بسم الله الرحمن الرحیم



مدیر داخلی: رقیه مهری

ویراستار انگلیسی: حسین حسنی

ویراستار ادبی: شهناز شفیع خانی

صفحه‌آرا: حامد خلیلی

چاپخانه: دریچهٔ نو

بهاء: ۱۷۰۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر، خیابان دمشق، شماره ۹

صندوق پستی: ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵

تلفن: ۸۸۹۱۹۱۸۶ - ۰۲۱

نمابر: ۸۸۸۹۳۰۷۶ -۰۲۱

وبگاه: www.cssms.ricac.ac.ir

فصلنامه «مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی» به صاحب امتیازی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با شماره پروانه انتشار به شماره ثبت ۲۹۶۴۹ از معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد اسلامی است.

مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

سال سوم، شماره اول

شماره مسلسل ۱۰، تابستان ۱۴۰۵

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: حسین میرزایی

سردبیر: امیدعلی مسعودی

هیأت تحریریه:

- **عبدالله بیچرانلو**
  دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- **احسان شاه‌قاسمی**
  دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- **فردین علیخواه**
  دانشیار جامعه شناسی دانشگاه گیلان
- **علی‌اصغر کیا**
  استاد دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
- **جمال محمدی**
  استاد دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه کردستان
- **امیدعلی مسعودی**
  استاد دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه سوره
- **سیدرضا نقیب السادات**
  استاد دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

اعضای بین‌المللی:

- **یحیی کمالی‌پور**
  استاد ارتباطات ورسانه دانشگاه ایالتی A&T کارولینای شمالی

اعضای مشورتی هیات تحریریه:

- **اسماعیل افقهی**
  استادیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- **مجتبی صمدی**
  رئیس پژوهشکده ارتباطات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- **سمیه تاجیک اسماعیلی**
  دانشیار گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی

مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

دربارهٔ مجله

مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی مجله‌ای است که به منظور انعکاس مقالات برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات تجربی و نظری در حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات در نظر گرفته شده است.

با توجه به اهمیت ارتباطات در جامعه‌ای که رسانه‌های اجتماعی نقش فعال در مناسبات اجتماعی دارند و تحولات پیش‌رو در جهان فرا ملی شده چند قطبی، اولویت انتشار، مقالاتی است که هم از بُعد نظری و هم از بُعد تجربی زوایای این تحولات را موشکافانه بررسی و به جامعه علمی منعکس نمایند. تلاش می‌شود از دیدگاه‌های متنوع به منظور فراهم کردن زمینهٔ گفتگو و هم‌اندیشی میان اصحاب علوم اجتماعی استقبال و از طریق درج یادداشت‌ها و مقالات انتقادی به پویایی هر چه بیشتر این نهاد علمی مدد رسانده شود.

محورهای موضوعی فصلنامه «فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی» بدین قرار است:

- کنش و کنشگری در فضای سایبر و رسانه‌های اجتماعی
- مصرف رسانه‌ای مبتنی بر فضای سایبر و رسانه‌های اجتماعی
- تحولات شناختی مبتنی بر فضای سایبر و رسانه‌های اجتماعی
- سرگرمی و زندگی روزمره در فضای سایبر و رسانه‌های اجتماعی
- هویت و فضای سایبر و رسانه‌های اجتماعی
- زیست‌بوم فضای سایبر
- گروه‌ها و نهادهای اجتماعی و فضای سایبر و رسانه‌های اجتماعی
- پدیده‌های نوظهور فرهنگی و اجتماعی متأثر از تحولات فضای سایبر
- پیامدها و آثار فرهنگی و ارتباطی تحولات فضای سایبر و رسانه‌های سایبر
- حکمرانی و سیاست‌گذاری فضای سایر و رسانه‌های اجتماعی
- هستی‌شناسی و غایت انگاری فضای سایبر

مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

راهنمای تنظیم مقالات

- **مقاله باید بین ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰ کلمه و در محیط ورد تنظیم شده باشد؛**
- **در ابتدای مقاله چکیده فارسی (بین ۲۵۰ تا۱۰۰ کلمه) و انگلیسی (بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه) آورده شود که در آن خلاصه‌ای از بیان مسأله، پرسش اصلی، روش تحقیق و مهم‌ترین نتایج همراه با واژه‌های کلیدی باشد؛**
- **پس از چکیده ارائه بخش‌های مقدمه، مبانی نظری، روش تحقیق، یافته‌های تحقیق و نتیجه‌گیری مرتبط با مبانی نظری در مقاله ضروری است؛**
- **ترتیب مقاله در مباحث نظری متناسب با کنکاش نظری است؛**
- **تمرکز بر پرسش اصلی، نثر مقاله و شیوایی نگارش ازجمله معیارهای مهم داوری است؛**
- **معادل لاتین اسامی و مفاهیم مهم در پاورقی هر صفحه آورده شود؛**
- **در متن مقاله، هر جا که لازم بود، نام مؤلّف، سال انتشار منبع و صفحهٔ موردنظر به‌صورت نمونه (شعیری، ۱۳۸۸: ۵۰) و در منابع خارجی (Entman, 2009: 176) درج شود؛**
- **منابع ذکر شده در متن حتماً در فهرست منابع آخر مقاله درج شوند؛ همچنین هیچ منبعی در فهرست منابع نباشد که در متن استفاده نشده باشد؛**
- **نشانی کامل اینترنتی مقاله‌ها، کتاب‌ها، رساله‌ها و گزارش‌های لاتین ترجمه‌شده به فارسی باید ضمیمهٔ مآخذ شوند؛**
- **مؤلّف باید نام کامل، سمت پ-ژوهشی یا آم-وزشی، نشانی کامل محل کار و نشانی پست الکترونیکی خود و همکاران مقاله را به فارسی و انگلیسی در سایت فصلنامه درج کند؛**
- **پذیرش نهایی مقاله و چاپ آن در مجله بستگی به نظر داوران مقاله دارد؛**
- **در صورتی که هر یک از نویسندگان علاوه بر این فصلنامه مقاله‌ای به نشریه‌ای دیگری به منظور انتشار بدهند پیگرد قانونی به دنبال خواهد داشت.**
- مدیران فصلنامه حق دارند محتوا و عناوین مقالات را در فرایند انتشار ویرایش نمایند.
- **فصلنامه «فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی» ترجیح می‌دهد مقاله‌هایی را چاپ کند که اولویت با مقالاتی است که برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات اصیل و گرایش بومی، منطقه‌ای و فرا ملی در زمینهٔ مطالعات فضای مجازی است نتیجهٔ تحقیقات ایرانی در زمینهٔ فرهنگ، هنر و ارتباطات است؛**
- **مسئولیت محتوای مقاله‌های مندرج در فصلنامه، بر عهدهٔ نویسندگان آن‌هاست.**


پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

چارچوب‌بندی حمله به مدرسه ابتدایی شجره طیبه شهر میناب در کانال‌های خبری پیام‌رسان‌های بله و ایتا
حسین حسنی ۹

نشانه‌شناسی تصاویر توییت شده توسط ترامپ در جنگ ایران و امریکا با مضمون ایران
بهرخ گنجی، توحید محرمی ۴۱

راهبردهای تاب‌آوری ارتباطی در سکوهای بومی در شرایط قطع اینترنت بین‌المللی: مطالعه موردی جنگ رمضان
مرتضی نثاری ۷۱

نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات نادرست در جریان جنگ رمضان
امیدعلی مسعودی، خاطره اسدی ۱۰۳

بازنمایی گفتمان مقاومت در کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ ایران و آمریکا مطالعه‌ای بر اساس نظریه بازنمایی استوارت هال
منصوره کریمی قهی ۱۳۵

تحلیل جرم‌شناختی انتقادی نقش پلتفرم‌های سایبری در بازنمایی جنگ و شکل‌دهی ادراک عمومی نسبت به مشروعیت توسل به‌زور: مطالعه موردی جنگ رمضان
مصطفی پاک‌نیت ۱۶۱

رسانه‌ها و خلق فراواقعیت جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل
امیر گروسی، حاکم قاسمی ۱۸۵

بررسی الگوی بازنمایی جنگ رمضان با تأکید بر دلالت‌های نظری پدافند رسانه‌ای در جنگ شناختی (موردمطالعه: وبگاه ایران اینترنشنال)
سپهر کرمی، محمدحسین ظریفیان یگانه ۲۱۹

از هشتگ وطن تا روایت مجازی جنگ ۱۲ روزه مبتنی بر نتنوگرافی کپشن‌های کاربران اینستاگرام
آی‌لار بیانی‌شهری، فائزه تقی‌پور، امیررضا نقش ۲۵۵

تحلیل محتوای کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی ایران در اینستاگرام (موردمطالعه؛ جنگ ۱۲ روزه)
فائزه فرهودی ۲۸۷

سخن سردبیر

جنـگ همـواره دو چهـره دارد: امیـد و تـرس و ایـن هـردو را می‌تـوان در رسـانه‌ها و به‌ویـژه امـروزه در رسـانه‌های مجـازی به‌خوبـی مشـاهده کـرد. وقتـی نفیـر جنـگ بـه صـدا درآمـد و شـهرهای ایـران موردحملـه آمریـکا و اسـرائیل واقـع شـد. چهـره تـرس در جامعـه کمتـر نمـود و بازتـاب داشـت. بـه بـاور مـا ایـن شـجاعت وامیـد حاصـل زیسـت تجربـه ایرانیانـی بـود کـه در دوران پسـا هشـت سـال جنـگ تحمیلـی عـراق علیـه ایـران و تحریم‌هـای اقتصـادی دو دهـة اخیـر، گویـی فـولاد آبدیـده شـده بودنـد. هرچنـد نسـل جـوان بـه درک و فهـم تجربـی سـوابق گذشـته نائـل نشـده بودنـد؛ امّـا میـراث ویرانـی و نوسـازی جنـگ هشت‌سـاله را پیـش رو داشـتند. چنیـن نسـلی در رسـانه‌ها بـه واگویـه ابعـاد تحلیلـی و انتقـادی بیـم وامیـد در دو جنـگ ۱۲ روزه و ۴۰ روزه پرداختنـد. پژوهشـگران نیـز بـه روش‌هـای آکادمیـک تحقیقـات گسـترده‌ای در حوزه‌هـای رسـانه‌ای جنـگ و پیامدهـای آن، بـه انجـام رسـاندند. پـس از فراخـوان فصلنامـه مطالعـات فضـای مجـازی و رسـانه‌های اجتماعـی به‌عنـوان یکـی از نشـریات پژوهشـگاه فرهنـگ، هنـر و ارتباطـات، بـرای ثبـت مقـالات پژوهشـی و اسـتقبال غیرقابل‌تصـور پژوهشـگران از ایـن فراخـوان؛ بـرای ده‌هـا مقالـه علمـی ـ پژوهشـی، داوری دوسـویه ناشـناس انجـام شـد و چـون تعـداد مقـالات پذیرش‌شـده افـزون بـر یـک شـماره فصلنامـه بـود و حـذف مقـالات پذیرش‌شـده نیـز از انصـاف علمـی داوران بـه دور بـود لـذا ضمـن تأکیـد براهمیـت پژوهـش در مطالعـات جنـگ، دفـاع و مقاومـت، بیـم وامیـد مـردم؛ بـر آن شـدیم تـا در نخسـتین گام یـک شـماره را بـه انتشـار ایـن مقـالات اختصـاص دهیـم باشـد کـه شـماره دومـی نیـز بـه زیـور طبـع آراسـته شـود. ایـن فصلنامـه قاعدتـاً پیشـگام چنیـن امـری در ایـران بـوده اسـت و امیدواریـم دیگـر نشـریات پژوهشـی نیـز قـدردان دیگـر پژوهشـگرانی

باشند که در این حوزه قدم گذارده و قلم زده‌اند. در مقالات این شماره تباهی جنگ در بمباران مدرسه میناب، نشانه‌شناسی تصاویر توییت شده در جنگ، راهبردهای تاب‌آوری ارتباطی در سکوهای بومی در شرایط قطع اینترنت بین‌المللی، نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات نادرست در جریان جنگ، بازنمایی گفتمان مقاومت در کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ، تحلیل جرم‌شناختی انتقادی نقش پلتفرم‌های سایبری در بازنمایی جنگ، بررسی الگوی بازنمایی جنگ رمضان با تأکید بر دلالت‌های نظری پدافند رسانه‌ای در جنگ شناختی، روایت مجازی جنگ مبتنی بر نتنوگرافی کپشن‌های کاربران اینستاگرام، ودیگر موضوعات مرتبط با رسانه‌ها، فضای مجازی و جنگ که حاصل کار پژوهشی پژوهشگران ایرانی است، حاصل کار راقمان سطور گام اول در این راه بوده است.

امیدواریم این گام کمکی هرچند کوچک به گسترش و رونق مطالعات جنگ و رسانه در ایران به شمار آید و فتح بابی برای امعان نظر به پژوهش‌هایی از این دست باشد. چنین باد! ان‌شاالله.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 9 - 40
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.584685.1147
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

Framing the Attack on Shajareh Tayyebeh Primary School in Minab City: A Study of News Channels on the Bale and Eitaa Messaging Platforms

Hossein Hassani, *Assistant Professor of Cyberspace Studies, RICAC. Tehran. Iran.*
Email: hassani@ricac.ac.ir.

Extended Abstract

Introduction: The attack on Shajareh Tayyebeh Primary School in Minab during the opening hours of the Ramadan War (February 28, 2026) became one of the most widely covered civilian tragedies of the conflict between Iran and the United States-Israel coalition. Because the victims were elementary school children, the incident attracted extensive attention from national and international media. In particular, Iranian messaging applications such as Baleh and Eitaa emerged as important sources of news dissemination during the war, especially in the context of restricted access to global social media platforms.

Previous studies have shown that media representations of war victims influence public perceptions by determining which victims are considered worthy of sympathy and attention. However, the central question of this study is not merely whether victims are represented, but how they are represented. In the Minab case, media coverage consistently emphasized the child and especially female identity of the victims. This emphasis shaped public understanding of the event and, in some cases, overshadowed factual aspects of the tragedy, including the actual composition of the victims and discrepancies in reported casualty figures.

This article argues that the dominant representation of the Minab attack can be understood through what is conceptualized here as "feminized emotional framing." While this framing effectively attracted public attention and moral outrage, it also marginalized alternative interpretations of the event and contributed to a selective construction of victimhood. The study therefore investigates the dominant frames employed in Iranian messaging-app news channels and examines their implications for public understanding of the incident.

Methods: This research employs a qualitative content analysis combined with inductive frame analysis. The dataset consists of news posts related to the Minab school attack published between the outbreak of the war and the ceasefire (from February 28, 2026, to April 8, 2026). Data were collected from four highly followed news channels on the Iranian messaging applications Baleh and Eitaa: Khabar Fori, Bidari Mellat, Akhbar Fori/Mohem, and Sabrin News.

News items were identified through keyword searches including "Minab," "Minab children," and "Shajareh Tayyebeh." Following screening procedures, a total of several hundred relevant news posts were retained for analysis. The unit of anal-

ysis was the individual news post, although only textual content was examined. The analysis followed an inductive thematic approach. Open coding was first conducted to identify recurring concepts and patterns. Similar codes were then grouped into subthemes and broader themes. Finally, these themes were interpreted as news frames that highlighted particular aspects of the event while downplaying others.

Findings: The analysis revealed three dominant media frames in the coverage of the Minab school attack. The first and most prominent was the "Child-Girl Victim" frame, which emphasized female victims as innocent, vulnerable, and pure, transforming the image of the "girl victim" into a powerful emotional symbol while largely overlooking male casualties and individual identities. The second, the "Violation of Innocence" frame, portrayed the attack as a breach of a sacred moral boundary, presenting the school as a protected space and the children as symbols of universal innocence. As a result, the event was framed less as a military action and more as an ethical transgression. The third, the "Moral Justice-Seeking and Legal Accountability" frame, shifted attention from grief to demands for justice by highlighting international condemnation, legal responsibility, and the prosecution of perpetrators. Through this frame, the Minab tragedy was elevated from a national incident to a global symbol of violence against children, reinforcing calls for accountability and moral judgment.

Conclusion: The findings demonstrate that the media representation of the Minab school attack was shaped primarily by the Child-Girl Victim frame, supported by the complementary frames of Violation of Innocence and Moral Justice-Seeking and Legal Accountability. The study introduces the concept of feminized emotional framing to explain how gendered notions of innocence, fragility, and purity were attached to child victims in order to maximize emotional impact.

While this framing successfully mobilized sympathy and condemnation, it also produced unintended consequences. It contributed to the symbolic depersonalization of female victims, marginalized male student victims, and encouraged emotional narratives that sometimes-overshadowed factual precision, including inconsistencies in casualty figures. Overall, the findings suggest that media representations of wartime suffering are not neutral reflections of reality but active processes of meaning-making that shape public memory, moral judgment, and political responses to violence against children.

Keywords: Ramadan War, Framing, Representation, News, Messaging Apps.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۴۰ - ۹
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 9 - 40
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.584685.1147
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

چارچوب‌بندی حمله به مدرسه ابتدایی شجره طیبه شهر میناب در کانال‌های خبری پیام‌رسان‌های بله و ایتا

حسین حسنی[۱]

چکیده

حمله به دبستان شجره طیبه میناب یکی از برجسته‌ترین رویدادهای مرتبط با تهاجم نظامی آمریکا و اسرائیل علیه ایران بود که به دلیل قربانی شدن کودکان، به‌ویژه دانش‌آموزان دختر، بازتاب گسترده‌ای در رسانه‌های داخلی و بین‌المللی یافت. پژوهش حاضر با هدف شناسایی چارچوب‌های خبری مسلط در کانال‌های خبری پیام‌رسان‌های بومی بله و ایتا انجام شده است. این مطالعه برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون و تحلیل چارچوب با رویکرد استقرایی بهره گرفته است. داده‌های پژوهش شامل ۵۹۶ خبر منتشرشده در چهار کانال خبری پرمخاطب در فاصله ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۱۹ فروردین ۱۴۰۵ است. یافته‌ها نشان می‌دهد سه چارچوب اصلی در بازنمایی این رویداد وجود دارد: «کودک ـ دختر قربانی»، «هتک حرمت معصوم» و «عدالت‌جویی اخلاقی و مجازات‌خواهی حقوقی». در میان آن‌ها، چارچوب «کودک ـ دختر قربانی» چارچوب مسلط بوده است و از طریق برجسته‌سازی معصومیت، آسیب‌پذیری و هویت دخترانه قربانیان، روایت غالب رسانه‌ای را شکل داد. این نوع بازنمایی به‌نوعی «چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه» منجر شده است که در آن ویژگی‌های نمادین زنانگی برای افزایش تأثیر عاطفی خبر به کار گرفته می‌شود. نتایج همچنین نشان می‌دهد که این بازنمایی با هویت‌زدایی فردی قربانیان، کم‌نمایی دانش‌آموزان پسر و نوسان در آمار قربانیان همراه بوده است. درمجموع، فهم عمومی حادثه بیش از آنکه بر ابعاد نظامی و سیاسی استوار باشد، بر تجربه عاطفی قربانیان و ضرورت محکومیت و پاسخگویی عاملان متمرکز شده است.

واژگان کلیدی

جنگ رمضان، چارچوب‌بندی، بازنمایی، خبر، پیام‌رسان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۲۹

۱. استادیار مطالعات فضای مجازی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران. ایران. hassani@ricac.ac.ir

مقدمه

یکی از مهم‌ترین رویدادهای مرتبط با تهاجم ایالات‌متحده آمریکا و اسرائیل علیه ایران که با عنوان جنگ رمضان و دفاع مقدس سوم نیز شناخته می‌شود، حمله هوایی به دبستان ابتدایی شجره طیبه در شهر میناب واقع در استان هرمزگان در جنوب ایران است. این حمله در نخستین ساعات جنگ در تاریخ ۹ اسفند ۱۴۰۴ روی داد و به علت آنکه قربانیان آن کودکان بودند، به‌طور گسترده توسط رسانه‌های جریان اصلی ایران و ازجمله صداوسیما پوشش داده شد. همچنین کانال‌های پیام‌رسان‌های بومی که به‌طور طبیعی به دلیل قطع کامل اتصال به اینترنت و در غیاب رسانه‌های اجتماعی جهانی برای تعداد زیادی از کاربران به منبع خبری عمده تبدیل شدند و رسانه‌های خبری جهان به‌طور گسترده خبر این رویداد را منتشر کردند و افکار عمومی جهان را تحت تأثیر قرار دادند؛ میزان فاجعه‌آمیز بودن این حمله که با اصول اخلاقی و مقررات بین‌المللی در تناقض قرار داشت به حدّی بود که حتی دستاویزی برای منازعات درون‌ـ‌حاکمیتی در کشورهای مهاجم تبدیل شد.

شرلینگ[1] (۲۰۲۶)، در مقاله خود دربارهٔ نحوهٔ نمایش قربانیان جنگ می‌نویسد رسانه‌ها با نحوه بازنمایی خود (انتخاب کلمات، تصاویر، زمینه‌دهی، شخصی‌سازی یا بی‌نام‌ونشانی قربانیان) تعیین می‌کنند که کدام قربانی «شایسته» همدلی و توجه عموم باشد و کدام نادیده گرفته شود. به‌این‌ترتیب، گزارش‌های خبری صرفاً رنج را ثبت نمی‌کنند، بلکه سلسله‌مراتبی از قربانی‌بودگی می‌سازند که بر اساس آن برخی رنج‌ها دیده و برخی نادیده می‌مانند (Scherling, 2026: 1)؛ اما در اینجا هدف این است که نشان دهیم، گاهی چالش عمده نمایاندن یا ننمایادن نیست، بلکه چگونه *نمایاندن* است.

در حادثه میناب، «کودک بودن»، برجسته‌ترین عناصری بودند که در بازنمایی این رویداد مورد تأکید قرار گرفتند. تعداد قربانیان حتی توسط مقامات رسمی به شکل‌های مختلف بیان شود و حتی هیئت مذاکره‌کننده ایرانی برای گرامیداشت یاد این کودکان قربانی جنگ، از عبارت «میناب ۱۶۸» که دال بر ۱۶۸ کودک قربانی این حمله نظامی دارد استفاده کند؛ اما درنهایت در حدود ۴۰ روز پس‌ازاین حادثه، دادستان شهرستان میناب تعداد دقیق قربانیان را ۱۵۶ نفر اعلام کرد که شامل ۷۳ دانش‌آموز «پسر»، ۴۷ دانش‌آموز دختر، ۲۶ معلم و برخی افراد دیگر بودند (خبرگزاری ایسنا،

1. Scherling

۱۳۸۵)؛ بنابراین، تعداد قربانیان دانش‌آموز این حادثه در مجموعه ۱۲۰ نفر بوده‌اند و اکثریت آن‌ها نیز پسران هستند اما در بسیاری از روایت‌های رسانه‌ای کمتر موردتوجه قرار گرفته‌اند و صرفاً دو دانش‌آموز پسر و یکی از آن‌ها به دلیل مفقودالاثر بودن توجه رسانه‌ها را به خود جلب کرده‌اند.

ازاین‌رو، مسئله اصلی مقاله این است که بررسی کند آیا در بازنمایی حادثه میناب، چارچوب خاصی بر سایر چارچوب‌های خبری غلبه یافته است و در صورت وجود چنین غلبه‌ای، چه پیامدهایی برای فهم عمومی حادثه داشته است.

پیشینه پژوهش

برای گردآوری پیشینه پژوهش با ملاحظه محدودیت دسترسی به شبکه جهانی اینترنت به پایگاه‌های داده داخلی رجوع شده است. ملاحظه مقالات منتشر شده نشان می‌دهد که درباره نسبت جنگ و کودکان، بر اساس فراوانی به ترتیب سه دسته از پژوهش‌ها قابل‌تفکیک هستند. دسته اول شامل آثاری هستند که از منظر حقوقی، صیانت از کودکان در هنگام منازعه‌ها را موردتوجه قرار داده‌اند که برای نمونه می‌توان به جنگ و حقوق کودکان آواره و بی‌سرپرست (توسلی نایینی، ۱۳۸۲)؛ حمایت از کودکان در مخاصمات مسلحانه در چارچوب اسناد بین‌المللی (طلعت و آهنگر اصیل، ۱۳۹۵)؛ جنایت علیه کودکان در رویه دیوان بین‌المللی کیفری (مصلی، میرعباسی، تقی‌زاده انصاری، ۱۴۰۲)؛ مبانی جنایت علیه کودکان از منظر محاکم بین‌المللی و فقه اسلامی (مصلی، میرعباسی، تقی‌زاده انصاری، ۱۴۰۱)؛ حمایت از کرامت و حقوق زنان و کودکان در مخاصمات مسلحانه از منظر حقوق بین‌الملل (محتشم، سلطانی و رضایی، ۱۴۰۳)؛ و حقوق کودکان از منظر اسناد مرتبط با حقوق بشردوستانه بین‌المللی (عبدی و صلح پی، ۱۴۰۳) اشاره کرد.

دسته دوم مقالات به پیامدهای فرهنگی و اجتماعی جنگ بر کودکان توجه داشته‌اند. برای نمونه، شریفی‌فر (۱۳۸۲) جنبه‌های جنگ در کودکان را مطالعه کرده است. به گفته وی، کودکان‌یکی از گروه‌های متأثر ازجنگ‌ها هستند که این تأثیرات معمولاً به شکل منفی بر رشد روانی آنان مؤثر است و برخی علائم همانند ترس شدید، کابوس‌های شبانه، یادآوری مکرر حادثه به‌صورت خواب دیدن‌های تکراری، بازی‌های تکراری، بازسازی صحنه حادثه در ذهن، ازهم‌گسیختگی رفتار، بروز رفتارهای هیجانی تحریک‌پذیری را تجربه می‌کنند. نوحی و شیرزاد (۱۳۸۳) به

موضوع مداخله کاردرمانی برای حمایت از کودکان جنگ‌زده توجه کرده است. سادات شیبری و همکارانش (۱۴۰۴) به شکل مطالعه مرور روایتی اثرات جنگ ۱۲ روزه اخیر را بر سلامت روان کودکان سنجیده‌اند. بر اساس نتیجه‌گیری آن‌ها، کاهش آسیب‌های روانی جنگ در کودکان، نیازمند سیاست‌گذاری جامع و هماهنگی بین بخشی در سطح ملی و بین‌المللی است. البته نباید از پیامدهای فناوری‌های جدید همانند هوش مصنوعی در منازعه‌ها (قائم‌پناه و حسین‌پور، ۱۴۰۳) و نیز بر کودکان غافل شد.

مقالاتی که نسبت میان کودکان، جنگ و رسانه‌ها در ایران را موردتوجه قرار دارند، در اقلیت قرار دارند. رضایی بایندر (۱۳۸۲) موضوع کودکان و اخبار جنگ در رسانه‌ها را موردتوجه قرار داده است. به گفته وی کودکان به دلیل توانایی کمتر در پردازش اخبار خشونت‌آمیز، در معرض آسیب‌های روانی مانند ترس، اضطراب، بی‌خوابی و کابوس هستند. وی تلاش کرده است با توضیح واکنش‌های کودکان و نحوه سوءاستفاده رسانه‌ها از توجه آنان، راهکارهایی را برای کاهش اثرات منفی این تصاویر به والدین ارائه دهد.

خسروپور (۱۳۹۶) در پایان‌نامه‌ای با عنوان بررسی بازنمایی‌های جنگ در رمان نوجوان فارسی؛ با تحلیل نمونه آثاری از انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوان، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، چهارده رمان و داستان نوجوان را در سه دوره زمانی (۱۳۶۰ تا ۱۳۹۴) بررسی کرد. یافته‌ها نشان داد که بازنمایی جنگ در این آثار متناسب با شرایط تاریخی دستخوش تحول شده است؛ به‌گونه‌ای که آثار دوران جنگ عمدتاً نگاهی حماسی، آرمان‌گرایانه و تقدیس‌گرایانه به جنگ دارند، درحالی‌که آثار دوره‌های بعد بیشتر بر پیامدها و آسیب‌های جنگ تأکید می‌کنند. همچنین، نتایج پژوهش نشان داد که جنگ و دفاع در این آثار عمدتاً امری مردانه بازنمایی شده و شخصیت‌های اصلی غالباً پسر هستند، درحالی‌که زنان و دختران نقش حاشیه‌ای داشته و بیشتر به‌عنوان ابژه‌هایی وابسته به مردان تصویر شده‌اند.

وطن‌خواه (۱۴۰۴) در پیشنهاد رساله دکتری با عنوان سیاست‌های تولید برنامه تلویزیونی برای ارتقای تاب‌آوری کودکان در شرایط جنگ و بحران (مطالعه موردی: شبکه نهال) به بررسی نقش رسانه ملی در حمایت روانی از کودکان در شرایط جنگ و بحران پرداخته است. این پژوهش با رویکردی کیفی و چندروشی، از تحلیل محتوای کیفی، نشانه‌شناسی و تحلیل مضمون برای مطالعه برنامه‌های شبکه نهال و مصاحبه با خبرگان استفاده می‌کند. هدف پژوهش، تدوین چارچوبی سیاستی و عملیاتی برای

تولید برنامه‌های تلویزیونی مؤثر در ارتقای تاب‌آوری کودکان است و یافته‌ها در چهار بُعد محتوایی، بصری، فنی و مدیریتی سازمان‌دهی می‌شوند.

برخی مطالعات نیز دربارهٔ رسانه‌ها و جنگ و بازنمایی ایران و جنگ انجام شده‌اند که عام هستند و محدود به کودکان نیستند. ازجمله آن‌ها اوریا، موسوی شهیدی و سلیمی (۱۴۰۲) در پژوهشی درباره نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی به یکی از مؤلفه‌های اصلی جنگ‌های نوپدید تبدیل شده‌اند و از طریق عملیات محتوایی، اخبار جعلی، جعل عمیق، هوش مصنوعی و بسیج افکار عمومی، در شکل‌دهی روایت جنگ و موازنه قدرت میان طرف‌های درگیر نقش مؤثری ایفا می‌کنند. آراسته و صنیعی (۱۴۰۲) در پژوهشی درباره مسئولیت اجتماعی رسانه و حقوق جنگ، با تحلیل پوشش خبری جنگ روسیه و اوکراین در خبرگزاری‌های ایرنا، بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان نشان دادند که روایت رسانه‌ها از جنگ تحت تأثیر ایدئولوژی، سیاست‌های دولت‌ها و محدودیت‌های آزادی رسانه قرار دارد و این عوامل می‌توانند بر بازنمایی واقعیت، تحقق مسئولیت اجتماعی رسانه و شکل‌دهی افکار عمومی اثرگذار باشند. کمالی باغستانی و رئیسی (۱۴۰۵) در پژوهشی با عنوان «ارائه الگوی روایت رسانه‌ای جنگ رمضان در رسانه‌های بیگانه: مطالعه موردی ایران اینترنشنال» نشان دادند که روایت رسانه‌ای جنگ رمضان حاصل تعامل راهبردهای رسانه‌ای، سیاست‌های تحریریه، محدودیت‌های حرفه‌ای و شرایط سیاسی و فرهنگی است و این روایت‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی به ادراک و نگرش افکار عمومی نسبت به جنگ دارند.

مرور پیشینه پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که مطالعات انجام‌شده درباره نسبت جنگ و کودکان را می‌توان در سه جریان اصلی دسته‌بندی کرد. جریان نخست که بیشترین حجم پژوهش‌ها را به خود اختصاص داده، بر ابعاد حقوقی و حقوق بشردوستانه متمرکز است و موضوعاتی مانند حمایت از کودکان در مخاصمات مسلحانه، حقوق کودکان آواره، جرم‌انگاری جنایت علیه کودکان و الزامات حقوق بین‌الملل را بررسی کرده است. جریان دوم، پیامدهای روان‌شناختی، اجتماعی و فرهنگی جنگ بر کودکان را مطالعه کرده و بر آثار منفی جنگ بر سلامت روان، رشد هیجانی و ضرورت مداخلات حمایتی و سیاست‌گذاری برای کاهش آسیب‌ها تأکید دارد. در مقابل، جریان سوم که به رابطه جنگ، کودکان و رسانه‌ها می‌پردازد، بسیار محدود است و عمدتاً به تأثیر اخبار و تصاویر جنگ بر کودکان و ارائه توصیه‌هایی برای کاهش آثار منفی آن پرداخته است.

نوآوری این مقاله این است که برخلاف مطالعات پیشین که عمدتاً به پیامدهای روان‌شناختی جنگ بر کودکان یا ابعاد حقوقی حمایت از آنان در مخاصمات مسلحانه پرداخته‌اند، این پژوهش به مطالعه «بازنمایی رسانه‌ای کودکان قربانی جنگ» و سازوکارهای برساخت معنایی آنان در رسانه‌ها می‌پردازد. از این منظر، موضوع پژوهش از تمرکز بر خود قربانیان به تحلیل شیوه‌های تولید روایت رسانه‌ای درباره قربانیان تغییر می‌یابد.

ادبیات مفهومی و نظری

در این بخش برخی مفاهیم مرتبط و رویکردهای نظری که می‌تواند هدایتگر پژوهش باشد را مرور می‌کنیم. کودکان و نیز زنانی که در معرض یا قربانی جنگ و منازعات خشونت‌بار قرار می‌گیرند، از دیرباز مورد توجه رسانه‌های خبری بوده‌اند و اخبار مرتبط با آن‌ها برجسته می‌شود. گویی خشونت، جنگیدن و دفاع به ساخت مردان و مردانگی قرار دارد و زنان و کودکان به دلیل آنکه کنشگران مستقیم منازعات خون‌بار نیستند و بدن‌هایشان به شکل ذاتی متناسب با خشونت نیست، نباید قربانی شوند و قربانی‌شدن و یا آسیب‌دیدگی آن‌ها امر استثنائی است که عواطف انسان‌ها را برمی‌انگیزد و سبوعیت جنگ را برجسته می‌کند. با این پیش‌فرض نسبت میان رسانه‌ها، جنگ و کودکان از دو منظر عمده قابل‌ملاحظه است. نخست، مواجهه کودکان با جنگ به‌واسطه رسانه‌ها؛ دوم، نمایش کودکان جنگ‌زده یا قربانی جنگ در رسانه‌ها. مورد نخست در مورد آثار و پیامدهای پیام‌های رسانه‌ای مرتبط با جنگ بر کودکان است و شکل باواسطه یا اثرات رسانه واسط جنگ بر کودکان[1] است؛ و مورد دوم، نحوه بازنمایی و چارچوب‌بندی کودکان متأثر از جنگ را مدنظر قرار می‌دهد که گاهی سویه‌های ایدئولوژیک و حتی پروپاگاندایی را نیز در برمی‌گیرد و بنابراین شاهد وضعیتی خواهیم بود که آن را «بازقربانی‌شدن رسانه واسط قربانیان کودک[2]» می‌نامیم؛ این ایده را در ادامه توضیح خواهیم داد؛ بنابراین، هنگام جنگ کودکان یا بازنمایی می‌شوند یا در معرض پیام رسانه‌ها قرار می‌گیرند؛ اما احتمال اینکه خود منبع تولید پیام و روایت پیامد جنگ بر خود باشند، بسیار اندک است.

1. Media-mediated effects of war on children
2. Mediated re-victimization of child victims of war

اثرات پیام‌های رسانه‌ای جنگ بر کودکان

این دسته از ادبیات بر مواجهه کودکان با پیام‌های رسانه‌ها که به نحوی با جنگ مرتبط هستند توجه دارند. اخبار عمده‌ترین ژانر یا نوع محتوای رسانه‌ای است که طی آن کودکان در معرض خشونت حاکم بر آن، تصویر بدن‌های زخمی و تکه‌تکه و گریه و شیوه مجروحان و بازماندگان قرار می‌گیرند. از منظر اثرات رسانه‌ها، همان‌طور که پرس (۱۳۹۳) بحث می‌کند اثرات برنامه‌ها و اخبار جنگ می‌تواند پیامدهای شناختی، عاطفی و رفتاری برای مخاطبان کودکان در پی داشته باشد که برخی از آن‌ها در بخش قبل اشاره شد؛ اما درمجموع این نوع اثرات از نوع اثرات خرد بر یکایک مخاطبان است؛ اما به نظر می‌رسد تأثیر تماشای این اخبار بر کودکان عمدتاً به شکل غیرعمدی باشد زیر اخبار جنگ در اصل برای مخاطبان بزرگسال منتشر می‌شوند؛ اما کودکان ممکن است به‌طور ناخواسته در برابر این نوع اخبار قرار بگیرند. از سوی دیگر، اثراتی که تماشای اخبار جنگ بر کودکان دارد ممکن است کوتاه‌مدت باشد اما برخی از آثار ناخوشاند اخبار جنگ شاید در بلندمدت زندگی فردی و اجتماعی فرد را تحت تأثیر قرار دهد.

از منظری دیگر، می‌توان اثرات تماشای اخبار خشونت‌آمیز جنگ و نیز بحث‌های نظری درباره خشونت رسانه‌ای نیز ارتباط برقرار کرد؛ هرچند در اصل پژوهش‌های مرتبط با اثرات تماشای خشونت رسانه‌ای بر ژانرها خشن و تماشای صحنه‌های خشن فیلم‌ها و حتی بازی‌های محتوایی متمرکز بوده‌اند (اسپارکس و همکاران، ۱۳۹۸) اما برنامه‌های جنگ‌محور ازجمله اخبار و فیلم‌های مستند از صحنه جنگ که طی آن خشونت به شکلی عریان و بدون سانسور و رده‌بندی سنی به نمایش درمی‌آید، می‌توانند برخی پیامدهای ناشی از تماشای محتوای خشن رسانه‌ای را در پی داشته شد که برخی از آن‌ها عاطفی و برخی نیز رفتاری هستند.

بازنمایی کودکان جنگ‌زده یا قربانی جنگ در رسانه

بازنمایی کودکان آسیب‌دیده از جنگ به شکل مجروح و کشته‌شده و کودکانی که والدین خود را از دست داده‌اند و غیره یک سازوکار پیچیده است که می‌تواند دلالت‌های عاطفی، پروپاگاندایی و ایدئولوژیک داشته باشد و گاهی نیز صرفاً به شکل ساده با هدف نمایش مظلومیت قربانی و سبوعیت مهاجم صورت می‌گیرد.

درباره رابطه ایدئولوژی و بازنمایی باید گفت این مفهوم چارچوبی برای فهم چگونگی ایجاد و حفظ قواعد و حدود زندگی اجتماعی فراهم می‌کند. ایدئولوژی،

نظامی از ایده‌ها و معناهاست که با استفاده از آن جهان و روابط خود را تفسیر می‌کنیم. معمولاً این واژه با بار منفی به‌کار می‌رود و به باورهای دیگران اشاره دارد؛ مثلاً وقتی یک سیاست‌مدار دیگری را «ایدئولوژیک» می‌نامد، یعنی او چیزها را آن‌طور که واقعاً هستند نمی‌بیند. در این نگاه، برخی معناها درست و برخی تحریف‌شده تلقی می‌شوند و قدرت‌ها برای کنترل معناها، آن‌ها را به نفع خود تحریف می‌کنند تا تصویری از واقعیت بسازند که با منافعشان هماهنگ باشد، نه تصویری که نمایانگر حقیقت امور باشد (Carah, 2021: 78).

بازقربانی‌شدن رسانه‌واسط قربانیان کودک جنگ

همان‌طور که شرلینگ (۲۰۲۶) نوشته است، در گفتمان رسانه‌ای، قربانی‌بودگی در رسانه‌ها[1] به این اشاره دارد که چگونه افراد یا گروه‌های آسیب‌دیده بازنمایی می‌شوند و در معرض دید عموم قرار می‌گیرند. بازنمایی قربانی‌بودگی در گزارش‌های رسانه‌ای از منازعات مسلحانه هرگز عینی و بی‌طرفانه نیست، بلکه به‌طور نظام‌مند سلسله‌مراتب قربانیان[2] را می‌سازد. رسانه‌ها از طریق انتخاب منابع، زبان ارزشی، ساختار دستوری (فعال/منفعل)، زمینه‌دهی تاریخی، قاب‌بندی و تصاویر، تشخیص می‌دهند که کدام قربانی «شایسته» ترحم و پوشش گسترده است و کدام «ناشایسته» و مستحق سکوت یا کم‌توجهی. به‌عبارت‌دیگر، رنج به‌خودی‌خود در رسانه دیده نمی‌شود؛ بلکه ایدئولوژی، منافع ژئوپلیتیک و سوگیری‌های نژادی (مانند شرق‌شناسی) تعیین می‌کنند که مثلاً قربانی اوکراینی «اروپایی و شبیه ما» و شایسته همدلی است، درحالی‌که قربانی فلسطینی یا سوری «غیراروپایی» و تنها یک آمار فرعی محسوب می‌شود (Sherling, 2026).

برای توضیح این فرایند چارچوب‌بندی مفهوم *بازقربانی‌سازی پیشنهاد شده است* که یکی از اشکال بازنمایی جنگ‌زدگان است وقتی رسانه‌ها تصویر یک کودک جنگ‌زده را خارج از بافت انسانی و تاریخی او، صرفاً برای تحریک عواطف یا توجیه یک موضع سیاسی پخش می‌کنند، عملاً به قربانی برای بار دوم آسیب می‌زنند. بار اول شامل بمب، محاصره و آوارگی است و بار دوم شامل نمایش بی‌وقفه اشک و خون بدون حفظ کرامت، بی‌نام‌ونشانی و تبدیل کودک به یک نماد (نه یک انسان خاص) می‌شود. این بازنمایی اغلب متضمن وضعیت دوسویه سوءاستفاده ایدئولوژیک و پروپاگاندایی است. یک‌طرف درگیری از رنج کودکان به‌عنوان اثبات شیطان‌صفت

1. Victimhood
2. Hierarchy of victims

بودن طرف مقابل بهره می‌برد و طرف دیگر یا سکوت می‌کند یا سریعاً به سراغ قربانیان خودش می‌رود تا ترازوی رنج را متوازن کند. در هر دو حالت، خودکودک ناپدید می‌شود و فقط کاربردی عاطفی ـ سیاسی پیدا می‌کند. از سوی دیگر، رنج کودکان در خدمت روایت غالب درمی‌آید، نه ثبت واقعیت تاریخی که این خود به تحریف تاریخ منجر می‌شود؛ اما از منظری خودانتقادی باید گفت که بازنمایی از کودکان جنگ‌زده ذاتاً قربانی‌کننده نیست. تصویری که با حفظ کرامت، اجازه روایت به خودکودک یا خانواده‌اش بدهد، از کلیشه‌های عاطفی اجتناب کند و در چارچوب عدالت‌خواهی (نه انتقام‌گیری) و اثبات سبوعیت دشمن متجاوز پخش شود، می‌تواند بازقربانی‌کننده نباشد.

نظریه برجسته‌سازی

در دهۀ ۱۹۷۰ میلادی، نظریه «دستورکارگذاری» توسط نظریه‌پردازانی مانند ماکسول مک‌کامبز مطرح شد. بر اساس این نظریه، رسانه‌ها توانایی تأثیرگذاری بر این را دارند که مردم درباره چه مسائل سیاسی‌ای بیندیشند، نه اینکه مستقیماً طرز فکر آن‌ها را تعیین کنند. این نظریه نشان می‌دهد که میزان و جایگاه پوشش خبری یک موضوع با میزان اهمیت آن موضوع در ذهن مخاطبان همبستگی قوی دارد. پژوهش‌های اخیر اصول تکمیلی زیر را در این زمینه شناسایی کرده‌اند: نخبگان سیاسی به تعیین دستور کار رسانه‌ها کمک می‌کنند؛ دروازه‌بانان رسانه‌ای (سردبیران و تهیه‌کنندگان) در مورد میزان و محل پوشش خبری تصمیم می‌گیرند؛ منابع خبری بر مسائلی تأکید می‌کنند که به نظرشان شایسته توجه عمومی و دولت است؛ موفقیت رسانه در تعیین «چه چیزی را فکر کنیم» بر «اینکه چگونه فکر کنیم» نیز تأثیر می‌گذارد؛ این تأثیر در مورد مسائل ملی بیشتر از مسائل محلی است؛ رسانه‌ها از «چارچوب‌بندی» برای ساده‌سازی و جهت‌دهی به اخبار سیاسی استفاده می‌کنند؛ و چارچوب‌بندی خبری، اهمیت برخی کنشگران و ایده‌ها را افزایش و هم‌زمان برخی دیگر را کاهش می‌دهد یا نادیده می‌گیرد (Littlejohn & Foss, 2009: 759). برجسته‌سازی عمدتاً بر چارچوب‌بندی تکیه دارد و دروازه‌بانی نقش مهمی در چارچوب‌بندی دارد، در حقیقت، وظیفه اصلی تمامی دروازه‌بانان رسانه‌ای تعیین این است که کدام گزارش‌ها در روزنامه یا برنامه پخش‌شده آن روز گنجانده یا حذف شوند و چه نکاتی درون آن گزارش‌هایی که گنجانده می‌شوند. درواقع این دروازه‌بانان هستند که محتوای چارچوب‌ها را برمی‌سازند.

نظریه چارچوب‌بندی و چارچوب‌بندی خبری

چارچوب به نقطه‌نظری ساده‌شده و جهت‌دار گفته می‌شود که برخی مسائل را تعریف و برجسته می‌کند (و نه مسائل دیگر)؛ ارتباطات علّی میان مسائل و راه‌حل‌های سیاستی ترجیح‌داده‌شده ایجاد می‌کند؛ داوری‌های ارزشی صادر می‌نماید؛ و منافع جناحی یا اقتصادی را به‌جای منافع عمومی ترویج می‌دهد. چارچوب‌ها زمانی می‌توانند تأثیر مثبت داشته باشند که مخاطبان را درباره ابعاد مختلف مسائل و سیاست‌ها آگاه کنند، جهت‌گیری‌های به‌کاررفته توسط نخبگان سیاسی را نقد نمایند و استدلال‌ها و شواهدی فراهم آورند که مخاطبان بتوانند در تعاملات خود از آن‌ها استفاده کنند (Littlejohn & Foss, 2009: 760).

نظریه چارچوب‌بندی به دنبال شناسایی الگوهایی است که افراد بر اساس آن‌ها جهان را درک می‌کنند. ریشه‌های این نظریه به جامعه‌شناس اروینگ گافمن بازمی‌گردد که معتقد بود طراحی‌های تفسیرگرانه، عناصر مرکزی نظام‌های اعتقادی فرهنگی را شکل می‌دهند و آن‌ها را «چارچوب» نامید که افراد در تجربه روزمره خود برای فهم جهان از آن استفاده می‌کنند. چارچوب‌ها با کاهش پیچیدگی اطلاعات، هم به تفسیر و هم به بازسازی واقعیت کمک می‌کنند و ریشه مفهومی آن‌ها در پدیدارشناسی است که بر اساس باورها، تجربیات و دانش افراد معناهای جهان را شکل می‌دهد. امروزه ارتباطات رسانه‌ای، چارچوب‌های قدرتمندی ارائه می‌دهد که تجربیات فردی را به چالش می‌کشد و بازتعریف می‌کند (Voklkmer, 2009).

چارچوب‌بندی خبری به نحوه ارائه و سازمان‌دهی اخبار توسط رسانه‌ها اشاره دارد که برداشت و معنا را در ذهن مخاطب شکل می‌دهد. به گفته (وست و ترنر[1]، ۳۶۰: ۲۰۱۸) تاد گیتلین[2] (۱۹۸۰) نخستین بار مفهوم چارچوب‌بندی را در تحلیل خود از پوشش رسانه‌ای جنبش دانشجویی دهه ۱۹۶۰ در شبکه تلویزیونی سی.بی.اس مطرح کرد و نشان داد که این نوع پوشش می‌تواند یک جنبش اجتماعی را کم‌اهمیت‌تر از واقعیت آن بازنمایی کند. پژوهش‌های بعدی نیز نشان دادند که چارچوب‌بندی از مسیرهای متعددی انجام می‌شود؛ به‌گونه‌ای که در رسانه‌های مکتوب، عناصری همچون اندازه و برجستگی تیترها، استفاده از تصاویر، حجم گزارش و محل قرارگیری خبر در صفحه، ابزارهایی در اختیار سردبیران قرار می‌دهد تا اهمیت رویدادها را تعریف کرده و ابعاد

1. West and Turner
2. Todd Gitlin

موردنظر خود را برجسته سازند.

برخی چارچوب‌های خبری را ابزارهایی برای جهت‌دهی معنایی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی می‌دانند و این واقعیت وجود دارد که چارچوب‌ها می‌توانند بر شیوه تفسیر پیام‌ها اثر بگذارند. باوجوداین، در عمل، چارچوب‌بندی برای بسیاری از روزنامه‌نگاران بیش از آنکه ابزاری برای دست‌کاری باشد، راهکاری حرفه‌ای برای کاهش پیچیدگی مسائل و انتقال مؤثر آن‌ها به طیف گسترده‌ای از مخاطبان محسوب می‌شود (Scheufle, 2008: 1862-1863).

رسانه‌ها کودکان قربانی جنگ را به در چارچوب‌های ویژه‌ای بازنمایی می‌کنند که مبتنی بر اهداف و گرایش سازمان‌های خبری به‌طور کل و نقش دروازه‌بانی خبرنگاران به‌طور خاص‌تر است. درواقع خبرنگاران و سردبیران تصمیم می‌گیرند چه اخباری منتشر شود و با چه زاویه‌ای.

روش پژوهش

این پژوهش یک مطالعه کیفی با رویکرد تحلیل چارچوب است. برای استخراج چارچوب‌های خبری از داده‌های متنی، از تحلیل مضمون به‌عنوان روش تحلیل استفاده شده است. به‌عبارت‌دیگر، تحلیل مضمون ابزار شناسایی الگوهای معنایی در داده‌ها و تحلیل چارچوب سطح تبیین و سازمان‌دهی این مضامین در قالب چارچوب‌های خبری است. جامعه آماری شامل تمامی خبرهای مرتبط با حادثه در بازه زمانی از شروع جنگ تا آتش‌بس به مدت چهل روز ـ از ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۱۹ فروردین ۱۴۰۵ ـ است. گردآوری نمونه‌ها از کانال‌های خبری پرمخاطب پیام‌رسان‌های بله و ایتا انجام شد. تمرکز بر کانال‌های خبری پیام‌رسان‌های بومی به علت محدودیت دسترسی به مجراهای خبری دیگر توسط نویسنده به‌واسطه مسدودسازی کامل اینترنت بوده است[1]. کانال‌های خبری که برای گردآوری اخبار انتخاب شدند عبارت بودند از: خبر فوری در پیام‌رسان بله در حدود ۲ میلیون و ششصدهزار کاربر دارد؛ و بیداری ملت با بیش از یک‌میلیون و چهارصدهزار کاربر؛ اخبار فوری/مهم با بیش از ۵۷۸ هزار کاربر؛ صابرین نیوز با ۲۸۷ هزار کاربر از ایتا.

نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و با ملاحظات دسترسی انجام شد. معیار انتخاب کانال‌های خبری عبارت بود از: فعالیت مستمر در بازه زمانی مطالعه؛ پوشش گسترده

۱. مسدودسازی دسترسی به اینترنت از ابتدای جنگ رمضان در ۹ اسفند ۱۴۰۴ آغاز شد و تا ۵ خرداد ۱۴۰۵ به مدت حدود سه ماه (۸۸ روز) به طول انجامید که از آن به عنوان طولانی‌ترین زمان قطع اینترنت در جهان یاد می‌شود.

اخبار جنگ؛ تعداد بالای مخاطبان؛ مرجعیت نسبی در انتشار اخبار؛ امکان جستجو و دسترسی به آرشیو مطالب. با توجه به قطعی اینترنت و محدودیت دسترسی به رسانه‌های برخط بین‌المللی در زمان اجرای پژوهش، داده‌ها از کانال‌های خبری فعال در پیام‌رسان‌های بومی گردآوری شد؛ بنابراین، محدودیت دسترسی یکی از ملاحظات اجرایی پژوهش بوده است.

زمان گردآوری داده‌ها از تاریخ ۹ اسفند ۱۴۰۴ (روز شروع جنگ) تا ۱۹ فروردین ۱۴۰۵ (روز شروع آتش‌بس) بوده است. جستجوی اخبار مرتبط با استفاده از کلیدواژه‌های مرتبط ازجمله «میناب»، «کودکان میناب» و «شجره طیبه» صورت گرفت. کلیه اخبار حاوی کلیدواژه «میناب» از این کانال‌ها گردآوری و برای تحلیل برگزیده شدند. واحد تحلیل پست‌های منتشرشده در این کانال‌ها بوده است. این پست‌ها شامل متن، ویدئو و یا عکس بوده‌اند. در اینجا فقط متن هر پست تحلیل شده است. پس از جستجو نتایج ظاهر شده بر اساس انتشار در فاصله زمانی موردنظر و مرتبط بودن با حادثه غربال‌گری و پست‌های مرتبط حذف شدند. گردآوری داده‌ها در اواخر اردیبهشت ۱۴۰۵ انجام شده است. برای نمونه، پس از جستجو در کانال خبر فوری در پیام‌رسان بله تعداد ۵۵۰ خبر یافت شد که پس از غربال‌گری (حذف اخبار از محدوده زمانی و نامرتبط با حادثه میناب) تعداد ۴۰۵ خبر تحلیل شد. دو کانال خبری دیگر مرتبط به پیام‌رسان ایتا بودند. در کانال اخبار فوری/مهم تعداد ۹۳ پیام در قسمت جستجو یافت شد. پس از غربال‌گری ۶۰ خبر برای تحلیل نهایی باقی ماند. در کانال بیداری ملت پس جستجوی اولیه ۲۰۹ خبر با کلیدواژه میناب پیدا شد. پس از غربال‌گری تعداد ۱۰۲ خبر حذف شد. در کانال صابرین نیوز ۱۰۹ خبر با کلیدواژه میناب یافت شد که ۳۸ خبر از نتایج به علت عدم تعلق به دوره زمانی در غربالگری حذف شدند؛ باقیمانده خبرها به حادثه میناب مرتبط بودند.

تحلیل چارچوب‌ها به روش استقرایی انجام شده است و پس از کنار هم نهادن کدها درنهایت به مضامین اصلی یا چارچوب‌ها رسیدیم؛ بنابراین برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده به روش تحلیل مضمون متوسل شدیم. در این روش، تحلیل مضمون و چارچوب‌بندی با هم ترکیب شدند. ابتدا بدون هیچ پیش‌فرض چارچوبی از پیش تعیین شده، تحلیل مضمون عمیق صورت گرفت.

تحلیل داده‌ها بر اساس روش تحلیل مضمون براون و کلارک[1] (۲۰۰۶) انجام شد

1. Braun, & Clarke

و از طریق کدگذاری، استخراج مضامین و سازمان‌دهی آن‌ها، چارچوب‌های خبری شناسایی شدند. تحلیل داده‌ها در چهار مرحله انجام شد. مرحله نخست، مطالعه مکرر متن خبرها و آشنایی با داده‌ها بود. در مرحله دوم، کدگذاری باز انجام شد و هر عبارت یا مضمون معنادار به‌صورت یک کد اولیه ثبت گردید. در مرحله سوم، کدهای مشابه در قالب مضامین فرعی سازمان‌دهی شدند. در مرحله چهارم، مضامین فرعی در قالب مضامین اصلی ادغام شدند و سپس مضامین اصلی با توجه به نحوهٔ برجسته‌سازی یا حاشیه‌رانی ابعاد مختلف رویداد، به‌عنوان چارچوب‌های خبری تفسیر شدند. برای افزایش اعتمادپذیری تحلیل، فرایند کدگذاری چندین بار بازبینی شد و کدهای مشابه یا همپوشان ادغام گردید. همچنین، تعاریف عملیاتی هر کد و مضمون در طول تحلیل به‌صورت مستمر اصلاح شد تا انسجام درونی مضامین حفظ شود. علاوه بر این، نمونه‌هایی از داده‌های خام برای کنترل سازگاری میان کدها و مضامین مجدداً بررسی شدند. در این پژوهش، چارچوب به الگویی از مضامین مرتبط اطلاق می‌شود که شیوه خاصی از تعریف، تفسیر و برجسته‌سازی رویداد را بازنمایی می‌کند. ازاین‌رو، چارچوب‌ها نه بر اساس یک کد منفرد، بلکه بر پایه مجموعه‌ای از مضامین هم‌بسته استخراج شدند.

تحلیل یافته‌ها

پس از کدگذاری، ادغام کدها به شکل مضامین اولیه، سپس تشکیل مضامین اصلی به‌سوی برساخت و تعریف چارچوب‌های اصلی حرکت کردیم. پس از طی این مسیر ما به سه چارچوب اصلی دست پیدا کردیم که منعکس‌کننده نحوه بازنمایی حمله به مدرسه شجره طیبه میناب در کانال‌های خبری پیام‌رسان‌های ایرانی بله و ایتا است. این چارچوب‌ها عبارت‌اند از:

جدول ۱. چارچوب‌های اصلی بازنمایی خبری حمله به مدرسه شجره طیبه میناب

ردیف	عنوان چارچوب	ویژگی‌ها	تعریف عملیاتی
۱	چارچوب کودک ـ دختر قربانی[1]	ـ برجسته‌سازی دختران ـ تأکید بر معصومیت ـ تمرکز بر عواطف	این چارچوب بر بازنمایی قربانیان به‌عنوان دختران خردسال، معصوم و فاقد هرگونه نقش در منازعه استوار است. در این چارچوب، هویت جنسیتی قربانیان به مهم‌ترین عنصر روایت تبدیل می‌شود.

1. Victimized Girl-Child Frame

۲	چارچوب هتک حرمت معصوم[1]	ـ مدرسه به‌عنوان فضای مقدس ـ کودک به‌مثابه مرز اخلاقی جنگ ـ جنایت فراتر از منطق نظامی	در این چارچوب، حمله به مدرسه نه صرفاً یک اقدام نظامی بلکه شکستن یک مرز اخلاقی و تعرض به امر مقدس تلقی می‌شود.
۳	چارچوب عدالت‌جویی اخلاقی و مجازات‌خواهی حقوقی[2]	ـ محکومیت جهانی ـ جنایت جنگی ـ مجازات عاملان ـ خون‌خواهی و پاسخگویی	این چارچوب بر پاسخگویی عاملان حمله، محکومیت جهانی و ضرورت تحقق عدالت تأکید می‌کند.

در ادامه جزئیات بیشتری از ابعاد و مضامین و عناصر مفهومی تشکیل‌دهنده هر چارچوب ذکر می‌شود.

۱. چارچوب کودک ـ دختر قربانی

اولین چارچوب که به نظر می‌رسد چارچوب مسلط در مجموعه اخبار موردمطالعه باشد، «کودک ـ دختر قربانی» است. در این چارچوب رویداد به‌گونه‌ای بازنمایی شده است که دختران کودک، نماد مطلق بی‌گناهی و آسیب‌پذیری تلقی شده و مخاطب از طریق همذات‌پنداری عاطفی با آنان به درک فاجعه هدایت می‌شود. در این چارچوب، جنسیت دخترانه قربانیان به یکی از عناصر اصلی روایت تبدیل می‌شود. تأکید مکرر بر «دختران خردسال»، «دختران مدرسه میناب» و «دختران معصوم» سبب می‌شود که رنج حادثه عمدتاً از خلال تصویر دختران قربانی معنا یابد. در بسیاری از موارد، هویت جنسیتی قربانیان بر سایر ویژگی‌های آنان غلبه می‌کند و حتی در مواردی که آمار رسمی از حضور شمار قابل‌توجهی از دانش‌آموزان پسر در میان قربانیان حکایت دارد، تمرکز خبری همچنان بر دختران باقی می‌ماند. ازاین‌رو می‌توان گفت که روایت غالب حادثه در کانال‌های خبری موردبررسی، حول محور «دختران قربانی جنگ» شکل گرفته است. در جدول ۲ مضامین مرتبط با این چارچوب قابل‌مشاهده است.

ملاحظه اخبار منتشرشده دربارهٔ رویداد مدرسه شجره طیبه میناب حاکی از آن است که باوجودآنکه این مدرسه در اصل دوطبقه بوده و بخشی یک طبقه آن به پسران و طبقه دیگران به دختران دانش‌آموز اختصاص داشت، اما از همان ابتدای وقوع حادثه پسران دانش‌آموز تا مدت‌ها در خبرها غایب بودند. در تیتر اولین خبری که در کانال خبر فوری دربارهٔ این حادثه نوشته شده است، دخترانه بودن مدرسه برجسته شده است:

1. Violation of Innocence Frame
2. Moral Justice Frame and Legal Punishment

«دبستان دخترانه در میناب موردحمله قرار گرفت». این خبر به نقل از ایرنا و بر اساس اطلاعات ارائه‌شده توسط معاون سیاسی، اجتماعی و امنیتی هرمزگان بیان شده است: «در حملات امروز رژیم صهیونیستی به شهرستان میناب یک دبستان دخترانه به‌طور مستقیم مورد هدف قرار گرفت و تاکنون پنج نفر از دانش‌آموزان به شهادت رسیده‌اند»؛ بنابراین، این تیتر، با تأکید بر ابعاد عاطفی و نمادین حمله به کودکان بی‌گناه، نقشی اساسی در جهت‌دهی به روایت‌های رسانه‌ای آتی در چارچوب «خشونت علیه دختران دانش‌آموز» را پایه‌گذاری می‌کند.

نکته جالب‌توجه دیگر این است که توجه به دخترانه بودن را در اصل مقامات رسمی پایه‌گذاری می‌کنند. اولین مسئول رسمی که در مورد حادثه مورد مصاحبه قرار گرفته است، معاون استانداری هرمزگان است که از عبارت مدرس دخترانه استفاده می‌کند. همچنین در کانال اخبار فوری/مهم ایتا نیز به نقل از فرماندار ویژه میناب در حدود ساعت ۱۴ و ۳۰ دقیقه نهم اسفند اعلام می‌شود که «حمله موشکی آمریکا به دبستان دخترانه ۲۴ شهید برجای‌گذاشت». همچنین برخی دیگر از خبرها که بر دختر بودن قربانیان توجه دارند عبارت‌اند از: «شهدای دبستان دخترانه میناب تا ۱۴: ۴۵ دقیقه به ۴۰ نفر رسید»؛ «تعداد شهدای فاجعه حمله به مدرسه دخترانه در میناب به ۴۲ نفر رسید»؛ «جنایت رژیم صهیونیستی و آمریکا: مدارس هدف آمریکا»؛ تعداد شهدای دانش‌آموز دبستان دخترانه شجره طیبه میناب هرمزگان به ۳۶ نفر رسید»؛ «شهادت ۵۱ دانش‌آموز در حمله اسرائیل به مدرسه دخترانه فرماندار میناب در حمله موشکی صبح امروز اسرائیل به یک دبستان دخترانه این شهرستان تاکنون ۵۱ دانش‌آموز به شهادت رسیده و ۶۰ دانش‌آموز مجروح شده‌اند»؛ و «گزارش میدانی خبرنگار مهر از شهر میناب پس از تجاوز آمریکایی صهیونیستی به دبستان دخترانه «شجره طیبه» در میناب را نشان می‌دهد.»

جدول ۲. مضامین اصلی و فرعی مرتبط با چارچوب کودک ـ دختر قربانی

مضمون اصلی	مضامین فرعی	نمونه کدها
جنسیتی‌شدن معصومیت و رنج	۱. معصومیت قربانی فرشته بی‌گناه مظلوم معصوم ۲. آسیب‌پذیری کودکان سن پایین محیط مدرسه ناتوانی در دفاع از خود ۳. جنسیتی‌شدن رنج دختران خردسال دختران دانش‌آموز تأکید بر دختر بودن قربانیان ۴. شخصی‌سازی قربانی نام و تصویر کودکان وسایل شخصی باقی‌مانده روایت زندگی قربانیان	ـ دختران خردسال ـ دختران معصوم ـ فرشتگان کوچک ـ گل‌های پرپر ـ دختران مدرسه میناب ـ دانش‌آموزان بی‌گناه ـ دستان کوچک کودکان ـ کوله‌پشتی‌های خون‌آلود ـ نیمکت‌های خالی کلاس ـ آخرین عکس دانش‌آموزان

از سوی دیگر، بررسی اخبار نشان می‌دهد که کانال‌های خبری موردبررسی، قربانیان حادثه را نه صرفاً به‌عنوان «دانش‌آموزان» یا «کودکان»، بلکه به‌طور خاص به‌عنوان «دختران» بازنمایی کرده‌اند. در این روایت‌ها، جنسیت قربانیان به یکی از مهم‌ترین عناصر معنابخش حادثه تبدیل شده و در موارد متعددی حتی بر سایر ویژگی‌های آنان غلبه یافته است. در سطح کدهای اولیه، عباراتی مانند «دست‌های کوچک دختران میناب»، «دختران معصوم»، «فرشتگان کوچک»، «گل‌های پرپر شده» و «دختران دانش‌آموز» به دفعات در اخبار تکرار شده‌اند. همچنین روایت‌های شخصی و عاطفی پیرامون قربانیان، عمدتاً بر ویژگی‌های دخترانه آنان تمرکز داشته است. برای مثال، در یکی از خبرها از «دست‌های کوچک دختران میناب» سخن گفته می‌شود و در خبری دیگر زندگی یکی از دانش‌آموزان قربانی به‌صورت روایتی احساسی بازسازی می‌شود. تحلیل این الگوها نشان می‌دهد که رسانه‌ها از هویت دخترانه قربانیان به‌عنوان یک منبع نمادین برای تشدید همدلی مخاطبان استفاده کرده‌اند. در این چارچوب، «دختر بودن» صرفاً یک ویژگی جمعیت‌شناختی نیست، بلکه دلالت‌هایی همچون لطافت، آسیب‌پذیری، بی‌پناهی و معصومیت را با خود حمل می‌کند. به همین دلیل، رنج

قربانیان از خلال یک روایت زنانه و عاطفی بازتفسیر می‌شود و مخاطب بیش از آنکه با یک فاجعه نظامی مواجه شود، با تصویری از نابودی موجوداتی ظریف، معصوم و فاقد هرگونه نقش در منازعه روبه‌رو می‌شود. درنتیجه، می‌توان گفت بازنمایی حادثه میناب در بسیاری از اخبار موردمطالعه از منطق «چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه» پیروی می‌کند؛ چارچوبی که در آن برجسته‌سازی هویت دخترانه قربانیان، به ابزاری برای افزایش تأثیر عاطفی روایت و برانگیختن احساساتی چون اندوه، شفقت و خشم اخلاقی در مخاطبان تبدیل می‌شود. در این فرآیند، جنسیت نه یک ویژگی فرعی، بلکه یکی از مهم‌ترین سازوکارهای معنابخشی به رویداد است.

تحلیل اخبار نشان می‌دهد که بازنمایی حمله به دبستان شجره طیبه میناب را نمی‌توان صرفاً نتیجه انعکاس واقعیت عینی حادثه دانست، بلکه این بازنمایی حاصل فرآیندهای برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی رسانه‌ای است. از منظر نظریه برجسته‌سازی، رسانه‌ها با انتخاب برخی جنبه‌های واقعیت و اعطای وزن و تکرار بیشتر به آن‌ها، دستورکار ذهنی مخاطبان را شکل می‌دهند. در حادثه میناب نیز جنسیت قربانیان به مهم‌ترین ویژگی قابل‌تشخیص رویداد تبدیل شد و سایر ابعاد حادثه، ازجمله ترکیب واقعی قربانیان، شرایط نظامی حمله، یا پیامدهای آموزشی و اجتماعی آن، در حاشیه قرار گرفت. در اینجا نظریه چارچوب‌بندی نیز اهمیت می‌یابد. مشاهده یافته‌ها نشان می‌دهد که دختران قربانی نه به‌عنوان دانش‌آموز یا شهروند، بازنمایی می‌شوند؛ بنابراین، جنسیت قربانیان از یک ویژگی توصیفی به یک منبع معنایی تبدیل می‌شود که از طریق آن کل رویداد تفسیر می‌شود. از این منظر، می‌توان گفت که رسانه‌ها از طریق ترکیب دو سازوکار برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی، «دختران قربانی» را به کانون معنایی حادثه میناب تبدیل کرده‌اند. برجسته‌سازی، توجه مخاطبان را بر جنسیت قربانیان متمرکز ساخته و چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه، این جنسیت را به حامل معانی خاصی چون معصومیت، شکنندگی و مظلومیت تبدیل کرده است. حاصل این فرایند، شکل‌گیری روایتی است که در آن فاجعه میناب بیش از هر چیز به‌عنوان تراژدی دختران معصوم بازشناخته می‌شود.

یک نکته جالب‌توجه دیگر اینکه باوجود تمرکز عمده اخبار بر دانش‌آموزان دختر قربانی این رویداد، هویت هیچ‌کدام از این قربانیان دختر به شکل شخصی و متمایز برجسته نشده است. برعکس، دو دانش‌آموز قربانی شاخصی در اخبار رسانه‌ها برجسته شده‌اند، دو دانش‌آموز پسر به نام‌های ماکان نصیری و میکائیل میردورقی هستند و در

قالب‌های گوناگون از مصاحبه و تحلیل گرفته تا محتواهای کاربرساخته و ناشرساخته (ساخته شده توسط رسانه‌های خبری) برجسته شده‌اند.

۲. چارچوب هتک حرمت معصوم

در این چارچوب، حمله به مدرسه نه صرفاً یک اقدام نظامی بلکه شکستن یک مرز اخلاقی و تعرض به امر مقدس تلقی شده است. در این چارچوب، کودکان قربانی با صفاتی همچون «معصوم»، «بی‌گناه»، «فرشته» و «گل‌های پرپرشده» توصیف می‌شوند و حمله به مدرسه نه صرفاً یک اقدام نظامی، بلکه شکستن یک مرز اخلاقی و تعرض به امر مقدس تلقی می‌شود. در این نوع بازنمایی، تأکید اصلی بر معصومیت قربانیان و غیرقابل‌قبول بودن خشونت علیه آنان قرار دارد؛ بنابراین، حادثه بیش از آنکه یک رخداد نظامی یا سیاسی معرفی شود، به‌صورت یک هتک حرمت اخلاقی و انسانی بازتعریف می‌شود. در جدول سوم، مضامین اصلی و فرعی مرتبط با این چارچوب ذکر شده است.

جدول ۳. مضامین اصلی و فرعی چارچوب هتک حرمت معصوم

مضمون اصلی	مضامین فرعی	نمونه کدها
قداست قربانیان و شکسته شدن مرزهای اخلاقی	۱. قداست کودکی کودک به‌مثابه موجود معصوم کودکی به‌عنوان ارزش جهان‌شمول ۲. قداست مدرسه مدرسه به‌عنوان فضای امن کلاس درس به‌عنوان مکان غیرنظامی ۳. تابوشکنی اخلاقی عبور از خطوط قرمز انسانی نقض اصول انسانی و حقوق بشردوستانه ۴. غیرقابل توجیه بودن خشونت نابخشودنی بودن حمله فقدان هرگونه مشروعیت اخلاقی	ـ جنایت علیه کودکان ـ حمله به مدرسه ـ شکستن حرمت کودکی ـ قتل بی‌گناهان ـ فاجعه انسانی ـ کشتار دانش‌آموزان ـ روز سیاه میناب ـ جنایت نابخشودنی ـ مدرسه هدف قرار گرفت ـ حمله به آینده کشور

برخی روایت‌های خبری این حمله را نه صرفاً یک رویداد جنگی بلکه تعرض به امر مقدس و عبور از یک خط قرمز انسانی معرفی می‌کنند. در چارچوب «هتک حرمت معصوم»، حادثه میناب صرفاً به‌عنوان یک حمله نظامی یا حتی یک جنایت جنگی بازنمایی نمی‌شود، بلکه به‌مثابه عبور از یک مرز بنیادین اخلاقی و تعرض به امری مقدس معنا می‌یابد. در این روایت، مسئله اصلی تنها کشته‌شدن تعدادی دانش‌آموز

نیست، بلکه شکسته‌شدن حرمت کودکی و هدف قرار گرفتن یکی از نمادهای امنیت و معصومیت در جامعه، یعنی مدرسه، است. در سطح کدهای اولیه، عباراتی نظیر «جنایت علیه کودکان»، «کشتار دانش‌آموزان»، «شکستن حرمت کودکی»، «حمله به آینده کشور»، «فاجعه انسانی» و «جنایت نابخشودنی» به‌دفعات تکرار شده‌اند. این واژگان نشان می‌دهند که روایت‌های خبری بیش از آنکه بر ابعاد نظامی یا راهبردی حادثه متمرکز باشند، آن را در قالب یک مسئله اخلاقی و انسانی صورت‌بندی کرده‌اند. در بسیاری از اخبار، مدرسه نه یک ساختمان آموزشی، بلکه فضایی امن، غیرنظامی و مصون از خشونت معرفی شده است؛ فضایی که حمله به آن به معنای نقض یکی از پذیرفته‌شده‌ترین هنجارهای انسانی و حقوق بشردوستانه تلقی می‌شود.

از منظر نظریه چارچوب‌بندی، رسانه‌ها از طریق انتخاب واژگان، استعاره‌ها و توصیف‌های خاص، حادثه را در قالب «نقض امر مقدس» سازمان‌دهی کرده‌اند. در این چارچوب، کودک تنها یک قربانی نیست، بلکه نماد معصومیت انسانی است و مدرسه نیز صرفاً محل آموزش نیست، بلکه نماد امنیت، آینده و تداوم حیات اجتماعی محسوب می‌شود؛ بنابراین، حمله به مدرسه میناب نه به‌عنوان یک رخداد جنگی عادی، بلکه به‌عنوان شکسته‌شدن یک تابوی اخلاقی بازنمایی می‌شود. از منظر نظریه برجسته‌سازی نیز مشاهده می‌شود که رسانه‌ها به‌طور مداوم بر عناصر خاصی از حادثه، مانند «کودک بودن قربانیان»، «مدرسه بودن محل حمله» و «غیرنظامی بودن هدف» تأکید کرده‌اند. این برجسته‌سازی سبب می‌شود مخاطب حادثه را بیش از آنکه در چارچوب منطق جنگ و درگیری نظامی تفسیر کند، در قالب یک تخطی اخلاقی و انسانی درک نماید. درنتیجه، واکنش مخاطب نیز بیش از آنکه سیاسی یا نظامی باشد، ماهیتی اخلاقی و عاطفی پیدا می‌کند.

در توضیح وجه تمایز چارچوب هتک حرمت معصوم با چارچوب کودک ـ دختر قربانی باید اشاره کرد که اگرچه هر دو چارچوب بر مفهوم معصومیت استوارند، اما در سطح تحلیلی تفاوت‌های مهمی میان آن‌ها وجود دارد. در چارچوب «کودک ـ دختر قربانی»، تمرکز اصلی بر ویژگی‌های قربانیان است. رسانه‌ها از طریق برجسته‌سازی دختر بودن، خردسال بودن و آسیب‌پذیری قربانیان تلاش می‌کنند همدلی عاطفی مخاطب را افزایش دهند؛ بنابراین، موضوع اصلی این چارچوب «چه کسی قربانی شده است؟» می‌باشد؛ اما در مقابل، چارچوب «هتک حرمت معصوم» بر خود عمل خشونت‌آمیز و معنای اخلاقی آن تمرکز دارد. در اینجا اهمیت اصلی نه در دختر یا پسر بودن قربانیان، بلکه در این است که

خشونت علیه کودک و مدرسه به‌عنوان دو امر مقدس و مصون از جنگ اعمال شده است؛ بنابراین، موضوع محوری این چارچوب «چه نوع مرز اخلاقی شکسته شده است؟» است. به‌بیان‌دیگر، چارچوب نخست بیشتر بر شخص قربانی متمرکز است، درحالی‌که چارچوب دوم بر ماهیت جنایت تمرکز دارد. در چارچوب کودک ـ دختر قربانی، مخاطب با قربانی همذات‌پنداری می‌کند؛ اما در چارچوب هتک حرمت معصوم، مخاطب با یک قضاوت اخلاقی درباره خود رویداد مواجه می‌شود. ازاین‌رو، می‌توان گفت چارچوب نخست به تولید همدلی می‌انجامد، درحالی‌که چارچوب دوم به تولید محکومیت اخلاقی و احساس ضرورت مجازات عاملان حادثه منجر می‌شود. به‌طور خلاصه درواقع اگر بخواهیم به زبان نظری خلاصه کنیم: چارچوب اول بر «قربانی‌سازی» و چارچوب دوم بر «اخلاقی‌سازی» این رویداد تمرکز دارد. این چارچوب‌بندی موضوع جنسیت و نیز تمرکز بر عواطف را کنار می‌گذارد و «دانش‌آموز قربانی» به جای «دانش‌آموز دختر قربانی» موضوع تأمل می‌شود.

۳. چارچوب عدالت‌جویی اخلاقی و مجازات‌خواهی حقوقی

این چارچوب بر پاسخگویی عاملان حمله، محکومیت جهانی و ضرورت تحقق عدالت تأکید می‌کند. در این چارچوب، عاملان حمله به‌صورت صریح و بدون ابهام معرفی می‌شوند و بر عمدی بودن حمله تأکید می‌گردد. اشاره به نوع تسلیحات به‌کاررفته، استناد به گزارش‌های رسانه‌ای و حقوقی و تأکید بر هدف قرار گرفتن مستقیم مدرسه، بخشی از مؤلفه‌های این چارچوب را تشکیل می‌دهد. درنتیجه، حادثه نه یک خطای نظامی یا پیامد ناخواسته جنگ، بلکه یک اقدام آگاهانه و مصداق روشن جنایت جنگی بازنمایی می‌شود.

در این چارچوب، حادثه میناب از سطح یک رویداد ملی فراتر می‌رود و به نمادی جهانی از خشونت علیه کودکان تبدیل می‌شود. انعکاس واکنش شخصیت‌های سیاسی، رسانه‌های خارجی، تجمع‌های اعتراضی و مراسم یادبود در کشورهای مختلف، به مخاطب این پیام را منتقل می‌کند که رنج قربانیان میناب محدود به ایران نیست، بلکه وجدان عمومی جهان را نیز تحت تأثیر قرار داده است. این چارچوب درواقع تلاش می‌کند مشروعیت اخلاقی روایت حادثه را از طریق ارجاع به افکار عمومی جهانی تقویت نماید. در این چارچوب، سوگواری برای قربانیان با مطالبه مجازات عاملان پیوند می‌خورد. تأکید بر انتقام خون کودکان، پیگرد حقوقی و بین‌المللی عاملان و ضرورت پاسخگویی آنان، عناصر اصلی این چارچوب را تشکیل می‌دهد. در این روایت، حادثه صرفاً موضوعی برای ابراز اندوه نیست، بلکه به مبنایی برای مطالبه

عدالت و پاسخ متناسب تبدیل می‌شود. در جدول ۴ مضامین اصلی و فرعی چارچوب عدالت‌خواهی و درخواست مجازات قانونی دیده می‌شود.

