ایران
■ سال بیست‌وپنجم ■ شماره ۷۱۴۰ ■ یکشنبه ■ ۳ شهریور ۱۳۹۸
editorial@iran-newspaper.com

عکس: ایرنا

شبکه‌های اجتماعی؛ از مطالبه‌گری کاربران تا پاسخگویی مسئولان

تصمیم در اتاق شیشه‌ای

یوسف حیدری
گزارش نویس

حالا دیگر شبکه‌های اجتماعی به یکی از ابزارهای ارتباطی بدون واسطه بین مردم و مسئولان تبدیل شده است. نزدیک‌ترین، سریع‌ترین و ارزان‌ترین راه برای بیان خواسته‌ها و مشکلات و پیگیری آنها شبکه‌های اجتماعی است. توجه افکار عمومی نسبت به یک موضوع و بیان آن در قالب مطالبه‌ای از مسئولان و پاسخ آنها اتفاقی است که یک دهه پیش موضوعی رؤیایی بود. اما حالا با حضور مسئولان دولتی، چهره‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در این شبکه وسیع تصمیمات در اتاقی شیشه‌ای گرفته می‌شود و تبعات آن بسرعت مورد بحث عمومی قرار می‌گیرد.

شبکه‌های اجتماعی البته به هنگام بروز بحران‌ها نیز توانسته‌اند نقش آفرینی کنند که یکی از مصادیق آن فاجعه سیل در ایام نوروز بود؛ یعنی درست زمانی که مطبوعات به تعطیلات نوروزی رفته بودند و صداوسیما نیز قادر به نشان دادن همه ابعاد فاجعه نبود و نمی‌توانست بدرستی عواطف مردم را جهت دهد.

رضا ساکی، روزنامه‌نگار و فعال رسانه‌ای و اجتماعی لرستان یکی از کسانی بود که از نخستین ساعت وقوع سیل در این استان با اطلاع‌رسانی در توئیتر و اینستاگرام توانست افکارعمومی را متوجه عمق فاجعه کرده و در کنار آن مطالبات ساکنان مناطق سیلزده را منتشر کند. او با هشتگ #سیل_لرستان همراه با دیگر فعالان رسانه‌ای توانست حساسیت زیادی در میان مردم و مسئولان نسبت به سیل ایجاد کند. او حالا هم با هشتگ #پاسیل همچنان مطالبات و نیازمندی‌های مردم مناطق سیلزده را از مسئولان دنبال می‌کند.

وی با بیان اینکه در روزهای سیل با استفاده از توئیتر توانست در زمینه خبررسانی و مطالبه گری نقش مهمی ایفا کند، می‌گوید: «بعد از سیل ویرانگر استان گلستان پنجم فروردین سیل مهیب، استان لرستان را فراگرفت و خانه و کاشانه بسیاری از مردم شهرهای دورود، معمولان، خرم آباد و پلدختر را ویران کرد. با توجه به اینکه بسیاری از روزنامه‌ها تعطیل بودند و خبرگزاری‌ها هم فعالیت قبل را نداشتند ما و دیگر فعالان رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی وارد میدان شدیم و توانستیم با فیلم و عکس و متن لحظه‌به‌لحظه حادثه سیل در شهرها و روستاها را به اطلاع مردم و مسئولان برسانیم.

با توجه به اینکه در توئیتر اغلب روزنامه‌نگاران و شخصیت‌های سیاسی و اجتماعی و مسئولان حضور دارند بیشترین تمرکز ما هم توئیتر بود و در اینستاگرام هم فیلم‌های سیل و ویرانی‌های آن را مانند بخش‌های خبری صدا و سیما منتشر می‌کردیم. یکی از فیلم‌هایی که روز اول سیل منتشر کردیم و بازتاب بسیار زیادی در رسانه‌ها از جمله روزنامه ایران داشت مربوط به میزان آب خروجی از دهانه یکی از پل‌های خرم آباد بود که عمق حادثه سیل را نشان می‌داد. اگر قرار بود این حادثه را به شکل نوشتاری منتشر کنیم هیچگاه چنین بازتابی پیدا نمی‌کرد و دبی بالای آب رودخانه کشکان را نشان نمی‌داد. با ساخت هشتگ #سیل_لرستان شروع به تولید محتوا کردیم و این هشتگ بعد از هشتگ سیل گلستان رتبه دوم را به خود اختصاص داد. ما از مخاطبان خواستیم که مطالب این هشتگ را به اشتراک بگذارند. خودم آن روزها معمولاً ۲۵ تا ۳۰ خبر در توئیتر منتشر می‌کردم که برای اولین بار هم چند نماینده مجلس با بازنشر این توئیت‌ها نگاه‌ها را متوجه سیل لرستان کردند و به‌دنبال آن هم مسئولان دولتی مطالبات مردم و کارهایی را که لازم بود پیگیری کردند.»

