

## امکان‌سنجی انتشار پیام‌های تنش‌زدا در توئیتر بررسی میزان استفاده از مؤلفه‌های صلح در انعکاس درگیری غیزانیه اهواز توسط کاربران و خبرنگاران در توئیتر فارسی

علی شاکر<sup>۱</sup>، محمد مهدی فرقانی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۱/۱۴، تاریخ تایید: ۰۰/۰۱/۱۶

### چکیده

شبکه‌های اجتماعی بر بستر تعاملات اجتماعی وب ۲، این امکان را برای خبرنگاران فراهم می‌آوردند تا فارغ از برخی محدودیت‌های سازمانی بتوانند به انعکاس تعارض‌ها و درگیری‌ها بپردازند. دغدغه اصلی این مقاله آن است که وقتی اعتراض به بی‌آبی و درگیری در غیزانیه اهواز شکل می‌گیرد، روزنامه‌نگاران چه قدر در انتشار اخبار آن نقش دارند و در این میان آیا از مؤلفه‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاری صلح برای تنش‌زدایی استفاده می‌کنند یا نه؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها از روش ترکیبی تحلیل شبکه و تحلیل مضمونی استفاده کردیم. یعنی پس از استخراج ۵۱ هزار ۱۶۹ توییت با موضوع غیزانیه در بازه زمانی اول دی ۹۸ تا ۳۱ خرداد ۹۹، بر اساس پارامترهای مرکزیت شبکه کاربران مؤثر در انتشار پیام‌ها مشخص شد. همچنین بر اساس شاخص ماژولاریتی سه خوشه‌ای که بیشترین درصد را داشتند استخراج کردیم. سپس با کمک روش تحلیل مضمونی گرایش‌ها و همچنین نوع اعمال خشونت این پیام‌ها را سنجیدیم تا مشخص کنیم آیا با معیارهای روزنامه‌نگاری صلح تطابق دارند یا نه.

نتایج نشان می‌دهد، روزنامه‌نگاران جزو کاربران مؤثر در انتشار پیام‌ها داخل این شبکه نیستند و در عوض تمامی کاربران مؤثر با هویتی غیرواقعی توییت نوشته‌اند. البته نکته مهم اینجاست که توییت‌های با بیشترین مشاهده‌پذیری (Reach) از آن رسانه‌های فارسی‌زبان در اروپا و آمریکا بوده است.

از طرف دیگر، گرچه کاربران در زمان بروز درگیری (سوم خرداد) بیشترین فعالیت را داشته‌اند اما در عمل توییت‌ها رویکردی کاملاً رویدادمحور دارند که در عمل سازنده دوقطبی‌های دولت روحانی - سپاه پاسداران و حکومت - مردم هستند.

همچنین بررسی ویژه روی توییت‌های روزنامه‌نگارانی که در این مدت پستی منتشر کرده‌اند نشان می‌دهد این افراد نسبت به کاربران عادی رویکردی تحلیلی‌تر دارند و سعی می‌کنند تا به جای دامن زدن به احساس‌گرایی درباره اتفاق پیش آمده اطلاعات زمینه‌ای بیشتری به کاربران بدهند.

**کلمات کلیدی:** روزنامه‌نگاری صلح، شبکه اجتماعی، رسانه اجتماعی، توئیتر، صلح، خشونت

۱ دانشجوی دکتری دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی؛ [alishaker62@gmail.com](mailto:alishaker62@gmail.com)

۲ استاد، هیئت علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی؛ [mmforghani@yahoo.com](mailto:mmforghani@yahoo.com)

با گسترش رسانه‌های اجتماعی در بستر روابط شبکه‌ای، که به یک تعبیر، انقلاب شبکه‌های اجتماعی خوانده شده است (آیینی و همکاران، ۲۰۲۳)، نه با مخاطبان گسترده که با کاربرانی مواجهیم که هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده محتوا هستند. یعنی همه برای همه تولید محتوا می‌کنند. حال آن پرسش کلی که ما در پی پاسخ دادن به آن هستیم این است که با توجه به اینکه محدودیت و اقتضائات سازمانی پوشش اخبار در شبکه روابط توپیتز وجود ندارد، آیا در این فضا نیز می‌توان به فراهم کردن زمینه‌های شکل‌گیری صلح و کاهش سطح تنش‌ها امید داشت یا نه. همچنین در این فضای غیررسمی آیا روزنامه‌نگاران سعی در کاهش تنش‌ها دارند یا به دنبال دامن زدن به آن هستند.

## ۱- طرح مسئله

برای بررسی اینکه آیا در یک اتفاق تعارض‌آمیز کاربران توپیتز به تنش‌ها دامن می‌زنند یا سعی در کاهش آن دارند، ما تنش سوم خرداد ۹۹ بخش غیزانیه را بهانه قرار دادیم. می‌خواهیم بررسی کنیم که در این اتفاق چه کسانی منابع اصلی انتشار پیام خشن هستند و چه نوع خشونت‌هایی را منعکس می‌کنند.

به طبع تمامی کاربران نمی‌توانند در منطقه حاضر باشند اینجاست که روایت از درگیری نیز آغشته به رسانه‌هاست که در اینجا حساب‌های کاربری توپیتز است. پرسش این است که کاربرانی که نقش دروازه‌بان را ایفا کرده‌اند در پی دامن زدن به تنش غیزانیه بودند یا تحلیل و کاهش آن؟

چون درگیری مردم و نیروی انتظامی در غیزانیه ناگهان پیش نیامده که کاربران بخواهند فقط در این زمینه اطلاع‌رسان باشند. غیزانیه بخشی از توابع اهواز که با وجود داشتن منابع نفتی زیاد مردم محرومی دارد. یکی از مهم‌ترین مشکلات اهالی این بخش نبود آب آشامیدنی است که بارها نسبت به آن اعتراض کردند و حتی با دبه‌های خالی پای صندوق‌های رأی انتخابات مجلس رفتند. سرانجام روز سوم خرداد ۹۹ اهالی غیزانیه، جاده اهواز - رامهرمز - امیدیه را بستند تا اعتراض خود را نسبت به نبود آب نشان دهند. با دخالت نیروی انتظامی و

شلیک گلوله‌های ساچمه‌ای جاده باز شد و مسئولان قول رسیدگی دادند. (به نقل از ایرنا، پنجم خرداد ۹۹)

این اعتراض‌ها در حالی مطرح می‌شود که طی سال‌های اخیر درگیری در فلات مرکزی ایران بر سر انتقال آب به یزد و همچنین خشک شدن دریاچه ارومیه بارها خیرساز شد. شواهد تاریخی هم نشان می‌دهد هرگاه کشور ایران دچار خشک‌سالی و بحران آبی شدید شده است، تنش‌ها در ساخت اجتماعی افزایش پیدا کرده است. (آبراهامیان، ۱۳۹۲: ۱۰۴)

از آنجایی که در حال حاضر رسانه‌های اجتماعی در انعکاس هم‌زمان و زنده تعارض‌ها نقش اساسی دارند و با توجه به اهمیت مسئله تنش‌های آبی در ایران، بررسی توییت‌های مرتبط با درگیری غیزانیه زمینه‌ای را فراهم می‌کند تا ببینیم کاربران در انعکاس پیام‌های حساسیت‌برانگیز و تعارض‌آمیز بیشتر بر آتش آن دامن زده‌اند یا سعی کرده‌اند درباره آن عمیق‌تر گفت‌وگو کنند و اطلاعات دسته اولی در اختیار هم بگذارند که این امر سر آخر به یک دید صحیح‌تر از درگیری غیزانیه منجر شود.

در ضمن دغدغه دیگر ما این است که آیا در میان کاربران مؤثر، حساب‌های کاربری رسانه‌های رسمی یا روزنامه‌نگاران وجود دارد یا نه و این کاربران تا چه میزان بر اساس معیارهای روزنامه‌نگاری صلح پیش رفته‌اند.

از این‌رو، در این پژوهش ابتدا ۶ ماه (دی ۹۸ تا پایان خرداد ۹۹) از توییت‌های شبکه ارتباطی کاربران را استخراج کردیم تا ببینیم کدام کاربران در پخش پیام‌ها مؤثرتر عمل کرده‌اند. سپس از منظر الگوی روزنامه‌نگاری صلح، کنش‌های کاربران، روزنامه‌نگاران را درباره غیزانیه بررسی کردیم.

## ۲- مبانی نظری

### ۲-۱- نسبت روزنامه‌نگاری و شبکه اجتماعی

کنار هم قرار گرفتن روزنامه‌نگاری و اقتضانات شبکه اجتماعی، وضعیت در حال گذاری را سپری می‌کند. در مرحله «وب ۱» روزنامه‌نگاری و سازمان‌های خبری مطابق با خواسته‌های اتاق خبر، ۲۴ ساعته فعال بودند و خود را با بایسته‌های پوشش لحظه‌ای و چندرسانه‌ای آن

همانگ کردند. اما پس از قدرت یافتن گوشی‌های هوشمند و محبوب شدن رسانه‌های اجتماعی، به تدریج میدانی برای ارسال، دریافت و به اشتراک‌گذاری اطلاعات و اخبار پدید آمد. در این میان «وب ۲» وجه اجتماعی را وارد عرصه کرد. وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها جای خود را به میکروبلگ‌هایی چون تویتر، پیام‌های کوتاه و امکان به اشتراک‌گذاری مکان داد. تصویر بر شبکه مسلط شد و تعامل میان افراد نیز در این فضا ارتقا پیدا کرد. حالا مطالب می‌توانست به واسطه<sup>۱</sup> کاربران یا استفاده از امکان هشتگ و ایرال شود. (Bossio,2017:3)

شبکه‌های اجتماعی در حال بازنویسی اصول و پروتکل‌های سنتی گزارش‌های مرتبط با کشمکش‌ها و جنگ‌ها هستند. درواقع این ابزارها امکانی را در اختیار روزنامه‌نگاران قرار داده‌اند تا بتوانند با دید وسیع‌تری به موضوع‌ها و نقطه‌های اصلی کشمکش بپردازند. نوشته‌های روزنامه‌نگاران می‌تواند در رسانه‌های جایگزین بین مخاطبان و افراد درگیری‌های خشونت‌آمیز مشارکت پدید بیاورد. (Aslam,2016:63)

با این حال باید دانست که نقش رسانه‌ها نمی‌تواند همیشه مثبت باشد. در مواردی از رسانه‌ها به مثابه<sup>۱</sup> اسلحه جنگ و ابزار سرکوب آزادی استفاده شده است که در عمل به اشاعه خشونت انجامیده است. ظرفیت رسانه‌ها در برافروختن دشمنی و نشر خشونت در عملکرد پروپاگاندا نازی‌ها و نسل‌کشی رواندا به‌روشنی نمایان است. (Curca,2013:10)

با این‌همه آنچه که اهمیت دارد این است که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند در مطرح و حساس کردن افکار عمومی نسبت به موضوع‌هایی چون محیط‌زیستی مثل کمبود آب مؤثر عمل کنند. چراکه در دنیای جدید افکار عمومی قدرت بسیار زیادی دارد. از این‌رو رسانه کمک می‌کند تا افکار عمومی به موضوع‌های مهم محیط‌زیستی بیشتر توجه کند. (کاستلز، ۱۳۸۹: ۱۴۸)

با این‌همه پرسش اینجاست که این آگاهی نسبت به دغدغه‌های محیط‌زیستی چگونه منعکس می‌شود و آیا در عمل مشکلات را حل می‌کند یا اینکه بر تنش‌های موجود می‌افزاید؟

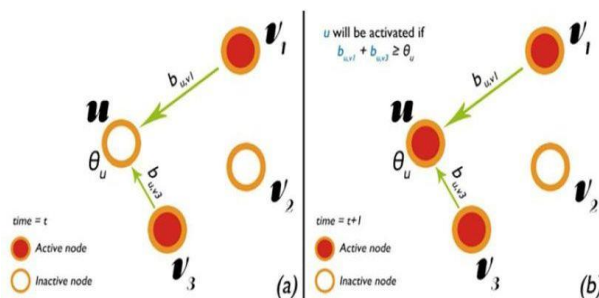
برای پاسخ به این پرسش می‌بایست در مرحله نخست نحوه پخش این پیام را مد نظر قرار دهیم و ببینیم آیا رسانه‌ها و خبرنگاران در انتشار نقشی دارند یا نه.

