

# نیم رخ سیاسی شبکه‌های اجتماعی

حضور فعال سیاستمداران شاخص طی سال گذشته، بویژه در «توییتر» و «تلگرام» افزایش یافت

**□ سبحان حسوند (توییتر روزنامه ایران @IranNewspaper) / سال ۱۳۹۵** رami توان سالی دانست که در آن سیاست و سیاسیون در ایران به قدرت شبکه‌های اجتماعی پی بردند و به آن روی آوردند، شاید در سالیان آینده و پژوهش‌های پیش رو در مورد شبکه‌های اجتماعی و سیاست در ایران سال ۱۳۹۵ یک نقطه عطف به شمار آید.

سیاست و خبر ایران در این سال در یکی از شبکه‌های اجتماعی کار خود را در سال نو آغاز کردند و مهم‌ترین خبر سیاسی کشور در توییتر اتفاق افتاد. جنجال توییت منتسب به مرحوم آیت‌الله هاشمی بحث داغ سیاسی در رسانه‌های کشور شد. وقتی که انتشار گفته‌ای قدیمی از آیت‌الله هاشمی به صورت منقطع در مورد بحث موشکی جنجال آفرین شد. با نفوذ هر چه بیشتر ابزارهای ارتباطی و اینترنت در جامعه، مردم روز به روز بیشتر و راحت‌تر در معرض اخبار قرار می‌گیرند، این موضوع می‌تواند درک مخاطبان از اخبار را عمیق ببخشد یا برعکس، مخاطب را در سطح نگه دارد. درک عمیق یا سطحی مخاطب از سیاست و به صورت کلی اخبار، از طریق شبکه‌های اجتماعی به استراتژی رسانه برای انتقال محتوا از طریق شبکه‌های اجتماعی و توانایی مخاطبان برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای درک سیاست و اخبار بستگی دارد.

به گفته سید محمود علوی، وزیر اطلاعات، «شبکه‌های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام و توییتر در کشور مخاطب زیادی دارند.»

توییتر، با وجود فیلتر بودن در ایران، در زمان مذاکرات هسته‌ای که ختم به برجام شد به نوعی جای خود را در حوزه خبری در ایران باز کرد، آن زمان که خبرنگاران پوشش دهنده از محل مذاکرات از طریق توییتر، منبع اخبار در مورد مذاکرات هسته‌ای بودند. توییتر در آن زمان ابزار طرف‌های مذاکره‌کننده نبود و آن طور که جواد ظریف وزیر خارجه و رئیس تیم مذاکره‌کننده هسته‌ای چند هفته پیش در مصاحبه با روزنامه الکترونیکی امید ایرانیان گفته است: «چیزی که امروز به عنوان دیپلماسی توییتری آقای ترامپ مطرح می‌شود، ماقبل از این در طول مذاکرات هسته‌ای شروع کردیم.»

ظریف با (۵۸۳ هزار دنبال‌کننده در توییتر) همچنان کم توییت می‌کند، اما همدفند و در راستای سیاست خارجه کشور. توییتر ظریف در فصل آخر ۱۳۹۵ و پس از مطرح شدن طرح ممنوعیت ورود اتباع ایران به آمریکا از سوی ترامپ به کار وزیر خارجه آمد و محلی بود برای واکنش نشان دادن به این طرح در سریع‌ترین زمان ممکن با بیشترین اثر از نظر بازتاب در رسانه‌های خارجی و شنیده شدن در افکار عمومی جهان. ظریف در نخستین واکنش به طرح ترامپ نوشت: این طرح در تاریخ به عنوان بزرگ‌ترین هدیه به تندروها و هواداران نشان ثبت خواهد شد. واکنش توییتری وزیر خارجه ایران بسرعت در رسانه‌های جهان و خود توییتر که محل بحث داغ جهانی در مورد ممنوعیت بود بازتاب داشت و در روزهای بعد نیز واکنش‌های توییتری ظریف به