■ **رسانه گروه‌های خاموش**

«رسانه‌های اجتماعی راهی برای بیان مطالبات گروه‌های خاموش و بی‌صدا هستند، گروه‌هایی که رسانه ندارند. به‌همین دلیل حضور کاربرانی که گرایش اصلاح‌طلبی دارند و نسبت به کاربران اصولگرا کمتر رسانه و تریبونی در اختیار دارند بیشتر است. اصولگرایان که تریبون صدا و سیما را نیز در اختیار دارند تا چند سال قبل کمتر به حضور در شبکه‌های اجتماعی رغبت نشان می‌دادند اما چند سالی است کاربران اصولگرا هم تلاش می‌کنند در شبکه‌های اجتماعی قدرت بگیرند ولی هنوز هم این فضا در دست کاربران اصلاح‌طلب است.»

این بخشی از تحقیقات حسین کرمانی محقق و پژوهشگری است که تحقیقات زیادی درباره شبکه‌های اجتماعی انجام داده و معتقد است عوامل متعددی در کشیده شدن مردم به سوی شبکه‌های اجتماعی و بیان مطالبات در این شبکه‌ها نقش دارند. او می‌گوید: «در ساختار سیاسی و اجتماعی کشور ما که دسترسی راحت به مسئولان و وزرا وجود ندارد و نمی‌توان براحتی و به شکل مستقیم از مسئولان مطالبه‌گری کرد و رسانه‌های جمعی مانند روزنامه‌ها و صدا و سیما نیز نمی‌توانند نقش مطالبه‌گری را به شکل مطلوبی انجام دهند، این شبکه‌های اجتماعی هستند که واسطه مستقیم مردم و مسئولان می‌شوند. یک کاربر عادی در این فضا می‌تواند مشکل و مطالبه خود را در ستون خوانندگان روزنامه مطرح کند اما درصد اینکه مسئول مربوطه این مطلب را ببیند و به آن واکنشی نشان بدهد کم است درحالی که در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی که روز به روز مسئولان سیاسی، اجتماعی و فرهنگی حضورشان در آن پررنگ‌تر می‌شود، می‌توان خواسته‌ها را در برابر انظار قضاوتگر جمعی مطرح کرد.»

وی ادامه می‌دهد: «البته در کشورهای توسعه یافته هم که مردم براحتی می‌توانند مسئولان را ببینند و حتی با آنها دوچرخه سواری کنند، خیلی از مسائل و مطالبات در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود. چون این یک راه سریع و ارزان برای برقراری ارتباط و گفت‌وگو با مسئولان است که در اختیار مردم قرار گرفته است. امروز با توجه به حضور رئیس جمهوری و وزرای دولت همچنین اعضای شورای شهر و معاونان رئیس جمهوری در توئیتر این فرصت در اختیار مردم قرار دارد که براحتی مطالبه خود را با مسئولان در میان بگذارند. چندی قبل وقتی خانم مولاوردی دستیار رئیس جمهوری در امور حقوق شهروندی توئیتی منتشر کرد، یکی از شهروندان مطلبی را در زیر این توئیت نوشت و خانم مولاوردی چند دقیقه بعد به مطالبه این شهروند پاسخ داد؛ اینکه صدای ما بلافاصله به گوش مسئول مربوطه می‌رسد و آن مسئول هم سریع پاسخ می‌دهد علاوه بر جذابیت، این حس را ایجاد می‌کند که در تصمیم گیری‌های کلان می‌توانیم اثرگذار باشیم.»

