضای مجازی تبدیل شدند که در وب ۲ مشارکت فعال داشتند و خود تولیدکننده محتوا بودند. حلقه اولیه این کار در محیط وبلاگستان در سال‌های پیش شکل گرفته بود و در توییتر قدرت‌نمایی‌اش بروز کرد. از طرف دیگر هم با هویت‌گیری افسر جنگ نرم، جریان انقلاب اسلامی برای خود هویت جدیدی هرچند دیر در سپهر مجازی یافت. نقش شبکه‌های اجتماعی در دو جنبه بسیار برجسته بود: یکی در سازمان‌دهی و حفظ اتصال معترضین و دیگری در پیش‌بردن گفت‌وگو مطلوب خود؛ جامعه‌ای که به تعبیر کاستلز دارای چهار ویژگی بود:

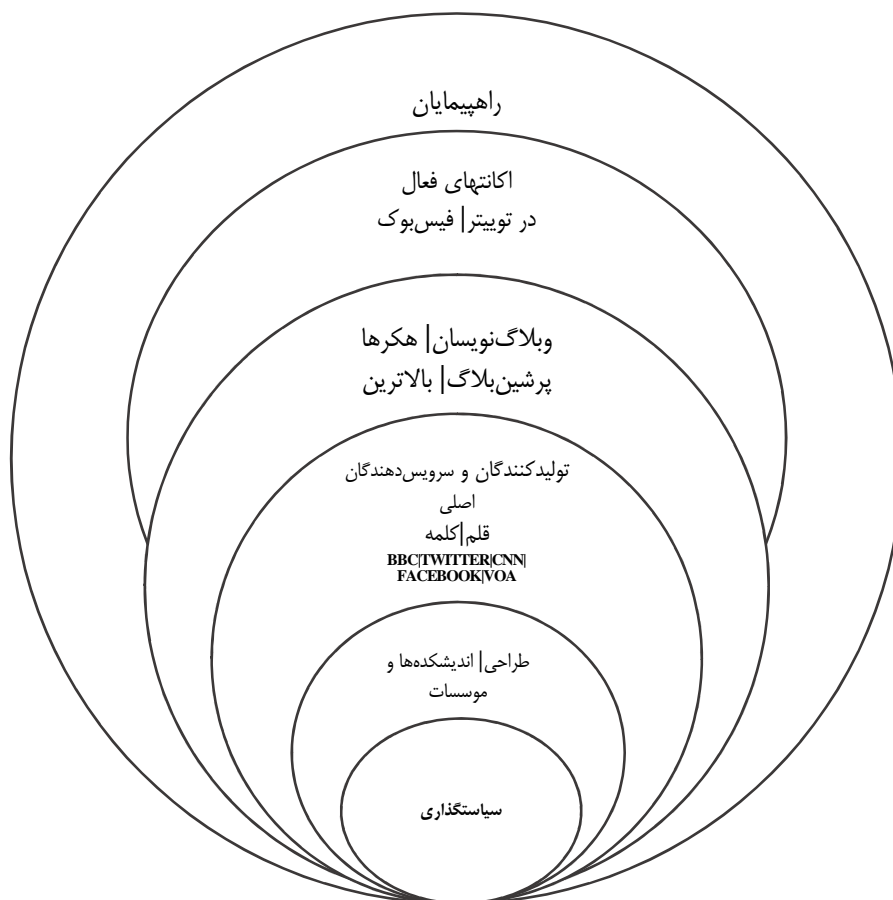
۱. بی‌نیاز از مرکز فرماندهی بود. روابط در این مدل، افقی بود. به همین دلیل، شبکه را از مرکز کنترل و فرماندهی بی‌نیاز کرد؛ به نحوی که واحدهای پیام می‌توانستند مسیر خود را در طول شبکه پیدا کنند و در هر بخشی از شبکه، قابل تبدیل دوباره به پیامی منسجم باشند. غیررسمی بودن، جهت‌دهی شخصی ارتباطات، ویژگی شبکه است (کاستلز، ۱۳۹۳: صص ۴۰۲ و ۴۱۵)؛
۲. ارتباطی فراملی برقرار کرد و توانایی کنترل آن توسط حاکمیت بسیار کم بود. تنها راه کنترل شبکه واردنشدن به آن است (همان: ص ۴۰۸)؛
۳. خلاقیت این شبکه به گونه‌ای است که بخش اعظم فرایند ارتباطات، تا حد زیادی خودجوش، سازمان‌نیافته و اهداف و اعضای آن متنوع است (همان: ص ۴۱۲)؛
۴. دسترسی گسترده عموم به شبکه امکان‌پذیر بود (همان: ص ۴۱۳).