هر چند بسیاری از سیاسیون، هنوز روش صحیح استفاده از توییتر و دیگر شبکه‌های اجتماعی را نمی‌دانند اما در مجموع حضور آنها نمود چشمگیری داشته است. حضور چهره‌های سیاسی در توییتر از هر دو طیف اصلاح‌طلب و اصولگرا چشمگیر بوده است. در میان اصلاح‌طلبان حضور علی مطهری (۲۷ هزار دنبال‌کننده) و محمود صادقی (۳۵ هزار دنبال‌کننده) در توییتر چشمگیرتر از بقیه بود. محمود صادقی که پیش از علی مطهری وارد توییتر شد بسرعت به یکی از چهره‌های تأثیرگذار سیاسی در توییتر تبدیل شد که در مدت کوتاهی دنبال‌کنندگان زیادی پیدا کرد و توییت‌هایی واکنش برانگیز بسیاری داشت. علی مطهری نیز با حضورش در توییتر مخاطبان را به نوعی غافلگیر کرد و در عرض ۷-۸ ساعت ابتدایی حضورش ۵ هزار دنبال‌کننده پیدا کرد که رقم زیادی محسوب می‌شود. یکی از اتفاق‌های مهم توییتر فارسی سیاسی در سال ۱۳۹۵ حضور جهشی چهره‌های اصولگرا در توییتر بود، به صورت کلی پیش در آمد حضور سیاسیون اصولگرا حضور خبرنگاران و رسانه‌های این طیف در توییتر بود که تیریک روزنامه اصلاح‌طلب علیه این حضور نقطه عطفی شد برای حضور بیشتر سیاسیون اصولگرا. روزنامه اصلاح‌طلب آفتاب یزد در شماره ۷ بهمن ۱۳۹۵ خود طی گزارشی با عنوان «شمارا چه به توییتر» به عنوان تیریک و تیتیر عکس خود حضور چهره‌های اصولگرا در توییتر را «با وجود اعتقاد راسخ به فیلترینگ» دارای «تناقض و پارادوکسی» دانست «که اصولگرایان مدت هاست درگیر آن هستند.» در عکس صفحه یک آفتاب یزد تصویر پروفایل توییتر ۱۸ چهره اصولگرا آمده بود و در بالای این تصویر دو نقل قول از حداد عادل و قالیباف در تأیید فیلترینگ آمده بود. بعد از انتشار این گزارش اصولگرایان حاضر در توییتر به هشتگ #ما را چه به توییتر نسبت به گزارش آفتاب یزد واکنش نشان دادند و حتی چهره‌هایی مانند علیرضا زاکانی نماینده سابق اصولگرا با این هشتگ به توییتر پیوست.

در حال حاضر حضور چهره‌های سیاسی اصلاح‌طلب و اصولگرا در توییتر بر اساس کمیت نزدیک به هم به نظر می‌رسد. علی مطهری و محمود صادقی محبوب از اصلاح‌طلبان و غلامعلی حداد عادل (۱۵ هزار دنبال‌کننده) و محسن رضایی (۱۱ هزار دنبال‌کننده) از اصولگرایان در توییتر محبوب هستند که هر چهار نفر در سال ۱۳۹۵ به چهره‌های سیاسی توییتر تبدیل شده‌اند، هر چند به لحاظ دنبال‌کننده و اشتراک اصلاح‌طلبان فعال بر اصولگرایان می‌چربند.

حضور سیاسیون در شبکه‌های اجتماعی در دید نخست می‌تواند به شفافیت و پاسخگویی در عالم سیاست و درک سیاسیون از افکار عمومی کمک کند. مردم نیز به صورت بی‌واسطه‌تر می‌توانند در معرض مستقیم دیدگاه‌ها و مواضع سیاسیون قرار بگیرند و این ارتباط بی‌واسطه‌تر، می‌تواند زمینه شفاف‌سازی موضوعات برای مردم را ایجاد کند. تعامل سیاسیون با مردم از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منبع ارزشمندی باشد از نظرات مردم که به درک شرایط کمک شایانی می‌کند. سال ۱۳۹۵ به جهت ورود هر چه بیشتر رسانه‌های اجتماعی در کار سیاسیون سال مهمی به شمار می‌آید، هر چند این حضور ممکن است در مواقعی به بیراهه رفته باشد و برخی درگیر دنبال‌کننده و لایک، ممبر و ویو شده باشند اما در نهایت افکار عمومی در شبکه‌های اجتماعی حقیقت را از میان انبوه اخبار کذب و شایعه کشف خواهد کرد. در حال حاضر حضور چهره‌های سیاسی اصلاح‌طلب و اصولگرا در توییتر بر اساس کمیت نزدیک به هم به نظر می‌رسد. علی مطهری و محمود صادقی محبوب از اصلاح‌طلبان و غلامعلی حداد عادل (۱۵ هزار دنبال‌کننده) و محسن رضایی (۱۱ هزار دنبال‌کننده) از اصولگرایان در توییتر محبوب هستند که هر چهار نفر در سال ۱۳۹۵ به چهره‌های سیاسی توییتر تبدیل شده‌اند، هر چند به لحاظ دنبال‌کننده و اشتراک اصلاح‌طلبان فعال بر اصولگرایان می‌چربند.

