



جستجوی ایران در توئیتر: فناوری‌های نوین و صدای دیاسپورای ایرانی

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

زهرا مجدی زاده 

استادیار گروه مطالعات جنوب و شرق آسیا و اقیانوسیه، دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

حمیده مولایی * 

چکیده

این مقاله سعی دارد با مطالعه دیاسپورا یا جامعه دور از وطن ایرانی، دغدغه‌های این گروه در رابطه با وطن خود و نیز سهم و تأثیر آن‌ها در شکل‌گیری محتوای مرتبط با ایران در توئیتر را مورد تحلیل قرار دهد. اگرچه شکل‌گیری دیاسپورای ایرانی به پیش از ظهور فناوری‌ها و رسانه‌های نوین بازمی‌گردد؛ با این وجود فضای مجازی و به‌ویژه اینترنت نقش مهمی در افزایش تعاملات، همکاری و اتحاد میان دیاسپورای ایرانی در سراسر جهان داشته که به تبع آن قدرت و تأثیرگذاری آن‌ها را افزایش داده است. تحقیق حاضر، با استفاده از روش تحلیل متن در توئیتر انجام شده و به منظور تحلیل داده‌ها از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شده است. نتایج تحلیل بیانگر آن است که دیاسپورای ایرانی در توئیتر سهم عمده‌ای از مطالب مرتبط با ایران را به خود اختصاص داده و یکی از بازیگران کلیدی در این زمینه است. با این وجود، نتایج حاکی از آن است که در این شبکه آنلاین، جریان ارتباطات چندمرحله‌ای بوده و هاب‌های اصلی این شبکه تعداد اندکی از سازمان‌های شکل‌گرفته توسط دیاسپورای ایرانی در جوامع میزبان هستند. همچنین تحلیل ۲۷۰ توئیٹ منتخب از دیاسپورای ایرانی نشان می‌دهد که موضوع اصلی توئیٹ‌ها در سه مقوله کلی انتقاد از شرایط ایران، بازتاب و تشویق اعتراضات و خبررسانی قرار می‌گیرد.

کلیدواژه‌ها: دیاسپورا، ایران، فضای مجازی، توئیتر، ارتباطات چندمرحله‌ای، افکار عمومی.

مقدمه

حافظه مجازی، دیجیتالی بودن، تعاملی بودن، هایپرتکس بودن، مجاز واقعی بودن و غیر مرکزی بودن، خصوصیتی هستند که عاملی (۱۳۹۶) برای فضای مجازی برشمرده است. غیرمرکزی بودن و نبود مرزهای حاکم بر فضای مجازی، یکی از خصوصیات محوری فضای مجازی است که در این تحقیق اهمیت به‌سزایی دارد. «فناوری‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تغییر ساختارهای موجود جامعه و ایجاد ساختار اجتماعی جدید شده‌اند» (خجیر و خانیکی، ۱۳۹۸: ۳۶). محمدی، معتقد است که جهانی‌شدن و پیشرفت سریع حاصل از اختلاط میان رایانه و فناوری ارتباطات از راه دور، باعث شده است که بسیاری از جوامع قادر به نظارت کامل بر ملت‌های خود نباشند (محمدی، ۱۳۸۷)؛ بنابراین، فناوری‌های نوین، رابطه بین حاکمیت، سرزمین و قدرت حکومتی را متحول کرده که بر اساس آن، دیگر حکومت ملی، تنها قدرت اثرگذار و تعیین‌کننده فضا، زمان و جریان امور نیست (شکوهی، ۱۳۸۲؛ نقل‌شده در حاتمی، ۱۳۹۶: ۷۱). با ظهور فضای مجازی، اطلاعات به‌راحتی و با سرعت هرچه بیشتر مرزهای جغرافیایی را درمی‌نوردند و در سراسر جهان مبادله می‌شوند. در این فضای جدید، کنشگران غیردولتی اهمیت بیشتری یافته‌اند. دیاسپوراها از جمله کنشگران غیردولتی هستند که با ظهور فضای مجازی قدرت تأثیرگذاری بیشتری کسب کرده‌اند. این قدرت، از شبکه‌های شکل‌گرفته میان آن‌ها و اتحاد و همکاری با یکدیگر، ناشی می‌شود. درحالی‌که پیش‌تر آن‌ها به‌عنوان صداهای کم‌طنین شناخته می‌شدند، امروزه به مدد رسانه‌های جدید و فضای مجازی، صدای آن‌ها بیش‌ازپیش شنیده شده و طنین‌انداز می‌شود.

به گفته قراشی و بوئرسما، تبار مهاجران ایرانی همانند هر گروه دیاسپورا بسیار متفاوت است. این تنوع شامل پیشینه مذهبی (مسلمانان، یهودیان، بهایان، مسیحیان)، زمینه سیاسی (چپ‌گرایی، ناسیونالیست، پادشاهی)، طبقه اجتماعی، تحصیلات، جنسیت و نسل‌ها بوده که یک جمعیت مهاجر غیرهمگن را به‌وجود آورده است. هویت سیاسی، مذهبی، قومی و یا فعالیت در زمان انقلاب ایران، عامل اصلی تعیین‌کننده در مهاجرت ایرانیان به

خارج از کشور بوده است. بدین ترتیب، احساس مشترک از دست دادن و بیگانگی در میان آن‌ها، منجر به افزایش شکل‌گیری تبادلات از طریق فضای مجازی و ساخت اجتماعات مجازی شده است. بسیاری از آن‌ها همچنان دارای گرایش‌های سیاسی هستند؛ اگر چه همه آن‌ها به لحاظ سیاسی فعال نیستند (Ghorashi & Boersma, 2009).

اگر بپذیریم که امروزه بخش عمده شناخت درباره جوامع دیگر، به واسطه رسانه‌ها شکل می‌گیرد و «اطلاعاتی که از رسانه‌ها پخش می‌شود تا حدود زیادی به برداشت عموم در برابر واقعیت شکل می‌دهند» (لازار، ۱۳۹۲: ۸۶ - ۸۷)، به اهمیت فعالیت رسانه‌های دیاسپورای ایرانی بیش از پیش پی می‌بریم. چرا که اگرچه مطالعات دهقانی فیروزآبادی و بهرامی (۱۳۹۶)، از عدم اثرپذیری سیاست خارجه ایران از کنش‌های جوامع دیاسپورای ایرانی حکایت دارد، با این وجود، فعالیت دیاسپورای ایرانی در فضای مجازی و اظهارنظرهای آنان در این رسانه تعاملی، توسط افکار عمومی داخل و خارج از ایران، دیده و شنیده می‌شود. در چنین شرایطی تنها یکی از نتایج قدرت شبکه‌ای دیاسپورای ایرانی، شکل‌گیری "دیاسپورای جدید مجازی در ایران" خواهد بود که بر اساس آن افراد اگرچه در ایران هستند؛ اما فرهنگشان از جای دیگری است. تمامی آنچه گفته شد، نشان می‌دهد که فعالیت دیاسپورای ایرانی امروزه بیش از پیش اهمیت یافته و لازم است که مورد مطالعه و تحلیل قرار گیرد. در همین راستا، مسئله اصلی در تحقیق حاضر، مطالعه دغدغه‌های دیاسپورای ایرانی در رابطه با وطن خود یعنی ایران و نیز سهم و تأثیر آن‌ها در شکل‌گیری محتوای مرتبط با ایران در توئیتر است. از دیگر موضوعات مورد توجه در این مقاله، چگونگی جریان ارتباطات در شبکه دیاسپورای ایرانی حاضر در توئیتر و موضوعات و محتوای ارسالی توسط آن‌ها بوده است.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

دیاسپورا و ویژگی‌های آن

اصطلاح «Diaspora» از واژه یونانی «diaspeirein» که به پراکندگی دانه اشاره دارد، مشتق شده است. این اصطلاح به طور سنتی به پراکندگی یهودیان، اشاره دارد؛ اما در حال حاضر به فهرست رو به رشد گروه‌های مهاجر اعمال می‌شود (karim, 2003:1). تعاریف متعددی از مفهوم دیاسپورا ارائه شده و محققان ویژگی‌های مختلفی را برای دیاسپورا برشمرده‌اند. این ویژگی‌ها را می‌توان در ابعاد مختلف دوری از وطن، انگیزه‌های ترک وطن، حضور در کشور میزبان، ارتباط با وطن، تأکید بر اشتراکات، رهبری و سازمان‌دهی قرارداد. در ادامه، ویژگی‌های دیاسپورا با تأکید بر این ابعاد شرح داده خواهد شد.

الف) دوری از وطن

کوهن، پراکندگی از میهن اصلی را به عنوان یکی از ویژگی‌های دیاسپورا برمی‌شمرد (Cohen, 2009). عدم پیوستگی جغرافیایی میان وطن مهاجرین با کشور مقصد و وجود فاصله جغرافیایی قابل توجه میان دو کشور، یکی از ضوابط جغرافیایی شکل‌گیری دیاسپورا است (حاتمی، ۱۳۹۶: ۶۶).

ب) انگیزه‌های ترک وطن

محققان به انگیزه‌های مختلف ترک وطن و مهاجرت در میان دیاسپورا اشاره کرده‌اند که می‌تواند داوطلبانه یا اجباری باشد. شفر، به پنج نوع دیاسپورا اشاره می‌کند که عبارت‌اند از قربانی^۱، کارگری^۲، امپریالیستی^۳، تجارت^۴ و دائمی^۵ (Sheffer, 2006: 18). کوهن، جستجوی کار، تجارت و یا جاه‌طلبی‌های استعماری را به عنوان انگیزه‌های مهاجرت نام برده است (Cohen, 2009: 17). با این وجود، برخی نیز تنها به دلایل و محدودیت‌های

-
1. VICTIM
 2. LABOUR
 3. IMPERIAL
 4. TRADE
 5. DETERRITORIALIZED

سیاسی که به دنبال آن افراد مجبور به ترک وطن خود شده‌اند، اشاره کرده‌اند (حق پناه، ۱۳۸۸: ۲۰۵، نقل شده در حاتمی، ۱۳۶۶: ۶۷).

ج) حضور در کشور میزبان

یک ویژگی دیگر دیاسپورا، داشتن یک رابطه دشوار با جامعه میزبان است. اگرچه، امکان خلاق بودن و غنی کردن زندگی در کشورهای میزبان با تحمل کثرت‌گرایی، ویژگی دیگری است که کوهن برای دیاسپورا برمی‌شمرد (Cohen, 2009: 17).

