

لابی‌گران طالبان در توئیتر- ایکس

ساختارها، بازیگران و محتوا

ابومسلم خراسانی

درباره ما

مرکز پژوهشی ارتباطات برای تغییرات اجتماعی یک نهاد علمی وابسته به انستیتوت علوم ارتباطات و رسانه در دانشگاه لایپزیگ - آلمان است. این مرکز در سه حوزه اصلی پژوهش، آموزش و انتقال دانش فعالیت می‌کند.

در چارچوب یکی از برنامه‌های پژوهشی خود، این مرکز به موضوع «رسانه‌ها و فضای عمومی در افغانستان» و پویایی‌های ارتباطات، ساختارها و تغییرات در چشم‌اندازهای رسانه‌ای افغانستان و دیاسپورای آن می‌پردازد. در حوزه آموزش، این مرکز سمینارها و سخنرانی‌هایی با تمرکز بر افغانستان در زمینه علوم ارتباطات و رسانه ارائه می‌دهد. برای انتقال دانش، این مرکز برنامه‌های متنوعی از جمله کنفرانس‌ها، کارگاه‌ها و فضاهای تعاملی برای گفت‌وگو و تبادل نظر برگزار می‌کند.

بینش‌های رسانه‌ای و ارتباطاتی افغانستان Afghanistan Media and Communication Insights

مجموعه مقاله‌های «بینش‌های رسانه‌ای و ارتباطاتی افغانستان» بخش مهمی از این برنامه پژوهشی است. این مجموعه نتایج اصلی تحقیقات این مرکز و سایر پژوهش‌های برجسته در زمینه رسانه‌ها، ارتباطات و فضای عمومی افغانستان و دیاسپورای جهانی آن را ارائه می‌دهد.

شیوه استناد به مقاله

خراسانی، ا (۲۰۲۵) لابی‌گران طالبان در توئیتر - ایکس؛ ساختارها، بازیگران و محتوا: از مجموعه نوشته‌های بینش‌های رسانه‌ای و ارتباطاتی افغانستان از مرکز ارتباطات توسعه برای تغییرات اجتماعی، دانشگاه لایپزیگ - آلمان
لینک:

چکیده

این پژوهش حساب‌های تویتر- ایکس افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان را بررسی کرده و به این پرسش‌ها می‌پردازد که افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان چگونه در تویتر- ایکس فعالیت می‌کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که افراد متهم شده با

کم‌تر از یک میلیون دنبال‌کننده، ۱۲ هزار دنبال‌شونده و ۱۲۰ هزار توییت در پلتفرم تویتر- ایکس یک ساختار رسانه‌ای به وجود آورده‌اند که در آن از فضای مجازی هم‌چون سرمایه اجتماعی در جهت منافع طالبان استفاده کرده و برای این گروه لابی‌گری می‌کنند.

لابی‌گران طالبان با استفاده از سه مفهوم و نه روش فرایند لابی را انجام می‌دهند. آنها در این مسیر به عنوان رابط میان چهار حوزه عمومی عمل کرده و بخشی از ارتباطات طالبان با جهان را تأمین می‌کنند.

بازیگران ساختارهای رسانه‌ای لابی‌گران آنلاین طالبان، از چهار فضای عمومی شامل «فضای عمومی طالبان»، «فضای عمومی افغانستان»، «فضای عمومی دیاسپورا» و «فضای عمومی جهان» است، می‌آیند.

در این مسیر لابی‌گران به عنوان رابط میان این چهار حوزه عمومی عمل کرده و بخشی از ارتباطات طالبان با جهان را تأمین می‌کنند. از نظر محتوایی، لابی‌گران آنلاین طالبان با استفاده از سه مفهوم و نه روش فرایند لابی را انجام می‌دهند. حمایت‌گری‌ای که با شاخصه‌های به رسمیت‌شناسی گروه طالبان، تعامل سیاسی و روایت‌سازی برای این گروه صورت می‌گیرد. سفیدنمایی با استفاده از روش‌های نشر عکس رهبران طالبان، برجسته‌سازی گزارش‌های مثبت و تغییر ماهیت گروه طالبان و در آخر نمایندگی از منافع این گروه که با روش‌های مخالفت با مخالفان طالبان، مشوره‌دهی به این گروه و مخالفت با مبارزه نظامی و تبلیغ روایت «ختم جنگ» نمود پیدا می‌کند. هرچند ساختار رسانه‌ای لابی‌گران آنلاین طالبان در تویتر- ایکس نیمه‌ساختارمند، بسیار نامتمرکز و از نظر بازیگران پراکنده به نظر می‌رسد.

کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی، لابی‌گران آنلاین، تویتر- ایکس، لابی‌گری برای طالبان

مقدمه

هم‌زمان با فروپاشی نظام "جمهوری اسلامی افغانستان" در ۱۵ اگوست ۲۰۲۱ و حضور مجدد طالبان در قدرت سیاسی از راه نظامی، گفت‌وگوهای سیاسی- اجتماعی پراکنده در فضای عمومی افغانستان و دیاسپورای مقیم کشورهای غربی پیرامون چگونگی مواجهه و رفتار با رژیم طالبان به وجود آمد. این گفت‌وگوها که بیشتر متمرکز بر پلتفرم‌های رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی می‌باشد، به این مهم می‌پردازد که با رژیم طالبان که مشروعیت داخلی و خارجی ندارد و اکنون در افغانستان قدرت سیاسی را به دست گرفته، چگونه برخورد شود.^۱ در این میان گروهی از افراد حقیقی که نظر به بایدهای اخلاقی در پژوهش‌های علمی نام آن‌ها ذکر نمی‌شود و فقط حساب‌های رسمی تویتر-ایکس و محتوای نشرشده توسط آن‌ها بررسی شده، از طرف رسانه‌ها و کاربران شبکه‌های اجتماعی در تویتر-ایکس متهم به لابی‌گری برای گروه طالبان شدند، لابی‌گری‌ای که به گفته این رسانه‌ها و کاربران شبکه اجتماعی تویتر-ایکس در بسترهای آنلاین و فضای مجازی صورت می‌گیرد.

این اتهامات در مواردی منجر به کارزارهای رسانه‌ای نیز شده است؛ به عنوان نمونه، کاربران شبکه‌های اجتماعی کارزار اینترنتی را علیه یکی از این افراد راه‌اندازی کردند که منجر به بازبینی پرونده مهاجرتی او

در یک کشور اروپایی شد. بیشتر افراد متهم شده به لابی‌گری برای گروه طالبان که در کشورهای غربی^۲ زندگی می‌کنند، حساب‌های رسمی تویتر-ایکس داشته و در آن محتوای رسانه‌ای تولید می‌کنند که به باور

پژوهش حاضر می‌کوشد توضیح دهد که افراد متهم به لابی‌گری برای گروه طالبان چگونه در شبکه اجتماعی تویتر-ایکس فعالیت می‌کنند؟

رسانه‌ها و کاربران شبکه‌های اجتماعی، محتوای تبلیغاتی و سفیدنمایی به نفع گروه طالبان داشته و بنابراین آن‌ها از این طریق به طالبان لابی‌گری می‌کنند. با این وجود، مسئله اما این است که افراد متهم به لابی‌گری برای گروه طالبان چگونه در فضای رسانه‌ای و خصوصاً شبکه اجتماعی تویتر-ایکس فعالیت می‌کنند. آیا در محتوای تولید شده توسط آن‌ها و موضع‌گیری‌های سیاسی‌شان در فضای رسانه‌ای،

^۱ اشاره به صدها برنامه آنلاین پیرامون طالبان و وضعیت فعلی افغانستان در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی.

^۲ این‌جا غرب به معنای تمدنی آن آمده است نه جغرافیایی و مراد از آن کشورهای آمریکایی و اروپایی می‌باشد.

نشانه‌هایی از حمایت، لابی‌گری یا سفیدنمایی طالبان وجود دارد؟ اگر پاسخ این پرسش‌ها مثبت باشد، مسئله دیگر این است که این افراد چه پیام‌های رسانه‌ای را در حوزه عمومی افغانستان به نشر می‌رسانند.

پژوهش حاضر در صدد پاسخ‌یابی به پرسش‌های بالاست و می‌کوشد توضیح دهد که افراد متهم به لابی‌گری برای گروه طالبان چگونه در شبکه اجتماعی تویتر-ایکس فعالیت می‌کنند؟ آن‌ها چه محتوای رسانه‌ای تولید می‌کنند؟ و این محتوا به کدام زبان‌ها نشر می‌شود؟ در این پژوهش به سه بخش، یعنی بررسی ساختارها و شبکه‌های افراد متهم به لابی‌گری برای گروه طالبان، بازیگران این ساختارها و بررسی محتوای تولید و ارسال شده توسط این افراد پرداخته می‌شود. یادآوری این نکته مهم است که انتخاب جامعه نمونه در این پژوهش بر مبنای دو روش صورت گرفته است. نخست بر اساس اتهاماتی است که از طرف رسانه‌ها به این افراد به عنوان لابی‌گر زده شده است و دوم بر اساس یک سروی‌ای است که از ۲۰ کاربر فعال در تویتر-ایکس گرفته شده و به این سروی در بخش روش تحقیق مفصل پرداخته شده است. بر مبنای دو دلیل فوق، در این مقاله از عبارت «لابی‌گران آنلاین طالبان» استفاده شده است.

