

## The Analysis of Authoritative Political Discourses of X Concerning Iranian 12th Parliamentary Election

Mohsen Goudarzi 

Assistant Professor, Social Sciences Department,  
Faculty of Literature and Humanities, University  
of Isfahan, Isfahan, Iran.

### Abstract

Social media platforms play a prominent role in the construction of various political discourses. Among these platforms, the X social network (formerly Twitter) stands out as one of the most popular social media platforms for political actors in Iran. This activity intensifies during political events such as parliamentary elections, effectively providing a relative assessment of political and social views and insights. Various political discourses emerge from this collection of insights, views, perspectives, and political viewpoints. This research aims to identify the political discourses that emerged and gained authority around the 12th Iranian Parliament elections on the X social network. To this end, the network of likes for electoral content was visualized using Gephi software, and the authority variable was calculated. Then, a critical analysis of the authoritative discourses was conducted using Fairclough's approach. The research findings revealed that the official, reformist and moderate, principlist, critical, opposition, and monarchist discourses were the discourses formed around the parliamentary elections. Moreover, the evolution of the most authoritative discourses surrounding the parliamentary elections begins with the official discourse and ends with the critical and unofficial discourse. Complaints about the prevalence of immorality and vulgarity; the necessity of avoiding labeling expert candidates; and the need for rational political action were among the components of the critical discourse. The X network's authoritative discourses around the parliamentary elections consistently employed

– Corresponding Author: m.goudarzi@ltr.ui.ac.ir

**How to Cite:** Goudarzi, M. (2025). The Analysis of Authoritative Political Discourses of X Concerning Iranian 12th Parliamentary Election, *Journal of New Media Studies*, 11(41), 175-232. DOI: 10.22054/nms.2025.79011.1687

the language of sarcasm and humor in different time periods. It seems that this type of language serves as a means of expressing opinions with no consequences.

### **Extended Abstract:**

#### **Introduction**

X, formerly known as Twitter, stands as a leading global social network and has become a focal point for extensive research due to its influential role in shaping world events and hosting vast amounts of online social data. Given its significant impact on political and social dynamics, scholars have increasingly turned to X as a vital platform for academic investigation, especially within the fields of media and political studies.

This study focuses on the discursive landscape on X in relation to the February 2024 Iranian parliamentary elections, a crucial event following the 2023 protests. By analyzing political discourse generated by millions of Iranian users, this research aims to provide deeper insight into societal dynamics. This analysis is important for policymakers as it helps them close potential gaps with the public and develop informed political and social strategies. Ignoring these powerful online discourses may lead to increased societal alienation and governmental ambiguity.

#### **Literature Review**

Research on the Iranian Twittersphere, including Marchant et al.'s (2016) study of the 2016 parliamentary elections, highlights a complex ecosystem of users during electoral periods. Their analysis identified 46 distinct user categories, ranging from political commentators to ordinary users sharing non-political content. A significant finding was the strong linkage between Iranians abroad and activists inside Iran, enabling transnational engagement in domestic political discourse. Beyond Iran-focused research, broader studies on user motivation suggest that a key driver of political activity on Twitter is the desire for social connection (Chen, 2011) and socialization (Li & Oh, 2013), which often takes the form of expressing political dissatisfaction rather than supporting specific parties or candidates (Hosch-Dayican et al., 2016).

A critical theme in the literature revolves around users forming homophilic networks, as described by Colleoni et al. (2014). This

means that individuals tend to connect with others who share similar political viewpoints, creating insular "echo chambers." This phenomenon contributes to the formation of highly polarized online communities, a finding emphasized by Conover et al. (2021). This body of research suggests that the platform's design often reinforces existing beliefs rather than encouraging open political discourse, thereby limiting exposure to diverse viewpoints.

### **Methodology**

Critical Discourse Analysis (CDA) will be employed to examine and interpret authoritative political discourses on X. Developed in the late 1980s, CDA has emerged as one of the most influential and systematic approaches within discourse analysis. It integrates the critical tradition of social inquiry with linguistic analysis, focusing on how discourse interacts with broader social structures—such as power relations, ideologies, institutions, and identities—to enable critical social examination (Fairclough, 2023: 15–17). Central to CDA is the exploration of how language reflects and reproduces power imbalances and social inequality (Blommaert & Bulcaen, 2000: 447). The method dynamically shifts between structural constraints and individual agency (Fairclough, 2001: 122) and relies on abductive and transductive reasoning in its analytical process.

Transductive inference involves reasoning from one specific instance to another specific instance, as opposed to deductive reasoning, which generalizes from specific observations to broader patterns (Vapnik, 2006: 462). Abductive inference, on the other hand, seeks the most plausible and parsimonious explanation for a given observation or set of data—hence it is often referred to as inference to the "best explanation" (Campos, 2011: 431).

This work will utilize the methodology presented by Fairclough, employing CDA to unravel multiple dimensions of political discourse. Authoritative discourse is identified using network analysis and the measurement of the "authority" variable via Gephi software. To this end, the network of likes for tweets containing the hashtag "Parliamentary Elections" (#انتخابات\_مجلس) is mapped using this software, and the authority variable is calculated. This analysis is conducted for three distinct time periods:

From August 21 to September 29, 2024 (the initial registration period for election candidates), October 19 to November 27, 2024 (the

final registration period for parliamentary candidates), and December 29 to 31, 2024 (the three days leading up to the parliamentary elections), content containing the hashtag #انتخابات\_مجلس was extracted using the premium account of the exportcomments.com platform. Subsequently, the accounts that liked this content were extracted using the premium account of the TWLikeExport Chrome extension.

### **Results**

The main results for the period from August 21 to September 29 are as follows: The dominant discourse is official and news-oriented, promoting an ideology of tolerance and openness. This discourse emphasizes the pervasiveness of immorality in the political sphere, the need for decisiveness in media and political activities, a zero-tolerance approach to vulgarity, and the importance of ethical political action. Some tweets promote components of revolutionary ideology, such as idealism, justice, rationality, and spirituality. This discourse appears to target minimal social action and aims to attract principlist and revolutionary groups, while neglecting other political and social views. The ideology of these tweets aligns with traditional principlist discourse. Some tweets emphasize political solidarity and coalition, highlighting the rationality of Mr. Qalibaf in Iranian politics and the need for a coalition of different political currents (the general rational current) to counter the extremist (irrational) current. Additionally, some tweets promote “personality worship” and Iranian nationalism.

The main results for the period from October 19 to November 27 are as follows: A critical discourse emerges, focusing on “personality worship” and criticizing the concentration of all political currents around a single figure. This approach is presented as conflicting with the demand for “change,” implicitly suggesting that change can only be achieved by moving beyond Mr. Qalibaf, the Speaker of the eleventh parliament.

The main results for the period from December 29 to 31 are as follows: The critical discourse becomes dominant, questioning the principlist movement and its policies of exclusion toward moderates and reformists. Doubts about the legitimacy of the entire election are raised. Other themes include criticism of flawed social and political mechanisms of exclusion and the undemocratic nature of the electoral system. Some tweets express support for the political currents associated with Mr. Khatami, reformists, and moderates. The

discourse emphasizes the need for rationality and logic in political debates, informed voting choices, and reforming the unhealthy electoral system. Additionally, some tweets portray the elections as a platform for collective public protest. Decriminalizing the hijab and regularizing residency permits for Afghans are also highlighted by the moderate current and its candidates.

### **Conclusion**

The research findings indicate that in the three days before the parliamentary elections, the most influential users on X were mainly journalists, media outlets, and ordinary citizens—not official government accounts. Notably, ordinary citizens held the highest discursive authority during this critical phase. Additionally, the study uncovers a more nuanced user classification than earlier research indicated, identifying distinct groups such as official accounts, reformists, principlists, critics, opposition members, and monarchists—all advancing their own unique political narratives.


The discourse during the elections revolved around concerns about economic and political corruption, inefficiencies in the electoral process, a need for rational political engagement, and calls for protest through non-voting. In addition, two prominent discourses emerged: an exclusionary nationalist discourse targeting Afghan migrants that gained traction on the platform, and a discourse centered on "personality worship" that created authoritative discourses through intricate intertextuality throughout different timeframes.

**Keywords:** Authority, Political Discourse, Social Media, Critical Discourse Analysis, X, Iranian 12th Parliamentary Election.



## تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم

استادیار، گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

محسن گودرزی \* 

### چکیده

رسانه‌های اجتماعی نقش برجسته‌ای در ساخت گفتمان‌های مختلف سیاسی دارند. در این میان شبکه اجتماعی ایکس (توییتر سابق) به‌عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین رسانه‌های اجتماعی میدان فعالیت کنشگران سیاسی مختلف است. این فعالیت در زمان رویدادهای سیاسی نظیر انتخابات مجلس افزایش پیدا می‌کند و عملاً قادر است تا ارزیابی نسبی از نگرش‌های و بینش‌های سیاسی و اجتماعی ارائه دهد. گفتمان‌های مختلف سیاسی از مجموعه این بینش‌ها، نگرش‌ها، دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرات سیاسی به وجود می‌آیند. این پژوهش به دنبال شناخت گفتمان‌های سیاسی است که پیرامون دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در شبکه اجتماعی ایکس شکل گرفته و از مرجعیت برخوردار شده‌اند. برای این منظور شبکه لایک‌های محتواهای انتخاباتی با استفاده از نرم‌افزار گفی ترسیم و متغیر مرجعیت محاسبه شد. سپس تحلیل انتقادی گفتمان‌های مرجع با استفاده از رهیافت فرکلاف انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که گفتمان‌های رسمی، اصلاح‌طلب و میانه‌رو، اصولگرا، منتقد، اپوزیسیون و سلطنت‌طلب، گفتمان‌های شکل گرفته پیرامون انتخابات مجلس بوده است. همچنین تطور گفتمان‌های دارای مرجعیت حداکثری پیرامون انتخابات مجلس از گفتمان رسمی آغاز و به گفتمان انتقادی و غیررسمی ختم می‌شود. شکایت از رواج بی‌اخلاقی و فحاشی؛ ضرورت پرهیز از برچسب‌زنی به کاندیداهای متخصص؛ و لزوم کنش سیاسی عقلانی از جمله مؤلفه‌های گفتمان انتقادی بوده است. نتایج تحقیق بیانگر آن است که گفتمان‌های مرجع شبکه ایکس پیرامون انتخابات مجلس در بازه‌های زمانی مختلف همواره از زبان کنایه و طنز استفاده کرده‌اند؛ به نظر می‌رسد این نوع از زبان راهی برای ابراز عقیده با حداقل عواقب ناشی از آن است.

**کلیدواژه‌ها:** مرجعیت، گفتمان، تحلیل گفتمان انتقادی رسانه‌های اجتماعی، ایکس، انتخابات مجلس.

## مقدمه

شبکه اجتماعی ایکس<sup>۱</sup> که پیش‌از این به نام توییتر شناخته می‌شد در سال ۲۰۰۶ راه‌اندازی شد و به سرعت به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی شناخته شد. در سال ۲۰۱۶ ادعا شد که ماهانه ۳۱۳ میلیون نفر کاربر فعال در این شبکه اجتماعی حضور دارند، سال ۲۰۱۸ اسم توییتر در عنوان حدود ۶۱ هزار و ۳۰۰ مقاله آکادمیک قرار گرفت و این رقم همچنان در حال رشد است. ایکس را «نظام عصبی کره زمین» و «اتاق خبر جهانی» توصیف کرده‌اند که حجم بسیار زیادی از داده‌های برخط درباره رفتار اجتماعی و ارتباط جمعی را در خود جای داده است (Burgess & Baym, 2022: 3). این شبکه اجتماعی در سال‌های اخیر نقش ویژه‌ای در رویدادهای سیاسی و اجتماعی سرتاسر جهان ایفا کرده است. همین نقش موجب شده است تا پژوهشگران و کارشناسان حوزه مطالعات رسانه توجه ویژه‌ای به ایکس (توییتر سابق) در تحقیقات سیاسی-اجتماعی خود داشته باشند.

این شبکه اجتماعی اثرگذارترین رسانه در حوزه خبررسانی و روزنامه‌نگاری معرفی شده است و نقش اساسی در ساخت و تولید روایت‌ها و گفتمان‌های سیاسی ایفا می‌کند (کرمانی، ۱۳۹۹: ۱۹۱). پاپاچاریسی و اولیویرا<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) در پژوهش خود پیرامون کنشگری سیاسی در کشور مصر به این نتیجه رسیدند که توییتر را باید یکی از اصلی‌ترین ابزارهای مؤثر بر سیاست قلمداد کرد، به گونه‌ای که انواع جدیدی از مشارکت سیاسی با استفاده از توییتر رقم می‌خورد. این مهم به معنای آن است که این رسانه اجتماعی توانسته است بسیاری از ابعاد زیست سیاسی را دگرگون کند (Putnam, 2000: 32). سیاستمداران، کنشگران و فعالان سیاسی و رسانه‌ای و کاربران از ایکس برای خلق گفتمان‌های سیاسی، شکل‌دهی گونه‌های جدیدی از ارتباطات سیاسی و تولید و بازتولید امر سیاسی بهره می‌گیرند. ترکیبی از عوامل تکنیکی و فناورانه به همراه متغیرهای اجتماعی و سیاسی در به وجود آمدن این نقش منحصربه‌فرد برای ایکس مهم بوده‌اند.

1. X

2. Papacharissi, Z. & Oliveira, M.

این رسانه اجتماعی یکی از اصلی‌ترین ابزارهایی است که به دلیل قابلیت‌های فنی خود همچون سرعت بالای آن؛ هشتگ‌زنی؛ شبکه‌سازی؛ و بازبودگی، در حوزه سیاست مورد استفاده شهروندان و کاربران قرار می‌گیرد و در بچوجه‌های سیاسی انتخاب اول کاربران برای کنشگری است (کرمانی، ۱۳۹۹: ۱۹۵-۱۹۴). این در حالی است که سیاستمداران نیز به‌طور گسترده‌ای از تویتر برای برقراری ارتباطات سیاسی بهره می‌گیرند (Vergeer & Hermans, 2013: 413). سیاسیون شبکه اجتماعی ایکس را به دیگر مسیرهای ارتباطی با مخاطبان ترجیح می‌دهند، چراکه رشد و نفوذ این رسانه در میان مردم بسیار زیاد بوده است. در همین زمینه تویتر را عامل مهمی در شکل‌دهی به گفتمان‌های سیاسی می‌شناسند (Nguyen, 2011: 14).

جامعه‌شناسی سیاسی ارتباطات نیز به توسعه گفتمان‌های سیاسی از سوی ایکس نظر کرده است. این رسانه اجتماعی توانسته است راهبردهای ارتباطاتی شخصی‌شده را برای سیاستمداران توسعه بدهد. این راهبردها به‌جای تمرکز صرف بر موضوعات و مسائل سیاسی، روی مؤلفه‌های فردی سیاستمداران تأکید می‌کند و در نهایت به افزایش اعتبار و قابلیت اعتماد سیاستمداران منجر می‌شود (Otto et al., 2019: 16). علاوه بر این، جامعه‌شناسی سیاسی ارتباطات به ایکس به‌مثابه پلتفرم کنشگر سیاسی نیز نگاه می‌کند. چنین کنشگری در راستای تقویت مشارکت مدنی، توسعه ارتباطات دوسویه و نیز ارتقای مشارکت دموکراتیک تعریف می‌شود (McGregor et al., 2017: 10-11).

