

جستاری درباره آنچه در اغتشاشات ۱۴۰۱ تجربه کردیم – قسمت اول*

بلوا در حباب

◀ | **سیدعلی سیدان**

دنیال کنی، همزمان که زندگی عادی مردم در بازار و خیابان و اداره و مسجد و پارک در جریان است، در اینترنت، نظام سرنگون شده یا لبه پرتگاه سقوط است. شاهین نجفی، خواننده هتاک فراری از کشور در تجمع لس آنجلس فریاد می‌زند: «نپرسید کی انقلاب می‌شه! نپرسید کی رژیم سقوط می‌کنه! الان رژیم سقوط کرده! ما وسط انقلابیم.»

بلواییان، بویژه آنها که بیرون از کشور هستند، مشغول نزاع بر سر غنایم فتح هاستند. در تجمعات بیرون از کشور که این توهم به دلیل دوری از میدان حادث‌تر است، شاهد نزاع گروه‌های مختلف اپوزیسیون هستیم. گروهی شعار می‌دهند «مرگ بر مستمگر، چه شاه باشه چه رهبر!» شعاری که بیشتر با ذائقه مجاهدین خلق سازگار است. گروهی دیگر که احتمالاً از دل‌بستگان سلطنت هستند، میکروفون شعاردهنده را می‌کشند و علیه او شعار می‌دهند.

بی‌بی‌سی و ایران اینترنشنال که دو رسانه اصلی معاند هستند، آنقدر خیال‌شان از رفتن جمهوری اسلامی راحت است که به جان هم افتاده‌اند! ما اینجا تصور می‌کنیم معاندان یک جمع یکپارچه هستند، حال آنکه دل‌های مشتت و پراکنده‌ای دارند.

جداً از اینکه با این اپوزیسیون متفرق پس از جمهوری اسلامی چه سرنوشت خطرناکی در انتظار ایران است، اینکه درک اپوزیسیون خارج از کشور که اتفاقاً کانون پمپاژ تولیدات رسانه‌ای است، این است که رژیم سقوط کرده و از همین حالا نوبت به تصفیه درونی گروه‌های مخالف رسیده، قابل تأمل است. نه فقط اپوزیسیون نظام، حتی آرتیست‌ها و نویسندگان و دانشگاهی‌های خارجی هم با دیدن انبوه کلیپ‌ها به این توهم افتاده‌اند که واقعا انقلابی در جریان است. واکنش همدلانه چیکرایانی مثل ژیزک، راجر واترز، جرمی کوربین و نوام چامسکی هم نشان‌دهنده غلبه همین خاد واقعیت است. حاد واقعیتی که اکنون با آن روبه‌رو هستیم چگونه ایجاد شده است؟ این پدیده در دو سطح به وجود آمده: یکی کیفیت و جهت‌گیری تولید پیام و دیگری وسعت و کثرت انتشار پیام. این راهبرد رسانه‌ای را می‌توان در یک جمله این‌طور خلاصه کرد: «رقم زدن اتفاقات پراکنده، کوچک و قبح‌شکنانه و بازنمایی گسترده آن به‌مثابه یک کنش پیشرو و آوانگارد.»

این راهبرد در بلوای ۱۴۰۱ چند نمونه عینی داشت. برداشتن روسری و فیلم گرفتن از آن، برداشتن عمامه روحانیون و فیلم گرفتن از آن، رقص در خیابان و فیلم گرفتن از آن، شعار دادن از پنجره و روی بالکن و فیلم گرفتن از آن، باز کردن «آغوش رایگان» در خیابان و فیلم گرفتن از آن، برداشتن عمامه روحانیون و فیلم گرفتن از آن و کلاً هر نوع کنشی که قابلیت نمایشی شدن و انتشار گسترده در شبکه‌های اینترنتی داشته باشد و البته فیلم گرفتن از آن!

