

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۹/۱۲

نوع مقاله: پژوهشی

# بررسی نظریات کاربران فضای مجازی در خصوص اخبار منتشره در خبرگزاری‌های داخلی و خارجی فارسی‌زبان پیرامون پدیده «دختران خیابان انقلاب»

نوشته

محمد شهبازی سلطانی \*

ایمان خدابنده بایگی \*\*

## چکیده

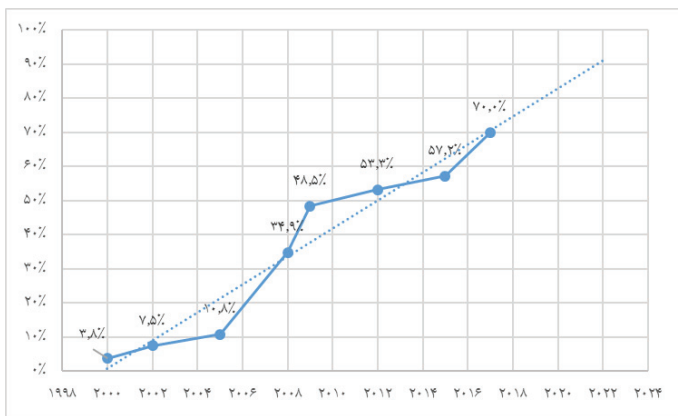
«دختران خیابان انقلاب» نام حرکتی اعتراضی است که در آن دختران و زنان به نشانه اعتراض به حجاب در ایران، با حرکتی نمادین روسری خود را در خیابان از سر برمی‌دارند. پژوهشگران تصمیم گرفتند تا نوع مواجهه مخاطبان، با این پدیده اجتماعی را بر اساس نظریاتی که خبرگزاری‌های مختلف در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند، بررسی کنند. در این راستا، نظر کاربران فضای مجازی نسبت به اخبار منتشرشده در خصوص رویداد رسانه‌ای دختران خیابان انقلاب، در زمستان سال ۱۳۹۶، انتخاب و تحلیل محتوای کیفی استقرایی آن در دستور کار قرار گرفت. برخی از یافته‌های این پژوهش، که ما را از نظر کاربران در زمینه رویداد دختران خیابان انقلاب مطلع می‌کند شامل عوامل بروز این اعتراض‌ها، عوامل مداخله‌گر در این اعتراض‌ها، نوع مواجهه حکومت با معترضان، کارکردها و کژکارکردهای موضوع اعتراض، رابطه حکومت و دین اسلام با معترضان و موضوع اعتراض، ویژگی‌های معترضان، وضعیت حکومت در هنگام اعتراض‌ها و در آینده و موارد دیگر است.

کلیدواژه: دختران خیابان انقلاب، کاربر، فضای مجازی، خبرگزاری، اعتراض.

## مقدمه و بیان مسئله

دختران خیابان انقلاب، در حقیقت نام پوششی است که پس از اعتراض نمادین “ویدا موحد” و پیوستن تنی چند از زنان ایرانی به این پوشش، شروع شد. اوایل دی ماه ۱۳۹۶، ویدا موحد با آویختن یک روسری سفید بر سر چوب این حرکت نمادین را آغاز کرد و با قوت گرفتن اعتراض‌های اقتصادی و معیشتی در دی ماه، رسانه‌ها آن را چندان پوشش ندادند. پس از فروکش کردن آن اعتراض‌ها، پوشش رسانه‌ای رویداد دختران خیابان انقلاب در خبرگزاری‌های داخلی و خارجی شدت گرفت.

شایان ذکر است در کشور ما، به دلیل اینکه مهم‌ترین رسانه عمومی آن، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، در پوشش این گونه وقایع بسیار منفعلانه و کند عمل می‌کند، نقش رسانه‌های حاضر بر بستر فضای مجازی، به ویژه خبرگزاری‌های داخلی و خارجی پررنگ‌تر و کلیدی‌تر است. میزان توجه کاربران به استفاده از فضای مجازی در ایران نیز گواه این ادعاست.



### نمودار ۱. نسبت کاربران فضای مجازی به جمعیت در ایران در فاصله سال‌های ۲۰۰۰-۲۰۱۷

پیش‌بینی وضعیت ایران در دسترسی به فضای مجازی در افق چشم‌انداز ۲۰۲۲ از مرزهای ۹۰ درصد عبور خواهد کرد (Internet World Stats, 2018). بدیهی است در عصر انقلاب و انفجار اطلاعات و ارتباطات، رسانه‌ها در آغاز، ادامه، تعیین سرنوشت و ساخت تصویر ذهنی مخاطب از یک رویداد، نقش کلیدی و انکارناپذیری دارند. افزون بر آنچه گفته شد، از یک طرف بنا به شرایط خاص کشور ما، جنگ رسانه‌ها و روایت‌ها بین نیروهای مختلف فعال در داخل و خارج کشور بسیار شدید است. از طرف دیگر، “حجاب” یکی از اصلی‌ترین عناصر دین اسلام و متمایزکننده‌ترین نشانه‌های هویتی مسلمانان است.

کنار هم گذاشتن سه نکته مذکور یعنی ویژگی کلی دوران کنونی، شرایط خاص حاکم بر کشور

و یکی از مهم‌ترین عناصر هویتی یک کشور، ما را به این نتیجه می‌رساند که حرکت اعتراضی دختران خیابان انقلاب یک پدیده بسیار مهم و منحصر به فرد است.

در چنین شرایطی، پژوهشگران معتقدند پیش شرط تصمیم‌گیری در زمینه چگونگی مواجهه و مقابله با این پدیده، شناخت واکنش مخاطبان به این رویداد است؛ بنابراین پژوهشگران تصمیم گرفتند تا نوع مواجهه مخاطب با این پدیده اجتماعی را بر اساس تحلیل رفتار کلامی مخاطبان در فضای مجازی که در خبرگزاری‌های مختلف به اشتراک می‌گذارند، بررسی کنند. بایستی به این موضوع اشاره کرد که استناد به اظهارات کاربران فضای مجازی همیشه با ریسک همراه است؛ چراکه از نظر ویژگی‌هایی مانند احراز هویت، سن، تحصیلات و ... جامعه‌ای همگن محسوب نمی‌شود. همچنین، رسانه‌های داخلی و خارجی که رویدادهای ایران را پوشش خبری می‌دهند بنا به قوانین، اقتضائات و حتی پشتوانه‌های مالی ممکن است نظریه‌های کاربران را، بدون جهت‌گیری منتشر نکنند؛ این گزاره مختص به رسانه‌های فعال در پوشش اخبار ایران نیست، تا آنجا که نوام چامسکی در کتاب فیلترهای خبری اشاره می‌کند که «مالکیت» و «منابع مالی» رسانه‌ها از مهم‌ترین عناصر تأثیرگذار بر عملکرد رسانه‌ها محسوب می‌شوند (چامسکی و ادوارد، ۱۳۹۱). افزون بر این، معمولاً کاربران فضای مجازی برای آگاهی از اخبار، به رسانه‌هایی رجوع می‌کنند که مطلوب و مورد اعتماد آنها باشد؛ بنابراین ایدئولوژی حاکم بر یک رسانه، با نظر کاربران در آن رسانه شباهت و سنخیت نسبی دارد. با توجه به این ملاحظه، پژوهشگران هنگام انتخاب نمونه تلاش کردند تا رسانه‌هایی با ایدئولوژی‌های متفاوت را برای پوشش حداکثری نظر کاربران مورد بررسی قرار دهند.

اما گذشته از این نکته‌ها، می‌توان گفت این راهکار، یکی از شیوه‌های ممکن و یا تنها راهکار عملیاتی و کارا در بررسی نظریه‌های کاربران، به‌عنوان برآیند افکار عمومی جامعه ایران است. در این راستا، نظریه‌های مخاطبان و کاربران فضای مجازی، نسبت به اخبار منتشرشده، در خصوص رویداد رسانه‌ای دختران خیابان انقلاب در سه‌ماهه آخر سال ۱۳۹۶، (زمستان ۱۳۹۶)، انتخاب و تحلیل محتوای کیفی استقرایی آن در دستور کار قرار گرفت.

