



Investigating the representation of Iran's economic challenges in anti-revolutionary social networks

Mohammad Khoushedar ¹ | Esmaeel Saber ²

Abstract

The main goal of the research is to investigate how these challenges are represented in anti-revolutionary social networks. The research method is qualitative and thematic analysis method was used for the findings. The method of study in this article is to use theoretical arguments and also rely on some empirical evidence that has been done on the Instagram and Twitter pages of organizations, groups and individuals who oppose and oppose the Islamic Republic. Focusing on 17 anti-revolutionary virtual social networks, the research explores how these networks and individuals are represented by considering three areas: "People's Livelihood Status", "Economic Failure and Failures" and "Economic Relations with Foreign Countries" in Iran's economy. The core of the themes extracted in the first area is "misery", the second area is "inefficiency" and the third area is called "backwardness". Based on the results, it can be said that in the economic situation of Iran, the opponents try to represent what they agree with in order to destroy the minds and public opinions and also create social dissatisfaction towards the system of the Islamic Republic of Iran by inducing themes such as inequality, poverty, unemployment, isolation, corruption, tyranny, the incompetence and indifference of the officials, etc. Ultimately, the goal of this approach of the enemy is delegitimization, loss of trust, disappointment and ineffectiveness, which ultimately the enemy hopes will cause social turning and the loss of social capital.

Keywords: Representation; social networks; economic status

1. Corresponding Author: Imam Hossein University (peace be upon him), Tehran, Iran.
m.khoushedar@gmail.com
2. Imam Hossein University (peace be upon him), Tehran, Iran.

Cite this Paper: Khoushedar, M & Saber, E. (2023). Investigating the representation of Iran's economic challenges in anti-revolutionary social networks. *Crisis Management and Emergency Situations*, 15(1), 61–92.

بررسی بازنمایی چالش‌های اقتصادی ایران در شبکه‌های ضد انقلاب

اسماعیل صابر کیوج^۱ | محمد خوشه‌دار^۲ 

۱

سال پانزدهم
بهار ۱۴۰۲

دانشگاه جامع امام حسین (ع)

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۳

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۱/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۳۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۳/۰۸

صص: ۹۲-۶۱

شابا چاپی: ۲۰۰۸-۳۵۶۴

الکترونیکی: ۲۶۴۵-۵۲۸۵



چکیده

کلیت نظام جمهوری اسلامی ایران را حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، امنیتی و اقتصادی تشکیل داده است و توجه به هر کدام از این حوزه‌ها و بهبود آن‌ها به منزله تقویت ریشه جمهوری اسلامی ایران است. یکی از حوزه‌های حیاتی و زیرساختی، اقتصاد ایران است؛ حوزه‌ای که در تیررس دشمنان داخلی و خارجی قرار دارد و به هر نحوی در صدد تخریب آن هستند؛ حال اگر نمی‌توانند وارد ساختارها و سازه‌های این نظام مستحکم شوند، سعی در تخریب افکار و اذهان عمومی با بد جلوه دادن چالش‌های موجود در آن می‌شوند. هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی نحوه بازنمایی چالش‌های اقتصادی ایران در شبکه‌های اجتماعی ضد انقلاب است. روش تحقیق روش کیفی است و از روش تحلیل مضمون برای تحلیل یافته‌ها استفاده شده است. روش مطالعه در این نوشتار بهره‌گیری از استدلال‌های نظری و نیز متکی بر برخی شواهد تجربی است که در پیچ‌های اینستاگرام و توییتر سازمان‌ها، گروه‌ها و افراد معاند و مخالف جمهوری اسلامی صورت گرفته است. این پژوهش با تمرکز بر ۱۷ شبکه اجتماعی مجازی ضد انقلاب به شناخت نحوه بازنمایی این شبکه‌ها و افراد با مدنظر قراردادن سه حوزه «وضعیت معیشت مردم»، «ناکامی اقتصادی و شکست‌ها» و «مناسبات اقتصادی با کشورهای خارجی» در اقتصاد ایران می‌پردازد. محور مضامین استخراج‌شده در حوزه اول «فلاکت»، حوزه دوم «ناکارآمدی» و حوزه سوم «عقب‌ماندگی» عنوان شده است. بنابر نتایج این پژوهش می‌توان گفت که در وضعیت اقتصادی ایران معاندین سعی در بازنمایی آنچه موافق نظرات آن‌ها در جهت تخریب اذهان و افکار عمومی و همچنین ایجاد نارضایتی اجتماعی نسبت به نظام جمهوری اسلامی ایران با القای مضامینی نظیر نابرابری، فقر، بیکاری، مزوری بودن، فساد، دزدسالار، بی‌کفایتی و بی‌اعتنایی مسئولین و ... دارند. در نهایت هدف از این این رویکرد دشمن، مشروعیت‌زدایی، اعتمادزدایی، قداست‌زدایی، ناامیدسازی و ناکارآمدنمایی است که در نهایت دشمن امیدوار است سبب رویگردانی اجتماعی و از بین رفتن سرمایه اجتماعی شود.

کلیدواژه‌ها: بازنمایی، شبکه‌های اجتماعی، وضعیت اقتصادی.

۱. استادیار دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول: کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران.

M.khoushedar@gmail.com

استناد: صابر کیوج، اسماعیل و خوشه‌دار، محمد. (۱۴۰۲). بررسی بازنمایی چالش‌های اقتصادی ایران در شبکه‌های ضد انقلاب.

فصلنامه مدیریت بحران و وضعیت‌های اضطراری، ۱۵(۱)، ۹۲-۶۱.

مقدمه و بیان مسئله

رسانه‌های اجتماعی اشکال دیگر ارتباطات کامپیوتر محور را با یکدیگر ادغام کرده و به تبع آن چشم انداز رسانه‌ها، شیوه‌های تعامل افراد و تأمین نیازهای کاربران را دگرگون ساخته‌اند. با ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی، روابط انسان‌ها در اینترنت شکل تازه‌ای به خود گرفته است. امروزه شمار کثیری از کاربران با اهداف مختلف در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو شده و به فعالیت‌های گوناگون می‌پردازند. با توجه به افزایش تصاعدی کاربران شبکه‌های اجتماعی و کارکردهای آن نمی‌توان از تاثیر این شبکه‌ها غافل ماند. یکی از ویژگی‌های مهم شبکه‌های اجتماعی در این است که به مکانی برای اشتراک‌گذاری اخبار و وقایع تبدیل شده‌اند. تنوع کاربران و اخبار به اشتراک گذاشته شده در شبکه‌های اجتماعی بسیار زیاد بوده، از این رو می‌توان به اهمیت و ضرورت این شبکه‌ها به عنوان ابزاری در جهت انعکاس وقایع توجه نمود. (زاهدبابلان، و غیره، ۱۳۹۳) وقایع و اخباری که شبکه‌های اجتماعی به آن‌ها می‌پردازند شامل مسائل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ... است که مربوط به وضعیت خاص جامعه مورد نظر دارد. شبکه‌های اجتماعی وقایع را در قالب‌ها و با تکنیک‌هایی بازنمایی می‌کنند که این عمل ممکن است در مواقعی کاملاً منطبق با واقعیت باشند و صرفاً عمل انعکاسی انجام دهند و همچنین می‌تواند غیر منطبق با واقعیت و دستخوش تغییراتی شده باشد و آن‌ها نوعی تصویر دستکاری شده از واقعیت را نمایش دهند. یکی از این مباحث که از مهم‌ترین زیرساخت‌های کشور است، حوزه اقتصاد است و این تحقیق بر آن است به بررسی بازنمایی اقتصاد ایران در شبکه‌های اجتماعی ضد انقلاب بپردازد؛ به عبارتی بازنمایی مشکلات موجود در اقتصاد ایران و همچنین مسائل مربوط به آن در شبکه‌های اجتماعی ضد انقلاب بررسی می‌شود. توجه به رهیافت‌های بازنمایی برای تشخیص به موقع سوء عملکرد آن‌ها ضروری به شمار می‌آید؛ رهیافت‌هایی که به واسطه آن‌ها بازنمایی عمل می‌کند، بازتابی یا انعکاسی (هرآنچه واقعیت است نشان داده می‌شود)، تعمیدی یا نیت‌گرا (متناسب با هدف فرستنده پیام عمل می‌کند)، و ساخت‌گرا (متناسب با قراردادهای اجتماعی است که در نظام معانی جامعه و افراد شکل می‌گیرد) را شامل می‌شود. بازنمایی موقعیت‌های

اقتصادی در شبکه‌های اجتماعی ضد انقلاب به نحوه نمایش و طرح مسائل و شرایط اقتصادی در این شبکه‌ها اشاره دارد. این می‌تواند شامل بحث در مورد سیاست‌های اقتصادی و تأثیر آن‌ها بر جامعه و همچنین تجزیه و تحلیل شاخص‌های اقتصادی مانند نرخ بیکاری، تولید ناخالص داخلی و تورم باشد. علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی ضدانقلاب ممکن است بحث‌هایی درباره نابرابری اقتصادی، فقر و سایر مسائل اجتماعی و اقتصادی داشته باشند. بازنمایی این موضوعات در این شبکه‌ها می‌تواند بسیار متفاوت باشد و ممکن است تحت تأثیر طیف وسیعی از عوامل مانند ایدئولوژی سیاسی، نظریات رسانه و تجربیات و باورهای شخصی باشد.