## ۲-۲- نحوه نشر پیام در شبکه

با توجه به اینکه بستر بررسی ما درگیری بر سر کمبود آب است، بنابراین به طبع می‌بایست با پیام‌هایی تعارض‌محور مواجه باشیم. تعارض‌هایی که می‌تواند به خشونت نیز منجر شود. خشونت رفتاری قابل تقلید است. بندورا و والتر مرزهای نظریه‌های یادگیری اجتماعی سنتی را با اصول الگوسازی اجتماعی، یادگیری مبتنی بر مشاهده و یا تقویت غیرمستقیم گسترش دادند. (پاجارس، ۱۳۹۳: ۳۰۰) در این میان رسانه‌ها نقش مهمی بازی می‌کنند چون ما طریق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای، رفتارهای مناسب را فرامی‌گیریم (مهدیزاده، ۱۳۹۱: ۵۶) این تقلید در بستر شبکه اجتماعی توئیتر خود را در قالب بازنشر (ری‌توییت)، نشان می‌دهد. یعنی یک پیام پس از انتشار توسط دیگر کاربران بازنشر و تکرار می‌شود. از این رو با توجه به امکاناتی که علم بررسی داده‌های کلان و شبکه‌ای در اختیار ما می‌گذارد، می‌توانیم شبکه بازنشر توئیت‌ها را استخراج کنیم و ببینیم چه کسانی در انتشار و گسترش آن نقش اساسی ایفا کرده‌اند.

اما نکته‌ای که اهمیت دارد این است که در انتشار پیام‌های همه‌گیر شده، تمامی گره‌ها در شبکه نقش ایفا نمی‌کنند و مدل نشر پیام از «آستانه خطی» تبعیت می‌کند. بر طبق مدل آستانه خطی دو گره فعال می‌توانند یک گره غیرفعال را با خود همراه (یا فعال یا آلوده) کنند. (Shakarian et al, 2015: 35)

### Linear threshold model



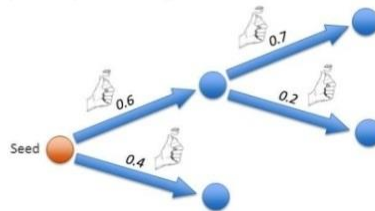
مدل آستانه خطی

طبق این مدل افراد بر اساس تصمیم‌های همسایگان (نزدیکان) خود تصمیم می‌گیرند. [یعنی از آنان تقلید می‌کنند] هر گره آستانه خاص خود را دارد و اگر اندازه نزدیکی که امری را پذیرفته‌اند از میزان آستانه بیشتر باشد، آن گره نیز با بقیه همراه می‌شود. ( Lee et al, 2015:1)

شاید تصور عموم از نحوه پخش پیام نزدیکی زیادی با «مدل آبشار مستقل» داشته باشد.

### Independent Cascade (IC) Model

- Spread probability associated with each edge



- Influence spread = expected number of influenced nodes

### مدل آبشار مستقل

بر طبق این مدل، احتمال گسترش یا پخش یک ایده یا رفتار با وجود هریک از یال‌ها پیوند دارد و تأثیر گسترش برابر است با تعداد گره‌های متأثر از یک ایده یا رفتار. هر گره که آلوده می‌شود می‌تواند گره‌های دیگر را که با یالی مجزا به آنان مرتبط است، آلوده کند. یعنی تمامی گره‌ها در انتشار نقش بازی می‌کنند. اما در عالم همه‌گیر شدن رفتارها یا پیام‌ها این اتفاق نمی‌افتد. وقتی مردم می‌گویند «آن قضیه وپروس (وایرال) شده» در اصل به شکلی شیک‌تر می‌خواهند بگویند که آن قضیه یک‌باره خیلی مهم شده و ما نمی‌دانیم چه طور این اتفاق افتاده است. اکنون بررسی‌های بستر ارتباطی شبکه اجتماعی به ما نشان می‌دهد که وایرال شدن بیشتر یک افسانه است.

سال ۲۰۱۲ چند پژوهشگر شرکت یاهو به تحقیق درباره نحوه گسترش میلیون‌ها پیام آنلاین تویتر پرداختند. بیش از ۹۰ درصد پیام‌ها اصلاً گسترده نشده بودند. تقریباً یک درصد پیام‌ها، بیش از هفت‌بار به اشتراک گذاشته شدند. ولی هیچ پیامی به معنای واقعی کلمه

ویروسی نشده بود. حتی محبوب‌ترین پیام‌ها هم چنین وضعی نداشتند. اکثریت قابل توجهی از اخباری که مردم در توئیتر می‌بینند (تقریباً ۹۵ درصد) مستقیماً از منبع اصلی یا در بهترین حالت یک شخص دوم نشأت می‌گیرند. (تامسون، ۱۳۹۷: ۲۵۱)

یعنی محتوا به شکل ویروسی (آبشار مستقل) همه‌گیر نمی‌شود، بلکه یک سازوکار دیگر به نام «پخش رسانه‌ای» وجود دارد. یعنی ایده‌ها هم‌زمان از طریق یک منبع به افراد زیادی می‌رسند. گوئل و همکارانش شماتیک انتشار را به این صورت به نمایش گذاشته‌اند:



به گفته این پژوهشگران در بیش از ۹۹ درصد موارد این شکل از پخش ویروسی [یعنی اینکه تمامی گره‌ها در نشر نقش داشته باشند] معدود و کوتاه است. (Goel et al. 2012, 636)

## ۲-۳: نظریه شش درجه جدایی

این ویژگی که همه افراد در انتشار یک پیام در شبکه نقش مستقیم ندارند، پیش‌ازین در آزمایش‌های کسانی چون دکتر میلگرام در اواخر دهه ۶۰ میلادی مشهود بود. البته پیش از میلگرام در سال ۱۹۲۹ فریگیس کارینسی<sup>۱</sup> نویسنده مجارستانی، داستان کوتاهی نوشت به نام ارتباط زنجیری. موضوع این کتاب درباره کوچکتر شدن جهان و کره زمین در اثر گسترش ارتباطات و ابزارهای ارتباطی است. بعدها همین داستان کوتاه که موضوع «شش درجه جدایی»<sup>۲</sup> را مطرح می‌کرد، به نظریه‌ای قدرتمند در حوزه تحلیل شبکه‌های اجتماعی تبدیل شد. (Newman et al, 2007)

1 Frigyes Karinthy

2 Six degrees of separation

میلگرام در آزمایشی با عنوان دنیای کوچک<sup>۱</sup> نشان داد میانگین طول مسیر دسترسی افراد در شبکه اجتماعی چه قدر می‌تواند کوتاه باشد و حتی در مقیاس جهانی طبق این نظریه هر دو انسان ساکن روی کره زمین به طور میانگین در یک رابطه با ۶ واسطه یا کمتر به هم مربوط می‌شوند؛ یعنی حداکثر توسط پنج واسطه به یکدیگر متصل‌اند. (Milgram, 1967)

ما علاوه بر اینکه با افراد نزدیک به خود دوست می‌شویم، در روابط دور نیز فقط کافی است با افرادی خاص در ارتباط باشیم؛ یعنی کسانی که به تعداد زیادی از افراد دسترسی دارند. فرض کنید در یک مکان شلوغ (مثلاً یک زیارتگاه یا شهربازی) کسی را گم می‌کنید. آیا برای یافتن او سراغ تک‌تک افراد می‌رویم یا خود را به متصدی بلندگوی آنجا می‌رسانیم تا نام آن فرد را صدا کند؟ در واقع ما از طریق آن متصدی پیام خود را می‌رسانیم.

## ۲-۴- عوامل انتشار پیام

حال که دریافتیم پیام‌ها را عده‌ای معدود منتشر می‌کنند، باید بپرسیم این افراد چه کسانی هستند و چه ویژگی‌ای دارند؟ مالکوم گلدول، نویسنده کتاب مشهور «نقطه عطف» از سه عامل اصلی نام می‌برد که می‌توانند در انتشار پیام نقش اساسی ایفا کنند که این سه عبارتند از: «رابطه‌ها»<sup>۲</sup>، «خبرها»<sup>۳</sup> و «فروشنندگان»<sup>۴</sup>. در ادامه ضمن تعریف هریک از این عوامل پخش نشان می‌دهیم که این افراد را با چه معیارهایی می‌توان در شبکه پیدا کرد.

## ۲-۴-۱- رابطه‌ها

رابطه‌ها کسانی هستند که تعداد زیادی کاربر آنان را دنبال می‌کنند، اما رابطه این افراد با تک‌تک دنبال‌کننده‌ها مستحکم نیست. نفوذ رابطه‌ها تابعی از نوع افرادی است که می‌شناسند. رابطه‌ها می‌توانند دنیاهای متفاوتی را به هم ربط دهند. چون کنجکاو، با اعتمادبه‌نفس، معاشرت‌پذیر و پرنرژی‌اند. رابطه‌ها سه زیرمجموعه دارند که عبارتند از ستاره‌ها، پل‌ها و پیونده‌دهنده‌ها<sup>۵</sup>.

1 Small-World Experiment

2 Connectors

3 Mavens

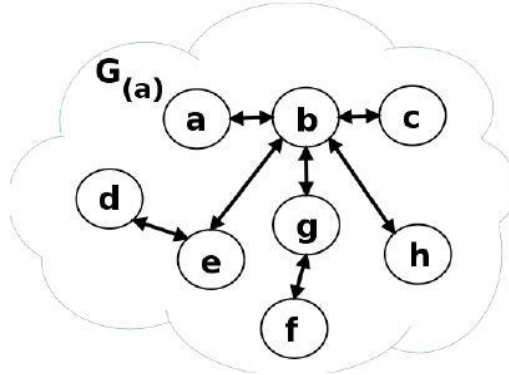
4 Salesmen

5 liaisons



## ۲-۴-۱-۱: رابطه‌ها - ستاره‌ها

در یک شبکه، گروه ستاره‌ها به لحاظ درصدی بیشترین تعامل را با دیگر کاربران دارند. در کل شبکه، این کاربر کوتاه‌ترین مسیر را بین بیشتر بازیگران دارد؛ یعنی مرکزیت بینیت این گره بالاست و کوتاه‌ترین مسیر میان بیشتر گره‌ها محسوب می‌شود. (White et al, 2014: 5)

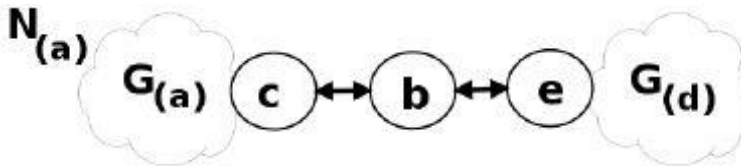


شکل ۱: گراف ارتباطی رابطه‌ها - ستاره‌ها

همان‌طور که در شکل ۱ و گراف مربوط به گروه (a) می‌بینید، گره b هم ورودی و خروجی بالایی دارد و هم در این شبکه ارتباطی مرکزیت بینیت آن بالاست.

## ۲-۴-۱-۲: رابطه‌ها - پل‌ها

دومین زیرمجموعه رابطه‌ها، پل‌ها محسوب می‌شود. پل کاربری است که خارج از روابط یک گروه کانونی هم روابطی دارد و می‌تواند اعضای گروه‌های دیگر را به هم وصل کند. پل‌ها برخلاف ستاره‌ها پیوندهای شبکه‌ای ضعیفی دارند. پل‌ها کوتاه‌ترین مسیر بین دو گروه محسوب می‌شوند.

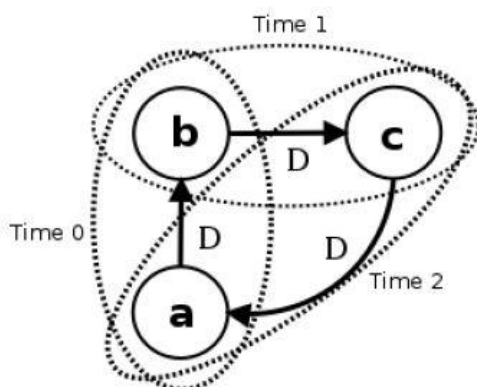


شکل ۲: گراف ارتباطی رابطه‌ها - پل‌ها

همان‌طور که در شکل ۲ و گراف a می‌بینید گره b دو گروه (a) و (d) را به هم وصل می‌کند. گره b هم ورودی و خروجی بالایی ندارد ولی در عوض مرکزیت بینیت آن بالاست.