بخش دیگری از میدان مطالعاتی جامعه‌شناسی سیاسی ارتباطات به نقش ایکس در کاربست برجسته‌سازی و قطبی‌سازی می‌پردازد. رویکرد این پلتفرم در تسهیل انتشار موضوعات و هشتگ‌های ترندشده و نیز تقویت گونه خاصی از روابط میان‌فردی در بین کاربران ناظر بر سازوکارهای برجسته‌سازی حاکم بر این رسانه اجتماعی است (Conway et al., 2015: 374-375). علاوه بر این، رویکرد ایکس در درگیر ساختن افراد با کاربران همگن از نظر ایدئولوژیک نشان‌دهنده رویکردهای قطبی‌ساز این پلتفرم است. چنین سازوکارهایی موجب می‌شود تا ارتباطات میان‌حزبی کاهش پیدا کند و سوگیری‌های

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۱۸۳

شناختی موجود در بین کنشگران سیاسی تقویت شود (Conover et al., 2021: 95). مصرف انبوه ایکس در کنار کارکردهای خبررسانی و اطلاع‌رسانی آن، سازوکارهای الگوریتمی این پلتفرم در توسعه ارتباطات سیاسی و نیز کارکردهای آن در جامعه‌شناسی سیاسی ارتباطات بیانگر اهمیت گفتمان‌های موضوعی و بافتاری است که در فضای ایکس مفصل‌بندی می‌شوند.

### مسئله پژوهش

این پژوهش به دنبال مطالعه گسترده‌تر و عمیق‌تر رسانه اجتماعی ایکس و بررسی ابعاد گفتمانی آن پیرامون دوازدهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در اسفند ۱۴۰۲ به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رویدادهای سیاسی ایران بوده است. این انتخابات اولین انتخاباتی است که پس از اعتراضات سال ۱۴۰۱ انجام شد و بررسی ابعاد مختلف آن می‌تواند راهگشای فهم بسیاری از مسائل سیاسی ایران باشد. بر اساس آماری که از سوی مرکز پژوهشی بتا در سال ۱۴۰۰ منتشر شده است، تعداد کاربران ایرانی ایکس حدود ۳,۲ میلیون نفر بوده است.

طبیعتاً این تعداد کاربر فعال یک شبکه اجتماعی امکان خلق گونه‌های مختلف گفتمان سیاسی را در شبکه اجتماعی ایکس دارند، گفتمان‌هایی که محصور در رسانه نیستند و با لایه‌های مختلف زیست فردی و اجتماعی ایرانیان پیوند برقرار می‌کنند. به بیان دقیق‌تر، شناخت گفتمانی را می‌توان نزدیک‌ترین و عمیق‌ترین گونه شناخت از جامعه در نظر گرفت؛ تحلیل گفتمان، زبان و متن را ابژه‌هایی اجتماعی در نظر می‌گیرد که از سوی نظریه انتقادی تسهیل‌کننده و بازتولیدکننده روابط قدرت و سلطه محسوب می‌شود (Forchtner, 2017: 267).

تحلیل گفتمان رسانه به ما اجازه می‌دهد تا اشتراک معانی را به‌طور دقیق و مفصل توصیف و ارزیابی کنیم. تحلیل گفتمان رسانه تجزیه و تحلیل می‌کند که کدام یک از بازنمایی‌های جهان اجتماعی غالب هستند و اینکه متون رسانه‌ای چه نوع تعاملی را بین مردم و جهان و بین صاحبان قدرت و بقیه مردم برقرار می‌کنند. در اینجا همچنین چگونگی

ساخت متفاوت معنی در رسانه‌های مختلف برجسته می‌شود و شیوه‌های متفاوت دیدن و اندیشیدن در رسانه‌ها آشکار می‌گردد (ماتسون، ۱۳۹۲: ۱۰). به بیان دقیق‌تر، تحلیل گفتمان رسانه فهم کامل‌تری از گفتمان‌های پیرامونی زیست فردی و اجتماعی حاصل می‌کند و عملاً درک و بازفهم سازوکارهای حقیقی جامعه، روابط اجتماعی و پیوندها حاکم با ایدئولوژی و قدرت را فراهم می‌سازد.

شناخت دقیق‌تر گفتمان‌های سیاسی ایکس پیرامون رویدادهای سیاسی نظیر انتخابات در واقع فهم عمیق‌تر جامعه را به همراه دارد، چراکه گفتمان‌های رسانه‌ای خصوصاً گفتمان‌های جاری در رسانه‌های اجتماعی برآمده از مسئله جامعه هستند و به‌طور مستقیم بر شناخت اجتماعی نیز تأثیر می‌گذارند. این مهم می‌تواند از سوی سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان سیاسی مورد توجه قرار گیرد و عملاً به سیاست‌های دقیق اجتماعی، سیاسی و اقتصادی بیانجامد. از سوی دیگر، نپرداختن به سازوکارها و مؤلفه‌های گفتمانی حاکم بر رسانه مهم اجتماعی ایکس به دورافتادگی معنایی با جامعه و ابعاد مختلف معنابخشی سیاسی میان توده‌های مردم ختم می‌شود. اتفاقی که می‌تواند ابهام در فضای فکری جامعه را برای دولت/حاکمیت به همراه داشته باشد.

روند پژوهی گفتمان‌های رسانه‌ای در این پژوهش مورد تأکید قرار گرفته است، چراکه این مهم شناخت کامل‌تر و راهگشاتری را به همراه خواهد داشت. گوررو-سول<sup>۱</sup> (۲۰۱۸: ۲) مشخصاً خلأ مطالعات طولی و زمان‌دار در پژوهش‌های پیرامون گفتمان‌های سیاسی تویتر را مورد توجه قرار داده است. این مطالعه قرار است بخشی از این کمبود را جبران کند.

تلفیق رویکردهای تحلیل شبکه با روش‌شناسی کیفی، توجه به مسئله مرجعیت گفتمانی و نیز روند پژوهی گفتمانی از جمله نوآوری‌های این پژوهش است.

### پیشینه پژوهش

عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۹) در پژوهشی نشان دادند که سه خوشه اصلی شامل

---

1. Guerrero-Solé. F.

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۱۸۵

اصولگرایان، اصلاح‌طلبان و مهاجران (کاربران خارج از کشور با دیدگاه‌های عموماً مخالف) در شبکه توئیتر در بازه زمانی ۲۵ روزه تا انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ مشغول فعالیت بوده‌اند. آن‌ها نتیجه گرفتند که این سه خوشه را باید اصلی‌ترین خوشه‌های شکل‌دهنده توئیتر فارسی دانست. این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که کاربران مؤثر شبکه توئیتر پیرامون رویداد انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۶، روزنامه‌نگاران، رسانه‌ها و شهروندان عادی هستند.

کرمانی و دیگران (۱۴۰۰) در ادامه پژوهش قبلی در تحقیق دیگری به تحلیل قالب‌های موضوعی شکل گرفته در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ در توئیتر پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که تبلیغات انتخاباتی، ویژگی‌های اخلاق‌مداری کاندیداها و حامیانشان، فساد و مسائل مرتبط با کارآمدی یا شایستگی کاندیداها موضوعات مورد توجه کاربران توئیتر فارسی بوده‌اند. در این میان جماعت مهاجران عموماً روی یکدستی نظام تأکید می‌کردند، ولی این مسئله از سوی دیگر کاربران مورد توجه قرار نگرفت. این تحقیق همچنین تأکید می‌کند که کاربران عادی در مقایسه با رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران در تمامی جماعت‌های شکل گرفته در شبکه اجتماعی توئیتر، نقش اصلی را در قالب‌بندی موضوعی به خود اختصاص داده‌اند.

نژادبهرام و دیگران (۱۴۰۰) نیز در پژوهشی با تحلیل محتوای کیفی ۵ هزار و ۷۰۰ توئیٹ از سران کشورهای ایران و آمریکا به بررسی نقش توئیتر در توسعه قدرت دیپلماسی ایران در برجام پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که ایران باهدف ترمیم نگرش‌ها، اعتمادزایی و هویت‌سازی، دیپلماسی فعالی را در جهت اثرگذاری بر اقدام آمریکا در خروج از برجام تعریف کرده است. توئیتر در این وضعیت به خلق تصویر تازه‌ای از دیپلماسی کمک کرده است که مهم‌ترین کارکردهای آن تقویت سرمایه اجتماعی در عرصه بین‌المللی و نیز کمک به کاهش منازعات بین‌المللی است.

مسئله توئیتر و سیاست در پژوهش‌های خارجی نیز به تفصیل مورد توجه قرار گرفته است. مرچنت و دیگران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در پژوهش خود، جوامع مختلف در شبکه اجتماعی

---

1. Marchant, J. & et al.

تویتر و میزان نفوذ کمپین‌های تبلیغاتی موجود در این شبکه پیرامون انتخابات سال ۲۰۱۶ مجلس ایران را تحلیل کردند. آن‌ها در ارزیابی خود ۴۶ دسته از کاربران از فعالان حقوق بشر گرفته تا مفسران سیاسی اصلاح‌طلب و اصولگرا، مدافعان فناوری و علاقه‌مندان به ادبیات را تشخیص دادند. محققان نتیجه گرفتند که اگرچه بخش قابل توجهی از محتوای تویتر سیاسی است، لیکن دسته‌ای از کاربران به روزمره‌نویسی مشغول‌اند و لطیفه، حرف‌های بیهوده و پیام‌های عشوهِ گرانه منتشر می‌کنند. بخش دیگری از یافته‌های این پژوهش بیانگر حضور گسترده ایرانیانی است که در خارج از کشور با شبکه فعالان و روزنامه‌نگاران داخل ایران ارتباط می‌گیرند. این تحقیق تأکید می‌کند که پیوندهای متقابل این دو دسته از افراد به‌طور قابل توجهی بالاست و عملاً فرصتی برای دورافتادگان از فضای سیاسی داخل ایران است تا به این وسیله درگیر توسعه‌گفتمان‌های سیاسی و اجتماعی داخل ایران شوند.

برخی پژوهش‌های خارجی روی کنشگری سیاستمداران و صاحبان قدرت در تویتر تمرکز کرده‌اند. گرنِت و دیگران<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در پژوهش خود دریافتند که بسیاری از سیاستمداران از قابلیت‌های ارتباطی پلتفرم تویتر همچون ریتوییت کردن، پاسخ دادن، پسندیدن و نام بردن<sup>۲</sup> بهره نمی‌گیرند. این افراد بیشتر علاقه دارند تا تویتر را به‌عنوان رسانه‌ای یک‌سویه برای ارتباط گرفتن با کاربران و رساندن صدای خود به آن‌ها مورد استفاده قرار دهند. به بیان دقیق‌تر، تویتر برای ایشان کارکردی همچون یک رسانه برودکست دارد. در همین زمینه، پلاتویاک و استانوسکا-اسلایوا<sup>۳</sup> (۲۰۱۳) تأکید کردند که به‌عنوان قاعده‌ای کلی سیاستمداران در تویتر عموماً ترجیح می‌دهند تا به‌جای ارتباط‌گیری با سیاستمداران رقیب یا طرفداران دیگر احزاب سیاسی با افرادی از حزب و جریان سیاسی خود ارتباط بگیرند. این در حالی است که گراهام و دیگران<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) نشان دادند که سیاستمداران و کاندیداهای انتخابات از تویتر برای برقراری ارتباط با مردم و

1. Grant, W. J. & et al.

2. mention

3. Plotkowiak, T. & Stanoevska-Slabeva, K.

4. Graham, T. & et al.

تعامل دوسویه با رای دهندگان استفاده می‌کنند.

در سوی مقابل، پژوهش‌های زیادی نیز به کنشگری سیاسی شهروندان و کاربران در فضای توییتر پرداخته‌اند. چن<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) به این نتیجه رسید که بخش قابل توجهی از فعالیت افراد در توییتر را باید در راستای پاسخگویی به نیاز ایشان برای برقراری ارتباط با دیگران تحلیل کرد. در همین زمینه، لی و او<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) نتیجه گرفتند که جستجوی اطلاعات و نیز جامعه‌پذیری به معنای برقراری ارتباط با دیگران و ساخت شبکه‌ای مناسب با ارزش‌ها و نیازها از جمله اصلی‌ترین دلایل مراجعه و عضویت افراد در توییتر است. هیچ‌دیکان و دیگران<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) به این نتیجه رسیدند که کارکرد سیاسی توییتر برای افراد چیزی جز اظهار نارضایتی نسبت به مسائل و موضوعات سیاسی نیست. در واقع افراد از توییتر استفاده می‌کنند تا به جای تبلیغ سیاسی له یا علیه کاندیداها و احزاب، نارضایتی خود را نسبت به سیاست ابراز کنند.

گُلنی و دیگران<sup>۴</sup> (۲۰۱۴) به ابعاد دیگری از استفاده‌های توییتری افراد پی بردند. آن‌ها رفتار کاربران در رسانه‌های اجتماعی را هم‌جنس‌خواهانه<sup>۵</sup> توصیف کرده‌اند. این موضوع به معنای آن است که کاربران اغلب صرفاً با یک حزب سیاسی که بیشترین نزدیکی را با جایگاه و بینش سیاسی ایشان داشته باشد، ارتباط برقرار می‌کنند. این مسئله را می‌توان با مفهوم اتاقک‌های اکو<sup>۶</sup> به بهترین شکل توصیف کرد. به بیان دقیق‌تر، فعالیت کاربران در توییتر به گونه‌ای است که ایشان را صرفاً با دیدگاه‌ها و نظرات مطلوب خود مواجهه می‌سازد و امکان درگیری با دیگر نظرات و اندیشه‌های مخالف را بسیار محدود می‌سازد.

## روش تحقیق

گفتمان‌های سیاسی دارای مرجعیت ایکس با روش «تحلیل گفتمان انتقادی»<sup>۷</sup> ارزیابی و

1. Chen, G. M.
2. Lee, E. J. & Oh, S. Y.
3. Hosch-Dayican, B. & et al.
4. Colleoni, E. & et al.
5. homophilic
6. echo chambers
7. Critical Discourse Analysis (CDA)

تحلیل می‌شوند. این روش‌شناسی مشخصاً اواخر دهه ۱۹۸۰ ابداع و به یکی از پرنفوذترین و عینی‌ترین انشعابات تحلیل گفتمان بدل شد. تحلیل گفتمان انتقادی سنت انتقادی تحلیل اجتماعی را با مطالعات زبانی پیوند داده و تمرکز ویژه بر گفتمان و روابط بین گفتمان‌ها با دیگر عناصر اجتماعی (نظیر روابط قدرت، ایدئولوژی‌ها، سازمان‌ها و هویت‌های اجتماعی) را برای تحلیل انتقادی اجتماعی به ارمغان آورده است (Fairclough, 2023: 15-17)؛ بنابراین، تمرکز اصلی تحلیل گفتمان انتقادی فهم روابط میان قدرت و نابرابری در زبان است (Blommaert & Bulcaen, 2000: 447). این مهم بیانگر آن است که روش تحلیل گفتمان انتقادی عموماً در پارادایم انتقادی قرار می‌گیرد. این پارادایم با ارزش‌های محقق پیوند خورده است و به دنبال آشکارسازی و برجسته کردن واقعیت‌های طبیعی شده است. پارادایم انتقادی به ماهیت تعاملی، مذاکره‌ای و ذهنی‌گرایانه معرفت‌باور دارد و نقد و دگرگونی ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، قومی و جنسیتی را دنبال می‌کند (محمدپور، ۱۴۰۰: ۳۶-۳۷).