این تله‌تئاترهای خیابانی پس از تولید، باید در بستر یک شبکه انتشار گسترده قرار بگیرد. اینجا است که شبکه‌های اجتماعی

به پشتوانه رسانه‌های متمرکز و اصلی، وارد صحنه می‌شوند. حجم تولید متواتر و بی‌بی‌سی و ایران اینترنشنال و من‌وتو در اینستاگرام و تلگرام و توئیتر در این چند روز بلوا عجیب بود. هر اتفاق کم‌اهمیت و بی ارزشی که فقط یک واقعیت حاد را نمایندگی می‌کرد به‌عنوان خبر یا تصویر به خورد مخاطب داده شد. حتی بی‌بی‌سی فارسی با آن لحن سرد و ژست بی‌طرفش

که به دلیل اتصال به قدمت صدساله بنگاه خبرپرگنی بریتانیا، اعتبار اندکی میان عده‌ای داشت، فیلم بازی کلاغر پیر دانش‌آموزان مدرسه‌ای در ایران را به‌عنوان کنش انقلابی و واقعبین زیرووست جامعه ایران منتشر کرد! دنبال کردن این صفحات روان متعادل را هم دچار اختلال می‌کند.

ما از پشت صحنه فعالیت‌های رسانه‌ای و بول‌های هفتگی که برای این منظور خرج می‌شود، اطلاع چندانی نداریم و صرفاً بعضی از واقعیت‌ها برای ما هویدا می‌شود. مثلاً طبق گزارش «اسی‌ان‌ان» بالغ بر ۱۳ هزار حساب جدید توئیتر در ماه سپتامبر، مرتبط با اعتراضات ایران ساخته شده که این حجم در مدت مشابه ماه قبل فقط ۵۰۰ کاربر بوده است! افزایش ظرفیت انتشار پیام در توئیتر برای هر کاربر در شبانه‌روز هم نمونه دیگری از این دستکاری برای تولید حاد واقعیت است.

نقش سلبریتی‌ها هم در این بلوا بسیار پررنگ و شگفت بود. پدیده عجیب و غریبی مثل علی کریمی ظهور کرد که هیچ چیز نبود جز دو صفحه مجازی و چند جمله کوتاه پوشش دهنده بلوا، مثلاً ایران اینترنشنال را

باید کنار تبلیغ لباس زیر و روی زنانه، برای

همبستگی با جنبشی در ایران، بست بگذارد! فهرست‌کردن این سلبریتی‌های جهانی و تحلیل آن مجالی مفصل می‌طلبد. نمی‌دانیم پشت‌صحنه این لشکرکشی جهانی سلبریتی‌ها چه خبر است، اما می‌توان بر اساس شواهد صحنه چیزهایی فهمید. مثلاً مهناز افشار در جریان همین اتفاقات، ناگهان تصمیم گرفت صفحه اینستاگرامش که حدود ۱۶ میلیون دنبال‌کننده دارد، «پیش از پیش در خدمت انعکاس صدای مردم قرار بگیرد». یکی دو روز بعد اعلام کرد «پس از مشورت با دوستان معتمد و متخصص» مطالب «آموزشکده تونا» را منتشر خواهد کرد. برای شناخت آموزشکده تونا هیچ عملیات اطلاعاتی و امنیتی خاصی لازم نیست! جست‌وجو در گوگل، سایت این مؤسسه را برای شما می‌آورد. در قسمت درباره ما، معرفی رسمی خود را منتشر کرده است: «تونا در سال ۲۰۱۰ میلادی (۱۳۸۹ شمسی) با بودجه اولیه‌ای از سوی دفتر دموکراسی، حقوق بشر و کارگری (DRL) در وزارت خارجه ایالات متحده آغاز به کار کرد. این پروژه تاکنون علاوه بر کمک‌های دولتی (DRL, USAID) و دفتر امور خارو نزدیک در وزارت کشور ایالات متحده، کمک‌هایی از سوی «کمک‌هزینه ملی دموکراسی»، مصاحبه‌ها، وزارت خارجه هلند و کمک‌های حیاتی متنوع از سوی گوگل دریافت کرده است…»

سلبریتی ایرانی از مؤسسه‌ای وابسته به وزارت خارجه آمریکا پول می‌گیرد تا صدای مردم ایران باشد. این فقط یک نمونه آشکار است. اینکه در این بلوا، چه میزان پول و چگونه جابه‌جا شده تا این حجمه سراسری اتفاق بیفتد، برای ما معلوم نیست. البته همیشه مسأله پول نیست. ما با ملغمه‌ای از ساتی منتانالیسم، سبک زندگی اباحه‌گرآیدانه، خودشیرینی برای دریافت مجوزاقامت، ترس از انزوا در میان همکاران و عوامل دیگری در میان سلبریتی‌ها مواجه هستیم که این چنین موجب گرم‌شدن بلوا به‌واسطه ایشان می‌شود.