جدول ۴. مضامین اصلی و فرعی چارچوب عدالت‌جویی و درخواست مجازات قانونی

مضمون اصلی	مضامین فرعی	نمونه کدها
تبدیل سوگ به کنش اخلاقی و حقوقی	۱. اهریمنی‌سازی عامل حمله کودک‌کش جنایتکار متجاوز قاتل کودکان ۲. جهانی‌سازی فاجعه محکومیت بین‌المللی واکنش رسانه‌های خارجی همبستگی جهانی ۳. مطالبه عدالت پیگرد حقوقی مجازات عاملان پاسخگویی بین‌المللی ۴. خون‌خواهی نمادین انتقام خون کودکان فراموش‌نشدن قربانیان ضرورت پاسخ متناسب	ـ جنایت جنگی ـ رژیم کودک‌کش ـ محکومیت جهانی ـ پیگرد حقوقی ـ انتقام خون کودکان ـ محاکمه عاملان ـ پاسخ متقابل ـ مطالبه عدالت ـ واکنش سازمان‌های بین‌المللی ـ اعتراض جهانی

در قالب این چارچوب رنج قربانیان به مطالبه‌ای برای عدالت، مجازات عاملان و پاسخگویی بین‌المللی تبدیل شده است. در این چارچوب، حادثه صرفاً به‌عنوان یک تراژدی انسانی یا یک رویداد جنگی بازنمایی نمی‌شود، بلکه به‌منزله یک بی‌عدالتی اخلاقی و حقوقی معرفی می‌شود که مستلزم واکنش، محکومیت و پاسخگویی است. در این روایت، تمرکز رسانه‌ها از توصیف صرف رنج قربانیان فراتر می‌رود و به مطالبه مجازات عاملان، پیگیری حقوقی و ایجاد اجماع اخلاقی علیه مهاجمان منتقل می‌شود. یک بعد این چارچوب اهریمنی‌سازی عامل حمله است. در بسیاری از اخبار، عاملان حمله نه به‌عنوان یک‌طرف درگیر در جنگ، بلکه با برچسب‌هایی نظیر «کودک‌کش»، «جنایتکار»، «متجاوز» و «قاتل کودکان» معرفی می‌شوند. در این روایت، حمله به مدرسه نه یک اشتباه نظامی یا پیامد ناخواسته جنگ، بلکه اقدامی عامدانه و فاقد هرگونه مشروعیت اخلاقی تلقی می‌شود. استفاده از تعابیری همچون «جنایت علیه

کودکان»، «قتل‌عام دانش‌آموزان» و «جنایت جنگی» موجب می‌شود مرز میان دشمن نظامی و مجرم اخلاقی از میان برداشته شود و مهاجمان در جایگاه عاملان شرّ مطلق قرار گیرند. نمونه‌ای از اخبار مرتبط عبارت‌اند از: «آمریکا حمله جنایتکارانه به مدرسه میناب را تلویحاً پذیرفت»؛ «در پی حملات رژیم صهیونیستی و رژیم جنایتکار آمریکا شاهد پرپر شدن فرشته‌های معصوم میناب هستیم».

دومین مضمون فرعی، «جهانی‌سازی فاجعه» است. در بخش قابل‌توجهی از اخبار، توجه رسانه‌ها به واکنش‌های خارجی، بیانیه‌های بین‌المللی، اعتراض‌های مردمی در سایر کشورها و پوشش رسانه‌های خارجی معطوف شده است. در این روایت، حادثه میناب صرفاً یک مسئله ملی تلقی نمی‌شود، بلکه به موضوعی مربوط به وجدان عمومی بشریت تبدیل می‌گردد. تأکید بر واکنش شخصیت‌های سیاسی خارجی، پوشش رسانه‌های بین‌المللی و برگزاری مراسم‌های یادبود در نقاط مختلف جهان، این پیام را منتقل می‌کند که رنج کودکان میناب فراتر از مرزهای جغرافیایی ایران قرار گرفته و به نمادی جهانی از خشونت علیه کودکان تبدیل شده است. ازجمله در خبری می‌خوانیم عباس عراقچی وزیر امور خارج ایران، «حمله ... به دبستان دخترانه‌ای در میناب و کشتار دختران معصوم ایرانی...را نقض فاحش اصول بنیادین منشور ملل متحد و جنایتی آشکار علیه صلح و امنیت بین‌المللی» معرفی می‌کند.

سومین مضمون فرعی، «مطالبه عدالت» است. در این بخش از روایت‌ها، بر ضرورت پیگیری حقوقی حادثه، محاکمه عاملان و پاسخگویی آنان تأکید می‌شود. اخبار مرتبط با تحقیقات حقوقی، درخواست پیگرد بین‌المللی، استناد به حقوق بشردوستانه و اشاره به مسئولیت دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی، همگی در جهت تبدیل فاجعه از یک رویداد احساسی به یک مسئله حقوقی و سیاسی عمل می‌کنند. در این چارچوب، عدالت نه صرفاً یک خواست عاطفی، بلکه یک مطالبه مشروع حقوقی و بین‌المللی معرفی می‌شود. برای نمونه در این خبر مشاهده می‌کنیم که «یونسکو با تأکید بر اینکه مدارس باید مکان‌هایی امن، غیرنظامی و به‌دوراز درگیری‌های مسلحانه باشند، تصریح کرد که هرگونه حمله به مراکز آموزشی مغایر با اصول حقوق بین‌الملل بشردوستانه و قواعد مربوط به حفاظت از غیرنظامیان است.»

چهارمین مضمون فرعی، «خون‌خواهی نمادین» است. در بسیاری از اخبار، سوگواری برای قربانیان با مضامین انتقام، پاسخ متناسب و فراموش‌نشدن خون کودکان پیوند خورده است. بااین‌حال، آنچه در داده‌ها مشاهده می‌شود بیش از آنکه دعوت

به انتقام مستقیم باشد، نوعی خون‌خواهی نمادین است که از طریق یادآوری مداوم قربانیان، تأکید بر مسئولیت عاملان و مطالبه پاسخگویی آنان صورت می‌گیرد. در این روایت، قربانیان نه صرفاً موضوع سوگواری، بلکه مبنای مشروعیت‌بخش برای درخواست عدالت و مجازات عاملان معرفی می‌شوند. برای نمونه، رئیس دادگستری هرمزگان می‌گوید: «بقایای تسلیحات دشمن در محل این جنایت پس از کشف، ضبط و جمع‌آوری‌شده و بر این اساس موضوع این جنایت در مجامع قضایی داخلی و بین‌المللی در حال پیگیری است.»

برآیند این مضامین فرعی، شکل‌گیری مضمون اصلی «تبدیل سوگ به کنش اخلاقی و حقوقی» است. درواقع، رسانه‌ها حادثه میناب را از سطح یک تجربه تراژیک و عاطفی فراتر برده و آن را به مسئله‌ای اخلاقی، سیاسی و حقوقی تبدیل می‌کنند. در این چارچوب، رنج قربانیان به مطالبه‌ای برای تحقق عدالت، پاسخگویی عاملان و محکومیت جهانی خشونت علیه کودکان تبدیل می‌شود. تبدیل این رویکرد به یک کنش سیاسی را در این خبر ملاحظه می‌کنیم: «دانشجویان دانشگاه ملی خودمختار مکزیک در محوطه دانشگاه مراسم یادبودی برای بیش از ۱۶۸ دانش‌آموز دختری برگزار کردند که در بمباران دبستان «شجره طیبه» در ایران توسط آمریکا به شهادت رسیدند.»

بنابراین، چارچوب عدالت‌خواهی اخلاقی را می‌توان به بازنمایی رویدادی تعریف کرد که در آن: (۱) عاملان حادثه به‌عنوان ناقضان آشکار اصول اخلاقی و حقوقی معرفی می‌شوند؛ (۲) حادثه در سطح ملی و بین‌المللی محکوم می‌گردد؛ و (۳) بر ضرورت مجازات، پاسخگویی و پیگیری حقوقی تأکید می‌شود.

بحث

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بازنمایی رسانه‌ای حمله به دبستان شجره طیبه میناب را نمی‌توان صرفاً بازتاب واقعیت عینی حادثه دانست، بلکه این بازنمایی حاصل فرایندهای انتخاب، برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی رسانه‌ای است. اگرچه تحلیل داده‌ها سه چارچوب اصلی «کودک ـ دختر قربانی»، «هتک حرمت معصوم» و «عدالت‌جویی اخلاقی و مجازات‌خواهی حقوقی» را آشکار ساخت، اما غلبه چارچوب نخست نشان می‌دهد که جنسیت قربانیان در سازمان‌دهی روایت رسانه‌ای نقشی محوری ایفا کرده است. بر همین اساس، می‌توان الگوی مسلط بازنمایی را با مفهوم «چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه» تبیین کرد؛ مفهومی که به شیوه‌ای از چارچوب‌بندی اشاره دارد

که در آن رسانه‌ها برای افزایش تأثیر عاطفی روایت، از دلالت‌های فرهنگی مرتبط با زنانگی، مانند لطافت، آسیب‌پذیری، معصومیت و بی‌گناهی، در بازنمایی کودکان قربانی بهره می‌گیرند. درعین‌حال، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که این چارچوب، تنها شیوه بازنمایی حادثه نبوده و در کنار آن، چارچوب‌های اخلاقی و حقوقی نیز در شکل‌دهی به روایت رسانه‌ای نقش داشته‌اند. ازاین‌رو، «چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه» را باید چارچوب غالب، نه یگانه چارچوب بازنمایی این رویداد دانست.

یکی از یافته‌های قابل‌توجه پژوهش، نوعی تمایز میان برجسته‌سازی هویت جمعی و بازنمایی هویت فردی قربانیان است. اگرچه رسانه‌ها به‌طور گسترده بر «دختر بودن» قربانیان تأکید کرده‌اند، اما هویت فردی آنان، شامل نام، زندگی، ویژگی‌های شخصی و روایت‌های متمایز، کمتر درکانون توجه قرار گرفته است. در مقابل، «دختران معصوم میناب» به‌مثابه یک سوژه جمعی و نمادین بازنمایی شده‌اند. بدین‌ترتیب، آنچه برجسته شده، بیش از آنکه شخصیت افراد باشد، جایگاه نمادین آنان در روایت عاطفی حادثه است. این یافته نشان می‌دهد که در برخی موقعیت‌های بحرانی، رسانه‌ها برای افزایش اثرگذاری عاطفی، قربانیان را از سطح فردی به سطح نمادین منتقل می‌کنند و از آنان به‌عنوان نشانه‌هایی برای بازنمایی رنج جمعی بهره می‌گیرند.

همچنین یافته‌ها نشان داد که تمرکز گسترده بر «دختران قربانی» موجب شده است سایر ابعاد رویداد، ازجمله حضور دانش‌آموزان پسر در میان قربانیان، در روایت غالب کمتر دیده شود. این مشاهده به معنای نادیده‌گرفتن عامدانه سایر قربانیان نیست، بلکه بیانگر آن است که منطق چارچوب‌بندی رسانه‌ای می‌تواند برخی عناصر یک رویداد را برجسته و برخی دیگر را کم‌رنگ سازد. این موضوع، یکی از ویژگی‌های ذاتی فرایند چارچوب‌بندی است و نشان می‌دهد که روایت رسانه‌ای همواره نتیجه انتخاب و سازمان‌دهی گزینشی عناصر واقعیت است.

درمجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در بازنمایی رسانه‌ای کودکان قربانی جنگ، جنسیت می‌تواند از یک ویژگی توصیفی فراتر رفته و به سازوکاری برای تولید معنا و برانگیختن همدلی مخاطبان تبدیل شود. از این منظر، مفهوم «چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه» می‌تواند به‌عنوان مفهومی تحلیلی برای مطالعه نحوه بازنمایی قربانیان در پوشش رسانه‌ای جنگ و سایر بحران‌های انسانی در پژوهش‌های آینده مورداستفاده و آزمون قرار گیرد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که بازنمایی رسانه‌ای حمله به دبستان شجره طیبه میناب بر پایه سه چارچوب اصلی شکل گرفته است: «کودک_دختر قربانی»، «هتک حرمت معصوم» و «عدالت‌جویی اخلاقی و مجازات‌خواهی حقوقی». در میان این سه، چارچوب «کودک_دختر قربانی» چارچوب مسلط بود و بیشترین سهم را در سازمان‌دهی روایت‌های خبری به خود اختصاص داد. تحلیل داده‌ها نشان داد که در این چارچوب، رسانه‌ها با برجسته‌سازی هویت دخترانه قربانیان، از مؤلفه‌هایی همچون معصومیت، آسیب‌پذیری و بی‌گناهی برای افزایش تأثیر عاطفی روایت بهره گرفته‌اند. بر این اساس، مفهوم «چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه» به‌عنوان مفهومی برآمده از داده‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود؛ مفهومی که به شیوه‌ای از چارچوب‌بندی اشاره دارد که در آن دلالت‌های فرهنگی مرتبط با زنانگی برای تقویت اثرگذاری عاطفی روایت به کار گرفته می‌شود. بااین‌حال، یافته‌ها نشان داد که این چارچوب تنها الگوی بازنمایی حادثه نبوده و در کنار آن، دو چارچوب دیگر نیز در تفسیر رویداد نقش داشته‌اند. چارچوب «هتک حرمت معصوم» حمله به مدرسه را فراتر از یک رویداد نظامی و به‌منزله نقض یک مرز بنیادین اخلاقی و تعرض به فضای امن کودکی بازنمایی کرده است. همچنین چارچوب «عدالت‌جویی اخلاقی و مجازات‌خواهی حقوقی» با تأکید بر محکومیت عاملان، پیگیری حقوقی و ضرورت پاسخگویی، رنج قربانیان را به مطالبه‌ای اخلاقی و حقوقی برای تحقق عدالت تبدیل کرده است. درمجموع، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فهم رسانه‌ای حادثه میناب بیش از آنکه بر ابعاد نظامی یا توصیف صرف واقعه استوار باشد، در قالب چارچوب‌های عاطفی، اخلاقی و حقوقی سازمان یافته است. از این منظر، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که نحوه چارچوب‌بندی رسانه‌ای می‌تواند در شکل‌دهی به درک عمومی از قربانیان جنگ و برجسته‌سازی برخی ابعاد رویداد نسبت به سایر ابعاد نقشی تعیین‌کننده داشته باشد. این یافته‌ها می‌تواند مبنایی برای مطالعات آینده درباره بازنمایی رسانه‌ای کودکان قربانی جنگ و سازوکارهای چارچوب‌بندی اخبار در شرایط منازعه باشد.

محدودیت‌های پژوهش و پیشنهادهایی برای مطالعات آینده

پژوهش حاضر با چند محدودیت همراه بوده است که در تفسیر یافته‌ها باید موردتوجه قرار گیرد. نخست، داده‌های پژوهش صرفاً از کانال‌های خبری فعال در پیام‌رسان‌های بومی بله و ایتا گردآوری شده است. این انتخاب، علاوه بر ملاحظات روش‌شناختی، متأثر از محدودیت دسترسی به سایر رسانه‌های برخط در دوره اجرای

پژوهش و هم‌زمانی آن با قطعی اینترنت بوده است. ازاین‌رو، یافته‌های پژوهش بیش از همه ناظر بر الگوی بازنمایی در این بسترهای رسانه‌ای است و لزوماً قابل تعمیم به سایر رسانه‌ها نیست. با توجه به ماهیت کیفی پژوهش و نمونه‌گیری هدفمند، یافته‌ها قابلیت تعمیم آماری به همه رسانه‌ها را ندارند و صرفاً بازتاب الگوهای بازنمایی در کانال‌های موردمطالعه هستند. بااین‌حال، به دلیل انتخاب کانال‌های پرمخاطب و تحلیل جامع اخبار، یافته‌ها از انتقال‌پذیری تحلیلی برای مطالعات مشابه برخوردارند و تعمیم آن‌ها به سایر زمینه‌ها باید بااحتیاط و با توجه به شباهت شرایط رسانه‌ای و اجتماعی انجام شود.

دوم، تحلیل حاضر تنها بر محتوای متنی خبرها متمرکز بوده و عناصر بصری، ازجمله تصاویر، ویدئوها، شیوه‌های تدوین و سایر مؤلفه‌های چندرسانه‌ای موردبررسی قرار نگرفته‌اند؛ درحالی‌که این عناصر می‌توانند نقش مهمی در شکل‌گیری چارچوب‌های خبری و برانگیختن واکنش‌های عاطفی مخاطبان داشته باشند.

سوم، پژوهش حاضر به تحلیل محتوای رسانه‌ها پرداخته و برداشت یا واکنش مخاطبان نسبت به این چارچوب‌های خبری را بررسی نکرده است؛ بنابراین، درباره میزان تأثیر این چارچوب‌ها بر ادراک و نگرش مخاطبان نمی‌توان بر اساس یافته‌های این پژوهش داوری کرد.

بر این اساس، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با مقایسه بازنمایی این رویداد در رسانه‌های داخلی و بین‌المللی، شبکه‌های اجتماعی جهانی و رسانه‌های دیداری، تفاوت‌های چارچوب‌بندی را بررسی کنند. همچنین، انجام مطالعات چندوجهی که علاوه بر متن، تصاویر و ویدئوهای خبری را نیز تحلیل کنند، می‌تواند درک جامع‌تری از سازوکارهای بازنمایی رسانه‌ای کودکان قربانی جنگ فراهم آورد. افزون بر این، پیشنهاد می‌شود مفهوم «چارچوب‌بندی مبتنی بر عواطف زنانه» در سایر جنگ‌ها، بحران‌های انسانی و بلایای طبیعی آزمون شود تا حدود اعتبار، قابلیت تعمیم و تمایز آن از سایر گونه‌های چارچوب‌بندی عاطفی روشن‌تر گردد. درنهایت، تلفیق تحلیل محتوای رسانه‌ای با پژوهش‌های مخاطب‌محور می‌تواند نشان دهد که این چارچوب‌های خبری چگونه بر ادراک، قضاوت‌های اخلاقی و همدلی مخاطبان نسبت به کودکان قربانی جنگ اثر می‌گذارند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

آراسته، جمشید و ماندانا صنیعی (۱۴۰۲). مسئولیت اجتماعی رسانه و حقوق جنگ؛ رهیافتی بر جامعه‌شناسی رسانه انقلابی در جمهوری اسلامی ایران، *نشریه جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی*، ۴ (۱)، ۱۳۷ـ۱۶۶.

https://doi.org/178685

اسپارکس، گلن جی، اسپارکس، چری و اسپارکس، ارین ای (۱۳۹۸). خشونت رسانه‌ای (صص. ۵۹۹ـ۶۳۶). در برایانت، جنینگز و اولیور، مری بث. *اثرات رسانه‌ها: پیشرفت‌های نظریه و پژوهش*، ترجمهٔ علیرضا دهقان، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

اوریا، مهدی، موسوی شهیدی، سیدمهدی و محمدمصطفی سلیمی (۱۴۰۲). جنگ‌های نوپدید؛ واکاوی نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین، *فصلنامه بازی جنگ*، ۱۳ (۲)، ۹۳ـ۱۲۷.

https://doi.org/10.22034/ijwg.2024.460251.1084

پرس، الیزابت ام (۱۳۹۳). *اثرات رسانه‌ای و جامعه*، ترجمهٔ مهدی منتظرقائم و احسان شاه‌قاسمی، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

تاج شریفی‌فر، سیمین (۱۳۸۲). جنبه‌های روانی جنگ در کودکان، *پژوهش علوم سلامت و نظامی*، ۴، ۲۴۷ـ ۲۶۰.

توسلی نایینی، منوچهر (۱۳۸۲). جنگ و حقوق کودکان آواره و بی‌سرپرست، *فقه و حقوق خانواده*، ۳۲، ۳۷ـ۵۸.

خبرگزاری ایسنا (۱۴۰۵). دادستان میناب: آمار نهایی شهدای حمله به مدرسه شجره طیبه ۱۵۶ نفر است. *خبرگزاری ایسنا*. تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۱/۲۰. قابل دسترس در: https://media.isna.ir/news/14050120106 15

خسروپور، جعفر(۱۳۹۶). *بررسی بازنمایی‌های جنگ در رمان نوجوان فارسی؛ با تحلیل نمونه آثاری از انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوان (۱۳۶۰ـ۱۳۹۴)*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هرمزگان، دانشکده علوم انسانی).

رضایی بایندر، محمدرضا (۱۳۸۲). کودکان و اخبار جنگ در رسانه، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۳۴، ۲۵۱ـ ۲۷۰.

شبیری، سعیده سادات، خزایی، ظاهر، شگرف نخعی، محمدرضا و کاظم حسن‌پور (۱۴۰۴). ارزیابی اثرات جنگ ۱۲ روزه بر سلامت روان کودکان: یک مرور روایتی، *مجله طب نظامی*، ۲۷ (۴)، ۶ـ۱۴.

https://doi.org/10.30491/jmm.2025.1006936.1390

طلعت، آرمین و محمد آهنگر اصیل (۱۳۹۵). حمایت از کودکان در مخاصمات مسلحانه در چارچوب اسناد بین‌المللی، *پژوهش‌های حقوقی*، ۱۵ (۳۰)، ۱۱۵ـ۱۴۵.

عبدی، ابوذر و محمدعلی صلح‌پی (۱۴۰۳). حقوق کودکان از منظر اسناد مرتبط با حقوق بشردوستانه بین‌المللی. *تحقیق و توسعه در حقوق عمومی*، ۱ (۲)، ۳۳۷ـ۳۶۹. https://doi.org/10.22034/jrpl.2025.2042429.1113

قائم‌پناه، محمدطاها و جعفر حسین پور(۱۴۰۴). ماتریس رسانه: معماری نوین جنگ‌های ترکیبی بر پایه همگرایی رسانه و هوش مصنوعی، *مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی*، ۲(۳)، ۱۲۱ـ۱۵۸.

doi: 10.22083/cssms.2025.539858.1068

کمالی باغستانی، محمد و سیدموسی رئیسی (۱۴۰۵). ارائه الگوی روایت رسانه‌ای جنگ رمضان در رسانه‌های بیگانه: مطالعه موردی ایران اینترنشنال، پژوهش‌های اخلاقی، ۱۶ (۴)، ۲۲۳ـ۲۴۵.

محتشم، احمد، سلطانی، فخرالدین و علیرضا رضایی (۱۴۰۳). حمایت از کرامت و حقوق زنان و کودکان در مخاصمات مسلحانه از منظر حقوق بین‌الملل، *پژوهش‌های اخلاقی*، ۱۴ (۳)، ۲۵۵ـ۲۶۸.

مصلی، سمیرا، میرعباسی، سیدباقر و مصطفی تقی‌زاده انصاری (۱۴۰۱). مبانی جنایت علیه کودکان از منظر محاکم بین‌المللی و فقه اسلامی، *قرآن و طب*، ۷(۴)، ۹۰ـ۱۰۳.

مصلی، سمیرا، میرعباسی، سیدباقر و مصطفی تقی‌زاده انصاری (۱۴۰۲). جنایت علیه کودکان در رویه دیوان بین‌المللی کیفری، *فقه جزای تطبیقی*، ۳ (۴)، ۱۹۵ـ۲۱۲. Doi:10.22034/jccj.2024.430900.1445

نوحی، سیما و لیلا شیرزاد (۱۳۸۳). مداخله کاردرمانی در کودکان جنگ‌زده، *فصلنامه مددکاری اجتماعی*، ۱ (۱۸)، ۳۳ـ۴۵.

وطن‌خواه، مریم (۱۴۰۴). *سیاست‌های تولید برنامه تلویزیونی برای ارتقای تاب‌آوری کودکان در شرایط جنگ و بحران (مطالعه موردی: شبکه نهال)* (پیشنهاده رساله دکتری تخصصی، دانشگاه صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون).

Abdi, A., & Solh-Pey, M. A. (2024). Children's Rights from the Perspective of Documents Related to International Humanitarian Law. *Research and Development in Public Law*,1(2), 337-369. https://doi.org/10.22034/jrpl.2025.2042429.1113 **[In Persian]**

Arasteh, J., & Saniei, M. (2023). Media social responsibility and the law of war: An approach to the sociology of revolutionary media in the Islamic Republic of Iran. *Journal of Political Sociology of the Islamic Revolution*, 4(1), 137-166. **[In Persian]**

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Ghaempanah, M & Hosseinpour, j (2026).Media Matrix: The New Architecture of Hybrid Warfare through the Convergence of Media and Artificial Intelligence. 2(3), 121-158. doi: 10.22083/cssms.2025.539858.1068**[In Persian]**

ISNA News Agency. (2026). Minab Prosecutor: The Final Number of Victims of the Attack on Shajareh Tayyebeh School Reached 156. *ISNA News Agency*. Published April 9, 2026. Retrieved from https://media.isna.ir/news/1405012010615 **[In Persian]**

Kamali Baghestani, M., & Raeisi, S. M. (2026). Presenting a media narrative model of the Ramadan War in foreign media: A case study of Iran International. *Ethical Research*, 16(4), 223-245. **[In Persian]**

Khosropour, J. (2017). *Examining representations of war in Persian adolescent novels: A content analysis of selected works published by the Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults (1961-2015)* (Master's thesis, University of Hormozgan, Faculty of Humanities). **[In Persian]**

Mirmohammadi, S. M. (2007). Protection of Children in Armed Conflicts: Approaches of International Law and Islamic Law. *Human Rights Journal*, 4-5, 55-78. **[In Persian]**

Mohtasham, A., Soltani, F., & Rezaei, A. (2024). Protection of the Dignity and Rights of Women and Children in Armed Conflicts from the Perspective of International Law. *Ethical Research Journal*, 14(3), 255-268. **[In Persian]**

Mosalli, S., Mirabbasi, S. B., & Taghizadeh Ansari, M. (2022). Foundations of Crimes Against Children from the Perspective of International Courts and Islamic Jurisprudence. *Quran and Medicine*, 7(4), 90-103. **[In Persian]**

Mosalli, S., Mirabbasi, S. B., & Taghizadeh Ansari, M. (2023). Crimes Against Children in the Jurisprudence of the International Criminal Court. *Comparative Criminal Jurisprudence*, 3(4), 195-212.doi: 10.22034/jccj.2024.430900.1445 **[In Persian]**

Noohi, S., & Shirzad, L. (2004). Occupational Therapy Intervention for War-Affected Children. *Quarterly Journal of Social Work*, 1(18), 33-45. **[In Persian]**

Ouria, M., Mousavi Shahidi, S. M., & Salimi, M. M. (2023). Emerging wars: Examining the role of social media in the Russia-Ukraine war. *War Game Quarterly*, 13(2), 93-127. https://doi.org/10.22034/ijwg.2024.460251.1084 **[In Persian]**

Perse, E. M. (2014). *Media Effects and Society* (M. Montazerghaem & E. Shahghasemi, Trans.). Tehran: IRIB Research Center. **[In Persian]**

Rezaei Bayandar, M. R. (2003). Children and War News in the Media. *Communication Research Quarterly*, 34, 251-270. **[In Persian]**

Saei, M. H., Azadi, M. H., & Davati Alborzi, H. (2019). The Emergence of Fake News in the Post-Truth Era: Objectives and Consequences. *Audio-Visual Media Studies*, 13(31), 59-85. **[In Persian]**

Scherling, J. (2026). Representations of victimhood in media reporting of armed conflicts. *Encyclopedia, 6*, 54. Doi: 10.3390/encyclopedia6030054

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2019). *Communication Theories* (A. Dehghan, Trans.). Tehran: University of Tehran Press. **[In Persian]**

Shabiri, S. S., Khazaei, Z., Shegarf Nakhai, M. R., & Hassanpour, K. (2025). Assessing the Effects of the Twelve-Day War on Children's Mental Health: A Narrative Review. *Military Medicine Journal*, 27(4), 6-14. https://doi.org/10.30491/jmm.2025.1006936.1390 **[In Persian]**

Shakeri-Nejad, M. (2026). Head of the IRIB Research Center: Khabar Network and "Be Vaght-e Iran" Were the Most-Watched National Media Programs During the War. *Jame Jam Online*. Published May 10, 2026. Retrieved from https://jamejamonline.ir/fa/news/1551550 **[In Persian]**

Sparks, G. J., Sparks, C. W., & Sparks, E. A. (2019). Media Violence (pp. 599-636). In J. Bryant & M. B. Oliver, *Media Effects: Advances in Theory and Research* (A. Dehghan, Trans.). Tehran: Elmi va Farhangi Publications. **[In Persian]**

Taj Sharifi-Far, S. (2003). Psychological Aspects of War in Children. *Journal of Military and Health Sciences Research*, 4, 247-260. **[In Persian]**

Talaat, A., & Ahangar Asil, M. (2016). Protection of Children in Armed Conflicts within the Framework of International Legal Instruments. *Legal Research Journal*, 15(30), 115-145. **[In Persian]**

Tavassoli Naeini, M. (2003). War and the Rights of Displaced and Orphaned Children. *Family Jurisprudence and Law Journal*, 32, 37-58. **[In Persian]**

Vatankhah, M. (2025). *Policies for producing television programs to enhance children's resilience in times of war and crisis: A case study of Nahal TV Channel* (PhD dissertation proposal, Islamic Republic of Iran Broadcasting University, Faculty of Radio and Television Production). **[In Persian]**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 41 - 70
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.582613.1136
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

A Semiotic Analysis of Trump's Iran-Related Images Tweeted During the Iran-US War

Behrokh Ganji, *PhD student in Media Management, Faculty of Social Sciences, Communication and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)*
Email: 0067087248@iau.ir

Tohid Moharrami, *Faculty Member of the Institute of Culture, Art and Communication, Tehran, Iran. Email: moharramitohid@yahoo.com*

Extended Abstract

Introduction: In the age of digital public diplomacy, social media platforms have become key arenas for meaning-making, enemy representation, and the legitimation of military actions. Donald Trump, the former US president, during the military and media war between Iran and the United States in the Iranian calendar years 1404-1405 (2025-2026 CE), used Twitter (now X) as a platform to disseminate images related to Iran. These images went beyond mere news reporting; they conveyed implicit ideological meanings. Despite numerous studies examining the textual content of Trump's tweets, systematic semiotic analysis of the images he posted—particularly during the peak of military tensions—remains a significant research gap. This research aimed to identify and analyze the semiotic systems employed in Donald Trump's tweeted images about Iran during the 1404-1405 war period and to decode their implicit connotations, myths, and ideological functions.

Methods: This qualitative study adopted an integrated semiotic approach based on Roland Barthes' theory (denotation, connotation, and myth) and Charles Sanders Peirce's trichotomy (symbol, index, and icon). The research population consisted of all images posted by Trump's official account (or his verified alternative accounts) during 1404-1405 that contained explicit or implicit references to Iran. A purposive, criterion-based sample of 27 images was selected based on the principle of theoretical saturation. Data were collected through systematic searches of Twitter/X and digital archives (e.g., the Wayback Machine) and stored along with their metadata. The analysis proceeded in four stages: (1) initial coding and description of visual signifiers; (2) analysis of connotations; (3) identification of myths; and (4) analysis of binary oppositions and ideological functions. MAXQDA software was used to assist with coding and categorization. Trustworthiness was enhanced through methodological triangulation (combining Barthes' and Peirce's approaches) and peer debriefing. Dependability was supported through an audit trail and a detailed codebook.

Findings: Classification of visual signifiers: Five main categories emerged: maps and borders (30%, e.g., manipulated maps of Iran featuring red arrows and the removal of Iranian islands), flags and national symbols (26%, e.g., Iranian and US flags presented in opposition and the Iranian flag depicted on sinking ships), military technologies (22%, e.g., aircraft carriers, submarines, drones, and missiles), leaders' and commanders' faces (15%, e.g., Trump and military commanders observing the scene), and abstract threat symbols (7%, e.g., storm clouds, fire, and the "red button"). Connotative meanings: Three dominant connotative themes were identified: (a) "existential, all-out threat"—conveyed through encircling red arrows on maps of Iran; (b) "annihilation and sinking"—represented through sinking Iranian fleets and falling drones, accompanied by captions such as "Dropping like

butterflies"; and (c) "strategic ambiguity with temporal urgency"—reinforced by the recurring phrase "Time is of the essence" and imagery of storms. Myths: Three overarching myths were reproduced: (1) the "myth of defeated and passive Iran"—which systematically erases Iran's military agency (e.g., by ignoring claims that Iran retained 70% of its missile arsenal); (2) the "myth of America as savior (military Christianity)"—in which Trump is presented as a noble commander protecting "civilization" from the "wild East"; and (3) the "myth of the ticking nuclear bomb"—which depicts Iran as an imminent existential threat, despite Iran's longstanding claims that its nuclear program is peaceful. Binary oppositions: Six oppositions structured the visual discourse: Us/Them, Power/Weakness, Peace/War, Civilized/Barbaric, Future/Past (Trump vs. Obama/Biden), and Calm/Storm. These oppositions function to construct Iran as the "other" while associating Western audiences with Trump's discourse. Ideological functions: The images served three main purposes: (a) legitimizing military action against Iran; (b) delegitimizing Trump's domestic political rivals, particularly Obama and Biden; and (c) creating a psychological climate of threat and urgency intended to pressure Iranian decision-makers. Additional finding: A notable "absence" of positive Iranian signifiers (e.g., ordinary people, natural landscapes, scientific achievements, and cultural heritage sites such as Persepolis) was observed across all 27 images. This absence itself functions as a sign, indicating that Iran is reduced to a "security problem" and "military target" rather than represented as a living civilization.

Conclusion: Trump's tweeted images during the 1404-1405 Iran-US war were not merely reflections of military events but functioned as powerful instruments in hybrid warfare and the broader battle over competing narratives. Through simple yet potent visual signs (maps, flags, storms, and sinking ships) and the reactivation of longstanding Orientalist myths, Trump and his media team contributed to constructing a visual discourse that could legitimize military violence against Iran. The systematic "absence" of positive representations of Iran suggests that this discourse sought the "semiotic erasure" of Iran as a living cultural identity. Theoretical contributions: This research offers an integrated Barthes-Peirce semiotic model for analyzing "crisis visual diplomacy." It proposes the concept of "digital Orientalism"—the reproduction of Orientalist stereotypes through contemporary digital visual tools, including AI-generated images, infographics, and manipulated maps. The finding of a "zero sign" (the absence of positive Iranian signifiers) extends the application of semiotic theory to the analysis of visual discourse. Practical contributions: For Iranian media and cultural institutions, the study identifies the adversary's visual patterns and suggests counter-strategies, including the production of alternative representations highlighting Iran's defensive capabilities, scientific achievements, natural landscapes, and cultural heritage. For international relations and soft-power analysts, the proposed model provides a framework for decoding image-based psychological operations. For defense policymakers, understanding the myths reproduced by the adversary (e.g., the "ticking bomb" and "defeated Iran") can contribute to the design of effective counter-narratives. In the era of visual diplomacy, military resistance and verbal diplomacy alone are insufficient. Iran needs a "semiotic corps" comprising graphic designers, filmmakers, media experts, and semioticians capable of producing powerful, credible, and constructive visual counter-narratives of Iran—not the mythologized image of Iran constructed by its adversaries. In this context, "meaning production"—the heart of contemporary soft power—can function as a strategic resource for responding to semiotic aggression.

Keywords: Semiotics, Tweeted images, Donald Trump, Iran-US war.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۷۰ - ۴۱
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 41 - 70
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.582613.1136
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

نشانه‌شناسی تصاویر توییت شده توسط ترامپ در جنگ ایران و امریکا با مضمون ایران

بهرخ گنجی[۱]، توحید محرمی[۲]

چکیده

در عصر دیپلماسی عمومی نوین، شبکه‌های اجتماعی به عرصه‌ای کلیدی برای بازنمایی قدرت، برساخت معنا و مدیریت منازعات ژئوپلیتیکی تبدیل شده‌اند. در این راستا پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل نظام‌های نشانه‌ای به‌کاررفته در تصاویر توییت‌شده دونالد ترامپ با مضمون ایران در بازه جنگ ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ و رمزگشایی از دلالت‌های ضمنی، اسطوره‌ها و کارکردهای ایدئولوژیک آن‌ها انجام شد. روش: تحقیق حاضر از نوع کیفی و به روش نشانه‌شناسی تلفیقی مبتنی بر آرای رولان بارت (لایه‌های دلالت صریح، ضمنی و اسطوره) و چارلز سندرس پیرس (سه‌گانه نشانه: نماد، نمایه، شمایل) انجام گرفت. جامعه پژوهش شامل کلیه تصاویر توییت‌شده توسط حساب رسمی ترامپ در بازهٔ ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ بود. نمونه‌ای به حجم ۲۷ تصویر به روش نمونه‌گیری هدفمند معیارمحور و بر اساس اصل اشباع نظری انتخاب شد. داده‌ها در چهار مرحله (کدگذاری اولیه، تحلیل دلالت ضمنی، کشف اسطوره‌ها و تحلیل تقابل‌های دوگانه) تجزیه‌وتحلیل شدند. اعتبار یافته‌ها از طریق مثلث‌سازی روشی و بازبینی همتا تأمین گردید. یافته‌ها: پنج دسته دال بصری شناسایی شد: نقشه و مرزها (۳۰ درصد)، پرچم و نمادهای ملی (۲۶ درصد)، فناوری‌های نظامی (۲۲ درصد)، چهره رهبران (۱۵ درصد) و نمادهای تهدید انتزاعی (۷درصد). در سطح دلالت ضمنی، سه مضمون اصلی «تهدید وجودی تمام‌عیار»، «انهدام و نابودی زیر آب» و «ابهام راهبردی با اضطرار زمانی» استخراج گردید. سه اسطوره کلان بازتولید شده عبارت بودند از: «اسطوره ایران شکست‌خورده و منفعل»، «اسطوره نجات‌دهنده آمریکا (مسیحیت نظامی)» و «اسطوره بمب ساعتی هسته‌ای». نتیجه‌گیری: تصاویر توییت‌شده ترامپ در بازه جنگ ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ صرفاً بازتاب رویدادهای نظامی نبودند، بلکه سلاح‌هایی راهبردی در جنگ ترکیبی و نبرد روایت‌ها به شمار می‌رفتند. ترامپ با بهره‌گیری از نشانه‌های بصری ساده اما پرمعنای نقشه، پرچم، طوفان و غرق‌شدگی و بازتولید اسطوره‌های شرق‌شناسانه کهن، موفق شد افکار عمومی آمریکا و جهان را برای پذیرش خشونت نظامی علیه ایران آماده سازد.

واژگان کلیدی

نشانه‌شناسی، تصاویر توییتر، جنگ ایران و آمریکا، بازنمایی ایران، ترامپ.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۱۷

۱. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) 1391mg@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران، ایران. moharramitohid@yahoo.com

مقدمه

در عصر دیپلماسی عمومی نوین، شبکه‌های اجتماعی به عرصه‌ای کلیدی برای بازنمایی قدرت، برساخت معنا و مدیریت منازعات ژئوپلیتیکی تبدیل شده‌اند. در این میان، توییتر به دلیل ماهیت بی‌درنگ، صریح و ویروسی خود، به ابزار راهبردی سیاست‌مداران به ویژه در لحظات بحرانی بدل گشته است. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور پیشین ایالات متحده، با رویکردی بی‌سابقه، نه‌تنها از توییتر به‌عنوان سکویی برای اعلام مواضع رسمی بلکه به‌مثابه بستری برای جنگ‌های روانی و هویت‌زدایی از دشمنان بهره برد. یکی از حساس‌ترین مقاطع این رویه، اوج تنش‌های نظامی و رسانه‌ای میان ایران و آمریکا به‌ویژه پس از ترور سردار قاسم سلیمانی در ژانویه ۲۰۲۰ و واکنش‌های متقابل بود. در این بازه، تصاویر منتشرشده توسط ترامپ، از نقشه‌های نشانه‌دار گرفته تا نمادهای تهدید، تنها رویدادهای خبری صرف نبودند، بلکه به‌مثابه متونی نشانه‌شناختی عمل کردند که برای بازتعریف «ایران» به‌مثابه «دشمنی همه‌جانبه» و «تهدیدی وجودی» به کار گرفته شدند. تحلیل این تصاویر، پرده از لایه‌های پنهان معنا، کلیشه‌های شرق‌شناسانه و استراتژی‌های گفتمانی فرومایه‌ای برمی‌دارد که فراتر از جنگ فیزیکی، در میدان نشانه‌ها و نمادها جاری بوده است.

ازاین‌رو پژوهش حاضر در چارچوب نشانه‌شناسی اجتماعی ـ گفتمانی، به تحلیل شیوه‌های بازنمایی «ایران» در تصاویر توییت‌شده توسط دونالد ترامپ در بستر بحران نظامی ایران و آمریکا (بازه تنش نظامی ایران و آمریکا:۱۴۰۴ ـ۱۴۰۵) می‌پردازد. در این بازه، توییت‌های تصویری ترامپ (شامل اینفوگرافیک‌ها، نقشه‌های جعلی، نمادهای پرچم، تصاویر تأسیسات نظامی و نشانه‌های هویتی) به حجم و دفعات بی‌سابقه‌ای منتشر شدند که نه‌تنها منعکس‌کننده مواضع سیاسی، بلکه سازنده گفتمانی تهدیدمحور علیه تمامیت سرزمینی، فرهنگی و سیاسی ایران بودند. این تصاویر در شبکه‌های جهانی بازنشر گسترده‌ای یافتند و به بستری برای تولید «حقیقت‌نمایی» بصری دربارهٔ ایران تبدیل شدند.

از سویی باوجود انبوه پژوهش‌های انجام‌شده درباره سیاست‌های دونالد ترامپ در قبال ایران، اکثر مطالعات معطوف به تحلیل محتوای متنی توییت‌ها، تحلیل گفتمان سیاسی یا بررسی کارکردهای دیپلماسی عمومی بوده‌اند. همچنین، مطالعات نشانه‌شناختی موجود در حوزه ارتباطات بحران، بیشتر بر تصاویر رسانه‌های خبری متمرکز بوده‌اند و کمتر به تصاویر منتشرشده مستقیم توسط یک رهبر سیاسی در

بستر شبکه اجتماعی پرداخته‌اند. به‌طور مشخص، تحلیل نظام‌مند نشانه‌شناختی از چگونگی رمزگذاری «هویت ایرانی» در تصاویر توییت‌شده ترامپ، بر اساس الگوهای نشانه‌شناسی لایه‌ای (مانند رمزگان‌های بارت و پیرس) در ادبیات علمی موجود، یک خلأ پژوهشی آشکار است. به‌عبارت‌دیگر، ما می‌دانیم که ترامپ توییت‌های تصویری ضدایرانی منتشر می‌کرد، اما نمی‌دانیم این تصاویر با استفاده از کدام دال‌های بصری، چه مدلول‌های پنهان ایدئولوژیکی درباره ایران برساختند و این برساخت چگونه در خدمت مشروعیت‌بخشی به اقدامات نظامی و تحقیر هویت ملی ایران بوده است؛ بنابراین اهمیت این پژوهش در دو سطح نظری و کاربردی قابل تبیین است. ازلحاظ نظری، این تحقیق به بسط مرزهای نشانه‌شناسی تصویری در عرصه «دیپلماسی بحران» و «رسانه‌های شخصی رهبران سیاسی» کمک می‌کند و مدلی تحلیلی برای رمزگشایی از ایدئولوژی‌های نهفته در تصاویر سیاسی ـ نظامی ارائه می‌دهد. از جنبه کاربردی، نتایج این تحقیق برای پژوهشگران علوم ارتباطات، تحلیلگران روابط بین‌الملل، متخصصان جنگ نرم و نیز نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای ایران که با هجمه‌های تصویری دشمن مواجه هستند، روشنگر خواهد بود.

با توجه به موارد فوق، مسئله اصلی پژوهش این است که: «ترامپ در تصاویر توییت‌شده خود طی دوره جنگ نیابتی و تنش مستقیم با ایران (۱۴۰۵ ـ ۱۴۰۴)»، از کدام نظام‌های نشانه‌ای و رمزگان‌های بصری برای بازنمایی «ایران» استفاده کرده و این بازنمایی‌ها چه دلالت‌های ضمنی و ایدئولوژیکی در بر داشته‌اند بدین ترتیب، این پژوهش از طریق نشانه‌شناسی لایه‌ای و رمزگشایی دال‌های مرکزی تصاویر، به دنبال آشکارسازی ایدئولوژی پنهان در پس‌زمینه بصری توییت‌های ترامپ درباره ایران خواهد بود.

اهداف تحقیق

هدف اصلی:

ـ شناسایی و تحلیل نظام‌های نشانه‌ای به‌کاررفته در تصاویر توییت‌شده توسط دونالد ترامپ در بازه تنش نظامی ایران و آمریکا (۱۴۰۴ ـ ۱۴۰۵) که مضمون «ایران» دارند، بر اساس روش نشانه‌شناسی.

اهداف جزئی:

۱. طبقه‌بندی انواع دال‌های بصری (مانند نمادهای جغرافیایی، پرچم‌ها، نقشه‌ها،

تصاویر رهبران، سلاح‌ها، عناصر مذهبی و تمدنی) در تصاویر مورد مطالعه.
۲. رمزگشایی لایه‌های دلالت صریح و ضمنی این تصاویر به‌منظور شناسایی معنای آشکار و پنهان آن‌ها درباره ایران.
۳. کشف اسطوره‌ها یا گفتمان‌های مسلط بازتولیدشده در این تصاویر (مانند «ایران به‌مثابه تهدید هسته‌ای»، «ایران به‌عنوان حامی تروریسم» یا «ایران به‌مثابه دشمن تمدن غرب»).
۴. تحلیل تقابل‌های دوگانه حاکم بر تصاویر (مانند ما/آن‌ها، متمدن/وحشی، صلح/جنگ، غرب/شرق) و نقش آن‌ها در برساخت «دیگری» ایرانی.
۵. بررسی کارکردهای ایدئولوژیک این تصاویر در مشروعیت‌بخشی به اقدامات نظامی آمریکا علیه ایران و تحریک افکار عمومی جهانی.

پیشینه پژوهش

در ادامه به معرفی و مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع «نشانه‌شناسی تصاویر توییت‌شده توسط ترامپ در جنگ ایران و آمریکا با مضمون ایران» پرداخته می‌شود.

سعیدزاده، همکاران (۱۴۰۱) با تحلیل مضمون توئیت‌های ترامپ درباره برجام به‌منظور ارائه الگوی دیپلماسی توئیتری ترامپ؛

با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل شبکه مضامین، نتیجه گرفته‌اند: توئیت‌های ترامپ حول شش مضمون اصلی سازمان‌یافته‌اند: تهدید و ارعاب، تحقیر و توهین، توسل به قانون، خودستایی، سرخوردگی و اذعان به شکست و ایران‌هراسی. اگرچه این پژوهش بر محتوای متنی متمرکز بوده و به تحلیل تصاویر نپرداخته است، اما مضامین استخراج‌شده به خوبی نشان می‌دهد که گفتمان ترامپ علیه ایران بر پایه تخاصم و بازنمایی منفی از هویت ایرانی استوار است و ازاین‌جهت چارچوبی مفهومی برای تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر توییت‌شده فراهم می‌آورد. ضعف اصلی پژوهش، عدم توجه به لایه‌های بصری و نشانه‌شناختی توئیت‌های تصویری است که تحقیق حاضر درصدد پر کردن همین خلأ است.

همچنین رستگار (۱۴۰۳) در تحقیقی با عنوان: تحلیل کاربران منتسب به ایران در محتوای حذف‌شده، با رویکرد تحلیل محتوای کمّی و کیفی نتیجه گرفت که توئیت‌های پرتکرار و هشتگ‌های منتسب به ایران عمدتاً همسویی با ایدئولوژی جمهوری اسلامی ایران داشته‌اند. این تحقیق گرچه مستقیماً به تصاویر توییت‌شده توسط ترامپ

نمی‌پردازد، اما نشان می‌دهد که فضای توییتر در بازه تنش ایران و آمریکا به عرصه‌ای نابرابر برای کنشگران ایرانی تبدیل‌شده و الگوهای حذف محتوا نیز خود نشانه‌هایی از ساختار قدرت در این پلتفرم است. یافته‌های این پژوهش می‌تواند برای تحلیل زمینه‌های تولید و حذف تصاویر ضدایرانی در توییتر مفید واقع شود.

در تحقیق دیگری، (مرادی‌فرو امیدی، ۱۴۰۲) بازنمایی ایران در توئیت‌های دونالد ترامپ را بررسی کرده است. این پژوهش نیز با روش تحلیل مضمون انجام و یافته‌ها نشان داد: در بعد تصویر خود، ترامپ با برجسته‌سازی دستاوردهای جمهوری‌خواهان و تضعیف دستاوردهای دموکرات‌ها (به‌ویژه باراک اوباما) سعی در مشروعیت‌بخشی به اقدامات ضدایرانی داشته است. در بعد تصویر دیگری، ایران به‌عنوان «دشمن آمریکا» در سه مقوله «رژیم اقتدارگرا»، «نقض‌کننده دموکراسی» و «برهم‌زننده نظم بین‌الملل» بازنمایی شده است. این پژوهش نشان می‌دهد که گفتمان ترامپ شدیداً تحت تأثیر گفتمان ضدایرانی در ایالات متحده، لابی اسرائیل و ویژگی‌های شخصیتی خود ترامپ (ازجمله کینه از اوباما) بوده است. بااین‌حال، کاستی اصلی پژوهش، تمرکز صرف بر متن توئیت‌ها و غفلت از تصاویر و لایه‌های بصری پیام‌هاست.

تحلیل گفتمان انتقادی سخنرانی ترامپ علیه ایران بر اساس مدل ون دایک، نام تحقیق (خادم شیرازی، ۱۴۰۴) است که در این پژوهش، سخنرانی ژوئن ۲۰۲۵ دونالد ترامپ علیه ایران با استفاده از روش تحلیل گفتمان انتقادی مبتنی بر مدل ون دایک مورد تحلیل قرار گرفته است. یافته‌ها حاکی از آن است که ترامپ با استفاده از مفصل‌بندی «ما خوب ــ آن‌ها شرور»، دوگانگی «ما متمدن ــ آن‌ها غیرعقلانی» و نیز با حذف راهبردی رنج‌های غیرنظامیان ایرانی، زمینه را برای پذیرش خشونت نظامی در افکار عمومی فراهم کرده است. اگرچه این پژوهش بر محتوای گفتاری متمرکز است، اما الگوی تحلیل گفتمانی آن می‌تواند برای تحلیل تصاویر توییت‌شده ترامپ نیز الهام‌بخش باشد.

در تحقیق اخیر رحیمی (۱۴۰۵) نیز عنوان: تروریسم کلامی ترامپ؛ چگونه زبان به سلاح امنیتی‌سازی علیه ایران تبدیل شد؟ را با رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی بررسی کرده و نتیجه گرفته است: ترامپ با استفاده از واژگانی مانند «نابودی»، «نیروی دریایی در کف دریا» و «رهبران از بین رفته»، تصویری از ایران شکست‌خورده و منفعل ارائه می‌دهد تا به اهداف داخلی (جلب حمایت افکار عمومی آمریکا) و خارجی (فشار بر ایران برای پذیرش توافق) دست یابد. این پژوهش بر آن است که چنین خشونت

کلامی هر چند در برابر برخی کشورها مؤثر بوده، اما در برابر ایران به دلیل مقاومت و عاملیت هویتی ایرانیان موفقیت‌آمیز نبوده است. این تحقیق از جهت نشان دادن نحوهٔ برساخت «دیگری شکست‌خورده» در گفتمان ترامپ اهمیت دارد، هرچند مجدداً به تصاویر توجهی نکرده است.

در پژوهش‌های خارجی نیز، مکی، زاپاویگنا[1] (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان: برون‌گروه‌سازی و همسوسازی محیطی در توئیت‌های دونالد ترامپ درباره ایران و روش پژوهش؛ تحلیل گفتمان، نتیجه می‌گیرد که استراتژی ترویج با تکیه بر اغراق و بزرگ‌نمایی، برجسته‌ترین استراتژی ترامپ برای جلب توجه مخاطبان بوده است. ترامپ با توسل به جفت‌سازی‌های ایده‌انگاره، ایران را به طور مداوم با داوری‌ها و ارزیابی‌های منفی (نظیر غیرقابل اعتماد، تهدیدآمیز و سرکوبگر) گره می‌زند. مهم‌ترین دستاورد این پژوهش برای تحقیق حاضر، شناسایی سازوکارهای زبان‌شناختی ساخت «آن‌ها» در مقابل «ما» و چگونگی تحریک احساس تعلق در مخاطبان بدون نیاز به تعامل مستقیم است که می‌تواند الگویی برای تحلیل تصاویر نیز باشد.

همچنین در مطالعه‌ای دیگر با عنوان: تحلیل گفتمان انتقادی با کمک پیکره از مردم ایران در پیکره متون شبکه‌های اجتماعی دونالد ترامپ (سهیلی و همکاران ۲۰۲۴) نشان می‌دهد ترامپ چگونه از استراتژی «جدایی مردم از حاکمیت» برای کسب مشروعیت انسانی برای اقدامات خود علیه دولت ایران استفاده می‌کند. هرچند این پژوهش بر محتوای متنی متمرکز است، اما الگوی بازنمایی دوگانه «مردم خوب ـ دولت بد» می‌تواند در تحلیل تصاویر بصری نیز راهگشا باشد.

در همین راستا، مطالعات مرادی‌فر، نصر اصفهانی (۲۰۲۵) با عنوان: چگونگی قاب‌بندی ترامپ از خود و ایران: تحلیلی بر پست‌های شبکه‌های اجتماعی او، نشان می‌دهد دو تصویر مفهومی غالب در پست‌های ترامپ شکل گرفته است. ترامپ به‌عنوان «نجات‌دهنده جهان» (۷۵ درصد محتوا به این تصویر اختصاص دارد) و ایران به‌عنوان «دشمن ضعیف» (۲۵ درصد محتوا). تصویر «نجات‌دهنده جهان» از طریق چهار مقولهٔ مضمونی ساخته شده است: زیر سؤال بردن دستاوردهای دموکرات‌ها (۲۳ درصد)، دفاع پیش‌دستانه (۳۹ درصد)، پایان دادن به جنگ (۳۵ درصد) و جلوگیری از ظهور هژمون منطقه‌ای (۳ درصد). این پژوهش به‌طور مشخص نشان می‌دهد که توئیت‌های ترامپ تنها به تخریب ایران اختصاص ندارد، بلکه بیش از آن معطوف

1. Mackey, Zapavigna

بـه «خودسـتایی» و «نجات‌دهنده‌نمایـی» از سـوی رئیس‌جمهـور آمریکاسـت. ایـن یافتـه بـرای تحلیـل نشانه‌شـناختی تصاویـر از اهمیـت بالایـی برخـوردار اسـت، زیـرا نشـان می‌دهـد تصاویـر توییت‌شـده نـه فقـط حامـل پیـام علیـه ایـران بلکـه حامـل پیامـی در سـتایش «مـن ناجـی» ترامـپ نیـز هسـتند.

اخلاقی‌سـازی جنـگ و سـاخت دشـمن در سـخنرانی ۲۰۲۵ ترامـپ علیـه ایـران، نـام تحقیـق دگاف و اشـفیا[1] (۲۰۲۶) اسـت ایـن پژوهـش بـا اسـتفاده از روش تحلیـل گفتمـان انتقـادی انجـام گرفتـه و نتیجـه می‌گیـرد: خشـونت نظامـی در ایـن گفتمـان نـه به‌عنـوان یـک انتخـاب سیاسـی، بلکـه به‌مثابـه یـک «ضـرورت اخلاقـی» و «وظیفـه الهـی» بازنمایی می‌شـود. ایـن سـخنرانی به‌نوعـی «بسـط» الگـوی اسـتدلال بـار سـنگین اسـت کـه از توجیـه اقتصـادی بـه توجیـه امنیتـی و اخلاقـی تغییـر یافتـه اسـت. ایـن پژوهـش از جهـت شناسـایی اسـتراتژی‌های گفتمانـی «اخلاقی‌سـازی جنـگ» و «سـاخت دشـمن» اهمیـت دارد و می‌توانـد چارچـوب نظـری مناسـبی بـرای تحلیـل نشانه‌شـناختی تصاویـری کـه ترامـپ در مقاطـع مشـابه (بـازۀ تنـش ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵) منتشـر کـرده اسـت، فراهـم آورد.

مبانی نظری پژوهش

تعاریف

نشانه‌شناسـی: دانـش مطالعـه نظام‌هـای نشـانه‌ای (دال و مدلـول) و فرآینـد تولیـد معنـا در متـون بصـری، کلامـی یـا شـنیداری. در اینجـا منظـور تحلیـل تصاویـر به‌مثابـه «نشـانگان» حامـل معانـی آشـکار و پنهـان اسـت (Barthes, 2007).

تصاویـر توییت‌شـده: هـر نـوع محتـوای بصـری (شـامل عکـس، اینفوگرافیـک، نقشـه، نمـودار، ترکیـب متـن و تصویـر) کـه توسـط حسـاب رسـمی دونالـد ترامـپ (هـر حسـاب دیگـری کـه نماینـده او باشـد) در پلتفـرم توییتـر (ایکـس) در بـازه ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ منتشـر شـده و به‌طـور مسـتقیم یـا غیرمسـتقیم بـه «ایـران» اشـاره دارد.

جنـگ ایـران و آمریـکا: در ایـن پژوهـش، «جنـگ» صرفاً به معنـای درگیری نظامی گسـترده و کلاسـیک (مانند حمله زمینی، هوایی یا دریایی تمام‌عیار) نیسـت، بلکه شـامل تنش نظامی تشدیدشـده، حمـلات سـایبری، تـرور شـخصیت‌ها، پاسـخ‌های موشـکی، حضـور ناوگان‌های جنگـی و هـر گونـه عملیات نظامی محدود یا گسـترده در بازه زمانی یادشـده اسـت. این مفهوم بـا «جنـگ ترکیبـی» شـامل جنگ رسـانه‌ای و روانی نیز همراه اسـت.

1. Degaf &Ashfiya

مضمون ایران: کلیه تصاویری که به نحوی به موجودیت سیاسی ـ جغرافیایی «ایران»، رهبران، نیروهای نظامی (سپاه، ارتش)، اماکن مذهبی ـ فرهنگی، تأسیسات هسته‌ای، پرچم، نقشه یا شهروندان ایرانی اشاره دارند (چه مثبت و چه منفی).

همچنین در این رابطه پژوهش ها تاکید می کنند، دیپلماسی سایبری برای ایران نه‌تنها یک ضرورت، بلکه یک چالش بزرگ در دنیای دیجیتال است. کشورهایی که بتوانند به طور مؤثر از این ابزار برای تقویت روابط بین‌المللی و مقابله با تهدیدات سایبری استفاده کنند، قادر خواهند بود نقش مهم‌تری در نظام جهانی ایفا کنند. ایران باتوجه‌به موقعیت ژئوپلیتیکی خود و تهدیدات متعددی که با آن مواجه است، نیازمند یک دیپلماسی سایبری استراتژیک و هماهنگ است تا بتواند از این فرصت‌ها بهره‌برداری کند و موانع موجود را برطرف سازد.(نقیب السادات،۱۴۰۴ : ۷۸)

ـ بازنمایی: فرآیند ساخت معنا درباره یک پدیده از طریق زبان و نشانه‌ها. در این تحقیق، بازنمایی ایران یعنی شیوه‌ای که ترامپ از طریق تصاویر، «ایران» را به مخاطبان جهانی نشان می‌دهد و تعریف می‌کند (Hall, 2008).

رمزگان بصری : مجموعه قواعد و قراردادهای فرهنگی که به عناصر تصویری (رنگ، زاویه، کادربندی، نور، نمادها) معنا می‌بخشند.

۱. نظریه‌های مرتبط

این تحقیق از ترکیب چند نظریه نشانه‌شناختی و گفتمانی بهره می‌برد:

نظریه اول: نشانه‌شناسی رولان بارت ـ لایه‌های دلالت

بارت نشانه را دارای دو سطح می‌داند: دلالت صریح =معنای ظاهری و توصیفی تصویر (مثلاً «نقشه ایران با چند فلش قرمز») و دلالت ضمنی = معنای فرهنگی ـ ایدئولوژیک ثانویه (مثلاً «ایران در آستانه حمله به همسایگان»). در سطح سوم، اسطوره قرار دارد که یک گفتمان طبیعی‌شده و فراگیر است (مانند «اسطوره ایران تروریست‌پرور»). این نظریه برای تحلیل معانی پنهان تصاویر توییت‌شده ترامپ بسیار کارآمد است (Barthes, 2007).

نظریه دوم: نشانه‌شناسی چارلز سندرس پیرس سه‌گانه نشانه

پیرس نشانه را به سه نوع تقسیم می‌کند:

ـ نماد: رابطه قراردادی (مثلاً پرچم ایران نماد جمهوری اسلامی).

ـ نمایه: رابطه همجواری یا علّی (مثلاً تصویر دود آتش‌بازی نمایه بمباران).

ـ شمایل: رابطه شباهت (مثلاً عکس یک فرمانده ایرانی).

این نظریه به ما کمک می‌کند بفهمیم ترامپ از کدام نوع نشانه برای تأثیرگذاری سریع‌تر بر مخاطب استفاده می‌کند. به نقل از (Fiske,2007 & Kress,2010)

نظریه سوم: بازنمایی و کلیشه‌سازی (استوارت هال)

هال معتقد است بازنمایی از طریق نظام‌های مفهومی و زبانی انجام می‌شود و کلیشه‌ها نقش کلیدی در بازنمایی «دیگری» دارند. در تصاویر ترامپ، ایران اغلب از طریق کلیشه‌های شرق‌شناسانه (خشونت، عقب‌ماندگی، مذهبی‌گری افراطی) بازنمایی می‌شود. این نظریه به تحلیل چگونگی ساده‌سازی و اغراق هویت ایرانی کمک می‌کند (Hall, 2008).

نظریه چهارم: شرق‌شناسی (ادوارد سعید)

سعید نشان می‌دهد که غرب (به ویژه آمریکا) همواره «شرق» (ازجمله ایران) را به‌عنوان «دیگری» عقب‌افتاده، غیرعقلانی و تهدیدکننده ساخته تا سلطه خود را مشروع جلوه دهد. توییت‌های تصویری ترامپ در بازه ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ را می‌توان بازتولید مدرن این گفتمان شرق‌شناسانه در عصر شبکه‌های اجتماعی دانست (Said, 2003).

نظریه پنجم: دیپلماسی عمومی دیجیتال و جنگ رسانه‌ای (مانوئل کاستلز)

کاستلز معتقد است در عصر شبکه‌ها، قدرت از طریق بازنمایی و جریان‌های ارتباطی اعمال می‌شود. ترامپ با توییت‌های تصویری خود، نوعی «دیپلماسی عمومی تهاجمی» را اجرا می‌کند که در آن تصاویر سلاحی برای شکل‌دهی به افکار عمومی و فشار بر دشمن هستند. این نظریه به ارتباط میان تصاویر و اهداف استراتژیک نظامی‌ـ سیاسی می‌پردازد (Castells, 2001).

۲. ارتباط بین نظریه‌ها و هدف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق «تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر توییت‌شده ترامپ با مضمون ایران در بازه تنش نظامی ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵» است. ارتباط نظریه‌های فوق با این هدف به‌صورت زیر تبیین می‌شود:

جدول ۱. نظریه‌های مرتبط با تحقیق

ردیف	نظریه	کاربرد مشخص در این تحقیق	ارتباط با هدف
۱	بارت (لایه‌های دلالت)	رمزگشایی معانی ضمنی و اسطوره‌های ضدایرانی در تصاویر	پاسخ به سؤالات ۲ و ۳ (دلالت ضمنی و اسطوره)
۲	پیرس (سه‌گانه نشانه)	دسته‌بندی دال‌های بصری به نماد، نمایه و شمایل	پاسخ به سؤال ۱ (دسته‌بندی دال‌ها)

۳	هال (بازنمایی و کلیشه)	شناسایی کلیشه‌های تکراری درباره ایران (مثلاً ایران افراطی)	پاسخ به سؤال ۴ (تقابل‌های دوگانه)
۴	سعید (شرق‌شناسی)	آشکارسازی ریشه‌های گفتمانی و استعماری پشت تصاویر	تبیین ایدئولوژی پنهان و نسبت دادن «دیگری تهدیدکننده»
۵	کاستلز (جنگ رسانه‌ای)	تبیین کارکرد راهبردی تصاویر در مشروعیت‌بخشی به اقدامات نظامی	پاسخ به هدف کاربردی تحقیق (چرا ترامپ این تصاویر را منتشر می‌کند؟)

ارتباط کلان: نظریه‌های نشانه‌شناسی (بارت و پیرس) ابزار روش‌شناختی برای «خواندن» تصاویر فراهم می‌کنند. نظریه بازنمایی (هال) و شرق‌شناسی (سعید) چارچوبی نظری برای تفسیر معانی اجتماعی ـ ایدئولوژیک این تصاویر ارائه می‌دهند. نظریه دیپلماسی عمومی (کاستلز) نیز تصاویر را در بافتار قدرت و جنگ ترکیبی قرار می‌دهد. ترکیب این نظریه‌ها به محقق امکان می‌دهد نه‌تنها «چه معنایی» در تصاویر نهفته است را کشف کند، بلکه «چرا و چگونه» آن معانی در خدمت اهداف نظامی ـ سیاسی آمریکا در بازه ۱۴۰۴ ـ ۱۴۰۵ هستند را تبیین نماید. به عبارت دقیق‌تر، هدف تحقیق که شناسایی دال‌های بصری، رمزگان‌ها و دلالت‌های ضمنی تصاویر است، بدون استفاده هم‌زمان از نظریه لایه‌های بارت (برای استخراج معانی)، نظریه پیرس (برای طبقه‌بندی نشانه‌ها) و نظریه شرق‌شناسی (برای تفسیر ایدئولوژیک) ناقص خواهد بود. همچنین نظریه کاستلز توضیح می‌دهد که چرا این تصاویر در بازهٔ زمانی۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ (به‌عنوان اوج جنگ ترکیبی) تشدید می‌شوند و چه کارکرد راهبردی دارند.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی و نشانه‌شناسی با تأکید بر رویکرد تلفیقی از نظریه‌های رولان بارت (لایه‌های دلالت صریح، ضمنی و اسطوره) و چارلز سندرس پیرس (سه‌گانه نشانه: نماد، نمایه، شمایل) است. جامعه و نمونه موردمطالعه شامل کلیه تصاویر توییت‌شده توسط حساب رسمی دونالد ترامپ در پلتفرم توییتر (ایکس) کنونی در بازه زمانی ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ هجری شمسی (مطابق با حدود ۲۰۲۵ تا ۲۰۲۷ میلادی) که دارای مضمون آشکار یا پنهان مرتبط با «ایران» می‌باشند؛ بنابراین با توجه به ماهیت کیفی و نشانه‌شناختی پژوهش، نمونه به‌صورت هدفمند از نوع نمونه‌گیری معیارمحور انتخاب شد. حجم نمونه ... باشد. معیارهای انتخاب نمونه عبارت‌اند از:

ـ تصویر به‌طور مستقیم توسط حساب‌رسمی دونالد ترامپ منتشر شده باشد.
ـ تصویر صراحتاً یا تلویحاً به ایران (جغرافیا، فرهنگ، رهبران، نیروهای نظامی، پرچم، نقشه، اماکن مذهبی یا هسته‌ای) اشاره داشته باشد.
ـ تصویر در بازه زمانی ۱۴۰۴ ـ ۱۴۰۵ منتشر شده باشد.
ـ تصویر قابلیت تحلیل نشانه‌شناختی (وجود حداقل یک نشانه بصری قابل رمزگشایی) را داشته باشد.

نحوه جمع‌آوری داده‌ها: داده‌های این پژوهش به دو صورت اسنادی (کتابخانه‌ای) و دیجیتال (برخط) جمع‌آوری می‌شوند:

ـ جستجوی سیستماتیک در پلتفرم توییتر (ایکس) با استفاده از اکانت رسمی ترامپ[1] (هر اکانت تأییدشده دیگری که ترامپ در بازه مذکور از آن استفاده کرده باشد) و با کلیدواژه‌هایی مانند ایران، تهران، خلیج‌فارس، انرژی هسته‌ای همچنین هشتگ‌های مرتبط. همچنین از ابزارهای جستجوی پیشرفته توییتر (فیلتر بر اساس تاریخ و نوع محتوا=تصویر) استفاده شد.
ـ استفاده از آرشیوهای آنلاین: به‌منظور دسترسی به تصاویر حذف‌شده یا غیرقابل‌بازیابی، از آرشیوهای معتبر نظیرپولیتی توییت[2]، استفاده می‌گردد.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه‌وتحلیل در چهار مرحله و بر اساس رویکرد تلفیقی نشانه‌شناسی بارت و پیرس انجام شد:

ـ مرحله اول: کدگذاری اولیه و توصیف دال‌های بصری: در این مرحله، پژوهشگر به مشاهده دقیق هر تصویر پرداخته و تمامی عناصر بصری قابل‌تشخیص (رنگ‌ها، اشکال، نمادها، پرچم‌ها، نقشه‌ها، چهره‌ها، نوشته‌ها، علائم، زاویه دوربین، نورپردازی و غیره) را فهرست می‌کند. این مرحله معادل دلالت صریح در نظریه بارت و شناسایی نشانه‌های شمایلی و نمایه‌ای در نظریه پیرس است.
ـ مرحله دوم: تحلیل دلالت ضمنی: در این مرحله، محقق به دنبال معانی فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیکی است که هر دال بصری در بافتار خاص بازه جنگ ایران و آمریکا منتقل می‌کند. برای مثال، نمایش نقشه ایران با فلش‌های قرمز می‌تواند دلالت ضمنی «حمله قریب‌الوقوع» یا «تهدید قلمرو» را داشته باشد. برای این کار از رمزگان‌های بصری جان فیسک (رمزگان فنی، اجتماعی و ایدئولوژیک) استفاده می‌شود.

1. @realDonaldTrump
2. PolitiTweet

- مرحله سوم: کشف اسطوره‌ها: در این مرحله، محقق سعی می‌کند الگوهای معنایی تکراری و کلان را که در سطحی فراتر از چند تصویر خاص عمل می‌کنند، شناسایی کند. مثلاً اینکه آیا مجموعه تصاویر ترامپ، اسطوره «ایران تروریست‌پرور» یا اسطوره «ایران غیرعقلانی و خودکامه» را بازتولید می‌کنند؟ این مرحله به نظریه بارت و شرق‌شناسی سعید متکی است.
- مرحله چهارم: تحلیل تقابل‌های دوگانه و کارکرد ایدئولوژیک: درنهایت، با استفاده از رویکرد استوارت هال، تقابل‌های دوگانه حاضر در تصاویر (مانند ما/آن‌ها، صلح/خشونت، تمدن/بربریت، غرب/شرق) استخراج و نشان داده می‌شود که چگونه این تقابل‌ها به مشروعیت‌بخشی به اقدامات نظامی آمریکا علیه ایران و تحریک افکار عمومی جهانی کمک می‌کنند. برای سهولت در تحلیل، از نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی مکس کیودا (نسخه ۲۰۲۴ یا بالاتر) برای کدگذاری، مقوله‌بندی و ترسیم شبکه مضامین استفاده می‌شود.

اعتبارسنجی داده‌ها: برای دستیابی به قابلیت اعتماد از روش بازبینی همتا و نیز مثلث‌سازی در روش (ترکیب نظریه‌های بارت و پیرس) و در داده‌ها (استفاده از منابع مختلف آرشیوی) استفاده شد. همچنین برای قابلیت انتقال سعی شد تا تحلیل داده‌ها با کمترین سوگیری و حداکثر غنا انجام شود؛ و در بحث قابلیت اطمینان: ضمن استفاده از نظرات اساتید از کدگذار همکار نیز استفاده شد. درنهایت برای تأییدپذیری: سعی شد تا محقق پیش‌فرض‌های نظری و سیاسی خود را اعمال نکند و تفسیرها را مستقیماً از نشانه‌های تصویری و نه از باورهای شخصی استخراج نماید.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های حاصل از تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر توییت‌شده توسط دونالد ترامپ در بازه زمانی ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ شمسی (۲۰۲۵ـ۲۰۲۶ میلادی) و به‌ویژه تصاویر منتشرشده در ۱۷ مه ۲۰۲۶ ارائه می‌شود. تحلیل داده‌ها مطابق با چهار مرحله روش تحقیق (کدگذاری اولیه و توصیف دال‌های بصری، تحلیل دلالت ضمنی، کشف اسطوره‌ها و تحلیل تقابل‌های دوگانه) انجام شده است.

توصیف جامعه و نمونه آماری

در بازه زمانی فروردین ۱۴۰۴ تا اردیبهشت ۱۴۰۵ (حدوداً آوریل ۲۰۲۵ تا مه ۲۰۲۶)، تنش نظامی ایران و آمریکا به اوج خود رسید. جنگ ایران و آمریکا در ۲۸ فوریه ۲۰۲۶

(۱۰ اسفند ۱۴۰۴) با حملات هماهنگ آمریکا و اسرائیل به تأسیسات هسته‌ای و نظامی ایران رسماً آغاز شد. در طول این درگیری ۴۰ روزه، ایران با حفظ ۷۰ درصد از ذخایر موشکی خود و بازسازی ۹۰ درصد تأسیسات زیرزمینی در طول آتش‌بس، مقاومت چشمگیری از خود نشان داد. آتش‌بس در ۸ آوریل ۲۰۲۶ (۱۹ فروردین ۱۴۰۵) برقرار شد، اما مذاکرات صلح با بن‌بست مواجه گردید.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه تصاویر توییت‌شده توسط دونالد ترامپ در این بازه زمانی است که مضمون ایران داشته‌اند. نمونه نهایی پژوهش متشکل از ۲۷ تصویر است که از میان ده‌ها تصویر منتشرشده بر اساس معیارهای اشباع نظری و غنای نشانه‌شناختی انتخاب شده‌اند. این تصاویر شامل موارد زیر هستند:

یافته‌های مرحله اول: کدگذاری اولیه و توصیف دال‌های بصری

در این مرحله، کلیه عناصر بصری قابل تشخیص در هر تصویر استخراج و فهرست‌بندی شدند. جدول زیر طبقه‌بندی دال‌های بصری یافت‌شده در نمونه را نشان می‌دهد:

جدول ۲. طبقه‌بندی دال‌های بصری در تصاویر توییت‌شده ترامپ (بازه ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵)

ردیف	دسته دال بصری	مصادیق	فراوانی در نمونه
۱	نقشه و مرزها	نقشه ایران با فلش‌های قرمز، حذف جزایر ایرانی، جابجایی مرزها	۸ مورد (۳۰ درصد)
۲	پرچم و نمادهای ملی	پرچم‌های ایران و آمریکا در تقابل، پرچم ایران روی کشتی‌های در حال غرق	۷ مورد (۲۶ درصد)
۳	فناوری‌های نظامی	ناوهای هواپیمابر، زیردریایی، پهپاد، موشک، بمب‌افکن	۶ مورد (۲۲ درصد)
۴	چهره رهبران و نظامیان	تصاویر ترامپ با دوربین دوچشمی، فرماندهان نظامی در حال رصد	۴ مورد (۱۵ درصد)
۵	نمادهای تهدید	ابرها و طوفان‌های توفانی، آتش و انفجار، سلاح اتمی ("دکمه قرمز")	۲ مورد (۷ درصد)
۶	جمع	۲۷ تصویر	۱۰۰ درصد

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد، «نقشه و مرزها» با ۳۰ درصد بیشترین فراوانی را دارد که بیانگر اولویت استراتژی بازتعریف فضایی ایران در گفتمان تصویری ترامپ است. «پرچم و نمادهای ملی» و «فناوری‌های نظامی» هر یک به ترتیب ۲۶ و ۲۲ درصد از دال‌های بصری را تشکیل می‌دهند. کمترین فراوانی متعلق به «چهره رهبران» (۱۵ درصد) و «نمادهای تهدید انتزاعی» (۷درصد) است که نشان می‌دهد ترامپ بیش

از شخصی‌سازی تهدید، به فضایی‌سازی و عینی‌سازی نظامی آن تمایل دارد.

یافته‌های مرحله دوم: تحلیل دلالت ضمنی

در این مرحله، معانی فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیکی هر دال بصری در بافتار خاص جنگ ایران و آمریکا رمزگشایی شده است. مهم‌ترین یافته‌ها در قالب پنج مضمون دلالتی ارائه می‌شود:

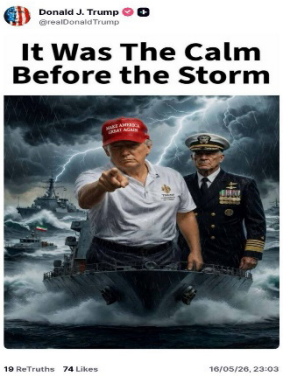
مضمون دلالتی ۱: «تهدید وجودی تمام‌عیار»: نمایش نقشه ایران با فلش‌های قرمز متعدد که از همه جهات به داخل کشور هدایت می‌شوند، دلالت ضمنی «محاصره کامل و تهدید همه‌جانبه» را منتقل می‌کند. در تصاویر توییت‌شده ترامپ در ۱۷ مه ۲۰۲۶، تصویری با عنوان آرامش قبل از طوفان بود[1] منتشر شد که در آن ناوهای جنگی متعدد در پس‌زمینه آب‌های طوفانی و رعدآلود دیده می‌شوند و پرچم ایران بر روی یکی از ناوها به تصویر کشیده شده است. در این تصویر، واژه «طوفان[2]» به‌عنوان یک استعاره بصری قدرتمند عمل می‌کند که دلالت ضمنی «ویرانی قریب‌الوقوع و اجتناب‌ناپذیر» را به مخاطب منتقل می‌کند.

مضمون دلالتی ۲: «انهدام و نابودی زیر آب»: دسته قابل‌توجهی از تصاویر (با فراوانی ۲۶ درصد) به نمایش ناوگان دریایی ایران در حال غرق شدن اختصاص دارند. برای مثال، تصویری تحت عنوان «ایران شیپز ۱۵۹[3]» منتشر شد که در آن ناوگان ایران در یک تصویر در سطح آب و در تصویر دیگر در کف اقیانوس نمایش داده شده بود، با برچسب‌های «بایدن / اوباما» در مقابل «ترامپ». این تصاویر دلالت ضمنی «ضعف و ناکارآمدی گذشته در برابر قدرت فعلی» را القا می‌کنند و به طور ضمنی ایران را در موقعیت «شکست‌خورده و منفعل» نشان می‌دهند. تصویر دیگر پهپادهای دارای نشان ایران را درحال سقوط به دریا با عنوان «مانند پروانه‌ها درحال سقوط[4]» نمایش می‌داد که دلالت ضمنی «ضعف مضحک و شکنندگی دشمن» را منتقل می‌کند.

مضمون دلالتی ۳: «ابهام راهبردی و آمادگی برای هر سناریو»: تکرار عبارت «زمان از اهمیت حیاتی برخوردار است[5]» در کنار تصاویر، دلالت ضمنی «اضطرار و ضرورت اقدام فوری» را تقویت می‌کند. در توئیت ۱۷ مه ۲۰۲۶، ترامپ نوشت: «برای ایران زمان

1. It Was The Calm Before The Storm
2. Storm
3. IRANIAN SHIPS 159
4. Dropping like butterflies
5. TIME IS OF THE ESSENCE

تنظیم شده و سریع باید حرکت کنند وگرنه چیزی برایشان باقی نخواهد ماند[1]». این عبارت در کنار تصویر«آرامش قبل از طوفان» که کشتی‌های جنگی متعدد در افق طوفانی را نشان می‌داد، یک پارادوکس بصری ـ کلامی ایجاد می‌کند: آرامش ظاهری تصویر در تضاد با هشدار فوری متن، دلالت ضمنی «تهدید پنهان در کمین» را منتقل می‌کند.