تحلیل گفتمان انتقادی دائماً میان تمرکز بر ساختار و کنش در رفت‌وآمد است (Fairclough, 2001: 122) و از استنتاج‌های تبدیلی<sup>۱</sup> و ربایشی<sup>۲</sup> برای تحلیل بهره می‌گیرد. استنتاج تبدیلی به معنای رسیدن از یک مسئله مشاهده‌شده و خاص به یک مسئله خاص دیگر است و عموماً در برابر استدلال قیاسی قرار می‌گیرد که در آن از یک مسئله مشاهده‌شده و خاص به یک طرح کلی می‌رسیم (Vapnik, 2006: 462). استنتاج ربایشی نیز به معنای رسیدن به ساده‌ترین و محتمل‌ترین توضیح برای مشاهده یا مجموعه‌ای از مشاهدات است و به همین دلیل به‌عنوان استنتاج «بهترین تبیین» شناخته می‌شود (Campos, 2011: 431).

این مسئله به‌درستی بیانگر آن است که ارزیابی‌های انجام‌شده در تحلیل گفتمان انتقادی به‌طور کلی هرمنوتیک یا تفسیری هستند (Wodak & Meyer, 2009: 4-5). فرکلاف خوانش هرمنوتیکی از تحلیل انتقادی گفتمان را با رهیافتی غیررشته‌ای توسعه

---

1. transductive

2. abductive

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۱۸۹

داده است. وی بر این عقیده است که تحلیل گفتمان انتقادی رویکردی است که در آن روابط دیالوگی با دیگر نظریه‌ها و روش‌های اجتماعی برقرار می‌شود، از این رو باید با آن در مسیری فرارشته‌ای و نه فقط میان‌رشته‌ای مواجهه شد (Fairclough, 2001: 121). اهمیت این رهیافت را باید در داعیه اصلی تحلیل گفتمان انتقادی جستجو کرد. روابط متقابل میان قدرت، ایدئولوژی و گفتمان به گونه‌ای است که چنین روابطی را پیچیده و چندوجهی می‌کند، بنابراین مواجهه فرارشته‌ای با این روش‌شناسی کاملاً ضرورت دارد (Lazar, 2007: 151).

این تحقیق رهیافت فرکلاف را برای تحلیل گفتمان انتقادی برمی‌گزیند، چراکه در چارچوبی سه‌بعدی به بررسی لایه‌های توصیفی، تفسیری و تبیینی گفتمان می‌پردازد. اولین بعد، گفتمان به مثابه متن<sup>۱</sup> است. انتخاب‌ها و الگوهای کلمات (برای نمونه واژه‌آرایی‌ها و استعاره‌ها)، گرامر و دستور زبان (برای مثال افعال کمکی و افعال گذرایی)، انسجام (نظیر همبستگی و طرح کلی) و ساختار متن (نظیر سلسله رویدادهای متن، نظام نوبتی و سلسله‌مراتبی) می‌بایست به‌طور سیستماتیک تجزیه و تحلیل شود (Fairclough, 1992a: 73-76).

لایه توصیفی به طرح پرسش‌هایی پیرامون سطوح واژگان، ساختارهای دستوری و ساخت‌های متنی می‌پردازد. این پرسش‌ها عبارت‌اند از: کلمات واجد کدام ارزش‌های تجربی هستند؟ کلمات دارای کدام ارزش‌های رابطه‌ای هستند؟ کلمات واجد کدام ارزش‌های بیانی هستند؟ در کلمات از کدام استعاره‌ها، استفاده شده است؟ (در سطح واژگان) ویژگی‌های دستوری، دارای کدام ارزش‌های تجربی هستند؟ ویژگی‌های دستوری حاوی کدام ارزش‌های رابطه‌ای هستند؟ ویژگی‌های دستوری واجد کدام ارزش‌های بیانی هستند؟ جملات ساده، چگونه به یکدیگر متصل شده‌اند؟ (در سطح ساختارهای دستوری) از کدام قراردادهای تعاملی استفاده شده است؟ و متن دارای چه ساختارهای گسترده‌تری است؟ (در سطح ساخت‌های زبانی) (فرکلاف، ۱۳۸۹: ۱۷۱-۱۷۰)

در لایه تفسیری یا گفتمان به‌مثابه کنش گفتمانی<sup>۱</sup> با گفتمان به‌عنوان چیزی سروکار داریم که در جامعه تولید می‌شود، گردش دارد، توزیع می‌شود و در نهایت مصرف می‌شود. فرکلاف این مهم را تماماً به‌مثابه فرایندهای گردش ابژه‌های عینی زبانی در نظر می‌گیرد. گفتمان به‌مثابه کنش گفتمانی یعنی این که در تحلیل واژگان، دستور زبان، انسجام و جان‌مایه متن باید به سه جنبه‌ای که متن را با بافت آن پیوند می‌دهد یعنی کنش‌های زبانی، سازگاری<sup>۲</sup> و بینامتنیت توجه کرد. فرکلاف میان بینامتنیت آشکار<sup>۳</sup> (نظیر متنی که علنی از متون دیگر استفاده می‌کند) و بینامتنیت ساخت‌مند یا میان‌گفتمانی<sup>۴</sup> (نظیر متنی که از عناصر ناهمگون ساخته شده است: گونه‌های گفتمانی، توافقات یا قراردادهای عمومی، فهرست اسامی، شیوه‌های نگارش) تمایز قائل می‌شود (Fairclough, 1992a: 77-86).

لایه تفسیر به چهار سطح ظاهر کلام، معنای کلام، انسجام موضعی و جان‌مایه متن می‌پردازد. سطح اول یا ظاهر کلام نیازمند بهره‌گیری از دانش زبانی یعنی دانش پیرامون نظام آوایی، دستور زبانی و واژگان است تا در نهایت نشانه‌های زبانی موجود در متن به کلمات، عبارات و جملات معین تبدیل شود. سطح دوم یا معنای کلام به فرایند اعطای معنا به اجزای تشکیل‌دهنده متن اطلاق می‌شود. بهره‌گیری از جنبه‌های معناشناختی دانش زمینه‌ای یعنی بازنمود معانی کلمات، توانایی در ترکیب معانی کلمات و اطلاعات دستوری و دست‌یابی به معانی تلویحی به‌منظور فهم کل گزاره‌ها در این سطح مهم می‌شود. سطح سوم یا انسجام موضعی به دنبال برقراری انسجام در بخش معینی از یک متن است. این انسجام از جنس صوری و سطحی نیست، بلکه نیازمند بهره‌گیری از پیش‌فرض‌های تلویحی که اغلب خصلت ایدئولوژیک دارند، است تا رابطه انسجامی در متن پیدا شود. سطح چهارم یا جان‌مایه متن به دنبال انسجام فراگیر و کلی است و ارائه خلاصه‌ای از تفسیر متن به‌عنوان یک کل واحد پیگیری می‌شود. جان‌مایه متن همان موضوع کلی متن است (فرکلاف، ۱۳۸۹: ۲۱۹-۲۱۷)

- 
1. discourse-as-discursive-practice
  2. coherence
  3. manifesti intertextuality
  4. constitutive intertextuality or interdiscursivity

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۱۹۱

لایه تبیین یا بعد سوم رهیافت فرکلاف همانا گفتمان به‌مثابه کنش اجتماعی<sup>۱</sup> است. در این لایه به تحلیل تأثیرات ایدئولوژیک و فرایندهای هژمونیک می‌پردازیم که در آن‌ها گفتمان به‌عنوان یک مؤلفه<sup>۲</sup> عمل می‌کند. فرکلاف در این لایه از تحلیل گفتمان انتقادی رهیافت خود برای تغییر را می‌سازد: تغییر هژمونیک از منظر تغییر گفتمانی. در این رهیافت، تغییر گفتمانی نیز از پنجره بینامتنیت فهم می‌شود. مسیری که در آن گفتمان دوباره ارائه می‌شود، دوباره به زبان جاری می‌شود، یا دوباره نوشته می‌شود، بر ظهور نظم‌های جدید گفتمانی نور می‌افکند، بر سر هنجارها ستیز می‌کند، برای به دست آوردن کنترل تلاش می‌کند و علیه رژیم‌های قدرت مقاومت می‌کند (Fairclough, 1992a: 87-96).

لایه تبیین به سطوح عوامل اجتماعی، ایدئولوژی‌ها و تأثیرات می‌پردازد. پرسش‌هایی که در اینجا مطرح می‌شوند عبارت‌اند از: چه نوعی از روابط قدرت در سطوح گوناگون نهادی، اجتماعی و موقعیتی در شکل دادن این گفتمان مؤثر است؟ (سطح عوامل اجتماعی) چه عناصری از دانش زمینه‌ای که مورد استفاده واقع شده‌اند دارای خصوصیت ایدئولوژیک هستند؟ (سطح ایدئولوژی‌ها) جایگاه این گفتمان نسبت به مبارزات در سطوح گوناگون نهادی، اجتماعی و موقعیتی چیست؟ آیا این مبارزات علنی است یا مخفی؟ آیا گفتمان یادشده نسبت به دانش زمینه‌ای هنجاری است یا خلاق؟ آیا در خدمت حفظ روابط موجود قدرت است یا در جهت دگرگون ساختن آن عمل می‌کند؟ (سطح تأثیرات) (فرکلاف، ۱۳۸۹: ۲۵۰).

### جامعه‌آماری و نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش توییت‌های دارای هشتگ «انتخابات مجلس» (#انتخابات\_مجلس) در سه بازه زمانی ۳۰ مرداد تا ۸ شهریور (ثبت‌نام اولیه کاندیداهای انتخابات مجلس شورای اسلامی) شامل ۴۰ توییت، ۲۷ مهر تا ۵ آبان (بازه زمانی ثبت‌نام نهایی کاندیداهای مجلس)

1. discourse-as-social-practice

2. feature

شامل ۲۹ توییت و ۹ تا ۱۱ اسفند ۱۴۰۲ (بازه زمانی سه روز منتهی به برگزاری انتخابات مجلس) شامل ۱۲۰۵ توییت بوده است. در مجموع حجم جامعه آماری پژوهش شامل ۱ هزار و ۲۷۴ توییت بوده است. توییت‌های مذکور با استفاده از اکانت پرمیوم پلتفرم اکسپورت کامنتز دات کام<sup>۱</sup> استخراج شدند.

نمونه پژوهش (توییت‌های دارای مرجعیت<sup>۲</sup>) با استفاده از سازوکارهای تحلیل شبکه و ترسیم شبکه لایک‌های توییت‌های جامعه آماری به دست آمد. اکانت‌های لایک‌کننده این توییت‌ها با استفاده از اکانت پرمیوم افزونه کروم تی‌دبلیو لایک اکسپورت<sup>۳</sup> استخراج شدند. شبکه لایک‌های توییت‌های دارای هشتگ «انتخابات مجلس» (#انتخابات\_مجلس) با استفاده از نرم‌افزار گفی<sup>۴</sup> ترسیم و متغیر مرجعیت از سوی این نرم‌افزار محاسبه شد. در نهایت حجم نمونه (توییت‌های دارای مرجعیت در شبکه مورد بررسی) در بازه‌های زمانی ۳۰ مرداد تا ۸ شهریور، ۲۷ مهر تا ۵ آبان و ۹ تا ۱۱ اسفند به ترتیب ۱۱، ۲ و ۱۶ بوده است. در واقع حجم نهایی نمونه بررسی شده در این پژوهش ۲۹ توییت دارای حداکثر مرجعیت در شبکه لایک‌های محتواهای با هشتگ «انتخابات\_مجلس» بوده است. دقت شود که مرجعیت حساب شده در واقع مرجعیت کاربر بوده است و برخی از ایشان بیش از یک توییت را منتشر کرده بودند. یافته‌های تحقیق درک دقیق‌تری از سازوکار نمونه‌گیری و توییت‌های دارای مرجعیت (نمونه پژوهش) ارائه خواهد کرد.

## اعتبار پژوهش

پایایی و روایی در پژوهش‌های کیفی تحت عنوان قابلیت اعتماد<sup>۵</sup> مورد بررسی قرار می‌گیرد (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۹: ۱۷۱). فَنگ (۲۰۱۱) بر اعتبار نظری تحلیل گفتمان انتقادی تأکید می‌کند و آن را محصول ضوابط سخت گیرانه و مفید بودن یافته‌ها می‌داند. ترسیم دقیق شبکه و به خدمت گرفتن ابزارهای تحلیل شبکه به همراه کاربست دقیق تحلیل

1. exportcomments.com

2. authority

3. TWLikeExport

4. Gephi

5. trustworthiness

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۱۹۳

گفتمان سه لایه‌ای متن، بینامتنیت و ایدئولوژی، پشتیبان سویه اجرای ضوابط سخت‌گیرانه است. همچنین پدیداری نتایج تحقیق پیرامون گفتمان غیررسمی حاکم بر شبکه اجتماعی ایکس و مؤلفه‌های احساسی و عقلانی آن و نیز رشد گفتمان ملی‌گراییِ طردگرایانه که می‌توانند در خدمت سیاست‌گذاری فرهنگی و اجتماعی قرار بگیرند، مؤید سویه مفید بودن کاربست روش و قابلیت اعتماد یافته‌هاست.

### یافته‌ها

یافته‌های تحقیق در سه بازه زمانی مختلف به ترتیب زمانی در ادامه ارائه می‌شود. شبکه لایک‌های محتواهای با هشتگ «انتخابات\_مجلس» در بازه زمانی ۳۰ مرداد تا ۸ شهریور ۱۴۰۲ شامل ۴۱۱ نقطه و ۳۹۶ رابطه و ۲۹ کامیونیتی یا اجتماع بوده است.