اعتراضات سال ۷۱ در مشهد از این وجه قابل توجه است. طبق آنچه از این اتفاقات به ما رسیده، کنترل مراکز حکومتی در مشهد سه روز از اختیار دولت خارج شد! مردمی که از تخریب خانه‌هایشان‌ای و حاشیه شهر مشهد (کوی طلاب) خشمگین بودند، شورش کردند و کنترل کلانتری‌ها، دادگستری، شهرداری، تبلیغات اسلامی و… را در دست گرفتند. آن زمان هیچ شبکه‌ای، عکس و فیلم جدیدی از خود منتشر نکرد و بعد ناگهان در آستانه جام جهانی، تیزر مصاحبه ویدیویی‌اش منتشر شد تا پروژه رسانه‌ای او وارد فاز جدیدی شود. هیچ بعید نیست در روزهای آینده بلوا ناگهان تصویر جنازه او منتشر شود و شوکی دیگر به جامعه ایرانی وارد کنند.

از طرف دیگر با تعداد فراتر از حد تصوری از سلبریتی‌های جهانی مواجه شدیم که ناگهان مسأله ایران برایشان مهم شد و هر کدام واکنشی به آن نشان دادند. بازیگران، مدل‌ها و خوانندگان آمریکایی و اروپایی که بسیاری‌شان فرق ایران و عراق را نمی‌دانند، ناگهان به صحنه آمدند. آدم درمی‌ماند که چه کسی به یک بی‌استعداد و کمتر و کمتر شد. در آن روزگار فیس‌بوک مهم‌ترین شبکه اجتماعی اینترنتی ایران

بود و توئیتر هم حضور کم‌اقبالی داشت.

آمار دقیقی از میزان کاربران فیس‌بوک در سال ۸۸ در دست نیست، اما طبق برخی آمارها تا سال ۱۳۹۳ حدود ۴ تا ۵ میلیون نفر در فیس‌بوک حساب کاربری داشته‌اند. این در مقایسه کنبد با حدود ۵۰ میلیون کاربر ایرانی اینستاگرام در سال ۱۴۰۱! عامل دیگر، گسترش گوشی‌های هوشمند در ایران است. آخرین آمار منتشره ایسپا در سال ۹۸ نشان می‌دهد ۶۹ درصد مردم از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. این آمار قطعاً از پیش در خدمت انعکاس صدای مردم قرار بگیرد.» یکی دو روز بعد اعلام کرد «پس از مشورت با دوستان معتمد و متخصص» مطالب «آموزشکده تونا» را منتشر خواهد کرد. برای شناخت آموزشکده تونا هیچ عملیات اطلاعاتی و امنیتی خاصی لازم نیست! جست‌وجو در گوگل، سایت این مؤسسه را برای شما می‌آورد. در قسمت درباره ما، معرفی رسمی خود را منتشر کرده است: «تونا در سال ۲۰۱۰ میلادی (۱۳۸۹ شمسی) با بودجه اولیه‌ای از سوی دفتر دموکراسی، حقوق بشر و کارگری (DRL) در وزارت خارجه ایالات متحده آغاز به کار کرد. این پروژه تاکنون علاوه بر کمک‌های دولتی (DRL, USAID) و دفتر امور خارو نزدیک در وزارت کشور ایالات متحده، کمک‌هایی از سوی «کمک‌هزینه ملی دموکراسی»، مصاحبه‌ها، وزارت خارجه هلند و کمک‌های حیاتی متنوع از سوی گوگل دریافت کرده است…»

سلبریتی ایرانی از مؤسسه‌ای وابسته به وزارت خارجه آمریکا پول می‌گیرد تا صدای مردم ایران باشد. این فقط یک نمونه آشکار است. اینکه در این بلوا، چه میزان پول و چگونه جابه‌جا شده تا این حجمه سراسری اتفاق بیفتد، برای ما معلوم نیست. ما با ملغمه‌ای از ساتی منتانالیسم، سبک زندگی اباحه‌گرآیدانه، خودشیرینی برای دریافت مجوزاقامت، ترس از انزوا در میان همکاران و عوامل دیگری در میان سلبریتی‌ها مواجه هستیم که این چنین موجب گرم‌شدن بلوا به‌واسطه ایشان می‌شود.