پرسش اصلی

- افراد متهم به لابی‌گران آنلاین طالبان چگونه از شبکه اجتماعی تویتر-ایکس استفاده می‌کنند؟

پرسش‌های فرعی

- ساختارهای رسانه‌ای افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان در تویتر-ایکس چگونه است؟
- بازیگران این ساختارها و شبکه‌ها چه کسانی هستند؟
- افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان در تویتر-ایکس چه محتوایی تولید می‌کنند؟
- چه شباهت‌هایی میان محتوای ارسال شده توسط این افراد وجود دارد؟

چارچوب نظری

این پژوهش بر اساس تلفیق نظریه «برجسته‌سازی» در رسانه‌های اجتماعی و مفهوم‌های «لابی‌گران آنلاین» و «انفلوئنسران آنلاین» صورت گرفته است. نظریه برجسته‌سازی تبیین می‌کند که رسانه‌ها همیشه نمی‌توانند با موفقیت به ما بگویند که چگونه فکر کنیم؛ اما به شکل کاملاً موفقیت‌آمیز به ما می‌گویند به چه چیز فکر کنیم (Sheldon ۲۰۱۵). هرچند این نظریه بیشتر متمرکز بر رسانه‌های سنتی

است، اما بعدها نظریه برجسته‌سازی را در گفتمان‌های سیاسی تویتر استفاده کرد و نشان داد که برخی از پیام‌های تویتر-ایکس آن قدر اهمیت پیدا کرده‌اند که رسانه‌های سنتی نیز از آن پیروی می‌کنند. مطالعات دیگر در مورد نظریه برجسته‌سازی در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهند که وبسایت‌های شبکه‌های اجتماعی به دلیل ظرفیت بالا در ارسال سریع اخبار، گزارش‌ها و محتوای آنلاین، عاملان مهم برجسته‌سازی بین رسانه‌ای هستند (Sheldon ۲۰۱۵). مزید بر این، نظریه برجسته‌سازی نه تنها در گفتن این که به چه چیز فکر کنیم تاثیرگذار است، بلکه می‌تواند در بیان این که چگونه فکر کنیم نیز موفق باشد (McCombs ۲۰۰۵).

از سوی دیگر، ریشه‌یابی اصطلاح لابی به سنت پارلمان انگلستان در اواسط قرن هفدهم برمی‌گردد. لابی اتاقی بود روبه‌روی مجلس عوام انگلستان که افراد با نماینده‌گان پارلمان به موافقت و مخالفت نسبت به اهداف و منافع خاص گفت‌وگو و چلنه‌زنی می‌کردند (Ranjbar ۲۰۰۶).

آرتور ویکتوریا استاد دانشگاه مستقل لیسبون واژه لابی را برگرفته از زبان انگلیسی دانسته و می‌گوید: هر چند نخستین بار کلمه لابی در اسناد انگلستان پیدا شده، با این حال منشاء عمل لابی

پژوهش حاضر می‌کوشد توضیح دهد که افراد متهم به لابی‌گری برای گروه طالبان چگونه در شبکه اجتماعی تویتر-ایکس فعالیت می‌کنند؟

در آمریکا بوده و تبیین‌کننده گروه خاصی از افرادی‌ست که درصدد متقاعد کردن و تاثیرگذاری بر تصمیم‌گیرهای دولت و به تبع آن تایید یا رد اقداماتی به نفع و ضرر منافع گروه خاص‌اند. با وجود تنوع دیدگاه‌ها درباره منشاء و پیدایش عمل لابی‌گری، به دشوار می‌توان تاریخ دقیقی را به آن نسبت داد؛ اما طی سده‌های تاریخی، لابی‌گری همانند هر مفهوم اجتماعی دیگری مستعد تطور تاریخی بوده و نظر به گسترش ابزارهای مدرن، هم‌چون اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، معنا و روش‌هایش تغییر کرده است.

برای واژه لابی می‌توان مصداق‌های گوناگون از جمله «نماینده‌گی منافع» یا «حمایت‌گری» را معنایابی کرد که بازیگرانی متفاوت از جمله شرکت‌ها، سازمان‌های حرفه‌ای، اتحادیه‌های کارگری، بازیگران عمومی و فرقه‌های متنوع در پشت آن قرار دارند و برای همین لابی‌گری را به مثابه یک گروه فشار تعریف می‌کنند که از منافع سیاسی، اجتماعی یا اقتصادی یک گروه خاص دفاع می‌کند (Gargouri ۲۰۲۳a). در واقع

لابی‌ها گروه‌های فرودولتی هستند که درصدد اعمال فشار، دخالت غیرمستقیم، تاثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌ها و حمایت به نفع یا زیان گروه مورد نظر عمل می‌کنند.

در گذشته لابی‌گری بیشتر به شکل اتحادیه‌های کارگری، احزاب سیاسی مخالف، گروه‌های مذهبی و جامعه مدنی صورت می‌گرفت؛ اما در چند دهه گذشته و با ظهور فناوری‌های ارتباطی، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، شکل دیگری از لابی‌گری با ابزارها و امکانات به‌روزشده به وجود آمده است که می‌توان از آن به عنوان لابی‌گری آنلاین یا لابی‌گری دیجیتال یاد کرد. لابی‌گری آنلاین قدرت فراگیری در نفوذ، حمایت و مداخله در حوزه عمومی، افکار عمومی و تصمیم‌گیری‌ها دارد (Gargouri ۲۰۲۳b). بهار عربی نمونه بارز این ادعا است که شبکه‌های اجتماعی و خصوصاً فیسبوک به عنوان ماشین محرک آن عمل کرده است و پژوهشگران از آن به عنوان انقلابی فیسبوکی یاد می‌کنند (Margetts et al. ۲۰۱۷). اکنون انسان‌ها در دو دنیای موازی به هم زندگی می‌کنند که به شکل بی‌سابقه‌ای تمام جنبه‌های زندگی را به «مجازی» و «حقیقی» تبدیل کرده و تمام پدیده‌ها را از نظر ماهیت دگرگون کرده است.

از این‌رو لابی‌گری دیجیتال یا آنلاین، جایگزین لابی‌گری شرکت‌ها و مؤسسه‌های قدیمی شده است. این نوع لابی‌گری با استفاده از ارسال اطلاعات و به اشتراک‌گذاری محتوای رسانه‌ای در «حوزه عمومی دیجیتال»، به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر افکار عمومی جوامع هدف تاثیر می‌گذارد و از سویی هم به هیچ نهاد و سازمانی نیز تعلق ندارد. لابی‌گری آنلاین، متمرکز بر سرعت ارسال اطلاعات در فضای عمومی و استراتژی نفوذ بر افکار عمومی است و میزان نفوذ و تاثیرگذاری آن از دیگر اشکال لابی‌گری مانند اتحادیه‌های کارگری به شکل قدیمی آن بیشتر است (Gargouri ۲۰۲۳a).

اینترنت و شبکه‌های اجتماعی فرصت‌های لابی‌گری را به گونه فردی به همه کسانی که در این شبکه‌ها فعالیت دارند، داده و کاربران از این طریق می‌توانند با اشتراک دیدگاه‌های سیاسی، هماهنگی‌های اجتماعی و عکس و فیلم، بر افکار عمومی به مثابه سرمایه اجتماعی به نفع یا زیان گروه‌های خاصی نظم و نسق بخشیده و بر آن نفوذ کنند. لابی‌گری در محیط‌های رسانه‌ای که از آن به عنوان لابی‌گری مدرن نیز یاد می‌شود، فرصت‌های بزرگ انتشار اطلاعات به مثابه لابی‌گری را در اختیار کاربران قرار می‌دهد که «هماهنگی دقیق» و «دیجیتالی شدن محتوا» را می‌توان از ویژه‌گی بارز آن برای نفوذ دانست. این بدان معنا است که مهم‌ترین ایده‌ها در پشت اطلاعات پنهان است (Oleshchuk ۲۰۲۰).

مزید بر این، شبکه‌های اجتماعی میزان تاثیرگذاری افراد بر جامعه را نیز تغییر داده و به موازات آن، طیفی از کاربران نوظهور در محیط‌های آنلاین تحت عنوان «انفلوئنسرها» به وجود آمده‌اند که توانایی تاثیرگذاری از طریق اشتراک و پخش محتوای رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی را دارند؛ این طیف که افراد ثالث و مستقلی هستند، در تغییر نگرش دنبال‌کننده‌های‌شان اثر گذاشته و به دلیل نزدیکی به علایق پیروان‌شان اعتبار بیشتری نسبت به افراد مشهور دارند (Belanche et al. ۲۰۲۱). انفلوئنسرها در بخش‌های اجتماعی- سیاسی و اقتصادی نقش مهمی در جهان مدرن ایفا می‌کنند و دولت‌ها، گروه‌های اجتماعی، احزاب سیاسی و شرکت‌های اقتصادی از آن‌ها به عنوان واسط میان خود و مردم استفاده می‌برند.

پژوهش مذکور که بر اساس نظریه برجسته‌سازی چارچوب‌بندی شده، افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان را تحت عنوان انفلوئنسرها دسته‌بندی می‌کند که از طریق شبکه اجتماعی تویتر- ایکس در فضای عمومی آنلاین فعالیت کرده و ظرفیت بالقوه‌ای برای تاثیرگذاری دارند. انتخاب تلفیقی مفاهیم «لابی‌گران» و «انفلوئنسرها» برای فهم افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان از این‌رو بوده است که این افراد با انبوه دنبال‌کننده‌ها در فضای مجازی و محیط‌های آنلاین، در حوزه عمومی ظرفیت تاثیرگذاری بالقوه دارند.