تصویر ۱. مصداق عینی؛ تصویر ۱۷ مه ۲۰۲۶ «آرامش قبل از طوفان»

این تصویر که توسط هوش مصنوعی تولید شده است، یک فرمانده نظامی آمریکایی را در کنار ترامپ در حال نظارت بر ناوگان جنگی در آب‌های توفانی نشان می‌دهد. یک فروند از ناوها، پرچم ایران را حمل می‌کند. عناصر بصری کلیدی: طوفان قریب‌الوقوع به‌عنوان نمایه تهدید، ناوهای متعدد به‌عنوان شمایل قدرت، پرچم ایران بر روی یک ناو (به‌عنوان نماد هدف)، حضور ترامپ به‌عنوان شمایل فرماندهی. زمینه متنی: ترامپ هم‌زمان با انتشار این تصویر، در تماس تلفنی با بنیامین نتانیاهو و مقامات امنیتی خود به بررسی گزینه‌های نظامی جدید پرداخته بود. این تصویر در شرایطی منتشر شد که مذاکرات هسته‌ای با ایران به دلیل اختلاف بر سر غنی‌سازی اورانیوم و تحریم‌ها در بن‌بست قرار گرفته بود.

تحلیل نشانه‌شناختی (پیرس): این تصویر ترکیبی از سه نوع نشانه است. شمایل‌ها تصاویر ناوها، ترامپ و فرمانده که شباهت مستقیم به واقعیت دارند (هرچند با کیفیت ساختگی هوش مصنوعی). نمایه‌ها ابرها و طوفان به‌عنوان نشانه علّی از تهدید قریب‌الوقوع؛ به‌عنوان نمایه زبانی که به حادثه آینده ارجاع می‌دهد. نمادها: پرچم ایران به‌عنوان نماد قراردادی ملت ایران؛ حضور ترامپ در تصویر به‌عنوان نماد قدرت رهبری.

1. For Iran, the Clock is Ticking, and they better get moving, FAST, or there won't be anything left of them

تحلیل نشانه‌شناختی (بارت): در سطح دلالت صریح، تصویر چند ناو جنگی را در آب‌های طوفانی به همراه دو شخصیت (ترامپ و یک فرمانده نظامی) نشان می‌دهد. در سطح دلالت ضمنی، تصویر معانی متعددی را القا می‌کند: الف) تهدید قریب‌الوقوع علیه ایران (طوفان به‌عنوان نماد حمله نظامی)؛ ب) برتری نظامی آمریکا (ناوهای متعدد در برابر یک ناو با پرچم ایران)؛ ج) مشروعیت رهبری ترامپ (او در حال نظارت بر صحنه). در سطح اسطوره، تصویر اسطوره «نجات‌دهنده آمریکا در برابر شرق وحشی و تهدیدکننده» را بازتولید می‌کند.

یافته‌های مرحله سوم: کشف اسطوره‌ها

تحلیل اسطوره‌شناختی تصاویر منتخب، سه اسطوره کلان را شناسایی می‌کند که به‌صورت تکراری در سراسر نمونه بازتولید شده‌اند:

اسطوره ۱: «اسطوره ایران شکست‌خورده و منفعل»: تصاویر ناوگان غرق‌شده ایران و پهپادهای در حال سقوط به‌طور سیستماتیک اسطوره «ایران به‌عنوان کشوری شکست‌خورده و فاقد عاملیت» را بازتولید می‌کنند. این تصاویر در تضاد با گزارش‌های واقعی میدانی قرار دارند که نشان می‌داد ایران حدود ۷۰ درصد از ذخایر موشکی خود را حفظ کرده و توان بازسازی تأسیسات زیرزمینی را داشته است. اسطوره‌سازی از طریق «حذف راهبردی» مقاومت ایران انجام می‌شود: هیچ تصویری از توانمندی‌های دفاعی ایران یا تلفات احتمالی آمریکا در این مجموعه دیده نمی‌شود. این اسطوره با اظهارات مقامات ایرانی مانند عباس عراقچی که می‌گفت «تهدیدها به هیچ نتیجه‌ای جز شکست نمی‌انجامند»، در تضاد مستقیم قرار دارد.

اسطوره ۲: «اسطوره نجات‌دهنده آمریکا (مسیحیت نظامی)»: ترامپ در بسیاری از تصاویر به‌صورت یک «فرمانده نجیب» و «حافظ صلح از طریق قدرت» بازنمایی می‌شود. تصویر او در کنار فرمانده نظامی و نیز تصاویر هوش مصنوعی دیگر که او را در کنترل جنگ فضایی نشان می‌دهند، اسطوره «آمریکا به‌عنوان پلیس خوب جهان که برای صلح می‌جنگد» را بازتولید می‌کنند. این اسطوره با این گزاره «ایران نه به‌عنوان یک انتخاب سیاسی بلکه به‌مثابه یک ضرورت اخلاقی موردحمله قرار می‌گیرد» گره خورده است. لفظ «تمدن[1]» به‌کار رفته در توئیت‌های پیشین ترامپ جملات مشابه در ۱۶ مه ۲۰۲۶، اسطوره «نجات تمدن غرب از شر شرق» را تقویت می‌کند.

اسطوره ۳: «اسطوره بمب ساعتی (تیک‌تاک هسته‌ای)»: این عبارت در کنار تصاویر

1. Civilization

تأسیسات هسته‌ای ایران (که در حملات مارس ۲۰۲۶ به نطنز و خنداب آسیب دیده بودند) به اسطوره «ایران در آستانه ساختن بمب هسته‌ای و تهدید فوری جهانی» جان می‌بخشد. درحالی‌که بر اساس گزارش‌ها، ایران حدود ۴۴۰ کیلوگرم اورانیوم غنی‌شده تا سطح ۶۰ درصد در اختیار داشت که برای حدود ده کلاهک هسته‌ای کافی بود، لحن تصویری- متنی ترامپ این وضعیت را به‌عنوان «تهدید قریب‌الوقوع» بازنمایی می‌کند. واژه «طوفان» در این تصاویر به‌عنوان رمزگان «حمله قریب‌الوقوع» عمل می‌کند که اسطوره بمب ساعتی را در اذهان مخاطبان تثبیت می‌نماید. این در حالی است که ایران همواره ماهیت صلح‌آمیز برنامه هسته‌ای خود را اعلام کرده است.

یافته‌های مرحله چهارم: تحلیل تقابل‌های دوگانه و کارکرد ایدئولوژیک

درنهایت، تحلیل تقابل‌های دوگانه در تصاویر نشان می‌دهد که شش تقابل اصلی در بازنمایی بصری ایران توسط ترامپ بازتولید می‌شوند:

جدول ۳. تقابل‌های دوگانه در تصاویر توییت‌شده ترامپ

ردیف	تقابل اصلی	مصداق بصری	کارکرد ایدئولوژیک
۱	ما / آن‌ها	پرچم آمریکا در مقابل پرچم ایران	برساخت هویت متضاد و بیگانه‌سازی
۲	قدرت / ضعف	ناوگان آمریکا در مقابل ناوگان غرق‌شده ایران	مشروعیت‌بخشی به برتری نظامی آمریکا
۳	صلح‌خواه / جنگجو	ترامپ در نقش حافظ صلح در مقابل ایران متجاوز	توجیه اخلاقی عملیات نظامی
۴	متمدن / وحشی	«تمدن» در برابر «دشمن تهدیدکننده»	بازتولید گفتمان شرق‌شناسانه
۵	آینده / گذشته (ترامپ و اوباما/بایدن)	در تصاویر ۱۵۹ کشتی	تخریب سیاسی رقبای داخلی
۶	آرامش / طوفان	تصاویر پیش از جنگ در مقابل تصاویر تخریب	ایجاد فضای روانی تهدید و اضطرار

کارکرد ایدئولوژیک ترکیبی: مجموعه تصاویر توییت‌شده توسط ترامپ در بازه ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵، سه کارکرد ایدئولوژیک اصلی را دنبال می‌کنند:

۱. مشروعیت‌بخشی به اقدام نظامی: با بازنمایی ایران به‌عنوان «تهدید وجودی تمام‌عیار» (اسطوره بمب ساعتی) و آمریکا به‌عنوان «نجات‌دهنده» (اسطوره مسیحیت نظامی)، زمینه برای پذیرش خشونت نظامی در افکار عمومی جهانی فراهم می‌شود. این کارکرد به‌ویژه در تصاویر منتشرشده هم‌زمان با اعلام عملیات پتک، مشهود است.

۲. بی‌اعتبارسازی رقبای سیاسی داخلی: تصاویر مقایسه‌ای «اوباما/ بایدن» در مقابل «ترامپ»(تصویرمجموعه ۱۵۹ کشتی) به‌طور هم‌زمان دو هدف را دنبال می‌کنند: تضعیف وجهه سیاسی اوباما و بایدن از طریق انتساب «ضعف در قبال ایران» به آنان و تقویت وجهه شخصی ترامپ به‌عنوان «رهبر قدرتمند». این کارکرد با توجه به انتخابات درون‌حزبی آمریکا و ارزیابی‌های کنگره از شکست‌های نظامی (ازجمله گزارش تلفات ۴۲ فروند هواپیمای آمریکایی) دارای اهمیت مضاعف است.

۳. ایجاد فضای روانی تهدید و اضطرار: تکرار عبارت «زمان اهمیت دارد[1]» نمایش طوفان قریب‌الوقوع در تصاویر ۱۷ مه ۲۰۲۶ و استفاده از لحن فوری («به‌سرعت حرکت کنید، وگرنه چیزی از آنان باقی نمی‌ماند») همگی به ایجاد حالت روانی بحران و اضطرار در میان مخاطبان ایرانی و بین‌المللی کمک می‌کنند. این فضا باعث می‌شود فشار روانی بر تصمیم‌گیران ایرانی در مذاکرات افزایش یابد و امکان مانور دیپلماتیک کاهش یابد. در مقابل، ایران با موضع قاطعانه «هیچ راه‌حل نظامی برای مسائل ایران وجود ندارد» و هشدار دربارهٔ تبدیل دریای عمان به «گورستان کشتی‌های آمریکایی» در پاسخ، فضای تقابلی را حفظ کرده است.

یافته تکمیلی: «نبود دال ایرانی» به‌عنوان یک نشانه:

در این پژوهش، یک یافته قابل‌تأمل دیگر نیز به دست آمد: در میان ۲۷ تصویر تحلیل‌شده، هیچ تصویری از مناظر طبیعی ایران، مردم عادی ایران، دستاوردهای علمی و تمدنی ایران، یا نمادهای فرهنگی مثبت (مانند تخت جمشید، اشعار حافظ، آثار معماری اصیل ایرانی) دیده نمی‌شود.

تمامی تصاویر صرفاً به سه دسته «تهدید نظامی»، «اهداف در حال انهدام» و «قدرت آمریکا» محدود می‌شوند. این «نبود» خود به‌عنوان یک نشانه عمل می‌کند و دلالت ضمنی دارد بر اینکه ایران صرفاً به‌مثابه «مسئله امنیتی» و «هدف نظامی» بازنمایی می‌شود و نه به‌عنوان یک تمدن و فرهنگ زنده. این یافته مؤید آن است که گفتمان تصویری ترامپ، ایران را کاملاً از «هویت تمدنی» خود تهی کرده و آن را به یک «شیء تهدیدآمیز» تقلیل داده است.

جمع‌بندی یافته‌ها

به‌طور خلاصه، تحلیل نشانه‌شناختی ۲۷ تصویر توییت‌شده توسط دونالد ترامپ در

1. Time is of the essence

بازه زمانی ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ (با تأکید بر تصاویر ۱۷ مه ۲۰۲۶) نشان می‌دهد که تصاویر مذکور با استفاده از ترکیب پیچیده‌ای از نشانه‌های شمایلی (ناوها، شخصیت‌ها)، نمایه‌ای (طوفان، دود، اضطرار زمانی) و نمادین (پرچم‌ها، دال‌های هسته‌ای)، اسطوره‌های «ایران شکست‌خورده منفعل»، «نجات‌دهنده آمریکا» و «بمب ساعتی هسته‌ای» را بازتولید می‌کنند. این اسطوره‌ها از طریق شش تقابل دوگانه (ما/آن‌ها، قدرت/ضعف، صلح/جنگ، تمدن/بربریت، آینده/گذشته، آرامش/طوفان) مشروعیت یافته و کارکردهایی نظیر مشروعیت‌بخشی به اقدام نظامی، بی‌اعتبارسازی رقبای سیاسی داخلی و ایجاد فضای روانی تهدید را دنبال می‌کنند. قابل‌ذکر است که پاسخ ایران به این تصاویر، در قالب هشدارهای نظامی سخت و موضع‌گیری‌های دیپلماتیک قاطع، عمدتاً بر روی گفتمان کلامی و نظامی متمرکز بوده و در عرصه «جنگ تصاویر» (جنگ روایت بصری) از غنای نشانه‌شناختی لازم برخوردار نبوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر توییت‌شده توسط دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور پیشین ایالات متحده، در بازه زمانی ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ شمسی (مطابق با اوج جنگ نظامی و رسانه‌ای ایران و آمریکا) و با تأکید ویژه بر تصاویر منتشرشده در ۱۷ مه ۲۰۲۶ انجام شد. این مطالعه از نوع تحقیقات کیفی و با روش نشانه‌شناسی تلفیقی مبتنی بر آرای رولان بارت (لایه‌های دلالت صریح، ضمنی و اسطوره) و چارلز سندرس پیرس (سه‌گانه نشانه: نماد، نمایه و شمایل) به انجام رسید. جامعه پژوهش شامل کلیه تصاویر توییت‌شده با مضمون ایران در بازه مذکور بود که از میان آن‌ها ۲۷ تصویر به روش نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس اصل اشباع نظری انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از جستجوی سیستماتیک در پلتفرم توییتر (ایکس) و آرشیوهای دیجیتال جمع‌آوری و طی چهار مرحله تحلیل (کدگذاری اولیه، تحلیل دلالت ضمنی، کشف اسطوره‌ها و تحلیل تقابل‌های دوگانه) مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌های تحقیق نشان داد که تصاویر مذکور عمدتاً حول دال‌های بصری‌ای چون نقشه‌های دستکاری‌شده، پرچم‌ها در موقعیت تقابل، ناوگان‌های در حال غرق و نمادهای طوفان و آتش سازمان یافته‌اند و درمجموع سه اسطوره «ایران شکست‌خورده و منفعل»، «نجات‌دهنده آمریکا (مسیحیت نظامی)» و «بمب ساعتی هسته‌ای» را بازتولید می‌کنند. درنهایت، شش تقابل دوگانه (ما/آن‌ها، قدرت/ضعف، صلح/جنگ، تمدن/بربریت، آینده/گذشته و آرامش/طوفان) به‌عنوان سازوکارهای اصلی

برساخت «دیگری تهدیدکننده» شناسایی شدند.

پاسخ به سؤالات تحقیق

در این بخش، به سؤالات اصلی و فرعی تحقیق بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده پاسخ داده می‌شود.

پاسخ به سؤال اصلی:

تصاویر توییت‌شده توسط دونالد ترامپ در جنگ رسانه‌ای و نظامی ایران و آمریکا، از کدام دال‌های بصری و رمزگان‌های معنایی برای بازنمایی «ایران» استفاده کرده‌اند و چه دلالت‌های ایدئولوژیکی در آن‌ها نهفته است؟ یافته‌ها نشان داد که مهم‌ترین دال‌های بصری به‌کاررفته در این تصاویر عبارت‌اند از: نقشه‌های دستکاری‌شده (با فلش‌های قرمز و حذف جزایر ایرانی)، پرچم ایران در موقعیت شکست یا تقابل (بر روی کشتی‌های درحال غرق)، ناوگان‌های نظامی آمریکا (به‌عنوان نماد قدرت مطلق)، نمادهای اقلیمی ـ نظامی (طوفان، ابرهای توفانی، دود و آتش) و بازنمایی مستقیم ترامپ و فرماندهان (به‌عنوان ناجیان تمدن). رمزگان‌های معنایی غالب عبارت بودند از «تهدید وجودی تمام‌عیار»، «انهدام و نابودی زیر آب» و «ابهام راهبردی با اضطرار زمانی». دلالت‌های ایدئولوژیک نهفته در این تصاویر، عمدتاً حول محورهای «مشروعیت‌بخشی به خشونت نظامی علیه ایران»، «بی‌اعتبارسازی رقبای سیاسی داخلی ترامپ (به‌ویژه اوباما و بایدن)» و «ایجاد فضای روانی تهدید و اضطرار برای فشار بر تصمیم‌گیران ایرانی» سازمان یافته بودند.

پاسخ به سؤالات فرعی:

سؤال فرعی ۱: تصاویر موردبررسی مشتمل بر کدام دسته از دال‌های بصری صریح هستند و در سطح دلالت صریح چه عناصری از ایران را نمایش می‌دهند؟ بر اساس یافته‌های جدول ۱، دال‌های بصری در پنج دسته اصلی طبقه‌بندی شدند: نقشه و مرزها (۳۰درصد)، پرچم و نمادهای ملی (۲۶ درصد)، فناوری‌های نظامی (۲۲درصد)، چهره رهبران و نظامیان (۱۵درصد) و نمادهای تهدید انتزاعی (۷درصد). در سطح دلالت صریح، تصاویر صرفاً عناصری همچون «نقشه جغرافیایی ایران»، «پرچم ایران»، «کشتی‌های جنگی دارای نشان ایران» و «تأسیسات نظامی و هسته‌ای ایران» را نمایش می‌دهند، اما نکته مهم آن است که این عناصر همواره در بافتی از تهدید، محاصره یا انهدام قرار گرفته‌اند.

سؤال فرعی ۲: در سطح دلالت ضمنی، این تصاویر چه ویژگی‌های هویتی منفی

را به ایران نسبت می‌دهند؟ تحلیل دلالت ضمنی سه ویژگی منفی اصلی را نشان داد: «تهدید وجودی غیرقابل مهار» (از طریق نقشه‌های محاصره و فلش‌های متعدد)، «ضعف و شکنندگی مضحک» (از طریق نمایش ناوگان‌های غرق‌شده و پهپادهای درحال سقوط) و «غیرعقلانیت و آمادگی برای نابودی خود» (از طریق بازنمایی تأسیسات هسته‌ای در آستانه فروپاشی و عدم نمایش هیچ‌گونه عاملیت دفاعی از سوی ایران). این ویژگی‌ها درمجموع تصویری از ایران به‌عنوان «کشوری که هم تهدید است و هم ناتوان از دفاع» ارائه می‌دهند ــ پارادوکسی که ازنظر منطق گفتمانی، هرگونه واکنش نظامی علیه آن را توجیه‌پذیر می‌سازد. سؤال فرعی ۳: کدام اسطوره‌ها یا گفتمان‌های کلان در لایه‌های زیرین این تصاویر بازتولید شده‌اند؟ سه اسطوره کلان شناسایی شد: الف) اسطوره «ایران شکست‌خورده و منفعل» که از طریق حذف راهبردی مقاومت ایران (درحالی‌که واقعیت میدانی حفظ ۷۰ درصد موشک‌ها را نشان می‌داد) بازتولید می‌شود. ب) اسطوره «نجات‌دهنده آمریکا (مسیحیت نظامی)» که ترامپ را به‌عنوان «حافظ تمدن غرب در برابر شرق وحشی» بازنمایی می‌کند. ج) اسطوره «بمب ساعتی هسته‌ای» که ایران را در آستانه ساختن سلاح اتمی و تهدیدی قریب‌الوقوع برای جهان نشان می‌دهد ــ درحالی‌که ایران همواره ماهیت صلح‌آمیز برنامه خود را اعلام کرده است. این اسطوره‌ها عمیقاً با گفتمان شرق‌شناسانه ادوارد سعید و کلیشه‌های استوارت هال همخوانی دارند. سؤال فرعی۴: کدام تقابل‌های دوگانه در این تصاویر به‌کاررفته و چگونه از طریق آن‌ها «هویت ایرانی» در مقابل «هویت آمریکایی» به‌مثابه «دیگری» تهدیدکننده بازتعریف شده است؟ جدول ۲ شش تقابل دوگانه را نشان داد: ما/آن‌ها، قدرت/ضعف، صلح/جنگ، متمدن/وحشی، آینده/گذشته و آرامش/طوفان. این تقابل‌ها از طریق رمزگان‌های بصری (قراردادن پرچم دو کشور در مقابل هم نمایش ترامپ در قامت فرمانده آرام در مقابل ایران طوفان‌زده) بازتولید می‌شوند. کارکرد این تقابل‌ها «بیگانه‌سازی» ایران و «همسان‌سازی» مخاطب آمریکایی و غربی با گفتمان ترامپ است. ایران در این بازنمایی‌ها هرگز به‌عنوان یک «همتای منطقی» یا «بازیگری دارای حقوق متقارن» ظاهر نمی‌شود؛ بلکه همواره در موقعیت «دیگری تهدیدکننده‌ای» قرار دارد که باید یا نابود شود یا تسلیم گردد. سؤال فرعی ۵: چه تفاوت‌ها یا تغییرات معنایی در بازنمایی ایران در مقاطع زمانی مختلف این بازه بحران مشاهده می‌شود؟ بررسی زمانی تصاویر نشان داد که در آستانه آغاز جنگ (بهمن ــ اسفند ۱۴۰۴)، تصاویر بیشتر بر «تهدید قریب‌الوقوع» (طوفان، نقشه‌های محاصره) متمرکز بودند. در میانه

جنگ (فروردین ۱۴۰۵) پس از حملات متقابل ایران، تصاویر به سمت «انهدام و غرق کردن ناوگان ایران» تغییر یافتند تا شکست ایران را القا کنند. پس از آتش‌بس (اردیبهشت ۱۴۰۵)، تصاویر با تأکید بر «آرامش قبل از طوفان» و هشدار «کلاک در حال تیک‌تاک است» فضای تهدید مجدد و فشار برای مذاکرات صلح از موضع قدرت را دنبال می‌کردند. همچنین تصاویر مربوط به مقایسه دوران اوباما/بایدن با ترامپ (مجموعه ۱۵۹ کشتی) عمدتاً در مقطع پس از آتش‌بس منتشر شدند تا از فضای پساجنگ برای اهداف تبلیغات داخلی آمریکا استفاده شود.

تبیین و تحلیل نظریه‌ها و پیشینه با یافته‌های تحقیق

تبیین نظری یافته‌ها: یافته‌های تحقیق در چارچوب نظریه‌های نشانه‌شناسی و گفتمان به روشنی نشان می‌دهد که تصاویر توییت‌شده ترامپ، در سطح دلالت‌های ضمنی و اسطوره‌ای (بارت)، با تکیه بر رمزگان‌های سه‌گانه شمایل، نمایه و نماد (پیرس)، سه اسطوره‌ی «ایران شکست‌خورده و منفعل»، «نجات‌دهنده آمریکا (مسیحیت نظامی)» و «بمب ساعتی هسته‌ای» را بازتولید می‌کنند. این اسطوره‌ها که از طریق کلیشه‌سازی شرق‌شناسانه (سعید) و تقابل‌های دوگانه‌ی «ما/آن‌ها»، «تمدن/بربریت» و «قدرت/ضعف» (هال) ساخته شده‌اند، در بستر شبکه‌های اجتماعی، کارکردی راهبردی در مشروعیت‌بخشی به اقدام نظامی، ایجاد فضای روانی تهدید و بی‌اعتبارسازی رقبای سیاسی داخلی ترامپ داشته‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که در عصر دیپلماسی دیجیتال، «شرق‌شناسی» نه از طریق متون فلسفی، بلکه از طریق تصاویر هوش مصنوعی و اینفوگرافیک‌های جعلی بازتولید می‌شود؛ پدیده‌ای که می‌توان آن را «شرق‌شناسی دیجیتال» نامید و با سرعت و فراگیری بسیار بیشتر از گونه‌های کلاسیک خود عمل می‌کند.

تبیین یافته‌ها نسبت به پیشینه تحقیق: یافته‌های این پژوهش ضمن تأیید هم‌سو با پژوهش‌های پیشین (همانند کشف مضامین تهدید و تحقیر در توئیت‌های ترامپ توسط سعیدزاده و همکاران و دوگانگی «تصویر خود/دیگری» در پژوهش مرادی‌فر و امیدی)، فراتر رفته و خلأ موجود در ادبیات تحقیق را از دو جهت پر می‌کند: نخست، نشان می‌دهد که استراتژی تصویری ترامپ، برخلاف استراتژی متنی او که گاهی میان «مردم ایران» و «دولت ایران» تفاوت قائل می‌شود (یافته سهیلی و همکاران)، در سطح تصاویر به کلی‌سازی و یکپارچه‌سازی تهدیدآمیز از ایران روی می‌آورد. دوم، با کشف «نبود دال ایرانی مثبت» در تمامی تصاویر، نشان می‌دهد که حذف نشانه‌شناختی ایران به‌مثابه یک تمدن زنده، پیش از حذف فنی محتوا در توییتر (مطابق با یافته رستگار)

رخ داده است. همچنین، این تحقیق یافته مکّی و راس را در تصاویر مجموعه «۱۵۹ کشتی» تأیید می‌کند که بازنمایی ایران در خدمت اهداف سیاسی داخلی (تخریب اوباما و بایدن) امری سیال و موقعیت‌مند است، اما برخلاف آن‌ها، بر قدرت افزون‌تر تصاویر در همسوسازی عاطفی مخاطب (کاستلز) تأکید می‌ورزد.

به‌طورکلی، یافته‌های این تحقیق نه‌تنها نظریه‌های نشانه‌شناسی، بازنمایی، شرق‌شناسی و دیپلماسی عمومی را تأیید می‌کند، بلکه آن‌ها را در بستر جدید «جنگ تصاویر در شبکه‌های اجتماعی» بسط می‌دهد. مهم‌ترین بسط نظری، مفهوم «شرق‌شناسی دیجیتال» است: بازتولید کلیشه‌های کهن شرق‌شناسانه از طریق تصاویر هوش مصنوعی، اینفوگرافیک‌های جعلی و نمادهای بصری در پلتفرم‌های دیجیتال. همچنین در نسبت با پیشینه، این تحقیق خلأ موجود در پژوهش‌های پیشین (که عمدتاً بر متن توئیت‌ها متمرکز بودند) را پر می‌کند و نشان می‌دهد که تصاویر، به دلیل سرعت انتقال معنا و تأثیرگذاری احساسی، حتی از متن نیز قدرتمندتر عمل می‌کنند. همچنین، تفاوت میان استراتژی متنی و تصویری ترامپ (تمایز قائل شدن بین مردم و دولت در متن در مقابل یکپارچه‌سازی ایران در تصویر) یک یافته چالش‌برانگیز است که نیاز به تحقیقات بیشتر دارد.

درنهایت، ترکیب نظریه‌ها در قالب یک مدل چهارسطحی، امکان تحلیل نظام‌مند و جامع‌تری از دیپلماسی بصری بحران را فراهم می‌آورد که می‌تواند برای تحلیل موارد مشابه (از سوی سایر رهبران سیاسی یا در بحران‌های دیگر) به‌کار رود. این مدل به پژوهشگران آینده پیشنهاد می‌کند که برای درک کامل جنگ روایت‌ها، هرگز نباید متن و تصویر را جدا از هم تحلیل کنند؛ بلکه باید به تعامل پیچیده آن‌ها توجه داشت.

پیشنهاد برای تحقیقات آتی

با توجه به یافته‌ها و محدودیت‌های این پژوهش، تحقیقات آینده می‌توانند در مسیرهای زیر گام بردارند:

- مقایسه نشانه‌شناختی تصاویر توییت‌شده ترامپ با تصاویر منتشرشده توسط مقامات ارشد ایران (مانند رهبری، رئیس‌جمهور یا سخنگوی وزارت خارجه) در همان بازه زمانی. این مقایسه می‌تواند نشان دهد که ایران تا چه اندازه در «جنگ تصاویر» موفق بوده و چه دال‌های بصری خاصی را در مقابل دال‌های آمریکایی به‌کار گرفته است.
- بررسی تطبیقی بازنمایی ایران در تصاویر توییتر سایر رهبران غربی (نخست‌وزیر

بریتانیا، صدراعظم آلمان، رئیس‌جمهور فرانسه) در بحران‌های مشابه.

- پژوهش‌های تجربی با روش پیمایش یا مصاحبه عمیق برای سنجش میزان تأثیرگذاری این تصاویر بر افکار عمومی ایرانی، آمریکایی و بین‌المللی. چه گروه‌هایی از مخاطبان تحت تأثیر اسطوره «ایران شکست‌خورده» قرار می‌گیرند و چه گروه‌هایی آن را رد می‌کنند؟
- تحلیل واکنش‌های متنی کاربران توییتر به این تصاویر (بخش کامنت‌ها) با استفاده از روش تحلیل محتوای کاربرپسند یا تحلیل احساسات مبتنی بر هوش مصنوعی.
- تحلیل نشانه‌شناختی تصاویر منتشرشده توسط ترامپ در پلتفرم جدیدش (تروث سوشال[1]) و مقایسه آن با توییتر. آیا تغییر پلتفرم تغییری در رمزگان‌های بصری ایجاد کرده است؟
- مطالعه تصاویر مربوط به ایران در توییتر جو بایدن (در صورت وجود) یا نامزدهای جمهوری‌خواه دیگر برای شناسایی تداوم یا گسست در گفتمان بصری ضدایرانی.
- پیوند نشانه‌شناسی با روانشناسی سیاسی برای تحلیل اینکه چرا تصاویر طوفان و آتش در شرایط بحرانی بیشترین تأثیر را بر مخاطب می‌گذارند.
- تلفیق نشانه‌شناسی با علوم داده و شبکه‌های اجتماعی برای ردیابی مسیر انتشار و بازنشر تصاویر (تحلیل شبکه) و شناسایی گره‌های کلیدی در انتشار اسطوره‌های ضدایرانی.

این تحقیق نشان داد که تصاویر توییت‌شده دونالد ترامپ در بازه جنگ ایران و آمریکا (۱۴۰۴ـ۱۴۰۵) صرفاً بازتابی از رویدادهای

نظامی نبودند، بلکه سلاح‌های قدرتمندی در «جنگ ترکیبی» و «نبرد روایت‌ها» به شمار می‌رفتند. ترامپ و تیم رسانه‌ای او با بهره‌گیری از نظام‌های نشانه‌ای ساده اما پرتکرار (نقشه، پرچم، طوفان، غرق‌شدگی) و بازتولید اسطوره‌های کهن شرق‌شناسانه (ایران به‌مثابه تهدید وحشی نیازمند مهار)، موفق شدند تا حد قابل‌توجهی افکار عمومی آمریکایی و بخشی از افکار عمومی جهان را برای پذیرش خشونت نظامی علیه ایران آماده کنند. از سوی دیگر، «نبود» هرگونه بازنمایی مثبت از ایران (فرهنگ، علم، طبیعت، مردم عادی) در این تصاویر گویای آن است که گفتمان ترامپ به‌هیچ‌وجه

1. Truth Social

بـه دنبـال «درک ایـران» نبـود، بلکـه صرفـاً در پـی «حـذف نشانه‌شـناختی ایـران» به‌مثابـه یـک هویـت تمدنـی زنـده بـوده اسـت. بـرای ایـران، مهم‌تریـن درس ایـن تحقیـق آن اسـت کـه در عصـر دیپلماسـی بصـری، صرفـاً مقاومـت نظامـی و دیپلماسـی کلامـی کافـی نیسـت. بایـد «سـپاه نشانه‌شـناختی» متشـکل از طراحـان گرافیـک، فیلم‌سـازان، کارشناسـان رسـانه و نشانه‌شناسـان تشـکیل داد تـا در برابـر ایـن جنـگ تصاویـر، روایت‌هـای بصـری قدرتمنـد، معتبـر و امیدبخـش از ایـران واقعـی نـه ایـران اسطوره‌شـده دشـمن تولیـد و منتشـر کنـد. تنهـا در آن صـورت اسـت کـه می‌تـوان از «تولیـد معنـا» کـه امـروز قلـب قـدرت نـرم را تشـکیل می‌دهـد، به‌عنـوان سـپری در برابـر تهاجمـات نشانه‌شـناختی اسـتفاده کـرد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

بارت، رولان (۱۳۸۶). مبانی نشانه‌شناسی، ترجمهٔ صادق رشیدی و فرزانه دوستی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

بارت، رولان (۱۳۹۰). اسطوره‌شناسی ترجمهٔ صادق رشیدی و فرزانه دوستی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی و عادل آذر(۱۳۹۹). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع ، ویرایش سوم، تهران، انتشارات صفار.

رحیمی، کیوان (۱۴۰۵). تروریسم کلامی ترامپ؛ چگونه زبان به سلاح امنیتی‌سازی علیه ایران تبدیل شد؟ خبرگزاری دانشجو،۱۶ اردیبهشت ۱۴۰۵. https://snn.ir/005sYP

سعید، ادوارد (۱۳۸۲). جهان، متن و منتقد، ترجمهٔ اکبرافسری، تهران، انتشارات توس.

سعید، ادوارد (۱۳۸۶). شرق‌شناسی، ترجمهٔ لطفعلی خنجی، انتشارات امیرکبیر.

سعیدزاده، سهیر؛ قدیرزاده، مهناز و فائزه تقی‌پور (۱۴۰۱). تحلیل مضمون توئیت‌های ترامپ درباره برجام به منظورارائه الگوی دیپلماسی توئیتری ترامپ.

پژوهش‌های روابط بین‌الملل، ۱۲ (۴)، ۷ـ۳۸. https://doi.org/10.22034/irr.2022.331941.2149

سلیمی، حسین و پیمان وهاب‌پور (۱۳۹۷). توئیپلماسی؛ بازنمایی سیاست خارجی ایران در توئیتر، *مطالعات رسانه‌های نوین*،۴(۱۴)، ۶۶ـ۱۰۸. doi: 10.22054/nms.2018.33305.515

فیسک، جان (۱۳۸۶). درآمدی بر مطالعات ارتباطی، ترجمهٔ مدی غبرایی، تهران، ناشر: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزي رسانه.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). جامعه شبکه‌ای، ترجمهٔ افشین خاکبازو احد علیقلیان، تهران، انتشارات طرح نو.

کلانتری خاندانی، عزت‌اله، فرخی، محمد حسن و موسی غنچه‌پور (۱۳۹۹). تحلیل گفتمان انتقادی توئیت‌های ترامپ بر اساس مدل ون دایک، *زبان پژوهی*، ۱۲ (۳۴)، ۱۳۱ـ۱۵۶. doi: 10.22051/jlr.2019.20256.1545

کرس، گونتر و ون لیوون، تئو (۱۳۸۹). خوانش تصاویر: نشانه‌شناسی اجتماعی رویکردی به تحلیل متن تصویری، ترجمه سجاد کبگانی، تهران، ناشر: هنر نو.

نقیب‌السادات، سیدرضا (۱۴۰۴). چالش‌های دیپلماسی سایبری در ایران، فصلنامه علمی *مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی*،۲ (۳)، ۵۵ـ۸۰. doi: 10.22083/cssms.2025.499627.1032.

هال، استوارت (۱۳۸۷). کتاب معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، ترجمه ، احمد گل محمدی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

Ahmad Suhailli& Dadang Suganda, Nani Darmayanti, Susi Yuliawati(2024) A Corpus-Assisted Critical Discourse Analysis of the Iranian People in the Corpus of Donald Trump's Social Media Texts, *Theory and Practice in Language Studies* 14(1):88-97, DOI:10.17507/tpls.1401.10.

Agwin Degaf & Hamadah Ashfiya(2026) MORALIZING WAR AND CONSTRUCTING ENEMIES IN TRUMP'S 2025 IRAN SPEECH. Paradigm *Journal of Language and Literary Studies* 8(2):19-41. DOI:10.18860/prdg.v8i2.36758

Barthes, R. (2007). Fundamentals of Semiotics (F. Dousti & S. Rashidi, Trans.). Scientific and Cultural Publications. (Original work published 1964)

Barthes, R. (2011). Mythologies (F. Dousti & S. Rashidi, Trans.). Scientific and Cultural Publications. (Original work published 1957)

Peirce, C. S. (2016). Collected Papers on Peirce's Semiotics (M. Razavifar, Trans.). University of Tehran Press. (Original work published 1931-1958)

Castells, M. (2001). The Network Society (A. Aligholian & A. Hajiani, Trans.). Tarh-e No Publications. (Original work published 1996).

Danaeifard, H., Alvani, S. M., & Azar, A. (2020). Qualitative Research Methodology in Management: A Comprehensive Approach (3rd ed.). Saffar Publications. **[In Persian]**

Rahimi, K. (2025, May 6). Trump's Verbal Terrorism: How Language Turned into a Weapon for Securitization against Iran. Iranian Students News https://snn.ir/005sYP. **[In Persian]**

Said, E. (2003/1983). The World, the Text, and the Critic (A. Afsari, Trans.). Toos Publications. (Original work published 1983)

Saiedzadeh, S., Ghadirzadeh, M., & Taghipour, F. (2022). Thematic Analysis of Trump's Tweets about the JCPOA to Present a Model of Trump's Twitter Diplomacy. *International Relations Research*, 12(4), 7-38. [In Persia] https://doi.org/10.22034/irr.2022.331941.2149

Salimi, Hossein and Vahabpour, Peyman. (2018). Twitter Diplomacy; Representation of Iran's Foreign Policy on Twitter. *New Media Studies*, 4(14), 66-108. doi: 10.22054/nms.2018.33305.515. **[In Persian]**

Saeedeh Moradifar, Ali Reza Nasr Esfahani (2025) How Trump frames himself and Iran: An analysis of his social media posts. https://www.presstv.co.uk/Detail/2025/10/26/757610/how-trump-frames-himself-iran-analysis-social-media-posts.

Fiske, J. (2007). Introduction to Communication Studies (M. Mehdi zadeh, Trans.). Imam Sadiq University Press. (Original work published 1982)

Kalantari-Khandani, Ezzatollah, Farrokhi, Mohammad Hassan and Ghonchepour, Musa. (2019). Critical Discourse Analysis of Trump's Tweets Based on the Van Dyke Model. *Journal of Language Studies*, 12(34), 131-156. doi: 10.22051/jlr.2019.20256.1545. **[In Persian]**

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2010). Reading Images: Social Semiotics Approach to Visual Text Analysis (F. Forasti & M. Tavousi, Trans.). Ministry of Culture and Islamic Guidance Publications. (Original work published 1996)

Gounk, A. (2022). Network Approach in Public Diplomacy: A Critical Analysis in the Context of Mass Society Transformations. Scientific-*Research Journal of Communication*, 29(4), 45-72. Available at: Akademikarsiv.alparslan.edu.tr

Hall, Stuart (2008). Meaning, Culture and Social Life, translated by Ahmad Golmohammadi, Tehran, Tehran University Press. (Date of publication of the original work: 1997).

Naqib Sadat, Seyyed Reza. (2025). Challenges of Cyber Diplomacy in Iran. *Cyberspace and Social Media Studies*, 2(3), 55-80.doi: 10.22083/cssms.2025.499627.1032. **[In Persian]**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 71 - 101
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.582836.1141
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

Strategies for Communicative Resilience in Native Platforms during International Internet Disconnection: A Case Study of the Ramadan Conflict

Morteza Nesari, *Ph.D. Candidate, Cultural Strategic Management, Faculty of Strategic Management, National Defense University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) Email: Nesari.Morteza@sndu.ac.ir*

Extended Abstract

Introduction: This study aims to identify, explain, and model the communicative resilience strategies adopted by native Iranian digital platforms during the Ramadan Conflict, defined as an 88-day period of international internet disruption. It examines how digital platforms, industry actors, and users responded to infrastructural instability, economic pressures, and restrictive governance during this period of crisis.

Methods: The study employed a qualitative Grounded Theory approach based on Strauss and Corbin's methodology. Eighteen experts in platform management, digital governance, cybersecurity, and communication sociology were selected through purposive and theoretical sampling. Semi-structured, in-depth interviews were conducted until theoretical saturation was achieved after the fifteenth interview, followed by three additional interviews to strengthen the credibility of the findings. Data were analyzed through the sequential stages of open, axial, and selective coding.

Findings: The resulting paradigm model identified communicative resilience as a multilayered phenomenon shaped by interacting structural, organizational, and social factors. Causal conditions included infrastructural instability, such as routing disruptions and bandwidth saturation, together with economic losses and cybersecurity threats. Contextual conditions comprised changing cultural practices, restrictive governance prioritizing security over efficiency, and evolving user behaviors, including migration to domestic platforms and attempts to circumvent restrictions. Intervening conditions included currency fluctuations, inconsistencies in service provision, and shortages of skilled human resources.

Four interrelated strategic dimensions of communicative resilience emerged: (1) optimization of technical architecture; (2) management of user trust during periods of uncertainty; (3) collective advocacy and coordination within the platform industry; and (4) active user adaptation through local intranets, offline tools, and peer-to-peer knowledge sharing. These strategies generated broader consequences, including the strengthening of domestic digital platforms, changes in governance arrangements characterized by expanded regulatory oversight, and social transformations reflected in the weakening of online solidarity and collective interaction.

Conclusion: The findings suggest that communicative resilience should be understood not as a simple return to pre-crisis conditions but as an evolutionary pro-

cess shaped by the interaction between technological infrastructures and societal needs. The study indicates that sustainable resilience requires a transition from "engineering resilience" toward "evolutionary resilience," emphasizing adaptive governance, public trust, and user agency rather than centralized control alone. In this respect, the Ramadan Conflict represents a critical turning point in the evolution of Iran's digital platform ecosystem. Without such a transition, future crises may increase the risk of fragmentation and isolation within the national digital environment.

Keywords: Communicative Resilience, Ramadan Conflict, Grounded Theory, Platform Strategies, Networked Governance.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۱۰۱ - ۷۱
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 71 - 101
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.582836.1141
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

راهبردهای تاب‌آوری ارتباطی در سکوهای بومی در شرایط قطع اینترنت بین‌المللی: مطالعه موردی جنگ رمضان

مرتضی نثاری[1]

چکیده

پژوهش حاضر باهدف شناسایی، تبیین و مدل‌سازی راهبردهای تاب‌آوری ارتباطی در سکوهای بومی ایران طی جنگ رمضان (دوره ۸۸ روزه قطع اینترنت بین‌المللی) انجام شده است. این مطالعه در پی فهم کنشگری سه‌لایه (پلتفرم، صنف و کاربران) در مواجهه با ناپایداری زیرساختی، خسارات اقتصادی و سیاست‌گذاری‌های آمرانه است. پژوهش با استفاده از روش کیفی نظریه داده‌بنیاد (رویکرد استراوس و کوربین) انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل ۱۸ نفر از خبرگان حوزه مدیریت پلتفرم، سیاست‌گذاری فضای مجازی و جامعه‌شناسی ارتباطات بودند که از طریق نمونه‌گیری هدفمند و نظری انتخاب شدند. مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق تا حصول اشباع نظری (پس از ۱۵ مصاحبه) ادامه یافت و سه مصاحبه تکمیلی برای افزایش اعتمادپذیری انجام شد. تحلیل داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. الگوی پارادایمی نشان داد که «تاب‌آوری ارتباطی» پدیده‌ای چندلایه و پویاست. شرایط علّی شامل ناپایداری زیرساختی، خسارات اقتصادی و تهدیدات امنیت سایبری بود. شرایط زمینه‌ای عبارت بودند از بسترهای فرهنگی، سیاست‌گذاری‌های آمرانه و رفتارهای کاربری. شرایط مداخله‌گر نیز نوسانات ارزی، تناقض در خدمات و چالش سرمایهٔ انسانی را دربر می‌گرفت. چهار لایهٔ راهبردی شناسایی شد: بهینه‌سازی معماری فنی، مدیریت بحران اعتماد، کنشگری حمایتی صنفی و انطباق فعال کاربران. پیامدها شامل دگردیسی مرجعیت، تغییر حکمرانی و تحول اجتماعی همراه با آسیب به همبستگی مجازی بود. تاب‌آوری ارتباطی در جنگ رمضان، فرایندی تکاملی و نه مکانیکی بود. گذار از «تاب‌آوری مهندسی» به «تاب‌آوری تکاملی» و جایگزینی حکمرانی آمرانه با حکمرانی شبکه‌ای مبتنی بر اعتماد عمومی و عاملیت کاربران، شرط پایداری سکوهای بومی در بحران‌های آینده است.

واژگان کلیدی

تاب‌آوری ارتباطی، جنگ رمضان، نظریه داده‌بنیاد، راهبردهای پلتفرمی، حکمرانی شبکه‌ای.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۲۹

۱. دانش‌آموخته دکترای مدیریت راهبردی فرهنگی، دانشکده مدیریت راهبردی، دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی و تحقیقات راهبردی، تهران. ایران. nesarimorteza@chmail.ir

مقدمه

ظهور سکوهای ارتباطی به‌عنوان زیرساخت اصلی تبادل اطلاعات، تعاملات اجتماعی و تولید معنا در جوامع مدرن، وابستگی بی‌سابقه‌ای به پایداری این بسترها ایجاد کرده است. بااین‌حال، وقوع بحران‌های امنیتی و نظامی، اغلب دسترسی به زیرساخت‌های بین‌المللی این سکوها را با محدودیت‌های شدید و ناگهانی مواجه می‌سازد. در چنین شرایطی، مفهوم «تاب‌آوری ارتباطی»[1] به‌عنوان چارچوبی کلیدی برای تحلیل بقا و بازتولید پیوندهای اجتماعی مطرح می‌شود. برخلاف تعاریف مهندسی که تاب‌آوری را صرفاً «بازگشت به وضعیت پیشین» می‌دانند، بزانل و هوستون[2] (۲۰۱۸) و نیز سوتکلیف و وگوس[3] (۲۰۰۳) در رویکردهای ارتباطی اجتماعی خود، آن را «فرایندی پویا و آینده‌نگر برای بازسازی معنا، بازتعریف هویت جمعی و ترمیم شبکه‌های ارتباطی در مواجهه با ناملایمات» تعریف می‌کنند. این نوع تاب‌آوری، نه بر انکار بحران، بلکه بر «انطباق تکاملی» و «بازآفرینی عاملیت» در بسترهای جدید استوار است؛ موضوعی که در پژوهش‌های پیشین حوزه پلتفرم‌های بومی ایران کمتر به آن پرداخته‌شده است.

در ایران، هم‌زمان با «جنگ رمضان» در سال ۱۴۰۴، شبکه جهانی اینترنت برای مدت ۸۸ روزه عملاً از دسترس خارج شد و چالش‌های زیرساختی و ارتباطی بی‌سابقه‌ای را بر اکوسیستم دیجیتال کشور تحمیل کرد. در این شرایط، پلتفرم‌های بومی که پیش از آن عمدتاً نقشی حاشیه‌ای داشتند ناگهان به تنها مجرای ارتباطی در دسترس برای ده‌ها میلیون کاربر تبدیل شدند. برخی گزارش‌های بین‌المللی همچون نت‌بلاکس[4] (۲۰۲۶) بیان می‌کنند که مدیریت ترافیک شبکه در این بازه را به‌گونه‌ای بود که تمام فعالیت‌های دیجیتال عملاً به شبکه ملی اطلاعات محدود شد. پیامد این تغییر اجباری، افزایش بی‌سابقه تقاضا بود؛ به‌گونه‌ای که تعداد کاربران فعال در سکوهای بومی از مرز ۱۰۰ میلیون نفر عبور کرد (خبرگزاری میزان، ۱۴۰۵). این افزایش ناگهانی، همراه با تغییر عمیق در نیازهای ارتباطی کاربران، سکوهای داخلی را با مسائل چندلایه‌ای مواجه ساخت: مدیریت کیفیت خدمات در شرایط اوج مصرف، حفظ پایداری فنی سیستم و پاسخگویی به ابهامات اطلاعاتی و عاطفی کاربران در غیاب منابع خارجی. در همین راستا، نهادهای تصمیم‌گیر ازجمله مسئولان کمیسیون فرهنگی

1. Communicative Resilience
2. Buzzanell & Houston
3. Sutcliffe & Vogus
4. NetBlocks

مجلس، بر ضرورت توجه به نیازهای کاربران و حفظ کارکرد اجتماعی سکوهای داخلی تأکید کردند (خبرگزاری فارس، ۱۴۰۵؛ خبرآنلاین، ۱۴۰۵).

با وجود اهمیت حیاتی این موضوع، مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که اغلب مطالعات انجام‌شده در ایران، عمدتاً بر «عوامل پذیرش اولیه» کاربران در شرایط عادی (پورجوپاری و ده‌یادگاری و کاظمی، ۱۴۰۴) یا «شاخص‌های فنی و سواد رسانه‌ای» (مداح و شاه‌قاسمی و ثابت‌تیموری، ۱۴۰۳) متمرکز بوده‌اند. همچنین، پژوهش‌هایی که به موانع عملیاتی (کفشدارطوسی، ۱۴۰۳) یا الگوهای مرجعیت (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۴۰۲) پرداخته‌اند، همگی در بستر شرایط عادی یا شوک‌های کوتاه‌مدت صورت گرفته‌اند؛ اما آنچه به‌طورجدی مغفول مانده است، درک چگونگی تحقق «تاب‌آوری ارتباطی» (به‌مفهوم فرایندی و تکاملی آن) در این سکوها، در مواجهه با یک بحران تمام‌عیار و طولانی‌مدت (قطع کامل اینترنت بین‌المللی) است؛ به‌عبارت‌دیگر، ما می‌دانیم کاربران چه عواملی را برای پذیرش اولیه یک پلتفرم بومی مهم می‌دانند، اما نمی‌دانیم چه راهبردهایی باعث می‌شود همان پلتفرم‌ها در شرایط انزوای دیجیتال، نه‌تنها فرو نپاشند، بلکه بتوانند پیوندهای ارتباطی جامعه را بازتولید کنند؛ و مهم‌تر اینکه این راهبردها در تعامل با چه شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گری معنا می‌یابند. این شکاف نظری و تجربی، ضرورت انجام پژوهشی نظام‌مند را برای شناسایی الگوی کنشگری در چنین وضعیت بی‌سابقه‌ای دوچندان می‌کند.

لذا اهمیت این مطالعه در بازشناسی راهبردهایی است که می‌توانند منجر به «تاب‌آوری ارتباطی» در سیستم‌های پلتفرمی شوند. گلسپی[1] (۲۰۱۸) در تحلیل خود از حکمرانی پلتفرمی و وان دایک[2] و همکاران (۲۰۱۸) در رویکرد «جامعهٔ پلتفرمی[3]» نشان داده‌اند که سکوها به‌مثابه «معماران فضای عمومی» عمل می‌کنند. همچنین، کومبز[4] (۲۰۲۱) در مدل «مدیریت بحران موقعیتی»[5] خود بر ضرورت مدیریت بحران در زیست‌بوم‌های دیجیتال تأکید دارد. به‌علاوه، این مطالعه ازآن‌جهت ضروری است که با تمرکز بر شرایط بومی و تجربهٔ زیستهٔ کنشگران، زمینه را برای گذار از رویکردهای

1. Gillespie
2. Van Dijck
3. Platform Society
4. Coombs
5. Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

«تاب‌آوری مهندسی»[1] (صرفاً فنی) به «تاب‌آوری تکاملی»[2] (اجتماعی راهبردی) در ادبیات داخلی فراهم می‌سازد و فهم ما را از نسبت میان «حکمرانی آمرانه»، «عاملیت کاربران» و «پایداری زیرساخت» در شرایط «انزوای دیجیتال تحمیلی»[3] عمیق‌تر می‌کند.

ازاین‌رو، پژوهش پیش‌رو، در پی‌شناسایی، تبیین و مدل‌سازی راهبردهای تاب‌آوری ارتباطی در سکوهای بومی ایران طی جنگ رمضان‌است تا از خلال آن، فرایندهای کنشگری (پلتفرم، صنف و کاربران) در مواجهه با ناپایداری زیرساختی، خسارات اقتصادی و سیاست‌گذاری‌های آمرانه، به‌صورت نظام‌مند فهمیده شود. بر این اساس،پرسش اصلی پژوهش‌به‌صورت زیر صورت‌بندی می‌شود: «سکوهای بومی در شرایط انزوای دیجیتال تحمیل‌شده توسط جنگ، چه فرایندها و راهبردهایی را برای بازتعریف مدیریت اطلاعات و تعاملات اجتماعی به‌کار می‌گیرند تا بتوانند کارکرد خود را حفظ کرده و به نیازهای فزاینده کاربران پاسخ دهند؟»

پیشینهٔ پژوهش

در رویکرد نظریه داده‌بنیاد، ادبیات پیشین به‌مثابه «نقشه راه حساسیت نظری» عمل می‌کند تا پژوهشگر با آگاهی از مفاهیم و نظریه‌های موجود، از تقلیل‌گرایی در تحلیل پرهیزکرده و بتواند پدیدهٔ موردمطالعه را در عمق و پیچیدگی آن درک کند. به‌کارگیری پیشینه در این روش، نه به‌منظور آزمون فرضیه یا مقایسهٔ یافته‌ها با پیش‌فرض‌های نظری، بلکه به‌منزلهٔ «عدسی‌هایی توصیف‌گر» است که به غنای تحلیلی و «توصیف فربه»[4] از داده‌های میدانی می‌انجامد. بر این اساس، در این بخش ابتدا پیشینه نظری شامل به‌مرور مفهومی و ابعاد نظری پدیدهٔ «تاب‌آوری ارتباطی» پرداخته می‌شود و سپس چارچوب نظری مورداستفاده در این پژوهش معرفی می‌گردد.

پیشینه نظری

مرور مفهومی: چیستی و ابعاد «تاب‌آوری»

برای تحلیل راهبردهای سکوهای بومی در شرایط انزوای دیجیتال، نخست باید مفهوم «تاب‌آوری ارتباطی» را در ابعاد مختلف آن بازشناسی کرد. تاب‌آوری در ادبیات

1. Engineering Resilience
2. Evolutionary Resilience
3. Imposed Digital Isolation
4. Thick Description

علمی، مفهومی چندوجهی است که در رشته‌های گوناگون تعابیر متفاوتی یافته است. بااین‌حال، آنچه در علوم ارتباطات و به‌ویژه در پژوهش حاضر محوری است، تفکیک سه سطح از تاب‌آوری است:

تاب‌آوری مهندسی[1]: این رویکرد که ریشه در علوم فنی و مهندسی دارد، بر «بازگشت به حالت پایدار پیشین» و حفظ کارکرد سیستم در مواجهه با اختلال تأکید می‌کند. در این دیدگاه، تاب‌آوری معادل «استحکام» و «سرعت بازیابی» است و پایداری سیستم در برابر فشارهای خارجی، هدف غایی محسوب می‌شود.

تاب‌آوری اجتماعی روانشناختی[2]: این سطح که ریشه در روانشناسی و جامعه‌شناسی دارد، بر «مقابلهٔ فردی و گروهی با فشارها» و «توانایی سازگاری با تغییرات» متمرکز است. در این رویکرد، تاب‌آوری عمدتاً به‌عنوان یک ویژگی فردی یا گروهی در نظر گرفته می‌شود که به کنشگران امکان می‌دهد تا در مواجهه با بحران‌ها، عملکرد خود را حفظ کنند.

تاب‌آوری ارتباطی: این سطح که در کانون پژوهش حاضر قرار دارد، فراتر از دو رویکرد پیشین رفته و بر «فرایندهای پویای بازسازی معنا، بازتعریف هویت جمعی و ترمیم شبکه‌های ارتباطی در مواجهه با بحران‌های گسترده» تأکید دارد. به‌گفتهٔ بزانل و هوستون (۲۰۱۸)، برخلاف نگاه مهندسی که بر «بازگشت به وضعیت پیشین» اصرار دارد، تاب‌آوری ارتباطی بر «تغییر تکاملی» و «انطباق خلاقانه» متمرکز است؛ به‌گونه‌ای که سیستم ارتباطی، به‌جای بازگشت به نظم پیشین، زمینه را برای شکل‌گیری نظم‌های ارتباطی نوین فراهم می‌آورد. بزانل (۲۰۱۰) در این چارچوب معتقد است که تاب‌آوری نه یک خروجی خودکار، بلکه حاصل تعاملات ارتباطی و راهبردهای کنشی است که در بستر بحران شکل می‌گیرند و بازتولید می‌شوند.

در شرایط «انزوای دیجیتال تحمیلی» که در آن دسترسی به شبکه‌های بین‌المللی به‌کلی قطع می‌شود، «تاب‌آوری ارتباطی» ابعاد خاصی به خود می‌گیرد که در چهار حوزه قابل صورت‌بندی است:

- بعد فنی زیرساختی:شامل پایداری سرورها، مدیریت پهنای باند، مقاومت در برابر حملات سایبری و دسترسی به سرویس‌های ابری جایگزین. این بعد، بیشترین همپوشانی را با تاب‌آوری مهندسی دارد.
- بعد اقتصادی نهادی:شامل تداوم جریان درآمدی سکوها، مدیریت هزینه‌ها،

1. Engineering Resilience
2. Social-Psychological Resilience

حمایت‌های مالیاتی و بودجه‌های اضطراری.

- بعد سیاسی حکمرانی: شامل سیاست‌های دسترسی، تنظیم‌گری امنیتی، نسبت میان استقلال و نظارت و نقش نهادهای حاکمیتی در مدیریت فضا.
- بعد فرهنگی اجتماعی: شامل تغییر الگوهای مصرف محتوا، همبستگی مجازی، اعتماد کاربران و عاملیت خودجوش در بازتولید پیوندها.

این ابعاد چهارگانه، به‌ویژه در شرایط انزوای کامل دیجیتال، با یکدیگر تعامل پیداکرده و راهبردهای کنشگران (پلتفرم‌ها، صنف و کاربران) را شکل می‌دهند. در چنین بستری، «راهبرد» نه یک برنامهٔ ایستا، بلکه «فرایند کنشی تخصیص منابع و بازتعریف مسیرهای عمل برای تضمین بقا و توسعه در شرایط ناپایدار» معنا می‌یابد؛ چنان‌که چندلر[1] (۱۹۶۲) نیز این مفهوم را چنین تعریف کرده است.

چارچوب نظری

برای تحلیل عمیق‌تر پدیدهٔ تاب‌آوری ارتباطی و کشف منطق درونی حاکم بر راهبردهای سکوهای بومی در جنگ رمضان، ازچهار نظریهٔ هم‌افزابه‌عنوان عدسی‌های تفسیری استفاده‌شده است. این نظریه‌ها به‌جای آنکه چارچوبی جبری برای داده‌ها ایجاد کنند، نقش «حساسیت‌زایی مفهومی» را ایفا می‌کنند و به پژوهشگر امکان می‌دهند تا ابعاد پنهان پدیده را در روایت‌های مصاحبه‌شوندگان آشکار سازد.

نظریهٔ تاب‌آوری ارتباطی و معناسازی در بحران: نظریهٔ تاب‌آوری ارتباطی[2] که توسط بزانل و هوستون[3] (۲۰۱۸) توسعه‌یافته، بر این اصل استوار است که‌تاب‌آوری از طریق ارتباطات ساخته، حفظ و بازتولید می‌شود. در این دیدگاه، تاب‌آوری نه یک ویژگی فردی، بلکه یک‌فرایند ارتباطی اجتماعی‌است که در آن کنشگران با استفاده از منابع زبانی و تعاملی، معنا را بازسازی کرده و پیوندهای اجتماعی را ترمیم می‌کنند. بزانل (۲۰۱۰) پنج فرایند ارتباطی کلیدی را برای تاب‌آوری شناسایی می‌کند:

۱. تولید معانی جایگزین، ۲. حفظ هویت‌های مثبت، ۳. استفاده از شبکه‌های حمایتی، ۴. اقدام عملی و ۵. بازسازی نظم‌های ارتباطی.

در تکمیل این دیدگاه، سوتکلیف و وگوس[4] (۲۰۰۳) در نظریهٔ «سازمان‌های

1. Chandler
2. Communication Theory of Resilience - CTR
3. Buzzanell & Houston
4. Sutcliffe & Vogus

باقابلیت بالای اطمینان»[1] استدلال می‌کنند که تاب‌آوری سازمانی، محصول «دقت در ناهنجاری‌ها» و «تعهد به انعطاف‌پذیری» است. این چارچوب به ما کمک می‌کند تا بفهمیم چرا سکوهای بومی در جنگ رمضان، زمانی تاب‌آور شدند که به‌جای سرکوب ناهنجاری‌های ترافیکی، آن را به‌عنوان سیگنالی برای بازآرایی ساختاری به کار گرفتند.

نظریهٔ حکمرانی پلتفرمی[2]: گلسپی[3] (۲۰۲۱) بر این باور است که پلتفرم‌ها «ناظران منفعل» نیستند، بلکه «معماران فضای عمومی» محسوب می‌شوند که با تصمیمات خود، ساختار تعاملات اجتماعی را شکل می‌دهند. لسیگ[4] نیز در نظریهٔ «کد به‌مثابه قانون[5]»، معماری نرم‌افزار را تعیین‌کنندهٔ اصلی رفتارهای مجاز و غیرمجاز می‌داند. این دیدگاه، راهبردهای سکوهای داخلی را نه صرفاً «سیاسی»، بلکه «معمارانه» می‌نگرد؛ یعنی تغییر الگوریتم‌ها و پروتکل‌های دسترسی، خود یک راهبرد مداخله‌گر برای مدیریت پیوندهای اجتماعی بوده است. در شرایط انزوای دیجیتال، این «معماری دسترسی» به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های سیاست‌گذاری و تاب‌آوری تبدیل می‌شود.

نظریهٔ اکوسیستم‌های پلتفرمی و قدرت شبکه‌ای: رویکرد «جامعهٔ پلتفرمی» که‌وان دایک و همکاران (۲۰۱۸) ارائه داده‌اند، نشان می‌دهد که سکوها نه صرفاً واسطه‌های فنی، بلکه تولیدکنندهٔ ارزش‌های عمومی و ساختاردهندهٔ روابط اجتماعی هستند. همچنین، کاستلز[6] (۲۰۰۹) در نظریهٔ «قدرت ارتباطی» خود معتقد است که قدرت در جامعهٔ شبکه‌ای، نه در نهادها، بلکه در «برنامه‌ریزی شبکه‌ها» و «کنترل دروازه‌های ارتباطی» نهفته است. این چارچوب تبیین می‌کند که چرا راهبردهای سکوهای بومی برای فراگیری مخاطب، متأثر از رقابت برای کنترل این دروازه‌ها در شرایط انزوای دیجیتال بوده است. در جنگ رمضان که دروازه‌های ارتباطی بین‌المللی بسته شد، کنترل بر دروازه‌های داخلی به منبعی حیاتی برای بقا و کسب قدرت تبدیل گردید.

نظریهٔ مدیریت بحران و مشروعیت نهادی: مدل «مدیریت بحران موقعیتی» کومبز بر این اصل استوار است که پاسخ‌دهی به بحران باید با میزان «مسئولیت‌پذیری» سازمان تناسب داشته باشد. در شرایط بحرانی، سازمان‌ها با اتخاذ راهبردهای ارتباطی مناسب، می‌توانند اعتبار خود را حفظ کرده و از تشدید بحران جلوگیری کنند. در همین

1. High Reliability Organizations (HROs)
2. Platform Governance
3. Gillespie
4. Lessig
5. Code is Law
6. Castells

راستا،پففر و سالانسیک[1] (۲۰۰۳) در نظریهٔ «وابستگی به منابع» خود استدلال می‌کنند که سازمان‌ها برای بقا، نیازمند حفظ مشروعیت در نزد ذی‌نفعان کلیدی هستند؛ زیرا منابع حیاتی خود را از محیط بیرونی تأمین می‌کنند و برای دسترسی به این منابع، نیاز به تأیید و حمایت ذی‌نفعان دارند. در بستر جنگ رمضان، سکوهای بومی با اتخاذ راهبردهای اقناع‌گری رسانه‌ای و تسهیل خدمات عمومی، درواقع در حال مدیریت وابستگی خود به «اعتماد اجتماعی» بودند تا از پیامدهای مخرب انزوای دیجیتال بکاهند و مشروعیت خود را در نزد کاربران حفظ کنند.

ترکیب این چهار دیدگاه، چارچوب تحلیلی پژوهش را به‌گونه‌ای صورت‌بندی می‌کند که «تاب‌آوری ارتباطی» نه به‌عنوان یک خروجی خودکار، بلکه به‌مثابه‌حاصل راهبردهای انطباقی پلتفرم در پاسخ به التهابات محیطی‌بازنمایی می‌شود. در این چارچوب:

- شرایط علّی:قطع دسترسی و التهاب محیطی (ناشی از جنگ و سیاست‌های آمرانه)؛
- راهبردهای کنشی:تطبیق معماری توسط پلتفرم‌ها + بازسازی معنا توسط کاربران؛
- شرایط مداخله‌گر/زمینه‌ای:میزان سواد رسانه‌ای، قدرت نفوذ ایدئولوژیک و زیرساخت‌های فنی.

با این عدسی‌های نظری، روایت‌های مصاحبه‌شوندگان کاویده می‌شود تا کشف شود چگونه در جنگ رمضان، این راهبردها از سیاست‌گذاری آمرانه به‌سوی خلاقیت شبکه‌ای میل کرده‌اند. این نقشه راه، اجازه می‌دهد مفاهیم پراکنده (از مدیریت سرورها تا جلب اعتماد کاربران) در یک کل یکپارچه معنا یابند و زمینه را برای‌توصیف فربه[2]از داده‌های میدانی فراهم آورد.

پیشینه‌تجربی

پورجوپاری و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهشی باعنوان «عوامل مؤثر بر پذیرش پیام‌رسان‌های داخلی توسط کاربران ایرانی» دریافتند که متغیرهای اعتماد، تصویر ذهنی و کیفیت سیستم، نقشی کلیدی در پذیرش این سکوها دارند. یافته‌های این مطالعه به تبیین اهمیت «برندینگ» و «کارایی فنی» به‌عنوان پیش‌نیازهای تاب‌آوری ارتباطی در پژوهش حاضر کمک شایانی می‌کند.

1. Pfeffer & Salancik
2. Thick Description

حسینی و نوریان رامشه (۱۴۰۴) در پژوهشی باعنوان «بومی‌سازی رسانه‌های اجتماعی در چین: تحلیل تأثیر سیاست‌های دولتی و فناوری محلی بر توسعه پلتفرم‌های بومی» دریافتند که تطبیق پلتفرم‌ها با فرهنگ و قوانین محلی، عامل اصلی موفقیت در گذار به زیست‌بوم دیجیتال ملی است. این تجربه موفق چین، الگویی برای تحلیل چالش‌های امنیتی و حریم خصوصی در مسیر تاب‌آوری سکوهای بومی ایران ارائه می‌دهد.

کفشدارطوسی (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «مزایا و موانع استفاده کسب‌وکارهای مجازی از پیام‌رسان‌های داخلی و اینستاگرام در ایران» دریافت که اگرچه صرفه اقتصادی و جذب مخاطب خاص از مزایای سکوهای داخلی است، اما باگ‌های سیستمی و محدودیت‌های محتوایی، موانع جدی در مسیر بهره‌برداری بهینه هستند. شناخت این موانع عملیاتی، به تدوین راهبردهای تاب‌آوری برای جبران ضعف‌های زیرساختی در پژوهش فعلی یاری می‌رساند.

مداح، شاه‌قاسمی و ثابت‌تیموری (۱۴۰۳) در پژوهشی باعنوان «ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران» دریافتند که دسترسی عادلانه به منابع و پایداری خدمات، زیربنای اصلی اعتماد کاربران است. این پژوهش بر ضرورت ارتقای سواد رسانه‌ای به‌عنوان یک متغیر مداخله‌گر در افزایش تاب‌آوری ارتباطی و کیفیت تعاملات در شرایط بحرانی تأکید می‌کند.

روشندل اربطانی، عقیلی و معتمدی (۱۴۰۲) در پژوهشی باعنوان «طراحی و تبیین الگوی مرجعیت در وب‌سایت‌های خبری» دریافتند که مرجعیت خبری، محصول تعامل میان شرایط محیطی و اعتماد رسانه‌ای است. الگوی پارادایمی ارائه‌شده در این مطالعه، مبنایی برای درک فرایند تبدیل سکوهای بومی به «مرجع ارتباطی» در دوران فقدان دسترسی به منابع بین‌المللی فراهم می‌سازد.

رحیمی و محمدی‌نسب (۱۴۰۲) در پژوهشی باعنوان «عوامل مؤثر بر مهاجرت کاربران ایرانی تلگرام به واتس‌آپ به‌جای پیام‌رسان‌های داخلی پس از فیلتر تلگرام» دریافتند که فراگیری مخاطبان و سهولت فنی، عوامل اصلی مقاومت در برابر پذیرش سکوهای داخلی است. شناخت این دافعه‌ها و انگیزه‌های مهاجرت، به پژوهش حاضر کمک می‌کند تا راهبردهای تاب‌آوری ارتباطی را متناسب با نیازها و دغدغه‌های واقعی کاربران ایرانی بازتعریف کند.

در سطح بین‌المللی، صادقی جهرمی و جاسکولکا[1] (۲۰۲۶) در پژوهشی باعنوان

1. Sadeghi Jahromi & Jaskolka

«مطالعهٔ چندمنظوره از قطعی اینترنت در ایران» با استفاده از روش‌های اندازه‌گیری چندگانه (شامل اسکن غیرفعال، پویش فعال پروتکل‌های کنترل انتقال[1] و دروازه مرزی[2]) به تحلیل قطعی‌های اینترنت ایران در ژانویه و مارس ۲۰۲۶ پرداختند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که در این بازه‌ها، از مکانیسم‌های فنی خاصی برای مدیریت شبکه استفاده‌شده که در آن، مسیریابی جهانی (BGP) پایدار نگه‌داشته شده، اما لایهٔ ارسال داده تحت تأثیر قرارگرفته است. همچنین، آن‌ها به دو معافیت ساختاری قابل‌توجه اشاره‌کرده‌اند: شبکه‌های دانشگاهی و شبکه توزیع محتوای[3] شرکت ابرآروان که تا حد زیادی از محدودیت‌های اعمال‌شده در امان مانده‌اند. این یافته‌ها برای درک چگونگی تداوم فعالیت برخی از سکوهای بومی در شرایط قطعی اینترنت، اهمیت اساسی دارد.

تامفارت[4] (۲۰۲۴) در پژوهشی باعنوان «حقوق دیجیتال و وضعیت استثنا؛ قطعی‌های اینترنت از منظر نظریهٔ عادلانه‌سازی امنیتی»، به بررسی مشروعیت قطعی‌های اینترنت در کشورهای مختلف ازجمله ایران پرداخته است. او با بهره‌گیری از چارچوب نظریهٔ عادلانه‌سازی امنیتی، استدلال می‌کند که دولت‌ها برای توجیه قطعی اینترنت، از «وضعیت استثنا» بهره می‌برند، اما این اقدامات اغلب با اصول دموکراتیک و حقوق شهروندی در تعارض قرار می‌گیرد. این چارچوب نظری، به پژوهش حاضر کمک می‌کند تا نسبت میان «سیاست‌گذاری‌های آمرانه» و «تاب‌آوری ارتباطی» را در شرایط جنگ رمضان، عمیق‌تر تحلیل کند.

همچنین، اندیشکدهٔ چتم هاوس[5] (۲۰۲۴) در گزارشی با عنوان «اینترنت تحت حمله: درس‌هایی از افغانستان و اوکراین برای حفظ اینترنت تاب‌آور در شرایط جنگ و بحران» با ارائهٔ مطالعات موردی از افغانستان و اوکراین، چارچوبی دووجهی برای تحلیل تاب‌آوری اینترنت ارائه داده است: تاب‌آوری فنی (شامل مقاومت زیرساخت‌های فیزیکی و مجازی در برابر حملات) و تاب‌آوری اجتماع سیاسی (شامل توانایی جوامع محلی برای بازتولید پیوندهای ارتباطی در شرایط بحران). این گزارش نشان می‌دهد که در اوکراین، حفظ دسترسی به اینترنت به‌عنوان یک «حق اساسی» در زمان جنگ تلقی شده و زیرساخت‌های غیرمتمرکز، نقش کلیدی در تاب‌آوری ایفا کرده‌اند. این چارچوب، الگویی سودمند برای تحلیل تاب‌آوری ارتباطی در شرایط انزوای کامل

1. Transmission Control Protocol (TCP)
2. Border Gateway Protocol (BGP)
3. Content Delivery Network (CDN)
4. Thumfart
5. Chatham House

دیجیتال در اختیار پژوهش حاضر قرار می‌دهد.

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که مطالعات انجام‌شده در حوزهٔ پلتفرم‌های بومی ایران را می‌توان در سه دستهٔ کلی جای داد:

دستهٔ نخست، پژوهش‌های «پذیرش‌محور» که بر عوامل مؤثر بر گرایش کاربران به سکوهای داخلی تمرکز داشته‌اند (پورجوپاری و همکاران، ۱۴۰۴؛ رحیمی و محمدی‌نسب، ۱۴۰۲).

دستهٔ دوم، مطالعات «فنی زمینه‌ای» که موانع عملیاتی و شاخص‌های کیفیت سرویس را بررسی کرده‌اند (کفشدارطوسی، ۱۴۰۳؛ مداح و همکاران، ۱۴۰۳).

دستهٔ سوم، پژوهش‌های «کلان‌نگر» که به الگوهای مرجعیت و بومی‌سازی در سطح کلان پرداخته‌اند (حسینی و نوریان رامشه، ۱۴۰۴؛ روشندل اربطانی و همکاران، ۱۴۰۲).

علاوه بر این، در سطح بین‌المللی نیز مطالعاتی مانند پژوهش صادقی جهرمی و جاسکولکا (۲۰۲۶) بر ابعاد فنی و مکانیسم‌های پنهان‌سازی قطعی اینترنت، تامفارت (۲۰۲۴) بر مشروعیت‌سازی سیاسی آن و گزارش چتم هاوس (۲۰۲۴) بر الگوهای تاب‌آوری در شرایط جنگ متمرکز بوده‌اند. بااین‌حال، هیچ‌یک از این پژوهش‌ها چه داخلی و چه خارجی به بررسی «تاب‌آوری ارتباطی» در بستر یک بحران تمام‌عیار جنگی به همراه قطع کامل و طولانی‌مدت اینترنت بین‌المللی (۸۸ روز) نپرداخته‌اند، به‌گونه‌ای که راهبردهای کنشگری هم‌زمان (پلتفرم، صنف و کاربران) را در تعامل با شرایط مداخله‌گر و زمینه‌ای تحلیل کند. این وضعیت بی‌سابقه که در آن دسترسی به زیرساخت‌های جهانی به‌کلی مسدود و سکوهای بومی تنها مجرای ارتباطی باقی می‌مانند از حیث فشارهای زیرساختی، اقتصادی، امنیتی و روانی، تفاوتی بنیادین با شرایط پیشین دارد و ضرورت انجام پژوهشی مستقل را برای کشف الگوی تاب‌آوری در چنین وضعیتی دوچندان می‌سازد.

روش پژوهش

این پژوهش ازنظر هدف، کاربردی و ازنظر ماهیت، کیفی است؛ چراکه هدف غایی آن، فهم عمیق راهبردهای «تاب‌آوری ارتباطی» و کشف تجربه‌های کنشگران در مواجهه با شرایط بحرانی (قطع اینترنت) است. روش پژوهش در این مطالعه، «نظریه داده‌بنیاد» است که تلاش می‌کند از طریق تحلیل نظام‌مند داده‌های تجربی، الگویی تبیینی از واکنش‌های

راهبردی سکوهای بومی ارائه دهد. بدین‌منظور، از الگوی پارادایمی‌اشتراوس و کوربین[1] (۱۹۹۸)استفاده‌شده است تا ابعاد پیچیده این پدیده به‌صورت چندلایه و در قالب شرایط علّی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها تحلیل گردد.

قلمرو زمانی این پژوهش، رویداد «جنگ رمضان» در سال ۱۴۰۴ـ۱۴۰۵ را در بر می‌گیرد و قلمرو مکانی آن نیز به زیست‌بوم دیجیتال ایران و کنشگری پلتفرمی در فضای مجازی داخلی محدود می‌شود. مشارکت‌کنندگان در این مطالعه، ۱۸ نفر از خبرگان و صاحب‌نظران حوزه‌های مدیریت پلتفرم، سیاست‌گذاری فضای مجازی و جامعه‌شناسی ارتباطات بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. در ادامه، جهت تکمیل مقولات در حال ظهور، از نمونه‌گیری نظری بهره گرفته شد و فرایند گردآوری داده‌ها تا زمانی ادامه یافت که اشباع نظری حاصل شود؛ این مهم پس از انجام پانزدهمین مصاحبه محقق گردید. بااین‌حال، برای افزایش اعتمادپذیری یافته‌ها و اطمینان از عدم ظهور مقوله‌های جدید، سه مصاحبهٔ تکمیلی دیگر انجام شد که مجموع مصاحبه‌ها را به ۱۸ رساند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود که بر محوریت پرسش‌های باز در خصوص چالش‌های زیرساختی، واکنش‌های مدیریتی سکوها در دوران قطع اینترنت و راهبردهای بازسازی پیوندهای اجتماعی تدوین شد. تمامی فرایندها با رضایت آگاهانه، ضبط و پیاده‌سازی گردید. برای افزایش اعتبار و اعتمادپذیری یافته‌ها، از راهبردهایی نظیر مقایسه مستمر داده‌ها، بررسی توسط خبرگان و مستندسازی نظام‌مند فرایند تحلیل استفاده شد.

درنهایت، تحلیل داده‌ها در سه مرحله کدگذاری انجام شد: در «کدگذاری باز»، مفاهیم اولیه از دل روایت‌های مصاحبه‌شوندگان استخراج شد؛ در «کدگذاری محوری»، مفاهیم مشابه در قالب مقولات اصلی سازمان‌دهی شدند؛ و در «کدگذاری انتخابی»، با یکپارچه‌سازی مقولات در چارچوب پارادایمی، الگوی راهبردهای تاب‌آوری ارتباطی در سکوهای بومی استخراج و تبیین گردید.

یافته‌های پژوهش

در بخش یافته‌های پژوهش، ابتدا مشخصات مشارکت‌کنندگان به‌منظور ارائه تصویری کلی از افراد حاضر در فرایند گردآوری داده‌ها ارائه می‌شود. در پژوهش‌های کیفی، به‌ویژه در روش نظریه داده‌بنیاد، آگاهی از ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان اهمیت زیادی

1. Corbin & Strauss

دارد؛ زیـرا تجربه‌هـا، دانـش تخصصـی و جایـگاه حرفـه‌ای آنـان می‌توانـد در غنـای داده‌هـا و شـکل‌گیری مفاهیـم و مقـولات تحلیلـی پیرامـون «تـاب‌آوری ارتباطـی سـکوهای بومـی در شـرایط بحـران» نقـش مهمـی ایفـا کنـد. ازایـن‌رو، در ایـن پژوهـش تـلاش شـد افـرادی به‌عنـوان مشـارکت‌کننده انتخـاب شـوند کـه از طریـق تجربـه علمـی، حرفـه‌ای یـا مدیریتـی، شـناخت و آگاهـی عمیقـی از مسـائل مرتبـط بـا حکمرانـی پلتفرمـی، مدیریـت بحران‌هـای دیجیتـال و ابعـاد جامعه‌شـناختی تعامـلات آنلایـن در زمـان قطـع اینترنـت بین‌المللـی (جنـگ رمضـان) داشـته باشـند.

مشـارکت‌کنندگان ایـن پژوهـش شـامل خبـرگان و صاحب‌نظرانـی از حوزه‌هـای مدیریـت سـکوهای بومـی، سیاسـت‌گذاری فضـای مجـازی، جامعه‌شناسـی ارتباطـات و مدیریـت بحـران بودنـد کـه بـه دلیـل تجربـه پژوهشـی یـا اجرایـی در مواجهـه بـا التهابـات زیرسـاختی و اجتماعـی، دیدگاه‌هـای ارزشـمندی دربـاره عوامـل مؤثـر بـر تـاب‌آوری سـکوها و راهبردهـای بازسـازی پیوندهـای ارتباطـی ارائـه کردنـد.