شکل ۱. شبکه لایک‌های بازه زمانی ۳۰ مرداد تا ۸ شهریور ۱۴۰۲



اکانت متعلق به احمد وحیدی<sup>۱</sup>، وزیر کشور، مرجعیت نزدیک به ۱ (۰/۹۹) را در شبکه

بررسی شده در اختیار دارد. پس از آن اکانت فرید مدرس<sup>۱</sup>، فعال رسانه‌ای اصلاح‌طلب، با مرجعیت ۰/۰۳ قرار دارد. سپس به ترتیب اکانت‌های شورای ائتلاف نیروهای انقلاب اسلامی<sup>۲</sup> با مرجعیت ۰/۱؛ مجید امیر رحیمی<sup>۳</sup>، اپیدمیولوژیست و علاقه‌مند به مباحث سیاسی-اجتماعی با مرجعیت ۰/۰۰۱۳؛ چارمان بهاری<sup>۴</sup>، فعال رسانه‌ای طرفدار محمود احمدی‌نژاد با مرجعیت ۰/۰۰۱۱؛ نقد اندیشه<sup>۵</sup>، رسانه فرهنگی-فکری متعلق به پیام فضلی نژاد با مرجعیت ۰/۰۰۰۴؛ حسین زکریایی<sup>۶</sup>، دبیر کل و رئیس هیئت‌مدیره مجمع خبرنگاران و نویسندگان دفاع مقدس با مرجعیت ۰/۰۰۰۳؛ مهدی اسدی<sup>۷</sup>، فعال انقلابی با گرایش به سمت آقای رائفی‌پور با مرجعیت ۰/۰۰۰۱۲؛ نادر نامدار<sup>۸</sup>، دکترای اقتصاد و فعال رسانه با مرجعیت ۰/۰۰۰۰۰۶ قرار دارند.

شکل ۲. مرجعیت اکانت‌های مختلف در بازه زمانی ۳۰ مرداد تا ۸ شهریور ۱۴۰۲



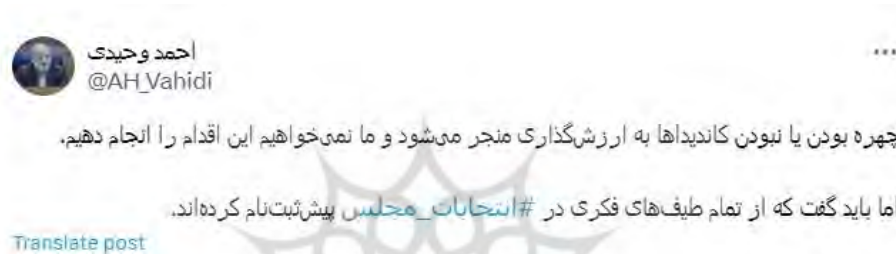
- 
- 1 @faridmodaresi
  - 2 @shora\_etelaf
  - 3 @MAmirrahimi
  - 4 @charmanbahari
  - 5 @naghdeandisheh
  - 6 @h\_zakareiaie
  - 7 @mahdiasadi\_31
  - 8 @DrNamdar

Id	Authority
AH_Vahidi	0.999298
faridmodaresi	0.035881
shora_etelaf	0.010626
MAmirrahimi	0.001307
charmanbahari	0.001138
naghdeandisheh	0.000437
h_zakariaie	0.000398
mahdiasadi_31	0.000012
DrNamdar	0.000006
MahboobehKarami	0.0
Zakeri16822	0.0
KayvanSaedy_IR	0.0
Gheisari_zeinab	0.0
fghafari	0.0
dr_mh_nami	0.0
sharifzare1	0.0
hbahiraei74	0.0
mojtaba_mayvan	0.0
haji82	0.0

توییت احمد وحیدی در سطح توصیفی در زمره گفتمان‌های رسمی و خبری جای می‌گیرد. افعال و دستور زبان استفاده‌شده در این توییت از سادگی برخوردار است، لیکن نبود همبستگی بین بخش اول و دوم آن موجب از بین رفتن انسجام متن شده و درجه‌ای از ابهام را به وجود آورده است. این توییت در سطح تفسیری در پاسخ به نیاز افکار عمومی مبنی بر آگاهی از افراد و شخصیت‌های ثبت‌نام کرده برای انتخابات مجلس شورای اسلامی تولید شده است. توییت مذکور از گونه بینامتنیت ساخت‌مند استفاده کرده است، چراکه مشخصاً مسئله چهره‌گی (افراد مشهور) را به‌مثابه قرادادی عمومی مطرح کرده است و ذهن مخاطب را به سمت اسامی و شخصیت‌های مختلف هدایت می‌کند. علاوه بر این، این توییت در لایه سوم (تبیین) تأکید دارد که ارزش‌گذاری در فعالیت انتخاباتی دولت جایگاهی ندارد. به بیان دقیق‌تر، توییت مذکور از ایدئولوژی بی‌طرف بودن دولت در اجرای انتخابات حکایت دارد. همچنین می‌توان نتیجه گرفت که دولت به دنبال اطلاع‌رسانی دقیق و بدون سوگیری است. این مهم در راستای مقابله با ایماژ ذهنی مخاطبان

مبنی بر عملکرد سوگیرانه دولت تولید شده است. همچنین رگه‌هایی از ایدئولوژی رواداری و گشودگی در این توییت وجود دارد، چراکه بیانگر پذیرش افکار و اندیشه‌های مختلف از سوی حاکمیت و دولت است. تأکید این توییت بر طیف‌های فکری به‌جای طیف‌های سیاسی نیز در راستای همین ایدئولوژی و مؤید گشودگی و پذیرش اندیشه‌های مختلف است.

شکل ۳. توییت احمدی وحیدی، وزیر کشور



توییت فرید مدرسی در سطح توصیف از ادبیات تهدید بهره برده است. دستور زبان، انسجام و ساختار ساده متن بیانگر صراحت، حتمی بودن آن و قاطعیت است. تبدیل بلاک به هشتک نیز بر قاطعیت نویسنده تأکید دارد. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تفسیر از رواج فحاشی در جامعه و بین دسته‌ها و گروه‌های مختلف سیاسی حکایت دارد. این توییت از بینامتنیت ساختمان بهره برده است و بر ادب و حراست از اخلاق از سوی نویسنده و گروه سیاسی که وی نمایندگی می‌کند، تأکید دارد. ضرورت مقابله با فحاشی و بی‌ادبی از دیگر عناصر بینامتنی آن است. پیوند این مسئله با انتخابات مجلس نشان‌دهنده اهمیت بیش‌ازپیش عقلانیت و کشگری اخلاق‌مدارانه در فعالیت‌های سیاسی و رسانه‌ای پیرامون این انتخابات است. توییت در لایه‌ای عمیق‌تر نسبت به بی‌اخلاقی‌ها در انتخابات مجلس هشدار می‌دهد. همچنین، این توییت در سطح تبیین بر مؤلفه‌های سیطره بی‌اخلاقی بر سپهر سیاسی کشور؛ لزوم قاطعیت در فعالیت‌های رسانه‌ای و سیاسی؛ مواجهه حذفی با فحاشی؛ و اهمیت کنش سیاسی اخلاقی تأکید دارد.

شکل ۴. توییت فرید مدرسی

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۱۹۷



farid modarresi  
@faridmodarresi

...

از این پس تا زمان #انتخابات\_مجلس، اندک توهین در کامنت‌ها برابر است با #بلاک. فحاشان را از خواندن توییت‌هایم محروم می‌کنم. فحاشی راست و چپ، هواداری حاکمیت و اپوزیسیون نمی‌شناسد؛ همه برابر بلاک یکسانند. می‌توانید در پایین این توییت امتحان کنید. یک بار فحاشی، یک بار بلاک

#فرید\_مدرسی

Translate post

توییت‌های شورای ائتلاف نیروهای انقلاب اسلامی در سطح توصیف از مفاهیم پیچیده نظیر آرمان‌گرایی، واقع‌بینی و معنویت بهره برده است و عملاً بسیار کلی و انتزاعی بیان شده‌اند. این مسئله به تولید ابهام انجامیده است. توییت‌ها از انسجام انتزاعی برخوردارند و هر کدام به تأیید دیگری می‌پردازند. مفاهیم پیچیده استفاده شده در خدمت چنین انسجامی است و عملاً به تشدید بیشتر ابهام کمک کرده است. دستور زبان ساده توییت‌ها عملاً به دلیل مفاهیم پیچیده استفاده شده در آن‌ها نتوانسته است در خدمت سادگی و درک انضمامی دربیاید. علاوه بر این، توییت اول در سطح تفسیر از بینامتنیت آشکار بهره برده است و از بیانیه شورای ائتلاف استفاده کرده است. این بینامتنیت بر لزوم پرهیز از لفاظی تأکید دارد و معنای ضرورت عمل‌گرایی را عرضه می‌کند. این در حالی است که این بینامتنیت در ادامه بر مفاهیم آرمان‌گرایی و واقع‌بینی اشاره می‌کند و عملاً در تعارض با توصیه پرهیز از لفاظی قرار می‌گیرد. این مسئله خود گواه ابهام توییت است. همچنین، توییت‌ها در سطح تبیین، مؤلفه‌های حاکم بر ایدئولوژی انقلابی یعنی آرمان‌گرایی، عدالت، عقلانیت و معنویت را ارائه می‌کنند. به نظر می‌رسد گفتمان حاکم بر توییت‌ها در راستای کنش اجتماعی حداقلی و ناظر بر جذب گروه‌های اصولگرا و انقلابی تهیه شده است و عملاً مسائل دیگر سلايق سیاسی و اجتماعی را نادیده گرفته است. ایدئولوژی توییت‌ها همسویی با گفتمان سنتی اصولگرایی است.

شکل ۵. توییت اول شورای ائتلاف



### شکل ۶. توییت دوم شورای ائتلاف



توییت‌های مجید امیر رحیمی در سطح توصیف مشخصاً به حمایت از آقای قالیباف، رئیس مجلس فعلی و سیاستمدار اصول‌گرا، برای انتخابات مجلس می‌پردازد. دستور زبان و مفاهیم استفاده شده در توییت‌ها از سادگی و روانی برخوردار هستند و به‌دوراز ابهام معنی، حمایت از آقای قالیباف را می‌رسانند. توییت اول در طرحی تاریخی و توییت دوم در طرحی سیاسی به بیان این مسئله می‌پردازد؛ به عبارت دیگر، متن‌ها با استفاده از روایت‌های تاریخی و سیاسی انسجام خود را حفظ کرده‌اند و معنا را خلق می‌کنند. علاوه بر این، توییت‌ها در سطح تفسیر از بینامتنیت آشکار بهره برده‌اند: توییت اول از فهرست انتخاباتی مجلس خبرگان متعلق به سال‌های قبل و توییت دوم از تصاویر دوستی آقای قالیباف با شخصیت‌های سیاسی جریان اصلاح‌طلب (خاتمی) و میانه‌رو (هاشمی، روحانی و ظریف) بهره برده است. استفاده از هشتگ اصلاح‌طلبان در توییت دوم بیانگر اهمیت بیشتر ائتلاف با این جریان در مقایسه با جریان موسوم به میانه‌رو است. بهره‌گیری از هشتگ «تصمیم سخت استراتژیک» حکایت از نگاه کلان و راهبردی نویسنده به مسئله ائتلاف آقای قالیباف دارد.

همچنین، توییت‌ها در سطح تبیین، ایدئولوژی مشارکت سیاسی را ارائه می‌کنند،

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۱۹۹

چراکه مسئله لزوم حضور در انتخابات را پیش‌فرض قرار داده‌اند. همبستگی سیاسی و ائتلاف را باید از دیگر مؤلفه‌های ایدئولوژیک توییت‌ها در نظر گرفت. توییت اول مشخصاً به مؤلفه سنت‌گرایی در انتخاب‌های سیاسی تأکید دارد. به بیان دقیق‌تر، توییت اول تأکید دارد که اساساً مسئله انتخاب افراد قدیمی و کارگشته در عالم سیاست پدیده‌ای کاملاً طبیعی است و مذموم نیست. طبیعی‌شدگی پدرخواندگی در سپهر سیاسی ایران مورد تأکید قرار گرفته است. توییت دوم بر جریان‌های مختلف در جبهه اصول‌گرایی اشاره دارد و آقای قالیباف را در معرض تهاجم جریان تندرو معرفی می‌کند. این توییت مشخصاً مؤلفه عقلانیت سیاسی آقای قالیباف در میدان سیاست ایران را مورد تأکید قرار داده است و ضرورت ائتلاف جریان‌های سیاسی مختلف (جریان کلی عقلانی) برای مقابله با جریان تندرو (غیرعقلانی) را عرضه می‌کند.

شکل ۷. توییت اول مجید امیر رحیمی



شکل ۸. توییت دوم مجید امیر رحیمی

...  
مجید امیررحیمی  
@MAmirrahimi

با توجه به سابقه مثبت همکاری آقای #قالیباف با دولت اصلاحات چه در نیروی انتظامی چه به عنوان مشاور رئیس جمهور و رئیس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و با توجه به هجمه جریان‌تندر و برای حذف ایشان می‌شود به ائتلاف وی و بخشی از #اصلاح\_طلبان و میانه روها برای #انتخابات\_مجلس فکر کرد!

Translate post



توییت‌های چارمان بهاری و مهدی اسدی در سطح توصیف با استفاده از مفاهیم، ساختار و دستور زبان ساده به مسئله کاندیداتوری آقای احمدی‌نژاد، رئیس‌جمهور اسبق، پرداخته‌اند. توییت‌های مذکور در سطح تفسیر از بینامتنیت آشکار استفاده کرده‌اند. توییت چارمان بهاری با بهره‌گیری از عکس احمدی‌نژاد پای تخته سیاه و مفاهیمی همچون عدالت، حق‌طلبی و ساختن ایران، اصلح بودن احمدی‌نژاد را ارائه می‌دهد. استفاده از هشتگ «آنچه احمدی‌نژاد در خشت خام می‌دید» مؤید این مسئله است. این در حالی است که توییت مهدی اسدی به مصاحبه رائفی‌پور، مسئول موسسه مصاف و از شخصیت‌های فرهنگی و سیاسی انقلابی و منتقد جریان‌های مختلف سیاسی، استناد و تزویر احمدی‌نژاد را برجسته می‌کند. این توییت‌ها در سطح تبیین از مؤلفه‌های انتقادی استفاده کرده‌اند: توییت چارمان بهاری به سازوکارهای سیاسی حاکمیت انتقاد دارد و توییت مهدی اسدی به یک شخصیت سیاسی انتقاد می‌کند. توییت‌ها رگه‌هایی از شخصیت‌گرایی (پرستی) در میدان سیاست ایران را عرضه

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۰۱

می‌کنند: یکی از آقای احمدی نژاد و دیگری از آقای رائفی پور پیروی می‌کند.

شکل ۹. توییت چارمان بهاری



شکل ۱۰. توییت مهدی اسدی



مهدي اسدي  
@mahdiasadi\_31

از همون مصاحبه #رائفی‌پور با ایرنا که درباره‌ی #احمدی‌نژاد حرف زد و نزدیک بودن #انتخابات مجلس و بحث #ترور و... کاملاً مشخصه که احمدی‌نژاد داره میاد واسه مجلس و قطعاً رای میاره و رئیس مجلس و ...

این همه نمایش هم لازم نیست!!

