

## Research Paper

# Representation of the Central Slogan of the Fourteenth Government among Social Media Users (Case study: Persian Twitter)

Mohammad Rahbari<sup>1</sup>, Hoda Emami<sup>2</sup>, Hadi Safari<sup>3</sup>

Received: Apri. 18,2025 Accepted:Jun. 14,2025

### Abstract

Avoiding "conflict" and discord was a central theme for Masoud Pezeshkian during the campaign for the 14th presidential election. He stressed that the nation's problems would be solved when "we stop fighting each other." After his victory, this idea crystallized into the concept of "consensus," becoming the core theme and slogan of his government. Following the cabinet's vote of confidence and the government's launch, Pezeshkian's tweet with the keyword "consensus" sparked widespread discussion among the public, media, and political and civic activists. The key question is: what understanding of consensus has emerged among political groups?

To explore this, Persian Twitter data, where diverse political groups are active, was analyzed using a mixed-method approach, combining content analysis and social network analysis (SNA). The findings show that Twitter users' perceptions of consensus are varied and somewhat conflicting, shaped by their political leanings. Two main views of consensus emerged: the first sees it as tied to political appointments. Conversely, some government critics define consensus as fulfilling societal demands, specifically highlighting issues like changes in filtering laws and hijab policies as symbols of these demands. According to these findings, at least among Twitter's political and civic activists, consensus does not mean "shared problem-solving."

**Keywords:** Consensus , Government , Twitter , Media representation

<sup>1</sup>- PhD Student, Political Science Department, Faculty of Law and Political Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding Author), [mh.rahbari90@gmail.com](mailto:mh.rahbari90@gmail.com)

<sup>2</sup>- PhD Candidate in Political Sociology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: [emamihoda62@gmail.com](mailto:emamihoda62@gmail.com)

<sup>3</sup>- PhD Student, IT Management Department, Faculty of Management & Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

## Introduction

During the 14th Iranian presidential election, Masoud Pezeshkian emphasized resolving national issues through unity, famously stating, “We must stop fighting each other.” After his victory, this idea crystallized into “consensus,” becoming his government’s core theme and a key criterion for cabinet appointments. By involving diverse groups and fostering agreement on critical issues, Pezeshkian aimed to address Iran’s major crises. Following the cabinet’s vote of confidence, “consensus” became a focal point of discussion among the public, media, and activists.

Scholars, politicians, and journalists have debated the concept, often framing it based on Pezeshkian’s speeches. However, public perceptions of consensus may differ from these elite interpretations, a nuance often overlooked. This study investigates how society and political groups understand consensus, how related policies are perceived, and whether all political factions engage with the concept. Understanding these perceptions is vital, as public support is essential to advancing this idea.

For Pezeshkian, consensus means agreement and practical collaboration across diverse groups, transcending ethnic, religious, and political divides to unite citizens under a cohesive nation-state. He views elite consensus as key to security and welfare, promoting social integration and reducing inequalities. However, public and political groups may interpret consensus differently, potentially viewing it as a mere campaign slogan or an unrealistic goal.

To explore this, the study analyzes Twitter, a platform with significant political discourse, using big data to uncover elite and public views on consensus, despite its limitations in representing all of Iran.

## Methodology

This study employs a mixed-method approach, combining temporal analysis, social network analysis (SNA), and quantitative content analysis to examine Twitter users’ engagement with the concept of “consensus” over time, identify political groups using the term, and assess their attitudes through keyword analysis. Data, including tweets and retweets with the keyword/hashtag “consensus,” was collected via data mining from August 7 (the government’s start) to November 21, with a separate analysis post-cabinet confidence vote from September 7.

Temporal analysis compared tweet, reply, quote, retweet, and like counts across periods to gauge attention to “consensus,” with peak moments flagged as key events. SNA mapped retweet networks to reveal information flow, using graphs where nodes

represent users and edges indicate retweets, weighted by number of retweets. Node importance was assessed via PageRank centrality, with community detection performed using the Louvain algorithm. Graphs were visualized using Gephi and Force Atlas 2.

Quantitative content analysis examined tweet content by counting word frequencies to identify dominant themes per political group. This word-cloud approach highlighted key topics, revealing how different political leanings interpret “consensus.” The methodology effectively uncovers temporal trends, network structures, and thematic priorities in Twitter discourse.

## Findings

The study outlines Twitter users’ interpretations of “consensus” by political affiliation. Conservative government opponents frequently called consensus “hypocrisy,” linking it to appointments and criticizing reformists’ roles as factional, with this narrative intensifying post-September. They faulted Mohammad Bagher Qalibaf for enabling the cabinet’s confidence vote and contrasted the current government’s approach with Raisi’s era, deeming it contradictory to consensus.

Moderate and reformist government supporters celebrated the cabinet’s approval, associating consensus with a presidential tweet on August 31 framing it as national unity. They criticized Saeed Jalili’s team for obstructing consensus, rejected collaboration with him, and condemned opponents’ use of “hypocrisy” as anti-consensus. They praised the leadership’s support for consensus, critiqued appointments tied to Jalili, and emphasized lifting social media filtering as vital for consensus.

Transformation-seekers, opposing the Islamic Republic, argued that addressing hijab and filtering was essential for societal consensus, dismissing government efforts as elite power-sharing. They often used “national,” advocating consensus with society over political factions, and viewed the government as led by the leadership, not Pezeshkian.

The term “Israel” appeared frequently among transformation-seekers amid Iran-Israel tensions, but their comments on “consensus” and “Israel” were varied, lacking a unified theme. Overall, consensus was divisive: opponents saw it as deceptive, supporters as unifying, and transformation-seekers as inadequate without societal reforms, highlighting polarized political discourse.

## Conclusion

The study finds that Twitter users' attention to "consensus" waned over time, peaking after the cabinet's confidence vote and a presidential press conference, aligning with reduced media coverage of the president's statements. This suggests that consensus did not sustain broad public interest as anticipated. Data shows that conservative government opponents produced the most content on consensus, framing it antagonistically as "hypocrisy" tied to appointments and the cabinet vote. Reformists and government supporters, the second most active group, welcomed consensus with supportive themes but also linked it to appointments. Transformation-seekers, critical of the Islamic Republic, viewed consensus skeptically.

Two primary perceptions of consensus emerged: first, both opponents and supporters often equated it with appointments, influenced by the president's "national consensus government" rhetoric during the cabinet vote, which conflated the two concepts. Pezeshkian's vision of consensus includes elite agreement, practical convergence, and diverse representation, reinforcing this perception. Second, some reformists and transformation-seekers saw consensus as fulfilling societal demands, notably on filtering and hijab, echoing elite calls for "consensus with society" and Pezeshkian's emphasis on citizens' rights and dialogue.

Despite efforts to foster unity, some Twitter users weaponized consensus to attack rivals, paradoxically deepening divisions, with opponents frequently using "hypocrisy" instead of "consensus." Only some reformists grew closer to the political establishment, particularly the leadership, under this concept, while many outside these groups remained disengaged. The appointment-centric perception, amplified by government actions like the economy minister's impeachment, rendered consensus fragile. Twitter's polarized nature further entrenched conflicting interpretations, framing consensus as a source of discord rather than shared problem-solving, contrary to its intended meaning.

## Bibliography

- Ali Rabiei. (2025, January 18). Embrace National Unity. Etemad Newspaper (In Persian).
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2020). *The Social Construction of reality: a Treatise in the Sociology of Knowledge*. (F. Majidi, Trans). Tehran: Elmi Farhangi publication (In Persian).
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R., & Lefebvre, E. (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 2008(10), P10008.

- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Emmons, S., Kobourov, S., Gallant, M., et al. (2016). Analysis of network clustering algorithms and cluster quality metrics at scale. *PLoS ONE*, 11(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159161>
- Fay, B. (1996) *Contemporary philosophy of social science : a multicultural approach*. Oxford, Uk ; Cambridge, Mass: Blackwell.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- ghajari H, babaei O. (2020). Sociological explanation of social solidarity in Shahrekord. *refahj*. 20(78), 109-136.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Iran Online. (2024, December 3). *Zarif: Consensus means learning to listen more than we talk*. Iran Online| INN. <https://inn.ir/news/81839> (In Persian).
- Isenberg, D. J. (1986). Group polarization: A critical review and meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(6), 1141-1151.
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- K. W. Spence & J. T. Spence (Eds.), *The Psychology of Learning and Motivation: Advances in Research and Theory* (Vol. 2, pp. 47-89). Academic Press.
- K. W. Spence & J. T. Spence (Eds.), *The Psychology of Learning and Motivation: Advances in Research and Theory* (Vol. 2, pp. 47-89). Academic Press.
- Khazraee, E. (2019). Mapping the political landscape of Persian Twitter: The case of 2013 presidential election. *Big Data & Society*, 6(1), 205395171983523. <https://doi.org/10.1177/2053951719835232>
- Khazraee, E. (2019). Mapping the political landscape of Persian Twitter: The case of 2013 presidential election. *Big Data & Society*, 6(1), 205395171983523. <https://doi.org/10.1177/2053951719835232>

- Mohammad Afzali. (2025, February 4). *Ettehad-e Mellat Party: The government of national unity created an unprecedented foundation for reducing political tensions*. IRNA News Agency. <https://irna.ir/xjSNgX> (In Persian).
- Page, L., Brin, S., Motwani, R., & Winograd, T. (1999). The PageRank citation ranking: Bringing order to the web. *Technical Report 1999-66, Stanford InfoLab*.
- Page, L., Brin, S., Motwani, R., & Winograd, T. (1999). The PageRank citation ranking: Bringing order to the web. *Technical Report 1999-66, Stanford InfoLab*.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Books Limited.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Books Limited.
- Rahbari, M. (2024). *Twitterization of Politics*. Tehran: Agar Publication (In Persian)
- Rahbari, M. , Delavari, A. and Safari, H. (2023). Twitter, echo chamber and intensifying political polarization Case study: reactions of Persian Twitter users to events in Iran (years 1400-1401). *Cultural Studies & Communication*, 19(70), 241-271. doi: 10.22034/jcsc.2023.1982672.2625
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Saal-Roundian, S. (2015). Evaluation of Educational Innovation Based on Rogers' Diffusion of Innovation Theory. *Journal of Educational Technology*, 12(3), 45-59.
- Saal-Roundian, S. (2015). Evaluation of Educational Innovation Based on Rogers' Diffusion of Innovation Theory. *Journal of Educational Technology*, 12(3), 45-59.
- Seyede Azade Emami. (2024, November 16). *National Accord: From Idea to Realization/Pezhshkian Keep his Promise*. IRNA News Agency. <https://irna.ir/xjS6YH> (In Persian)
- Tajfel, H., & Turner, J. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. In M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Intergroup relations: Essential readings* (pp. 94–109). Psychology Press.
- Tajfel, H., & Turner, J. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. In M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Intergroup relations: Essential readings* (pp. 94–109). Psychology Press.
- Turki, T., & Roy, S. S. (2022). Novel hate speech detection using word cloud visualization and ensemble learning coupled with count vectorizer. *Applied Sciences*, 12(13), 6611. <https://doi.org/10.3390/app12136611>
- Turki, T., & Roy, S. S. (2022). Novel hate speech detection using word cloud visualization and ensemble learning coupled with count vectorizer. *Applied Sciences*, 12(13), 6611. <https://doi.org/10.3390/app12136611>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584-590.

## مقاله پژوهشی

# ادراک از شعار محوری دولت چهاردهم در میان کاربران شبکه‌های

## اجتماعی (مطالعه موردی: تویتر فارسی)

محمد رهبری<sup>۱</sup>، هدی امامی<sup>۲</sup>، هادی صفری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۰۴/۱/۲۹، تاریخ تایید: ۰۴/۳/۲۴

### چکیده

اجتناب از «دعا» و اختلاف، یکی از مباحث کلیدی مسعود پزشکیان در جریان تبلیغات چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری بود. او بر این نکته تأکید داشت که مشکلات مملکت وقتی حل خواهد شد که «با هم دعا نکنیم». با پیروزی وی، این ایده در قالب مفهوم «وفاق» تبدیل به ایده و شعار محوری دولت او شد. پس از رأی اعتماد کابینه و آغاز بکار دولت و با توثیق رئیس‌جمهور با کلیدواژه «وفاق»، ایده «وفاق» به‌مرور در میان مردم، رسانه‌ها، فعالان سیاسی و مدنی محل بحث قرار گرفت. اما پرسش اینجاست که در میان گروه‌های سیاسی، چه‌فهمی از ایده وفاق شکل گرفته است؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها، داده‌های تویتر فارسی، که در آن گروه‌های مختلف سیاسی حضور دارند، با استفاده از روش تلفیقی و با بکارگیری استراتژی‌های تحلیل محتوا و تحلیل شبکه اجتماعی (SNA) مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد ادراک کاربران تویتر حول مفهوم وفاق، ادراک متکثر و تا حدی متعارض است و بسته به گرایش سیاسی هر یک از کاربران، نوع نگاه به آن متفاوت بوده است. دو تصویر اصلی راجع به مفهوم وفاق در میان کاربران تویتر وجود دارد؛ تصویر اول، وفاق به مثابه انتصابات است. در سوی دیگر اما، بخشی از منتقدان دولت، وفاق را در تحقق خواسته‌های جامعه معنا کرده‌اند و در این میان، مقوله تغییر در قوانین فیلترینگ و حجاب را به‌عنوان نمادی از این خواسته معرفی کرده‌اند. بر اساس این یافته‌ها، ادراک از مفهوم وفاق ریشه در هویت اجتماعی، تجارب فردی و جایگاه کاربر درون شبکه داشته است؛ پلتفرم تویتر نیز به این قطب‌بندی‌ها دامن زده و در نتیجه فهم متعارضی از مفهوم وفاق شکل گرفته است.

