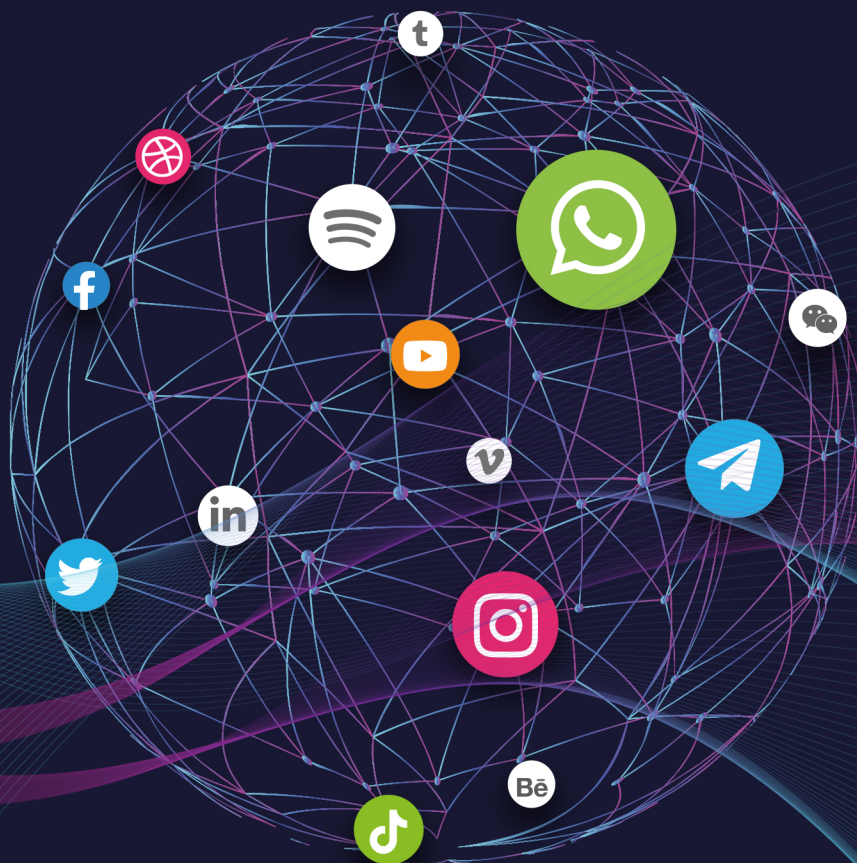


شبکه های اجتماعی

در سال ۱۴۰۰



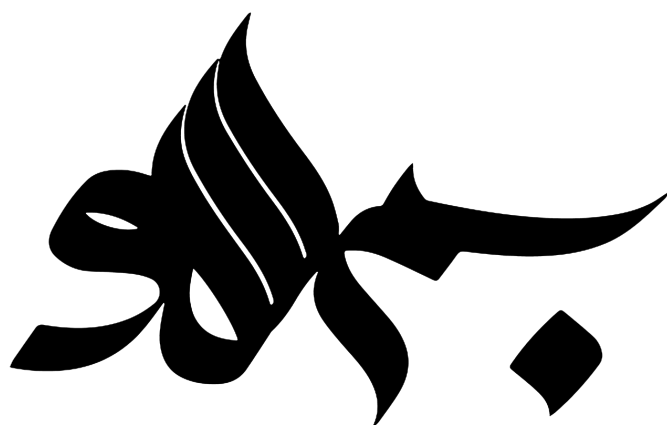
مرکز پژوهشی بتا

   Betaco.ir

 www.beta-co.ir

۰۲۱-۲۸۴۲۵۸۱۳

خ کریمخان، خ خردمند جنوبی، کوچه ملکیان، پلاک ۱۶، طبقه ۴



فهرست

معرفی بتا	۵
روند انتشار محتوا در بستر اینستاگرام.....	۹
روند انتشار محتوا در بستر توییتر.....	۲۳
موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی.....	۳۰
ایموجی‌های برتر در اینستاگرام و توییتر.....	۶۶
هشتگ‌های برتر در فضای مجازی.....	۷۰
صفحات پربازدید ویکی‌پدیا فارسی.....	۷۴
موضوع کانال‌های پرمخاطب تلگرام.....	۷۷
سازمان‌های پرتکرار.....	۷۹
پست‌های برتر در اینستاگرام.....	۸۴
پست‌های برتر در توییتر.....	۹۲



مرکز پژوهشی بتا



۰۲۱-۲۸۴۲۵۸۱۳

فیابان کریمفان، فیابان
فردمند جنوبی، کوچه
ملکیان، پلاک ۱۶، طبقه ۴

مقدمه

فضای مجازی

در دنیای امروز با عنوان عصر ارتباطات، فضای مجازی بیش از هر اتفاق دیگری زندگی انسان را تحت تاثیر قرار داده است؛ این فضا به دلیل داشتن مزایایی همچون دسترسی آسان، ایجاد اشتغال، سرگرمی، برداشتن مرزهای جغرافیایی و ... بسیار مورد توجه عموم قرار گرفته است. فیسبوک، توئیتر، اینستاگرام، تلگرام و ... فقط قسمتی از این فضا هستند؛ در واقع شبکه‌های اجتماعی قسمتی از خدماتی هستند که می‌توان در این دنیای جدید پیدا کرد.

تحلیل شبکه‌های اجتماعی (Social network analysis)

برای درک صحیحی از کاربرد شبکه‌های اجتماعی باید به روش‌های مختلف جمع‌آوری داده در گذشته رجوع کنیم؛ به عنوان مثال برای پیشبینی نتایج یک انتخابات مهمترین و موثرترین راه تنظیم یک پرسشنامه بود که تهیه، تنظیم و تدوین پرسشنامه‌ها و گفتگو با مردم و درخواست از آن‌ها برای پر کردن پرسشنامه، پروسه‌ای سنگین، پرهزینه و زمان‌بر بوده است. گسترش فناوری اطلاعات و ظهور پلتفرم‌های دیجیتال زمینه جمع‌آوری اطلاعات با صرف کمترین هزینه و زمان شده است؛ بخصوص اینکه بخش اعظمی از این اطلاعات به صورت رایگان و داوطلبانه منتشر می‌شود.

تحلیل شبکه‌های اجتماعی به دلیل دسترسی آسان، تولید اطلاعات در لحظه و ... امکانات جالب توجه و جدیدی را برای تحلیل فراهم می‌کنند.

امروزه از داده‌های شبکه‌های اجتماعی در حوزه‌های مختلفی همچون تحلیل خصیصه‌ها و رفتار کاربران، تحلیل مشتریان و تعاملات آن‌ها، تعیین دیدگاه کاربران در مورد موضوعات مختلف، اثرگذاری بر نوع نیازهای کاربران، تعیین جایگاه یک نهاد یا شخص در ذهن افکار عمومی و ... استفاده می‌کنند.

کاربری تحلیل شبکه‌های اجتماعی

تعداد کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی همچون تلگرام، اینستاگرام، توئیتر و ... روز به روز در حال افزایش است. یکی از دلایل افزایش میزان استفاده از این فضا برای کاربران، سهولت کسب و کار در آن و کاهش هزینه‌های سربار همچون اجاره مغازه است.

امروزه شرکت‌های تجاری برای افزایش میزان سودآوری فعالیت‌های مختلفی در شبکه‌های اجتماعی دارند؛ تقریباً تمامی شرکت‌های تجاری اعم از کوچک یا بزرگ برای افزایش میزان فروش خود در این فضا فعالیت می‌کنند.

مخاطب‌شناسی و شناسایی نیازهای مخاطب یکی از خدماتی است که این شرکت‌ها نیازمند آن هستند تا بتوانند با تولید نیازهای مخاطب به فروش بالاتر و بالطبع سودآوری بیشتر برسند. همانطور که گفته شد یکی از علل اهمیت شبکه‌های اجتماعی سهولت کسب درآمد از آن است، امروزه صفحات افراد مشهور و کانال‌های پرمخاطب تلگرامی بعد از مدتی فعالیت در این فضا و جمع‌آوری مخاطب، به سمت درآمدزایی از آن از طریق تبلیغات حرکت می‌کنند.

امروزه شبکه‌های اجتماعی نقش بارزی نیز در سیاست دارند، تحلیل تصویر یک شخصیت که قصد شرکت در انتخابات دارد بسیار کمک حال وی برای پیروزی در انتخابات است.

مقامات مختلف از طریق بررسی موضوعات مورد توجه کاربران در شبکه‌های اجتماعی و رسیدگی به آنها، امکان افزایش میزان محبوبیت و رویکردی مناسب را برای خود ایجاد می‌کنند.

نهادهای سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف با رصد دقیق فضای مجازی، به بسیاری از انتقادات، مطالبات و گلایه‌های کاربران دسترسی داشته و شناخت مناسبی از خود در دیدگاه مشتریان و مراجعین خود پیدا خواهند کرد.

همچنین فضای مجازی تبدیل به بستر مناسبی برای رقابت‌ها و تسویه حساب‌های سیاسی شده است؛ به گونه‌ای که امروزه از طریق رصد لحظه‌ای باید در مقابل ایجاد شایعات در مورد اشخاص، نهادهای و موضوعات مختلف ایستادگی کرد. واکنش مناسب و به موقع به برخی شایعات، از ایجاد بسیاری از مشکلات جلوگیری می‌کند.

رصد فضای مجازی و شناخت افکار عمومی از طریق آن امروزه در جنگ‌های ایجاد شده نیز اثرگذار هستند. با شروع جنگ روسیه و اوکراین یکی از دلایل عدم موفقیت کامل روسیه در پیشروی‌های خود، نداشتن تصور کامل از افکار عمومی اوکراین است.

بخش اعظمی از مردم اوکراین در این جنگ به شدت از کشور خود حمایت می‌کنند؛ در صورتی که روسیه پیش از شروع جنگ معتقد بود که افکار عمومی در اوکراین همراه آنها خواهند بود اما بیشتر مردم اوکراین نه تنها همراه روسیه نبودند بلکه با نیروهای روسی به مقابله پرداختند.



پیش از پیدایش و توسعه اینترنت، هندسه تعاملی جوامع به صورت روابط عمودی شکل گرفته بود. اما هم‌اکنون ظهور اینترنت منادی تغییرات عظیمی در ساحت جامعه گردیده است و سامانه‌ی تعاملاتی جوامع تحت تاثیر قرار گرفته است. در حال حاضر افکار عمومی به نقش آفرینی در نظام اجتماعی می‌پردازند و فضای مجازی بستری برای درک بدنه اجتماعی جامعه است. امروزه ما از شهروندان منفعل فاصله گرفتیم و با شهروند کنشگری که به ابراز نگرش و خواستار دیده‌شدن است مواجه هستیم. از همین روی نیاز به سنجش لحظه به لحظه جامعه به امری

کلیدی مبدل گردیده است. حلقه‌ی کلیدی برای ادراک شریان‌های جامعه، فهم افکار عمومی و بدنه اجتماعی جامعه است که این امر مبتنی بر شناخت اطلس فضای مجازی است. هر روز بر گسترش و توسعه سپهر فضای مجازی در جامعه ایران افزوده می‌گردد و تعداد بی‌شماری کاربر در شبکه‌های اجتماعی به تولید و مصرف محتوا و مضامین می‌پردازند. ادراک و شناخت جغرافیای فضای مجازی از الزامات کنونی جامعه ایران به‌شمار می‌آید. با توجه به اشاره ذکر شده می‌توان استنباط کرد که محتوای کمی و کیفی بی‌شماری از کنشگری کنشگران اجتماعی در سپهر مجازی ایجاد می‌گردد. از همین روی تنها امکان فهم و تحلیل قلب جامعه تنها با شیوه‌ها و روش‌های کلاسیک کارآمد نخواهد بود. لذا لازم و ضروری است برای ادراک و فهم بستر جامعه در حوزه‌های متنوع از شیوه‌های نوین مانند کلان داده‌ها استفاده کنیم. در همین راستا مرکز پژوهشی بتا درصدد است تا به رصد و پایش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بپردازد.

این مرکز پژوهشی، به ترکیب استراتژی‌های روشی با الگوریتم‌های علم داده و درنهایت ساختارمند کردن کلان داده‌ها می‌پردازد. همچنین به ایجاد روش‌های نوین برای بکارگیری از کلان داده‌ها اقدام می‌نمایند. از سوی دیگر متخصصان و پژوهشگران در حوزه‌های مختلف علوم اجتماعی، علوم ارتباطات، علوم سیاسی، علم اقتصاد، رشته‌های فنی و مهندسی، آمار و ریاضیات، علوم کامپیوتر و هوش مصنوعی در دپارتمان‌های مختلف با همکاری و مشارکت همدیگر در حال فعالیت هستند.

متخصصان این مرکز با بهره‌گیری از کلان داده‌ها در حوزه‌های متنوعی از جمله مسائل سیاسی، اجتماعی، آسیب شناسی و غیره به ارزیابی و تحلیل لایه‌های جامعه می‌پردازند.

اطلس فضای مجازی جامعه ایران

اطلس فضای مجازی نشانگر وضعیت رسانه‌های اجتماعی است که در اینجا به صورت مبسوط تشریح می‌گردد. این رسانه‌های اجتماعی عبارتند از:

تلگرام

تلگرام یکی از پیام‌رسان‌های اجتماعی است که ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد. این پیام‌رسان از طریق کانال‌های خبری رسمی و غیررسمی و گروه‌های متنوع به تولید، مصرف و انتشار پیام‌ها می‌پردازد. امکانات تلگرام عبارتند از: ارسال پیام، تصویر، فیلم، فایل، کامنت گذاشتن، تماس صوتی و تصویری و غیره. از سوی دیگر امکان تشکیل گروه و سوپر گروه‌ها در تلگرام وجود دارد. البته قابلیت گروه‌ها با سوپر گروه‌ها تفاوت دارند. این تمایزات عبارتند از: تعداد اعضا گروه، سنجاق کردن پست‌های مهم، حذف پیام‌های غیر مرتبط، امکان مشاهده افراد آنلاین توسط مدیر گروه، امکان تبلیغ در سوپرگروه‌ها و غیره.



این امر منجر به اقبال عمومی و همه‌گیری این شبکه در جامعه‌ی ایران گردیده است. آمارها حاکی از آن است که این پیام‌رسان ۴۹ میلیون کاربر ایرانی دارد. به عبارتی بیش از نیمی از جمعیت ایران از این پیام‌رسان اجتماعی استفاده می‌کنند. همین امر حاکی از اهمیت این پیام‌رسان اجتماعی در ایران است. همچنین ۵۰۰ میلیون پیام تنها به‌وسیلهٔ ۲/۸ میلیون کانال فارسی زبان در تلگرام منتشر می‌گردد. لازم به اشاره است که تعداد پست‌های بستر تلگرام در مجموع بیش از ۱۷۰ میلیارد نمایش را به خود اختصاص داده است که این امر بیانگر جایگاه پیام‌رسان تلگرام در میان کاربران ایرانی است.

توییتر

توییتر ترکیبی از رسانه‌های اجتماعی، وبلاگ‌نویسی و متن‌محور است. بستر توییتر مبتنی بر فضای نخبگانی جامعه شکل گرفته است. ژانرهای این پلتفرم مبتنی بر دادو ستد گفت‌وگوها، اخبار و اطلاع‌رسانی‌های سریع سیاسی است. به عبارتی توییتر این امکان را برای کاربران فراهم می‌نماید تا مطالبی درباره بزرگترین اخبار و رویدادهای روز ایجاد گردد. این شبکه اجتماعی با توجه به ویژگی‌هایش در جامعه‌ی ایران جایگاه دارد. آمارها گویای این است که توییتر در ایران بیش از ۳/۲ میلیون کاربر دارد که در طول یک سال حدود ۷۹۰ میلیون توییت منتشر می‌کنند که از این تعداد ۲۰۰ میلیون ریتوییت انجام می‌شود. همچنین بیش از ۲/۱ میلیارد لایک نسبت به توییت‌های هم‌صورت می‌گیرد. این رسانه اجتماعی کاربران محدودتری از تلگرام دارد با این وجود تعداد پیام‌ها و لایک‌های این رسانه اجتماعی با این تعداد کاربر نشانگر اهمیت داشتن این رسانه اجتماعی است.