۲-۵. مفهوم نظری دوم: اتصال رسانه‌های فراملی و شکل‌گیری فضای خودمختاری

در فضای مجازی اولاً، به دلیل اینکه به جز متن، عناصری؛ همچون: عکس و ویدئو سازنده محتواها هستند، زبان نقش اولی ندارد. ثانیاً، اینکه خدمات ترجمه

سرویس‌دهنده‌هایی مانند گوگل برای تویتری که متن‌های کوتاه می‌خواست بسیار کمک می‌کرد تا زبان نتواند مشکلی بین مخاطبان ایجاد کند. از طرف دیگر، بستر مجازی توانست با بلوکه کردن خود مخاطبان را در اختیار بگیرد. در واقع، رسانه‌های فراملی پیام‌هایی را خارج از شبکه حکومت به درون این جامعه ارسال می‌دارند. به تعبیر نای، در این دوره مناسبات فراملی، میدانی برای بازیگران غیردولتی شده است و آنان اکنون در این عرصه حضوری چشمگیر دارند» (نای، ۱۳۹۲: ص ۱۷). در این محیط است که شبکه‌های بی‌پایان ارتباطی فراملی برای تقویت همدیگر به یکدیگر متصل می‌شوند. آنچه که از تجربه رُخدادهای ۸۸ برمی‌آید، این است که مبتنی بر اینترنت جنبش‌های جدیدی به وجود آمده است که اولاً روابط قدرت در این ساختار اجتماعی معین بر مبنای چارچوب‌بندی‌های فضایی و زمانی متفاوتی شکل گرفته است. این چارچوب‌بندی‌های فضایی و زمانی اساساً دیگر فقط در سطح ملی جایی ندارند، بلکه به‌طور هم‌زمان در سطوح ملی و جهانی عمل می‌کنند. در این ساختار جدید، مرزها تغییر می‌کنند و نقش مرزهای جغرافیایی روزبه‌روز کم‌رنگ‌تر می‌شود. ثانیاً اینترنت «موجب شده تا با متصل شدن افراد به یکدیگر و پخش ویروسی تصاویر و افکار، جنبش‌ها از طریق سرایت گسترش پیدا کنند. آن‌ها در اشکال مختلف شبکه‌ای هستند. شکل شبکه‌بندی چندوجهی است. این جنبش‌ها در حالی از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی آغاز می‌شوند؛ تنها با اشغال فضای شهری تبدیل به جنبش می‌شوند. فضای جنبش همیشه از تعامل بین فضای جریان‌ها در اینترنت و شبکه‌ها ارتباطی بی‌سیم از یک سو و فضای مکان‌های اشغال‌شده و ساختمان‌های نمادین هدف‌گیری شده توسط کنش‌های جنبش از سوی دیگر ساخته می‌شود. این پیوند فضای سایبر و فضای شهری فضای سومی می‌سازد که من آن را فضای خودمختاری می‌نامم» (کاستلز، ۱۳۹۳: صص ۱۰ و ۱۵). این فضای خودمختاری، همان شکل فضایی جدید جنبش‌های اجتماعی شبکه‌ای شده است.

می‌توان ابعاد گوناگون لایه رسانه‌ای رقیب در حوادث ۸۸ را با این الگو در دیاگرام زیر دسته‌بندی کرد:



۶. نتیجه‌گیری (استنتاج مدل و رویش نظریه)

حوادث سال ۸۸، آغازی بر گستره شدن سپهر مجازی بر جغرافیای ایران بود. در این دوره افراد تبدیل به اکانت‌ها شدند. سایت‌ها و خبرگزاری‌ها تبدیل به میکرو بلاگ‌هایی؛ مانند توئیتر شدند. جریان رقیب، توانسته بود در این دوره با لایه‌بندی کردن اقداماتش، قدرت تهاجم خود را بالا ببرد. سطح اول این لایه‌بندی، در حوزه تامین و طراحی محتوا صورت می‌گرفت.