د) ارتباط با وطن

ویژگی حفظ ارتباط با وطن، توسط بیشتر محققانی که به تعریف و بیان ویژگی‌های دیاسپورا پرداخته‌اند، مورد تأکید قرار گرفته است. کلیفورد تفاوت مفهوم دیاسپورا با سایر مهاجران و یا تبعیدشدگان را در ارتباط آن با وطن می‌داند (Clifford, 1994: 311). اگرچه جوامع دیاسپورا در داشتن ارتباط با وطن خود دارای اشتراک هستند؛ اما گستره و کیفیت این ارتباط در جوامع مختلف دیاسپوریک متفاوت است. ممکن است این ارتباط با میهن، در داشتن علاقه شدید به حفظ هویت ملی و قومی و تمایل به بازگشت به وطن تعریف شود و یا در داشتن یک هویت ترکیبی برگرفته از میهن و جامعه میزبان و نیز داشتن دلبستگی به وطن و نه لزوماً علاقه به بازگشت به آن، خلاصه گردد؛ بنابراین، می‌توان یک طیف را برای رابطه دیاسپورا با وطن و جامعه میزبان، مشخص کرد که بر اساس آن، استراتژی‌ها و جهت‌گیری جوامع دیاسپورا در برخورد با کشورهای میزبان و سرزمین‌های مادری، از جذب کامل به جوامع میزبان تا جدایی از جوامع میزبان و احتمال بازگشت به سرزمین‌های مادری متفاوت است.

ه) تأکید بر اشتراکات با هم‌تایان

به عقیده کلیفورد، درک دیاسپوریک از وطن، نه به‌عنوان یک مکان برای بازگشت، بلکه به‌عنوان یک منبع دلبستگی است. این حس دلبستگی به وطن، پایگاه مشترکی را برای

ارتباط میان جوامع مختلف دیاسپورا که دارای ملیت یا قومیت مشترک هستند، ایجاد می‌کند (Clifford, 1994: 311).

ی) رهبری و سازمان‌دهی

جوامع دیاسپورا نیازمند رهبرانی هستند که احساسات دیاسپوریک را سازمان‌دهی کرده و آن‌ها را به یک هدف مشترک هدایت کنند (Cohen, 2009: 17). اغلب دیاسپوراها، سازمان‌های حمایتی پیچیده‌ای را در کشورهای میزبان خود برپا کرده‌اند. این سازمان‌ها به منظور ایجاد و توسعه روابط افراد با جامعه میزبان، وطن و هم‌تایان خود در کشورهای دیگر، تشکیل شده‌اند. شفر، علت شکل‌دهی به چنین سازمان‌هایی را در ارتقای رفاه و تضمین تداوم جوامع خود در کشورهای میزبان و افزایش توانایی آن‌ها برای گسترش حمایت از سرزمین‌های مادری و هم‌تایان خود در سایر کشورها، می‌داند (Sheffer, 2006: 18-26).

دیاسپورا و رسانه

مهاجران، از مرزهای خود و نیز از سایر مهاجران فاصله دارند و به همین دلیل برای تشکیل جوامع دیاسپوریک، به رسانه‌ها نیاز پیدا می‌کنند. دیاسپوراها همواره و در طول تاریخ، از ابزارها و رسانه‌های ارتباطی در راستای منافع خود استفاده کرده‌اند و این امر تنها به دوره اخیر اختصاص ندارد. با این وجود، در دوره اخیر، فرآیند جهانی‌شدن تغییراتی را در استفاده جوامع دیاسپوریک از رسانه‌ها به وجود آورده است. تساگاروشیانو، معتقد است که رسانه‌ها و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی توسط اعضای جوامع دیاسپوریک مورد استفاده قرار می‌گیرند و به آن‌ها امکان ایجاد فضاهای جدیدی را می‌دهند که در آن فضاها، مکان‌های دور و تجربیات مختلف افراد، با یکدیگر هماهنگ می‌شوند (Tsagarousianou, 2004).

تأثیر رسانه‌های نوین بر جوامع دیاسپوریک

توسعه اخیر در ارتباطات که از اواخر دهه ۱۹۸۰ آغاز شد و در دهه ۱۹۹۰ شتاب گرفت، افزایش استفاده از اینترنت است که ماهیت تعاملات در همه زمینه‌ها از جمله تعاملات میان اعضای جوامع دیاسپوریک را تغییر داده است. فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، با عبور از مرزهای زمانی و مکانی، علاوه بر آن که انتقال اطلاعات را سریع‌تر و ارزان‌تر کرده‌اند، ارتباطات در سطح جهانی را نیز تسهیل کرده‌اند. کاهش امکان نظارت و کنترل مرکزی بر اینترنت، یکی دیگر از تفاوت‌های رسانه‌های نوین در مقایسه با رسانه‌های قدیمی‌تر است.

از دیگر تغییرات ناشی از اینترنت و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، امکان ایجاد شبکه‌های ارتباطی مجازی و فراملی است که از استبداد زمان و مکان رها شده است (عاملی، ۱۳۸۹). در شبکه‌های ارتباطی مجازی، فضا جایگزین مکان فیزیکی می‌شود. بدین معنا که دیگر فاصله‌ای وجود نداشته و به تبع آن مقیاسی برای اندازه‌گیری وجود ندارد. فضا، یک مفهوم انتزاعی بوده که در آن، ظرفیتی برای حضور همه مکان‌ها وجود دارد و برای همگان قابل دسترسی است (عاملی، ۱۳۹۵). امروزه دیاسپوراها نیز در موقعیت‌های فرازمانی و فرامکانی قرار دارند (Mitchell, 1997: 534). اینترنت و فضای مجازی، ارزش ویژه‌ای را برای افرادی که از نظر جغرافیایی پراکنده هستند، به وجود آورده است. قابلیت‌های اینترنت، افراد را به ایجاد جوامع آنلاین تشویق می‌کند که با استفاده از آن فاصله میان افراد از میان‌رفته و زمان را برای تعاملاتشان تغییر می‌دهند. (Mitra, 2005) این گروه‌ها از اینترنت برای به حداکثر رساندن مزایای یک جامعه آنلاین استفاده می‌کنند. (Lee, 2012: 1)

بنابراین، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و در رأس آن اینترنت، سطوح مختلف دسترسی و ارتباط میان دیاسپوراها را توسعه داده‌اند. اعضای جوامع دیاسپوریک، از فناوری‌های نوین ارتباطاتی به‌طور گسترده و در سطوح مختلف ارتباط با یکدیگر، ارتباط با وطن و ارتباط با کشور میزبان، استفاده می‌کنند. بدین ترتیب، اگرچه ظهور و

فعالیت جوامع دیاسپورا به اینترنت وابسته نبوده است؛ اما ظهور رسانه‌های جدید و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، ارتباطات اعضا جوامع دیاسپوریک را تسهیل می‌کنند و با افزایش اتحاد میان آن‌ها، بر قدرت و تأثیرگذاری آن‌ها می‌افزایند؛ بنابراین، تأثیر این فناوری‌های جدید بر جوامع دیاسپوریک را در دو محور اصلی می‌توان مورد توجه و تحلیل قرار داد. نخست، تسهیل زندگی و ارتباطات و دوم افزایش قدرت و تأثیرگذاری.

الف) تسهیل زندگی و ارتباطات دیاسپورا

ایجاد شبکه‌های ارتباطی مجازی، انزوای احتمالی دیاسپورها را کاهش می‌دهد و آن‌ها را قادر می‌سازند که به تشکیل جوامع و سازمان‌دهی خود، به صورت محلی و یا در سطح جهانی، اقدام کنند. به گفته موئریمس و تیمرمنس، دیاسپورها با کمک شبکه‌های ارتباطی مجازی، به راحتی افراد دارای نیازها و منافع مشترک را پیدا می‌کنند و این امکان را می‌یابند که در مورد مسائل مختلف و حتی مسائل حساسیت‌برانگیز، با یکدیگر در اینترنت بحث و گفتگو کنند و با هم به راه‌حل‌ها و یا حداقل یک حس توانمندی برسند. این جوامع آنلاین، همچنین در به اشتراک‌گذاری دانش میان دیاسپورها تأثیرگذار بوده و به آن‌ها اطلاعات مختلفی از جمله چگونگی زندگی در کشور میزبان را ارائه می‌دهند (Moerbeek & Timmermans, 2010: 1-4). از دیگر نتایج شبکه‌های ارتباطی مجازی برای دیاسپورها، کمک به ایجاد پیوند و تقویت اشتراکات در میان آن‌ها است. به گفته لی، جوامع آنلاین امکان ایجاد یک انسجام خیالی را برای دیاسپورا فراهم می‌کند که باعث تقویت هویت جمعی آن‌ها می‌شود (Lee, 2012: 21).

ب) افزایش قدرت و تأثیرگذاری دیاسپورا

اینترنت و فضای مجازی می‌تواند بسیاری از جوامع و فرهنگ‌ها را به جوامع و فرهنگ‌های ضعیف تبدیل کند و برعکس، بسیاری از فرهنگ‌هایی را که زمانی در مرکزیت قرار داشتند، به حاشیه ببرد. در رابطه با جوامع دیاسپوریک که در حالت عادی در حاشیه و موضع غیرغالب قرار دارند، اینترنت این امکان را فراهم کرده که قدرت جوامع خود را

افزایش دهند. قابلیت‌های فضای مجازی و به‌ویژه، دسترسی و تعاملی بودن آن، گستره و کیفیت فعالیت‌های دیاسپورها را افزایش داده و در نتیجه افزایش تعداد مخاطبان و اثربخشی آن‌ها را به دنبال داشته است.

به عقیده قراشی و بوئرسما، موقعیت دیاسپوریک اگرچه ریشه ندارد، اما ریزومیک است؛ بدین معنا که دارای اتصال و اتحاد است. شبکه‌های ریزوماتیک، الگوهای توزیع شده و مرکززدایی شده سازمان‌های انسانی را شرح می‌دهد و این بدان معنا نیست که هیچ قاعده و محدودیتی در این شبکه‌های ریزوماتیک وجود ندارد، بلکه بدین معناست که قدرت فراملی‌گرایی و دیاسپورها، شبکه‌سازی شده و افزایش یافته است. شبکه‌های ریزوماتیک، علاوه بر عناصر فضایی و مجازی، به روشی که قدرت تقسیم می‌شود، اشاره می‌کند. شبکه‌ها، بی‌جهت نیستند؛ بلکه در ساختارهای شبکه، قدرت آشکار و پنهان وجود دارد (Ghorashi & Boersma, 2009).

بنابراین، می‌توان گفت که به کمک رسانه‌های نوین، دیاسپورا صدادار شده‌اند. منظور از صدادار شدن دیاسپورا، امکان شنیده شدن و دسترسی آن‌ها به افکار عمومی است. به عقیده میترا، حتی این امکان وجود دارد که صداهای به حاشیه رانده شده دیاسپورها به یک گفتمان تبدیل شوند. (Mitra, 2005) به گفته لی، برخلاف رسانه‌های سنتی، اینترنت به کاربران اجازه می‌دهد تا به راحتی و سریع‌تر گفتمان خود را که ممکن است با دیدگاه‌های هژمونیک مقابله کند، تولید کنند (Lee, 2012). بدین ترتیب تأثیرگذاری آن‌ها تا جایی ادامه پیدا می‌کند که به گفته کریم، از طریق فعالیت گفتمانی آن‌ها در فضای مجازی، تصاویر جدیدی از جامعه و ملت آن‌ها ظهور می‌کند (karim, 2003: 175).