اعتراضات سال ۷۱ در مشهد از این وجه قابل توجه است. طبق آنچه از این اتفاقات به ما رسیده، کنترل مراکز حکومتی در مشهد سه روز از اختیار دولت خارج شد! مردمی که از تخریب خانه‌هایشان‌ای و حاشیه شهر مشهد (کوی طلاب) خشمگین بودند، شورش کردند و کنترل کلانتری‌ها، دادگستری، شهرداری، تبلیغات اسلامی و… را در دست گرفتند. آن زمان هیچ شبکه‌ای، عکس و فیلم جدیدی از خود منتشر نکرد و بعد ناگهان در آستانه جام جهانی، تیزر مصاحبه ویدیویی‌اش منتشر شد تا پروژه رسانه‌ای او وارد فاز جدیدی شود. هیچ بعید نیست در روزهای آینده بلوا ناگهان تصویر جنازه او منتشر شود و شوکی دیگر به جامعه ایرانی وارد کنند.

از طرف دیگر با تعداد فراتر از حد تصوری از سلبریتی‌های جهانی مواجه شدیم که ناگهان مسأله ایران برایشان مهم شد و هر کدام واکنشی به آن نشان دادند. بازیگران، مدل‌ها و خوانندگان آمریکایی و اروپایی که بسیاری‌شان فرق ایران و عراق را نمی‌دانند، ناگهان به صحنه آمدند. آدم درمی‌ماند که چه کسی به یک بی‌استعداد و کمتر و کمتر شد. در آن روزگار فیس‌بوک مهم‌ترین شبکه اجتماعی اینترنتی ایران

بود و توئیتر هم حضور کم‌اقبالی داشت. آمار دقیقی از میزان کاربران فیس‌بوک در سال ۸۸ در دست نیست، اما طبق برخی آمارها تا سال ۱۳۹۳ حدود ۴ تا ۵ میلیون نفر در فیس‌بوک حساب کاربری داشته‌اند. این در مقایسه کنبد با حدود ۵۰ میلیون کاربر ایرانی اینستاگرام در سال ۱۴۰۱! عامل دیگر، گسترش گوشی‌های هوشمند در ایران است. آخرین آمار منتشره ایسپا در سال ۹۸ نشان می‌دهد ۶۹ درصد مردم از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. این آمار قطعاً از پیش در خدمت انعکاس صدای مردم قرار بگیرد.» یکی دو روز بعد اعلام کرد «پس از مشورت با دوستان معتمد و متخصص» مطالب «آموزشکده تونا» را منتشر خواهد کرد. برای شناخت آموزشکده تونا هیچ عملیات اطلاعاتی و امنیتی خاصی لازم نیست! جست‌وجو در گوگل، سایت این مؤسسه را برای شما می‌آورد. در قسمت درباره ما، معرفی رسمی خود را منتشر کرده است: «تونا در سال ۲۰۱۰ میلادی (۱۳۸۹ شمسی) با بودجه اولیه‌ای از سوی دفتر دموکراسی، حقوق بشر و کارگری (DRL) در وزارت خارجه ایالات متحده آغاز به کار کرد. این پروژه تاکنون علاوه بر کمک‌های دولتی (DRL, USAID) و دفتر امور خارو نزدیک در وزارت کشور ایالات متحده، کمک‌هایی از سوی «کمک‌هزینه ملی دموکراسی»، مصاحبه‌ها، وزارت خارجه هلند و کمک‌های حیاتی متنوع از سوی گوگل دریافت کرده است…»

سلبریتی ایرانی از مؤسسه‌ای وابسته به وزارت خارجه آمریکا پول می‌گیرد تا صدای مردم ایران باشد. این فقط یک نمونه آشکار است. اینکه در این بلوا، چه میزان پول و چگونه جابه‌جا شده تا این حجمه سراسری اتفاق بیفتد، برای ما معلوم نیست. ما با ملغمه‌ای از ساتی منتانالیسم، سبک زندگی اباحه‌گرآیدانه، خودشیرینی برای دریافت مجوزاقامت، ترس از انزوا در میان همکاران و عوامل دیگری در میان سلبریتی‌ها مواجه هستیم که این چنین موجب گرم‌شدن بلوا به‌واسطه ایشان می‌شود.