شرط سعادت یک جامعه در وهله اول ارتقای آگاهی عمومی است. شبکه‌های اجتماعی باعث شده است بخشی از قدرت دولت‌ها به مردم و جامعه منتقل شود و این همان توزیع قدرتی است که دموکراسی به‌دنبال تحقق آن است. در این راستا، دکتر محمدمهدی فرقانی استاد علوم ارتباطات و رسانه با بررسی شبکه‌های اجتماعی از دو جنبه مثبت و منفی آن حضور مسئولان دولتی و حاکمیتی در شبکه‌های اجتماعی را ناگزیر می‌داند و معتقد است باید پا به پای تحولات جلو رفت و مسئولان از این فضا و ظرفیت برای پاسخگو بودن و رصد مطالبات مردم استفاده کنند. وی جنبه مثبت شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی را اطلاع‌رسانی و بالا رفتن مطالبه گری، پاسخگو شدن مسئولان، عدم امکان پنهان‌کاری و تاباندن نورافکن بر اعماق و زوایای جامعه برشمرده و می‌گوید: «طبیعتاً دولتمردان و سیاستمداران مجبور می‌شوند مطالبات مطرح شده در شبکه‌های اجتماعی را ببینند و با جدی گرفتن آنها پاسخگو باشند. فضای مجازی اجازه نمی‌دهد خیلی از مسئولان بی‌تفاوت از کنار مسأله‌ای عبور کنند و این خیلی مثبت است. مردم صدا پیدا می‌کنند و این صدا شنیده می‌شود، واقعیت‌های جامعه دیده می‌شود و زمانی که افکارعمومی روی این واقعیت‌ها حساس می‌شود دیگر امکان اینکه مسئولی بی‌تفاوت بماند و مشکلات را نادیده بگیرد وجود ندارد. این امر یک پدیده جهانی است و شیوه حکومت‌داری را نیز تغییر داده است.» وی در ادامه می‌گوید: «در کشورهایی که خیلی عادت به پاسخگویی نیست یا با دولت‌های دموکراتیک اداره نمی‌شوند وجود شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی مشکلات زیادی را برای حکومت‌ها به وجود می‌آورد. برای اینکه آنها عادت به پاسخگویی و دیده و شنیده شدن مردم را نداشته و علاقه‌ای به دیدن واقعیت‌ها و پاسخگویی ندارند. اما در کشورهایی که با روش‌های دموکراتیک اداره می‌شوند این موارد و مشکلات کمتر دیده می‌شود. وقتی شهروندان دارای صدا شدند، دارای قدرت هم می‌شوند و ما شاهد توزیع قدرت در سطح جامعه خواهیم بود. یعنی از قدرت حاکمیت کاسته شده و به قدرت افکارعمومی اضافه می‌شود.

اما اگر بخواهیم به جنبه منفی شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی نگاه کنیم با بحران‌هایی در جامعه مواجه می‌شویم که منشأ آنها اخبار فیک و جعلی و گاهی ساختگی و تحلیل‌های نادرست است. این بحران‌ها کار را برای دستگاه حاکمیت رسمی مشکل می‌کند. به این شکل که دولت باید با رها کردن کارهای مهم کشور به‌دنبال پاسخگویی به اخبار جعلی و فیک در فضای مجازی باشد و این لطمه بزرگی به خدمتگزاری یک دولت وارد می‌کند. گاهی اوقات این اخبار و تحلیل‌ها به عمد برای بحران‌سازی منتشر می‌شود تا افکار عمومی را دچار تشویش کنند.