رسانه‌های اجتماعی

پس از ظهور فضای مجازی و توسعه دامنه کاربری‌ها، استفاده رسانه‌ای و طرح رسانه مجازی اولین کاربرد آن بوده است. رسانه‌های مجازی با عنوان دیگری همانند رسانه‌های نوین نیز مطرح می‌شوند. «رسانه نوین» در هر زمانی از عصر ظهور رسانه‌ها تا کنون، برای هر رسانه جدید نو ظهوری اطلاق پذیر است، ولی این عنوان را پیشتر با ظهور رسانه‌های مخابراتی همانند تلویزیون و رادیو به کار برده‌اند. اکنون و پس از ظهور رسانه‌های مجازی، این رسانه‌ها، در مقابل رسانه‌های سنتی مانند رسانه‌های همگانی، رسانه‌های نوین نامیده می‌شود. این رسانه‌ها قابلیت‌های بیشتری نسبت به رسانه‌های همگانی دارند و عموم مردم از آنها استقبال می‌کنند. اساس این رسانه استفاده از خلاقیت و نوآوری، بازخورد، تعامل، دادن حق انتخاب، آزادی عمل، تمرکززدایی، اقتدارزدایی سنتی، اقتدارزایی فردی و حاکمیت رسانه‌نوینی است که دگرگونی‌های اجتماعی، فرهنگی، امنیتی، اقتصادی و سیاسی گسترده‌ای را در سطح جهان پدید آورده است. رسانه‌های اجتماعی توصیف ابزارهای برخشی است که مردم از آن برای اشتراک محتوا، پروفایل‌ها، نظرها، دیدگاه‌ها، تجربیات و افکار گوناگون استفاده می‌کنند. (علیدادی، ۱۴۰۰: ۲۶)

شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی زیر مجموعه‌ای از رسانه‌های اجتماعی هستند که امروز مورد استفاده و استقبال بسیار گسترده کاربران در همه جای جهان قرار گرفته‌اند. شبکه‌های اجتماعی متشکل از افراد یا سازمان‌ها هستند که با یک یا چند نوع علاقه خاص به هم گره خورده‌اند. وابستگی‌هایی

نظیر دوستی، خویشاوندی، منافع مشترک، تبادل مالی، علاقه خاص به یک موضوع، باورهای مشترک، دانش و هنر. شبکه‌های اجتماعی در بسیاری از سطوح فعالیت می‌کنند، از خانواده تا سطح کشورها و بین‌الملل، و نقش مهمی در تعیین راه‌حل مشکلات یا ایجاد آن‌ها دارند. (محمدپور، ۱۳۹۹: ۸۱_۸۰) به اعتقاد کاستلز (۱۳۸۳)، شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول هم‌گرایی سه فرایند مستقل تاریخی هستند: انقلاب اطلاعات، تجدید ساختار سرمایه‌داری و اقتصاد متکی به برنامه‌ریزی و نهضت‌ها فرهنگی دهه ۱۹۶۰ (شکوفایی جنبش‌های اجتماعی، فرهنگی، همچون آزادی‌خواهی، حقوق بشر، فمینیسم و طرفداری از محیط زیست را دربرمی‌گیرد). است (ضیایی‌پرو و ساعدی، ۱۳۹۵: ۲۴_۲۲).

شبکه‌های اجتماعی مجازی پرنفوذ

اینستاگرام و توییتر

شبکه اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه برای انتشار عکس و ویدئو است که روی گوشی‌های هوشمند (سیستم عامل‌های ای او اس، اندروید و ویندوز فون) قابل استفاده است. همچنین، اپلیکیشن شخص ثالث اینستاگرام برای بلک‌بری و گوشی‌های سیمین نوکیا در دسترس است. اینستاگرام در سال ۲۰۱۰ ابتدا در نسخه ای او اس و سپس اندروید عرضه شد و هم‌اکنون کاربران از طریق وب نیز می‌توانند تصاویر و پروفایل‌های اینستاگرامی را مشاهده کنند.

این اپلیکیشن در لیست ۲۵ برنامه برتر پلتفرم دنیا قرار دارد و تعداد کاربران آن روزبه‌روز بیشتر می‌شود، تا جایی که بعد از دوماه راه‌اندازی آن یک میلیون کاربر عضو آن شدند. در ۳ آوریل ۲۰۱۲ اینستاگرام برای اندروید منتشر شد و در کمتر از یک روز یک میلیون بار دانلود شد. در همان‌روز ارزش سهام اینستاگرام در بورس به ۵۰۰ میلیون دلار رسید. بعد از مدتی فیسبوک اینستاگرام را به مبلغ یک میلیارد دلار خرید. شرکتی که در مجموع ۱۰ کارمند نداشت. در این شبکه روزانه یک میلیارد تصویر بارگذاری می‌شود. یکی از دلایل مهم و محبوب این شبکه دسترسی آسان آن از گوشی است که باعث می‌شود کاربر در هر زمان و مکانی به راحتی تصویر خود را بارگذاری کند.

کاربران اینستا همچنین می‌توانند تصویرشان را در فیسبوک، توییتر، تامبلر و فورس اسکوئر مستقیماً از خود اپلیکیشن اینستا منتشر کنند. قسمتی هم با نام توضیحات در زیر تصویر منتشر شده قرار می‌گیرد تا کاربر هر اطلاعات یا نوشته مرتبط یا هر توضیح دیگری را بدون داشتن محدودیت کاراکتر بنویسد. در مورد انتشار ویدئو هم تمام این قابلیت ایجاد شده با این تفاوت که در اینستا برای هر ویدئو محدودیت زمانی ۱۵ ثانیه وجود داشت که اینستا اخیراً این زمان را به یک دقیقه و حتی بیشتر افزایش داده است. اینستاگرام از طریق خود وبسایت (با کامپیوتر یا مرورگر اینترنتی) آن قابل مشاهده است، اما امکان پست از طریق وبسایت وجود ندارد (ضیایی‌پرور و ساعدی، ۱۳۹۵: ۶۴-۶۳).

توییتر یک شبکه اجتماعی و سرویس‌دهنده میکرو بلاگ است که به کاربران اجازه می‌دهد تا ۲۸۰ حرف، پیام متنی را که توییت نامیده می‌شود، ارسال کنند. توییت‌ها در ابتدا به ۱۴۰ حرف محدود شده بودند، اما در نوامبر ۲۰۱۷، این محدودیت به ۲۸۰ حرف در هر توییت، به جز زبان‌های چینی، ژاپنی و کره‌ای، ارتقا پیدا کرد.

این شبکه اجتماعی در مارس ۲۰۰۶ توسط جک دروسی، بیز استون و اوان ویلیامز ایجاد شد و در ژوئیه ۲۰۰۶ آغاز به کار کرد. توییتر با شعار "چه کار می‌کنید" پا به میدان گذاشت اما در نوامبر ۲۰۰۹ این شعار به "چیزی در حال رخ دادن است" تغییر یافت. دفتر اصلی توییتر در سان فرانسیسکو، ایالت کالیفرنیا آمریکا است (ویکی پدیا).

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر کنش جمعی و اعتراضات اجتماعی

نظریه کنش جمعی برای اولین بار توسط مانکور اولسن در سال ۱۹۶۵ کشف و منتشر شد. در شکل اولیه خود، این نظریه به کالاها و گروه‌های عمومی مربوط می‌شد. در طول سالیان متمادی، محققان از این نظریه برای توضیح انواع موضوعات دیگر استفاده کرده‌اند. اخیراً به پیوند کنش جمعی و نظریه شبکه توجه بیشتری شده است تا توجه بیشتری به نحوه ارتباط آنها با جنبش‌های اجتماعی جلب شود. تعجبی ندارد که روابط یا شبکه‌های اجتماعی بر تصمیم افراد برای مشارکت در اقدامات جمعی تأثیر می‌گذارد. روشی که شبکه‌ها بر کنش جمعی تأثیر می‌گذارند، کانون مطالعات مختلف بوده است. شبکه‌ها نه تنها به روابط بین افراد اشاره دارند، بلکه می‌توانند به

گروه‌ها، سازمان‌ها، وب‌سایت‌ها، اینترنت و غیره نیز اشاره کنند. مک آدامز، رهبر مطالعات جنبش‌های اجتماعی، با تحلیل تابستان آزادی ۱۹۶۴، دریافت که داشتن یک شبکه حمایتی به افراد «کشش» لازم برای شرکت در کنشگری برای یک باور قوی می‌دهد (مک آدام، ۱۹۸۶). یک مطالعه تحقیقاتی نشان داد که اگرچه افراد ممکن است دیدگاه‌ها و نظرات خاصی داشته باشند که آن‌ها را مستعد پیوستن به یک سازمان فعال می‌کند، اما بدون یک عامل استخدام اهمیتی نخواهد داشت. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی و متغیرهای آنها از اهمیت یکسانی برای استعدادهای افراد در «تعیین استخدام متفاوت» برخوردار هستند. تجزیه و تحلیل گرلاک (۲۰۱۱) در مورد جنبش‌های اجتماعی از دیدگاه شبکه نشان داد که سازماندهی جنبش‌های اجتماعی از یک شبکه تقسیمی، چند مرکزی و یکپارچه (SPIN) تشکیل شده است.