به‌منظـور رعایـت اختصـار و ملاحظـات اخلاقـی و حفـظ محرمانگـی اطلاعـات، نـام مشـارکت‌کنندگان در ایـن پژوهـش ذکـر نشـده و به‌جـای آن از کـد (p1 تـا p18) بـرای شناسـایی آنـان استفاده‌شـده اسـت. جـدول زیـر اطلاعـات کلـی مربـوط بـه مشـارکت‌کنندگان پژوهـش را نشـان می‌دهـد.

جدول ۱. ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان

کد	جنسیت	مدرک تحصیلی	تخصص / گرایش اصلی	وابستگی سازمانی	سابقه (سال)
P1	مرد	دکتری	مدیریت رسانه	پلتفرم‌های بومی	۱۲
P2	زن	دکتری	جامعه‌شناسی ارتباطات	دانشگاه / پژوهشی	۱۵
P3	مرد	کارشناسی ارشد	کارشناس امنیت شبکه	نهاد انتظامی	۱۰
P4	مرد	دکتری	سیاست‌گذاری عمومی	مرکز مطالعات استراتژیک	۱۸
P5	زن	دکتری	مطالعات زنان	دانشگاه / پژوهشی	۱۴
P6	مرد	دکتری	فناوری اطلاعات	شرکت‌های دانش‌بنیان	۹
P7	زن	کارشناسی ارشد	روان‌شناسی اجتماعی	نهاد حمایتی	۱۱
P8	مرد	دکتری	حقوق ارتباطات	دانشگاه / حقوقی	۲۰
P9	مرد	دکتری	مدیریت بحران	مدیریت بحران شهرداری	۱۶

P10	زن	دکتری	جامعه‌شناسی فضای مجازی	دانشگاه / پژوهشی	۱۳
P11	مرد	کارشناسی ارشد	توسعه پلتفرم	پلتفرم‌های بومی	۷
P12	زن	دکتری	سواد رسانه‌ای	آموزش عالی	۱۲
P13	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی سیاسی	اندیشکده فرهنگی	۱۹
P14	مرد	کارشناسی ارشد	کارشناس پلیس فتا	نهاد انتظامی	۱۴
P15	زن	دکتری	مطالعات فرهنگی	دانشگاه / پژوهشی	۱۷
P16	مرد	دکتری	اقتصاد دیجیتال	سازمان صنفی رایانه‌ای	۱۵
P17	زن	کارشناسی ارشد	علوم ارتباطات	رسانه‌های خبری	۱۰
P18	مرد	دکتری	جامعه‌شناسی فنّاوری	دانشگاه / پژوهشی	۲۲

در فرایند تحلیل داده‌ها بر اساس رویکرد نظریه داده‌بنیاد، ابتدا داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به‌صورت خط به خط کدگذاری شد که درنتیجه آن بیش از ۵۲۰ کد باز استخراج گردید. در مرحله بعد، از طریق مقایسه مستمر و ادغام مفاهیم مشابه، این کدها در قالب ۸۰ کد محوری سازمان‌دهی شدند. سپس در مرحله کدگذاری انتخابی، کدهای محوری در قالب ۱۶ کد انتخابی دسته‌بندی و درنهایت در چارچوب ۶ مقوله اصلی الگوی پارادایمی نظریه داده‌بنیاد شامل شرایط علّی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها سامان‌دهی شدند.

به‌منظور شفاف‌سازی فرایند تحلیل داده‌ها، نمونه‌ای از تبدیل داده‌های خام مصاحبه به مفاهیم تحلیلی در جدول (۲) ارائه‌شده است. در این فرایند، ابتدا گزاره‌های معنادار استخراج‌شده از مصاحبه‌ها به کدهای باز تبدیل شد؛ سپس کدهای مشابه در قالب کدهای محوری دسته‌بندی گردید و درنهایت این کدها در سطحی انتزاعی‌تر در قالب مقولات انتخابی و در چارچوب الگوی پارادایمی نظریه داده‌بنیاد سازمان‌دهی شدند. لازم به ذکر است که جدول مذکور صرفاً نمونه‌ای از فرایند تحلیل داده‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۲. نمونه فرایند کدگذاری

مقوله پارادایمی	کد انتخابی	کد محوری	نمونه‌ای از کدهای باز	نمونه مصاحبه (داده خام)
شرایط علّی	ناپایداری زیرساختی	اختلال در پروتکل‌های مسیریابی	۱. قطع دسترسی به شبکه توزیع محتواهای خارجی ۲. ناتوانی در دریافت محتوای به‌روز ۳. اختلال در روتینگ ترافیک ۴. وابستگی به زیرساخت خارجی	«در طول جنگ رمضان، دسترسی ما به شبکه توزیع محتواهای بین‌المللی کاملاً قطع شد و پلتفرم‌های داخلی عملاً از رسیدن به محتوای به‌روز ناتوان بودند. حتی روتینگ ترافیک هم دچار اختلال شد».
راهبردها	انطباق فعال کاربران	استفاده از شبکه‌های محلی (اینترانت)	۱. استفاده از اینترانت محلی ۲. اشتراک فایل در گروه‌های همسایگی ۳. تشکیل انجمن‌های حمایتی مجازی ۴. بازگشت به ابزارهای آفلاین ۵. آموزش همگانی ابزارهای بومی	«کاربرها خیلی زود یاد گرفتند که چطور با استفاده از شبکه‌های محلی اینترانت، فایل‌ها را به اشتراک بگذارند. گروه‌های همسایگی در پیام‌رسان‌های بومی تشکیل شد و مردم به ابزارهای آفلاین مثل بلوتوث برگشتند».
پیامدها	دگردیسی مرجعیت	کاهش اعتماد به سکوهای بین‌المللی	۱. کوچ کاربران به پلتفرم‌های داخلی ۲. کاهش اعتماد به سکوهای بین‌المللی ۳. ظهور پلتفرم‌های ملی پیشرو ۴. بی‌اعتمادی به مدیریت دستوری	«بعد از جنگ، خیلی از کاربرانی که قبلاً فقط از تلگرام و اینستاگرام استفاده می‌کردند، به پلتفرم‌های داخلی کوچ کردند. ولی این کوچ همراه با بی‌اعتمادی بود؛ چون حس می‌کردند فضا دارد کاملاً دستوری مدیریت می‌شود.»

در ادامه فرایند تحلیل داده‌ها، پس از انجام کدگذاری باز و استخراج مفاهیم اولیه از مصاحبه‌ها، کدهای مشابه و مرتبط در قالب کدهای محوری دسته‌بندی شدند. سپس در مرحله کدگذاری انتخابی، این کدها در سطحی انتزاعی‌تر سازمان‌دهی شده و در چارچوب الگوی پارادایمی نظریه داده‌بنیاد شامل شرایط علّی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها سامان یافتند. این فرایند به شکل‌گیری ساختار مفهومی پژوهش منجر شد. جدول (۳) مقوله‌های پارادایمی استخراج‌شده از داده‌ها و ارتباط میان کدهای محوری و کدهای انتخابی را نشان می‌دهد.

جدول ۳. مقوله‌های پارادایمی پژوهش

مقوله پارادایمی	کدهای انتخابی	کدهای محوری
شرایط علّی	ناپایداری زیرساختی	اختلال در پروتکل‌های مسیریابی؛ قطعی دیتاسنترهای بین‌المللی؛ اشباع ظرفیت پهنای باند؛ افت شدید سرعت تبادل داده؛ از دسترس خارج شدن سرویس‌های ابری
	خسارات اقتصادی	توقف تراکنش‌های مالی آنلاین؛ کاهش درآمدهای تبلیغاتی سکوها؛ مسدود شدن مسیر پرداخت بین‌المللی؛ افزایش هزینه‌های نگهداری سرور؛ کاهش ارزش سهام شرکت‌های دیجیتال
	امنیت سایبری	افزایش حملات منع سرویس[1]؛ نفوذ به لایه‌های کاربری؛ لزوم تغییر ساختار فایروال‌ها؛ پایش امنیتی ترافیک مشکوک؛ خنثی‌سازی بدافزارهای جاسوسی
شرایط زمینه‌ای	بسترهای فرهنگی	تغییر الگوی مصرف محتوا؛ شکاف نسلی در پذیرش ابزار؛ تقویت گرایش‌های ملی‌گرایانه؛ هنجارگریزی دیجیتال؛ پیوندهای عاطفی وابسته به پلتفرم
	سیاست‌گذاری‌ها	ابلاغیه‌های فوری امنیتی؛ تصدی‌گری نهادهای حاکمیتی؛ فقدان استقلال رأی در سکوها؛ بروکراسی پیچیدهٔ دریافت مجوز؛ اولویت امنیت شبکه بر کارایی
	رفتارهای کاربری	کوچ دسته‌جمعی به پیام‌رسان‌های بومی؛ میل به دور زدن محدودیت‌ها؛ کاهش اعتماد به اخبار رسمی؛ اتکا به شبکه‌های کوچک محلی؛ افزایش فعالیت‌های کنشگرانه
شرایط مداخله‌گر	نوسانات ارزی	جهش هزینهٔ خرید سخت‌افزار؛ کاهش توان تأمین قطعات اصلی؛ بی‌ثباتی در قیمت‌گذاری خدمات ابری؛ خروج سرمایه‌های در گردش؛ محدودیت بودجه‌های توسعه
	تناقض در خدمات	تبعیض در توزیع «اینترنت پرو»؛ نارضایتی از کیفیت سرویس‌های داخلی؛ شکاف کارایی بین سکوها؛ انتظارات متناقض حاکمیت و کاربر؛ کاهش شفافیت در سیاست‌های دسترسی
	چالش سرمایهٔ انسانی	فرار مغزها و نخبگان فنی؛ افت انگیزه در گروه‌های توسعه؛ کمبود متخصص بحران؛ تغییر اولویت‌های کاری برنامه‌نویسان؛ فشار کاری مضاعف بر گروه‌های پشتیبانی
پدیده محوری	تاب‌آوری ارتباطی	بازسازی معنا و پیوندها؛ پایداری در شرایط اضطرار؛ انطباق راهبردی با محدودیت‌ها؛ حفظ تداوم ارتباطی جامعه؛ تبدیل بحران به فرصت توسعه

1. Distributed Denial of Service (DDoS)

راهبردها	بهینه‌سازی معماری فنی	بازطراحی سیستم‌های توزیع محتوا؛ پیاده‌سازی الگوریتم‌های کاهش پهنای باند؛ افزایش ظرفیت مقیاس‌پذیری سرورها؛ توسعهٔ ابزارهای جایگزین ابری؛ ایمن‌سازی زیرساخت داخلی
	مدیریت بحران اعتماد	اطلاع‌رسانی شفاف دربارهٔ وضعیت سرویس‌ها؛ پاسخ‌گویی سریع به ابهامات کاربران؛ شفاف‌سازی دربارهٔ محدودیت‌های فنی؛ بازتعریف هویت پلتفرم به‌عنوان «مجرای امن»؛ تعامل مستقیم با گروه‌های کاربری تأثیرگذار
	کنشگری حمایتی صنفی	لابی‌گری برای بخشودگی‌های مالیاتی؛ درخواست تخصیص بودجه‌های اضطراری؛ سازمان‌دهی شبکه‌های همکار برای تبادل دیتا و تجمیع توان فنی؛ حمایت حقوقی از کسب‌وکارهای آسیب‌دیده
	انطباق فعال کاربران	استفاده از شبکه‌های محلی (اینترانت)؛ بازگشت به ابزارهای آفلاین؛ مشارکت در تولید محتوای جایگزین؛ تشکیل انجمن‌های حمایتی مجازی؛تولید و اشتراک دانش فنی در شبکه‌های همتا
پیامدها	دگردیسی مرجعیت	کاهش اعتماد به سکوهای بین‌المللی؛ ظهور پلتفرم‌های ملی پیشرو؛ تغییر تصویر ذهنی مخاطب؛ انباشت تجربه در فضای بسته؛ رقابت جدید پلتفرم‌های داخلی
	تغییر حکمرانی	نهادینه شدن مدل «حکمرانی دستوری»؛ ادغام پلتفرم‌ها در ساختار حاکمیتی؛ استقرار سیستم‌های پایش هوشمند؛ افزایش نظارت امنیتی بر ترافیک؛ تمرکز بر استقلال کامل شبکه
	تحول اجتماعی	تغییر سبک زندگی دیجیتال؛ ایجاد طبقات جدید کاربران؛ تغییر ارزش‌های ارتباطی (از باز به بسته)؛ آسیب جدی به همبستگی مجازی؛ شکل‌گیری مدل جدید کنشگری اجتماعی

۱. تحلیل یافته‌ها: واکاوی «منطق درونی» تاب‌آوری ارتباطی در بحران جنگ رمضان

یافته‌های پژوهش، مبتنی بر ۱۸ مصاحبهٔ نیمه‌ساختاریافته با خبرگان، پدیدهٔ «تاب‌آوری ارتباطی» را نه یک واکنش خطی و فنی، بلکه به‌مثابهٔ فرایندی چندلایه، پویا و سرشار از تضادهای درونی آشکار می‌سازد. در ادامه، هر یک از مؤلفه‌های الگوی پارادایمی، با ارجاع به کدهای انتخابی و محوری و با بهره‌گیری از چارچوب نظری پژوهش (به‌مثابهٔ عدسی‌های تفسیری)، بازخوانی و تحلیل می‌شود.

۱ـ۱. بستر شکل‌گیری بحران

بر اساس تحلیل کدهای محوری استخراج‌شده از مصاحبه‌ها، دو مفهوم کلیدی به‌عنوان هستهٔ مرکزی بحران شناسایی شد: «تلهٔ وابستگی[1]» و «پارادوکس حکمرانی». «تلهٔ وابستگی» به وضعیتی اشاره دارد که در آن، وابستگی مزمن سکوهای بومی به زیرساخت‌های بین‌المللی (که از کدهایی همچون «اختلال در پروتکل‌های مسیریابی»، «قطع دسترسی به شبکه توزیع محتواهای خارجی» و «از دسترس خارج شدن سرویس‌های ابری» استخراج شده است)، همراه با سیاست‌های آمرانه‌ای که «امنیت را بر کارایی» ترجیح می‌دهند، زیست‌بوم دیجیتال را در «تله‌ای از شکنندگی» گرفتار کرده بود.

بر اساس کدهای مرتبط با کد انتخابی «ناپایداری زیرساختی»، ریشهٔ اصلی بن‌بست ارتباطی، فقدان استقلال ساختاری اکوسیستم دیجیتال بود. کدهای محوری همچون «اختلال در پروتکل‌های مسیریابی» و «از دسترس خارج شدن سرویس‌های ابری» نشان می‌دهند که وابستگی به شبکه توزیع محتوای بین‌المللی، زیست‌بوم دیجیتال را در «تله‌ای از شکنندگی» گرفتار کرده بود. از منظر نظریهٔ «وابستگی به منابع» که‌پففر و سالانسیک (۲۰۰۳)مطرح کرده‌اند، سکوهای بومی به‌شدت به منابع بیرونی وابسته بودند و این وابستگی، قدرت مانور آن‌ها را در شرایط بحران محدود کرد.

در همین بستر، «سیاست‌گذاری‌های آمرانه» با کد محوری «اولویت امنیت شبکه بر کارایی»، نقش عامل تشدیدکننده را ایفا کردند. این وضعیت را می‌توان با نظریهٔ «کد به‌مثابه قانون» که‌لسیگ (۲۰۰۶) آن را مطرح کرده است، تفسیر کرد: معماری شبکه (فایروال‌ها و پروتکل‌های دسترسی) به‌عنوان «قانون» عمل می‌کرد، اما این قانون معماری‌شده، به‌جای تسهیل تاب‌آوری، خود به عاملی برای محدودیت تبدیل شد. پارادوکس حکمرانی در اینجا خود را نشان می‌دهد: تلاش برای تأمین امنیت از طریق محدودسازی، «کاهش اعتماد به اخبار رسمی» و «هنجارگریزی دیجیتال» را تسریع بخشید. این یافته با نظریهٔ «قدرت ارتباطی» کاستلز (۲۰۰۹) همخوانی دارد که معتقد است کنترل متمرکز بر دروازه‌های ارتباطی، به‌جای افزایش قدرت، به تضعیف مشروعیت می‌انجامد.

شرایط مداخله‌گر نیز این وضعیت را تشدید کردند. «نوسانات ارزی» و «تناقض در خدمات»، یک عدالت توزیعی[2] معیوب را بازتولید کردند. بر اساس نظر ۱۵ خبره، این

1. Path Dependence
2. Distributive Justice

عوامل باعث شدند «اعتماد عمومی» که‌به‌گفتهٔ بزانل و هوستون (۲۰۱۸) سرمایهٔ اصلی تاب‌آوری است به‌سرعت تحلیل رود.

۲ـ۱. هستهٔ کنشگری: چهار لایهٔ راهبردی در مواجهه با بحران

در پاسخ به فشارهای سه‌گانه (علّی، زمینه‌ای، مداخله‌گر)، بازیگران اکوسیستم دیجیتال، چهار لایهٔ راهبردی را به‌کار گرفتند که در جدول پارادایمی تحت عنوان «راهبردها» کدگذاری شده است:

الف) بهینه‌سازی معماری فنی (لایهٔ فنی): کدهای انتخابی چون «بازطراحی شبکه توزیع محتوا» و «الگوریتم‌های کاهش پهنای باند» حاکی از یک رویکرد واکنشی است. به‌گفتهٔ ۱۰ خبره، این راهبردها بیش از آنکه نوآورانه باشند، تلاشی مذبوحانه برای «بقا در حداقل منابع» بودند. از منظر سوتکلیف و وگوس (۲۰۰۳) در نظریهٔ «سازمان‌های باقابلیت بالای اطمینان»، سکوهای بومی نتوانستند «دقت در ناهنجاری‌ها» را به‌عنوان سیگنالی برای بازآرایی ساختاری به‌کارگیرند. فقدان زیرساخت غیرمتمرکز، این لایه را به حلقهٔ ضعیف تاب‌آوری تبدیل کرد.

ب) مدیریت بحران اعتماد (لایهٔ ارتباطی اقناعی): کدهایی چون «اطلاع‌رسانی شفاف دربارهٔ وضعیت سرویس‌ها» و «بازتعریف هویت پلتفرم به‌عنوان مجرای امن» نشان از آگاهی پلتفرم‌ها از اهمیت «اعتماد» به‌عنوان سرمایه‌ای راهبردی دارد. این لایه را می‌توان با نظریهٔ «مدیریت بحران» کومبز (۲۰۲۱) تفسیر کرد: در شرایط بحرانی، سازمان‌ها با اتخاذ راهبردهای «اقناع‌گری» و «شفاف‌سازی»، می‌توانند اعتبار خود را حفظ کرده و از تشدید بحران جلوگیری کنند. بااین‌حال، به‌گفتهٔ ۸ خبره، این راهبردها دیرهنگام و ناکافی بودند و نتوانستند شکاف اعتماد ایجادشده توسط سیاست‌های آمرانه را ترمیم کنند.

ج) کنشگری حمایتی صنفی (لایهٔ نهادی): کدهایی مانند «لابی‌گری برای بخشودگی‌های مالیاتی» و «درخواست بودجهٔ اضطراری» نشان از واماندگی سیستم نهادی در برابر شوک‌های ارزی و سیاسی دارد. در چارچوب نظریهٔ «مدیریت بحران» کومبز (۲۰۲۱)، این راهبردها در زمرهٔ «راهبردهای کاهش‌دهنده» قرار می‌گیرند که هدف آن‌ها کاهش مسئولیت‌پذیری و جلب حمایت بیرونی است، نه بازسازی بنیادین. این لایه اگرچه از «فرار مغزها» جلوگیری کرد، اما نتوانست شکاف ساختاری را پر کند.

د) انطباق فعال کاربران (لایهٔ کنشی اجتماعی): مهم‌ترین یافته در همین لایه نهفته است. کدهایی چون «کوچ دسته‌جمعی به پیام‌رسان‌های بومی»، «بازگشت به ابزارهای آفلاین» و «تشکیل انجمن‌های حمایتی مجازی» که ۱۱ خبره بر آن‌ها تأکید داشتند از عاملیت سیال و خلاق کاربران حکایت دارند. این یافته را می‌توان با نظریهٔ «تاب‌آوری ارتباطی» بزانل (۲۰۱۰) تفسیر کرد که در آن، تاب‌آوری از طریق «تولید معانی جایگزین»، «استفاده از شبکه‌های حمایتی» و «اقدام عملی» تحقق می‌یابد. کاربران از نقش مصرف‌کنندهٔ منفعل خارج شدند و به بازیگران اصلی بازتولید ارتباطات تبدیل گشتند. این همان «تاب‌آوری غیررسمی» است که خلأهای لایه‌های فنی، اقناعی و نهادی را پر کرد و نشان‌دهندهٔ گذار از «وابستگی به پلتفرم» به‌سمت «تاب‌آوری شبکه‌ای اجتماعی» است.

۳ـ۱. پیامدهای دگردیسی[1]: پارادوکس مرجعیت و حکمرانی

پیامدهای بحران دوسویه و پارادوکسیکال است. از یک‌سو، کدهای «نهادینه شدن حکمرانی دستوری» و «استقرار سیستم‌های پایش هوشمند» نشان از تمرکزگرایی شتابنده در سیاست‌گذاری دارد. از منظر گلسپی (۲۰۱۸) در نظریهٔ «حکمرانی پلتفرمی»، پلتفرم‌ها به‌جای «معماران فضای عمومی»، به «ابزارهای نظارت عمومی» تبدیل شدند. از سوی دیگر، «کاهش اعتماد به سکوهای بین‌المللی» و «ظهور پلتفرم‌های ملی پیشرو» اگرچه از منظر استقلال زیرساختی یک دستاورد محسوب می‌شود، اما در سطح اجتماعی به «تغییر ارزش‌های ارتباطی» و «آسیب به همبستگی مجازی» انجامید. این پارادوکس را با نظریهٔ «مدیریت بحران» کومبز (۲۰۲۱) می‌توان تبیین کرد: در شرایطی که سازمان (حاکمیت) مسئولیت بحران را نمی‌پذیرد و راهبردهای «انکار» را به‌کار می‌گیرد، اعتماد عمومی نه‌تنها بازسازی نمی‌شود، بلکه آسیب عمیق‌تری می‌بینند. به‌عبارت دقیق‌تر، هزینهٔ تاب‌آوری تحمیلی، تضعیف اعتماد افقی میان کاربران و نهادهای حاکمیتی بود.

۲. جمع‌بندی تحلیل

تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از چارچوب نظری پژوهش، زنجیره‌ای از روابط علّی و معلولی را آشکار ساخت که در قالب‌الگوی پارادایمی نظریه داده‌بنیادقابل صورت‌بندی است. این الگو، نشان می‌دهد که «تاب‌آوری ارتباطی» در جنگ رمضان، چگونه از تعامل پیچیدهٔ شرایط علّی، زمینه‌ای و مداخله‌گر شکل گرفته، به راهبردهای چهارگانه انجامیده و درنهایت به پیامدهای سه‌گانه منجر شده است:

1. Authority Transformation

شـرایط علّی(ناپایـداری زیرسـاختی، خسـارات اقتصـادی، تهدیـدات امنیـت سـایبری) به‌همراه‌شـرایط زمینه‌ای(بسـترهای فرهنگـی، سیاسـت‌گذاری‌های آمرانـه، رفتارهـای کاربـری) وشـرایط مداخله‌گر)نوسـانات ارزی، تناقـض در خدمـات، چالـش سـرمایهٔ انسـانی(،هم‌افزایی «تلـهٔ وابسـتگی» و «پارادوکـس حکمرانـی»را پدیـد آوردنـد و بسـتر بحـران را شـکل دادنـد. ایـن سـه دسـته از شـرایط، بـا ایجـاد فشـارهای چندلایـه بر اکوسیسـتم دیجیتال،پدیـدهٔ محـوری «تـاب‌آوری ارتباطـی»را به‌عنـوان مسـئلهٔ مرکـزی پژوهـش برجسـته سـاختند.

در پاسـخ بـه ایـن فشـارها،چهار لایـهٔ راهبردی‌ظهـور یافت کـه هـر یـک از منظـر نظـری خاصـی قابل‌تبییـن اسـت:

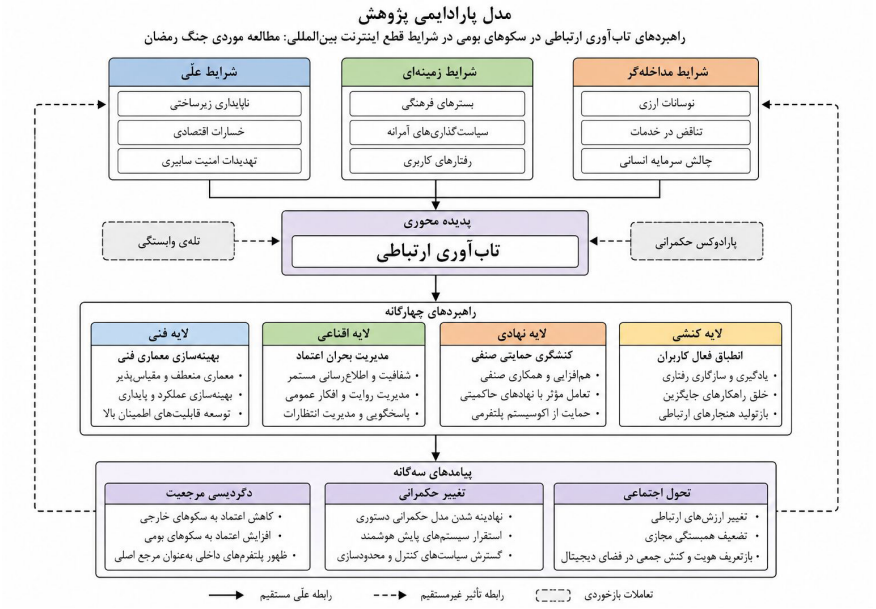
- بهینه‌سـازی معمـاری فنی(لایـهٔ فنـی، مبتنـی بـر نظریـهٔ سـازمان‌های باقابلیـت بـالای اطمینـان)؛
- مدیریت بحران اعتماد(لایهٔ اقناعی، مبتنی بر نظریهٔ مدیریت بحران کومبز)؛
- کنشگری حمایتی صنفی(لایهٔ نهادی، مبتنی بر نظریهٔ وابستگی به منابع)؛
- انطباق فعال کاربران(لایهٔ کنشی، مبتنی بر نظریهٔ تاب‌آوری ارتباطی بزانل).

این راهبردها، ضمن تعامل با یکدیگر، به‌سه دسته پیامد پارادوکسیکال‌انجامیدند:

- دگردیسـی مرجعیت(کاهـش اعتمـاد بـه سـکوهای خارجـی و ظهـور پلتفرم‌هـای داخلـی)؛
- تغییـر حکمرانی(نهادینـه شـدن مـدل دسـتوری و اسـتقرار سیسـتم‌های پایـش هوشـمند)؛
- تحول اجتماعی(تغییر ارزش‌های ارتباطی و آسیب به همبستگی مجازی).

مدل پارادایمی پژوهش‌را می‌توان به‌صورت زیر صورت‌بندی کرد:

شـرایط علّـی + زمینـه‌ای + مداخله‌گـر← پدیـده محـوری (تـاب‌آوری ارتباطـی)← راهبردهـای چهارگانـه← پیامدهـای سـه‌گانه



شکل ۱. مدل پارادایمی پژوهش (منبع: یافته‌های تحقیق)

این مدل نشان می‌دهد که «تاب‌آوری ارتباطی» در جنگ رمضان، برآیند تعامل پیچیدهٔ فشارهای ساختاری، راهبردهای کنشگران و بسترهای زمینه‌ای بوده است. دو یافتهٔ کلیدی این مدل عبارت‌اند از:

نقش محوری عاملیت کاربران به‌عنوان نیروی محرکهٔ تاب‌آوری غیررسمی و تکاملی که خلأهای لایه‌های فنی، اقناعی و نهادی را پر کرد.

پارادوکس حکمرانی که در آن، تلاش برای تأمین امنیت از طریق محدودسازی، به‌جای پایداری، به تضعیف همبستگی اجتماعی و مشروعیت انجامید.

این مدل، درنهایت، ضرورت گذار از «تاب‌آوری مهندسی» به «تاب‌آوری تکاملی» و جایگزینی حکمرانی آمرانه با حکمرانی شبکه‌ای مبتنی بر اعتماد عمومی و عاملیت کاربران را آشکار می‌سازد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که «تاب‌آوری ارتباطی» در جنگ رمضان، فراتر از یک واکنش مکانیکی به قطع دسترسی، تجربه‌ای زیسته و «تکاملی» است که در آن، شکاف میان زیرساخت موجود و نیاز اجتماعی، موتور دگردیسی پلتفرم‌های بومی بوده است.

این نتیجه‌گیری در مواجهه با پیشینه پژوهش و چارچوب نظری، سه بینش کلیدی را آشکار می‌سازد:

نخست، بازتعریف «کیفیت» و «مرجعیت» در شرایط بحران: پژوهش پورجوپاری و همکاران (۱۴۰۴) بر اهمیت «اعتماد» و «کیفیت سیستم» به‌عنوان پیش‌نیازهای پذیرش تأکید داشتند. یافته‌های ما نشان داد که در جنگ رمضان، این متغیرها نه به‌صورت ایستا، بلکه در یک «بحران کارکردی» معنا شدند. درحالی‌که کفشدارطوسی (۱۴۰۳) به وجود «باگ‌های سیستمی» به‌عنوان مانع اشاره‌کرده بود، یافته‌های ما تبیین می‌کند که چگونه این باگ‌ها در شرایط اضطرار، به «تلهٔ وابستگی» تبدیل شدند و «اعتماد نهادی» را به «شک فنی» تغییر دادند. هم‌سویی یافته‌های ما با نظریهٔ «تاب‌آوری ارتباطی» بزانل و هوستون (۲۰۱۸) آشکار می‌سازد که پلتفرم‌های ایرانی برای گذار از یک ابزار صرفاً فنی به یک «مرجع ارتباطی» (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۴۰۲)، نیازمند خروج از «تکنوکراسی بحران» و گذار به «تاب‌آوری معنایی» هستند؛ چراکه مرجعیت، نه صرفاً با دستور، بلکه در تعامل پویای میان شرایط محیطی و اعتماد رسانه‌ای شکل می‌گیرد.

دوم، پارادوکس حکمرانی و ضرورت گذار به حکمرانی شبکه‌ای[1]: در بحث از «سیاست‌گذاری‌های آمرانه»، یافته‌های ما در تقابل مستقیم باتجربهٔ موفق چین در «بومی‌سازی رسانه‌ها» (حسینی و نوریان رامشه، ۱۴۰۴) قرار می‌گیرد. درحالی‌که تجربهٔ چین نشان‌دهندهٔ «تطبیق پلتفرم با قوانین محلی» به‌عنوان موتور موفقیت است، داده‌های ما نشان می‌دهد که در ایران، «سیاست‌گذاری آمرانه» به‌دلیل فقدان «حکمرانی شبکه‌ای»، به عامل شکنندگی تبدیل شد. این تضاد، گویای آن است که سیاست‌گذاری دیجیتال بدون در نظر گرفتن «سواد رسانه‌ای» و «عاملیت کاربران» (مداح و همکاران، ۱۴۰۳) به نتیجه‌ای معکوس یعنی هنجارگریزی و خروج کاربران از پلتفرم‌های رسمی منجر می‌شود. یافته‌های ما، نظریهٔ «مدیریت پلتفرمی» گلسپی (۲۰۱۸) را در بستر ایران تأیید می‌کند: تصمیمات پنهان مدیریتی (فیلترینگ و کاهش پهنای باند)، مستقیماً پیوند اجتماعی را بازتعریف کردند، اما برخلاف نظریات خوش‌بینانه، به‌جای «پایداری»، به «آسیب به همبستگی مجازی» انجامیدند.

سوم، عاملیت کاربران به‌عنوان نقطهٔ عطف تاب‌آوری تکاملی: مهم‌ترین یافتهٔ ما یعنی تبدیل کاربران از مصرف‌کننده به کنشگر «خود-تاب‌آور» فراتر از پژوهش رحیمی

1. Networked Governance

و محمدی‌نسب (۱۴۰۲) است که صرفاً بر «دفع کاربران» از سکوهای بومی تأکید داشتند. داده‌های ما نشان می‌دهد که در جنگ رمضان، «سواد رسانه‌ای بحران» (ارتقای مهارت‌های استفاده از ابزارهای آفلاین و شبکه‌های محلی)، به‌مثابهٔ یک «متغیر میانجی» عمل کرد که شکاف فنی را پر نمود. این یافته، مفهوم «جامعهٔ پلتفرمی» وان دایک و همکاران (۲۰۱۸) را توسعه می‌دهد؛ چراکه نشان می‌دهد در شرایط آشوبناک، پلتفرم‌های بومی زمانی «زیست‌بوم‌ساز» می‌شوند که «عاملیت کاربران» را به رسمیت شناخته و اجازه دهند پروتکل‌های غیررسمی برای حفظ پیوندها شکل بگیرد.

مطابق با نظریهٔ «مدیریت بحران» کومبز (۲۰۲۱)، هدف نهایی هر راهبرد تاب‌آوری، حفاظت از «اعتبار» و «تداوم کنشگری» است. یافته‌های این پژوهش نشان داد که تاب‌آوری در ایران دیجیتال، نه از طریق «تصدی‌گری دولتی»، بلکه از طریق «غیرمتمرکز کردن ساختار پلتفرم‌ها» و «توانمندسازی جامعه» به دست می‌آید. جنگ رمضان یک «نقطهٔ عطف تکاملی» بود؛ اگر سیستم از این مرحله عبور نکند و همچنان بر «تاب‌آوری مهندسی» (بازگشت به وضعیت محدودکننده) پافشاری کند، بحران‌های آتی نه پلتفرم‌ها را شکوفا، بلکه آن‌ها را به «جزایر منزوی دیجیتال» تبدیل خواهد کرد.

پیشنهادها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که برای گذار از «تاب‌آوری تحمیلی و پرهزینه» به «تاب‌آوری تکاملی و پایدار»، بایستی اصلاحات را در سه سطح ساختاری، عملیاتی و نهادی با رویکردی هم‌افزا پیگیری کرد. پیشنهادهای زیر مستقیماً از کدهای محوری و انتخابی استخراج‌شده از داده‌ها (جدول ۳) صورت‌بندی شده‌اند و جهت‌گیری آینده‌نگر دارند:

الف) سطح ساختاری (کلان سیاستی) مبتنی بر کدهای «سیاست‌گذاری‌های آمرانه» و «پارادوکس حکمرانی»

۱. ایجاد سازوکار مشورت با ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری‌های کلان

با توجه به کد محوری «فقدان استقلال رأی در سکوها» و «اولویت امنیت بر کارایی»، پیشنهاد می‌شود نهادهای بالادستی (مانند شورای عالی فضای مجازی) پیش از هر تصمیم اضطراری که بر کارایی سکوها تأثیر می‌گذارد، از نمایندگان سکوهای خصوصی، انجمن‌های صنفی و کاربران نظرخواهی کنند. این سازوکار می‌تواند به‌عنوان رویه‌ای قانونی، از تکرار تصمیم‌گیری‌های یک‌جانبه و کاهش آسیب‌های ناشی از آن جلوگیری کند.

۲. تدوین چارچوب ارزیابی پیش‌ازتصمیم

نهادهـای حاکمیتـی ملـزم شـوند پیـش از اعمـال محدودیت‌هـای کلان بـر شـبکه، پیامدهـای آن را بـر کارایـی سکوها و دسترسـی کاربـران ارزیابـی کننـد. ایـن ارزیابـی می‌توانـد به‌صـورت یـک «گواهـی تأثیرسـنجی» تهیـه و به‌طـور عمومـی اطلاع‌رسـانی شـود تـا از تصمیم‌گیری‌هـای بـدون پشـتوانهٔ تحلیلـی جلوگیـری گـردد.

ب) سـطح عملیاتـی (فنـی و اقتصـادی) مبتنـی بـر کدهـای «ناپایـداری زیرسـاختی»، «نوسـانات ارزی» و «چالـش سـرمایهٔ انسـانی»

۱. کاهش وابستگی به دیتاسنترهای متمرکز از طریق توسعهٔ زیرساخت‌های غیرمتمرکز

بـرای عبـور از «تلـهٔ وابسـتگی» بـه دیتاسـنترهای متمرکـز (کـد «اشـباع پهنـای بانـد» و «از دسـترس خـارج شـدن سـرویس‌های ابـری»)، پیشـنهاد می‌شـود سـکوهای بومـی به‌تدریـج به‌سـمت مدل‌هـای توزیع‌شـده (ماننـد توزیـع محتـوا در لبـهٔ شـبکه) حرکـت کننـد تـا در صـورت بـروز اختـلال در یـک نقطـه، کل شـبکه از کار نیفتـد.

۲. طراحی لایهٔ نرم‌افزاری برای مدیریت خودکار کاهش پهنای باند

بـرای مقابلـه بـا «افـت شـدید سـرعت تبـادل داده» در بحران‌هـای آینـده، پیشـنهاد می‌شـود سـکوها لایـه‌ای نرم‌افـزاری طراحـی کننـد کـه در شـرایط کاهـش شـدید پهنـای بانـد، به‌طـور خـودکار محتـوای سـنگین (تصویـری و ویدئویـی) را بـه محتـوای سـبک‌تر (متنـی) تبدیـل کنـد. ایـن کار باعـث می‌شـود حتـی در شـرایط محدودیـت شـدید، حداقـل ارتباطـات ضـروری میـان کاربـران حفـظ شـود.

۳. ایجاد صندوق مشترک برای پایداری کسب‌وکارهای دیجیتال در شرایط بحران

بـا مشـارکت دولـت و بخـش خصوصـی، صندوقـی ایجاد شـود تا در زمـان محدودیت‌های پهنـای بانـد و نوسـانات ارزی، بتوانـد حداقـل هزینه‌های جاری سـکوها (مانند نگهداری سـرور و حقـوق گروه‌هـای فنـی) را تأمیـن کنـد. این صنـدوق می‌توانـد از «فرار مغزهـا» و «افت انگیزهٔ گروه‌هـای توسـعه» (کدهـای محوری «چالش سـرمایهٔ انسـانی») جلوگیری کند.

ج) سـطح نهـادی (اجتماعـی و فرهنگـی) مبتنـی بـر کدهـای «انطبـاق فعـال کاربـران» و «آسـیب بـه همبسـتگی مجـازی»

۱. حمایت از شبکه‌های محلی و آموزش کاربران برای استفاده از ابزارهای آفلاین

بـا توجـه بـه کدهـای «تشـکیل انجمن‌هـای حمایتـی مجـازی» و «تولیـد و اشـتراک دانـش فنـی در شـبکه‌های همتـا»، پیشـنهاد می‌شـود برنامه‌هایـی بـرای تأمیـن زیرسـاخت اینترانـت محلـی و آمـوزش همگانـی ابزارهـای ارتبـاط آفلایـن طراحـی شـود. ایـن کار می‌توانـد عاملیـت

خودجوش کاربران را در بحران‌های آینده به‌عنوان یک سرمایهٔ اجتماعی برنامه‌ریزی‌شده، نه صرفاً یک واکنش خودجوش، تقویت کند.

۲. ایجاد سامانهٔ اطلاع‌رسانی شفاف دربارهٔ تغییرات شبکه

برای ترمیم «شکاف اعتماد» و کاهش «هنجارگریزی دیجیتال» (کدهای محوری «رفتارهای کاربری»)، پیشنهاد می‌شود سامانه‌ای طراحی شود که هرگونه تغییر در پروتکل‌های دسترسی، محدودیت‌های شبکه و دلایل آن را به‌صورت شفاف و پیش‌دستانه به کاربران اطلاع‌رسانی کند. در صورت بروز خطاهای سیستمی، این سامانه می‌تواند با عذرخواهی عمومی و ارائهٔ راهکارهای جبرانی، به بازسازی اعتماد کمک کند.

پژوهش حاضر نشان داد که «تاب‌آوری ارتباطی» در جنگ رمضان، فرآیندی بود که در آن ضعف‌های ساختاری و حکمرانی آمرانه، جامعه را به‌سوی یک «خود- سازمان‌دهی غیررسمی» سوق داد. درس بزرگ این بحران برای آیندهٔ زیست‌بوم دیجیتال ایران این است که تاب‌آوری پایدار، محصول انباشت «اعتماد عمومی» و «توزیع هوشمندانهٔ زیرساخت» است، نه تمرکز قدرت. حکمرانی آینده، حکمرانی‌ای خواهد بود که به‌جای مقابله با عاملیت اجتماعی کاربران، آن را در ساختار فنی و سیاسی خود به رسمیت شناخته و ادغام کند. پیشنهادهای سه‌گانهٔ ارائه‌شده، مسیری عملی برای تحقق این گذار ترسیم می‌کنند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

پورجوپاری، زهرا، ده یادگاری، سعید و مهدی کاظمی (۱۴۰۴). عوامل مؤثر بر پذیرش پیام‌رسان‌های داخلی توسط کاربران ایرانی، مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۱ (۴۲)، ۱۷۹ ـ ۲۰۷.

https://doi.org/10.22054/nms.2025.79603.1711

حسینی، محمدرضا و میلاد نوریان رامشه (۱۴۰۴). بومی‌سازی رسانه‌های اجتماعی در چین: تحلیل تأثیر سیاست‌های دولتی و فناوری محلی بر توسعه پلتفرم‌های بومی مطالعه موردی: وی‌چت و سینا ویبو. مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، ۲ (۴)، ۵۷ ـ ۸۶. doi:.10.22083/cssms.2025.548577.1076

خبرگزاری خبرآنلاین (۱۴۰۵، ۲۹ تیر). اینترنت پرو ارزان‌تر و قابل‌دسترس تر است/

https://www.khabaronline.ir/news/2222249

خبرگزاری فارس (۱۴۰۵، ۲ *خرداد*). نایب‌رییس کمیسیون فرهنگی مجلس: در شرایط فعلی تصمیمی برای بازگشایی اینترنت جهانی وجود ندارد و محدودیت‌ها با «ملاحظات امنیتی» ادامه خواهد داشت.

https://farsnews.ir/Akhbar_hamedan/1779510061148079129

خبرگزاری میزان (۱۴۰۵، ۲۳ *اردیبهشت*). تعداد کاربران در پیام‌رسان داخلی از مرز ۱۰۰ میلیون نفر عبور کرد. *خبرگزاری میزان*. https://www.mizanonline.ir/00KXz7

رحیمی، مرضیه و مهدی محمدی نسب (۱۴۰۲). عوامل مؤثر بر مهاجرت کاربران ایرانی تلگرام به واتس‌آپ به‌جای مهاجرت به پیام‌رسان‌های داخلی پس از فیلتر تلگرام. مطالعات رسانه‌های نوین، ۹ (۳۳)، ۱۷۵ ـ ۲۲۲.

https://doi.org/10.22054/nms.2022.64673.1312

روشندل اربطانی، طاهر، عقیلی، وحید و مهدی معتمدی (۱۴۰۲). طراحی و تبیین الگوی مرجعیت در وب‌سایت‌های خبری، مطالعات رسانه‌های نوین، ۹ (۳۳)، ۲۴۹ ـ ۲۸۰.

https://doi.org/10.22054/nms.2022.54707.1031

کفشدارطوسی، ابراهیم (۱۴۰۳). مزایا و موانع استفاده کسب‌وکارهای مجازی از پیام‌رسان‌های داخلی و اینستاگرام در ایران، فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی، ۳ (۲)، ۱ ـ ۲۸.

https://doi.org/10.22034/jnamm.2024.480656.1057

مداح، سید محمدرضا، شاه قاسمی، احسان و مژگان ثابت تیموری (۱۴۰۳). ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران، مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۰ (۴۰)، ۲۰۱ ـ ۲۴۱.

https://doi.org/10.22054/nms.2025.82425.1769

Buzzanell, P. M., & Houston, J. B. (2018). Communication and resilience: Multilevel applications and insights - A Journal of Applied Communication Research forum. Journal of Applied Communication Research, 46(1), 1-4. https://doi.org/10.1080/00909882.2017.1412086

Castells, M. (2009).Communication power. Oxford University Press.

Chandler, A. D. (1962).Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise. MIT Press.

Chatham House. (2024). The internet under attack: Insights from Afghanistan and Ukraine on maintaining a resilient internet in conflict and crisis. https://www.chathamhouse.org/2024/08/internet-under-attack

Coombs, W. T. (2021). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (5th ed.). SAGE Publications.

Fars News Agency. (2026, May 23).*Ali Yazdikhah, Vice Chairman of the Cultural Committee of the Parliament: There is currently no decision to reopen the global internet, and restrictions will continue with "security considerations"*.https://farsnews.ir/Akhbar_hamedan/177951006114807912**9[InPersian]**

Gillespie, T. (2018). Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media. Yale University Press.

*hosseini,M. and Nourian Ramsheh,M. (2025). Localization of Social Media in China: An Analysis of the Impact of Government Policies and Local Technology on the Development of Native Platforms such as WeChat and Sina Weibo. Virtual space and social media studies, 2(4), 57-86. doi: 10.22083/cssms.2025.548577.1076***[In Persian]**

Kafshdartousi,E. (2024). Advantages and Barriers of Virtual Businesses in Iran Using Domestic Messaging Platforms and Instagram.Journal of New Approaches in Management and Marketing,3(2), 1-28. doi: 10.22034/jnamm.2024.480656.1057 **[InPersian]**

KhabarOnline. (2026, July 20).*The representative's clear message to the people; don't wait for global internet for now / "Internet Pro" is cheaper and more accessible / People don't have major problems with the internet cutoff*.https://www.khabaronline.ir/news/2222249**[InPersian]**

Lessig, L. (2006).Code: Version 2.0(2nd ed.). Basic Books.

*Maddah, S. M. R., Shahghasemi, E. and Sabet Teimouri, M. (2024). A Model of Effective Domestic Messaging Application with an Emphasis on the Role of User's Media Literacy. New Media Studies, 10(40), 241-201. doi: 10.22054/nms.2025.82425.1769***[In Persian]**

Mizan News Agency. (2026, May 13) The number of users on domestic messengers has exceeded 100 million .Mizan Online .https//:www.mizanonline.ir00/KXz7 **[In Persian]**

NetBlocks. (2026). Internet connectivity in Iran during the Ramadan conflict. NetBlocks. https://netblocks.org

Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2003).The external control of organizations: A resource dependence perspective(Classic ed.). Stanford University Press. (Original work published 1978)

*pourjoupari, Z., dehyadegari, S. and kazemi, M. (2025). Factors Influencing the Adoption of Domestic Messengers by Iranian Users.New Media Studies,11(42), 207-179. doi: 10.22054/nms.2025.79603.1711***[InPersian]**

Rahimi, M. and Mohammadi nasab, M. (2023). Factors affecting migration of Iranian messenger users

*of Telegram to WhatsApp instead of domestic messengers after the Telegram filtering. New Media Studies, 9(33), 222-175. doi: 10.22054/nms.2022.64673.1312***[InPersian]**

*roshandel, T., aghili, V. and motamedi, M. (2023). Designing and explaining the authority pattern in news websites. New Media Studies, 9(33), 280-249. doi: 10.22054/nms.2022.54707.1031***[InPersian]**

Sadeghi Jahromi, A., & Jaskolka, J. (2026). A multi-perspective study of the internet shutdown in Iran. arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2605.00187

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (2nd ed.). SAGE Publications.

Sutcliffe, K. M., & Vogus, T. J. (2003). Organizing for resilience. In K. S. Cameron, J. E. Dutton, & R. E. Quinn (Eds.),Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline(pp. 94-110). Berrett-Koehler. https//:sk.sagepub.com/ency/edvol/download/organization/chpt/organizational-resilience.pdf

Thumfart, J. (2024). Digital rights and the state of exception: Internet shutdowns from the perspective of just securitization theory. Journal of Global Security Studies, *9*(1), ogad024. https://doi.org/10.1093/jogss/ogad024

van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). The platform society: Public values in a connective world. Oxford University Press.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 103 - 134
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.580621.1120
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

The Role of Social Media in Spreading Misinformation During the Ramadan War

Omidali Masoudi, *Professor, Faculty of Culture and Communication, Soore University, Tehran Iran Email: masoudi@soore.ac.ir*

Khatere Asadi, *PhD Student, Faculty of Culture and Communication, Soore International University, Tehran Iran. (Corresponding Author) Email: Khatere.asadi@soore.ac.ir*

Extended Abstract

Introduction: The rapid expansion of social media platforms has fundamentally reshaped the contemporary information environment. While these platforms facilitate the rapid dissemination of information and enhance public engagement, they have also created favorable conditions for the spread of misinformation and fake news. During crises and armed conflicts, the circulation of inaccurate or misleading information can significantly influence public perceptions, decision-making processes, and social stability. The Ramadan War, as a major contemporary crisis, provides a unique context for examining the mechanisms through which misinformation spreads across social media networks. In such situations, users often rely on social media as their primary source of information, increasing their exposure to unverified content and manipulated narratives.

This study aims to examine the role of social media in the dissemination of misinformation during the Ramadan War by investigating the influence of social media characteristics, users' psychological factors, media trust, and media literacy. Furthermore, the study seeks to develop an integrated policy model for managing fake news in crisis situations.

Methods: This study adopted an applied research approach and employed a descriptive-correlational design using a quantitative survey method. The statistical population consisted of users of online communication platforms and social media networks who followed news related to the Ramadan War. Data were collected through a structured questionnaire developed based on the research variables and relevant theoretical foundations.

The questionnaire measured social media characteristics, psychological factors, media trust, media literacy, and the spread of misinformation. The validity of the instrument was confirmed through expert evaluation, while its reliability was assessed using Cronbach's alpha coefficients. Data were analyzed using SPSS and SmartPLS software. Descriptive statistics were used to summarize the respondents' characteristics, and structural equation modeling (SEM) was employed to test the proposed conceptual model and research hypotheses.

Findings: The findings indicate that social media platforms play a significant role in facilitating the spread of misinformation during crisis situations. Features such

as rapid information sharing, algorithm-driven content distribution, and high levels of user interaction contribute to the accelerated dissemination of misleading information. The results further reveal that psychological factors, including emotional reactions and cognitive biases, significantly increase users' susceptibility to misinformation and their likelihood of sharing unverified content.

In addition, media trust and media literacy emerged as significant determinants of misinformation diffusion. Lower levels of trust in official media sources encourage individuals to rely on informal channels, which are often more susceptible to misinformation. Conversely, higher levels of media literacy enhance users' ability to critically evaluate information and reduce the likelihood of spreading false content. Based on these findings, an integrated policy model was developed. The model incorporates technological, behavioral, and institutional interventions and proposes a multi-level strategy for mitigating misinformation during crises. The framework emphasizes the importance of algorithmic transparency, fact-checking mechanisms, media literacy education, institutional coordination, and effective crisis communication management.

Conclusion: The findings suggest that the spread of misinformation during the Ramadan War is not solely the result of technological factors but rather the outcome of a complex interaction among social media structures, users' psychological characteristics, levels of media trust, and media literacy. Social media platforms can amplify the circulation of false information through algorithmic mechanisms and networked communication patterns, particularly during periods of uncertainty and crisis.

The proposed integrated policy model underscores the need to combine technological regulation, educational initiatives, and institutional measures to effectively manage misinformation. Strengthening media literacy, enhancing public trust in credible information sources, improving fact-checking systems, and developing coordinated crisis communication strategies are essential steps toward reducing the societal impact of fake news. The findings offer practical implications for policymakers, media organizations, and communication professionals seeking to strengthen information governance and enhance societal resilience against misinformation during crisis situations.

Keywords: Social Media, Misinformation, Fake News, Media Literacy, Media Trust, Crisis Communication, Ramadan War Information Disorder.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۱۳۴ - ۱۰۳
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 103 - 134
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.580621.1120
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات نادرست در جریان جنگ رمضان

امیدعلی مسعودی[۱]، خاطره اسدی[۲]

چکیده

با گسترش روزافزون رسانه‌های اجتماعی و نقش آن‌ها در شکل‌دهی به جریان اطلاعات، مسئله انتشار اطلاعات نادرست؛ به‌ویژه در شرایط بحرانی به یکی از چالش‌های مهم ارتباطی و اجتماعی تبدیل شده است. پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در گسترش اخبار جعلی، با تأکید بر مطالعه موردی «جنگ رمضان»، انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی ـ تحلیلی با رویکرد پیمایشی است. جامعه آماری شامل کاربران فعال شبکه‌های اجتماعی بوده و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۳۸۴ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق‌ساخته بر اساس طیف لیکرت بود که روایی آن از طریق نظر خبرگان و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS و به‌کارگیری روش‌های آماری شامل همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و مدل‌یابی معادلات ساختاری تحلیل شدند. نتایج نشان داد که ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و عوامل روان‌شناختی کاربران تأثیر مثبت و معناداری بر گسترش اخبار جعلی دارند، درحالی‌که اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای دارای تأثیر منفی و معنادار هستند. همچنین، شرایط بحران «جنگ رمضان» به‌عنوان یک عامل زمینه‌ای، نقش تشدیدکننده در روابط بین متغیرها ایفا می‌کند. بر اساس یافته‌ها، یک مدل سیاستی چندسطحی شامل مداخلات فناورانه، رفتاری و نهادی برای مدیریت انتشار اخبار جعلی ارائه شد. این مدل بر لزوم رویکردی یکپارچه برای کنترل اطلاعات در شرایط بحران تأکید دارد. نتایج این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران رسانه‌ای در طراحی راهکارهای مؤثر برای مقابله با اخبار جعلی کمک کند.

واژگان کلیدی:

رسانه‌های اجتماعی، اخبار جعلی، اطلاعات نادرست، کاربران رسانه، سواد رسانه‌ای، جنگ رمضان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۲۵

۱. استاد دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه بین المللی سوره، تهران، ایران. masoudi@soore.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه بین المللی سوره،تهران، ایران.(نویسنده مسئول) Khatere.asadi@soore.ac.ir

مقدمه

در دنیای امروز، رسانه‌های اجتماعی به یکی از اصلی‌ترین ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی تبدیل شده‌اند. این پلتفرم‌ها با امکان انتشار سریع و گسترده اطلاعات، ساختار سنتی رسانه‌ها را دگرگون کرده و کاربران عادی را از مصرف‌کننده صرف به تولیدکننده و توزیع‌کننده محتوا ارتقا داده اگرچه این تحول به افزایش دسترسی آزاد به اطلاعات انجامیده، اما چالش‌های جدی نیز به همراه داشته که مهم‌ترین آن، گسترش اطلاعات نادرست یا «اخبار جعلی» است (Allcott & Gentzkow, 2017). اهمیت این موضوع زمانی دوچندان می‌شود که جامعه در شرایط بحرانی قرار گیرد؛ شرایطی که در آن نیاز به اطلاعات دقیق، سریع و قابل‌اعتماد بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. بحران‌ها با ایجاد فضایی از ابهام، اضطراب و عدم قطعیت، زمینه‌ای مساعد برای انتشار و پذیرش اخبار جعلی فراهم می‌کنند. در چنین موقعیت‌هایی، جریان اطلاعات رسمی معمولاً با محدودیت یا تأخیر مواجه است و افراد برای کسب اخبار به منابع غیررسمی، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، روی می‌آورند. از سوی دیگر، الگوریتم‌های شخصی‌سازی محتوا با ایجاد «اتاق‌های پژواک»، کاربران را بیشتر در معرض اطلاعات همسو با باورهای قبلی خود قرار می‌دهند که این امر به تقویت سوگیری‌های شناختی و کاهش مواجه با دیدگاه‌های متنوع می‌انجامد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند اخبار نادرست، به‌ویژه زمانی که دارای بار هیجانی بالا هستند، سریع‌تر و گسترده‌تر از اخبار صحیح در رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند. نقش کاربران در این میان تعیین‌کننده است. عواملی مانند هیجان، ترس، خشم، هم‌سویی اطلاعات با باورهای فردی و کمبود سواد رسانه‌ای، باعث می‌شوند کاربران بدون بررسی صحت اطلاعات، آن‌ها را منتشر کنند (ملایی مظفری و نظری ۱۴۰۳، درویشی و همکاران ۱۴۰۴). در برخی موارد، انتشار اخبار جعلی در شرایط بحران به‌صورت هدفمند و سازمان‌یافته و در چارچوب جنگ روانی انجام می‌شود. این مسئله در بستر جنگ‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، جایی که اطلاعات به‌عنوان ابزاری برای قدرت و کنترل افکار عمومی عمل می‌کند. بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که اکثر مطالعات موجود به تحلیل کلی پدیده اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی پرداخته‌اند، بدون اینکه تأثیر هم‌زمان عوامل سه‌گانه فناورانه (الگوریتم‌ها)، روان‌شناختی (هیجانات کاربران) و اجتماعی (اعتماد و سواد رسانه‌ای) را در یک مدل یکپارچه و در بستر یک بحران جنگی واقعی بررسی کنند. همچنین، مطالعات داخلی بیشتر بر ابعاد سواد رسانه‌ای، باورپذیری اخبار جعلی و

عوامل هیجانی مؤثر بر پذیرش اطلاعات نادرست متمرکز بوده‌اند (مهدی‌زاده طالشی و سعادت‌سیرت، ۱۴۰۲؛ افهمی و نیرومند، ۱۴۰۳؛ درویشی و همکاران، ۱۴۰۴).

«جنگ رمضان» به‌عنوان یک موقعیت بحرانی واقعی، نمونه‌ای قابل‌بررسی برای تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اخبار جعلی محسوب می‌شود. در چنین شرایطی، حجم بالایی از اطلاعات نادرست در مدت‌زمان کوتاه منتشر می‌شود که پیامدهایی چون افزایش اضطراب عمومی، کاهش اعتماد به رسانه‌های رسمی و تشدید قطبی‌شدن اجتماعی را به همراه دارد. سؤال اصلی پژوهش: رسانه‌های اجتماعی از طریق چه سازوکارهایی به گسترش اطلاعات نادرست در شرایط بحرانی «جنگ رمضان» کمک می‌کنند و عوامل فناورانه، روان‌شناختی و اجتماعی چه نقشی در این فرآیند ایفا می‌کنند؟ پاسخ به این سؤال می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران رسانه‌ای در طراحی راهکارهای مؤثر برای مدیریت اطلاعات در شرایط جنگی و مقابله با جنگ‌های شناختی کمک کند. پژوهش حاضر با تمرکز بر مطالعه موردی «جنگ رمضان» در تلاش است تا خلأ یادشده را پر کرده و مدلی یکپارچه برای تبیین سازوکارهای گسترش اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی ارائه دهد.

پیشینه پژوهش

درویشی، رضوی دینانی و دهقان‌شاد (۱۴۰۴) در پژوهشی درباره نقش سواد رسانه‌ای در باورپذیری اخبار جعلی نشان دادند که افزایش مهارت‌های تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای، توانایی کاربران را در تشخیص اخبار نادرست افزایش می‌دهد. یافته‌های آنان بیانگر آن بود که کاربران دارای سواد رسانه‌ای بالاتر، کمتر تحت تأثیر محتوای گمراه‌کننده قرار گرفته و احتمال پذیرش و بازنشر اخبار جعلی در میان آنان کاهش می‌یابد.

افهمی و نیرومند (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «تأثیر سواد رسانه‌ای مخاطبان در مقابله با اخبار جعلی از نظر خبرگان» با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی و مصاحبه با خبرگان حوزه رسانه، مؤلفه‌های مؤثر سواد رسانه‌ای در مقابله با اخبار جعلی را شناسایی کردند. نتایج پژوهش نشان داد سواد مرتبط با ماهیت و هدف خبر، ویژگی‌های مخاطب و شناخت منتشرکنندگان خبر از مهم‌ترین ابعاد مؤثر در کاهش آسیب‌پذیری کاربران در برابر اخبار جعلی محسوب می‌شوند و ارتقای سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در مقابله با انتشار اطلاعات نادرست ایفا کند.

ملایی مظفری و نظری (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «نقش ارزش‌ها و هیجانات

در پذیرش اخبار سیاسی جعلی در عصر پساحقیقت» نشان دادند که هیجانات و گرایش‌های ارزشی افراد نقش تعیین‌کننده‌ای در پذیرش اخبار سیاسی جعلی دارند. نتایج پژوهش آنان حاکی از آن بود که در فضای پساحقیقت، واکنش‌های هیجانی و باورهای پیشین مخاطبان بیش از ارزیابی عقلانی و بررسی شواهد، بر پذیرش یا رد اخبار اثرگذار است.

مهدی‌زاده طالشی و سعادت‌سیرت (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های اجتماعی و اخبار جعلی در عصر پساحقیقت» به شناسایی مؤلفه‌ها، اهداف و پیامدهای اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی پرداختند. یافته‌های آنان نشان داد که اخبار جعلی با اهدافی نظیر جهت‌دهی افکار عمومی، ایجاد ابهام و تنش رسانه‌ای منتشر می‌شوند و پیامدهایی همچون بی‌اعتمادی اجتماعی، تصمیم‌گیری شتاب‌زده و افزایش تلقین‌پذیری کاربران را به دنبال دارند.

نوش‌آفرین، مظفری، مسعودی و مجیدی قهرودی (۱۴۰۲) در پژوهشی درباره نقش سواد رسانه‌ای در کاهش اخبار جعلی و مقابله با تهدیدات نرم رسانه‌ای نشان دادند که ارتقای سواد رسانه‌ای موجب افزایش توانایی کاربران در ارزیابی اعتبار منابع، تشخیص اطلاعات نادرست و مقاومت در برابر عملیات تأثیرگذاری رسانه‌ای می‌شود. نتایج پژوهش آنان بر اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از راهبردهای اصلی مقابله با اخبار جعلی تأکید دارد.

وو و شیائو[1] (۲۰۲۵) در پژوهشی با عنوان «چرایی اشتراک‌گذاری اطلاعات نادرست در رسانه‌های اجتماعی» نشان دادند که قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی ازجمله دسترسی آسان به اطلاعات، تعامل‌پذیری و ایجاد پیوندهای اجتماعی، از طریق افزایش درگیری شناختی و عاطفی کاربران، احتمال اشتراک‌گذاری اطلاعات نادرست را افزایش می‌دهد. یافته‌های آنان بیان می‌کند که ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی در کنار عوامل روان‌شناختی کاربران، نقش مهمی در گسترش اطلاعات نادرست ایفا می‌کنند.

برودا و استرومبک[2] (۲۰۲۴) در یک مرور نظام‌مند میان‌رشته‌ای بر ۱۲۶۱ مقاله علمی نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی به مهم‌ترین بستر انتشار اطلاعات نادرست، اطلاعات گمراه‌کننده و اخبار جعلی تبدیل شده‌اند و بخش قابل توجهی از پژوهش‌های جدید این حوزه بر سازوکارهای انتشار و پیامدهای این پدیده متمرکزاست.

1. Wu, M., Wu, T., & Xiao, Y.

2. Broda,E,&Stromback,J.

مک‌لافلین[1] و برادی[2] (۲۰۲۴) با بررسی تعامل میان کاربران و الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی بیان می‌کنند که انتشار اطلاعات نادرست نتیجه تعامل میان سوگیری‌های شناختی کاربران و الگوریتم‌های پیشنهاددهنده محتوا است؛ به‌گونه‌ای که محتوای هیجانی و اخلاقی بیش از سایر محتواها در معرض بازنشر قرار می‌گیرد.

اپوکه و عمر[3] (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان «اخبار جعلی و کووید-۱۹: مدل‌سازی عوامل پیش‌بینی‌کننده اشتراک‌گذاری اخبار جعلی» را انجام دادند و به این نتایج رسیدند که اضطراب، اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و مصرف رسانه‌ای بالا، احتمال انتشار اخبار جعلی را افزایش می‌دهد.

چادویک و همکاران[4] (۲۰۲۱) مقاله‌ای با عنوان «ارتباط اطلاعات نادرست آنلاین با تردید در واکسیناسیون کووید-۱۹» انجام دادند و به این نتایج رسیدند که مواجهه با اخبار جعلی، اعتماد عمومی را کاهش داده و تصمیم‌گیری را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد

پنی‌کوک و رند[5] (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «مقابله با اطلاعات نادرست کووید-۱۹ در شبکه‌های اجتماعی: شواهد آزمایشی از مداخله یادآوری دقت» به این نتایج رسیدند که یادآوری اهمیت دقت در ارزیابی اطلاعات، به طور معناداری از انتشار اخبار جعلی توسط کاربران می‌کاهد.

چینلی و همکاران[6] (۲۰۲۰) مقاله‌ای با عنوان «همه‌گیری اطلاعاتی کووید-۱۹ در شبکه‌های اجتماعی» انجام دادند و به این نتایج رسیدند که ساختار شبکه‌ها و تعامل کاربران باعث شکل‌گیری خوشه‌های اطلاعاتی و تقویت انتشار اطلاعات نادرست می‌شود.

کوزی و همکاران[7] (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «ویروسی شدن کرونا: سنجش همه‌گیری اطلاعات نادرست در توییتر» به این نتایج رسیدند که حجم قابل‌توجهی از اطلاعات منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی در بحران‌ها، نادرست یا گمراه‌کننده است.

احمد و همکاران[8] (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «کووید-۱۹ و نظریه توطئه 5G: تحلیل شبکه اجتماعی داده‌های توییتر» به این نتایج رسیدند که نظریه‌های توطئه از طریق کاربران تأثیرگذار به‌سرعت در شبکه‌های اجتماعی گسترش می‌یابد.

1. McLaughlin
2. Brady
3. Apuke, O. D., & Omar, B
4. Chadwick, A., Kaiser, J., Vaccari, C., et al
5. Pennycook, G., & Rand, D. G
6. Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., et al.
7. Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., et al
8. Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J., & Lopez Segui, F.

تسنیم و همکاران[1] (۲۰۲۰) مقاله‌ای با عنوان «تأثیر شایعات و اطلاعات نادرست بر کووید-۱۹ در شبکه‌های اجتماعی» انجام دادند و به این نتایج رسیدند که اطلاعات نادرست می‌تواند رفتارهای پرخطر را افزایش داده و مدیریت بحران را مختل کند.

اسلام و همکاران[2] (۲۰۲۰) مقاله‌ای با عنوان «اینفودمیک مرتبط با کووید-۱۹ و تأثیر آن بر سلامت عمومی» انجام دادند و به این نتایج رسیدند که اطلاعات نادرست پیامدهای جدی برای سلامت و تصمیم‌گیری عمومی دارد.

نعیم و بهتی[3] (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «اینفودمیک کووید-۱۹: جبهه‌ای جدید برای متخصصان اطلاعات» به این نتایج رسیدند که مقابله با اخبار جعلی نیازمند مداخلات حرفه‌ای و سازمان‌یافته است.

برنن و همکاران[4] (۲۰۲۰) مقاله‌ای با عنوان «انواع، منابع و ادعاهای اطلاعات نادرست درباره کووید-۱۹» انجام دادند و به این نتایج رسیدند که بسیاری از اخبار جعلی از تحریف اطلاعات واقعی منشأ می‌گیرند.

وسوقی[5]، روی و آرال (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «انتشار اخبار درست و نادرست در فضای آنلاین» با تحلیل بیش از ۱۲۶ هزار خبر منتشرشده در شبکه اجتماعی ایکس (توییتر سابق) نشان دادند که اخبار نادرست به‌طور معناداری سریع‌تر، گسترده‌تر و عمیق‌تر از اخبار صحیح منتشر می‌شوند. یافته‌های آنان بیان می‌کند که تازگی، هیجان و واکنش‌های عاطفی برانگیخته‌شده توسط اخبار نادرست، نقش مهمی در گسترش و بازنشر آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی دارد.

جمع‌بندی: بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات داخلی و خارجی نقش رسانه‌های اجتماعی را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای انتشار اطلاعات نادرست و اخبار جعلی تأیید کرده‌اند. این پژوهش‌ها به بررسی عواملی همچون ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی، عوامل روان‌شناختی و شناختی کاربران، سواد رسانه‌ای و پیامدهای انتشار اطلاعات نادرست پرداخته‌اند. بااین‌حال، اغلب پژوهش‌های پیشین هر یک بر بخشی از این عوامل متمرکز بوده و کمتر مطالعه‌ای به تبیین هم‌زمان نقش ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی، عوامل روان‌شناختی، اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای در گسترش اطلاعات نادرست پرداخته است. همچنین بخش عمده مطالعات موجود در بستر همه‌گیری کووید-۱۹، انتخابات و سایر رویدادهای

1. Tasnim, S., Hossain, M. M., & Mazumder, H.
2. Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., et al
3. Naeem, S. B., & Bhatti, R
4. Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. N., & Nielsen, R. K.
5. Vosoughi

اجتماعی انجام شده و سازوکار انتشار اطلاعات نادرست در شرایط جنگی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. ازاین‌رو، خلأ اصلی ادبیات پژوهش را می‌توان فقدان یک مدل جامع و آزمون‌شده برای تبیین عوامل مؤثر بر گسترش اطلاعات نادرست در بستر جنگ و بحران دانست. در همین راستا، پژوهش حاضر با تمرکز بر جنگ رمضان، ضمن تلفیق متغیرهای رسانه‌ای، روان‌شناختی و شناختی در قالب یک مدل مفهومی واحد، به آزمون تجربی روابط میان این متغیرها و تبیین سازوکار گسترش اطلاعات نادرست در رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد.

تبیین مفاهیم پایه و چارچوب نظری

رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین جلوه‌های فناوری‌های نوین ارتباطی، نقش اساسی در تحول نظام اطلاع‌رسانی ایفا کرده‌اند. این پلتفرم‌ها امکان تولید، انتشار و تبادل اطلاعات را برای کاربران فراهم کرده و جریان ارتباطی را از حالت یک‌سویه به چندسویه تغییر داده‌اند؛ به‌گونه‌ای که کاربران نه‌تنها مصرف‌کننده، بلکه تولیدکننده محتوا نیز محسوب می‌شوند. پلتفرم‌هایی مانند توییتر، تلگرام و اینستاگرام نمونه‌هایی از این رسانه‌ها هستند که نقش مهمی در گردش اطلاعات دارند. ازنظر نظری، رسانه‌های اجتماعی بستری برای تعاملات اجتماعی آنلاین‌اند که در آن افراد از طریق ایجاد پروفایل و ارتباط با دیگران به تبادل اطلاعات می‌پردازند ویژگی‌هایی مانند سرعت بالا، دسترسی گسترده، تعامل‌پذیری و الگوریتم‌های هوشمند نمایش محتوا، مزایای قابل‌توجهی ایجاد کرده‌اند، اما درعین‌حال زمینه انتشار سریع اطلاعات نادرست را نیز فراهم می‌کنند (Vosoughi et al., 2018).

اطلاعات نادرست و اخبار جعلی

در این پژوهش، «اطلاعات نادرست» و «اخبار جعلی» به محتوایی اطلاق می‌شود که به‌صورت عمدی یا غیرعمدی نادرست بوده و با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی منتشر می‌شود. تمایز میان اطلاعات غلط (بدون قصد فریب)، اطلاعات نادرست (با هدف گمراه‌سازی) و اطلاعات بدخواهانه (اطلاعات واقعی منتشرشده با هدف آسیب‌رسانی) اهمیت دارد. اخبار جعلی معمولاً دارای ساختار هیجانی و تحریک‌کننده‌اند؛ احساساتی مانند ترس، خشم و تعجب را برمی‌انگیزند و به همین دلیل کاربران تمایل بیشتری به بازنشر آن‌ها دارند. همچنین این اخبار غالباً ساده، کوتاه و همراه با تصاویر یا ویدئوهای جذاب ارائه می‌شوند تا باورپذیری بیشتری پیدا کنند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اخبار

نادرست در شبکه‌های اجتماعی سریع‌تر و گسترده‌تر از اخبار صحیح منتشر می‌شوند (مهدی زاده طالشی و سعادت سیرت، ۱۴۰۲).

تبیین ابعاد، سازوکارهای انتشار و پیامدهای اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی در جریان جنگ رمضان

در سال‌های اخیر، اخبار جعلی به یکی از مهم‌ترین چالش‌های فضای رسانه‌ای و ارتباطی تبدیل شده است. گسترش رسانه‌های اجتماعی و مشارکت فعال کاربران در تولید و انتشار محتوا، مرز میان اطلاعات معتبر و نامعتبر را تا حد زیادی تضعیف کرده است. اخبار جعلی به اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده‌ای اطلاق می‌شود که با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی تولید و منتشر می‌شود این نوع محتوا معمولاً دارای ساختاری هیجانی، ساده و تحریک‌کننده است و با بهره‌گیری از عناصر بصری و روایت‌های جذاب، احساساتی همچون ترس، خشم، تعجب یا هیجان را در مخاطبان برمی‌انگیزد. به همین دلیل، اخبار نادرست نسبت به اخبار صحیح با سرعت و گستره بیشتری در رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند (Vosoughi et al., 2018). ازمنظر مفهومی، اخبار جعلی در قالب‌های گوناگونی ظاهر می‌شوند و بر اساس طبقه‌بندی واردل و دراخشان می‌توان آن‌ها را در سه دسته اطلاعات غلط، اطلاعات نادرست و اطلاعات بدخواهانه جای داد. این محتواها ممکن است به شکل اخبار کاملاً ساختگی، اخبار تحریف‌شده، تیترهای گمراه‌کننده، تصاویر و ویدئوهای جعلی یا شایعات منتشر شوند. در شرایط بحرانی که دسترسی به اطلاعات رسمی محدود و سطح ابهام بالا است، شایعات به یکی از رایج‌ترین اشکال اخبار جعلی تبدیل می‌شوند. گسترش اخبار جعلی حاصل تعامل عوامل فردی، اجتماعی و فناورانه است. در سطح فردی، هیجان‌هایی نظیر ترس و خشم و نیز سوگیری‌های شناختی ازجمله سوگیری تأییدی، توانایی ارزیابی انتقادی اطلاعات را کاهش داده و احتمال بازنشر اخبار نادرست را افزایش می‌دهد (Pennycook & Rand, 2019)؛ در سطح اجتماعی، کاهش اعتماد به رسانه‌های رسمی و تمایل به هم‌نوایی با گروه‌های اجتماعی، زمینه پذیرش و انتشار اطلاعات تأییدنشده را فراهم می‌کند (مهدی‌زاده طالشی و سعادت سیرت، ۱۴۰۲) و (wu & xiao, 2025).

در سطح فناورانه نیز الگوریتم‌های شخصی‌سازی محتوا، با نمایش اطلاعات متناسب با علایق و باورهای کاربران، موجب شکل‌گیری اتاق‌های پژواک و تقویت حباب‌های اطلاعاتی می‌شوند؛ وضعیتی که در آن کاربران بیشتر در معرض اطلاعات

همسو با نگرش‌های پیشین خود قرار می‌گیرند. افزون بر این، قابلیت ویروسی‌شدن محتوا، نقش کاربران تأثیرگذار و نبود نظارت مؤثر بر گردش اطلاعات، به افزایش سرعت و دامنه انتشار اخبار جعلی کمک می‌کند. بااین‌حال، انتشار اخبار جعلی صرفاً پیامد عملکرد الگوریتم‌ها نیست، بلکه نتیجه تعامل مستمر میان سازوکارهای فنی پلتفرم‌ها و رفتار کاربران در فرآیند تولید، بازنشر و مصرف محتوا است. پیامدهای انتشار اخبار جعلی نیز در سطوح مختلف فردی، اجتماعی و امنیتی قابل مشاهده است. این پدیده می‌تواند با ایجاد اضطراب، ناامنی روانی وسردرگمی اطلاعاتی، فرآیند تصمیم‌گیری افراد را مختل کند و حتی پس از اصلاح اطلاعات نیز آثار خود را حفظ نماید (Brennen et al., 2020).

همچنین گسترش اخبار جعلی موجب کاهش اعتماد عمومی به رسانه‌ها و نهادهای رسمی شده و زمینه مراجعه بیشتر کاربران به منابع غیررسمی را فراهم می‌سازد. در سطح اجتماعی، این پدیده با تقویت اتاق‌های پژواک و برجسته‌سازی اختلافات سیاسی و ایدئولوژیک، به تشدید قطبی‌شدن اجتماعی منجر می‌شود افزون بر این، در شرایط بحرانی و جنگی، اطلاعات نادرست می‌توانند به ابزاری برای تأثیرگذاری بر ادراک عمومی، ایجاد بی‌ثباتی و هدایت افکار عمومی تبدیل شوند. در سال‌های اخیر و هم‌زمان با گسترش جنگ‌های شناختی و اطلاعاتی، اخبار جعلی به یکی از ابزارهای مهم تأثیرگذاری بر افکار عمومی در منازعات تبدیل شده است. در چنین شرایطی، اطلاعات نه‌تنها کارکرد اطلاع‌رسانی، بلکه نقش راهبردی در شکل‌دهی ادراکات، تضعیف روحیه عمومی، ایجاد سردرگمی و کاهش اعتماد اجتماعی ایفا می‌کنند.

در مطالعه موردی جنگ رمضان نیز رسانه‌های اجتماعی به بستر اصلی گردش اطلاعات تبدیل شده‌اند و حجم بالایی از اخبار، تصاویر و روایت‌ها در مدت کوتاهی منتشر می‌شود که بخشی از آن‌ها فاقد اعتبار یا به‌صورت هدفمند تحریف شده‌اند. این وضعیت می‌تواند به شکل‌گیری آشفتگی اطلاعاتی، افزایش اضطراب عمومی، اختلال در مدیریت بحران، کاهش اعتماد به منابع رسمی و تشدید شکاف‌های اجتماعی منجر شود. ازاین‌رو، اخبار جعلی در چنین شرایطی صرفاً یک مسئله رسانه‌ای نیست، بلکه به چالشی اجتماعی و امنیتی تبدیل می‌شود که مواجهه با آن مستلزم ارتقای سواد رسانه‌ای، تقویت منابع خبری معتبر و بهبود سازوکارهای نظارت بر گردش اطلاعات است.

چارچوب‌های نظری

برای تبیین نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اخبار جعلی در شرایط بحرانی، استفاده از چارچوب‌های نظری ضروری است. این نظریه‌ها به درک بهتر سازوکارهای انتشار اطلاعات و رفتار کاربران کمک می‌کنند.

«**نظریه انتشار نوآوری**»: یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها در این حوزه، نظریه انتشار نوآوری[1] است که توسط راجرز ارائه شده است. بر اساس این نظریه، اطلاعات از طریق رسانه‌های اجتماعی و در میان گروه‌های مختلف به‌صورت تدریجی گسترش می‌یابد. در شرایط بحران، این فرآیند سرعت بیشتری پیدا می‌کند و اخبار، اعم از صحیح یا نادرست؛ به‌سرعت در میان کاربران منتشر می‌شود (Rogers, 2003).

«**نظریه برجسته‌سازی**»:[2] نظریه برجسته‌سازی؛ یکی دیگر از چارچوب‌های مهم است که به نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی اشاره دارد. این نظریه بیان می‌کند که رسانه‌ها با انتخاب و برجسته‌کردن برخی موضوعات، توجه مخاطبان را به آن‌ها جلب می‌کنند (McCombs & Shaw, 1972). در رسانه‌های اجتماعی، این نقش تا حدی به الگوریتم‌ها واگذار شده است که با نمایش محتوای خاص، بر ادراک کاربران تأثیر می‌گذارند.

«**نظریه استفاده و رضامندی**»[3] بر این فرض استوار است که کاربران به‌صورت فعال رسانه‌ها را برای تأمین نیازهای خود انتخاب می‌کنند. این نیازها می‌تواند شامل کسب اطلاعات، سرگرمی یا تعامل اجتماعی باشد (Katz et al., 1973). در شرایط بحران، نیاز به اطلاعات افزایش می‌یابد و همین امر موجب استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی و درنتیجه افزایش مواجهه با اخبار جعلی می‌شود.