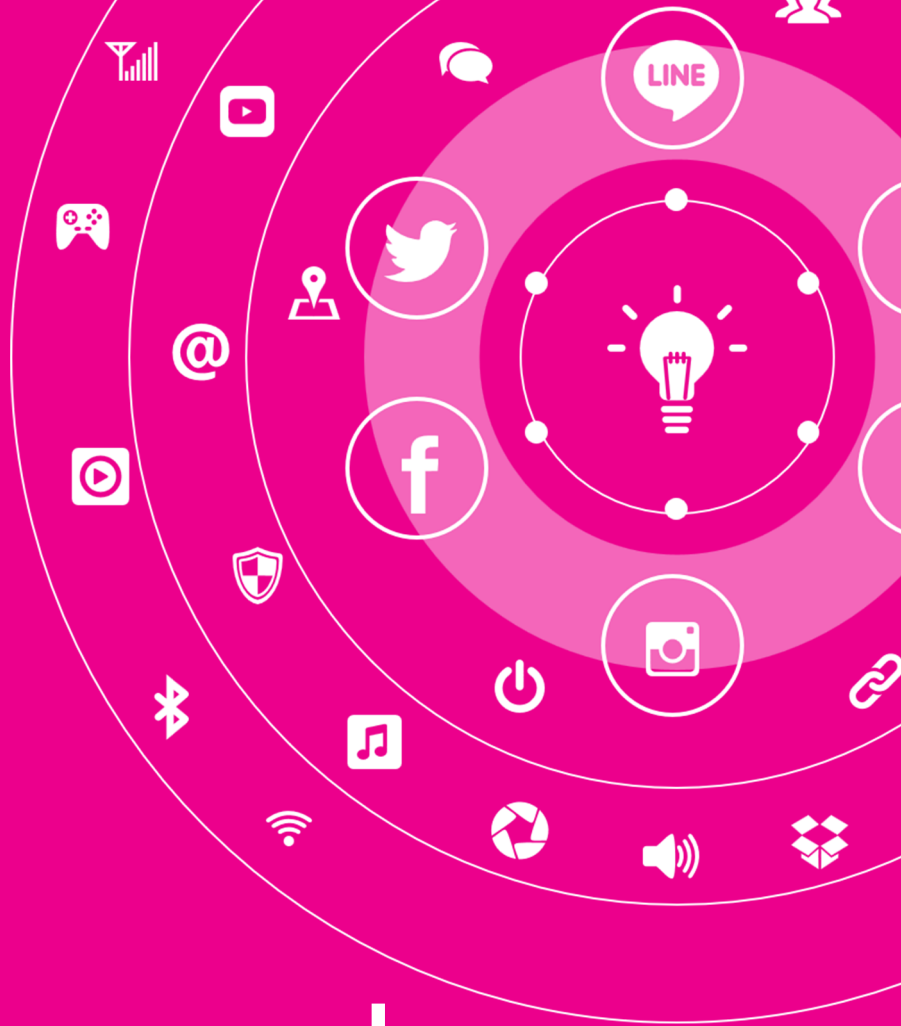


اینستاگرام

دنیای اینستاگرام با دنیای تلگرام و توییتر متفاوت است. لازم به اشاره است که مختصات هر شبکه اجتماعی منحصر به فرد است. به عبارتی با وجود اشتراکات موجود در شبکه‌های اجتماعی، ژانرهای هر شبکه‌ی اجتماعی با شبکه‌های اجتماعی دیگر متفاوت است. صفحه اینستاگرام با افکار عمومی مردم و زندگی روزمره مرتبط است. فهم و درک چشم‌انداز کلی مردم جامعه به‌وسیله ارزیابی این فضا میسر می‌گردد. ژانرهای اینستاگرام عبارتند از: عکاسی، آشپزی، طرفداران سلبریتی‌ها، اینفلوئنسرها، انگیزشی و غیره. همچنین اینستاگرام قابلیت متعددی دارد که شامل: هشتگ زدن (برچسب‌گذاری پست‌ها)، جست‌وجو و کشف مطالب و تصاویر، منشن (اشاره کردن)، کالکشن، کامنت، کپشن، لایو، استوری و غیره. آمارها بیانگر این است که ۴۸ میلیون کاربر ایرانی در این شبکه به‌کنشگری می‌پردازند. درحقیقت بیش از نیمی از جمعیت جامعه ایران در اینستاگرام عضو هستند. این درحالی است که شبکه اجتماعی اینستاگرام برای تحلیل افکار عمومی مردم کاربرد دارد. همچنین در شبکه اجتماعی اینستاگرام کاربران با بیش از ۵۰ صفحه با دنبال‌کننده بیش از ۳ میلیون کاربر و بیش از ۱۰۰۰ صفحه با دنبال‌کننده بیش از یک میلیون به فعالیت می‌پردازند. به عبارتی از مجموع ۴۸ میلیون کاربر، برخی از پیج‌های اینستاگرام (با وجود پیج‌های متنوع در اینستاگرام) بیش از ۳ میلیون دنبال‌کننده دارند. افزون بر این لازم به اشاره است که کاربران این شبکه اجتماعی در طول یک سال بیش از یک میلیارد محتوا تولید می‌کنند که در قیاس با شبکه اجتماعی تلگرام و توییتر رقم قابل توجهی است.

آمارهای شبکه اجتماعی اینستاگرام در ایران





روند انتشار محتوا در بستر اینستاگرام

افزایش تولید محتوا پیرامون یک موضوع از سوی کاربران متعدد، در یک بازه زمانی مشخص، موج نامیده می‌شود.

موج‌شناسی شناسایی قله‌های خبری و رسانه‌ای پس از وقوع حوادث و اتفاقات و جریان‌ات سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است.

گزارش تحلیل موج و حواشی به مواردی مانند: چگونگی شروع، آغازکنندگان، رهبران، رویکرد کاربران به موضوع، تعداد کاربرانی که در گسترش آن مشارکت کرده‌اند و روند صعود و افول موج و حاشیه می‌پردازد.

مرکز پژوهشی بتا در این گزارش به بررسی روند انتشار محتوا در سال ۱۴۰۰ در شبکه اجتماعی اینستاگرام پرداخته است.

روند انتشار محتوا در بستر ایستاگرام



روند انتشار محتوا در بستر اینستاگرام



۸ فروردین

در هشتم فروردین ماه ۱۴۰۰، به دنبال فوت آزاده نامداری، موجی پیرامون آن در بستر اینستاگرام ایجاد شد که حدود ۲۷ هزار پست مرتبط را به همراه داشت. در این موج، برخی از کاربران معتقد بودند که آزاده نامداری

به عنوان یک مجری و کارمند صداوسیما، لایق دلسوزی نیست. برخی دیگر بر این باور بودند که قضاوت‌های مردم مبنی بر حجاب او در خارج از ایران، موجب افسردگی و ناراحتی او شده و همه‌ی افراد جامعه که او را قضاوت کردند، در مرگ او مقصر هستند.

۹ فروردین

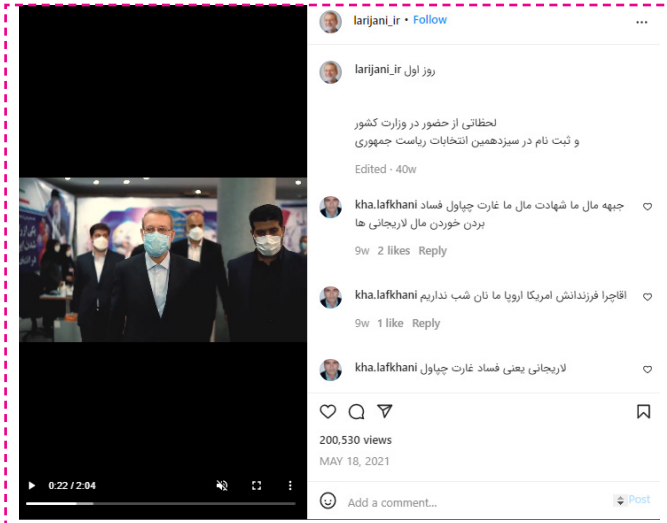
طبق یافته‌های مرکز پژوهشی بتا، در این تاریخ، موجی در ارتباط با قرارداد ۲۵ ساله‌ی ایران و چین در بستر اینستاگرام شکل گرفت. برخی از کاربران از این قرارداد و رویکرد جمهوری اسلامی حمایت و برخی دیگر به انتقاد از آن پرداخته‌اند.

۷ اردیبهشت

در این تاریخ در بستر اینستاگرام، قله‌ای درخصوص انتشار فایلی صوتی از محمدجواد ظریف ایجاد شده است. این فایل صوتی که در پنجم اردیبهشت‌ماه توسط شبکه ایران اینترنشنال منتشر شده، شامل صحبت‌هایی پیرامون حاج قاسم سلیمانی، سپاه قدس، برجام و... بود که منجر به واکنش‌های گسترده‌ای از سوی کاربران اینستاگرامی شد. در مجموع، حدود ۸۶ هزار پست مرتبط به این فایل صوتی در اینستاگرام منتشر گردید.

روند انتشار محتوا در بستر اینستاگرام

۲۵ اردیبهشت



در بحبوحه انتخابات ریاست جمهوری، علی لاریجانی، رئیس سابق مجلس شورای اسلامی، نامزد شدن خود برای ریاست جمهوری را اعلام کرد؛ او همچنین کلیپی از ثبت نام خود برای شرکت در انتخابات ریاست جمهوری را در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرد که همین

موضوع، بیشترین واکنش‌ها را از سوی کاربران به همراه داشت.

۵ خرداد

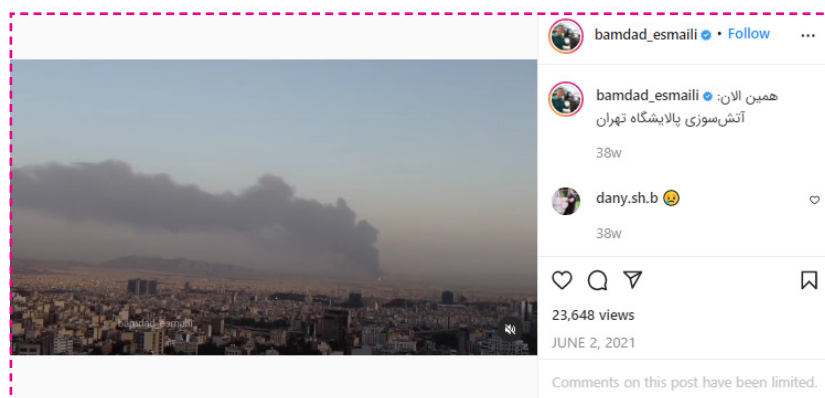
به دنبال رد صلاحیت شدن محمود احمدی‌نژاد در انتخابات ریاست جمهوری، وی ویدیویی از خود در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرد که در آن، از مسئولان مربوطه درخواست داشت علل رد صلاحیتش را عنوان کنند. این موضوع در بستر اینستاگرام منجر به واکنش‌های متعدد و متنوعی نسبت به رد صلاحیت احمدی‌نژاد شد.

۱۲ خرداد

در دوازدهم خرداد، تصاویر و ویدئوهایی از مشاهده آتش و دودی غلیظ در آسمان تهران توسط کاربران اینستاگرامی به اشتراک گذاشته شد. به گفته‌ی رئیس ستاد مدیریت بحران، این دود ناشی از آتش‌سوزی در پالایشگاه تهران ایجاد شده بود.

روند انتشار محتوا در بستر اینستاگرام

طبق یافته‌های مرکز پژوهشی بتا، در این تاریخ، موجی در ارتباط با قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین در بستر اینستاگرام شکل گرفت. برخی از کاربران از این قرارداد و رویکرد جمهوری اسلامی حمایت و برخی دیگر به انتقاد از آن پرداخته‌اند.



۱۵، ۱۸ و ۲۲ خرداد

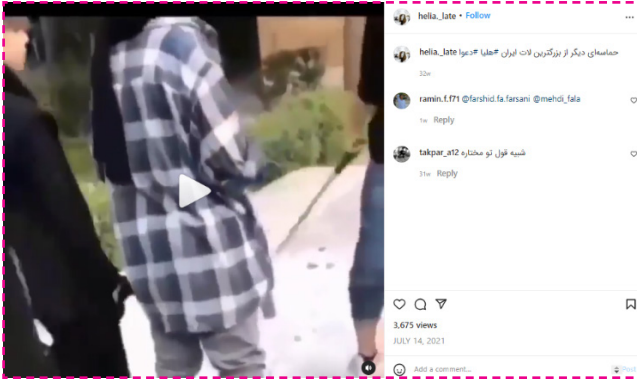
در این تاریخ‌ها سه مناظره انتخاباتی میان کاندیداهای سیزدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری برگزار شد. عموماً به دنبال این مناظرات، واکنش‌های گسترده‌ای توسط کاربران نسبت به اظهارات و وعده‌های کاندیداها در شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود. در این میان، برخی از کاربران نیز نسبت به نحوه برگزاری مناظرات، از مکان قرارگیری استند پرچم در استودیو تا جایگاه نشستن کاندیداها، اعتراض و انتقاد داشتند.

۲۸ خرداد

بیست و هشتم خردادماه ۱۴۰۰، سیزدهمین دوره‌ی انتخابات ریاست‌جمهوری در کشور برگزار شد. بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی، در این روز محتواهایی پیرامون رای‌های خود منتشر کردند. برخی از کاربران نیز از علل رای دادن یا رای‌ندادن خود صحبت کردند. خبرهای بسیاری نیز پیرامون رای دادن شخصیت‌های مطرح، در این روزها منتشر شد که همه‌ی این موارد منجر به شکل‌گیری موجی در این تاریخ در بستر اینستاگرام گردید.

روند انتشار محتوا در بستر اینستاگرام

۲۴ تیر



در تاریخ ۲۳ تیر ۱۴۰۰، در بستر اینستاگرام ویدئویی از دعوی شدید چند دختر نوجوان منتشر شد که در آن، دختری به نام هلیا آقایی، در حال قمه‌کشی برای شخص دیگری است.

در طول یک روز، این ویدئو به سرعت تبدیل به یکی از پربازدیدترین و پربازخوردترین ویدئوها در شبکه‌های اجتماعی شد.

۲۸ تیر

در تاریخ بیست و هشتم تیرماه ۱۴۰۰، به دنبال اعتراضات پیرامون بحران آب در استان خوزستان، کاربران شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام واکنش‌هایی نسبت به کم‌آبی این استان داشتند. بالا گرفتن اعتراضات و همراه شدن برخی دیگر از شهرها با استان خوزستان نیز منجر به افزایش یافتن محتواهای تولیدشده در ارتباط با این موضوع در فضای مجازی شد.



روند انتشار محتوا در بستر ایستاگرام



۹ مرداد

در پی آتش‌سوزی‌های مهیب و گسترده در کشور ترکیه، ایران هواپیمای آب‌پاشی را برای کمک به اطفای حریق به این کشور اعزام کرد. به دنبال این ماجرا، بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی، نسبت به اینکه این

هواپیما پیش از این برای اطفای آتش‌سوزی‌های جنگل‌های داخلی ایران اعزام نشده بود، واکنش‌هایی داشتند.



در همین روز اعلام خبر به کما رفتن ارشا اقدسی در پشت صحنه فیلمی در بیروت، شوک دیگری به کاربران وارد کرد. کاربران اینستاگرام با اعلام و انتشار این خبر برای وی آرزوی بهبودی می‌کردند.

روند انتشار محتوا در بستر ایستاگرام

۱۳ مرداد



در مردادماه ۱۴۰۰، ارشا اقدسی، بدلکار و بازیگر ایرانی، در پی تصادفی در صحنه‌ی فیلمبرداری در بیروت، دچار حادثه‌ای سنگین شد و بعد از گذشت چند روز، علی‌رغم تلاش پزشکان در تاریخ ۱۳ مرداد از دنیا رفت. این واقعه منجر به ابراز تأسف و ناراحتی بسیاری از کاربران شبکه‌های اجتماعی شد. به دنبال آن، برخی از کاربران کلیپ‌هایی از صحبت‌ها و نمایش‌های بدلکاری او را به اشتراک گذاشتند.

۱۴ مرداد

مراسم تحلیف رییس جمهور منتخب سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بعد از ظهر روز پنجشنبه ۱۴ مرداد ۱۴۰۰ در صحن علنی مجلس شورای اسلامی به ریاست محمد باقر قالیباف رییس مجلس شورای اسلامی برگزار شد. کاربران ضمن انتشار تصاویر مراسم، سوگند ابراهیم ریسی در مراسم و سخنان اشخاص را مورد انتشار قرار دادند. برخی کاربران نیز با گوشزد کردن شرایط نامساعد شیوع کرونا در مرداد ماه ۱۴۰۰، برای ریل سیاسی حاضر در مراسم ابراز نگرانی کردند.



روند انتشار محتوا در بستر ایستاگرام

۲۵ مرداد

در این تاریخ، درگیری‌های طالبان با دولت افغانستان به اوج خود رسیده و شهر کابل در اختیار این گروه قرار گرفت؛ به دنبال آن، نظامیان آمریکایی نیز از این کشور خارج شدند. این موضوع واکنش‌های گسترده‌ای را از سوی کاربران اینستاگرامی به همراه داشت. اکثر کاربران محتوایی پیرامون خروج فوری نظامیان آمریکایی، آویزان شدن مردم افغانستان از آخرین هواپیمای نظامی آمریکایی برای فرار از طالبان، محدودیت‌های اعمال‌شده توسط این گروه برای زنان و دختران افغانستانی و... تولید و منتشر کردند.



۱ شهریور

در اول شهریورماه ۱۴۰۰، دوربین‌های امنیتی زندان اوین توسط گروه هکری به نام «عدالت علی» هک شد و ویدئوهایی از نحوه برخورد مسئولان و زندان‌بانان با زندانیان در شبکه‌های اجتماعی منتشر گردید. این ویدئوها توجه بسیاری از کاربران فضای مجازی را به خود جلب کرد.

روند انتشار محتوا در بستر ایستاگرام

۱۳ شهریور

در پی به اشغال درآوردن شهر کابل توسط طالبان، جبهه‌ی مقاومت به رهبری احمد مسعود و امرالله صالح، معاون رئیس‌جمهور افغانستان، پایه‌گذاری شد. همراه با تشدید درگیری‌ها میان جبهه‌ی مقاومت



با طالبان به‌منظور حفظ دره‌ی پنجشیر، برخی کاربران ایرانی نیز حمایت خود را از احمد مسعود در صفحات اینستاگرامی خود اعلام کردند.

۱۵، ۱۸ و ۲۲ خرداد

پنجم مهرماه ۱۴۰۰، مصادف با روز اربعین حسینی، در شبکه‌های اجتماعی به‌منظور ابراز ارادت به امام حسین (ع) و بزرگداشت یاران ایشان، هشتگ‌هایی از جمله هشتگ #حب‌الحسین-یجمعنا، #حب‌الحسین-هویتنا، #ما-ملت-امام-حسینیم و... توسط کاربران منتشر شده است. در این میان، سخنان رئیس‌جمهور به وزرا: «به کارتان بچسبید، سفر اربعین باشد برای بعد» نیز موجب بازتاب گسترده‌ای در میان کاربران شد. علاوه بر این، امسال نیز، همانند سال گذشته، به دلیل شیوع ویروس کووید ۱۹، مسائل و مشکلاتی برای برگزاری راهپیمایی روز اربعین وجود داشت که همین مسئله، موجب واکنش‌های منفی کاربران و اعتراض به مسئولان شده است. کلاهبرداری‌های برخی از سودجویان و افزایش نرخ بلیت‌ها از جمله‌ی این موارد است.