**کلمات کلیدی:** وفاق، دولت، تویتر، بازنمایی رسانه‌ای

<sup>۱</sup> - دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبایی،

تهران، ایران (نویسنده مسئول) [mh.rahbari90@gmail.com](mailto:mh.rahbari90@gmail.com)

<sup>۲</sup> - دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران، [emamihoda62@gmail.com](mailto:emamihoda62@gmail.com)

<sup>۳</sup> - دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری علم و فناوری، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران [hadi.safari@modares.ac.ir](mailto:hadi.safari@modares.ac.ir)

اجتناب از «دعوا» و اختلاف، یکی از مباحث کلیدی مسعود پزشکیان در جریان تبلیغات چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۴۰۳ بود. او در تبلیغات انتخابات بر این نکته تأکید داشت که مشکلات مملکت وقتی حل خواهد شد که «با هم دعوا نکنیم». با پیروزی او، این ایده در قالب مفهوم «وفاق» تبدیل به ایده و شعار محوری دولت او شد. همچنین این ایده یکی از معیارهای اصلی در انتخاب وزرا و انتصابات دولت شد تا از طریق مشارکت دادن گروه‌های مختلف در دولت و همچنین ایجاد همگرایی و توافق بر سر مسائل اساسی، به تدریج برای حل بحران‌های اصلی کشور اقدام شود. از آغاز دولت مسعود پزشکیان و خصوصاً پس از اخذ رأی اعتماد کابینه در تابستان ۱۴۰۳، ایده «وفاق» در میان مردم، رسانه‌ها، فعالان سیاسی و مدنی محل بحث قرار گرفت.

بسیاری از اندیشمندان، سیاستمداران و روزنامه‌نگاران راجع به مفهوم وفاق سخن گفته‌اند و تلاش کرده‌اند تا آن را بر اساس سخنان رئیس‌جمهور، صورت‌بندی کنند. با این حال، جامعه، مستقل از این صورت‌بندی، ممکن است فهم دیگری از مفهوم وفاق داشته باشد. این موضوع در میان اندیشمندانی که به مفهوم وفاق پرداخته‌اند، کمتر مورد توجه بوده است. آن‌ها مرتب بر «وفاق با جامعه» تأکید کرده‌اند (ظریف، ۱۴۰۳؛ ربیعی، ۱۴۰۳؛ افضل، ۱۴۰۳)، اما این که این مفهوم در جامعه تاکنون چطور فهم شده است، در سخنان بسیاری از آن‌ها مغفول مانده است.

به همین جهت، این پژوهش به این پرسش می‌پردازد که در میان مردم و گروه‌های سیاسی، چه ادراکی از ایده وفاق و سیاست‌های مرتبط با آن شکل گرفته است؟ آیا همه گروه‌های سیاسی به این مفهوم توجه کرده‌اند؟ انجام این پژوهش و پاسخ به این سؤالات از آن جهت اهمیت دارد که نشان می‌دهد شعارهای محوری دولت‌ها در جامعه و در میان گروه‌های سیاسی چگونه بازنمایی می‌شود و آیا نوعی اختلاف ادراکی پیرامون شعار محوری دولت در جامعه وجود دارد یا نه.

به همین منظور، در این پژوهش نخست باید به مفهوم «وفاق» در دیدگاه رئیس دولت چهاردهم پرداخت تا مبرهن باشد که منظور از آنچه در این نوشتار در پی بررسی مختصات آن در شبکه‌های اجتماعی هستیم، چیست. اودر زمان تشکیل کابینه خود در این رابطه گفت «باید کابینه‌ای تشکیل دهیم که فارغ از دسته‌بندی‌های جناحی جلوه «وفاق ملی» باشد» و «دولت اول موظف به تأمین حقوق شهروندی همه ایرانیان و ترجیح منافع ملی بر هر امر دیگر است». در نگاه پزشکیان، این مفهوم به معنای کاهش تنش‌های سیاسی و اجتماعی از طریق انتصاب‌های

فراجناحی و استفاده از افراد متخصص از قومیت‌ها و مذاهب مختلف در بدنه دولت است. او تأکید کرده که کشور را نمی‌توان تنها با یک جناح اداره کرد و باید همه گروه‌ها در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داشته باشند. همچنین، وفاق ملی از دیدگاه او شامل تعامل میان حکومت و جامعه، تأمین حقوق شهروندی و ترجیح منافع ملی بر هر امر دیگر است (امامی، ۱۴۰۳).

«پزشکیان وفاق ملی را به عنوان دست برداشتن از اختلافاتی که جز بر پایه نفسانیت شکل نگرفته، و همکاری برای دستیابی به اهداف مشترک تعریف می‌کند. او بیان می‌کند که وفاق ملی باید شامل تمامی گروه‌های اجتماعی و سیاسی باشد و نباید محدود به یک جناح خاص شود. این مفهوم به نوعی به معنای ایجاد فضایی برای گفت‌وگو و همکاری میان نخبگان سیاسی و گروه‌های مختلف اجتماعی است تا بتوانند مسائل کلیدی کشور را حل کنند» (امامی، ۱۴۰۳).

در مجموع با مروری بر گزاره‌های اصلی وفاق در گفتارها و سخنرانی‌های مسعود پزشکیان چنین برمی‌آید که بیشتر «وفاق سیاسی» در سطوح مختلف مطمح نظر بوده است:

#### جدول شماره ۱- گزاره‌های مفهومی وفاق از دیدگاه رئیس‌جمهور

گزاره‌های اصلی مفهوم وفاق از منظر مسعود پزشکیان
ایجاد همگرایی در عمل در میان گروه‌ها یا افراد مختلف <sup>۱</sup>
توازن گروه‌های قومی، مذهبی سیاسی تحت رابطه دولت-ملت <sup>۲</sup>
تفاهم نخبگان سیاسی و بلوک‌های قدرت <sup>۳</sup>
تأمین حقوق شهروندی همه ایرانیان و ترجیح منافع ملی <sup>۴</sup>
دست برداشتن از اختلافاتی که جز بر پایه نفسانیت شکل نگرفته <sup>۵</sup>
همکاری برای دستیابی به اهداف مشترک
ایجاد فضای گفت‌وگو و همکاری میان نخبگان سیاسی و گروه‌های مختلف اجتماعی <sup>۶</sup>
تاکید بر استفاده از رویکردهای مشارکتی و شفافیت در سیاست‌گذاری <sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> (۲۷ مرداد ۱۴۰۳) مطروحه درسرخرانی پزشکیان در مراسم بررسی صلاحیت و برنامه های وزیران پیشنهادی دولت چهاردهم

<sup>۲</sup> مطروحه در سخنرانی پزشکیان در همایش «گفت‌وگوی ملی درباره وفاق ملی» (۲۰ دی ۱۴۰۳)  
<sup>۳</sup> همان

<sup>۴</sup> (۲۷ مرداد ۱۴۰۳) مطروحه درسرخرانی پزشکیان در مراسم بررسی صلاحیت و برنامه های وزیران پیشنهادی دولت چهاردهم

<sup>۵</sup> نطق پزشکیان در مراسم تحلیف، مجلس شورای اسلامی (۹ مرداد ۱۴۰۳)

<sup>۶</sup> مطروحه در نشست خبری پیش از انتخابات پزشکیان در پاسخ به سوال خبرنگار روزنامه هم‌میهن (۲۲ خرداد ۱۴۰۳)

با این مقدمه، سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا گروه‌های سیاسی نیز این درک و برداشت را از صحبت‌های پزشک‌های درباره وفاق دارند یا خیر. به نظر می‌رسد که درک عمومی از مفهوم وفاق ممکن است متفاوت باشد و چه‌بسا مردم این مفهوم را تنها به عنوان یک شعار تبلیغاتی تلقی کرده و بر این باور باشند که در شرایط کنونی تحقق واقعی آن دشوار است.

یکی از روش‌های پاسخ به این پرسش رجوع به دیدگاه و نظرات مردم در خصوص وفاق در شبکه‌های اجتماعی است؛ اگرچه داده‌های شبکه‌های اجتماعی لزوماً قابل تعمیم به کلیت جامعه ایران نیست، اما رجوع به این داده‌ها از آن جهت می‌تواند به اهداف این پژوهش کمک کند که شبکه‌های اجتماعی جایی است که افراد عموماً صادقانه دیدگاه واقعی خود را بروز می‌دهند و امکان تفکیک آن‌ها بر اساس گرایش سیاسی‌شان هست.

در میان شبکه‌های اجتماعی، توئیتر سرشتی سیاسی‌تر دارد و بسیاری از کنشگرانی مدنی و سیاسی و فعالان رسانه‌ای در آن حضور دارند و از توئیتر تأثیر می‌گیرند و متعاقباً این اثر را در فضای سیاسی ایران منعکس می‌کنند (رهبری، ۱۴۰۳). به همین علت، در میان شبکه‌های اجتماعی مختلف، مطالعه فضای توئیتر از آن جهت اهمیت دارد که می‌تواند به شناسایی نگرش نخبگان سیاسی در رابطه با وفاق کمک کند. به همین جهت این پژوهش از طریق تحلیل کلان‌داده‌های شبکه‌های اجتماعی انجام خواهد شد. با این مقدمه و به منظور پاسخ به پرسش اصلی، ابتدا به مرور مفاهیم نظری و ارائه یک چارچوب مفهومی پرداخته و با توضیح روش پژوهش، یافته‌های به دست آمده را بررسی و تدقیق می‌نماییم.

## مبانی نظری پژوهش

وفاق به طور کلی به معنای وجود توافق و هم‌سویی در میان اعضای یک جامعه یا گروه است. این توافق ممکن است به شکل رسمی (مانند توافق‌نامه‌های سیاسی) یا غیررسمی (مانند توافقات اجتماعی) باشد. وفاق می‌تواند در سطوح مختلفی از جمله ملی، محلی و بین‌المللی شکل بگیرد. وفاق می‌تواند به عنوان ابزاری برای حفظ ثبات سیاسی عمل کند. زمانی که گروه‌های مختلف در یک جامعه به توافق برسند، احتمال بروز بحران‌های سیاسی کاهش می‌یابد. این موضوع به ویژه در جوامع چندقومی یا چندمذهبی اهمیت دارد، جایی که اختلافات می‌تواند منجر به تنش‌های جدی شود (قجری، ۱۳۹۹). زمانی که درک کاربران شبکه‌های اجتماعی از مفهوم وفاق به‌میان

می‌آید، چند مفهوم اهمیت پیدا می‌کنند. نخست، مفهوم «ادراک» است. درک افراد از مفاهیم مختلف با یکدیگر متفاوت است. و این ادراک زمینه‌مند است (فی، ۱۳۸۹). فرهنگ، ارزش‌ها، مختصات روانی فردی و تعلق گروهی افراد بر ادراک متفاوت از یک پدیده واحد در بین ایشان تاثیر گذار است. همچنین رسانه نیز با بازنمایی از ایده‌ها بر ادراک افراد اثر گذار است. پدیده اجتماعی در پهنه رسانه بازنمایی می‌شود و نحوه بازنمایی آن بر برداشت‌های مخاطبان در ارتباط با آن ایده اثر گذار است. توئیتر و بطور کلی شبکه‌های اجتماعی نیز، به‌عنوان یکی از رسانه‌های نوین و پرمخاطب، از این جهت بر ادراک فرد اثر می‌گذارند و ادراک و برداشت مخاطبان را در یک بستر رسانه‌ای به گونه‌ای فعال بازنمایی می‌کنند. از همین روی، توئیتر بطور خاص و رسانه‌ها بطور عام، به‌عنوان زمینه‌ای که در شکل‌گیری و بازنمایی ادارک کاربران از موضوعات و ایده‌های مطرح در جامعه مؤثر هستند، اهمیت زیادی دارد. کنکاش در شبکه‌های اجتماعی امری است که ما را به سمت دریافت صحیحی از چگونگی «ادراک در جامعه رسانه‌ای‌شده» از موضوعات مطروحه، رهنمون می‌کند.