Translate post

توییت نقد اندیشه در سطح تفسیر از بینامتنیت آشکار و سخنان علیقلی مشایخی، استاد برجسته مدیریت دانشگاه صنعتی شریف، استفاده کرده است. لزوم تشکیل مجلس قوی و شایسته مورد تأکید قرار گرفته و مؤلفه اصلی چنین مجلسی را اعتقاد به توسعه و رفاه مردم دانسته است. این توییت در زمره گفتمان انتقادی غیرحزبی یا گفتمان نخبگانی قرار می‌گیرد، چراکه مرجع آن به جریان خاص سیاسی وابستگی ندارد. این توییت در سطح تبیین، سازوکار انتخاب نمایندگان مجلس را به چالش کشیده است. برچسب‌زنی عامل اصلی نیامدن افراد قوی و شایسته برای انتخابات و انتخاب افراد نامناسب عنوان شده است. مهم‌ترین برچسب، ارزشی بودن عنوان شده است. توییت مذکور تأکید دارد عامل اصلی مجلس ضعیف، ارزیابی‌های اشتباه افراد و ایدئولوژی ظاهربینی است. این ارزیابی‌ها و ظاهربینی‌ها در نهایت به انتخاب افرادی منجر می‌شود که با توسعه کشور و رفاه مردم در تعارض هستند. این توییت و بینامتنیت آن با مؤلفه دلسوزی سیاسی و دغدغه نخبگان کشور پیرامون توسعه و پیشرفت ایران پیوند خورده است.

توییت حسین زکریایی نیز با توییت قبلی شباهت معنایی دارد و در زمره گفتمان انتقادی قرار می‌گیرد. این توییت در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختماننده بهره گرفته است و به افراد باتجربه و توانمندی اشاره دارد که از ثبت نام در انتخابات مجلس سرباز زده‌اند. توییت مذکور در سطح تبیین بر طرد تخصص و تجربه و غلبه مؤلفه بی‌تجربگی تأکید دارد. علم سیاست، دانش اصلی نمایندگان مجلس شورای اسلامی معرفی شده است.

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۰۳

### شکل ۱۱. توییت نقد اندیشه



### شکل ۱۲. توییت حسین زکریایی



توییت نادر نامدار تنها توییت بررسی شده در این دوره است که در سطح توصیف از «کنایه» برای بیان منظور خود استفاده کرده است. زبان این توییت کنایه به شورای نگهبان است، چراکه این شورا وظیفه اصلی تأیید صلاحیت کاندیداها را برعهده دارد و مشخصاً به انتقاد از تأیید صلاحیت‌ها افراد پانترک، طرفداران ایدئولوژی پانترکیسم که معتقد هستند مردمان ترک‌زبان بایستی به عنوان ملتی مستقل و تحت رهبری واحد وجود داشته باشند، می‌پردازد. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تبیین ایدئولوژی ملی‌گرایی ایرانی را ارائه

۲۰۴ | فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین | سال یازدهم | شماره ۴۱ | بهار ۱۴۰۴

می‌دهد. استفاده از توییت «جانم فدای ایران» ناظر بر همین مؤلفه است. همچنین استفاده از هشتگ «یا حق» بیانگر بهره‌مندی از بینشی الهی در فهم از ملی‌گرایی است.

شکل ۱۳. توییت نادر نامدار



همچنین، شبکه لایک‌های محتواهای با هشتگ «انتخابات\_مجلس» در بازه زمانی ۲۷ مهر تا ۵ آبان ۱۴۰۲ شامل ۱۹۶ نقطه و ۱۸۳ رابطه و ۱۹ کامیونیتی یا اجتماع بوده است.

شکل ۱۴. شبکه لایک‌ها در بازه زمانی ۲۷ مهر تا ۵ آبان ۱۴۰۲



تحلیل مرجعیت این شبکه در این بازه زمانی نشان می‌دهد که تنها دو اکانت دارای

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۰۵

مرجعیت هستند و دیگر اکانت‌ها از مرجعیت صفر برخوردار هستند. اکانت بهروز عزیزی<sup>۱</sup>، خبرنگار و فعال رسانه‌ای وابسته به جریان اصلاح طلب و میانه‌رو، دارای مرجعیت ۰/۹۹۹۹۰۶ و اکانت مجید امیر رحیمی<sup>۲</sup>، فعال سیاسی وابسته به جریان انقلابی و اصول‌گرا، دارای مرجعیت ۰/۰۴۳۳۵۶ بوده است.

شکل ۱۵. مرجعیت اکانت‌های مختلف در بازه زمانی ۲۷ مهر تا ۵ آبان ۱۴۰۲

Id	Authority
@journalist23640	0.99906
@MAmirrahimi	0.043356
@FadaSalar	0.0
@Molaebrahim1368	0.0
@Bordbar17	0.0

توییت بهروز عزیزی<sup>۳</sup> در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختمان استفاده و از دستور یک نماینده و نیز وزیر راه و شهرسازی یاد کرده است. برجسته شدن نام وزیر در قالب هشتگ، نشان‌دهنده اهمیت ویژه دستور وزیر برای نویسنده است. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تبیین به مؤلفه سیاسی کاری نمایندگان مجلس اشاره و اعتراض دارد. استفاده از صفت «شامورتی‌بازی» بیانگر این مهم است. نمایندگان مجلس در سازوکاری غیراصولی صرفاً برای جلب نظر رای دهندگان به سمت کارها و حرف‌های نمایشی می‌روند. این توییت با اشاره به دستور مساعدت وزیر، از یک سو ناآگاهی شخص وزیر و از سوی دیگر فساد حاکم بر مناسبات سیاسی را برجسته کرده است. توییت مذکور را باید در زمره گفتمان انتقادی قرار داد.

توییت مجید امیر رحیمی در سطح تفسیر از بینامتنیت آشکار استفاده و به خبری از آقای قالیباف، رئیس مجلس، استناد کرده است. این خبر مشخصاً سهم‌خواهی انتخاباتی را

1. @journalist23640

2. @MAmirrahimi

۳. توییت مذکور بنا به دلایلی از سوی نویسنده آن یا پلتفرم ایکس حذف شده است، بنابراین به جهت اخلاقی از ارائه تصویر توییت اجتناب و صرفاً تحلیلی از آن ارائه می‌شود.

اشتباه می‌داند. از این رو، اهمیت ائتلاف با محوریت شخص آقای قالیباف ارائه شده است. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تبیین، مؤلفه شخصیت‌گرایی (پرستی) را در نگاهی انتقادی ارائه کرده است. تجمیع همه جریان‌های سیاسی حول محور یک شخصیت مورد انتقاد قرار گرفته و آن را در تعارض با «تغییر» (فرق داشتن) معرفی کرده است. این توییت، به طور ضمنی، تحقق تغییر را در عبور از آقای قالیباف می‌داند.

#### شکل ۱۶. توییت مجید امیر رحیمی



علاوه بر این، شبکه لایک‌های محتواهای با هشتگ «انتخابات\_مجلس» در بازه زمانی ۹ تا ۱۱ اسفند یعنی سه روز منتهی به انتخابات شامل ۱۰۹۱۷ نقطه و ۱۳۹۳۶ رابطه و ۱۴۱ کامیونیتی یا اجتماع بوده است.

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۰۷

شکل ۱۷. شبکه لایک‌های بازه زمانی ۹ تا ۱۱ اسفند ۱۴۰۲



این بازه زمانی بیشترین اکانت دارای مرجعیت را به خود اختصاص داده است، چراکه فعالیت افراد مختلف در شبکه اجتماعی ایکس هم‌زمان با انتخابات مجلس شورای اسلامی به بالاترین سطح خود رسیده است. تحلیل مرجعیت این شبکه در این بازه زمانی نشان می‌دهد که اکانت یاشار سلطانی<sup>۱</sup> از بالاترین مرجعیت در این شبکه (۰/۹۴۷۱۲۴) برخوردار است. پس از آن به ترتیب، الف<sup>۲</sup> با ۰/۳۰۰۷۷۵، یاشا<sup>۳</sup> با ۰/۰۶۴۱۳۵، ش.گلزارفر<sup>۴</sup> با ۰/۰۶۱۳۲۱، مرتضی<sup>۵</sup> با ۰/۰۵۹۹۶۲، سید امیر<sup>۶</sup> با ۰/۰۲۰۰۶، اردوان<sup>۷</sup> با ۰/۰۱۲۲۹۹، بی‌نظیر جلالی<sup>۸</sup> با ۰/۰۱۰۶۶، کوروش قدیری<sup>۹</sup> با ۰/۰۰۹۵۳۱ و ... قرار گرفته‌اند. لیست عمده افراد دارای مرجعیت در ادامه آمده است.

1. @yasharsoltani
2. @alef20000
3. @yasha\_samadi
4. @Golzarfar
5. @Mortezaa\_3
6. @seyed1960
7. @ardavan\_sijani
8. @BinazirJ
9. @ghadiricyrous

شکل ۱۸. مرجعیت اکانت‌های مختلف در بازه زمانی ۹ تا ۱۱ اسفند ۱۴۰۲

Id	Authority	Id	Authority	Id	Authority	Id	Authority
yasharsoltani	0.947124	horizonbehind2	0.002316	one_abadani	0.000627	omidnavishe	0.000471
alet2000	0.300775	nadem_1344	0.002274	darolkofr	0.000614	puornajafi	0.000469
yasha_samadi	0.064135	iranwire	0.002203	jsrango7	0.000607	Ahmad97390	0.000468
Goltzarfar	0.061321	Don_Aminn	0.002008	shafieikia	0.000565	andishe_PhD	0.000466
Mortezaa_3	0.059962	ghods70	0.002005	Eynimaryam100	0.000554	hazratjale	0.000465
seyed1960	0.02006	naderifar	0.001852	abb_media313	0.000551	mSalarAhmadi	0.000465
ardavan_sijani	0.012299	basimlaleh	0.001813	Alekasa57	0.000534	muslims_shia_13	0.000464
Binazirj	0.01066	D_modaresian	0.001583	abbaszh3	0.000532	abedinzade2	0.000463
ghadiriycyous	0.009531	KayvanSaedy_IR	0.001525	pouyazarasvand	0.000501	ehsan_shiasi_71	0.00046
yaghma_fashkham	0.008018	maryamsadat_hs	0.001499	hajMalcolmX	0.000496	MsalehSoltani	0.00046
omidvivo	0.006786	mobarez_nastoo	0.001408	harandy1367	0.000493	amir_j7r	0.000458
REZAKH_	0.005034	pooriat	0.001356	DrAzi798699	0.00049	Mshamskolaei	0.000457
ghobadiabas1	0.004881	ehsan_rastgar	0.001248	engelabiha	0.000487	Mojtabaraei	0.000454
dw_persian	0.003701	akbarnabavi	0.001051	za7736285	0.000486	masoud_radmehr	0.000453
meftah	0.002944	FatemeAshjaei	0.00103	hasankhomeini_	0.000486	ahmadreza_alpr	0.000426
dara_nesari	0.002745	shahede136	0.00098	IranNightRadio	0.00048	MAMirahimi	0.000223
dir_brahim49	0.002418	IzadifarMitra	0.000842	MohamadDodange	0.00048	seyed_	0.00019
punisher346	0.002412	DrAzi798698	0.000777	pirandelo	0.000477	A3dehi	0.000185
raskoln77495098	0.002399	M_gorji2	0.000709	6462c5c59476464	0.000473	AlainPersian	0.000179
Id	Authority	Id	Authority	Id	Authority	Id	Authority
iranshahrii	0.000178	newseason869	0.000034	Mikail1400	0.000011	Masoudi51	0.000007
SiavashBastami	0.000176	Naryaman_niapor	0.000031	Mo_Ghorbani	0.000011	mahsa401	0.000007
_Shahryari	0.000174	amovahediyan	0.00003	Salva_313	0.000011	yasekaboud78465	0.000007
Fuoy_twite	0.00016	Ali_A_Motahari	0.00003	Hosseinio	0.000011	smaminmosavi	0.000007
pesarkhaletv	0.000149	HugoSenart	0.000027	chhardwly_8741	0.000011	mahdi_ghamiri	0.000006
sadosaltaneh	0.000145	mahtab_rasooli	0.000022	MiladHeydaria	0.00001	farhadfarahaj	0.000006
nooshidani	0.000144	darvaqe	0.000021	montakhab229	0.00001	iranazadi1395	0.000006
Akhtararfooz	0.000144	mjahan89	0.000018	m_sajedi_	0.00001	Mk1390110	0.000006
HA_L_TV	0.000144	sobhan_70	0.000016	mousaei_ir	0.00001	Rashidnezhad_A	0.000005
Mhmd_holmes	0.000095	texasfloodband	0.000016	MimKhazae	0.000009	Lor_man007	0.000005
RezaFumani	0.00009	Mohammadi1Irani	0.000015	raish100	0.000009	faraz06814495	0.000005
vessta	0.000075	Nagh0la	0.000015	Bahari2018dey	0.000009	Ox_AliReza	0.000005
adidas202462320	0.000072	yousofaziz23	0.000014	mohseni110110	0.000009	W79hK	0.000005
farhadarush	0.000064	nvjjo	0.000014	geologist110	0.000009	JMoradi7	0.000005
mahan7726	0.000059	moorttaazaa	0.000013	Ayel370	0.000009	meysame_jan	0.000004
fatimahkrm83	0.000056	fereshhte_amin	0.000013	Ataollahsepah4	0.000008	littlbird2	0.000004
azadeh7085	0.000047	Mostafanp70	0.000012	Paris13Iran	0.000008	rezaseyede25276	0.000004
sarraf1003	0.000041	istqah	0.000012	a_mohamadhosein	0.000007	yanoooryagddos	0.000004
issachambar	0.00004	K_soroush	0.000011	randisob	0.000007	thqfy_mikn85555	0.000004

در ادامه به ترتیب توییت کاربرانی که دارای بیشتری مرجعیت هستند تحلیل می‌شود؛ این تحلیل به توییت‌های نه کاربر اول لیست اختصاص دارد که از بیشترین مرجعیت برخوردار هستند. مقدار مرجعیت کاربر هشتم این لیست به بعد به قدری کاهش می‌یابد که عدد مرجعیت به سه رقم اعشار می‌رسد. این در حالی است که کاربران اول و دوم این لیست، عدد مرجعیت با یک رقم اعشار و کاربران سوم تا هشتم، عدد مرجعیت با دو رقم اعشار دارند. توییت‌های کاربر نهم با عدد مرجعیت ۰/۰۰۹۵۳۱ نیز به دلیل اعتباربخشی بیشتر در تحلیل لحاظ شده است؛ همان‌طور که مشاهده خواهد شد این توییت‌ها عملاً باز تولید گفتمان عرضه‌شده از سوی کاربر هشتم لیست است. در واقع توییت‌های عرضه‌شده از سوی کاربران نهم به بعد از این لیست عملاً یا فاقد اثربخشی گفتمانی (به دلیل عدد مرجعیت بسیار پایین) هستند و یا صرفاً گفتمان‌های عرضه‌شده از سوی توییت‌های کاربران بالای لیست را

باز تولید می‌کنند.

توییت یاشار سلطانی در سطح توصیف از زبان کنایه و طنز بهره برده است. ساختار توییت نیز از نظام سلسله‌مراتبی و گزاره‌هایی پیرامون گذشته، حال و آینده استفاده کرده است. به همین ترتیب، طرح کلی توییت ناظر بر استهزای انتخابات مجلس و مشخصاً کاندیداهایی است که در این انتخابات به رقابت با یکدیگر مشغول هستند. دستور زبان ساده و محاوره‌ای نیز نقش برجسته‌ای در ارتباط‌گیری توییت با مخاطب دارد؛ ساختار زبانی آن موجب شده است تا فهم معنا از سوی عموم مخاطبان به‌سادگی صورت گیرد.