«**نظریه اتاق پژواک**»: نیز به پدیده‌ای اشاره دارد که در آن کاربران در معرض اطلاعاتی قرار می‌گیرند که با باورهای قبلی آن‌ها همخوانی دارد. این مسئله موجب تقویت دیدگاه‌های موجود و کاهش مواجهه با اطلاعات متنوع می‌شود .در چنین شرایطی، اخبار جعلی که با باورهای کاربران سازگار است، بیشتر پذیرفته و منتشر می‌شود.

«**نظریه وابستگی به رسانه‌ها**»:[4] درنهایت، نظریه وابستگی به رسانه‌ها، بیان می‌کند که در شرایطی که افراد نیاز بیشتری به اطلاعات دارند؛ مانند بحران‌ها، وابستگی آن‌ها

1. Diffusion of Innovation
2. Agenda Setting Theory
3. Uses and Gratifications Theory
4. Media Dependency Theory

به رسانه‌ها افزایش می‌یابد (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). این وابستگی می‌تواند موجب افزایش تأثیرپذیری از اطلاعات، چه صحیح و چه نادرست، شود.

درمجموع، این چارچوب‌های نظری نشان می‌دهند که انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی، نتیجه تعامل پیچیده‌ای از عوامل رسانه‌ای، روان‌شناختی و اجتماعی است. استفاده از این نظریه‌ها در پژوهش حاضر، امکان تحلیل دقیق‌تر نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات نادرست در شرایط بحرانی، ازجمله جنگ رمضان را فراهم می‌کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر باهدف بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات نادرست در شرایط بحرانی و با تأکید بر مطالعه موردی جنگ رمضان انجام شده است. این پژوهش ازنظر هدف، کاربردی و ازنظر ماهیت، توصیفی تحلیلی است که با رویکرد پیمایشی اجرا شده است. جامعه آماری پژوهش را کاربران فعال فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی تشکیل می‌دهند که در دوره مورد مطالعه در معرض اخبار، شایعات و اطلاعات مرتبط با جنگ رمضان قرار داشته و محتوای مرتبط با این رویداد را از طریق شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های برخط و برخی رسانه‌های اجتماعی بین‌المللی دریافت، مشاهده یا بازنشر می‌کردند. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری به شیوه در دسترس انجام گرفت و مشارکت‌کنندگان از طریق انتشار برخط پرسشنامه در بسترهای ارتباطی در دسترس انتخاب شدند. فرآیند گردآوری داده‌ها طی یک دوره تقریباً دوماهه و هم‌زمان با تحولات مرتبط با جنگ رمضان انجام شد. در این مدت، پرسشنامه به‌صورت الکترونیکی در اختیار کاربران رسانه‌های اجتماعی قرار گرفت و پاسخ‌ها به‌صورت برخط دریافت و ثبت شد با توجه به محدودیت‌های دسترسی به سکوهای بین‌المللی در دوره موردمطالعه، بخش عمده نمونه از کاربران رسانه‌ها و پیام‌رسان‌های در دسترس و بخش دیگری از پاسخ‌دهندگان از میان کاربران رسانه‌های اجتماعی بین‌المللی انتخاب شدند ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه محقق‌ساخته مبتنی بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش بود که در قالب طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت طراحی شد. این پرسشنامه شامل ۲۴ گویه در پنج بُعد اصلی بود: ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی (۵ گویه)، ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران (۵ گویه)، اعتماد به رسانه‌ها (۴ گویه)،

سواد رسانه‌ای (۵ گویه) و گسترش اخبار جعلی (۵ گویه). به‌منظور بررسی روایی ابزار، از روایی محتوایی استفاده شد و پرسشنامه پس از ارزیابی و تأیید جمعی از استادان و متخصصان حوزه ارتباطات و رسانه نهایی گردید. همچنین پایایی ابزار از طریق ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که مقدار آن برای کل پرسشنامه ۰/۸۲ به دست آمد و بیانگر پایایی مطلوب ابزار پژوهش است. داده‌های گردآوری‌شده پس از کدگذاری و آماده‌سازی، با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت. در بخش آمار توصیفی از شاخص‌هایی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در بخش آمار استنباطی از آزمون همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) برای آزمون فرضیه‌ها و ارزیابی مدل مفهومی پژوهش استفاده شد. در تمامی مراحل پژوهش، اصول اخلاق پژوهش شامل مشارکت داوطلبانه، اخذ رضایت آگاهانه، حفظ محرمانگی اطلاعات پاسخ‌دهندگان و استفاده از داده‌ها صرفاً در چارچوب اهداف علمی تحقیق رعایت شد.

متغیرهای پژوهش و نحوه سنجش آن‌ها

در پژوهش حاضر، «گسترش اخبار جعلی» به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. این متغیر از نظر نظری به انتشار و پذیرش اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی اشاره دارد و از نظر عملیاتی از طریق میزان بازنشر، باورپذیری و انتشار اخبار تأییدنشده در رسانه‌های اجتماعی سنجیده شد (Allcott & Gentzkow, 2017).

متغیر مستقل پژوهش، «ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی» شامل سرعت انتشار اطلاعات، الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا و قابلیت تعامل‌پذیری است که از طریق گویه‌هایی مرتبط با سرعت دریافت اخبار، مواجهه با محتوای مشابه و میزان تعامل کاربران اندازه‌گیری شد (Vosoughi et al., 2018).

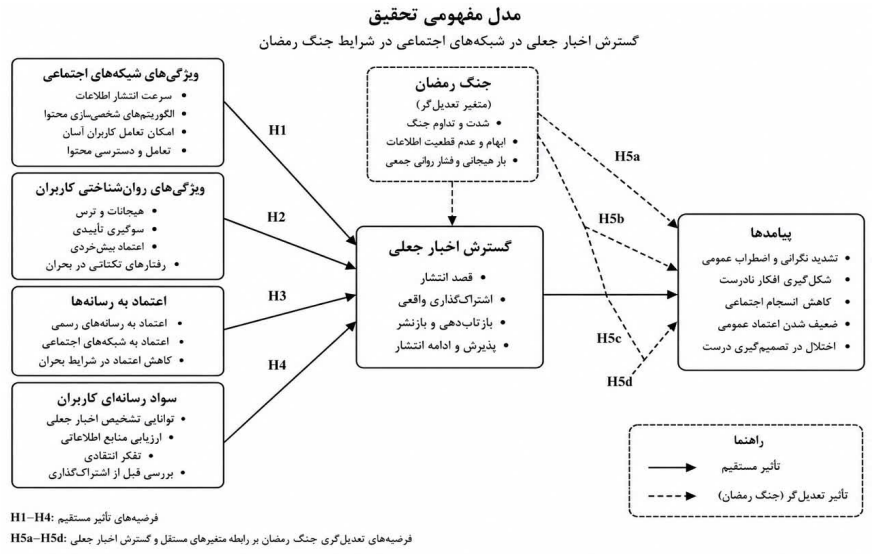
همچنین ویژگی‌های روان‌شناختی ناظر بر هیجانات و واکنش‌های احساسی کاربران در مواجهه با اخبار بحران است. اعتماد به رسانه‌ها به میزان اتکای کاربران به منابع رسمی و غیررسمی اطلاعات اشاره دارد و سواد رسانه‌ای نیز توانایی تحلیل، ارزیابی و تشخیص اعتبار اطلاعات در محیط رسانه‌ای را نشان می‌دهد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد ارتقای سواد رسانه‌ای توانایی کاربران را در ارزیابی اعتبار منابع، تشخیص اطلاعات نادرست و کاهش تأثیرپذیری از اخبار جعلی افزایش می‌دهد (نوش‌آفرین و همکاران، ۱۴۰۲؛ افهمی و نیرومند، ۱۴۰۳). سنجش این متغیرها از طریق گویه‌های طراحی‌شده در پرسشنامه و بر مبنای طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت انجام شد.

فرضیه‌های پژوهش

۱. فرضیه اول: ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی، مانند سرعت انتشار و دسترسی آسان به اطلاعات، به‌طور مثبت با گسترش اخبار جعلی در شرایط بحران مرتبط است؛
۲. فرضیه دوم: ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران، ازجمله تمایل به تأیید اطلاعات و احساسات منفی، تأثیر معناداری بر انتشار اخبار جعلی دارند؛
۳. فرضیه سوم: اعتماد به رسانه‌ها به‌عنوان یک عامل کلیدی، به‌طور معکوس با گسترش اخبار جعلی در ارتباط است؛ به این معنا که هرچه اعتماد به رسانه‌ها بیشتر باشد، انتشار اخبار جعلی کمتر خواهد بود؛
۴. فرضیه چهارم: سواد رسانه‌ای کاربران، به‌عنوان یک متغیر میانجی، تأثیر منفی بر گسترش اخبار جعلی دارد؛ یعنی هرچه سواد رسانه‌ای بالاتر باشد، احتمال انتشار اخبار جعلی کمتر می‌شود.

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش حاضر مبتنی بر بررسی تأثیر متغیرهای فردی و ساختاری بر گسترش اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی است. در این مدل، ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی و عوامل روان‌شناختی کاربران به‌عنوان عوامل تقویت‌کننده و متغیرهای اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای به‌عنوان عوامل بازدارنده در نظر گرفته شده‌اند. همچنین، جنگ رمضان به‌عنوان یک متغیر زمینه‌ای و تعدیل‌گر، با ایجاد شرایط بحرانی، موجب تشدید روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، در شرایط بحران، اثر عوامل تقویت‌کننده افزایش‌یافته و نقش عوامل بازدارنده کاهش می‌یابد. این مدل، چارچوبی یکپارچه برای تحلیل انتشار اخبار جعلی در شرایط جنگ‌شناختی ارائه می‌دهد.



تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش

در این پژوهش، «ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی» به‌عنوان متغیر مستقل، بر «گسترش اخبار جعلی» به‌عنوان متغیر وابسته تأثیر می‌گذارد. این تأثیر به‌صورت مستقیم و همچنین از طریق متغیرهای میانجی شامل «ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران» و «اعتماد به رسانه‌ها» اعمال می‌شود. در این میان، «سواد رسانه‌ای» به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر، شدت رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته را کاهش یا تعدیل می‌کند.

تجزیه‌وتحلیل داده‌ها

در این بخش، داده‌های گردآوری‌شده از طریق پرسش‌نامه تحقیق مورد تجزیه‌وتحلیل قرار می‌گیرند تا روابط بین متغیرهای پژوهش و میزان تأثیر آن‌ها بر گسترش اطلاعات نادرست در شرایط بحرانی بررسی شود. تحلیل داده‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مراحل پژوهش، نقش تعیین‌کننده‌ای در اعتبار نتایج و آزمون فرضیه‌ها دارد. در این راستا، از دو سطح آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در سطح توصیفی، هدف ارائه تصویری کلی از ویژگی‌های نمونه آماری و وضعیت متغیرهای پژوهش است. در سطح استنباطی، با بهره‌گیری از آزمون‌های آماری، روابط بین متغیرها موردبررسی قرار گرفته و مدل مفهومی پژوهش آزمون می‌شود. به‌طورکلی، استفاده از روش‌های آماری مناسب در این بخش، امکان تحلیل دقیق داده‌ها و استخراج نتایج معتبر را فراهم می‌سازد و

زمینه را برای تفسیر علمی یافته‌ها فراهم می‌کند.

آمار توصیفی

در این بخش، داده‌های جمع‌آوری‌شده به‌صورت توصیفی مورد بررسی قرار می‌گیرند تا ویژگی‌های نمونه آماری و وضعیت متغیرهای پژوهش مشخص شود. آمار توصیفی به پژوهشگر کمک می‌کند تا پیش از ورود به تحلیل‌های پیچیده‌تر، شناخت اولیه‌ای از داده‌ها به دست آورد. ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان شامل جنسیت، سن، تحصیلات بررسی شد. سپس، شاخص‌های آماری مانند میانگین و انحراف معیار برای متغیرهای اصلی پژوهش محاسبه گردید. این شاخص‌ها نشان‌دهنده سطح متغیرها و میزان پراکندگی داده‌ها هستند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

متغیر	دسته	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۱۰	٪۵۴/۷
	زن	۱۷۴	٪۴۵/۳
سن	۲۰ـ۳۰	۱۸۰	٪۴۶/۹
	۳۱ و بیشتر	۲۰۴	٪۵۳/۱
تحصیلات	کارشناسی	۱۷۰	٪۴۴/۳
	کارشناسی ارشد	۲۰۵	٪۵۳/۴
	دکتری	۹	٪۲/۳

مطابق جدول ۱، از مجموع ۳۸۴ نفر پاسخ‌دهنده، ۲۱۰ نفر مرد و ۱۷۴ نفر زن بوده‌اند. همچنین بیشترین فراوانی پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۳۱ سال و بیشتر قرار داشته است. از نظر تحصیلات جامعه موردمطالعه عمدتاً شامل کارشناسی ارشد بوده است.

جدول ۲. شاخص‌های توصیفی

متغیر	میانگین	انحراف معیار
شبکه‌های اجتماعی	۳/۹۲	۰/۷۱
روان‌شناختی	۳/۷۵	۰/۶۸
اعتماد	۲/۸۸	۰/۸۰
سواد رسانه‌ای	۳/۶۰	۰/۶۵
اخبار جعلی	۴/۰۵	۰/۷۳

نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که میانگین متغیر «گسترش اخبار جعلی» بالاتر از حد متوسط است که بیانگر شیوع قابل‌توجه این پدیده در میان کاربران است. همچنین، میانگین پایین متغیر «اعتماد به رسانه‌ها» نشان‌دهنده کاهش اعتماد کاربران به منابع رسمی است. این وضعیت می‌تواند زمینه‌ساز افزایش مراجعه به منابع غیررسمی و درنتیجه گسترش اخبار جعلی باشد. ازسوی‌دیگر، سطح نسبتاً مناسب سواد رسانه‌ای نشان می‌دهد که اگرچه کاربران تا حدی توانایی تحلیل اطلاعات را دارند، اما این میزان هنوز کافی نیست تا از انتشار گسترده اخبار نادرست جلوگیری کند. درمجموع، این یافته‌ها اهمیت موضوع پژوهش را تأیید می‌کنند.

بررسی پیش‌فرض‌های آماری

پیش از انجام تحلیل‌های استنباطی، لازم است پیش‌فرض‌های آماری موردبررسی قرار گیرند تا اطمینان حاصل شود که داده‌ها شرایط لازم برای استفاده از آزمون‌های پارامتریک را دارند. یکی از مهم‌ترین این پیش‌فرض‌ها، نرمال بودن توزیع داده‌ها است. در این پژوهش، برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف ـ اسمیرنوف استفاده شد. این آزمون بررسی می‌کند که آیا توزیع داده‌ها با توزیع نرمال تفاوت معناداری دارد یا خیر. درصورتی‌که سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ باشد، فرض نرمال بودن داده‌ها پذیرفته می‌شود.

جدول ۳. آزمون نرمال بودن

متغیر	Sig
شبکه‌های اجتماعی	۰/۰۸۲
روانی	۰/۰۹۱
اعتماد	۰/۰۷۴
سواد	۰/۰۸۸
اخبار جعلی	۰/۰۹۵

نتایج نشان می‌دهد که مقدار سطح معناداری برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرض نرمال بودن داده‌ها تأیید می‌شود. این امر نشان‌دهنده آن است که داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک مانند همبستگی پیرسون و رگرسیون استفاده کرد. تأیید نرمال بودن داده‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا استفاده نادرست از آزمون‌های آماری می‌تواند به نتایج نادرست

منجـر شـود. در ایـن پژوهـش، رعایـت ایـن پیش‌فرض‌هـا باعـث افزایـش دقـت و اعتبـار تحلیل‌هـا شـده اسـت.

پایایی و روایی

یکی از گام‌هـای اساسـی در تحلیـل داده‌هـا، اطمینـان از اعتبـار ابـزار اندازه‌گیـری اسـت. در ایـن پژوهـش، بـرای سـنجش کیفیـت پرسـش‌نامه، دو شـاخص مهـم «پایایـی» و «روایـی» مـورد بررسـی قـرار گرفـت. پایایـی بـه میـزان ثبـات و هماهنگـی درونـی گویه‌هـا اشـاره دارد، درحالی‌کـه روایـی نشـان می‌دهـد ابـزار تـا چـه حـد توانسـته مفهـوم موردنظـر را به‌درسـتی اندازه‌گیـری کنـد. بـرای بررسـی پایایـی، از ضریـب آلفـای کرونبـاخ اسـتفاده شـد. ایـن شـاخص نشـان می‌دهـد کـه گویه‌هـای هـر متغیـر تـا چـه حـد بـا یکدیگـر همبسـتگی دارنـد. مقـدار بالاتـر از ۰/۷ نشـان‌دهنده پایایـی قابـل قبـول اسـت. همچنیـن، بـرای بررسـی روایـی سـازه، از تحلیـل عاملـی تأییـدی (CFA) و شـاخص‌های AVE و CR اسـتفاده شـد. ایـن شـاخص‌ها بـه بررسـی میـزان همگرایـی و تمایـز بیـن متغیرهـا کمـک می‌کننـد.

جدول ۴. آلفای کرونباخ

متغیر	آلفا
شبکه‌های اجتماعی	۰/۸۱
روانی	۰/۸۳
اعتماد	۰/۷۸
سواد	۰/۸۵
اخبار جعلی	۰/۸۷

جدول ۵. روایی سازه

متغیر	AVE	CR
شبکه‌های اجتماعی	۰/۵۲	۰/۸۳
روانی	۰/۵۵	۰/۸۵
اعتماد	۰/۵۰	۰/۸۰
سواد	۰/۵۸	۰/۸۷
اخبار جعلی	۰/۶۰	۰/۸۸

نتایـج نشـان می‌دهـد کـه تمامـی مقادیـر آلفـای کرونبـاخ بالاتـر از ۰/۷ هسـتند کـه بیانگـر پایایـی مطلـوب ابـزار پژوهـش اسـت. همچنیـن، مقادیـر AVE بیشـتر از ۰/۵ و CR بیشـتر از

۰/۷ است که نشان‌دهنده تأیید روایی سازه پرسش‌نامه است. این نتایج حاکی از آن است که ابزار اندازه‌گیری مورداستفاده در این پژوهش از اعتبار علمی کافی برخوردار است و می‌تواند به‌صورت دقیق متغیرهای موردنظر را اندازه‌گیری کند؛ بنابراین، داده‌های حاصل از این ابزار قابل‌اعتماد بوده و می‌توان از آن‌ها برای تحلیل‌های بعدی استفاده کرد.

تحلیل همبستگی متغیرها

برای بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. این آزمون یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای سنجش شدت و جهت رابطه بین متغیرها است. مقدار ضریب همبستگی بین ۱ ـ تا ۱+ متغیر است که نشان‌دهنده جهت (مثبت یا منفی) و شدت رابطه است. در این پژوهش، هدف از انجام تحلیل همبستگی، بررسی ارتباط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته (گسترش اخبار جعلی) است.

جدول ۶. ماتریس همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش

متغیر	اخبار جعلی
شبکه‌های اجتماعی	۰/۶۲**
روانی	۰/۵۸**
اعتماد	-۰/۴۱**
سواد	-۰/۴۹**
توضیح:** نشان‌دهنده ضرایب همبستگی در سطح p<۰/۰۱ است.	

نتایج نشان می‌دهد که بین متغیر «ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی» و «گسترش اخبار جعلی» رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. این بدان معناست که با افزایش فعالیت و ویژگی‌های خاص رسانه‌های اجتماعی، میزان انتشار اخبار جعلی نیز افزایش می‌یابد. همچنین، متغیر «ویژگی‌های روان‌شناختی» نیز رابطه مثبت با اخبار جعلی دارد که نشان‌دهنده تأثیر هیجانات و سوگیری‌های شناختی در انتشار اطلاعات نادرست است. در مقابل، متغیرهای «اعتماد به رسانه‌ها» و «سواد رسانه‌ای» دارای رابطه منفی با گسترش اخبار جعلی هستند. این یافته نشان می‌دهد که افزایش اعتماد و سواد رسانه‌ای می‌تواند به کاهش انتشار اخبار جعلی کمک کند.

آزمون فرضیه‌ها

پس از بررسی روابط همبستگی میان متغیرهای پژوهش، در این مرحله به‌منظور تحلیل

دقیق‌تر و سنجش میزان تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، از روش رگرسیون چندگانه استفاده شد. تحلیل رگرسیون یکی از روش‌های آماری پیشرفته در حوزه علوم اجتماعی است که امکان بررسی هم‌زمان اثر چندین متغیر پیش‌بین بر یک متغیر ملاک را فراهم می‌کند. در این پژوهش، متغیر وابسته «گسترش اخبار جعلی» و متغیرهای مستقل شامل «ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی»، «ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران»، «اعتماد به رسانه‌ها» و «سواد رسانه‌ای» در نظر گرفته شدند. هدف اصلی از به‌کارگیری این روش، تعیین میزان تأثیر هر یک از این متغیرها بر گسترش اطلاعات نادرست در شرایط بحرانی «جنگ رمضان» و همچنین بررسی معناداری این تأثیرات است. علاوه بر این، تحلیل رگرسیون امکان تعیین سهم نسبی هر متغیر در تبیین تغییرات متغیر وابسته را نیز فراهم می‌سازد. پیش از اجرای تحلیل رگرسیون، پیش‌فرض‌های لازم ازجمله نرمال بودن داده‌ها، استقلال خطاها و نبود هم‌خطی چندگانه بررسی شد که نتایج نشان داد داده‌ها شرایط لازم برای انجام این تحلیل را دارند.

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه

متغیر	ضریب بتا (Beta)	مقدار t	سطح معناداری (Sig)
ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی	۰/۴۱	۶/۲۵	۰/۰۰۱
ویژگی‌های روان‌شناختی	۰/۳۶	۵/۷۸	۰/۰۰۲
اعتماد به رسانه‌ها	-۰/۲۸	-۴/۱۲	۰/۰۰۳
سواد رسانه‌ای	-۰/۳۳	-۵/۰۱	۰/۰۰۱

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که تمامی متغیرهای مستقل دارای تأثیر معناداری بر متغیر وابسته هستند (Sig < ۰/۰۵). این امر نشان‌دهنده آن است که مدل رگرسیونی از توانایی مناسبی در تبیین تغییرات متغیر وابسته برخوردار است. در میان متغیرهای بررسی‌شده، «ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی» با ضریب بتای ۰/۴۱ بیشترین تأثیر مثبت را بر گسترش اخبار جعلی دارد. این یافته نشان می‌دهد که عواملی مانند سرعت انتشار، الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا و تعامل‌پذیری بالا در شبکه‌های اجتماعی، نقش مهمی در افزایش انتشار اطلاعات نادرست دارند. متغیر «ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران» نیز با ضریب ۰/۳۶ تأثیر مثبت و معناداری بر انتشار اخبار جعلی دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که هیجاناتی مانند ترس، خشم و اضطراب در شرایط بحران، موجب کاهش تفکر انتقادی و افزایش تمایل به بازنشر اخبار نادرست می‌شود.

در مقابل، متغیر «اعتماد به رسانه‌ها» دارای ضریب منفی (۰/۲۸-) است. این بدان معناست که با افزایش اعتماد به رسانه‌های رسمی، میزان انتشار اخبار جعلی کاهش می‌یابد. به‌عبارت‌دیگر، کاهش اعتماد به منابع رسمی می‌تواند کاربران را به سمت منابع غیررسمی و درنتیجه اخبار نادرست سوق دهد. همچنین، «سواد رسانه‌ای» با ضریب منفی (۰/۳۳-) یکی از عوامل مهم در کاهش انتشار اخبار جعلی محسوب می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که افراد دارای مهارت‌های تحلیل و ارزیابی اطلاعات، کمتر در معرض فریب اخبار جعلی قرار گرفته و کمتر اقدام به بازنشر آن‌ها می‌کنند.

تحلیل کلی مدل رگرسیونی

برای ارزیابی کلی مدل رگرسیونی، ضریب تعیین (R^2) نیز مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که مقدار R^2 برابر با ۰/۵۸ است، به این معنا که حدود ۵۸ درصد از تغییرات متغیر «گسترش اخبار جعلی» توسط متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. این مقدار نشان‌دهنده قدرت تبیینی مناسب مدل است. همچنین، مقدار آماره F برای کل مدل معنادار به دست آمد($Sig < ۰/۰۰۱$) که نشان‌دهنده معناداری کلی مدل رگرسیونی است.

بر اساس نتایج تحلیل رگرسیون، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تأیید می‌شوند:

- فرضیه اول: ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مثبت دارند ← تأیید شد
- فرضیه دوم: ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مثبت دارند ← تأیید شد
- فرضیه سوم: اعتماد به رسانه‌ها بر گسترش اخبار جعلی تأثیر منفی دارد ← تأیید شد
- فرضیه چهارم: سواد رسانه‌ای بر گسترش اخبار جعلی تأثیر منفی دارد ← تأیید شد

تفسیر در چارچوب موضوع پژوهش

در چارچوب مطالعه موردی «جنگ رمضان»، این نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان بستر اصلی انتشار اطلاعات، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری فضای اطلاعاتی دارند. ویژگی‌های فنی این پلتفرم‌ها، در کنار عوامل روانی کاربران، می‌توانند به‌سرعت به گسترش اخبار جعلی منجر شود. ازسوی‌دیگر، متغیرهای «اعتماد» و «سواد رسانه‌ای» به‌عنوان عوامل بازدارنده، می‌توانند نقش مهمی در کنترل

این پدیده ایفا کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که مقابله با اخبار جعلی صرفاً نیازمند اقدامات فنی نیست، بلکه باید به عوامل انسانی و اجتماعی نیز توجه شود.

مدل معادلات ساختاری(SEM)

برای بررسی روابط پیچیده بین متغیرها و آزمون مدل مفهومی پژوهش، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. این روش یکی از پیشرفته‌ترین تکنیک‌های آماری است که امکان بررسی هم‌زمان روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرها را فراهم می‌کند. در این پژوهش، مدل مفهومی شامل چهار متغیر مستقل و یک متغیر وابسته است که روابط بین آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار AMOS تحلیل شد.

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل

شاخص	مقدار
CFI	۰/۹۳
GFI	۰/۹۱
RMSEA	۰/۰۵۲
χ^2/df	۲/۴

جدول ۹. ضرایب مسیر

مسیر	ضریب
شبکه ← اخبار جعلی	۰/۴۵
روانی ← اخبار جعلی	۰/۳۹
اعتماد ← اخبار جعلی	-۰/۳۰
سواد ← اخبار جعلی	-۰/۳۵

این یافته‌ها نشان می‌دهد که مدل پیشنهادی پژوهش توانایی مناسبی در تبیین گسترش اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی دارد و می‌تواند به‌عنوان چارچوبی معتبر برای تحلیل این پدیده مورداستفاده قرار گیرد.

مدل سیاستی یکپارچه مدیریت اخبار جعلی در شرایط بحران «جنگ رمضان»

ابعاد مداخله‌ای مدل

در این پژوهش، «جنگ رمضان» به‌عنوان بستر بحرانی و محیط عملیاتی در نظر گرفته می‌شود که با سه ویژگی کلیدی ـ ابهام اطلاعاتی، شدت هیجانات جمعی و شتاب انتشار ـ روابط بین متغیرها را تقویت می‌کند؛ بنابراین، مدل سیاستی پیشنهادی باید

«وابسته به زمینه» باشد؛ یعنی برای شرایطی طراحی شود که جنگ‌شناختی فعال است و چرخه تولید- انتشار- بازنشر اطلاعات به‌شدت تسریع می‌شود.

براین‌اساس، مدل از سه‌لایه مداخله‌ای تشکیل می‌شود و این سه‌لایه در تعامل، یک «چرخه کنترل اطلاعات بحران» ایجاد می‌کنند:

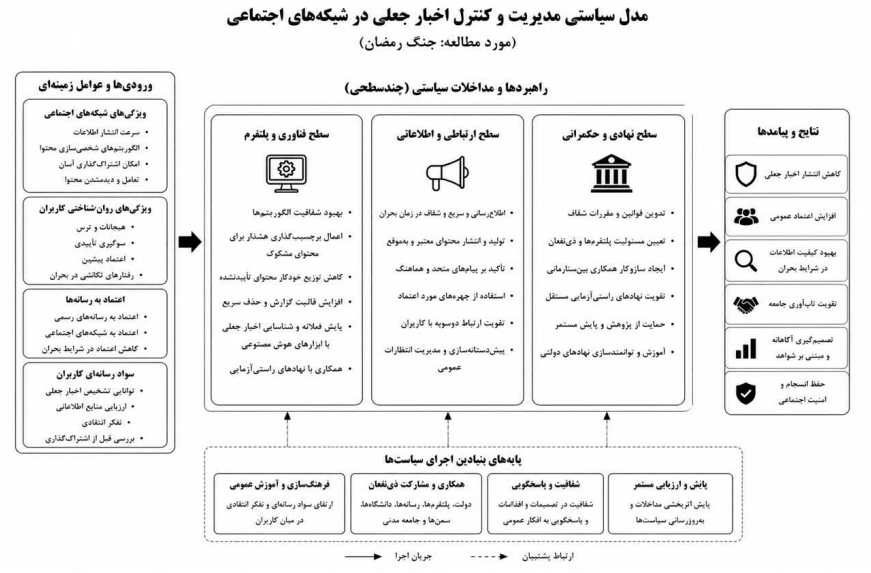
ابعاد مداخله‌ای مد

بر اساس یافته‌های پژوهش، گسترش اخبار جعلی در شرایط بحران، به‌ویژه در بستر جنگ رمضان، پدیده‌ای سیستمی و چندبعدی است که از تعامل هم‌زمان عوامل فناورانه، روان‌شناختی و اجتماعی شکل می‌گیرد. در این چارچوب، جنگ رمضان به‌عنوان محیط بحرانی و بستر عملیاتی پژوهش، با ویژگی‌هایی نظیر ابهام اطلاعاتی، تشدید هیجانات جمعی و شتاب بالای گردش اطلاعات، فرایند تولید، انتشار و بازنشر اخبار جعلی را تقویت می‌کند. ازاین‌رو، مدیریت این پدیده مستلزم رویکردی چندسطحی و وابسته به زمینه است. مدل پیشنهادی بر این فرض استوار است که ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، عوامل روان‌شناختی کاربران، اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای از طریق هسته مرکزی انتشار اطلاعات بر گسترش اخبار جعلی اثر می‌گذارند. در پاسخ به این فرایند، سه بعد مداخله‌ای شامل مداخلات فناورانه، رفتاری و نهادی طراحی شده است که به‌صورت مکمل و هم‌افزا عمل می‌کنند. بعد فناورانه بر اصلاح سازوکارهای الگوریتمی، شناسایی و محدودسازی محتوای گمراه‌کننده و افزایش شفافیت اطلاعاتی تمرکز دارد؛ بعد رفتاری بر ارتقای سوادرسانه‌ای، تقویت تفکر انتقادی و کاهش بازنشر هیجانی محتوا تأکید می‌کند؛ و بعد نهادی معطوف به تقویت مرجعیت رسانه‌های رسمی، هماهنگی میان نهادهای مسئول و توسعه حکمرانی اطلاعات در شرایط بحران است. تعامل این سه بعد، چرخه‌ای از کنترل اطلاعات بحران را شکل می‌دهد که هدف آن کاهش انتشار اخبار جعلی و افزایش کیفیت و اعتبار اطلاعات است.

الزامات و مراحل اجرای مدل

اجرای مدل سیاستی پیشنهادی در سه افق زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت قابل پیگیری است. در کوتاه‌مدت، تمرکز بر راستی‌آزمایی سریع اطلاعات، اطلاع‌رسانی شفاف، کاهش سرعت انتشار اخبار تأییدنشده و مدیریت آشفتگی اطلاعاتی قرار دارد. در میان‌مدت، توسعه آموزش‌های سواد رسانه‌ای، همکاری مؤثر با پلتفرم‌های اجتماعی، استقرار استانداردهای برچسب‌گذاری محتوا و تدوین سازوکارهای تنظیم‌گری داده‌محور

دنبال می‌شود. در بلندمدت نیز توسعه زیرساخت‌های هوشمند تحلیل اطلاعات، ایجاد نظام یکپارچه ارتباطات بحران و نهادینه‌سازی فرهنگ مصرف انتقادی رسانه در دستورکار قرار می‌گیرد. بر این اساس، مدل پیشنهادی اخبار جعلی را نه یک رخداد مقطعی، بلکه محصول یک نظام انتشار تقویت‌شده در شرایط بحران می‌داند. در چنین وضعیتی، مداخله هم‌زمان در ابعاد فناورانه، رفتاری و نهادی می‌تواند به کاهش عرضه و بازنشر اخبار جعلی، افزایش مرجعیت رسانه‌ای و ارتقای تاب‌آوری اطلاعاتی جامعه منجر شود؛ بنابراین، مدل حاضر چارچوبی عملیاتی برای مدیریت اطلاعات در شرایط بحرانی ارائه می‌دهد و می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری در حوزه مقابله با جنگ‌های شناختی و اخبار جعلی باشد.



تصویر ۲. مدل سیاستی یکپارچه مدیریت اخبار جعلی در شرایط بحران «جنگ رمضان»

«مدل سیاستی پیشنهادی پژوهش حاضر بر یک رویکرد حکمرانی چندسطحی استوار است که در آن، جنگ رمضان به‌عنوان موتور بحران، نقش تقویت‌کننده جریان انتشار اطلاعات را ایفا می‌کند. در این چارچوب، عوامل ورودی شامل ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، عوامل روان‌شناختی، اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای، از طریق یک هسته مرکزی انتشار اطلاعات، به تولید و گسترش اخبار جعلی منجر می‌شوند. در پاسخ به این فرآیند، یک‌لایه مداخله سیاستی شامل سه بعد فناورانه، رفتاری و نهادی

طراحی شده است که به‌صورت هم‌افزا عمل کرده و با هدف کاهش انتشار اخبار جعلی و افزایش کیفیت اطلاعات، خروجی‌های سیستم را کنترل می‌کنند. این مدل، با ترکیب تحلیل نظری و کاربرد سیاستی، چارچوبی یکپارچه برای مدیریت اطلاعات در شرایط جنگی ارائه می‌دهد.»

در «جنگ رمضان»، اخبار جعلی یک پدیده تصادفی نیست، بلکه محصول یک سیستم تقویت‌شده در شرایط بحران است. مدل پیشنهادی با مداخله هم‌زمان در سه‌لایه فناورانه، رفتاری و نهادی، یک چارچوب عملیاتی برای کاهش عرضه، مهار بازنشر و افزایش مرجعیت ارائه می‌دهد. این رویکرد سیستمی، نسبت به راهکارهای تک‌بعدی، پایداری و اثربخشی بالاتری در مدیریت اطلاعات در شرایط جنگی دارد. مدل پیشنهادی نشان می‌دهد که گسترش اخبار جعلی یک پدیده «سیستمی» است و مقابله با آن نیازمند حکمرانی چندسطحی و هم‌زمان است. این رویکرد، با تلفیق مداخلات فناورانه، رفتاری و نهادی، چارچوبی عملیاتی برای مدیریت اطلاعات در شرایط بحرانی ارائه می‌دهد و می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری در سطح ملی و بین‌المللی باشد.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان داد که گسترش اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه در شرایط بحرانی نظیر جنگ رمضان، پدیده‌ای چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل فناورانه، روان‌شناختی و اجتماعی قرار دارد. یافته‌های حاصل از تحلیل همبستگی، رگرسیون چندگانه و مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان داد که ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی و ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران تأثیر مثبت و معناداری بر گسترش اخبار جعلی دارند؛ درحالی‌که اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای تأثیری منفی و معنادار بر این پدیده دارند. این نتایج بیانگر آن است که سازوکارهای الگوریتمی شبکه‌های اجتماعی، سرعت گردش اطلاعات و قابلیت بازنشر گسترده محتوا، همراه با هیجانات، سوگیری‌های شناختی و رفتارهای احساسی کاربران، زمینه انتشار سریع‌تر اطلاعات نادرست را فراهم می‌کنند؛ در مقابل، افزایش اعتماد به رسانه‌های معتبر و ارتقای سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش مؤثری در کاهش پذیرش و بازنشر اخبار جعلی ایفا کند. یافته‌های پژوهش حاضر با بخش قابل‌توجهی از مطالعات داخلی و خارجی همسو است. نتایج مربوط به تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر گسترش اخبار جعلی با یافته‌های وثوقی و همکاران (۲۰۱۸) و آلکات[1] و

1. Allcott

جنتزکو[1] (۲۰۱۷) مطابقت دارد که بر سرعت و گستردگی انتشار اطلاعات نادرست در بستر شبکه‌های اجتماعی تأکید کرده‌اند. همچنین، نقش عوامل روان‌شناختی در گسترش اخبار جعلی با نتایج پژوهش پنی‌کوک[2] و رند[3] (۲۰۱۹) همخوان است که نشان می‌دهد افراد در شرایط هیجانی بیشتر بر شهود و احساسات تکیه می‌کنند و کمتر از تحلیل انتقادی بهره می‌گیرند. یافته‌های مربوط به اعتماد به رسانه‌ها نیز با نظریه وابستگی به رسانه‌ها و پژوهش‌های پیشین همسو است و نشان می‌دهد کاهش اعتماد به رسانه‌های رسمی، احتمال مراجعه کاربران به منابع غیرمعتبر و انتشار اطلاعات نادرست را افزایش می‌دهد. افزون بر، نتایج پژوهش نشان داد که سواد رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین عوامل بازدارنده در برابر اخبار جعلی است و کاربران دارای سطح بالاتر سواد رسانه‌ای، توانایی بیشتری در ارزیابی و تشخیص صحت اطلاعات دارند. از منظر زمینه‌ای، جنگ رمضان به‌عنوان یک وضعیت بحرانی، نقش تشدیدکننده در روابط میان متغیرهای پژوهش ایفا می‌کند. افزایش ابهام اطلاعاتی، تشدید هیجانات جمعی و وابستگی بیشتر کاربران به رسانه‌های اجتماعی، موجب تقویت عوامل مؤثر بر انتشار اخبار جعلی و کاهش اثربخشی عوامل بازدارنده می‌شود. در چنین شرایطی، اخبار جعلی صرفاً یک مسئله رسانه‌ای نیست، بلکه به چالشی اجتماعی، فرهنگی و حتی امنیتی تبدیل می‌شود که می‌تواند مدیریت بحران، اعتماد عمومی و انسجام اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهد در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که گسترش اخبار جعلی در شرایط بحران حاصل تعامل هم‌زمان فناوری، روان‌شناسی فردی و ساختارهای اجتماعی است. بر این اساس، مقابله مؤثر با این پدیده نیازمند اتخاذ رویکردی چندسطحی و یکپارچه است که اصلاح سازوکارهای پلتفرم‌ها، ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران، تقویت اعتماد عمومی به رسانه‌های رسمی و توسعه نظام‌های هوشمند شناسایی اطلاعات نادرست را به‌صورت هم‌زمان مدنظر قرار دهد. نوآوری اصلی پژوهش حاضر در بررسی هم‌زمان این متغیرها در قالب یک مدل یکپارچه و در بستر یک بحران واقعی است که می‌تواند مبنایی برای طراحی سیاست‌های مدیریت اطلاعات و مقابله با جنگ‌های شناختی در شرایط بحرانی فراهم آورد.

1. Gentzkow
2. Pennycook
3. Rand

پیشنهادهای پژوهش

پیشنهادهای کاربردی

بر اساس نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- افزایش سطح سواد رسانه‌ای کاربران از طریق آموزش؛
- تقویت اعتماد عمومی به رسانه‌های رسمی؛
- طراحی الگوریتم‌های هوشمند برای شناسایی اخبار جعلی؛
- نظارت بیشتر بر محتوای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی؛
- اطلاع‌رسانی سریع و شفاف در شرایط بحران.

پیشنهادهای پژوهشی

- بررسی نقش هوش مصنوعی در شناسایی اخبار جعلی؛
- مطالعه تطبیقی در سایر بحران‌ها؛
- بررسی نقش فرهنگ و عوامل اجتماعی در انتشار اخبار جعلی؛
- استفاده از روش‌های کیفی برای تحلیل عمیق‌تر رفتار کاربران.

نوآوری و محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر از چند جهت دارای نوآوری است. نخست، برخلاف بسیاری از مطالعات پیشین که هر یک تنها بر بخشی از عوامل مؤثر بر انتشار اخبار جعلی تمرکز داشته‌اند، این پژوهش با ارائه یک مدل یکپارچه، نقش هم‌زمان ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی، عوامل روان‌شناختی کاربران، اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای را در تبیین گسترش اطلاعات نادرست بررسی کرده است. دوم، تمرکز پژوهش بر یک موقعیت بحرانی و جنگی، یعنی جنگ رمضان، موجب شده است ابعاد پویای انتشار اخبار جعلی در شرایط افزایش ابهام، هیجان و وابستگی اطلاعاتی موردمطالعه قرار گیرد. سوم، ارائه یک مدل سیاستی چندسطحی مبتنی بر مداخلات فناورانه، آموزشی و نهادی، امکان بهره‌گیری کاربردی از یافته‌های پژوهش را برای سیاست‌گذاران، مدیران رسانه‌ای و نهادهای مسئول مدیریت بحران فراهم می‌کند. باوجوداین، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است. استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس و گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه آنلاین ممکن است بر میزان تعمیم‌پذیری نتایج اثرگذار باشد. همچنین، داده‌های پژوهش مبتنی بر ادراک و خوداظهاری پاسخ‌دهندگان بوده و احتمال وجود سوگیری در پاسخ‌ها را نمی‌توان به‌طور کامل منتفی دانست. افزون

بـر ایـن، تمرکـز پژوهـش بـر یـک مطالعـه مـوردی خـاص، اگرچـه امـکان تحلیـل عمیق‌تـر شـرایط بحرانـی را فراهـم کـرده اسـت، امـا تعمیـم نتایـج بـه سـایر بحران‌هـا و زمینه‌هـای اجتماعـی نیازمنـد احتیـاط و انجـام پژوهش‌هـای تکمیلی اسـت. ازایـن‌رو، پیشـنهاد می‌شـود مطالعـات آینـده بـا اسـتفاده از روش‌هـای ترکیبـی، داده‌هـای رفتـاری واقعـی کاربران و مقایسـه بحران‌هـای مختلـف، بـه توسـعه و اعتبارسـنجی بیشـتر مـدل ارائه‌شـده بپردازنـد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

افهمی، مهدی و لیلا نیرومند(۱۴۰۳). تأثیر سواد رسانه‌ای مخاطبان در مقابله با اخبار جعلی از نظر خبرگان. *مطالعات سیاسی- اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*،۳(۱)، ۱۵۳ـ۱۷۵. doi: 10.61838/kman.jspsich.3.1.9

درویشی، سعید؛ رضوی دینانی، ابتسام و حوریه دهقان شاد(۱۴۰۴). نقش سواد رسانه‌ای در باورپذیری اخبار جعلی. فصلنامه علمی رسانه، ۳۶(۳)، ۸۹ـ۱۱۱. doi: 10.22034/bmsp.2024.458209.2030

ملائی مظفری، امیر و علی‌اشرف نظری(۱۴۰۳). نقش ارزش‌ها و هیجانات در پذیرش اخبار سیاسی جعلی در عصر پساحقیقت. رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، ۱۶(۴)، ۱۷۲ـ۱۹۶.

doi: 10.48308/piaj.2025.237058.1590

مهدی‌زاده طالشی، سیدمحمد و ناهید سعادت سیرت(۱۴۰۲). رسانه‌های اجتماعی و اخبار جعلی در عصر پساحقیقت. *پژوهش‌های ارتباطی*،۳۰(۱۱۳)، ۹ـ۳۵. doi: 10.22082/cr.2022.560392.2398

نوش آفرین،علیرضا؛ مظفری، افسانه، مسعودی، امیدعلی و نسیم مجیدی قهرودی (۱۴۰۲). نقش سواد رسانه‌ای در کاهش اخبار جعلی و راهبردهای مقابله با تهدیدات نرم رسانه‌های خارجی در ایران. مطالعات راهبردی ارتباطات، ۳(۴)، ۱۰۹ـ۱۲۱. doi: 10.22034/rcc.2024.2019697.1096

Afhami Mahdi., and Niroumand L. (2014). The effect of media literacy of the audience in dealing with fake news from the perspective of experts. Socio-political Studies of Iranian History and Culture, 3(1), 153-17 https://doi.org/10.61838/kman.jspsich.3.1.9 **[In Persian]**

Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J., & López Seguí, F. (2020). COVID-19 and the 5G conspiracy theory: Social network analysis of Twitter data. Journal of Medical Internet Research, 22(5), e19458. https://doi.org/10.2196/19458

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211-236. https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211

Apuke, O. D., & Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: Modelling the predictors of fake news sharing among social media users. Telematics and Informatics, 56, 101475. https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475

Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. Science, 348(6239), 1130-1132. https://doi.org/10.1126/science.aaa1160

Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. Communication Research, 3(1), 3-21. https://doi.org/10.1177/009365027600300101

Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.

Broda,E,&Stromback,J.(2024).Misinformation, disinformation, and fake news: Lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. Annals of the International Communication Association, 48(2), 139-166. https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736

Chadwick, A., Kaiser, J., Vaccari, C., Freeman, D., Lambe, S., Loe, B. S., & Yu, L. M. (2021). Online misinformation is linked to early COVID-19 vaccination hesitancy and refusal. Nature Human Behaviour, 5(10), 1281-1289. https://doi.org/10.1038/s41562-021-01190-w

Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. Scientific Reports, 10, 16598. https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5

Darvishi, Saeed, Razavi Dinani, Ebtesam and Dehghan Shad, Huriyeh. (1404). The role of media literacy in the credibility of fake news. Journal of Media Studies, 36(3), 89-111. doi: 10.22034/bmsp.2024.458209.2030 **[In Persian]**

Coombs, W. T. (2015). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (4th ed.). Sage Publications.

Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., Mostofa Kamal, A. H., Hasan, S. M. M., Kabir, A., Yeasmin, D., Islam, M. A., Amin Chowdhury, K. I., Anwar, K. S., Chughtai, A. A., & Seale, H. (2020). COVID-19-related infodemic and its impact on public health. The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, 103(4), 1621-1629. https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0812

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. Public Opinion Quarterly, 37(4), 509-523. https://doi.org/10.1086/268109

Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E., Zarka, J., Traboulsi, C., Akl, E. W., & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: Quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. Cureus, 12(3), e7255. https://doi.org/10.7759/cureus.7255

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176-187. https://doi.org/10.1086/267990

Mehdizadeh Taleshi, Seyed Mohammad and Saadat Sirat, Nahid. (1402). Social Media and Fake News in the Post-Truth Era. Communication Research, 30(113), 9-35. doi: 10.22082/cr.2022.560392.2398 **[In Persian]**

Mollaei Mozaffari, Amir and Nazari, Ali Ashraf. (1403). The role of values and emotions in the acceptance of fake political news in the post-truth era. Political and International Approaches, 16(4), 172-196. doi: 10.48308/piaj.2025.237058.1590 **[In Persian]**

Naeem, S. B., & Bhatti, R. (2020). The COVID-19 “infodemic”: A new front for information professionals. Health Information & Libraries Journal, 37(3), 233-239. https://doi.org/10.1111/hir.12311

Nooshafrin, Alireza, Mozaffari, Afsaneh, Masoudi, Omidali and Majidi Ghohrudi, Nasim. (1402). The role of media literacy in reducing fake news and strategies for dealing with soft threats from foreign media in Iran. Strategic Communications Studies, 3(4), 109-121. doi: 10.22034/rcc.2024.2019697.1096 **[In Persian]**

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. Cognition, 188, 39-50. https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention. *Psychological Science, 31

Rogers, E.M. (2003) Diffusion of Innovations. Free Press, New York.

Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. Science. 2018 Mar 9;359(6380):1146-1151. doi: 10.1126/science.aap9559. PMID: 29590045.

Wu, M., Wu, T., & Xiao, Y. (2025).Why people share misinformation on social media? An integration of affordance and flow theories.

Humanities & Social Sciences Communications, 12, 1129. DOI: 10.1057/s41599-025-05511-6.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 135 - 159
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.580708.1119
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

Representing Resistance Discourse in Cartoons and Graphic Works of the Iran-US War: A Study Based on Stuart Hall's Representation Theory

Mansoure karimighahi *, PhD student in History, Al-Zahra University (SA), Tehran, Iran.*
Email: karimighahi@gmail.com

Extended Abstract

Introduction: This study examines the representation of resistance discourse in cartoons and graphic artworks related to the Iran-US war through the lens of Stuart Hall's theory of representation. According to Hall, representation is not a passive reflection of reality but an active process of meaning production through signs, cultural codes, and systems of interpretation. Images do not simply depict events; they organize meanings by emphasizing certain values and constructing preferred readings for audiences. The main purpose of this research is to analyze how war cartoons and graphic works construct narratives of resistance and how visual signs contribute to the formation of national identity and political meanings. The study focuses on three interconnected dimensions: the representation of the enemy, the representation of national power, and the representation of resistance.

Methods: This research adopts a qualitative approach based on visual discourse analysis and semiotic interpretation. Selected cartoons and graphic works are analyzed through Stuart Hall's theory of representation, with a focus on concepts such as signification, cultural codes, stereotyping, and preferred meaning. The analysis examines visual elements including composition, symbols, colors, characters, spatial arrangements, body language, and intertextual references. Through close readings of the images, the study identifies recurring visual patterns and explores how meanings are constructed through oppositions such as self/other, power/weakness, attack/defense, and defeat/resistance.The analytical framework is organized around three main categories: the representation of the enemy, the representation of national power, and the representation of resistance. This framework provides a systematic understanding of how visual codes contribute to the construction of war narratives and collective identity.

Findings: The findings demonstrate that war cartoons and graphic works function as active instruments of discourse production rather than neutral visual records. The first pattern concerns the representation of the enemy. Through exaggeration, symbolic reduction, and visual opposition, the enemy is frequently constructed as an aggressive, destabilizing, or vulnerable subject. These representations establish a distinction between the "self" and the "other" and contribute to the construction of a particular moral and political interpretation of the conflict. The second pattern relates to the representation of national power. The analysis indicates that

power is represented not only through military technologies and equipment but also through symbolic elements such as national flags, cultural symbols, territorial control, and images of stability. In these works, national power is constructed as a combination of military capability, psychological strength, and narrative authority. Visual contrasts between calmness and anxiety, strength and weakness, and control and disorder reinforce particular understandings of power relations. The third and central pattern is the representation of resistance. The findings show that resistance is portrayed through collective endurance, unity, sacrifice, and active response. Symbols such as raised flags, clenched fists, collective bodies, damaged landscapes, and the presence of both civilian and military figures transform resistance from a military concept into a broader cultural and national value. Resistance is represented not only as opposition to an external threat but also as a symbol of identity, solidarity, and continuity. Furthermore, the analysis reveals that many of these images rely on intertextual references and collective memories. Historical symbols, cultural motifs, and national myths strengthen the emotional and ideological dimensions of visual narratives, transforming specific events into broader narratives of perseverance and collective struggle.

Conclusion: This study shows that war cartoons and graphic artworks play an important role in shaping political meanings and constructing narratives of resistance. From the perspective of Stuart Hall's theory of representation, these images should be understood as cultural practices that actively produce meanings rather than simply represent existing realities. The findings indicate that the discourse of resistance in these artworks is constructed through three interconnected processes: the representation of the enemy as the threatening "other," the symbolic construction of national power, and the portrayal of collective resistance as a shared identity. Through visual signs and symbolic structures, these works construct a preferred interpretation of the conflict in which the represented community appears legitimate, powerful, and resilient. Therefore, cartoons and graphic works constitute significant fields of symbolic struggle where concepts such as identity, power, legitimacy, and resistance are negotiated. Their importance extends beyond artistic expression, as they participate in the formation of collective memory and political discourse.

Keywords: Representation; Resistance Discourse; War Cartoons; Graphic Art; Stuart Hall; Visual Semiotics; Political Communication; National Identity; Visual Discourse Analysis; Cultural Studies.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۱۳۴ - ۱۰۳
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 135 - 159
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.580708.1119
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

بازنمایی گفتمان مقاومت در کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ ایران و آمریکا مطالعه‌ای بر اساس نظریه بازنمایی استوارت هال

منصوره کریمی قهی[۱]

چکیده

جنگ‌ها تنها در میدان نبرد رخ نمی‌دهند، بلکه هم‌زمان در عرصهٔ تصویر، رسانه و معنا نیز جریان دارند. در چنین وضعیتی، کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگی صرفاً بازتاب رویدادهای سیاسی و نظامی نیستند، بلکه به‌منزله سازوکارهایی فرهنگی در تولید معنا، بازتولید ایدئولوژی و شکل‌دهی به ادراک عمومی از «خودی» و «دشمن» عمل می‌کنند. پژوهش حاضر با تکیه بر نظریه بازنمایی استوارت هال، به بررسی کاریکاتورها و آثار گرافیکی مرتبط با جنگ ایران و آمریکا در بازه زمانی ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۱۵ فروردین ۱۴۰۵ می‌پردازد و می‌کوشد نشان دهد این آثار چگونه از طریق رمزگان بصری، استعاره‌های تصویری و دوگانه‌سازی‌های ایدئولوژیک، گفتمان مقاومت را برمی‌سازند و بازتولید می‌کنند. مسئله اصلی پژوهش آن است که کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ چگونه در بازنمایی دشمن، قدرت ملی، مقاومت و ارزش‌های ایدئولوژیک نقش ایفا می‌کنند و از چه سازوکارهای بصری و معنایی برای این منظور بهره می‌برند. روش پژوهش، تحلیل محتوای کیفی همراه با تحلیل نشانه‌شناختی است و نمونه‌ها به‌صورت هدفمند از میان آثار منتشرشده در مطبوعات، رسانه‌ها و فضای مجازی انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که این آثار عمدتاً بر سه الگوی اصلی استوارند: بازنمایی دشمن به‌مثابه نیرویی متجاوز، تحقیرشده یا شکست‌پذیر؛ بازنمایی قدرت ملی به‌مثابه اقتدار دفاعی، بازدارندگی و فروپاشی هیمنه دشمن و بازنمایی مقاومت به‌مثابه ایستادگی، وحدت ملی، تسلیم‌ناپذیری و استمرار مبارزه. درنتیجه، کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ را می‌توان بخشی از میدان نبرد گفتمانی دانست که در آن، تصویر به ابزاری برای مشروعیت‌بخشی به خودی، دیگری‌سازی دشمن و طبیعی‌سازی ارزش‌های گفتمان مقاومت بدل می‌شود.

واژگان کلیدی

بازنمایی، گفتمان مقاومت، استوارت هال، کاریکاتور سیاسی، آثار گرافیکی، جنگ ایران و آمریکا.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۱۷

۱. دانش‌آموخته دکتری تاریخ دانشگاه الزهراء (س)، تهران، ایران. karimighahi@gmail.com

مقدمه

در عصر رسانه، هنر صرفاً ابزاری برای بیان زیبایی‌شناختی نیست، بلکه به رسانه‌ای برای انتقال مفاهیم اجتماعی، سیاسی و ایدئولوژیک تبدیل می‌شود، چراکه در این دوره، جنگ‌ها فقط در میدان نبرد رخ نمی‌دهند، بلکه در عرصه تصویر، رسانه و افکار عمومی نیز جریان دارند. دولت‌ها، گروه‌های سیاسی و کنشگران فرهنگی می‌کوشند از طریق ابزارهای ارتباطی، تصویری خاص از خود و دشمن ارائه دهند. در این میان، هنرهای بصری به‌ویژه کاریکاتور و آثار گرافیکی، به‌دلیل بهره‌گیری از نمادپردازی، ایجاز، اغراق، طنز و قابلیت انتقال سریع پیام و قدرت تأثیرگذاری، در شکل‌دهی ادراک مخاطبان و بازنمایی واقعیت جنگ و انتقال ارزش‌های مرتبط با آن نقشی تعیین‌کننده ایفا می‌کند. این آثار معمولاً فراتر از یک تصویر ساده عمل می‌کند و به بازنمایی جهان اجتماعی می‌پردازد. ازاین‌رو، مطالعه آن‌ها شناخت عمیق‌تری از نحوه تولید معنا در شرایط بحرانی فراهم می‌آورد. جنگ اخیر، زمینه خلق طیف گسترده‌ای از کاریکاتورها و آثار گرافیکی را فراهم کرد. این آثار در رسانه‌های رسمی، شبکه‌های اجتماعی و تولیدات فرهنگی انتشار یافت و روایت‌های متعددی از جنگ، دشمن و مقاومت را بازنمایی کرد. هنرمندان کاریکاتوریست با استفاده از عناصر بصری و نشانه‌های فرهنگی، تصاویری از دشمن، نیروهای نظامی، مردم و مفاهیم ارزشی جامعه ایرانی ارائه کردند که فراتر از جنبه‌های زیبایی‌شناختی، حامل پیام‌های سیاسی و ایدئولوژیک بودند. از این منظر، بررسی آن‌ها فرصتی مناسب برای شناخت سازوکارهای بازنمایی و تولید معنا در فضای فرهنگی معاصر محسوب می‌شود.

در این چارچوب، نظریه بازنمایی استوارت هال امکان مناسبی برای تحلیل این آثار فراهم می‌آورد. از منظر هال، معنا نه بازتابی مستقیم از واقعیت و نه صرفاً حاصل نیت مؤلف، بلکه برساخته‌ای فرهنگی است که در بستر نظام‌های نشانه‌ای، قراردادهای اجتماعی و روابط قدرت شکل می‌گیرد. بر همین اساس، کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگی را می‌توان عرصه‌ای برای برساخت هویت، دیگری‌سازی دشمن و مشروعیت‌بخشی به گفتمان مقاومت دانست. مسئله اصلی این پژوهش آن است که کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ ایران و آمریکا چگونه در بازنمایی دشمن، قدرت ملی و مقاومت عمل کرده‌اند و از چه سازوکارهای بصری و معنایی برای این منظور بهره برده‌اند.

اهمیت این پژوهش در آن است که بخش عمده‌ای از مطالعات جنگ در ایران، بیشتر بر ابعاد نظامی و سیاسی متمرکز بوده و نقش فرهنگ بصری در شکل‌دهی

به ادراک عمومی از جنگ کمتر مورد توجه قرار گرفته است. حال آن‌که در عصر رسانه، تصویر یکی از مهم‌ترین میدان‌های تولید معنا، هویت سیاسی و مرزبندی‌های ایدئولوژیک است. ازاین‌رو، مطالعه کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ ایران و آمریکا می‌تواند به فهم دقیق‌تر نحوه بازنمایی دشمن، قدرت ملی و مقاومت کمک کند و نشان دهد که چگونه تصویر، در کنار روایت‌های رسمی و رسانه‌ای، به ابزاری برای مشروعیت‌بخشی، بسیج عاطفی مخاطب و تثبیت ارزش‌ها بدل می‌شود.

سؤال اصلی پژوهش

کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ، چگونه در بازنمایی جنگ، دشمن، هویت ملی، گفتمان مقاومت و بازتولید ارزش‌های ایدئولوژیک نقش ایفا کرده‌اند؟

سؤال‌های فرعی

۱. مهم‌ترین الگوهای بازنمایی دشمن در کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ کدام‌اند؟
۲. قدرت ملی در این آثار از طریق چه نشانه‌ها و سازوکارهای بصری بازنمایی شده است؟
۳. مقاومت و ارزش‌هایی چون ایستادگی، وحدت ملی و تسلیم‌ناپذیری چگونه در این تصاویر برساخته شده‌اند؟
۴. این بازنمایی‌ها در بازتولید گفتمان مقاومت و تثبیت مرز میان «خودی» و «دشمن» چگونه عمل می‌کند؟

فرضیه

فرضیه اصلی این پژوهش آن است که کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ از طریق بازنمایی دوگانه «خودی دشمن» و برجسته‌سازی مفاهیم مقاومت، اقتدار، ایثار و شهادت، در بازتولید و تثبیت گفتمان ایدئولوژیک جنگ نقش مؤثری ایفا کرده‌اند، این آثار صرفاً روایت‌گر جنگ نیستند، بلکه بخشی از میدان نبرد گفتمانی بر سر معنا، مشروعیت و هویت ملی به شمار می‌آیند.

مبانی نظری پژوهش

مبنای نظری پژوهش حاضر، نظریه بازنمایی استوارت هال[1] است. هال بازنمایی را بخش اساسی از فرآیندی می‌داند که طی آن معنا بین اعضای یک فرهنگ تولید و

1. Stuart Hall

مبادله می‌شود. این امر مستلزم استفاده از زبان، نشانه‌ها و تصاویری است که نمایانگر یا نماینده چیزها هستند[1]. از دیدگاه وی، تصویر هرگز واقعیت را منعکس نمی‌کند، بلکه از طریق کلیشه‌سازی[2]، طبیعی‌سازی[3]، «نمایش دیگری»[4]، وارونگی دوگانه‌های دوقطبی، مفصل‌بندی[5] عناصر ناهمگون، رمزگذاری/ رمزگشایی و خوانش ترجیحی[6] معنا را تولید و تثبت می‌کند (Hall, 1997: 257-263). تصاویر، متون و نشانه‌ها صرفاً بازتاب‌دهنده واقعیت نیست، بلکه در ساختن و شکل دادن به واقعیت اجتماعی نقش دارد. به‌بیان‌دیگر، آنچه مخاطب از جهان پیرامون درک می‌کند تا حد زیادی محصول نظام‌های بازنمایی است. هال معتقد است معنا در درون گفتمان‌ها شکل می‌گیرد و رسانه‌ها از طریق انتخاب، برجسته‌سازی و سازمان‌دهی نشانه‌ها، به تولید معنا می‌پردازند (Hall, 1997: 15-35)؛ بنابراین تصاویر و آثار هنری نه‌تنها واقعیت را توصیف می‌کنند، بلکه به آن معنا می‌بخشند و در تثبیت یا تغییر نگرش‌های اجتماعی نقش دارند. در اندیشه هال، بازنمایی به‌طور جدایی‌ناپذیر باقدرت پیوند دارد. معنا در فضایی خنثی ساخته نمی‌شود، بلکه در بستر روابط قدرت، هژمونی و مبارزه گفتمانی شکل می‌گیرد. آنچه درباره جنگ، ملت و دشمن گفته یا نشان داده می‌شود، بخشی از نزاع برای تثبیت یک تفسیر مسلط از واقعیت است. از این منظر، پوسترها و کاریکاتورهای جنگی را باید بخشی از مبارزه برای «هژمونی معنایی» دانست؛ یعنی تلاشی برای طبیعی‌سازی یک روایت از جنگ، مشروعیت‌بخشی به موضع خودی و بی‌اعتبار کردن دیگری (Hall, 1997: 41-52).

بر اساس آنچه گفته شد، کاریکاتورهای دوران جنگ صرفاً بازتاب رویدادهای جنگ نیست. این آثار از طریق نمادها، استعاره‌های بصری، اغراق و طنز سیاسی، به بازنمایی بازیگران جنگ پرداخته و مفاهیمی مانند مقاومت، شهادت، ایثار، ظلم‌ستیزی و دشمنی استکبار را معناپردازی کرده‌اند. درنتیجه، کاریکاتورها بخشی از نظام بازنمایی جنگ محسوب می‌شوند که در تولید و بازتولید گفتمان جنگ نقش داشته‌اند. در دیدگاه هال، بازنمایی همواره با مسئله قدرت و ایدئولوژی پیوند دارد. رسانه‌ها و تولیدات

1. Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for, or represent, things.)Hall, 1997: 16)

2. Stereotyping

3. Naturalization

4. Spectacle of the Other

5. Articationul

6. preferred reading

فرهنگی از طریق بازنمایی، برخی معانی را برجسته و برخی دیگر را به حاشیه می‌رانند. درنتیجه، تصاویر هنری می‌توانند در تثبیت ارزش‌ها، باورها و نگرش‌های یک جامعه نقش ایفا کنند. در کاریکاتورهای دوران جنگ نیز می‌توان سازوکارهای ایدئولوژیک متعددی را مشاهده کرد. دشمن غالباً با نشانه‌هایی همچون تجاوزگری، خشونت، وابستگی به قدرت‌های خارجی و ضدیت باارزش‌های انسانی بازنمایی شده است؛ در مقابل، رزمندگان ایرانی با ویژگی‌هایی نظیر ایمان، فداکاری، شجاعت و معنویت تصویر شده‌اند. این دوگانه‌سازی به شکل‌گیری مرز میان «خودی» و «دیگری» کمک کرده و بخشی از گفتمان دفاع مقدس را بازتولید کرده است.

پیشینه پژوهش

درباره رسانه‌های بصری، به‌ویژه کاریکاتورهای سیاسی، پژوهش‌های مختلفی با رویکردهای نشانه‌شناختی و گفتمانی انجام شده است که هر یک به بخشی از این فرایند معنایی پرداخته‌اند. بحرینی و حسینی (۱۳۷۰) با تکیه بر دیدگاه استوارت هال و سوسور، زبان را به‌منزله نظامی بازنمایانه از فرهنگ تحلیل کرده‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که معنا در بستر فرهنگی تولید می‌شود و بازنمایی همواره با ساختارهای قدرت و فرهنگ در ارتباط است. در حوزهٔ تحلیل گفتمان تصویری، پورابراهیم (۱۳۹۴) با بررسی کاریکاتورهای سیاسی و نقش استعاره تصویری در تحلیل انتقادی کلام، نشان می‌دهد که کاریکاتور به‌عنوان متنی چندلایه، از طریق استعاره‌های بصری به بازتولید نگرش‌های سیاسی و اجتماعی کمک می‌کند و می‌تواند جهت‌گیری ایدئولوژیک خاصی را در مخاطب ایجاد یا تقویت کند. همچنین کریمی و ... (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای اسطوره‌شناختی درباره کاریکاتورهای سیاسی مرتبط با پیامبر اسلام (ص)، نشان داده‌اند که کاریکاتورهای رسانه‌ای از طریق ساخت اسطوره‌های تصویری، به تولید تصویرهای دوگانه از «خود» و «دیگری» کمک می‌کنند و این فرایند در خدمت بازنمایی‌های ایدئولوژیک قرار می‌گیرد. در حوزه بازنمایی رسانه‌ای نیز معینی‌فر و محمدخانی (۱۳۹۰) با بررسی سریال «سیمپسون‌ها»، نشان داده‌اند که بازنمایی سبک زندگی آمریکایی در رسانه‌های تصویری، حامل ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی خاصی است که به‌طور ضمنی به بازتولید هژمونی فرهنگی کمک می‌کند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد به‌رغم پژوهش‌هایی انجام شده دربارهٔ کاریکاتورهای سیاسی، هنوز خلأ پژوهشی در تحلیل یکپارچه کاریکاتورهای مرتبط با جنگ بر اساس

نظریه بازنمایی استوارت هال وجود دارد که پژوهش حاضر درصدد پر کردن آن است.

روش پژوهش و جامعه آماری

پژوهش حاضر از روش تحلیل محتوای کیفی بهره می‌گیرد. واحد تحلیل شامل کاریکاتورها و آثار گرافیکی مرتبط با جنگ ایران و آمریکا (۹ اسفند ۱۴۰۴ ـ ۱۵ فروردین ۱۴۰۵) است و داده‌ها به‌صورت هدفمند انتخاب‌شده.

یافته‌های پژوهش

در ادامه، کاریکاورها و آثار گرافیکی جنگ ایران و آمریکا، بر مبنای سه شاخص برگرفته از نظریه بازنمایی هال، بررسی و تحلیل می‌شود. این شاخص‌ها عبارت است از: «بازنمایی دشمن»، «بازنمایی قدرت ملی» و «بازنمایی مقاومت».

۱. الگوهای بازنمایی دشمن در کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ

در کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ، به‌منظور کاهش مشروعیت دشمن، بزرگ‌نمایی توان خودی و تقویت روحیه جمعی، دشمن تحقیرشده، کوچک، ناتوان، مغلوب و گاه تهدیدگر و عامل بی‌ثباتی و بحران بازنمایی شده است.

در ادامه با بررسی نمونه‌هایی از این تصاویر، الگوهای بازنمایی دشمن ارائه می‌شود.





۱ـ۱. الگوی دشمن شکست‌خورده و فاقد هیمنه

تصویر نقش‌برجسته ایرانی، با ایده گرفتن از کتیبه تاریخی پیروزی شاهپور اول بر والریانوس رومی، بر آن است که جنگ را نه یک رویداد معاصر، بلکه بخشی از یک روایت تاریخی طولانی نشان دهد. تصویر ایران سوار بر اسب و تصویر ترامپ زانو زده در مقابل او، موقعیت برتر ایران و شکست و فرمانبرداری آمریکا را روایت می‌کند. از منظر هال، معنا در خود تصویر وجود ندارد؛ بلکه از طریق رمزهای فرهنگی ساخته می‌شود. مخاطب با دیدن این تصویر، صرفاً یک سوارکار و یک فرد زانوزده نمی‌بیند، بلکه مفاهیمی مانند «اقتدار ایران»، «تداوم تاریخی» و «غلبه بر دشمن» را دریافت می‌کند. این همان چیزی است که

حال آن را بخشی از فرآیند دیگری‌سازی می‌داند؛ یعنی هویت دشمن به‌وسیله تفاوت با «ما» ساخته می‌شود؛ بنابراین این تصویر بیش از آنکه دربارهٔ دشمن باشد، دربارهٔ ساختن تصویری قهرمانانه از «خودی» است.

در تصویر مشت ایران و ناو جنگی؛ دو نماد رو در روی یکدیگر قرار گرفته و تقابل نمادین شکل داده است: مشت که نماد اراده و مقاومت ملت است و ناو هواپیمابر که نماد قدرت نظامی دشمن است. پیام صریح تصویر این نیست که یک مشت واقعی می‌تواند یک ناو را نابود کند؛ بلکه این معنا را تولید می‌کند که «اراده ملی از فناوری و تجهیزات نظامی قوی‌تر است».

بر اساس نظریه هال، دشمن در اینجا به‌عنوان یک «قدرت صرفاً نظامی» بازنمایی شده که فاقد ویژگی‌های انسانی است و تنها با ابزار جنگی شناخته می‌شود. این نوع بازنمایی چند نتیجه دارد: حذف انسانی بودن دشمن، تبدیل دشمن به نماد تهدید و آسان‌تر و مشروع‌تر جلوه دادن پیروزی بر دشمن. در نظریه هال، این فرایند یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گفتمان‌های جنگی است؛ زیرا جنگ‌ها معمولاً نیازمند ساختن تصویری منفی از دشمن‌اند.

۱ـ۲. الگوی بازنمایی دشمن ناتوان



کاریکاتور و موجود اسطوره‌ای ایرانی، از تقابل دو جهان استفاده می‌کند: جهان سیاسی امروز در برابر جهان تاریخی و اسطوره‌ای ایران. ترامپ با شمشیر حمله می‌کند، اما شمشیرش می‌شکند. پیام پنهان تصویر این است که دشمن قدرت واقعی ایران را درک نکرده است. در تحلیل هالی، اینجا ایران فقط یک کشور نیست؛ بلکه به‌صورت یک «اسطوره فرهنگی» بازنمایی می‌شود. موجود اسطوره‌ای نماد تمدنی چند هزار ساله است که فراتر از سیاست روزمره قرار می‌گیرد. دشمن نیز نه یک فرد پیچیده سیاسی، بلکه نماد تکبر، تجاوز و شکست است. درنتیجه، تصویر مخاطب را به این برداشت هدایت می‌کند: هر کس در برابر ایران بایستد، سرانجام شکست خواهد خورد. این یک معناست که تصویر تولید می‌کند؛ نه لزوماً یک واقعیت عینی.

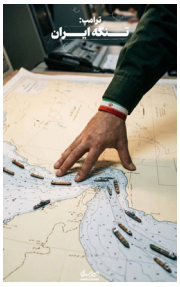
الگوی کلی در تصاویر زیر یکسان است: طرف مقابل (ترامپ/آمریکا) با کلیشه بدنی تحقیر می‌شود، درحالی‌که «خودی» (ایران) از طریق نمادهای ثابت (پرچم،

دست نظامی، نقشه) به یک هویت ملی پایدار و مسلط بدل می‌شود. این، نمونه متعارف آنچه هال «گفتمان دوقطبی خودی/دیگری» می‌نامد، ابزاری برای بسیج عاطفی مخاطب داخلی است، نه گزارشی بی‌طرفانه از توازن واقعی قدرت.









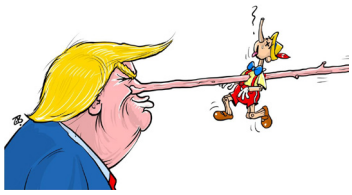




هال تأکید دارد ایدئولوژی با اتصال عناصر نامرتبط به یک گزاره واحد عمل می‌کند. در این تصاویر، دست با نشان پرچم ایران، رنگ آبی (دریاها و تنگه هرمز) و کشتی‌های ریز (= ترافیک نفتی جهانی) به‌هم متصل شده تا گزاره «کنترل دائمی ایران بر مسیر انرژی جهانی» را بسازد؛ رابطه‌ای که در واقعیت ژئوپلیتیک پیچیده‌تر و مشروط‌تر از روایت تصاویر است. عبارت «تا ابد در دست ایران» دقیقاً همان کارکردی دارد که هال «طبیعی‌سازی» می‌نامد: یک وضعیت تاریخی و سیاسی (که می‌تواند تغییر کند) به‌صورت یک واقعیت ازلی و غیرقابل‌مذاکره بازنمایی می‌شود. در این تصاویر، دست با لباس نظامی و انگشتر و پرچم، نه یک فرد بلکه کشور را تجسم می‌بخشد؛ این تکنیک بصری جزء برای کل، ابزار رایج هال برای توضیح چگونگی بازنمایی ملت از طریق بدن یک سرباز است. همچنین، با اغراق در ویژگی‌های فیزیکی (صورت سرخ، زبان بیرون‌افتاده، حالت چهارپا) ترامپ نه به‌عنوان یک شخص سیاسی بلکه به یک نشانه تک‌بعدی از «استکبار شکست‌خورده» تقلیل یافته است (کلیشه‌سازی). این دقیقاً همان مکانیسمی است که هال در تحلیل بازنمایی نژادی و استعماری توضیح

می‌دهد: بدن به جای گفتار، حامل معنا می‌شود. این تصاویر به‌وضوح برای مخاطب همسو با گفتمان مقاومت کدگذاری شده است. مخاطبی با موقعیت ایدئولوژیک متفاوت همان نشانه‌ها را به‌شکل «تحقیرآمیز و غیرواقع‌گرایانه» رمزگشایی می‌کند. از منظر هال، این تصاویر نمونه کلاسیک تولید «دشمن نمادین» است: نه توصیف یک واقعیت سیاسی، بلکه ساخت یک هویت ملی (قدرت، مالکیت، ایستادگی) از طریق تحقیر بصری «دیگری». این‌گونه بازنمایی‌ها در زمان تنش‌های ژئوپلیتیک معمولاً در هر دو سوی یک منازعه به‌طور متقارن تولید می‌شوند و کارکردشان بیشتر بسیج عاطفی مخاطب داخلی است تا توصیف دقیق توازن قدرت واقعی.







۱ـ۳. الگوی بازنمایی دشمن خودتخریب‌گر و تحقیر شده

تصاویر ترامپ با دماغ دراز شده، نماد «دروغ» و خودتخریبی ترامپ است. در این تصاویر از سه شاخصه استعاره‌سازی به‌جای واقعیت، کلیشه‌سازی از طریق بدن و دوگانه‌سازی برای تولید معنا استفاده شده است.

به گفته هال، اسطوره‌سازی رسانه‌ای، یک رابطه فرهنگی_تاریخی (مثل داستان پینوکیو) را وام می‌گیرد و آن را به یک چهره سیاسی واقعی می‌چسباند تا معنا را «بداهی» و بی‌نیاز از استدلال جلوه دهد. در تصویر اول، نشانه «بینی دروغگو»، کلاه عمو سام و پرچم در حال سوختن آمریکا، یک زنجیره نشانه‌ای می‌سازد که خود آمریکا را قربانی دروغ‌های رهبرش معرفی می‌کند، نه ایران را. این تصاویر، با مکانسیم کلیشه‌سازی شخصیت سیاسی را به یک نقص فیزیکی اغراق‌شده (بینی دراز) تقلیل داده است تا هرگونه پیچیدگی گفتمانی را حذف و آن را با یک برچسب اخلاقی ساده «کذاب» جایگزین کند. در این کاریکاتورها به‌جای دوگانه قدرت/ضعف، دوگانه صداقت/فریب یا راستگو/دروغگو محور قرار گرفته است؛ کارکرد ایدئولوژیک آن مشروعیت‌زدایی از گفتار طرف مقابل است، نه فقط تحقیر فیزیکی او.

۱ـ۴. الگوی بازنمایی دشمن تکنولوژیک اما مغلوب

تصویر هواپیمای سرنگون‌شده و کاریکاتور ترامپ صریح‌ترین نمونه استراتژی‌ای است که

هـال در «نمایـش دیگـری» آن را «اغراق/کاریکاتورسـازی» از انـواع راهکارهـای کلیشه‌سـازی می‌دانـد: چهـره ترامـپ تـا حـد یـک پیکـره ذوب‌شـده و خاکسـتری در کنـار بقایـای سـوخته هواپیمـا تحریـف شـده؛ یعنـی بـدن «دیگـری» قدرتمنـد بـا همـان مـاده ویرانـی (دود، زغـال، فلـز ذوب‌شـده) بقایـای جنگ‌افـزارش، یکـی شـده اسـت. تضـاد میـان نقل‌قـول «We won!» و تصویـر جنگ‌افـزارش سـرنگون شـده، نمونـه‌ای اسـت از آنچـه هـال «رمزگشـایی متضـاد در دل خـود رمزگـذاری» می‌نامـد. ارجـاع بـه «طبـس» نیـز یـک کـد بینامتنی/تاریخـی اسـت: واقعه شکسـت عملیـات هلیکوپتـری آمریـکا در طبـس در سـال ۱۹۸۰ به‌عنـوان یـک «اسـطوره ملـی از شکسـت ابرقـدرت» احضـار می‌شـود تـا رویـداد کنونـی در زنجیـره همـان روایـت قـرار گیـرد و معنایـش از پیـش تثبیت‌شـده بـه نظـر برسـد.

تصویـر وانـت ضایعـات کـه کامـلاً کمیـک و کاریکاتـوری اسـت: جنگنده‌هـای F-35 و F-15 (اوج فنـاوری نظامـی غـرب) بـه «ضایعـات» در پشـت یـک وانـت تقلیـل یافتـه اسـت، دقیقـاً همـان راهبـرد هـال در بحـث «تنـزل ارزش از طریـق طبقه‌بنـدی مجـدد نشـانه»[1] جنگنـده دیگـر در مقولـه «سـلاح» قـرار نمی‌گیـرد، بلکـه در مقولـه «زبالـه/کالای دسـت‌دوم» بازطبقه‌بنـدی می‌شـود. ایـن تنـزل نشانه‌شـناختی، تحقیـر نمادیـن قـدرت تکنولوژیـک را بـدون حتـی یـک گـزاره مسـتقیم القـاء می‌کنـد.