دیاسپورای ایرانی در توئیتر

پیش از انقلاب اسلامی ایران، تعداد ایرانیانی که در خارج از ایران زندگی می‌کردند، در حدود ده‌ها هزار نفر بودند. پس از انقلاب، این عدد به میلیون‌ها نفر رسید که در سراسر جهان پخش شده‌اند. آن‌ها عمدتاً در ایالات متحده آمریکا، کانادا و اروپا حضور دارند و بزرگ‌ترین تمرکزشان در ایالات متحده و به‌ویژه در ایالت کالیفرنیا و لس آنجلس است. با

ظهور فضای مجازی و فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، مهاجران ایرانی از اینترنت نه تنها برای تشکیل جوامع داخلی، بلکه برای ایجاد روابط متقابل و فرامرزی استفاده می‌کنند. شبکه‌های بین‌المللی مجازی ایرانیان خارج از کشور، نه تنها امکان تعامل میان آن‌ها در سراسر جهان را فراهم کرد؛ همچنین به افزایش تعامل آن‌ها با ایرانیان حاضر در ایران منجر شد. تغییر شرایط سیاسی ایران از اواسط دهه ۱۹۹۰ و رشد جنبش اصلاح طلب در کشور نیز ارتباطات فراملی میان بسیاری از ایرانیان داخل و خارج ایران را توسعه داد. رشد این مبادلات فراملی با ایران، به نوبه خود به تغییرات بیشتر هویت در جوامع مهاجر ایرانی و ایجاد هویت دیاسپوریک کمک کرد. اگرچه تحقیقات متعدد نشان داده است که مهاجران ایرانی در تطبیق خود در جوامع جدید موفق بوده‌اند؛ با این وجود حس داشتن یک «خانه گمشده» همراه با یک خواست قوی برای بازگشت، بخشی از هویت اصلی بسیاری از آن‌ها را شکل می‌دهد (Ghorashi & Boersma, 2009: 676 – 674?).

هویت سیاسی، مذهبی، قومی و یا فعالیت در زمان انقلاب ایران، عامل اصلی مهاجرت ایرانیان به خارج از کشور بوده است و بسیاری از آن‌ها همچنان دارای گرایشات سیاسی هستند؛ اگرچه همه آن‌ها به لحاظ سیاسی فعال نباشند؛ بنابراین، تعداد رو به رشدی از ایرانیان خارج از ایران، عمدتاً از طریق اینترنت، در زمینه‌های سیاسی با یکدیگر همکاری می‌کنند. با شکل‌گیری ارتباطات و شبکه‌های فراملی در میان اقوام گوناگون مهاجر ایرانی، آن‌ها شروع به کشف ظرفیت فراملی خود کرده و از فرصت‌های آنلاین و آفلاین برای سازمان‌دهی خود در شبکه ریزوماتیک استفاده کرده‌اند. از طریق این ارتباطات، یک همکاری آفلاین و آنلاین در میان آن‌ها شکل گرفته است که از طریق آن بحث‌های مختلف و به‌ویژه بحث‌های سیاسی مورد مذاکره قرار می‌گیرند. با این وجود، ون دن بس، معتقد است افزایش فعالیت‌های فرهنگی در میان ایرانیان، جایگزین تسلط فعالیت‌های سیاسی در دهه ۱۹۸۰ شده است. (Van den Bos, 2006) امروزه، کالیفرنیا میزبان طیف گسترده‌ای از سازمان‌های ایرانی است که در جمع‌آوری کمک‌های مالی برای حمایت از کودکان، زنان و معلولان در ایران فعالیت می‌کنند. این گونه فعالیت‌ها برای آن‌ها مزایایی

از جمله ایجاد تصویر یک شهروند خوب، رابطه عاطفی با گذشته، افزایش سرمایه اجتماعی و فرصت‌های تجاری را به دنبال داشته است. (Ghorashi & Boersma, 2009).

از سال ۲۰۰۶ و با آغاز به کار توئیتر، یک بستر جدید برای فعالیت دیاسپورای ایرانی فراهم شد. در حالی که در وبسایت‌های شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک، افراد معمولاً مخاطبین خود را در حوزه آفلاین می‌شناسند و پست‌ها معمولاً به نوعی خصوصی هستند، توئیتر یک پلت فرم میکرو بلاگینگ است که مشابه تکنولوژی‌های ارتباطی پخش قدیمی بوده، اما ویژگی‌هایی همچون عمومی بودن، چندپخشی و چندمنظوره بودن، تعاملی و شبکه‌ای بودن را دارد. کاربران توئیتر می‌توانند توئیٹ خود را برای افرادی که به صورت آفلاین به آن‌ها دسترسی ندارند نیز ارسال کنند. مورتی، این نوع ارتباطات عمومی را «تعامل هدایت‌شده» می‌نامد و معتقد است این نوع ارتباط، توئیتر را از بسیاری از دیگر اشکال ارتباطات مبتنی بر اینترنت، متمایز کرده است (Hopke, 2015: 2). قابلیت‌های خاص توئیتر، این پلتفرم را برای فعالیت و اظهارنظرهای کاربران در موضوعات و مسائل سیاسی، مناسب کرده است. هانیکات و هریت، توانایی توئیتر برای حفظ جریان‌های خبری در طول قیام‌های سیاسی را مستقیماً به ویژگی‌های اجتماعی و فنی این برنامه مربوط می‌دانند (Meraz & Papacharissi, 2013: 140).

مدل جریان دومرحله‌ای که توسط لازارسفلد، برلسون و گودت تعریف شده است، معتقد است که جریان اطلاعات در دو مرحله از رسانه‌ها به رهبران افکار و سپس از رهبران افکار به شهروندان کمتر فعال منتقل می‌شود. به گفته چوی، در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، این امکان وجود دارد که جریان دومرحله‌ای ارتباطات به یک جریان یک مرحله‌ای تبدیل شود، زیرا رسانه‌های اجتماعی اجازه ارتباط مستقیم بین فرستنده پیام و گیرنده را امکان‌پذیر کرده‌اند. با این حال، پارک، از وجود یک فرآیند چندمرحله‌ای در توئیتر سخن می‌گوید؛ چرا که پیام‌ها از طریق کانال‌های واسطه‌ای متعدد، منتشر می‌شوند. تحقیقات متعددی دیدگاه پارک در خصوص جریان چندمرحله‌ای در توئیتر را تأیید کرده است. به عنوان نمونه، مطالعه توماسجان در مورد انتخابات در آلمان نشان داد که بحث

سیاسی در توئیتر توسط تعداد اندکی از کاربران بسیار فعال هدایت می‌شد. نتایج مشابه استاربیرد و پالن در زمینه قیام ۲۰۱۱ مصر، نشان داد تأثیرگذارترین کاربران در توئیتر، روزنامه‌نگاران، رسانه‌های جریان اصلی و وبلاگ‌نویسان مصری بودند که رهبری افکار را بر عهده داشتند. همچنین مطالعه کوجان، پالن و اندرسون در مورد طوفان سندی به وجود رهبری عقاید از سوی «هاب‌ها»^۱ اشاره دارد. منظور از هاب‌ها، کاربرانی هستند که مطالب آن‌ها بیشترین ریتوئیت‌ها را به دنبال دارند (Schreiner, 2018: 4-5). هاب‌ها، بالاترین درجه گره‌های^۲ شبکه‌های اجتماعی هستند که ممکن است در شبکه‌های خود اهداف خاصی داشته باشند، گرچه این به شدت به بستر اجتماعی بستگی دارد (Prajna, Savitha & Ujwal, 2013: 2474).



شکل ۱. تصویر سمت راست یک شبکه دارای هاب و تصویر سمت چپ یک شبکه بدون هاب (Prajna, Savitha & Ujwal, 2013).

مطالعات پیشین

بر طبق نظر آدامسون و دمتریو، سه رویکرد مختلف در مطالعه دیاسپورا در ادبیات کنونی وجود دارد: ۱. مطالعه دیاسپورا و جهانی‌شدن ۲. شرایط اجتماعی دیاسپورا و خودشناسی فراملی در ارتباط با دولت میزبان و قومیت محلی ۳. مطالعه فعالیت سیاسی دیاسپورا (نقل شده در حاتمی، ۱۳۹۶: ۶۸). همچنین مطالعات انجام شده در خصوص دیاسپورا و رسانه‌های نوین را می‌توان در دو حوزه اصلی^۳ تأثیر رسانه‌های نوین بر تسهیل زندگی و

1. hubs

2. nodes

ارتباطات دیاسپورا^۱ و 'تأثیر رسانه‌های نوین بر افزایش قدرت و تأثیرگذاری دیاسپورا'، مورد توجه قرار داد.

۱. حوزه تأثیر رسانه‌های نوین بر تسهیل زندگی و ارتباطات دیاسپورا

مطالعات این حوزه، خود تنوعی از موضوعات همچون تسهیل مهاجرت، تسهیل ارتباط با وطن، تسهیل ادغام در جامعه میزبان و شکل‌گیری هویت مهاجران تحت تأثیر رسانه‌های نوین را شامل می‌شود.

برخی محققان معتقدند که فناوری‌ها و رسانه‌های نوین مهاجرت را تسهیل کرده است. به‌عنوان نمونه برتل، پورتس و ورتووک، مهاجرت را به‌عنوان یک حرکت چند جهته و پویا در نظر گرفته‌اند که توسط فناوری اطلاعات و ارتباطات در زمینه جوامع به‌اصطلاح اطلاعات و دانش تسهیل شده است (Lee, 2012: 14). برخی دیگر از محققان، بر نقش رسانه‌های نوین در تسهیل ارتباط مهاجران و دیاسپوراها با وطن خود، تأکید کرده‌اند. به‌عنوان نمونه، بندیکت نشان داده است که فضای مجازی در ایجاد احساس برادری و داشتن ریشه مشترک میان یونانیان مهاجر و یونانیان حاضر در وطن، مؤثر بوده است (karim, 2003: 174). در زمینه تأثیر فناوری‌ها و رسانه‌های نوین بر ادغام جوامع دیاسپوریک در جامعه میزبان، می‌توان به مطالعه لی (۲۰۱۲) اشاره کرد که تأثیر جوامع آنلاین بر ادغام دیاسپورای کره‌ای در ایالات متحده را نشان می‌دهد.