وقتی به نقشی که رسانه‌های اجتماعی در جنبش‌ها و اعتراضات بین‌المللی ایفا کرده‌اند، می‌توان این تغییر را مشاهده کرد. برجسته‌ترین قیام تا به امروز قیام مصر در سال ۲۰۱۱ است که گاهی اوقات به عنوان «انقلاب توییتر» یا «انقلاب فیس‌بوک» شناخته می‌شود (پاپیک و نونان، ۲۰۱۱). اگرچه بهار عربی بیشترین تایید را برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی دریافت کرد، اعتراضات دیگر می‌توانند بخشی از موفقیت آن‌ها را به ابزار رسانه‌های دیجیتال تایید کنند. جنبش‌های قابل توجه دیگر شامل اعتراضات ۱۵ میلیونی در اسپانیا در سال ۲۰۱۱ بود که در آن بسیج با استفاده از رسانه‌های دیجیتال و به ویژه شبکه‌های اجتماعی که قادر به «تولید یک مورد از اقدامات شخصی شده دیجیتالی شبکه ای بودند» امکان پذیر شد. جنبش تسخیر وال استریت بر محتوای تولید شده توسط کاربر متمرکز بود، مانند ویدئوهای ساخته شده توسط یک «شهروند روزنامه‌نگار»، که از طریق توییتر توزیع می‌شد، جستجوی بلادرنگ ارائه می‌کرد، که به عموم مردم امکان می‌داد در مورد آنچه در حال وقوع است اطلاعات بیشتری کسب کنند، که در نهایت آن‌ها را به این سمت سوق داد.

بازنمایی

هال بازنمایی را اینگونه تعریف می‌کند که فرایندی است که معنا و زبان را با فرهنگ پیوند می‌زند و به عبارتی بازنمایی یعنی استفاده از زبان برای گفتن چیزهایی معنادار درباره جهان یا

نمایاندن جهان به دیگران. البته این تعریف از بازنمایی هم می‌تواند بیانگر کل این فرایند باشد و هم می‌تواند بخشی از این فرایند را شامل شود اما به طور کلی بخش اصلی فرایندی است که به واسطه آن فرایند، معنا تولید و میان اعضای یک فرهنگ مبادله می‌شود (هال، ۱۳۹۱: ۲۳).

بازنمایی به مثابه نماینده بودن چیزی به جای دیگر است و می‌تواند در کلام و نوشتار به همان شیوه تصاویر متحرک اتفاق بیفتد. این اصطلاح به همان اندازه که به فرایندهای بازنمایی اشاره می‌کند، به محصولات آن نیز اشاره دارد و معطوف به ساخت‌یابی وجوه واقعیت در یک رسانه است که از موارد ملموسی چون مردم، اماکن، حوادث و تا هویت‌های فرهنگی و طبقه و قوم و سایر مفاهیم انتزاعی را در برمی‌گیرد. بازنمایی نه تنها به چگونگی بازنمایش هویت‌ها و ساخت‌یابی آن‌ها در درون یک زمینه اجتماعی مشخص مربوط می‌شود بلکه به فرایند جذب این محصولات به وسیله مخاطبان با هویت‌های متفاوت نیز علاقه‌مند است (ربیعی و احمدزاده نامور، ۱۳۸۷: ۴۴).

به عبارتی، چیزی که بازنمایی می‌شود با فرهنگ سروکار دارد و فرهنگ نیز با تسهیم معنا در ارتباط است و از طریق زبان که واسطه‌هایی از درک واقعیت‌ها است، معانی تولید و مبادله می‌شود. در نتیجه زبان گفتاری و نوشتاری برای معنا و فرهنگ نقطه ثقل و به منبعی برای ارزش‌های فرهنگی و معانی فرهنگی تبدیل می‌شود. زبان سیستم بازنمایی به حساب می‌آید و در آن از نمادها و نشانه‌هایی مانند صدا، کلمات نوشتاری ایماژهای الکترونیکی نکات موسیقی و حتی موضوعات استفاده می‌کنیم تا ایده‌ها مفاهیم و احساس خود را به دیگران بگوییم و زبان در این نگاه به معنای آن است که افراد با زبان مشترکی قادر به ترجمه آنچه فردی می‌گوید، باشند و همین‌طور قادر باشند تا ایماژهای بصری را بخوانند (ربیعی و احمدزاده نامور، ۱۳۸۷: ۴۲).

یکی از مباحث عمده مطالعات فرهنگی، بازنمایی است؛ به این معنا که: آیا واژه‌ها و نشانه‌ها واقعیت را آن‌گونه که هست نشان می‌دهند یا نه؟ به عبارت دیگر، این پرسش در زمینه معرفت‌شناسی مطرح است که آیا میان خود واقعیت آن‌گونه که هست و آن‌گونه که ما آن را می‌فهمیم، شکافی وجود دارد یا نه؟ بخش چشمگیری از مطالعات فرهنگی، حول پرسش از بازنمایی متمرکز شده است؛ بدین معنا که چگونه جهان به لحاظ اجتماعی ساخته و برای ما و از طریق ما به شیوه‌ای معنادار بازنمایی می‌شود. بازنمایی عبارت است از فرایند معنادهی به واقعیت در

بستر اجتماعی و فرهنگی خاص. حال، معتقد است مفهوم بازنمایی، جایگاهی جدید و مهم در مطالعات فرهنگی یافته است، چرا که معنا و زبان را با فرهنگ پیوند می‌زند (حاج‌محمدی، ۱۳۹۷: ۶۵).

رهیافت‌های بازنمایی

حال برای بیان چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ، برداشت‌های متفاوت از بازنمایی را طبقه‌بندی می‌کند. از این منظر نظریه‌های بازنمایی در سه دسته نظریه‌های بازتابی یا تقلیدی، نیت‌گرا یا تعمیدی و سازه‌انگار یا سازه‌باور قرار می‌گیرند. (گیویان و سروری زرگر، ۱۳۸۸: ۱۴۹) این رویافت‌ها درصدد هستند به پرسش‌هایی نظیر «معناها از کجا می‌آیند؟» و «چگونه می‌توانیم معنای حقیقی یک واژه یا تصویر را بیان کنیم؟» پاسخ دهند.

- در رویافت بازتابی، ادعا می‌شود که معنا در خود شیء، شخص، تصویر یا رویداد موجود در جهان قرار دارد و کار زبان این است که همچون یک آینه معنای راستین را چنان‌که در جهان واقعیت وجود دارد نشان دهد. این رویافت همچنین معتقد است که کار زبان صرفاً منعکس کردن یا تقلید کردن حقیقت موجود و ثابت در جهان است و از آن به عنوان "تقلیدی" نیز یاد می‌شود.
- رویافت دوم درباره بازنمایی استدلال می‌کند که این گوینده یا مولف یا منعکس‌کننده است که معنای منحصر به فرد خود را از طریق زبان بر جهان تحمیل می‌کند. لغات و تصاویر همان معنایی را می‌دهند که مدنظر شخص است؛ این رویافت نیت‌گرا است که معتقد است همه ما به‌عنوان فرد، زبان را برای بیان یا انتقال چیزهایی به کار می‌بریم که مختص یا منحصر به خودمان یعنی منحصر به نحوه نگاهمان به جهان است.
- رویافت سوم، رویافت سازه‌انگار یا سازه‌باور است که معتقد است چیزها معنا ندارند، بلکه ما با استفاده از نظام‌های بازنمایی-یعنی مفاهیم و نشانه‌ها- معنا می‌سازیم. هم‌راستا با این رویافت، ما نباید جهان مادی، که چیزها و انسان‌ها در آن وجود دارند، و اعمال و فرایندهای نمادین که بازنمایی، معنا و زبان به واسطه آن‌ها تحقق می‌یابد را در هم تنیده بدانیم. سازه‌انگاران وجود جهان مادی را انکار نمی‌کنند. به نظر آن‌ها جهان مادی

حامل معنا نیست؛ بلکه نظام زبانی یا هرنظامی که برای بیان یا بازنمایی مفاهیم خود به کار می‌بریم حامل معنا است. (هال، ۱۳۹۱: ۴۰-۴۲)

دیدگاه سازه‌انگاری اجتماعی مبتنی و مدیون تفکرات سوسور است. سوسور پدر زبان‌شناسی جدید تلقی می‌شود و دیدگاه او نسبت به بازنمایی و تاثیر تعریف او از الگوی زبان در شکل‌گیری رهیافت نشانه‌شناختی نسبت به مسئله بازنمایی در حوزه‌های فرهنگی متفاوت است. از نظر سوسور زبان نوعی نظام نشانه‌ها و تولید معنا به زبان وابسته است. صداها، تصاویر، واژه‌های نوشتاری، نقاشی‌ها و امثال آن‌ها مثل نشانه‌های درون زبان عمل می‌کنند. سوسور به طور کلی نشانه‌ها را دارای دو عنصر می‌داند؛ یک صورت (واژه، تصویر، عکس واقعی و...) که آن را دال یا دلالت‌گر می‌نامد و یک تصور یا مفهوم که آن را مدلول یا دلالت‌یاب می‌نامد که در ذهن وجود دارد و با صورت مرتبط است. به طور مثال تصویر یک چیز را می‌بینیم (همانند تصویر درخت) و این دلالت‌گر با تصویری که در ذهن ما است (همانند تصویری که از درخت در ذهن خود ترسیم کرده‌ایم) پیوند می‌خورد. وی معتقد است این دو لازمه تولید معنا هستند ولی بازنمایی بر رابطه میان آن‌ها استوار است؛ رابطه‌ای که رمزهای فرهنگی و زبانی ما تعیین و تثبیت می‌کنند. پس نشانه عبارت است از ترکیب یک صورت (دلالت‌گر) که دلالت می‌کند و یک تصور (دلالت‌یاب) که دلالت می‌یابد. (هال، ۱۳۹۱: ۵۱-۵۲) بنابراین پیوند میان این دو نظام بازنمایی نشانه‌ها را تولید می‌کند؛ و نشانه‌های سازمان‌یافته در قالب زبان معناها را تولید می‌کنند و می‌توانند برای اشاره به اشیا، انسان‌ها و رویدادهای جهان «واقعی» به کار روند. (همان، ص ۵۹).