در تصویـر تک‌تیرانـداز بختیـاری، سـلاح قدیمی/سـنتی (تفنـگ دسـتی، لبـاس محلـی، خنجـر) در تقابـل بـا یکـی از مدرن‌تریـن هواپیماهـای زمین‌کـوب آمریکایـی (جنگنـده A10) قـرار گرفتـه اسـت. طبـق نظریـه هـال، بازنمایـی هویـت ملـی همـواره نیازمنـد «مدیریـت تفـاوت داخلـی» اسـت. اینجـا یـک قومیـت حاشـیه‌ای (بختیاری/لـر) از طریـق کـد «اصالـت و وفـاداری» (صداقـت، شـجاعت، غیـرت) بـه هسـته مرکـزی هویـت ملـی شـیعی پیونـد می‌خـورد. نکتـه کلیـدی بـرای الگـوی «دشـمن تکنولوژیـک مغلـوب»: غلبـه نمادیـن اینجـا نـه بـا فنـاوری برابـر، بلکـه بـا عناصـر پیشـاتکنولوژیک (مهـارت کوهسـتانی، سـلاح سـرد) بـه تصویـر کشـیده می‌شـود؛ انتقـال آشـکار میـدان نبـرد از سـطح «مـادی» بـه سـطح «اخلاقی/روحـی» کـه در آن غـرب به‌رغـم برتـری فنـی، بـه دلیـل فقـدان همیـن صفـات (وفـاداری، ایمـان) محکـوم بـه ناکامـی نشـان داده می‌شـود.

کاریکاتـور تـرازو، نابرابـری قـدرت ایـران و آمریـکا را بازنمایـی کـرده اسـت، در یـک کفـه تـرازو، تجهیـزات نظامـی شکسـته و پرچـم آمریـکا و در کفـه سـبک‌تر/پایین‌تر مشـت‌های آغشـته بـه رنـگ پرچـم ایـران تصویـر شـده. در ایـن تصویـر هویـت خـودی (مشـت‌های

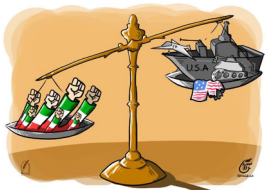
1. Reclassification

متحد، انسانی، رنگین) از طریق یک «دیگری» متضاد (فناوری سرد، فلزی، رو به زوال) بازنمایی شده.









۲. الگوهای بازنمایی قدرت ملی در کاریکاتورها و آثار گرافیکی

تحلیل کاریکاتور نشان می‌دهد که با وجود تفاوت‌های فرمی و روایی، همه آن‌ها در چارچوب الگویی نسبتاً منسجم از بازنمایی قدرت ملی ایران عمل می‌کنند. این الگو را می‌توان در چند محور اصلی صورت‌بندی کرد.

۲ـ۱. قدرت ملی به‌مثابه بازدارندگی فعال

در هیچ‌یک از تصاویر و کاریکاتورهای جنگ، ایران صرفاً در موضع دفاع منفعل قرار ندارد. ایران یا در حال فرسوده‌کردن دشمن است، یا در صف قدرت‌های موشکی ایستاده، یا از سپر دفاعی دشمن عبور می‌کند و یا نماد فناوری او را در مشت می‌گیرد. قدرت ملی در این کاریکاتورها، نه به‌صورت «دفاع منفعل» بلکه به‌صورت بازدارندگی فعال، فشارآور و اثرگذار بازنمایی می‌شود. ایران نه فقط از خود دفاع می‌کند، بلکه به‌مثابه بازیگری نشان داده می‌شود که ابتکار عمل را در اختیار دارد (Hall, 1997: 15-24) .

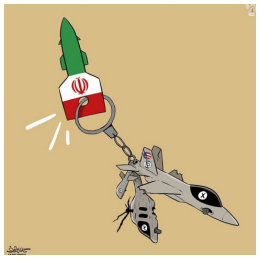
در تصویر موشک‌ها، موشک‌های ایرانی با ارجاع به رنگ‌ها و نشانه‌های پرچم ایران از دیگر موشک‌ها قابل‌تشخیص است؛ و در کنار موشک‌های منتسب به آمریکا و دیگر بازیگران دیده می‌شود. در سطح نشانه‌ای، موشک‌ها در این تصویر فقط ابزارهای جنگی نیستند، بلکه به نشانه‌هایی از اقتدار، امنیت، ظرفیت پاسخ‌گویی و شأن راهبردی بدل می‌شوند. چینش عمودی، منظم و موازی این موشک‌ها، فضای یک صف‌آرایی راهبردی و مقایسه مستقیم توان تسلیحاتی را القا می‌کند. در این تصویر، بازنمایی

قدرت ملی ایران در قالب قدرت موشکی و برابری راهبردی و قرار گرفتن در کنار قدرت‌های بزرگ صورت می‌گیرد. هال تأکید می‌کند که بازنمایی فقط در سطح نام‌گذاری یا توصیف عمل نمی‌کند، بلکه جایگاه سوژه‌ها را در میدان قدرت تثبیت می‌کند. در اینجا، موشک‌های ایرانی در کنار موشک‌های آمریکا و دیگر بازیگران، ایران را از موضع «حاشیه» خارج کرده و در جایگاه بازیگری هم‌تراز در میدان بازدارندگی قرار می‌دهند. تصاویر با انتخاب نحوه چینش موشک‌ها، این معنا را القا می‌کند که ایران صرفاً کشوری تحت‌فشار یا در معرض تهدید نیست، بلکه خود به یکی از قطب‌های فعال موازنه قدرت تبدیل شده است (Hall, 1997: 15-24). این هم‌نشینی، یک معنا و ارزش سیاسی روشن تولید می‌کند: ایران در سطح نمادین، در همان افقی قرار می‌گیرد که قدرت‌های بزرگ در آن ایستاده‌اند؛ بنابراین، قدرت ملی در اینجا با مفهوم برابری راهبردی گره می‌خورد. کاریکاتور به مخاطب می‌گوید ایران دیگر «موضوع تهدید» نیست، بلکه فاعل بازدارندگی است؛ بازیگری که توان سخت‌افزاری او، جایگاه سیاسی‌اش را نیز ارتقا داده است.

الگوی بازنمایی قدرت ملی در این تصاویر بر سه محور استوار است: قدرت موشکی به‌مثابه نماد اقتدار ملی؛ برابری نمادین با قدرت‌های بزرگ؛ تبدیل ایران از سوژه تهدیدشونده به فاعل بازدارندگی. قدرت ملی در این تصویر، صورت‌بندی‌ای موشکی ـ راهبردی می‌یابد و با مفاهیمی چون بازدارندگی، اقتدار و ارتقای جایگاه ژئوپلیتیک پیوند می‌خورد.

۲ ـ ۲. قدرت ملی به‌مثابه فروپاشی هیمنه دشمن





دومین محور مهم، بازنمایی قدرت ملی از طریق تخریب نمادین اقتدار دشمن است. در این تصاویر، آمریکا اغلب مضطرب، درمانده، آسیب‌پذیر یا فاقد مصونیت نشان داده می‌شود. به‌بیان‌دیگر، تقویت تصویر ایران هم‌زمان با تضعیف تصویر دشمن صورت می‌گیرد. این نکته در چارچوب بازنمایی اهمیت دارد، زیرا معنا در این تصاویر نه از طریق نمایش قدرت ایران به‌تنهایی، بلکه از طریق رابطه تقابلی ایران/دشمن ساخته می‌شود. ایران بزرگ، آرام و مسلط است؛ دشمن کوچک، آشفته یا فرسوده است. ازاین‌رو، قدرت ملی ایران در این کاریکاتورها از خلال

فرودست‌سازی نمادین دشمن تثبیت می‌شود.

۲ـ۳. قدرت ملی به‌مثابه پیوند قدرت سخت و قدرت نمادین

در کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ، موشک، جنگنده، سامانه دفاعی و نیروی نظامی عناصر اصلی تصاویر است، باوجوداین، قدرت ملی صرفاً با ابزار نظامی تعریف نمی‌شود. در این آثار، قدرت ملی به‌صورت ترکیبی از قدرت سخت و قدرت گفتمانی بازنمایی شده است (Hall, 1997: 24-15).







پوستری که دستی بزرگ با نشانه ایران بر آستین را ترسیم کرده درحالی‌که جنگنده F-35 در حال سوختن را میان انگشتان خود گرفته است، از نوع آثار نمادین به شمار می‌آید. در این تصویر، قدرت ملی ایران از طریق فروکاستن نماد فنّاوری برتر دشمن بازنمایی می‌شود. جنگنده F-35 در گفتمان نظامی معاصر، نشانه‌ای از فناوری پیشرفته، برتری هوایی، پنهان‌کاری و پیچیدگی فنی است؛ اما کاریکاتور با قرار دادن این جنگنده در میان انگشتان یکدست ایرانی، آن را از جایگاه «نماد قدرت دست‌نیافتنی» به جایگاه شیئی گرفتار، مهارشده و آسیب‌پذیر تنزل می‌دهد. این تغییر جایگاه، دقیقاً همان نقطه‌ای است که بازنمایی هال برای تحلیل آن اهمیت دارد: تصویر با بازچینش عناصر، نه‌فقط واقعیت، بلکه رابطه قدرت را بازتعریف می‌کند (Hall, 1997: 24-15).





الگوی بازنمایی قدرت ملی در این تصویر بر سه محور قرار دارد: مهار و فروکاستن برتری فنّاورانه دشمن؛ تسلط کامل ایران بر نماد فناوری غربی؛ شکستن اسطوره شکست‌ناپذیری ابزار نظامی دشمن بنابراین، قدرت ملی در اینجا فقط به قدرت سخت محدود نیست، بلکه به قدرت خنثی‌سازی هیمنه تکنولوژیک دشمن نیز گسترش می‌یابد.

۲ـ۴. قدرت ملی به‌مثابه هویت جمعی و ملی



در همه تصاویر، نشانه‌های ملی از رنگ‌های پرچم و مشت‌های گره‌کرده تا موشک‌ها و شخصیت‌های نظامی نشان می‌دهند که این قدرت، نه قدرت یک فرد یا نهاد محدود، بلکه قدرتی ملی و جمعی است. «ایران» در این تصاویر به‌مثابه دالّ یک هویت مقاوم، مقتدر و بازدارنده عمل می‌کند و قدرت نظامی به بخشی از تعریف هویت ملی بدل می‌شود. از این‌رو، بازنمایی قدرت ملی در این کاریکاتورها، هم‌زمان نوعی هویت‌سازی سیاسی نیز انجام می‌دهد. مشت گره‌کرده در فرهنگ بصری انقلابی، نشانه‌ای قراردادی (نه طبیعی) برای «اتحاد و عزم جمعی» است؛ دقیقاً نمونه‌ای از آنچه هال در نظریه بازنمایی خود، «کدهای فرهنگی» می‌نامد: نشانه‌هایی که معنی‌شان نه ذاتی بلکه محصول قرارداد اجتماعی است.

تصاویر مشت گره‌کرده با انگشتر عقیق (نشانه مذهبی‌ـ فرهنگی رایج در میان مقامات و نیروهای انقلابی)، روبان پرچم ایران پیچیده به آن، شعله‌های موشک در پس‌زمینه و دریایی از مشت‌های هم‌جهت در پایین تصویر بازنمایی اتحاد ملی مردم ایران و تبعیت از رهبری است. اینجا کد دینی‌ـ شیعی («بعثت»، رستاخیز پس از خون شهید) با کد ملی‌ـ نظامی (پرتاب موشک) در یک نشانه واحد ترکیب می‌شود؛ این همان «مفصل‌بندی» است که هال در تحلیل گفتمان‌های ایدئولوژیک به‌کار می‌برد: اتصال دو نظام معنایی مستقل (مذهب و ملیت) که می‌توانست از هم گسسته باشد، اما

اینجا به‌گونه‌ای بافته شده که گویی همیشه یکی بوده‌اند. خون شهید اینجا نه پایان بلکه طبق متن بالای تصویر مبدأ تکثیر «مبعوث» (قیام‌کنندگان جدید) کدگذاری شده است: مرگ فردی به سرمایه نمادین جمعی و تضمین تکرار مقاومت تبدیل می‌شود.

۲ـ۵. قدرت ملی به‌مثابه کنترل صحنه و تعریف میدان نبرد

در تعدادی از کاریکاتورها و آثار گرافیکی، ایران صحنه و میدان نبرد را در کنترل خود دارد. نه‌فقط تنگه هرمز که آسمان، دریاها و جزایر زیر نفوذ گام‌های محکم و دستان پرتوان نیروهای نظامی ایران است. این بازنمایی‌ها نشان می‌دهد که قدرت ملی فقط به معنای داشتن ابزار جنگ نیست، بلکه به معنای کنترل صحنه، تعیین قواعد بازی و تحمیل روایت بر میدان نبرد نیز است. ایران در این کاریکاتورها نه‌فقط در میدان حضور دارد، بلکه صحنه را تعریف می‌کند.







کاریکاتور مچ‌اندازی ترامپ و شخصیتی نظامی ایرانی، یکی از بارزترین تصاویری است که قدرت ملی را به‌مثابه کنترل صحنه نبرد بازنمایی کرده. در این کاریکاتور، ترامپ با چهره‌ای مضطرب، دهانی نیمه‌باز، عضلاتی تحت‌فشار و قطرات عرق فراوان ترسیم شده است؛ در مقابل، شخصیت ایرانی با چهره‌ای آرام، بدن استوار و



حالتی مسلط در سمت مقابل قرار دارد. در منطق بازنمایی هال، تصویر سیاسی زمانی معنادار می‌شود که از خلال کدهای فرهنگی و روابط تفاوت، جایگاه نیروها را به‌گونه‌ای خاص صورت‌بندی کند (Hall, 1997: 15-24 ,36 - 46). تقابل میان آرامش طرف ایرانی و آشفتگی ترامپ، مهم‌ترین سازوکار معنایی تصویر است. این جابه‌جایی جایگاه‌ها از نظر گفتمانی اهمیت زیادی دارد؛ زیرا کاریکاتور در حال واژگون‌کردن روایت‌های رسمی غربی از نسبت آمریکا و ایران است. این تصویر، نسبت قدرت را معکوس کرده و ایران را به‌مثابه سوژه‌ای نشان می‌دهد که در میدان رقابت، توان تحمیل فشار و فرسوده‌کردن طرف مقابل را دارد. ازاین‌رو، قدرت ملی ایران در این تصویر نه در قالب تهاجم مستقیم، بلکه در هیئت قدرت اراده، ثبات روانی و برتری در مدیریت کشاکش بازنمایی می‌شود.





الگوی بازنمایی قدرت ملی در این تصویر، بر سه مؤلفه استوار است: برتری در نبرد اراده‌ها؛ تسلط روانی بر دشمن؛ پیوند قدرت سیاسی با قدرت رسانه‌ای و روایی. قدرت ملی ایران در اینجا نه صرفاً در هیئت سلاح یا عملیات نظامی، بلکه در قالب آرامش، ثبات، تسلط بر صحنه و توان فرسوده‌کردن دشمن بازنمایی می‌شود. در سطح نشانه‌ای، کاریکاتور از طریق این تقابل‌ها، یک زنجیره معنایی می‌سازد: آمریکا: فشار + اضطراب + فرسودگی + ناتوانی در کنترل؛ ایران: آرامش + ثبات + قدرت + برتری. در کاریکاتور دیگر، ترکیب رنگی موشک‌ها و ردّ دود ناشی از آن‌ها به‌وضوح به

پرچم ایران ارجاع دارد و منشأ قدرت را ملی می‌سازد. قدرت ملی ایران نه‌فقط در داشتن موشک، بلکه در توان عبور از سپر دفاعی دشمن و نفوذ به عمق امنیت او بازنمایی می‌شود. اگر در بسیاری از روایت‌های رسمی غربی، اسرائیل به‌عنوان قدرتی مجهز، امن و برخوردار از سامانه‌های دفاعی پیشرفته معرفی می‌شود، این تصویر آن روایت را واژگون می‌کند و ایران را در جایگاه کشوری بازنمایی می‌کند که نه‌تنها از توان موشکی برخوردار است، بلکه قادر است سپر دفاعی دشمن را درهم بشکند و او را از موضع امنیت به موضع اضطراب منتقل کند. در اینجا، اسرائیل دیگر سوژه‌ای مصون و دست‌نیافتنی نیست، بلکه طرفی است که سامانه‌های دفاعی‌اش در برابر موشک‌های ایران ناکام مانده‌اند. بدین‌ترتیب، بازنمایی قدرت ملی ایران در این تصویر، بر شکستن مصونیت دشمن و انتقال او از موضع امنیت به موضع آسیب‌پذیری استوار است (Hall, 1997: 15-24, 36 - 46). قدرت ملی در این تصویر با مفاهیمی چون نفوذ، کارآمدی عملیاتی و فروپاشی امنیت دشمن پیوند می‌خورد و در قالب سه مؤلفه بازنمایی می‌شود: نفوذ به عمق امنیت دشمن؛ فروپاشی مصونیت و ناکارآمدی سامانه دفاعی دشمن؛ ملی‌سازی صحنه نبرد از طریق نشانه‌های پرچم و رنگ. نکته مهم این است که تصویر، ایران را نه در مقام واکنشگر، بلکه در مقام سوژه‌ای فعال و نفوذگر نشان می‌دهد؛ سوژه‌ای که می‌تواند موازنه امنیتی را برهم بزند. از این منظر، قدرت ملی ایران از سطح «داشتن ابزار» فراتر می‌رود و به سطح کارآمدی بالفعل در برهم‌زدن نظم امنیتی دشمن می‌رسد.

افزون بر موشک‌ها، پهپادها و پرچم ملی، در آثار گرافیکی جنگ برای بازنمایی قدرت نظامی و سیاسی ایران از رمزینه‌های فرهنگی مانند تصویر شیر و سیمرغ و یا تصویر پهلوانان ایرانی استفاده شده است.

در فرهنگ ایرانی، شیر و سیمرغ نماد اقتدار، شجاعت، حاکمیت و قدرت تاریخی است. در تعدادی از تصاویر از این نماد برای روایت قدرت ملی ایران استفاده شده است.

۳. الگوهای بازنمایی مقاومت در کاریکاتورها و آثار گرافیکی

۳ـ۱. ایستادگی جمعی در بازنمایی مقاومت

در بسیاری از آثار گرافیکی و کاریکاتورها، مفهوم مقاومت در قالب ایستادگی، وحدت، پاسخ متقابل و دفاع مشروع بازنمایی شده است. در این آثار مقاومت نه صرفاً یک واکنش نظامی، بلکه بخشی از هویت جمعی معرفی می‌شود.

در تصویر مقابل، برافشتن پرچم ایران توسط سه مرد (یکی با لباس نظامی، دو

نفر با پوشش غیرنظامی) بر تلی از آوار و در برابر آسمان پر از دود و رد موشک و نیز برج میلاد در پس‌زمینه، ازجمله نشانه‌های بصری این تصویر است که یادآور ایستادگی مردم ایران است. این تصویر یادآور عکس مشهور «برافراشتن پرچم در ایوو جیما» است؛ نمونه‌ای روشن ازآنچه هال «کدهای بین‌متنی»[1] می‌نامد: معنا نه از خود تصویر بلکه از ارجاع به یک حافظه بصری جهانی «پیروزی پس از ویرانی» گرفته می‌شود. اینکه برافرازندگان پرچم ترکیبی از نظامی و غیرنظامی‌اند (نه صرفاً سرباز)، دقیقاً کد «ایستادگی ملت ـ حکومت» را فعال می‌کند: مرز نظامی/مردمی عمداً محو شده است.



۳ـ۲. وحدت ملی و همبستگی مردمی در بازنمایی مقاومت

یکی از نمودهای مهم الگوی بازنمایی مقاومت در کاریکاتورهای جنگی، بازنمایی وحدت ملی است. در این سطح، مقاومت دیگر صرفاً به توان نظامی یا کنش یک فرد قهرمان فروکاسته نمی‌شود، بلکه به‌صورت اراده جمعی و همبستگی ملی در برابر تهدید دشمن تصویر می‌شود. در چنین بازنمایی‌ای، حضور توده مردم، مشت‌های گره‌کرده و پرچم برافراشته، مجموعه‌ای از دال‌های به‌هم‌پیوسته را شکل می‌دهند که معنای مقاومت را از سطح فردی به سطح ملی و اجتماعی ارتقا می‌دهند.



1. intertextual codes

تصویر یک مشت گره‌کرده که با موزاییک‌هایی از صحنه‌های واقعی (تظاهرات، مادر و کودک با پرچم، زن با تصویر رهبران، تشییع پیکر شهید، نیروی نظامی) ساخته شده است، مفهوم وحدت و مقاومت ملی را بازنمایی می‌کند. بدن‌های فردی متفاوت (پیر/جوان، زن/مرد، نظامی/غیرنظامی) در یک عضو واحد بدنی (مشت) ذوب می‌شوند؛ این دقیقاً مکانیسم هال برای ساخت «اسطوره ملی» است: تفاوت‌های اجتماعی واقعی محو و در یک نشانه یکپارچه «بازنمایی» می‌شوند تا وحدت طبیعی و بی‌چون‌وچرا به نظر برسد. خوانش مدنظر سازنده تصویر (معنای ترجیحی)[1] این است که «مردم، نهاد دینی ـ سیاسی و نیروی نظامی» یک کلیت واحد و خودجوش‌اند، نه نتیجه بسیج از بالا.

۳ـ۳. تسلیم‌ناپذیری و پاسخ فعال به دشمن در بازنمایی مقاومت

تسلیم‌ناپذیری و پاسخ فعال به دشمن به آن دسته از بازنمایی‌ها اشاره دارد که در آن‌ها سوژه خودی نه‌تنها در برابر فشار و تهدید دشمن عقب‌نشینی نمی‌کند، بلکه با کنش فعال، اراده مقابله و آمادگی برای پاسخ‌گویی نیز تصویر می‌شود. در این سطح، مقاومت صرفاً به معنای تحمل و پایداری نیست، بلکه به‌صورت امتناع از شکست، ایستادن در برابر سلطه و واکنش مستقیم به تهدید بازنمایی می‌شود. نشانه‌هایی مانند مشت گره‌کرده، حالت تهاجمی، خنثی‌سازی حمله یا قرار گرفتن خودی در موضع پاسخ، از مهم‌ترین شاخص‌های این الگو به شمار می‌آیند.





نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با تکیه بر نظریه بازنمایی استوارت هال کوشید نشان دهد که کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ، صرفاً بازتابی از رویدادهای نظامی نیستند، بلکه بخشی از فرایند

1. Preferred Reading

معناپردازی گفتمانی درباره جنگ، هویت ملی و نسبت ایران با دشمن به شمار می‌آیند. در این چارچوب، تصویر نه رسانه‌ای خنثی برای ثبت واقعیت، بلکه سازوکاری فعال برای سازمان‌دهی معنا، برجسته‌سازی برخی ارزش‌ها و طبیعی‌سازی خوانشی خاص از جنگ است. بر این اساس، تحلیل نمونه‌های مورد بررسی نشان داد که بازنمایی جنگ در این آثار عمدتاً بر سه الگوی اصلی بازنمایی دشمن، بازنمایی قدرت ملی و بازنمایی مقاومت استوار است.

در الگوی بازنمایی دشمن، دشمن غالباً نه به‌عنوان طرفی صرفاً نظامی، بلکه به‌مثابه سوژه‌ای متجاوز، بحران‌زا، بی‌ثبات و در مواردی آسیب‌پذیر بازساخته می‌شود. در این سطح، کاریکاتورها با بهره‌گیری از اغراق، تقابل‌های بصری و واژگونی جایگاه‌های قدرت، دشمن را از موضع هیمنه و اقتدار به موضع اضطراب، فرسودگی و فروپاشی نمادین منتقل می‌کنند. بدین‌ترتیب، بازنمایی دشمن تنها بر معرفی «دیگری» متخاصم متکی نیست، بلکه هم‌زمان در خدمت تثبیت موقعیت اخلاقی و سیاسی «خودی» نیز قرار می‌گیرد.

در الگوی بازنمایی قدرت ملی، ایران به‌مثابه سوژه‌ای مقتدر، مسلط، بازدارنده و توانمند در مدیریت صحنه نبرد تصویر می‌شود. نشانه‌هایی چون موشک، پهپاد، سامانه‌های دفاعی، کنترل جغرافیای نبرد، فروکاستن نمادهای تکنولوژیک دشمن و نیز بهره‌گیری از نمادهای ملی، همگی در جهت ساختن تصویری از قدرت ملی به‌کار گرفته شده‌اند که از سطح توان نظامی صرف فراتر می‌رود. در این آثار، قدرت ملی نه فقط در قالب ابزارهای سخت، بلکه در هیئت فروپاشی هیمنه دشمن، بی‌اعتبارسازی مصونیت او و تثبیت اقتدار نمادین ایران بازنمایی می‌شود. از این منظر، کاریکاتورها قدرت ملی را به‌صورت آمیزه‌ای از توان نظامی، برتری روایی و اقتدار هویتی صورت‌بندی می‌کنند.

الگوی سوم، یعنی بازنمایی مقاومت، نشان می‌دهد که جنگ در این تصاویر صرفاً عرصه تقابل نظامی نیست، بلکه میدان ظهور اراده‌ی جمعی، ایستادگی ملی و امتناع از تسلیم نیز هست. حضور مردم در کنار نیروهای نظامی، مشت‌های گره‌کرده، پرچم برافراشته، تصویر آوار در کنار استمرار حیات و نیز نشانه‌های پاسخ فعال به دشمن، همگی مقاومت را به‌مثابه ارزشی هویتی و سیاسی تثبیت می‌کنند. در این بازنمایی‌ها، مقاومت از سطح واکنش دفاعی فراتر می‌رود و در قالب وحدت ملی، ایستادگی جمعی، تاب‌آوری در برابر آسیب و آمادگی برای پاسخ‌گویی به تهدید معنا می‌یابد. به این ترتیب، کاریکاتورها ملت را به‌مثابه سوژه‌ای مقاوم بازمی‌سازند که نه‌تنها قربانی حمله

نیست، بلکه در دل بحران نیز توان استمرار، انسجام و کنش‌گری را حفظ می‌کند.

در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کاریکاتورها و آثار گرافیکی جنگ، با اتکا به سازوکارهای بازنمایی، سه فرایند مکمل را به‌طور هم‌زمان پیش می‌برند: دیگری‌سازی دشمن، اسطوره‌سازی از قدرت ملی و طبیعی‌سازی مقاومت جمعی. حاصل این فرایندها، ساختن روایتی از جنگ است که در آن ایران در مقام سوژه‌ای مشروع، مقتدر و مقاوم ظاهر می‌شود و دشمن در مقام نیرویی متجاوز، بی‌ثبات و درنهایت شکست‌پذیر. از منظر هال، چنین تصاویری صرفاً حامل معنا نیستند، بلکه در تولید و تثبیت یک خوانش ترجیحی از واقعیت جنگ نقش دارند؛ خوانشی که از طریق آن، مرزهای میان «ما» و «دیگری»، «دفاع» و «تجاوز» و «قدرت» و «فروپاشی» بازتعریف می‌شود؛ بنابراین، می‌توان گفت کاریکاتورهای جنگی موردبررسی، نه‌تنها ابزار روایت جنگ، بلکه بخشی از میدان نبرد گفتمانی بر سر معنا، مشروعیت و هویت ملی‌اند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

بحرینی شیما، مالک حسینی (۱۳۷۰). زبان به‌منزلهٔ بازنمایی فرهنگ؛ از دیدگاه استوارت هال با توجه به نظر فردیناند دو سوسور، دو فصلنامه فلسفی شناخت، ۱ (۷۹)، ۷ـ۲۲.

پورابراهیم، شیرین (۱۳۹۴). نقش استعاره تصویری در تحلیل انتقادی کلام: مطالعه کاریکاتورهای سیاسی، پژوهش‌های زبان‌شناسی، ۴۱ (۸)، ۱۱ـ۹۱. Doi: 10.22108/jrl.2017.21260

کریمی، جلیل، جلال‌الدین رحیمی، مبین رحیمی (۱۳۹۵). تصویر تاریخ: از دانمارک تا پاریس، تحلیل اسطوره‌شناختی کاریکاتورهای سیاسی درباره پیامبر اسلام (ص)، مطالعات جامعه‌شناختی، ۲، ۳۲۳ـ۳۵۰.

Doi: 10.22059/jsr.2017.61044

معینی‌فر، حشمت السادات، نجمه محمدخانی(۱۳۹۰). بازنمایی الگوی مصرف یک خانواده آمریکایی: سیمسونها در اوقات فراغت، فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات فرهنگی، ۱ (۴)، ۱۰۵ ـ ۱۲۸.

Doi:10.7508/ijcr.2011.13.005

Bahrini Shima, Malek Hosseini (Autumn and Winter, 1991), “Language as a representation of culture; from Stuart Hall’s perspective with regard to Ferdinand de Saussure’s view”, Two Philosophical Quarterly of Knowledge, 1(79). 22-7. **[In Persian]**

https://kj.sbu.ac.ir/article_98015_7f66c2a71c8902e7d10895d78557c785.pdf

Pour-Ebrahim, Shirin (Spring & Summer 2015). “The Role of Visual Metaphor in Critical Discourse Analysis: A Study of Political Cartoons,” Linguistic Research, 41 (8), 11-91. **[In Persian]**

https://jrl.ui.ac.ir/article_21260.html

Karimi, Jalil, Jalal-eddin Rahimi, & Mobin Rahimi (Autumn & Winter 2016). “The Image of History: From Denmark to Paris—A Mythological Analysis of Political Cartoons Depicting the Prophet of Islam (PBUH),” Sociological Studies, 2, 323-350. **[In Persian]**

https://jsr.ut.ac.ir/article_61044.html

Moeinifar, Heshmat-o-Sadat, & Moha mmadkhani, Najmeh (Spring 2011). “Representation of an American Family’s Consumption Pattern: The Simpsons in Leisure Time,” Quarterly Journal of Cultural Research, 1(4), 105-128. **[In Persian]**

https://www.jicr.ir/article_164.html

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage in association with The Open University.

https://eclass.aueb.gr/modules/document/file.php/OIK260/S.Hall%2C%20The%20work%20of%20Representation.pdf

https://www.amazon.com/Representation-Representations-Signifying-Practices-Identities/dp/0761954325?asin=0761954325&revisionId=&format=4&depth=1

https://miniaturegraphic.com/%D9%85%D8%A8%D8%A7%D9%86%DB%8C-%D9%87%D9%86%D8%B1%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%AA%D8%AC%D8%B3%D9%85%DB%8C/

https://web.eitaa.com/#@khattmedia

https://www.tasnimnews.ir/fa/graphic/service/1224/%DA%A9%D8%A7%D8%B1%DB%8C%DA%A9%D8%A7%D8%AA%D9%88%D8%B1

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 161 - 184
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.584498.1146
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

A Critical Criminological Analysis of the Role of Cyber Platforms in Representing War and Shaping Public Perceptions of the Legitimacy of the Use of Force: The Case of the Ramadan War

Mostafa Pakniat, *Assistant Professor Department of Law, Faculty of Social Sciences and Economics, Alzahra University, Tehran, Iran Email: M.Pakniat@alzahra.ac.ir*

Extended Abstract

Introduction: The increasing importance of cyber platforms in contemporary warfare has generated new challenges for criminological and legal scholarship. Existing studies have examined state crime, media influence, digital propaganda, strategic communication, and international criminal law. However, these fields have often developed independently, leaving significant gaps in understanding the interaction between digital platforms, public perceptions, and international criminal justice.

This research addresses that gap by integrating critical criminology, media criminology, state crime theory, labeling theory, and international criminal law into a unified analytical framework. The central research question is: How do cyber platforms shape public perceptions of the legitimacy of the use of force through their representation of war, and what consequences does this process have for international criminal justice?

The study further explores the mechanisms through which digital platforms influence public understanding of conflicts, redefine categories of victimhood and aggression, and contribute to broader processes of cognitive normalization of violence. Particular attention is devoted to the role of cyber platforms in constructing legitimacy narratives during the Ramadan War and the implications of these narratives for the effectiveness of international criminal law norms.

Methods: This research adopts a qualitative, theoretical, and descriptive-analytical methodology. Data were collected through documentary and library-based research, including international legal instruments, reports of international organizations, academic studies in criminology and media studies, policy documents relating to digital platforms, and scholarly literature concerning cognitive warfare and information management.

The Ramadan War of 2026 involving the United States, Israel, and the Islamic Republic of Iran was selected as the primary case study. The objective was not to conduct empirical content analysis of platform activity but rather to evaluate the explanatory capacity of critical criminological theories in understanding the role of cyber platforms in shaping perceptions of war.

Data analysis was conducted through conceptual analysis and critical discourse analysis. The study synthesizes insights derived from critical criminology, labeling theory, social construction theory, media criminology, and theories of crimes of the powerful. This interdisciplinary framework enables a comprehensive examination of the relationship between digital power structures, war representation, and international criminal accountability.

Findings: The findings reveal that cyber platforms have evolved from neutral communication tools into influential actors involved in producing meaning and shaping social reality. Through algorithmic systems, content moderation policies, and information prioritization mechanisms, platforms significantly influence which narratives become dominant and

which remain marginalized.
The study identifies selective representation as one of the most important mechanisms through which platforms affect public perceptions. In contemporary conflicts, audiences rarely encounter the full complexity of military events. Instead, they are exposed to carefully filtered representations that emphasize certain perspectives while minimizing others. This process generates forms of cognitive inequality whereby different actors possess unequal capacities to disseminate and legitimize their narratives.
The findings further demonstrate the importance of labeling processes in constructing legitimacy. Digital platforms facilitate the widespread circulation of labels such as "self-defense," "terrorism," "security threats," or "humanitarian protection." These labels shape public evaluations of military actions and influence perceptions regarding responsibility, victimhood, and legality.
A major theoretical contribution of the research is the development of the concept of **cognitive decriminalization of war**. This concept refers to a process whereby public sensitivity toward conduct potentially violating international law gradually diminishes despite the continued existence of legal prohibitions. Through repetitive framing, emotional narratives, selective visibility, and algorithmic amplification, acts that may raise serious legal concerns can become normalized, justified, or perceived as inevitable.
The study also finds that this process weakens the practical effectiveness of international criminal law. Although norms prohibiting aggression, war crimes, and crimes against humanity remain legally valid, their capacity to mobilize public condemnation and political accountability may decline when digital representations successfully reshape collective perceptions of legitimacy.
Conclusion: The study concludes that cyber platforms have become fundamental components of contemporary structures of power, legitimacy, and social control. Their influence extends far beyond information dissemination and encompasses the active construction of public perceptions concerning war, justice, and criminal responsibility.
The Ramadan War illustrates how contemporary conflicts are increasingly fought within cognitive and informational domains alongside traditional military arenas. The ability to shape narratives has become nearly as important as the ability to deploy military force. Consequently, the effectiveness of international criminal law depends not only upon legal institutions and enforcement mechanisms but also upon the digital environments through which conflicts are represented and interpreted.
The concept of cognitive decriminalization of war provides a valuable analytical framework for understanding how digital representations may reduce societal sensitivity toward conduct that potentially violates international legal norms. As cyber platforms continue to expand their influence, future research must further examine their role in shaping global perceptions of legitimacy, accountability, and justice. A comprehensive understanding of contemporary warfare therefore requires integrating criminological, legal, technological, and media-centered perspectives into a unified analytical approach.
Keywords: Critical Criminology; Cyber Platforms; War Representation; Cognitive Decriminalization of War; International Criminal Law; State Crime; Media Criminology; Ramadan War.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۱۸۴ - ۱۶۱
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 161 - 184
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.584498.1146
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

تحلیل جرم‌شناختی انتقادی نقش پلتفرم‌های سایبری در بازنمایی جنگ و شکل‌دهی ادراک عمومی نسبت به مشروعیت توسل به‌زور: مطالعه موردی جنگ رمضان

مصطفی پاک‌نیت[1]

چکیده

گسترش پلتفرم‌های سایبری در دهه‌های اخیر، ماهیت جنگ‌ها و منازعات معاصر را دگرگون ساخته است. این پلتفرم‌ها دیگر صرفاً ابزار انتقال اطلاعات نیستند، بلکه در شکل‌دهی به افکار عمومی، بازنمایی رویدادها و تولید یا سلب مشروعیت سیاسی نقش فعالی ایفا می‌کنند. در چنین فضایی، ادراک عمومی از مشروعیت یا عدم مشروعیت کاربرد زور بیش از گذشته تحت تأثیر سازوکارهای رسانه‌ای و شناختی قرار گرفته است. بر این اساس، پژوهش حاضر با تمرکز بر جنگ رمضان علیه ایران، به بررسی نقش پلتفرم‌های سایبری در بازنمایی جنگ و پیامدهای آن برای عدالت کیفری بین‌المللی می‌پردازد. هدف اصلی پژوهش، تحلیل جرم‌شناختی تأثیر پلتفرم‌های دیجیتال بر شکل‌دهی برداشت عمومی از مشروعیت جنگ و تبیین آثار این فرایند بر کارآمدی هنجارهای حقوق بین‌الملل کیفری است. پرسش اصلی آن است که پلتفرم‌های سایبری از چه سازوکارهایی برای تأثیرگذاری بر ادراک عمومی از جنگ بهره می‌گیرند و این امر چه پیامدهایی برای پاسخ‌گویی کیفری در سطح بین‌المللی دارد. این پژوهش با روش توصیفی تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اسنادی انجام شده است. تحلیل داده‌ها بر پایه مبانی جرم‌شناسی انتقادی، جرم‌شناسی دولت، جرم‌شناسی رسانه و حقوق بین‌الملل کیفری صورت گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که پلتفرم‌های سایبری از طریق بازنمایی گزینشی رویدادها، برجسته‌سازی برخی روایت‌ها، بازتولید برچسب‌های سیاسی و حاشیه‌راندن روایت‌های رقیب، در شکل‌دهی ادراک عمومی از مشروعیت جنگ نقش مؤثری دارند. این فرایند می‌تواند به «جرم‌زدایی شناختی از جنگ» منجر شود؛ وضعیتی که در آن حساسیت اجتماعی نسبت به رفتارهای بالقوه ناقض حقوق بین‌الملل کاهش می‌یابد. نتیجه آنکه در عصر دیجیتال، اثربخشی هنجارهای حقوق بین‌الملل کیفری و امکان تحقق عدالت بین‌المللی تا حد زیادی به نحوه بازنمایی جنگ در پلتفرم‌های سایبری وابسته شده است.

واژگان کلیدی

جرم‌شناسی انتقادی، پلتفرم‌های سایبری، بازنمایی جنگ، جرم‌زدایی، حقوق بین‌الملل کیفری، جنگ رمضان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۰۵

۱. استادیار گروه حقوق، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران. M.Pakniat@alzahra.ac.ir

مقدمه

تحولات شتابان فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در دهه‌های اخیر، ساختارهای سنتی قدرت، امنیت و ارتباطات را با دگرگونی‌های بنیادین مواجه ساخته است. ظهور اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های سایبری فراملی موجب شده است که جریان اطلاعات از انحصار دولت‌ها و رسانه‌های رسمی خارج شود و بازیگران جدیدی در عرصه شکل‌دهی به افکار عمومی، تولید معنا و بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی ظهور کنند. اگرچه در نخستین سال‌های گسترش فضای مجازی، این تحول عمدتاً به‌عنوان فرصتی برای توسعه آزادی بیان، افزایش مشارکت عمومی و تسهیل دسترسی به اطلاعات تلقی می‌شد، اما تجربه منازعات سیاسی و نظامی دو دهه اخیر نشان داده است که پلتفرم‌های سایبری صرفاً ابزارهای بی‌طرف انتقال اطلاعات نیستند، بلکه در بسیاری از موارد به بازیگرانی تأثیرگذار در شکل‌دهی به ادراک عمومی، تولید مشروعیت سیاسی و جهت‌دهی به قضاوت‌های اجتماعی تبدیل شده‌اند (Chen, 2022: 1).

درگذشته، تحلیل جنگ عمدتاً بر ابعاد نظامی، سیاسی و ژئوپلیتیکی متمرکز بود و رسانه‌ها در بهترین حالت به‌عنوان ابزاری برای انعکاس رویدادهای میدان نبرد تلقی می‌شدند. بااین‌حال، در سال‌های اخیر، جنگ‌ها علاوه بر میدان‌های زمینی، دریایی و هوایی، در عرصه‌ای دیگر نیز جریان یافته‌اند؛ عرصه‌ای که از آن با عناوینی همچون جنگ اطلاعاتی، جنگ شناختی، جنگ روایت‌ها و نبرد ادراکی یاد می‌شود. در این میدان جدید، هدف اصلی صرفاً نابودی توان نظامی طرف مقابل نیست، بلکه تأثیرگذاری بر ادراک عمومی، مدیریت افکار عمومی داخلی و خارجی و شکل‌دهی به برداشت جهانی از مشروعیت یا عدم مشروعیت اقدامات نظامی است. در چنین شرایطی، پلتفرم‌های سایبری به یکی از مهم‌ترین میدان‌های منازعه تبدیل شده‌اند؛ میدانی که در آن روایت‌ها، تصاویر، ویدئوها و تحلیل‌ها می‌توانند به‌اندازه تجهیزات نظامی در سرنوشت یک منازعه اثرگذار باشند (Marigliano, 2024:170).

این تحول از منظر جرم‌شناسی نیز واجد اهمیت ویژه‌ای است. جرم‌شناسی سنتی عمدتاً بر رفتارهای مجرمانه فردی تمرکز داشت و کمتر به نقش ساختارهای قدرت در تعریف جرم و انحراف می‌پرداخت (رایجیان اصلی، ۱۳۹۸: ۱۲۷). در مقابل، جرم‌شناسی انتقادی با تأکید بر نقش قدرت، سلطه و نابرابری، نشان داد که مفهوم جرم صرفاً یک واقعیت حقوقی ثابت نیست، بلکه در بستر مناسبات اجتماعی و سیاسی شکل می‌گیرد (نجفی ابرندآبادی، ۱۴۰۳: ۱۳ ـ ۱۸). از منظر این رویکرد، پرسش اساسی آن نیست که چه

رفتاری جرم است، بلکه این است که چه کسانی قدرت تعریف جرم را در اختیار دارند و چگونه برخی رفتارها جرم‌انگاری و برخی دیگر از قلمرو جرم خارج می‌شوند. این پرسش در حوزه روابط بین‌الملل و جنگ اهمیت مضاعف پیدا می‌کند؛ زیرا بسیاری از شدیدترین آسیب‌های انسانی تاریخ معاصر در قالب جنگ‌ها و منازعات مسلحانه رخ داده‌اند، اما واکنش جامعه جهانی نسبت به آن‌ها همواره یکسان نبوده است.

در همین راستا قدرت سیاسی و اقتصادی می‌تواند در فرآیند تعریف جرم، شناسایی قربانی و تعیین مسئولیت نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند؛ دولت‌ها و بازیگران قدرتمند گاه قادرند رفتارهایی را که واجد آثار زیان‌بار گسترده انسانی هستند، در قالب مفاهیمی چون امنیت ملی، دفاع مشروع یا منافع راهبردی بازتعریف کنند. بدین ترتیب، آنچه در عرصه عمومی به‌عنوان جرم یا رفتار مشروع شناخته می‌شود، همواره نتیجه ارزیابی صرفاً حقوقی نیست، بلکه متأثر از ساختارهای قدرت و فرآیندهای تولید معنا نیز هست (خواجه‌نوری و آسیایی، ۱۴۰۳: ۱۹۱).

در عصر دیجیتال، این مسئله ابعاد تازه‌ای یافته است. اگر در گذشته دولت‌ها عمدتاً از طریق رسانه‌های سنتی بر افکار عمومی تأثیر می‌گذاشتند، امروزه پلتفرم‌های سایبری در مرکز گردش اطلاعات قرار گرفته‌اند. میلیاردها کاربر روزانه اخبار، تصاویر و تحلیل‌های خود را از طریق این پلتفرم‌ها دریافت می‌کنند و بخش مهمی از برداشت آنان از رویدادهای جهانی از طریق همین فضاها شکل می‌گیرد. درنتیجه، پلتفرم‌های دیجیتال به بخشی از ساختار قدرت جهانی تبدیل شده‌اند؛ ساختاری که می‌تواند در تعیین میزان دیده شدن یک روایت، برجسته‌سازی برخی موضوعات و به حاشیه راندن برخی دیگر نقش‌آفرینی کند. این وضعیت موجب شده است که مسئله مشروعیت جنگ و کاربرد زور بیش از گذشته به نحوه بازنمایی رسانه‌ای وابسته شود (Massa, 2023: 364).

اهمیت این موضوع در جریان جنگ رمضان علیه ایران بیش‌ازپیش آشکار شد. این جنگ صرفاً یک رویارویی نظامی نبود، بلکه هم‌زمان به عرصه‌ای برای رقابت شدید روایت‌ها در فضای دیجیتال نیز تبدیل شد. طرف‌های درگیر تلاش کردند از طریق رسانه‌ها و پلتفرم‌های سایبری، برداشت عمومی از ماهیت جنگ، اهداف عملیات نظامی، وضعیت قربانیان و مشروعیت اقدامات خود را شکل دهند. درنتیجه، افکار عمومی جهانی نه‌تنها با واقعیت‌های میدانی جنگ، بلکه با مجموعه‌ای از روایت‌های متعارض و رقابت‌آمیز مواجه شد. این وضعیت پرسش‌های مهمی را درباره نقش پلتفرم‌های سایبری در شکل‌دهی به ادراک عمومی از مشروعیت کاربرد زور و تأثیر آن

بـر هنجارهـای حقـوق بین‌الملـل کیفـری مطـرح می‌کنـد.

مسـئله اصلـی پژوهـش حاضـر آن اسـت کـه پلتفرم‌هـای سـایبری چگونـه در بازنمایـی جنـگ و شـکل‌دهی بـه ادراک عمومـی از مشـروعیت کاربـرد زور نقـش ایفـا می‌کننـد و ایـن نقـش چـه تأثیـری بـر کارآمـدی هنجارهـای حقـوق بین‌الملـل کیفـری دارد. به‌عبارت‌دیگـر، پژوهـش حاضـر در پـی آن اسـت کـه رابطـه میـان قـدرت دیجیتـال، بازنمایـی جنـگ و مشـروعیت کاربـرد زور را در چارچـوب جرم‌شناسـی انتقـادی تبییـن کنـد و نشـان دهـد کـه چگونـه فرایندهـای رسـانه‌ای و شـناختی می‌تواننـد بـر برداشـت عمومـی از رفتارهـای بالقـوه ناقـض حقـوق بین‌الملـل اثرگـذار باشـند.

هـدف اصلـی ایـن پژوهـش، ارائـه تحلیلـی جرم‌شـناختی از نقـش پلتفرم‌هـای سـایبری در بازنمایـی جنـگ و تبییـن تأثیـر ایـن بازنمایـی بـر ادراک عمومـی از مشـروعیت کاربـرد زور اسـت. در راسـتای تحقـق ایـن هـدف، پژوهـش حاضـر می‌کوشـد ضمـن بهره‌گیـری از مبانـی جرم‌شناسـی انتقـادی، جرم‌شناسـی رسـانه و حقـوق بین‌الملـل کیفـری، سـازوکارهای اثرگـذاری پلتفرم‌هـای دیجیتـال بـر افـکار عمومـی را شناسـایی و پیامدهـای آن را بـرای عدالـت کیفـری بین‌المللـی بررسـی کنـد.

پرسش اصلی پژوهش عبارت است از:

پلتفرم‌هـای سـایبری چگونـه در بازنمایـی جنـگ و شـکل‌دهی بـه ادراک عمومـی از مشـروعیت کاربـرد زور نقـش ایفـا می‌کننـد و ایـن فرآینـد چـه پیامدهایـی بـرای حقـوق بین‌الملـل کیفـری دارد؟

در پاسخ به این پرسش، پرسش‌های فرعی زیر نیز مطرح می‌شود:

۱. مهم‌تریـن سـازوکارهای پلتفرم‌هـای سـایبری در بازنمایـی جنـگ و تولیـد روایت‌هـای غالـب چیسـت؟
۲. بازنمایی‌هـای رسـانه‌ای چگونـه بـر تعریـف مهاجـم، قربانـی و بازیگـر مشـروع در منازعـات بین‌المللـی تأثیـر می‌گذارنـد؟
۳. نقـش پلتفرم‌هـای دیجیتـال در شـکل‌گیری فرآینـد «جرم‌زدایـی شـناختی از جنـگ» چیسـت؟
۴. تأثیـر بازنمایـی جنـگ در فضـای سـایبری بـر کارآمـدی هنجارهـای حقـوق بین‌الملـل کیفـری چگونـه قابـل ارزیابـی اسـت؟

پژوهـش حاضـر بـر ایـن فـرض اسـتوار اسـت کـه پلتفرم‌هـای سـایبری از طریـق بازنمایـی گزینشـی رویدادهـا، برجسته‌سـازی برخـی روایت‌هـا، بازتولیـد برچسـب‌های سیاسـی و

جهت‌دهی به گردش اطلاعات، در شکل‌دهی به ادراک عمومی از مشروعیت کاربرد زور نقش مؤثری ایفا می‌کنند و این فرایند می‌تواند به کاهش حساسیت اجتماعی نسبت به برخی رفتارهای بالقوه ناقض حقوق بین‌الملل و درنتیجه تضعیف کارکرد هنجارهای عدالت کیفری بین‌المللی منجر شود.

برای بررسی این فرضیه، پژوهش حاضر از روش نظری تحلیلی بهره گرفته و داده‌های موردنیاز را از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، اسناد حقوقی بین‌المللی، آثار جرم‌شناختی و مطالعات رسانه‌ای گردآوری کرده است. چارچوب نظری پژوهش نیز مبتنی بر جرم‌شناسی انتقادی، نظریه جرائم دولت‌ها، جرم‌شناسی رسانه و نظریه ساخت اجتماعی واقعیت است. انتظار می‌رود نتایج این پژوهش بتواند به درک بهتر نقش پلتفرم‌های سایبری در تحولات جنگ‌های معاصر و نیز بازاندیشی در چالش‌های پیش‌روی حقوق بین‌الملل کیفری در عصر دیجیتال کمک کند.

پیشینه پژوهش

مطالعه نقش رسانه‌ها و پلتفرم‌های ارتباطی در شکل‌دهی به ادراک عمومی از جنگ و مشروعیت کاربرد زور، از موضوعاتی است که در دهه‌های اخیر توجه پژوهشگران رشته‌های جرم‌شناسی، ارتباطات، علوم سیاسی و حقوق بین‌الملل را به خود جلب کرده است. بااین‌حال، بررسی ادبیات موجود نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام‌شده غالباً در قالب حوزه‌های تخصصی جداگانه دنبال شده‌اند و کمتر پژوهشی کوشیده است میان جرم‌شناسی انتقادی، مطالعات رسانه و حقوق بین‌الملل کیفری پیوندی نظام‌مند برقرار کند. ازاین‌رو، برای تبیین جایگاه پژوهش حاضر، پیشینه مطالعات در سه محور اصلی موردبررسی قرار می‌گیرد.

الف) پژوهش‌های مرتبط با جرم‌شناسی انتقادی، جرائم دولت‌ها و جرائم قدرتمندان

یکی از مهم‌ترین جریان‌های فکری مرتبط با موضوع پژوهش حاضر، ادبیات جرم‌شناسی انتقادی است. تیلور، والتون و یانگ در کتاب «جرم‌شناسی نوین» از نخستین پژوهشگرانی بودند که با نقد جرم‌شناسی سنتی، نقش ساختارهای قدرت، نابرابری و سلطه را در شکل‌گیری مفهوم جرم برجسته کردند. آنان استدلال نمودند که جرم صرفاً یک واقعیت حقوقی نیست، بلکه پدیده‌ای اجتماعی است که در بستر روابط قدرت تعریف و بازتعریف می‌شود. (Taylor, et.al, 1973, 268-269).

در ادامه این مسیر، گرین و وارد در کتاب «جرم دولتی» یکی از مهم‌ترین نظریه‌های معاصر درباره مسئولیت دولت‌ها در تولید آسیب‌های اجتماعی را ارائه کردند. آنان با نقد رویکردهای محدودکننده حقوقی، استدلال نمودند که بسیاری از شدیدترین آسیب‌های انسانی ناشی از اقدامات دولت‌هاست، اما به دلیل جایگاه سیاسی مرتکبان، این رفتارها کمتر در قلمرو جرم قرار می‌گیرند (Green & Ward, 2004: 1-10).

رونالد کرامر و ریموند میکالوفسکی نیز در مقاله مشهور خود درباره تجاوز نظامی و جرم دولتی (۲۰۰۵) تلاش کردند حمله نظامی به عراق را از منظر جرم‌شناسی تحلیل کنند. آنان نشان دادند که مفهوم جرم دولتی ظرفیت مناسبی برای تحلیل رفتار دولت‌ها در عرصه بین‌المللی دارد و می‌تواند شکاف میان حقوق بین‌الملل و واقعیت‌های سیاسی را توضیح دهد. یافته‌های آنان بیانگر آن است که قدرت سیاسی می‌تواند در فرآیند جرم‌انگاری، تعقیب کیفری و حتی قضاوت عمومی نسبت به رفتارهای خشونت‌آمیز تأثیرگذار باشد (Kramer& Michalowski, 2005: 446-447).

این پژوهش‌ها بر این نکته تأکید دارند که ساختارهای قدرت قادرند از طریق نفوذ سیاسی، اقتصادی و رسانه‌ای، رفتارهای زیان‌بار خود را مشروع جلوه دهند یا از نظارت عمومی دور نگه دارند.

درمجموع، ادبیات جرم‌شناسی انتقادی، بستر نظری مهمی برای فهم رابطه میان قدرت، جنگ و مشروعیت فراهم می‌کنند؛ بااین‌حال، بیشتر این پژوهش‌ها در دوره‌ای انجام شده‌اند که نقش پلتفرم‌های دیجیتال در شکل‌دهی به افکار عمومی هنوز به اهمیت کنونی نرسیده بود.

ب) پژوهش‌های مرتبط با رسانه، بازنمایی جنگ و پلتفرم‌های دیجیتال

دومین محور ادبیات پژوهش به مطالعات رسانه و نقش آن در بازنمایی جنگ اختصاص دارد. هرمان و چامسکی در کتاب «تولید رضایت» یکی از تأثیرگذارترین نظریه‌های انتقادی درباره عملکرد رسانه‌های جمعی را مطرح کردند. آنان استدلال نمودند که رسانه‌ها صرفاً انتقال‌دهنده اطلاعات نیستند، بلکه از طریق مجموعه‌ای از فیلترهای ساختاری در جهت بازتولید منافع سیاسی و اقتصادی نخبگان عمل می‌کنند. این نظریه بعدها به یکی از مهم‌ترین چارچوب‌های تحلیلی برای مطالعه پوشش رسانه‌ای جنگ‌ها تبدیل شد (Herman & Chomsky, 2002: 1).

استنلی کوهن نیز در آثار خود درباره «وحشت اخلاقی» نشان داد که رسانه‌ها قادرند از طریق برجسته‌سازی گزینشی برخی موضوعات، برداشت عمومی از تهدیدات

اجتماعی را شکل دهند. گرچه مطالعات کوهن عمدتاً معطوف به جرائم داخلی بود، اما چارچوب نظری او بعدها در تحلیل بازنمایی دشمنان سیاسی و امنیتی نیز مورداستفاده قرار گرفت (Cohen, 2011).

در حوزه جرم‌شناسی رسانه، گرگ باراک و یوون جوکس از پیشگامان مطالعات مربوط به رابطه رسانه و جرم محسوب می‌شوند (Barak, 2013). جوکس در کتاب «رسانه و جرم» نشان داد که رسانه‌ها نه‌تنها در بازتاب واقعیت‌های کیفری، بلکه در ساخت اجتماعی جرم، قربانی و مجرم نقش فعالی ایفا می‌کنند. یافته‌های او بیانگر آن است که نحوه پوشش رسانه‌ای یک رویداد می‌تواند بر واکنش اجتماعی و حتی سیاست‌گذاری کیفری تأثیر بگذارد (Jewkes, 2015).

با ظهور شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال، پژوهش‌های جدیدی در حوزه ارتباطات و مطالعات رسانه شکل گرفت. پژوهشگران متعددی نشان داده‌اند که الگوریتم‌های پلتفرم‌ها در تعیین میزان دیده شدن محتوا، جهت‌دهی به افکار عمومی و شکل‌گیری اتاق‌های پژواک نقش دارند. مطالعات مربوط به جنگ اوکراین، جنگ غزه و منازعات خاورمیانه نیز نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین میدان‌های رقابت برای کنترل روایت جنگ تبدیل شده‌اند.

پژوهش‌های انجام‌شده درباره نقش پلتفرم‌های دیجیتال در جنگ‌های معاصر عموماً بر موضوعاتی مانند جنگ اطلاعاتی، عملیات نفوذ، اخبار جعلی، تبلیغات سیاسی و تأثیر الگوریتم‌ها بر گردش اطلاعات تمرکز داشته‌اند. بااین‌حال، کمتر پژوهشی این تحولات را از منظر جرم‌شناسی انتقادی و با تمرکز بر مفهوم مشروعیت جنگ مورد تحلیل قرار داده است.

ج) پژوهش‌های مرتبط با حقوق بین‌الملل کیفری و مشروعیت کاربرد زور

سومین محور ادبیات پژوهش به مطالعات حقوق بین‌الملل کیفری اختصاص دارد. پس از شکل‌گیری دادگاه نورنبرگ، مفهوم تجاوز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین جرائم بین‌المللی وارد ادبیات حقوقی شد. کاسسه[1] تأکید می‌کند که جرم تجاوز از زمان دادگاه‌های نورنبرگ تاکنون همواره با چالش‌های سیاسی مواجه بوده است. به اعتقاد وی، هرچند جامعه بین‌المللی توانسته است ممنوعیت کاربرد زور را به یکی از اصول بنیادین نظم جهانی تبدیل کند، اما اجرای این اصل همچنان تحت تأثیر ملاحظات قدرت قرار دارد (Cassese, 2011:241)

1. Cassese

پژوهشگران دیگری نیز به تحلیل رابطه میان افکار عمومی، مشروعیت جنگ و حقوق بین‌الملل پرداخته‌اند. این مطالعات نشان می‌دهد که موفقیت هنجارهای بین‌المللی تنها به وجود قواعد حقوقی وابسته نیست، بلکه پذیرش اجتماعی و حمایت افکار عمومی نیز در اجرای آن‌ها نقش مهمی ایفا می‌کند (Cryer, et.al, 2014).

باوجود اهمیت این مطالعات، بخش عمده ادبیات حقوق بین‌الملل کیفری همچنان بر سازوکارهای حقوقی و نهادی متمرکز است و کمتر به نقش رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال در شکل‌دهی به ادراک عمومی از مشروعیت کاربرد زور توجه کرده است.

خلأ پژوهشی و جایگاه پژوهش حاضر

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که سه جریان مطالعاتی نسبتاً مستقل در این حوزه وجود دارد. نخست، جرم‌شناسی انتقادی و مطالعات جرائم دولت‌ها که بر رابطه قدرت و تعریف جرم تمرکز دارند؛ دوم، مطالعات رسانه و پلتفرم‌های دیجیتال که نقش ساختارهای ارتباطی در بازنمایی جنگ را بررسی می‌کنند؛ و سوم، حقوق بین‌الملل کیفری که مشروعیت کاربرد زور و مسئولیت کیفری ناشی از آن را تحلیل می‌کند.

باوجود غنای هر یک از این حوزه‌ها، خلأ اصلی در فقدان رویکردی میان‌رشته‌ای است که بتواند این سه حوزه را در قالب یک چارچوب تحلیلی واحد تلفیق کند. به‌بیان‌دیگر، پژوهش‌های جرم‌شناختی کمتر به نقش پلتفرم‌های دیجیتال پرداخته‌اند، پژوهش‌های رسانه‌ای کمتر از منظر جرم و مشروعیت جنگ به مسئله نگریسته‌اند و پژوهش‌های حقوق بین‌الملل کیفری نیز عموماً تأثیر ساختارهای رسانه‌ای و شناختی را در کارآمدی هنجارهای بین‌المللی نادیده گرفته‌اند.

پژوهش حاضر درصدد است این خلأ را تا حدی جبران کند. نوآوری اصلی آن در تلفیق جرم‌شناسی انتقادی، جرم‌شناسی رسانه و حقوق بین‌الملل کیفری برای تحلیل نقش پلتفرم‌های سایبری در بازنمایی جنگ و شکل‌دهی به ادراک عمومی از مشروعیت کاربرد زور است. همچنین با طرح مفهوم «جرم‌زدایی شناختی از جنگ»، پژوهش حاضر تلاش می‌کند چارچوبی نظری برای فهم تأثیر تحولات دیجیتال بر کارآمدی هنجارهای بین‌المللی و فرآیند پاسخگویی کیفری در جنگ‌های معاصر ارائه دهد.

مبانی نظری پژوهش: جرم‌شناسی انتقادی و بازنمایی جنگ در عصر پلتفرم‌های دیجیتال

جرم‌شناسی انتقادی و مسئله قدرت در تعریف جرم

جرم‌شناسی انتقادی از دهه ۱۹۷۰ میلادی در واکنش به محدودیت‌های جرم‌شناسی اثبات‌گرا شکل گرفت. جرم‌شناسان انتقادی معتقد بودند که رویکردهای کلاسیک و اثبات‌گرا بیش‌ازحد بر ویژگی‌های فردی مجرمان تمرکز کرده‌اند و از مطالعه نقش ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در شکل‌گیری جرم غفلت ورزیده‌اند. آثار اولیه جرم‌شناسان انتقادی، به‌ویژه کتاب «جرم‌شناسی نوین» نوشته تیلور، والتون و یانگ، نقطه عطفی در این تحول محسوب می‌شود (DeKeseredy, 2018: 4-6).

جرم‌شناسی انتقادی بر این فرض استوار است که جرم مفهومی خنثی و طبیعی نیست، بلکه محصول فرایندهای سیاسی و اجتماعی است. در این رویکرد، قانون بازتاب اراده بی‌طرف جامعه تلقی نمی‌شود، بلکه ابزاری است که گروه‌های دارای قدرت از طریق آن ارزش‌ها، منافع و اولویت‌های خود را تثبیت می‌کنند؛ بنابراین، مطالعه جرم بدون توجه به ساختار قدرت، ناقص و گمراه‌کننده خواهد بود (Taylor,et.al, 2013: 1).

یکی از پرسش‌های اساسی آن است که چرا برخی رفتارها جرم تلقی می‌شوند و برخی دیگر، باوجود پیامدهای زیان‌بار گسترده، از قلمرو جرم خارج می‌مانند. پاسخ این پرسش در توزیع نابرابر قدرت نهفته است. هرچه یک بازیگر از قدرت سیاسی، اقتصادی یا رسانه‌ای بیشتری برخوردار باشد، توانایی بیشتری برای تأثیرگذاری بر فرآیند تعریف جرم و انحراف خواهد داشت.

این مسئله در حوزه روابط بین‌الملل و جنگ اهمیت مضاعف پیدا می‌کند. تاریخ معاصر نشان می‌دهد که واکنش جامعه جهانی به موارد مشابه کاربرد زور یکسان نیست. برخی اقدامات نظامی به‌سرعت به‌عنوان تجاوز یا جنایت جنگی محکوم می‌شوند، درحالی‌که اقدامات مشابه توسط قدرت‌های بزرگ‌گاه در قالب مفاهیمی همچون دفاع مشروع، مداخله بشردوستانه یا حفظ صلح بازتعریف می‌شوند. از منظر جرم‌شناسی انتقادی، این تفاوت نه ناشی از تفاوت ماهوی رفتارها، بلکه حاصل تفاوت در ظرفیت بازیگران برای تولید و کنترل گفتمان است.

در عصر دیجیتال، این ظرفیت بیش از گذشته به رسانه‌ها و پلتفرم‌های سایبری وابسته شده است. اگر درگذشته دولت‌ها از طریق رسانه‌های رسمی روایت‌های مطلوب خود را منتشر می‌کردند، امروزه پلتفرم‌های فراملی در فرآیند شکل‌دهی به

افکار عمومی نقش تعیین‌کننده یافته‌اند؛ بنابراین، مطالعه رابطه میان قدرت و تعریف جرم بدون توجه به نقش این پلتفرم‌ها امکان‌پذیر نیست (Alsharairi, 2025: 73-74).

جرائم دولت‌ها و جرائم قدرتمندان

یکی از مهم‌ترین شاخه‌های جرم‌شناسی انتقادی، جرم‌شناسی دولت و نظریه جرائم قدرتمندان است. این رویکرد در واکنش به تمرکز سنتی جرم‌شناسی بر جرائم خیابانی و فردی شکل گرفت و توجه خود را به رفتارهای زیان‌بار دولت‌ها، شرکت‌های بزرگ و نهادهای قدرتمند معطوف ساخت.

دولت‌ها نیز می‌توانند مرتکب رفتارهایی شوند که ازنظر اخلاقی و اجتماعی واجد ماهیت مجرمانه هستند، هرچند ممکن است در نظام‌های حقوقی موجود به‌عنوان جرم شناخته نشوند. از منظر آنان، محدود کردن مفهوم جرم به رفتارهای تعریف‌شده در قوانین داخلی، موجب نادیده گرفتن بخش مهمی از آسیب‌های انسانی ناشی از عملکرد دولت‌ها می‌شود (Ward, 2000: 76-77).

مفهوم «جرائم قدرتمندان» نیز بر این ایده استوار است که بسیاری از شدیدترین آسیب‌های اجتماعی نه توسط افراد عادی، بلکه توسط بازیگران قدرتمند تولید می‌شوند. بااین‌حال، این رفتارها اغلب کمتر در معرض واکنش کیفری قرار می‌گیرند، زیرا مرتکبان آن‌ها از منابع گسترده قدرت برخوردارند (Rothe & Kauzlarich, 2016: 4).

کاربرد این رویکرد در حوزه جنگ بسیار قابل‌توجه است. جنگ‌ها به‌ویژه زمانی که توسط دولت‌های قدرتمند هدایت می‌شوند، نمونه بارزی از وضعیتی هستند که در آن امکان فاصله گرفتن میان زیان اجتماعی و پاسخ کیفری وجود دارد. حقوق بین‌الملل کیفری تلاش کرده است از طریق جرم‌انگاری تجاوز، جنایات جنگی و جنایات علیه بشریت با این وضعیت مقابله کند، اما واقعیت آن است که اجرای این قواعد همواره تحت تأثیر ملاحظات سیاسی قرار داشته است (Kramer & Michalowski, 2005: 446). یکی از عوامل مهم تداوم این وضعیت، توانایی بازیگران قدرتمند در مدیریت ادراک عمومی است. هرچه یک دولت بتواند اقدامات خود را مشروع جلوه دهد، هزینه سیاسی و اجتماعی رفتارهایش کاهش خواهد یافت. در این میان، رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال به ابزاری مهم برای بازتولید یا به چالش کشیدن این مشروعیت تبدیل شده‌اند.

در جنگ رمضان ۲۰۲۶ نیز می‌توان این مسئله را مشاهده کرد. صرف‌نظر از ارزیابی حقوقی ماهیت جنگ، آنچه برای جرم‌شناسی اهمیت دارد، نحوه بازنمایی آن در عرصه

عمومی است. این بازنمایی می‌تواند در تعیین اینکه افکار عمومی یک اقدام را دفاع مشروع، اقدام پیشگیرانه، تجاوز یا جنایت جنگی تلقی کند، نقشی اساسی ایفا نماید.

جرم‌شناسی رسانه و پلتفرم‌های دیجیتال

جرم‌شناسی رسانه یکی از مهم‌ترین تحولات معاصر در سنت جرم‌شناسی انتقادی است. این رویکرد بر این باور است که رسانه‌ها صرفاً منعکس‌کننده واقعیت‌های اجتماعی نیستند، بلکه در تولید و بازتولید آن واقعیت‌ها نقش فعالی ایفا می‌کنند.

مطالعات انجام‌شده در حوزه جرم‌شناسی رسانه نشان می‌دهد که رسانه‌ها از طریق انتخاب سوژه‌ها، نحوه پوشش اخبار، برجسته‌سازی برخی وقایع و نادیده گرفتن برخی دیگر، در شکل‌گیری ادراک عمومی از جرم، مجرم و قربانی تأثیرگذارند. به همین دلیل، فهم پدیده جرم بدون مطالعه رسانه‌ها ناقص خواهد بود (Chen, 2022: 1).

در دهه‌های اخیر، ظهور پلتفرم‌های دیجیتال موجب شده است که این بحث وارد مرحله جدیدی شود. برخلاف رسانه‌های سنتی که ساختار سلسله‌مراتبی داشتند، پلتفرم‌های دیجیتال ظاهراً امکان مشارکت گسترده کاربران را فراهم کرده‌اند. بااین‌حال، تحقیقات متعدد نشان داده‌اند که این فضاها نیز کاملاً خنثی نیستند. الگوریتم‌های توزیع محتوا، سیاست‌های تعدیل محتوا و سازوکارهای اولویت‌بندی اطلاعات می‌توانند بر میزان دیده شدن روایت‌های مختلف تأثیر بگذارند (Chen, 2022: 6). پلتفرم‌ها نه‌تنها تعیین می‌کنند چه محتوایی حذف شود، بلکه مشخص می‌کنند چه محتوایی بیشتر دیده شود. این قدرت در عمل به آنان امکان می‌دهد که در شکل‌دهی به دستورکار عمومی نقش ایفا کنند. درنتیجه، پلتفرم‌های دیجیتال را باید بخشی از ساختار قدرت معاصر دانست، نه صرفاً ابزارهای بی‌طرف ارتباطی.

از منظر جرم‌شناسی رسانه، جنگ‌ها یکی از مهم‌ترین عرصه‌های بروز این قدرت هستند. اخبار، تصاویر، ویدئوها، روایت‌ها و هشتگ‌ها می‌توانند احساسات عمومی را جهت‌دهی کرده و برداشت مردم از مشروعیت یا عدم مشروعیت کاربرد زور را تغییر دهند (Jewkes, 2015: 43-49)؛ بنابراین، پلتفرم‌های سایبری در عصر حاضر به بخشی از میدان نبرد تبدیل شده‌اند؛ میدانی که در آن نه صرفاً سرزمین، بلکه ادراک عمومی مورد منازعه قرار می‌گیرد.

برچسب‌زنی، بازنمایی و ساخت اجتماعی مشروعیت جنگ

یکی دیگر از مفاهیم مهم در جرم‌شناسی انتقادی، نظریه برچسب‌زنی است. این نظریه

بر آن است که انحراف و جرم ویژگی ذاتی رفتارها نیست، بلکه نتیجه واکنش اجتماعی نسبت به آن رفتارهاست (Becker, 1973: 9). بر اساس این دیدگاه، گروه‌های دارای قدرت می‌توانند از طریق برچسب‌گذاری، برخی بازیگران را به‌عنوان تهدید و برخی دیگر را به‌عنوان قربانی معرفی کنند.

در منازعات بین‌المللی، این فرآیند اهمیت ویژه‌ای دارد. دولت‌ها و رسانه‌ها همواره تلاش می‌کنند روایت‌هایی ارائه دهند که در آن اقدامات خود مشروع و اقدامات طرف مقابل نامشروع جلوه کند. به همین دلیل، مفاهیمی نظیر دولت یاغی، تهدید امنیت جهانی، مبارزه با تروریسم یا دفاع پیشدستانه صرفاً توصیف واقعیت نیستند، بلکه ابزارهایی برای شکل‌دهی به افکار عمومی محسوب می‌شوند.

این فرآیند را می‌توان در چارچوب نظریه ساخت اجتماعی واقعیت نیز تحلیل کرد. واقعیت اجتماعی از طریق تعاملات انسانی و نظام‌های معنایی ساخته می‌شود (Berger & Luckmann, 2016: 110). درنتیجه، ادراک مردم از جنگ‌ها بیش از آنکه ناشی از تجربه مستقیم باشد، متأثر از روایت‌هایی است که در رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال بازتولید می‌شود.

در عصر شبکه‌های اجتماعی، این فرآیند شدت بیشتری یافته است. کاربران معمولاً به همه اطلاعات دسترسی ندارند و برداشت خود را بر مبنای محتوایی شکل می‌دهند که الگوریتم‌ها در معرض دید آنان قرار می‌دهند. درنتیجه، پلتفرم‌ها در ساخت واقعیت اجتماعی مربوط به جنگ نقش فعالی پیدا می‌کنند (Svetoka, 2016: 4).

جرم‌زدایی شناختی از جنگ؛ مدل نظری پیشنهادی پژوهش

بر پایه مباحث پیش‌گفته، پژوهش حاضر از مفهوم «جرم‌زدایی شناختی از جنگ» به‌عنوان یک مفهوم تحلیلی بهره می‌گیرد. مقصود از این مفهوم، حذف جرم از قوانین نیست، بلکه کاهش حساسیت اخلاقی و اجتماعی نسبت به رفتارهایی است که بالقوه می‌توانند ناقض قواعد بنیادین حقوق بین‌الملل باشند.

جرم‌زدایی شناختی زمانی رخ می‌دهد که افکار عمومی به‌تدریج یک رفتار خشونت‌آمیز را طبیعی، ضروری یا مشروع تلقی کند، بدون آنکه تغییری در وضعیت حقوقی آن رفتار ایجاد شده باشد. در این حالت، هنجارهای کیفری همچنان وجود دارند، اما ظرفیت آن‌ها برای بسیج افکار عمومی و ایجاد محکومیت اجتماعی کاهش می‌یابد.

در چارچوب نظری این پژوهش، پلتفرم‌های سایبری می‌توانند از طریق چهار سازوکار اصلی در این فرآیند نقش ایفا کنند:

نخست، برجسته‌سازی گزینشی برخی روایت‌ها و به حاشیه راندن برخی دیگر؛
دوم، بازتولید برچسب‌های سیاسی و امنیتی؛
سوم، تأثیرگذاری بر نحوه تعریف قربانی و مهاجم؛
چهارم، ایجاد محیطی که در آن ارزیابی‌های حقوقی جای خود را به واکنش‌های احساسی و هویتی بدهد.

بر این اساس، جرم‌زدایی شناختی از جنگ را می‌توان حلقه اتصال میان جرم‌شناسی انتقادی، جرم‌شناسی رسانه، نظریه برچسب‌زنی و مطالعات جنگ شناختی دانست. این مفهوم تلاش می‌کند توضیح دهد که چگونه در عصر پلتفرم‌های دیجیتال، مشروعیت اجتماعی جنگ می‌تواند مستقل از ارزیابی‌های حقوقی شکل گیرد و چگونه بازنمایی رسانه‌ای قادر است بر کارآمدی هنجارهای حقوق بین‌الملل کیفری تأثیر بگذارد.

درنتیجه، مطالعه نقش پلتفرم‌های سایبری در بازنمایی جنگ رمضان ۲۰۲۶ نه صرفاً مطالعه یک منازعه خاص، بلکه بررسی یکی از مهم‌ترین چالش‌های عدالت کیفری بین‌المللی در عصر دیجیتال است؛ چالشی که در آن قدرت، رسانه و فناوری در فرایند تعریف جرم، قربانی و مشروعیت سیاسی به یکدیگر گره خورده‌اند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع نظری تحلیلی و مبتنی بر روش توصیفی تحلیلی است. هدف پژوهش، بررسی جرم‌شناختی نقش پلتفرم‌های سایبری غربی در فرآیند مشروعیت‌بخشی به جنگ و تضعیف ادراک عمومی نسبت به ماهیت مجرمانه برخی اشکال کاربرد زور در عرصه بین‌المللی است.

گردآوری داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای و اسنادی انجام شده و منابع مورداستفاده شامل اسناد حقوق بین‌الملل، رویه نهادهای بین‌المللی، گزارش‌های سازمان‌های بین‌المللی، سیاست‌های عمومی پلتفرم‌های دیجیتال، مطالعات جرم‌شناختی، پژوهش‌های حوزه رسانه و ادبیات نظری مرتبط با جنگ شناختی و مدیریت ادراک عمومی است.

در این پژوهش، جنگ رمضان ۲۰۲۶ میان ایالات متحده آمریکا، اسرائیل و جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان مطالعه موردی و بستر تحلیلی انتخاب شده است. هدف از انتخاب این مطالعه موردی نه ارائه تحلیل تجربی محتوای پلتفرم‌ها، بلکه ارزیابی ظرفیت تبیینی نظریه‌های جرم‌شناسی انتقادی در تحلیل نقش پلتفرم‌های دیجیتال در بازنمایی جنگ و شکل‌دهی به ادراک عمومی است.

روش تحلیل داده‌ها مبتنی بر تحلیل مفهومی و تحلیل انتقادی گفتمان بوده و یافته‌های پژوهش از رهگذر تطبیق ادبیات جرم‌شناسی انتقادی، نظریه برچسب‌زنی، نظریه ساخت اجتماعی واقعیت، جرم‌شناسی رسانه و نظریه جرائم قدرتمندان با تحولات جنگ رمضان استخراج شده است.

بنابراین نتایج پژوهش حاضر ناظر به ارائه الگویی نظری برای فهم سازوکارهای جرم‌زدایی اجتماعی و شناختی از جنگ در عصر پلتفرم‌های دیجیتال است و ادعای سنجش تجربی یا آماری رفتار کاربران شبکه‌های اجتماعی را ندارد.

یافته‌های پژوهش

۱. پلتفرم‌های سایبری به‌مثابه بازیگران تولید معنا در منازعات بین‌المللی

پلتفرم‌های سایبری در جهان معاصر دیگر صرفاً ابزارهای انتقال اطلاعات نیستند، بلکه به بازیگران مؤثر در تولید معنا، شکل‌دهی به ادراک عمومی و بازسازی واقعیت اجتماعی تبدیل شده‌اند. در رویکردهای سنتی ارتباطات، رسانه‌ها عمدتاً واسطه انتقال پیام تلقی می‌شدند، اما گسترش شبکه‌های اجتماعی و سامانه‌های الگوریتمی موجب شده است که این پلتفرم‌ها نقش فعالی در تعیین موضوعات قابل مشاهده، روایت‌های غالب و چارچوب‌های تفسیری ایفا کنند.

بررسی تحولات مرتبط با جنگ رمضان ۲۰۲۶ نشان می‌دهد که بخش مهمی از برداشت عمومی نسبت به این جنگ نه از طریق مشاهده مستقیم وقایع، بلکه از طریق روایت‌هایی شکل گرفته است که در محیط‌های دیجیتال بازتولید شده‌اند. به همین دلیل، رقابت میان طرف‌های درگیر تنها در میدان نظامی رخ نداده، بلکه در عرصه تولید و مدیریت ادراک عمومی نیز جریان داشته است.

از منظر جرم‌شناسی انتقادی، این تحول بیانگر انتقال بخشی از قدرت تعریف جرم، قربانی و مسئولیت از نهادهای سنتی به بازیگران فناوری است. بدین ترتیب، پلتفرم‌های سایبری به بخشی از ساختار قدرت معاصر تبدیل شده‌اند؛ ساختاری که قادر است بر نحوه فهم افکار عمومی از مشروعیت یا عدم مشروعیت کاربرد زور تأثیر بگذارد.

۲. بازنمایی گزینشی جنگ و شکل‌گیری نابرابری شناختی

یکی از مهم‌ترین سازوکارهای تأثیرگذاری پلتفرم‌های سایبری، بازنمایی گزینشی رویدادهاست. در عمل، همه ابعاد یک منازعه نظامی به یک میزان در معرض دید مخاطبان قرار نمی‌گیرد. برخی تصاویر، روایت‌ها و تحلیل‌ها برجسته می‌شوند و

برخی دیگر کمتر دیده می‌شوند یا در حاشیه قرار می‌گیرند. این وضعیت را می‌توان نوعی نابرابری شناختی دانست. همان‌گونه که توزیع قدرت اقتصادی و سیاسی در سطح جهانی نابرابر است، دسترسی گروه‌های مختلف به امکان تولید و توزیع روایت نیز نابرابر است. این نابرابری می‌تواند بر نحوه قضاوت افکار عمومی درباره یک جنگ تأثیر بگذارد.