## پژوهش‌های پیشین

بنا بر بررسی‌های انجام‌شده تا به امروز، پژوهشی با هدف و موضوع «بررسی نظریه‌های کاربران فضای مجازی در خصوص اخبار منتشرشده در خبرگزاری‌های داخلی و خارجی فارسی‌زبان پیرامون پدیده دختران خیابان انقلاب» انجام نشده است. با در نظر گرفتن این مطلب تلاش شده تا پژوهش‌های پیشینی که بیشترین شباهت را با این پژوهش دارند، در این بخش ذکر و بررسی شوند. رضا کریمی صالح (۱۳۹۵) در پایان‌نامه خود به «نحوه پوشش خبری وب‌سایت‌های فارسی شبکه‌های عربیه، صدای آمریکا و یورو نیوز در حمله نظامی عربستان به یمن» پرداخته است. نتایج پژوهش بیانگر این امر است که در پوشش اخبار و جهت‌گیری‌ها، تفاوت قابل ملاحظه‌ای

وجود ندارد؛ در حقیقت جهت‌گیری‌ها یک‌جانبه بوده است. هر سه تارنمای مورد بررسی در موضع‌گیری‌ها و انجام اقدام جانب‌دارانه در حمایت از عربستان، شبیه هم عمل کرده‌اند. هر سه تارنمای مورد بررسی، صفت‌های ارزشی را برای عربستان و صفت‌های غیر ارزشی را برای انصارالله یمن به کار برده‌اند. در بیشتر اخبار منتشرشده در آنها، به منابع اخبار اشاره نشده است. در نهایت باید گفت که بیشترین جهت‌گیری‌ها در تأیید اقدام عربستان علیه یمن بوده است. (کریمی صالح، ۱۳۹۵)

اسماعیل کرمی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود به "تحلیل محتوای وب‌سایت شبکه فارسی بی‌بی‌سی در مورد انتخابات دوره نهم مجلس شورای اسلامی" پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، بیشترین پوشش خبری در تارنمای بی‌بی‌سی، مربوط به دی‌ماه و اسفندماه سال ۹۰ بوده است که بیشتر مطالب آن به شخصیت‌های اصول‌گرا و موضوع‌هایی از قبیل شرایط و نحوه ثبت‌نام هر یک از کاندیداها، حوادث بعد از انتخابات ۸۸ و چالش‌های امنیتی آن و عدم شرکت اصلاح‌طلبان در انتخابات مجلس پرداخته است. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، این تارنما بیشتر مطالب خود را، با هدف اطلاع‌رسانی و کمتر از نیمی از آن را با هدف انتقادی مطرح کرده است. افزون بر این، محور بیشتر مطالب انتخاباتی تارنمای بی‌بی‌سی در مورد احزاب و گروه‌های خاص و حوادث انتخابات سال ۸۸ و کمتر از نیمی مربوط به انتخابات، به طور کلی بوده است. (کریمی، ۱۳۹۱)

علی کرم‌پور میرزا (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود به "چگونگی بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها: بررسی تطبیقی سایت بی‌بی‌سی فارسی و خبرگزاری ایرنا" پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، تفاوت معناداری بین تارنماهای مورد بررسی از نظر تحولات کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا وجود ندارد؛ یعنی تارنماهای ایرنا و بی‌بی‌سی فارسی رویدادهای مربوط به این کشورها را به یک نسبت پوشش خبری داده‌اند. بیشترین مطلب تارنمای ایرنا (۳۸/۹ درصد) و بی‌بی‌سی فارسی (۴۹/۶ درصد) مربوط به کشور لیبی است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که ۸۶/۵ درصد از مطالب تارنمای ایرنا به سبک خبر ارائه شده؛ در حالی که ۳۲/۶ درصد از مطالب تارنمای بی‌بی‌سی فارسی به سبک گزارش ارائه شده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، عنصر خبری برجسته‌شده در لید یا پاراگراف نخست مطلب، در تارنمای ایرنا مربوط به عنصر خبری "که" (۴۸/۳ درصد) است. در حالی که بیشترین مطلب ارائه شده در تارنمای بی‌بی‌سی فارسی مربوط به عنصر خبری "چه" (۴۲/۶ درصد) است. ارزش خبری برجسته‌شده در لید یا پاراگراف نخست مطلب در تارنمای ایرنا مربوط به "شهرت" (۵۲/۲ درصد) است و تارنمای بی‌بی‌سی فارسی در ارائه مطالب خود بیشتر از ارزش خبری "برخورد" (۴۸/۲ درصد) استفاده کرده است. از دیگر یافته‌های مهم تحقیق این است که هم تارنمای ایرنا (۵۹/۵ درصد) و هم تارنمای بی‌بی‌سی (۳۸/۳ درصد) در بیشتر مطالب خود، نسبت به دولت‌های مورد بررسی، جهت‌گیری

منفی داشته‌اند. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که تارنمای ایرنا در ۳۵/۲ درصد موارد و تارنمای بی‌بی‌سی فارسی هم در ۵۴/۶ درصد موارد، در ارائه مطالب مربوط به رویدادهای کشورهای مورد بررسی از قاب‌بندی خاصی استفاده نکرده‌اند. اصطلاح "بهار عربی" در تارنمای ایرنا هرگز به کار نرفته است. اصطلاح "خیزش مردمی" در تارنمای بی‌بی‌سی فارسی هرگز به کار نرفته است. (کرم‌پور میرزا، ۱۳۹۱)

علی توتونچی (۱۳۹۰) در پایان‌نامه خود به "تحلیل محتوای وب‌سایت‌های خبری سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی و پرس‌تی‌وی پیرامون اخبار مربوط به اسلام هراسی: مطالعه موردی اهانت به قرآن کریم در ۱۱ سپتامبر ۲۰۱۰" پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که آمریکا، ایران و افغانستان بیش از کشورهای دیگر منبع خبر بوده‌اند. ارزش‌های خبری برخوردار، اختلاف و درگیری به خاطر نوع خاص موضوع، بیش از همه مورد استفاده قرار گرفته‌اند. همچنین مقایسه جهت‌گیری دو تارنمای بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان، نشان داد بی‌بی‌سی در ۵۸ درصد موارد، جریان اسلام هراسی مورد نظر را حمایت کرده و ۵/۱۸ درصد نسبت به آن بی‌طرف بوده است؛ در حالی که سی‌ان‌ان در ۳۱/۷ درصد موارد این جریان را حمایت و ۲/۹ درصد با آن مخالفت کرده و در ۲۵ درصد موارد نسبت به جریان اسلام هراسی مورد نظر بی‌طرف بوده است. تارنمای پرس‌تی‌وی نیز، با آوردن بیانیه‌ها و اطلاعیه‌های گوناگون از چهره‌های سیاسی و مذهبی داخلی و خارجی، جهت‌نشان دادن مخالفت خود با این اقدام، بیشترین مطالبی را دارد، که این پروژه را سیاسی و علت انجام آن را اسلام‌ستیزی و پافشاری بر منافع غیرمنطقی خوانده است. از سوی دیگر سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی نقش اسلام با اتفاقات و حوادث ناگوار بین‌المللی را پررنگ کرده و آن را مروج تروریسم و مبارزه با صلح بین‌المللی دانسته‌اند. (توتونچی، ۱۳۹۰)

## مبانی نظری

### ۱. نظریه انگاره‌سازی

بدیهی است هنگامی که تلاش داریم تا مواجهه مخاطب با یک پدیده اجتماعی را، مانند پوشش دختران خیابان انقلاب، بر اساس تحلیل رفتار کلامی آنها در فضای مجازی شناسایی کنیم، بایستی درک درستی از مفهوم "انگاره" داشته باشیم؛ زیرا واکنش مخاطبان در قالب نظر، متأثر و معلول انگاره‌های ذهنی آنهاست.

تصاویری که از پدیده‌ها، موضوع‌ها، اشیا، شخصیت‌ها و رویدادهای محیط پیرامون خود در ذهن داریم مجموعه‌ای از انگاره‌ها را برای قضاوت، درباره تصاویر جدید در اختیار ما می‌گذارند و هرگونه قضاوت در مورد تصاویر و انگاره‌های جدید، ما را به انگاره‌های قدیم که در ذهن داریم ارجاع می‌دهند. در واقع ما همواره تصاویری را می‌بینیم، که از آن یک ذهنیت خارجی داریم؛

انسان با ذهن خالی قدرت تصویرسازی ندارد. اگر بخواهیم موضوعی را تحلیل و نقد کنیم، باید در مورد پیشینه آن یا مواردی شبیه آن اطلاعاتی داشته باشیم و اگر در مورد خود آن مجموعه و موضوع پیش‌زمینه و پیشینه نداشته باشیم، دست‌کم این است که تصاویرمان را با ذهنیت‌های مثالی و ساختگی آن می‌سازیم. (پستمن، ۱۳۸۶)

در بحث انگاره‌سازی به دو مفهوم اساسی می‌توان اشاره کرد:

### ۱.۱. مفهوم گزینشگری

این مفهوم در رشته ارتباطات بسیار مهم است. رسانه‌ها در هر حال و همیشه، خواسته یا ناخواسته مشغول تأکید بر یک مسئله یا تأکیدزدایی از آن هستند.