این توییت در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختمان استفاده کرده است و به‌طور ضمنی نقل‌قول آقای حداد عادل، فعال اصولگرا و رئیس شورای ائتلاف نیروهای انقلاب اسلامی را مورد بررسی قرار داده است. آقای عادل در تاریخ هشتم اسفندماه ۱۴۰۲ در پاسخ به برخی خبرنگاران درباره لیست‌های انتخاباتی اصولگرایان گفته بود: «همیشه در کنار چنار بلند، چند پاجوش هم زده می‌شود.» توییت با اشاره ضمنی به این سخن کاندیداهای قبلی و فعلی اصولگرایان را زیر سؤال برده است. آینده مبهم برآمده از رقابت میان اصولگرایان در انتخابات مورد تأکید بوده است. بینامتنیت توییت همچنین به حضور نداشتن کاندیداهای میانه‌رو و اصلاح‌طلب در جریان اصلی رقابت اعتراض کرده است. استفاده از عبارت «چنارهای بی‌میوه» بیانگر بی‌حاصلی عملکرد اصولگرایان در مجلس است.

علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تبیین، جریان اصولگرا در کشور را زیر سؤال برده و سیاست‌های طرد این جریان در حذف جریان میانه‌رو و اصلاح‌طلب را مطرح کرده است. ابهام در فضای سیاسی و آینده مجلس از دیگر مؤلفه‌های مورد تأکید در این توییت است. تردید در کلیت انتخابات را می‌توان از دیگر مؤلفه‌های آن دانست؛ بنابراین، این توییت در دسته‌بندی گفتمان انتقادی قرار می‌گیرد. همچنین توییت مذکور مشخصاً مؤید و تصریح‌کننده وابستگی سیاسی نویسنده آن به جریان اصلاح‌طلب است، بنابراین آن را باید به‌مثابه سازوکار تبلیغاتی ارتباطات سیاسی و کنش مرسوم میان جریان‌های سیاسی در آستانه انتخابات دانست.

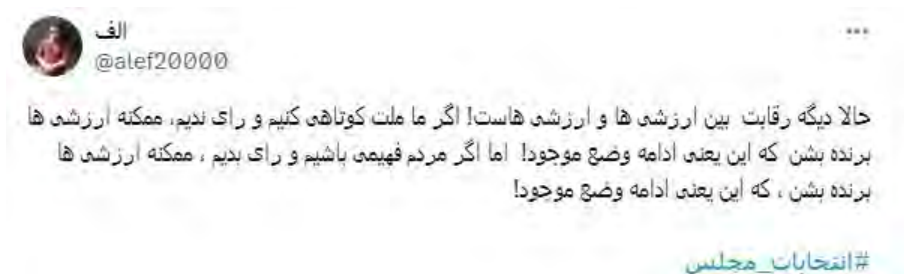
شکل ۱۹. توییت یاشار سلطانی



توییت الف نیز همچون توییت قبلی در سطح توصیف از زبان طنز، استهزا و طعنه بهره گرفته است. زبان محاوره‌ای و غیررسمی از دیگر مؤلفه‌های توصیفی این توییت است که نقش برجسته‌ای در اثربخشی زبان طنز آن دارد. چنین دست‌ورزبانی مشخصاً با سادگی پیوند دارد و در خدمت طرح کلی و ساختار متن قرار می‌گیرد. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختمان استفاده کرده است و به ارزشی‌هایی اشاره می‌کند که در انتخابات کاندیدا شده‌اند. «رقابت بین ارزشی‌ها و ارزشی‌ها» بیانگر عدم حضور رقیب جدی در انتخابات مجلس است. سازوکار اشتباه انتخابات در رد صلاحیت کاندیداهای جریان‌های اصلاح‌طلب و میانه‌رو نیز مورد تأکید قرار گرفته است. واژه «ارزشی‌ها» خود به تنهایی بارمعنایی مشخصی دارد که الزاماً به معنای جریان اصولگرایی نیست؛ ارزشی در اینجا از یک سو با رویکردهای انقباضی در سیاست و از سوی دیگر با ناکارآمدی (ادامه وضع موجود) پیوند معنایی پیدا کرده است.

این توییت در سطح تبیین در دسته گفتمان انتقادی قرار گرفته، با سازوکارهای اشتباه اجتماعی و سیاسی موسوم به حذف پیوند برقرار کرده است و به انتقاد از سیاست‌های طرد می‌پردازد. مؤلفه نظام انتخاباتی غیردموکراتیک نیز مورد تأکید قرار گرفته است؛ استفاده از عبارت «رقابت بین ارزشی‌ها با ارزشی‌ها» مؤید این مسئله است. «ادامه وضع موجود» بیانگر تداوم ناکارآمدی‌هاست؛ مسئله‌ای که در ذهن مخاطبان با ناکارآمدی در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مرتبط می‌شود.

شکل ۲۰. توییت الف



توییت یا شا در سطح توصیف نیز همچون دو توییت قبلی از دستور زبان محاوره‌ای و ساده بهره برده است. عکس انتخاب‌شده با عبارت «عزیزی سید!» همبستگی دارد و انسجام متن را در راستای معنای آن به همراه داشته است. این توییت در سطح تفسیر از بینامتنیت آشکار (عکس محمد خاتمی، رئیس‌جمهور پیشین) استفاده کرده است و معنای «نگرانی از آینده» را ارائه می‌کند: چشمان آقای خاتمی و نگاه وی به افق چنین معنایی را عرضه می‌کند. همچنین بینامتنیت توییت، تفکر و اندیشه‌ورزی را عرضه می‌کند: نوع قرار گرفتن دست زیر چانه در عکس محمد خاتمی بیانگر تفکر و اندیشیدن است. این مسئله تأکید دارد که عزیز بودن آقای خاتمی به دلیل دغدغه‌ها، نگرانی‌ها و خردورزی وی است. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تبیین، علاقه‌مندی به جریان‌های سیاسی مورد تأکید آقای خاتمی، جریان‌های اصلاح‌طلب و میانه‌رو را عرضه می‌کند. رأی ندادن آن خاتمی در انتخابات و زمزمه‌های این موضوع پیش از انتخابات را می‌توان زمینه سیاسی و اجتماعی شکل‌دهنده این توییت دانست. «عزیزی» آقای خاتمی در نتیجه تصمیم سیاسی وی مبنی بر عدم شرکت در انتخابات مورد تأکید قرار گرفته است.

شکل ۲۱. توییت یاشا

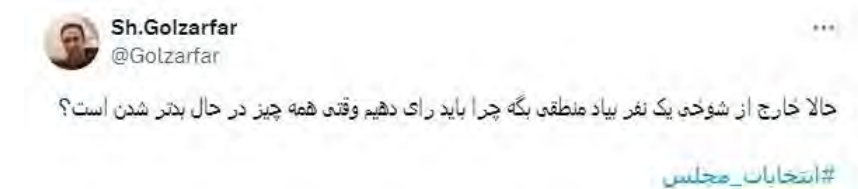


توییت ش. گلزارفر در سطح توصیف، زبانی جدی و «خارج از شوخی» را اتخاذ کرده است. به نظر می‌رسد این توییت در پاسخ به برخی شوخی‌ها و طنزهای حاکم مبنی بر رأی دادن یا ندادن، سعی در استفاده از دستور زبانی جدی و درعین حال ساده دارد. این رویکرد زبانی مشخصاً برای مطرح ساختن پرسشی اساسی استفاده شده است و در جستجوی پاسخی برای چرایی رأی دادن است. همچنین این توییت در سطح تفسیر، از بینامتنیت ساختمان استفاده کرده و پاسخ‌های احتمالی و منطقی برای رأی دادن را در نظر داشته است. بدتر شدن وضعیت کشور مفروض گرفته شده و بر بیهوده بودن رأی دادن تأکید شده است. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تبیین، مؤلفه بی‌حاصلی مشارکت سیاسی را عرضه کرده است. ضرورت حاکمیت عقلانیت و منطق در بحث‌های سیاسی از دیگر مؤلفه‌های ایدئولوژیک توییت است. این در حالی است که ناامیدی از اصلاح وضعیت کشور و بهبود شرایط نیز مورد تأکید بوده است. ناامیدی را می‌توان از اصلی‌ترین

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۱۳

مؤلفه‌های گفتمانی توییت مذکور دانست.

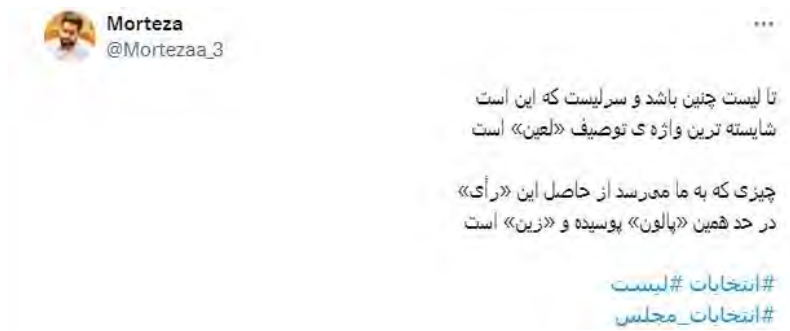
شکل ۲۲. توییت ش. گلزارفر



توییت مرتضی در سطح زبانی رشد قابل توجهی نسبت به دیگر توییت‌ها دارد و از زبان شعر بهره گرفته است. دستور زبان مسجع اصلی‌ترین مؤلفه گفتمانی این توییت در سطح توصیفی است و عملاً قدرت اثربخشی معنای آن را در ذهن مخاطب افزایش می‌دهد. همبستگی اجزای مختلف زبانی در خدمت انسجام کلی توییت و ناظر بر سازوکار انتخاباتی لیست دادن جریان‌های مختلف سیاسی و سرلیستی برخی افراد است. واژگان برجسته شده از جمله «لعین» و «پالون» به سادگی معنای منفی کنش سیاسی لیست دادن را به ذهن متبادر می‌سازد. علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختمان استفاده کرده است و به لیست‌های مختلف انتخاباتی ارجاع می‌دهد. لیست‌های انتخاباتی به مثابه امری نفرین شده، مطرود و مردود (لعین) توصیف شده است که خروجی آن برای رای‌دهندگان چیزی بی‌ارزش همچون «پالون» است. استفاده از هشتگ «لیست» نیز بیانگر تأکید مضاعف بر این مسئله است.

همچنین، این توییت در سطح تبیین با سازوکار مرسوم سیاسی در انتخابات ایران یعنی لیست‌های انتخاباتی به مخالفت پرداخته است و آن را مردود می‌داند. انتخاب کاندیداها بر اساس لیست‌های انتخاباتی و سرلیستی افراد مختلف در نهایت هیچ حاصلی به همراه نخواهد داشت. تأکید بر عقلانیت و خردورزی به هنگام انتخاب کاندیداها و رأی دادن همراه با تحقیق، از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های ایدئولوژیک مطرح شده است. این توییت مشخصاً رأی دادن و انتخابات را زیر سؤال نبرده است و صرفاً سازوکار جریان‌های سیاسی در اعلام لیست و رأی دادن افراد به این لیست‌ها را به چالش کشیده است.

شکل ۲۳. توییت مرتضی



توییت‌های سید امیر در سطح توصیف از زبانی استعاری بهره برده است. استعاره‌های مطرح شده بیانگر نارضایتی مردم و تداوم این نارضایتی است. استفاده از عبارت «آتش» استعاره از این نارضایتی و عبارت‌های «آموختن زبانه کشیدن»، «خاموش نشدن آتش» و «آشکار کردن حکایت به صد زبان» استعاره از مداومت و پیگیری آن دارد. استفاده از شکلک «چشمک» مؤید این معناست. توییت‌ها از طرحی کلی زبانی بهره گرفته‌اند و انسجام حاصل شده را در خدمت معنای اصلی قرار داده‌اند. علاوه بر این، توییت‌های مذکور در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختمان استفاده کرده‌اند و به ماجرای اتفاقات سال ۱۴۰۱ پس از فوت مرحومه مهسا امینی و نیز رویدادهای مختلف اعتراضی از سوی مردم اشاره دارند. استفاده از هشتگ «مهسا امینی» و نیز اشاره به «صد زبان مردم» بیانگر این مهم است. مشخصاً انتخابات مجلس در ادامه اتفاقات سال ۱۴۰۱ قرار گرفته است و به‌عنوان رویدادی که می‌تواند صحنه اعتراض عمومی و بیان نارضایتی مردم باشد، ارائه شده است. مشارکت پایین در انتخابات را می‌توان یکی از صدها زبانی در نظر گرفت که به‌وسیله آن مردم آشکارا نارضایتی خود را ابراز کرده‌اند.

همچنین این توییت‌ها در سطح تبیین در زمره ایدئولوژی انتقادی قرار می‌گیرد و مؤلفه اعتراضات مردمی را برجسته می‌کند. آموختن زبانه کشیدن آتش به معنای ادامه یافتن اعتراضات سال ۱۴۰۱ به شکل‌های مختلف است و در اینجا عدم مشارکت سیاسی، جلوه‌ای از این اعتراضات معرفی شده است. تداوم اعتراضات و مشخصاً اعتراضات سال

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۱۵

۱۴۰۱ را می‌توان اصلی‌ترین مؤلفه ایدئولوژیک توییت‌ها در نظر گرفت. از دیگر مؤلفه‌های مطرح شده، نادیده گرفتن این اعتراضات از سوی دولت و حاکمیت است، چراکه دیده شدن آن‌ها عملاً مانع از تداوم اعتراضات خواهد شد؛ ادامه یافتن اعتراضات نتیجه بی‌توجهی به آن‌ها و نادیده گرفتنشان است.

شکل ۲۴. توییت اول سید امیر



توییت اردوان نیز از زبان کنایه استفاده کرده است. صفاتی نظیر «عجیب» و «مفید» در خدمت معنای کنایی متن قرار گرفته است و مشخصاً عملکرد آقای مهرداد بذریاش، وزیر راه و شهرسازی دولت آقای رئیسی، در شکایت از نویسنده توییت را زیر سؤال برده است. ساختار متن فاقد جزئیات داد‌گاه و چرایی مجرم شناخته شدن افشاگر یا نویسنده توییت است؛ ساختار نامنسجم متن و وجود ابهام، لازمه شکل‌گیری معنای عملکرد اشتباه آقای بذریاش بوده است. این توییت در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختمان استفاده کرده و به مسئله وس<sup>۱</sup> یا خدمات ارزش‌افزوده اشاره کرده است. این خدمات به تماس‌های صوتی و پیامکی اپراتورهای تلفن همراه اطلاق می‌شد که از طریق آن و در قالب تبلیغات، مسابقه

---

1. VAS (Value Added Services)

و... هزینه‌هایی از مردم دریافت می‌شد. ارتباط شخص آقای بذریاش با این خدمات و سوءاستفاده از مردم مورد تأکید قرار گرفته است. شکایت آقای بذریاش از نویسنده توییت بابت افشاگری درباره وس و اعلان اشتغال آقای بذریاش به انتخابات مجلس، ارائه کننده معنای فساد در نظام انتخاباتی است.