مطالعه موردی جنگ رمضان نشان می‌دهد که رقابت اصلی میان طرف‌های درگیر تنها بر سر کنترل سرزمین یا توان نظامی نبوده، بلکه بر سر کنترل روایت نیز جریان داشته است. هر یک از بازیگران تلاش کرده‌اند از طریق رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال، چارچوب تفسیری مطلوب خود را بر افکار عمومی تحمیل کنند. درنتیجه، مخاطبان جهانی غالباً با واقعیت خالص جنگ مواجه نبوده‌اند، بلکه با نسخه‌ای بازنمایی‌شده از آن مواجه شده‌اند.

۳. نقش برچسب‌زنی در بازتعریف مهاجم و قربانی

طرف‌های درگیر همواره تلاش می‌کنند خود را در جایگاه قربانی و طرف مقابل را در جایگاه تهدید معرفی کنند. این فرآیند از طریق مفاهیمی نظیر دفاع مشروع، مبارزه با تروریسم، حفاظت از امنیت ملی یا مقابله با تهدیدات منطقه‌ای صورت می‌گیرد.

تحلیل نظری جنگ رمضان نشان می‌دهد که پلتفرم‌های سایبری به بستری برای بازتولید این برچسب‌ها تبدیل شده‌اند. در چنین فضایی، مشروعیت یا عدم مشروعیت یک اقدام نظامی صرفاً بر مبنای معیارهای حقوقی ارزیابی نمی‌شود، بلکه تحت تأثیر برچسب‌هایی قرار می‌گیرد که پیرامون آن اقدام شکل گرفته است.

از این منظر، جنگ معاصر صرفاً جنگ بر سر منابع یا قلمرو نیست، بلکه جنگ بر سر تعریف واقعیت نیز هست. هر بازیگری که بتواند روایت خود را به روایت غالب تبدیل کند، در شکل‌دهی به ادراک عمومی موفق‌تر خواهد بود.

۴. پلتفرم‌های دیجیتال و بازتولید قدرت در عرصه جهانی

پلتفرم‌های سایبری بخشی از ساختار قدرت جهانی هستند و نمی‌توان آن‌ها را نهادهایی کاملاً خنثی تلقی کرد. هرچند این پلتفرم‌ها خود را به‌عنوان محیط‌هایی برای تبادل آزاد اطلاعات معرفی می‌کنند، اما واقعیت آن است که عملکرد آن‌ها متأثر از ساختارهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی گسترده‌تری است که در آن فعالیت می‌کنند.

جرم‌شناسی انتقادی همواره بر این نکته تأکید داشته است که قدرت نه‌تنها از طریق ابزارهای رسمی، بلکه از طریق کنترل گفتمان نیز اعمال می‌شود. در عصر دیجیتال،

این کنترل تا حد زیادی از طریق سازوکارهای الگوریتمی، سیاست‌های تعدیل محتوا و نظام‌های اولویت‌بندی اطلاعات اعمال می‌شود.

در مطالعه موردی جنگ رمضان مشاهده می‌شود که مسئله اصلی صرفاً انتشار یا عدم انتشار اطلاعات نیست، بلکه نحوه دیده شدن اطلاعات نیز اهمیت دارد. قدرت واقعی پلتفرم‌ها در این است که می‌توانند تعیین کنند چه موضوعی به مسئله اصلی افکار عمومی تبدیل شود و چه موضوعی در حاشیه باقی بماند.

۵. شکل‌گیری فرآیند جرم‌زدایی شناختی از جنگ

مهم‌ترین یافته نظری پژوهش حاضر، شناسایی فرآیندی است که می‌توان از آن با عنوان جرم‌زدایی شناختی از جنگ یاد کرد. مقصود از این مفهوم آن نیست که جنگ ازنظر حقوقی دیگر جرم محسوب نمی‌شود، بلکه منظور کاهش حساسیت اجتماعی و اخلاقی نسبت به رفتارهایی است که ممکن است ناقض قواعد بنیادین حقوق بین‌الملل باشند.

جرم‌زدایی شناختی زمانی رخ می‌دهد که افکار عمومی به‌تدریج یک رفتار خشونت‌آمیز را طبیعی، اجتناب‌ناپذیر یا مشروع تلقی کند. در چنین وضعیتی، هرچند قواعد حقوقی همچنان پابرجا هستند، اما ظرفیت آن‌ها برای ایجاد محکومیت اجتماعی کاهش می‌یابد.

تحلیل جنگ رمضان نشان می‌دهد که در عصر پلتفرم‌های دیجیتال، این فرآیند بیش از گذشته اهمیت یافته است. حجم گسترده اطلاعات، سرعت انتشار محتوا و رقابت شدید روایت‌ها می‌توانند موجب شود که ارزیابی‌های حقوقی به حاشیه رانده‌شده و جای خود را به برداشت‌های احساسی، سیاسی یا هویتی بدهد.

از منظر جرم‌شناسی انتقادی، این وضعیت یکی از مهم‌ترین چالش‌های عدالت کیفری بین‌المللی محسوب می‌شود؛ زیرا اجرای مؤثر قواعد حقوق بین‌الملل تا حد زیادی به وجود حساسیت عمومی نسبت به نقض آن‌ها وابسته است.

۶. تضعیف کارکرد هنجارهای حقوق بین‌الملل کیفری

گسترش رقابت‌های شناختی در فضای سایبری می‌تواند بر کارآمدی هنجارهای حقوق بین‌الملل کیفری تأثیر بگذارد. جرم‌انگاری تجاوز، جنایات جنگی و جنایات علیه بشریت صرفاً باهدف مجازات مرتکبان صورت نگرفته، بلکه هدف مهم‌تر آن ایجاد اجماع اخلاقی و سیاسی جهانی علیه این رفتارها بوده است.

هرگاه بازنمایی رسانه‌ای جنگ موجب شود که افکار عمومی از ارزیابی حقوقی

رفتارهـا فاصلـه بگیـرد، ظرفیـت بازدارندگـی ایـن هنجارهـا نیـز کاهـش خواهـد یافـت. به‌بیان‌دیگـر، حتـی در شـرایطی کـه قواعـد حقوقـی تغییـری نکرده‌انـد، تغییـر در ادراک عمومـی می‌توانـد کارکـرد عملـی آن‌هـا را تضعیـف کنـد.

در ایـن چارچـوب، پلتفرم‌هـای دیجیتـال بـه یکی از عوامـل مؤثر در سرنوشـت هنجارهای بین‌المللـی تبدیـل شـده‌اند؛ زیـرا نحـوه بازنمایـی جنـگ در ایـن فضاهـا می‌توانـد بـر میـزان حمایـت یـا مخالفـت افـکار عمومـی بـا اجـرای قواعـد حقـوق بین‌الملـل تأثیرگـذار باشـد.

۷. ظهور میدان جدیدی از منازعه در عصر دیجیتال

آخریـن یافتـه پژوهـش نشـان می‌دهـد کـه در قـرن بیسـت و یکـم، جنگ‌هـا صرفـاً در زمیـن، دریـا و هـوا جریـان ندارنـد، بلکـه فضـای سـایبری نیـز بـه میـدان مسـتقلی از منازعـه تبدیـل شـده اسـت. در ایـن میـدان، هـدف اصلـی نـه نابـودی فیزیکی دشـمن، بلکـه تأثیرگذاری بـر ادراک، قضـاوت و حافظـه جمعـی جوامـع اسـت.

در چنیـن شـرایطی، موفقیـت در جنـگ صرفـاً بـه تـوان نظامـی وابسـته نیسـت، بلکـه بـه توانایـی شـکل‌دهی بـه روایت‌هـا نیـز بسـتگی دارد. ازایـن‌رو، مطالعـه جنگ‌هـای معاصـر بـدون توجـه بـه نقـش پلتفرم‌هـای سـایبری، تصویـری ناقـص از واقعیـت ارائـه خواهـد داد.

بـر اسـاس یافته‌هـای پژوهـش، پلتفرم‌هـای دیجیتـال امـروزه بخشـی از سـاختار تولیـد مشـروعیت در نظـام بین‌الملـل هسـتند و نقـش آن‌هـا در بازنمایـی جنـگ می‌توانـد بـر برداشـت عمومـی از جـرم، قربانـی، مسـئولیت و عدالـت تأثیـر بگـذارد. بـه همیـن دلیـل، فهـم آینـده عدالـت کیفـری بین‌المللـی مسـتلزم توجـه هم‌زمـان بـه تحـولات حقوقـی، سیاسـی و فناورانـه اسـت.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهـش حاضـر باهـدف تحلیـل جرم‌شـناختی نقـش پلتفرم‌هـای سـایبری در بازنمایـی جنـگ و شـکل‌دهی بـه ادراک عمومـی از مشـروعیت کاربـرد زور، بـا مطالعـه مـوردی جنـگ رمضـان ۲۰۲۶ علیـه ایـران، در چارچـوب جرم‌شناسـی انتقـادی و حقـوق بین‌الملـل کیفـری انجـام شـد. مسـئله اصلـی پژوهـش آن بـود کـه پلتفرم‌هـای دیجیتـال در عصـر جدیـد تـا چـه انـدازه در فرآینـد بازنمایـی جنـگ و تأثیرگـذاری بـر برداشـت عمومـی از مشـروعیت یـا عـدم مشـروعیت کاربـرد زور نقـش ایفـا می‌کننـد و ایـن نقـش چـه پیامدهایـی بـرای عدالـت کیفری بین‌المللـی دارد. بررسـی مبانـی نظـری، ادبیـات جرم‌شناسـی انتقـادی، مطالعـات جرائـم دولت‌هـا، جرم‌شناسـی رسـانه و همچنیـن هنجارهـای حقـوق بین‌الملـل کیفـری نشـان داد

که تحلیل جنگ‌های معاصر بدون توجه به نقش ساختارهای ارتباطی و پلتفرم‌های سایبری، تحلیلی ناقص و محدود خواهد بود.

مهم‌ترین دستاورد پژوهش حاضر آن است که نشان می‌دهد در جهان معاصر، پلتفرم‌های دیجیتال صرفاً ابزارهای انتقال اطلاعات نیستند، بلکه به بخشی از سازوکار تولید مشروعیت سیاسی و حقوقی تبدیل شده‌اند. درگذشته، دولت‌ها عمدتاً از طریق رسانه‌های رسمی و نهادهای تبلیغاتی درصدد شکل‌دهی به افکار عمومی برمی‌آمدند، اما امروزه پلتفرم‌های سایبری در مقیاسی فراملی و با سرعتی بی‌سابقه در فرآیند تولید، توزیع و بازتولید روایت‌ها مداخله می‌کنند. ازاین‌رو، قدرت در عصر دیجیتال صرفاً در اختیار دولت‌ها نیست، بلکه میان دولت‌ها، شرکت‌های فناوری، رسانه‌های بین‌المللی و شبکه‌های اجتماعی توزیع شده است. این تحول موجب شده است که جنگ‌های معاصر علاوه بر میدان‌های نظامی، در میدان‌های شناختی و رسانه‌ای نیز جریان داشته باشند.

یکی از مهم‌ترین کارکردهای پلتفرم‌های سایبری، بازنمایی گزینشی واقعیت‌های جنگی است. هر جنگی مشتمل بر مجموعه‌ای پیچیده از رویدادها، تلفات انسانی، اقدامات نظامی، واکنش‌های سیاسی و پیامدهای اجتماعی است؛ اما آنچه در معرض دید افکار عمومی قرار می‌گیرد، همواره بخشی از این واقعیت پیچیده است. این گزینش نه لزوماً از طریق سانسور مستقیم، بلکه از رهگذر اولویت‌بندی محتوا، برجسته‌سازی برخی روایت‌ها، حاشیه‌راندن برخی دیگر و تأثیر الگوریتم‌های توزیع اطلاعات صورت می‌گیرد. درنتیجه، مخاطبان جهانی غالباً با واقعیت کامل جنگ مواجه نمی‌شوند، بلکه با نسخه‌ای بازنمایی‌شده از آن روبه‌رو هستند. این یافته با دیدگاه‌های جرم‌شناسی انتقادی درباره نقش قدرت در تولید معنا و شکل‌دهی به ادراک اجتماعی همخوانی دارد.

در جنگ‌های معاصر بازیگران مختلف تلاش می‌کنند از طریق مفاهیم و برچسب‌هایی همچون «دفاع مشروع»، «مبارزه با تروریسم»، «حفظ امنیت منطقه‌ای» یا «دفاع از صلح»، اقدامات خود را توجیه و اقدامات طرف مقابل را نامشروع معرفی کنند. پلتفرم‌های سایبری به دلیل نقش گسترده در گردش اطلاعات، بستر اصلی بازتولید این برچسب‌ها محسوب می‌شوند؛ بنابراین، جنگ معاصر را باید علاوه بر نزاع نظامی، نزاعی بر سر تعریف واقعیت و تصاحب مشروعیت نیز دانست.

پلتفرم‌های سایبری می‌توانند به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در فرایند کاهش هزینه‌های سیاسی و اجتماعی اقدامات دولت‌های قدرتمند نقش ایفا کنند. جرم‌شناسان انتقادی سال‌هاست بر این نکته تأکید دارند که بسیاری از شدیدترین آسیب‌های

انسانی ناشی از رفتار دولت‌ها و بازیگران قدرتمند است، اما این رفتارها به دلایل مختلف کمتر در معرض واکنش کیفری و اجتماعی قرار می‌گیرند. پژوهش حاضر این ادبیات را به حوزه فضای دیجیتال گسترش می‌دهد و نشان می‌دهد که در عصر پلتفرم‌ها، مدیریت ادراک عمومی به یکی از عوامل مؤثر در تداوم این وضعیت تبدیل شده است. هرچه یک بازیگر سیاسی بتواند روایت مطلوب خود را به روایت غالب تبدیل کند، احتمال مواجهه او با واکنش‌های منفی داخلی و بین‌المللی کاهش می‌یابد.

یکی از مهم‌ترین نتایج نظری پژوهش، تبیین مفهوم جرم‌زدایی شناختی از جنگ است. این مفهوم در پژوهش حاضر به معنای حذف وصف مجرمانه از رفتارها در نظام حقوقی نیست، بلکه ناظر بر فرایندی است که طی آن حساسیت اجتماعی و اخلاقی نسبت به رفتارهای بالقوه ناقض حقوق بین‌الملل کاهش می‌یابد. در چنین وضعیتی، هنجارهای حقوقی همچنان پابرجا هستند، اما ظرفیت آن‌ها برای ایجاد محکومیت اجتماعی و فشار افکار عمومی تضعیف می‌شود. پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بازنمایی‌های رسانه‌ای و پلتفرمی می‌توانند در شکل‌گیری چنین فرایندی نقش داشته باشند. هنگامی‌که یک جنگ به‌طور مستمر در قالب مفاهیم امنیتی، سیاسی یا ایدئولوژیک بازتعریف شود، ارزیابی‌های حقوقی به‌تدریج در حاشیه قرار می‌گیرند و افکار عمومی بیشتر بر مبنای تعلقات هویتی و سیاسی قضاوت می‌کند.

این نتیجه از منظر حقوق بین‌الملل کیفری نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. فلسفه جرم‌انگاری تجاوز، جنایات جنگی و جنایات علیه بشریت صرفاً مجازات مرتکبان نیست، بلکه ایجاد یک اجماع جهانی درباره نامشروع بودن این رفتارهاست. کارآمدی هنجارهای حقوق بین‌الملل کیفری تا حد زیادی به حمایت افکار عمومی جهانی وابسته است. هرگاه فرایندهای رسانه‌ای و شناختی موجب کاهش حساسیت عمومی نسبت به این جرائم شوند، ظرفیت بازدارندگی هنجارهای بین‌المللی نیز کاهش خواهد یافت؛ بنابراین، یکی از مهم‌ترین چالش‌های عدالت کیفری بین‌المللی در قرن بیست و یکم، نه صرفاً ضعف سازوکارهای قضایی، بلکه رقابت شدید روایت‌ها در فضای دیجیتال است.

از حیث نوآوری نظری، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که مفهوم جرم در عصر دیجیتال را نمی‌توان صرفاً در چارچوب قواعد حقوقی یا ساختارهای سیاسی تحلیل کرد. امروزه فرایندهای رسانه‌ای و فناورانه نیز در شکل‌دهی به ادراک عمومی از جرم و مشروعیت نقش تعیین‌کننده دارند. از این منظر، مقاله حاضر می‌کوشد میان جرم‌شناسی انتقادی،

جرم‌شناسی رسانه، مطالعات جنگ شناختی و حقوق بین‌الملل کیفری پیوند برقرار کند و چارچوبی میان‌رشته‌ای برای تحلیل جنگ‌های معاصر ارائه دهد.

باوجوداین، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است. نخست آنکه پژوهش از نوع نظری تحلیلی است و بر تحلیل مفهومی، اسنادی و انتقادی استوار است؛ ازاین‌رو، یافته‌های آن مبتنی بر داده‌های تجربی گسترده از محتوای منتشرشده در پلتفرم‌های دیجیتال نیست. دوم آنکه به دلیل استمرار تحولات سیاسی و رسانه‌ای مرتبط با جنگ رمضان ۲۰۲۶ و فقدان دسترسی کامل به برخی داده‌های اختصاصی پلتفرم‌ها، امکان ارزیابی دقیق همه ابعاد تأثیرگذاری الگوریتم‌ها فراهم نبوده است. سوم آنکه بخش قابل‌توجهی از سازوکارهای تصمیم‌گیری در شرکت‌های فناوری به دلیل محرمانه بودن، برای پژوهشگران قابل‌مشاهده نیست و این امر تحلیل دقیق نقش آن‌ها را با دشواری مواجه می‌کند.

بر همین اساس، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با استفاده از روش‌های تجربی، به تحلیل محتوای پست‌ها، تصاویر و روایت‌های منتشرشده در پلتفرم‌های مختلف درباره جنگ‌های معاصر بپردازند. همچنین انجام مطالعات تطبیقی میان بازنمایی جنگ رمضان ۲۰۲۶، جنگ اوکراین و جنگ غزه می‌تواند به شناخت دقیق‌تر الگوهای بازنمایی رسانه‌ای و تأثیر آن‌ها بر افکار عمومی کمک کند. از منظر حقوقی نیز بررسی مسئولیت احتمالی پلتفرم‌های دیجیتال در قبال انتشار یا برجسته‌سازی محتواهای مرتبط با جنگ، موضوعی است که نیازمند پژوهش‌های مستقل و عمیق‌تر است.

درمجموع، پژوهش حاضر به این نتیجه می‌رسد که در عصر دیجیتال، جنگ‌ها تنها در میدان‌های نظامی تعیین تکلیف نمی‌شوند، بلکه در میدان‌های شناختی و رسانه‌ای نیز مورد منازعه قرار می‌گیرند. پلتفرم‌های سایبری به بخشی از ساختار قدرت جهانی تبدیل شده‌اند و نقش آن‌ها در بازنمایی جنگ می‌تواند بر برداشت عمومی از مشروعیت کاربرد زور، کارآمدی هنجارهای حقوق بین‌الملل کیفری و حتی امکان پاسخگویی مرتکبان جرائم بین‌المللی تأثیر بگذارد. ازاین‌رو، هرگونه تحلیل جرم‌شناختی یا حقوقی از جنگ‌های معاصر که نقش پلتفرم‌های دیجیتال را نادیده بگیرد، تصویری ناقص از واقعیت ارائه خواهد داد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

خواجه نوری، نسترن و رویا آسیایی (۱۴۰۳). جرم، رسانه و جرم‌شناسی انتقادی، *فصلنامه تحقیقات حقوقی*، ۲۷ (۲)، ۲۰۲ـ۱۸۷. doi:10.48308/jlr.2024.234343.2651

رایجیان اصلی، مهرداد (۱۳۹۸). *درآمدی بر جرم‌شناسی*، چاپ دوم. تهران: انتشارات سمت.

نجفی ابرندآبادی، علی‌حسین (۱۴۰۳). جرم‌شناسی در آغاز هزاره سوم، در: نجفی ابرندآبادی، علی‌حسین و هاشم‌بیکی، حمید، *دانشنامه جرم‌شناسی*. چاپ هفتم. تهران: انتشارات گنج دانش.

Alsharairi, A., Al-Souob, H. A.-R., AlQadi, M. F., & Shatnawi, S. M. (2025). Social Media Communication and Framing of the Gaza Conflict: Impact on Public Opinion. Journal of Intercultural Communication, 25(3), 73-82. https://doi.org/10.36923/jicc.v25i3.1153

Barak, G. (2013). Media, Process, and the Social Construction of Crime: Studies in Newsmaking Criminology. Routledge.

Becker, H. S. (1973). Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance. Free Press.

Berger, P., & Luckmann, T. (2016). The Social Construction of Reality. In Social Theory Re-Wired (pp. 110-122). Routledge.

Cassese, A. (2011). International Criminal Law: Cases and Commentary. Oxford University Press.

Chen, L., Chen, J., & Xia, C. (2022). Social Network Behavior and Public Opinion Manipulation. Journal of Information Security and Applications, 64. https://doi.org/10.1016/j.jisa.2021.103060

Cohen, S. (2011). Folk Devils and Moral Panics. Routledge.

Cryer, R., Friman, H., Robinson, D., & Wilmshurst, E. (2014). An Introduction to International Criminal Law and Procedure. Cambridge University Press.

DeKeseredy, W. S., & Dragiewicz, M. (2018). Introduction: Critical Criminology—Past, Present, and Future. In Routledge Handbook of Critical Criminology (pp. 1-12). Routledge.

Green, P., & Ward, T. (2004). State Crime: Governments, Violence and Corruption. Pluto Books.

Herman, E. S., & Chomsky, N. (2002). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books.

Jewkes, Y. (2015). Media and Crime. SAGE Publications.

Khajeh Noori, N., & Asiaei, R. (2024). Crime, Media, and Critical Criminology. Legal Research Quarterly, 27(2), 187-202. https://doi.org/10.48308/jlr.2024.234343.2651. **[In Persian]**

Kramer, R. C., & Michalowski, R. J. (2005). War, Aggression and State Crime: A Criminological Analysis of the Invasion and Occupation of Iraq. British Journal of Criminology, 45(4), 446-469.

Marigliano, R., Ng, L. H. X., & Carley, K. M. (2024). Analyzing Digital Propaganda and Conflict Rhetoric: A Study on Russia's Bot-Driven Campaigns and Counter-Narratives During the Ukraine Crisis. Social Network Analysis and Mining, 14(1), 170. https://doi.org/10.1007/s13278-024-01322-w

Massa, A., & Anzera, G. (2023). The Platformization of Military Communication: The Digital Strategy of the Israel Defense Forces on Twitter. Media, War & Conflict, 16(3), 364-382.

Najafi Abrandabadi, A.-H. (2024). Criminology at the Beginning of the Third Millennium. In A.-H. Najafi Abrandabadi & H. Hashembiki (Eds.), Encyclopedia of Criminology (7th ed.). Tehran: Ganj-e Danesh Publications. **[In Persian]**

Rajiyan Asli, M. (2019). An Introduction to Criminology (2nd ed.). Tehran: SAMT Publications. **[In Persian]**

Rothe, D., & Kauzlarich, D. (2016). Crimes of the Powerful: An Introduction. Routledge.

Svetoka, S. (2016). Social Media as a Tool of Hybrid Warfare. NATO Strategic Communications Centre of Excellence.

Taylor, I., Walton, P., & Young, J. (1973). The New Criminology: For a Social Theory of Deviance. Routledge.

Taylor, I., Walton, P., & Young, J. (Eds.). (2013). Critical Criminology (Routledge Revivals). Routledge.

Ward, T., & Green, P. (2000). Legitimacy, Civil Society, and State Crime. Social Justice, 27(4), 76-93.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 185 - 217
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.579644.1107
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

Media in the Hyperreality of the Twelve-Day Iran-Israel War

Amir Garousi, *Ph.D. Candidate in media management,, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: Garousi@ut.ac.ir*

Hakem Ghasemi, *Professor of Political Sciences, Faculty of Social Sciences, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran. (Corresponding Author) Ghasemi@ikiu.ac.ir*

Extended Abstract

Introduction: Contemporary armed conflicts are no longer merely military events but increasingly mediated phenomena in which meaning and public experience are constructed through signs, images, and narratives. Drawing on Jean Baudrillard's theory of simulation and hyperreality—particularly his argument that *"the Gulf War did not take place"*—this study examines how media outlets did not simply represent the battlefield realities of the 12-day Iran-Israel war (June 13-25, 2025) but actively produced distinct media realities. Baudrillard argued that, in the media age, representations become detached from their referents and acquire an autonomous existence in which the boundary between reality and simulation becomes increasingly blurred. Building on this perspective, the study asks: How did Iranian, Israeli, and international media construct hyperreality through language, imagery, and narrative reproduction? Which frames dominated each media cluster, and what do the three proposed indices—Self-Referentiality (SR), Narrative Reproduction Rate (NRR), and Narrative-Reality Gap (NRG)—reveal about the relationship between media representations and battlefield realities? The principal contribution of this study lies in translating Baudrillard's abstract theoretical concepts into measurable analytical indicators, thereby enabling a comparative mixed-methods analysis of media representation during an intensive, short-term armed conflict.

Methods: The study employed a mixed-methods design combining Critical Discourse Analysis (CDA) with computational text analysis. The corpus consisted of 150 news headlines (50 from each cluster) collected from three media groups: Iranian state-affiliated media (IRNA, ISNA, Press TV, and *Tehran Times*), Israeli media (*The Jerusalem Post*, *The Times of Israel*, Ynet, and *Israel Hayom*), and international news organizations (Reuters, Al Jazeera English, France 24, and the Associated Press). The sampling period extended from June 11 to July 1, 2025, covering the conflict together with a two-day pre-war period and a five-day post-ceasefire period. Headlines were selected through purposive sampling using relevance keywords and maximum temporal variation.

Nine analytical frames were identified: Resistance/Heroic Action, Defense/Security, Technological Superiority, Humanitarian Cost, International Legality, Diplomacy/De-escalation, Escalation/Threat, Blame Attribution, and Victory/Minimization of Losses. Each headline could receive multiple frame codes. Three hyperreality indices were calculated: Self-Referentiality (SR), Narrative Reproduction Rate (NRR), and Narrative-Reality Gap (NRG). Independent field reality was defined as facts corroborated by at least two independent and non-aligned sources. Computational analysis was conducted using VOSviewer for keyword

co-occurrence networks and Microsoft Excel for descriptive statistical analysis.
Findings: The analysis revealed substantial differences among the three media clusters. Iranian media exhibited the highest Narrative Reproduction Rate (5.4 per day) and the largest Narrative-Reality Gap (27%). Coverage was dominated by the Resistance/Heroic Action frame, emphasizing symbolic victory and martyrdom while minimizing domestic losses. Self-Referentiality was also high (42%), with many reports relying primarily on official statements or previously published domestic media reports.
Israeli media demonstrated a similarly high level of Self-Referentiality (38%) and a Narrative-Reality Gap of 25%. Coverage primarily emphasized Defense/Security and Technological Superiority, highlighting the effectiveness of missile interception systems and deterrence capabilities while downplaying operational failures.
International media showed the lowest Self-Referentiality (21%) and the smallest Narrative-Reality Gap (15%). Their coverage focused predominantly on Humanitarian Cost and Diplomacy/Ceasefire. Nevertheless, this cluster also displayed identifiable narrative patterns by framing the conflict primarily as a humanitarian crisis requiring international management rather than as a sequence of military operations.
Keyword co-occurrence analysis revealed three distinct semantic structures corresponding to the three media clusters. International media were characterized by terms such as *civilian*, *children*, *casualty*, and *aid*; Israeli media by *defense*, *interception*, *Iron Dome*, and *deterrence*; and Iranian media by *resistance*, *martyr*, *victory*, and *missile*. These findings indicate that each media cluster constructed a relatively self-contained hyperreality in which media representations acquired a degree of autonomy from battlefield events.
Conclusion: The findings demonstrate that the 12-day Iran-Israel war unfolded not only on the battlefield but also within competing media narratives. Consistent with Baudrillard's theory of hyperreality, the examined media outlets did not simply report events but actively constructed mediated realities that shaped public interpretation of the conflict. Iranian media emphasized heroic resistance and symbolic victory, Israeli media foregrounded technological superiority and legitimate self-defense, while international media primarily framed the conflict through humanitarian and diplomatic perspectives.
The three proposed indices—Self-Referentiality, Narrative Reproduction Rate, and Narrative-Reality Gap—proved useful for operationalizing the concept of hyperreality in comparative media research. Nevertheless, the study is subject to several limitations, including the relatively small sample of headlines, the short duration of the conflict examined, and the absence of direct Hebrew-language analysis. Future research should examine the causal effects of hyperreal narratives on audience perceptions, compare conflicts of different durations, and trace the evolution of dominant narratives across traditional media, social media, and user-generated content. Overall, the study highlights the importance of media literacy and transparent journalistic practices in an era in which mediated representations increasingly shape public understandings of armed conflict.

Keywords: Baudrillard; hyperreality; simulation; media framing; twelve-day Iran-Israel war; narrative competition; discourse analysis

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۲۱۷ - ۱۸۵
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 185 - 217
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.579644.1107
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

رسانه‌ها و خلق فراواقعیت جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل

امیر گروسی[۱]، حاکم قاسمی[۲]

چکیده

این پژوهش با اتکا به نظریه شبیه‌سازی و فراواقعیت ژان بودریار، به تحلیل نقش رسانه‌ها در بازنمایی جنگ دوازده‌روزه ایران اسرائیل (خرداد و تیر ۱۴۰۴) می‌پردازد. پرسش اصلی آن است که چگونه رسانه‌ها نه به‌عنوان بازتاب واقعیت میدانی، بلکه به‌عنوان سازندگان فعال واقعیت عمل کرده‌اند. داده‌ها شامل تیترهای خبری سه خوشه رسانه‌ای است: رسانه‌های ایرانی (ایرنا، ایسنا، پرس‌تی‌وی، تهران‌تایمز)، رسانه‌های اسرائیلی (جروزالم پست، تایمز آو اسرائیل، وای‌نت، اسرائیل هیوم) و رسانه‌های بین‌المللی (رویترز، الجزیره، فرانس ۲۴ و آسوشیتدپرس). روش تحقیق ترکیبی بوده است: نخست، تحلیل گفتمان انتقادی (CDA) برای کشف دال‌های مرکزی و قاب‌های معنایی به‌کار گرفته شد؛ سپس تحلیل محاسباتی متن با بهره‌گیری از سه شاخص خودارجاعی (SR)، نرخ تکثیر روایت (NRR) و شکاف روایت واقع (NRG) انجام شد. در اساس ۱۵۰ تیتر (۵۰ تیتر در هر خوشه) مشخص شد رسانه‌های ایرانی بالاترین نرخ تکثیر روایت (۵/۴) و بیشترین شکاف روایت واقع (۲۷ درصد) را داشتند؛ بازتابی از گفتمان مقاومت و برجسته‌سازی پیروزی. رسانه‌های اسرائیلی با خودارجاعی بالا (۳۸ درصد) و شکاف متوسط (۲۵ درصد) بیشتر بر کوچک‌نمایی خسارات و تأکید بر بازدارندگی نظامی تمرکز کردند. رسانه‌های بین‌المللی با خودارجاعی پایین‌تر (۲۱ درصد) و شکاف محدودتر (۱۵ درصد)، عمدتاً ابعاد انسانی و دیپلماتیک را برجسته ساختند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که مطابق دیدگاه بودریار، جنگ‌های معاصر بیش از آنکه در میدان نبرد تعیین شوند، در عرصه نشانه‌ها و تصاویر ساخته می‌شوند. نوآوری اصلی پژوهش، عملیاتی‌سازی مفاهیم بودریاری در قالب شاخص‌های کمی و پیوند آن‌ها با تحلیل زبانی است؛ بدین‌ترتیب، فراواقعیت از یک مفهوم انتزاعی به ابزاری تحلیلی برای فهم ادراک عمومی و مشروعیت سیاسی در منازعات کوتاه‌مدت تبدیل می‌شود.

واژگان کلیدی

بودریار، فراواقعیت، شبیه‌سازی، قاب‌بندی رسانه‌ای، جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل، رقابت روایت‌ها، تحلیل گفتمان.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۱۰

۱. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Garousi@ut.ac.ir

۲. استاد گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران (نویسنده مسئول). Ghasemi.ikiu.ac.ir

مقدمه

در دهه‌های اخیر، جنگ‌ها و منازعات مسلحانه دیگر صرفاً رخدادهایی در میدان نبرد نیستند، بلکه به‌طور فزاینده‌ای به رخدادهایی رسانه‌ای تبدیل شده‌اند که معنا و تجربه آن‌ها از خلال نشانه‌ها، تصاویر و روایت‌ها ساخته می‌شود. در چنین شرایطی، جنگ نه‌فقط واقعیتی نظامی، بلکه پدیده‌ای نمادین و بازنمایی شده است؛ پدیده‌ای که در آن رسانه‌ها نقش بنیادی در شکل‌دهی به ادراک افکار عمومی و حتی تصمیم‌گیری‌های سیاسی ایفا می‌کنند. جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل در خرداد و تیر ماه ۱۴۰۴، نمونه بارزی از این وضعیت بود. اگرچه این درگیری در عرصه نظامی شامل تبادل حملات موشکی، پهپادی و هوایی بود، اما در سطح رسانه‌ای به‌سرعت به یک میدان رقابت روایت‌ها بدل شد؛ میدانی که در آن ایران، اسرائیل و رسانه‌های بین‌المللی هر یک تلاش کردند تصویری خاص از واقعیت بسازند و بازنمایی کنند. چارچوب نظری ژان بودریار، به‌ویژه مفهوم شبیه‌سازی و فراواقعیت، ابزاری قدرتمند برای تحلیل چنین پدیده‌ای فراهم می‌کند. بودریار در نوشته‌های خود، به‌ویژه در کتاب جنگ خلیج فارس رخ نداد، نشان می‌دهد که در عصر رسانه‌ای، تجربه و فهم عمومی از جنگ دیگر صرفاً از میدان نبرد حاصل نمی‌شود، بلکه از خلال بازنمایی‌های رسانه‌ای، تصاویر نظامی و فناوری‌های دیداری ساخته و میانجی‌مند می‌گردد. عثمان نیز با ارجاع به بودریار توضیح می‌دهد که بازنمایی‌های رسانه‌ای جنگ، به‌ویژه در جنگ خلیج فارس و جنگ علیه ترور، نوعی وانموده از جنگ می‌سازند که در آن نشانه‌ها، تصاویر و نمادها از جنگ واقعی فاصله گرفته و خود به واقعیتی مستقل و فراواقعی بدل می‌شوند (Osman, 2022: 369). به تعبیر او، نشانه‌ها و تصاویر از مرجع خود جدا می‌شوند و به مرحله‌ای می‌رسند که بازنمایی بر خودبسندگی استوار می‌شود؛ یعنی فراواقعیت. در این وضعیت، آنچه مخاطب تجربه می‌کند نه خود واقعیت، بلکه تصویر و روایت ساخته‌شده از واقعیت است (Baudrillard, 1995: 29-32).

اهمیت این موضوع در چند سطح قابل بررسی است. نخست، در سطح افکار عمومی داخلی، هر دو طرف تلاش کردند با بازنمایی جنگ به‌عنوان پیروزی یا مقاومت موفق، مشروعیت و سرمایه نمادین خود را تقویت کنند. دوم، در سطح بین‌المللی، رسانه‌ها نقش میانجی را ایفا کردند و با برجسته‌سازی تلفات انسانی و روند دیپلماتیک، افکار عمومی جهانی را به سمت فشار برای آتش‌بس سوق دادند. سوم، در سطح تحلیلی، این وضعیت نشان داد که چگونه رسانه‌ها به میدان دوم جنگ تبدیل می‌شوند؛ میدانی

که به همان اندازه میدان نظامی اهمیت دارد، زیرا درک مخاطبان و حتی محاسبات سیاسی را شکل می‌دهد. آنچه این مقاله می‌کوشد ارائه دهد، تحلیلی تطبیقی و میان‌خوشه‌ای است که با بهره‌گیری از کُدگذاری مشخص، ۹ قاب اصلی (مقاومت، دفاع، تکنولوژی، هزینه انسانی، مشروعیت بین‌المللی، دیپلماسی، تهدید، مقصرسازی و پیروزی/کوچک‌نمایی خسارت) را بررسی می‌کند. افزون بر این، مقاله سه شاخص عملیاتی برای سنجش فراواقعیت معرفی می‌کند: خودارجاعی نشانه‌ها، نرخ تکثیر روایت و فاصله روایت ـ واقع. این سه شاخص به ما امکان می‌دهند تا فراتر از تحلیل کیفی قاب‌ها، به سنجش‌پذیری و شفافیت داده‌ها نیز دست یابیم. پرسش‌های راهنمای این پژوهش چنین‌اند: رسانه‌های ایرانی، اسرائیلی و بین‌المللی چگونه از طریق واژگان، تصاویر و زمان‌بندی انتشار، فراواقعیت جنگ را ساخته‌اند؟ کدام قاب‌ها در هر خوشه غالب بوده‌اند و با چه بسامدی بازتولید شده‌اند؟ شاخص‌های سه‌گانه فراواقعیت چه تصویری از فاصله میان روایت و واقعیت به‌دست می‌دهند؟ و درنهایت، پیامد این رقابت روایی برای افکار عمومی و روابط ژئوپلیتیک چه بوده است؟

بنابراین، هدف مقاله نه صرفاً توصیف بازنمایی‌های رسانه‌ای، بلکه نشان دادن این است که چگونه سه روایت متفاوت، هر یک نسخه‌ای از جنگ را خلق کردند که در سطح نشانه‌ها واقعیت مستقل خود را یافت. بدین‌ترتیب، جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل نمونه برجسته‌ای از جنگ دوم است: جنگی که در رسانه‌ها و از خلال تصاویر و دال‌ها رخ می‌دهد و در چارچوب بودریار، مرز میان واقعیت و بازنمایی را از میان برمی‌دارد.

پیشینه پژوهش

بررسی تحقیقات داخلی نشان می‌دهد پژوهشگران متعددی دراین‌باره به پژوهش پرداخته‌اند. پاینده (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای با عنوان انعکاس جنگ در رسانه‌ها: رویکرد پسامدرن بودریار به تحلیل رسانه‌ها، با رویکرد توصیفی ـ تحلیلی به بررسی انعکاس جنگ در رسانه‌ها پرداخته است. هدف این مطالعه، معرفی و تبیین چارچوب پساساختارگرایانه و پسامدرن بودریار و کاربرد آن در تحلیل نقش رسانه‌ها در بازنمایی جنگ است. روش تحقیق مبتنی بر تحلیل نظریه‌های بودریار و نمونه‌های تاریخی چون جنگ آمریکا و عراق و جنگ ویتنام است. نتایج نشان داد که رسانه‌ها واقعیت را نه بازتاب، بلکه بازآفرینی می‌کنند و به تولید واقعیت شبیه‌سازی‌شده می‌پردازند که در آن تمایز میان واقعیت و بازنمایی محو می‌شود.

حسن‌کاویار و آب‌نیکی (۱۴۰۰) در قالب یک مطالعه موردی با موضوع نقش رسانه‌ها در جنگ‌های بین‌المللی از منظر ژان بودریار (مطالعه موردی: حمله آمریکا به عراق در ۲۰۰۳) با رویکرد توصیفی تحلیلی به بررسی نقش رسانه‌ها در بازنمایی جنگ‌ها از منظر پسامدرنیسم بودریار پرداختند. هدف پژوهش، تبیین کارکرد رسانه‌های بین‌المللی در حمله نظامی آمریکا به عراق در سال ۲۰۰۳ و نشان دادن چگونگی برساخت واقعیت سیاسی توسط رسانه‌ها بود. داده‌ها با تمرکز بر اقدامات آمریکا در دو مقطع پیش از جنگ و طی جنگ تحلیل شدند. نتایج نشان داد رسانه‌ها با به‌کارگیری تکنیک‌هایی چون تصویرسازی تهدید، بزرگ‌نمایی خطر، بسیج افکار عمومی و هدایت روانی ـ تبلیغاتی، واقعیت جنگ را به‌گونه‌ای برساخته و بازنمایی کردند که هم پیش از جنگ و هم در جریان آن به نفع سیاست‌های آمریکا عمل نماید.

آقامحمدی (۱۳۹۹) در یک پژوهش اصیل با عنوان روایت پساساختارگرا از جنگ ویتنام با نگاهی به سه‌گانه استون با رویکرد توصیفی ـ تحلیلی به بررسی جنگ ویتنام از منظر پساساختارگرایی پرداخت. هدف تحقیق، تحلیل روایت‌های پساساختارگرا از جنگ ویتنام با تأکید بر نظریه‌های ژان بودریار، به‌ویژه مفاهیم فراواقعیت، وانمودگی و انفجار درون‌ریز و بررسی بازتاب آن‌ها در سه‌گانه سینمایی الیور استون بود. روش پژوهش بر پایه تحلیل نظری و خوانش انتقادی متون و بازنمایی‌های تصویری جنگ است. نتایج نشان داد فیلم‌های استون نمونه‌ای از روایت‌های پساساختارگرا هستند که جنگ را نه به‌عنوان واقعیتی عینی، بلکه به‌مثابه برساختی رسانه‌ای و تصویری بازنمایی می‌کنند که مرز میان واقعیت و بازنمایی را مخدوش می‌سازد.

زاهدی و نورانی (۱۳۹۶) نیز در پژوهشی با موضوع نقد دیدگاه بودریار درباره نقش رسانه در شکل‌گیری مسئله اجتماعی و امر واقع با روش تحلیل محتوای کیفی به نقد و بررسی دیدگاه ژان بودریار درباره نقش رسانه در شکل‌گیری امر واقع و مسئله اجتماعی پرداختند. هدف مطالعه، واکاوی این دو مفهوم در آثار بودریار و تبیین رابطه آن‌ها با نقش رسانه بود. بر اساس یافته‌ها، در نگاه بودریار امر واقع در جهان معاصر برساخته‌ای زبانی و اجتماعی است و رسانه‌ها با مکانیسم‌های نشانه‌ای و شبیه‌سازی، فراواقعیت را بازتولید می‌کنند. نتایج نشان داد که رسانه قادر است پدیده‌های اجتماعی را نه‌تنها بازتاب دهد، بلکه آن‌ها را به‌مثابه مسئله اجتماعی شبیه‌سازی و برساخته کند.

ریاحی نوری و سلامی (۱۴۰۱) در یک مقاله‌ای با عنوان روایت تروریستی رسانه‌های جمعی پس از حملات یازدهم سپتامبر: خوانشی بودریاری از رمان مرد در حال سقوط

با هدف واکاوی نقش رسانه‌های جمعی در ایجاد روایت تروریستی پس از حملات ۱۱ سپتامبر و بررسی امکان شکل‌گیری مقاومت سیاسی هنرمند در برابر این روایت بود. روش تحقیق مبتنی بر خوانش پساساختارگرایانه و تحلیل محتوای ادبی است که با تمرکز بر بازنمایی‌های رسانه‌ای و هنری صورت گرفت. نتایج نشان داد که رسانه‌ها در جوامع سرمایه‌داری با تولید روایت وحشت، نوعی ترور نمادین را بازسازی می‌کنند، درحالی‌که هنرمند با اجرای ضدروایت و برجسته‌سازی رنج و جراحت قربانیان می‌تواند به بازسازی حافظه جمعی و مقاومت در برابر روایت سرکوبگر رسانه‌ها یاری رساند.

علاوه بر تحقیقات داخلی، پژوهشگران غیر ایرانی متعددی نیز دراین‌باره به پژوهش پرداخته‌اند. پاول و همکاران (۲۰۱۸)، در یک پژوهشی با موضوع تأثیر قاب‌بندی چندرسانه‌ای بر درک مخاطبان با آزمایشی با رویکرد روان‌شناختی به بررسی تأثیر قاب‌بندی چندرسانه‌ای (ترکیب متن و تصویر) بر درک مخاطبان پرداختند. هدف آنان، روشن ساختن نحوه تثبیت معنا و جهت‌دهی به برداشت‌های مخاطبان در مواجهه با اخبار و به‌ویژه بازنمایی‌های جنگ بود. داده‌ها از طریق طراحی آزمایش‌های روان‌شناختی گردآوری و تحلیل شدند. نتایج نشان داد که تصاویر نسبت به متن، قاب‌های معنایی را سریع‌تر و با بار هیجانی بیشتر در ذهن مخاطبان تثبیت می‌کنند و در شرایط بحرانی مانند جنگ‌ها، نقشی تعیین‌کننده در القای معنا و شکل‌دهی به افکار عمومی دارند.

نوردینگ و بورگ (۲۰۱۴)، در مطالعه‌ای با موضوع هدف‌گیری هستی‌شناسی جنگ: از کلاوزویتس تا بودریار به نقد درک سنتی از جنگ به‌مثابه مبارزه و نبرد پرداختند. این پژوهش با رویکرد نظری انتقادی استدلال می‌کند که جنگ معاصر بیش از آنکه مبتنی بر مواجهه مستقیم باشد، به فرایندی از پردازش و هدف‌گیری مکرر تبدیل شده است. هدف نویسندگان، نشان دادن گذار از جنگ عینی به‌سوی جنگ شیءواره است که خود واقعیت جنگ را پنهان می‌سازد. تحلیل با اتکا به اندیشه‌های ژان بودریار و در تقابل با سنت کلاوزویتس نشان داد که مفهوم جنگ کامل در عصر مدرن به‌واسطه ریتم تکراری عملیات هدف‌گیری بازتولید می‌شود و درنتیجه، آنچه باقی می‌ماند صرفاً بازنمایی‌ای شیءواره از جنگ است، نه جنگ به‌مثابه واقعیت مستقل.

رودریگوئز (۲۰۲۴)، در مطالعه‌ای با موضوع شبیه‌سازی منازعات مدرن: جداسازی فراواقعیت و اخبار جعلی در زمینه‌های اوکراین و فلسطین با بهره‌گیری از نظریه ژان بودریار و روش‌شناسی نظریه زمینه‌ای به تحلیل بازنمایی جنگ‌های معاصر در

شبکه‌های اجتماعی پرداخت. هدف مقاله، واکاوی چگونگی بازتولید جنگ در سطح رسانه‌ای و مجازی و بررسی فاصله میان واقعیت میدانی و روایت رسانه‌ای در دو منازعه روسیه اوکراین (۲۰۲۲) و اسرائیل فلسطین (۲۰۲۳) است. نتایج نشان داد که همانند ادعای مشهور بودریار درباره جنگ خلیج‌فارس، بازنمایی رسانه‌ای جنگ‌های امروز نیز به‌شدت تحت تأثیر شبیه‌سازی، تبلیغات، سوگیری رسانه‌ای و اخبار جعلی قرار دارد؛ به‌گونه‌ای که مرز میان واقعیت و وانمودگی تضعیف شده و بحران اعتماد به اطلاعات و روایت‌های جنگی به‌شدت افزایش یافته است.

ون کسل و همکاران (۲۰۲۵)، در مقاله‌ای با موضوع بودریار، فراواقعیت و مسأله‌مند بودن اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده در رسانه‌های اجتماعی، به واکاوی ماهیت اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه یک پدیده مسأله‌مند فلسفی پرداخت. نویسندگان با بهره‌گیری از نظریه اجتماعی ژان بودریار، به‌ویژه مفاهیم فراواقعیت و هرزروی صفحه‌ها، نشان دادند که در عصر کنونی تصاویر و بازنمایی‌ها فاقد مرجع واقعی بوده و جهانی بیش از جهان واقعی ساخته‌اند. هدف مقاله، تبیین ابعاد وجودشناختی آموزش رسانه‌ای در مواجهه با اخبار جعلی و اطلاعات گمراه‌کننده است. نتایج بحث نشان داد که تکیه صرف بر منطق برای فهم پدیده اطلاعات نادرست کافی نیست و آموزش رسانه‌ای باید ترکیبی از رهیافت‌های چندگانه و تاکتیک‌های متنوع باشد تا بتواند به چالش‌های نوظهور فضای مجازی پاسخ دهد.

با مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی روشن می‌شود که اگرچه مطالعات متعددی به رابطه رسانه، جنگ و اندیشه‌های پسامدرن پرداخته‌اند، اما اغلب آن‌ها به نمونه‌های تاریخی و کلاسیک مانند جنگ ویتنام، جنگ آمریکا و عراق، یا حملات ۱۱ سپتامبر محدود مانده‌اند و بیشتر ماهیتی نظری و توصیفی دارند. در این آثار، مفاهیمی چون فراواقعیت و وانمودگی عمدتاً در سطح بازخوانی متون یا بررسی نمونه‌های فرهنگی و سینمایی به‌کار رفته و کمتر شاهد کاربرد آن‌ها در مطالعات میدانی و تطبیقی بوده‌ایم. همچنین اغلب پژوهش‌ها تنها بر یک خوشه رسانه‌ای یا یک طرف منازعه تمرکز کرده‌اند و از تحلیل همزمان چند خوشه و مقایسه تطبیقی آن‌ها غفلت کرده‌اند. فقدان شاخص‌های عملیاتی و سنجش‌پذیر برای اندازه‌گیری میزان فراواقعیت و شکاف روایت واقعیت نیز از دیگر خلأهای برجای‌مانده در این ادبیات است. به بیان دیگر، پژوهش‌های پیشین اگرچه زمینه نظری غنی و پرمایه‌ای فراهم کرده‌اند، اما به لحاظ موضوعی، روشی و تحلیلی هنوز گسست‌هایی محسوس وجود دارد. پژوهش حاضر با تمرکز بر جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل در سال ۲۰۲۵ می‌کوشد این

شکاف را پر کند. از منظر موضوعی، این مطالعه یکی از نخستین بررسی‌های علمی یک منازعه معاصر، کوتاه‌مدت و رسانه‌محور است که هنوز در پژوهش‌ها و ادبیات دانشگاهی بازتاب نیافته است. به لحاظ نظری مقاله با بهره‌گیری از چارچوب بودریار نشان می‌دهد چگونه روایت‌های رسانه‌ای نه‌تنها بازتاب جنگ، بلکه سازنده جنگ دوم در سطح نشانه‌ها هستند. از منظر روش‌شناختی، سه شاخص عملیاتی شامل: خودارجاعی، بازتولید روایت و شکاف روایت ـ واقعیت و در سه خوشه رسانه‌ای (ایران، اسرائیل و بین‌الملل) به‌کار گرفته شده‌اند تا امکان سنجش عینی و مقایسه‌ای فراهم شود. در کنار این، ترکیب تحلیل کیفی قاب‌ها با تحلیل کمی (جداول فراوانی و نمودارهای هم‌رخدادی) سطح دقت مطالعه را ارتقا داده و پژوهش را از مطالعات پیشین متمایز می‌سازد.

چارچوب مفهومی پژوهش

اندیشه درباره واقعیت در نظریه بودریار با مسئله بازنمایی، شبیه‌سازی و فراواقعیت گره می‌خورد. در این نگاه، واقعیت معاصر دیگر صرفاً به‌مثابه تجربه‌ای بی‌واسطه و مستقل فهم نمی‌شود، بلکه در بستر کد، رسانه، تصویر و شبیه‌سازی به‌صورت پیشینی تولید و ادراک می‌شود. میسنر در خوانش خود از بودریار نشان می‌دهد که تجربه جهان واقعی در وضعیت معاصر به کد منتقل شده و واقعیت از خلال رسانه و شبیه‌سازی بازتولید می‌شود؛ به‌گونه‌ای که امر رسانه‌ای‌شده به تجربه بی‌واسطه جدید بدل می‌گردد (Meissner, 2023: 135-138). درک سنتی از بازنمایی، آن را همچون نسخه‌ای از امر واقعی می‌دید؛ تصویری که حتی اگر تحریف‌شده بود، همچنان پیوندی با اصل داشت (Baudrillard, 2016:193). افلاطون و ارسطو نیز بازنمایی را نسبت به «اصل» یا «ایده» فهم می‌کردند (Larson, 2023: 3-7)؛ اما ژان بودریار این نگاه را به چالش کشید. او معتقد بود در جهان معاصر، بازنمایی‌ها نه‌تنها واقعیت را بازتاب نمی‌کنند، بلکه به‌تدریج جایگزین آن می‌شوند و واقعیت مستقل خویش را می‌سازند. بدین‌ترتیب، مرز میان امر واقعی و بازنمایی محو شده و در بسیاری موارد قابل تشخیص نیست (Freund, 2024: 2-4).

این دگرگونی در زندگی روزمره آشکار است. یک عکس خبری دیگر الزاماً ثبت بی‌طرفانه رویداد نیست؛ زاویه، ویرایش و قاب‌بندی می‌توانند معنای تازه‌ای بسازند. تبلیغات، سینما و شبکه‌های اجتماعی نیز کمتر بازتاب واقعیت‌اند و بیشتر واقعیت‌هایی تازه خلق می‌کنند که گاه واقعی‌تر از خود واقعیت تجربه می‌شوند. در

این معنا، بازنمایی نه پرده‌ای شفاف برای دیدن جهان، بلکه نیرویی سازنده است که واقعیت را تعریف می‌کند. بودریار برای توضیح این وضعیت مفهوم «شبیه‌سازی» را مطرح می‌کند. شبیه‌سازی فراتر از تقلید است، زیرا دیگر به اصل بیرونی نیاز ندارد (Wolny, 2017: 17). در آن، نشانه‌ها در چرخه‌ای خودارجاع حرکت می‌کنند و صرفاً به یکدیگر اشاره دارند. بودریار چهار مرحله تحول تصویر را شرح می‌دهد: بازتاب وفادار به واقعیت، تحریف واقعیت، وانمود به بازتاب بدون مرجع واقعی (van Kessel et al., 2025: 249, 258, 266) و درنهایت استقلال کامل تصویر از امر واقعی. در این مرحله، کپی‌ها نه‌تنها جای اصل را می‌گیرند بلکه خود اصل را بی‌معنا می‌سازند. نمونه بارز آن شبیه‌سازهای پرواز است که تجربه‌ای مستقل و گاه واقعی‌تر از پرواز واقعی فراهم می‌کنند. در جهان معاصر، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نیز بی‌وقفه چنین شبیه‌سازی‌هایی تولید می‌کنند. اوج این فرایند در مفهوم «فراواقعیت» رخ می‌دهد. در جهان فراواقعی، بازنمایی‌ها چنان استقلال یافته‌اند که واقعی‌تر از واقعیت جلوه می‌کنند (Larson, 2023). دیزنی‌لند نمونه‌ای است که بودریار برای توضیح این وضعیت می‌آورد: مکانی واقعی که کاملاً از عناصر خیالی ساخته شده، اما تجربه آن برای بازدیدکنندگان واقعی‌تر از واقعیت عادی است. در شبکه‌های اجتماعی نیز کاربران با بازنمایی گزینشی از زندگی خود، هویت دیجیتالی می‌سازند که اغلب از زندگی واقعی پررنگ‌تر و تأثیرگذارتر است (Freund, 2024: 5). در منطق فراواقعیت، بازنمایی‌های رسانه‌ای و دیجیتال می‌توانند به‌جای بازتاب ساده واقعیت، در تولید و پیش‌ساختن واقعیت اجتماعی نقش ایفا کنند (Elliott, 2022: 52).

فراواقعیت تنها مفهومی فلسفی یا فرهنگی نیست، بلکه پیامدهای اجتماعی و سیاسی عمیقی دارد. امروزه دیگر ادعای غیرمعمولی نیست اگر بگوییم بازنمایی‌های رسانه‌ای بر زندگی انسان‌ها تأثیر می‌گذارند یا حتی آن را شکل می‌دهند (ماندگار لنگرودی و همکاران، ۱۴۰۳: ۳۵ـ۳۶). در پوشش رسانه‌ای جنگ‌ها، تصاویر و روایت‌های خبری آن‌چنان غالب‌اند که خود به «جنگ دوم» بدل می‌شوند. بودریار در تحلیل جنگ خلیج فارس نشان داد که آنچه مخاطبان تجربه کردند، بیشتر محصول تصاویر تلویزیونی بود تا واقعیت میدان نبرد؛ جنگی که به بازی ویدئویی شباهت داشت. از این منظر، در عصر پست‌مدرن، امر واقعی چیزی نیست جز محصولی سیال که رسانه‌ها و نشانه‌ها می‌سازند (van Kessel et al., 2025: 249, 258, 266).

در این پژوهش، «فراواقعیت» به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن بازنمایی‌ها چنان

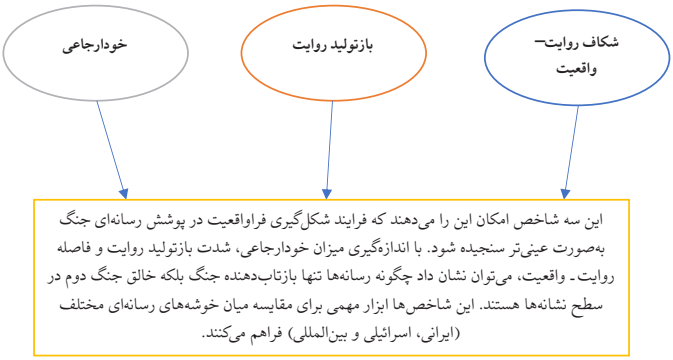
خودبسنده شده‌اند که دیگر نمی‌توان مرز میان واقعیت و وانمودگی را تشخیص داد. این با «تبلیغات» متفاوت است به نحوی‌که تبلیغات دروغی آگاهانه را در برابر واقعیتی عینی قرار می‌دهد و هدفش فریب است؛ اما در فراواقعیت، حتی فرستنده پیام نیز دیگر به «واقعیت بیرونی» دسترسی ندارد؛ همه در چرخه نشانه‌ها گرفتارند. به‌عنوان‌مثال، وقتی رسانه‌های ایرانی تیتر «پیروزی مقاومت» را بازتولید می‌کنند، لزوماً آگاهانه دروغ نمی‌گویند، بلکه در چارچوب گفتمانی عمل می‌کنند که در آن «پیروزی» نه یک واقعیت عینی (مانند تصرف خاک)، بلکه یک امر معنایی (حفظ وجهه، بازدارندگی نمادین) است. این مقاله فراواقعیت را به‌عنوان «اغراق تبلیغاتی» تقلیل نمی‌دهد، بلکه آن را به‌عنوان بازآفرینی خودآیین واقعیت در سطح نشانه‌ها تحلیل می‌کند.

بودریار معتقد است در عصر فراواقعیت، واقعیت عینی چنان در نشانه‌ها محو شده که دیگر نمی‌توان از «مرجع بیرونی» سخن گفت. این پژوهش آگاهانه با این تناقض روبه‌روست: از یک‌سو، فرض نظری مقاله این است که جنگ در رسانه‌ها ساخته می‌شود؛ از سوی دیگر، برای سنجش «شکاف روایت ـ واقعیت» نیاز به نقطه مرجع عینی دارد. به همین دلیل بر آن است که «واقعیت میدانی» را نه به‌مثابه حقیقت نهایی، بلکه به‌عنوان «حداقل توافق میان منابع مستقل» تعریف کند. به‌عبارت‌دیگر، گزارش‌های بررسی شده به‌عنوان «نزدیک‌ترین چیز به واقعیت عینی» که در دسترس است، مبنا قرار گرفته‌اند، بی‌آنکه ادعای دسترسی بی‌واسطه به امر واقعی داشته باشند. مقاله به این محدودیت نظری اذعان دارد و از خواننده می‌خواهد یافته‌ها را در پرتو این رویکرد تفسیر کند.

چارچوب سازی مفهومی

چارچوب‌سازی مفهومی سنجه‌های فراواقعیت در مطالعهٔ جنگ‌های کوتاه‌مدت مستلزم آن است که بتوانیم سازوکارهای تولید و بازتولید بازنمایی‌ها را از سطح توصیف کیفی به سطح سنجش‌پذیر ارتقا دهیم. برای این منظور، سه شاخص کلیدی قابل تعریف است: نخست، خودارجاعی که به وضعیتی اشاره دارد که در آن تصاویر، تیترها و روایت‌ها نه به امر واقعی بیرونی، بلکه صرفاً به روایت‌های قبلی و درونی‌شده ارجاع می‌دهند. در این حالت، چرخهٔ بازنمایی از جهان عینی جدا شده و در منطق بستهٔ خود ادامه می‌یابد. دوم، نرخ تکثیر روایت که نشان‌دهندهٔ سرعت و فراوانی بازنشر یک روایت در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است؛ هرچه نرخ تکثیر بالاتر

باشد، احتمال جایگزینی روایت با امر واقعی بیشتر می‌شود. سوم، فاصلهٔ روایت واقع که به میزان گسست میان واقعیت میدانی و بازنمایی رسانه‌ای اشاره دارد؛ هرچه این فاصله بیشتر باشد، نشان‌دهندهٔ شدت فراواقعیت است، زیرا روایت رسانه‌ای مستقل از واقعیت زیسته به حیات خود ادامه می‌دهد. این شاخص‌ها در مطالعهٔ جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل می‌توانند به‌طور عملیاتی به‌کار روند بنابراین، تحلیل جنگ‌های کوتاه‌مدت در چارچوب سنجه‌های فراواقعیت نشان می‌دهد که رقابت روایت‌ها می‌تواند امر واقعی را به حاشیه براند و افکار عمومی را در منطق فراواقعی درگیر سازد. جایی که گزارش و واقعیت نه‌تنها از هم تفکیک‌پذیر نیستند، بلکه خود واقعیت اجتماعی در میدان رسانه‌ای ساخته می‌شود.



شکل ۱. سه شاخص شکل‌دهنده جنگ دوم

روش پژوهش

در این پژوهش، بدنهٔ داده‌ها از سه خوشهٔ رسانه‌ای اصلی شامل رسانه‌های ایرانی، رسانه‌های اسرائیلی و رسانه‌های بین‌المللی استخراج می‌شود. این بدنه متشکل از چندین سطح داده‌ای است: نخست، تیترها و لیدهای خبری که نمایانگر قاب‌بندی اولیهٔ رویدادها و انتخاب واژگان کلیدی هستند؛ دوم، تصاویر خبری که حامل بار نمادین و عاطفی روایت‌ها محسوب می‌شوند؛ و سوم، نمونه‌هایی شاخص از محتوای شبکه‌های اجتماعی (پست‌ها، توییت‌ها و ویدئوهای بازنشرشده) که نشان می‌دهند روایت‌ها چگونه در سطح مردمی و غیررسمی بازتولید می‌شوند. گردآوری این لایه‌ها به ما امکان می‌دهد تا تعامل میان سطح رسمی و نیمه‌رسمی رسانه‌ها و سطح غیررسمی و کاربرمحور را در شکل‌دهی به فراواقعیت جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل مطالعه کنیم. این

جنگ از ۲۳ خرداد تا ۴ تیر ۱۴۰۴ (۱۳ ژوئن تا ۲۵ ژوئن ۲۰۲۵) ـ ۱۲ روز، حاشیه تحلیلی پیش از جنگ ۲۱ـ۲۲ خرداد (۱۱ـ۱۲ ژوئن) و حاشیه تحلیل پس از جنگ ۵ تا ۱۰ تیر (۲۶ ژوئن تا ۱ ژوئیه) است. تعداد کشته‌شدگان از سوی وزارت بهداشت ایران: تا ۲۴ ژوئن ۲۰۲۵، ۶۰۶ کشته و ۵,۳۳۲ زخمی اعلام شد که بعداً به ۶۲۷ کشته افزایش یافت. بر اساس گزارش‌های سازمان ملل (UNOCHA) و آسوشیتدپرس: ۸۷ غیرنظامی کشته، ۴۱۲ زخمی؛ ۳۲ نظامی اسرائیلی و ۲۲ نظامی ایرانی کشته شدند. ۳۲ کشته در اسرائیل از طرف دولت این کشور گزارش شد و مجروحان بیش از ۳,۰۰۰ نفر بودند. آمار تلفات در طول و پس از جنگ چندین بار به‌روزرسانی شد و این موضوع نشان‌دهنده چالش‌های مستندسازی در شرایط جنگی است. بر اساس منابع ایران طی عملیات وعده صادق ۳ از سوی ایران شلیک بیش از ۹۵۰ موشک (شامل موشک‌های ویژه و ارتقاءیافته) و از منابع اسرائیلی همین آمار این‌گونه روایت شد: شلیک بیش از ۵۰۰ موشک بالستیک و حدود ۱۰۰۰ پهپاد. آمار متناقض این جنگ ناشی از سانسور شدید دو طرف و وضعیت جنگی کنونی است.

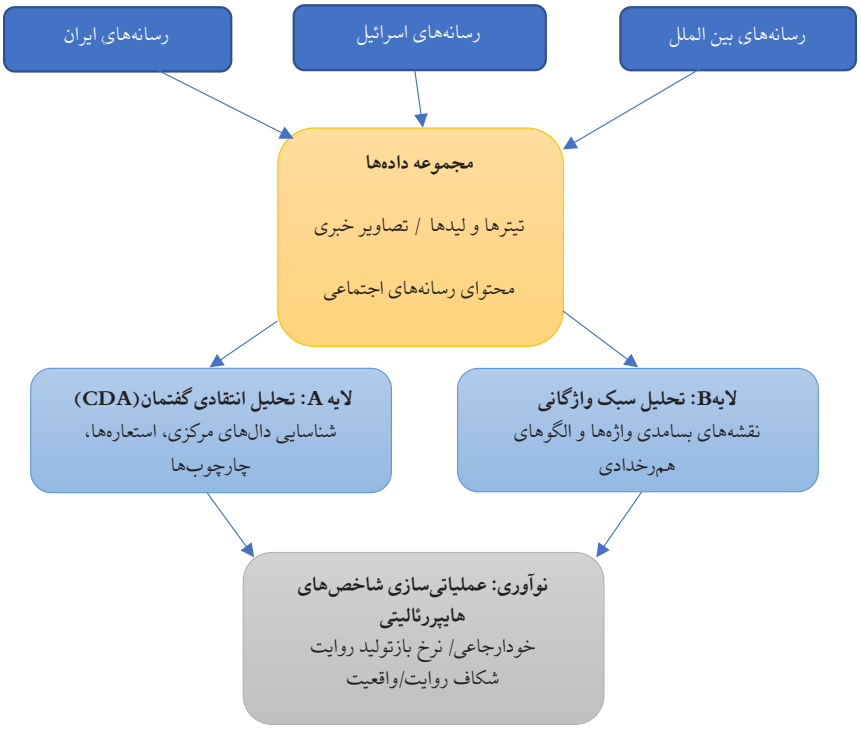
جامعه آماری شامل تمامی تیترهای خبری منتشرشده در حساب‌های رسمی رسانه‌های موردمطالعه در بازه ۲۱ خرداد تا ۱۰ تیر ۱۴۰۴ (۱۹ روز) بود. روش نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام شد و از هر رسانه در هر روز انتخاب شد. معیار مرتبط بودن نیز دارا بودن حداقل یک کلیدواژه است. در فاز پایلوت ۱۵ تیتر در هر خوشه (مجموعاً ۴۵ تیتر) کدگذاری شد. پس از اطمینان از پایایی کدگذاری ($\kappa \approx 0.72$)، نمونه به ۵۰ تیتر در هر خوشه افزایش یافت تا توان تعمیم‌پذیری یافته‌ها ارتقا یابد. این افزایش پیش از تحلیل نهایی داده‌ها و صرفاً بر اساس قاعده «اشباع نظری» انجام شد، نه بر اساس مشاهده نتایج عددی. ۵۰ تیتر نهایی از میان ۷۲ تیتر اولیه (پس از حذف موارد تکراری با شباهت بیش از ۸۰درصد) انتخاب شدند.

در این پژوهش، «خودارجاعی» صرفاً به مواردی اطلاق می‌شود که رسانه‌ها بدون ارائه هیچ داده یا مدرک میدانی جدید، صرفاً به محتوای رسانه‌ای دیگر (گزارش پیشین همان رسانه، گزارش رسانه همسو، یا محتوای بازنشرشده در شبکه‌های اجتماعی) به‌عنوان منبع اعتباربخش استناد می‌کنند. بر این اساس، نقل‌قول مستقیم از یک مقام رسمی (نظامی، سیاسی، اطلاعاتی) همراه با ذکر نام، سمت و زمان اظهارنظر، خودارجاعی محسوب نمی‌شود، زیرا این‌گونه نقل‌قول‌ها دست‌کم ادعای دسترسی به منبع اولیه (هرچند نه لزوماً مستقل) را دارند.

تحلیل داده‌ها در دولایهٔ مکمل پیش می‌رود. در لایهٔ نخست، از تحلیل گفتمان انتقادی (CDA) استفاده می‌شود تا دال‌های مرکزی، استعاره‌های بنیادین و قاب‌های معنایی غالب در هر خوشه شناسایی شوند. برای نمونه، در رسانه‌های ایرانی دال مقاومت و استعاره‌های دینی ـ ملی، در رسانه‌های اسرائیلی دال امنیت/بازدارندگی و استعاره‌های فنّاورانه و در رسانه‌های بین‌المللی دوگانهٔ انسان‌دوستانه/امنیتی به‌عنوان محورهای گفتمانی بازنمایی جنگ برجسته می‌شوند. این لایه به ما امکان می‌دهد منطق معنایی هر روایت را آشکار کنیم و نشان دهیم چگونه بازنمایی‌ها بیش از بازتاب واقعیت، در تولید واقعیت مشارکت دارند.

در لایهٔ دوم، از تحلیل سبک‌سنجی واژگانی بهره گرفته می‌شود. در این سطح، نقشهٔ فراوانی واژگان کلیدی ترسیم و روابط هم‌رخدادی آن‌ها تحلیل می‌شود. این ابزار کمی به‌عنوان مکمل تحلیل کیفی عمل می‌کند و استنتاج‌های حاصل از CDA را پشتیبانی می‌کند. برای مثال، بسامد بالای واژگانی مانند پیروزی، مقاومت، یا دفاع مشروع و هم‌رخدادی آن‌ها با تصاویر خاص (مانند موشک‌ها یا غیرنظامیان) نشان می‌دهد که چگونه فراواقعیت از طریق انتخاب و تکرار نشانه‌ها ساخته می‌شود. دیوید کریستال (۱۹۹۲) تحلیل گفتمان انتقادی (CDA) را رویکردی به تجزیه‌وتحلیل زبان می‌داند که هدف آن آشکارسازی روابط پنهان قدرت و فرآیندهای ایدئولوژیک در بطن زبان است (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵). بر این اساس، زبان صرفاً ابزاری برای انتقال پیام نیست، بلکه سازوکاری برای تولید و بازتولید سلطه و هژمونی به شمار می‌آید. تحلیل گفتمان انتقادی با تمرکز بر انتخاب واژگان، ساختارهای نحوی، استعاره‌ها و قاب‌بندی‌های معنایی نشان می‌دهد که متون رسانه‌ای چگونه فراتر از سطح ظاهری ارتباط عمل کرده و در تثبیت یا به چالش کشیدن روابط قدرت نقش ایفا می‌کنند. نوآوری اصلی پژوهش در این است که برای نخستین بار سه شاخص فراواقعیت (خودارجاعی، نرخ تکثیر روایت، فاصلهٔ روایت واقع) به‌صورت عملیاتی تعریف و به الگوهای زبانی و تصویری متصل می‌شوند. بدین‌ترتیب، تحلیل صرفاً توصیفی باقی نمی‌ماند، بلکه می‌توان نشان داد که چگونه میزان خودارجاعی در تیترها، سرعت و شدت تکثیر در شبکه‌های اجتماعی و فاصلهٔ بازنمایی با واقعیت میدانی، همگی به شکل‌گیری یک فراواقعیت رسانه‌ای منجر می‌شوند. این رویکرد ترکیبی (تحلیل گفتمان انتقادی، تحلیل واژگانی، شاخص‌های فراواقعیت) ابزار جدیدی برای مطالعهٔ جنگ‌های کوتاه‌مدت ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد چگونه جنگ دوم بر ادراک عمومی سیطره می‌یابد. البته این پژوهش

اثرات واقعی بر افکار عمومی را نمی‌سنجد و محدود به سطح بازنمایی رسانه‌ای است.



دیاگرام ۱. مدل مفهومی پژوهش

یافته‌های پژوهش

برای سنجش فراواقعیت در بازنمایی رسانه‌ای، سه شاخص عملیاتی تعریف شد. نخست، خودارجاعی نشانه‌ها که به بسامد مواردی اشاره دارد که رسانه‌ها به محتوای رسانه‌ای دیگر به‌عنوان «شاهد» یا منبع استناد می‌کنند، بدون ارائه داده‌های میدانی یا مستقل. واحد سنجش آن درصد تیترها و لیدهایی است که صرفاً به بازنمایی‌های رسانه‌ای دیگر ارجاع داده‌اند. نمونهٔ بارز آن گزارشی است که موفقیت نظامی را تنها با نقل‌قول از رسانه‌ای همسو تأیید می‌کند. دوم، نرخ تکثیر روایت که شدت و سرعت گردش یک روایت را نشان می‌دهد و با نسبت دفعات بازنشر یا بازچارچوب‌بندی یک تم در بازه زمانی مشخص (مثلاً ۲۴ ساعت) به کل محتوای تولیدشده سنجیده می‌شود. نمونهٔ آن بازنشر هزارباره روایت «پیروزی مقاومت» در تلگرام و توئیتر در یک

شبانه‌روز است. سوم، فاصله روایت واقعیت که میزان ناهم‌خوانی میان ادعاهای تیتر و لید با داده‌های قابل‌تأیید یا متن بدنه همان گزارش را می‌سنجد و از طریق مقایسه معنایی یا سنجش تطابق با منابع مستقل محاسبه می‌شود؛ مانند تیتری که از «نابودی کامل اهداف دشمن» خبر می‌دهد در حالی که متن خبر صرفاً به «آسیب محدود» اشاره دارد.

جدول ۱. سنجه‌ها و شاخص‌ها

شاخص	تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی	واحد سنجش	مثال کاربردی در جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل
خودارجاعی نشانه‌ها (Self-referentiality of Signs)	وضعیتی که در آن بازنمایی‌ها به‌جای ارجاع به امر واقعی بیرونی، صرفاً به بازنمایی‌های دیگر ارجاع می‌دهند.	شمارش مواردی که رسانه‌ها به محتوای رسانه‌ای دیگر (نه داده‌های میدانی یا مستقل) به‌عنوان شاهد استناد می‌کنند.	درصد تیترها، لیدها یا پاراگراف‌های خبری با ارجاع غیرمستقیم (به رسانه‌ها/گزارش‌های دیگر).	رسانه‌های اسرائیلی که کارآمدی گنبد آهنین را صرفاً با استناد به تصاویر تلویزیونی تکراری بازنمایی کردند.
نرخ تکثیر روایت (Narrative Reproduction Rate)	شدت و سرعت گردش یک روایت یا تصویر در میدان رسانه‌ای.	نسبت بازنشر (reposting) یا بازچارچوب‌بندی (reframing) یک روایت/تم در بازه زمانی مشخص.	تعداد دفعات بازنشر یک روایت در واحد زمان ÷ تعداد کل محتوای تولیدشده در همان بازه.	روایت پیروزی مقاومت در رسانه‌های ایرانی که ظرف ۲۴ ساعت بیش از هزار بار در تلگرام و توییتر بازنشر شد.
فاصله روایت ـ واقع (Narrative-Reality Gap)	میزان گسست معنایی میان ادعاهای رسانه‌ای و واقعیت میدانی.	مقایسه معنایی تیتر/لید با متن خبر یا داده‌های مستقل برای شناسایی تناقض، اغراق یا حذف.	شمار موارد ناهم‌خوانی در هر ۱۰ خبر (درصد کل اخبار).	تیتری که از نابودی کامل اهداف دشمن خبر می‌دهد، درحالی‌که در متن فقط به آسیب محدود اشاره شده است.

منبع: (نگارندگان)

دامنهٔ زمانی پژوهش شامل دوازده روز درگیری اصلی به‌عنوان پنجرهٔ هسته‌ای و همچنین دو روز پیش از آغاز رسمی و پنج روز پس از پایان جنگ به‌عنوان حاشیهٔ تحلیلی در نظر گرفته شد؛ زیرا بسیاری از قاب‌ها و روایت‌های کلیدی پیش از شروع

رسـمی شـکل‌گرفته و تـا چنـد روز پـس از آتش‌بـس اسـتمرار داشـته‌اند. داده‌هـا به‌طـور متـوازن از سـه خوشـهٔ رسـانه‌ای انتخـاب شـدند: رسـانه‌های ایرانـی شـامل خبرگزاری‌هـای رسـمی (ایرنـا، فـارس، تسـنیم) و شـبکه‌های انگلیسی‌زبان ماننـد پـرس تـی وی؛ رسـانه‌های اسـرائیلی همچـون Haaretz، The Jerusalem Post، Times of Israel و Ynet؛ و رسـانه‌های بین‌المللـی ازجملـه BBC، CNN، Al Jazeera English، Reuters و Associated Press. حسـاب‌های رسـمی ایـن رسـانه‌ها در شـبکه‌های اجتماعـی (توئیتـر، اینسـتاگرام) نیـز بـرای درک پویایـی دیجیتـال وارد تحلیـل شـدند. واحـد تحلیـل چهـار دسـته بـود: تیتـر، لیـد یـا پاراگـراف آغازیـن، تصویـر همـراه بـا کپشـن و پسـت شـبکه‌های اجتماعـی. معیارهـای شـمول شـامل گزارش‌هـا، اخبـار زنـده، تحلیل‌هـا و پسـت‌های مسـتقیم مرتبـط بـا جنـگ، بـه سـه زبـان فارسـی، انگلیسـی و عبـری بـود؛ کـه بـرای زبـان عبـری از یـک نفـر آشـنا بـه زبـان عبـری کـه مبلـغ دینـی می‌باشـد (بـا سـطح ۴ حـوزه علمیـه) اسـتفاده نمودیـم. معیارهـای حـذف نیـز محتـوای تکـراری (بیـش از ۹۰درصـد شـباهت)، غیرمرتبـط یـا فاقـد اعتبـار سـردبیری را دربرمی‌گرفـت. بـرای تحلیـل روایت‌هـا، مجموعـه‌ای از نـه قـاب کلیـدی تعریـف شـد: مقاومت/کنـش قهرمانانـه، دفـاع و امنیـت، برتـری فنّاورانـه، هزینـه انسانی/انسان‌دوسـتانه، مشـروعیت بین‌المللـی، دیپلماسـی و تنش‌زدایـی، تشـدید/تهدید، سـرزنش و مقصرسـازی و پیروزی/کوچک‌نمایـی خسـارات. هـر قـاب دارای تعریـف عملیاتـی، شـاخص‌های زبانـی و نمونه‌کلیدواژه‌هـا بـود. کدگـذاری بـه صـورت چندبرچسـبی انجـام شـد؛ یعنـی هـر آیتـم می‌توانسـت در بیـش از یـک قـاب قـرار گیـرد. بـرای تحلیـل بازنمایـی رسـانه‌ای، داده‌هـا بـر اسـاس ۹ قـاب اصلـی کدگـذاری شـدند.