بر این اساس رویکرد نظری ما برای پاسخگویی به این مساله که ادراک از ایده وفاق در جامعه ایرانی چگونه در شبکه اجتماعی توئیتر بازنمایی و برساخت شده است را می‌توان در سه سطح ادراک فردی (برداشت‌ها و هویت‌یابی)، سطح ادراک اجتماعی (برساخت ایده‌ها در تعاملات و گفتمان‌ها)، و سطح ادراک رسانه‌ای شده یا توئیتری شده (الگوریتم‌ها و حبابهای فیلتر)، مورد بررسی قرار داد. در ادامه تلاشی خواهیم داشت بر تبیین نظری این رویکرد.

### سطح اول: فردی - نظریه‌های روانشناختی و شناختی

- نظریه هویت اجتماعی تاجفل و ترنر: این نظریه هویت اجتماعی را بخشی از خودانگاره فرد می‌داند که از احساس تعلق به گروه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. این نظریه تأکید دارد که افراد نه‌تنها بر اساس ویژگی‌های فردی، بلکه از طریق عضویت در گروه‌های اجتماعی خود را تعریف می‌کنند، و این تعلق منبع عزت‌نفس و افتخار است. بر اساس این نظریه، افراد برای کسب تمایز مثبت، درون‌گروه خود را بر برون‌گروه ترجیح می‌دهند، که حتی در شرایط ساده دسته‌بندی اجتماعی می‌تواند به تعصب درون‌گروهی یا تبعیض نسبت به برون‌گروه منجر شود.

نظریه هویت اجتماعی سه مؤلفه اصلی را شامل می‌شود: شناختی (آگاهی از عضویت در گروه)، ارزشی (ارزیابی مثبت یا منفی تعلق گروهی)، و احساسی (احساسات نسبت به گروه و

اعضای آن). این نظریه بیان می‌کند که افراد اغلب هویت خود را بر اساس ویژگی‌های گروهی تعریف می‌کنند، که این امر تمایزات درون‌گروهی و برون‌گروهی را تقویت می‌کند (Turner & Tajfel, 1979). در شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، این تمایزات بر ادراک و تفسیر شعارهایی مانند «وفاق» اثر می‌گذارند. کاربران با توجه به هویت‌های اجتماعی، سیاسی، یا فرهنگی خود، شعارها را از منظر تعلقات گروهی تفسیر کرده و تعاریف متفاوتی از آن ارائه می‌دهند، که این امر بر تعاملات و برداشت‌های آن‌ها از پیام‌های جمعی تأثیر می‌گذارد.

- **نظریه پردازش اطلاعات:** نظریه پردازش اطلاعات، ارائه‌شده توسط اتکینسون و شیففرین (۱۹۶۸)، چارچوبی شناختی برای تبیین دریافت، کدگذاری، ذخیره و بازیابی اطلاعات در ذهن انسان ارائه می‌دهد. این نظریه حافظه را به سه بخش حسی، کوتاه‌مدت و بلندمدت تقسیم می‌کند؛ اطلاعات ابتدا در حافظه حسی ثبت شده، سپس با توجه انتخابی به حافظه کوتاه‌مدت (با ظرفیت محدود) منتقل و با مرور به حافظه بلندمدت ذخیره می‌شوند (Miller, 1956; Sternberg, 2012). این ساختار به افراد امکان می‌دهد اطلاعات مهم را با توجه به محدودیت‌های شناختی و متأثر از تجربیات و خاطرات خود پردازش کنند.

در شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، این نظریه نحوه ادراک کاربران از شعارهایی مانند «وفاق» را توضیح می‌دهد. کاربران اطلاعات را بر اساس توجه، محدودیت‌های حافظه کوتاه‌مدت و چارچوب‌های ذهنی متأثر از تجربیات و باورها پردازش می‌کنند (Atkinson & Shiffrin, 1968; Kahneman, 2011). تجربیات گذشته می‌توانند ادراک مثبت یا منفی از شعار را شکل دهند؛ برای مثال، تجربه مثبت همکاری به برداشت مثبت از کارآمدی وفاق و تجربه منفی به دیدگاه بدبینانه منجر می‌شود. این نظریه تفاوت در برداشت‌ها و اجتناب از ایده‌های متضاد را تبیین می‌کند (Johnson-Laird, 1983; Xiong, 2018).

### سطح دوم: اجتماعی - نظریه‌های تعامل

- **پویایی‌های گروهی و قطب‌بندی:**<sup>۱</sup> به پدیده‌ای اشاره دارد که در آن نظرات و تصمیمات گروه به سمت افراطی‌تر شدن پیش می‌روند. این پدیده معمولاً زمانی رخ می‌دهد که اعضای گروه نظرات مشابهی دارند و در نتیجه، بحث‌ها و تبادل نظرهای آن‌ها منجر به تقویت این نظرات می‌شود. تحقیقات نشان داده‌اند که در چنین شرایطی، اعضای گروه تمایل دارند تا نظرات خود را

<sup>1</sup> Group Polarization

به سمت مواضع شدیدتر سوق دهند. (Isenberg, 1986) توضیح دهد که چرا گروه‌های کاربران با تعامل بیشتر در توئیتر ممکن است دیدگاه‌های افراطی‌تر یا متفاوت‌تری نسبت به ایده وفاق پیدا کنند.

- **نظریه ساخت اجتماعی واقعیت** برگر و لامن بر این باورند که درک افراد از مفاهیم تحت تأثیر فرهنگ، تاریخ و تجربه‌های اجتماعی آن‌ها قرار دارد. این نظریه‌ها به بررسی چگونگی تأثیر محیط اجتماعی و فرهنگی بر رفتار و نگرش افراد می‌پردازند. به عنوان مثال، پیتر برگر و تامس لاکمن در کتاب خود "ساخت اجتماعی واقعیت" (۱۹۶۶) بیان می‌کنند که واقعیت اجتماعی از طریق تعاملات انسانی ساخته می‌شود و بنابراین، افراد با توجه به تجربیات و زمینه‌های فرهنگی خود، برداشت‌های متفاوتی از وفاق خواهند داشت (برگر و لاکمن، ۱۳۹۹).

### سطح سوم: رسانه‌ای و توئیتری شده - نقش الگوریتم‌ها و ساختار توئیتر

- **الگوریتم‌ها و حباب‌های فیلتر**<sup>۱</sup>: بر مبنای این نظریه الگوریتم‌های توئیتر محتوای کاربران را شخصی‌سازی کرده و باعث می‌شوند که افراد بیشتر با دیدگاه‌های مشابه خود مواجه شوند. حباب فیلتر به وضعیتی اشاره دارد که در آن کاربران اینترنت به طور خودکار و بر اساس الگوریتم‌های شخصی‌سازی، فقط محتوای خاصی را مشاهده می‌کنند که با علایق و نظرات قبلی آن‌ها همخوانی دارد (Pariser, 2011).

- **نظریه انتشار نوآوری**<sup>۲</sup>: نظریه انتشار نوآوری راجرز (۲۰۰۳) چگونگی گسترش و پذیرش ایده‌ها یا نوآوری‌ها در جامعه را از طریق فرایندهای ارتباطی بررسی می‌کند. این نظریه پنج مرحله آگاهی، علاقه، ارزیابی، آزمون و پذیرش را برای پذیرش نوآوری و ویژگی‌هایی مانند امتیاز نسبی، سازگاری، پیچیدگی، قابلیت آزمایش و عینیت را به‌عنوان عوامل مؤثر بر سرعت پذیرش معرفی می‌کند (Rogers, 2003). در توئیتر، این چارچوب به تحلیل انتشار شعارهایی مانند «وفاق» و تأثیر آن بر ادراک کاربران کمک می‌کند.

این نظریه پذیرندگان را به پنج دسته نوآوران، پیشگامان اولیه، اکثریت اولیه، اکثریت دیرهنگام و عقب‌ماندگان تقسیم می‌کند، که هر کدام نقش متفاوتی در انتشار دارند. در شبکه‌های اجتماعی، جایگاه کاربران و تعاملاتشان بر پذیرش و برداشت‌های متنوع از شعارهایی

<sup>1</sup> Filter Bubbles

<sup>2</sup> Diffusion of Innovations

مانند وفاق اثر می‌گذارد (Saal-Roundian, 2015). این نظریه امکان تحلیل عوامل اجتماعی و ارتباطی مؤثر بر ادراک شعار را فراهم می‌کند.

### مساله - ادراک در جامعه رسانه‌ای شده

ادراک از مفاهیم، به عنوان فرآیندی که افراد از طریق آن اطلاعات محیطی را دریافت، تفسیر و معنا می‌کنند، مورد توجه جامعه‌شناسان بوده است چرا که درک از یک پدیده واحد در افراد و جوامع متفاوت می‌تواند عکس‌العمل و برخورد متفاوتی با موضوعات را رقم بزند. این موضوع در جوامع رسانه‌ای شده به شدت تحت تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی قرار دارد.

### - ادراک رسانه‌ای شده

بر اساس پژوهش‌های کلیدی در حوزه رسانه‌های اجتماعی و روان‌شناسی اجتماعی، تعاملات پیچیده‌ای میان استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر ادراک از خود و روابط بین‌فردی وجود دارد. به طور خاص، نظریه‌های مقایسه اجتماعی (Festinger, 1954) و مدیریت برداشت (Goffman, 1959) نشان می‌دهند که کاربران رسانه‌های اجتماعی با مشاهده و مقایسه خود با دیگران، هویت شخصی و اجتماعی خود را شکل می‌دهند و تلاش می‌کنند برداشت مطلوبی از خود ارائه دهند. تحقیقات معاصر نیز تأکید دارند که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به عنوان فضایی برای ابراز خود، تعاملات اجتماعی و کشف هویت عمل می‌کنند و این فضاها نقش مهمی در فرآیندهای تایید اجتماعی و احساس تعلق دارند (Valkenburg, Peter, & Schouten, 2006; Zhao et al., 2008).

علاوه بر این، مطالعات نشان داده‌اند که جایگاه کاربران در شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های تعاملی که در آن حضور دارند، می‌تواند به طور مستقیم بر ادراک و برداشت آنها از موضوعات مختلف تأثیرگذار باشد (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

به عبارت دیگر، تعلق به گروه‌های خاص در فضای آنلاین، چارچوب‌های ذهنی و هنجارهای اجتماعی خاصی را ایجاد می‌کند که بر نحوه فهم و تفسیر پیام‌ها و شعارها مانند «وفاق» اثرگذار است. بنابراین، فهم دقیق این تعاملات و نقش گروه‌های اجتماعی آنلاین، برای تحلیل ادراک کاربران از شعار وفاق در توییتر اهمیت ویژه‌ای دارد.

## جمع‌بندی رویکرد نظری و چارچوب پژوهش

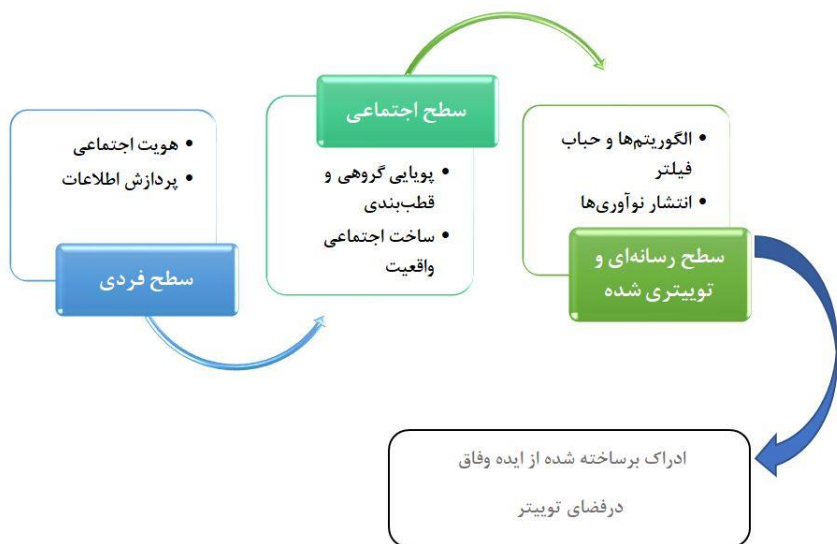
ایده «وفاق» در فضای رسانه‌ای، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر، با چالش‌هایی مواجه است که فراتر از عوامل روانشناختی، فرهنگی و اجتماعی است. رسانه‌های دیجیتال با انتشار سریع اطلاعات و ایجاد گفتمان‌های متنوع، ادراکات متفاوتی از این شعار شکل می‌دهند. برای تحلیل این پدیده، یک مدل سه‌سطحی شامل ابعاد رسانه‌ای، اجتماعی و فردی پیشنهاد می‌شود که تعاملات این سطوح را در ادراک کاربران بررسی می‌کند.