## ۲-۴-۱-۳: رابطها- پیونددهنده‌ها

سومین زیرمجموعه رابطها، پیونددهنده‌هاست که کار آنان در بسیاری از گروه‌ها را با ارتباطات فردی به هم پیوند می‌دهند. آنان گره‌هایی هستند که می‌توانند یک کاربر را به دیگر اعضای گروه معرفی کنند.



شکل ۳: گراف ارتباطی رابطها- پیونددهندگان

همان‌طور که در شکل ۳ و گراف ارتباطی رابطها- پیونددهنده‌ها می‌بینید، ترتیب زمانی اهمیت دارد. ابتدا کاربر (a) به کاربر (b) و سپس (b) به (c) متصل می‌شود. یعنی واسطه اتصال (a) به (c) کاربر (b) است و این کار مستمر ادامه دارد. (White et al, 2014: 5) به زبان ریاضی، تریایی دارند. یعنی از رابطه دوتایی بین a و b و b و c بتوان نتیجه گرفت که a و c هم باهم رابطه دارند.

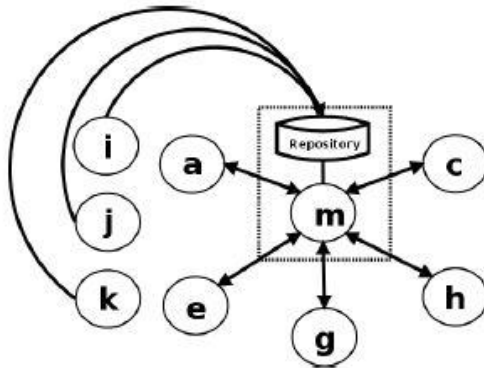
به این ترتیب، (b) نیز در این شکل ارتباطی بینیت بالایی دارد. در واقع اگر بخواهیم داخل یک زیرگروه در پی پیونددهنده‌ها بگردیم از این معیار استفاده می‌کنیم.

بنابراین به این ترتیب می‌توانیم کسانی را که در شبکه ارتباطی غیزانیه رتبه صفحه، بینیت و مرکزیت پل بالاتری دارند، پیدا کنیم.

## ۲-۴-۲: خبره‌ها

همان‌طور که ارتباط با دیگران به رابطه‌ها نیاز دارد، برای آگاهی از اخبار تازه نیز نیازمند متخصصان هستیم. به عبارت دیگر برای همه‌گیر شدن مسائل اجتماعی، هم به متخصصان علوم انسانی نیازمندیم و هم به متخصص اطلاعات. (گلدول، ۱۳۹۶: ۵۹)

خبره‌ها مدام در حال جمع‌آوری اطلاعاتی هستند برای حل مشکلی که دیگران با آن دست به گریبان‌اند. البته چون مهارت‌های ارتباطی بهتر از حد متوسط دارند می‌توانند این اطلاعات را مؤثرتر منتقل کنند.



شکل ۴: گراف ارتباطی نخبه‌ها

خبره‌ها این اطلاعات را پیش‌از این جمع کرده‌اند و اگر کسانی که با او در ارتباط، این اطلاعات را بخواهند در اختیارش قرار می‌دهند. در شکل ۴ هم می‌بینیم که اطلاعات از بازیگران I, J و K، به مخزن M یعنی خبره منتقل می‌شود و او در ارتباطی دوسویه آن را به دیگران منتقل می‌کند. (White et al, 2014: 5)

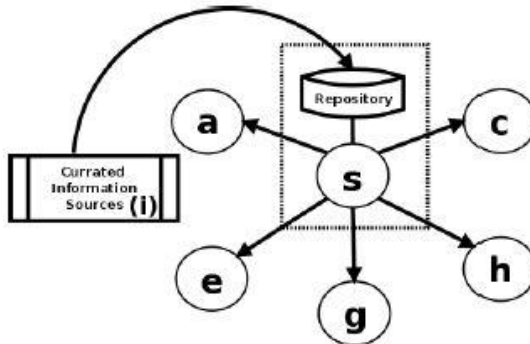
## ۲-۴-۳: فروشندگان

اگر در موضوعی تردید داشته باشیم یا نفهمیده باشیم، این فروشندگان ما را متقاعد می‌کنند تا درست تصمیم بگیریم. (گلدول، ۱۳۹۶: ۶۸) علت موفقیت فروشندگان در ظرافت ارتباطی (ارتباط کلامی و غیر کلامی) آنان نهفته است.

فروشنده‌ها با شخصیتی کاریزماتیک می‌توانند دیگران با اقناع کنند. گراف ارتباطی آنان گرچه به شکل ارتباط خبره‌ها شبیه است، ولی دو تفاوت دارد:

۱. اول اینکه خروجی آنان بالاست؛ چون بیشتر از اینکه جمع‌کننده اطلاعات باشند، برای آن بازاریابی می‌کنند. در واقع افراد برای اطلاعات درخواستی نمی‌دهند بلکه فروشنده‌ها برای ارائه آن اقدام می‌کنند.

۲. دوم اینکه مخزن اطلاعاتی آنان از ارتباط با چندین بازیگر دیگر تأمین نمی‌شود. از دید یک فروشنده این مخزن می‌تواند یک منبع داشته باشد و آن هم کاربر «خبره» است. نکته دیگر این است که مخزن فروشنده پر از اطلاعات گزینشی<sup>۱</sup> است ولی خبره‌ها متصدی<sup>۲</sup> اطلاعات هستند. (White et al, 2014: 6)



شکل ۵: گراف ارتباطی فروشنده‌گان

همان‌طور که در شکل ۵ می‌بینید، اطلاعات گزینش شده از یک مرجع دریافت و پس از قرار گرفتن در مخزن فروشنده، برای افراد مختلف ارسال می‌شود.

بنابراین دریافتیم که پیام‌ها (در اینجا پیام‌های مرتبط با درگیری غیزانیه) به شکلی تقلیدی از کاربری به کاربر دیگر منتقل می‌شود ولی برای پخش گسترده آن تمامی کاربران نقش ایفا نمی‌کنند بلکه طبق نظریه شش درجه جدایی و همچنین بر اساس نظر گلدول عوامل محدودی در انتشار و همه‌گیر شدن یک پیام نقش دارند.

۱ منظور از این اصطلاح همان curated information است و از بحث‌های مرتبط با content curation در بازاریابی می‌آید که یعنی فرایند جمع‌آوری اطلاعات مرتبط درباره یک موضوع.

برای اینکه دریابیم مضامین توییت‌های شبکه ارتباطی درگیری غیزانیه تا چه اندازه تحریک‌کننده و دامن‌زننده به تعارض است از مؤلفه‌های مدل روزنامه‌نگاری صلح کمک می‌گیریم.

## ۲-۵: مؤلفه‌های روزنامه‌نگاری صلح

یوهان گالتونگ، اندیشمند و محقق برجسته نروژی، اولین کسی است که برای نخستین بار مدل روزنامه‌نگاری صلح را مطرح می‌کند. از منظر گالتونگ روزنامه‌نگاری صلح، رویکردی جایگزین در برابر شیوه گزارشگری متعارف در پوشش اخبار درگیری است. به طور خلاصه روزنامه‌نگاری صلح می‌خواهد:

- رویکردی تحلیلی به کشمکش داشته باشد، طرف‌های درگیر، اهداف، نیازها و منافع آنان را بشناساند.
  - یک کشمکش را محدود به خیر و شر نمی‌کند و طرف‌های درگیر را مشخص می‌کند. یک منازعه عرصه طناب‌کشی نیست بلکه طرف‌های زیادی در آن درگیرند.
  - برای منابع فرارسمی ارزش قائل است و فقط به منابع رسمی اکتفا نمی‌کند.
  - به راه‌حل‌های صلح‌آمیز اهمیت می‌دهد و آن‌ها را پوشش می‌دهد. (Lynch, 2007: 2)
- روزنامه‌نگاری صلح ویژگی‌ها و مؤلفه‌های خاصی دارد که به خبرنگاران و گزارشگران این امکان را می‌دهد تا به شیوه منطقی و اخلاقی درگیری را پوشش داده و برای رفع یا کاهش اثرات زیان‌بار آن تلاش کنند. این مخلفه‌ها عبارتند از:

## ۲-۵-۱: راه‌حل‌گرایی

یعنی خبرنگار در فعالیت حرفه‌ای خود تا چه اندازه راه‌حل‌های مختلف را برای رفع یا کاهش درگیری به کار می‌گیرند. این راه‌حل را الزاماً خبرنگار ارائه نمی‌کند، بلکه سراغ کسانی می‌رود که راه‌حل دارند.

## ۲-۵-۲: فرایندمداری

یعنی خبرنگار هنگام نوشتن و تنظیم خبرها، بتواند راجع به زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و سابقه پیدایش رویدادها گزارش تهیه کند.

## ۲-۵-۳: حقیقت‌گرایی

یعنی خبرنگار باید ناراستی‌های همه طرف‌های درگیر را بازگو کند و تنها به بیان ناراستی‌های یک طرف نپردازد؛ چراکه حقیقت همه طرف‌ها را در برمی‌گیرد. گزارشگری صلح یا درگیری فرصتی است نه برای بیان حقیقت، بلکه برای گفتن تمام حقیقت. حقیقتی که می‌تواند از طریق پیگیری مداوم سرخ‌ها به اطلاعات خوانندگان و مخاطبان برسد و مشخص کند خبرهای پروپاگاندامحور دارند از کدام سمت حمایت می‌کنند. (Lynch, 2013: 38)

## ۲-۵-۴: مردم‌گرایی

مردم‌گرایی نقطه مقابل نخبه‌گرایی است. تأکید و تمرکز بر رنج‌ها (به‌ویژه رنج زنان، کودکان و سالمندان)، منعکس کردن صدای کسانی که طرفدار صلح هستند و علاوه بر آن بیان سداهای بی‌صدا و خاموش از نشانه‌های مردم‌گرایی است. (انفرادی، ۱۳۸۷: ۹-۱۰)

ماجرای درگیری غیزانیه را عده‌ای از رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران هم در توییتر خویش پوشش داده‌اند. اینجاست که دست‌کم از آنان انتظار می‌رود نه تمامی اصول روزنامه‌نگاری صلح بلکه اصول حرفه‌ای کار خویش را رعایت کنند.

لینچ و مک‌گلدریک در کتاب «روزنامه‌نگاری صلح» از اهمیت کار خبرنگاران و سردبیران می‌گوید که کار دروازه‌بانی را بر عهده دارند؛ چون آنان هستند که تعیین می‌کنند چه چیزی گزارش شود و اینکه آیا این گزارش به خشونت‌ها دامن می‌زند یا در پی یافتن پاسخ‌های غیرخشونت‌آمیز است. (Lynch & McGoldrick, 2005: 5)

پیش‌تر در این مقاله به عوامل پخش پیام پرداختیم و در واقع این کاربران در شبکه درگیری غیزانیه می‌توانند نقش همین دروازه‌بان را بازی کنند.

روزنامه‌نگارها در عصر دیجیتال می‌توانند واسطه برپا داری صلح باشند، البته به دو شرط:

۱- **پیوند دادن مردم به هم:** کار روزنامه‌نگار، به جای مصاحبه صرف با مقام‌های رسمی، رفتن سراغ مردمی است که از کشمکش آسیب دیده‌اند. اگر این درگیری قدیمی است خوب است روی نقاط مشترک طرف‌ها دست بگذاریم.

۲- **انتخاب رسانه‌ای مناسب:** محمد وجیه فعال پاکستانی صلح در این رابطه معتقد است: «اگر روزنامه‌نگاران به‌درستی آموزش نبینند و ندانند چه طور طرفین یک منازعه را در یک بحث

مدیریت کنند واسطه ارتباط میان مردمان نخواهند بود و تنها بر آتش اختلاف می‌دمند، بدون اینکه حتی ریشه اصلی آن را بدانند یا اختلاف را بشناسند». او البته هشدار می‌دهد که مهم را مطرح می‌کند. البته زمانی که تمامی روزنامه‌نگاران شروع می‌کنند به گزارش و تحلیل یک درگیری کار برای مخاطبان سخت می‌شود چون «اگر پخش گمانه‌زنی‌ها، پیش‌فرض‌ها و احتمالات از حد بگذرد، تنها فهم ریشه‌های درگیری را پیچیده‌تر می‌کند و مخاطب نمی‌داند چیزی را از چه کسی باور کند.» (Aslam, 2014, 144-147)

رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران جریان منازعه را می‌بینند و برای گفت‌وگو میان طرف‌های درگیر قواعدی تعیین می‌کنند. یکی از مهم‌ترین این قواعد نشان دادن حقایق یک درگیری است. محدود ندیدن یک درگیری نیز اهمیت دارد و همچنین نشان دادن اینکه از این منازعه مردم چه قدر ضربه می‌خورند.