بودریار سه مفهوم بنیادین را در نظریه‌اش راجع به پسامدرنیسم و بازنمایی مطرح کرده‌است که عبارت است از: «وانمودگی»، «انفجار درون‌ریز» و «فوق‌واقعیت». این مفاهیم ارکان سه‌گانه‌ی اندیشه بودریار را تشکیل می‌دهند.

• وانمودگی

پسامدرنیته دوره‌ای است که فناوری فرمانشی و اطلاعات منجر به شبیه‌سازی‌های گسترده‌ی تصویری شده‌است. سیطره وانموده‌ها (تصاویر شبیه‌سازی شده) در جامعه‌ی پسامدرن، باعث می‌شود که فرق بین اصل و بدل را ندانیم. در گذشته اصل بر بدل رجحان داده می‌شد. برای مثال

تابلویی که به دست نقاشی پرآوازه و صاحب سبک کشیده شده بود، برتر از کپی همان تابلو به دست نقاشی گمنام و تقلیدگر محسوب می‌گردید اما در جامعه‌ی پسامدرن، چاپ دیجیتالی تابلوهای مشهور نقاشی دست کمی از اصل آن نقاشی‌ها ندارد.

بودریار برای مثال می‌گوید که منظره‌ها و شخصیت‌های دیزنی‌لند سرزمین دیزنی بسیار واقعی‌تر از آن مناظر و کسانی هستند که در آمریکای واقعی می‌توان دید. دیزنی‌لند مصداق بارز فوق‌واقعیت در سومین ساحت آن است، یعنی در ساحتی که واقعیت از تخیل پیروی می‌کند و نه برعکس. در نگاه اول چه بسا دیزنی‌لند را نمونه‌ای از دومین ساحت فوق‌واقعیت محسوب کنیم. به عبارت دیگر شاید بگوییم که قصرهای این سرزمین رویایی چنان با الزامات تخیل کودکانه درست شده‌اند که بسیار «واقعی» به نظر می‌رسند و بدین ترتیب مرز میان واقعیت و بازنمایی نامعلوم شده است.

• انفجار درون‌ریز

بودریار معتقد است فرایندی را که منجر از بین رفتن تفاوت‌های اصل (واقعیت) و بدل وانموده می‌شود اصطلاحاً «انفجار درون‌ریز» می‌نامد. با امحاء مرز بین واقعیت و وانموده، ارتباط بین نشانه‌ها و واقعیت از بین رفته‌است و انسان معاصر نمی‌تواند جهان را به طور دست اول و بی‌واسطه تجربه کند. انسانی که در چنین جامعه‌ای زندگی می‌کند، تلقی جدیدی از جهان پیرامون خود دارد که به واسطه‌ی پردازش‌های الکترونیکی شکل گرفته‌است. مطابق با این تلقی جدید هر یک از ما صرفاً بازیگری است که در ساحت نشانه‌ها وارد تعامل با سایر بازیگران می‌شود.

• فوق‌واقعیت

وقتی امر واقعی هیچ خاستگاهی در واقعیت نداشته باشد، وقتی تمایز بین اشیاء و بازنمایی آن‌ها محو شود، ما با «فوق واقعیت» روبه رو می‌شویم؛ چنان‌که از پیشوند «فوق» در این اصطلاح بر می‌آید، فوق‌واقعیت دایه‌ی آن دارد که از منزلتی والاتر یا مهم‌تر از خود واقعیت برخوردار است. به بیان دیگر فوق‌واقعیت مدعی است که واقعیت بر اساس وانموده‌ها ساخته شده و نه برعکس (پاینده، ۱۳۹۲: ۲۴-۱۶).

شبکه‌های اجتماعی ضد انقلاب

۱. بی‌بی‌سی فارسی

گروه آسیا-اروپا که بخش فارسی و پشتوی بی‌بی‌سی جزئی از آن محسوب می‌شود، از طریق سرویس جهانی بی‌بی‌سی در سال ۱۳۸۵ پیشنهاد تاسیس یک شبکه تلویزیونی را به وزارت خارجه بریتانیا ارائه کرد. این پیشنهاد در سال ۱۳۸۶ پذیرفته شده، مقدمات ایجاد این شبکه پس از تعیین بودجه سالیانه آن ایجاد شد. این شبکه در ساعت ۱۷:۰۰ روز ۱۴ ژانویه ۲۰۰۹ میلادی (۲۵ دی ۱۳۸۷ خورشیدی) پخش برنامه‌های خود را به زبان فارسی به مدت ۸ ساعت در روز آغاز کرد. و هم‌اکنون از ساعت ۹ صبح به بازپخش منتخبی از برنامه‌ها می‌پردازد.

بودجه سالانه تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی ۱۵ میلیون پوند (۲۲ میلیون دلار) برآورد شده‌است که بخشی از بودجه سالیانه بخش جهانیست که از مالیات پرداخت شده توسط شهروندان بریتانیا تامین می‌شود. در سال ۲۰۱۶، میانگین حقوق سالیانه کارمندان شبکه بی‌بی‌سی ۴۳ هزار پوند بوده‌است.

۲. ایران اینترنشنال

ایران اینترنشنال یک شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای، کانال رادیویی و وبسایت خبری به زبان فارسی مستقر در لندن است که بر پخش اخبار و برنامه‌های سیاسی و اجتماعی مربوط به ایران تمرکز دارد. این شبکه نخستین و تنها تلویزیون خبری ۲۴ ساعته فارسی‌زبان در خارج از ایران است. پخش برنامه‌های ایران اینترنشنال از ۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۶ مصادف با دوازدهمین انتخابات ریاست‌جمهوری ایران آغاز شد. مالک شبکه، شرکت وُکنت مدیا و صاحب‌امتیاز آن در بریتانیا شرکت گلوبال مدیا است. ایران اینترنشنال توسط شرکت دی‌ام‌ای مدیا راه‌اندازی شده و استخدام کارکنان و گرداندن امور روزانه شبکه نیز توسط همین شرکت خدمات خبری انجام می‌شود. نحوه تامین بودجه شبکه شفاف نیست. به نوشته روزنامه‌های گاردین و وال‌استریت جورنال، ایران اینترنشنال به صورت غیر مستقیم از سوی دربار عربستان سعودی تامین مالی می‌شود.

۳. رادیو فردا

رادیو فردا یک ایستگاه رادیویی فارسی‌زبان و شاخه ایرانی رادیواروپای آزاد/رادیو آزادی است که مرکز آن در پراگ، پایتخت جمهوری چک قرار دارد و بودجه آن توسط دولت آمریکا پرداخت می‌شود. رادیو فردا که در سال ۲۰۰۶ میلادی بودجه سالانه‌ای معادل هفت میلیون دلار داشته است، خبرها و گزارش‌هایی از رویدادهای سیاسی، فرهنگی، ورزشی، اقتصادی و اجتماعی

ایران و جهان را در کنار مجموعه‌ای برگزیده از موسیقی ایرانی و غربی، هفت روز هفته، در تمام ساعات شبانه‌روز، به روی امواج کوتاه و متوسط و همچنین ماهواره، اینترنت و بر روی تلفن‌های همراه پخش می‌کند.

۴. صدای آمریکا

صدای آمریکا یکی از شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای و رادیو و تلویزیون دولتی ایالات متحده آمریکا است که برای شنوندگان خارج از آمریکا پخش می‌شود و مخاطبان آن مردم آمریکا نیستند. درون آمریکا و برای شنوندگان داخلی، رادیوی عمومی ملی (NPR) استفاده می‌شود. پیشینه صدای آمریکا به ۱۹۴۲ بر می‌گردد.

۵. ایندپندنت

ایندپندنت یک روزنامه صبح بریتانیایی آنلاین چاپ لندن؛ تاسیس شده در سال ۱۹۸۶ است. از سال ۱۹۷۷ این روزنامه به عنوان روزنامه صبحگاهی ایندپندنت در لندن، و توسط سازمان اخبار و رسانه‌های ایندپندنت تونی ارلی (بازیگر بین‌المللی پیشین راگبی یونیون)، اداره و کنترل می‌شد. این روزنامه اینترنتی در ژوئیه ۲۰۱۸ اعلام کرد که به گروه سعودی پژوهش و بازاریابی اجازه داده است، نسخه‌های خاورمیانه‌ای این روزنامه را تحت همان عنوان ایندپندنت به چهار زبان عربی، فارسی، اردو و ترکی استانبولی از اواخر ۲۰۱۸ منتشر کند. در همین راستا نسخه فارسی در سال ۲۰۱۹ راه‌اندازی شد. با شروع به کار بخش فارسی ایندپندنت، سردبیری این بخش بر عهده کاملیا انتخابی‌فر، روزنامه‌نگار ایرانی، نهاده شده است.