۱- سطح فردی: ادراکات کاربران در این سطح، متأثر از ویژگی‌های روانشناختی، فرهنگی و تجربیات شخصی است. کاربران با توجه به پیش‌زمینه‌های خود و تعامل با گفتمان‌های رسانه‌ای و اجتماعی، معانی متفاوتی از «وفاق» استخراج می‌کنند. تفاوت در پردازش اطلاعات و تأثیرپذیری از گروه‌ها، به برداشت‌های متنوع و گاه متضاد منجر می‌شود.

۲- سطح اجتماعی: این سطح، واسطه‌ای بین رسانه و فرد است و از تعاملات کاربران، بازنشرها و بحث‌های جمعی شکل می‌گیرد. گفتمان‌ها و گروه‌بندی‌های اجتماعی در توئیتر، جوامع کوچکی با نگرش‌های مشترک ایجاد می‌کنند که هر یک تفسیر خاصی از «وفاق» دارند. این تعاملات، هویت‌های گروهی را تقویت کرده و بر ادراکات جمعی اثر می‌گذارند.

۳- سطح رسانه‌ای: توئیتر به‌عنوان بستری با ویژگی‌هایی مانند محدودیت کاراکتر، سرعت انتشار و الگوریتم‌های محتوا، تعاملات و گفتمان‌ها را شکل می‌دهد. این پلتفرم نه‌تنها پیام‌ها را منتشر می‌کند، بلکه با ویژگی‌های فنی و فرهنگی خود، نوع محتوا، نحوه تعامل کاربران و سرعت گسترش اطلاعات را کنترل می‌کند. این عوامل ساختاری، برداشت‌های کاربران از «وفاق» را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

این مدل سه‌سطحی، چارچوبی جامع برای تحلیل ادراک «وفاق» در توئیتر ارائه می‌دهد و نقش رسانه‌ها، تعاملات اجتماعی و ویژگی‌های فردی را در این فرایند روشن می‌کند. با این رویکرد، می‌توان پیچیدگی‌های ادراک شعار در فضای مجازی را بهتر درک کرد و عوامل مؤثر بر تفاوت برداشت‌ها را شناسایی نمود.



تصویر شماره ۱- چارچوب مفهومی پژوهش

## روش انجام پژوهش

روش این پژوهش تلفیقی از سه روش تحلیل زمانی<sup>۱</sup>، تحلیل شبکه اجتماعی<sup>۲</sup> و تحلیل محتوای کمی<sup>۳</sup> است تا توأمان میزان توجه کاربران توئیتر به مفهوم وفاق در طول زمان مطالعه شود، گروه‌های سیاسی که از این کلیدواژه استفاده می‌کنند شناسایی شوند و همچنین محتوایی که هر یک از این گروه‌ها بکار می‌برند و نگرشی که نسبت به وفاق در میان هر گروه شکل گرفته به وسیله تحلیل و تفسیر کلمات کلیدی، ارزیابی شود.

به‌همین منظور، با استفاده از ابزار داده‌کاوی، مجموعه توئیتهای و ریتوئیتهای منتشر شده با کلیدواژه و هشتگ «وفاق» در بازه زمانی ۷ مرداد ماه ۱۴۰۳ (آغاز بکار رسمی دولت) تا ۲۱ آبان‌ماه ۱۴۰۳ (زمان انجام این پژوهش) با روش داده‌کاوی جمع‌آوری شد. با توجه به آن که معرفی کابینه و دریافت رأی اعتماد ۳۱ مرداد ماه ۱۴۰۳ انجام شد، به‌منظور مقایسه نگرش کاربران توئیتر به مقوله وفاق پس از رأی اعتماد کابینه با پیش از آن، داده‌های توئیتر همچنین از

<sup>۱</sup> Temporal analysis

<sup>۲</sup> Social Network Analysis (SNA)

<sup>۳</sup> Quantitative Content Analysis

۷ شهریور ۱۴۰۳ (پس از دیدار کابینه مسعود پزشکیان با رهبری در آن سال) بطور مستقل مطالعه شدند.

در بخش تحلیل زمانی، تعداد توییت‌ها، ریپلای‌ها و کوت‌ها با تعداد ریتوییت‌ها و لایک‌ها در مقاطع زمانی مختلف مقایسه شده است تا میزان توجه کاربران توییت‌ها به مفهوم وفاق شناسایی شود. در این بخش، نقاط اوج نمودار زمانی، نشانه‌ای از افزایش توجهات به موضوع وفاق در نظر گرفته شده و به همین جهت، آنچه در نقطه اوج رخ داده است، به‌عنوان یک تاریخ کلیدی تحلیل شده است.

در بخش تحلیل شبکه اجتماعی، با استخراج ریتوییت‌های توییت‌های مورد مطالعه، شبکه بازنشر توییت‌ها ترسیم شده است. در این روش، گرافی از روابط مبتنی بر ریتوییت‌ها مورد تحلیل قرار گرفته است. بدین منظور گراف روابط بازنشرهای (ریتوییت) توییت‌های هر دو مقطع، یکی از ۷ مرداد تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳ و دیگری از ۷ شهریور تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳، استخراج و تحلیل می‌شود. در گراف بازنشرکنندگان هر گره نمایانگر یک کاربر است و وجود یال از آ به ب به معنی آن است که کاربر متناظر آ توییتی از کاربر متناظر ب را بازنشر کرده است. وزن یال آ به ب نمایانگر تعداد توییت‌هایی از ب است که آ آن‌ها را بازنشر کرده است. برای سنجش اهمیت گره‌ها عمدتاً از سنجه مرکزیت پیج‌رنک استفاده شد (Page et al., 1999) و اندازه هر گره و اندازه برچسب هر گره متناظر با مرکزیت پیج‌رنک آن گره است. در سنجه مرکزیت پیج‌رنک، اهمیت یک گره نه تنها به تعداد همسایه‌هایی که به آن گره متصل شده‌اند، بلکه به اهمیت این همسایه‌ها وابسته است. دسته‌بندی گره‌ها به اجتماعات متفاوت با الگوریتم لووین (Blondel et al., 2008) صورت گرفته است. این الگوریتم در شناسایی خوشه‌های درون شبکه بسیار کارآمد است (Emmons et al., 2016) و پیش از این نیز در پژوهش‌های مشابه، کارآمدی آن مشاهده شده است (Khazraee, 2019). ترسیم گراف نیز عمدتاً با الگوریتم فورس اطلس ۲ (Jacomy et al., 2014) صورت گرفته است. برای مصورسازی و تحلیل گراف حاصل از نرم‌افزار گِفی (Gephi) استفاده شده است.

در بخش تحلیل محتوای کمی نیز، با تمام‌شماری کلمات بکار رفته درون توییت‌ها و شناسایی فراوانی هر کلمه، محتوای توییت‌ها تحلیل شده است. در این بخش با استخراج مهم‌ترین و پرتکرارین کلمات، تحلیلی آماری از آن‌ها ارائه شد تا ایده مرکزی هر یک از گروه‌های شناسایی شده در بخش تحلیل شبکه اجتماعی، شناسایی شود. این روش که در ساخت ابر کلمات نیز استفاده می‌شود، از نظر تحلیل متنی اکتشافی بسیار مفید است زیرا به درک

برجسته‌ترین مضامین کمک می‌کند (Turki & Roy, 2022). در این بخش با توجه به کلماتی که هر یک از گرایش‌های سیاسی بکار برده‌اند، مضامین اصلی که مورد توجه هر یک از این گروه‌ها بوده، شناسایی شده‌اند.

## یافته‌ها

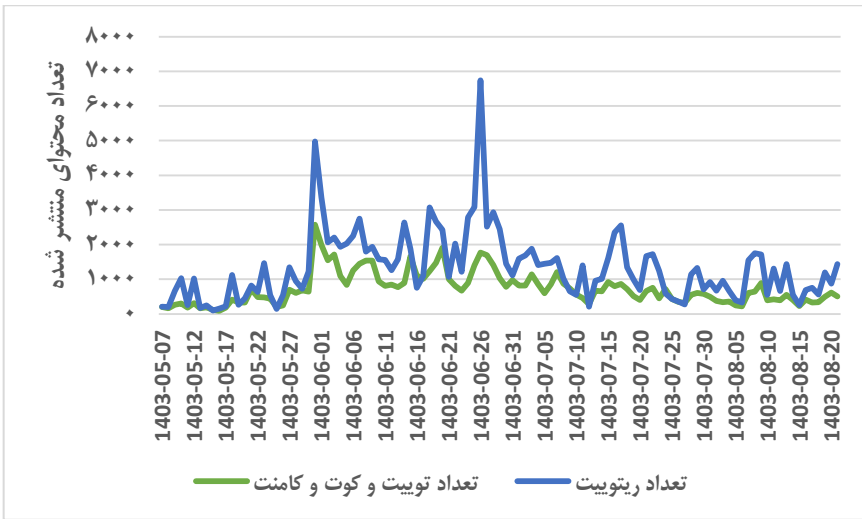
در بازه زمانی مورد مطالعه، ۲۲۱ هزار و ۵۲۳ توثیت و ریتوئیت با کلیدواژه «وفاق» شناسایی شد که این توثیت‌ها ۱ میلیون و ۳۲۷ هزار لایک و ۴۴ میلیون و ۹۸ هزار بازدید داشتند. بر اساس مدل طراحی شده در این پژوهش، یافته‌ها در سه بخش مجزا ارائه خواهد شد؛ نخست تحلیل زمانی<sup>۱</sup> توثیت‌ها و لایک‌های مربوط به آن ارائه خواهد شد؛ سپس شبکه بازنشرهای توثیت‌های منتشر شده مورد تحلیل و بررسی قرار خواهد گرفت. شبکه بازنشرها در دو مقطع زمانی، یکی بازه زمانی ۷ مرداد تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳ و دیگری بازه زمانی ۷ شهریور تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳ را شامل می‌شود. علت بررسی هر دو شبکه بازنشرها آن است که نخست نگاهی کلی به نگرش کاربران توثیت‌ها به موضوع وفاق بدست بیاید و سپس نگاه کاربران توثیت‌ها در دوره انتصابات دولت، یعنی پس از زمانی که کابینه رأی اعتماد آورده و با رهبری دیدار داشته است، مورد بررسی قرار گیرد (تاریخ دیدار کابینه با رهبری روز ۶ شهریور ۱۴۰۳ بوده است).

در بخش سوم یافته‌ها، فراوانی کلمات کلیدی بکار رفته توسط هر یک از خوشه‌های شناسایی‌شده در بخش قبلی مورد تحلیل قرار خواهد گرفت. بدین ترتیب امکان مطالعه نگرش هر یک از خوشه‌های شناسایی‌شده (که اینجا گروه‌های سیاسی هستند که راجع به مقوله وفاق توثیت زده‌اند) مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

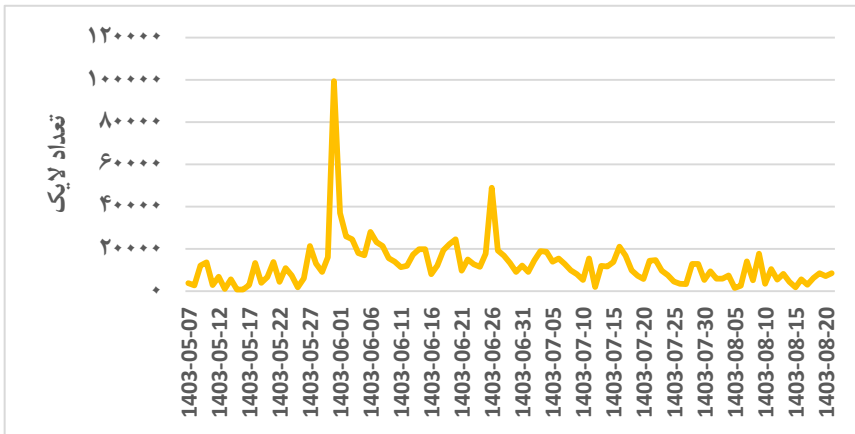
## بخش اول: تحلیل زمانی توثیت‌ها و لایک‌ها

تعداد توثیت‌ها و ریتوئیت‌ها و لایک‌های مربوط به «وفاق» در بازه زمانی ۷ مرداد تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳، تصویری اولیه از نوع رفتار و واکنش کاربران توثیت‌ها، خصوصاً گروه‌های سیاسی بدست می‌دهد:

<sup>1</sup> Temporal analysis



نمودار شماره ۱ - تعداد محتوای منتشر شده به تفکیک توییت، کوت، کامنت و ریتوییت راجع به وفاق



نمودار شماره ۲ - تعداد لایک توییت‌های مربوط به وفاق

نمودارها نشان‌دهنده دو قله اصلی در فعالیت توییت‌تری حول «وفاق» هستند: یکی در ۳۱ مرداد ۱۴۰۳، پس از رأی اعتماد مجلس به کابینه مسعود پزشکیان، که با توییت او همراه با هشتگ «#برای\_ایران» و دریافت ۱۳ هزار لایک همراه بود، و دیگری در ۲۶ و ۲۷ شهریور ۱۴۰۳، پس از کنفرانس خبری با مجری‌گری هادی حیدری. در ۳۱ مرداد، بیشترین تعداد توییت و لایک ثبت شده که نشان‌دهنده حمایت و تأیید گسترده است. در مقابل، در ۲۶ و ۲۷ شهریور، بیشترین ریتوییت‌ها مشاهده شده، که با رشد محدود لایک‌ها، حاکی از رفتار سازمان‌یافته‌ای در

تویتر است. این ریتوییت‌ها اغلب شامل انتقاد از مجری‌گری حیدری و مواضع رئیس‌جمهور در کنفرانس بوده‌اند، که نشان‌دهنده سازماندهی انتقادی در این مقطع است.