اما در شبکه ارتباطی غیزانیه فقط با رسانه‌های رسمی مواجه نیستیم، بلکه در این بستر کاربرانی فعال هستند که با رویکردی ارتباط خودگزين هم‌زمان دریافت‌کننده و سازنده محتوا هستند. این کاربران الزاماً روزنامه‌نگار نیستند و آموزش‌های حرفه‌ای ندیده‌اند. بنابراین ممکن است در عمل عامل خشونت‌های شبکه‌ای باشند.

## ۲-۶: پیشینه پژوهش

### ۲-۶-۱: پژوهش‌های داخلی

هرچند به طور دقیق و مشخص در زمینه پژوهش حاضر کار مشخصی انجام نشده است، ولی در زمینه موضوع‌های مرتبط با آن پژوهش‌هایی صورت گرفته است. در ادامه به معدودی از این پژوهش‌های ایرانی و خارجی اشاره می‌کنیم که در عمل بررسی این مطالعات ما را برای ترسیم راه پژوهش خویش هدایت کرد و هیچ‌کدام به طور مستقیم هدایت‌گر این پژوهش نبوده‌اند.

حاتمی و نوربخش (۱۳۹۸) در مقاله «بازسازی معنایی بحران آب در شرق اصفهان» نشان می‌دهند، به گمان کشاورزان شهرهای مطالعه‌شده، بحران آب موجود رابطه مستقیمی با حکمرانی غلط آب دارد.

همچنین از جمله مقاله‌هایی که به لحاظ بستر بررسی به مقاله ما شبیه است می‌توان به مقاله حسین کرمانی و همکاران (۱۳۹۹) با عنوان «توییتر فارسی، همگان‌های شبکه‌ای و قالب‌بندی شبکه‌ای موضوعات در انتخابات» اشاره کرد به تحلیل قالب‌های موضوعی شکل گرفته در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ در توییتر پرداخته‌اند. باین‌همه در موضوع مورد بررسی به طور مستقیم با موضوع ما مرتبط باشد، مقاله و پژوهش‌های فارسی بسیار معدودی وجود داشت.

همچنین با موضوع روزنامه‌نگاری صلح، خانیکی و شاکر (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان روزنامه‌نگاری صلح و ارزش‌های خبری آن در ایران به طور نظری و عملی ارزش‌های این شیوه روزنامه‌نگاری صلح را استخراج و در ۶ روزنامه ایران سنجیده‌اند که در این مقاله نیز از همان مخلفه‌ها استفاده کردیم.

## ۲-۶-۲: پژوهش‌های خارجی

در پژوهش‌های خارجی نیز چا و همکارانش در مقاله‌ای با عنوان «سنجش تأثیر در توییتر» (۲۰۱۰) تأکید می‌کنند درجه ورودی یک کاربر نشانه محبوبیت، تعداد ری‌توییت‌ها نشانه ارزش محتوای کاربر و تعداد اشاره‌ها (منشن‌ها) نشانه توان کاربر در جذب دیگران برای گفت‌وگو است. (Cha & et al, 2010) این مقاله در شکل‌دهی به معنا کنش کاربران در توییتر به کار ما آمد.

روجا بندری و همکارانش در مقاله‌ای با عنوان «طنین اطلاعات در توییتر؛ مورد ایران-۲۰۱۰» (۲۰۱۰) با مطالعه سه میلیون توییت پس از انتخابات سال ۲۰۰۹ نشان می‌دهند ۶۳,۷ درصد از ری‌توییت‌ها را کسانی انجام داده‌اند که فرد توییت‌کننده را می‌شناختند و تنها هفت درصد از ری‌توییت‌ها در فضای عمومی (بدون شناخت فرد مورد نظر) انجام شده است. (Bandari et al, 2010) در اینجا بحث دوستی مطرح نیست. همان‌طور که در نظر شش درجه جدایی گفتیم برای ما آشنا بودن افراد در رساندن یک پیام مهم است و نه الزاماً دوست بودن آنان.

توماس زیتروف در مقاله‌ای با عنوان «آیا رسانه‌های اجتماعی درگیری را متأثر می‌کنند؟ بررسی ناآرامی‌های غزه ۲۰۱۲» (۲۰۱۶) پس از بررسی کنش‌های درگیری و رفتار مخاطب



بین‌المللی نشان می‌دهد اکنون علاوه بر بازیگران مهم بین‌المللی کاربران نیز در روابط بین‌الملل نقش بازی می‌کنند. یعنی تغییر حمایت‌های عمومی باعث می‌شود اسرائیل شدت درگیری را کاهش دهد. (Zeitoff, 2016) این مقاله نیز بر اهمیت و تأثیرگذاری کاربران در سطحی مثل روابط بین‌الملل تأکید دارد و نشان از قدرت روابط شبکه‌ای است.

همچنین هابی لی‌آنگ، در مقاله‌ای با عنوان «انتشار یا پخش ویروسی: ساختار نشر آبشاری یا گزینشی محتوای به اشتراک گذاشته شده در رسانه‌های اجتماعی» (۲۰۱۸) نشان می‌دهد رابطه مثبتی بین تولیدکننده محتوا و به اشتراک‌گذارنده آن هست که باعث می‌شود در این بین توسط دیگر کاربران به شکل مکرر هم‌رسانی شود. (Liang, 2018) اینجا هم همان مفهوم آشنایی در شبکه مطرح است و اینکه می‌تواند سبب باز نشر پیام شود.

همان‌طور که دیدیم در پژوهش‌های داخلی و خارجی موردی که به طور مستقیم و ویژه با مقاله ما مرتبط باشد، یافت نشد.

## ۲-۷: چارچوب نظری

هدف از این بررسی امکان‌سنجی نشر پیام‌های تنش‌زدا در بستر توییتر است و پژوهشگران برای این کار موضوع درگیری‌های غیزانیه را انتخاب کرده‌اند.

همان‌طور که دیدیم پیام‌ها (و به‌ویژه پیام‌های خشن) به شکلی تقلیدی در شبکه به وسیله امکاناتی چون باز نشر و لایک منتشر می‌شوند. اما در این بین طبق نظریه شش درجه جدایی فقط تعداد محدودی از کاربران هستند که در همه‌گیر شدن یک پیام نقش اساسی ایفا می‌کنند. ما این افراد را بر اساس نظر مالکوم گلدول به رابطه‌ها، خبره‌ها و فروشندگان تقسیم و مشخص کردیم که بر اساس پارامترهای مرکزیت همچون رتبه صفحه، بینیت، پل و مرکزیت درجه می‌تواند آنان را مشخص کرد.

اما برای اینکه بدانیم این عوامل انتشار پیام در شبکه درگیری غیزانیه تا چه میزان محرک خشونت‌ها بوده‌اند یا از سطح آن کاسته‌اند، از مؤلفه‌های مدل روزنامه‌نگاری صلح کمک می‌گیریم تا ببینیم آیا کاربران توانسته‌اند با در نظر گرفتن فرایندها و بررسی عمیق‌تر اتفاق تا حدی زمینه‌ساز کاهش تنش‌ها باشند.

## ۲-۸: پرسش‌های پژوهش

این پژوهش برای بررسی شیوه همه‌گیر شدن پیام‌های خشن در شبکه ارتباطی توییتر با موضوع درگیری غیزانیه شکل گرفته است. از این رو، پرسش‌های اصلی آن عبارتند از:

۱- خوشه‌های متعارض در شبکه که درصد بالاتری از شبکه را به خود اختصاص داده‌اند، کدام‌اند؟

۲- رابطه‌ها، خبره‌ها و فروشندگان در شبکه ارتباطی درگیری غیزانیه چه کسانی هستند؟

۳- در این شبکه روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای در چه جایگاهی قرار دارند؟

۴- توییت‌های روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای تا چه میزان با معیارهای مدل روزنامه‌نگاری صلح هماهنگ است؟

۵- در میان کاربران شبکه توییتر و در موضوع ناآرامی غیزانیه، کدام محتوا بیشتر دیده شده است؟

۶- پیش و پس از درگیری غیزانیه تا چه میزان مشکلات این منطقه در توییتر نمود داشته است؟

۷- مهم‌ترین مضامین اعمال خشونت در میان توییت‌های خوشه‌های اصلی شبکه ارتباطی درگیری غیزانیه چیست؟

## ۳: روش پژوهش

برای پاسخ به این پرسش‌ها از روشی ترکیبی استفاده کردیم. یعنی تحلیل شبکه و تحلیل مضمونی. تحلیل شبکه اجتماعی (SNA) شاخه‌ای از روش‌شناسی حوزه اجتماعی و رفتاری است که پدیده‌های میان فردی و درون‌سازمانی را در روابط میان افراد آن اجتماع دوباره قالب‌بندی می‌کند. این موجودات داخل شبکه می‌توانند افراد، کسب‌وکارها، شهرها یا کشورها و روابط میان آن‌ها باشد. (Espelage & et al, 2007: 450) در این پژوهش نیز ابتدا به شکلی کل‌نگر و کلان شکل ارتباط و پخش پیام در شبکه بررسی کردیم و سپس پیام‌های مؤثر استخراج و روی تک‌تک آن‌ها به طور خاص و جزئی تحلیل انجام دادیم. برای انجام تحلیل شبکه چهار مرحله را طی می‌کنیم که عبارتند از:

۱- **گردآوری داده‌ها:** داده‌های تاریخی از طریق شرکت همپلاس جمع‌آوری شد. یعنی ۱۹ هشتگ مرتبط با درگیری غیزانیه در اختیار متصدی این شرکت قرار گرفت که حاصل آن دریافت ۵۱ هزار ۱۶۹ توییت بود. بازه زمانی بررسی این هشتگ‌ها عبارت است از اول دی ۱۳۹۸ تا ۳۱ خرداد ۱۳۹۹.

۲- **پالایش داده‌ها:** داده‌ها از طریق نرم‌افزارهای اکسل ۲۰۰۷ و تبلو ۲۰۱۸ (Tableau) پالایش شد.

۳- **تحلیل داده‌ها:** بخشی از داده‌ها از طریق نرم‌افزار تبلو تحلیل شد و پس از منبع<sup>۱</sup>، هدف<sup>۲</sup> و وزن<sup>۳</sup> داده‌ها آن را به نرم‌افزار گفی منتقل کردیم تا پارامترهای تحلیل شبکه را به دست بیاوریم.

۴- **بصری‌سازی داده‌ها:** این بخش نیز به وسیله نرم‌افزار تبلو انجام شد و برای ترسیم گراف‌ها از گفی کمک گرفتیم.

پژوهشگر پس از جمع‌آوری و پالایش توییت‌های مرتبط با موضوع درگیری غیزانیه، از روش تحلیل مضمونی<sup>۴</sup> استفاده کرد.

تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. (عابدی جعفری و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۵۳) تحلیل مضمونی از شمارش صرف کلمات در یک متن فراتر می‌رود و معانی صریح و ضمنی داده‌ها را بررسی می‌کند. (Guest et al, 2012:11)

برای این کار، با کمک نرم‌افزار گفی پس از مشخص کردن ۳ خوشه شاخص، توییت‌های ۵۰ کاربری که مرکزیت رتبه صفحه بالاتری داشتند انتخاب شد. سپس از طریق نرم‌افزار Tableau توییت‌های این ۵۰ کاربر را به همراه پیوند نشانی آن توییت و همچنین نام کاربر استخراج کردیم.

---

1 Source  
2 Target  
3 Weight  
4 Thematic analysis

سپس تک تک این توییت‌ها را روی پلتفرم توییتر باز کردیم تا تنها به متن توییت اکتفا نشود و اگر کاربران توضیحی درباره خود نوشته‌اند یا همراه توییت عکس و فیلم منتشر کرده‌اند آن نیز استخراج شود.