### ۱.۲. مفهوم تغییر شکل

برخی از مصرف‌کنندگان فکر می‌کنند که کنترل رسانه را در اختیار دارند؛ مانند معتادانی که فکر می‌کنند هر وقت بخواهند ترک می‌کنند، اما همین توهم بلای جان آنها می‌شود. این عادت و انگاره ابتدا مانند تارهای عنکبوت است، اما به تدریج به میله‌های ضخیم یک قفس تبدیل می‌شود؛ این همان مفهوم تغییر شکل است که کارشناسان رسانه نسبت به آن هشدار می‌دهند که مبادا وسیله به هدف تبدیل شود. پیشبرد سیاست خارجی در جهان معاصر بیش‌ازپیش، به میزان انگاره‌سازی‌های رسانه‌ای وابسته است. (شکرخواه، ۱۳۸۲: ۸۵-۱۸۰)

## ۲. نظریه استفاده و رضایت‌مندی

نظریه استفاده و رضایت‌مندی، به نقل از مک‌کوایل، ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند و بر آن است که ارزش‌ها، علایق و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم بر اساس این عوامل آنچه را که می‌خواهند ببینند و بشنوند، انتخاب می‌کنند.

فرض اصلی نظریه استفاده و رضایت‌مندی، به نقل از ویندال و همکاران، این است که افراد مخاطب، کم‌وبیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد.

رابین پنج فرض بنیادین نظریه استفاده و رضایت‌مندی را مشخص کرده است:

۱. مردم در استفاده از رسانه‌ها دارای هدف و انگیزه هستند. چنین رفتار هدفمندی برای آنها سودمند است و پیامدهایی برای خودشان و جامعه دارد.
۲. مردم برای برآورده ساختن نیازها یا امیال خود، از منابع و محتوای ارتباطی استفاده می‌کنند. استفاده از رسانه‌ها، به منظور کسب رضایت یا منفعت از جمله جست‌وجوی اطلاعات برای تقلیل شک و تردید و حل مسائل و مشکلات شخصی است.

۳. عوامل اجتماعی و روان‌شناختی، واسطه رفتار ارتباطی است. رفتار ارتباطی پاسخی به رسانه‌ها و میانجی وضعیت‌های اجتماعی و روان‌شناختی است مانند تعامل میان‌فردی، مقوله اجتماعی و شخصیت.

۴. بین رسانه‌ها و دیگر اشکال ارتباط، برای انتخاب، توجه و استفاده مخاطب رقابت وجود دارد. به عبارتی، بین اشکال ارتباط رسانه‌ای و ارتباط میان‌فردی، برای برآورده ساختن نیازها و خواسته‌ها رابطه وجود دارد.

۵. در روابط بین رسانه‌ها و افراد، معمولاً افراد در مقایسه با رسانه‌ها نفوذ و تأثیرگذاری بیشتری دارند.

مجموع نیازها و انگیزه‌های مخاطب را، به نقل از فیسک، در استفاده از رسانه‌ها، می‌توان در چهار مقوله اصلی جای داد:

۱. آگاهی و نظارت: مردم به منظور کسب اخبار و اطلاعات از دنیای پیرامون و نظارت بر محیط اجتماعی خویش، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند.

۲. روابط شخصی: مردم در فرایند ارتباط، رسانه‌ها را همراه و هم‌نشین خود تلقی می‌کنند و از محتوای رسانه‌ای برای ارتباط و گفت‌وگو با دیگران استفاده می‌کنند.

۳. هویت شخصی: مردم از رسانه‌ها برای کسب خودآگاهی، یافتن الگوهای رفتاری و تقویت ارزش‌های شخصی استفاده می‌کنند.

۴. سرگرمی و گریز از واقعیت: مردم از رسانه‌ها برای سرگرم شدن و گریز از مشکلات زندگی روزمره و تخلیه عاطفی استفاده می‌کنند. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۷۸-۷۶)

نظریه استفاده و رضایت‌مندی این فهم را برای ما می‌دهد که در زمینه پوشش رسانه‌ای حرکت اعتراضی دختران خیابان انقلاب، کاربران فضای مجازی با توجه به علایق خود فعالانه به دنبال رسانه‌ای رفته‌اند که بیشترین میزان رضایت را برای آنها فراهم کند.

### ۳. نظریه مقاومت مصرف‌کننده

فیسک، به نقل از کاندیت، معتقد است همه متون چندمعنایی هستند؛ یعنی قادرند حامل معناهای چندگانه باشند. ماهیت چندمعنایی متون به مخاطبان امکان می‌دهد تا طیف وسیع و متنوعی از رمزگشایی‌ها را بسازند؛ از این رو، مانع از آن می‌شود که رسانه‌ها بی‌چون و چرا بر آنان مسلط شوند. فیسک کانون چالش و کشمکش، بین فرادستان و فرودستان را، در جوامع سرمایه‌داری، مبارزه بر سر "معنا" می‌داند؛ مبارزه‌ای که در آن طبقات حاکم تلاش می‌کنند معانی تأمین‌کننده منافع خود را به صورت "شعور متعارف" جامعه، به طور کلی طبیعی جلوه دهند، در حالی که طبقات فرودست در مقابل این روند به روش‌ها و میزان متفاوتی مقاومت می‌کنند و می‌کوشند تا معانی‌ای به وجود آورند که در خدمت منافع خودشان باشد. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۲۵۹)

نظریهٔ "مقاومت مصرف‌کننده" و نظریهٔ "دریافت" ما را به این نتیجه می‌رساند که کاربران رسانه‌ها و بسترهای رسانه‌ای مختلف، اجباری برای پذیرش روایت این رسانه‌ها از رویداد دختران خیابان انقلاب ندارند و می‌توانند معنی‌سازی خاص خود را داشته باشند. به همین دلیل در برخی مواقع، نظر کاربران در ذیل یک مطلب در خبرگزاری‌های داخلی و خارجی مخالف و متقارنانه است.

#### ۴. نظریهٔ دریافت

بر اساس نظریهٔ دریافت، به نقل از مک‌کوایل، پیام‌های رسانه‌ای باز یا گشوده است، بدین معنا که می‌تواند معانی مختلفی داشته باشد؛ لذا این دریافت‌کنندگان پیام هستند که با توجه به متن پیام و زمینه‌های فرهنگی خویش دست به تعبیر و تفسیر پیام می‌زنند. در الگوی هال، ارتباط‌گر پیام را بر اساس اهداف ایدئولوژیک و منافع خود رمزگذاری می‌کند، ولی دریافت‌کننده، که در فرایند ارتباط نقش رمزگشا را بازی می‌کند، اجباری در پذیرش پیام دریافت شده ندارد و در برابر معانی ایدئولوژیک پیام مقاومت و آن را در چارچوب دیدگاه‌ها و تجربیات خود تحلیل و ارزیابی می‌کند.

مک‌کوایل در تحلیل دریافت، بر نقش تعیین‌کنندهٔ خواننده در فرایند رمزگشایی متون رسانه‌ای تأکید می‌کند. این رویکرد پیوسته چهرهٔ انتقادی دارد و مدعی قدرت و توان مخاطبان، برای مقاومت در برابر معانی مسلط یا سلطه‌جویانهٔ رسانه‌ها و سست کردن آنهاست. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۳۳-۲۳۲)

#### ۵. نظریهٔ ساخت اجتماعی واقعیت (برساخت‌گرایی اجتماعی)

در راستای درک نظرهای مخاطبان در ذیل موضوع دختران خیابان انقلاب بایستی به نظریهٔ ساخت اجتماعی واقعیت (برساخت‌گرایی اجتماعی) توجه داشته باشیم. نظریهٔ ساخت اجتماعی واقعیت، به نقل از بهرامی‌کمیل، تصور و درک مخاطب از دنیای پیرامون را حاصل ترکیب ساخت اجتماعی معنا و معنای حاصل از تجربهٔ شخصی یا به عبارتی، مذاکره و توافق علت و عاملیت، تحت عنوان برساخت‌گرایی اجتماعی می‌داند. به عبارت دیگر، نظرهای مخاطبان در بسترهای رسانه‌ای گوناگون در زمینهٔ موضوع حجاب، حاصل جمع بازنمایی‌های رسانه‌ای از موضوع حجاب و نظر شخصی مخاطبان دربارهٔ آن است.