همچنین، در زمینه تأثیر رسانه‌های نوین بر شکل‌گیری هویت مهاجرین، می‌توان به تحقیقات متعددی اشاره کرد که برخی از آن‌ها شکل‌گیری یک هویت ملی برای دیاسپورا و برخی دیگر بر تشکیل یک هویت ترکیبی برای آن‌ها تحت تأثیر فضای مجازی را نشان داده‌اند. به‌عنوان نمونه، ونجینگ اشاره کرد که فضای مجازی را به‌عنوان عرصه‌ای برای شکل‌گیری گفتمان هویت ملی در میان دیاسپورای چینی مطالعه کرده است (Wenjing, 2005).

همچنین می‌توان به تحقیقاتی اشاره کرد که در آن‌ها تأثیر رسانه‌های نوین بر تسهیل زندگی و ارتباطات دیاسپورای ایرانی، مورد مطالعه قرار گرفته است. به‌عنوان نمونه، علوی،

نشان داده است که وبلاگ‌های اینترنتی به‌طور گسترده توسط دیاسپورای ایرانی مورد استفاده قرار می‌گیرد و به‌عنوان منبع مهم ارتباطات فراملیتی برای آن‌ها به شمار می‌رود (alavi, 2005). نل و ون دن بس نیز نشان داده‌اند که نسل اول مهاجران ایرانی در هلند اغلب شبکه‌های آنلاین خود را گسترش داده‌اند؛ اما نسل دوم ایرانی‌های هلند اغلب جوامع آنلاین نیمه‌مستقلی را تشکیل داده‌اند. (Van den Bos & Nell, 2006)

۲. حوزه تأثیر رسانه‌های نوین بر افزایش قدرت و تأثیرگذاری دیاسپورا

تعدادی از محققان نیز بر تأثیر رسانه‌های نوین بر افزایش اتحاد، همکاری، قدرت و تأثیرگذاری دیاسپورا تمرکز کرده‌اند. به‌عنوان نمونه، مطالعه سان، نشان داده است که دیاسپورای چینی از فناوری‌های آنلاین و تلفن همراه برای برقراری ارتباط، تعامل و افزایش بسیج سیاسی استفاده می‌کنند (Sun, 2005). برخی تحقیقات بر تأثیر رسانه‌های نوین بر افزایش قدرت و تأثیرگذاری دیاسپورای ایرانی متمرکز شده‌اند. به‌عنوان نمونه، ون دن ب‌اس، بر افزایش قدرت شبکه‌های آنلاین ایرانیان حاضر در هلند اشاره کرده است که دارای جهت‌گیری سیاسی هستند. (Van den Bos, 2006). قراشی و بوئرسما نیز نشان داده‌اند که دیاسپورای ایرانی با استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی، شبکه‌های ریزوماتیک تشکیل داده‌اند که در ساختارهای این شبکه‌ها، قدرت آشکار و پنهان وجود دارد و بر اساس آن‌ها قدرت دیاسپوراها، شبکه‌سازی شده و افزایش یافته است (Ghorashi & Boersma, 2009).

علاوه بر تحقیقات ذکر شده فوق، برخی مطالعات به‌طور خاص به بررسی مسائل مختلف مرتبط با دیاسپورای ایرانی می‌پردازند. به‌عنوان مثال تقدسی، محقق و کاوسی (۱۳۹۹) به تبیین سبک زندگی دیاسپورای ایرانی مقیم کانادا پرداخته‌اند. در این پژوهش که با ترکیب روش کمی و کیفی در بین مهاجرین ایرانی مقیم کانادا انجام شده است، این نتیجه به دست آمد که الگوی غالب بین این افراد الگوی یکپارچگی/سازگاری است. نتایج تحقیق همچنین نشان داد ویژگی‌های مهاجرین ایرانی از جمله نگرش، الگوهای رفتاری و عادت‌های از جمله عوامل تأثیرگذار بر پذیرش سبک زندگی آنان است.

خزایی (۱۳۹۹) نیز در مطالعه دیگری به بازتعریف مفهوم دیاسپورا در بین جوانان ایرانی مهاجر در فرانسه پرداخته است. به عقیده وی، با توجه به ویژگی‌های جامعه مهاجرین خارج از ایران، بهتر است به جای واژه دیاسپورا از عبارت مجمع‌الجزایر قومیتی استفاده کنیم. این واژه از یک سو نشان دهنده ناهمگونی و مهاجرت ایرانیان از یک طرف و از طرف دیگر نشان‌دهنده تنها عامل پیونددهنده این جزیره‌های پراکنده از یکدیگر است.

در نهایت؛ دهقانی فیروزآبادی و بهرامی (۱۳۹۶) به امکان‌سنجی نفوذ جوامع دیاسپورای ایرانی بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که این گروه نفوذ قابل توجهی بر سیاست خارجی ایران نداشته‌اند.

بر این اساس مرور مطالعات پیشین در حوزه خاص مسائل مربوط به دیاسپورای ایرانی نشان می‌دهد مطالعه سیستماتیک در ارتباط با فعالیت دیاسپورای ایرانی در شبکه اجتماعی توئیتر وجود ندارد. مقاله حاضر، با مطالعه تأثیر رسانه‌های نوین بر افزایش قدرت و تأثیرگذاری دیاسپورای ایرانی و همچنین فعالیت سیاسی دیاسپورای ایرانی در توئیتر با استفاده از تحلیل شبکه و تحلیل متن توئیتر به غنای ادبیات نظری و روش‌شناسی مرتبط با این حوزه می‌پردازد.

روش پژوهش

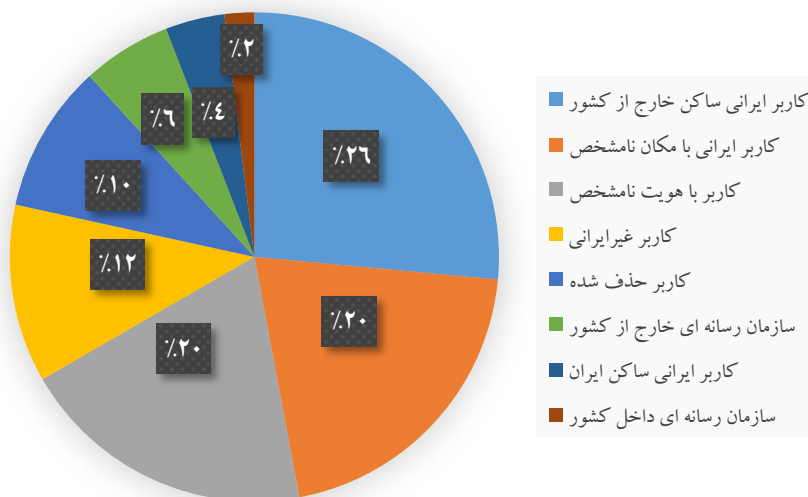
در این تحقیق، از روش تحلیل متن در شبکه اجتماعی توئیتر و همچنین از تکنیک تحلیل محتوا برای تحلیل داده‌های به دست آمده استفاده شده است. برای استخراج داده‌ها و نیز به منظور دسترسی به فراداده‌ها، از پلتفرم discovertext استفاده شد. discovertext یک ابزار برای تحلیل متن‌های مبتنی بر وب است که با استفاده از فناوری Sifter و یادگیری ماشین، به کاربران و محققان کمک می‌کند تا تجزیه و تحلیل متون مبتنی بر وب را سریع‌تر و دقیق‌تر انجام دهند. این پلتفرم، امکان دسترسی به کل توئیتر و جمع‌آوری هر توئیٹ پاک نشده در تاریخ مورد نظر بر اساس جستجوی موضوعی را فراهم می‌کند. برای جمع‌آوری داده‌ها یک دوره زمانی پنج روزه (۵-۹ دسامبر ۲۰۱۸) در نظر گرفته شد و واژه

ایران با استفاده از دو کلیدواژه متفاوت (ایران و Iran) جستجو شد. در مجموع ۴۸۳۸۶ توثیت یافت شد که از میان آن‌ها ۴۳۶۹۱ توثیت دارای واژه Iran و ۴۶۹۵ توثیت دارای واژه ایران بوده‌اند. در ادامه با استفاده از امکانات هوشمند discovertext، توثیت‌ها بر اساس کاربران ارسال‌کننده دسته‌بندی شد. بدین ترتیب این امکان فراهم شد که تعداد توثیت‌های هر کاربر مورد شمارش قرار گرفته و کاربران فعال شناسایی شوند.

کاربران مهم‌ترین موجودیت‌ها در شبکه‌های اجتماعی و از جمله توثیت، محسوب می‌شوند. آن‌ها پرستیژ، قدرت و اهمیت یکسان ندارند؛ بلکه دامنه نفوذ و تأثیرگذاری کاربران بسته به نوع آن‌ها متفاوت است؛ بنابراین، یک کاربر مشهور و شناخته‌شده، در مقایسه با کاربران گمنام، توانایی بیشتری برای تأثیر بر سایر کاربران و حتی کل شبکه خواهند داشت (فخری و حسین‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۴۰ - ۱۴۱).

توثیت‌های ارسال‌شده با کلیدواژه فارسی و انگلیسی ایران، مجموعاً از سوی ۳۱۹۳۷ کاربر ارسال شده است که از این تعداد، ۳۰۷۶ کاربر توثیت‌های خود را با کلیدواژه Iran و ۲۸۸۶۱ کاربر توثیت‌های خود را با کلیدواژه ایران ارسال کرده‌اند. از میان این تعداد کاربر، کاربرانی که در این دوره زمانی، توثیت‌های مرتبط با ایران آن‌ها (دارای کلیدواژه ایران یا 20 Iran) توثیت یا بیش از آن بوده است، به‌عنوان کاربران فعال شناسایی شدند و سایر کاربران به دلیل فعالیت کمتر و تعداد اندک توثیت‌های مرتبط با ایران، از تحلیل نهایی حذف شدند. در مجموع ۱۰۲ کاربر فعال شناخته شد و مورد تحلیل قرار گرفت. کاربران در هشت دسته جداگانه شامل ۱. کاربر ایرانی ساکن خارج از کشور (دیاسپورا)، ۲. کاربر ایرانی با مکان نامشخص، ۳. کاربر با هویت نامشخص، ۴. کاربر غیرایرانی، ۵. کاربر حذف شده، ۶. کاربر ایرانی ساکن ایران، ۷. سازمان رسانه‌ای داخل ایران و ۸. سازمان رسانه‌ای خارج از ایران، کدگذاری شدند. شکل ۲ فراوانی هر یک از این کاربران را نشان می‌دهد.