در مرحله بعد جدولی ترسیم شد و در آن نام کاربر، متن توییت، ضمیمه مورد نظر، توصیف و تبیین مضمون مورد نظر آمد. در تدوین مضامین مرتبط با خوشه مورد نظر از رویکرد استقرایی استفاده کردیم و از توصیف جزئیات به تحلیل رسیدیم تا مضامین تکرارشونده را مشخص کنیم.

در مرحله بعدی، جدول‌های دیگری ترسیم و در آن مضمون محوری و همچنین نوع خشونت را مشخص کردیم. در این بخش با رویکرد قیاسی کار را جلو برده‌ایم. یعنی بر اساس نوع خشونت توییت آن را در سه قالب مختلف خشونت نمادین، مرافعه و گروهی گذاشتیم.

#### ۴: یافته‌های پژوهش

پس از انتقال داده‌های رابطه‌ای به نرم‌افزار گفی، کار محاسبه و ترسیم گراف‌های روابط شبکه‌ای درگیری‌های غیزانیه استخراج شد. شبکه اجتماعی توییتر جهت‌دار است؛ چون کاربران باهم در ارتباط هستند و همین موضوع سبب می‌شود تا پارامترهای مرکزیت متفاوتی برای این شبکه قابل سنجش باشد.

کلیت شبکه ترسیم شده به این شکل است:

جدول ۱: یافته‌های اولیه شبکه درگیری غیزانیه

۱۱۱۲۸	تعداد گره‌ها
۲۰۹۱۵	تعداد یال‌ها
۱,۸۷۹	میانگین درجه
۲,۰۰۶	میانگین وزن درجه
۰,۶۴۳	میزان جزیره‌ای بودن
۳۰۱	تعداد زیرگروه‌های متمایز



۴-۱: خوشه‌های متعارض در شبکه که درصد بالاتری از شبکه را به خود اختصاص داده‌اند، کدامند؟

تحلیل مضمونی توییت‌ها نشان داد که می‌توان بر اساس محتوای مشترک هریک از این خوشه‌ها برای آن‌ها نام انتخاب کرد. این سه خوشه به ترتیب عبارتند از:

جدول ۲: سه خوشه شبکه روابط درگیری غیزانیه که بیشترین درصد را داشتند

نام خوشه‌ها	درصد از شبکه
مخالفان دولت روحانی	۱۹,۴۱
براندازان متمایل به رضا پهلوی	۱۱,۲۸
مخالفان حکومت	۸,۶۶

۱. **مخالفان دولت روحانی:** بزرگ‌ترین خوشه مربوط به مخالفان دولت است؛ یعنی کسانی که بروز درگیری غیزانیه را ناشی از ناکارآمدی دولت حسن روحانی می‌دانند. بررسی مضمونی توییت‌ها نشان می‌دهد افراد این خوشه معتقدند «دولت روحانی بی‌تدبیر و بی‌مسئولیت است» و «خود دولت روحانی محرک این شورش بوده» هرچند که باید «اعتراض مردم را به رسمیت شناخت». البته پیشنهاد این کاربران هم این است که باید «یک دولت جوان و سپاهی» جایگزین این دولت شود.

۲. **براندازان متمایل به رضا پهلوی:** این خوشه را بیشتر کاربرانی با هویت غیر مشخص و بیشتر با هویتی شبیه به بات تشکیل می‌دهند که در پروفایل‌های خود نشانه‌هایی از علاقه به خانواده پهلوی و فرزند شاه مخلوع دیده می‌شود. کاربران این خوشه، مشکل را ناشی از ماهیت جمهوری اسلامی می‌دانند و راه‌حل را براندازی این حکومت. این کاربران نه مخالف دولت که مخالف حکومت‌اند و بررسی مضمون توییت‌های این آنان نشان می‌دهد که این افراد معتقدند «حکومت می‌تواند به مردم رسیدگی کند ولی نمی‌خواهد»، «در پاسخ به هر اعتراض از گلوله استفاده می‌کند»، به کسانی که تشنه‌اند شلیک می‌کند، پس «به ارزش‌های دینی اعتقادی ندارد». همچنین این کاربران می‌خواهند که بقیه با مردم غیزانیه همراهی و اعتراض کنند.

۳. **مخالفان حکومت:** کاربران این خوشه گرچه مخالف حکومت جمهوری اسلامی هستند، ولی به مانند خوشه پیشین تمایل و حمایت خود را از دوستی با اسرائیل و رضا پهلوی نشان نمی‌دهند. پربسامدترین مضمون مربوط به «ظلم رویه‌ای مرسوم» است. از نظر کاربران این خوشه، جواب هر اعتراضی به این «حکومت داعشی»، گلوله است. چراکه این نتیجه یک حکومت ایدئولوژیک مذهبی است. پس‌از آن مضمون «جمهوری اسلامی می‌تواند به مردم کمک کند، ولی این کار را انجام نمی‌دهد». این حکومت نمی‌خواهد به مردم رسیدگی کند به‌ویژه اینکه مردم خودش را خودی نمی‌داند. و سومی مضمون به لحاظ تکرار، مضمون «حکومت به ارزش‌های دینی اعتقادی ندارد» است. چون به خاطر آب، عده‌ای را به گلوله بسته است. براندازها این اتفاق را به واقعه شهادت امام سوم شیعیان در محرم تشبیه می‌کنند.

از آنجایی که هدف این پژوهش یافتن کاربرانی است که در انتشار پیام مؤثر بوده‌اند در این بخش می‌خواهیم بر اساس شاخص‌های مرکزیت مؤثرترین کاربران را بیابیم تا بتوانیم رابطه‌ها، خبره‌ها و فروشندگان را مشخص کنیم.

#### ۲-۴: در میان کاربران شبکه توئیتر و در موضوع ناآرامی‌های غیزانیه، رابطه‌ها، خبره‌ها و فروشندگان چه کسانی هستند؟

برای یافتن رابطه‌ها تنها از شاخص مرکزیت رتبه صفحه استفاده نکردیم، بلکه از شاخص‌های بینیت و مرکزیت پل نیز کمک گرفتیم تا زیرمجموعه‌های رابطه‌ها را نیز بیابیم.

#### جدول ۳: رابطه‌ها (ستاره‌ها، پل‌ها و پیوند دهنده‌ها) در شبکه ارتباطی درگیری‌های

##### شرق اصفهان

کاربران مؤثر رابطه‌ها	مرکزیت رتبه صفحه	کاربران مؤثر رابطه‌ها	مرکزیت بینیت	کاربران مؤثر رابطه‌ها	مرکزیت پل
noxnox000	۰,۰۲۴۲۴۴	ex_muslimm	۱۳۸۶۸۰,۹۱۲	rayan95_1	۰,۰۰۰۱۰۸
ghalamfarsa	۰,۰۱۸۱۵۴	boogystreat	۱۱۴۰۰۹,۰۱۸۷	thisismahan7272	۰,۰۰۰۰۶۴
memar1983	۰,۰۱۵۴۹۵	nimpel_2	۷۹۱۴۵,۳۴۰	barbaro1115	۰,۰۰۰۰۰۶
cambria94820787	۰,۰۱۵۴۸۴	h_kiaaa	۶۰۷۳۱,۷۳۵	cartan_lie	۰,۰۰۰۰۰۴
kazimoto3501	۰,۰۱۰۶۰۲	kartoon_002	۴۷۲۰۴,۸۹۵	msattwitts	۰,۰۰۰۰۰۳۲

همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشخص است حساب کاربری 000noxnnoxn بالاترین رتبه صفحه دارد. این حساب کاربری مستعار است و در معرفی خود از هشتگ #فراموش نمی‌کنم استفاده کرد و می‌گوید توسط سفیر چین بلاک شده. بررسی سایر پست‌های او نشان می‌دهد که این کاربر مخالف جمهوری اسلامی است.

ghalamfarsa کاربری است با نام مستعار که خودش را در توئیتر این‌گونه معرفی کرده: «قلم به اختیارم - جمهوریت تمام و کمال آرمانم و همواره آزادیخواهم». وی طراحی‌های سیاسی خود را نیز روی صفحه دوم خویش می‌گذارد که معمولاً نقاشی‌ها و کاریکاتورهایی علیه سران نظام جمهوری اسلامی است.

memar1983 نیز کاربری است با نام مستعار. تصویر بالای (Header) حساب این کاربر، توهین‌آمیز به رهبر جمهوری اسلامی است و محتوای توئیتهای نیز علیه جمهوری اسلامی. Cambrian هم کاربری است با نام مستعار. «کامبرین» دوره‌ای زمین‌شناسی است و محتوای صفحه این کاربر بیشتر رویکردی علیه مذهب دارد.

kazimoto3501 نیز در حساب خویش، خود را یک زندانی پیشین اوین معرفی می‌کند و در عکس بالای صفحه نمایی از بند ۳۵۰ اوین گذاشته است. بنابراین تمامی کاربرانی که در این شبکه رتبه صفحه بالایی دارند، از مخالفان جمهوری اسلامی محسوب می‌شوند.

از میان این پنج حساب که بیشترین بینیت را دارند دو حساب boogystreat و kartoon\_002 واسطه ارتباط میان دو جزیره یا واحد هستند (با مرکزیت پل: ۰,۰۰۰۰۰۰۱) و بقیه در گروه خود واسطه اتصال هستند. البته این حساب در زمان بررسی پژوهشگر معلق شده است.

در میان این کاربران که مرکزیت بینیت بالایی دارند، @Ex\_Muslimm با نام سرپیکو از بقیه بالاتر است. ex معنی پیشین می‌دهد و احتمالاً منظور مسلمان سابق است. البته خود را نیز «Humanist - Atheist» معرفی کرده است.

boogystreat نیز کاربری بانام مستعار است که در معرفی خود نوشته است: «معتقد به قدرت توده‌ها، #براندام». با توجه به سایر پست‌های توئیتری این کاربر، به نظر می‌رسد علاقه‌مند به تفکر سوسیالیستی و مخالفت جمهوری اسلامی است.



nimpel\_2 نیز کاربری است با نام مستعار. او از جمهوری فدرال ایران می‌گوید و اینکه برای انسان بودن نیازی به خدا نیست. همچنین خود را یک ترک معرفی کرده است. با توجه به محتوای پروفایل و سایر پست‌های توئیتر این کاربر به نظر می‌رسد از هواداران پان‌ترک‌ها باشد.

h\_kiaaa نام کاربری حسین کیانی‌نیا است. وی در حساب توئیتر خود، نشانی وبسایت<sup>1</sup> خود را گذاشته و آنجا خود را «کارشناس ارشد توسعه روستایی، فعال اجتماعی و جهادی» معرفی کرده است. وی خود را حامی حاکمیت می‌داند و می‌نویسد: «در کنار همه نقدها، اعتقاد دارم باید حاکمیت را برای اصلاح و تغییرات ساختاری کمک کرد. چراکه هرگونه انقلابی در فرم کلاسیک، باعث عقب‌ماندگی چندساله کشور می‌شود.»

کاربر karto002 کارتون نیز نام مستعار دارد و در حساب خود نوشته است: «...و تو ای آزادی، خود واژه‌ای هستی در دست دیکتاتور بعدی. حکایات #شیخ\_مفتخور» عکس‌ها و طرح‌های این صفحه نیز رویکرد علیه جمهوری اسلامی و مقام‌های ارشد نظام دارند.

بررسی پروفایل کاربرانی که دارای بیشترین مرکزیت پل هستند و می‌تواند خوشه‌های مختلف را به هم وصل کنند، نشان می‌دهد:

حساب کاربری rayan95\_1 معلق شده است. کاربر @thisismahan7272 با نام مستعار ماهانوفسکی، بیشتر توئیتهایی مرتبط با جنبش‌های چپ‌گرایانه منتشر می‌کند.

barbaro1115 با نام مستعار آرتشید غیاث‌آبادی و عکس شخصیت مش‌قاسم، یعنی پرویز فنی‌زاده در سریال دایی‌جان ناپلئون، است. وی خود را «رهبر سوم ایران» معرفی می‌کند.

cartan\_lie نام مستعار کاربری است که در بخش معرفی خود نوشته است: «در همه جای جهان حتی کشورهای مدرن و پیشرفته انسان‌های خرافی و مذهبی وجود دارند ولی در هیچ کجای جهان کشور و قدرت دست این سفیهان نیست.»

msattwitts به نظر می‌رسد که نام مستعار خانمی باشد که در دانشگاه ICT درس می‌دهد و در بخش معرفی خویش خواستار آزادی زندانیان سیاسی شده است.