برساخت‌گرایی در برابر اثبات‌گرایی به کار می‌رود. در این دیدگاه تنها واقعیت عینی و بیرونی نیست که شناخت ما را می‌سازد، بلکه ذهن ما نیز در ساختن جهان خارج نقش‌سازنده‌ای دارد. به نظر برساخت‌گرایان مفاهیم، جنبهٔ خاص تاریخی و فرهنگی خود را دارند و نتیجهٔ شرایط خاص زمانی و مکانی خود هستند. به نظر آنها، آنچه حقیقت نامیده می‌شود حاصل مشاهدهٔ عینی جهان نیست، بلکه زایندهٔ فراگردهای اجتماعی مستمر بین افراد است. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۸۳)



## ابعاد و ویژگی‌های رسانه‌های نوین و تعاملی

بسترهای رسانه‌ای مورد نظر در این پژوهش، بسترهای رسانه‌ای "نوین" و "تعاملی" نظیر پایگاه‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی هستند. به همین منظور و برای دستیابی به شناخت جامع و دقیق از نحوه عملکرد این بسترهای رسانه‌ای، بایستی ویژگی‌های رسانه‌های نوین و تعاملی را بررسی کنیم؛ شایان ذکر است که این دو نوع رسانه به میزان زیادی لازم و ملزوم یکدیگرند و به همین دلیل، ویژگی‌های آنها نیز با یکدیگر همپوشانی لفظی و معنوی دارند. در ابتدا، ویژگی‌های رسانه‌های نوین بیان می‌شود:

- **تعاملی بودن:** امکان پاسخ‌گویی یا نوآوری و خلاقیت به وسیله کاربر برای عرضه دیدگاه‌هایش به منبع یا فرستنده؛
- **حضور اجتماعی:** احساس ارتباط شخصی با دیگران که با استفاده از رسانه‌ها ایجاد می‌شود؛
- **غناي رسانه‌ای:** پیوند بین چارچوب‌های متفاوت ارجاع، تقلیل ابهام، فراهم کردن علائم و نشانه‌ها و ... به وسیله رسانه‌ها؛
- **بازیگوشی:** استفاده برای سرگرمی و لذت، علیه فواید و ابزاری بودن؛
- **خصوصی (خلوت) بودن:** استفاده از رسانه یا محتوای خاص؛
- **شخصی بودن:** شخصی و منحصر به فرد بودن محتوا و استفاده. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳)

پس از ذکر ویژگی‌های رسانه‌های نوین، خصیصه‌های رسانه‌های تعاملی از نظر می‌گذرد:

۱. سرعت بسیار بالا در انتقال اطلاعات؛
۲. امنیت انتقال داده‌ها توسط فیبرهای نوری نسبت به امواج هوایی؛
۳. هزینه بسیار کم برای ارتباط‌گران؛
۴. امکان تبدیل هر مخاطب به یک استودیوی پخش تلویزیونی؛
۵. امکان انتخاب گسترده و دسترسی به منابع وسیعی از اطلاعات، سرگرمی‌ها و خدمات ارتباطی به صورت اختصاصی؛
۶. امکان تجربه واقعیت‌های دور از دسترس با استفاده از فضای مجازی و فائق آمدن بر موانع زمان و مکان؛
۷. تمرکززدایی پخش اخبار و اطلاعات از منابع قدرت و امکان برقراری موقعیت‌های برابر برای تمام افراد جامعه؛
۸. تعامل بین فرهنگ‌ها (از طریق ارتباط دوسویه و مستقیم بین ارتباط‌گران)؛
۹. تنوع و انعطاف‌پذیری در انتخاب و نحوه نمایش برنامه‌ها و حتی هویت فردی افراد؛
۱۰. قابلیت ضبط و ثبت ارتباطات؛
۱۱. تقویت روحیه فردگرایی. (عابدی، ۱۳۸۹)

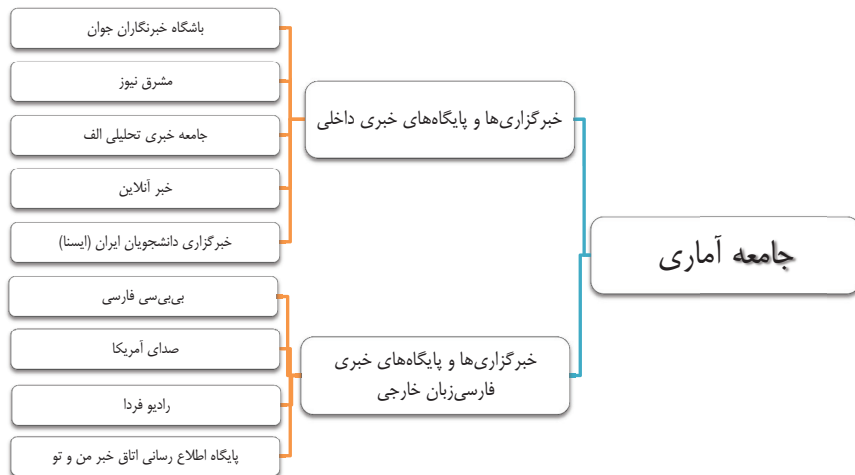
## روش پژوهش

در این پژوهش، برای نیل به هدف آن از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. روش تحلیل محتوای کیفی با دو رویکرد استقرایی و قیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ که در این پژوهش، رویکرد استقرایی برگزیده شد.

در این رویکرد، پژوهش بدون چارچوب نظری آغاز شده و به جای آنکه محقق به شمارش متغیرهای از پیش تعیین شده در چارچوب نظری اقدام کند، با رویکردی جز به کل، آغاز به شناسایی و استخراج مفاهیم مرتبط با هدف پژوهش و پس از آن طبقه‌بندی این مفاهیم در دل زیرمقوله‌ها و مقوله‌های اصلی می‌کند (Mayring, 2000). در این حالت محققان خودشان را بر امواج داده‌ها شناور می‌کنند تا شناختی بدیع برایشان حاصل شود. بنابراین از طریق استقرا، مقوله‌ها از داده‌ها ظهور می‌یابند. به طور اساسی تقلیل متن به اعداد، در تکنیک تحلیل محتوای کیفی، به دلیل از دست دادن اطلاعات ترکیبی و معنا، اغلب مورد انتقاد قرار گرفته است. تحلیل محتوای کیفی، در جایی که تحلیل کمی به محدودیت‌هایی می‌رسد، نمود پیدا می‌کند؛ بنابراین تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و زمینه‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته‌شده دانست. این تعریف بیان می‌کند که تحلیل محتوای کیفی به محققان اجازه می‌دهد اصالت و حقیقت داده‌ها را به گونه‌ای ذهنی، ولی با روشی علمی تفسیر کنند. عینیت نتایج، به وسیله وجود یک فرایند کدبندی نظام‌مند تضمین می‌شود. تحلیل محتوای کیفی، به فراسوی کلمه‌ها یا محتوای عینی متون می‌رود و تم‌ها یا الگوهایی را که آشکار و پنهان هستند، به صورت محتوای آشکار می‌آزماید. توانایی این روش، برای تفسیر معانی پنهان موجب شده است که محققان تحلیل محتوای کیفی را به عنوان روشی انعطاف‌پذیر، به‌ویژه برای داده‌های متنی در نظر بگیرند. (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۴۴ - ۱۵)

در این پژوهش، نظرهای مخاطبان و کاربران فضای مجازی نسبت به اخبار منتشرشده در خصوص رویداد رسانه‌ای دختران خیابان انقلاب، در سه‌ماهه آخر سال ۱۳۹۶ (زمستان ۱۳۹۶) انتخاب و بررسی اخبار مرتبط با آن در دستور کار قرار گرفت. جامعه آماری این نوشتار را از یک سو نظرهای کاربران در واکنش به اخبار منتشرشده در تارنماها و خبرگزاری‌های داخلی فعال در بستر فضای مجازی نظیر "خبرگزاری فارس"، "باشگاه خبرنگاران جوان"، "جامعه خبری تحلیلی الف"، "مشرق نیوز"، "خبر آنلاین" و "خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)" و از سوی دیگر اخبار منتشرشده در تارنماها و خبرگزاری‌های خارجی فعال در بستر فضای مجازی همانند "بی‌بی‌سی فارسی"، "صدای آمریکا"، "رادیو فردا" و "پایگاه اطلاع‌رسانی اتاق خبر من و تو" تشکیل می‌داد. در میان خبرگزاری‌های خارجی، نظرهای کاربران در تارنماهای بی‌بی‌سی فارسی و پایگاه اطلاع‌رسانی اتاق خبر من و تو یافت نشد؛ به همین دلیل برای بررسی نظرهای کاربران، به صفحه‌های رسمی اینستاگرام آنها رجوع شد. در مجموع تعداد نظرهای مورد بررسی در این پژوهش ۱۱۶۲ مورد بود

که تعداد ۷۸۹ مورد از آن مربوط به رسانه‌های داخلی و ۳۷۳ مورد آن مرتبط با نظرهای کاربران در خبرگزاری‌های خارجی بود.