وقتی یک خبر جعلی در فضای مجازی به شکل یک پدیده عمومی و بحران عمومی بازتاب داده می‌شود جامعه را دچار اضطراب و تنش می‌کند. به‌طور مثال، سال‌ها قبل یک مأمور خاطی در گوشه‌ای از کشور خطایی را مرتکب می‌شد و این خطا بازتاب عمومی پیدا نمی‌کرد. چهار نفر سینه به سینه آن را منتقل می‌کردند و در نهایت در یکی از روزنامه‌ها هم منتشر می‌شد و عده کمی از آن مطلع می‌شدند. بالطبع این خطا به بحران تبدیل نمی‌شد اما در شرایط فعلی این پدیده‌های کوچک به شکل یک بحران و مسأله عمومی بازتاب داده می‌شوند یا مثلاً درخت خشکیده‌ای که شهرداری برای جلوگیری از سقوط آن روی مردم و خودروها مجبور به قطع آن می‌شود در شبکه‌های اجتماعی تحت عنوان قطع درختان توسط شهرداری و بی‌توجهی به فضای سبز بازتاب پیدا می‌کند و در نتیجه قضاوت‌های عجولانه و نامعقول را در پی دارد. این پدیده‌های متعارف و مثبت و منفی در کنار هم کار حکمرانی و مدیریت جامعه را دشوار کرده‌اند گرچه معتقدم جنبه مثبت آن بیشتر و بهتر است و می‌تواند پنهان کاری‌ها را به حداقل برساند و خیلی از واقعیت‌ها را که راهی به رسانه‌ها پیدا نمی‌کردند امروز در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی براحتی منتشر شوند.»

■ **پاسخگو بودن دولت**

اینکه چرا مردم مطالبات خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی بیان می‌کنند، می‌تواند درنتیجه بی‌اعتمادی یا کم اعتمادی به رسانه‌های رسمی مانند صداوسیما باشد. رضا ساکی با تشریح این بی‌اعتمادی می‌گوید: «وقتی دوربین رسانه‌های رسمی سراغ مردم نمی‌آید و واقعیت را منعکس نمی‌کند، مردم سراغ شبکه‌های مجازی می‌روند. اگر فیلم حادثه سیل دروازه قرآن شیراز قرار بود از شبکه‌های رسمی پخش شود ممکن بود با چند ساعت تأخیر این امکان به‌وجود بیاید یا همه واقعیت نشان داده نشود اما این فیلم در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد و در چند ساعت همه مردم حتی خارج از کشور نیز متوجه عمق فاجعه شدند.

امروز سرعت شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی باعث شده مردم به شکل مستقیم مطالبات خود را در این فضا منتشر و پیگیری کنند. فضای توئیتر با توجه به حضور روزنامه نگاران و مسئولان دولتی و شخصیت‌های سیاسی جای مناسبی برای مطالبه گری است و مسئولان نیز بدون واسطه در جریان خواسته‌های مردم قرار می‌گیرند. وقتی دوربین رسانه‌های رسمی سراغ مردم نمی‌آید و واقعیت را منعکس نمی‌کند، مردم سراغ شبکه‌های مجازی می‌روند

امروز سرعت شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی باعث شده مردم به شکل مستقیم مطالبات خود را در این فضا منتشر و پیگیری کنند. فضای توئیتر با توجه به حضور روزنامه نگاران و مسئولان دولتی و شخصیت‌های سیاسی جای مناسبی برای مطالبه‌گری است و مسئولان نیز بدون واسطه در جریان خواسته‌های مردم قرار می‌گیرند. ما نیز با توجه به حضور مسئولان و چهره‌های سیاسی و اجتماعی هشتگ پاسیل را در توئیتر به راه انداخته‌ایم و مطالبات مردم این مناطق و کارهایی را که باید انجام شود، مطالبه می‌کنیم.»

تأثیر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و پاسخگو بودن دولت، دستاوردی است که رضا ساکی با اشاره به آنها می‌گوید: «برخی از مسئولان دولتی در همین شبکه‌های اجتماعی مطالبات مردم را پیگیری کرده و وارد میدان شدند و تا آنجایی که توان داشتند در بخش‌هایی هم کمک کردند و همچنان نیز برخی از مسئولان دولتی در رفت و آمد به استان لرستان و پیگیری وضعیت مردم سیلزده هستند. البته دولت نباید منتظر انتشار و هشتگ‌سازی در شبکه‌های اجتماعی یا فضای مجازی باشد. مسئولان استانی که به‌عنوان نماینده دولت حضور دارند باید با کمک گرفتن از خبرنگاران برای نحوه کمک‌رسانی و برآورد هزینه‌ها و جلوگیری از تنش‌های اجتماعی، فرهنگی و محیط زیستی چاره‌اندیشی کنند.