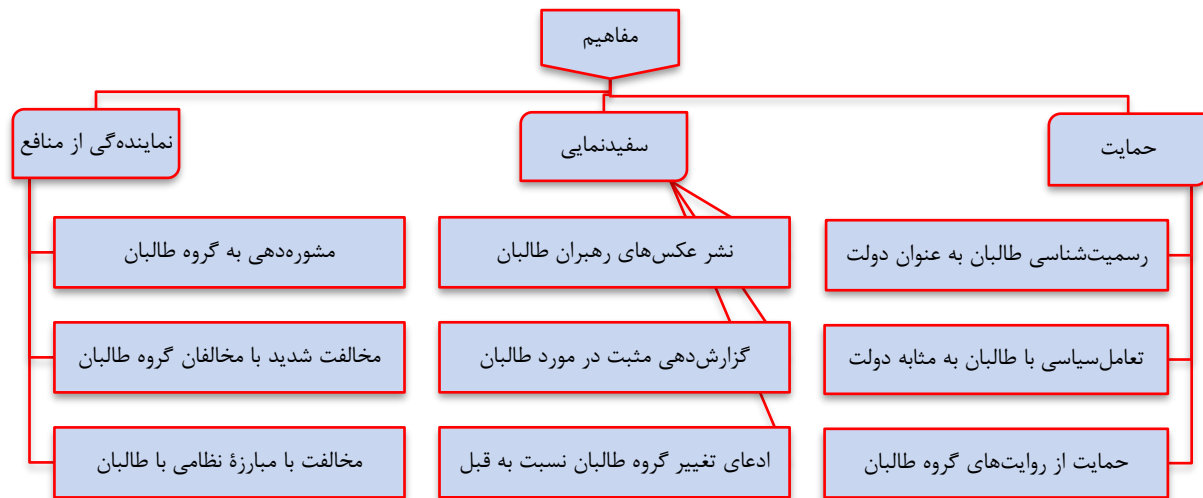
ظرفیت تاثیرگذاری بالقوه دارند. بناءً انتخاب این چارچوب نظری در فهم عملکرد این افراد عینیت بیشتر دارد و می‌تواند جامعیت بیشتری به شناخت مسئله بخشد.

عملیاتی‌سازی

بخش اول این پژوهش به بررسی ساختارها و بازیگران رسانه‌ای افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان در فضای شبکه اجتماعی تویتر- ایکس می‌پردازد که بر مبنای روش نتنوگرافی صورت گرفته و بیشتر به مشاهدات توصیفی- تحلیلی پژوهشگر استوار است. بخش دوم این پژوهش اما به بررسی محتوای تولید و ارسال شده در شبکه اجتماعی تویتر- ایکس توسط افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان می‌پردازد.

در نخست واژه «لابی» با تمرکز بر ادبیات نظری و با محوریت نظریه برجسته‌سازی و مفاهیم لابی‌گران آنلاین و انفلوئنسرها مفهوم‌سازی و سنجش پذیر شده و در قدم دوم، نظر به ویژه‌گی‌های بستر سیاسی-اجتماعی افغانستان، پژوهشگر دست به ابداع مفاهیم زده است.

نویسنده این پژوهش رفتار رسلنه‌ای افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان را بر مبنای مفاهیم و متغیرهای نه‌گانه ذیل سنجیده است. هرچند لابی‌گری در محیط‌های آنلاین بسیار چندوجهی و پیچیده است اما این متغیرها می‌توانند در سنجش نسبی، این پژوهش را یاری کنند. بناءً به صورت کلی می‌توان گفت که محتوای ارسال شده بر مبنای سه مفهوم و نه متغیر ذیل سنجش شده است. مراجعه کنید به نمودار شماره ۱.



نمودار شماره ۱

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش ۱۰ فرد حقیقی متهم به لابی‌گری برای گروه طالبان که در شبکه اجتماعی توئیتر-ایکس حساب‌های کاربری رسمی دارند، به عنوان جامعه نمونه انتخاب شده‌اند، تا ساختارهای درونی، بازیگران این ساختارها و هم‌چنان محتوای ارسال شده توسط آن‌ها بررسی شود. بناءً منابع داده‌ها برای تحلیل در این پژوهش، حساب‌های رسمی توئیتر-ایکس افرادی است که از طرف رسانه‌ها و کاربران شبکه‌های اجتماعی

متهم به لابی‌گری و سفیدنمایی طالبان در حوزه عمومی شده‌اند. این مقاله از دو روش برای انتخاب جامعه نمونه بهره جسته است.

نخست افرادی انتخاب شده‌اند که از طرف روزنامه‌های آنلاین و رسانه‌های خبری آنلاین، بین سال‌های ۲۰۲۲-۲۰۲۴ به لابی‌گری برای گروه طالبان متهم شده‌اند و دوم توسط یک سروی مقدماتی با توزیع پرسش‌نامه، از ۲۰ کاربر فعال که بین ۲-۳ ساعت در روز در تویتر-ایکس حضور دارند و شامل روزنامه‌نگاران، فعالان حقوق بشر و نویسندگان حوزه عمومی افغانستان می‌باشند، پرسیده شده که سه فردی که در شبکه اجتماعی تویتر-ایکس به طالبان لابی‌گری می‌کنند را نام بگیرند و از میان پاسخ‌های این افراد ۱۰ فردی که مکرراً نام‌شان ذکر شده، به عنوان جامعه نمونه انتخاب شده‌اند.

بخش نخست این پژوهش درباره ساختارها و بازیگران افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان است که به شکل نتنوگرافی انجام شده و بیشتر متکی بر تحلیل‌های توصیفی پژوهشگر است. نتنوگرافی ترکیبی از واژه‌های اینترنت و قوم‌نگاری است که گونه‌ای از پژوهش‌های کیفی جهت مطالعه تعاملات آنلاین میان کاربران اینترنت می‌باشد (De Lassus and Anido Freire ۲۰۱۴) با استفاده از این روش، نویسنده ساختارها و شبکه‌های درهم‌تنیده افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان را توصیف کرده و درصد تبیین تعداد مخاطب، ترسیم شبکه‌های دورن‌گروهی در فضای آنلاین به خصوص تویتر-ایکس و پیشینه اجتماعی آن‌ها می‌باشد. در بخش دوم که به بررسی محتوای رسانه‌ای ارسال شده توسط افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان تمرکز دارد، از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. این تکنیک مبتنی بر رسیدن به یک نتیجه از طریق شناسایی منظم ویژه‌گی‌های خاص یک پیام می‌باشد که به محقق کمک می‌کند تا ابعاد متفاوت یک پیام مکتوب را تحلیل و تجزیه کند (Fennell ۲۰۰۱).

با این‌که بیشتر از ۷۰ سال می‌شود ترم تحلیل محتوا وارد ادبیات تحقیق شده است، اما ریشه‌های فکری آن را می‌شود به آغاز استفاده انسان‌ها از نمادها، صداها و مخصوصاً متن نوشتاری نسبت داد؛ با این حال، تحلیل محتوا در دوره معاصر سه ویژه‌گی کلی دارد: در نخست تحلیل محتوا یک روش مبتنی بر تجربه است؛ دوم تحلیل محتوا از ارزیابی مفاهیم سنتی نمادها و محتواها فراتر می‌رود و سوم تحلیل محتوا مستعد توسعه روشی بوده است (Krippendorff ۲۰۱۸). با این بیان، در این پژوهش محتوای ارسال

شده در یک بازه زمانی یک‌ساله از ۲۰۲۳ تا ۲۰۲۴ توسط افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان در تویتر - ایکس به عنوان داده‌های تحلیلی با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است.

به این منظور، از حساب تویتر - ایکس هر فرد متهم ۵۰ توییت - پست به گونه هدفمند انتخاب شده که مجموعه توییت‌های تحلیل شده در این مقاله، ۵۰۰ توییت جمع‌آوری و تحلیل شده است. ذکر این نکته مهم است که توییت‌هایی برای تحلیل انتخاب شده‌اند که به گروه طالبان مرتبط باشند؛ برای همین این مقاله از

به دلیل همپوشانی، شباهت و گسترده‌گی داده‌ها در شبکه‌های اجتماعی، نمونه‌گیری هدفمند به پژوهشگر کمک می‌کند تا در انتخاب داده‌ها هدفمندانه گام بردارد.

نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب بهره برده است. به دلیل همپوشانی، شباهت و گسترده‌گی داده‌ها در شبکه‌های اجتماعی، این نوع نمونه‌گیری به پژوهشگر کمک می‌کند تا در انتخاب داده‌ها هدفمندانه گام بردارد.

ساختارها و بازیگران

ساختار به عنوان یک مفهوم اجتماعی دارای کاربردی وسیع و متفاوت در علوم انسانی است؛ اما وقتی این مفهوم در بخش ارتباطات اجتماعی به کار می‌رود، بیشتر بر روابط درهم‌تنیده و کانال‌های ارتباطی میان فردی به عنوان اجزای سازنده یک شبکه در محیط‌های حقیقی یا فضاهای آنلاین دلالت می‌کند که بر محور یک مفهوم یا منافع مشترک جمع می‌شوند و دارای شبکه درهم‌تنیده، روابط درون‌گروهی، اهداف مشترک و روابط بیرون‌گروهی هستند. بخش نخست این پژوهش که به ساختارهای لابی‌گران آنلاین طالبان تمرکز دارد، به این می‌پردازد که شبکه‌های آنلاین این افراد، روابط درون‌گروهی و ساحة برد پیام‌های‌شان در پلتفورم تویتر - ایکس چگونه است.

این بخش بیشتر یک نئوگرافی یا قوم‌نگاری آنلاین است که بر ساختارهای رسانه‌ای این افراد در مقیاسی کوچک تمرکز دارد. از آنجایی که عوامل یک ساختار ارتباطی را افراد انسانی تشکیل می‌دهند، بررسی ساختارهای رسانه‌ای این افراد نیز از بررسی شبکه‌ها و کانال‌های شبکه اجتماعی تویتر - ایکس آغاز

می‌شود؛ کانال‌هایی که افراد مذکور در آن فعالیت‌های رسانه‌ای دارند. معمولاً، ساختارها عواملی انسانی دارند و این عوامل است که هم در تشکیل این ساختارها و هم در گردش این ساختارها دخیل‌اند.