انواع کاربر فعال

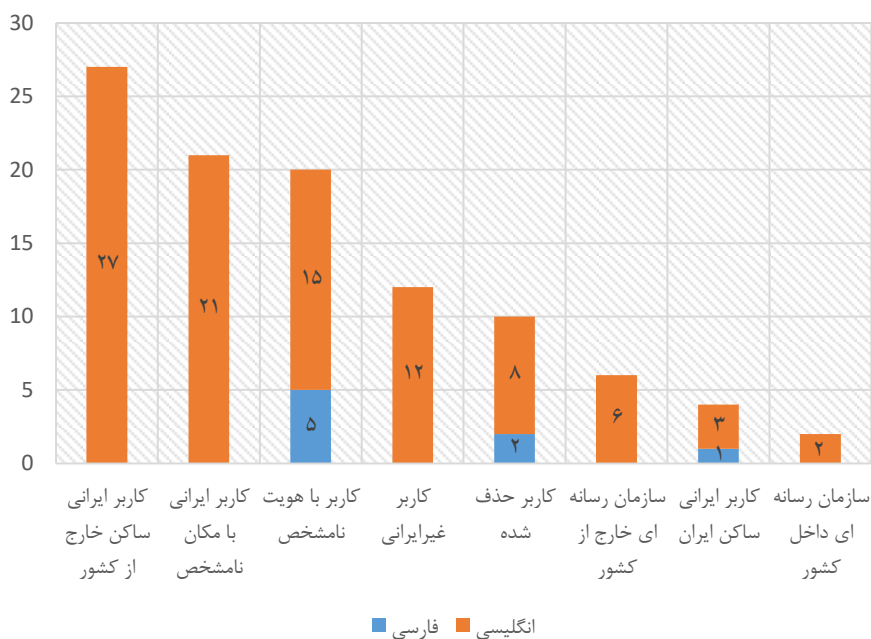


شکل ۲. انواع مختلف کاربران فعال

چنانچه در شکل ۲ نشان داده شده است، دیاسپوراهای ایرانی (۲۷ نفر (۲۶٪)) بیشترین سهم از توئیت‌های مرتبط با ایران را به خود اختصاص داده‌اند و در این دوره زمانی، بیشترین فعالیت را در این زمینه داشته‌اند. این امر به تنهایی بیانگر نقش رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی در افزایش تأثیرگذاری و قدرت دیاسپورای ایرانی و حضور آن در مباحث مختلف مرتبط با ایران، خواهد بود.

در ادامه کاربران فعال بر حسب زبان نوشتاری، دسته‌بندی شده و مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج این تحلیل در شکل ۳ نمایش داده شده است که نشان می‌دهد زبان نوشتاری غالب در میان کاربران فعال، انگلیسی بوده است. همچنین تمامی ۲۷ دیاسپورای مورد تحلیل، از زبان انگلیسی برای توئیت کردن استفاده می‌کردند. این امر، می‌تواند نشانگر ادغام این کاربران در جوامع میزان و شکل‌گیری یک هویت هیبریدی و ترکیبی در میان آنها باشد.

نوع کاربر به تفکیک زبان نوشتاری مورد استفاده



شکل ۳. انواع مختلف کاربران فعال به تفکیک زبان نوشتاری مورد استفاده

در ادامه، تمامی ۲۷ کاربر دیاسپورا که در مرحله قبل شناسایی شده بودند، به‌عنوان کاربران نهایی مورد تحلیل قرار گرفتند تا هویت، تعامل، فعالیت و گرایش‌های آن‌ها در ارتباط با سرزمین مادری‌شان ایران، شناسایی شود.

در نهایت، ده عدد از توئیت‌های هر یک از ۲۷ کاربر دیاسپورای شناسایی شده انتخاب شد و مورد تحلیل قرار گرفت. معیار انتخاب توئیت‌ها، بیشترین میزان تأثیرگذاری توئیت بود و میزان تأثیرگذاری نیز برحسب شمار ریتوئیت شدن هر توئیت، تعیین شد. بدین ترتیب، در نهایت ۲۷۰ توئیت بر اساس نوع توئیت، هشتگ‌های مورد استفاده و محتوای توئیت مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفت. به‌منظور مشخص کردن محتوا و موضوع هر یک از ۲۷۰ توئیت منتخب، کدگذاری به شیوه باز انجام شد و با استفاده از مقوله‌بندی، توئیت‌ها

در سه مقوله اصلی قرار گرفتند و برای هر یک از این سه مقوله، زیرمقوله‌های آن تعیین شد.

یافته‌های پژوهش

الف) تحلیل کاربران دیاسپورا و هاب‌های شبکه آنلاین دیاسپورای ایرانی در توئیتر

به منظور تحلیل کاربران دیاسپورا و هاب‌های شبکه آنلاین دیاسپورای ایرانی در توئیتر نام این کاربران به همراه تعداد توئیتهای و ریتوئیتهای هر کدام و توصیف‌ها و شعارهایی که در صفحه شخصی توئیتر خود نوشته‌اند، مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۱، ۲۷ کاربر دیاسپورای فعال را معرفی می‌کند. بیشتر آن‌ها خود را حامیان و فعالان حقوق بشر و طرفداران دموکراسی، صلح و آزادی ایران معرفی کرده‌اند. این شعارها، به خوبی ادغام فرهنگی آن‌ها در جوامع میزبان غربی را نشان می‌دهد.

جدول ۱. معرفی ۲۷ کاربر دیاسپورای فعال

ردیف	نام کاربر	تعداد توئیتهای	تعداد ریتوئیتهای	مجموع توئیتهای	توصیف / شعار
۱	kasraNejat1	۲۹	۱۳۴	۱۶۳	فعال در انجمن فرهنگی ایرانی آمریکایی میسوری
۲	sezar1325	۰	۱۰۹	۱۰۹	متولد غرب ایران
۳	boghche	۳۵	۳۸	۷۸	طرفدار صلح، آزادی و برابری
۴	hamrahshowaziz	۲۴	۴۲	۶۶	-
۵	zagrozz3	۰	۶۴	۶۴	-
۶	angelsadegh	۰	۵۴	۵۴	ایران آزاد
۷	parviz_khazaei	۲	۵۲	۵۴	فعال حقوق بشر
۸	sheriran95	۱	۵۱	۵۲	فعال حقوق بشر، آزادیخواه، حامی آزادی و دموکراسی در ایران، حامی مریم رجوی
۹	SamiFaezeh	۱	۴۹	۵۰	طرفداران آزادی زنان، برابری و ایران سکولار.

ردیف	نام کاربر	تعداد توئیٹ	تعداد ریتوئیٹ	مجموع توئیٹ‌ها	توصیف / شعار
۱۰	m_mrezamm	۳	۴۱	۴۴	-
۱۱	Ramazanpour1	۱۷	۲۵	۴۲	یک معلم در تبعید، همه اموالم در ایران را از دست دادم، ایران آزاد
۱۲	no2censorship	۲	۳۸	۴۰	ایران آزاد، فعال حقوق بشر در ایران
۱۳	kermany	۰	۳۷	۳۷	-
۱۴	parvinfarazmand	۱۰	۲۷	۳۷	تغییر رژیم ایران، آزادی و دموکراسی برای همه
۱۵	Alicebahe	۲۷	۷	۳۴	روزنامه‌نگار، رئیس انجمن اتحادیه آزادی ایران در سوئد
۱۶	Ramtin17	۰	۳۳	۳۳	مخالف جنگ و بنیادگرایی، حامی دموکراسی و حقوق بشر، حامی کودکان، زنان و زندانیان سیاسی ایران
۱۷	BridgeTheWorld1	۲	۲۷	۲۹	مبارزه برای آزادی ایران، ارشد مکانیک
۱۸	mabooali	۶	۲۲	۲۸	حامی مجاهدین خلق
۱۹	kohzanan	۰	۲۸	۲۸	متولد ایران ساکن کانادا
۲۰	shahnazfarzaneh	۲	۲۴	۲۶	حامی آزادی بیان و دموکراسی و ایران آزاد، مخالف اعدام و تروریسم
۲۱	MAZANDARA	۸	۱۸	۲۶	عضو کنسول ملی مقاومت ایران
۲۲	MohsenFerdowsi1	۰	۲۴	۲۴	-
۲۳	Daryoush68	۱	۲۳	۲۴	فعال حقوق بشر، ایران آزاد
۲۴	dominiquerdr	۰	۲۳	۲۳	کتاب‌های بسیار، وقت اندک
۲۵	Rezafakhari3	۰	۲۲	۲۲	-
۲۶	TehranDC	۳	۱۷	۲۰	دانشجوی دانشگاه جرج میسون
۲۷	Safeword13	۸	۱۲	۲۰	مبارزه با رژیم ایران

همچنین پراکندگی دیاسپورای مورد مطالعه به لحاظ محل سکونت و کشور میزبان نشان می‌دهد که، آمریکا و کانادا به ترتیب با ۳۷ و ۲۹ درصد در رتبه‌های اول و دوم قرار دارند. مابقی کاربران از کشورهای اروپایی و ۴ درصد از استرالیا هستند. همچنین نگاهی به جنسیت کاربران دیاسپورا نیز نشان می‌دهد که بیش از نیمی از آن‌ها یعنی ۵۲٪ مرد، ۳۳٪ زن و ۱۵٪ نامشخص هستند.

نکته مهمی که در جدول ۱ به چشم می‌خورد، شمار بسیار بالای تعداد ریتوئیت‌ها در مقابل تعداد اندک توتیت‌های این کاربران است. این امر، جریان چندمرحله‌ای ارتباطات در توتیت‌های مرتبط با ایران را نشان می‌دهد. ریتوئیت‌ها، مشابه پخش بوده و توضیح می‌دهد که چگونه شکل‌گیری افکار در توتیت‌رخ می‌دهد (Meraz & Papacharissi, 2013: 140)؛ بنابراین، اینکه چه کسانی مرجع اصلی توتیت‌ها در رابطه با ایران بوده‌اند، از اهمیت بالایی برخوردار است. در ادامه و با تحلیل توتیت‌های کاربران فعال، اصلی‌ترین مراجع ریتوئیت‌ها شناسایی شدند. این کاربران یا همان هاب‌ها، کاربرانی هستند که مطالب آن‌ها در یک شبکه، بیشترین ریتوئیت‌ها را به دنبال دارد و به گفته شریئر، بیشترین تأثیر را در شکل‌دهی به افکار عمومی در شبکه خود می‌گذارند (Schreiner, 2018). جدول ۲، نام این کاربران مرجع (هاب‌ها) را به همراه نوع کاربر، تعداد توتیت‌ها و سمت‌های هر کدام، نشان می‌دهد. تحلیل این یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشتر هاب‌های این شبکه نیز دیاسپورا هستند. با این تفاوت که هاب‌ها، نه یک دیاسپورای معمولی، بلکه آن دسته از دیاسپوراهای ایرانی تأثیرگذار و قدرتمند هستند که عمدتاً در سازمان‌های شکل‌گرفته در کشورهای میزبان، سمت‌های کلیدی دارند؛ به عبارت دیگر، هاب‌های شبکه آنلاین دیاسپورای ایرانی، چهار سازمان کلیدی ۱. سازمان مجاهدین خلق، ۲. شورای ملی مقاومت ایران، ۳. سازمان ملی عفو بین‌الملل، ۴. انجمن دموکراتیک ایران در کانادا و یا اعضای فعال این سازمان‌ها هستند و پس از آن‌ها خبرگزاری‌های رسمی خارجی هستند که در مرتبه بعد قرار دارند.