سطح دوم آن، آماده‌سازی بود که خود دو نوع بود: نوع اول، آماده‌سازی محیط با فراهم کردن زیرساخت مناسب بود و نوع دوم، آموزش فعالین بالقوه در این سپهر بود. لایه

سوم، تولید محتوا و کنش و واکنش فعالانه نسبت به رخدادها بود. این کار بر ادبیات‌سازی و جهت‌دهی به ذهن مخاطبین تاثیر می‌گذاشت. در ضمن، فعالیت این رسانه‌ها، قدرت میکروبلانگرها را افزایش می‌داد. لایه چهارم، عملیات‌های فنی تهاجمی مانند: عملیات هک، تولید فیلترشکن و... بود. این آرایش توانست در برهه‌ای از زمان بلوک‌بندی جدیدی برای ارسال پیام به مخاطب ایجاد کند و از طرف دیگر، با اتصال افراد به یکدیگر در قالب اکانت، شبکه خود را شکل دهد و فضای خودمختاری را برای رقیب فراهم سازد. این همان چیزی بود که میرحسین موسوی در بیانیه بعد از اتفاقات عاشورای ۸۸ به آن اشاره کرد: «یک‌بار دیگر، مردمی خداجوی به صحنه آمدند و نشان دادند که شبکه‌های وسیع اجتماعی و مدنی در طول انتخابات و بعد از آن به صورت خودجوش شکل گرفته است؛ منتظر اطلاعیه و بیانیه نمی‌مانند»^۱.

از طرف دیگر، جریان انقلاب اسلامی در مواجهه با این تجربه جدید، از آمادگی عملیاتی بالایی برخوردار نبود؛ هرچند الگوی افسر جنگ نرم در این دوره مطرح شد، اما اکثر توان این جبهه بر عملیات‌های سخت‌افزاری فنی مانند فیلترینگ سوار بود. با توجه به الگوی رسانه‌ای مبتنی بر اینترنت که قدرتش مبتنی بر دو مولفه: تولید محتوا و اتصال افراد در قالب اکانت و ساختن شبکه است، مجموعه گزاره‌های زیر استنتاج شده است:

مهم‌ترین مولفه موفقیت در شبکه، برقراری روابط طولانی‌مدت با اکانت‌هاست. این اتفاق سبب می‌شود تا با ساختن اعتماد، محیط سازنده‌ای برای تاثیرگذاری بر محیط واقعی با استفاده از سپهر فضای مجازی نیز فراهم شود. راه ارتباط دارای سه کنش مهم است که همه آن‌ها نیازمند تناسب نسبی با اطلاعات و روابط فرهنگی طولانی‌مدت و محتوای مناسب است. اولین و مهم‌ترین بُعد آن، «ارتباطات روزانه» است. در این ارتباطات، از حوزه مسائل شخصی و زندگی روزمره گرفته تا شرح و بسط شرایط داخلی و خارجی، تصمیمات سیاسی برای گره‌های ارتباطی است. در این بُعد از ارتباط‌گیری، باید آمادگی لازم برای مقابله با بحران‌ها و حملات احتمالی رقیب نیز باشد. قابلیت عکس‌العمل سریع،

۱. بیانیه ۱۷ موسوی، سایت کلمه، ۱۱دی.

به معنای این است که تحریکات و عکس‌العمل‌های منفی، سریع پاسخ داده شوند. بُعد دوم، ارتباطات استراتژیک است. بُعد سوم هم گسترش روابط دامنه‌دار و طولانی‌مدت با افراد کلیدی در نهادهای مناسب است (نای، ۱۳۸۷: ص ۱۹۴-۱۹۷). دعوت به همایش‌ها، نوشتن یادداشت‌های مشترک، ایجاد بورس‌های تحصیلی، معاملات، آموزش‌ها، دسترسی به کانال‌های رسانه‌ای و... از نمونه این اقدامات است. هر کدام از این سه بُعد می‌تواند نقش مهمی در ایجاد تصویر جذاب و دسترسی به نتایج مطلوب بازی کند.