شکل ۱. جامعه آماری پژوهش

برای تحلیل داده‌ها در این روش از دو سطح کدگذاری باز و محوری استفاده شد. با بررسی دقیق و خط‌به‌خط نظرهای کاربران و پس از چندین مرحله تجزیه و تحلیل و پالایش داده‌ها، یافته‌های این پژوهش در قالب ۱۲ مقوله استخراج شدند.

### یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش که نظرهای کاربران فضای مجازی در خصوص اخبار منتشر شده در زمینه رویداد دختران خیابان انقلاب است، شامل دو بخش کلی رسانه‌های داخلی و رسانه‌های خارجی می‌شود.

#### ۱. تحلیل محتوای کیفی نظرهای کاربران فضای مجازی در خصوص اخبار منتشر شده در رسانه‌های داخلی

پس از انتشار اخبار مرتبط با پدیده دختران خیابان انقلاب در خبرگزاری‌ها و تارنما‌های خبری داخلی، بحث‌های مختلفی از سوی کاربران پیرامون آن‌ها شکل گرفت. به‌طور مختصر، می‌توان بحث‌های شکل گرفته ذیل این اخبار را در عناوین "عوامل بروز این اعتراض‌ها"، "عوامل مداخله‌گر در این اعتراض‌ها"، "نوع مواجهه حکومت با معترضان"، "کارکردها و کژکاردهای موضوع اعتراض"، "توصیه معترضان به احترام و تبعیت از قوانین" و "تبیین رابطه حجاب و اجبار" خلاصه کرد.

## ۱.۱. عوامل بروز این اعتراض‌ها

**الف. عوامل فردی بروز اعتراض‌ها:** کاربران فضای مجازی و مخاطبان خبرگزاری‌های هدف، عوامل متعددی را به عنوان دلایل فردی اصلی اعتراض دختران خیابان انقلاب ذکر کرده‌اند. برخی از آنها سهم پررنگ‌تری نسبت به سایرین دارند. در این میان می‌توان به تسلط اندیشه و جهان‌بینی غربی بر افکار معترضان؛ انجام این اعمال بر اثر مصرف مواد مخدر؛ رفاه اقتصادی بالا؛ تن‌فروشی و ناپاکی معترضان؛ کسب شهرت و راهی برای اخذ تابعیت کشورها اشاره کرد. برخی از کاربران نیز در نظرهای خود ابراز داشتند که این کشف حجاب اسباب ترویج فساد و فحشا را در کشور فراهم می‌آورد.

**ب. عوامل محیطی بروز اعتراض‌ها:** برخی از کاربران فضای مجازی نیز بعضی عوامل محیطی را در بروز و ظهور این اعتراض‌ها دخیل دانسته‌اند. از این میان می‌توان به کم‌کاری فرهنگی و تنگ‌نظری و قوانین سخت‌گیرانه در این زمینه اشاره کرد. این عوامل همگی نشان‌دهنده ویژگی‌هایی در محیط است، که اسباب بروز چنین رفتاری را از فرد فراهم ساخته است.

## ۱.۲. عوامل مداخله‌گر در این اعتراض‌ها

**الف. نقش و جایگاه مسئولان در قبال این رفتارها:** یکی از مهم‌ترین بحث‌های شکل گرفته در نظرهای مخاطبان پیرامون نقش و جایگاه مسئولان و متولیان حکومتی در قبال این گونه مسائل و رفتارها بود. برخی کم‌کاری مسئولان را از عوامل اصلی بروز این رفتارها دانسته و نیز، نقش‌آفرینی آنان را در زمینه‌های فرهنگی کم‌رنگ قلمداد می‌کردند. گروه دیگری احتمال می‌دادند دسیسه مسئولان دولتی، در شکل‌گیری و جهت‌دهی به این اعتراض‌ها مؤثر باشد. بخش دیگری از مخاطبان نیز راه حل قانونی را، تنها راه برون‌رفت از این چالش‌ها می‌دانستند. به عبارت دیگر، این بخش از مخاطبان باور دارند که مسیر حل این چالش‌ها، تنها از مجلس می‌گذرد. بسیاری از کاربران نیز از رفتار متناقض مسئولان در قبال این پدیده‌ها و دیگر مشکلات سخن گفتند. برخی از کاربران هم این گونه مسائل را بی‌اهمیت دانسته و معتقد بودند که مردم دغدغه‌های بزرگ‌تری، به‌ویژه در حوزه اقتصاد دارند.

**ب. نقش مخالفان کشور، نظام و دین:** عده‌ای از کاربران، باور داشتند که در وقوع این گونه پدیده‌ها حتماً مخالفان کشور ایران، نظام جمهوری اسلامی و دین اسلام نقش دارند. این مخالفان می‌توانند هم در داخل کشور و هم در خارج از کشور، به خط‌دهی و جهت‌دهی افکار مردم و مسئولان و ایجاد فشارهای بین‌المللی علیه کشور اقدام کنند. از دیدگاه آنها این مخالفت‌ها پیشینه تاریخی و ریشه در تقابل ایدئولوژیک، میان اندیشه اسلامی و اندیشه غربی دارد. همچنین آنها معتقدند این پشتیبانی از سوی مخالفان در سطوح مختلفی صورت می‌گیرد. در این میان می‌توان از کشورها، سازمان‌های بین‌المللی و رسانه‌های خارجی به عنوان مهم‌ترین پایگاه‌های آنها نام برد، که هرکدام در سطحی مجزا و متفاوت قصد تحریک و تشویق دارند.

- **مخالفان داخلی:** برخی از مخاطبان، وجود مخالفان داخلی را در پشتیبانی و گسترش چنین اعتراض‌هایی مؤثر می‌دانستند. این گروه از کاربران باور دارند که این مخالفت‌ها ریشه در تفکر غربی و شکل ایرانی شده آن دارد؛ که از دیدگاه آنها تفکر اصلاح‌طلبی است. به عبارت دیگر، این افراد اصلاح‌طلبان را حامی مخالفان و معترضان داخلی این نظام و رسانه‌های متعلق به این جریان فکری را در گسترش اعتراض‌ها تأثیرگذار می‌دانستند.
- **مخالفان خارجی:** عده دیگری از کاربران و مخاطبان تأکید داشتند، این گونه رویدادها، که چهره‌ای منفی از ایران در جامعه جهانی تصویرسازی می‌کند، با پشتیبانی مخالفان خارجی در سه سطح کشورها، سازمان‌های بین‌المللی و رسانه‌های خارجی؛ به صورت هماهنگ و هم‌راستا صورت می‌پذیرد.
- **کشورها:** از جمله کشورهایی که از دیدگاه مخاطبان، دشمنان اسلام هستند و به پشتیبانی از این اعتراض‌ها می‌پردازند می‌توان از انگلستان و آمریکا نام برد؛ که با پشتیبانی تبلیغاتی و مالی از این جنبش‌ها و رهبران آنان حمایت می‌کنند.
- **سازمان‌های بین‌المللی:** برخی از کاربران معتقدند که سازمان‌های بین‌المللی هم، نیز در یک اقدام هماهنگ، به برجسته شدن این اخبار و تصویرسازی منفی از ایران با برچسب اقدام‌های ضد حقوق بشری دامن می‌زنند.
- **رسانه‌های خارجی:** برخی از کاربران نیز، معتقدند که رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان، در یک اقدام هماهنگ با دولت‌های حامی خود، برای جهت‌دهی افکار عمومی در ایران به سوی خواسته‌های دولت‌های متبوع خود گام برمی‌دارند. عمده رسانه‌های فارسی‌زبانی که در این میان نقش فعال داشتند و از دیدگاه کاربران به گسترش اعتراض‌ها می‌پرداختند عبارت از بی‌بی‌سی فارسی، صدای آمریکا و من و تو بودند.