ما در شبکه‌های اجتماعی تلاش کردیم این باور را به وجود بیاوریم که ۴۰ درصد استان لرستان در سیل ویران شد و زندگی بسیاری از مردم شهرهای معمولان و دورود و پلدختر از بین رفت. ما در پساسیل هم همچنان با حساسیت مطالبات مردم را منعکس و پیگیری می‌کنیم ولی متأسفانه بسیاری از رسانه‌ها و صدا و سیما بعد از مدتی مردم سیلزده را فراموش کردند و در میان روزنامه‌ها تنها روزنامه ایران است که هنوز در منطقه حضور دارد و مشکلات مردم را منعکس می‌کند.»

حسین کرمانی که با تحلیل محتوای سه میلیون توئیت در زمان انتخابات ۹۶ ریاست جمهوری مطالبات مردمی را مورد بررسی قرار داده است با بیان اینکه اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی در زمان انتخابات کاملاً مشهود بود، می‌گوید: «مردم چیزهایی را که نمی‌توانستند در رسانه‌های رسمی مطالبه کنند در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌کردند. بسیاری از این مطالبات در همان شعارهای انتخاباتی دکتر روحانی نیز بیان می‌شد و مردم می‌خواستند که این شعارها محقق شود. در زمان انتخابات، دکتر روحانی اصرار داشتند رسانه‌های اجتماعی فیلتر نشوند و نتیجه آن نیز در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس شورای اسلامی مشخص شد. با تحقیقاتی که در ارتباط با توئیتر انجام داده‌ایم به این نتیجه رسیده‌ایم با وجود آنکه تعداد کاربران واقعی این شبکه اجتماعی در ایران مشخص نیست، اثرگذاری آن کاملاً مشهود است. یکی از دلایل اثرگذاری آن حضور مسئولان دولتی و غیردولتی در این شبکه است. از آنجایی که توئیتر رسانه‌ای تقریباً نخبه‌گراست بسیاری از مسئولان ترجیح می‌دهند در این فضا حرف‌های مردم را رصد کنند و از مطالبات آنها آگاه شوند. ماجرای آقای دوربینی و حجت‌الاسلام قرائتی یکی از صدها نمونه اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی است. در یکی از برنامه‌های سخنرانی آقای قرائتی که از صدا و سیما پخش می‌شد وقتی ایشان آقای دوربینی را از جلسه بیرون کرد بلافاصله مردم در شبکه‌های اجتماعی هشتگ #آقای دوربینی به راه انداختند و باعث شدند تا در کمتر از ۲ روز آقای قرائتی در یک ویدئو و حتی در رسانه ملی از آقای دوربینی عذرخواهی کند.»

مطالبه‌گری در شبکه‌های اجتماعی

وقتی فقط یک توئیت با رئیس جمهوری فاصله داریم

مریم طالشی
گزارش نویس

امشب قرار است طوفان راه بیفتد. این طوفان البته با آن طوفانی که شما در ذهن دارید فرق دارد. قرار نیست درختی بشکند یا شیشه‌ای خرد شود، البته اثر این طوفان به مراتب بیشتر است. اگر اهل توئیتر باشید، الان موضوع را گرفته‌اید و می‌دانید هدف طوفان‌های توئیتری چیست. هرچه بیشتر با هشتگ مورد نظر توئیت و بازتوئیت کنید، امکان اینکه هشتگتان ترند شود بیشتر است، آن وقت است که می‌توانید امیدوار باشید مطالبه شما به‌گوش کسانی که باید، خواهد رسید.

اما شما می‌خواهید مطالبه‌تان را به‌گوش چه کسانی برسانید؟ این سؤال مهمی است. قطعاً کسانی که تأثیرگذاری بیشتری دارند و شما را به هدفتان نزدیک می‌کنند؛ کسانی مثل وزیران و نمایندگان مجلس و حتی خود رئیس جمهوری. تا چند سال پیش اینکه مطالبه خود را در شبکه‌های اجتماعی پیگیری کنید، چندان مرسوم نبود. اصلاً کسی امیدوار نبود بتواند از این راه مطالبه‌گری کند. شاید به خاطر همین هم بود که کمتر در شبکه‌هایی مثل فیس‌بوک یا توئیتر شاهد مطالبه‌گری اجتماعی یا سیاسی بودیم. بیشتر کاربران به روزمره‌نویسی روی آورده بودند و کسی هم حوصله خواندن مطالب جدی در چنین فضاهایی را نداشت.