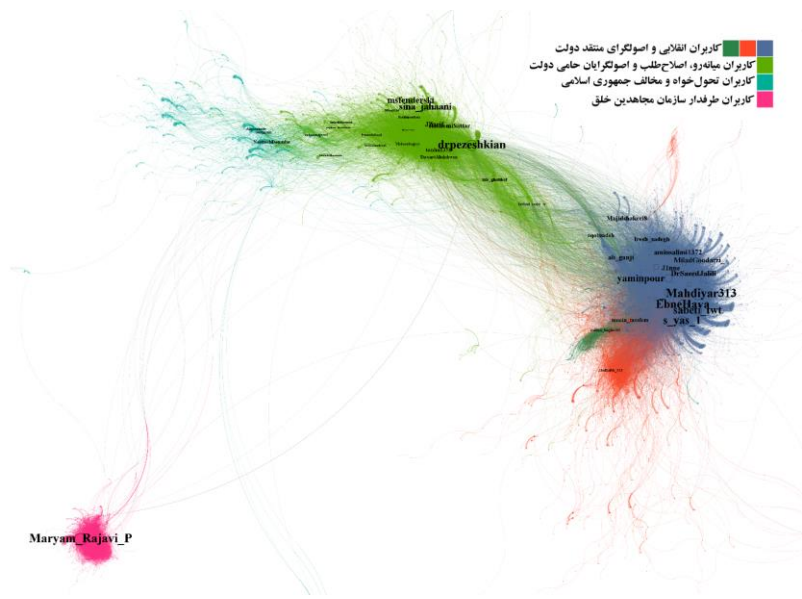
تصویر شماره ۲ - نمونه یک توییت با تعداد ریتوییت بالا علیه مفهوم وفاق

پس از نشست خبری رئیس‌جمهور

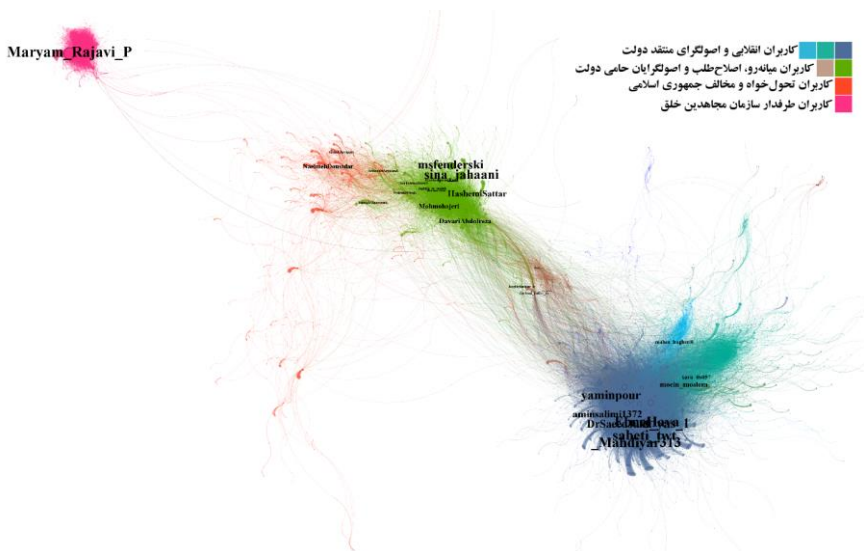
بر اساس این داده‌ها، از ابتدای مهر ۱۴۰۳ تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳، تعداد توییت‌ها، کامنت‌ها، و ریتوییت‌های حاوی کلیدواژه «وفاق» با روندی نزولی به میانگین روزانه ۵۷۷ مورد کاهش یافته، در حالی که پیش از این، میانگین روزانه ۸۷۶ مورد بوده است. این کاهش نشان‌دهنده شکل‌گیری بی‌تفاوتی نسبت به این مفهوم و کاهش فعالیت کاربران تویتر در این موضوع است. امری که در یافته‌های بعدی نیز قابل مشاهده است.

### بخش دوم: شبکه بازنشرهای توییت‌های حاوی کلیدواژه وفاق

در این بخش، گراف بازنشرهای توییت‌های حاوی کلیدواژه وفاق در دو مقطع زمانی بررسی می‌شود؛ تصویر هر دو گراف، در هر دو مقطع زمانی ۷ مرداد تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳ و مقطع زمانی ۷ شهریور تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳ در ادامه آمده است:



تصویر شماره ۳ - شبکه بازنشرهای توثیق‌های حاوی کلیدواژه وفاق در بازه زمانی ۷ مرداد تا ۲۱ آبان



تصویر شماره ۴ - شبکه بازنشرهای توثیق‌های حاوی کلیدواژه وفاق در بازه زمانی ۷ شهریور تا ۲۱ آبان

اطلاعات آماری و داده‌های مربوط به هر گراف در جدول زیر آمده است:

مقطع ۷ شهریور تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳	مقطع ۷ مرداد تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳	
۸۷۸۲۳ ریتوئیت	۱۱۶۶۷۲ ریتوئیت	تعداد ریتوئیت
۱۸۳۳۵	۲۲۰۵۹	تعداد کاربران مشارکت‌کننده
۵۷،۷۶	٪۵۳،۲	سهم کاربران انقلابی و اصولگرای منتقد دولت از شبکه
۲۳،۵۹	٪۲۹،۶	سهم کاربران میانه‌رو، اصلاح‌طلب و اصولگرایان حامی دولت از شبکه
٪۱۱،۲۶	٪۱۰،۷	سهم کاربران تحول‌خواه و مخالف جمهوری اسلامی از شبکه
٪۷،۳۹	٪۶،۵	سهم کاربران طرفدار سازمان مجاهدین خلق از شبکه

بر اساس تحلیل دو گراف مربوط به بازه‌های زمانی ۷ مرداد تا ۲۱ آبان و ۷ شهریور تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳، حضور طیف‌های مختلف سیاسی در توئیتر حول مفهوم «وفاق» نشان‌دهنده افزایش فاصله میان خوشه‌های اصلی، یعنی کاربران انقلابی و اصولگرایان مخالف دولت در مقابل اصلاح‌طلبان و اصولگرایان حامی دولت، است. در بازه اول، این گروه‌ها نسبتاً نزدیک‌تر بودند، اما در بازه دوم، با گذشت یک ماه از آغاز کار دولت، قطبیت میان گروه‌ها شدیدتر شده است.

در هر دو گراف، خوشه کاربران اصلاح‌طلب و اصولگرایان حامی دولت طیف‌های متنوعی را نشان می‌دهد. بر خلاف خوشه کاربران انقلابی و اصولگرایان منتقد دولت، کاربران حاضر در این خوشه یکدست نیستند و خود طیف‌های مختلفی را شامل می‌شوند:

در گراف مقطع اول، اکانت‌هایی مانند قالیباف، به دلیل همراهی با سیاست وفاق، به کاربران میانه‌رو و اصلاح‌طلب نزدیک‌ترند، در حالی که پزشکیان، ظریف، و ستار هاشمی در میانه طیف قرار دارند. با حرکت به سمت چپ، به مرور کاربران دیده می‌شوند که همراهی کمتری با دولت دارند (هر چه بیشتر به سمت چپ گراف می‌رویم، همراهی کمتر می‌شود و به ترتیب کاربرانی مانند رشیدپور، فاضلی، منصوری، سلطانی و برهانی دیده می‌شوند. در نهایت نیز کاربرانی نظیر اردشیر امیراجمند، مشاور میرحسین موسوی، قرار دارد که در نقطه‌ای میان اصلاح‌طلبان و مخالفان جمهوری اسلامی قرار گرفته است و منتقد سیاست وفاق است.

در گراف دوم، حامیان قالیباف با رنگ قهوه‌ای و منتقدان با رنگ سبز جدا شده‌اند، که نشان‌دهنده کاهش همبستگی حامیان (۶ درصد کاهش سهم شبکه) است. کاربرانی که با رنگ

قهوه‌ای در تصویر مشخص شده‌اند حامیان قالیباف هستند که از ایده وفاق دفاع کرده‌اند. هرچه قدر به سمت چپ این خوشه **رفته می‌شود**، کاربران منتقد بیشتری دیده می‌شوند که با رنگ سبزرنگ نمایش داده شده‌اند. خوشه مخالفان در هر دو مقطع، از نقطه امیرارجمند به سمت چپ، شامل تحول‌خواهان و مخالفان جمهوری اسلامی (دوستدار، قاضی‌زاده) است که سهم آن‌ها در بازه دوم افزایش یافته است. کاربران طرفدار مجاهدین، با رنگ صورتی و در جزیره‌ای جدا، به‌صورت سازمان‌یافته علیه وفاق فعالیت کرده‌اند، اما حضور سلطنت‌طلب‌ها، به‌رغم فعالیت بالای آن‌ها در توییتر، مشاهده نشده که نشان‌دهنده بی‌تفاوتی آن‌ها به این موضوع است.

داده‌ها حاکی از فضای انتقادی توییتر نسبت به «وفاق» است؛ حدود ۷۵ درصد شبکه (انقلابیان، مخالفان جمهوری، تحول‌خواهان، و بخشی از اصلاح‌طلبان) نسبت به ایده وفاق رویکرد انتقادی داشته‌اند. فشرده‌گی بالای اکانت‌های انقلابی و اصولگرا در خوشه بنفش، رویکرد سازمان‌یافته آن‌ها را تأیید می‌کند؛ بنظر می‌رسد این بخش از کاربران که در جریان انتخابات در ستاد رقیب رئیس جمهور حضور داشتند و برای او تبلیغ می‌کردند، مهم‌ترین منتقد وفاق بوده‌اند. با گذشت زمان، حامیان دولت کمتر با رویکرد مثبت راجع به ایده «وفاق» توثیت زده‌اند، در حالی که مخالفان، از هر دو سو، انتقادات را شدت بخشیده‌اند. این روند، هم‌راستا با کاهش تداوم توجه به «وفاق»، نشان‌دهنده دشواری دفاع از آن برای حامیان و تقویت دوقطبی در شبکه است.

### بخش سوم: تحلیل محتوای کمی توثیت‌ها به تفکیک خوشه‌های شناسایی شده

در این بخش، ابتدا محتوای تمام توثیت‌های منتشر شده در دو مقطع ۷ مرداد تا ۲۱ آبان و مقطع ۷ شهریور تا ۲۱ آبان ۱۴۰۳ با روش تحلیل محتوای کمی بررسی شده و کلیدواژه‌های معنادار بکار رفته توسط هر یک از خوشه‌های شناسایی‌شده در بخش قبلی، مورد مقایسه قرار گرفته‌اند. برای این کار، تعداد کلمات بکار رفته توسط هر یک از خوشه‌ها بر حسب تعداد **توثیت‌های بکار رفته در آن خوشه**، نرمال شده که در جدول زیر بر حسب درصد نمایش داده شده است:

ذکر این نکته ضروری است که خوشه کاربران طرفدار سازمان مجاهدین خلق به‌علت آن که در جزیره‌ای جدا و محدود حضور دارند و تأثیر مستقیمی بر افکار **عمومی ندارند**، در این بررسی لحاظ نشده است.