### ۳.۱. نوع مواجهه حکومت با معترضان

برخی از نظریات کاربران، به نوع مواجهه حکومت با معترضان مرتبط بود. ایشان معتقد بودند که معترضان از طرف نهادهای حکومتی، همانند قوه قضائیه و نیروی انتظامی، با برخوردهای سخت روبه‌رو خواهند شد. از دیدگاه آنها، قوه قضائیه با نگاه رعایت قانون و نیروی انتظامی نیز به دلیل برهم زدن نظم عمومی و ترویج فساد و فحشا، با متخلفان برخورد می‌کند. از زاویه‌ای دیگر، برخی از کاربران فضای مجازی نیز بر لزوم "برخورد قاطع و جدی" با معترضان تأکید داشتند. ایشان معتقد بودند که نباید از احکام اسلامی عقب‌نشینی کرد و باید برخورد محکم و قاطعی با این افراد صورت بگیرد تا عبرت دیگر افراد هنجارشکن باشند.

### ۴.۱. کارکردها و کژکارکردهای موضوع اعتراض

برخی از کاربران، به تبادل نظر درباره نقش و جایگاه حجاب در امور اجتماعی پرداختند. عمده

- نقش‌های مورد نظر کاربران را می‌توان در دو دسته کارکردها و کژ کارکردها قرار داد.
- **کارکردها:** کارکردها از دیدگاه کاربران تأثیرها و نتایج مثبت حجاب را، در اجتماع شامل می‌شوند. از نگاه آنها حجاب عامل پاک‌دامنی جامعه، حافظ امنیت زنان و جلوگیری‌کننده از به خطر افتادن امنیت آنان و همچنین حافظ آزادی‌های دیگران است.
  - **کژکارکردها:** برخی از کاربران نیز معتقد بودند که حجاب بدین نحو، برخلاف تصور متشرعان و متولیان حکومتی، کژکارکردهایی با خود به همراه دارد. این افراد معتقد بودند حجاب مانع ترقی و تعالی زن می‌شود و همچنین این نحوه پوشش سبب یک اشتباه محاسباتی در دیدگاه عموم شده و در واقع حجاب تنها ملاک پاک‌دامنی نیست. همچنین ایشان معتقدند که قانون حجاب عامل بروز تبعیض‌های فراوانی، در امور اجتماعی برای زنان بوده است.

#### ۵. ۱. توصیه معترضان به احترام و تبعیت از قوانین

یکی از نقاط تمرکز کاربران فضای مجازی، در بحث‌های صورت گرفته پیرامون اخبار منتشر شده در خصوص پدیده دختران خیابان انقلاب، به لزوم و وجوب احترام به احکام شرعی به عنوان صورت ایدئولوژیک و قوانین اجتماعی به عنوان برون‌داد نوین آن برمی‌گشت. به عبارتی برخی از افراد بر وجوب احترام به قوانین داخلی کشور تأکید داشتند و عده‌ای دیگر از وجوب احترام به احکام شرعی سخن می‌گفتند.

- **وجوب احترام به قوانین داخلی:** در میانه بحث‌های شکل گرفته، پیرامون لزوم احترام به قوانین داخلی کشور، بر قانون‌شکنی و قانون‌گریزی معترضان و مشابهت این گونه رفتارها به رفتار حیوانات در جنگل نیز تأکید شد. به عبارت دیگر، گروهی قانون را فصل الخطاب دانسته و پیگیری از طرق قانونی را از مطالبه گران معترض، خواستار بودند.
- **وجوب احترام به احکام شرعی:** در میانه بحث‌ها، به شیوه اعتراض دختران خیابان انقلاب و غیرقانونی خواندن این اعتراض‌ها توسط برخی مخاطبان، گروه دیگری با اتکا به مبنا و اصول ایدئولوژیک، این شیوه اعتراض را مخالف اصول اسلامی دانسته و وجوب احترام به احکام شرعی را متذکر می‌شدند. در این میان می‌توان به نکته‌های دیگری مثل صراحت حکم اسلام درباره حجاب، هتاکی به اصول اعتقادی مردم از این طریق و علنی‌ترین جلوه حرمت‌شکنی و مبارزه با اجرای قانون خدا اشاره کرد.

#### ۶. ۱. تبیین رابطه حجاب و اجبار

- از دیدگاه کاربران و مخاطبان خبرگزاری‌های داخلی، می‌توان با توجه به متغیرهایی مثل نگاه اسلامی، دیدگاه انسانی و نحوه عملکرد سایر کشورهای اسلامی رابطه میان حجاب و اجبار را تحلیل کرد.
- **از نگاه اسلامی:** از دیدگاه کاربران فضای مجازی، به‌ویژه مخاطبان خبرگزاری‌های داخلی،

اجباری بودن حجاب در قوانین ایران ضربه بزرگی بر تن اسلام بوده و همچنین با تعالیم اسلامی و قرآنی مغایر است. همچنین این شیوه پوشش از نگاه آنان با سیره ائمه معصومین (ع) نیز تناقض دارد.

- **از دیدگاه انسانی:** برخی از کاربران معتقدند اجبار، در خصوص هر امر اجتماعی قبیح و ناپسند است و همچنین امور اجتماعی نظیر نحوه پوشش و حجاب، با اجبار و زور قابل جمع نیست و محقق نمی‌شود؛ بنابراین نه از دیدگاه ایدئولوژیک و نه از دیدگاه انسانی نیز، حجاب را با اجبار و زور نمی‌توان در جامعه پیاده کرد و در بیشتر اوقات، نه تنها نتیجه نمی‌دهد، بلکه نتیجه عکس نیز در پی دارد.
- **در سایر کشورهای اسلامی:** عده‌ای از کاربران اعتقاد دارند این نوع پوشش زنان در ایران، در کشورهای دیگر حتی در کشورهایی که داعیه‌دار اسلام نیز هستند، الزام‌آور نیست. به عبارتی دیگر از دیدگاه آنها وقتی سایر کشورهای اسلامی التزامی به پوشش زنان به این شکل ندارند، چرا حکومت ایران باید خود را ملتزم به پوشش زنان بداند.

## ۲. تحلیل محتوای کیفی نظریه‌های کاربران فضای مجازی در خصوص اخبار منتشر شده در رسانه‌های خارجی

پس از انتشار اخبار مرتبط با پدیده دختران خیابان انقلاب، در خبرگزاری‌ها و تارنماهای خبری خارجی فارسی‌زبان، بحث‌های مختلفی میان کاربران آنها شکل گرفت. به صورت مختصر می‌توان بحث‌های شکل گرفته ذیل این اخبار را در عناوین رابطه حکومت و دین اسلام با معترضان و موضوع اعتراض، ویژگی‌های معترضان، وضعیت حکومت در هنگام اعتراض‌ها و در آینده، نحوه برخورد حکومت با معترضان، رفتار مردم در قبال این اعتراض‌های و نمایش خواندن اعتراض‌ها خلاصه کرد.

### ۱. رابطه حکومت و دین اسلام با معترضان و موضوع اعتراض

رابطه میان حکومت و معترضان، یکی از مهم‌ترین مسائلی است که پیرامون اخبار منتشر شده در رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، در نظریه‌های مخاطبان شکل گرفت. در همین راستا بر تبعیض و زن‌ستیزی حکومت و نیز حق آزادی در انتخاب پوشش تأکید شده است. در کنار این موارد به دورویی و ریاکاری باطن حکومت جمهوری اسلامی در برابر مسئله حجاب نیز اشاره شده است. افزون بر این، برخی از کاربران هم، در اظهار نظرهای خود، به نسبت میان اندیشه‌های اسلامی و مسائل مرتبط با آزادی‌های فردی و اجتماعی پرداخته‌اند. به عبارتی دیگر، در ارائه نظریه‌های خود به صورت بنیادین با مسئله مواجه شده و در پیش‌فرض‌ها به دنبال پاسخ به این چالش بودند. از دیدگاه آنها قوانین و آموزه‌های اسلامی معارض حقوق بشر هستند و همچنین قاعده‌ای مبنی بر اجباری بودن این نوع پوشش در شرع اسلام وجود ندارد. علاوه بر این موارد از دیدگاه آنها حکومت اسلامی بایست "حق انتخاب در پذیرش ادیان" را به رسمیت بشناسد.

## ۲.۲. ویژگی‌های معترضان

برخی از کاربران فضای مجازی، در اظهار نظرهای خود پیرامون اخبار منتشر شده در خبرگزاری‌های خارجی سه ویژگی را برای زنان برشمردند. نخستین ویژگی، سمبل و نماد مبارزه بودن است و دومین ویژگی آن را عامل سرنگونی حکومت می‌دانند. علاوه بر این، برخی از کاربران این خبرگزاری‌ها بر این باورند که این معترضان و به اصطلاح دختران خیابان انقلاب از تهمت‌های مرتبط با ناپاکی و تن‌فروشی مبرا و "پاک‌دامن" هستند.

