

عنوان مقاله:

رهبران افکار در شبکه های اجتماعی (مطالعه موردی رهبران فکری سیاسی در توییتر)

محل انتشار:

دوفصلنامه رسانه و فرهنگ، دوره 11، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

نویسندگان:

سیدمحمدرضا فیاضی بروجنی - مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

حسن خجسته - گروه رادیو، دانشکده تولید، دانشگاه صدا و سیما

خلاصه مقاله:

تکثر و پویایی ارتباطات شبکه ای که بارزترین مصداق آن در بستر شبکه های اجتماعی محقق شده؛ یک گام اساسی به اغلب پژوهش های ارتباطی و تحقیقات مرتبط با حوزه افکار عمومی اضافه کرده است. چیزی که می شود از آن به عنوان مرحله پالایش داده نام برد. پالایشی که هدف از آن مرتب سازی داده ها، حذف اطلاعات پرت و شناسایی روشمند محتوا یا کاربرانی است که به اقتضای موضوع تحقیق به دنبال آن ها هستیم. با توجه به حجم وسیع اطلاعات در شبکه های اجتماعی، برای پالایش داده ها در مقیاس کلان داده، چاره ای جز روی آوردن به رویکردهای میان رشته ای وجود ندارد. بهره گیری تیمی از امکانات رشته هایی نظیر علوم کامپیوتری، ریاضیات و هوش مصنوعی، راهکاری است که در تحقیق حاضر مورد استفاده قرار گرفته تا شبکه ای اختصاصی تشکیل شود. در گام بعد با استفاده از روش تحلیل شبکه، بهینه ترین روش برای شناسایی رهبران افکار سیاسی در بستر توییتر انتخاب شد. اطلاعات کاربران در چهار لایه، مشتمل بر اطلاعات حدود ۷۰۰ میلیون کاربر بررسی شد. سپس با تعریف شاخص هایی برای پالایش داده، شبکه ای اختصاصی و ۹۴ هزار نفره تشکیل داده شد. شش شاخص رتبه بندی برآمده از اجماع نخبگانی به صورت تطبیقی مورد مقایسه قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

رهبران افکار، شبکه های اجتماعی، تحلیل شبکه، کلان داده، توییتر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1377185>