جدول ۲. معرفی هاب‌های شبکه آنلاین دیاسپورای ایرانی

ردیف	نام کاربر	تعداد توثیت	نوع کاربر	سمت / سازمان
۱	HeshmatAlavi	۳۷	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	-
۲	Maryam_Rajavi_F	۲۲	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	رهبر سازمان مجاهدین خلق
۳	NCRIUS	۲۱	سازمان رسمی خارج از ایران	شورای ملی مقاومت ایران
۴	iran_policy	۲۰	سازمان رسمی خارج از ایران	شورای ملی مقاومت ایران
۵	amnesty	۱۳	سازمان رسمی خارج از ایران	سازمان عفو بین‌الملل
۶	Mojahedineng	۱۲	سازمان رسمی خارج از ایران	سازمان مجاهدین خلق
۷	IDA_Canada	۱۰	سازمان خارج از ایران	انجمن دموکراتیک ایران در کانادا
۸	Maryam_Rajavi	۱۰	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	رهبر سازمان مجاهدین خلق
۹	Safeword13	۹	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	-
۱۰	womenncri	۹	سازمان رسمی خارج از ایران	کمیته زنان شورای ملی مقاومت ایران
۱۱	LindaFrum	۸	فرد خارجی	سناتور کانادایی
۱۲	FreedominIran۴	۷	سازمان رسمی خارج از ایران	وابسته به سازمان مجاهدین خلق
۱۳	amsafavi	۶	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	عضو شورای ملی مقاومت ایران
۱۴	AmnestyIran	۵	سازمان رسمی خارج از ایران	سازمان عفو بین‌الملل، بخش ایران
۱۵	IranLionness	۵	فرد ایرانی خارج از ایران	-

ردیف	نام کاربر	تعداد توثیت	نوع کاربر	سمت / سازمان
			(دیاسپورا)	
۱۶	Mohaddessin	۵	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	عضو شورای ملی مقاومت ایران
۱۷	MostafaMe4	۵	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	-
۱۸	bySamStevenson	۴	فرد غیرایرانی	خبرنگار
۱۹	ReutersIran	۴	سازمان خبری خارج از ایران	خبرگزاری
۲۰	A_Jafarzadeh	۳	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	عضو شورای ملی مقاومت ایران
۲۱	FourCzen	۳	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	-
۲۲	IranHrm	۳	نامشخص	-
۲۳	kaveh20092009	۳	فرد ایرانی ساکن ایران	-
۲۴	Rahae	۳	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	عضو انجمن دموکراتیک ایران در کانادا
۲۵	rezahoseanirad2	۳	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	-
۲۶	freedominiran2۴	۲	سازمان رسمی خارج از ایران	وابسته به سازمان مجاهدین خلق
۲۷	ablrchi	۲	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	-
۲۸	AlirezaNader	۲	فرد ایرانی خارج از ایران (دیاسپورا)	تحلیلگر سابق رند
۲۹	anthonyblair94	۲	فرد غیرایرانی	خبرنگار
۳۰	CdnPress	۲	سازمان خبری خارج از ایران	خبرگزاری خارجی

ب) تحلیل متن توئیت‌های دیاسپورای ایرانی:

شکل ۴ درصد توئیت‌های مورد تحلیل را بر حسب توئیت اصلی بودن یا ریتوئیت بودن نشان می‌دهد که بار دیگر بیانگر حجم گسترده ریتوئیت‌ها در برابر توئیت‌های اصل یعنی ۹۲ در برابر ۸ درصد است.



شکل ۴. نسبت توئیت‌ها و ریتوئیت‌ها در مجموع ۲۷۰ توئیت منتخب

در ادامه، هشتگ‌های مورد استفاده در این ۲۷۰ توئیت، مورد تحلیل قرار گرفت. هشتگ‌ها کاربران را قادر می‌سازد تا توئیت‌هایشان را با فراداده^۱ حاشیه‌نویسی کنند. هشتگ‌های توسعه‌یافته طبیعی، می‌تواند ویژگی‌های مکالمات میان فردی خودانگیز و یا جریان‌های آگاهی اجتماعی را به دست آورند که انحرافی از منطق سازمانی جریان خبری رسانه‌های اصلی است (Meraz & Papacharissi, 2013: 140). جدول ۳ هشتگ‌های پرتکرار به کاررفته در این ۲۷۰ توئیت را نشان می‌دهد که حداقل بیش از یک‌بار مورد استفاده قرار

1. metadata

گرفته‌اند. در میان آن‌ها هشتک‌های ایران، معترضان ایران، ایران آزاد و حقوق بشر، بیشترین تکرار را داشته‌اند.

جدول ۳. فراوانی هشتک‌های مورد استفاده در مجموع ۲۷۰ توییت منتخب

فراوانی	هشتک
۱۷۷	Iran
۱۹	IranProtests
۱۵	FreeIran2018
۹	HumanRights
۷	BREAKING
۵	Massacre۱۹۸۸
۵	Tehran
۴	femmes
۴	IranElection
۳	FakeNews
۳	Iranian
۳	IranTerror
۳	Iraqi
۳	Terrorism
۲	Ahvaz
۲	SimayAzadi
۲	TELETHON
۲	Toronto
۲	urgent
۲	women

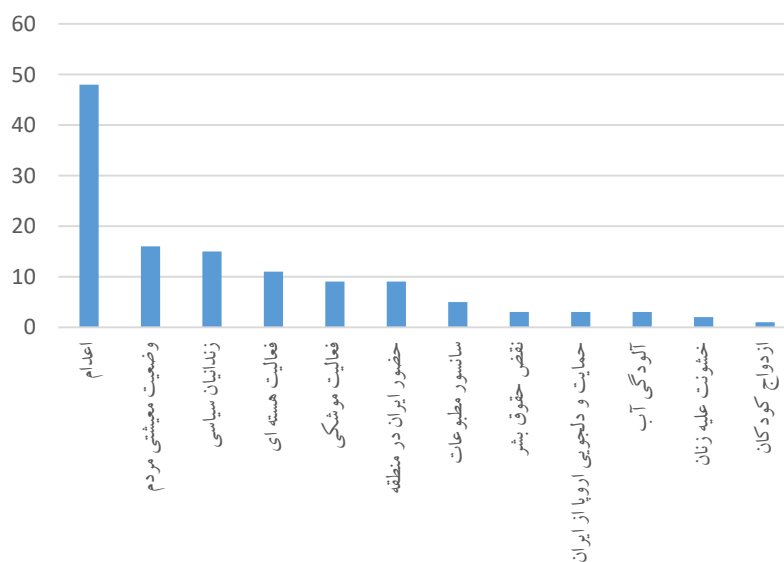
در مرحله بعد، ۲۷۰ توییت منتخب، از منظر موضوع و محتوا در چند مرحله کدگذاری شده و مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج کدگذاری بیانگر آن بود که توییت‌ها در سه مقوله اصلی قابل تقسیم هستند. این سه مقوله به ترتیب عبارت‌اند از ۱. توییت‌های انتقادی که به انتقاد از شرایط فعلی و حکومت ایران می‌پردازند ۲. توییت‌های تشویقی و ترغیب‌کننده که به

بازتاب اعتراضات ایران و تشویق آن می‌پردازند و ۳. توئیت‌های خبری و اطلاع‌رسان که درجات کمتری از موضع‌گیری مستقیم را به همراه دارند.

۱. توئیت‌های انتقادی

در ادامه، محتوای توئیت‌های انتقادی، مورد تحلیل قرار گرفت و با استفاده از کدگذاری باز دوازده مقوله اصلی برای توئیت‌های انتقادی مشخص شد که در شکل ۴ نمایش داده شده‌اند. نتایج بیانگر آن است که توئیت‌های انتقادی با موضوع اعدام بیشترین فراوانی را داشته‌اند و پس از آن توئیت‌های مرتبط با وضعیت معیشتی مردم و زندانیان سیاسی هستند. توئیت‌های مرتبط با فعالیت هسته‌ای یا موشکی ایران و نیز توئیت‌های مرتبط با فعالیت ایران در منطقه در مرتبه بعد قرار دارند. محتوای مربوط به سانسور مطبوعات، نقض حقوق بشر، دلجویی اروپا از ایران، آلودگی آب، خشونت علیه زنان و ازدواج کودکان نیز در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

محتوای انتقادی

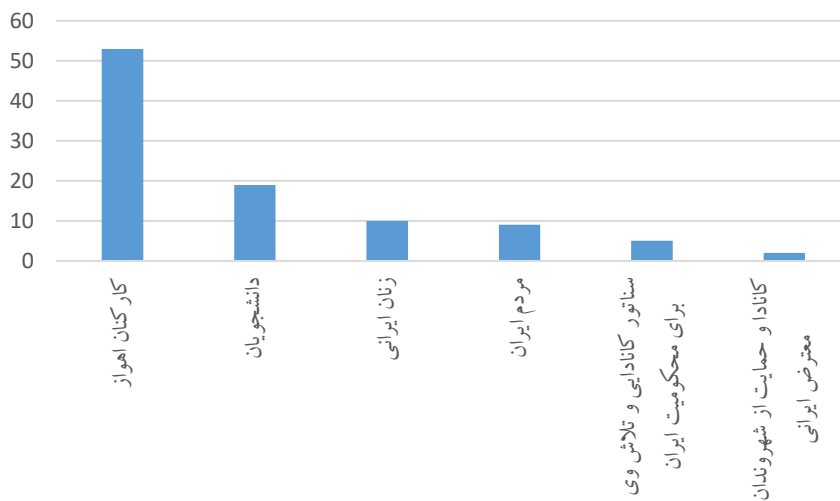


شکل ۴. مقوله‌بندی محتوایی توئیت‌های انتقادی

۲. توئیت‌های تشویقی

در ادامه، محتوای توئیت‌های تشویقی و ترغیب‌کننده، مورد تحلیل قرار گرفت و با استفاده از کدگذاری باز شش مقوله اصلی برای توئیت‌های تشویقی و ترغیب‌کننده مشخص شد که در شکل ۵ نمایش داده شده‌اند. نتایج بیانگر آن است که اعتراضات کارکنان شرکت فولاد اهواز بیش از همه مورد بازتاب و تشویق قرار گرفته‌است. در رتبه‌های بعدی نیز بازتاب و یا تشویق دانشجویان، زنان و مردم ایران به اعتراض در توئیت‌ها به چشم می‌خورد. تعدادی از توئیت‌ها به تشویق و حمایت از سناتور کانادایی و تلاش وی برای محکومیت ایران اختصاص یافته‌اند و برخی از توئیت‌ها نیز مواردی هستند که دولت کانادا را به حمایت از شهروندان معترض در ایران، فرا می‌خوانند.