## ۲.۳. وضعیت حکومت در هنگام اعتراض‌ها و آینده

- **وضعیت فعلی:** از دیدگاه کاربران فضای مجازی، دیکتاتوری مذهبی در کشور بیانگر وضعیت فعلی و حال جمهوری اسلامی ایران است. آنها معتقد بودند که حاکمیت دینی در کشور از حیث دموکراتیک خود خارج شده و به یک دیکتاتوری مذهبی بدل شده است.
- **وضعیت پیش روی جمهوری اسلامی:** گروهی از کاربران اعتقاد دارند، که آینده احتمالی جمهوری اسلامی به سمت افول میل می‌کند. از جمله مواردی که از نظر آنان بر درستی گزاره افول جمهوری اسلامی صحه می‌گذارد، رأی منفی به جمهوری اسلامی، در صورت برگزاری همه‌پرسی، شروع نهضت براندازی از آن طریق و احتمال قریب‌الوقوع تشدید اعتراض‌های مدنی مردم علیه حکومت بود. گروه دیگری از کاربران باور دارند که نظام جمهوری اسلامی به صورتی غیرمنتظره به ثبات خود ادامه می‌دهد. آنها می‌گویند، وضعیت وخیم اقتصادی و اجتماعی ایران، عامل عدم خیزش ملت برای احقاق حقوق حقه خود بوده است. به عبارتی دیگر، وخامت اوضاع اقتصادی به مردم اجازه تفکر درباره دغدغه‌هایی نظیر موضوع دختران خیابان انقلاب را نمی‌دهد.

## ۲.۴. نحوه برخورد حکومت با معترضان

یکی دیگر از موارد مطرح شده در نظرهای مخاطبان رسانه‌های خارجی، نحوه برخورد حکومت با معترضان است. این اقدام‌ها، از یک طرف توسط نیروی انتظامی و از طرف دیگر توسط قوه قضائیه صورت می‌گیرد. اقدام‌های نیروهای انتظامی به صورت خشونت‌آمیز تصویرسازی شده است. همچنین از نظر آنان قوه قضائیه اقدام‌ها علیه آزادی بیان را توسعه و گسترش داده و احتمال برخوردهای سخت و خشن با دختران خیابان انقلاب نیز وجود دارد. از دیگر نکته‌های مهم و مورد بحث، پیرامون نحوه برخورد حکومت با معترضان، احتمال نسبت دادن اتهام‌های واهی به دختران خیابان انقلاب از سوی دستگاه قضایی کشور است؛ امری که از نگاه آنان در گذشته نیز سابقه دارد.

## ۲.۵. رفتار مردم در قبال این اعتراض‌ها

از دیدگاه کاربران فضای مجازی، رفتار مردم بیشتر با بی‌تفاوتی همراه بوده و عدم جلوگیری از



برخوردهای خشونت‌آمیز، بی‌تفاوتی را در قبال یکی از مهم‌ترین پدیده‌های اجتماعی نشان می‌دهد. برخی این نوع رفتار را تقبیح کرده و زشت دانسته‌اند. این امر از دیدگاه آنها نشان‌دهنده مردسالاری و زن‌ستیزی در میان فرهنگ عمومی و اندیشه متولیان حکومتی است. در نتیجه این حرکت یک نهضت زنانه و نشان‌دهنده زن‌سالاری و مرد‌ستیزی است. همچنین از نگاه آنها، مردم به رفتارهای ناشایست حکومت عادت کرده‌اند؛ بنابراین «تقبیح بی‌تفاوتی ناظران»، «مرد‌ستیزی و زن‌سالاری در تقبیح سکوت مردان و حرکت دختران خیابان انقلاب»، «عادت کردن مردم به رفتارهای ناشایست حکومت و متولیان آن» سه محور رفتار مردم در قبال این اعتراض‌ها است.

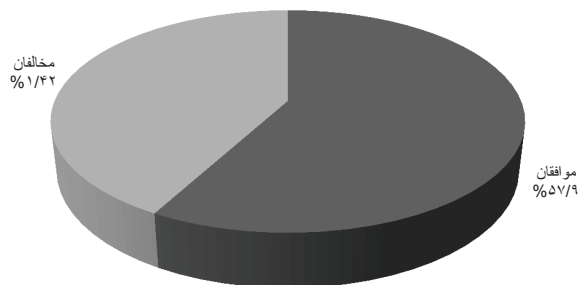
## ۲.۶. نمایش خواندن اعتراض‌ها

برخی از مخاطبان این خبرگزاری‌ها، در زمان بیان اظهار نظرهای خود معتقد بودند که تمامی این اعتراض‌ها نمایشی و گرداننده آن، خود حکومت است. ایشان عقیده داشتند نظام جمهوری اسلامی می‌خواهد از این طریق ذهن‌ها را از ناکارآمدی خود به سمت مسائل و دغدغه‌های دیگر سوق دهد.

## نتیجه‌گیری

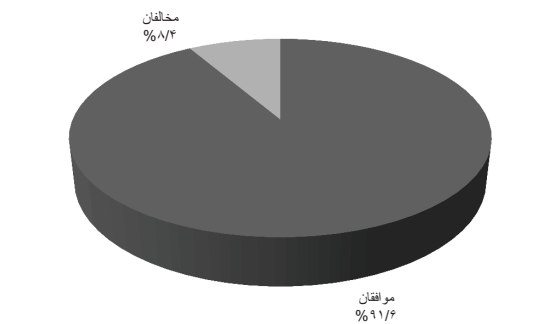
### بخش نخست

در بخش نتیجه‌گیری، پژوهشگران تصمیم گرفتند تا برای عینی و ملموس‌تر شدن یافته‌ها یک برآورد و بررسی کمی اولیه از نظریات کاربران فضای مجازی در خصوص اخبار منتشر شده در خبرگزاری‌های داخلی و خارجی فارسی‌زبان پیرامون پدیده دختران خیابان انقلاب داشته باشند.



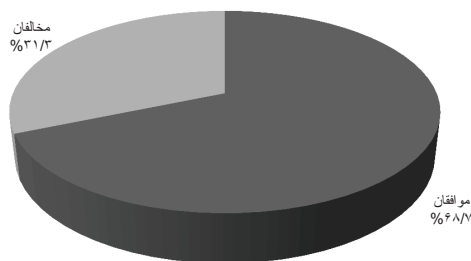
### نمودار ۲. نظریات کاربران پیرامون پدیده دختران خیابان انقلاب در خبرگزاری‌های داخلی

همان‌گونه که مشاهده می‌شود ۵۷/۹ درصد کاربران خبرگزاری‌های داخلی، موافق پویش دختران خیابان انقلاب و ۱/۴۲ درصد آنان مخالف این جنبش اعتراضی بوده‌اند.



### نمودار ۳. نظرهای کاربران پیرامون پدیده دختران خیابان انقلاب در خبرگزاری‌های خارجی

در میان خبرگزاری‌های خارجی، اما این آمار تفاوت چشمگیری می‌کند. 91.6 درصد از نظرهای مخاطبان را نظرهای موافق این پویش و فقط 8.4 درصد از نظرها را، نظرهای کاربران مخالف این پویش تشکیل می‌دهد.



### نمودار ۴. نظرهای کاربران پیرامون پدیده دختران خیابان انقلاب در خبرگزاری‌های داخلی و خارجی

در مجموع خبرگزاری‌های داخلی و خارجی نیز، 68.7 درصد نظرها را، نظرهای کاربران موافق این پویش و جنبش اعتراضی و 31.3 درصد نظرها را، کاربران مخالف این پویش و جنبش اعتراضی تشکیل می‌دهند.

## بخش دوم

در بخش پایانی این پژوهش چند نکته قابل ذکر است:

1. به صورت کلی و به طور نسبی، کاربران تارنما‌های داخلی به پدیده دختران خیابان انقلاب و کاربران تارنما‌های خارجی به نظام جمهوری اسلامی و دین اسلام بیشتر انتقاد داشته‌اند. همچنین، کاربران تارنما‌های داخلی ویژگی‌های منفی چون بی‌بندوباری و کاربران تارنما‌های

خارجی، ویژگی‌های مثبتی چون پاک‌دامنی را برای این معترضان به حجاب ذکر می‌کند. افزون بر آنچه گفته شد، کاربران تارنماهای داخلی بیشتر خواستار برخورد سخت‌تر با معترضان به حجاب شده‌اند؛ در حالی که کاربران تارنماهای خارجی برخوردهای موجود را خشن می‌دانند. در نهایت شایان ذکر است، گروهی از کاربران تارنماهای داخلی اعتراض‌ها را سرچشمه گرفته و مهندسی شده از خارج کشور می‌دانند؛ در حالی که بعضی از کاربران تارنماهای خارجی پدیده دختران خیابان انقلاب را حربه نظام جمهوری اسلامی برای دور کردن ذهن مردم از بحران‌های دیگر کشور فرض می‌کنند.