از نظر زمانی، اکثریت افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان، بعد از آغاز خروج نیروهای خارجی در سال ۲۰۱۴ و شروع مذاکرات صلح دوحه در سال ۲۰۱۸ به تویتر — ایکس پیوسته‌اند. از ۱۰ فرد مطالعه شده در این پژوهش، ۷ تن‌شان در میانه سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ و ۳ تن دیگر بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ به شبکه اجتماعی تویتر-ایکس

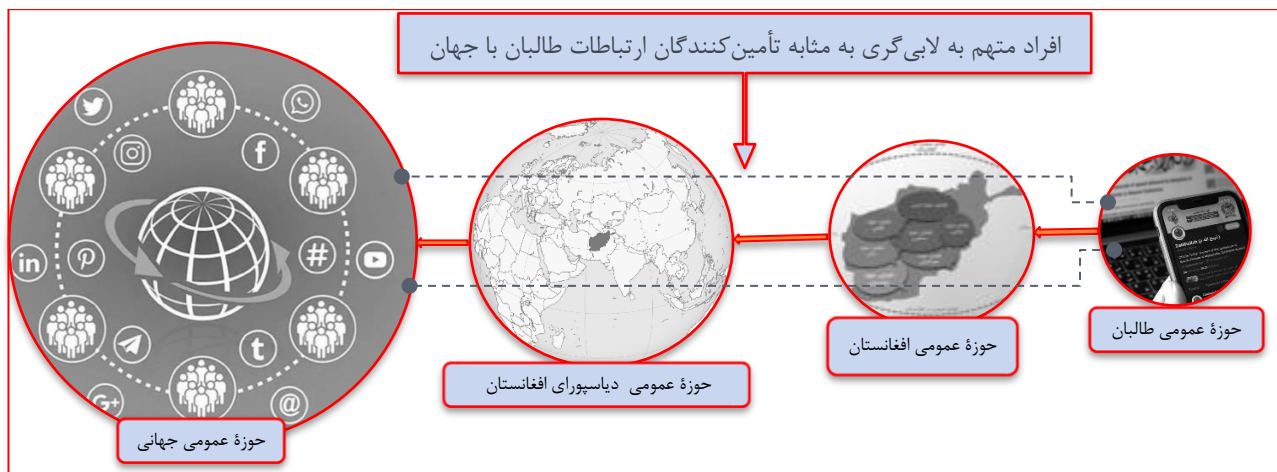
پیوسته‌اند. پیشینه شغلی این افراد نظر به توضیحات مختصری که در حساب‌های تویتر خود نگاشته‌اند، شامل مشاغلی چون سیاست‌مدار، خبرنگار، فعال اجتماعی و فعال حقوق‌بشر می‌باشد که بعضی از آن‌ها در نظام ساقط شده «جمهوری اسلامی افغانستان» نیز دارای پست‌های رسمی در نهادهای دولتی و غیردولتی بوده‌اند.

رابطه چندسویه، زندگی در کشورهای مختلف و رویکرد چندزبانه افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان، می‌تواند گونه‌ای دیگر از فضای عمومی را در سطح جهان با محوریت طالبان ایجاد کند که در آن طالبان بتوانند با حوزه‌های عمومی دیگر در سطح جهانی و کشورهای مختلف رابطه برقرار کنند.

سال‌های بعد از ۲۰۱۴ یک بازه زمانی پرتنش، بحرانی و پر از نگرانی در افغانستان بود و خصوصاً شروع مذاکرات صلح که منجر به توافقنامه دوحه میان آمریکا و طالبان شد، سرآغاز فروپاشی افغانستان به دست طالبان پنداشته می‌شود (Hussaini ۲۰۲۲).

افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان بیشتر از زبان‌های پشتو و انگلیسی و در رتبه سوم از زبان فارسی برای ارسال پیام‌های رسانه‌ای خود در شبکه اجتماعی تویتر-ایکس استفاده می‌کنند. رویکرد چندزبانه برای ارسال محتوای رسانه‌ای، فرصت‌های بیشتری را برای آن‌ها داده است تا بتوانند فضای عمومی طالبان را که بخشی از «حوزه عمومی شکننده» و «چندپارچه افغانستان» است (Hamidi ۲۰۱۵)، با حوزه عمومی افغانستان، حوزه عمومی جهان و حوزه عمومی دیاسپورای افغانستان پیوند بزنند.

به نظر می‌رسد افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان، به عنوان رابط میان این چهار حوزه عمومی عمل کرده و از ارتباطات و فضاهای آنلاین به عنوان سرمایه اجتماعی جهت پیوند زدن این حوزه‌ها استفاده می‌جویند. افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان به گونه‌ی پراکنده در امارات متحده عربی، آمریکا، بریتانیا، ترکیه، بلجیم، قطر و استرالیا زندگی می‌کنند؛ اما معمولاً به کابل در رفت‌وآمد هستند. رابطه چندسویه، زندگی در کشورهای مختلف و رویکرد چندزبانه افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان، می‌تواند گونه‌ای دیگر از فضای عمومی را در سطح جهان با محوریت طالبان ایجاد کند که در آن طالبان بتوانند با حوزه‌های عمومی دیگر در سطح جهانی و کشورهای مختلف رابطه برقرار کنند. برای چگونگی عملکرد این فرایند به نمودار شماره ۲ مراجعه کنید.



نمودار شماره ۲

لابی‌گران آنلاین طالبان در تویتر-ایکس، ۸۰۰ هزار دنبال‌کننده و ۱۲ هزار دنبال‌شونده دارند که به گونه کلی تا زمان نگارش این پژوهش ۱۲۰ هزار پست یا توییت در سه زبان در تویتر-ایکس ارسال کرده‌اند. به صورت عموم افراد دنبال‌کننده و دنبال‌شونده در چهار حوزه عمومی فعالیت می‌کنند که شامل حوزه عمومی جهانی، حوزه عمومی دیاسپورای افغانستان، حوزه عمومی افغانستان و حوزه عمومی طالبان می‌شوند. لابی‌گران آنلاین طالبان در این فرایند همچون رابط میان این حوزه‌ها عمل کرده و رابطه گروه طالبان را با حوزه‌های دیگر تأمین می‌کنند.

از میان ۸۰۰ هزار دنبال کننده، افرادی از همهٔ این حوزه‌های عمومی وجود دارند که به نحوی در معرض پیام‌های رسانه‌ای افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان قرار می‌گیرند. اعضای طالبان، نهادهای دولتی تحت کنترل این گروه، رسانه‌ها، خبرنگاران، نهادها، نویسندگان و پالیسی‌سازان داخلی و خارجی، از جمله افرادی‌اند که به عنوان دنبال کننده و دنبال شونده در ساختار رسانه‌ای افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان در تویتر به عنوان بازیگر حضور دارند. برای مشاهدهٔ بازیگران حوزه‌های عمومی چهارگانه به نمودار شماره ۳ مراجعه کنید.



نمودار شماره ۳

ساختارهای رسانه‌ای و شبکه‌های درون گروهی افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان در تویتر- ایکس با کم‌تر از یک میلیون بازیگر از چهار حوزهٔ عمومی متفاوت در سراسر جهان همراه با رویکرد چندزبانه، به مثابه سرمایه‌ای جهت ارتباطات طالبان با جهان بیرون و عادی‌سازی این گروه در چشم جهان پنداشته می‌شوند. افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان با این ساختارها و بازیگران، صرفاً افرادی عادی نیستند بلکه انفلوئنسرهایی‌اند که به گونهٔ مستقیم و غیرمستقیم در روایت‌سازی‌های رسانه‌ای از طالبان، شکل‌گیری و جهت‌یابی افکار عمومی داخلی و جهانی نسبت به این گروه، روابط اجتماعی رژیم با جهان بیرون و تصمیم‌گیری‌های سیاسی در سطح داخلی و خارجی برای این گروه، تاثیرگذارند و این ظرفیت را دارند که افکار عمومی را به سمت منافع طالبان سوق دهند.

انتخاب و استفاده پلتفرم تویتر- ایکس به عنوان یک کانال ارتباطی نیز حائز اهمیت است؛ چرا که تویتر در شکل‌دهی گفتمان‌های سیاسی نقشی اساسی دارد و بیشتر در میدان‌های سیاسی به کار می‌رود. هرچند کنال‌ها و ساختارهای افراد متهم به

لابی‌گری برای طالبان در تویتر- ایکس نیمه‌ساختارمند، بسیار نامتمرکز و از نظر بازیگران پراکنده است، چراکه دنبال‌کننده‌ها و دنبال‌شونده‌گان این کانال‌ها از کشورها و زبان‌ها و ملت‌های متفاوت می‌باشند و اهداف یکسانی را

در محتوای رسلنه‌ای شماری از این افراد، بخش «دینی- مذهبی» برجسته‌گی بیشتری دارد؛ در حالی که شمار دیگری شان از منظر «قومی- غیردینی» به مسئله نگاه می‌کنند.

دنبال نمی‌کنند. با این وجود، افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان به عنوان عاملان این ساختارها اهداف یکسانی دارند.

محتوا

محتوایی که این افراد در تویتر- ایکس به نشر می‌رسانند، از نظر گسترده‌گی موضوعات، کاربرد واژه‌گان، روایت‌سازی رسانه‌ای و گرایش‌های سیاسی همپوشانی‌های بسیاری باهم دارند و برای همین بخش بزرگی از محتوای ارسالی آن‌ها، حول چند محور محدود می‌چرخد. اما از منظر گرایش سیاسی، تفاوت‌هایی در شیوه نگرش‌شان نسبت به طالبان به چشم می‌خورد. در محتوای رسانه‌ای شماری از این افراد، بخش «دینی- مذهبی» برجسته‌گی بیشتری دارد؛ در حالی که شمار دیگری از افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان از منظر «قومی- غیردینی» به مسئله نگاه می‌کنند.

این قطب‌بندی گرایش‌ها مجزا و دور از هم نیستند و در مواردی مرزهای آن‌ها محو شده و به موازات هم حرکت می‌کنند؛ به گونه‌ای که مرز مذهب و قومیت تاریک شده و این گرایش‌ها باهم تلفیق می‌شوند. به نظر می‌رسد که تلفیق این گرایش‌ها تنها در نسبت به طالبان ممکن و مقدور است و در میدان‌های دیگر این دو گرایش قابل جمع نیستند. از همین‌روست که افراد مذکور تنها در مواجهه با طالبان است که یکدیگر را در تویتر- ایکس پشتیبانی کرده و محتوای رسانه‌ای‌شان را به اشتراک گذاشته یا از آن حمایت

می‌کنند. بررسی محتوا در این پژوهش بر سه محور اساسی و نه روش رسانه‌ای با تأکید بر نظریه برجسته‌سازی صورت گرفته است.