جدول شماره ۲ - درصد بکارگیری کلمات توسط هر یک از خوشه‌های شناسایی شده

در هر دو بازه مورد مطالعه

کاربران انقلابی و اصولگرای مخالف دولت		کاربران میانه‌رو، اصلاح‌طلب و اصولگرایان حامی دولت		کاربران تحول‌خواه و مخالف جمهوری اسلامی		جریان کلمه
کل بازه زمانی	۷ شهریور تا انتها	کل بازه زمانی	۷ شهریور تا انتها	کل بازه زمانی	۷ شهریور تا انتها	
٪۲۶،۸۱	٪۲۰،۴۹	٪۴۷،۸۹	٪۳۴،۷۴	٪۵۰،۳۸	٪۴۳،۹۴	ملی
٪۴،۹۲	٪۵،۰۶	٪۱۳،۶۵	٪۱۱،۸۷	٪۱۷،۸۴	٪۱۴،۰۱	ایران
٪۴،۲۴	٪۳،۴۳	٪۷،۹۰	٪۳،۷۲	٪۲،۷۰	کمتر از ۱ درصد	مجلس
٪۴،۸۷	٪۴،۳۷	٪۵،۴۲	٪۵،۶۸	٪۶،۴۹	٪۵،۳۶	رهبری
٪۹،۴۴	٪۹،۹۴	٪۵،۷۴	٪۶،۹۳	کمتر از ۱ درصد	٪۲،۰۸	نفاق
٪۵،۷۰	٪۵،۶۴	٪۱،۹۴	٪۲،۶۷	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	فتنه
٪۳،۳۰	٪۳،۳۲	٪۴،۹۹	٪۶،۳۷	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	جلیلی
٪۵،۲۸	٪۵،۱۴	٪۳،۴۲	٪۳،۲۱	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	قالیباف
٪۴،۲۶	٪۴،۳۰	٪۲،۶۷	٪۳،۲۸	٪۲،۵۹	٪۲،۰۸	اصلاحات
٪۴،۲۲	٪۳،۸۹	٪۳،۱۶	٪۳،۱۳	٪۲،۳۸	کمتر از ۱ درصد	رییسی
٪۲،۵۴	٪۲،۵۸	٪۳،۰۸	٪۲،۹۲	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	ظریف
٪۲،۰۰	٪۲،۲۳	٪۱،۷۵	٪۱،۹۴	٪۱۴،۵۹	٪۱۱،۸۵	اسراییل
٪۲،۱۲	٪۲،۳۹	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	آمریکا
٪۱،۲۳	٪۱،۲۹	٪۲،۲	٪۲،۵۴	٪۲،۰۵	٪۲،۷۷	جنگ
٪۳،۳۳	٪۳،۵۹	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	میلی
کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	٪۱،۷۴	٪۲،۴۵	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	انتصاب
کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	٪۲،۰۳	کمتر از ۱ درصد	٪۲،۰۸	فیلترینگ
کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	کمتر از ۱ درصد	۱،۹۵	۳،۹۸	حجاب

براساس یافته‌ها، با گذشت یک ماه از آغاز به کار دولت (از ۷ شهریور ۱۴۰۳)، استفاده از واژه «نفاق» در میان سه گروه کاربران—مخالفان، اصلاح‌طلبان و تحول‌خواهان—افزایش یافته است، به‌ویژه در میان مخالفان دولت که واژگانی چون «فتنه» و «میلی» را نیز به کار برده‌اند. این در حالی است که این کلمات در میان توییت‌های اصلاح‌طلبان و تحول‌خواهان کمتر دیده می‌شود. همچنین، مخالفان دولت کمتر از کلیدواژه‌هایی مانند «انتصاب»، «فیلترینگ» و «حجاب» استفاده کرده‌اند.

اصلاح‌طلبان، به‌ویژه در بازه‌ی زمانی پس از یک ماه از آغاز دولت، بیش از دیگران از کلیدواژه‌های «رهبری» و «جلیلی» استفاده کرده‌اند. تحول‌خواهان نیز کلیدواژه «رهبری» را به‌دفعات به کار برده‌اند. در مقابل، مخالفان اصولگرا بیشتر به نام‌های «رئییسی» و «اصلاحات» اشاره داشته‌اند. این داده‌ها را می‌توان این‌طور تفسیر کرد که هر جریان، اسامی شخصیت‌هایی را که نسبتاً از آن دورتر بوده، بیشتر بکار برده است. همچنین، پس از رأی اعتماد مجلس، میزان اشاره به «قالیباغ» و «مجلس» در میان همه گروه‌ها کاهش یافته است.

کلیدواژه‌های «ایران» و «ملی» در میان اصلاح‌طلبان و تحول‌خواهان فراوانی بیشتری داشته‌اند، در حالی که این واژگان در میان مخالفان اصولگرای دولت کمتر دیده می‌شود. این تفاوت می‌تواند نشان‌دهنده برجستگی مفهوم «وفاق ملی» در گفتمان اصلاح‌طلبان و تحول‌خواهان باشد. با افزایش تنش میان ایران و اسرائیل، کاربرد کلیدواژه‌های «اسرائیل» و «جنگ» در میان تمامی گروه‌ها، به‌ویژه تحول‌خواهان، افزایش یافته است؛ پدیده‌ای که از پیوند میان مفاهیم «وفاق»، «جنگ» و «اسرائیل» در برخی تحلیل‌ها حکایت دارد. به‌طور کلی، این الگوها بازتابی از تأثیر تعاملات گروهی، هویت‌های سیاسی و زمینه‌های اجتماعی بر درک کاربران از مفهوم «وفاق» در توییت‌ها هستند.

## مضامین اصلی در توییت‌ها بر حسب گرایش سیاسی

بر اساس داده‌های فوق، می‌توان مضامین اصلی بکار رفته توسط هر یک از گرایش‌های سیاسی را به‌شکل زیر دسته‌بندی کرد:

### الف) کاربران انقلابی و اصولگرای مخالف دولت:

۱- مضمون نفاق‌آمیز دانستن وفاق و گره خوردن مفهوم وفاق با انتصابات: کلیدواژه‌های نفاق، فتنه، میلی و حتی «اصلاحات» در توییت‌های کاربران انقلابی و اصولگرا بارها تکرار شده است. این

کاربران، سیاست وفاق دولت را که در آن «فتنه‌گران» و اصلاح‌طلبان در دولت مسئولیت گرفته‌اند، نوعی نفاق توصیف کرده و آن را نه یک رویکرد ملی که رویکردی میلی و جناحی و دلبخواهی دانسته‌اند. تکرار این مضمون خصوصا از شهریور ۱۴۰۳ به بعد، شدت گرفته است:

نمونه توثیت:



آنکه به مهسا امینی گفته بود نفله، با وجود عذرخواهی، از دانشگاه اخراج شد. آنکه به شهید گفته بود نفله، بدون عذرخواهی، بخشیده شد و به دانشگاه برگشت. معادله این #وفاق شما چیست که خروجی آن فقط #نفاق است؟

Translate post

۲- مضمون انتقاد از عملکرد مجلس و رئیس آن در جریان رأی اعتماد به کابینه‌ی وفاق: یکی از مضامین پرتکرار در میان کاربران انقلابی و اصولگرای مخالف دولت، انتقاد از محمد باقر قالیباف در جریان رأی اعتماد مجلس به کل کابینه مسعود پزشکیان است. آن‌ها معتقدند که حمایت قالیباف از کابینه پیشنهادی منجر به رأی‌آوری آن شده است حال آن که برخی افراد نباید انتخاب می‌شدند:

نمونه توثیت:



همه وزرا رأی اعتماد از مجلس گرفتند!  
حتی عراقچی، با اون برجام نافرجام!  
حتی ظفرقندی، از حامیان فتنه زرا!  
باورنکردنی تر اینکه همتی شد وزیر اقتصاد))))))))):

شاید این دنیا بتونی منفعت خودت رو پشت جمله‌ی "وفاق ملی" قایم کنی، لیکن آخرتی هم هست.  
آقای نماینده مجلس «یوم الحساب» نزدیک است.

Translate post

11:04 PM · Aug 21, 2024 · 24.1K Views

۳- مضمون یادآوری دوران رئیسی و نادیده گرفتن وفاق در نسبت با دولت او: در این مضمون کاربران انقلابی و اصولگرا، یاد رئیسی را گرمی داشته‌اند، مواجهه دولت با بدنه حامیان او را رویکردی ضد وفاق دانسته‌اند و با کنایه به دولت و اصلاح‌طلبان، رفتار آن‌ها را در مواجهه با دولت رئیسی تناقض‌آمیز عنوان کرده‌اند:

## نمونه توئیت:

سعید مهربان  
@Saeid\_M\_313

🔗 ...

لعنت بر تفرقه انداز!  
ولی ای کاش زمون شهید #رئیس‌ی هم از وفاق ملی دم میزدید ..  
ایشون الگوی اخلاق و منانیت و وفاق ملی بودن

Translate post



5:35 PM · Aug 22, 2024 · 5,590 Views

## ب) کاربران میانه‌رو و اصلاح طلب مدافع دولت

۱- حمایت از کابینه‌ی دولت وفاق: کلیدواژه «مجلس» خصوصا در یک ماه اول، در میان کاربران میانه‌رو و اصلاح طلب پرتکرار بوده است؛ امری که نشان می‌دهد که این کاربران از رأی‌آوری همه اعضای کابینه تحت نام وفاق استقبال کرده‌اند. مهم‌ترین توئیتی که این مضمون را برجسته کرد و بعدا باعث شد تا موضوع وفاق با انتصابات گره بخورد، همان توئیت رئیس‌جمهور در روز ۳۱ مرداد است که با انتشار تصاویر سران سه قوه، نوشته بود « وفاق #برای\_ایران».

## نمونه توئیت:

محمود صادقی  
@mah\_sadeghi

🔗 ...

امروز دو اصلاح طلب اصیل، درآشنا و کاربلد، #طغرفندی در عرصه بهداشت و درمان و #میدری در عرصه کار و تعاون و رفاه، نشان دادند اندیشه و عمل اصلاح طلبانه چگونه می‌تواند توافقی‌ساز و تأمین‌کننده خیر عمومی باشد؛  
رای اعتماد مجلس به مجموعه وزرا می‌تواند نشانه عزم جدی برای وفاق ملی باشد.

Translate post



7:44 PM · Aug 18, 2024 · 19.3K Views

۲- انتقاد از رفتارهای ضد وفاق تیم جلیلی و ممکن ندانستن وفاق با او: فراوانی کلیدواژه «جلیلی» در میان اصلاح‌طلبان، بیش از دو گروه دیگر بوده است. در توئیت‌هایی که آن‌ها راجع به سعید جلیلی زده‌اند، مضامین مختلفی مشاهده می‌شود که یکی از آن‌ها اشاره به کارشکنی‌های تیم جلیلی در پروژه وفاق و همچنین ممکن ندانستن وفاق با او می‌باشد:

### نمونه توئیت ۲:



سمیرا عالمپناه | Samira Alampanah  
@samiraalampanah



نیویان، نماینده مجلس: #پزشکیان دروغگو است و بعضی از وزاری او هم طبق فرمایش اهل بیت علیه السلام قاتل هستند.

با این‌ها همیشه وفاق کرد؟  
رأی آوردن #جلیلی قرار بوده چی بهشون بده که رأی نیاوردنش اینجوری عصبانی هستند و عریان و بی‌بروا با رأی مردم دشمنی می‌کنند؟!

[Translate post](#)



8:02 AM · Sep 7, 2024 · 17.2K Views

۳- انتقاد از بکارگیری تعبیر نفاق توسط جریان رقیب و وفاق‌ستیز دانستن رویکرد آن‌ها: کلیدواژه «نفاق» نه فقط در میان کاربران انقلابی و اصولگرای مخالف دولت، که در میان حامیان دولت نیز فراوانی بالایی داشته است. آن‌ها در توئیت‌هایشان نسبت به بکارگیری این مفهوم علیه ایده «وفاق» انتقاد کرده‌اند. همچنین آن‌ها برخی از رفتارهای رقیب را نفاق‌آمیز توصیف کرده‌اند:

## نمونه توثیت:



Siamak Rahmani  
@siamakrahamani2



این که به اسم " وفاق " شهر رو پر از تابلو تبلیغاتی کنی و رییس جمهور کشور رو پشت سر رییس مجلس بگذاری تا مثلاً کوچیکش کنی، اسمش " نفاق "ه، یعنی هنوز از انتخابات کینه داری و هنوز میخوای زهرت رو بریزی جناب شهرداری، خیلی خوارمابه و سقله‌ای.

[Translate post](#)



11:09 AM · Oct 13, 2024 · 26.2K Views

۴- تمجید از رویکرد رهبری در راستای سیاست وفاق: یکی از کلیدواژه‌های پرتکرار در میان کاربران میانه‌رو و اصلاح‌طلب حامی رئیس‌جمهور، کلیدواژه «رهبری» بوده است؛ این کاربران رهبری را حامی و مشوق وفاق دانسته‌اند و به‌همین خاطر آن را ستوده‌اند. همچنین به‌دلیل آن که رهبری را مشوق وفاق دانسته‌اند، متکی بر این حمایت مخالفان دولت وفاق را نقد کرده‌اند:

## نمونه توثیت:



قربانعلی صلواتیان  
@salavatianghali



اگر اقلیت پرسرو صدا و پررو و وقیح تصور میکنند که در سیاست خارجی و اعلام مواضع ج ا ایران توسط رییس جمهور پزشکیان و دکتر عراقچی، کاری و قدمی بدون هماهنگی قبلی با رهبری صورت گرفته و میگیرد سخت در اشتباه هستند  
منفعت عامه ملت و کشور در وفاق و همدلی و همراهی عملی است

[Translate post](#)

7:21 AM · Sep 25, 2024 · 11.4K Views

۵- مسأله انتصابات و انتقاد از انتصاب نیروهای نزدیک به جلیلی به‌بهبانه وفاق: کلیدواژه‌های «انتصاب» و «جلیلی» از جمله کلیدواژه‌های پرتکرار در میان کاربران اصلاح‌طلب و

تحول خواه است. این کاربران با انتقاد از این انتصابات به بهانه وفاق، رویکرد دولت در انتصابات را نقد کرده‌اند:

### نمونه توثیت:



mohammad mohajeri  
@Mohmohajeri



گویا در چند استان از جمله **#اصفهان** برخلاف نظرمقام معظم رهبری مبنی بر عدم دخالت مجلس در انتصابات، نمایندگان **#پایداریچی** در حال نشان دادن استاندارهای خود هستند  
انتصاب افراد نزدیک به این تشکل، اسمش **#وفاق** نیست، حماقت است. آنها نمک نشاناسند.