در چند سال اخیر اما ورق برگشت. ورود روزنامه‌نگاران و فعالان سیاسی و اجتماعی به شبکه‌های اجتماعی و بخصوص توئیتر، فصل جدیدی را برای مطالبه‌گری آغاز کرد. کاربران دیگر هم بودند که می‌خواستند از این راه صدای خودشان را به گوش دیگران برسانند. با ورود مسئولان به فضای توئیتر، مطالبه‌گری در شبکه‌های اجتماعی وارد فاز دیگری شد. مواجهه با مسئول و مدیری که در شرایط عادی دیدارش ممکن نیست، تجربه جالبی برای کاربران بود، خصوصاً برخی که سعی کردند فاصله‌شان را هرچه بیشتر با کاربران کم کنند و خود را یکی از آنها بدانند. نمونه بارزش وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات یا به اصطلاح همان «وزیر جوان» که او را وزیر توئیتری هم می‌دانند. آذری جهرمی که خودش دهه شصتی است، بین دیگر مسئولان بیشترین ارتباط را با فضایی برقرار کرده که یک جورهایی در قبضه دهه شصتی‌هاست؛ از غرولندهای شبانه‌روزی‌شان گرفته تا مطالبات جدی در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی. می‌خواهید حرفتان را به گوش مسئولان برسانید، ساده‌ترین راهش این است که مطالبه‌تان را توئیت کنید و اسم مسئولی را که مد نظرتان است زیرش منشن کنید.

با گشتی در فضای توئیتر متوجه می‌شوید حسن روحانی، رئیس جمهوری و جواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات، بیشترین آمار منشن زیر توئیت‌ها را دارند. ممکن است این کار حتی تیری در تاریکی به نظرتان بیاید اما به هرحال بی‌تأثیر هم نبوده و در برخی موارد حتی به انجام اقدامات مؤثری منجر شده است.

حتی اگر مسئول مربوطه در توئیتر حضور نداشته باشد هم می‌توانید مطمئن باشید، قضیه بالاخره از یک راهی به گوشش خواهد رسید، البته اگر به اصطلاح خودمان شبکه‌های اجتماعی راترکانده باشد.

نمونه بارز مطالبه‌گری در شبکه‌های اجتماعی در رابطه حق ورود زنان به ورزشگاه است که کاربران با هشتگ‌هایی نظیر #زنان_ورزشگاه برای بیان این مطالبه تلاش کردند.

نتیجه اینکه گروهی از زنان توانستند در بازی ایران-بولیوی در مهرماه ۹۷ در ورزشگاه حضور داشته باشند که البته به خاطر گزینشی بودن ورود آنها، مورد انتقاداتی هم قرار گرفت اما به عقیده خیلی‌ها در همین حد هم فتح بابی بود برای اینکه پای زنان به استادیوم باز شود. بازی بعدی که شاهد حضور زنان بود، فینال لیگ قهرمانان آسیا بین تیم‌های پرسپولیس و کاشیمای ژاپن بود که این بار هم عده‌ای از زنان به‌صورت گزینشی و هم عده‌ای به‌صورت آزاد وارد ورزشگاه شدند. حالا اما با اینکه هنوز آزادی ورود زنان به ورزشگاه محقق نشده، این مطالبه‌گری در شبکه‌های اجتماعی، امید کاربران را به پیگیری مطالبات از این راه بیشتر کرده است.

مطالبه‌گری در شبکه‌های اجتماعی، صدای مردم را در دوردست‌ترین نقاط کشور به گوش مسئولان رساند؛ آن هم در شرایطی که شاید خیلی مسائل آنقدر پررنگ نمی‌شد که برای حل آن چاره‌اندیشی شود.