حمایت

افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان از نظر سیاسی در محتوای رسانه‌های شان گروه طالبان را به مثابه دولت دانسته و از کشورها می‌خواهند که رژیم طالبان را به رسمیت بشناسند. تأکید بر «دولت بودن» رژیم طالبان و همچنان تمرکز بر این که کشورها، نهادها، سازمان‌ها و گروه‌های ذی‌دخل، طالبان را به عنوان یک «دولت» به رسمیت بشناسند، نکته‌ای مهم در محتوای رسانه‌های این افراد است. تعامل سیاسی با رژیم طالبان از متغیرهای دیگری است که در این فرایند به کار بسته می‌شود.

این افراد تأکید می‌کنند که «تعامل سیاسی» به معنای عمومی آن در سطح دولت‌ها، سازمان‌ها، گروه‌ها و حتی در سطح فردی باید با رژیم طالبان وجود داشته باشد و از این طریق تلاش می‌کنند که طالبان را با جهان پیوند زده و از ارتباطات خود به

عنوان سرمایه اجتماعی در راستای منافع رژیم طالبان استفاده کنند. برجسته‌سازی خبرهای مربوط به دیدارهای مقامات رژیم طالبان با رهبران خارجی در سطح دولت‌ها، دعوت و میزبانی از اعضای طالبان در نهادها و سازمان‌ها در سطح نهادها و همچنان سفر به افغانستان تحت حاکمیت طالبان و دیدار با رهبران طالبان در سطح فردی، از مواردی است که در این زمینه صورت می‌گیرد.

این افراد تأکید می‌کنند که «تعامل سیاسی» به معنای عمومی آن در سطح دولت‌ها، سازمان‌ها، گروه‌ها و حتی در سطح فردی باید با رژیم طالبان وجود داشته باشد و از این طریق تلاش می‌کنند که طالبان را با جهان پیوند زده و از ارتباطات خود به عنوان سرمایه اجتماعی در راستای منافع رژیم طالبان استفاده کنند.

روش دیگر، همکاری در روایت‌سازی‌های کلان طالبان از افغانستان است که بر پایه دال‌های «ختم جهاد»، «ختم اشغال»، «شکست آمریکایی‌ها» و «فصل جدید افغانستان» استوار است. افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان از نظر سیاسی، از یک سو در راستای «به رسمیت‌شناسی» و «تعامل سیاسی» طالبان توسط

جهان تلاش می‌کنند که بیشتر بعد بین‌المللی و نهادی دارد و از سوی دیگر در روایت‌سازی‌های کلان‌طالبان، به عنوان افراد خارج از تشکیلات این رژیم کمک می‌کنند.

تاکید بر این روایت‌سازی و برجسته‌سازی و تکرار این روایت‌ها بسیار گسترده است و از این‌رو همپوشانی و تکرار محتوا برجسته به نظر می‌رسد. بررسی محتوا نشان می‌دهد که افراد مذکور در بعد «حمایت» از رژیم طالبان، در نخست خواستار «به‌رسمیت‌شناسی» رژیم طالبان توسط جامعه جهانی است و در قدم دوم، خواستار «تعامل سیاسی» در سطح دولتی، نهادی و فردی با رژیم طالبان در کابل است و در سطح سوم، در «روایت‌سازی» برای پروپاگاندای ماشین تبلیغاتی طالبان همکاری می‌کنند. همه این موارد به گونه آشکار و صریح در پیام‌های رسانه‌ای این افراد وجود دارد. برای مشاهده مثالی از این محتوا، به جدول شماره ۴ مراجعه کنید.

لابی‌گران طالبان از نظر سیاسی، از یک‌سو در راستای «به‌رسمیت‌شناسی» و «تعامل سیاسی» طالبان توسط جهان تلاش می‌کنند که بیشتر بعد بین‌المللی دارد و از سوی دیگر در روایت‌سازی‌های کلان‌طالبان، به عنوان افراد خارج از تشکیلات این رژیم کمک می‌کنند.

تحليل	نمونه محتوا	متغيرها	مفاهيم
<p>افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان در نخست خود، طالبان را به عنوان دولت در نظر گرفته و از اعضای طالبان به عنوان مسئولان دولت افغانستان یاد می‌کنند. در قدم دوم، تلاش‌های رهبران طالبان در راستای به‌رسمیت‌شناسی طالبان را تبلیغ کرده و با برجسته‌سازی اخبار و محتوا در این خصوص، خواستار به‌رسمیت‌شناسی این گروه هستند.</p>	<p>1- لومری برخه) ترخوپوري چی د(افغانستان اسلامي امارت)د خپل (اسلامپال ملت)تولو مشروع غوښتنو ته داسلامي(شريعت)په چوکاټ کې مثبت ځواب ورنکړی ترهغي پوري به (رسمیت)پیژندنه او روښنتي(تعامل) د(افغانستان اسلامي امارت)نه له خپل اسلامپال(ملت)او نه هم له نړيوالو په سترگو ووينی</p> <p>2- د اسلامي نظام د بهرنيو چارو سياسي مرستيال شيرمحمد عباس ستانکزی د ديپلوماسی د ډگر ځلانده ستوری دی. ښاغلی ستانکزی ددې وطن د #افغان بچيانو د سوکالی او ارامی لپاره هېلي لري، غواړي وطن يې د سيالانو سره سيال شي او پرمختللی افغانستان په نړی وځليري. د داسی مشرانو قدر او ستايل په کار دی</p> <p>3- منافقين او غربی ميديا د اسلامي امارت د ايران په هکله دريځ چی د نړيوالو قوانينو سره سمون لری مخالفت ښايی. مونږ بايد سم ته سم او غلط ته د غلط ايمانی جرت او اخلاق ولرو</p>	<p>به رسمیت‌شناسی طالبان به عنوان دولت</p>	
<p>افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان خواستار تعامل سیاسی نهادهای بین‌المللی، دولت‌ها و در سطح پایین‌تر، شخصیت‌های حقوقی با رژیم طالبان هستند و استدلال می‌کنند که پایداری، تعامل و در گام بعدی به‌رسمیت‌شناسی طالبان به نفع افغانستان، منطقه و جهان است. به عنوان نمونه، این افراد یک عضو طالبان را به یک نهاد غیرانتفاعی به اروپا دعوت کرده بودند تا برای مردم سخنرانی کند.</p>	<p>1- د ملا برادر دا خبره چې له نړيوالو سره تعامل غواړو، ډېره مهمه او پرځای ده. دا د شېخ هيبت الله دريځ سره چې ويل يې «يو گام هم نه در سره ځم» له ريښي تضاد لري. ښه ته ښه وايي.</p> <p>2- استقبال گرم و تاريخی افغان های مقيم اروپا از داکتر صاحب عبدالباری عمر نماینده حکومت افغانستان.</p> <p>3- ه دې شرایطو کې چې نړی دافغانستان سره ستري ستونزي لري،نو دنظام تخريب ددې هېواد دپايښت اوملي گټو پر ضد دی،ددې نظام تخريب که دهر چا له لوري وي مردود، منفور او #دافغانستان په گټه نه دی،دولت کې به ډيري ستونزي وي،ليکن دنظام تخريب د هېواد دملی گټو،ملی يووالي،افغانيت اوداسلاميت پر خلاف دی! در باره این که دنيا مشکلات زياد دارد و نيايد نظام طالبان را خراب کنند</p>	<p>تعامل سیاسی با طالبان به عنوان دولت</p>	<p>حجرات</p>

<p>طالبان روایت‌های برساخته‌ای دارند که بر محور دفاع از وطن، ختم جنگ، ختم اشغال و استقلال کشور می‌چرخد. افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان در پیام‌های رسانه‌ای‌شان این روایت‌ها را تقویت کرده و در راستای ساخت این روایت‌ها به طالبان کمک می‌کنند.</p>	<p>1- سر و جان ما هیچ برتری ندارد نسبت به میلیون‌ها افغان که در راه حق و استقلال وطن ما سال‌ها در مقابل ظلم اشغالگران و غلام‌های شان مبارزه کردند.</p> <p>2- صاحبان و فرزندان با ایمان و اصلی افغانستان امروز از عزت و خاک ما دفاع میکنند. نشر عکس جنگجویان طالبان وقتی که آن‌ها با نیروهای ایرانی درگیر جنگ اند.</p> <p>3- روزهای غلامی و نوکری به شرق و غرب گذشت، امروز افغانستان در اختیار فرزندان و صاحبان اصلی اش قرار دارد. وظیفه همه ما است تا از این آزادی و استقلالیت مطلق وطن خود با جان و دل دفاع کنیم، از هر طریق و در هر جای که امکان دارد.</p>	<p>حمایت از روایت‌های گروه طالبان</p>	
--	--	---------------------------------------	--

جدول شماره ۴

سفیدنمایی طالبان

تحلیل محتوای نشرشده در تویتر — ایکس توسط این افراد نشان می‌دهد که آن‌ها طالبان را با استفاده از سه متغیر «سفیدنمایی» کرده و در این عرصه دست به برجسته‌سازی محتوا می‌زنند. نخست از همه، عکس‌های رهبران طالبان را تحت عناوین «امیرالمؤمنین»، «وزیر دفاع» و «وزیر داخله» به نشر می‌رسانند و افزون بر این، با رهبران و فرماندهان طالبان عکس مشترک گرفته و با آن‌ها دیدار و گفت‌وگو می‌کنند.

افراد بررسی شده در این پژوهش، یا با رهبران طالبان عکس‌های یادگاری گرفته و با آن‌ها گفت‌وگو کرده‌اند و یا هم عکس رهبران و فرماندهان طالبان را با «لقاب» و «تمجید» در تویتر- ایکس به نشر رسانده‌اند.