**#پزشکیان** ۴ سال دیگر از همین مردم رای نمی‌خواهد؟

[Translate post](#)

5:52 PM · Sep 26, 2024 · 67.9K Views



۶- رفع فیلترینگ ضرورت وفاق: کلیدواژه «فیلترینگ» یکی از کلیدواژه‌های پرتکرار در میان کاربران میانه‌رو و اصلاح‌طلب حامی دولت بوده است. آن‌ها در توثیت‌هایشان رفع فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی را یکی از ضرورت‌های وفاق دانسته‌اند:

### نمونه توثیت:



محمد مالی ✓  
@mohammademali



وفاق ملی استراتژی غلطی نبوده و نیست آن هم در شرایطی که کشور چندپاره و قطبی شده است. اما اگر برآیند این وفاق نتواند به برداشتن فیلترینگ و پیوستن به fatf و بسیاری از مطالبات حامیان دولت ختم شود و ریل‌گذاری تغییر نیابد، عملاً دولت پیش از برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۴۰۷ اباخته است.

[Translate post](#)

11:02 AM · Nov 3, 2024 · 2,472 Views

## ج) کاربران تحول خواه و مخالف جمهوری اسلامی:

۱- وفاق بدون حل مسأله حجاب و فیلترینگ ممکن نیست: دو کلیدواژه حجاب و فیلترینگ، خصوصاً حجاب، عمدتاً توسط کاربران تحول خواه و مخالف جمهوری اسلامی بکار رفته است. این کاربران رفع فیلترینگ و تغییر قوانین حجاب را مصداق تحقق وفاق با جامعه دانسته‌اند و بدون حل این دو موضوع، وفاق با جامعه را ممکن ندانسته و آن را صرفاً در حد تقسیم پست میان اصلاح‌طلب و اصولگرا دانسته‌اند:

## نمونه توئیت:



محمد پارسى  
@mohammadparsit



فیلترینگ نه تنها برداشته نشد که وضعیت اینترنت بدتر هم شده و تقلیل این ناکارآمدی به سطح وزیر، فرافکنی است و مسوول آن پزشکيان است که به اسم وفاق ملی دولت را تبدیل به سهامی خاص کرده!  
آخرین شاهکار دولت، انتصاب وحید جلالزاده از اعضای جبهه پایداری به معاونت کنسولی وزارت امور خارجه است!

[Translate post](#)

11:45 AM · Oct 9, 2024 · 10.8K Views

۲- دولت وفاق ملی، دولت رهبری است: برخی از کاربران **برانداز** و مخالف جمهوری اسلامی، دولت وفاق را نه دولت مسعود پزشکيان که دولت رهبری دانسته‌اند. برخی از نمونه‌های توئیت‌های حاوی این مضمون در ادامه آمده است:

## نمونه توئیت:



داريوش معمار  
@darushmemar



آقای جهرمی این دولت وفاق ملی نیست، دولت شکاف ملی است که آقای مسعود پزشکيان در آن حتی اندازه هماهنگ کننده هم نیست.  
جوری وزرا معرفی شدند که ترکیب کابینه دولت اول رئیسی به علاوه هرچه رهبری بگوید و تایید کند است.  
پزشکيان حتی در مورد انتخاب کارکنان دفترش اجازه و اراده ندارد.

[Translate post](#)

12:01 PM · Aug 11, 2024 · 8,450 Views

۳- وفاق ملی، باید با جامعه باشد: کاربران تحول‌خواه و مخالف جمهوری اسلامی، کلمه «ملی» و عبارت «وفاق ملی» را توئیت‌های خود بارها به کار برده‌اند آن‌ها در این توئیت‌ها از رویکردی که نسبت به موضوع وفاق پی گرفته شده، که تبدیل به انتصابات شده، انتقاد کرده‌اند و وفاق اصلی را، وفاق با جامعه نه وفاق با سایر جریان‌های سیاسی قلمداد کرده‌اند. برخی از نمونه‌های توئیت‌های حاوی این مضمون در ادامه آمده است:

## نمونه توئیت:



پيمان احمدی  
@adamipari888



وفاق ملی یا تقسیم‌پُست بین اصلاح طلب و اصولگرا؟

مسئله اینست!

3:17 AM · Aug 28, 2024 · 1,823 Views

نکته پایانی در مورد این کاربران آن است که کلمه اسرائیل در میان این کاربران فراوان استفاده شده بود. اما اکثر محتوای منتشر شده با کلیدواژه‌های «وفاق» و «اسرائیل» توسط این گروه به صورت کامنت بوده است و مضامین متعدد و متکثری در آن مشاهده می‌شود. لذا نمی‌توان مضمون مشخصی به توثیتهای حاوی کلیدواژه‌های «اسرائیل» و «وفاق» نسبت داد.

## تحلیل و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ادراک از مفهوم «وفاق» در فضای توییتر تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل فرهنگی، تجربیات فردی، هویت‌جویی کاربران، ارتباطات گروهی و گرایش‌های سیاسی شکل گرفته است. این پلتفرم، با مختصات خاص خود، زمینه‌ای را برای برساخت برداشت‌های متنوع از این مفهوم فراهم می‌کند.

در نتیجه، شاهد طیف گسترده‌ای از ادراک‌ها درباره «وفاق» در فضای توییتر هستیم، که نشان‌دهنده تفاوت‌های طبیعی در دریافت و تفسیر پدیده‌ها توسط افراد بر اساس هویت اجتماعی آن‌ها است. یافته‌های ارائه شده در این پژوهش نقش ساختاری شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به معنای مختلف را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که ادراک کاربران توییتر حول مفهوم وفاق، ادراکی متکثر و تا حدی متعارض است؛ و همان‌طور که در نظریه انتشار نوآوری ذکر شد، بسته به گرایش سیاسی هر یک از کاربران و جایگاهی درون شبکه شبکه‌های توییترها داشتند، نوع نگاه به مفهوم وفاق متفاوت بوده است. به تعبیر دیگر، در اینجا نوعی تشدید ادراک در نسبت با مفهوم وفاق دیده می‌شود. این تشدید در ادراک مفهوم تنها توسط رسانه ایجاد نشده است بلکه عملکرد دولت و سایر نیروهای سیاسی نیز در شکل‌گیری آن مؤثر بوده است.

بر اساس یافته‌ها، توجه به مفهوم «وفاق» در توییتر با گذشت زمان کاهش یافته و اوج آن پس از رأی اعتماد مجلس به کابینه و کنفرانس خبری رئیس‌جمهور بوده است، که با کاهش پوشش خبری این موضوع هم‌راستا است و نشان‌دهنده عدم تداوم توجه عمومی است.

از نظر گرایش‌های کاربران، اصولگرایان و انقلابی‌های مخالف دولت بیشترین محتوای مرتبط را تولید کرده‌اند، اما با رویکردی انتقادی که سیاست وفاق دولت را نوعی «نفاق» تلقی کرده و آن را به انتصابات و رأی اعتماد کابینه محدود ساخته‌اند. اصلاح‌طلبان و حامیان دولت نیز به‌طور عمده از این سیاست حمایت کرده‌اند، هرچند در محتوای آنان نیز ارتباطی میان وفاق و انتصابات دیده می‌شود. در مقابل، کاربران تحول‌خواه و مخالف جمهوری اسلامی دیدگاهی انتقادی نسبت

به مفهوم وفاق داشته‌اند. این تقسیم‌بندی نشان‌دهنده برداشت‌های متفاوت از این مفهوم در فضای توییت‌ر است. بطور کلی مضامین منتشر شده راجع به وفاق را می‌توان ذیل مقوله‌های اصلی زیر دسته‌بندی کرد:

### جدول شماره ۳ - مضامین اصلی شناسایی شده در پژوهش بر تفکیک گرایش سیاسی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	گرایش سیاسی
وفاق یعنی انتصابات	نفاق آمیز دانستن وفاق به دلیل انتصاب فتنه‌گران	مخالفان دولت
	انتقاد از قالبیاب به دلیل همراهی با ایده وفاق در جریان رأی اعتماد مجلس به کابینه	مخالفان دولت
	انتقاد از انتصاب نیروهای نزدیک به سعید جلیل به اسم وفاق	حامیان دولت
وفاق یعنی تحقق خواسته‌های جامعه	رفع فیلترینگ ضرورت وفاق	حامیان دولت
	وفاق بدون حل مسأله حجاب و فیلترینگ ممکن نیست	تحول خواهان
وفاق بهانه‌ای برای تداوم منازعات سیاسی	وفاق ملی، باید با جامعه باشد	تحول خواهان
	مضمون یادآوری دوران رئیسی و نادیده گرفتن وفاق در نسبت با دولت او	مخالفان دولت
	انتقاد از رفتارهای ضد وفاق تیم جلیلی و ممکن ندانستن وفاق با او	حامیان دولت
وفاق به مثابه پلتفرمی برای حل منازعات کشور در سایه حمایت رهبری	انتقاد از بکارگیری تعبیر نفاق توسط جریان رقیب و وفاق ستیز دانستن رویکرد آنها	حامیان دولت
	دولت وفاق ملی، دولت رهبری است	تحول خواهان
	حمایت از کابینه‌ی دولت وفاق	حامیان دولت
	تمجید از رویکرد رهبری در راستای سیاست وفاق	حامیان دولت

بر اساس نظریه هویت اجتماعی افراد تا حدی از عضویت آنها در گروه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. این نظریه به‌ویژه برای تحلیل ادراک کاربران توییت‌ر از شعار محوری دولت مفید است، زیرا کاربران در شبکه‌های اجتماعی اغلب بر اساس هویت‌های گروهی خود موضع‌گیری می‌کنند. این نظریه می‌تواند تبیین کند که چگونه تعلق به گروه‌های خاص بر ادراک و واکنش کاربران به شعار دولت تأثیر می‌گذارد. بر این اساس، و در پاسخ به پرسش اصلی این پژوهش که در میان هر یک از گروه‌های سیاسی چه فهمی از وفاق وجود دارد، می‌توان گفت که بر اساس هویت اجتماعی، تجارب فردی و اجتماعی گذشته (نظریه پردازش اطلاعات و نظریه ساخت

اجتماعی واقعیت) و تعاملات کاربران (نظریه نظریه قطب‌بندی و پویایی‌های گروهی) دو تصویر اصلی راجع به مفهوم وفاق در میان کاربران توئیتر وجود دارد؛ **تصویر اول**، که هم در میان مخالفان دولت و هم در میان حامیان دولت است، تصویر وفاق به مثابه انتصابات است. عملکرد دولت و گفتمان شخص رئیس‌جمهور در شکل‌گیری این تصویر مؤثر بوده است چرا که ایشان تعبیر «دولت وفاق ملی» را همزمان با رأی اعتماد کابینه (که با انتصابات مرتبط است) بکار برد و بدین ترتیب میان مفهوم وفاق و انتصابات در ذهن مخاطب، نوعی این‌همانی ایجاد شد. علاوه بر این، تفاهم بلوک‌های قدرت، همگرایی در عمل در میان گروه‌های مختلف و بکارگیری نیروهای مختلف از اقوام و احزاب و گروه‌های مختلف، همه از جمله مؤلفه‌های وفاق از منظر مسعود پزشکیان بوده است.

بنابراین می‌توان گفت که بیراه نیست که بخشی از جامعه، وفاق را در انتصابات ادراک کرده است؛ چرا که کنش رسانه‌ای رئیس‌جمهور، چه در توئیتر و چه در موضع‌گیری‌های رسانه‌ای، به شکلی بوده است که در ذهن بخشی از مخاطبان میان این دو مفهوم این‌همانی برقرار شده است.