محتوای تشویقی و ترغیب‌کننده



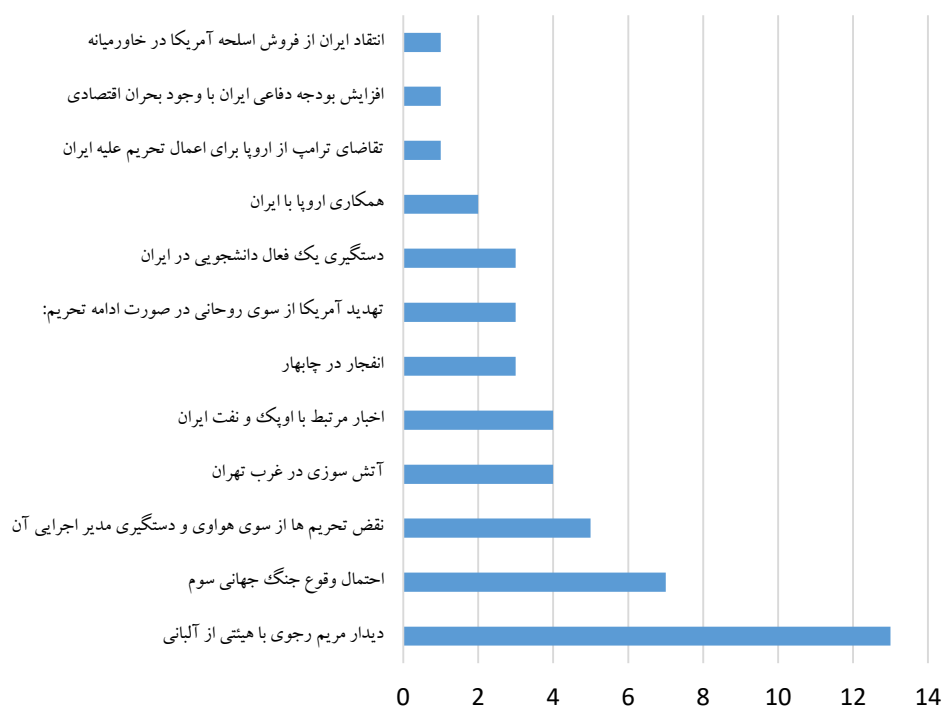
شکل ۵. مقوله‌بندی محتوای توئیت‌های تشویقی و ترغیب‌کننده

۳. توئیت‌های خبری و اطلاع‌رسان

در ادامه، محتوای توئیت‌های خبری و اطلاع‌رسان، مورد تحلیل قرار گرفت و با استفاده از کدگذاری باز دوازده مقوله اصلی برای آن‌ها مشخص شد. در صدر آن‌ها توئیت‌های

مربوط به خبر دیدار مریم رجوی با هیئت از آلبانی قرار دارد و پس از آن اخبار مربوط به احتمال وقوع جنگ جهانی سوم در صورت ادامه فعالیت هسته‌ای ایران و نیز نقض تحریم‌های ایران از سوی شرکت هوآوی و دستگیری مدیر اجرایی آن، قرار دارند. سایر مقوله‌ها در شکل ۶ نمایش داده شده است.

محتوای خبری و اطلاع‌رسانی



شکل ۶. مقوله‌بندی محتوایی توثیق‌های خبری و اطلاع‌رسان

همچنین بررسی موضوع توثیق‌ها و ارتباط آن با هاب‌های شبکه نشان می‌دهد توثیق‌های مریم رجوی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین هاب‌های این شبکه، تنها به تشویق اعتراضات موجود در ایران و یا بازتاب خبر دیدار وی با یک هیئت آلبانی اختصاص یافته است.

دیگر نکته مهم در تحلیل توئیت‌ها، وجود عکس‌ها و تصاویر مشابه برای موضوعات و محتواهای مشابه است که بار دیگر وجود جریان چندمرحله‌ای ارتباطات و نقش و قدرت هاب‌های شبکه بر تأثیرگذاری بر روی افکار عمومی سایر اعضای شبکه را نشان می‌دهد. همان‌طور که مجموع یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مطالب منتشرشده توسط کاربران دیاسپورا در توئیت‌ها در ایران در بازه زمانی انتخابی این تحقیق به‌طور عمده مربوط به مسائل سیاسی بوده و از کانال اپوزیسیون شناخته شده تولید و باز نشر شده‌اند. این امر نشان‌دهنده آن است که اگرچه اینترنت به‌طور عام و رسانه‌های اجتماعی که فرصت تولید محتوا را برای کاربران عادی به‌طور بالقوه فراهم آورده‌اند، اما در عمل لزوماً منجر به تکثر دیدگاه‌ها در زمینه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نشده‌اند. یافته‌های این تحقیق که به بررسی اکتشافی فضای حاکم بر تولید محتوای مرتبط با ایران توسط دیاسپورای ایرانی در توئیت‌ها می‌پردازد نشان می‌دهد که این ویژگی بالقوه رسانه‌های اجتماعی توسط اپوزیسیون در جهت اهداف سیاسی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است و عملاً فعالیت چندانی توسط سایر کاربران دیاسپورا در توئیت‌ها دیده نمی‌شود.

نتیجه‌گیری

نتایج این تحقیق، نشان داد که اینترنت و فضای مجازی، ارزش ویژه‌ای را برای دیاسپورای ایرانی به‌وجود آورده است و چنانچه لی (۲۰۱۲)، نشان داده است، دیاسپورای ایرانی نیز از اینترنت برای به حداکثر رساندن مزایای یک جامعه آنلاین استفاده می‌کند. اینترنت و فضای مجازی، سرمایه اجتماعی در میان اعضای جامعه دیاسپورای ایرانی را افزایش داده است و بدین ترتیب، کنش‌های آن‌ها از قدرت بیشتری برخوردار شده است و بیش‌ازپیش امکان شنیده شدن و دسترسی به افکار عمومی جهانی را یافته‌اند. همان‌گونه که لی (۲۰۱۲) و میترا (۲۰۰۵)، خاطر نشان کرده‌اند، این امکان به وجود آمده که صداها به حاشیه رانده شده دیاسپوراهای ایرانی نیز به یک گفتمان تبدیل شده و آن‌ها به راحتی و با سرعت گفتمان خود را، تولید کنند.

دیاسپورای ایرانی، هر شش ویژگی برشمرده توسط محققان را دارا هستند. آن‌ها جوامع دور از وطنی هستند که عمدتاً بر اساس انگیزه‌های سیاسی ایران را ترک کرده‌اند و در شماری از کشورهای میزبان ساکن شده‌اند. باین وجود ارتباط خود با ایران را حفظ کرده و چنانچه دیده شد، یکی از بازیگران کلیدی در زمینه ارسال و بازارسال توثیت‌های مرتبط با ایران هستند؛ به گونه‌ای که جو و گفتمان حاکم در خصوص ایران در توثیت به میزان بسیار زیادی به فعالیت‌ها وابسته است. آن‌ها توانسته‌اند در جوامع میزبان ادغام شوند و یک فرهنگ ترکیبی برگرفته از میهن و جامعه میزبان را اختیار کنند. این موضوع در نحوه فعالیت آن‌ها از جمله بیان شعارهای صفحات شخصی یا استفاده آن‌ها از زبان انگلیسی برای توثیت کردن، مشهود است. باین وجود، آن‌ها همچنان دلبستگی خود به ایران را حفظ کرده‌اند. هرچند که این دلبستگی لزوماً به معنای علاقه به بازگشت به ایران نباشد. از دیگر ویژگی‌های دیاسپورای ایرانی که در این تحقیق نیز مشاهده شد، وجود رهبری و سازمان‌دهی در میان آن‌ها است. چنانچه شفر و کوهن در توضیح ویژگی‌های دیاسپورا به این موضوع اشاره کرده‌اند، دیاسپورای ایرانی نیز سازمان‌های حمایتی پیچیده‌ای را در کشورهای میزبان خود برپا کرده‌اند و به عضویت در این نهادهای سازمان‌یافته درآمده‌اند. چنانچه در تحلیل داده‌ها نیز نشان داده شد، هاب‌ها یا همان کاربرانی که مطالب آن‌ها در این شبکه، بیشترین ریتوئیت‌ها را به دنبال دارد و به گفته شریئر (۲۰۱۸)، بیشترین تأثیر را در شکل‌دهی به افکار عمومی شبکه خود می‌گذارند، آن دسته از دیاسپوراهای ایرانی تأثیرگذار و قدرتمندی هستند که عمدتاً در همین سازمان‌های شکل گرفته در کشورهای میزبان، سمت‌های کلیدی دارند. هاب‌های شبکه آنلاین دیاسپورای ایرانی، چهار سازمان کلیدی ۱. سازمان مجاهدین خلق، ۲. شورای ملی مقاومت ایران، ۳. سازمان ملی عفو بین‌الملل، ۴. انجمن دموکراتیک ایران در کانادا و یا اعضای فعال این سازمان‌ها هستند و پس از آن‌ها خبرگزاری‌های رسمی خارجی هستند که در مرتبه بعد قرار دارند. به‌عنوان مثال، مریم رجوی یکی از اصلی‌ترین هاب‌های این شبکه است که عمده فعالیت آن در این دوره زمانی، تشویق اعتراضات در ایران بوده است.

مدل جریان دو مرحله‌ای که توسط لازارسفلد، برلسون و گودت تعریف شده است، معتقد است که جریان اطلاعات در دو مرحله از رسانه‌ها به رهبران افکار و سپس از رهبران افکار به شهروندان کمتر فعال منتقل می‌شود. یافته‌های تحقیق حاضر با نشان دادن نقش پررنگ هاب‌ها در این شبکه و نیز شواهد دیگر از جمله وجود عکس‌ها و تصاویر مشابه برای موضوعات و محتواهای مشابه و نیز شمار بسیار بالای تعداد ریتوئیت‌ها در مقابل تعداد اندک توییت‌های این کاربران، نشان‌دهنده آن است که یک جریان چندمرحله‌ای ارتباطات در این شبکه وجود دارد که به دنبال تأثیرگذاری بر روی افکار عمومی است. این نتیجه، ایجاد یک جریان تک‌مرحله‌ای ارتباط در بستر توییت را که چوی (۲۰۱۵) به آن اشاره کرده است، زیر سؤال می‌برد.