تقریباً به صورت عموم تمامی افراد بررسی شده در این پژوهش، یا با رهبران طالبان عکس‌های یادگاری گرفته و با آن‌ها گفت‌وگو کرده‌اند و یا هم عکس رهبران و فرماندهان طالبان را با «القاب» و «تمجید» در توئیتر - ایکس به نشر رسانده‌اند. البته این فرایند یک‌جانبه نبوده و در مواردی فرماندهان و انفلوئنسرهای طالبان نیز عکس‌هایی از این افراد را به

نشر رسانده‌اند. به عنوان نمونه، جنرال مبین یک انفلوئنسر طالبان و سخنگوی پیشین فرمانده امنیه این گروه در کابل، عکس یکی از افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان را در توئیتر - ایکس خود به نشر رسانده و از حضور او در کابل تمجید کرده است. دوم، برجسته‌سازی گزارش‌های مثبت درباره پیشرفت

محتوای ارسالی این افراد در توئیتر - ایکس، به استثنای یک مورد که آن هم انتقادی خفیف است، نگاه مثبتی به طالبان و دستاوردهای این گروه دارند. همچنان استدلال می‌شود که ماهیت گروه طالبان تغییر کرده و این گروه همانند دور قبل حاکمیت شان رفتار نمی‌کنند

پروژه‌های توسعه‌ای، ارایه خدمات رفاهی برای شهروندان، توجه به کارهای فرهنگی، تأمین امنیت سرتاسری و نبود فساد اداری، در محتواهای نشر شده وجود دارد. تمام محتواهای ارسالی این افراد در توئیتر - ایکس، به استثنای یک مورد که آن هم انتقادی خفیف است، نگاه مثبتی به طالبان و دستاوردهای این گروه دارند.

فقط در باب مکاتب دختران، هرازگاهی این افراد نقدهای توأم با پیشنهاد به طالبان دارند که در بخش بعدی به آن پرداخته خواهد شد. با برجسته‌سازی گزارش‌های مثبت، در پایان، تغییر ماهیت دادن طالبان نیز تبلیغ می‌شود. این افراد استدلال می‌کنند که ماهیت گروه طالبان تغییر کرده و این گروه همانند دور قبل حاکمیت این گروه رفتار نمی‌کنند و ماهیت آن‌ها تغییر کرده است. برای مشاهده نمونه محتوای ارسال شده توسط این افراد، به جدول شماره ۵ مراجعه کنید:

تحلیل	نمونه محتوا	متغیرها	مفاهیم
<p>در این جا دیده می شود که افراد متهم به لابی گری برای طالبان در تویتر- ایکس، عکس هایی از رهبران طالبان و جنگجویان این گروه را به نشر رسانده اند. عکس اول یک جنگجوی طالبان را تحت عنوان «شهید» نشان می دهد که در جنگ با نیروهای مرزی ایران کشته شده است.</p> <p>عکس دوم سخنرانی رهبر طالبان را به مناسبت عید نشان می دهد. در این جا رهبر طالبان به مثابه رهبر مردم افغانستان بازمی نمای شده و از او چهره ای ملی بر ساخته شده است که در این روز خاص سخنرانی می کند.</p> <p>در عکس سوم، ملا یعقوب مجاهد در هنگام سفرش به قطر نمایش داده شده و در عکس چهارم یک فرمانده طالبان که در حال کمک به سیل زده گان می باشد به نشر رسیده است. در این دو عکس، طالبان در حال خدمت به مردم بازمی نمای شده اند.</p>		<p>نشر عکس های رهبران طالبان</p>	<p>سفیدمایی</p>
<p>معمولاً افراد متهم به لابی گری آنلاین برای طالبان در تویتر — ایکس گزارش های مثبتی درباره امنیت، پیشرفت های اجتماعی، آزادی و کارهای زیربنایی به نشر می رسانند. آن ها درباره احساس شان و این که افغانستان به سمتی درست روان است، محتوای تولید شده را منتشر می کنند.</p>	<p>1- مادر جان بعد از سال ها دوری از وطن بلاخره از امریکا به وطن رفته بودند و در برنامه ما از خاطره خوش و خوشحالی شان از برخورد مجاهدین ما حکایت کردند. به هر اندازه که درباره مجاهدین و حکومت ما دروغ پراگنی میکنند به همان اندازه چشم و گوش ملت ما به حقایق باز میشود الحمدالله.</p> <p>2- زما گران او آمن افغانستان! زه چی اوس کوم احساس لرم، د اظهار کولو لغات پی رانه ورک دي. خپل وطن، خپل خپلوان او په گډه د سروبي ماهيانو ته په چکر تلل، نه هیرې دونکې شیبې دي. افغانانو خپل وطن تر ټولې دنيا زیبا دی، دلته اوس امن دی، خوشحالي ده، سوکالي ده، راځئ خپل وطن ته، جار مو سم.</p> <p>3- د سالنگ ټولن رغېدلي بڼه د خږيال له سترگو</p>	<p>گزارش دهی مثبت در مورد طالبان</p>	

<p>افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان معمولاً در پیام‌های رسانه‌ای‌شان به گونه‌ی ضمنی تأکید می‌کنند که طالبان تغییر کرده‌اند. اکنون طالبان صاحب یک دولت‌لند و افرادی وطن‌دوست و ترقی‌خواه‌اند. آن‌ها ارتش و پولیس و امنیت دارند و مردم را تشویش می‌کنند تا به افغانستان آمده و تغییر طالبان را به چشم مشاهده کنند.</p>	<p>1- د هر قوم استازو ته ځای ورکول د هغوی قانوني حق دی. هندوان او سیکهان زموږ د گډې مور - وطن متساوی الحقوق بچیان دي. د هغوی د استازي ټاکنه به د دوی د حقونو، په تېره د غصب شویو ملکیتونو اعاده کې گټوره وي.</p> <p>2- یا د بابنو غونډی. دغه راز - دا د افغانستان د یوه لوی اوبوونکي کانال نوم دی چې لومړي څه باندي سل کیلومتره یې د پراختیا ملي شرکت بشپړ کړي. دا هم د قوش تېبي کانال په اړه د ویديويي رپوټونو د لړۍ لومړۍ کړۍ</p> <p>3- د افغانستان غمیزه په مهاجرت پیل شوي او د مهاجرت په پای ته رسېدو به ټولپيري. خویندو، ورونو؛ لونو، زامنو؛ هېواد لمني ته راستنېدا مو د هېواد د بندېزۍ په فال نیسم او اوبنکي درته نه تویوم وطن په گډو مټو آبادول غواړي</p>	<p>ادعای تغییر گروه طالبان</p>	
--	--	--------------------------------	--

جدول شماره ۵

نمایندگی از منافع

بررسی محتوا نشان می‌دهد که سه متغییر در این بخش برجسته است. در نخست، این افراد به طالبان مشوره‌های سیاسی- اجتماعی می‌دهند تا رژیم آن‌ها دوام آورده و از حوادث سیاسی گذر کند. مشوره آن‌ها بیشتر بر محور بازگشایی مکاتب دختران، ارایه خدمات عمومی، بایدهای تعامل طالبان با جهان و رفتار جنگجویان این گروه با مردم می‌چرخد. در قدم دوم، این افراد مخالفت شدیدی با مخالفان طالبان داشته و با برجسته‌سازی محتواها و گزارش‌های منفی در تلاش‌اند تا جایگاه مخالفان طالبان را کاهش داده و از آن‌ها حیثیت‌زدایی کنند. این مخالفان می‌توانند جبهه‌های نظامی باشند یا مخالفان سیاسی و حتی زنان معترض که دست به اعتراض‌های مدنی در داخل و خارج زده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که این افراد تا آن‌جا بر مخالفت با گروه‌های مخالف طالبان پافشاری می‌کنند که حتی به ابزارهای دشنام‌گویی، خوارپنداری، توهین و نشر گزارش‌های جعلی دست می‌زنند تا وجهت و اعتبار مخالفان طالبان را کم‌رنگ شود.

نکته آخر این که در محتوای نشرشده، افراد متهم به لابی‌گری، مخالف مبارزه نظامی با طالبان و تبلیغ‌کننده روایت «ختم جنگ در افغانستان» هستند. روایت ختم جنگ در افغانستان یکی از روایت‌های طالبان در برابر مخالفان‌شان است و پیوسته این را بعد از تصرف کابل در ۱۵ اگست ۲۰۲۱ در رسانه‌ها و نشست‌های

بین‌المللی تبلیغ می‌کنند. ختم جنگ به این معناست که نباید کسی از راه نظامی با طالبان مقابله کرده و حاکمیت رژیم آن‌ها را به چالش بکشد و مهم‌تر این که جنگ در برابر طالبان مشروعیت ندارد. این افراد از یک‌سو می‌کوشند با مخالفت در برابر مخالفان طالبان — چه نظامی و چه سیاسی — طالبان را در برابر سایر گروه‌ها برجسته کرده و آن‌ها را محق‌تر

این افراد از یک‌سو می‌کوشند با مخالفت در برابر مخالفان طالبان - چه نظامی و چه سیاسی - طالبان را در برابر سایر گروه‌ها برجسته کرده و آن‌ها را محق‌تر بدانند و از سوی دیگر با تبلیغ و برجسته‌سازی «روایت ختم جنگ» مشروعیت مبارزه نظامی با گروه طالبان را تضعیف کنند.

بدانند و از سوی دیگر با تبلیغ و برجسته‌سازی «روایت ختم جنگ» مشروعیت مبارزه نظامی با گروه طالبان را تضعیف کنند. برای مشاهده نمونه محتوای نشرشده به جدول شماره ۶ مراجعه کنید.