علاوه بر این، توییت مذکور در سطح تبیین به مسئله‌ای شخصی و نه عمومی پرداخته است که در نتیجه افشاگری یک نفر علیه دیگری و حکم دادگاه مبنی بر مجرم بودن افشاگر است. این توییت بیانگر وجود فساد مالی و سیاسی در کشور و هزینه داشتن افشاگری فسادهاست. حمایت دولت / حاکمیت از فساد را می‌توان از دیگر مؤلفه‌های ایدئولوژیک توییت دانست، چراکه مفید بودن چنین افرادی (افراد فاسد) برای کشور مورد تأکید قرار گرفته است. ناکارآمدی نظام قضائی و عدم حمایت آن از افشاگران فساد از دیگر مؤلفه‌های مطرح شده است. نظام انتخاباتی ناسالم از دیگر مؤلفه‌های مورد تأکید بوده است، چراکه افراد فاسد مشغول انتخابات مجلس شده‌اند؛ طبیعتاً وجود چنین افرادی در نظام‌های انتخاباتی سالم ممکن نخواهد بود.

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۱۷

شکل ۲۶. توییت اردوان



توییت‌های بی‌نظیر جلالی متعلق به خانم بی‌نظیر جلالی، از کاندیداهای اصلی لیست صدای ملت (اصلاح‌طلبان و میانه‌روهای با سرلیستی آقای علی مطهری)، در سطح تفسیر عموماً از بینامتنیت آشکار بهره برده است. استناد توییت‌ها به اخبار دو سایت خبری جماران و خبر آنلاین؛ توییت آقای حسام‌الدین آشنا، مشاور رئیس‌جمهور سابق؛ و نیز ویدئو مصاحبه خودساخته خانم جلالی از جمله بینامتنیت‌های استفاده شده است. این‌ها مشخصاً بیانگر وابستگی خانم جلالی به جناح موسوم به اصلاح‌طلب و میانه‌رو و نیز ارائه‌کننده برنامه‌های خانم جلالی و محورهای موردنظر لیست صدای ملت است. نمایندگی معترضین به وضع موجود؛ مسئله حجاب؛ و مسئله اتباع بیگانه موضوعات موردبحث در توییت‌ها هستند. بازنمایی خانم جلالی به‌مثابه نماینده جریان‌ها، افراد، گروه‌ها و نهادها و عموم مردم معترض

در توییت‌ها مورد تأکید بوده است. استفاده از هشتک‌هایی نظیر «مطالبه‌گری» و «رأی اعتراضی» در همین راستاست. همچنین دو محور اصلی حجاب و اتباع بیگانه مدنظر بوده است. امنیتی ندیدن حجاب و نیز سامان دادن اعطای مجوز اقامت به افغانستانی، مهم‌ترین معانی ارائه شده هستند. علاوه بر این، رأی دادن به خانم جلالی و لیست صدای ملت به‌مثابه کنشی عقلانی معرفی شده است.

این توییت‌ها در سطح تبیین، مؤلفه انتقادی دارند و در زمره گفتمان ضدهژمونیک قرار می‌گیرند. تأکید بر کردها و نهادهای مدنی نشان‌دهنده دغدغه‌ها و اولویت‌های لیست صدای ملت پیرامون اقلیت‌های قومی و زبانی جامعه ایرانی و تقویت جامعه مدنی است. تأکید توییت‌ها بر مقابله با اقامت اتباع افغانستانی نشان‌دهنده ایدئولوژی‌های ضدافغانی است. این مهم می‌تواند راهکاری تبلیغاتی برای کسب رأی بوده باشد، چراکه تصور بر این بوده که حضور افغانی‌ها در بسیاری از شهرهای ایران به دغدغه‌ای عمومی بدل شده است. ارائه صریح لیست صدای ملت به‌مثابه لیستی عقلانی نیز بیانگر ضمنی رواج کنش‌های غیرعقلانی در جامعه و سپهر سیاسی کشور است. ایدئولوژی کنش سیاسی عقلانی مورد تأکید بوده است. مشخصاً تأکید بر رأی‌آوری برخی افراد لیست صدای ملت در راستای تکنیک‌های ارتباطات سیاسی قرار می‌گیرد. این مسئله با توجه به نزدیک بودن زمان رأی‌گیری طبیعی است و در زمره بازی‌های سیاسی به‌منظور جلب توجه رأی‌دهندگان قرار می‌گیرد.

شکل ۲۷. توییت اول بی‌نظیر جلالی



Binazir Jalali  
@BinazirJ

اینجانب #بی\_نظیر\_جلالی حسب وظیفه ملی و در راستای بیان مطالبات اجتماعی مردم #ایران در شرایطی که دوستان و عزیزانم اعم از اصلاح‌طلبان، کردهای مقیم مرکز، نهادهای مدنی فعال و وزین اعلام نموده‌اند که در #انتخابات\_مجلس شرکت نمی‌کنند وارد فضای انتخاباتی شدم.  
#انتخابات  
#صدای\_ملت

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۱۹

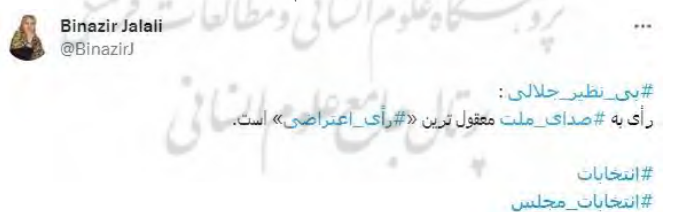
### شکل ۲۸. توییت دوم بی‌نظیر جلالی



### شکل ۲۹. توییت سوم بی‌نظیر جلالی



### شکل ۳۰. توییت چهارم بی‌نظیر جلالی



### شکل ۳۱. توییت پنجم بی‌نظیر جلالی



### شکل ۳۲. توییت ششم بی‌نظیر جلالی



توییت‌های کوروش غدیری در سطح تفسیر از بینامتنیت ساختمان بهره گرفته است. کاندیداهایی که دارای برنامه ضد‌مهاجرتی دارند، اصلی‌ترین سازه بینامتنیت این توییت‌هاست. در همین زمینه لیستی رأی ندادن و حمایت از زنان کاندیدا مورد تأکید قرار گرفته است. وطن‌گرایی نیز در بینامتنیت توییت‌ها عرضه شده است. علاوه بر این، توییت‌های مذکور در سطح تبیین به دلیل استفاده از هشتگ «اخراج افغانی مطالبه ملی»، مخالفت با سیاست‌های حاکم در زمینه اعطای مجوز اقامت به افغانستانی‌ها را مطالبه‌ای ملی قلمداد می‌کند. به بیان دقیق‌تر، مطالبه‌گری به مسئله سیاست‌های ضد‌مهاجرتی تقلیل پیدا کرده است. این توییت‌ها تماماً ارائه ایدئولوژی‌های ضدافغانی و ملی‌گراییِ طردگرایانه را مدنظر داشته است. استفاده از واژه «افغانی» نیز ناظر بر تخفیف دادن افغانستانی‌ها و در تأیید

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۲۱

نگاه پردگرایانه است. همچنین مؤلفه حمایت مردان از زنان و مشخصاً شخص خانم بی‌نظیر جلالی، به دلیل برنامه وی برای مقابله با اقامت افغانستانی‌ها در ایران، به مثابه ارزشی وطن‌گرایانه معرفی شده است. این مسئله را می‌توان در همسویی با اتفاقات رخ داده در سال ۱۴۰۱ پس از فوت مرحومه مهسا امینی درک کرد. تأکید توییت‌ها بر لیستی رأی ندادن بیانگر لزوم عبور از ایدئولوژی شخص پرستی و تأکید بر برنامه‌های کاندیداهای انتخابات مجلس شورای اسلامی است. برنامه‌محوری به‌عنوان ملاک اصلی در رأی‌دهی به کاندیداها معرفی شده است.

شکل ۳۳. توییت اول کوروش غدیری



شکل ۳۴. توییت دوم کوروش غدیری



کوروش غدیری / koroush ghadiri  
@ghadiricyrous

...

اینبار صدای ما مردان ایرانزمین یک «زن» است..

صدایی که خطر را احساس کرده است.

او زنانه صدای ما را فریاد زده است.

ما «مردانه» از گفتمان وطنخواهانه او دفاع خواهیم کرد.

#انتخابات\_مجلس

#بی\_نظیر\_جلالی

#اخراج\_افغانی\_مطالبه\_ملی

Translate post



به طور کلی در بازه زمانی سه روز منتهی به انتخابات مجلس در تاریخ ۱۱ اسفند، اکانت‌های مختلف با دیدگاه‌های متفاوت سیاسی بخشی از مرجعیت شبکه لایک‌ها را در اختیار داشته‌اند. به بیان دقیق‌تر، اصولگرایان<sup>۱</sup>، اصلاح‌طلبان (در بالا نمونه‌های آن آمد)، میانه‌روها<sup>۲</sup>، منتقدین، اپوزیسیون (افراد مخالف جمهوری اسلامی) و سلطنت‌طلب‌ها<sup>۳</sup> از مرجعیت برخوردار بودند. این در حالی است که گفتمان جریان‌های موسوم به منتقد، اصلاح‌طلب، میانه‌رو و اصولگرا از بالاترین مرجعیت برخوردار بودند

۱. برای نمونه @MAmirrahimi

۲. برای نمونه @pooriast

۳. برای نمونه @fuxy\_twite

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودزی | ۲۲۳

و اپوزیسیون و سلطنت‌طلب‌ها مرجعیت کمتری داشتند. در این میان گفتمان‌های خبری (وابسته به سازمان‌های خبری و اطلاع‌رسانی) نظیر اکانت فارسی خبرگزاری دویچه وله<sup>۱</sup> نیز دارای مرجعیت بودند. باید توجه داشت که در این بازه زمانی برخی اکانت‌ها صاحب لایک‌های زیادی بودند و عملاً در زمره پرلایک‌ترین اکانت‌ها قرار داشتند، ولی عملاً در شبکه فاقد مرجعیت تشخیص داده شدند؛ اکانت رسمی منافقین<sup>۲</sup> به‌عنوان نمونه‌ای از گفتمان‌های معارض جمهوری اسلامی، علیرغم برخورداری از لایک قابل توجه، فاقد مرجعیت بود (مرجعیت برابر با ۰,۰۰۰۰).

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که کاربران مؤثر در بازه زمانی سه روز منتهی به انتخابات مجلس شامل روزنامه‌نگاران، رسانه‌ها و شهروندان بوده است. این در حالی است که افراد دارای شخصیت حقوقی برجسته (وزیر کشور) در زمره چنین کاربرانی در این بازه زمانی قرار نمی‌گیرند؛ ایشان را می‌توان در بازه‌های زمانی فاصله‌دارتر (مرداد و شهریور ۱۴۰۲) به‌عنوان کاربر مؤثر در نظر گرفت. این افراد در بازه زمانی نزدیک به انتخابات به دلایلی نظیر فعال نبودن یا مرجعیت نداشتن سخنانشان، در طبقه‌بندی کاربران مؤثر جای نمی‌گیرند. لازم به ذکر است که کاربران عادی (شهروندان) در بازه زمانی سه روز منتهی به انتخابات در مقایسه با دیگر کاربران از بیشترین مرجعیت گفتمانی برخوردار بوده‌اند. مرجعیت یافتن برخی گفتمان‌های سیاسی در ایکس پیرامون انتخابات مجلس را می‌بایست با منطق چن (۲۰۱۱) و لی و او (۲۰۱۳) فهم کرد. این مرجعیت در حقیقت به دلیل این شکل گرفته است که با ارزش‌ها و نیازهای کاربران بیشتری در این شبکه همسویی پیدا کرده است. به بیان دقیق‌تر، همسویی شناختی را می‌توان دلیل اصلی مرجعیت پیدا کردن برخی گفتمان‌ها در ایکس دانست. این همسویی و مرجعیت گفتمانی عملاً در خدمت قطبی‌سازی شبکه

---

1. @dw\_persian

2. @PMOIRAN

کاربران قرار می‌گیرد و بیانگر برجسته‌سازی دستور کارهای منحصربه‌فردی در شبکه است.

علاوه بر این، پژوهش‌های پیشین طبقه‌بندی سه‌گانه‌ای شامل اصولگرایان، اصلاح‌طلبان و مهاجران از کاربران فعال توئیتر پیرامون رویدادهای سیاسی نظیر انتخابات ارائه کرده‌اند. این در حالی است که این پژوهش طبقه‌بندی پیچیده‌تری از کاربران فعال پیرامون انتخابات مجلس را تشخیص داده است: رسمی، اصلاح‌طلبان و میانه‌روها، اصولگرایان، منتقدین، اپوزیسیون و سلطنت‌طلب‌ها. هر کدام از این طبقات در واقع معادل گفتمانی مشخص هستند. کاربر رسمی در این پژوهش وزیر کشور بوده است که در بازه زمانی شهریور و مرداد، گفتمان رسمی انتخابات را خلق کرده است. این در حالی است که با نزدیک شدن به انتخابات میزان فعالیت کاربران منتقد، کاربرانی که وابستگی سیاسی به جریان‌های سیاسی ندارند و کلیت انتخابات و سازوکارهای آن را زیر سؤال برده‌اند، افزایش پیدا کرده است. این مسئله همچنین بیانگر پیچیدگی هرچه بیشتر کاربران حاضر در شبکه اجتماعی ایکس در مقایسه با گذشته است.

بنابراین تطور گفتمان‌های دارای مرجعیت حداکثری پیرامون انتخابات مجلس از گفتمان رسمی آغاز و به گفتمان انتقادی و غیررسمی ختم می‌شود. این در حالی است که گفتمان‌های انتقادی همواره درجه‌ای از مرجعیت را در اختیار داشته‌اند و با استقبال کاربران مواجه شده‌اند؛ حتی در بازه زمانی شهریور و مرداد نیز شاهد این نوع از گفتمان سیاسی به‌عنوان یک گفتمان دارای مرجعیت هستیم. مرجعیت بالای گفتمان‌های انتقادی پیرامون انتخابات مجلس در بازه‌های زمانی مختلف با دیدگاه هیچ‌دیکان و دیگران (۲۰۱۶) همسوست؛ این گفتمان‌ها صرفاً باهدف اظهار نارضایتی شکل گرفته‌اند. باید توجه داشت که تمایز گفتمان انتقادی با گفتمان اپوزیسیون در این است که در گفتمان انتقادی مخالفتی با موجودیت نظام سیاسی صورت نمی‌گیرد و تمرکز اصلی بر به چالش کشیدن و انتقاد از سازوکارهای سیاسی حاکمیت و دولت

است.