شبکه‌های اجتماعی در سال ۱۴۰۰
مرکز پژوهشی بتا

۲ آبان

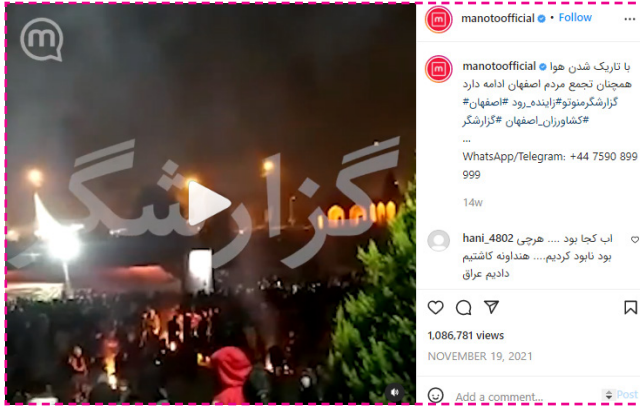
در اول آبان ماه ۱۴۰۰، در جلسه معارفه استاندار آذربایجان شرقی، یکی از شرکت‌کنندگان به روی سن می‌رود و به صورت استاندار، سیلی می‌زند. براساس بررسی‌های مرکز پژوهشی بتا، این موضوع در کمتر از ۲۴ ساعت، به یکی از پربازدیدترین و پربحث‌ترین موضوعات شبکه‌های اجتماعی تبدیل شد. در این میان، برخی از کاربران نسبت به این اتفاق، رویکردی مثبت داشتند و به حمایت از فرد حمله‌کننده پرداختند. برخی از کاربران نیز این اقدام را توهین خوانده و از فرد حمله‌کننده انتقاد کردند.



۴ آبان

در این تاریخ، به دنبال وقوع اختلال در سامانه‌های توزیع بنزین به دلیل حمله سایبری، موجی در بستر اینستاگرام ایجاد شد. صحبت در مورد عامل ایجاد این اختلال، مشکلات مردم بعد از این اختلال در سطح شهر، انتقاد از عملکرد دولت برای بهبود مشکل ایجاد شده و ... از موضوعات مورد توجه کاربران در این تاریخ بوده است.

روند انتشار محتوا در بستر اینستاگرام



۲۸ آبان

در این تاریخ، بسیاری از مردم و کشاورزان اصفهانی با حضور در کنار پل خواجه همچون روزهای گذشته، درخواست احیای دائمی زاینده‌رو را داشتند. این موضوع از همان ساعات اولیه، به سرعت در فضای مجازی انعکاس یافت

و موجب تشکیل قله‌ای پیرامون این موضوع شد.

۵ دی

در سالی که گذشت، معلمان سراسر کشور، در زمان‌های گوناگون اعتراضات خود را با برپایی تجمعات متعدد نسبت به وضعیت معیشتی و رتبه‌بندی اعلام کردند. از جمله زمان‌هایی که این موضوع در شبکه‌های اجتماعی، تبدیل به موج شد، پنجم دی ماه است. در این روز، معلمان در اعتراض به اجرایی نشدن طرح رتبه‌بندی معلمان در تعدادی از شهرهای کشور، تجمعاتی برپا کردند. لازم به ذکر است طرح رتبه‌بندی معلمان در آذرماه ۱۴۰۰ توسط مجلس تصویب شد اما این طرح همچنان به اجرا درنیامده است.

۱۳ دی

در این تاریخ که مصادف است با سالروز شهادت حاج قاسم سلیمانی، در شبکه‌های اجتماعی هشتگ‌هایی نظیر #مرد-میدان، #Hero، #قهرمان-من، #پدر و... ترند شد. البته پست‌هایی که حاوی این هشتگ‌ها و یا اسم حاج قاسم سلیمانی بودند، به سرعت توسط اینستاگرام حذف می‌شد.

به گزارش مرکز پژوهشی بتا، از اول تا ۱۳ دی ماه ۱۴۰۰، حدود ۶۸۰ هزار پست مرتبط در این بستر منتشر شد که اکثر این پست‌ها توسط اینستاگرام حذف گردید.

روند انتشار محتوا در بستر ایستگرام



۷ بهمن

در این تاریخ تیم ملی فوتبال ایران، در بازی با تیم کشور عراق، توانست با تک گل مهدی طارمی موفق به پیروزی و صعود به جام جهانی شود. این موضوع با

هشتگ‌هایی همچون #ایران-قوی، #جام-جهانی، #روایت-اقتدار و... تبدیل به یکی از ترندهای فضای مجازی شد.



۳ اسفند

در تاریخ سوم اسفندماه، طبق اطلاعیه‌ای عنوان شد که اعضای کمیسیون طرح حمایت از حقوق کاربران در فضای مجازی، با ۱۸ رای موافق، این طرح را به تصویب رساندند.

به دنبال آن، واکنش‌های گسترده‌ای توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی صورت گرفت. اکثر قریب به اتفاق کاربران بر این باور بودند که این طرح موجب محدودیت کسب و کارهای اینترنتی، نقض حقوق شهروندی و حریم خصوصی می‌شود. چند ساعت پس از انتشار این خبر، هیئت رئیسه‌ی مجلس شورای اسلامی، ایرادات قانونی معاونت قوانین مجلس نسبت به نحوه تصویب طرح صیانت را وارد دانست و این مصوبه را باطل اعلام کرد.

۵ اسفند

در بامداد روز پنجم اسفندماه ۱۴۰۰، ولادیمیر پوتین دستور حمله به کشور اوکراین را صادر کرد. همزمان با این سخنان، چند شهر مختلف از اوکراین هدف حملات ارتش روسیه قرار گرفت. به دنبال این اتفاق، واکنش‌هایی گوناگونی از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی صورت گرفت. برخی از کاربران به حمایت از روسیه پرداختند و برخی دیگر نیز با خاطرنشان کردن تبعات جنگ، نسبت به این حمله واکنش‌های منفی نشان دادند.





روند انتشار محتوا در بستر توییتر

افزایش تولید محتوا پیرامون یک موضوع از سوی کاربران متعدد، در یک بازه زمانی مشخص، موج نامیده می‌شود.

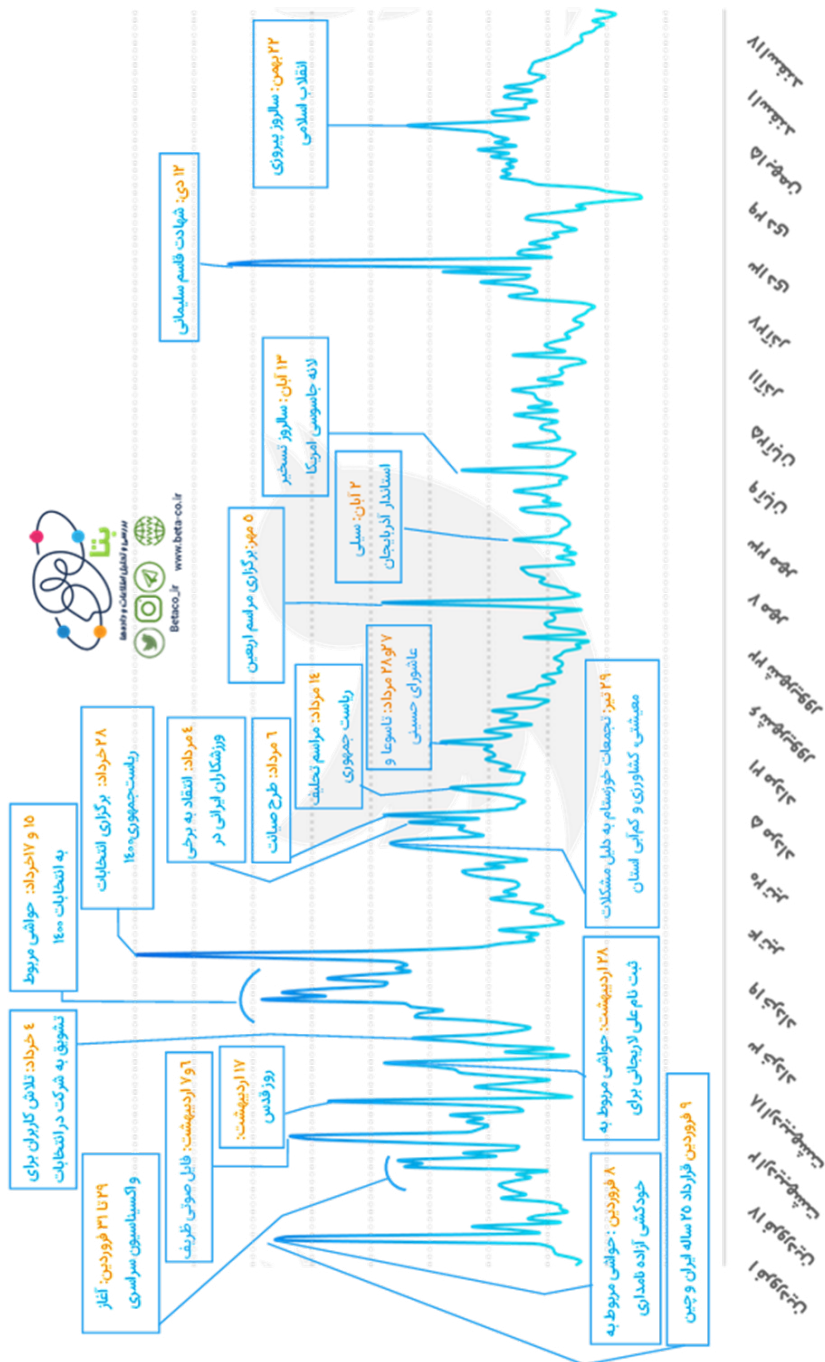
گزارش موج شناسی چیست؟

موج‌شناسی شناسایی قله‌های خبری و رسانه‌ای پس از وقوع حوادث و اتفاقات و جریان‌ات سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است.

گزارش تحلیل موج و حواشی به مواردی مانند: چگونگی شروع، آغازکنندگان، رهبران، رویکرد کاربران به موضوع، تعداد کاربرانی که در گسترش آن مشارکت کرده‌اند و روند صعود و افول موج و حاشیه می‌پردازد.

مرکز پژوهشی بتا در این گزارش روند انتشار محتوا در سال ۱۴۰۰ در بستر توییتر به تفکیک موضوعات توضیح داده شده است.

روند انتشار محتوا در بستر توئیتر



روند انتشار محتوا در بستر توییتر

۸ فروردین



در ۷ فروردین ۱۴۰۰، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های داخل ایران خبر از درگذشت آزاده نامداری، مجری و تهیه‌کننده تلویزیونی دادند.

به گزارش رسانه‌های مختلف پیکر آزاده نامداری در آپارتمان محل سکونتش در منطقه سعادت آباد در غرب تهران کشف شد.

خبر فوت آزاده نامداری مجری تلویزیون در تاریخ ۶ فروردین ۱۴۰۰ واکنش‌های زیادی را از سوی کاربران توییتر به خود اختصاص داده است. این کاربران در مورد موضوعات مختلفی از جمله علت خودکشی، نحوه خودکشی، عوامل ایجاد این اتفاق، مشکلات کاری و خانوادگی نامداری و ... محتوا تولید و منتشر کردند.

۹ فروردین



موضوع قرارداد ۲۵ ساله میان ایران و چین از سری موضوعاتی بوده است که در فروردین ۱۴۰۰ مطرح شده و انتقادات بسیار زیادی را در شبکه‌های مجازی به خصوص بستر توییتر به همراه داشته است.

با انعقاد این قرارداد موضوعاتی همچون مفاد قرارداد، صحبت از شفافیت آن، تاثیرگذاری این قرارداد در مناسبات جهانی و .. از موضوعات مورد توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی بوده است.

۲۹ تا ۳۱ فروردین

با شیوع ویروس کرونا و تاثیر این ویروس بر جنبه‌های مختلف زندگی در سراسر جهان، همواره روش‌های مختلفی برای مقابله با آن اعلام شد. با شروع واکسیناسیون در جهان، ایران نیز با خرید واکسن از کشورهای مختلف شروع به تزریق واکسن کرده و این تزریق را برای همگان ضروری دانست. اعلام واکسیناسیون اجباری در اواخر فروردین ماه سال ۱۴۰۰ موجی از تولید محتوا پیرامون این اقدام دولت در شبکه‌های اجتماعی ایجاد شد.

۷ اردیبهشت



وحید یامین پور
@yaminpour

هرچند [#صوت_ظریف](#) حقایقی را درباره شخص ایشان و دولت آقای روحانی آشکار کرد ولی غافل نباشیم که گروهی با هدایت تبعات اجتماعی انتشار آن به دنبال القای حاکمیت دوگانه، پررنگ کردن بحث "دولت نمایشی و بی‌اختیار"، نپذیرفتن مسوولیت مشکلات موجود و نهایتاً پروژه کاهش مشارکت در [#انتخابات](#) هستند.

Translate Tweet

1:47 PM · Apr 27, 2021 · Twitter for Android

در این تاریخ قله‌ای درخصوص انتشار فایلی صوتی از محمدجواد ظریف ایجاد شده است. این فایل صوتی که در پنجم اردیبهشت‌ماه توسط شبکه ایران اینترنشنال منتشر شده، شامل صحبت‌هایی پیرامون حاج قاسم

سپاه قدس، برجام و... بود که منجر به واکنش‌های گسترده‌ای از سوی کاربران شد.



فارسی | KHAMENEI.IR
@Khamenei_fa

اسرائیل نه یک کشور، که یک [#پادگان_تروریستی](#) علیه ملت فلسطین و دیگر ملت‌های مسلمان است. مبارزه با این رژیم سفاک، مبارزه با ظلم و مبارزه با تروریسم است؛ و این وظیفه‌ای همگانی است.

Translate Tweet

2:42 PM · May 7, 2021 · Twitter Web App

2,353 Retweets 47 Quote Tweets 8,036 Likes

۱۷ اردیبهشت

در تاریخ هفدهم اردیبهشت ۱۴۰۰ که مصادف با روز قدس و آخرین جمعه ماه مبارک رمضان است توییت‌هایی مرتبط با اقدامات اسرائیل و روز قدس منتشر شده است.

۲۸ اردیبهشت

در بازه زمانی ثبت نام برای دوره‌ی سیزدهم انتخابات ریاست جمهوری و تایید صلاحیت آنها توسط شورای نگهبان حواشی مربوط به انتخابات در بستر توییتر بسیار مورد توجه قرار گرفته است؛ اما در تاریخ ۲۸ فروردین ۱۴۰۰ موضوع ثبت نام علی لاریجانی از خبرساز ترین موضوعات بودند و کاربران نسبت به تایید وی از سوی شورای نگهبان گمانه زنی‌های مختلفی کرده اند.

۱۵ الی ۱۷ خرداد

در این بازه‌ی زمانی حواشی مربوط به انتخابات و مناظرات از مهم ترین موضوعات مورد توجه کاربران بوده است. همچنین سخنان هر یک از کاندیدها نیز در این بستر از موضوعات مورد بحث کاربران بوده است.

۲۸ خرداد

در تاریخ بیست و هشتم خرداد ۱۴۰۰ انتخابات ریاست جمهوری دوره‌ی سیزدهم برگزار شد، صحبت و گمانه زنی پیرامون نتیجه انتخابات، حواشی مناظرات انتخاباتی، صحبت از میزان مشارکت مردم و مقایسه با دوره های گذشته، گمانه زنی در مورد رتبه نامزدهای ریاست جمهوری در نتیجه نهایی و ... از موضوعات مورد توجه کاربران بستر توییتر در این بازه زمانی بوده است.



۲۹ تیر

در ۲۹ تیر ماه مطرح شدن اعتراضات خوزستان و حمایت کاربران از مردم خوزستان از مهم ترین موضوعات بوده است همچنین کاربران به انتقاد از تعدادی از بلاگرهای

اینستاگرام پرداختند که برای کمک به مسئله کم آبی در خوزستان تعدادی آب معدنی خریداری کرده‌اند.

روند انتشار محتوا در بستر توییتر

۴ مرداد



در این بازه‌ی زمانی برگزاری مسابقات المپیک و مسابقه تعدادی از ایرانیانی که زیر پرچم ایران مسابقه نمی‌دهند و کسب مقام توسط برخی از هموطنان، از مواردی بود که کاربران در بستر توییتر نسبت

نسبت به آن واکنش نشان دادند.

صحبت در مورد حضور ورزشکارانی از نیروهای مسلح در المپیک، از دیگر موضوعات مورد توجه کاربران بوده است.

۱۷ اردیبهشت



مطرح شدن موضوع طرح صیانت و حواشی پیرامون آن و از سوی دیگر نگرانی کاربران از اجرایی شدن این طرح از موضوعاتی بوده است که باعث واکنش تعداد زیادی از کاربران شده است.

صحبت از جزئیات طرح، حواشی واکنش‌ها به تصویب آن، انتشار آمار نظرسنجی‌های مختلف و ... از موضوعات مورد توجه کاربران بوده است.

روند انتشار محتوا در بستر توییتر

۵ مهر

در تاریخ پنجم مهر ماه ۱۴۰۰ اخبار مربوط به پیاده روی اربعین و توییت‌های مرتبط با این مراسم و همچنین انتقادات از برگزاری این مراسم با وجود شرایط کرونایی از ترندهای این تاریخ بوده است.



۲ آبان

در تاریخ دوم آبان ۱۴۰۰ در استان آذربایجان شرقی در مراسم معارفه استاندار، فردی به صورت استاندار سیلی زده و این موضوع به شدت مورد توجه کاربران توییتر قرار گرفت.

۵ مهر

در تاریخ دوازدهم دی در آستانه سالروز شهادت حاج قاسم سلیمانی و حادثه هواپیمای اوکراینی، هشتگ‌هایی مانند hero ، قاسم سلیمانی و من هم شمع روشن خواهم کرد در بستر توییتر تولید و منتشر شده است.





موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

بر اساس داده‌های منتشرشده توسط «مرکز پژوهشی بتا» توییتر، اینستاگرام و تلگرام در کشور ما به ترتیب ۳/۲ میلیون، ۴۸ و ۴۹ میلیون کاربر دارد. این کاربران سالانه در بستر توییتر حدوداً ۷۹۰ میلیون توییت، ۱ میلیارد پست اینستاگرامی و حدود ۹۰۰ میلیون پست در کانال‌های تلگرامی منتشر می‌کنند.

با توجه به حضور روزافزون مردم در شبکه‌های اجتماعی می‌توان این بسترها را زمینه‌ساز و بازتاب‌دهنده اتفاقات بزرگ و کوچک جامعه دانست. از این رو مهم‌ترین رخدادهایی که زندگی مردم را تحت تاثیر قرار می‌دهد قاعداً در شبکه‌های اجتماعی بازتاب خواهد داشت و بیشتر در مورد آن‌ها بحث و جدل شکل می‌گیرد. برخی از موضوعات ممکن است ابعاد بین‌المللی داشته باشد و برخی صرفاً در محدوده جغرافیایی ایران مورد بحث باشد. نحوه بازتاب این اتفاقات در گذشته عموماً به عهده رسانه‌های رسمی بود اما در سال‌های اخیر، کاربران عادی و مستقل فارغ از رسانه‌ها شروع‌کننده برخی از اتفاقات و التهابات فضای مجازی بودند.