۶. رادیو زمانه

رادیو زمانه یک رسانه فارسی‌زبان است که بخشی از بودجه آن از سوی پارلمان هلند تامین می‌شود، این رسانه به لحاظ عملکرد محتوایی مستقل عمل می‌کند و مرکز آن در آمستردام، پایتخت هلند قرار دارد.

رادیو زمانه از ۱۳ مرداد ۱۳۸۵ خورشیدی فعالیت خود را آغاز کرد. برنامه‌های این رسانه از راه ماهواره و اینترنت پخش می‌شوند و دربرگیرنده اخبار، گزارش‌های سیاسی، اجتماعی، فلسفی، ادبی و هنری هستند. رادیو زمانه در حال حاضر نود دقیقه برنامه پخش می‌کند. مدیر عامل رادیو، آراین دولف است و از فوریه ۲۰۱۲، محمدرضا نیک‌فر سردبیر آن شد.

۷. من و تو

من و تو یک شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بین‌المللی سرگرمی خدمات عمومی رایگان به زبان فارسی است که در اکتبر ۲۰۱۰ راه اندازی شد و متعلق به شبکه تلویزیونی مرجان است. که توسط کیوان عباسی و مرجان عباسی تأسیس شد. این مرکز در لندن مستقر است و برنامه‌های سرگرمی-علمی و سیاسی آن شامل مستندها، فیلم‌ها، سریال‌ها، اخبار و گزارشات است. حامیان مالی این شبکه افراد نامشخصی هستند که هرگز نام آن‌ها فاش نشد؛ این کانال منبع منابع مالی خود را مخفی نگه می‌دارد- بنظر می‌رسد ایالات متحده، عربستان سعودی و اسرائیل به‌عنوان حامیان مالی آن نام برد منو تو تبلیغ برای خاندان پهلوی را در دستور کار خود دارد.

۸. العربیه فارسی

العربیه نام یک خبرگزاری عربی در زبان‌های مختلف است که در تاریخ ۳ مارس ۲۰۰۳ فعالیت خود را آغاز کرد. مقر اصلی این خبرگزاری ریاض، عربستان است. در تاریخ ۲۶ ژانویه ۲۰۰۹ باراک اوباما، رئیس‌جمهور ایالات متحده آمریکا اولین مصاحبه رسمی‌اش را به‌عنوان رئیس‌جمهور با العربیه کرد و پیامی به جهان اسلام داد که «آمریکایی‌ها دشمن شما نیستند» و همچنین اشاره کرد که اسرائیل متحد قوی ایالات متحده است و هیچگاه این اتحاد متوقف نخواهد شد.

۹. دویچه وله

دویچه وله یک بنگاه خبر رسانی بین‌المللی آلمان است؛ که به پخش برنامه‌های رادیویی، تلویزیونی و اینترنتی می‌پردازد. این شبکه به غیر از زبان آلمانی به ۳۰ زبان دیگر برنامه‌هایی اجرا می‌کند. عبارت دویچه وله به فارسی به معنی «موج آلمانی» است.

۱۰. ایران وایر

ایران وایر سایت و رسانه‌ای معاند در شبکه‌های اجتماعی است که مدیریت آن را مازیار بهاری‌زاده بر عهده دارد.

بهاری‌زاده متولد ۱۹۶۷ میلادی در تهران (روزنامه‌نگار، فیلم‌ساز و فعال حقوق بشر ایرانی کانادایی) است. وی گزارشگر نیوزویک از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۱ بود. بهاری از ژوئن ۲۰۰۹ تا ۲۰ اکتبر ۲۰۰۹ توسط دولت ایران زندانی بود.

۱۱. معصومه علی نژاد

معصومه علی نژاد متولد ۲۰ شهریور ۱۳۵۵ در بابل، روزنامه‌نگار است. فارغ‌التحصیل لیسانس رشته روزنامه‌نگاری از دانشگاه آکسفورد بروکز انگلستان است، علی نژاد مدتی خبرنگار مجلس شورای اسلامی بود و حالا در شبکه‌های معاند کار می‌کند.

۱۲. نازیلا گلستانی

نازیلا گلستانی متولد بهار ۱۳۵۲ و فارغ‌التحصیل سیستم‌های جغرافیایی از دانشگاه ملی است. هم‌زمان با تحصیل در دانشگاه بلافاصله پس از دیپلم دبیرستان در وزارت کشاورزی مشغول به کار شد و پنج سال در بخش تحقیقات و دفتر ترویج و توسعه فعالیت‌های زنان روستایی کار کرد و در امور غیرانتفاعی زنان هم فعالیت داشت. او در نهایت مقطع کارشناسی ارشد را پس از فاجعه کوی دانشگاه (۱۳۷۸) پشت سر گذاشت و در همان سال ایران را به مقصد فرانسه ترک کرد و در رسانه‌های معاند فعالیت رسانه‌ای خود را آغاز نمود.

۱۳. علی حسین قاضی زاده

علی حسین قاضی زاده متولد اواخر دهه ۵۰ بوده که بیشتر در شبکه‌های ضدانقلابی به عنوان تحلیلگر سیاسی حضور پیدا می‌کند. بیشتر تحلیل‌های او برای شبکه معاند من و تو است. وی از جمله افرادی بوده که در اغتشاشات سال ۱۳۸۸ ایران را به مقصد لندن ترک کرد و بعد از مدتی همکاری خود را با شبکه‌های معاند از جمله بی‌بی‌سی و من و تو از سر گرفت.

۱۴. همن سیدی

همن سیدی فعال رسانه‌ای کُرد اهل مهاباد است که به عنوان تحلیلگر سیاسی در چند رسانه فارسی و کُردی به تحلیل مسائل خاورمیانه می‌پردازد. او پیشتر تا سال ۲۰۰۹، عضو حزب دموکرات کردستان (حدک) بود.

۱۵. مهدی پرپنچی

مهدی پرپنچی، مجری و گوینده سابق رادیو بی‌بی‌سی فارسی است. پرپنچی سابقه‌ی سردبیری رادیو بی‌بی‌سی فارسی را هم دارد.

۱۶. حسین باستانی

حسین باستانی در سال ۱۳۸۳، دبیر انجمن صنفی روزنامه‌نگاران ایران بود. حسین باستانی در دوران موسوم به اصلاحات، در روزنامه‌های مختلف و از جمله جامعه، توس، نشاط، خرداد، صبح امروز، مشارکت، دوران امروز، بهار، بنیان، آینه، نوروز، یاس نو و وقایع اتفاقیه به‌عنوان یادداشت‌نویس یا عضو شورای سردبیری کار کرد که همگی توقیف شدند. او به‌خاطر نوشته‌های خود، در تیرماه ۱۳۸۲ به حکم قاضی مرتضوی دستگیر و زندانی شد.

باستانی قبل از پیوستن به بی‌بی‌سی فارسی، مدیرعامل شرکت رسانه‌ای «روز»، ناشر روزنامه اینترنتی «روز آنلاین» بود.

۱۷. سینا ولی‌الله

سینا ولی‌الله زاده ۲۵ مهر ۱۳۵۵ مجری، تهیه‌کننده، مدیر تولید تلویزیون، و صدایپیشه ایرانی ساکن لندن است. سینا ولی‌الله مدیر اجرایی شبکه تعطیل شده فارسی ۱ بوده و با نشنال جئوگرافیک فارسی نیز همکاری پاره وقت داشته‌است. او پیش‌تر یکی از مجریان برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، به‌ویژه در مسابقات جام جهانی فوتبال بود. او پس از مدتی از ایران مهاجرت کرد و هم‌اکنون در شهر لندن زندگی می‌کند.

روش تحقیق

تحقیقات کیفی در علوم اجتماعی رشد چشمگیری دارد. برای دستیابی به نتایج مفید و بامعنا در تحقیقات کیفی، لازم است داده‌ها به‌صورت روشمند تحلیل شود و این امر، تنها با ثبت نظام‌مند و تبیین روش‌های تحلیل و استفاده از ابزارهای کارآمد امکان‌پذیر است. در این میان برای تحلیل داده‌ها می‌توان از روش‌های مختلفی نام برد که روش تحلیل مضمون در تحقیقات کیفی یکی از بهترین روش‌ها برای تحلیل داده‌هاست.

روش تحلیل مضمون، جزء تحقیقات کیفی و روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است و نیز فرایند یا ابزاری برای تحلیل داده‌های متنی است؛ به این صورت که داده‌های پراکنده و گوناگون را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. ابزارهای این روش،

تحلیل قالب مضامین و تحلیل شبکه مضامین است که معمولاً در تحلیل مضمون به کار می‌روند. قالب مضامین، فهرستی از مضامین را به صورت سلسله مراتبی بازگو می‌کند. شبکه مضامین نیز ارتباط میان مضامین را در نگاره‌هایی شبیه تارنما نشان می‌دهد (جعفری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۱).