کتاب‌نامه

۱. اتوتایل، ژناروید (۱۳۸۰)، اندیشه‌های ژئوپلیتیک در قرن بیستم، ترجمه: محمدحافظ‌نیا، تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
۲. اسپرینگر، توماس (۱۳۷۰)، فهم نظریه‌های سیاسی، ترجمه: فرهنگ رجایی، نشر آگه.
۳. استراوس، انسلم و جولیت کرین (۱۳۹۵)، مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه: ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
۴. افتخاری، اصغر (۱۳۹۱)، الگوی جنگ روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۵. بودون، ریموند (۱۳۷۰)، منطق اجتماعی (روش تحلیل مسایل اجتماعی): ترجمه: عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: سازمان انتشارات جاویدان.
۶. جلایی‌پور، حمیدرضا (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی جنبش‌های اجتماعی با تأکید بر جنبش اصلاحی دوم خرداد، تهران: طرح نو.
۷. جیمز جی، کارافانو (۲۰۰۹م)، پایگاه اینترنتی موسسه تحقیقاتی هریتیج
۸. خجسته، حسن (۱۳۸۹)، «عبور از میدان مین رسانه‌ای»، هفته‌نامه پنجره، ش ۶۷، ص ۱۴.
۹. دانیلین، لوزیک (۱۳۹۱)، نگرشی نو در تحلیل مسائل اجتماعی، ترجمه: سعید معیدفر، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۰. دلاپورتا، دوناتلا (۱۳۸۳)، مقدمه‌ای بر جنبش‌های اجتماعی، ترجمه: محمدتقی دل‌فروز، تهران: کویر.
۱۱. رهبر، عباسعلی (۱۳۹۲)، غرب و تجدید حیات اسلام، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۱۲. سیاح، امیر (۱۳۸۹)، حماسه تلخ، تهران: نشر جام‌جم.
۱۳. سیمپسون، کریستوفر (۱۳۹۳)، دانش ارتباطات و جنگ روانی، ترجمه: محمد معماریان، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

۱۴. عریضی، حمیدرضا و حجت‌اله فراهانی (۱۳۸۸)، «روش‌های پیشرفته پژوهش در علوم انسانی؛ رویکردی کاربردی»، اصفهان: جهاد دانشگاهی دانشگاه اصفهان، ۱۶ آبان.
۱۵. علی احمدی، علیرضا و وحیدسعید نهایی (۱۳۸۶)، توصیفی جامع از روش‌های تحقیق (پارادایم‌ها، استراتژی‌ها، طرح‌ها و رویکردهای کمی، کیفی و ترکیبی)، نشر: تولید دانش.
۱۶. فولادی، قاسم (۱۳۹۰)، واکاوی مدل رفتاری امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران، تهران: مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری‌های تحقیقاتی.
۱۷. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات ظهور جامعه شبکه‌ای، مترجم: علی پایا، تهران: انتشارات طرح نو.
۱۸. _____ (۱۳۹۳)، قدرت و ارتباطات، مترجم: حسین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۱۹. کاوه، محمد (۱۳۹۱)، آسیب‌شناسی بیماری‌های اجتماعی، ج ۱، تهران: نشر جامعه‌شناسان.
۲۰. گیل آبادی، شهرام (۱۳۹۲)، عصر بی‌سرزمین، تهران: نگارش شرق.
۲۱. _____، جهان‌فرانو، تهران: نشر شهر.
۲۲. محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۰)، ایران در چهار کهنکشان ارتباطی؛ تهران: انتشارات سروش.
۲۳. منصوریان، یزدان (۱۳۸۵)، «گراند‌تئوری چیست و چه کاربردی دارد؟»، همایش چالش‌های علم اطلاعات، اصفهان: دانشگاه اصفهان.
۲۴. نای، جوزف (۱۳۸۷)، قدرت نرم، ترجمه: محسن ذوالفقاری، تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.
25. <http://www.heritage.org/research/reports/2009/07/all-a-twitter-how-social-networking-shaped-irans-election-protests>.
26. "The World of Webcraft: Using Networks against Shadow Finance," (with Gordon LaForge), *The Washington Quarterly* (Summer 2017).
27. "How to Succeed in the Networked World: A Grand Strategy for the Digital Age," 96 FOREIGN AFFAIRS (November/December 2016).
28. *A Regional Responsibility to Protect*, in *Lessons From Intervention in the 21st Century: Legality, Legitimacy, and Feasibility*, Global Policy e-book (David Held and Kyle McNally, eds. (2014).