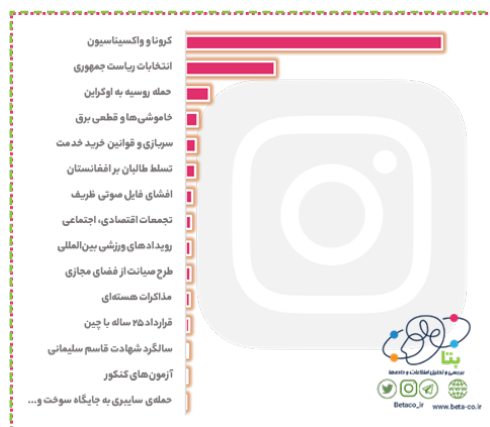
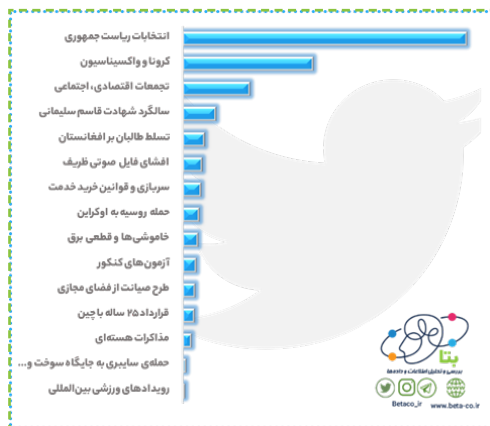
در سال ۱۴۰۰ شاهد اتفاقات زیادی در موضوعات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، ورزشی و... بودیم که مورد توجه کاربران قرار گرفته‌است. «مرکز پژوهشی بتا» در این گزارش در وهله اول با تجمیع داده‌ها، آنالیز و دسته‌بندی آن‌ها و در وهله دوم با دنبال کردن هشتک‌های پرتکرار، موضوعات مورد توجه کاربران و تحلیل کارشناسی به تعدادی موضوع اولیه رسیده و با بررسی جداگانه هر موضوع و آمار کلی مربوط به هر کدام، ۱۵ موضوع برتر از حیث تولید محتوای کاربران و لایک تفکیک شد. در این گزارش، تحت عنوان ۱۵ موضوع مورد توجه کاربران فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بررسی خواهد شد که حاصل تجمیع موضوعات مورد بحث کاربران اعم از موضوعات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

براساس بررسی‌های «مرکز پژوهشی بتا»، در طول سال ۱۴۰۰ پانزده موضوع مورد توجه کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی بدست آمده است. این موضوعات در بازه‌های زمانی متفاوت در این سال مورد توجه کاربران بوده است.

نمودار بالا پرتکرارترین موضوعات را بر اساس میزان تولید محتوا نشان می‌دهد. درصد زیادی از تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی با اختلاف نسبت به موضوعات دیگر به موضوعات «کرونا» و «واکسیناسیون» و «انتخابات ریاست جمهوری» اختصاص دارد. در ادامه‌ی این گزارش به بررسی دقیق‌تر و جزیی‌تر پرداخته تا تصویر واضح‌تری از موضوعات مورد توجه کاربران در بسترهای مختلف فضای مجازی حاصل شود. لازم به ذکر است لوگو بسترها زیر هر موضوع نشان‌دهنده‌ی توجه بیشتر آن موضوع در بستر مورد تاکید است.

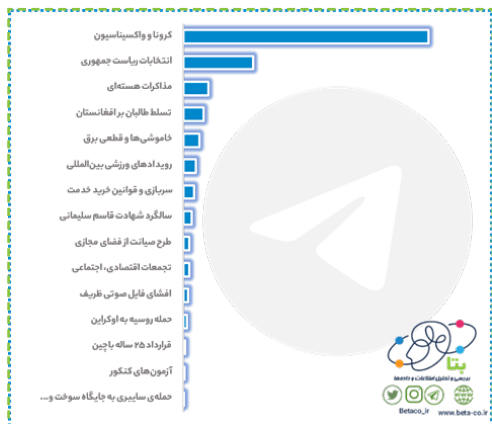


«انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰» و «کرونا» و «واکسیناسیون» دو موضوع اصلی هر سه بستر بوده است. مباحث مربوط به کووید-۱۹ در اینستاگرام و تلگرام رتبه اول و انتخابات ریاست جمهوری و حواشی آن در توئیتر رتبه اول را کسب کرده است.

اما رتبه سوم در هر سه بستر متفاوت است. در توئیتر «تجمعات اجتماعی و اقتصادی»، در اینستاگرام «حمله روسیه به اوکراین» و در تلگرام «مذاکرات هسته‌ای» سه موضوعی هستند که رتبه سوم در این بسترها را کسب کردند.

«سالگرد شهادت قاسم سلیمانی» در توئیتر رتبه چهارم را کسب کرده است. این موضوع در اینستاگرام به دلیل حذف پست‌ها کمتر دیده شده اما در تلگرام رتبه هشتم در نمودار را دارد. اما «طالبان» موضوع مورد توجه سه بستر مورد بررسی است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

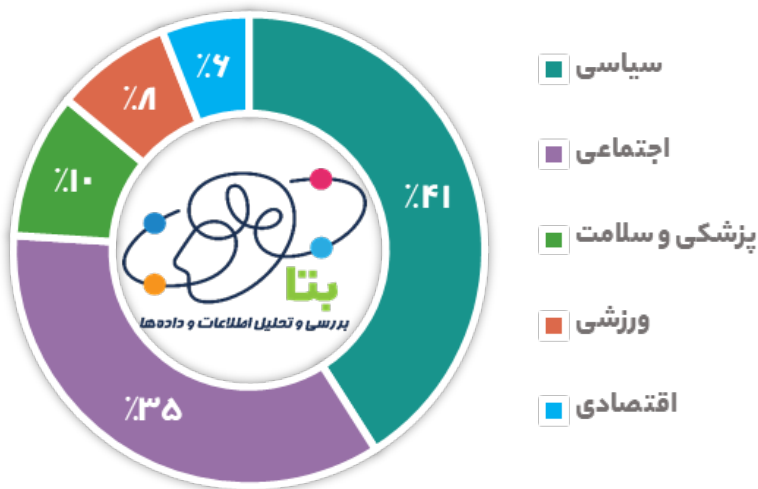


موضوع طالبان در تلگرام، تویتر و اینستاگرام به ترتیب در رتبه چهارم، پنجم و ششم نمودار قرار دارد.

«خاموشی‌ها و قطعی برق» موضوع بعدی مورد توجه کاربران فضای مجازیست که این موضوع در اینستاگرام و تلگرام بیشتر از تویتر تولید محتوا داشته که اغلب در تلگرام به اعلام ساعت خاموشی‌ها پرداخته شده است.

«سربازی و قوانین خرید خدمت» از موضوعاتیست که کاربران اینستاگرام بیشتر از تلگرام و تویتر به آن توجه کردند. و رتبه‌ی پنجم بعد از قطعی برق و بعد از موضوع طالبان مورد توجه بوده است. سایر موضوعات نیز در نمودار بالا مشاهده است.

دسته‌بندی موضوعی



بر اساس داده‌های کارشناسی‌شده توسط کارشناسان «مرکز پژوهشی بتا» و همانطور که در نمودار بالا قابل مشاهده است، از میان حدود ۲/۵ میلیارد پستی که در شبکه‌های اجتماعی

پیرامون موضوعات برتر سال ۱۴۰۰ منتشر شده است، بیش از ۴۰ درصد پست‌ها به موضوعات سیاسی اختصاص دارند که این امر نشان از اهمیت مسائل سیاسی و نفوذ آن در دغدغه‌های کاربران در راستای تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی دارد. البته که موضوعی مانند انتخابات ریاست‌جمهوری در سال ۱۴۰۰ می‌تواند یکی از دلایل اصلی پرداختن کاربران به موضوعات و شخصیت‌های سیاسی باشد.

مرتبه‌ی بعدی به پست‌هایی با موضوع اجتماعی اختصاص دارد که ۳۵ درصد از این پست‌ها را شامل می‌شود. و موضوعات پزشکی و سلامت با کسب ۱۰ درصد محتواهای مورد توجه کاربران که اغلب پیرامون ویروس کووید ۱۹ و مطالب مرتبط با واکسیناسیون بوده است. در نهایت موضوعات ورزشی و اقتصادی به ترتیب با کسب ۸ و ۶ درصد محتوا در رتبه‌های بعدی قرار دارند.



❖ کرونا و واکسیناسیون

مسئله بحران همه‌گیری کرونا در کشور و واکسیناسیون از مسائل مهم و چند وجهی سال ۱۴۰۰ بوده است. انتقاد از سیاست‌ها و عملکرد دولت در مدیریت کرونا و واردات و تزریق واکسن، به خصوص در ۶ ماه اول سال،

اخبار مرتبط با کرونا در موج‌های مختلف آن در مقاطع زمانی متفاوت یا اطلاع‌رسانی مراحل واکسیناسیون، تاکید بر تزریق واکسن و رعایت پروتکل‌های بهداشتی، درخواست برای واردات واکسن و تجربیات شخصی در واکسیناسیون کرونا از موارد مورد اشاره کاربران در این حیطه بوده است.

همچنین اخبار سرعت گرفتن واکسیناسیون و اخبار وابسته به آن مانند محدودیت‌های کرونایی و اخبار مربوط به بازگشایی مدارس و دانشگاه‌ها، واکنش‌ها به واکسن داخلی علی‌الخصوص بعد از تزریق واکسن داخلی برای رهبر انقلاب و اخبار و واکنش به جریان‌های ضدواکسن از سایر موضوعات اشاره شده در این حیطه است.

براساس آمار بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا از میان حدود ۸۰۰ میلیون توییت تولید شده در سال اخیر بیش از ۸ میلیون توییت مرتبط با کرونا و از میان ۱ میلیارد پست منتشرشده در اینستاگرام در یک سال بیش از ۴ میلیون پست و در نهایت از میان ۹۰۰ میلیون پست تلگرامی

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

منتشرشده در یک سال حدود ۳۱ میلیون پست به مسئله‌ی کرونا و واکسیناسیون اختصاص داشته‌اند. کانال‌های تلگرامی در این میان نقش بیشتری در تولید محتوا داشته که نشان از گستردگی اخبار پیرامون کرونا دارد. در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «کرونا و واکسیناسیون» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



در بین کاربران توییتر موضوعاتی نظیر اخبار وضعیت کرونا در کشور، انتقاد از سیاست‌های رسمی در خصوص کرونا و سرعت واکسیناسیون، تاکید بر رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و تزریق واکسن کرونا و انتشار تجربه‌های شخصی از دریافت واکسن و صحبت در خصوص نوع واکسن از موضوعات پرتکرار مورد اشاره آن‌ها در این بستر بوده است.

در بستر اینستاگرام انتقاد از مدیریت کرونا در کشور، اخبار مربوط به گسترش کرونا و سویه‌های مختلف آن، تاکید بر رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و درخواست برای واردات واکسن کرونا از موارد مورد اشاره توسط کاربران این بستر بوده است.

اطلاع رسانی و تشویق به دریافت واکسن و بیان کردن تجربیات شخصی از دریافت واکسن کرونا و بازتاب اخبار رونمایی از واکسن‌های داخلی و تزریق واکسن توسط رهبر انقلاب از سایر موارد مورد اشاره کاربران در این بستر بوده است.

در بستر تلگرام بیشتر اخبار رسمی مورد توجه بوده است. اطلاع‌رسانی خدمات غیرحضوری به موجب کرونا، اخبار وضعیت کرونا و واکسیناسیون و اخبار مربوط به موج‌های مختلف کرونا علی‌الخصوص موج دلتا و اومیکرون از موارد مورد اشاره کاربران در این بستر بوده است.



●: انتخابات ریاست جمهوری

انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰ ایران از مهم‌ترین و پرتکرارترین موضوعاتی بوده است که کاربران شبکه‌های اجتماعی به آن پرداخته‌اند. تولید محتوای تحلیلی، تبلیغات انتخاباتی و واکنش‌های کاربران فضای مجازی از ابتدای سال ۱۴۰۰ به مرور با نزدیک شدن به انتخابات افزایش یافت.

کاربران با رویکردهای مختلف درخصوص شرایط کلی انتخابات، صحبت از شرکت یا عدم شرکت در انتخابات و گزینه‌های احتمالی ثبت نام در انتخابات ریاست جمهوری تولید محتوا کردند؛ با رسیدن به ۲۱ تا ۲۵ اردیبهشت موضوعات و اخبار ثبت نام‌ها بیشتر از قبل جدی گرفته شد. در ادامه فرایند انتخابات نیز حواشی تعیین صلاحیت‌ها، واکنش‌های شخصیت‌ها و کاربران به نامزدها از مواردی بوده که در ادامه مورد توجه کاربران قرار گرفته است.

در ایام تبلیغات انتخاباتی تا بعد از اعلام نتایج، گمانه‌زنی پیرامون نتایج انتخابات و درصد مناظرات

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

مناظرات انتخاباتی و حواشی آن، بازتاب و اظهار نظرات کاندیداهای انتخابات و تبلیغات انتخاباتی مواردی بودند که موجب تولید محتوای کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی شده است. ۱۸ میلیون توییت از سوی کاربران توییت، بیش از ۹ میلیون پست تلگرامی و ۵ میلیون پست اینستاگرامی در خصوص موضوع انتخابات ریاست جمهوری تولید شده است. در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «انتخابات ریاست جمهوری» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



در بستر توییتر واکنش‌های کاربران به مناظرات و حوادث و حواشی انتخابات مورد توجه کاربران قرار گرفت. بیشتر توییت‌ها از سوی کاربران حقیقی و در واکنش به مسائل ترند سیاسی مرتبط با انتخابات بوده است.

از نظر رویکرد نیز بخشی از توییت‌ها در مورد انتقاد از شورای نگهبان، برخی در حمایت از شورا و برخی خنثی بوده است.

در بستر اینستاگرام بخشی از پست‌ها توسط پیج‌های طرفداری یا پیج‌های خبری منتشر شده و بخشی نیز از سوی کاربران حقیقی منتشر شده است. در این بستر مناظرات و تبلیغات انتخاباتی، انتشار لیست کاندیداهای تایید صلاحیت شده، شوخی با افراد ثبت‌نام کرده برای ریاست جمهوری، کمپین دعوت به شرکت در انتخابات یا عدم شرکت از جمله مواردی بوده است که در پست‌های اینستاگرامی مرتبط مورد توجه بوده است.

تقابل دو موضوع شرکت یا عدم شرکت در انتخابات در این بستر پررنگ‌تر بوده است.

در بستر تلگرام عمده پست‌ها از کانال‌های خبری که به اطلاع‌رسانی اخبار مختلف مربوط به انتخاب پرداخته‌اند یا تبلیغات کاندیدها، بوده است. بازتاب مستندها و مصاحبه‌های انتخاباتی کاندیدها از پرتکرارترین محتواهای این بستر بوده است.

پست‌های مربوط به تایید صلاحیت‌ها و فن‌پیج‌های شخصیت‌های سیاسی نیز از موضوعات تکرار شده در این بستر بوده است.

تجمعات اقتصادی اجتماعی

در طول سال ۱۴۰۰ تجمعات و اعتراضات اقتصادی - معیشتی و اجتماعی متعددی خبرساز و موجب توجه کاربران فضای مجازی شد. در بین این تجمعات و اعتراضات به ترتیب اعتراضات خوزستان، اعتراضات معلمین و بازنشستگان آموزش و پرورش، اعتراض اساتید دانشگاه علی‌الخصوص اساتید دانشگاه آزاد، اعتراضات بی‌آبی اصفهان و سیستان پرتکرارترین موضوعات در این بخش بوده‌اند.

در حادثه اعتراضات خوزستان به مشکلات آب در این استان و درگیری‌های پیش آمده در جریان اعتراضات، موجب همدلی کاربران و پرداختن به این موضوع شده است.

اعتراضات اساتید دانشگاه آزاد برای همسان‌سازی حقوقشان و بعضاً اعتراض به طهرانچی(رییس دانشگاه آزاد) و درخواست عزل وی از موضوعاتی بوده که برخی از کاربران در طول سال به آن پرداخته‌اند.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

اعتراضات سراسری معلمان و بازنشستگان جهت همسان‌سازی حقوق و رسیدگی به رتبه‌بندی معلمان نیز از موارد مورد توجه بخشی از کاربران بوده است.

بازتاب تجمع و اعتراضات کشاورزان اصفهان در زاینده رود جهت اختصاص حق‌آبه از زاینده‌رود و حواشی مرتبط با این تجمع نیز از موضوعات ترند شده پاییز ۱۴۰۰ بوده است. در نهایت نیز اعتراضات مردم سیستان برای دریافت حق‌آبه هیرمند و هامون از افغانستان دیگر موضوع پرتکرار بوده است.

براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، این موضوعات مجموعاً منجر به تولید بیش از ۴ میلیون توییت، حدود ۸۶۰ هزار پست اینستاگرامی و بیش از ۷۷۷ هزار پست تلگرامی در مقاطع مختلف سال ۱۴۰۰ منتشر شده است.



در بستر توییتر اعتراضات یا تجمعات اعتراضی مختلفی ترند و مورد توجه بخشی از کاربران با رویکردهای متفاوت قرار گرفته است. در این بین مطالبه اساتید دانشگاه آزاد برای یکسان‌سازی حقوقشان، بازتاب اعتراضات خوزستان در مسئله کم‌آبی، تجمعات و حواشی اعتراضات معلمان و بازنشستگان فرهنگی برای همسان‌سازی حقوق و رتبه‌بندی معلمان، واکنش‌ها به تجمع کشاورزان اصفهانی و حواشی مربوط به آن و در نهایت اعتراضات مردم سیستان برای مشکل کم‌آبی و خواستار گرفتن حق‌آبه هیرمند و هامون مسائلی بودند که در این بستر مورد توجه کاربران بوده است.