این تحقیق از نوع کاربردی و به روش آمیخته استفاده شده است. روش مطالعه در این نوشتار بهره‌گیری از استدلال‌های نظری و نیز متکی بر برخی شواهد تجربی است که در پیچ‌های اینستاگرام و توئیتر معاندین صورت گرفته است. جامعه مورد مطالعه کلیه شبکه‌های اجتماعی مجازی مذکور بوده‌اند. همچنین ما در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل تفسیری بهره برده‌ایم و تم‌های اولیه خود را از پیچ‌های اینستاگرام و توئیتر که فعالان فضای مجازی و لیدرهای اصلی جریان رسانه‌ای خارج‌نشین هستند، استخراج نمودیم و با استفاده از مدارک و منابع مطالعاتی آن‌ها را در یک قالب مضامین در جدول‌های جداگانه تحلیل نموده‌ایم.

اینستاگرام

جلد ۱			
ردیف	متن	مضامین	محور مضمون
۱	 تلاش دولت ایران برای افزایش درآمد مالیاتی تلاش دولت ایران برای مالیات گرفتن و جبران کسری بودجه بیشتر شد. از یک طرف سازمان امور مالیاتی گفته فهرستی از اینفلوئنسرهای رسمی کسانی که بیش از نیم میلیون نفر آن‌ها را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند - تهیه کرده تا از آن‌ها مالیات بپردازند بگیرند. از طرف دیگر با تصویب شورای پول و اعتبار حساب‌هایی که گردش مالی ماهانه‌شان بیشتر از ۷۵ میلیون تومان باشد و بیش از صد بار در ماه پول به آن‌ها واریز شود، حساب تجاری محسوب می‌شوند و اطلاعاتشان در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار می‌گیرد.	مالیات زوری خالی کردن جیب مردم	فلاکت/ناکارآمدی

جلد ۱			
ردیف	متن	مضامین	محور مضمون
۳	 و ۲۹/۰۵/۱۹ reyhane_ahm عضو اتاق بازرگانی: نیمی از کنشگران بزرگ اقتصاد، به فکر خارج کردن سرمایه‌شان از ایران هستند عضو اتاق بازرگانی، عضو اتاق بازرگانی ایران در گفت‌وگو با «المنشأ» درباره بحث قرار سرمایه، گفته وقتی رتبه فضای کسب و کار در ایران از میان ۱۹۰ کشور، در حد ۱۲۰ است، شانس شفافیت اقتصادی بسیار به است و فضای مطلوب برای کسب و کار نیست، طبقاً هر صاحب سرمایه‌ای سعی می‌کند سرمایه‌اش را جایی ببرد که مطلوب‌تر باشد. مسعود دانشمند عضو اتاق بازرگانی ایران می‌دهد که ما در سال درباره بحث قرار سرمایه، گفته وقتی رتبه فضای کسب و کار در ایران از میان ۱۹۰ کشور، در حد ۱۲۰ است، شانس شفافیت اقتصادی بسیار به است و فضای مطلوب برای کسب و کار نیست، طبقاً هر صاحب سرمایه‌ای سعی می‌کند سرمایه‌اش را جایی ببرد که مطلوب‌تر باشد. مسعود دانشمند گفته: «آمارهای غیررسمی نشان می‌دهد که ما در سال حدود ده میلیارد دلار انتقال سرمایه به کشورهای دیگر داریم. از آن طرف متوسط سرمایه خارجی که توانسته‌ایم جذب کنیم، کمتر از دو میلیارد دلار است» و «ایران می‌تواند گفت که نگهداری سرمایه‌ها در داخل کشور معنی هشت میلیارد دلار در سال است». دین محمد شکر نظر ۵ سپتامبر	افت ایران در شاخص‌های بین‌المللی اقتصاد فرار سرمایه عدم شفافیت بی‌میلی به سرمایه‌گذاری خارجی در ایران کسب و کار کساد	ناکارآمدی
۴	 و ۲۹/۰۵/۱۹ reyhane_ahm مشکل کشور پول نیست، عرضه و حکمرانی صحیح است محمدرضا قالیباف، رئیس مجلس ایران گفته است که بسیاری از سرمایه‌ها به دلیل ضعف در حکمرانی از بین می‌روند و او تأکید دارد که مشکل کشور پول نیست، عرضه و حکمرانی صحیح است. او گفته که مجلس می‌تواند است که بسیاری از درآمدهای کشور از حوزه انقال ناقص معادن در بودجه رقم چندانی ندارد، به‌طور مثال در بودجه ۱۴۰۰ حقوق دولتی معادن ۶ هزار میلیارد تومان بود، در حالی که رقم واقعی چندین برابر این رقم است و مجلس با پیگیری‌ها در قانون بودجه ۱۴۰۱ این رقم را به ۳۷ هزار میلیارد تومان رساند. آقای قالیباف به یک مورد دیگر نیز اشاره کرده و گفته که در بودجه سال ۱۴۰۰ رقمی برای کشف‌آوری در معادن اختصاص داده بود اما با گذشت ۹ ماه از این سال مالی این بودجه با وجود آن که مجلس هم از آن تأمین شده بود اما به استناد اختصاص ندادن بودجه به دلیل قالیباف گفت: این اقدام نشان می‌دهد بسیاری از سرمایه‌ها به دلیل ضعف در ساختار از بین می‌روند لذا معتقدم مشکل کشور پول نیست، مشکل عرضه و حکمرانی صحیح است. دین محمد شکر نظر ۵ سپتامبر	بی‌عرضگی ساختار ضعیف اقتصاد حکمرانی غلط اقتصادی عدم اختصاص بودجه تعیین شده به استان‌های ایران تخصیص نادرست اعتبارات دولتی	ناکارآمدی

$\gamma \wedge$

جلد ۱			
ردیف	متن	مضامین	محور مضمون
۴		ضربه به صادرات زیان اقتصادی حکمرانی غلط اقتصادی تأثیرات منفی اعتراضات بر اقتصاد	عقب‌ماندگی/ناکارآمدی
۱		ورشکستی عدم توازن عرضه و تقاضا زیان اقتصادی	فلاکت/ناکارآمدی

[illegible]

جلد ۱			
ردیف	متن	مضامین	محور مضمون
۲	manotoofficial کارشکنی جمهوری اسلامی: غنی‌سازی اورانیوم ۶۰ درصد با ماشین‌های آی آر ۶ در فردو آغاز شد برنامه هشتای ۱۰۲۲۴۱ پستند manotoofficial جمهوری اسلامی در یک نامه به آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، اعلام کرد که غنی‌سازی اورانیوم ۶۰ درصد را با ماشین‌های آی آر ۶ در تأسیسات هسته‌ای فردو در قم آغاز کرده است. در حالی که مدیران اتمی سازمان ملل و آژانس بین‌المللی خواستار همکاری فوری جمهوری اسلامی شده بودند، جمهوری اسلامی با آغاز غنی‌سازی نسبت به این درخواست، کارشکنی انجام داده است.	عدم پابندی به تعهدات کارشکن ناقض قوانین	عقب‌ماندگی
۱	radiofarda کارگران شرکت کروز، بزرگ‌ترین تامین‌کننده قطعات خودرو در ایران، اعتصاب کردند ۵۲۳۴۶۶ پستند radiofarda کارگران سایت سه شرکت #کروز روز شنبه، ۲۸ آبان، بار دیگر دست از کار کشیدند و در محوطه این کارخانه تجمع اعتراضی برگزار کردند. بر اساس ویدئوهایی که بیشتر در شبکه‌های اجتماعی منتشر شده بود، این کارگران روز پنج‌شنبه، ۲۶ آبان، نیز به نشانه اعتراض تجمع کرده و شعار سر داده بودند. به گزارش انجمنیه آزاد کارگران ایران، از جمله اعتراض این کارگران به «سخت‌ترین دستمزدها» و «لقو شیفت‌های اضافه‌کاری روز جمعه» است.	اعتصاب اعتراض نارضایتی حقوق پایین	فلاکت

جلد ۱			
ردیف	متن	مضامین	محور مضمون
۱	 ۸۶۰ پیست alarabiya.farsi روزنامه «دعای اقتصاد» یکشنبه بیستم شهریور در گزارشی از مهاجرت «شانزده هزار پزشک عمومی» از ایران طی چهار سال اخیر خبر داد. در این گزارش آمده است که «صد و شصت متخصص قلب طی یک سال گذشته از ایران مهاجرت کرده‌اند. بر اساس این گزارش، «سی‌هزار کادر درمان» طی یک سال گذشته از دانشگاه‌های علوم پزشکی درخواست گواهی حسن سابقه (گود استندینگ) کرده‌اند. به تازگی «مرکزخانه مهاجرت ایران»، اعلام کرده بود که هشتاد و سه درصد کادر درمان ایرانی و نزدیک به شصت درصد استادان دانشگاه و دانشجویان ایرانی تمایل به مهاجرت دارند.	مهاجرت قشر مرفه ناامیدی بی میلی به سکونت در ایران	فلاکت
۳	 ۹۰۳ پیست alarabiya.farsi سجاد الباجی، شهروند 26 ساله کوی ژویه شهر اهواز، که سال گذشته در اثر شکایت صاحب مغازه بازداشت و با قرار وثیقه آزاد شده بود، به دلیل مشکلات مالی وعدم توانایی پرداخت مبلغ ماهیانه وثیقه تودیع شده و مبلغ اجاره منزلش دوشنبه 14 شهریور در منزل مادر خود در شهر شوش خودکشی کرد.	خودکشی رفاه پایین گرانی اجاره‌بهای سنگین	فلاکت