1 <http://kianinia.ir/>

بنابراین تمامی این کاربران که نقش پل را میان جزیره‌های مختلف ارتباطی بازی می‌کنند، همگی یک صفت مشترک دارند و آن مخالفت با جمهوری اسلامی است.

**خبره‌ها در شبکه درگیری غیزانیه:** همان‌طور که پیش‌ازین در تعریف عملیاتی خبره‌ها آوردیم برای یافتن این کاربرها از سنجه مرکزیت درجه استفاده می‌کنیم. در جدول ۴ گره‌ها بر اساس شاخص «مرکزیت درجه» دسته‌بندی شده‌اند که پنج حساب کاربری که در کل شبکه بیشترین مرکزیت درجه را داشتند به ترتیب عبارتند از:

**جدول ۴: کاربرانی که در شبکه روابط غیزانیه بیشترین مرکزیت درجه را داشته‌اند**

کاربر	درجه ورودی	درجه خروجی	درجه	بینیت
noxnox000	۸۲۱	۲	۸۲۳	۴۹۷۳
memar1983	۶۷۴	۴	۶۷۸	۵۰۸۸,۴۱۶۷
ex_muslimm	۴۸۳	۱۱	۴۹۴	۱۳۸۶۸۰,۹۱
israelpersian	۴۵۸	۰	۴۵۸	۰
ghalamfarsa	۳۹۰	۱	۳۹۱	۲۱۹۷

همان‌طور که در این جدول ۴ می‌بینید، سه کاربر noxnox000، memar1983 و ghalamfarsa علاوه بر رتبه صفحه بالا، مرکزیت درجه بالای دارند. ex\_muslimm بینیت بالایی داشت و در این جدول نیز درجه بالایی دارد. اما حساب کاربری صدای اسرائیل نیز در این جدول حضور دارد، ولی همان‌طور که می‌بینید بینیت آن صفر است. یعنی بیشتر از اینکه تولیدکننده پیام باشد، مورد خطاب (منشن) قرار گرفته است.

**فروشنندگان در شبکه درگیری غیزانیه:** برای یافتن این کاربرها از سنجه مرکزیت درجه خروجی استفاده می‌کنیم. در جدول ۵، گره‌ها بر اساس شاخص «مرکزیت درجه خروجی» دسته‌بندی شده‌اند که پنج حساب کاربری که در کل شبکه بیشترین مرکزیت درجه خروجی را داشتند به ترتیب عبارتند از:

جدول ۵: کاربرانی که در شبکه روابط غیزانیه بیشترین مرکزیت درجه خروجی را داشته‌اند

نام کاربر	درجه ورودی	درجه خروجی	درجه	بینیت
nodata123	۱	۵۶	۵۷	۵۵,۴۴۶۴۳
paatesi	۱	۴۰	۴۱	۲۳۶
mohamma04453772	۲	۳۵	۳۷	۳۴۰,۸۹۵۲
mamanolia	۴	۲۷	۳۱	۷۴۳,۱۶۶۷
zhandark49	۱۴	۲۴	۳۸	۲۷۴۵۴,۶۹

برای تعیین فروشندگان در شبکه می‌بایست هم درجه خروجی را در نظر بگیریم و هم میزان بینیت آن‌ها را؛ چون تعامل این کاربران مهم است و کاربرانی را در نظر نمی‌گیریم که فقط خروجی (ری توییت) یا ورودی (خطاب یا منشن) داشته باشند. بنابراین از میان کاربرانی که بیشترین درجه خروجی را داشتند و عدد بینیت آنان صفر نبود، این کاربرها در تعریف ما می‌گنجدند.

حساب کاربری nodata123 خود را #آئیست و #براندازم معرفی می‌کند و در نقشه ایران خود پرچم شیر و خورشید را گذاشته که زیر آن نوشته شده «جنبش ملی ایران». توییت‌های این حساب همگی علیه جمهوری اسلامی است.

حساب کاربری Paatesi نیز در معرفی خود نوشته: «نه می‌بخشیم نه فراموش می‌کنیم. زخم‌خورده ۹۶ و ۹۸. آماده برای آینده. #براندازم». توییت‌های این کاربر نیز علیه جمهوری اسلامی است.

حساب کاربری mohamma04453772 که عکس یک سرباز گرد را روی پروفایل خود گذاشته نیز از هشتگ براندازم در معرفی خود استفاده می‌کند و این بیت سعدی را این‌طور تغییر داده که «چو عضوی به درد آورد روزگار، دگر عضوها را خیالی نیست». توییت‌های این کاربر نیز علیه سیاست‌های جمهوری اسلامی است.

حساب کاربری mamanolia تعلیق شده است. اما حساب کاربری zhandark49 نیز عکسی از شاه مخلوع و همسرش فرح در پروفایل خود دارد و در معرفی خود مصرعی از مولانا آورده است: «حلاج‌وشانیم که از دار نترسیم. #براندازم. تنها آلترناتیو، قدرت مردم ایران. پرسپولیس»

همان‌طور که دیدیم کاربرانی که در عمل نقش فروشنده‌ها را بازی می‌کنند، با نام واقعی خود در توییت‌ها نیستند و همگی آنان علیه سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران می‌نویسند.

#### ۳-۴: روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای در این شبکه در چه جایگاهی قرار دارند؟

همان‌طور در پاسخ به پرسش پیشین دیدیم، هیچ‌یک از کاربران مؤثر شبکه ارتباطی درگیری غیزانیه خبرنگار نیستند. به‌علاوه اینکه تمامی این کاربران مؤثر در پخش پیام‌ها، هویتی مستعار دارند.

از این‌رو، برای یافتن جایگاه فعالان رسانه‌ای در این شبکه با کمک امکان جست‌وجو در پلتفرم توییت‌ها کاربرانی را پیدا کردیم که خود را خبرنگار یا فعال رسانه‌ای محیط‌زیست معرفی کردند. بنابراین با یک نمونه‌گیری غیر تصادفی ۲۵ را مشخص کردیم و در دوره مشخص شده، بررسی کردیم که آیا با موضوع غیزانیه توییتی نوشته‌اند یا نه. در جدول ۶ می‌توانیم خبرنگاران و همچنین میزان مرکزیت آنان را ببینیم:

جدول ۶: توییت‌های روزنامه‌نگاران و فعالان محیط‌زیست درباره درگیری غیزانیه

نام خبرنگار	تعداد توییت	مجموع لایک	مجموع ری توییت	رتبه صفحه	تحلیل مضمون توییت
۱. زهرا کشوری	۶	۴۵۹	۵۳	۰,۰۰۰۱۶۸	<ul style="list-style-type: none"> <li>مشکلات غیزانیه ناشی از سیاست و مدیریت غلط آب طی این سال‌هاست.</li> <li>مشکلات غیزانیه ریشه در مدیریت نادرست چهاردهه اخیر دارد.</li> <li>منطقه غیزانیه فقیر است و مشکلات فراوانی دارد.</li> <li>کمبود آب باعث فساد و فشار بیشتر بر مردم غیزانیه شده</li> <li>مردم غیزانیه مشکلات اجتماعی و اقتصادی زیادی دارند</li> <li>آب تنها یکی از مشکلات غیزانیه و اساسی‌ترین آن است</li> </ul>

نام خبرنگار	تعداد توییت	مجموع لایک	مجموع ری توییت	رتبه صفحه	تحلیل مضمون توییت
۲. نیک آهنگ کوثر	۱۲	۴۴۱	۲۹	۰,۰۰۰۱۶۳	<ul style="list-style-type: none"> <li>اعتراض به کم آبی با گلوله مواجه می شود</li> <li>منطقه خوزستان مثل غیزانیه زیاد دارد.</li> <li>جمهوری اسلامی نتوانسته است آب را مدیریت کند</li> <li>نسبت به سیاست های غلط مدیریت آب هشدار داده بودیم</li> <li>هشدار نسبت به خطرات امنیتی مدیریت نامناسب آب</li> <li>پاسخ درخواست مردم، گلوله نیست</li> <li>مسئول شلیک به مردم، دولت است</li> </ul>
۳. ماری مودی	۱	۰	۰	۰,۰۰۰۰۳۱	<ul style="list-style-type: none"> <li>آب یکی از مشکلات غیزانیه ولی اساسی ترین آن است.</li> </ul>
۴. حسین عبیری گلپایگانی	۱	۰	۰	۰,۰۰۰۰۳۱	<ul style="list-style-type: none"> <li>پیش از این مردم اعتراض کرده بودند کسی توجه نکرد</li> </ul>
۵. زینب شریفی	۱	۱۳	۲	۰,۰۰۰۰۹۷	<ul style="list-style-type: none"> <li>اعتراض مردم باید شنیده می شد و نیازهای آنان برطرف.</li> </ul>
۶. جواد حیدریان	۱	۰	۰	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>مشکل اصلی مدیریت نادرست خود حاکمیت طی چهار دهه گذشته است</li> </ul>
۷. زینب رحیمی	۱	۰	۰	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>مردم غیزانیه مشکلات بسیاری دارند</li> </ul>
۸. رضا ساکی	۲	۶۸	۱	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>آب هم به یک حادثه سیاسی دیگر در خرداد اضافه شد</li> <li>نگذاریم مردم از مشکلات به ستوه بیایند و بعد تازه وارد عمل شویم</li> </ul>

نتایج نشان می دهد از این ۲۵ نفر تنها هشت کاربر درباره غیزانیه نوشته اند. البته برخی از این افراد مثل رضا ساکی، جواد حیدریان و زینب رحیمی در داده های مرتبط با شبکه غیزانیه

حضور ندارند، ولی در این جست‌وجوی مستقل نام‌شان هست. برای همین عدد رتبه صفحه آنان را نداریم.

طبق داده‌های استخراج شده از نرم‌افزار گفی خانم زهرا کشوری، خبرنگار محیط‌زیست، بیشترین رتبه صفحه را دارد و در این شبکه در مجموع ۴۵۹ لایک و ۵۳ ری‌توییت گرفته است؛ ولی نکته اینجاست که مرکزیت بینیت این کاربر صفر است.

در عوض نیک‌آهنگ کوثر با اینکه از منظر پارامتر رتبه صفحه در جایگاه دوم است ولی بینیت این کاربر ۱۲۵ است. آقای کوثر بیشتر ری‌توییت انجام داده و خانم کشوری توییت‌ها را خودش نوشته (اورجینال است). در واقع به جز توییت‌هایی که از حساب‌های کاربری ایران اینترنشنال بازنشر شده، بقیه توییت‌ها را یا خود کوثر نوشته یا اینکه از خبرنگارانی چون روزبه بولهری (رادیو فردا) و یاشار سلطانی (مدیرمسئول وبگاه بسته شده معماری نیوز) بازنشر شده است.

این موضوع نشان می‌دهد در روز حادثه، نیک‌آهنگ کوثر پیگیر اخبار درگیری غیزانیه بوده است و از جایگاه یک خبرنگار خارج از ایران سعی داشته لحظه‌به‌لحظه با خبر پیش بیاید. او البته نقد خود را متوجه سیاست‌های چهار دهه اخیر حاکمیت جمهوری اسلامی می‌داند.

در عوض زهرا کشوری از جایگاه یک خبرنگار ساکن ایران سعی می‌کند نقدهای کارشناسی‌تر و با تمرکز بیشتر روی موضوع کمبود آب منتشر کند.

#### ۴-۴: توییت‌های روزنامه‌نگاران و فعالان رسانه‌ای تا چه میزان با معیارهای مدل روزنامه‌نگاری صلح هماهنگ است؟

با این همه نکته مهم در تحلیل مضمون توییت‌های این خبرنگاران این است که آنان به جای دامن زدن به جو احساسی سعی کرده‌اند موضوع فقر و تنگناهایی را که غیزانیه با آن مواجه است، تحلیل کنند. رویکرد توییت‌ها گذشته‌نگر و فرایندمدار است و به سیاستمداران هشدار می‌دهد که این اتفاق ناشی از بی‌توجهی به مشکلات مردم است.

به این ترتیب به نظر می‌رسد روزنامه‌نگارانی که درباره غیزانیه توییت نوشته‌اند، کمتر از دیگر کاربران اسیر محدود دیدن زمان و مکان این اتفاق بوده‌اند. دست‌کم به جای محکوم

کردن حکومت یا دولت یا تحریم‌های جهانی علیه ایران، به دنبال‌کنندگان خود یادآوری می‌کنند که این اعتراض مردم پیشینه‌ای دارد و کم‌آبی تنها یکی از مشکلات مردم فقیر غیزانیه است.