خبر فوری

۱۰۰ نفر از محکومان امنیتی و حوادث آبان ۹۸ در لیست عفو نیمه شعبان و ۱۲ فروردین

قوه قضائیه اعلام کرد:

رئیس قوه قضائیه به مناسبت فرارسیدن این ایام فرخنده (ولادت حضرت ولی‌عصر (عج) و سالروز جمهوری اسلامی ایران) در نامه‌ای به رهبر انقلاب پیشنهاد عفو یا تخفیف و تبدیل مجازات این محکومان را که از سوی کمیسیون مرکزی عفو و بخشودگی قوه قضائیه واجد شرایط لازم تشخیص داده شده‌اند، ارائه کرد و این پیشنهاد در اجرای بند ۱۱ از اصل ۱۱۰ قانون اساسی مورد موافقت رهبر انقلاب قرار گرفت

۱۰۰ نفر از محکومین امنیتی نیز در این لیست عفو قرار دارند که تعدادی از محکومین حوادث آبان ماه سال ۹۸ را نیز شامل می‌شود/ ایسنا

AkhbareFori@

t.me/akhbarefori/280447 188.5K Mar 28, 2021 at 22:16

در بستر تلگرام بیشتر اخبار رسمی و محلی مورد توجه بوده است. بیشترین مسائل مورد توجه در این بستر تجمعات سراسری در مناطق مختلف کشور در خصوص مشکلات معیشتی و مطالبه همسان‌سازی حقوق و رتبه‌بندی معلمان توسط فرهنگیان بوده است.

بعد از آن مسائلی همچون اشاره به عفو محکومان امنیتی حوادث آبان ماه ۹۸، اخبار اعتراضات خوزستان به مشکلات آب، تجمع و حواشی اعتراضات کشاورزان اصفهانی در زاینده‌رود، مطالبات اساتید دانشگاه و در نهایت بازتاب اعتراضات سیستان برای مشکلات کم‌آبی و لزوم دریافت حق‌آبه هیرمند و هامون مورد توجه بوده است.

در بستر اینستاگرام بیش از سایر اعتراضات، اعتراضات خوزستان در خصوص مشکلات آب مورد توجه بوده است. همچنین اعتراضات سراسری و تجمعات معلمان و بازنشستگان برای رتبه‌بندی معلمان و همسان‌سازی حقوقشان از سایر موضوعات مورد توجه کاربران بوده است. بعد از این موارد، اخبار اعتراضات اصفهان و درخواست حق‌آبه کشاورزان و اعتراضات مسالمت‌آمیز در اصفهان، مطالبه اساتید دانشگاه آزاد برای همسان‌سازی حقوقشان و درخواست عزل طهرانچی و در نهایت مطالبه حق‌آبه هیرمند و هامون در سیستان از سایر موارد مورد توجه کاربران در این بستر بوده است.

در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «اعتراضات اقتصادی اجتماعی» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.

تسلط طالبان بر افغانستان

حمله‌ی گروهک طالبان به افغانستان و سقوط کابل و دولت اشرف غنی در افغانستان از جمله مسائلی بود که توجه کاربران فارسی زبان را در فضای مجازی به خود جلب کرد. در تابستان ۱۴۰۰ با خروج نیروهای ناتو و تصمیم آمریکا برای خروج از افغانستان، طالبان شهرهای افغانستان و کابل را به تصرف خود درآورد. کاربران ایرانی نیز با پیگیری اخبار و بحث در خصوص مواضع ایران در مورد طالبان، اقدامات طالبان، تحرکات آمریکا در افغانستان، با مردم افغانستان ابراز همدردی می‌کردند. براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا در بستر توییتر بیش از ۱/۳ میلیون پست، در بستر اینستاگرام بیش از ۶۲۵ هزار پست و در بستر تلگرام نیز حدوداً ۲/۶ میلیون پست در خصوص موضوع حضور طالبان در افغانستان تولید شده است. در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «طالبان» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



کاربران در بستر توییتر بیش از هر موضوعی به همدلی با مردم و کاربران افغانستانی و ابراز نگرانی بابت به قدرت رسیدن طالبان در افغانستان پرداختند. برخی نیز در این بستر به پیگیری اخبار افغانستان و مقاومت پنجشیر پرداخته و مواضع جمهوری اسلامی ایران نسبت به طالبان را بررسی کرده‌اند.

در بستر اینستاگرام و در پست‌هایی که با موضوع طالبان منتشر شده است، همدلی با مردم افغانستان، نگرانی از افراط‌گرایی طالبان، اخبار سیاسی و شرایط تحولات افغانستان و مقاومت پنجشیر از موارد مورد توجه کاربران در این بستر بوده است.

در بستر تلگرام نیز در خصوص این موضوع بیشتر پست‌های خبری منتشر شده است. اخبار سقوط حکومت در افغانستان، عدم مقاومت ارتش افغانستان و فرار مسئولان دولتی، بازتاب و حواشی مصاحبه شبکه افق با طالبان از پرتکرارترین موضوعات در این بستر بوده است. همچنین بازتاب اخبار درگیری نیروهای مرزی ایران با طالبان و نگرانی بابت افراط‌گرایی طالبان از موضوعات مورد توجه در این بستر بوده است.



✳️ مذاکرات هسته‌ای

مذاکرات هسته‌ای وین در پایان دولت روحانی و تداوم مذاکرات و نقش پررنگ آن در سیاست خارجی کشور موجب شد تا مذاکرات هسته‌ای به یکی از موضوعات پرتکرار در شبکه‌های اجتماعی مجازی تبدیل شود.

برخی از کاربران شبکه‌های اجتماعی به انتشار اخبار پیشرفت مذاکرات احیای برجام پرداخته و برخی نیز در مورد عملکرد دولت روحانی در روزهای پایانی‌اش در مذاکرات محتوا تولید کرده‌اند. تلاش تیم مذاکره کننده جدید در دولت رئیسی و بحث و اختلاف نظر پیرامون واقعیت برجام و اختلافات سیاسی داخلی بر سر آن از دیگر مسائلی بودند که مورد توجه کاربران در شبکه‌های اجتماعی قرار گرفته‌اند. براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، بیش از ۶۰۰ هزار توییت، حدود ۲۵۷ هزار پست اینستاگرامی و در نهایت بیش از ۳ میلیون پست تلگرامی پیرامون این موضوع تولید شده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «مذاکرات هسته‌ای» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



در بستر توییتر اختلافات سیاسی پیرامون برجام، انتقاد و هجمه به عراقچی و تیم مذاکره‌کننده دولت روحانی توسط برخی از کاربران و اخبار مذاکرات احیای برجام از جمله مواردی بوده است که مورد توجه کاربران بوده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در بستر اینستاگرام پیگیری اخبار منتشر شده از مذاکرات هسته‌ای وین از مسائل مورد توجه کاربران بوده است. همچنین واکنش به گروه‌های مذاکره کننده در دولت روحانی یا رئیسی از جمله مواردی بوده است که مورد توجه کاربران در این موضوع قرار گرفته است.



در بستر تلگرام نیز انتشار پست‌های خبری پیرامون این موضوع بیشترین میزان تولید محتوا را داشته است. مذاکرات در دولت رئیسی، بازتاب مصاحبه‌ها پیرامون برجام و انتقاد از شرایط انعقاد برجام از جمله مسائل مورد اشاره کاربران بوده است.

:: خاموشی‌ها و قطعی برق

یکی از موضوعاتی که در سال ۱۴۰۰ مورد توجه کاربران بوده، قطعی‌های مکرر برق بوده است. قطع شدن‌های مکرر برق، عدم اطلاع‌رسانی قطعی برق و یا اطلاع‌رسانی نادرست از ساعت‌های خاموشی، صحبت از مشکلات مردم در مواجهه با قطعی برق، بی‌کفایت تلقی شدن مسئولین

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

در اثر قطعی برق و انتقادات و نارضایتی از این خاموشی‌ها از جمله مسائلی بوده که توسط کاربران در فضای مجازی مطرح شده است.

براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، چیزی حدود ۹۰۰ هزار توییت، بیش از ۷۹۰ هزار پست در اثر قطعی برق و انتقادات و نارضایتی از این خاموشی‌ها از جمله مسائلی بوده که توسط کاربران در فضای مجازی مطرح شده است.

براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، چیزی حدود ۹۰۰ هزار توییت، بیش از ۷۹۰ هزار پست اینستاگرامی و حدود ۲ میلیون پست در بستر تلگرام پیرامون این موضوع منتشر شده است.

در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «قطعی برق» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در بستر توییتر نیز اخبار قطعی برق و مشکلات پیش آمده در پی آن مورد توجه کاربران بوده است. ناکارآمد تلقی شدن مسئولین در مدیریت بحران قطعی‌های برق و نارضایتی از مشکلات بوجود آمده برای کاربران در اثر قطعی‌های مکرر برق از موارد مورد اشاره کاربران بوده است.

در بستر اینستاگرام اخبار قطعی برق و مشکلات ناشی از آن بیش از هر مسئله‌ای مورد توجه کاربران این بستر بوده است.



در تلگرام اخبار مرتبط با قطعی برق بیش از دیگر موارد به چشم می‌خورد. خبر قطعی برق ورزشگاه آزادی، تجربیات و مشکلات مردم در قطعی‌های برق، مشکل عدم اطلاع‌رسانی و انتقاد و نارضایتی از قطعی‌های مکرر در کشور از مسائل مورد اشاره در این موضوع بوده است.

❖ سالگرد شهادت قاسم سلیمانی



در ایام سالگرد شهادت سردار سلیمانی، کاربران در فضای مجازی با رویکردهای گوناگون به این موضوع واکنش نشان دادند. پرداختن به بزرگداشت سردار سلیمانی و توجه به جایگاه سردار سلیمانی در کشور و مطالبه انتقام سخت از موارد مورد توجه کاربران به این موضوع بوده است. براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، بیش از ۲ میلیون توییت،

حدود ۱۷۱ هزار پست اینستاگرامی و بیش از یک‌میلیون پست تلگرامی پیرامون این موضوع منتشر شده است.

در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «سالگرد شهادت قاسم سلیمانی» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در بستر توئیتر بخشی از کاربران به بزرگداشت سالگرد شهادت سردار سلیمانی و جایگاه ایشان در جمهوری اسلامی پرداخته بودند.

در بستر اینستاگرام، انتقاد از سانسور تصاویر شهید سلیمانی در اینستاگرام و هتاک به سردار سلیمانی و مجسمه ایشان نیز از سایر موارد مورد اشاره در این بستر بوده است.



بستر تلگرام بیشتر اخبار رسمی را شامل شده است؛ بزرگداشت سردار سلیمانی و مطالبه انتقام سخت و بازتاب مصاحبه‌های مسئولین و همایش‌های بزرگداشت سردار سلیمانی در این بستر مورد توجه بوده است.

:: سربازی و قوانین خرید خدمت

مسئله سربازی و حواشی مرتبط با آن از جمله صحبت از سختی‌های سربازی، انتقاد از نحوه اجرای سربازی، صحبت از شرایط خرید سربازی، پیشنهادها برای اجرایی شدن سربازی حرفه‌ای و ... موجب توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی به این موضوع در سال ۱۴۰۰ شده است. همچنین ارائه شدن طرح‌های مختلف برای تغییر در نوع سربازی و قوانین خرید خدمت سربازی که در این سال مطرح شد از مسائل مورد توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی بوده است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

طبق یافته‌های مرکز پژوهشی بتا ۱ میلیون توییت، حدود ۶۵۰ هزار پست اینستاگرامی و بیش از ۱ میلیون پست در کانال‌های تلگرامی پیرامون موضوع سربازی و قوانین مصوب مرتبط با خدمت در این بسترها منتشر شده است. در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «سربازی و قوانین خرید خدمت» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



در بستر توییتر واکنش کاربران بیش از هر چیزی در ارتباط با این موضوع، مربوط به لزوم ایجاد سربازی حرفه‌ای بوده است. صحبت از میزان افزایش حقوق سربازان، مشکلات و تجربیات و خاطرات تلخ افراد از سربازی، نقد سربازی و شرایط محدودکننده‌ی آن برای مردان از جمله دیگر موارد مورد اشاره بوده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در این بستر همچنین به کزات به طرح‌های خرید خدمت و حذف سربازی و پرونده سیلی عنابستانی به سرباز پلیس راهور پرداخته شده است.



در بستر اینستاگرام پیرامون موضوع سربازی و قوانین خرید خدمت مسائل مختلفی مطرح شده است. طرح خرید سربازی، مخالفت با سربازی توسط کاربران و انتشار اخبار شرایط معافیت و قوانین سربازی از موضوعات پر بحث در این بستر بوده‌اند.

در بستر تلگرام نیز مطالبه و اخبار مربوط به افزایش حقوق سربازی، حذف سربازی، مخالفت با سربازی و شرایط معافیت، از موضوعات مورد پرداخت کانال‌ها بوده است.

جنگ روسیه و اوکراین

در اسفند ۱۴۰۰ خبر حمله نظامی روسیه به اوکراین موجب واکنش گسترده رسانه‌ها شد و همچنین واکنش کاربران فضای مجازی را نیز در پی داشت. از یک سو پیگیری اخبار و اتفاقات جنگ و پیشروی روسیه در اوکراین و از سوی دیگر همدلی برخی کاربران با مردم اوکراین یا گمانه‌زنی پیرامون آینده جنگ و تحولات سیاسی در دنیا از موارد مورد توجه کاربران بوده است. برخی از کاربران نیز در خصوص مقصران جنگ و موضع ایران نسبت به روسیه به بحث و جدل پرداخته و در نهایت نیز بخشی از کاربران با مقایسه واکنش به جنگ اوکراین با سایر جنگ‌ها به تفاوت رفتار با غربی‌ها و اروپایی‌ها و مردم خاورمیانه در موضوع جنگ پرداختند.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



بر اساس آمار به دست آمده در مرکز پژوهشی بتا در رابطه با موضوع مذکور حدود ۱ میلیون توییت و ۵۰۰ هزار پست اینستاگرامی و بیش از ۱/۵ میلیون پست در کانال‌های تلگرامی منتشر شده است. در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «جنگ روسیه و اوکراین» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در بستر توئیتر کاربران به اخبار جنگ و مقاومت اوکراین، صحبت از موضع جمهوری اسلامی در قبال روسیه، همدلی با مردم اوکراین و انتقاد از نژادپرستی و دوگانگی رفتار اروپاییان نسبت به جنگ در مناطق مختلف پرداخته‌اند.

در بستر اینستاگرام بخشی از کاربران با پست‌های خود با مردم اوکراین ابراز همدلی کرده بودند و اقدام روسیه را محکوم کردند. همچنین بحث و جدل بر سر مقصر دانستن روسیه یا آمریکا و بازتاب اخبار جنگ و پیشروی‌های ارتش روسیه در اوکراین از موارد مورد توجه کاربران بوده است. در تلگرام بیش از هر مسئله‌ای در این موضوع بازتاب اخبار جنگ و پیشروی روسیه در اوکراین مورد توجه کانال‌های خبری بوده است. همچنین گمانه‌زنی پیرامون آینده جنگ، بازتاب واکنش‌های دنیا به جنگ و بحث در خصوص واکنش ایران به این جنگ از موارد مورد توجه کانال‌ها در این بستر بوده است.



افشای فایل صوتی ظریف

در اوایل اردیبهشت سال ۱۴۰۰، فایل صوتی محرمانه مصاحبه ظریف وزیر سابق امور خارجه با سعید لیلان منتشر شد که موجب واکنش‌های فراوانی در شبکه‌های مجازی شد. نظرات کاربران در خصوص محتوای گفتگوی این فایل صوتی، اخبار و واکنش‌های بین‌المللی به این صوت و گمانه‌زنی پیرامون نحوه لو رفتن این فایل در بین کاربران از مسائل مورد توجه در شبکه‌های اجتماعی بوده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بنا بیش از ۱ میلیون توییت، حدود ۴۱۲ هزار پست اینستاگرامی و بیش از ۶۶۰ هزار پست تلگرامی، پیرامون این موضوع تولید شده است. این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «افشای فایل صوتی ظریف» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



کاربران در توییتر بیشتر به بحث‌های سیاسی علی‌الخصوص دوگانه میدان و دیپلماسی در صحبت‌های لو رفته ظریف و نگرانی بابت نفوذ در وزارت خارجه پرداختند.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



امیرحسین ثابتی
@sabeti_twt

کمتر از یک ماه بعد از اینکه دکتر #ظریف گفت از اول تا آخر
#گاندو دروغ است، فایل صوتی یکی از محرمانه ترین
گفتگوهایش که صرفاً برای ثبت در آرشیو بیان شده بود در رسانه
های ضدانقلاب منتشر شد!

جاسوس ها تا کجا در کنار مسئولان ارشد دولت نفوذ کرده اند؟

[Translate Tweet](#)

1:07 AM · Apr 26, 2021 · Twitter for Android

1,860 Retweets 58 Quote Tweets 9,395 Likes

اخبار و گمانه‌زنی در خصوص دلایل انتشار این فایل صوتی از موارد مورد بحث و جدل کاربران بوده است. اخبار و گمانه‌زنی در خصوص دلایل انتشار این فایل صوتی از موارد مورد بحث و جدل کاربران بوده است. در تلگرام بیشتر واکنش‌ها خبری و رسمی بوده است و بازتاب اخبار این اتفاق و مصاحبه‌های اشخاص سیاسی پیرامون این مسئله مورد استقبال قرار گرفته است.