نوید برهان زهی، فعال اجتماعی سیستان و بلوچستان و چهره تأثیرگذار توئیتر در این باره این‌طور می‌گوید: «من در توئیتر شروع کردم در کنار معرفی جاذبه‌های گردشگری و زیبایی‌های سیستان و بلوچستان، از دردها و مشکلات هم گفتن که اتفاقاً در بسیاری موارد نتیجه بخش هم بود. نمونه‌اش سال ۹۵ بود که سیل در جنوب استان مشکلات زیادی را در شهرهای ایرانشهر و قصرقند به وجود آورده بود. شروع کردم به نوشتن در این باره و بعد مسئولان دولتی آمدند و کمک کردند یا دو سال پیش تابستان ۹۶ کل استان مشکل برق داشت و در این باره در توئیتر می‌نوشتیم. اولش تکذیب کردند و گفتند مشکلی وجود ندارد اما بعد خود رئیس جمهوری دستور پیگیری داد و مشکل حل شد.

درباره مشکلات آب استان هم همیشه می‌نویسیم. خودم از دو سال پیش درباره هوتگ‌ها مدام می‌نویسم و اینکه منبع تأمین آب در برخی نقاط منطقه بلوچستان است. جالب است بدانید که خود دولتی‌ها از وجود هوتگ‌ها یا همان گودال‌هایی که برای ذخیره آب باران است، خبر نداشتند و ما این موضوع را به‌گوششان رساندیم. در رابطه با بحث‌های کلان مثل حقابه هامون هم بچه‌های سیستان و بلوچستان هشتگ حقابه را راه انداختند و ما همراهی کردیم که کاملاً مؤثر بود و الان می‌بینیم که این موضوع در وزارت امور خارجه پیگیری می‌شود و با مسئولان افغانستان جلسات متعددی در این رابطه برگزار شده و مشکل حقابه خوشبختانه در حال حل شدن است.»

توئیت‌های مطالبه گرانه دیگر حکم تیری در تاریکی را ندارند چرا که اگر بجا باشند و به شکل مناسبی در شبکه‌های اجتماعی بازنشر داده شوند می‌توانند به ایجاد تحولات بزرگی منجر شوند

برهان زهی همچنین از روستاهایی می‌گوید که پس از مطالبه‌گری در شبکه‌های اجتماعی مورد توجه مسئولان قرار گرفتند: «من درباره روستای «درک» می‌نوشتم و جاذبه‌های این منطقه را معرفی می‌کردم. یک روز مشاور آقای آذری جهرمی با من تماس گرفت و پرسید این روستا اینترنت دارد یا نه؟ گفتم ندارد و اتفاقی که افتاد این بود که روستا بعد از چند ماه دارای اینترنت شد. همین‌طور درباره روستای «گلپورگان» نوشتم و اینکه مردم اگر اینترنت داشته باشند می‌توانند خودشان برای فروش و ارسال صنایع دستی‌شان اقدام کنند. بعد از یک ماه این روستا هم از خدمات اینترنت بهره‌مند شد. در حال حاضر هم بحث گاندو و حمله به کودکانی را مطرح کردیم که رفته بودند از برکه آب بردارند. حالا هم دارد کارهایی برای حل این مشکل انجام می‌شود و قرار است مجتمع تصفیه آب که در روستای محل زندگی گاندوها ساخته شده، به بهره‌برداری برسد. البته بعضی وقت‌ها درباره مشکلاتی می‌نویسیم و مسئولان هم می‌شنوند اما واکنش چندانی نشان نمی‌دهند اما معمولاً وقتی زیاد درباره مشکلی نوشته می‌شود، نمی‌توانند واکنش نشان ندهند.»

با این احوال می‌شود گفت توئیت‌های مطالبه گرانه دیگر حکم تیری در تاریکی را ندارند، چرا که اگر بجا باشند و به شکل مناسبی در شبکه‌های اجتماعی بازنشر داده شوند، می‌توانند به ایجاد تحولات بزرگی منجر شوند. در هر حال حس خوبی است اینکه بدانیم با مسئول مورد نظرمان، فقط یک توئیت فاصله داریم.

من در توئیتر در کنار معرفی جاذبه‌های گردشگری و زیبایی‌های سیستان و بلوچستان، از دردها و مشکلات هم نوشتم که اتفاقاً در بسیاری موارد نتیجه بخش هم بود. نمونه‌اش سال ۹۵ بود که سیل در جنوب استان مشکلات زیادی را به وجود آورده بود. شروع کردم به نوشتن در این باره که مسئولان دولتی آمدند و کمک کردند یا تابستان ۹۶ کل استان مشکل برق داشت و در این باره در توئیتر می‌نوشتیم.