البته مشکل اینجاست که این روزنامه‌نگاران موضوع را پیگیری نکرده‌اند و تنها در همان زمان درگیری به این موضوع پرداخته‌اند و معلوم نمی‌شود که آیا وعده‌های مسئولان برای مردم غیزانیه محقق شده است یا نه. همچنین در این توئیتهای درباره سرنوشت کسانی که زخمی شده‌اند، چیزی نمی‌خوانیم.

### در میان کاربران شبکه توئیتر و در موضوع ناآرامی غیزانیه، کدام محتوا بیشتر دیده شده است؟

نرخ مشاهده<sup>۱</sup> محتواهای این شبکه را به کمک نرم‌افزار تبلو استخراج و توئیتهای کاربرانی را مشخص کردیم که بیشترین بازدید را داشته‌اند. درواقع نشان می‌دهیم در طول زمان بررسی موضوع درگیری‌های غیزانیه دنبال‌کنندگان این کاربران، کدام محتوا را بیشتر دیده‌اند. از آنجایی که ممکن است بسیاری از کاربران حساب توئیتر داشته باشند ولی به آن سرزنند و برای کاهش خطا، عدد تعداد دنبال‌کننده‌ها را در ۰٫۱ ضرب کردیم. همچنین کاربرانی را مد نظر قرار دادیم که مجموع توئیتهای آنان ۲۹۵ هزار بار بیشتر دیده شده باشد. همچنین از آنجایی که هریک از این حساب‌ها چندین توئیتهای با نرخ مشاهده بالا داشته‌اند، بنابراین مجموع تعداد دنبال‌کننده‌ها را در جدول می‌آوریم.

جدول ۷: حساب‌هایی که توئیتهای آنها بیشترین نرخ مشاهده را داشته‌اند		
شماره	کاربران	مجموع دنبال‌کننده‌ها
۱.	manotonews	۱۲۷۳۶۲۴
۲.	Bbcpersian	۱۲۰۱۱۸۴

۳.	radiofarda	۴۱۲۹۲۲
۴.	Dw_persian	۳۳۳۰۸۶
۵.	sharghdaily	۲۹۵۲۸۳

همان‌طور که در جدول ۷ مشخص است، مهم‌ترین حساب‌هایی که بیشترین نرخ مشاهده را داشته‌اند مربوط به رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور است.

شبکه من و تو، رویکرد ضد جمهوری اسلامی دارد و بیشتر متمایل به خانواده سلطنتی است. چهار توییت حساب شبکه من و تو در مجموع با ۱۰ درصد خطا، یک میلیون و ۲۷۳ هزار و ۶۲۴ بار دیده شده است. جز یک توییت بازنشر، بقیه توییت‌ها اورجینال بودند. بقیه این حساب‌ها نیز منبع تولید توییت بوده‌اند و شکل توییت آنان اورجینال.

رادیو صدای آلمان و بی.بی.سی فارسی نیز دو رسانه وابسته به دولت‌های آلمان و انگلیس هستند. رادیو فردا وابسته به وزارت امور خارجه آمریکا است و در این میان تنها روزنامه شرق است که در ایران منتشر می‌شود.

خود همین رسانه‌ها نیز بیشتر رویکرد محدود به اتفاق پیش آمده داشته‌اند و به‌ظاهر به شکل سخت‌خبرگونه تنها خبر این درگیری را منتشر کرده‌اند. اصلی‌ترین مضامین را به شکل زیر می‌توان خلاصه کرد: «مسئولان دروغگو هستند» و این «وعده‌های دروغین مردم را دچار مشکلات بیشتری می‌کند». این حساب‌ها تأکید دارند که در حکومت جمهوری اسلامی «پاسخ هر اعتراضی گلوله است» و «مسئولان به مشکلات مردم رسیدگی نمی‌کنند» البته اگر «تا اعتراض نشود مسئولان نیز به مشکلات مردم رسیدگی نمی‌کنند».

وقتی مضامین این حساب‌های پر دنبال‌کننده را با مضامین خوشه مخالفان جمهوری اسلامی و براندازها مقایسه می‌کنیم، می‌بینیم نزدیکی زیادی به هم دارند. در این توییت‌های پر بازدید، به لحاظ مضمونی شاهد رویدادمحوری، محدودیت زمان و مکان ارائه مطلب، یک‌سویه‌نگری، تحریک احساسات کاربران هستیم.

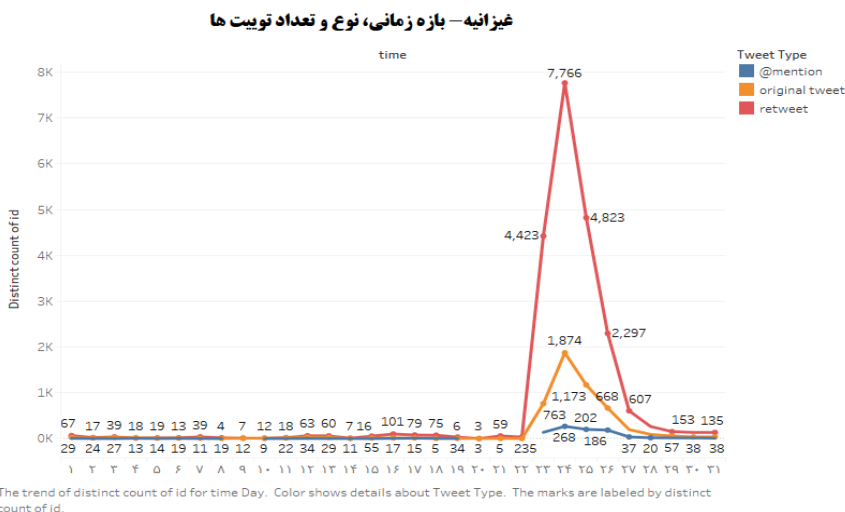
البته رسانه‌هایی چون بی‌بی‌سی فارسی و روزنامه شرق سعی کرده‌اند این اتفاق را با دیدی وسیع‌تر بررسی کنند و ببینند چه موانعی باعث می‌شود تا آب آشامیدنی به غیزانیه و روستاهای اطرافش نرسد. اما آنچه که اهمیت دارد این است که این بررسی در قالب توییت



انجام نشده، بلکه توییت‌های مجرای انعکاس گزارش یا گفت‌وگویی است که کمی عمیق‌تر به این موضوع می‌پردازد. یعنی در قالب یک پست به وبسایت شبکه یا روزنامه خویش ارجاع داده‌اند.

## ۱- پیش و پس از درگیری غیزانیه تا چه میزان مشکلات این منطقه در توییت‌ها نمود داشته است؟

برای پاسخ به این پرسش به وسیله نرم‌افزار تبلو نمودار زمانی این اتفاق طی ۶ ماه استخراج شد.



### نمودار ۱: بازه زمانی و نوع و تعداد توییت‌های درگیری غیزانیه

همان‌طور که در نمودار ۱ می‌بینید، جریان، تعداد، نوع و زمان (ماهانه) انتشار توییت‌های مرتبط با غیزانیه مشخص شده است. ری‌توییت‌ها (نمودار قرمز) بیشترین فراوانی را دارند. پس از آن توییت‌های اورجینال (نمودار زرد) و اشاره‌ها (نمودار آبی) قرار دارد. بیشترین ری‌توییت‌های مرتبط با درگیری غیزانیه خرداد ۹۹ منتشر شده است. یعنی سوم و چهارم خرداد و پس چهار روز این توییت‌ها فروکش کرده است. سوم خرداد روز درگیری میان نیروی انتظامی و مردم غیزانیه است.

نکته اینجاست که کاربران به وسیله بازنشر (ری‌توییت) اتفاق سعی داشتند تعداد بیشتری از افراد را نسبت به این اتفاق آگاه کنند. از طرف دیگر، همان‌طور که مشخص است پیش و

پس از سوم و چهارم خرداد کاربران درباره غیزانیه توییت چندانی ننوشته‌اند. به نظر می‌رسد اتفاق پیش آمده و شلیک به پای یک نوجوان اهل غیزانیه با تفنگ ساچمه‌ای احساس بسیاری از کاربران را تحریک کرده و باعث شده آنان در دم آن را بازنشر کنند.

## ۲- مهم‌ترین مضامین اعمال خشونت در میان توییت‌های خوشه‌های اصلی شبکه ارتباطی درگیری غیزانیه چیست؟

همان‌طور که گفتیم برای استخراج مضامین خشونت‌محور از مدل روزنامه‌نگاری صلح کمک گرفتیم و در قالب روش تحلیل مضمونی که آیا با مؤلفه‌های روزنامه‌نگاری صلح هماهنگ هستند یا نه. بررسی نشان می‌دهد که توییت‌های سه خوشه شاخص در شکل‌های مختلفی خشونت را اعمال کرده‌اند از جمله:

- رویدادگرا بودن توییت‌ها: کاربران به فرایند بروز این درگیری توجه ندارند.
- محدودیت زمانی و مکانی: تمرکز کاربران تنها بر درگیری است و در روزهای پیش و پس از واقعه آن را دنبال نمی‌کنند.
- ساخت دوقطبی: دوقطبی این شبکه به دو صورت اعمال شده است؛ دوقطبی حکومت-ملت در خوشه‌های مخالفان و براندازها و همچنین دوقطبی دولت روحانی-سپاه در خوشه مخالفان دولت حسن روحانی.
- اظهارنظرهای کلی: بازهم خرداد پر از حادثه از راه رسید.
- توهین لفظی: توهین به سران نظام.
- برچسب‌زنی: رژیم تروریستی، رژیم داعشی.
- اغراق در تشریح ماجرا: مردم برای آب خون دادند.

## ۵- نتیجه

این مقاله با یک دغدغه محوری آغاز شد؛ اینکه روزنامه‌نگارها در توییت‌های فارسی چه‌قدر معیارهای مرتبط با روزنامه‌نگاری صلح را رعایت می‌کنند. برای سنجش این موضوع درگیری اهالی غیزانیه اهواز با نیروی انتظامی را بهانه قرار دادیم و در بازه‌ای ۶ ماهه به کمک کلمات و هشتک‌های مرتبط با غیزانیه، ۵۱ هزار ۱۶۹ توییت را استخراج کردیم. سپس به روش تحلیل

شبکه و از طریق معیارهای مرکزیت همچون رتبه صفحه، بینیت، پل، درجه و خروجی کاربرانی که بیشترین تأثیر را در انتشار پیام داشتند مشخص شد.

نتایج این بخش نشان می‌دهد که حساب‌های رسانه‌های رسمی و همچنین خبرنگاران در انتشار توییت‌های مرتبط با درگیری غیزانیه نقشی نداشتند و در عوض کاربرانی با هویت مستعار بیشترین نقش را در نشر پیام‌ها، فیلم‌ها و عکس‌های مرتبط با آن داشته‌اند. این در حالی است که نرخ مشاهده پربازدیدترین توییت‌های این شبکه متعلق است به حساب‌هایی چون «من و تو»، «بی‌بی‌سی فارسی»، «صدای آلمان»، «رادیو فردا» و «روزنامه شرق». در واقع به نظر می‌رسد این حساب‌های رسمی و رسانه‌ای کار اطلاع‌رسانی را انجام داده‌اند و در مرحله بعد وظیفه نشر آن را حساب‌هایی مستعار با مرکزیت بالا بر عهده گرفته‌اند.

اما از آنجایی که جایگاه روزنامه‌نگاران در نشر اخبار درگیری غیزانیه برای ما مهم بود، به طور ویژه نام و توییت و مرکزیت آنان را بررسی کردیم. نتایج نشان می‌دهد که هشت روزنامه‌نگار طی این ۶ ماه درباره غیزانیه توییت نوشته‌اند که همگی در همان بازه سوم (روز درگیری) و چهارم خرداد است. این افراد نسبت به دیگر کاربران مرکزیت رتبه صفحه پایین‌تری دارند و به نظر می‌رسد ارجاع به آنان چندان زیاد نیست.