❖ رویدادهای ورزشی بین‌المللی

در سال ۱۴۰۰ رویدادهای متفاوت ورزشی خبرساز موجب توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی شد. در این بین المپیک ۲۰۲۱ توکیو، مراحل مقدماتی جام جهانی فوتبال و جام جهانی کشتی اسلو از مهم‌ترین رویدادها بوده است. کاربران فضای مجازی ایران با بازتاب اخبار ورزشی و



عملکرد ورزشکاران ایرانی در این تورنومنت‌ها، تقدیر و حمایت از ورزشکاران مدال‌آور علی‌الخصوص بابت مدال طلای جهانی حسن یزدانی در رقابت‌های کشتی و صعود تیم ملی فوتبال ایران به جام جهانی قطر به تولید محتوا پیرامون رویدادهای ورزشی بین‌المللی در بسترهای مختلف فضای مجازی پرداختند. براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، حدود ۱۰۰ هزار توییت، ۳۲۰ هزار پست اینستاگرامی و بیش از ۱/۵ میلیون پست تلگرامی پیرامون این موضوع منتشر شده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «رویدادهای ورزشی بین‌المللی» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



hooman hajiabdolahi
@Hajiabdolahiorg

رفتم جام جهانی
منم سه ربه برم قائمشر
بیارم ناپلونی ره

Translate Tweet

7:54 PM · Jan 27, 2022 · Twitter for iPhone

129 Retweets 18 Quote Tweets 15.1K Likes

در بستر توییتر صعود تیم ملی ایران به جام جهانی، اخبار ورزشی و عملکرد ورزشکاران ایرانی در مسابقات بین‌المللی علی‌الخصوص کشتی‌گیرانی مانند حسن یزدانی و محمدرضا گرایبی مورد توجه کاربران بوده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

همچنین برخی از کاربران به مدال طلای فروغی در المپیک و بحث‌های سیاسی حواشی آن پرداختند.



در بستر اینستاگرام اخبار ورزشی و عملکرد ورزشکاران ایرانی مورد توجه کاربران بوده است. بخشی از کاربران نیز از صعود تیم ملی فوتبال ایران به جام جهانی قطر ابراز خرسندی کردند.



تقدیر و حمایت از ورزشکاران مدال‌آور مسابقات جهانی و المپیک علی‌الخصوص کشتی‌گیران نیز از موارد مورد توجه کاربران بوده است. در بستر تلگرام نیز اخبار ورزشی، اخبار مسابقات و نتایج و عملکرد ورزشکاران ایرانی و همچنین تقدیر از ورزشکاران مدال‌آور و بازتاب اخبار صعود ایران به جام جهانی فوتبال مورد توجه کانال‌های فعال بوده است.

✧ طرح صیانت از فضای مجازی

یکی دیگر از مسائلی که موجب واکنش‌های گسترده کاربران در طول سال ۱۴۰۰ نسبت به خود شد، مطرح شدن طرح موسوم به طرح صیانت بوده است. واکنش‌ها با مطرح شدن کلیات این طرح آغاز شد. اما این واکنش‌ها با ارائه شدن پیش‌نویس این طرح در تیرماه سال جاری و اصل ۸۵ شدن این طرح و در نتیجه واکنش گسترده رسانه‌ها توجه به این موضوع به اوج خود رسید. در اسفندماه نیز با خبر تصویب این طرح در کمیسیون مشترک مجدداً واکنش‌ها به این طرح اوج گرفت که چندی بعد تصویب این طرح را غیرقانونی دانسته و آن را لغو کردند.



با وجودی که این موضوع در اوایل اسفندماه ۱۴۰۰ در فضای مجازی اوج گرفت اما رتبه‌ی دوازدهم بین ۱۵ موضوع برتر در سال ۱۴۰۰، می‌تواند نشان از توجه بالای کاربران به تصویب این قانون باشد.

در فضای مجازی کاربران با نگرانی و نارضایتی بابت احتمال تصویب این طرح واکنش نشان دادند. پیگیری و بازنشر اخبار مربوط به طرح صیانت، برابر دانستن این طرح با مسدودسازی اینترنت، اشاره به لطمه اقتصادی کسب‌وکارها در صورت تصویب این طرح و فرایند خاص تصویب این طرح از جمله واکنش‌ها و موضوعاتی بوده است که کاربران در این موضوع مطرح کرده‌اند.

براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، حدود ۷۷۰ هزار توییت، بیش از ۳۰۰ هزار پست اینستاگرامی و حدود ۸۱۰ هزار پست تلگرامی پیرامون این موضوع منتشر شده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «طرح صیانت» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



کاربران در بستر توییتر در واکنش به این موضوع عمدتاً با رویکردی انتقادی به مخالفت با این طرح پرداختند. مسائلی همچون برابر دانستن طرح صیانت با مسدودسازی اینترنت بین‌الملل، انتقادات و نارضایتی از تصویب این طرح، ناکفایتی

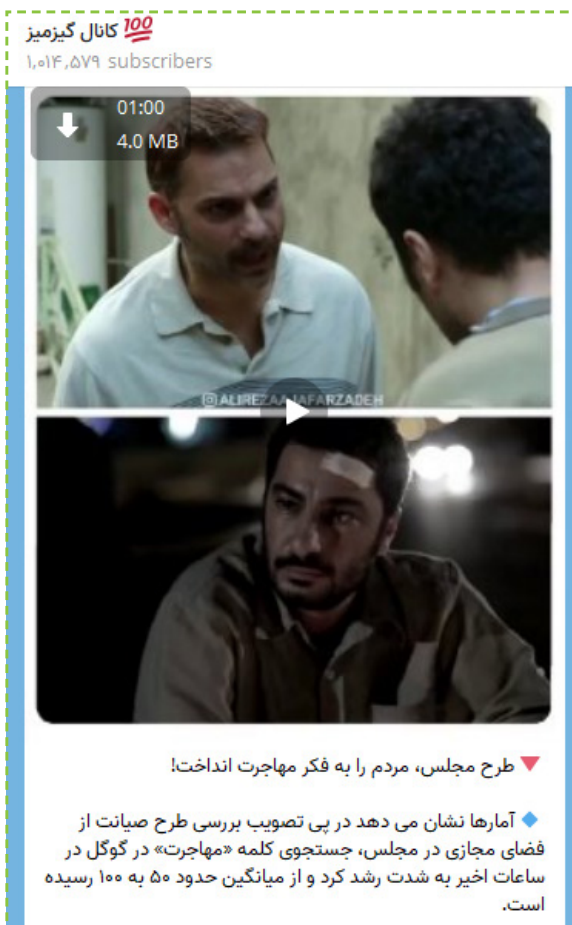
موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی

مسئولین و نمایندگان مجلس، ضرر کسب‌وکارها و مشاغل، فراهم آوردن ابزار سانسور و حذف آزادی‌های اجتماعی توسط این طرح و قطع ارتباط با جهان در اثر اجرایی شدن این طرح توسط کاربران مطرح شده است.

در بستر اینستاگرام کاربران به مسائلی چون اخبار پیرامون طرح صیانت، ضرر کسب‌وکارها و مشاغل، انتقاد و نارضایتی از این طرح، واکنش به فرایند طرح صیانت و برابر دانستن این طرح با مسدودسازی اینترنت بین‌الملل واکنش نشان دادند.

عمده پست‌ها پیرامون این موضوع با رویکردی انتقادی و در راستای نارضایتی از طرح صیانت از فضای مجازی منتشر شده است.

در بستر تلگرام کانال‌های تلگرامی به این موضوع با مسائلی چون اخبار پیرامون طرح صیانت، برابر دانستن طرح با مسدودسازی اینترنت، انتقادات و واکنش‌های منفی به آن و اشاره به ضرر کسب‌وکارها و مشاغل در پی تصویب این طرح پرداختند.



:: قرارداد ۲۵ ساله با چین

از ابتدای سال ۱۴۰۰ با تصویب و پیش رفتن قرارداد ۲۵ ساله همکاری ایران و چین واکنش‌ها و اخبار متعددی پیرامون این قرارداد در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی مطرح و منتشر شده است. از موضع‌گیری بر علیه این قرارداد و مقایسه آن با قراردادهای ایران در گذشته و حمایت و اخبار متعدد پیرامون جزئیات این قرارداد از مسائلی بوده است که توجه کاربران ایرانی را در سال گذشته به خود جلب کرده است.

موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی
بتا، بیش از ۷۰۰ هزار توییت، ۲۳۳ هزار پست
اینستاگرامی و حدود ۲۱۲ هزار پست تلگرامی
پیرامون این موضوع منتشر شده است.
در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون
موضوع «قرارداد ۲۵ ساله با چین» در سال
۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در بستر توییتر بخشی از کاربران در خصوص موافقت یا مخالفت با قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین به بحث و جدل پرداختند. برخی نیز به بررسی بندهای منتشر شده از این قرارداد پرداختند. عموم کاربران توییتر نسبت به این موضوع دیدگاهی انتقادی داشته و خواهان لغو این قرارداد بوده‌اند. در اینستاگرام، برخی از کاربران به انتشار اخبار قرارداد ۲۵ ساله و برخی به انتقاد از عدم شفافیت این قرارداد پرداخته‌اند.

← کانال آخرین خبر
۲,۸۸۱,۳۷۰ subscribers



برخی از کاربران نیز در مورد مفید بودن این قرارداد محتوا تولید و منتشر کرده‌اند. در تلگرام عمدتاً کانال‌ها با رویکرد خبری اخبار پیرامون این قرارداد تولید محتوا کرده و مصاحبه افراد و موافقت‌ها و مخالفت‌ها با این قرارداد را پوشش داده‌اند. برخی از کانال‌ها نیز به انتشار متن قرارداد و بحث و موضع‌گیری مثبت یا منفی در قبال قرارداد و نحوه انعقاد آن صحبت کرده‌اند.

آزمون‌های کنکور

موضوع تعویق کنکورها در سال ۱۴۰۰ با توجه به شیوع موج‌های مختلف کرونا در بازه‌های متفاوت سال و سابقه به تاخیر افتادن کنکورها در سال ۹۹ موجب توجه کاربران فضای مجازی به بحث‌هایی پیرامون این موضوع شد. دست به دست شدن اخبار مربوط به احتمال تعویق کنکورها یا رد آن و مطالبه تعویق کنکور از سوی کاربران از جمله مسائلی بوده است که توجه کاربران به این موضوع را برانگیخته است.

براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، بیش از ۸۰۰ هزار توییت، ۱۲۳ هزار پست اینستاگرامی و حدود ۱۸۶ هزار پست تلگرامی پیرامون این موضوع منتشر شده است. در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «تعویق کنکور» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در بستر توئیتر آزمون‌های کنکور و حواشی آن مورد توجه کاربران بوده است. بازتاب اخبار مربوط به تعویق کنکور و بازتاب مخالفت مسئولین با آن از سویی و از سوی دیگر مطالبه برخی از کاربران برای به تعویق افتادن کنکور از مواردی بوده است که موجب توجه کاربران به این موضوع شده است.

در بستر اینستاگرام اخبار تعویق احتمالی کنکورها و تاکید مسئولین مبنی بر برگزاری کنکورها با رعایت پروتکل‌های بهداشتی بدون تعویق آن بیشتر در بین کاربران دست به دست شده است.



همچنین برخی نیز خواستار به تعویق افتادن امتحانات نهایی و کنکورها بودند. در بستر تلگرام مسائلی همچون اخبار مربوط به تعویق احتمالی کنکور کارشناسی و آزمون ارشد، مطالبه تعویق کنکور و بازتاب نظرات مسئولین بر برگزاری آزمون‌ها در زمان مشخص شده موجب توجه کانال‌ها به این موضوع بوده است.

●● حمله سایبری به جایگاه سوخت و...

در طول سال ۱۴۰۰ وقوع چند حمله سایبری به کشور موجب شد توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی به موضوع هک سامانه‌ها جلب بشود. هک دوربین‌های زندان اوین در شهریور ۱۴۰۰، حمله سایبری به سامانه سوخت در آبان ۱۴۰۰ و هک شبکه یک صداوسیما در بهمن سه اتفاق مورد توجه در این سال بوده است.

این حوادث با مسائلی چون توجه به ضعف کشور درمقابل با حملات سایبری، تاکید رئیسی بر حل اختلال در سامانه سوخت و اخبار مرتبط با این اختلال، توجه به شرایط موجود در برخی زندان‌های کشور و واکنش‌ها به هک شبکه‌ها به هک شبکه‌ها توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی مطرح شده است. براساس نتایج بدست آمده در مرکز پژوهشی بتا، حدود ۱۵۰ هزار توییت، ۴۶ هزار پست اینستاگرامی و بیش از ۷۰ هزار پست تلگرامی پیرامون این موضوع منتشر شده است. در این تصویر آمار تولید محتوا پیرامون موضوع «حمله‌های سایبری» در سال ۱۴۰۰ قابل مشاهده است.



موضوعات برتر شبکه‌های اجتماعی



در بستر توییتر کاربران ابتدا به هک زندان اوین و سپس به هک سامانه سوخت واکنش بیشتری نشان دادند. صحبت در خصوص ضعف کشور در برابر حملات سایبری، صحبت از وضعیت برخی زندان‌ها و اخبار مرتبط با شرایط زندان‌ها از جمله موارد مورد اشاره کاربران در این بستر بوده است.

در اینستاگرام کاربران در واکنش به هک زندان اوین نسبت به دو حادثه دیگر واکنش بیشتری داشتند و بازتاب اخبار مرتبط به آن همچنین بحث در خصوص شرایط و وضعیت زندان‌ها از مواردی بوده است که در این موضوع مطرح شده است.



در بستر تلگرام هک سامانه سوخت و هک شبکه ۱ بیشتر مورد توجه کانال‌ها بوده است. کانال‌های فعال در این بستر عمدتاً اخبار مربوط به هک سامانه‌ها و واکنش مسئولین به این اتفاقات را بازتاب داده‌اند.



ایموجی‌های برتر در اینستاگرام و توییتر

مرکز پژوهشی بتا در این بخش به بررسی ایموجی‌هایی که کاربران در سال ۱۴۰۰ در بستر توییتر و اینستاگرام منتشر کرده‌اند پرداخته و آن‌ها را به ترتیب علاقمندی کاربران دسته بندی کرده است.

ایموجی‌های برتر در اینستاگرام و توییتر

ایموجی یا شکلک در واقع تصاویر مفهومی و صورتک‌هایی هستند که در پیام‌های مجازی و تارنماهای جهانی استفاده می‌شود. ایموجی در واقع به معنای پندار نگاره (Ideogram)، یا خط تصویری است. و یا به دیگر سخن، می‌توان آن را، بیان گرافیکی عواطف، و احساسات نامید. کلمه اموجی در زبان ژاپنی به معنای تصویرنگاشت است و از دو بخش تصویر شخصیت ساخته شده‌است. کد اسکرپیت ایزو ۱۵۹۲۴ برای ایموجی است.

اولین خلاقیتی که در این زمینه شکل گرفت، استفاده از اموتیکون بود. به این معنا که از ترکیب علامت‌هایی مثل ؛ و (و) و : و - برای بیان احساسات استفاده شد. البته هنوز هم استفاده از اموتیکون‌ها در گفتگوهای دیجیتال رواج دارد.

نسل دوم پیام‌های گرافیکی احساسی، اسمایلی‌ها بودند. صورتک‌های زرد رنگی که لبخند و تعجب و احساسات دیگر را نشان می‌دادند. اگر چه Smile به معنای لبخند است، اما کاربران اینترنت به سرعت عادت کردند که اسمایلی گریه و ناراحتی و عصبانیت هم داشته باشند.

مرکز پژوهشی بتا در این بخش به بررسی ایموجی‌هایی که کاربران در سال ۱۴۰۰ در بستر توئیتر و اینستاگرام منتشر کرده‌اند پرداخته و آن‌ها را به ترتیب علاقمندی کاربران دسته بندی کرده است.



ایموجی برتر توییتر فارسی در سال ۱۴۰۰

در این بخش به بررسی ایموجی‌های به کار رفته در بستر توییتر می‌پردازیم.



مورد استفاده‌تری ایموجی توسط کاربران توییتر ایموجی خنده (😄) و چشم قلبی (🥰) است. بعد از آن ایموجی‌های خنده دندان‌نما (😏)، غمگین (😞) و پوکرفیس (😬) در رده‌های بعدی قرار دارد.

ایموجی برتر اینستاگرام فارسی در سال ۱۴۰۰

در این بخش به بررسی ایموجی‌های به کار رفته در بستر اینستاگرام می‌پردازیم.



بیشترین ایموجی که توسط کاربران اینستاگرام در پست‌ها مورد استفاده قرار گرفته است مربوط به ایموجی چشم قلبی (😍) و قلب قرمز (❤️) است. بعد از آن ایموجی اشاره به چپ (👉)، جرقه (💥) و اشاره به پایین (👇) قرار دارد که این ایموجی‌ها در بستر اینستاگرام به علت تعدد پیج‌های فروش و تبلیغات تکرار شده است.



هشتگ‌های برتر در فضای مجازی

«مرکز پژوهشی بتا» در گزارشی به معرفی پرتکرارترین هشتگ‌های فارسی فضای مجازی در سال ۱۴۰۰، پرداخته است. در این پژوهش با بررسی بیش از یک و نیم میلیارد پست در شبکه‌های اجتماعی که توسط کاربران فارسی زبان در یک‌سال گذشته منتشر شده و با کمک هوش هشتگ‌های برتر فضای مجازی (به زبان فارسی) براساس تعداد استفاده طی سال ۱۴۰۰ استخراج و با دیتامینینگ مورد ارزیابی قرار گرفت.

HERO هشتگ اول کاربران فضای مجازی در سال

هشتگ با نشان #، یک نماد پیشوندی که در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود. هشتگ برچسبی است که برای دسته‌بندی و به اشتراک‌گذاری پست‌ها و نظرات درباره‌ی موضوعی خاص در فضای مجازی.

با دسته‌بندی‌های هشتگ افراد می‌توانند مجموعه‌ای از پیام‌هایی را که شامل آن هستند به دست آورند. برای استفاده از هشتگ در کپشن پست‌ها باید عموماً کلیدی‌ترین واژه‌ی مربوط به آن موضوع را با نشانه‌ی هشتگ همراه کنند. این همراه کردن با استفاده از علامت # قبل از واژه مورد نظر انجام می‌شود. در نام‌گذاری هشتگ می‌توانید از حروف، اعداد و علائم مجاز استفاده کنید اما علامت‌هایی کارکتری مانند \$ یا % غیرمجاز هستند و به شما اجازه نام‌گذاری نمی‌دهند. هشتگ نخستین بار به وسیله توییتر ایجاد شد و پس از آن توسط بسیاری از شبکه‌های اجتماعی از جمله گوگل پلاس، فیس‌بوک، فلیکر، اینستاگرام، فرندفید، یوتیوب، پینترست و تلگرام مورد استفاده قرار گرفت.