مؤلفه‌های گفتمان انتقادی شکل گرفته پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم عبارت‌اند از: شکایت از رواج بی‌اخلاقی و فحاشی؛ ضرورت پرهیز از برجسب‌زنی به کاندیداهای متخصص؛ اولویت داشتن تخصص‌گرایی؛ لزوم دوری گزیدن کاندیدها از کارها و حرف‌های نمایشی؛ فراتر رفتن از شخصیت‌های سیاسی؛ ضرورت توجه به برنامه‌های کاندیدها و پرهیز از لیستی رأی دادن؛ ناکارآمدی نظام انتخاباتی در کشور؛ انتقاد از جریان اصولگرا؛ انتقاد از سیاست‌های طرد و حذف افراد و جریان‌های سیاسی؛ لزوم خردورزی در سپهر سیاسی ایران و کنش سیاسی عقلانی؛ عدم کنش سیاسی به مثابه اقدامی اعتراضی؛ تأکید بر فساد اقتصادی و سیاسی در کشور؛ ضرورت تقویت اقلیت‌های قومی و زبانی کشور و نهادهای مدنی؛ و لزوم مقابله با جریان‌های تجزیه‌طلبانه نظیر پان‌ترکیسم.

مرجعیت یافتن گفتمان‌های انتقادی درباره انتخابات مجلس بیانگر مشروعیت این گفتمان‌هاست. چنین مشروعیتی طبیعتاً معنای متفاوتی از مشروعیت سنتی دارد. مشروعیت سنتی برآمده از سازمان‌ها و نهادهای مشروعیت‌بخش نظیر نظام‌های سیاسی و زیرمجموعه‌های مختلف آن است. لیکن مشروعیت جدید از جنس ظرفیت‌های بالفعل شده ارتباطاتی است. مشروعیت گفتمان‌های رسانه‌های جدید به قدرت جذب کاربران همسو و شبکه‌سازی با آن‌ها مربوط می‌شود؛ چنین مشروعیتی نسبت حداقلی با مشروعیت سازمانی و نهادی دارد. این در حالی است که مرجعیت یافتن گفتمان دو طیف سیاسی اصولگرا و اصلاح طلب در یافته‌های مهر و آبان و نیز یافته‌های سه روز منتهی به انتخابات مجلس می‌تواند مؤید دیدگاه کلنی و دیگران (۲۰۱۴) باشد که افراد صرفاً با جریان سیاسی موردنظرشان ارتباط برقرار می‌کنند. این مهم می‌تواند به اتاقک‌های اکو بیانجامد و قطب‌بندی‌های شبکه را بازتولید کند.

همچنین یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که استفاده از مفاهیم و دستور زبان انتزاعی یا انضمامی تأثیر چندانی در شکل دادن یا ندادن مرجعیت ندارد. دلیل این

مسئله می‌تواند این باشد که افراد صرفاً به تأیید گفتمانی می‌پردازند که از آن شناخت داشته باشند. به بیان دقیق‌تر، محتوای توثیق تأثیر ثانویه بر شکل‌دهی مرجعیت دارد و تأثیر اصلی را شناخت از نویسنده توثیق دارد. این مهم با دیدگاه گُلنی و دیگران (۲۰۱۴) مبنی بر رفتار همجنس‌خواهانه کاربران توییت منطبق است. علاوه بر این، گفتمان‌های مرجع در بازه‌های زمانی مختلف همواره از زبان کنایه و طنز استفاده کرده‌اند. به نظر می‌رسد این نوع از زبان راهی برای ابراز عقیده با حداقل عواقب ناشی از آن است. علاوه بر این، زبان شعر فقط در بازه زمانی به‌روز منتهی به انتخابات مشاهده شده است، چراکه احتمالاً روش موثرتری برای تأثیرگذاری بر مخاطب است. علاوه بر این یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که پرداخت و مواجهه حذفی با «مهاجران افغان» در زمره گفتمان‌های دارای مرجعیت بوده است. این گفتمان ظاهراً همسو با نگرش‌های انتقادی حاکم بر شبکه اجتماعی ایکس شکل گرفته است و می‌توان آن را گفتمان ملی‌گراییِ طرد‌گرایانه نام گذاشت. به نظر می‌رسد، در شرایط سیاسی و اجتماعی این روزهای ایران، سخن گفتن از مسئله مهاجران افغانستانی نقش برجسته‌ای در شکل‌دهی هویت سیاسی کاربران ایکس دارد و می‌تواند توجه کاربران زیادی را به خود جلب کند. علاوه بر این، شخصیت‌گرایی (پرستی) را باید به‌عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات شکل‌دهنده گفتمان‌های مرجع دانست. این موضوع از طریق بینامتنیت‌های آشکار یا ساختمند عمل می‌کند و در بازه‌های زمانی مختلف موجب شکل‌گیری گفتمان‌های مرجع شده است.

### پیشنهاد‌های تحقیق

انتخابات به‌طور کلی مقاطع سیاسی بسیار مهمی در نظام‌های سیاسی هستند که می‌توانند انبوهی از ایده‌ها، گزاره‌ها و سازوکارهای سیاستی و مطالعاتی به‌ویژه در عرصه علوم ارتباطات، مطالعات رسانه و جامعه‌شناسی ارتباطات ارائه دهند؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود دیگر انتخابات از جمله انتخابات ریاست جمهوری نیز از منظر گفتمان‌های برساخت‌شده در رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار بگیرند؛ چنین پژوهش‌هایی

تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم؛ گودرزی | ۲۲۷

می‌توانند بلافاصله پس از هر انتخابات انجام شوند. همچنین پیشنهاد می‌شود دیگر رویکردهای گردآوری کلان داده‌ها و تحلیل آن‌ها مورد استفاده قرار بگیرد. برای نمونه می‌توان شبکه ریتوییت‌ها را شکل داد و سازوکارهای تعاملی کاربران در ساخت‌های گفتمانی را بررسی کرد. علاوه بر این، محاسبه دیگر متغیرهای شبکه از جمله انسجام شبکه با استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل شبکه می‌تواند در دستور کار قرار بگیرد؛ چنین متغیرهایی به تحلیل‌های منحصربه‌فردی مثلاً پیرامون قدرت گفتمانی منتج می‌شوند.

### تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارضی در منافع این مقاله وجود ندارد.

### ORCID

Mohsen Goudarzi



<https://orcid.org/0000-0003-4597-8806>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

- عبداللہیان، حمید و کرمانی، حسین. (۱۳۹۹). همگان‌های شبکه‌ای در توئیتر فارسی؛ تحلیل خوشه‌های شبکه‌ای توئیتر فارسی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶. *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶ (۲۲)، ۱۵۱-۱۱۱. <https://doi.org/10.22054/nms.2021.44855.784>
- فرکلاف، نورمن (۱۳۸۹). تحلیل انتقادی گفتمان (چاپ سوم) (ترجمه گروه مترجمان). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- کرمانی، حسین. (۱۳۹۹). *جزیره سرگردانی: مطالعات کاربران رسانه‌های اجتماعی در ایران*. تهران: لوگوس.
- کرمانی، حسین، مجدی‌زاده، زهرا، ادهم، مرضیه. (۱۴۰۰). همگان‌های شبکه‌ای و قالب‌بندی شبکه‌ای موضوعات در انتخابات: تحلیل قالب‌های موضوعی شکل گرفته در جریان انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۶ در توئیتر. *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، ۲۲ (۵۶)، ۱۶۲-۱۳۵. <https://doi.org/10.22083/jccs.2020.234666.3105>
- ماتسون، دونالد. (۱۳۹۲). *گفتمان‌های رسانه: تحلیل متون رسانه*. ترجمه: عبدالحسین کلانتری و بهزاد احمدی، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- محمدپور، احمد (۱۴۰۰). *ضد روش: زمینه‌های فلسفی و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی (ویراست دوم)*. تهران: لوگوس.
- نژادبهرام، زهرا؛ ملکیان، نازنین و تربتی، سروناز (۱۴۰۰). شبکه‌های جهانی ارتباطی (توئیتر) ظرفیتی برای تقویت سرمایه اجتماعی بین‌المللی (روایتگری ایران در برجام در مقطع خروج آمریکا برای تقویت سرمایه اجتماعی). *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱۱ (۲): ۴۰۳-۴۲۸. <https://doi.org/10.22059/jisr.2022.321249.1197>
- ویمر، راجر د، و دومینیک، جوزف آر. (۱۳۸۹). *تحقیق در رسانه‌های جمعی (چاپ دوم)*. ترجمه کاوس سیدامامی. تهران: سروش.

## References

- Blommaert, J., & Bulcaen, C. (2000). Critical discourse analysis. *Annual review of Anthropology*, 29(1), 447-466. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.29.1.447>
- Burgess, J., & Baym, N. K. (2022). *Twitter: A biography*: NYU Press.
- Campos, D. G. (2011). On the distinction between Peirce's abduction and Lipton's inference to the best explanation. *Synthese*, 180, 419-442. <https://www.jstor.org/stable/41477565>
- Chen, G. M. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 755-762. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.10.023>.
- Colleoni, E., Rozza, A., & Arvidsson, A. (2014). Echo chamber or public sphere? Predicting political orientation and measuring political homophily in twitter using big data. *Journal of Communication*, 64(2), 317-332. <https://doi.org/10.1111/jcom.12084>.
- Conover, M., Ratkiewicz, A., Francisco, M., Gonçalves, B., Menczer, F., & Flammini, A. (2021). Political polarization on twitter. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 5(1), 89-96. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v5i1.14126>
- Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). The rise of twitter in the political campaign: searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 363-380. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12124>
- Fairclough N. (1992a). *Discourse and Social Change*. Cambridge, UK: Polity
- Fairclough, N. (2001). Critical discourse analysis as a method in social scientific research. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 122-136): Sage.
- Fairclough, N. (2023). Critical discourse analysis. In *The Routledge handbook of discourse analysis (Second Edition)* (pp. 11-22): Routledge.
- Fang, Y. (2011). On evaluation of the theoretical soundness of critical discourse analysis. *Theory and Practice in Language Studies*, 1(7). <https://doi.org/10.4304/tpls.1.7.875-878>
- Forchtner, B. (2017). Critical discourse studies and social theory 1. In *The Routledge handbook of critical discourse studies* (pp. 259-271): Routledge.

- Graham, T., Jackson, D., & Broersma, M. (2016). New platform, old habits? Candidates' use of Twitter during the 2010 British and Dutch general election campaigns. *New Media & Society*, 18(5), 765–783. <https://doi:10.1177/1461444814546728>
- Grant, W. J., Moon, B., & Grant, J. B. (2010). Digital dialogue? Australian politicians' use of the social network tool Twitter. *Australian Journal of Political Science*, 45(4), 579–604. <https://doi.org/10.1080/10361146.2010.517176>.
- Guerrero-Solé, F. (2018). Interactive behavior in political discussions on Twitter: Politicians, media, and citizens' patterns of interaction in the 2015 and 2016 electoral campaigns in Spain. *Social Media+ Society*, 4(4), 2056305118808776. <https://doi.org/10.1177/2056305118808776>.
- Hosch-Dayican, B., Amrit, C., Aarts, K., & Dassen, A. (2016). How do online citizens persuade fellow voters? Using Twitter during the 2012 Dutch parliamentary election campaign. *Social Science Computer Review*, 34(2), 135–152. <https://doi:10.1177/0894439314558200>.
- Lazar, M. M. (2007). Feminist critical discourse analysis: Articulating a feminist discourse praxis. *Critical discourse studies*, 4(2), 141-164. <https://doi.org/10.1080/17405900701464816>.
- Lee, E.-J., & Oh, S. Y. (2013). Seek and you shall find? How need for orientation moderates knowledge gain from Twitter use. *Journal of Communication*, 63(4), 745–765. <https://doi.org/10.1111/jcom.12041>.
- Marchant, J., Sabeti, A., Bowen, K., Kelly, J., & Heacock Jones, R. (2016). #Iranvotes: Political Discourse on Iranian Twitter during the 2016 Parliamentary Elections. *Berkman Center Research Publication*, (2016-10).
- McGregor, S. C., Mourão, R. R., & Molyneux, L. (2017). Twitter as a tool for and object of political and electoral activity: considering electoral context and variance among actors. *Journal of Information Technology & Politics*, 14(2), 154-167. <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1308289>
- Nguyen, T. (2011). Twitter: A Platform for Political Discourse or Social Networking. *Global Tides*, 5(1), 11.
- Otto, L., Glogger, I., & Maier, M. (2019). Personalization 2.0? – testing the personalization hypothesis in citizens', journalists', and politicians' campaign twitter communication. *Communications*, 44(4), 359-381. <https://doi.org/10.1515/commun-2018-2005>

- Papacharissi, Z., & de Fatima Oliveira, M. (2012). Affective news and networked publics: The rhythms of news storytelling on #Egypt. *Journal of communication*, 62(2), 266-282. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01630.x>.
- Plotkowiak, T., & Stanoevska-Slabeva, K. (2013). German politicians and their Twitter networks in the Bundestag election 2009. *First Monday*.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*: Simon and schuster.
- Vapnik, V. (2006). *Estimation of dependences based on empirical data*: Springer Science & Business Media.
- Vergeer, M., & Hermans, L. (2013). Campaigning on Twitter: Microblogging and online social networking as campaign tools in the 2010 general elections in the Netherlands. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(4), 399-419. <https://doi:10.1111/jcc4.12023>.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods for critical discourse analysis*: Sage.

#### References (In Persian)

- Abdollahyan, Hamid, & Kermani, Hossein (2020). Networked Publics in Farsi Twitter; an Analysis of the Twitter Network Clusters. *New Media Studies*, 6(22), 111-151. <https://doi.org/10.22054/nms.2021.44855.784>.
- Fairclough N. (2010). *Critical Discourse Analysis (Persian Translation)*. Tehran: Media Studies and Planning Office.
- Kermani, Hossein. (2020). *Wandering Island: Studies of Social Media Users in Iran*: Logos.
- Kermani, Hossein., Majdi zadeh, Zahra. & Adham, Marzieh. (2021). Networked Framing in Election: An Analysis of Framing Iran 2017 Presidential Election on Persian Twitter. *Quarterly of Culture Communication Studies*, 22(56), 135-162. <https://doi.org/10.22083/jccs.2020.234666.3105>.
- Matheson, Donald. (2013). *Media Discourses: Analysing media texts* (Persian Translators: Abdollahossein Kalantari & Behzad Ahmadi): Bureau of Media Studies and Planning.
- Mohammadpour, Ahmad (2021). *Counter-Method: The Philosophical Understandings and Practical Procedures of Qualitative Methodology*. Tehran: Logos.
- Nejadbahram, Zahra., Malekian, Nazanin. & Torbati, Sarvenaz. (2022).

Global Communication Networks (Twitter) to Strengthen International Social Capital. *Quarterly of Social Studies Research in Iran*, 11 (2), 403-428.  
<https://doi.org/10.22059/jisr.2022.321249.1197>

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2011). *Mass media research (Persian Translation)*. Tehran: Soroush.



**استناد به این مقاله:** گودرزی، محسن. (۱۴۰۴). تحلیل گفتمان‌های سیاسی مرجع شبکه اجتماعی ایکس پیرامون انتخابات مجلس دوازدهم، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۱(۴۱)، ۱۷۵-۲۳۲. DOI: 10.22054/nms.2025.79011.1687



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..