حضور سیاسیون در شبکه‌های اجتماعی در دید نخست می‌تواند به شفافیت و پاسخگویی در عالم سیاست و درک سیاسیون از افکار عمومی کمک کند. مردم نیز به صورت بی‌واسطه‌تر می‌توانند در معرض مستقیم دیدگاه‌ها و مواضع سیاسیون قرار بگیرند و این ارتباط بی‌واسطه‌تر، می‌تواند زمینه شفاف‌سازی موضوعات برای مردم را ایجاد کند. تعامل سیاسیون با مردم از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منبع ارزشمندی باشد از نظرات مردم که به درک شرایط کمک شایانی می‌کند. سال ۱۳۹۵ به جهت ورود هر چه بیشتر رسانه‌های اجتماعی در کار سیاسیون سال مهمی به شمار می‌آید، هر چند این حضور ممکن است در مواقعی به بیراهه رفته باشد و برخی درگیر دنبال‌کننده و لایک، ممبر و ویو شده باشند اما در نهایت افکار عمومی در شبکه‌های اجتماعی حقیقت را از میان انبوه اخبار کذب و شایعه کشف خواهد کرد.

سخنان ترامپ ادامه داشت و بعد از تهدید ترامپ علیه ایران ظریف با انتشار ویدئویی از سخنان خود در نیویورک توضیح داد که ایران نسبت به تهدیدات «بی‌تفاوت» است و همچنین ایران هیچگاه آغازگر جنگ نبوده است و استراتژی دفاعی دارد. توییت ظریف از عکس پلاکاردهای راهپیمایی که در ۲۲ بهمن مردم آمریکا را به ایران دعوت می‌کردند نیز ادامه‌ای بود به واکنش ایران به طرح ضد ایرانی ترامپ و تلاشی بود برای روشن کردن موضع ایران در مورد رابطه میان ایران و آمریکا. ظریف با استفاده از توییتر این امکان را داشت که در کمترین و مناسبترین زمان صدای خود را به عنوان وزیر خارجه یک کشور درگیر در یک موضوع مهم بین‌المللی به گوش افکار عمومی جهان برساند، اتفاقی که پیشتر بدون حضور رسانه‌ای اجتماعی مانند توییتر و از طریق ابزار سنتی اطلاع‌رسانی مانند رادیو و تلویزیون امکان پذیر نبود.

حسن روحانی نیز به عنوان رئیس جمهوری ایران با دو حساب فارسی (۳۶۵ هزار دنبال‌کننده) و انگلیسی (۵۸۰ هزار دنبال‌کننده) مخاطبان خود را در جریان سخنان و بر نامه‌ها، موضع‌گیری‌های خود قرار می‌دهد و با حساب انگلیسی خود از دیپلماسی توییتری بهره می‌برد. حمید ابوطالبی (۱۲ هزار دنبال‌کننده) معاون سیاسی دفتر رئیس جمهوری و حسام‌الدین آشنا (۱۰ هزار دنبال‌کننده) مشاور رئیس جمهوری نیز از دولتی‌هایی هستند که نشان داده‌اند توییتر برای شان اهمیت خاصی دارد و در توییت‌های خود به تبیین مواضع دولت می‌پردازند، هر چند رویکرد ابوطالبی و آشنا در راه متفاوت است؛ آشنا نگاه دارد اما ابوطالبی از توییتر به دو مخاطب خود درگیر می‌شود و تعامل دیر دارد اما ابوطالبی از توییتر به صورت یک ابزار یک طرفه استفاده می‌کند. سال ۱۳۹۵ سالی بود که بیشتر از چند سال قبلش سیاسیون کشور در این شبکه اجتماعی حضور پیدا کردند،



سیاسی

www.iran-newspaper.com