«مرکز پژوهشی بتا» در گزارشی به معرفی پرتکرارترین هشتگ‌های فارسی فضای مجازی در سال ۱۴۰۰، پرداخته است. در این پژوهش با بررسی بیش از یک و نیم میلیارد پست در شبکه‌های اجتماعی که توسط کاربران فارسی زبان در یک‌سال گذشته منتشر شده و با کمک هوش هشتگ‌های برتر فضای مجازی (به زبان فارسی) براساس تعداد استفاده طی سال ۱۴۰۰ استخراج و با دیتاماینینگ مورد ارزیابی قرار گرفت.

به این ترتیب به بیش از یک‌هزار هشتگ برتر یونیک دست یافتیم که از لحاظ بیشترین تکرار در ابرکلمات در کنارهم مورد مقایسه قرار گرفتند. در ابرکلمات هرچه تعداد استفاده از هر هشتگ توسط کاربران بیشتر بوده؛ اندازه‌ی هشتگ‌ها بزرگتر خواهد بود.

هشتگ‌های برتر در فضای مجازی



Hero که به فارسی به معنی قهرمان بوده و در صدر جدول قرار دارد و عنوان برترین هشتگ سال رو به خودش اختصاص داده است. این هشتگ در راستای تکریم از جایگاه و مقام شهید قاسم سلیمانی ترند شده است. هشتگ #HERO در سالگروز شهادت شهید سلیمانی در توییتر فارسی ترند شد. این هشتگ از طریق اپلیکیشن اینستاگرام بلاک شد و هر پستی با این هشتگ سریعاً از اینستاگرام حذف می‌گردید. به همین خاطر این هشتگ بیشتر در توییتر مورد انتشار قرار گرفت اما با این حال در کل سال ۱۴۰۰ در رتبه اول قرار داشته است.

هشتگ‌های برتر در فضای مجازی

همانطور که مشاهده می‌کنید اغلب هشتگ‌های مهم بعد از HERO مربوط به انتخابات ریاست جمهوری و پیروزی آیت الله ریسی می‌باشد.

هشتگ #ایران در رده دوم و #ریسی که مرتبط با انتخابات است در رده سوم قرار گرفته که با توجه به انتخابات ریاست جمهوری و پیروزی ایشان در انتخابات اتفاقی طبیعی است. برخی از کاربران نیز با انتشار این هشتگ‌ها به فضای ایران بعد از ریاست جمهوری ابراهیم ریسی پرداختند.

هشتگ #ما منتظر انتخاباتیم و #رای_میدهم #صف_تغییر، #مردم_میدان هم به علت برگزاری انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۴۰۰ در بالای لیست قرار گرفته است.

اما هشتگ متفاوت #حب_الحسین_یجمعنا که در ایام اربعین مورد انتشار کاربران فضای مجازی قرار گرفت این عبارت عربی‌زبان به این معناست که «محبت امام حسین علیه السلام همه‌ی ما را در کنار هم جمع می‌کند».

در سال ۱۴۰۰ شاهد برخی تجمعات در شهرهای مختلف ایران برای مشکلات اقتصادی، معیشتی به خصوص بحث کشاورزی و کمبود آب در آن استان بودیم. این تجمعات در فضای مجازی نیز بازتاب داشته است. هشتگ‌های استان‌های #خوزستان، #اصفهان و هشتگ‌هایی مانند #اعتراضات_سراسری و #اعتصابات_سراسری برای این موضوعات بوده است. محسن رضایی و سعید محمد هر دو از کاندیداهای ریاست جمهوری بودن که برای این انتخابات در لیست حضور پیدا کردند.

#تعویق_کنکور_ارشد، #مطالبه_اول_تعویق_کنکور_سراسری-۱۴۰۰، #سلامتی_داوطلبان_ارشد، #تعویق_کنکور_سراسری و #سلسله_مراتب_آزمون‌های_ملی_رعایت_شود، هم به موضوع کرونا و درخواست دانشجویان داوطلب کنکور برای عقب انداختن کنکورهای دانشجویان مطرح شد. این موضوع بع خصوص در تابستان ۱۴۰۰ همزمان با شیوع موج کرونا شدت گرفت که کاربران برای حذف پروتکل‌ها و نگرانی از شیوع بیشتر کوید-۱۹ و همچنین نگرانی از مرگ و میر ناشی از این ویروس درست به انتشار این هشتگ‌ها زدند.

هشتگ کرونا هم در دو سال اخیر با توجه به شیوع این بیماری و درگیر شدن اکثر مخاطبین شبکه‌های مجازی با این بیماری به راحتی ترند می‌شود. امسال هم با ورود سوبیه‌ی جدید دلتاکرونا و اومیکرون این هشتگ در بین کاربران دست به دست شد.



صفحات پربازدید ویکی پدیا فارسی

«مرکز پژوهشی بتا» با استخراج بیش از ۵۰۰ صفحه فارسی زبان که بالای ۳۰۰ هزار بازدید در سال ۱۴۰۰ گرفته و جز پربازدیدترین صفحات فارسی محسوب می‌شوند، به دسته‌بندی موضوعی این صفحات پرداخته است.

صفحات پربازدید ویکی‌پدیا فارسی

«ویکی‌پدیا» دانشنامه‌ای اینترنتی با بیش از ۲۸۰ زبان با محتوای آزاد است که با همکاری افراد داوطلب نوشته می‌شود و هرکس که به اینترنت دسترسی داشته باشد و در این سایت عضو باشد می‌تواند مقاله‌های آن را ویرایش کند.

«ویکی‌پدیای فارسی» دو سال پس از شروع پروژه ویکی‌پدیای انگلیسی، در ۲۸ آذر ۱۳۸۲ (۱۹ دسامبر ۲۰۰۳) فعالیت خود را آغاز کرد و اکنون در رده نوزدهم ویکی‌پدیاهای قرار دارد. بر اساس امار ویکی‌پدیا، ویکی‌پدیای فارسی هم‌اکنون (در اسفند ۱۴۰۰) ۸۶۹,۰۲۳ نوشتار دارد.

«مرکز پژوهشی بتا» با استخراج بیش از ۵۰۰ صفحه فارسی زبان که بالای ۳۰۰ هزار بازدید در سال ۱۴۰۰ گرفته و جز پربازدیدترین صفحات فارسی محسوب می‌شوند، به دسته‌بندی موضوعی این صفحات پرداخته است. بعد از بررسی صفحات پربازدید ویکی‌پدیا فارسی دسته‌بندی موضوعات به ترتیب به شرح زیر است:



- ۱- سلبریتی‌ها: شامل اشخاص معروف، بازیگران و مجریان ایرانی و غیر ایرانی
- ۲- فیلم و سریال داخلی و خارجی
- ۳- مشاهیر ایران و جهان: دانشمندان، مبتکران و اشخاص ادبی، بزرگان تاریخ ایران و جهان و...
- ۴- آموزشی و اطلاعات عمومی: مانند صفحات آموزش زبان‌های خارجی، مسائل درسی مدرسه، اطلاعات جغرافیایی و...
- ۵- اطلاعات و اماکن تاریخی: اطلاعات تاریخی به خصوص تاریخ ایران در این موضوع بیشتر به چشم می‌خورد چند مورد اماکن تاریخی ایران هم مورد سرچ کاربران ویکی‌پدیای فارسی بوده است.
- ۶- اسامی کشورهای جهان
- ۷- سیاسیون ایران و جهان
- ۸- موضوعات ورزشی: شامل برگزاری مسابقات جهانی، لیگ‌های برتر فوتبال، بازی‌های المپیک، تیم‌های ورزشی، جام ملت‌های سایر کشورها و...
- ۹- خوانندگان ایران و جهان
- ۱۰- موضوعات سیاسی: پربازدیدترین موضوعات سیاسی، انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰، امار انتخابات ریاست جمهوری سال ۹۶، طالبان، داعش و... بوده است.
- ۱۱- پزشکی و سلامت: اغلب اطلاعات پزشکی علی‌الخصوص پیرامون بیماری و داروهای کوید ۱۹ بوده است.
- ۱۲- ورزشکاران به خصوص فوتبالیست‌ها
- ۱۳- شخصیت‌های مذهبی: پربازدیدترین صفحات پیرامون پیامبر اعظم اسلام، حضرت محمد مصطفی (ص)، امام اول شیعیان، حضرت علی (ع)، صفحه دوازده امام معصوم و علمای شیعیان بوده است.
- ۱۴- شهرها و استان‌های ایران
- ۱۵- موضوعات مذهبی: شامل سرچ پیرامون مسایل دینی مثل اصول و فروع دین، فهرست مراجع تقلید، سرچ پیرامون اقلیت‌های دینی، قرآن و اسلام و... بوده است.
- ۱۶- رسانه‌ها و اپلیکیشن‌ها
- ۱۷- سازمان و ارگان: «بیشترین بازدید شامل سازمان‌های نظامی، شورای نگهبان، مجلس شورای اسلامی و مجمع تشخیص مصلحت نظام بوده است.
- ۱۸- سایر موضوعات: سرچ‌هایی که به تنهایی موضوع مستقلی هستند و در هیچ کدام از دسته‌بندی‌های بالا قرار نمی‌گیرند. مانند سرچ پیرامون ارز دیجیتال، بازی‌های گروهی مثل بازی مافیا، شب یلدا، و چند مورد سرچ موزیک.



موضوع کانال‌های پرمخاطب تلگرام

«مرکز پژوهشی بتا» با بررسی حدود ۲۰۰ کانال پرمخاطب که بیش از ۵۰۰ هزار عضو دارند به دسته‌بندی موضوعی این کانال‌ها پرداخته است.



«مرکز پژوهشی بتا» با بررسی حدود ۲۰۰ کانال پرمخاطب که بیش از ۵۰۰ هزار عضو دارند به دسته بندی موضوعی این کانال ها پرداخته است. بدیهیست که بیشترین تعداد کانال در بین کانال های ممبر بالای تلگرام از آن خبری ها باشد که ۳۰ درصد آمار را شامل می شود. اما تعدد پیچ های سرگرمی، طنز و عاشقانه که در رتبه دوم قرار داشته و ۲۳ درصد را از آن خود کرده جالب توجه است. کانال های هواداران ورزش ها و اخبار پیرامون ورزش ۱۴ درصد آمار را به خود اختصاص دادند که این کانال ها اغلب فن پیچ های تیم ورزشی به خصوص ورزش فوتبال بوده است. در این بین اخبار اقتصادی که شامل اخبار ارز دیجیتال، دلار، بورس، طلا و افزایش و کاهش قیمت ها در بازار بوده است و مانند کانال های انتشار دهنده موزیک ۷ درصد محتوا را داشتند. کانال های کسب و کار و پزشکی نیز به ترتیب در رتبه بعدی قرار دارد.



سازمان‌های پرتکرار

«مرکز پژوهشی بتا» با بررسی بیش از یک میلیارد پست در اینستاگرام و ۸۰۰ میلیون توییت که توسط کاربران فارسی زبان در یک سال گذشته منتشر شده، ۱۰ سازمان‌های مورد توجه کاربران فضای مجازی در سال ۱۴۰۰ را استخراج کرده است. تکرار نام یک سازمان در فضای مجازی نشان‌دهنده‌ی توجه کاربران به آن سازمان است. کاربران در فضای مجازی بدون هیچگونه خودسانسوری به اظهار نظر پیرامون هر موضوعی می‌پردازند. بنابراین با بررسی سازمان‌های مورد توجه و پرتکرار شبکه‌های اجتماعی می‌توان مجموع تصورات شکل گرفته از عملکرد یک نهاد یا سازمان در ذهن مخاطبان در فضای مجازی به دست آورد.



سازمان‌های پرتکرار ایران براساس تعداد استفاده در محتواهای فارسی‌زبان فضای مجازی طی سال ۱۴۰۰ با دیتاماینینگ مورد ارزیابی قرار گرفته و نتیجه آن به صورت ابرکلمات ارائه شده است. در این ابرکلمات هرچه تعداد استفاده از نام هر استان توسط کاربران بیشتر بوده؛ اندازه‌ی آن بزرگتر خواهد بود.

«صدا و سیما» در توییترو سازمان «بُورس و اوراق بهادار» در بستر اینستاگرام پرتکرارترین نام در میان سایر سازمان‌ها بوده است.

❖ ۱۰ سازمان پرتکرار در سال ۱۴۰۰ در توییتر



IRIB Bot Retweeted
Hamidreza Vojdani
@HamidrezaVojda1

الان صدا و سیما داره در به در دنبال این میگردد کدوم کشور از ما بیشتر قطعی برق داشتن!

Translate Tweet

6:13 PM · Jul 5, 2021 · Twitter for Android

1 Retweet

اولین سازمان پرتکرار در بستر توییتر «صداسیما» بوده است. کاربران در این بستر بیشتر به سیاست‌هایی که صداسیما داشته است انتقاد دارند و پوشش برنامه‌ها و مهم‌ترین موضوعاتی بوده است که کاربران از آن ناراضی بوده‌اند.

سازمان‌های پرتکرار



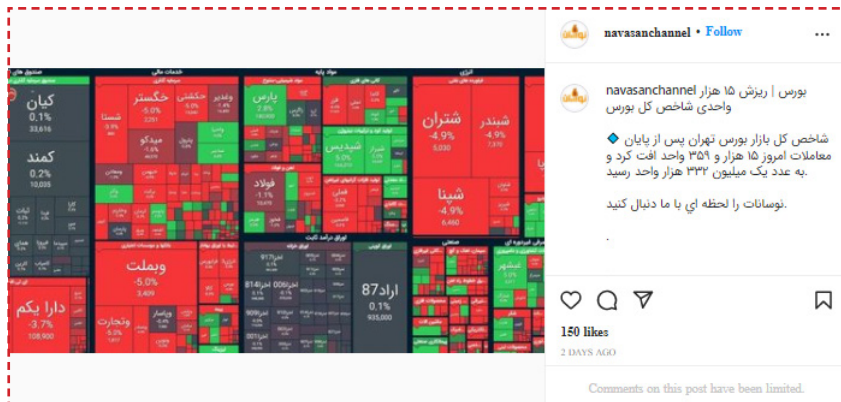
دومین سازمان پرتکرار در بستر
توییت‌ر «دادگستری» است که این
سازمان به علت دادگاه‌ها و بازنشر
خبرهای مرتبط با آن در این بستر
تکرار شده است.

۱۰ سازمان پرتکرار در سال ۱۴۰۰ در اینستاگرام

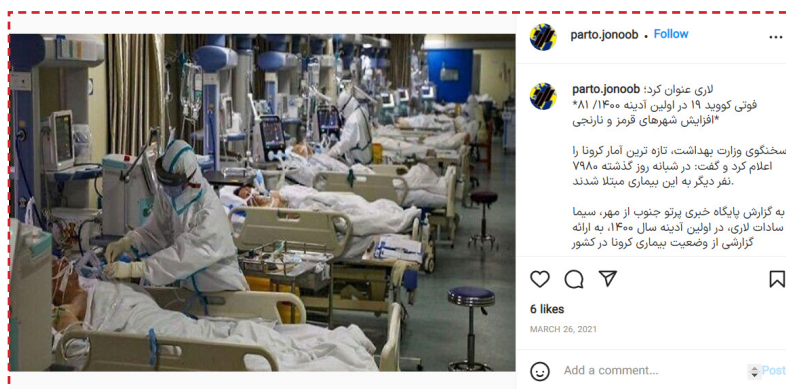


سازمان‌های پرتکرار

«سازمان بورس» به عنوان پرتکرارترین سازمان در بستر اینستاگرام بوده است. علت تکرار نام این سازمان در این بستر به علت نارضایتی کاربران از وضعیت بورس، مطالبات آن‌ها برای رسیدگی به وضعیت بورس و همچنین اخبار مربوط افزایش و کاهش شاخص‌ها بوده است.



«وزارت بهداشت» به دلیل شیوع کرونا و اطلاع‌رسانی آمار مبتلایان، فوتی‌ها و واکسیناسیون در سال ۱۴۰۰ مورد توجه قرار گرفت. وزارت بهداشت در بستر اینستاگرام به عنوان سومین سازمان پرتکرار آمده است.





پست‌های برتر در اینستاگرام

«مرکز پژوهشی بتا» با بررسی حدود یک میلیارد پست اینستاگرام در سال ۱۴۰۰، برترین پست‌ها را استخراج کرده است. معیار برتر بودن پست‌ها در این گزارش میزان دریافت لایک برای هر پست بوده است.

اینستاگرام یک شبکه‌ی اجتماعی، مختص به اشتراک گذاشتن عکس و فیلم کوتاه است؛ که در ایران برخلاف سایر شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر و یوتیوب مسدود نشده است. محبوبیت این برنامه در ایران سبب شده رشد آن همچنان ادامه داشته باشد.

پست‌های برتر در اینستاگرام

طبق آمار «مرکز پژوهشی بتا» تعداد کاربران اینستاگرام از ۲۴ میلیون کاربر در سال ۹۶ (۲۰۱۷) به ۴۸ میلیون کاربر در سال ۱۴۰۰ (۲۰۲۱) رسیده است. یعنی در طی ۴ سال رشد دو برابری داشته است. بررسی‌های دقیق‌تر نشان می‌دهد که رشد فالوور کاربران برتر شامل سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرهای اینستاگرام نسبت به کاربران معمولی این برنامه، افزایش قابل توجهی داشته است؛ به طوری که دنبال‌کنندگان سلبریتی‌ها در طی دو تا سه سال اخیر گاه‌ها به ۱۰ه‌تا برابر هم رسیده‌اند.

در این گزارش به بررسی پست‌هایی که در بستر اینستاگرام به زبان فارسی منتشر شده است پرداختیم و به پست‌هایی که کاربران اقبال بیشتری به آن داشتند، اشاره کردیم.

به گزارش «مرکز پژوهشی بتا»، بررسی پست‌های برتر سال ۱۴۰۰ در اینستاگرام نشان می‌دهد که در این بستر پست‌های منتشر شده توسط افراد مشهور یا به عبارتی دیگر سلبریتی‌ها، بیشترین اقبال و توجه را از سوی کاربران این شبکه اجتماعی داشته است.

کاربران در این شبکه اجتماعی توجه زیادی به پست‌های بازیگران، ورزشکاران و چهره‌های اینستاگرامی و اوضاع و احوال آن‌ها دارند. وجود پست‌هایی با موضوع دابسمش در بین برترین‌های سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که بخش زیادی از کاربران در این بستر با نگاهی سرگرمی و فان از این شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند.