۲. بر مبنای بررسی‌های کمی انجام شده، بیش از دوسوم نظرهای کاربران فضای مجازی در ذیل اخبار خبرگزاری‌های داخلی و خارجی، موافق پدیده دختران خیابان انقلاب است. البته این عدد از چند زاویه قابل بحث است:

- نکته نخست اینکه می‌توان تصور کرد، کاربران فضای مجازی و کسانی که ذیل اخبار خبرگزاری‌های داخلی و خارجی نظر می‌دهند از نظر فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی افراد خاصی هستند و این افراد قابل تعمیم به کلیت جامعه نیستند؛ بنابراین نباید تصور کرد که بیش از دوسوم افراد جامعه موافق چنین حرکت‌هایی هستند.
- نکته دوم این که پیچیدگی و درهم‌تنیدگی موضوع‌ها و چالش‌های مختلف کشور را نایستی از نظر دور داشت (شایان ذکر است که رسانه‌های مخالف نظام جمهوری اسلامی، این پیچیدگی و درهم‌تنیدگی را تشدید می‌کنند). برای مثال، چه بسا نارضایتی کاربران فضای مجازی از بحران‌های اقتصادی، نظیر تورم و بیکاری و یا مسائلی مانند فساد و فاصله طبقاتی، بر نظر آنها درباره این موضوع تأثیرگذار باشد. افزون بر این، هم‌زمانی این حوادث با اعتراض‌های دی‌ماه ۱۳۹۶، می‌تواند مؤید این موضوع باشد که نارضایتی‌های اقتصادی کاربران فضای مجازی، به شکل‌های گوناگون در نظر آنها ذیل موضوع دختران خیابان انقلاب تأثیر دارد.
- نکته سوم نوع برخورد کلیشه‌ای خبرگزاری‌های داخلی با موضوع است؛ که در برخی موارد سبب می‌شود تا مخاطب به حالت نفرت و انزجار برسد و خشم خود را، نه از اصل موضوع بلکه از نحوه پرداخت موضوع، در نظر خود نشان دهد.

۳. در سال‌های گذشته، تحول عمیقی در دنیای رسانه‌ها رخ داده است، که اکنون از آن با تعبیر مختلفی مانند "انقلاب ارتباطات" نام می‌برند. این انقلاب تحول وسیعی را، در کشورها و ملت‌ها ایجاد کرده است؛ که در هر زمان و هر مکان می‌توان تأثیر آن را مشاهده کرد. در زمینه پدیده دختران خیابان انقلاب نیز می‌توان تصور کرد که ظهور رسانه‌های جایگزین، برای رسانه عمومی و دولتی کشور، که باعث روبه‌رو شدن گروهی از مخاطبان با تعاریف و تفسیرهای مختلف و متفاوتی از حجاب است، برخی از افراد جامعه را علیه این موضوع تحریک کرده. بنابراین بدیهی است که از یک طرف، راهکارهای سلبی و برخورد سخت در برابر مسئله حجاب در میان‌مدت و بلندمدت تأثیرگذار نباشد.

از طرف دیگر، تکیه و تأکید صرف بر دلایل و رویکردهای اقماعی پیشین برای تبیین ضرورت و اهمیت حجاب، حتی بدون تغییر و تعویض واژگان و ظاهر کلام، دست‌کم برای بخشی از نسل دیگر تأثیرگذار نیست و قانع‌کننده نخواهد بود.

۴. پژوهشگران اعتقاد دارند که نوع اعتراضی که زمستان سال ۱۳۹۶، علیه حجاب در خیابان انقلاب و حوالی آن رخ داد، ناپیستی فقط با گزاره‌هایی مانند "اثرات قرص‌های روان‌گردان" و یا "تلاش برای کسب اقامت" تعبیر و تفسیر شود؛ بدیهی است که این موضوع بایستی مقدمه‌ای برای شناسایی دلیل مخالفت‌ها با حجاب شده و برای آن در حوزه‌های مختلف (رسانه‌ای، قانونی و دیگر موارد) چاره‌ای اندیشیده شود.

۵. روشن است که یک راهکار در راستای حل مشکل و پیشگیری از وقوع بحران‌های مشابه، سنجش و شناسایی میزان اعتقاد واقعی مردم به موضوع حجاب است. شایان ذکر است بنا به شرایط خاص جامعه، بایستی برای دستیابی به نظر واقعی مردم، رویکردها و ملاحظات پیمایشی خاصی در نظر گرفت. در صورتی که مسئولان و سیاستگذاران جامعه اطلاعات کامل و دقیقی از نظر مردم راجع به موضوع حجاب داشته باشند، آن‌گاه می‌توان در مواقع بحرانی، مانند زمستان سال ۱۳۹۶، تفسیر درستی از شرایط جامعه داشت و دچار خطای محاسبانی نشد.

۶. در انتها بایستی به مواجهه احساسی و مواجهه عقلانی با رویداد دختران خیابان انقلاب اشاره کرد. به بیان دیگر، بایستی به این نکته توجه کنیم که چه میزان از واکنش‌های مخاطبان به این رویداد رسانه‌ای از نوع واکنش‌های هیجانی است و شامل ناسزاگویی، خشونت کلامی و دیگر موارد می‌شود (شایان ذکر است، از آنجایی که امکان ظهور و بروز واکنش‌های هیجانی در فضای واقعی کشور کمتر وجود دارد، تخلیه این هیجان‌ها بیشتر در فضای مجازی رخ می‌دهد). از طرف دیگر، چه میزان از واکنش‌های مخاطبان به این رویداد رسانه‌ای، واکنش‌های منطقی شامل استنتاج، تفهیم، تشریح عوامل بروز این اعتراض و حل این چالش و مواردی از این قبیل است. بدیهی است احساسی و یا عقلانی بودن نوع مواجهه مخاطب با این رویداد، دو نوع واکنش متفاوت را از دو مخاطب متفاوت نشان می‌دهد و چاره‌اندیشی برای آن، نیازمند دو راهکار متفاوت خواهد بود.

## منابع

- ایمان، محمدتقی و محمودرضا نوشادی (۱۳۹۰)، "تحلیل محتوای کیفی"، دوفصلنامه پژوهش، سال سوم، شماره ۲.  
 پستمن، نیل (۱۳۸۶)، تکنوپولی: تسلیم فرهنگ به تکنولوژی، ترجمه صادق طباطبائی، اطلاعات، تهران.  
 توتونچی، علی (۱۳۹۰)، تحلیل محتوای وبسایت‌های خبری سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی و پرس‌تی‌وی پیرامون اخبار مربوط به اسلام هراسی: مطالعه موردی اهانت به قرآن کریم در ۱۱ سپتامبر ۲۰۱۰، دانشگاه علامه طباطبائی - دانشکده علوم اجتماعی، تهران.

چامسکی، نوام و ادوارد اسن هرمن (۱۳۹۱)، فیلترهای خبری، انتشارات موسسه ایران، تهران.  
شکرخواه، یونس (۱۳۸۲)، "جنگ روانی صورت شدید انگاره‌سازی"، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۴.  
کرم‌پور میرزا، علی (۱۳۹۱)، چگونگی بازتاب تحولات سیاسی کشورهای عربی خاورمیانه و شمال آفریقا در رسانه‌ها:  
بررسی تطبیقی سایت بی‌بی‌سی فارسی و خبرگزاری ایرنا، دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.  
کرمی، اسماعیل (۱۳۹۱)، تحلیل محتوای وبسایت شبکه فارسی بی‌بی‌سی در مورد انتخابات دوره نهم مجلس شورای  
اسلامی، دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.

کریمی صالح، رضا (۱۳۹۵)، نحوه پوشش خبری وبسایت‌های فارسی شبکه‌های العربیه، صدای آمریکا و یورو نیوز در  
حمله نظامی عربستان به یمن، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، تهران.  
مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۳)، نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، انتشارات همشهری، تهران.

Internet World Stats. (2018), Iran: Internet usage, broadband and telecommunications reports, Retrieved  
from Internet World Stats:

<https://www.internetworldstats.com/me/ir.htm>

Mayring, P. (2000), "Qualitative Content Analysis", *Qualitative Social Research*.