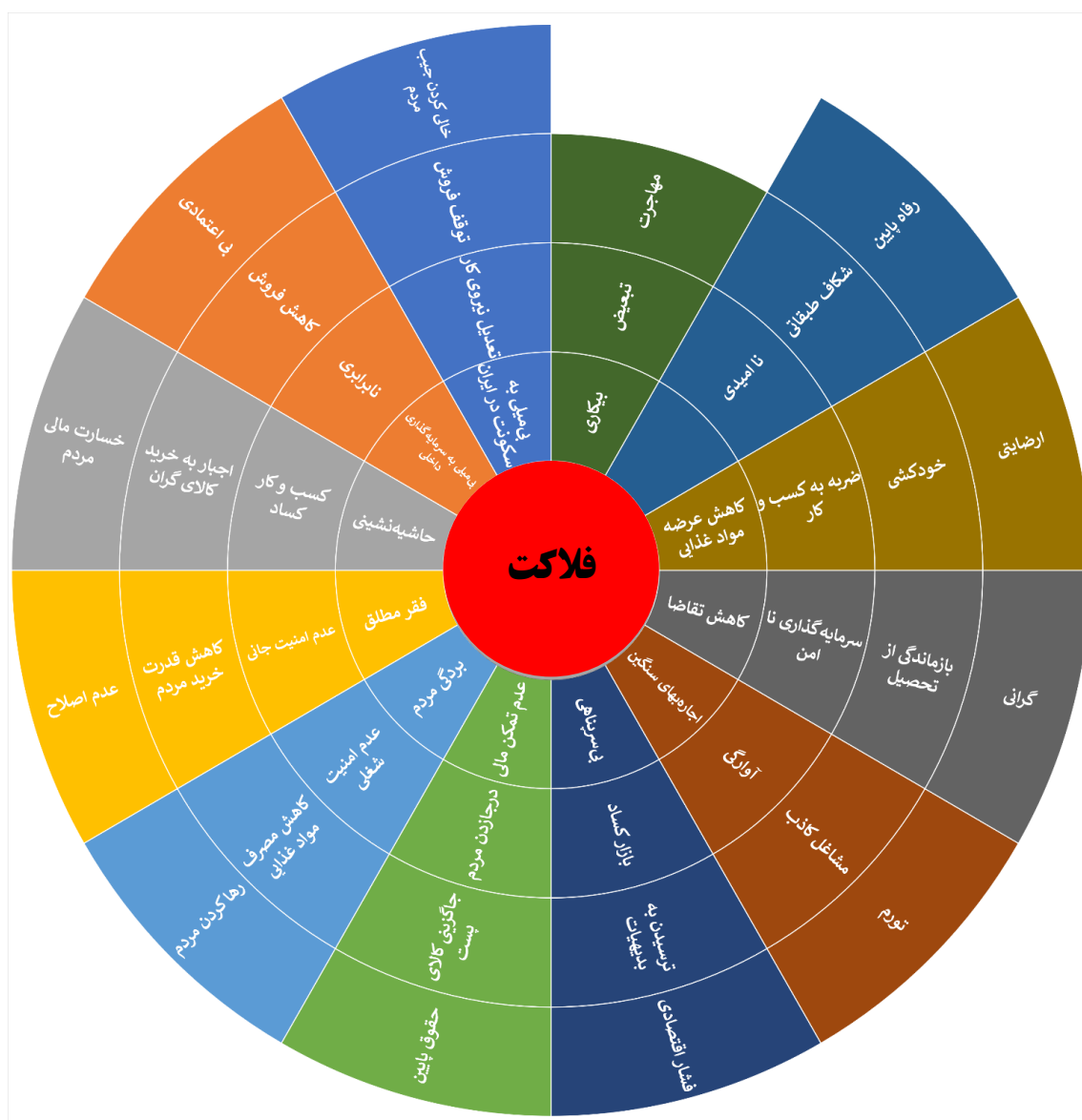
فلاکت	خالی کردن جیب مردم حکومت ظالم حامی مالی اعراب	۱  ۷۸۱۸۸ پسند masih.alinejad دامن زدن به خرافات، یکی از راه‌های خالی کردن جیب مردم ساده‌دل است. شنیدم که جمهوری اسلامی فرهنگ خرافی و صندوق صدقاتش را در لبنان هم راه انداخته است! بیایید یک بار برای همیشه تصمیم بگیرید که پول‌تان را برای پرور کردن این حکومت هزینه نکنید. پول‌های نداری شما فقط جیب این حکومت سرکوبگر را پر تر می‌کند.
فلاکت/ناکارآمدی	خالی کردن جیب مردم تبعیض حامی مالی اعراب رفاه پایین رها کردن مردم دزدسالار	۲  و ۱۴۳۷۹۱ نفر دیگر پسندیدند alireza_m0bin masih.alinejad از پول مردم ایران در نجف کاخ ساختند پول مردمی که هر روز سفره‌های خالی‌شان در جلوی مجلس و ارگان‌های دولتی پهن می‌کنند در کجا خرج می‌شود! در آبان ۹۸ هزارو پانصد نفر را که به گرانی بنزین اعتراض کردند و به جمهوری اسلامی «نه» گفتند را به گلوله بستند که صحن زهرا، بزرگترین صحن کاخقبر علی بن ابی‌طالب در نجف را با سنگ‌های قیمتی بسازند! این بتون‌ها روی خون مردم ایران بنا شده است. درست زمانی که مردم نان ندارند بخورند این کاخ را با ۲۴۰ هزار متر مربع زیربنا ساختند. احداث این صحن از اوایل سال ۱۳۹۰ به منظور توسعه کاخقبر علی بن ابی‌طالب آغاز شد و طی کمتر از ۵ سال به بهره‌برداری رسید. طراح، مجری و بانی این پروژه ستاد بازسازی عتبات عالیات جمهوری اسلامی بود.

تویتر

فلاکت	رفاه پایین تبعیض	ایران وایر @iranwire ۱۴۰ سپتامبر روز آغاز مدرسه برای همه مردم جامعه یک شکل و با سرود «آغاز مدرسه فصل شکفتن است» همراه نیست. خانواده‌های بسیاری همزمان با بازگشایی مدارس در ایران اضطراب گذراندن روزهای پیش رو را دارند؛ از جمله خانواده کودکان با نیازهای ویژه. حقوق_کودک#  iranwire.com برزخ مدارس عادی برای کودکان با نیازهای ویژه	۱
فلاکت	خودکشی اجاره‌بهای سنگین ناامیدی رفاه پایین	ایران وایر @iranwire ۱۰ سپتامبر منابع حقوق بشری در خوزستان از خودکشی جوان ۲۶ ساله‌ای از اهالی کوی زویه شهر اهواز به دلیل ناتوانی در تامین وثیقه یک شاکی خصوصی و همچنین مبلغ اجاره‌بهای منزلش خبر دادند. اخبار_ایران# خودکشی یک جوان اهوازی به دلیل ناتوانی در پرداخت اجاره... iranwire.com	۲
ناکارآمدی	اختلاسگر بی‌عدالتی	علی حسین قاضی‌زاده @Alig... ۰۳ سپتامبر علی خامنه‌ای: دلیل دشمنی جهان با ما این است که جهان سلطه بر مبنای پول و زور است اما مبنای ما عدالت و معنویت است. میلیاردها دلار اختلاس در نهادهای تحت امر فرزانه، به دلیل همین معنویت نظام و تقابل با مادی‌گری جهان غرب رخ داده است.	۱
ناکارآمدی	دزدسالار بزدل	علی حسین قاضی‌زاده @Aligha... ۳۱ اوت سپاه پاسداران یک قایق بی‌سرنشین آمریکایی را دزدیده و در حال پدک کشیدن آن بود که هلی‌کوپتر آمریکایی سر رسید. با رسیدن آمریکایی‌ها، دله‌دزدهای سپاه، قایق را رها کرده و بزدلانه فرار کردند. خسته نباشی دلاورا!	۲

۱	نارضایتی بی‌اعتنایی رهاکردن مردم	Mehdi Parpanchi @Parpa... ۱۴۰ ژوئن شعار بازنشسته‌ها «مرگ بر رئیسی» بود. اگر صدای مردم را می‌شنید قاعدتا خودش باید استعفا می‌کرد! Behrooz Azizi @journalis... ۱۴۰ ژوئن برکناری #عبدالملکی یعنی #رئیسی هنوز صدای مردم را می‌شنود
۲	حکمرانی غلط اقتصادی بی‌کفایتی بی‌اعتنایی منزوی	Mehdi Parpanchi @Parpa... ۱۰ ژوئن جملاتی مانند «قطعنامه، بی‌اثر است و یک قدم عقب‌نشینی نمی‌کنیم»، «تحریم، کاغذپاره است» و «سیاست اقتصاد مقاومتی باید به شدت و با جدیت دنبال شود»، ادامه منطقی همان تفکری است که معتقد بود «ما باید منزوی بشویم، تا مستقل بشویم» و «اقتصاد مال خر است»!
۳	بی‌کفایتی مسئولین عدم مشروعیت سیاسی	Mehdi Parpanchi @Parpan... ۱۶۰ مه جراحی اقتصادی، نیازمند مشروعیت سیاسی است. در فقدان مشروعیت سیاسی، اولویت با جراحی سیاسی است.
۲	دزدسالار	Hossein Bastani ... ۰۸ ژوئیه امام جمعه منصوب رهبر در تهران درتوجیه اینکه چرا ج.ا. روی #حجاب حساس است و نه دزدی گفته: «بسیاری از بی‌حجاب‌ها، زن‌ها و بچه‌های دزدها هستند!» «دزدی» -کلان- حتما به حجاب ارتباط ندارد، ولی منطقا با نزدیکی به راس نظام مرتبط است: به این علت ساده که «خودی»‌ها به منابع بیشتری دسترسی دارند.
۳	رانت و فساد حکومت دیکتاتور اختلاسگر	Hossein Bastani ... ۲۴ فوریه مادر #حسین_رونقی می‌گوید زمانی به "خدابخشی" گفته پسرم اختلاس نکرده که فرار کند، شماها باید بروید، و جواب شنیده آنها که اختلاس کردند "عرضه دارند". اشاره به مهدی خدابخشی نماینده وقت دادستان -که بعدها پرونده فساد مالپش جنجالی شد. ساختار سرکوب نظام، طبیعتا بر دوش امثال خدابخشی‌هاست.