در این بررسی به دلیل تعدد پست‌هایی با میزان لایک بالا تعداد ۱۷ پست برتر از لحاظ میزان لایک دریافتی نمایش داده شده است.

پست «نوید محمدزاده» با موضوع تبریک تولد فرشته حسینی همسر وی، «سرنا امینی» با انتشار یک کلیپ طنز و «هادی چوپان» با انتشار عکسی از خود، سه پست برتر اینستاگرام در سال ۱۴۰۰ است.

به گزارش بتا، بیشترین پست مورد توجه توسط کاربران اینستاگرام، پست نوید محمدزاده، بازیگر سینما است که حدود ۲ و نیم میلیون لایک و ۱۶ میلیون بازدید داشت. موضوع پست محمدزاده تبریک تولد فرشته حسینی، بازیگر اهل افغانستان است. دو پست دیگر «نوید محمدزاده» شامل عکس سه نفره با بهرام افشاری و هوتن شکیبا و تبریک تولد بهرام افشاری و انتشار عکسی از کودکی خود نیز جز پست‌های پرتعداد اینستاگرام بوده است.

پست‌های برتر در اینستاگرام

نام کاربری
نوید محمدزاده

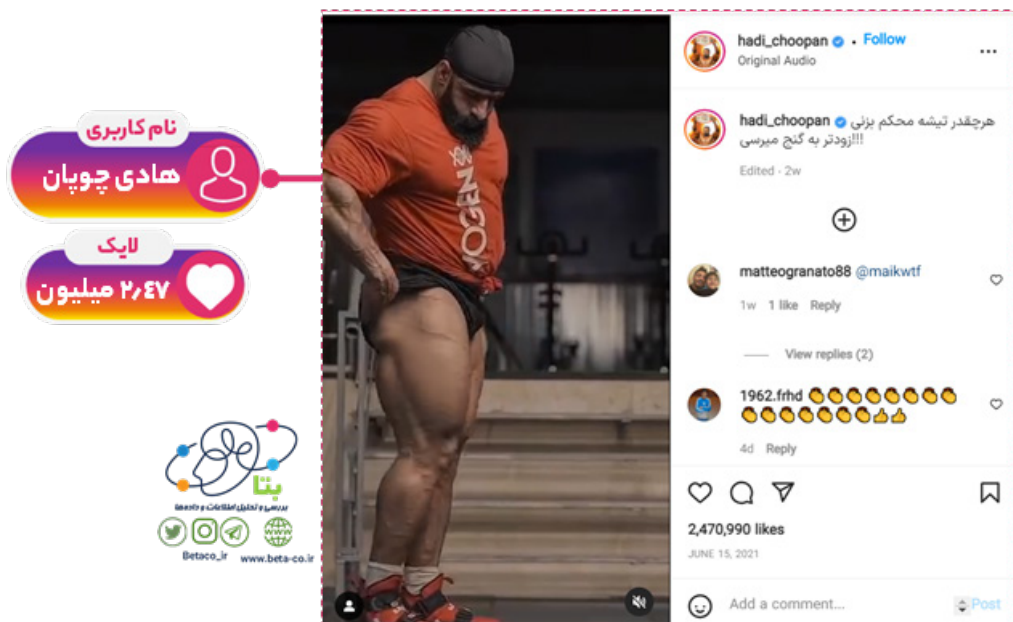
لایک
۲٫۵۴ میلیون



لایک
۱٫۴ میلیون



پست‌های برتر در اینستاگرام



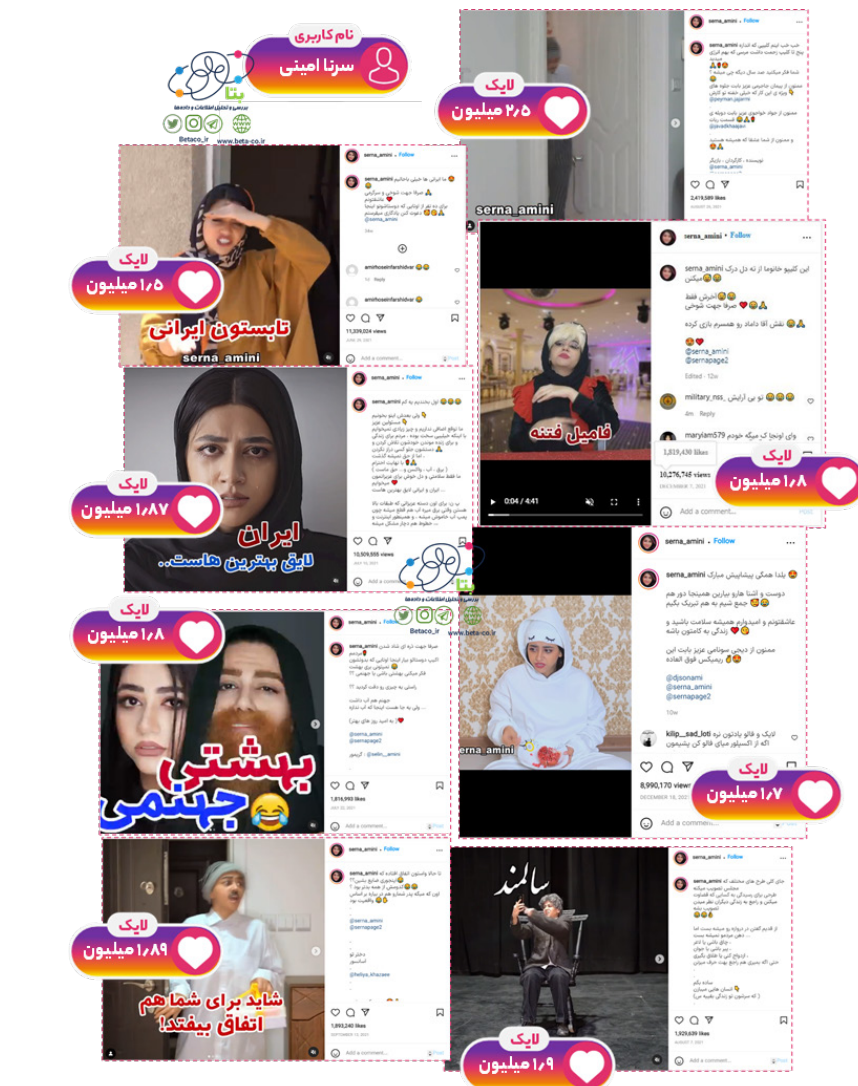
یکی دیگر از پست‌های مورد توجه کاربران اینستاگرام در شبکه‌های اجتماعی، پست مربوط به «هادی چوپان»، قهرمان پرورش اندام کشور است. هادی چوپان در این پست عکسی از عضلات خود را به همراه متنی منتشر کرده است. این پست هادی چوپان با حدود ۲ میلیون و ۴۷۰ هزار لایک سومین پست برتر سال ۱۴۰۰ در اینستاگرام است.

پست‌های برتر در اینستاگرام



«حسن یزدانی»، قهرمان کشتی آزاد ایران و جهان یکی از محبوبترین کشتی‌گیران کشور است. یزدانی در المپیک ۲۰۲۰ در فینال به دیوید تیلور آمریکا باخت که این مسابقه بسیار مورد توجه افکار عمومی در ایران قرار گرفت؛ بعد از این مسابقه این دو کشتی‌گیر در مسابقات جهانی سال ۲۰۲۱ دوباره به هم رسیدند که اینبار یزدانی پیروز این مسابقه بود.

پست‌های برتر
در اینستاگرام



«سرنا امینی» یک چهره اینستاگرامی است که به واسطه کلیپ‌های طنز و دابسمش‌ها در این فضا به شهرت رسید. صفحه‌ی او جز صفحات پربازدید سال گذشته (۱۴۰۰) بود به طوری که در سال ۱۴۰۰ حدود ۳ میلیون جذب فالوور داشته و حال بیش از ۷ میلیون دنبال‌کننده دارد. دومین پست برتر اینستاگرام در سال ۱۴۰۰ کلیپ طنزی از سرنا امینی با حدود ۲ و نیم میلیون لایک بوده است. بیش از ۲۰ پست از صفحه امینی بالای ۱ میلیون لایک داشت. در این گزارش به ۷ پست دیگر از سرنا امینی که بیش از ۵/۱ میلیون لایک داشته، اشاره شده است.

پست‌های برتر در اینستاگرام

نام کاربری
رضا بهرام

لایک
۱,۲۵ میلیون

بتا
پروژه و تحلیل اطلاعات و داده‌ها
www.beta-co.ir



همچنین پستی از «رضا بهرام»، خواننده پاپ ایران، با موضوع همدردی با مردم افغانستان و اشاره به مشکلات آن‌ها با حدود ۱ میلیون و ۲۵۰ هزار لایک یکی دیگر از پست‌های برتر اینستاگرام است.

نام کاربری
امیر تهرانی

لایک
۱,۲۴ میلیون

بتا
پروژه و تحلیل اطلاعات و داده‌ها
www.beta-co.ir



پست «امیر تهرانی»، آهنگساز با موضوع فرهنگ‌سازی با حدود ۱ میلیون و ۲۴۰ هزار لایک از پست‌های برتر اینستاگرام در سال ۱۴۰۰ است.

پست‌های برتر در اینستاگرام



پیام احساسی «حسن یزدانی» در اینستاگرام برای مردمی که بی صبرانه منتظر پیروزی او بر این حریف قدرتمند آمریکایی بودند، با حدود ۱ میلیون و ۸۰۰ هزار لایک، یکی دیگر از پست‌های برتر سال ۱۴۰۰ در شبکه اجتماعی اینستاگرام است.

آخرین پست مورد اشاره در این گزارش با حدود ۱ میلیون و ۱۹۰ هزار لایک مربوط به تبریک «علی دایی»، بازیکن و سرمربی سابق تیم ملی فوتبال در واکنش به پیروزی حسن یزدانی در فینال مسابقات قهرمانی کشتی جهان در سال ۲۰۲۱ بوده است.



پست‌های برتر در توییتر

توییتر یک شبکه اجتماعی متن‌محور است. یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد توییتر «محدودیت کلمات» در آن است. این بستر هم از طریق اپلیکیشن موبایل و هم از طریق نسخه وب قابل دسترس برای کاربران است. به هر نوشته‌ای که در این شبکه منتشر شده یک توییت گفته می‌شود. مقایسه آمار توییتر در سال ۹۹ و ۱۴۰۰ توسط «مرکز پژوهشی بتا» نشان می‌دهد تعداد کل کاربران فارسی زبان از ۲ میلیون کاربر در سال ۹۹ به ۳.۲ میلیون در سال ۱۴۰۰ رسیده است. همچنین تعداد پست‌ها نیز از ۵۰۰ میلیون به ۷۹۰ میلیون پست افزایش داشته است. در این بین تعداد کاربرانی که بیش از ۱۰۰ هزار فالوور دارند ۱۷۰ و بیش از ۲۰ هزار فالوور حدود ۱.۳ هزار کاربر بوده است. توییتر به تعداد انگشت‌شماری کاربر میلیونی فارسی زبان داشته است.

در این گزارش به بررسی پست‌هایی که در توییتر منتشر شده است می‌پردازیم. «مرکز پژوهش بتا» در سال ۱۴۰۰ با بررسی حدود ۸۰۰ میلیون توییت، ۱۰ پست برتر توییتر را استخراج کرده است. معیار برتر بودن پست‌ها در این گزارش میزان دریافت لایک برای هر توییت بوده است.

پست‌های برتر در توییتر

در بین کارشناسان، شبکه اجتماعی توییتر به عنوان بستری نخبه پست شناسایی می‌شود. این بستر به دلیل وجود فضای آزادتری جهت اظهارنظر کاربران نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی، به این عنوان معروف شده است.

فضای آزادی در توییتر به گونه‌ای است که بیشتر شایعات مطرح شده پیرامون موضوعات مختلف سیاسی، فرهنگی، ورزشی و ... از این بستر تولید و به سایر بسترها بسط پیدا می‌کنند. با وجود شایعات متعدد در این بستر نباید رویکرد خبری این بستر را نادیده گرفت؛ بخش قابل توجهی از اخبار ابتدا توسط کاربران این بستر تولید و به مرور و حتی با تاخیری چند روزه در سایر شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های خبری مطرح و بررسی می‌شود.

نکته دیگر مورد اهمیت در مورد این بستر فضای محاوره و خودمانی آن است؛ به صورتی که بخش زیادی از محتوای تولید شده در این بستر مربوط به بازتاب اوضاع و شرایط فعلی کاربر در زندگی روزمره خود است.

کاربران در توییتر درباره وضعیت و شرایط روزمره خود در خانه، محل کار، داخل شهر، جمع دوستانه و ... محتوا تولید و منتشر می‌کنند.

بر اساس گزارش «مرکز پژوهشی بتا» بررسی ۱۰ پست برتر بستر توییتر در سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که ۸ پست از این تعداد که براساس میزان لایک تعیین شده‌اند، مربوط به موضوعات روزمره زندگی افراد است که بسیار مورد توجه کاربران این فضا قرار گرفته است.

موضوعاتی همچون عکس از کودک در کنار ساحل، گریه در حمام، صحبت از مشتریان یک دندانپزشک و مشکلات وی، لیست تعداد بیماران کرونایی منتشرشده توسط یک پرستار، اشاره به اشتباه در پرداخت پول از طریق کارتهخوان و ... از جمله این موضوعات بوده است.

پست‌های برتر در تویتر



همچنین دو عکس از ۱۰ عکس پرتعداد در این بستر مربوط به احوال افراد مشهور همچون بازیگران و خوانندگان است. بازتاب عکس سه نفره سیامک انصاری، همایون شجریان و علیرضا عصار و مقایسه آن با عکس این افراد بعد از ۲۵ سال و همچنین اولین پست عباس جمشیدی فر، بازیگر سینما و تلویزیون از جمله پست‌های پرتعداد بستر تویتر در سال ۱۴۰۰ است.

پست‌های برتر در توییتر

نام کاربری
یلدا

لایک
۳۶,۲ هزار

رتوییت
۱,۰۷۱ هزار




یلدا
@yoolenda

یکی زنگ زده به بابام که شما اردیبهشت اومدی شوستر از من کلوچه خریدی. به جای ۹۱ هزار تومان، ۹۱۰ هزار تومان کارت کشیدی. سه ماهه دارم دنبال میگردم که پولتو پس بدم. رفتم دادگاه از بانک شکایت کردم تا شماره تلفنت رو بهم بدن.

Translate Tweet

3:40 PM · Aug 26, 2021 · Twitter for iPhone

1,071 Retweets 245 Quote Tweets 36.2K Likes

نام کاربری
دکتر خرگوشیانو سنپای

لایک
۳۵,۴ هزار

رتوییت
۱,۰۵۷ هزار




دکتر خرگوشیانو سنپای
@Badbunnyis

به دختری امروز اومد پیشم، گفت هفته ی دیگه عقدمه، دندون جلوم شکسته واسم درست کن. گفتم دندون کناریشم که خرابه، گفت پول ندارم فقط همینو درست کن. بهش نگفتم ولی با همون پول هر دوتاشو درست کردم. آینه رو اوردم جلوش، گفتم اینم کادو عروسیته. دندونشو که دید اونقد قشنگ خندید که دلم وا شد (:

Translate Tweet

11:47 AM · Jul 18, 2021 · Twitter for Android

1,057 Retweets 135 Quote Tweets 35.4K Likes

نام کاربری
عباس جمشیدی‌فر

لایک
۳۴,۸ هزار

رتوییت
۳۱۳




abbas jamshidifar
@abbasjamshidif

به هومن گفتم چطوری توئیت کنم..؟
بهم یاد داد من هم توئیت کردم
این اولین توئیت منه
به صفحه من خوش آمدید

Translate Tweet



4:56 PM · Jan 19, 2022 · Twitter for iPhone

313 Retweets 377 Quote Tweets 34.8K Likes

پست‌های برتر
در توییتر

 بابک بیانیان
@babakbayanian1

خدا تو قرآن گفته سفر کنید ولی متاسفانه در انجیل نگفته ویرا
بدید

[Translate Tweet](#)

1:50 AM · Jan 19, 2022 · Twitter for iPhone

2,401 Retweets 112 Quote Tweets 33.4K Likes

محمد رضا موحّدنژاد
@movahednejad

دخترم رو برای اولین بار بردم لپ دریا 🌊

Translate Tweet



11:02 PM · Oct 25, 2021 · Twitter for Android

561 Retweets 160 Quote Tweets 31.8K Likes

 حمید احمدی
@drhamidahmadi

واسه چی تو مطب به بچه اصرار می کنین که حتماً به دکتر سلام کنه. نمی خواد سلام کنه. نمی خواد. آقا نمی خوااااااااااا.

الان موقع بیرون رفتن ماسکشو کشید پایین به من گفت «خر»
خوب شد؟ 😂

[Translate Tweet](#)

6:27 PM · Jul 17, 2021 · Twitter for Android

574 Retweets 109 Quote Tweets 31.5K Likes

پست‌های برتر در تویتر

نام کاربری
کمند

لایک
۲۹,۰۹ هزار

رتوییت
۸۱۱



Kamand
@TheKamand

خواستم شما رو هم تو این شادی سهیم کنم

Translate Tweet

اینجانب
و لیست خالی از بیمار تریاز کرونا

بعد از ۸ ماه که نوبی اورژانس تنفسی بودم، این اولین بار بود که
لیستو آخر شیفتم سفید تحویل دادم: ())))

11:56 PM · Dec 17, 2021 · Twitter for Android

811 Retweets 121 Quote Tweets 29.9K Likes

نام کاربری
آقای دکتر

لایک
۲۹,۰۶ هزار

رتوییت
۸۰۸



آقای دکتر
@Mr.dokili

بابا بزرگم ۹۴ سالشه
به بچش که ۷۳ سالشه گفته صبحا با آقای احمدی نرو پارک
ادم سالمی نیست.
آقای احمدی ۷۸ سالشه 🤔

Translate Tweet

1:37 PM · Jun 1, 2021 · Twitter for Android

808 Retweets 108 Quote Tweets 29.6K Likes



بررسی و تحلیل اطلاعات و داده‌ها

۰۲۱-۲۸۴۲۵۸۱۳

خیابان کریمخان، خیابان خردمند جنوبی،

کوچه ملکیان، پلاک ۱۶، طبقه ۴

   Betaco.ir

 www.beta-co.ir