دیاسپورا ظرفیت فراملی زیادی دارد و شبکه‌های اجتماعی نظیر توییت این ظرفیت را گسترش داده است. با این وجود، عواملی نظیر فیلتر بودن توییت در ایران، موجب شده است که هاب‌های سیاسی دیاسپورا بیش از سایر گروه‌ها بتوانند از ظرفیت توییت در راستای ایجاد گفتمان خود بهره‌مند شوند. چنانچه توضیح داده شد، در پژوهش حاضر، فضای کلی توییت در زمینه ایران در بازه زمانی مشخص شده، در نظر گرفته شده است؛ اما یافته‌ها بیانگر آن است که این فضای کلی عمدتاً سیاسی بوده و تحت تأثیر هاب‌های دیاسپورا قرار دارد. محتوای عمده توییت‌های ارسالی دیاسپورای ایرانی در ارتباط با ایران، انتقاد از شرایط فعلی و حکومت ایران و پس از آن بازتاب اعتراضات ایران و تشویق آن بوده است. از آنجایی که آن‌ها دیگر محدود به مکان‌های جغرافیایی خاص نیستند، به راحتی افراد و هم‌تایان دارای منافع مشترک با خود را پیدا می‌کنند و این امکان را یافته‌اند که در مورد مسائل حساسیت‌برانگیز سیاسی، با یکدیگر بحث و گفتگو کنند. قابلیت‌های خاص توییت نیز این پلتفرم را برای فعالیت و اظهارنظرهای آن‌ها در موضوعات و مسائل سیاسی ایران، مناسب کرده و امکان تشکیل یک جامعه آنلاین برای دیاسپورای ایرانی فراهم کرده است که هویت مشترک آن‌ها در مخالفت سیاسی با نظام جمهوری اسلامی در ایران معنا پیدا می‌کند. اگرچه بیشتر این اعضا خود را حامیان و فعالان حقوق بشر و طرفداران دموکراسی،

صلح و آزادی ایران معرفی کرده‌اند، با این وجود، با توجه به آنکه هویت سیاسی، مذهبی، قومی و یا فعالیت در زمان انقلاب ایران، عامل اصلی تعیین کننده در مهاجرت آن‌ها به خارج از کشور بوده است، امروزه نیز آن‌ها گرایش‌های سیاسی خود را حفظ کرده و در تأیید گفته شفر (۲۰۰۶)، به چالش کشیدن حاکمیت کشور ایران را دنبال می‌کنند. فعالیت‌ها و اظهارنظرهای دیاسپورای ایرانی در فضای مجازی، توسط افکار عمومی داخل و خارج از ایران، دیده و شنیده می‌شود و چنانچه کریم (۲۰۰۳) خاطر نشان کرده است، از طریق فعالیت گفتمانی آن‌ها در فضای مجازی، تصاویر جدیدی از جامعه و ملت ایران ظهور می‌کند. فعالیت دیاسپورای ایرانی در فضای مجازی و اظهارنظرهای آنان در این رسانه تعاملی، توسط افکار عمومی داخل و خارج از ایران، دیده و شنیده می‌شود. در چنین شرایطی تنها یکی از نتایج قدرت شبکه‌ای دیاسپورای ایرانی، شکل‌گیری دیاسپورای جدید مجازی در ایران خواهد بود که بر اساس آن افراد اگرچه در ایران هستند؛ اما فرهنگشان از جای دیگری است. تمامی آنچه گفته شد، نشان می‌دهد که فعالیت دیاسپورای ایرانی امروزه بیش از پیش اهمیت یافته و مولد یک جریان قدرتمند و فعال مخالف با نظام جمهوری اسلامی ایران در فضای فعلی توئیت و توئیت‌های مرتبط با ایران است که مقابله و تعدیل آن نیازمند کنشگری فعال و سایبردیپلماسی قدرتمند است.

منابع

- تقدسی، پوراندخت، محقق، نادر، کاوسی، اسماعیل. (۱۳۹۹). تبیین سبک زندگی دیاسپورای ایرانی مقیم بریتیش کلمبیا کانادا با تأکید بر مدل فرهنگ پذیری بری. فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات میان فرهنگی. <https://www.sid.ir/fa/Journal/ViewPaper.aspx?ID=273555>
- حاتمی، محمدرضا. (۱۳۹۶). «بازخوانش جغرافیایی از دیاسپورا»، پژوهشنامه روابط بین‌الملل. دوره ۵، شماره ۱۷، ۶۵-۸۱
- حسین‌زاده، مهدی و فخری، پروین. (۱۳۹۶). «آنالیز محتوای کمپین‌های انتخاباتی ۲۰۱۶ ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا در توئیتر»، مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات. دوره ۵، شماره ۲۰، ۱۲۱-۱۵۶.
- خجیر، یوسف و خانیکی، هادی. (۱۳۹۸). «ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای جامعه مدنی ایران». مطالعات رسانه‌های نوین. دوره ۵، شماره ۱۷، صفحه ۳۵-۶۹.
- خزائی، طاهره. (۱۳۹۹). *ناهمگونی‌های ناهمگرا در مهاجرت ایرانی*. دیاسپورا و محدودیت‌های معنایی و نظری: مورد ایرانی‌های مقیم فرانسه. فصلنامه علوم اجتماعی، (۰)، - . doi: 10.22054/qjss.2020.48805.2187
- دهقانی فیروزآبادی، جلال و بهرامی، سمیه. (۱۳۹۶). «ارزیابی تأثیر کنش‌های دیاسپوریک بر سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران؛ مطالعه موردی دیاسپورای ایرانی مقیم ایالات متحده»، پژوهشنامه علوم سیاسی. سال دوازدهم، شماره ۴، ۳۹-۶۸.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۰). *رویکرد دو فضایی به آسیب‌ها، جرائم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی*. چاپ نخست، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۵). «معرفت‌شناسی زمان در فضای مجازی». وبسایت دانشکده مطالعات جهان. در ۳۱ مرداد ۱۳۹۵، به آدرس: <https://fws.ut.ac.ir/2016/12/29/%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%AA-%D8%B4%D9%86%D8%A7%D8%B3%DB%8C-%D8%B2%D9%85%D8%A7%D9%86-%D8%AF%D8%B1-%D9%81%D8%B6%D8%A7%DB%8C-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D8%B2%DB%8C>
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۶). *فلسفه فضای مجازی*. چاپ نخست، تهران: امیرکبیر.

لازار، ژودیت. (۱۳۹۲). *افکار عمومی*. ترجمه مرتضی کتبی، چاپ دهم، تهران: نشر نی.
محمدی، علی. (۱۳۸۷). «گرایش به غرب، نقش رسانه‌های ارتباطی و پدیده جامعه اطلاعاتی»،
فصلنامه رسانه. شماره ۶۴، ۱۹۴ - ۲۰۱.

- Alavi, N (2005). *We Are Iran: The Persian Blogs*. Washington: Soft Skull Press.
- Clifford, James. (1994). "Diasporas", *Cultural Anthropology*, 9(3): 302-38.
- Cohen, Robin. (2009). *Global Diasporas: An Introduction*. 2nd Edition, New York: Routledge.
- Ghorashi, Halleh & Boersma, Kees. (2009). "Iranian diaspora and the new media: From political action to humanitarian help", *Development and Change*. 40(4), 667-691. DOI: 10.1111/j.1467-7660.2009.01567.x.
- Hopke, Jill E. (2015). "Hashtagging Politics: Transnational Anti-Fracking Movement Twitter Practices", *Social Media and Society*. 1(2). DOI: 10.1177/2056305115605521
- Karim, H. Karim (2003). *The Media of Diaspora*. New York: Routledge.
- Lee, Eunkyung (2012). *Digital diaspora on the web: The formation and role of an online community of female Korean im/migrants in the U.S. for the degree of Doctor of Philosophy Graduate Program in Communication, Information and Library Studies*. Graduate School-New Brunswick Rutgers, The State University of New Jersey.
- Meraz, Sharon & Papacharissi, Zizi. (2013). "Networked Gatekeeping and Networked Framing on #Egypt", *The International Journal of Press/Politics*. 18(2) 138-166.
- Mitchell, Katharyne. (1997). "Different Diasporas and the hype of hybridity", *Environment and Planning D: Society and Space*. 15(5). 533 - 553.
- Mitra, Ananda. (2005). "Creating immigrant identities in cybernetic space: Examples from a non resident Indian website", *Media, Culture and Society*. 27 (3), 371-390.
- Moerbeek, Kimon & Timmermans, Nikki. (2010) *Social media Empowering Migrant Communities*. Written report on Panel Discussion. Amsterdam: Kennisland (Available at: http://www.lmi.ub.es/bridge-it/files/101101_Report_Migration_DP_BridgeIT.pdf, consulted 28th September 2017).
- Prajna M. R., Savitha C. K., Ujwal U. J. (2013). "The Impacts of Social Networking and Its Analysis", *International Journal of Modern Engineering Research (IJMER)*. 3(4), 2472-2475.

- Schreiner, Tanja. (2018). "Information, Opinion, or Rumor? The Role of Twitter During the Post-Electoral Crisis in Côte d'Ivoire", *Social Media and Society*. 1-16. <https://doi.org/10.1177/20563051187657>.
- Sheffer, Gabriel. (2006). *Diaspora Politics: At Home Abroad*. New York: Cambridge University Press.
- Siddiquee, Asiya & Kagan, Carolyn (2006). "The Internet empowerment, and identity: An exploration of participation by refugee women in a community Internet Project (CIP) in the UK", *Journal of Community and Applied Social Psychology*. 16(3), 189- 206.
- Sun, Wanning (2005). "Media and the Chinese diaspora: Community, consumption, and transnational imagination", *Journal of Chinese Overseas*. 1(1), 65-86.
- Tsagarousianou, Roza. (2004). "Rethinking the concept of diaspora: mobility, connectivity and communication in a globalized world", *Westminster Papers in Communication and Culture*. 1(1), 52-65.
- Van den Bos, Matthijs & Nell, Liza. (2006). "Territorial Bounds to Virtual Space: Transnational Online and Offline Networks of Iranian and Turkish-Kurdish Immigrants in The Netherlands", *Global Networks*. 6(2): 201–220.
- Van den Bos, Matthijs. (2006). "Hyperlinked Dutch-Iranian Cyberspace", *International Sociology*. 21(1), 83- 99. DOI: 10.1177/0268580906059292.
- Wenjing, Xie. (2005). "Virtual space, real identity: Exploring cultural identity of Chinese Diaspora in virtual community", *Telematics and Informatics*. 22(4), 395-404.

۱۳۴ / فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین / سال ششم / شماره ۲۴ / زمستان ۱۳۹۹