مفاهیم	متغیرها	نمونه محتوا	تحلیل
نماینده‌گی از منافع	مشوره‌هی به گروه طالبان	<p>په افغانستان کې هر افغان له مالي ستونزو سره لاس او کړیوان دی. دا د دولت دنده ده چې خپلو خلکو ته کار، تعلیم او راتلونکي هیلې پیدا کړي.</p> <p>1- بیت المال پیسی باید د هیواد په گټه وکارول شي او خپل استعدادونه ضایع نه کړو. افغانستان با استعدادده میرمنو او نارینه وو ته اړتیا لري ترڅو په گډه کار وکړي او خپل هیواد جوړ کړي.</p> <p>2- سوئد را فارسیان از زبان فرانسه وام گرفته اند.افغان‌ها سویدن می نویسند.</p>	<p>افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان معمولاً به این گروه مشوره‌های سیاسی- اجتماعی می‌دهند. آن‌ها خطاب به طالبان می‌گویند که اگر می‌خواهید دوام بیاورید، باید در آجندای سیاسی‌تان نکاتی را در نظر بگیرید. این مشوره‌ها موارد گسترده‌ای را از نظر محتوایی درمی‌گیرد. از مکاتب دختران و پول بیت‌المال گرفته تا این که نام کشور سویدن را سوئد نگویند.</p>

<p>افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان با تمام انواع مخالفت با این گروه مخالف هستند. آن‌ها در فضای مجازی با مخالفان نظامی، مخالفان سیاسی و حتی مخالفان مدنی مانند زنان معترض مخالف هستند و در آخر متوسل به ناسزاگویی و توهین می‌شوند. آن‌ها مقاومت را جعلی خطاب کرده و مخالفت‌های مدنی با طالبان را مخالفت با اصل اسلام می‌دانند.</p>	<p>1- زرمینه پنجشیری پریانی! آیا زن افغان خواستار همین‌گونه "حقوق" است؟ بارها گفته ایم که این‌ها با طالب مشکل ندارند با اسلام و حجاب مشکل دارند!</p> <p>2- حامد سیفی هم خیلی کورنی سره لندن ته رسیدلی. ویاند بی میثم دپیسو په غلا لندن کی په هگیو وویشتل شو او اعتبار یی له لاسه ورکړ. خالد اوحسیب قوای مرکز له پنجشیر نه ایران ته تښتیدلی. مقاومتیان "AFG" کی پرته دخپلو مشرانو له حضوره جگړه نکوی. دمسهود لخوا دقدرت انحصار او د پوستونو ویش</p> <p>3- دمقاومت په نوم جعلی، بی بنسټه یوه پردی‌استخباراتی پروژه اوښته ده. ټولې ادعاګانې یې دروغ اوځمکنی حقیقت نه لري، له ولس غوښتنه کووچې په #سیاسی اوفکري ډول دداسی پردیالومقاومتونو په خلاف کلک دخپل نظام ترشا ودرپړئ، دنظام دپایښت او ټینګښت لپاره په خواله رسنیوکې فکري مبارزه وکړئ!</p>	<p>مخالفت شدید با مخالفان طالبان</p>	
<p>افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان، مخالف شدید مبارزه نظامی در برابر طالبان هستند. آن‌ها جنگ علیه طالبان را نامشروع دانسته و بر «روایت ختم جنگ» تأکید می‌کنند. از این‌ور، مخالفان طالبان را حقیر دانسته و آن‌ها را فاقد مشروعیت سیاسی و نظامی می‌دانند.</p>	<p>1- هغه کسان چی په افغانستان کی بیا جگړه غواري، دوی اکثره یوازي او یوازي غواري چې ولسمشر شي که نه جگړې ته دوام ورکوي. دوی بل سلطنت غواري!</p> <p>1 - A sovereign, peaceful and independent Afghanistan is at the core of peace and stability in the whole region instead of investing in war, it is time for the world to invest in rebuilding Afghanistan after ۲۰ years of bloodshed</p> <p>2- نفرک در فاز عیش و نوش در پاریس! وا به جان اولاد غریب که مثل چوپ سوخت کشته شدند و میشوند!</p>	<p>مخالفت با مبارزه نظامی با طالبان</p>	

جدول شماره ۶

نتیجه گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان، به عنوان انفلوئنسرهای اجتماعی-سیاسی با کم‌تر از یک میلیون دنبال‌کننده، ۱۲ هزار دنبال‌شونده و ۱۲۰ هزار توییت در پلتفرم تویتر-ایکس یک ساختار رسانه‌ای به وجود آورده‌اند که در آن از ارتباطات و فضای مجازی همچون سرمایه اجتماعی در جهت منافع طالبان استفاده کرده و برای این گروه لابی‌گری می‌کنند. بازیگران این ساختارهای رسانه‌ای، از چهار فضای عمومی که عبارت از فضای عمومی طالبان، فضای عمومی افغانستان، فضای عمومی دیاسپورای افغانستان و فضای عمومی جهان است، بهره می‌برند. آن‌ها در این فرایند، به عنوان رابط میان این چهار حوزه عمومی عمل کرده و فضای عمومی طالبان را با فضاهای عمومی دیگر در سطح جهان وصل می‌کنند.

رویکرد چندزبانه در این فرایند یک سرمایه اجتماعی جهت ارتباطات طالبان با جهان بیرون و عادی‌سازی این گروه در جهان پنداشته می‌شود. محتوای نشرشده در تویتر-ایکس توسط این افراد از نظر گسترده‌گی

موضوعات، کاربرد واژگان، روایت‌سازی رسانه‌ای و گرایش‌های سیاسی همپوشانی‌های بسیار دارند؛ اما از منظر گرایش سیاسی تفاوت‌هایی در شیوه نگاه‌ها نسبت به طالبان در دو گرایش یعنی «دینی-مذهبی» و «قومی-سکولار» به چشم می‌خورد. این

رویکرد چندزبانه در این فرایند یک سرمایه اجتماعی جهت ارتباطات طالبان با جهان بیرون و عادی‌سازی این گروه در جهان پنداشته می‌شود

قطب‌بندی گرایش‌ها مجزاء و دور از هم نیستند و در مواردی مرزهای آن‌ها محو شده و به موازات هم حرکت می‌کنند؛ به گونه‌ای که مرز مذهب و قومیت کم‌رنگ شده و این گرایش‌ها باهم تلفیق می‌شوند.

از نظر محتوا افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان، با استفاده از سه مفهوم و نه روش در تویتر-ایکس به طالبان لابی‌گری می‌کنند. در بعد «حمایت»، نخست این افراد خواستار به رسمیت‌شناسی طالبان توسط جامعه جهانی، دولت‌ها و نهادها در سطح منطقه و جهان هستند. آن‌ها تاکید می‌کنند که از نظر سیاسی، جهان راهی جز به رسمیت‌شناسی طالبان به عنوان یک دولت ندارد. دوم، خواستار تعامل سیاسی

با حاکمیت رژیم طالبان در کابل هستند. به این منظور، از نظر فردی، خودشان به حاکمیت رژیم طالبان سفر می‌کنند؛ از نظر نهادی طالبان را به نهادها و برنامه‌ها دعوت می‌کنند و از نظر جهانی، کشورها را در راستای تعامل سیاسی با طالبان تشویق می‌کنند و در قدم سوم، به روایت‌سازی برای این گروه یاری می‌رسانند.

آن‌ها در بخش سفیدنمایی نیز عکس‌هایی از رهبران طالبان را تحت عنوان «امیرالمؤمنین»، «وزیر داخله» و «وزیر دفاع» به نشر می‌سپارند. این فرایند، یک‌جانبه نیست و اعضای طالبان نیز عکس‌های افراد متهم به لابی‌گری برای این گروه را نشر می‌کنند. دوم، به برجسته‌سازی روایت‌های مثبت درباره پیشرفت پروژه‌های توسعه‌ای، ارائه خدمات برای شهروندان، توجه به فرهنگ، تأمین امنیت سرتاسری و نبود فساد اداری در حاکمیت طالبان تلاش می‌ورزند که این خود مصداقی از سفیدنمایی طالبان است. و همچنان نتایج این پژوهش نشان

هرچند شبکه‌های رسانه‌ای افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان در توییتر- ایکس نیمه‌ساختارمند، بسیار نامتمرکز و از لحاظ بازیگران در این ساختارهای رسانه‌ای پراکنده به نظر می‌رسند، اما از نظر محتوا در باب طالبان همپوشانی و شباهت میان آن‌ها وجود دارد

می‌دهد که این افراد مخالفت شدیدی با مخالفان طالبان — از نوع سیاسی، نظامی و مدنی — دارند و این مخالفت‌ها تا جایی‌ست که حتی به ابزارهایی چون دشنام‌گویی، خوارپنداری، توهین، نشر گزارش‌های جعلی نیز دست می‌پایزند تا وجاهت و اعتبار مخالفان طالبان را کم‌رنگ نشان دهند. مخالفت با مبارزه نظامی در برابر طالبان از موارد دیگری‌ست که افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان آن را تبلیغ می‌کنند. این افراد معتقدند که با حضور طالبان، جنگ در افغانستان برای همیشه خاتمه یافته است.

افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان با این ساختارها، بازیگران و محتواها به گونه مستقیم و غیرمستقیم در روایت‌سازی‌های رسانه‌ای برای طالبان، شکل‌گیری و جهت‌یابی افکار عمومی داخلی و جهانی نسبت به طالبان، روابط این گروه با جهان بیرون و تصمیم‌گیری‌های سیاسی تاثیرگذارند. هرچند شبکه‌های رسانه‌ای افراد متهم به لابی‌گری برای طالبان در توییتر- ایکس نیمه‌ساختارمند، بسیار نامتمرکز و از لحاظ بازیگران در این ساختارهای رسانه‌ای پراکنده به نظر می‌رسند، اما از نظر محتوا در باب طالبان همپوشانی و شباهت

میان آنها وجود دارد و به گونه نسبی آنها یک نوع محتوا درباره طالبان به نشر می‌رسانند که شامل سه مفهوم اساسی و نه متغیری است که در بالا شرح داده شد.