اعتراضات سال ۷۱ در مشهد از این وجه قابل توجه است. طبق آنچه از این اتفاقات به ما رسیده، کنترل مراکز حکومتی در مشهد سه روز از اختیار دولت خارج شد! مردمی که از تخریب خانه‌هایشان‌ای و حاشیه شهر مشهد (کوی طلاب) خشمگین بودند، شورش کردند و کنترل کلانتری‌ها، دادگستری، شهرداری، تبلیغات اسلامی و… را در دست گرفتند. آن زمان هیچ شبکه‌ای، عکس و فیلم جدیدی از خود منتشر نکرد و بعد ناگهان در آستانه جام جهانی، تیزر مصاحبه ویدیویی‌اش منتشر شد تا پروژه رسانه‌ای او وارد فاز جدیدی شود. هیچ بعید نیست در روزهای آینده بلوا ناگهان تصویر جنازه او منتشر شود و شوکی دیگر به جامعه ایرانی وارد کنند.

از طرف دیگر با تعداد فراتر از حد تصوری از سلبریتی‌های جهانی مواجه شدیم که ناگهان مسأله ایران برایشان مهم شد و هر کدام واکنشی به آن نشان دادند. بازیگران، مدل‌ها و خوانندگان آمریکایی و اروپایی که بسیاری‌شان فرق ایران و عراق را نمی‌دانند، ناگهان به صحنه آمدند. آدم درمی‌ماند که چه کسی به یک بی‌استعداد و کمتر و کمتر شد. در آن روزگار فیس‌بوک مهم‌ترین شبکه اجتماعی اینترنتی ایران

بود و توئیتر هم حضور کم‌اقبالی داشت. آمار دقیقی از میزان کاربران فیس‌بوک در سال ۸۸ در دست نیست، اما طبق برخی آمارها تا سال ۱۳۹۳ حدود ۴ تا ۵ میلیون نفر در فیس‌بوک حساب کاربری داشته‌اند. این در مقایسه کنبد با حدود ۵۰ میلیون کاربر ایرانی اینستاگرام در سال ۱۴۰۱! عامل دیگر، گسترش گوشی‌های هوشمند در ایران است. آخرین آمار منتشره ایسپا در سال ۹۸ نشان می‌دهد ۶۹ درصد مردم از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. این آمار قطعاً از پیش در خدمت انعکاس صدای مردم قرار بگیرد.» یکی دو روز بعد اعلام کرد «پس از مشورت با دوستان معتمد و متخصص» مطالب «آموزشکده تونا» را منتشر خواهد کرد. برای شناخت آموزشکده تونا هیچ عملیات اطلاعاتی و امنیتی خاصی لازم نیست! جست‌وجو در گوگل، سایت این مؤسسه را برای شما می‌آورد. در قسمت درباره ما، معرفی رسمی خود را منتشر کرده است: «تونا در سال ۲۰۱۰ میلادی (۱۳۸۹ شمسی) با بودجه اولیه‌ای از سوی دفتر دموکراسی، حقوق بشر و کارگری (DRL) در وزارت خارجه ایالات متحده آغاز به کار کرد. این پروژه تاکنون علاوه بر کمک‌های دولتی (DR

موجب شد حتی نیروهای وفادار به نظام، به‌نوعی منتقد دستگاه اجرایی باشند و همین مسأله یک نیروی سیاسی واقعی برای اعتراضات تولید می‌کرد.

در بلوای ۱۴۰۱، از وجه سیاسی، هیچ نیروی سیاسی واقعی‌ای در میان نیست. تکلیف تعامل و گفت‌وگو با ساختار رسمی قدرت که روشن است. هیچ گفت‌وگویی برقرار نیست و هیچ بده‌بستان رسمی‌ای در کار نیست، اما گذشته از این، لوازم یک سیاسی‌سازی برای براندازی یا انقلاب، رهبری می‌خواهند که حاضر باشد به‌خاطر سرنگونی نظام هزینه بدهد. در حال حاضر هیچ‌کس چنین موقعیتی ندارد و ظاهراً قرار هم نیست داشته باشد. این بلوا از راه‌اندازی یک راهپیمایی گسترده علیه نظام عاجز است. اگر قرار بود این راهپیمایی شکل بگیرد و به‌واسطه آن نظام در موقعیت انفعال و ضعف قرار بگیرد، نباید شعارهای مستهجن و غیرمسئولانه داده می‌شد.