**در تصویر دوم**، بخشی از حامیان دولت و بخشی از نیروهای تحول‌خواه یا مخالف جمهوری اسلامی، وفاق را در تحقق خواسته‌های جامعه معنا کرده‌اند و در این میان، دو مقوله فیلترینگ و حجاب را به‌عنوان نمادی از این خواسته معرفی کرده‌اند. این مضمون، در سخن بسیاری از نخبگان شنیده می‌شود که «وفاق باید با جامعه باشد»؛ امری که در مؤلفه‌های گفتمانی رئیس‌جمهور نیز دیده می‌شود آنجایی که وفاق را تأمین حقوق شهروندی همه ایرانیان دانسته و بر ایجاد فضای گفت‌وگو میان نخبگان و گروه‌های اجتماعی تأکید کرده است.

بنابراین ادراک از وفاق را می‌توان ذیل دو کلان تصویر عمده در میان کاربران توئیتر دسته‌بندی کرد. اما این مفهوم اثراتی نیز در میان کاربران داشته است. علی‌رغم این که تلاش شده است تا وفاق زمینه‌ای برای افزایش همدلی میان گروه‌های سیاسی شود، برخی از کاربران توئیتر آن را بهانه‌ای برای تخریب رقیب سیاسی و فاصله‌گذاری با آن کرده‌اند؛ بدین ترتیب می‌توان گفت مفهوم وفاق تا حدودی بر ضد خودش تبدیل شده و همگرایی ایجاد نکرده و **در پاره‌ای** از گروه‌های سیاسی متعارض فاصله‌ها را تشدید کرده است. شاهد مثال این یافته پرتکراری واژه نفاق به جای وفاق در بین کاربران مخالف دولت بوده است.

در سوی دیگر اما، فراگیرتر شدن ایده وفاق باعث شده تا بخشی از نیروهای اصلاح‌طلب همدلی و همراهی بیشتری با مجموعه نظام سیاسی و خصوصاً رهبری داشته باشند و همچنین

ذیل این مفهوم، از دولت حمایت کرده‌اند. بنابراین می‌توان بر اساس داده‌های تویتر گفت که مفهوم وفاق فقط منجر به افزایش همدلی میان بخشی از حامیان اصلاح‌طلب دولت و بخشی از نیروهای موسوم به اصولگرای درون ساختار حاکمیت شده است و سایر نخبگان اجتماعی و سیاسی که خودشان را ذیل این دو گروه سیاسی دسته‌بندی نمی‌کنند، اساساً همراهی با این مفهوم نداشته‌اند. این در حالی است که حتی تمام نیروهای سیاسی ذیل این دو گروه نیز، همدلی و همراهی با مفهوم وفاق نداشته‌اند.

این وضعیت و شکل‌گیری این تصور که وفاق خودش را در انتصابات نشان می‌دهد، باعث شکنندگی آن شده است و همان‌طور که ذکر شد، نوع مواجهه رئیس‌جمهور و مجموعه دولت نیز به این تصویر شکننده دامن زده است. در نتیجه، پس از استیضاح وزیر اقتصاد و کنار رفتن معاون راهبردی از دولت، خیلی زود ایده وفاق در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی مورد حمله قرار گرفت. این منازعات باعث شده تا بخشی از جامعه نیز وفاق را «گفت‌وگو میان بروکرات‌های اصولگرا و اصلاح‌طلب» فهم کند.<sup>۱</sup> حال آن که همان‌طور که در مقدمه ذکر شد، رئیس‌جمهور منظور دیگری از وفاق دارد. اما بر اساس یافته‌های این پژوهش **دست کم در** میان فعالان سیاسی و مدنی حاضر در تویتر، چنین فهمی از وفاق شکل نگرفت و چه‌بسا فهمی متضاد با آن در حال شکل‌گیری است. در سطح فردی و اجتماعی، این فهم متضاد، ناشی از تفاوت در پیش‌زمینه‌ها است که منجر به اعتماد یا عدم اعتماد به گفته‌های رئیس‌جمهور و انتصابات او شده است. این تفاوت، ریشه در هویت اجتماعی، تجارب فردی، چارچوب‌های ذهنی تجارب فرهنگی و اجتماعی، و جایگاه فرد در گروه دارد که گروه‌ها را به تفسیرهای متضاد هدایت کرده است.

در سطح رسانه‌ای نیز، الگوریتم‌های تویتر و نحوه انتشار اطلاعات در آن، بر تشدید فاصله و دوقطبی شدن فضای ادراک از وفاق موثر بوده است (رهبری، ۱۴۰۳). فضایی که ذات انتقادی آن بر مرزبندی‌هایی استوار است و قواعد آن در بسیاری از موارد مانع از درک کامل از آنچه طرف‌های مخالف بیان می‌دارند، شده است. به‌همین جهت استفاده از بستر تویتر برای طرح مفهوم وفاق، ناخواسته به این تضادها در ادراک از مفهوم وفاق دامن زده است.

مدل سه‌سطحی نشان می‌دهد که تویتر (سطح رسانه‌ای) با ساختار خود، گفتمان‌ها را شکل داده؛ تعاملات گروهی (سطح اجتماعی) با قطب‌بندی، ادراکات افراطی ایجاد کرده‌اند؛ و پردازش فردی (سطح فردی)، با تأثیر تجربیات، برداشت‌ها را متنوع کرده است. در نتیجه بر اساس

---

<sup>۱</sup> این عبارتی است که اخیراً یکی از کانال‌های تلگرامی غیر سیاسی، برای توصیف مفهوم وفاق بکار برده است.

یافته‌های ارائه شده در این پژوهش، «وفاق» در توییتر به دو تصویر اصلی (انتصابات، تحقق خواسته‌ها) تفسیر شده، اما به‌جای همگرایی، قطب‌بندی و فاصله را تشدید کرده است. این امر نشان می‌دهد که تلاش دولت‌ها برای ایجاد همگرایی در جامعه و کاهش فاصله دولت-ملت، تحت تأثیر هویت و تجارب فردی و گروهی و محیط رسانه‌ای ممکن است شکست بخورد و در عمل همان شعارها عاملی برای تشدید شکاف‌های سیاسی شود. به‌همین جهت هر دولتی که پروژه ایجاد همبستگی و وفاق ملی دارد، باید با توجه به زمینه اجتماعی و محیط رسانه‌ای این پروژه را دنبال کند.

## منابع

برگر، پتر و لاکمن، توماس (۱۳۹۹)، **ساخت اجتماعی واقعیت**، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: انتشارات علمی فرهنگی، چاپ چهارم

رهبری، محمد (۱۴۰۳). **توییتری شدن سیاست**. تهران: نشر اگر.

رهبری، محمد، دلوری، ابوالفضل و صفری، هادی. (۱۴۰۲). **توییتر، اتاق پژواک و تشدید قطب‌بندی سیاسی مطالعه موردی: واکنش‌های کاربران توییتر فارسی به تحولات ایران (سال‌های**

۱۴۰۰-۱۴۰۱). مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۹(۷۰)، ۲۴۱-۲۷۱.

doi: 10.22034/jcsc.2023.1982672.2625

فی، برایان (۱۳۸۹). **فلسفه امروزین علوم اجتماعی: با نگرش چند فرهنگی**. ترجمه خشیار دیهیمی، تهران: نشر نو.

قجری، حسینعلی (۱۳۹۹). **تبیین جامعه‌شناختی وفاق در شهرکرد**. فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۷۸، دوره ۲۰- صص ۱۱۱-۱۳۷.

امامی، سیده آزاده (۱۴۰۳) «وفاق ملی از ایده تا تحقق»، **خبرگزاری جمهوری اسلامی**، کد خبر: ۸۵۶۶۰۴۱۲، [www.irna.ir/xjS6YH](http://www.irna.ir/xjS6YH)

ریبعی، علی (۱۴۰۳) «وفاق با جامعه را دریابید»، روزنامه اعتماد، شماره ۵۹۶۰ ایران آنلاین (۱۴۰۳) «ظریف: وفاق یعنی یاد بگیریم بیشتر بشنویم تا اینکه حرف بزیم»، ایران آنلاین، <https://inn.ir/news/81839>

افضلی، محمد (۱۴۰۳) «حزب اتحاد ملت: دولت وفاق زمینه بی‌سابقه‌ای برای کاهش تنش‌های سیاسی فراهم کرد»، **خبرگزاری جمهوری اسلامی**، کد خبر: ۸۵۷۴۰۳۴۴، <https://irna.ir/xjSNgX>

Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R., & Lefebvre, E. (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 2008(10), P10008.

Emmons, S., Kobourov, S., Gallant, M., et al. (2016). Analysis of network clustering algorithms and cluster quality metrics at scale. *PLoS ONE*, 11(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159161>

Isenberg, D. J. (1986). Group polarization: A critical review and meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(6), 1141–1151.

## Bibliography

- Ali Rabiei. (2025, January 18). Embrace National Unity. Etemad Newspaper (In Persian).
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2020). *The Social Construction of reality: a Treatise in the Sociology of Knowledge*. (F. Majidi, Trans). Tehran: Elmi Farhangi publication (In Persian).
- Blondel, V. D., Guillaume, J.-L., Lambiotte, R., & Lefebvre, E. (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, 2008(10), P10008.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Emmons, S., Kobourov, S., Gallant, M., et al. (2016). Analysis of network clustering algorithms and cluster quality metrics at scale. *PLoS ONE*, 11(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159161>
- Fay, B. (1996) *Contemporary philosophy of social science : a multicultural approach*. Oxford, Uk ; Cambridge, Mass: Blackwell.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- ghajari H, babaei O.(2020). Sociological explanation of social solidarity in Shahrekord. *refahj*. 20(78), 109-136.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
- Iran Online. (2024, December 3). *Zarif: Consensus means learning to listen more than we talk*. Iran Online| INN. <https://inn.ir/news/81839> (In Persian).
- Isenberg, D. J. (1986). Group polarization: A critical review and meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(6), 1141–1151.
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- K. W. Spence & J. T. Spence (Eds.), *The Psychology of Learning and Motivation: Advances in Research and Theory* (Vol. 2, pp. 47-89). Academic Press.
- K. W. Spence & J. T. Spence (Eds.), *The Psychology of Learning and Motivation: Advances in Research and Theory* (Vol. 2, pp. 47-89). Academic Press.
- Khazraee, E. (2019). Mapping the political landscape of Persian Twitter: The case of 2013 presidential election. *Big Data & Society*, 6(1), 205395171983523. <https://doi.org/10.1177/2053951719835232>
- Khazraee, E. (2019). Mapping the political landscape of Persian Twitter: The case of 2013 presidential election. *Big Data & Society*, 6(1), 205395171983523. <https://doi.org/10.1177/2053951719835232>
- Mohammad Afzali. (2025, February 4). *Ettihad-e Mellat Party: The government of national unity created an unprecedented foundation for reducing political tensions*. IRNA News Agency. <https://irna.ir/xjSNgX> (In Persian).

- Page, L., Brin, S., Motwani, R., & Winograd, T. (1999). The PageRank citation ranking: Bringing order to the web. *Technical Report 1999-66, Stanford InfoLab*.
- Page, L., Brin, S., Motwani, R., & Winograd, T. (1999). The PageRank citation ranking: Bringing order to the web. *Technical Report 1999-66, Stanford InfoLab*.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Books Limited.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Books Limited.
- Rahbari, M. (2024). Twitterization of Politics. Tehran: Agar Publication (In persian)
- Rahbari, M. , Delavari, A. and Safari, H. (2023). Twitter, echo chamber and intensifying political polarization Case study: reactions of Persian Twitter users to events in Iran (years 1400-1401). *Cultural Studies & Communication, 19(70)*, 241-271. doi: 10.22034/jcsc.2023.1982672.2625
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Saal-Roundian, S. (2015). Evaluation of Educational Innovation Based on Rogers' Diffusion of Innovation Theory. *Journal of Educational Technology, 12(3)*, 45-59.
- Saal-Roundian, S. (2015). Evaluation of Educational Innovation Based on Rogers' Diffusion of Innovation Theory. *Journal of Educational Technology, 12(3)*, 45-59.
- Seyede Azade Emami. (2024, November 16). *National Accord: From Idea to Realization/Pezeshkian Keep his Promise*. IRNA News Agency. <https://irna.ir/xjS6YH> (In Persian)
- Tajfel, H., & Turner, J. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. In M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Intergroup relations: Essential readings* (pp. 94–109). Psychology Press.
- Tajfel, H., & Turner, J. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. In M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), *Intergroup relations: Essential readings* (pp. 94–109). Psychology Press.
- Turki, T., & Roy, S. S. (2022). Novel hate speech detection using word cloud visualization and ensemble learning coupled with count vectorizer. *Applied Sciences, 12(13)*, 6611. <https://doi.org/10.3390/app12136611>
- Turki, T., & Roy, S. S. (2022). Novel hate speech detection using word cloud visualization and ensemble learning coupled with count vectorizer. *Applied Sciences, 12(13)*, 6611. <https://doi.org/10.3390/app12136611>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior, 9(5)*, 584-590.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. (2006). Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology & Behavior, 9(5)*, 584-590.