نمودار مضامین حوزه وضعیت معیشت مردم



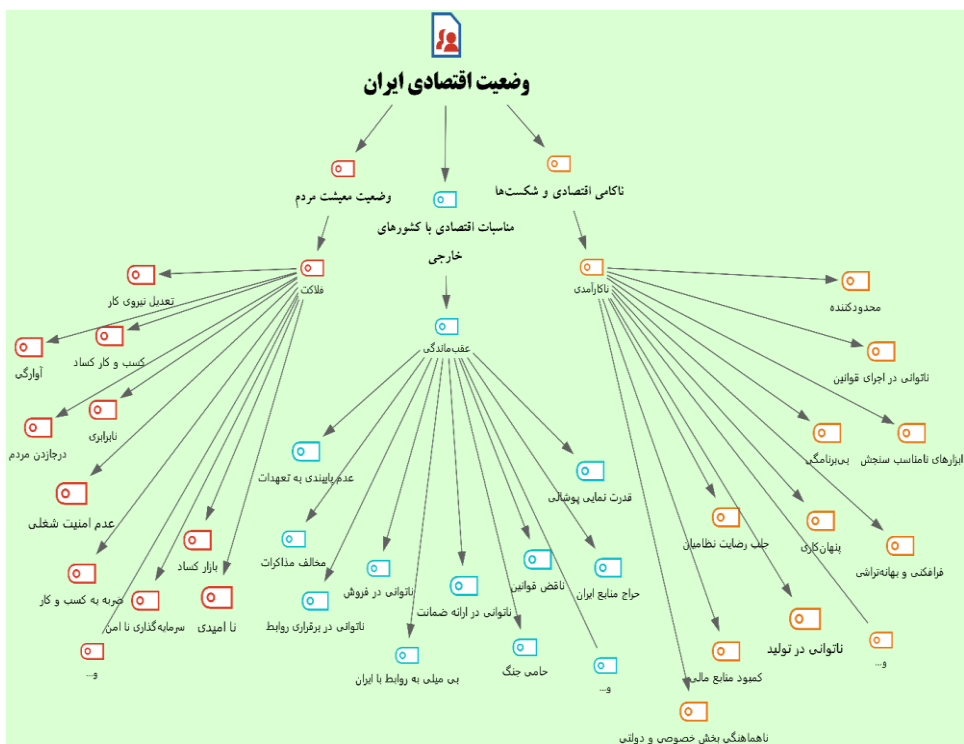
سال پانزدهم | شماره اول | بهار ۱۴۰۲



نمودار مضامین حوزه مناسبات اقتصادی با کشورهای خارجی



نمودار مضامین وضعیت اقتصادی ایران



نتیجہ گیری

در بازنمایی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی باید به این نکته توجه کرد که یک رسانه در هیچ زمانی ابزار بی طرف در ارائه تصویر و القای مفهوم به مخاطب محسوب نمی‌شود. کارکرد رسانه‌ها با فرایند زبانی و معنایی گره خورده است و این فرایند متأثر از هم‌پوشانی رهیافت‌های بازنمایی است؛ به رهیافت‌ها و نظریات بازنمایی می‌توان به صورت یک کل منسجم نگریست و کارکرد و شیوه انتقال مفاهیم توسط رسانه‌ها را متأثر از این هم‌پوشانی دانست.

چگونگی معنا کردن پیام و مفاهیم شبکه‌های اجتماعی ضد انقلاب توسط مخاطبان سراسر دنیا از ساختی است که آن‌ها چارچوب‌بندی می‌کنند (رهیافت سازه‌انگار)؛ در این چارچوب

ساخته شده توسط این رسانه‌ها، اخبار، رویدادها و وقایعی قرار داده می‌شود که بازتاب و انعکاسی روشن از همان رویداد رخ داده نظیر گرانی، استعفای مسئولین و... است. (رهیافت بازتابی) و سپس آن رخداد را متناسب با آن چیزی که مدنظر و موافق با ایدئولوژی و تفکر آن‌ها هست، به مخاطب عرضه می‌کند. (رهیافت نیت‌گرا). تمهیدات بازنمایی مانند کلیشه‌سازی و طبعی‌سازی به تحقق این هدف یاری می‌رسانند و سرانجام تصاویری ساخته شده در بافتی اجتماعی و بر مبنای ساخت اجتماعی واقعیت شکل می‌گیرد.

آنچه رسانه‌های معاند سعی در بازنمایی آن دارند، مسائل و مشکلاتی و چالش‌هایی است که در هیچ جامعه‌ای گریز از آن ممکن نیست و در مسئله‌ای همچون نظام اقتصاد یک کشور همواره بلندی‌ها همراه با کاستی‌ها خود را نشان می‌دهند و دشمنان برای تضعیف نظام جمهوری اسلامی ایران که شامل ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است دست روی همان کاستی‌هایی می‌گذارند که به صورت طبیعی در هر جامعه‌ای وجود دارد؛ لذا این تحقیق به بررسی بازنمایی ضعف‌ها و مشکلاتی پرداخت که در اقتصاد کشور ما وجود دارد اما با توجه به تعاریفی که از بازنمایی و رسانه‌های ضد انقلاب ارائه شد، این رسانه‌ها و افراد به نشان دادن مسائل متناسب با اهداف مشخص شده جهت تخریب افکار و اذهان عمومی علیه ایران و در نهایت ایجاد نارضایتی اجتماعی مبادرت می‌ورزند.

همانطور که مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) می‌فرمایند: «اما ملت ایران باید بداند که آن‌ها روی تبلیغات اهمیت می‌دهند. ببینید؛ یک بدی‌ها و نابسامانی‌هایی در بین ما، برای دشمن ما مطلوب است؛ می‌خواهند این‌ها تحقق پیدا کند. اگر توانستند که این نابسامانی‌ها و بدی‌ها و زشتی‌ها و خرابی‌ها را به وجود آورند که خوب به وجود می‌آورند. منتها نمی‌توانند؛ وقتی نمی‌توانند، حداقل این است که در تبلیغاتشان این طور وانمود کنند که این بدی‌ها هست، این برای آن‌ها مقداری از موفقیت است که ممکن است ذهن‌های بعضی‌ها را آشفته کند، دل‌های بعضی‌ها را بلرزاند، یا دوستان جمهوری اسلامی را در خارج از این کشور مردد کند.»^۱

فهرست منابع

- علی‌دادی، رضا، (۱۴۰۰) رسانه‌های مجازی در مسیر تکامل، انتشارات سروش، تهران.
- محمدپور، وحید، (۱۳۹۹) رسانه‌شناسی، انتشارات ادیبان روز، تهران.
- ضیایی‌پرور، حمید و ساعدی، (۱۳۹۵) طاهره، شبکه‌های اجتماعی مجازی، انتشارات سیمای شرق،.
- هال، استیوارت، (۱۳۹۱) معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، ترجمه احمد گل‌محمدی، نشر نی، تهران.
- ریبعی، علی، و احمدزاده نامور، فرناز. (۱۳۸۷). نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل امریکایی‌ها و ایرانی‌ها. دانش سیاسی، ۴(۲) (پیاپی ۸)، ۳۷-۶۲.
- حاج محمدی، حسین، (۱۳۹۷) بررسی و نقد مبانی نظری مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام، انتشارات بوستان کتاب، تهران.
- گیویان، عبدالله، و سروی زرگر، محمد. (۱۳۸۸). بازنمایی ایران در سینمای هالیوود. تحقیقات فرهنگی ایران، ۲(۴) (پیاپی ۸)، ۱۴۷-۱۷۷.
- پاینده، حسین (۱۳۹۲) انعکاس جنگ در رسانه‌ها: رویکرد پسامدرن بودریار به تحلیل رسانه‌ها، مطالعات فرهنگی و ارتباطات سال نهم زمستان، شماره ۳۳(۳۰_۱)
- Gerlach, L. P. 2001. The structure of social movements: Environmental activism and its opponents. In J. Arquilla & D. Ronfeldt (Eds.), Networks and netwars: The future of terror, crime, and militancy: 289-309. Santa Monica, CA: RAND.