یادمان نرود که در سال ۸۸ اگر جریان سبز توانست یک راهپیمایی به بزرگی روز ۲۵ خرداد راه بیندازد، در شرایطی موفق شد که با شعار «آب مرد به ز دولت اوست» وارد صحنه شده بود و به‌همین دلیل می‌توانست گروه‌های فراوانی از مردم را در شرایطی که مسأله اصلی شفاف‌نشده بود، گرد‌خود جمع کند. اما بلوای اخیر با شعارهایش نمی‌تواند

جمعیت انبوهی را با خود همراه کند. به‌همین دلیل شعار «سبز بلو یا ماهی…» را برگزیده است و اسافل اعضا را به مخالفانش حواله می‌دهد؛ شعارهایی که مورخان و نویسندگان شرم‌دارند آن را برای آیندگان ثبت کنند. وقتی یک حرکت از سیاست تهی می‌شود، نیروی حاضر در صحنه هیچ‌امداد سیاسی واقعی‌ای ندارد، واقعیتی که باقی می‌ماند «التهاب امنیتی» است. صحنه باید همواره ملتعب باقی‌ماند و با شوک‌های گوناگون این التهاب حفظ شود تا زمینه برای ضربه‌های امنیتی اساسی‌تر آماده شود؛ این ضربه‌های اساسی احتمالاً خارج مرزها به ایران وارد می‌شود.

■ **طبقه اقتصادی اجتماعی؛ سرریز دانسته مرفهان**

اولین تجمعات بلوای ۱۴۰۱، در شهرهای «تهران» و «رشت» شکل گرفت. در تهران اولین تجمعات در خط میانی پایتخت و بالاتر از آن صورت گرفت و سپس از چندین روز به نواحی جنوبی‌تر مانند نازی‌آباد سرایت کرد. بیشترین تجمعات در روزهای ابتدایی بلوا، مربوط به شهرهای نوار شمالی کشور بود. شهرهایی که تفریح‌گاه طبقه متوسط و مرفه تهرانی است.

توجه به موقعیت جغرافیایی اولین تجمعات، از نکاتی است که ما را به هسته مرکزی این بلوا رهنمون می‌کند. هر حرکت اجتماعی یک هسته مرکزی دارد که از آن نیرو و گرما می‌گیرد. نیروی اصلی بلوای ۱۴۰۱، متعلق به طبقه مرفه مدرن بود. طبقه‌ای که مهم‌ترین ویژگی آن بر خرددرای از سرمایه بیشتر به نسبت سایر طبقات اقتصادی اجتماعی است؛ سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سرمایه مادی.

این حقیقت، در مقایسه با تجمعات سال‌های قبل معنادارتر می‌شود. اولین واکنش‌ها به گرانی بنزین در آبان سال ۹۸ از شهرهای کوچک و متوسط دور از مرکز آغاز شد و بیشترین درگیری هم مربوط به همین شهرها بود. اهواز، سیرجان، بهبهان، مشهد، قلعه‌شهر خان و اقلید و اولین شهرهایی هستند که از همان جمعه معروف، اعتراضات در آن‌ها شکل گرفت.

علاوه بر نقاط جغرافیایی شکل‌گیری تجمعات، حقایق دیگری هست که نمود طبقاتی بلوا را آشکار می‌کند. شیوه عمل رسانه نیز نمایانگر بستر طبقاتی این بلواست. در شورش دی ۹۶ مهم‌ترین رسانه اجتماعی، تلگرام بود و کانال «آمدنیوز» صحنه‌گردان غلبه بود. شعارهای ایرانیان، در درجه اول پیام‌رسان سبک و سبب بعد درگاهی برای اطلاع از اخبار و سپس محملی برای گفت‌وگوهای گروهی بود. شورش ۹۶ منجر به فیلترینگ تلگرام شد و خیلی‌ها به اینستاگرام مهاجرت کردند. تا جایی که اینستاگرام برای عده‌ای، نقش یک پلتفرم «خبری» را بازی کرد. یعنی بسیاری از مردم ترجیح می‌دادند به‌جای آنکه اخبار را از دو پلتفرم دنبال کنند، در فضای اینستاگرام نیازهای خبری‌شان را هم، با دنبال کردن صفحه‌های خبری برطرف‌کنند. **ادامه‌دارد**

■ **این گزارش در شماره اول نشریه سوره اندیشه (آذرماه ۱۴۰۱) منتشر شده است**