محدودیت‌ها

۱. پژوهش در شبکه‌های اجتماعی و بسترهای آنلاین نظر به پیچیده‌گی‌ها و محدودیت‌ها، به نسبت پژوهش در میدان اجتماعی - سیاسی چالش‌های بیشتری دارد. از یک سو این شبکه‌های اجتماعی داده‌های بزرگ و ارزشمندی برای تحقیقات اجتماعی در اختیار پژوهش‌گران قرار می‌دهند و از سوی دیگر، دارای پیچیده‌گی‌ها و محدودیت‌های است که در جریان تحقیق، انتخاب معیارها برای داده‌ها و جامعه نمونه را دشوار می‌کند. یکی از محدودیت‌های این پژوهش، گسترده‌گی و پیچیده‌گی داده‌های جامعه نمونه بود که با توجه به رشد سریع فناوری، معیارهای قبلی و کلاسیک جوابگوی آن نیست. هرچند ذکر این نکته مهم است که این پژوهش مطالعه‌ای در مقیاسی کوچک است که به بررسی یک مسئله نوظهور در حوزه عمومی افغانستان می‌پردازد.

۲. محدودیت دیگر، تازه‌گی و بی‌پیشینه بودن این نوع از تحقیقات مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی در افغانستان است و از این رو هیچ الگو، پیشینه و منابعی در این زمینه وجود ندارد تا پژوهش‌گر از آن بهره‌برد. هرچند نبود منابع مکتوب و پژوهش‌های علمی در افغانستان همواره محسوس است؛ اما در عرصه شبکه‌های اجتماعی و بسترهای آنلاین این ضرورت بیشتر به چشم می‌خورد؛ چراکه از یک سو مردم افغانستان در سراسر جهان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و از سوی دیگر تحقیقات قابل توجهی در این عرصه با تمرکز بر کاربران افغانستانی انجام نشده است.

پیشنهادها

۱. این پژوهش در مقیاسی کوچک انجام شده، در حال که لابی‌گری برای رژیم طالبان یک مسئله بزرگ و اساسی است که نیاز به تحقیقات و پژوهش‌های جدی و بزرگ دارد. پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های کمی و کیفی بیشتری در این زمینه صورت گرفته و زمینه فهم گسترده‌تر آن مساعد شود. صدا البته که با فهم گسترده‌تر این مسئله و فرایندهای آن، می‌توان از یک سو جلو آن را گرفت و از سوی دیگر گزینه‌های مقابله با لابی‌گری برای طالبان را ایجاد کرد. هرچند این یک

فرایند پیچیده و چندبعدی است؛ اما فهم علمی از آن برای بازیگران مخالف طالبان در حوزه عمومی افغانستان بسیار مهم و اساسی پنداشته می‌شود. در واقع یکی از راه‌های رسیدن به یک جامعه ایدئال از مسیر این تحقیقات می‌گذرد و بنابراین می‌بایست این نوع پژوهش‌ها را جدی گرفت.

۲. نظر به تاثیراتی که لابی‌گران طالبان می‌توانند به گونه بالقوه بر جامعه بگذارند، برای روشنفکران حوزه عمومی و بازیگران فعال شبکه‌های اجتماعی پیشنهاد می‌شود که فعالیت‌های‌شان را در عرصه روشن‌گری اجتماعی بیشتر سازند. شاید این تلاش‌ها تأثیرات آنی‌ای نداشته باشد؛ اما قطعاً در درازمدت تأثیر ژرفی بر جامعه می‌گذارد و زمینه‌های یک زیست مسالمت‌آمیز را فراهم می‌کند. از این جهت، مسئولیت مبارزه فرهنگی با لابی‌های طالبان که از یک گروه افراطی- مذهبی حمایت می‌کنند، کار هر فرد جامعه و خصوصاً روشنفکران، پژوهشگران و نویسندگان در حوزه عمومی افغانستان است تا با روشن‌گری، تولید متن، ایجاد تفکر در بسترهای اجتماعی، در امر مبارزه مدنی و فکری برای رسیدن به یک جامعه آزاد همراه و همگام شوند.

۳. پیشنهاد دیگر، دادخواهی نزد نهادها و دولت‌هایی است که افراد متهم به لابی‌گری آنلاین برای طالبان در این کشورها زندگی می‌کنند. از آنجایی که حمایت از طالبان به عنوان یک گروه افراطی- تروریستی می‌تواند مصداق حمایت از تروریسم پنداشته شود، دادخواهی به نهادها و دولت‌های غربی، جهت بازخواست از این افراد اهمیت دارد؛ چراکه تقریباً همه این افراد در کشورهای غربی زندگی می‌کنند و از مزایای یک زندگی مدرن بهره‌مندند. در حال که بنا بر دلایلی که خود در ذهن دارند، از یک گروه افراطی- نظامی حمایت کرده و در شبکه‌های اجتماعی به نفع آن‌ها لابی می‌کنند. برای دولت‌های غربی این می‌تواند مصداق حمایت از تروریسم و افراط‌گرایی مذهبی باشد که خطرش به گونه بالقوه در این کشورها وجود دارد.

۴. و در آخر، چگونه‌گی مواجهه رسانه‌ها با لابی‌گران طالبان و نگاه انتقادی به این افراد است. جای نگرانی است که رسانه‌ها بدون هیچ نوع نگاه انتقادی و دروازه‌بانی، پلتفرم‌های خود را در اختیار این افراد قرار می‌دهند تا آن‌ها با حملیت از رژیم طالبان، دست به لابی‌گری بزنند. برای مدیران رسانه‌ها پیشنهاد می‌شود که در اختیار گذاشتن پلتفرم‌های رسانه‌ای به این افراد بازنگری کرده و در این راستا آگاهانه‌تر عمل کنند و به ژورنالیست‌ها نیز پیشنهاد می‌شود که رویکرد انتقادی خود را در برابر آن‌ها حفظ نمایند.

در باره نویسنده:

ابومسلم خراسانی پژوهشگر مطالعات ارتباطات اجتماعی در دانشگاه لایپزیگ آلمان است. او قبلا به عنوان تحلیل‌گر ارشد در روزنامه هشت‌صبح و چند رسانه دیگر در افغانستان کار کرده است. خراسانی تا قبل از فروپاشی افغانستان به دست طالبان به عنوان استاد مطالعات ارتباطات در دانشگاه رنا مشغول تدریس بوده و حوزه مطالعات او بر روحانیت‌سیاسی، بنیادگرایی اسلامی و تروریسم تمرکز دارد و تا حال ده‌ها مقاله از وی به نشر رسیده است.

ایمیل آدرس: Abumoslem.khorasani@uni-leipzig.de

سپاس‌گزاری:

در این‌جا شایسته است که از رهنمای‌های همیشه‌گی و همکاری‌های همه‌جانبه‌ء دکتر کفایت حمیدی استاد دانشگاه لایپزیگ- آلمان در جریان انجام این پژوهش تشکری کنم. بدون رهنمای، حمایت و بررسی دقیق این پژوهش توسط او؛ نوشتن مقاله‌ء مذکور ممکن نبود. نویسنده‌ء پژوهش در بخش‌های ساختاری و محتوایی از نظریات ارزشمند دکتر حمیدی بهره‌ء زیاد برده است. هم‌چنان سپاس‌گزاری می‌کنم از عتیق ارون‌د که متن فارسی این مقاله را ویرایش و از رامین گمانکر که آن را بازخوانی کرده است.

Resources

1. Belanche, Daniel, Luis V. Casaló, Marta Flavián, and Sergio Ibáñez-Sánchez. 2021. “Building Influencers’ Credibility on Instagram: Effects on Followers’ Attitudes and Behavioral Responses toward the Influencer.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 61:102585. doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102585.
2. De Lassus, Christel, and N. Anido Freire. 2014. “Access to the Luxury Brand Myth in Pop-up Stores: A Netnographic and Semiotic Analysis.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 21(1):61–68. doi: 10.1016/j.jretconser.2013.08.005.
3. Fennell, David A. 2001. “A Content Analysis of Ecotourism Definitions.” *Current Issues in Tourism* 4(5):403–21. doi: 10.1080/13683500108667896.
4. Gargouri, Ilhem. 2023a. “SOCIAL MEDIA: A NEW FORM OF LOBBYING.”
5. Gargouri, Ilhem. 2023b. “SOCIAL MEDIA: A NEW FORM OF LOBBYING.”
6. Hamidi, Kefa. 2015. “Essay: Transformation der Mediensysteme in fragilen Staaten am Fallbeispiel Afghanistan.”
7. Hussaini, Sayed Ali. 2022. “Two Years of the US Agreement with the Taliban; the Peace Agreement or the Cause of the Fall of the ‘Republic’?” *BBC Persian*. Retrieved (<https://www.bbc.com/persian/afghanistan-60554987>).
8. Krippendorff, Klaus. 2018. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Fourth Edition. Los Angeles: SAGE.
9. Margetts, Helen, Peter John, Scott A. Hale, and Taha Yasserli. 2017. *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. First paperback printing. Princeton Oxford: Princeton University Press.

10. McCombs, Maxwell. 2005. "A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future." *Journalism Studies* 6(4):543–57. doi: 10.1080/14616700500250438.
11. Oleshchuk, Petro. 2020. "The Instruments of Modern Media Lobbying." *Future Human Image* 14. doi: 10.29202/fhi/14/6.
12. Ranjbar, Ahmad. 2006. "Lobbying in Legislative Process: how to regulate."
13. Sheldon, Pavica. 2015. *Social Media: Principles and Applications*. Lanham: Lexington Books.

در باره انتشارات

ناشر:

مرکز پژوهش‌های ارتباطات برای تغییرات اجتماعی (EC4SC) انستیتوت
علوم ارتباطات و رسانه در دانشگاه لایپزیگ

<https://www.sozphil.uni-leipzig.de/entwicklungskommunikation>

مسئول:

دکتر کفایت حمیدی

مسئولیت و تعهد:

ناشر، محتوای ارائه شده را با دقت لازم بررسی می‌کنند، اما هیچ‌گونه
مسئولیتی در قبال صحت، کامل بودن یا قانونی بودن مطالب بر عهده
نمی‌گیرد. مسئولیت محتوای مطالب نشر شده صرفاً بر عهده نویسندگان
مربوطه می‌باشد.