در مرحله بعد برای اینکه بتوانیم هم ماهیت خوشه‌های اصلی را مشخص کنیم و هم رویکرد تنش‌زایی یا تنش‌زدایی توییت‌ها را بسنجیم از روش تحلیل مضمونی کمک گرفتیم. اینجاست که سه خوشه با درصد بالاتر را انتخاب کردیم. اولین خوشه مربوط به مخالفان دولت حسن روحانی است که مقصر درگیری پیش آمده را فقط دولت حسن روحانی می‌دانند. اما کاربران خوشه مخالفان حکومت متمایل به رضا پهلوی و براندازها، مقصر اصلی را حکومتی می‌دانند که «به جای آب به مردم گلوله تقدیم می‌کند» و «در این چهار ده هیچ خدمتی نکرده است».

در این شبکه با دو نوع قطبی‌سازی مواجهیم. درحالی‌که مخالفان حکومت توییت می‌زنند: «بنزین رو تا ونزوئلا میشه برد اما آب رو تا #غیزانیه نه!» مخالفان دولت حسن روحانی پاسخ می‌دهند: «بله بنزین رو همون بچه‌های سپاه پاسداران می‌برند که ماهواره رو می‌زارن<sup>۱</sup> در

۱ غلط املایی ناشی از نقل قول مستقیم است

مدار اما آب رو همون‌ها باید ببرن که آب خوردنم به برجام گره زدند.» یعنی با دو نوع دوقطبی روبه‌رو هستیم. دولت- سپاه پاسداران و حکومت- مردم. دوقطبی اول می‌گوید این دولت ناکارآمد است و یک دولت جوان و سپاهی باید جای آن را بگیرد تا دیگر شاهد این اتفاق‌ها نباشیم. دوقطبی دوم اما حکومت را زیر سؤال می‌برد و می‌گوید چاره کار فقط براندازی است.

در چنین فضایی صحبت از کاهش تنش‌ها ساده نیست. چون در عمل با توییت‌هایی رویدادمدار و محدود به زمان درگیری، دارای توهین لفظی به سران دولت و حکومت، اظهارنظرهای کلی و همراه با اغراق در تشریح اتفاق مواجهیم که یک پیام دارد؛ یا سمت «ما» بایست و بر حق باش یا سمت «آنان» باش و مستحق توهین و تحقیر.

باین‌همه بررسی مضمون توییت‌های روزنامه‌نگاران نشان می‌دهد این افراد برعکس دیگر کاربران به جای دامن زدن به اظهارنظرهای احساسی، خود را در جایگاه یک تحلیل‌گر دیده‌اند و سعی کرده‌اند این درگیری را با دید بازتری بنگرند و آن را به کشمکش ناگهانی میان مردم معترض و نیروی انتظامی تقلیل ندهند.

البته در ۲۸۰ حرف یا کارکتر توییتی نمی‌توان کشمکش‌ها را تحلیل کرد. اینجاست که ساده‌ترین کار انعکاس سریع حس و حال همان لحظه است از دیدن عکس پای زخمی نوجوان یا شنیدن حمله به مردم تشنه غیزانیه. از این‌رو، به نظر می‌رسد روزنامه‌نگارانی که در پی تحلیل کشمکش‌ها و رعایت ارزش‌های حرفه‌ای هستند می‌توانند از امکان رشتو نویسی یا امکان ارجاع به مطلبی طولانی‌تر در سایت رسانه خود استفاده کنند یا ۱۴۰ ثانیه از گزارش تحلیلی خود را روی پلتفرم بارگذاری کنند.

مطالعات فناوری‌ها و رسانه‌های نوین ارتباطی، به جنبه‌های مثبت و منفی ظهور این فناوری‌ها از قبیل گسترش آزادی بیان، حفظ ارتباط میان دوستان و نزدیکان، افزایش دسترسی به اطلاعات و همچنین جنبه‌های منفی ظهور آنها از قبیل اشباع فناوری<sup>۱</sup> (نصرتی، صرفی، موسی‌وند، ۲۰۲۳)، انشار اخبار جعلی، صدمه به اعتماد به نفس افراد (نصرتی، صرفی و موسی‌وند، ۲۰۲۳) و غیره پرداخته‌اند. مطالعاتی چون پژوهش حاضر می‌توانند نقش این

---

1 technological overload

رسانه‌ها را در موارد خاص بررسی کنند و به این ترتیب اثرات آنان را به طور دقیقتر بشناسانند.

## منابع

آبراهامیان، یروان. (۱۳۹۲). *ایران بین دو انقلاب*. مترجمان: احمد گل محمدی و محمدابراهیم فتاحی. تهران: نشر نی.

انفرادی، فتانه (۱۳۸۷). *بررسی میزان انطباق فعالیت‌های حرفه‌ای خبرنگاران خبرگزاری‌های کشور با روزنامه‌نگاری صلح*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی.

پاجارس فرانک، ابی پرستین، جیسون چن و راین ال‌نابی (۱۳۹۳). *نظریه شناختی اجتماعی و تأثیرات رسانه‌ای*. در ال‌نابی رابین، ماری بث اولیور (ویراستاران) *فراوندها و تأثیرات رسانه‌ها* (صص. ۲۹۹-۳۲۲). مترجم: سید محمد مهدی‌زاده. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

تامسون، درک. (1397). *موفق‌سازها*. مترجم: سینا بحیرایی. تهران: مهرگان خرد.  
حاتمی، ع. و نوربخش، س. (۱۳۹۸). *بازسازی معنایی بحران آب در شرق اصفهان بر اساس نظریه زمینه‌ای*. *جامعه‌شناسی کاربردی* ۳۰ (۷۳).

شاکر، علی. و خانیکی، هادی. (۱۳۹۸). *روزنامه‌نگاری صلح و ارزش‌های خبری آن در ایران؛ نحوه انعکاس اخبار حمله نیروهای ائتلاف به عراق در ۶ روزنامه سراسری کشور (کیهان، رسالت، اطلاعات، همشهری، اعتماد و یاس نو)*. *فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات* ۲۰ (۴۷).

کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹). *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای*. مترجمان: احمد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: نشر نو.

کرمانی، حسین، مجد‌زاده، زهرا، و ادهم، مرضیه. (۱۳۹۹). *توییت‌های فارسی، همگان‌های شبکه‌ای و قالب‌بندی شبکه‌ای موضوعات در انتخابات: تحلیل قالب‌های موضوعی شکل گرفته در جریان انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶ در توییت‌ها*. *فصلنامه فرهنگ - ارتباطات* 21(52),

گلدویل، مالکوم (۱۳۹۶). *نقطه عطف*. مترجم: فریبرز آذرینیا. تهران: نشر روزبهان.  
مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: انتشارات همشهری.

Abrahamian, Y. (2013). *Iran Between Two Revolutions*. Translated by Ahmad Golmohammadi and Mohammad Ebrahim Fattahi. Tehran: Ney Publishing. (In Persian)

Enfardi, F. (2008). *A Study of the Compliance of Professional Activities of*

- Journalists in Iranian News Agencies with Peace Journalism. MA thesis. Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB) University.( **In Persian**)
- Pajares, F., Prestin, A., Chen, J., & Nabi, R. L. (2014). Social cognitive theory and media effects. In R. L. Nabi & M. B. Oliver (Eds.), *The Routledge handbook of media processes and effects* (pp. 299-322). London: Routledge.( **In Persian**)
- Thompson, D. (2018). *The Formula*. Translated by Sima Bahraei. Tehran: Mehrgan Kherad.( **In Persian**)
- Hatami, A., & Norbakhsh, S. (2019). Meaning Reconstruction of the Water Crisis in Eastern Isfahan Based on Grounded Theory. *Applied Sociology*, 30(73) .( **In Persian**)
- Shaker, A., & Khaniki, H. (2019). Peace Journalism and Its News Values in Iran: How the News of the Coalition Forces' Attack on Iraq Was Reflected in 6 National Newspapers (Kayhan, Resalat, Etela'at, Hamshahri, Etemad, and Yas-e No). *Quarterly Journal of Cultural Studies - Communications*, 20(47) .( **In Persian**)
- Castells, M. (2010). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Translated by Ahmad Alighanian and Afshin Khakbaz. Tehran: Ney Publishing.( **In Persian**)
- Kermani, H., Majdzadeh, Z., & Edham, M. (2020). Persian Twitter, Networked Publics, and Networked Framing of Issues in Elections: An Analysis of the Thematic Frames Formed During the 2017 Presidential Election on Twitter. *Quarterly Journal of Culture - Communications*, 21(52) .( **In Persian**)
- Gladwell, M. (2017). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Translated by Fariborz Azarnia. Tehran: Roozbehan Publishing.( **In Persian**)
- Aeini, B.; Zohouri, M.; Mousavand, M. (2023). Iranians and Privacy Preservation on Social Media: A Systematic Review. *Positif Journal*. 23(10). 88-100.
- Aslam, R. (2014). *The role of media in conflict: Integrating peace journalism in the journalism curriculum* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://aut.researchgateway.ac.nz/handle/10292/7908>
- Aslam, R. (2016). Building peace through journalism in the social/alternate media. *Media and Communication*, 4(1), 63-79.
- Bandari, R., Zhou, Z., Kong, J., & Roychowdhury, V. (2010). Information resonance on Twitter: watching Iran. In *Proceedings of the First Workshop on Social Media Analytics (SOMA '10)*.
- Bossio, D. (2017). *Journalism and social media*. Palgrave Macmillan.
- Cha, M., Haddadi, H., Benevenuto, F., & Gummadi, P. K. (2010). Measuring user influence in Twitter: The million follower fallacy. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM)*, pp. 10-17.
- Curca, M. (2013). The peace process will not be re-Tweeted. *The Peace Journalist*, April. Retrieved from <https://www.park.edu/wp-content/uploads/2018/01/2013-04-The-Peace-Journalist.pdf>
- Espelage, D. L., Wasserman, S., & Fleisher, M. (2007). Social networks and violent behavior. In D. J. Flannery, A. T. Vazsonyi, & I. D. Waldman (Eds.), *The Cambridge handbook of violent behavior and aggression* (pp. 450-465). Cambridge University Press.

- Goel, S., Watts, D. J., & Goldstein, D. G. (2012). The structure of online diffusion networks. In Proceedings of the 13th ACM Conference on Electronic Commerce (pp. 623–638). Association for Computing Machinery.
- Guest, G., MacQueen, K., & Namey, E. (2012). Applied thematic analysis. SAGE Publications.
- Liang, H. (2018). Broadcast versus viral spreading: The structure of diffusion cascades and selective sharing on social media. *Journal of Communication*, 68(3), 525-546.
- Lynch, J. (2007). A course in peace journalism. *Conflict & Communication Online*, 6(1). Retrieved from [www.cco.regener-online.de](http://www.cco.regener-online.de)
- Lynch, J. (2013). A global standard for reporting conflict. Routledge.
- Lynch, J., & McGoldrick, A. (2005). Peace journalism. Hawthorn Press.
- Mahdizadeh, S. M. (2012). Media Theories; Common Thoughts and Critical Views. Tehran: Hamshahri Publications. **(In Persian)**
- Milgram, S. (1967). The small world problem. *Psychology Today*. Ziff-Davis Publishing Company.
- Newman, M., Barabási, A.-L., & Watts, D. J. (2006). The structure and dynamics of networks. Princeton University Press.
- Nosrati, S., Sabzali, M., Arsalani, A., Darvishi, M., & Aris, S. (2023). Partner choices in the age of social media: are there significant relationships between following influencers on Instagram and partner choice criteria?. *Revista De Gestão E Secretariado (Management and Administrative Professional Review)*, 14(10), 19191–19210. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i10.3022>
- Nosrati, S.; Sarfi, M.; & Moosavand, M. (2023). LIQUID LOVE AND CONTINUATION OF A NEW LOVE ORDER. *Synesis (ISSN 1984-6754)*, 16(1), 114–132. Retrieved from <https://seer.ucp.br/seer/index.php/synesis/article/view/2860>
- Shakarian, P., Bhatnagar, A., Aleali, A., Shaabani, E., & Guo, R. (2015). Diffusion in social networks. Springer, Cham.
- White, J. S., & Matthews, J. N. (2014). Connectors, mavens, salesmen and more: An actor-based online social network (OSN) analysis method using tensed predicate logic. In Proceedings of the 6th International Conference on Social Informatics (Harvard, CA).
- Zeitoff, T. (2016). Does social media influence conflict? Evidence from the 2012 Gaza Conflict. *Journal of Conflict Resolution*, 1-35.