جدول ۲. قاب‌بندی‌ها و کدگذاری

قاب (Frame)	تعریف یک‌خطی	نمونه کلیدواژه‌ها
مقاومت/کنش قهرمانانه (RESISTANCE)	تأکید بر ایستادگی، پیروزی نمادین، قهرمانی	مقاومت، پیروزی، شهید، victory, steadfast
دفاع و امنیت (DEFENSE_SECURITY)	مشروعیت‌بخشی به اقدامات دفاعی و حفاظت از غیرنظامیان	دفاع مشروع، امنیت، پناهگاه، Iron Dome, precision
برتری فنّاورانه/نظامی (TECH_SUPERIORITY)	نمایش توان نظامی و فناوری پیشرفته	سامانه، رهگیری، پهپاد، interceptor, superiority

هزینه انسانی/انسان‌دوستانه (HUMANITARIAN_COST)	برجسته‌سازی تلفات غیرنظامیان و پیامدهای انسانی	غیرنظامی، کودک، زخمی، civilian, casualty, aid
مشروعیت بین‌المللی/حقوقی (INTL_LEGALITY)	ارجاع به حقوق بین‌الملل و نهادهای جهانی	قطعنامه، شورای امنیت، قانونی/غیرقانونی، UN, resolution
دیپلماسی و تنش‌زدایی (DIPLOMACY_DEESC)	اشاره به میانجی‌گری، مذاکرات و آتش‌بس	آتش‌بس، میانجی، مذاکره، ceasefire, talks
تشدید/تهدید (ESCALATION_THREAT)	بیان هشدار، تهدید یا وعده انتقام	تهدید، هشدار، پاسخ سخت، threat, escalation
مقصرسازی/سرزنش (BLAME_ATTRIB)	نسبت‌دادن مسئولیت آغاز یا ادامه جنگ به طرف مقابل	متجاوز، تحریک، مقصر، aggressor, blame
پیروزی/کوچک‌نمایی خسارت (VICTORY_MINLOSS)	اعلام موفقیت و کم‌اهمیت جلوه دادن خسارت‌ها	موفقیت، پیروز شد، خسارت ناچیز، success, minimal damage

منبع: (نگارندگان)

برای اطمینان از پایایی کدگذاری، حداقل ده درصد از نمونه‌ها به‌طور مستقل توسط دو کُدگذار تحلیل شد و میزان هم‌پوشانی با شاخص کاپا و در موارد چندبرچسبی با شاخص میانگین جاکارد محاسبه گردید؛ نتایج مرحله پایلوت پایایی را در سطح قابل قبول ($\kappa \approx 0.72$) بود و اختلافات کدگذاری در نشست گروهی حل شد و برای مواردی که توافق حاصل نشد (حدود ۷درصد تیترها)، قاب «سایر» (other) در نظر گرفته شد. شاخص میانگین جاکارد (۰/۶۸) نیز گزارش شد که نشان‌دهنده شباهت دوتایی قابل قبول میان جفت‌کدگذاران است. اختلاف‌ها طی نشست بررسی و در نسخه نهایی کدگذاری منعکس شد. برای اعتباربخشی داده‌ها، از روش سه‌سویه‌سازی میان خوشه‌های رسانه‌ای و واحدهای تحلیل (تیتر، لید، تصویر و پست شبکه اجتماعی) استفاده گردید و همچنین تحلیل موارد منفی به‌کار گرفته شد تا استثناها و روایت‌های خارج از الگوی غالب شناسایی شوند. مثلاً «در رسانه‌های ایرانی، برخی روزنامه‌نگاران مستقل خسارت‌های داخلی را برجسته کردند» یا «در اسرائیل، برخی گزارش‌ها ناکامی رهگیری‌ها را مطرح کردند». تحلیل داده‌ها در دو سطح انجام شد: نخست، تحلیل گفتمان انتقادی (CDA) با تمرکز بر دال‌های مرکزی، استعاره‌ها و استراتژی‌های معنایی؛ دوم، تحلیل کمّی سبک‌سنجی شامل شمارش فراوانی واژگان کلیدی، ترسیم نقشه‌های هم‌رخدادی و برآورد شاخص‌های فراواقعیت همچون خودارجاعی نشانه‌ها

و نـرخ تکثیـر روایـت. بـرای پشـتیبانی از ایـن لایه‌هـا، داده‌هـا بـا ابزارهـای پـردازش متـن مـورد تحلیـل قـرار گرفـت و شـاخص‌های توزیـع واژگانـی و شـبکه‌های مفهومـی اسـتخراج شـد. یافته‌هـای پایلـوت در سـه خوشـه رسـانه‌ای (۱۵ تیتـر در هـر خوشـه) نشـان دادنـد کـه رسـانه‌های ایرانـی بالاتریـن سـطح نـرخ تکثیـر روایـت (۵/۲) و شـکاف روایت‌ـ واقـع (۲۸ درصـد) را دارنـد کـه بازتـاب گفتمـان مقاومـت و بازتولیـد شـدید پیـروزی اسـت. رسـانه‌های اسـرائیلی خودارجاعـی بالایـی (۳۸درصـد) و شـکاف ۲۵ درصـد داشـتند کـه بیانگـر کوچک‌نمایـی خسـارات بـود، در حالی‌کـه رسـانه‌های بین‌المللـی پایین‌تریـن میـزان خودارجاعـی (۲۱ درصـد) و شـکاف (۱۵ درصـد) را نشـان دادنـد و تمرکز بیشـتری بر پوشـش دیپلماتیـک و انسـانی داشـتند. البتـه بخشـی از تیترهـا کنـار گذاشـته شـده‌اند یـا ترجمه‌هـا دچـار ابهـام بوده‌انـد. در فراینـد نمونه‌گیـری، تیترهایـی کـه بـا الگـوی غالـب هـر خوشـه در تضـاد بودنـد نیـز شناسـایی شـدند، امـا بـه دلیـل فراوانـی بسـیار پاییـن (کمتـر از ۵درصـد از کل تیترهـای آن خوشـه) در نمونـه نهایـی ۵۰ تیتـری (کـه بـر اسـاس بیشـترین بازنشـر انتخاب شـد) قـرار نگرفتنـد. ایـن مطالعـه در فـاز پایلـوت بـر اسـاس ۱۵ تیتـر در هـر خوشـه اجـرا شـد. بااین‌حـال، بـرای افزایـش قـدرت تعمیم‌پذیـری، در نسـخه توسـعه‌یافته داده‌هـا بـه ۵۰ تیتـر در هـر خوشـه گسـترش داده شـد (مجموعـاً ۱۵۰ تیتر). ایـن انتخـاب بـا هـدف افزایـش تنـوع منابـع، پوشـش زمانـی کامل‌تـر و کاهـش سـوگیری در نمونه‌گیـری صـورت گرفـت.

محاسبات صورت گرفته در سه بخش به‌صورت زیر انجام گرفت:

ـ خودارجاعی

$$SR = \frac{\text{می‌دهندارجاع‌دیگررسانه‌یاروایت‌به‌که‌لیدهایی/تیترهاتعداد}}{\text{لیدها/تیترها کل}} * ۱۰۰$$

مثلاً اگـر از ۱۵ تیتـر، ۶ تیتـر بـا عباراتـی مثـل «بـه‌گـزارش خبرگـزاری X» یـا «همان‌گونـه که پیش‌تر اعلام شد» همراه باشد، آنگاه: $\frac{۶}{۱۵} * ۱۰۰ = ۴۰٪$

ـ نرخ تکثیر روایت

$$NRR = \frac{\text{مشخص‌زمانی‌بازه‌یک‌درکلیدی‌روایت‌یک‌تکرارتعداد}}{\text{بازه‌روزهای‌تعداد}}$$

مثلاً اگر روایت «پیروزی مقاومت» در خوشه ایرانی طی ۱۲ روز ۶۲ بار تکرار شود:

$$۵.۲ = \frac{۶۲}{۱۲}$$

ـ شکاف روایت ـ واقعیت

$$SR = \frac{\text{ناسازگارندمستقل‌داده‌های‌باکه‌لیدهایی /تیترهاتعداد}}{\text{لیدها/تیترها کل}} * ۱۰۰$$

برای نمونه، اگر در خوشه اسرائیلی ۴ تیتر از ۱۵ مورد مدعی «موفقیت کامل رهگیری‌ها» باشد، درحالی‌که گزارش‌های مستقل حداقل یک اصابت را تأیید کرده‌اند:

$$۲۶.۷٪ = \frac{۴}{۱۵} * ۱۰۰$$

جدول ۳. نرخ توزیع اخبار در خوشه‌ها

خوشه رسانه‌ای	Self-Referentiality (میانگین ٪)	Narrative Reproduction Rate (NRR) (میانگین/روز)	Narrative-Reality Gap (میانگین ٪)
ایران (IR)	۴۲٪ (۴ تیتر از ۱۰ به نقل از رسانه‌های همسو یا تکرار روایت قبلی)	۵/۲ (یک روایت کلیدی در میانگین روزانه ۵ بار بازتولید شد)	۲۸٪ (اختلاف تیتر/بدنه یا تیتر/داده مستقل)
اسرائیل (IL)	۳۸٪ (۳ـ۴ تیتر از ۱۰ خودارجاع به اظهارات مقامات/رسانه‌های داخلی داشتند)	۴/۷ (روایت‌های امنیت/برتری روزانه ۴ـ۵ بار تکرار شدند)	۲۵٪ (کوچک‌نمایی خسارت یا اغراق در موفقیت)
بین‌الملل (INTL)	۲۱٪ (۲ تیتر از ۱۰ ارجاع مستقیم به رسانه‌های دیگر داشتند)	۳/۴ روایت‌های آتش‌بس/دیپلماسی روزانه حدود ۳ بار بازتولید شدند	۱۵٪ اختلاف تیتر/بدنه در بخشی از اخبار فوری

منبع: (نگارندگان)

الف) خوشه ایرانی: خوشه رسانه‌های ایرانی در جریان جنگ ۱۲ روزه ایران‌ـ اسرائیل بیش از هر چیز روایت «مقاومت» و «پیروزی نمادین» را برجسته ساخت. تیترهای انتخابی نشان می‌دهند که رسانه‌های این خوشه با تکیه بر

قاب‌های مقاومت، برتری فنّاورانه و کوچک‌نمایی خسارت‌ها، تلاش کردند روایت غالبی از ایستادگی و موفقیت ایجاد کنند. در جدول ۴ این روایت‌های نشان داده شده است.

جدول ۴. خوشه رسانه‌های ایرانی

#	تیتر خلاصه	منبع / تاریخ	قاب‌ها
۱	آغاز پاسخ ایران به حمله رژیم اسرائیل	ایسنا، ۲۳ خرداد ۱۴۰۴	RESISTANCE · BLAME_ATTRIB · ESCALATION_THREAT
۲	دور چهارم حملات موشکی ایران به اسرائیل؛ اصابت چند موشک در تل‌آویو/حیفا	ایسنا، ۲۴ خرداد ۱۴۰۴	TECH_SUPERIORITY · ESCALATION_THREAT · VICTORY_MINLOSS
۳	حمله تروریستی اسرائیل به ایران / ترور فرمانده سپاه	تسنیم، ۲۳ خرداد ۱۴۰۴	BLAME_ATTRIB · ESCALATION_THREAT · HUMANITARIAN_COST
۴	پناهگاه‌های اسرائیل در برابر حملات تلافی‌جویانه ایران محافظت کافی نمی‌دهند	ایرنا (انگلیسی)، ۱۵ ژوئن ۲۰۲۵	VICTORY_MINLOSS · ESCALATION_THREAT · DEFENSE_SECURITY
۵	ضربات سپاه به «آمان» و مراکز موساد در سرزمین‌های اشغالی	تهران‌تایمز (لایوبلاگ)، ۱۷ ژوئن ۲۰۲۵	TECH_SUPERIORITY · VICTORY_MINLOSS
۶	رهبر انقلاب: هرگونه مداخله نظامی آمریکا با آسیب‌های جبران‌ناپذیر مواجه می‌شود	تهران‌تایمز (لایوبلاگ)، ۱۸ ژوئن ۲۰۲۵	ESCALATION_THREAT · INTL_LEGALITY
۷	عملیات «وعده صادق ۳»: کدام پایگاه‌های نظامی/اطلاعاتی اسرائیل هدف قرار گرفت؟	پرس‌تی‌وی، ۲۵ ژوئن ۲۰۲۵	TECH_SUPERIORITY · VICTORY_MINLOSS · BLAME_ATTRIB
۸	جنگ تجاوزکارانه اسرائیل و پاسخ مشروع ایران	تهران‌تایمز، ۱۳ ژوئن ۲۰۲۵	BLAME_ATTRIB · INTL_LEGALITY · RESISTANCE
۹	شادی پیروزی و آماده‌باش؛ ایران در عین هوشیاری، عقب‌نشینی اسرائیل را رصد می‌کند	ایرنا (انگلیسی)، حوالی ۲۶ـ۲۷ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEESC · ESCALATION_THREAT · RESISTANCE
۱۰	رهگیری‌های اسرائیل ناکام ماند؛ زیرساخت‌های کلیدی تل‌آویو هدف قرار گرفت	جمع‌بندی تحلیلی در تهران‌تایمز/پرس‌تی‌وی طی ۱۷ـ۲۵ ژوئن	TECH_SUPERIORITY · VICTORY_MINLOSS · DEFENSE_SECURITY

منبع: (نگارندگان)

جدول ۴ نشان می‌دهد که رسانه‌های ایرانی با تمرکز بر قاب‌های «مقاومت»، «برتری فنّاورانه» و «پیروزی با خسارت اندک»، تلاش کرده‌اند روایتی هویتی و نمادین از جنگ ارائه دهند. بخش قابل‌توجهی از تیترها به بازتولید گفتمان مقاومت و کوچک‌نمایی هزینه‌ها اختصاص دارد، درحالی‌که مواردی همچون مقصرسازی اسرائیل، برجسته‌سازی تهدیدها و تأکید بر ناکامی دشمن نیز به‌عنوان استراتژی‌های معنایی مکمل به‌کار گرفته شده‌اند. حضور موضوعاتی چون «بازداشت‌ها» یا «بحران‌های اجتماعی پس از جنگ» نشان می‌دهد که روایت‌ها صرفاً به میدان نظامی محدود نمانده و به عرصه‌های سیاسی و اجتماعی نیز گسترش یافته‌اند. این ترکیب نشان می‌دهد که خوشه رسانه‌ای ایرانی بیش از بازتاب واقعیت میدانی، به خلق فراواقعیتی دست زده است که در آن مقاومت، پیروزی و مشروعیت در اولویت بازنمایی قرار گرفته‌اند.

ب) خوشه رسانه‌های اسرائیلی: خوشه رسانه‌های اسرائیلی در پوشش جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل عمدتاً با منطق دفاعی و امنیتی عمل کرد. تیترهای این خوشه بازتاب‌دهنده گفتمان غالب «بازدارندگی»، «مشروعیت نظامی» و «برتری فنّاورانه» هستند. در جدول ۵ این روایت‌های نشان داده شده است.

جدول ۵. خوشه‌بندی رسانه‌های اسرائیلی

#	خلاصه تیتر/لید	منبع / تاریخ	قاب‌ها
IL-1	ایران به تهدیدات ترامپ و رهبران صهیونیست پاسخ دهد	Jerusalem Post، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	BLAME_ATTRIB · ESCALATION_THREAT
IL-2	نیروی دفاع اسرائیل برای جنگ چندجبهه‌ای با ایران آماده می‌شود	Jerusalem Post، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	DEFENSE_SECURITY · TECH_SUPERIORITY
IL-3	این ۲۸ قربانی کشته‌شده در حملات موشکی ایران هستند	Times of Israel، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	HUMANITARIAN_COST · BLAME_ATTRIB
IL-4	هشدار اسرائیل به ۳۰۰۰۰۰ نفر در تهران برای تخلیه	Jerusalem Post / AP، ۱۶ ژوئن ۲۰۲۵	ESCALATION_THREAT · DEFENSE_SECURITY

IL-5	بمباران‌های آمریکا سایت‌های هسته‌ای ایران را نابود کرد؛ نتانیاهو جنگ را اعلام کرد	ILTV، ۲۳ ژوئن ۲۰۲۵	VICTORY_MIN-LOSS · TECH_SU-PERIORITY
IL-6	ترامپ: توافق آتش‌بس بین ایران و اسرائیل حاصل شد	JPost، ۲۳ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEE-SC · ESCALATION_THREAT
IL-7	مقام ایرانی: حملات ادامه می‌یابد؛ تهدید به هدف‌گیری پایگاه‌های آمریکا	Times of Israel، ۱۴ ژوئن ۲۰۲۵	ESCALATION_THREAT · DE-FENSE_SECURITY
IL-8	۸ نفر در بمباران شبانه موشک‌های ایران کشته شدند	ILTV، ۱۶ ژوئن ۲۰۲۵	HUMANITARIAN_COST · BLAME_ATTRIB
IL-9	آتش‌بس شکننده با ایران؛ مقامات هشدار می‌دهند جنگ ممکن است ادامه یابد	ILTV، ۲۶ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEE-SC · ESCALATION_THREAT
IL-10	ایران حملات موشکی به اسرائیل را ادامه می‌دهد؛ گنبد آهنین موفق عمل کرد	Haaretz، ۱۳ ژوئن ۲۰۲۵	TECH_SUPERIOR-ITY · DEFENSE_SE-CURITY
IL-11	نتانیاهو قادر به پایان جنگ بی‌معنی در غزه نیست؟	Haaretz، ۲۷ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEE-SC · VICTORY_MINLOSS
IL-12	دادگاه اسرائیل محاکمه نتانیاهو را به تعویق انداخت؛ ترامپ خواستار کنار گذاشتن پرونده شد	Haaretz، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	INTL_LEGALITY · DIPLOMACY_DEE-SC
IL-13	برای پایان جنگ غزه، ترامپ باید نتانیاهو را فشار دهد	Haaretz، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEE-SC · BLAME_AT-TRIB
IL-14	ویدیوهای تولیدشده با AI دروغ‌هایی درباره جنگ ایران ـ اسرائیل را پخش می‌کنند	Times of Israel، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	BLAME_ATTRIB · TECH_SUPERIOR-ITY
IL-15	آمریکا برای پایان جنگ غزه بر درمر فشار می‌آورد	Times of Israel، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEE-SC · INTL_LEGAL-ITY

منبع: (نگارندگان)

داده‌های جدول نشان می‌دهد رسانه‌های اسرائیلی با تمرکز بر قاب‌های «دفاع و امنیت»، «برتری فنّاورانه» و «دیپلماسی»، جنگ را به عرصه‌ای از نمایش اقتدار و کنترل بدل کردند. بسامد بالای تیترهایی که به کارآمدی گنبد آهنین و دقت حملات اشاره داشتند، نشان می‌دهد فراواقعیتی از «توانمندی مطلق» شکل گرفت که فاصله معناداری با واقعیت میدانی داشت. در این چارچوب، خودارجاعی رسانه‌ها از طریق تکرار گزارش‌های رسمی و بازنشر تصاویر واحد، به تثبیت این فراواقعیت کمک کرد. نتیجه آن بود که افکار عمومی اسرائیل، حتی در مواجهه با خسارات و ناتوانی‌های نظامی، همچنان روایت «بازدارندگی موفق» را واقعی‌تر از واقعیت تجربه کرد. به‌این‌ترتیب، خوشه رسانه‌ای اسرائیلی نیز همچون سایر خوشه‌ها، نه صرفاً ناظر جنگ بلکه خالق نسخه‌ای رسانه‌ای از آن بود که در سطح نشانه‌ها از خود واقعیت پیشی گرفت.

ج) خوشه رسانه‌های بین‌الملل: خوشه رسانه‌های بین‌المللی در بازنمایی جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل، رویکردی میانجی‌گرانه و انسان‌محور اتخاذ کرد. در جدول ۶ این روایت‌های نشان داده شده است.

جدول ۶. خوشه‌بندی رسانه‌های بین‌الملل

#	خلاصه تیتر/لید	منبع / تاریخ	قاب‌ها
INTL-1	لیست رویدادهای کلیدی جنگ آمریکا ـ اسرائیل ـ ایران، ۲۴ ژوئن	Al Jazeera، ۲۴ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEESC · HUMANITARIAN_COST
INTL-2	ترامپ آتش‌بس را اعلام کرد؛ رسانه‌های ایران تأیید کردند	CNN، ۲۳ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEESC · VICTORY_MINLOSS
INTL-3	چگونه جنگ اخیر آغاز شد و به کجا می‌رود؟	BBC، ۱۹ ژوئن ۲۰۲۵	ESCALATION_THREAT · DIPLOMACY_DEESC
INTL-4	ترامپ آتش‌بس کامل را اعلام کرد؛ موشک‌ها گزارش شدند	AP، ۲۳ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEESC · ESCALATION_THREAT
INTL-5	تصویرسازی ۱۲ روز جنگ اسرائیل ـ ایران	Al Jazeera، ۲۶ ژوئن ۲۰۲۵	HUMANITARIAN_COST · BLAME_ATTRIB
INTL-6	جنگ جهانی: ایران و اسرائیل آتش‌بس را توافق کردند	CNN، ۲۱ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEESC · INTL_LEGALITY

INTL-7	لیست رویدادهای کلیدی، ۱۸ ژوئن	Al Jazeera، ۱۸ ژوئن ۲۰۲۵	ESCALATION_THREAT · HUMANITARIAN_COST
INTL-8	یک هفته جنگ: اسرائیل و ایران آتش‌باری می‌کنند	AP، ۲۰ ژوئن ۲۰۲۵	ESCALATION_THREAT · DIPLOMACY_DEESC
INTL-9	ترامپ G۷ را زود ترک کرد تا با جنگ ایران ـ اسرائیل مقابله کند	NY Times، ۱۷ ژوئن ۲۰۲۵	INTL_LEGALITY · DIPLOMACY_DEESC
INTL-10	نگرانی از آتش‌بس ایران ـ اسرائیل؛ نتانیاهو جنگ ابدی می‌خواهد	Guardian، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	ESCALATION_THREAT · DIPLOMACY_DEESC
INTL-11	موشک ایرانی بیمارستان اصلی اسرائیل را هدف قرار داد	NY Times، ۱۹ ژوئن ۲۰۲۵	HUMANITARIAN_COST · BLAME_ATTRIB
INTL-12	آمریکا خود را وارد جنگ اسرائیل ـ ایران کرد؛ نگرانی‌ها افزایش یافت	AP، ۲۲ ژوئن ۲۰۲۵	INTL_LEGALITY · ESCALATION_THREAT
INTL-13	ایران پس از جنگ با اسرائیل و آمریکا بر لبه تیغ	NY Times، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	HUMANITARIAN_COST · DIPLOMACY_DEESC
INTL-14	آتش‌بس با ایران پایدار بماند؟	BBC، ۲۴ ژوئن ۲۰۲۵	DIPLOMACY_DEESC · ESCALATION_THREAT
INTL-15	ویدیوهای AI دروغ‌ها درباره جنگ ایران ـ اسرائیل را پخش می‌کنند	CBS، ۲۹ ژوئن ۲۰۲۵	BLAME_ATTRIB · TECH_SUPERIORITY

داده‌های جدول نشان می‌دهد رسانه‌های بین‌المللی با برجسته‌سازی قاب‌های «دیپلماسی و آتش‌بس»، «هزینه انسانی» و «مشروعیت بین‌المللی»، نقشی دوگانه در ساخت فراواقعیت ایفا کردند. از یک سو، تأکید بر تلفات غیرنظامیان و بحران انسانی موجب برانگیختن همدلی جهانی و شکل‌گیری فشار افکار عمومی برای توقف درگیری شد؛ از سوی دیگر، بازتولید مکرر روایات قدرت‌های غربی و نهادهای بین‌المللی، مرز میان همدلی انسانی و مشروعیت‌بخشی به نظم موجود را تیره کرد. این خوشه، با ایجاد تصویری از جنگ به‌عنوان «بحران انسانی نیازمند مدیریت جهانی»، عملاً به نهادینه‌سازی گفتمان کنترل و میانجی‌گری از بالا یاری رساند. درنتیجه، فراواقعیت

جنگ در سطح بین‌المللی نه بر محور پیروزی یا شکست نظامی، بلکه بر پایهٔ احساسات اخلاقی و ملاحظات ژئوپلیتیکی شکل گرفت؛ واقعیتی رسانه‌ای که به‌ظاهر بی‌طرف، اما در عمل جهت‌دار و بازتولیدکننده منطق قدرت جهانی بود.

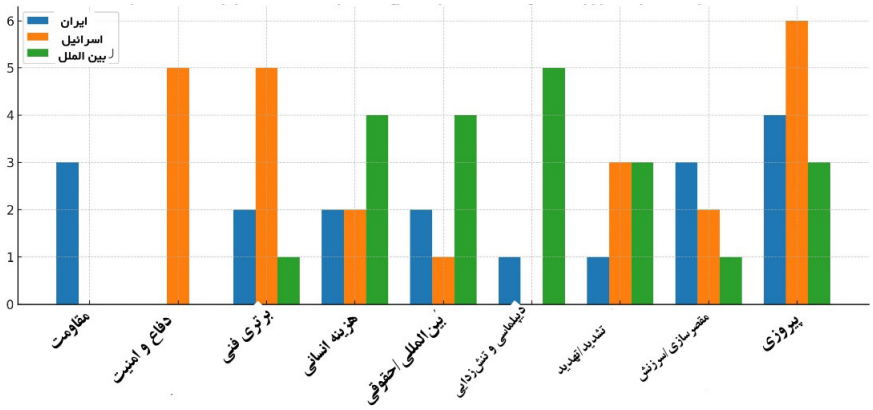
تجزیه‌وتحلیل یافته‌ها

سه خوشه رسانه‌ای در بازنمایی جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل نقش محوری ایفا کردند. رسانه‌های ایرانی روایت خود را بر محور مقاومت و اسطوره‌سازی بنا نهادند؛ تصاویر موشک‌ها و مفاهیمی چون شهادت و ایثار بخشی از شبیه‌سازی بودند که جنگ را از یک درگیری نظامی به رخدادی هویتی و نمادین بدل می‌کردند. در مقابل، رسانه‌های اسرائیلی بر برتری فنّاورانه، امنیت و مشروعیت حقوقی تمرکز داشتند؛ نمایش مداوم گنبد آهنین و گفتمان «حق دفاع مشروع» تلاشی آگاهانه برای بازنمایی جنگ به‌عنوان نبردی قانونی و اجتناب‌ناپذیر بود. رسانه‌های بین‌المللی نیز روایت خود را در قالب دوگانهٔ انسان‌دوستانه/امنیتی شکل دادند؛ هم بحران انسانی و تلفات غیرنظامیان را برجسته کردند و هم تحلیل‌هایی از تهدید هسته‌ای و امنیت منطقه‌ای ارائه دادند.

این سه روایت، هر یک واقعیتی فراواقعی خلق کردند که برای مخاطبان واقعی‌تر از میدان جنگ جلوه می‌کرد. همان‌گونه که بودریار در تحلیل جنگ خلیج فارس نشان داد، امر واقعی در انبوه تصاویر و نشانه‌ها محو شد و تجربه مخاطب نه بر اساس واقعیت میدانی، بلکه بر اساس بازنمایی رسانه‌ای شکل گرفت. درنتیجه، «جنگ دوم» بار دیگر تحقق یافت: جایی که پیروزی یا شکست در افق افکار عمومی تعریف شد، نه در سطح تلفات و دستاوردهای نظامی. این وضعیت پیامدی فراتر از دوره درگیری داشت، زیرا روایت‌های تولیدشده پس از پایان جنگ نیز ادامه یافتند و بر سیاست و افکار عمومی اثر گذاشتند. از این منظر، فراواقعیت جنگی به بخشی از سیاست جهانی بدل می‌شود؛ واقعیتی نمادین که قدرت آن حتی از واقعیت نظامی نیز فراتر می‌رود.

از سوی دیگر، تحلیل شاخص‌های عملیاتی نشان داد رسانه‌های ایرانی با تأکید بر گفتمان مقاومت و نمادهای دینی ملی، روایت‌هایی خودارجاع خلق کردند که کمتر به داده‌های مستقل میدانی وابسته بود و بیشتر بر گفتمان‌های پیشین استوار بود. نرخ تکثیر روایت «پیروزی معنوی» در شبکه‌های اجتماعی داخلی به‌قدری بالا بود که حتی در غیاب دستاوردهای نظامی ملموس، افکار عمومی آن را واقعی‌تر از واقعیت تلقی می‌کرد. رسانه‌های اسرائیلی نیز با تمرکز بر موفقیت‌های گنبد آهنین و تکرار گفتمان

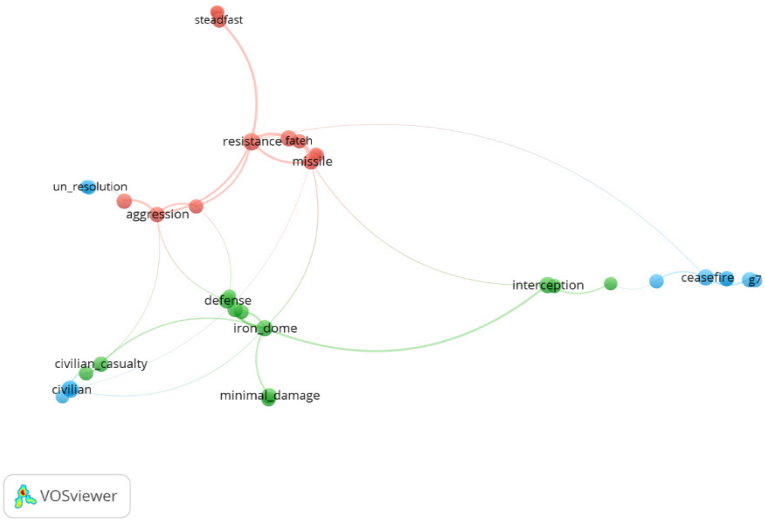
«دفاع مشروع»، سطح بالایی از خودارجاعی را رقم زدند؛ موفقیت رهگیری‌ها عمدتاً بر اساس بازنشر تصاویر تکراری و بیانیه‌های رسمی بازنمایی شد. رسانه‌های بین‌المللی نیز، بسته به مواضع سیاسی، دوگانهٔ انسان‌دوستانه/امنیتی را تکثیر کردند. فاصلهٔ میان واقعیت میدانی بحران انسانی و روایت‌های امنیت‌محور، نمونه‌ای روشن از شکاف روایت واقعیت بود. اثر این رقابت روایت‌ها بر ادراک عمومی بسیار تعیین‌کننده بود. افکار عمومی در ایران، جنگ را عمدتاً از منظر مقاومت و تثبیت هویت جمعی تفسیر کرد؛ در اسرائیل، روایت امنیت و بازدارندگی مسلط شد؛ و در سطح بین‌المللی، ترکیبی از همدلی با قربانیان انسانی و تأکید بر ثبات منطقه‌ای برجسته گردید. در همه این موارد، آنچه مخاطبان تجربه کردند نه امر واقعی جنگ، بلکه بازتابی فراواقعی بود که توسط خوشه‌های رسانه‌ای ساخته و تکثیر شد.



نمودار ۱. نرخ تمرکز بر واژه‌ها

نمودار ۱ بر اساس کدگذاری ۱۵۰ تیتر منتخب از سه خوشه رسانه‌ای ایران، اسرائیل و رسانه‌های بین‌المللی توسط نرم‌افزار اکسل ترسیم شده است. ابتدا همه تیترها و لیدهای مرتبط با جنگ ۱۲ روزه در بازه زمانی پژوهش گردآوری و پس از حذف موارد تکراری، در قالب ۹ قاب اصلی شامل مقاومت/کنش قهرمانانه، دفاع و امنیت، برتری فنّاورانه/نظامی، هزینه انسانی/انسان‌دوستانه، مشروعیت بین‌المللی/حقوقی، دیپلماسی و تنش‌زدایی، تشدید/تهدید، مقصرسازی/سرزنش و پیروزی/کوچک‌نمایی خسارت کدگذاری شدند. هر تیتر می‌توانست بیش از یک قاب دریافت کند؛ بنابراین کدگذاری به‌صورت چندبرچسبی انجام شد. سپس فراوانی هر قاب در هر خوشه رسانه‌ای شمارش

و بر کل فراوانی کدهای همان خوشه تقسیم شد تا «نرخ تمرکز بر واژه‌ها و قاب‌ها» به‌صورت درصدی محاسبه شود. بر این اساس، ستون‌های نمودار نشان می‌دهند هر خوشه رسانه‌ای چه سهمی از واژگان و قاب‌های خود را به هر محور معنایی اختصاص داده است. این نمودار نه بیانگر فراوانی خام اخبار، بلکه نشان‌دهنده وزن نسبی هر قاب در ساخت روایت رسانه‌ای هر خوشه است.



نمودار ۲. شبکه هم رخدادی

این نمودار (شماره ۲) شبکه‌ای هم‌رخدادی واژگان، در سه خوشه رسانه‌ای (ایران، اسرائیل، بین‌الملل) با نرم‌افزار وی او اس ویور[1] ترسیم شده است. بازنمایی تصویری از روابط معنایی در دو قاب اصلی قاب انسان‌دوستانه و قاب دفاع/امنیت است که در جریان پوشش رسانه‌ای جنگ ۱۲ روزه ایران اسرائیل پررنگ بودند. در این تصویر، هر گره (دایره‌های رنگی) یک واژه کلیدی است که در تیترها و متون رسانه‌ها به‌طور مکرر به‌کار رفته است. یال‌ها (خطوط میان گره‌ها) نشان می‌دهند که این واژه‌ها در یک قاب مشخص با هم هم‌زمان یا در ارتباط معنایی به‌کار گرفته شده‌اند. در قاب

1. VOSviewer

انسان‌دوستانه، واژه‌هایی چون civilian، children، casualty، injured و aid در مرکز قرار دارند. هم‌رخدادی این واژه‌ها نشان می‌دهد که روایت رسانه‌های بین‌المللی بیشتر بر قربانیان غیرنظامی، وضعیت کودکان و ضرورت کمک‌های بشردوستانه متمرکز بوده است. چنین شبکه‌ای بیانگر تلاش رسانه‌ها برای برساختن تصویری از جنگ به‌عنوان یک بحران انسانی است، نه صرفاً یک تقابل نظامی. در مقابل، قاب دفاع/امنیت شامل واژه‌هایی مانند defense، security، missile، interception، IronDome و deterrence است. هم‌رخدادی این واژه‌ها بازتاب‌دهنده تمرکز رسانه‌های اسرائیلی بر مشروعیت اقدامات دفاعی، نمایش برتری سامانه‌های رهگیر و تأکید بر بازدارندگی در برابر تهدیدات ایران است. به این ترتیب، شبکه هم‌رخدادی نشان می‌دهد که چگونه دو خوشه معنایی کاملاً متفاوت شکل گرفته‌اند: یکی جنگ را فاجعه انسانی می‌بیند و دیگری آن را تمرین امنیتی و دفاعی. این جدایی معنایی، نمونه‌ای روشن از همان چیزی است که بودریار آن را فراواقعیت می‌نامد؛ جایی که بازنمایی‌ها واقعیت را بازآفرینی و حتی جایگزین می‌کنند.

باید تأکید کرد که بودریار هرگز شاخص‌های کمی برای سنجش فراواقعیت ارائه نداده است. سه شاخص مقاله حاضر (SR, NRR, NRG) ابزارهای تحلیلی ابداعی نویسندگان هستند و ادعای «معادل قطعی بودن» با مفهوم بودریاری ندارند. این شاخص‌ها صرفاً نشانگرهای احتمالی هستند که در چارچوب یک جنگ خاص و با فروکاستن مفاهیم پیچیده بودریار به اعداد قابل اندازه‌گیری، عمل می‌کنند. رابطه میان این شاخص‌ها و فراواقعیت مکانیکی و خطی نیست و پژوهشگران آتی باید به دنبال شاخص‌های ظریف‌تر (مانند تحلیل نشانه‌شناختی چرخش‌های بی‌نهایت ارجاع) باشند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان داد که هم‌زمان با جنگ در جهان واقع، روایت‌های رسانه‌ای به‌گونه‌ای فراواقعیت‌ساز عمل کردند. به‌بیان‌دیگر، آنچه سرنوشت جنگ را رقم زد صرفاً تبادل موشک‌ها و حملات هوایی نبود، بلکه رقابت روایت‌ها در عرصه رسانه‌ای هم‌زمان و در تعامل با تحولات میدان نظامی جریان داشت. اگر میدان اول درگیری نظامی بود، میدان دوم در عرصه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی شکل گرفت؛ جایی که هشتگ‌ها، لایوبلاگ‌ها، ویدیوهای کوتاه و تصاویر پرشمار موجب شدند تجربه جنگ

برای بسیاری از مخاطبان جهانی نه از رهگذر واقعیت میدانی، بلکه از طریق بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل گیرد. به‌این‌ترتیب، «جنگ تجربه‌شده» به «جنگ بازنمایی‌شده» تقلیل یافت و این همان نقطه‌ای است که فراواقعیت در شکل خالص خود تحقق می‌یابد.

این وضعیت پیامدهای چندلایه‌ای داشت: نخست، افکار عمومی جهانی در نسبت با ایران و اسرائیل بیش از آنکه بر داده‌های عینی تکیه کند، تحت تأثیر بازنمایی‌های رسانه‌ای قرار گرفت. دوم، در داخل هر دو جامعه، قطبی‌سازی تقویت شد، زیرا روایت‌های همسو با گفتمان‌های مسلط مجال بیشتری برای بازتولید داشتند و صداهای مخالف یا حاشیه‌ای به حاشیه رانده شدند. سوم، در سطح بین‌المللی، برجسته‌سازی هزینه‌های انسانی و روندهای دیپلماتیک از سوی رسانه‌ها فشار فزاینده‌ای بر بازیگران منطقه‌ای و جهانی برای تثبیت آتش‌بس وارد آورد. این سه سطح نشان می‌دهد که جنگ رسانه‌ای علاوه بر پیامدهای نمادین، آثار سیاسی و دیپلماتیک مستقیم نیز بر جای گذاشت.

این پژوهش با محدودیت‌های روش‌شناختی و نظری مواجه بود؛ ازجمله کوچک بودن حجم نمونه (۱۵۰ تیتر) که علیرغم افزایش نسبت به فازهای پیشین، به دلیل نامشخص بودن جامعه آماری دقیق، برای تعمیم به کل پوشش رسانه‌ای جنگ کافی نیست و همچنین خاص بودن زمینه مطالعه به جنگ‌های کوتاه‌مدت و پرتشدید (حداکثر ۱۲ روز) که امکان بسط نتایج به منازعات طولانی‌مدت را سلب می‌کند. علاوه بر این، هم‌زبان بودن تمام پژوهشگران و دسترسی غیرمستقیم آن‌ها به منابع عبری، احتمال سوگیری فرهنگی_زبانی را افزایش می‌دهد.

پژوهش‌های آتی می‌توانند با اتخاذ رویکردهای ترکیبی و مقایسه‌ای، ابعاد مختلف این مفهوم را کاوش کنند؛ ازجمله بررسی تطبیقی نقش رسانه‌های سنتی در مقابل شبکه‌های اجتماعی در بازتولید یا خلق روایت‌های بدیل توسط کاربران عادی از طریق تحلیل محتوای کامنت‌ها و شبکه‌های اجتماعی و همچنین ردیابی تبارشناسانه تحول یک روایت خاص (مانند «موفقیت گنبد آهنین») از بیانیه رسمی تا تبدیل شدن به میم و هشتگ. علاوه بر این، سنجش تجربی تأثیر فراواقعیت بر ادراک عمومی از طریق آزمایش‌های روان‌شناختی کنترل‌شده (با دستکاری میزان خودارجاعی اخبار) و مقایسه شدت فراواقعیت در جنگ‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، می‌تواند شواهد کمی دقیق‌تری فراهم آورد. درنهایت، با توجه به اینکه مقاله حاضر صرفاً پتانسیل تأثیرگذاری فراواقعیت را نشان می‌دهد و نه قطعیت آن را، انجام مطالعات مستقل با روش‌های ترکیبی (تحلیل

اسناد و مصاحبه با نخبگان) برای تبیین رابطه میان روایت‌های رسانه‌ای و تصمیمات پایان جنگ، جهت اعتبارسنجی نهایی فرضیه‌ها و گذار از سطح توصیفی به تبیینی ضروری به نظر می‌رسد.

یافته‌های این پژوهش همچنین ضرورت شفافیت رسانه‌ای و ارتقای سواد رسانه‌ای را برجسته می‌سازد. در شرایطی که هر طرف روایت مطلوب خود را ساخته و به‌طور گسترده تکثیر می‌کند، مخاطبان باید توانایی تمایز میان واقعیت، بازنمایی و فراواقعیت را داشته باشند. در غیر این صورت، خطر گرفتار شدن در چرخهٔ نشانه‌ها و قطع ارتباط با واقعیت عینی افزایش می‌یابد. برای سیاست‌گذاران و تحلیل‌گران نیز پیام روشن است: موفقیت یا شکست در میدان نبرد لزوماً معادل موفقیت یا شکست در میدان رسانه‌ای نیست؛ بلکه روایت‌های رسانه‌ای می‌توانند حتی دستاوردها و نتایج میدانی را تحت‌الشعاع قرار دهند و بر حافظه جمعی و سیاست جهانی اثرگذار شوند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

آقاگلزاده، فردوس (۱۳۸۵). *تحلیل گفتمان انتقادی*، چاپ اول، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

آقامحمدی، ابراهیم (۱۳۹۹). روایت پساساختارگرا از جنگ ویتنام با نگاهی به سه‌گانه استون، *نشریه مطالعات تاریخی جنگ*، ۴ (۱)، ۱ ـ ۲۶. https://doi.org/10.52547/HSOW.4.1.1

پاینده، حسین(۱۳۹۲). انعکاس جنگ در رسانه‌ها: رویکرد پسامدرن بودریار به تحلیل رسانه‌ها، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*،۹ (۳۳)، ۱۱. magiran.com/p1307808

حسن‌کاویار، احمدرضا و حسن آب‌نیکی (۱۴۰۰). نقش رسانه‌ها در جنگ‌های بین‌المللی از منظر ژان بودریار (مطالعه موردی: حمله آمریکا به عراق در ۲۰۰۳)، *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*،۶ (۱)، ۱۸۳ ـ ۲۰۴. https://sid.ir/paper/1001614/fa

ریاحی نوری، امیر و علی سلامی (۱۴۰۱). روایت تروریستی رسانه‌های جمعی پس از حملات یازدهم سپتامبر: خوانشی بودریاری از رمان «مرد در حال سقوط» اثر دان دلیلو،نشریه نقد زبان و ادبیات *خارجی*، ۱۹ (۲۸)، ۱۴۹ ـ ۱۶۸. Doi.org/10.52547/clls.19.28.149

زاهدی، محمدجواد و نوراله نورانی (۱۳۹۶). نقد دیدگاه بودریار درباره نقش رسانه در شکل‌گیری مسئله اجتماعی و امر واقع، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۸(۱)، ۳ ـ ۳۱. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351901.1396.18.1.1.9

ماندگار لنگرودی، شهروز؛ اردلانی، حسین و کاوه بذرافکن (۱۴۰۳). جایگاه مگامال‌های تهران در نظام مصرف، بازکاوی در مفهوم وانموده و وانمود بودریار،*فصلنامه هویت شهر*، ۱۸ (۵۷)، ۳۵ ـ ۴۸. magiran.com/p2802926

Aghagolzadeh, F. (2006). Critical Discourse Analysis. Tehran: Scientific and Cultural Publications. First edition. **[In Persian]**

Aghamohammadi, E. (2020). Poststructuralist Narrative of the Vietnam War with a Look at the Stone Trilogy. Journal of Historical War Studies, 4(1), 1-26. https://doi.org/10.52547/HSOW.4.1.1. **[In Persian]**

Baudrillard, J. (1994).*Simulacra and simulation*. University of Michigan press.

Baudrillard, J. (1995). The Gulf War did not take place (P. Patton, Trans). Bloomington: Indiana University Press. (Original work published 1991).

Baudrillard, J. (2016). The evil demon of images and the precession of simulacra. In Postmodernism: A reader (pp. 194).

Center for Strategic and International Studies (CSIS). (2025). Iron Dome performance report: Interception rates during the June 2025 war. CSIS Missile Defense Project. https://www.csis.org/analysis/depleting-missile-defense-interceptor-inventory

Elliott, G. E. (2022). Deterrence and disappearance: A Baudrillardian analysis of war and spaceflight (Doctoral dissertation, University of Otago). https://hdl.handle.net/10523/13437

Freund, L. (2024). Beyond the physical self: Understanding the perversion of reality and the desire for digital transcendence via digital avatars in the context of Baudrillard's theory. AI & SOCIETY, 1-17. https://doi.org/10.1007/s00146-024-01900-8

Hassankaviar, A. R., & Abniki, H. (2021). The Role of Media in International Wars from the Perspective of Jean Baudrillard (Case Study: The US Attack on Iraq in 2003). International Media Research Journal, 6(1), 183-204.https://sid.ir/paper/1001614/fa. **[In Persian]**

Larson, A. (2023). Simulacra and simulation hypothesis: How real is our reality? (CMC Senior Theses 3262). Claremont Colleges. https://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/3262

Mandegar Langroudi, S., Ardalani, H., & Bazrafkan, K. (2024). The Position of Tehran's Megamalls in the Consumption System: A Reexamination of Baudrillard's Concept of Simulacrum and Simulation. City Identity Quarterly, 18(57), 35-48. magiran.com/p2802926 . **[In Persian]**

Meissner, J. (2023). Ausbruch aus der Simulation. Bildbruch - Beobachtungen an Metaphern, 135.

Nordin, A. H., & Öberg, D. (2015). Targeting the ontology of war: From Clausewitz to Baudrillard. Millennium, 43(2), 392-410. https://doi.org/10.1177/0305829814552435

Osman, W. (2022). Building spectatorial solidarity against the "war on terror" media-military gaze. International Journal of Middle East Studies, 54(2), 369-375. https://doi.org/10.1017/S002074382200037X

Payandeh, H. (2013). Reflection of War in the Media: Baudrillard's Postmodern Approach to Media Analysis. Quarterly Journal of Cultural and Communication Studies, 9(33), 11. magiran.com/p1307808 . **[In Persian]**

Powell, T. E., Boomgaarden, H. G., De Swert, K., & de Vreese, C. H. (2018). Framing fast and slow: A dual processing account of multimodal framing effects. Media Psychology, 22(4), 572-600. https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1476891

Riahi Nouri, A., & Salami, A. (2022). Terrorist Narrative of Mass Media after the September 11 Attacks: A Baudrillardian Reading of Don DeLillo's Novel Falling Man. Journal of Language and Literary Criticism, 19(28), 149-168. Doi.org/10.52547/clls.19.28.149. **[In Persian]**

Rodriguez, M. (2024). The simulation of modern conflicts: Disentangling hyperreality and "fake news" in the Ukrainian and Palestinian contexts. http://doi.org/10.70090/AMS.38.MGR1

van Kessel, C., Manriquez, J. D., & Kline, K. (2025). Baudrillard, hyperreality, and the 'problematic' of (mis/dis)information in social media. Theory & Research in Social Education, 53(2), 249-271. https://Doi.org/10.1080/00933104.2024.2439302

Wolny, R. W. (2017). Hyperreality and simulacrum: Jean Baudrillard and European postmodernism. European Journal of Interdisciplinary Studies, 3(3), 75-79. http://www.ericmullis8.com/s/Hyperreal.pdf

Zahedi, M. J., & Norani, N. (2017). Critique of Baudrillard's View on the Role of Media in the Formation of Social Issues and Reality. Iranian Journal of Sociology, 18(1), 3-31. https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17351901.1396.18.1.1.9. **[In Persian]**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 219 - 253
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.585591.1152
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

An Analysis of the Representation Pattern of the Ramadan War with Emphasis on the Theoretical Implications of Media Defense in Cognitive Warfare (Case Study: Iran International Website)

Sepehr Karami, *MSc. Student in Media Management, Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: sepehrkarami@ut.ac.ir*

Mohammad Hossein Zarifian Yeghaneh, *Assistant Prof., Faculty of Management and Accounting, Farabi Campus, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author) Email: mhzarifian@ut.ac.ir*

Extended Abstract

Introduction: The nature of contemporary conflicts has shifted from physical battlefields toward cognitive, perceptual, and media domains. Cognitive warfare, increasingly recognized as the sixth dimension of modern conflict, targets the beliefs, perceptions, and decision-making processes of populations in order to erode social capital, weaken national cohesion, and undermine collective resilience. Persian-language transnational media outlets are among the most influential actors in the media environment surrounding Iran, particularly during periods of crisis. Iran International, registered in London under Volant Media UK Ltd and regulated by Ofcom, has attracted considerable scholarly and journalistic attention because of questions concerning its ownership structure and editorial orientation. Reports published by *The Guardian* and the *Financial Times* have highlighted Saudi private investment in the network's establishment and its substantial operational losses, raising questions about the relationship between media ownership and representational patterns, as conceptualized in Herman and Chomsky's propaganda model. This study focuses on the Ramadan War, referring to the escalation of military conflict involving the Islamic Republic of Iran, the United States, and Israel beginning on February 28, 2026. This period was selected because of the exceptional intensity of media coverage and the proliferation of competing narratives. The study develops an integrative theoretical framework drawing on Claverie and du Cluzel's theory of cognitive warfare, which conceptualizes the human mind as the primary battlespace. Herman and Chomsky's propaganda model explains how ownership and sourcing filters shape media content, while Entman's framing theory and McCombs and Shaw's agenda-setting framework explain how selective emphasis influences public perceptions. Woolley and Howard's concept of computational propaganda addresses the algorithmic amplification of narratives, whereas Putnam's social capital theory identifies institutional trust as one of the most vulnerable dimensions of social infrastructure during cognitive operations. In this study, media defense refers to the strategic use of managerial, content-based, and technological capacities to protect cognitive boundaries and sustain narrative initiative during crises.

Methods: The study employed a quantitative content analysis. The statistical population comprised all news items published on Iran International's website between March 1 and May 23, 2026. Data were collected using a web crawler, and

after relevance screening, 851 news items were analyzed using a census approach. The unit of analysis consisted of textual elements, including headlines, leads, and body text. A researcher-developed coding framework was employed, comprising three dimensions: 14 textual components derived from the cognitive warfare literature, 31 media and propaganda techniques, and 8 cognitive-social themes. Coding was non-exclusive, allowing multiple codes to be assigned to each news item. Intercoder reliability was assessed using Cohen's kappa and Krippendorff's alpha on a subsample of 120 news items, producing coefficients ranging from 0.76 to 0.85. Co-occurrence analysis based on the Jaccard coefficient was conducted to identify meaningful patterns of technique co-occurrence.

Findings: At the textual component level, Internationalization of Crisis appeared in 91.9% of the news items, followed by Personalization of Crisis (72.4%) and Inducing Urgency (69.3%). These three components formed the core representational structure, with the strongest co-occurrence observed between Internationalization of Crisis and Personalization of Crisis (J = 0.73).

At the level of media techniques, Half-truths was the most frequently observed technique (91.2%), followed by Magnification (51.8%), Exaggeration (41.9%), Negative Portrayal (41.4%), and Demonization (37.1%). On average, more than six techniques co-occurred within each news item, indicating a systematic combination of persuasive strategies. The dominant representational pattern relied primarily on the selective presentation of partial truths combined with emotional amplification rather than outright fabrication.

At the level of cognitive-social themes, Erosion of National Will appeared in 40.3% of the news items, followed by Weakening National Consensus (32.4%) and Substitution of Foreign Narratives (25.6%). These findings suggest a representational pattern associated with the gradual erosion of social hope, collective solidarity, and civic agency.

Conclusion: The findings generated three sets of theoretical implications for media defense. First, proactive information transparency requires the timely dissemination of accurate information before competing narratives become established, thereby reducing opportunities for selective misrepresentation. Second, strengthening collective resilience requires positive emotional communication, documentary narratives grounded in solidarity and hope, and complementary cognitive inoculation and prebunking strategies. Third, rebuilding institutional trust depends on transparent representations of institutional performance and the reinforcement of horizontal networks of social trust.

Overall, the findings indicate that Iran International's representational pattern exhibited a coherent and multilayered structure consistent with the characteristics of cognitive warfare. Rather than relying primarily on fabricated information, the coverage was characterized by the selective presentation of partial truths combined with emotional amplification. Future research could extend this work through comparative analyses of multiple media outlets, audience reception studies, and longitudinal investigations across different phases of armed conflict.

Keywords: Media Defense, Cognitive Warfare, Social Capital, Cognitive Resilience.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۲۵۳ - ۲۱۹
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 219 - 253
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.585591.1152
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

بررسی الگوی بازنمایی جنگ رمضان با تأکید بر دلالت‌های نظری پدافند رسانه‌ای در جنگ شناختی(موردمطالعه: وبگاه ایران اینترنشنال)

سپهر کرمی[۱]، محمدحسین ظریفیان‌یگانه[۲]

چکیده

جنگ شناختی به‌عنوان بُعد ششم نبرد، از طریق هدف گرفتن ذهن و ادراک جامعه، سرمایه اجتماعی و انسجام ملی را به‌طورجدی تهدید می‌کند. در این میان، رسانه‌های برون‌مرزی فارسی‌زبان از بازیگران مؤثر در فضای رسانه‌ای مرتبط با ایران هستند. پژوهش حاضر با هدف بررسی دقیق الگوی بازنمایی «جنگ رمضان» در وبگاه ایران‌اینترنشنال در پرتو نظریه جنگ شناختی و تبیین دلالت‌های پدافند رسانه‌ای انجام شد. روش پژوهش، تحلیل محتوای کمّی روی ۸۵۱ خبر (۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۲ خرداد ۱۴۰۵) با نظام کدگذاری سه‌بخشی شامل ۱۴ مؤلفه متنی، ۳۱ تکنیک و ۸ مضمون مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی بود. یافته‌ها نشان داد پیکره خبری واجد الگویی منسجم و چندلایه است. در سطح مؤلفه‌ها، «بین‌المللی‌سازی بحران» (۹۱/۹ درصد)، «شخصی‌سازی بحران» (۷۲/۴ درصد) و «القای فوریت» (۶۹/۳ درصد) بیشترین فراوانی را داشتند. تکنیک‌های برجسته شامل «پاره‌حقیقت‌گویی» (۹۱/۲ درصد)، «بزرگ‌نمایی» (۵۱/۸ درصد)، «مبالغه» (۴۱/۹ درصد)، «سیاه‌نمایی» (۴۱/۴ درصد) و «اهریمن‌سازی» (۳۷/۱ درصد) بودند. در سطح مضامین نیز «فرسایش اراده ملی» (۴۰/۳ درصد)، «تضعیف وفاق ملی» (۳۲/۴ درصد) و «جایگزینی روایت بیگانه» (۲۵/۶ درصد) شناسایی شدند. تحلیل هم‌رخدادی نشان‌دهنده کاربرد ترکیبی تکنیک‌ها (متوسط ۶ تکنیک در هر خبر) است. بر مبنای تحلیل معکوس، سه دلالت پدافندی استنتاج شد: نخست، «شفافیت اطلاعاتی پیش‌دستانه و روایت‌سازی اول» جهت خنثی‌سازی؛ دوم، «اقناع عاطفی مثبت و بازتولید هویت جمعی»؛ و سوم، «بازسازی اعتماد نهادی و تقویت سرمایه اجتماعی». این دلالت‌ها رویکردی ایجابی را در مقابله با جنگ شناختی پیشنهاد می‌دهند که مستلزم اعتبارسنجی تجربی در محیط‌های عملیاتی است. این مطالعه تأکید می‌کند که مقابله با چنین نبردهایی، نیازمند بازطراحی راهبردهای ارتباطی هوشمندانه بر مبنای درک دقیق تکنیک‌های اثرگذاری بر ذهن مخاطب و ارتقای تاب‌آوری روانی جامعه است. پدافند رسانه‌ای باید بتواند با اتکا به ظرفیت‌های داخلی، از تخریب ادراکی توسط رسانه‌های معاند به‌طور فعالانه جلوگیری نماید و ثبات ملی را در مواجهه با بحران‌های احتمالی تضمین کند. ازاین‌رو، توجه دقیق به ابعاد پنهان جنگ نرم ضرورتی انکارناپذیر است.

واژگان کلیدی

پدافند رسانه‌ای، جنگ شناختی، سرمایه اجتماعی، تاب‌آوری شناختی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۲۸

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
sepehrkarami@ut.ac.ir

۲. استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
mhzarifian@ut.ac.ir

مقدمه

در دهه‌های اخیر، ماهیت منازعات بین‌المللی از تمرکز صرف بر میدان‌های نبرد فیزیکی به‌سوی عرصه‌های ذهنی، ادراکی و رسانه‌ای تغییر یافته است. در این میان، «جنگ شناختی[1]» به یکی از ابعاد مهم نبردهای معاصر تبدیل شده است؛ گونه‌ای از منازعه که با بهره‌گیری از اطلاعات، روایت‌ها و محرک‌های رسانه‌ای در پی اثرگذاری بر ادراک عمومی، تضعیف اراده جمعی و اختلال در انسجام اجتماعی جوامع هدف است (امینی و همکاران، ۱۴۰۴: ۱۰۶). بر خلاف جنگ‌های متعارف که بیشتر متوجه زیرساخت‌های مادی‌اند، در جنگ شناختی، ذهن مخاطب، اعتماد عمومی و ظرفیت کنش جمعی جامعه در کانون توجه قرار می‌گیرد (حاجی‌رحیمیان، ۱۴۰۴: ۱۰۳). از این منظر، سرمایه اجتماعی به‌ویژه اعتماد، هنجارهای مشترک و شبکه‌های همکاری یکی از مهم‌ترین حوزه‌های آسیب‌پذیر در برابر این نوع تهاجم محسوب می‌شود (Putnam, 2000: 15).

گسترش فناوری‌های ارتباطی و رشد رسانه‌های دیجیتال، امکان اثرگذاری سریع و گسترده بر افکار عمومی را برای کنشگران فراملی افزایش داده است. در چنین فضایی، رقابت رسانه‌ای دیگر صرفاً به اطلاع‌رسانی محدود نیست، بلکه به میدان «نبرد روایت‌ها» بدل شده است؛ میدانی که در آن رسانه‌ها می‌کوشند از طریق انتخاب، برجسته‌سازی[2] و تفسیر گزینشی رویدادها، برداشت مخاطبان از واقعیت را جهت‌دهی کنند (رسالت و عرفانی، ۱۴۰۴: ۱۰۷). پژوهش‌های تجربی نیز نشان داده‌اند که اطلاعات نادرست و محتوای تحریف‌شده در بسترهای آنلاین با سرعت و دامنه بیشتری نسبت به اطلاعات صحیح منتشر می‌شوند و در شرایط بحرانی، ظرفیت بیشتری برای اثرگذاری بر ادراک عمومی پیدا می‌کنند (Vosoughi et al; 2018).

از منظر اقتصاد سیاسی رسانه، ساختار مالکیت و الگوی تأمین مالی شبکه ایران اینترنشنال ازجمله متغیرهایی است که می‌تواند به فهم دقیق‌تر جهت‌گیری‌های روایی و الگوی بازنمایی آن کمک کند. این شبکه تحت مالکیت شرکت ولانت مدیا یوکی[3] ثبت‌شده در لندن فعالیت می‌کند و بر اساس اسناد رسمی، تحت نظارت نهاد تنظیم‌گر رسانه‌ای بریتانیا آفکام[4] قرار دارد (UK Parliament, 2024; UK CAC, 2020). همچنین،

1. Cognitive Warfare
2. Agenda-setting
3. Volant Media UK Ltd
4. Ofcom

داده‌های ثبتی اداره ثبت شرکت‌های بریتانیا[1] نشان می‌دهد که مدیریت شرکت بر عهده عادل عبدالکریم، شهروند سعودی ـ بریتانیایی، بوده و پیش از وی نیز فهد ابراهیم الدغیثر، تبعه سعودی، بیش از ۷۵ درصد سهام شرکت را در اختیار داشته است. اگرچه موضع رسمی شرکت مادر بر استقلال تحریریه و نبود هرگونه وابستگی دولتی تأکید دارد، (Volant Media, 2022) گزارش‌های تحقیقی رسانه‌های معتبر بین‌المللی تصویری پیچیده‌تر از ابعاد مالی این شبکه ارائه می‌کنند. در همین راستا، روزنامه گاردین با استناد به منابع خود، از اختصاص ۲۵۰ میلیون دلار سرمایه سعودی برای راه‌اندازی این شبکه خبر داده است (Kamali Dehghan, 2018) و روزنامه فایننشال تایمز نیز با استناد به اسناد مالی شرکت گزارش کرده است که این مجموعه طی پنج سال بیش از ۵۵۰ میلیون دلار زیان عملیاتی داشته و مالکیت سهام آن در دسامبر ۲۰۲۴ به یک نهاد برون‌ساحلی در جزایر کیمن[2] منتقل شده است (Financial Times, 2026). در سطح نظری، این الگو با آنچه هرمن و چامسکی در چارچوب «مدل پروپاگاندا[3]» و به‌ویژه ذیل «فیلتر مالکیت» مطرح کرده‌اند، قابل تبیین است؛ بدین معنا که ساختار مالکیت و منابع تأمین مالی رسانه می‌توانند در تعیین اولویت‌های محتوایی و جهت‌دهی به بازنمایی رویدادها نقش مؤثر داشته باشند (Herman & Chomsky, 1988). افزون بر این، جایگاه ایران اینترنشنال را می‌توان در بستر گسترده‌تر رسانه‌های ماهواره‌ای فراملی در خاورمیانه تحلیل کرد؛ بستری که در آن رسانه‌ها غالباً در پیوند با رقابت‌های ژئوپلیتیکی و اهداف سیاست خارجی دولت‌های منطقه عمل می‌کنند (Sakr, 2001; Kraidy, 2013; Kamrava, 2012). با این حال، از حیث دقت روش‌شناختی باید تأکید کرد که تمایز میان «مالکیت خصوصی توسط شهروندان سعودی» و «حمایت مستقیم دولتی» همچنان محل بحث است؛ ازاین‌رو، پژوهش حاضر بدون پیش‌داوری درباره این تمایز، صرفاً این زمینه ساختاری را به‌عنوان بخشی از بستر تحلیل در نظر می‌گیرد و تمرکز اصلی خود را بر الگوی متنی محتوای تولیدشده معطوف می‌سازد.

مطالعه حاضر بر یک مورد بحرانی مشخص متمرکز است که در این پژوهش با عنوان «جنگ رمضان» از آن یاد می‌شود. در این پژوهش، اصطلاح «جنگ رمضان» به‌صورت عملیاتی برای اشاره به دوره‌ای از تشدید درگیری نظامی میان جمهوری اسلامی ایران، ایالات متحده و رژیم صهیونیستی به‌کار می‌رود که از ۱۰ رمضان

1. Companies House
2. Cayman Islands
3. Propaganda

۱۴۴۷ق (۹ اسفند ۱۴۰۴ش) آغاز شد. این مقطع، به‌دلیل حملات گسترده به برخی مراکز راهبردی و حاکمیتی ایران و نیز پیامدهای سیاسی، امنیتی و رسانه‌ای آن، یکی از دوره‌های بحرانی مهم در بازه موردمطالعه محسوب می‌شود و در برخی متون و گفتارهای دفاعی داخلی نیز با عنوان «جنگ تحمیلی سوم» توصیف شده است. بازه تحلیلی اخبار از ۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۲ خرداد ۱۴۰۵ انتخاب شده تا تصویری نسبتاً جامع از پوشش رسانه‌ای این تنش امنیتی فراهم آید. اگرچه این مقطع، بخش‌هایی از حین درگیری و پس از آتش‌بس را نیز دربرمی‌گیرد، رویکرد مقاله، تحلیل تجمیعی کل پیکره خبری است؛ بنابراین، هدف نه مقایسه مرحله‌به‌مرحله تغییرات بازنمایی، بلکه شناسایی الگوی مسلط رسانه در کل دوره بحرانی است. اهمیت این مطالعه نیز صرفاً به بُعد نظامی منازعه محدود نمی‌شود، بلکه به‌شدت رقابت روایی و تراکم پوشش رسانه‌ای در فضای فارسی‌زبان مربوط است؛ امری که این مقطع را به موردی مناسب برای تحلیل الگوهای بازنمایی رسانه‌ای بدل می‌کند. در چنین بستری، شیوه بازنمایی رسانه‌ای رویدادها می‌تواند بر سطح اضطراب جمعی، ارزیابی مخاطبان از کارآمدی نهادها و میزان اتکای آنان به روایت‌های داخلی یا خارجی اثر بگذارد.

در چنین بستری، توجه به پدافند رسانه‌ای[1] اهمیتی مضاعف می‌یابد. در قلمرو دفاع همه‌جانبه، پدافند رسانه‌ای به‌معنای به‌کارگیری راهبردی امکانات مدیریتی، محتوایی و فنی ـ فناورانه برای مقابله با چالش‌های رسانه‌ای و تهدیدات گسترده است (بستان‌پیرو و همکاران، ۱۴۰۴: ۷۰). بااین‌حال، طراحی پاسخ مؤثر در این حوزه مستلزم شناخت دقیق الگوی بازنمایی رسانه‌ای، تکنیک‌های اقناعی و ابعاد اجتماعی ـ شناختی برجسته‌شده در سطح متن و محتوا است. با وجود گسترش ادبیات جنگ شناختی، پیوند میان سه سطح «الگوی بازنمایی رسانه‌های برون‌مرزی»، «مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی» و «دلالت‌های پدافندی متناظر» هنوز به‌صورت منسجم و موردی کمتر بررسی شده است. پژوهش حاضر می‌کوشد بخشی از این خلأ را در قالب یک مطالعه موردی و در سطح تحلیل متن پر کند. بر این اساس، پژوهش حاضر در پی پاسخ به دو پرسش اصلی است:

۱. پیکره خبری وبگاه ایران اینترنشنال در جریان جنگ رمضان، در پرتو چارچوب نظری جنگ شناختی، واجد چه مؤلفه‌ها، تکنیک‌ها و مضامین متنی شناختی ـ اجتماعی بوده است؟

1. Media Defens

۲. بـر اسـاس الگـوی شناسایی‌شـده، چـه اسـتنتاج‌های نظـری اولیـه‌ای بـرای بحـث دربـاره پدافنـد رسـانه‌ای در راسـتای تقویـت تـاب‌آوری شـناختی و حفـظ سـرمایه اجتماعـی قابـل اسـتنتاج اسـت؟

ایـن مقالـه می‌کوشـد بـا تمرکـز بـر یـک مـورد بحرانـی مشـخص، تصویـری نظام‌منـد از نحـوه کاربسـت تکنیک‌هـای رسـانه‌ای در پوشـش بحـران، در چارچـوب نظـری جنـگ شـناختی، ارائـه دهـد و درگام بعـد، بـر پایـه منطـق تحلیلی داده‌هـا، الزامـات پدافنـدی متناظـر بـا آن را صورت‌بنـدی کنـد.

پیشینه پژوهش

در پارادایـم نویـن منازعـات، «جنـگ شـناختی» فراتـر از عملیـات روانـی کلاسـیک، بـر تغییـر سـاختارهای ادراکـی و الگوهـای رفتـاری جامعـه تمرکـز دارد (حاجی‌رحیمیـان، ۱۴۰۴). در ایـن چارچـوب، «پدافنـد رسـانه‌ای» بـا هـدف ارتقـای «تـاب‌آوری شـناختی» بـه ضرورتـی راهبـردی تبدیـل شـده اسـت؛ تـاب‌آوری‌ای‌که بـه معنـای ظرفیـت جامعه بـرای تمییـز واقعیت از تحریـف و مقاومـت در برابـر روایت‌هـای جعلـی در زمـان بحـران اسـت (Masakowski et al; 2023). مـرور ادبیـات ایـن حـوزه را می‌تـوان در چهـار محـور اصلـی دسـته‌بندی کـرد:

در محـور نخسـت، پژوهش‌هـا برتبییـن نظـری و ماهیت‌شناسـی جنـگ شـناختی‌تمرکز دارنـد. امینـی و همـکاران (۱۴۰۴) و (Masakowski et al; 2023) نشـان می‌دهنـد کـه کانـون منازعـه از عرصـه فیزیکـی و سـایبری بـه بُعـد انسـانی نبـرد انتقـال یافتـه اسـت. در سـطح بین‌المللی، کلاوری و دو کلـوزل، [1] ۲۰۲۲ جنـگ شـناختی را میدانـی می‌داننـد کـه در آن ذهـن، ادراک و فراینـد تصمیم‌گیـری انسـان مسـتقیماً هـدف قـرار می‌گیـرد (Bennett & Livingston, 2018)؛ نیـز بـا مفهـوم «نظـم اطلاعـات نادرسـت» نشـان می‌دهنـد کـه در محیـط ارتباطـی جدید، مرز میان اطلاع‌رسـانی، اقنـاع سیاسـی و اخلال ادراکی به‌شـدت سـیال شـده اسـت (Claverie, 2025)؛ نیـز بـا افـزودن بُعـد نوروسـاینتیفیک، ضـرورت توجـه پدافنـد رسـانه‌ای بـه ابعـاد بیولوژیـک پـردازش اطلاعات در مغـز را یادآور می‌شـود.

محـور دوم به‌تحلیـل تکنیک‌هـای تهاجمـی رسـانه‌ها در بحران‌هـای نظامی‌اختصـاص دارد. در سـطح نظـری، (انتمـن[2]، ۱۹۹۳) نشـان می‌دهـد کـه چارچوب‌گـذاری رسـانه‌ای از طریـق انتخـاب و برجسته‌سـازی برخـی ابعـاد واقعیـت، مسـیر تفسـیر مخاطـب از رویـداد

1. Claverie & du Cluzel
2. Entman

را هدایت می‌کند. (گالتونگ[1]، ۲۰۰۶) نیز در تمایز میان «روزنامه‌نگاری جنگ» و «روزنامه‌نگاری صلح» توضیح می‌دهد که رسانه‌ها چگونه از طریق قطبی‌سازی، شخصی‌سازی تقابل و تمرکز بر تهدید و خشونت، ادراک بحران را تشدید می‌کنند (Vosoughi et al, 2018)؛ نیز نشان داده‌اند که اطلاعات نادرست در بستر آنلاین سریع‌تر و گسترده‌تر از اطلاعات صحیح منتشر می‌شود. در سطح منطقه‌ای، (ساکر[2]، ۲۰۰۱) و (لینچ[3]، ۲۰۰۶) نشان داده‌اند که شبکه‌های ماهواره‌ای فراملی خاورمیانه در بازآرایی حوزه عمومی و رقابت‌های ژئوپلیتیکی منطقه نقش فعالی ایفا می‌کنند. در ادبیات داخلی، حاجی‌رحیمیان (۱۴۰۴) در مطالعه‌ای تطبیقی درباره ایران اینترنشنال و آکسیوس، بر تکنیک‌هایی چون برجسته‌سازی تهدید، چارچوب‌گذاری تقابلی و حذف گزینشی موفقیت‌های داخلی تأکید می‌کند. با این حال، بیشتر این آثار به تحلیل محتوای تهاجم محدود مانده‌اند.

محور سوم به‌پدافند رسانه‌ای و مدل‌های دفاع نرم‌مربوط است. محمدی و دانایی (۱۴۰۱) با روش داده‌بنیاد، الگویی مطلوب برای پدافند غیرعامل رسانه‌ای در ایران تدوین کرده‌اند که ابعاد زمانی پیش، حین و پس از بحران و نیز اقدامات فرهنگی، سیاسی و رسانه‌ای را دربر می‌گیرد. بستان‌پیرو و همکاران (۱۴۰۴) نیز بر مدیریت راهبردی رسانه به‌عنوان ابزاری کلان برای مقابله با جنگ شناختی تأکید دارند. در ادبیات بین‌المللی، (لواندوفسکی، اکر و کوک، ۲۰۱۷)[4] نشان داده‌اند که مواجهه با وضعیت «پساحقیقت» صرفاً با تکذیب خبر نادرست ممکن نیست و نیازمند مداخلات پیش‌دستانه و اصلاح شناختی است (Roozenbeek & van der Linden, 2019)؛ نیز بر ظرفیت «ایمن‌سازی شناختی» در افزایش مقاومت مخاطبان در برابر اطلاعات نادرست تأکید کرده‌اند و هومپرشت، (اسر و فان‌آلست، ۲۰۲۰)[5] تاب‌آوری در برابر اطلاعات نادرست را تابعی از ساختار رسانه‌ای، اعتماد اجتماعی و ظرفیت نهادی دانسته‌اند.

محور چهارم پیشینه، به رابطه رسانه، اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی اختصاص دارد. عشایری و همکاران (۱۴۰۴) و نیک‌بخش (۱۴۰۲) نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی و اعتماد به منابع رسمی، بنیان مقاومت ملی در بحران‌هاست؛ موضوعی که

1. Galtung
2. Sakr
3. Lynch
4. Lewandowsky et al
5. Humprecht et al

در سطح بین‌المللی نیز توسط (آلدریچ و مایر، ۲۰۱۵)[1] به‌عنوان پیش‌شرط تاب‌آوری اجتماعی تأیید شده است. در همین راستا، امیری (۱۴۰۴) بر مأموریت رسانه ملی در مشروعیت‌سازی و حفظ انسجام تأکید دارد. با وجود گذار ادبیات پژوهشی از توصیف ساده «جنگ رسانه‌ای» به فهم پیچیده‌تر «جنگ روایت‌ها»، همچنان خلأ مطالعاتی مهمی در پیوند میان تهاجم شناختی رسانه‌های بیگانه، پدافند داخلی و تأثیر آن بر سرمایه اجتماعی مشهود است. افزون بر این، اگرچه مؤلفه‌هایی چون «القای فوریت» و «شخصی‌سازی» در روزنامه‌نگاری بحران ارزش‌های خبری رایج‌اند، اما همان‌طور که (کلاوری و دو کلوزل، ۲۰۲۲)[2] استدلال می‌کنند، این الگوها در جنگ شناختی برای دور زدن پردازش عقلانی و تحریک عواطف عملاً «تسلیحاتی» می‌شوند. ازاین‌رو، پژوهش حاضر این عناصر را در پرتو هم‌افزایی آن‌ها در مهندسی ادراک مخاطب تفسیر می‌کند (Roozenbeek & van der Linden, 2019).

افزون بر این محورها، در پایگاه‌های فارسی‌زبان، نوحه اصفهانی، گودرزی و یزدانی زازرانی (۱۴۰۴) با تحلیل گفتمان انتقادی اخبار این شبکه در بازه شهریور تا دی ۱۴۰۱ نشان داده‌اند که متون خبری آن از حیث سبک واژگانی، استنادها، پیش‌فرض‌ها و تداعی‌ها در جهت شکل‌دهی به جنگ شناختی علیه جمهوری اسلامی ایران عمل کرده‌اند. گنجی و همکاران (۱۴۰۲) نیز نشان داده‌اند که دال مرکزی گفتمان ایران اینترنشنال در ماجرای مهسا امینی، «مشکوک بودن مرگ» بوده است. اردلانی و حدادی (۱۴۰۳) با تحلیل برنامه «چشم‌انداز» نشان دادند که ایران‌اینترنشنال از طریق تکنیک‌هایی همچون اهریمن‌سازی، برچسب‌زنی، سیاه‌نمایی و تحریک، به‌دنبال مشروعیت‌زدایی از نظام و تشدید ناآرامی‌ها است. در حوزه عملیات روانی، حسنی و تدین (۱۴۰۳) نشان داده‌اند که این شبکه با تأکید بر مشکلات اقتصادی، مهاجرت، مسائل زیست‌محیطی و ناکارآمدی مدیران، از «مأیوس‌سازی» برای ایجاد تردید در کارآمدی نظام سیاسی استفاده می‌کند.

در حوزه پوشش منازعات نظامی و منطقه‌ای، بیرجندی و خلخالی (۱۴۰۴) با تحلیل ۱۲۲ عنوان خبر در صفحات مجازی ایران اینترنشنال درباره جنگ فلسطین و اسرائیل نشان داده‌اند که این شبکه با برجسته‌سازی نقش حماس به‌عنوان آغازگر جنگ، درصدد تقویت گفتمان دفاع مشروع رژیم اسرائیل و ترسیم چهره‌ای جنگ‌طلبانه از جمهوری اسلامی ایران بوده است. همچنین حاجی‌رحیمیان (۱۴۰۴) با رویکرد تطبیقی

1. Aldrich & Meyer
2. Claverie & du Cluzel

به تحلیل تکنیک‌های جنگ شناختی ایران اینترنشنال و آکسیوس در جنگ دوازده‌روزه پرداخته و کمالی باغستانی و رئیسی (۱۴۰۵) نیز مدلی برای روایت‌سازی رسانه‌ای جنگ رمضان در ایران اینترنشنال ارائه کرده‌اند.

مبانی نظری پژوهش

با تغییر ماهیت نبردهای نوین از تصرف جغرافیا به تسخیر «ذهن و ادراک»، مبانی نظری این پژوهش در تقاطع مفاهیم جنگ شناختی، رسانه، روایت، پدافند رسانه‌ای و سرمایه اجتماعی صورت‌بندی می‌شود.

جنگ شناختی؛ پارادایم حاکم بر نبرد نوین

در این پژوهش، مفهوم «جنگ شناختی» به‌عنوان چارچوبی تحلیلی برای شناسایی الگوهای متنی دارای ظرفیت بالقوه اثرگذاری بر ادراک عمومی به‌کار گرفته می‌شود. کلاوری و دو کلوزل، جنگ شناختی را شکلی از منازعه می‌دانند که در آن ذهن انسان، توجه، ادراک و تصمیم‌گیری او به میدان مستقیم رقابت تبدیل می‌شود (Claverie & du Cluzel, 2022). همچنین ماساکوفسکی و بلاتنی نشان می‌دهند که این نوع نبرد صرفاً به انتشار اطلاعات نادرست محدود نیست، بلکه طیفی از محرک‌های عاطفی، فشارهای اطلاعاتی، تکنیک‌های اقناعی و مداخلات ارتباطی را دربر می‌گیرد که قضاوت مستقل و تعادل ادراکی جامعه هدف را نشانه می‌گیرند (Masakowski & Blatny, 2023).

رسانه؛ پروپاگاندا و هژمونی اطلاعاتی

جنگ شناختی در سطح رسانه‌ای از مسیر تولید، توزیع و تثبیت روایت‌ها عمل می‌کند. هرمن و چامسکی در «مدل پروپاگاندا» نشان می‌دهند که مالکیت، تبلیغات، منابع خبری و فشارهای سیاسی و ایدئولوژیک، مانند فیلترهایی ساختاری، بازنمایی واقعیت را جهت‌دار می‌کنند (Herman & Chomsky, 1988). شیلر نیز استدلال می‌کند که سلطه رسانه‌ای تنها از راه کنترل ابزارهای انتقال پیام تحقق نمی‌یابد، بلکه از طریق تحمیل چارچوب‌های معنایی و اولویت‌های خبری نیز اعمال می‌شود (Schiller, 1976). جوت و اودانل نیز پروپاگاندا را تلاشی عامدانه و نظام‌مند برای شکل‌دادن به ادراکات، دستکاری شناخت و هدایت رفتار مخاطبان در جهت منافع فرستنده تعریف می‌کنند (Jowett & O'Donnell, 2018).

چارچوب‌گذاری؛ برجسته‌سازی و مدیریت ادراک

برای فهم سازوکار عملیاتی جنگ شناختی در سطح رسانه، نظریه‌های «چارچوب‌گذاری» و «برجسته‌سازی» ابزار تحلیلی اصلی این پژوهش‌اند. انتمن چارچوب‌گذاری را فرایندی می‌داند که در آن رسانه با انتخاب و برجسته‌کردن برخی ابعاد واقعیت، مسئله را تعریف، علت‌یابی، ارزیابی و راه‌حل‌گذاری می‌کند (Entman, 1993). مک‌کامبز و شاو نیز نشان داده‌اند که رسانه‌ها نه‌فقط بر موضوع اندیشیدن مردم، بلکه بر اهمیت ادراک‌شده موضوعات نیز اثر می‌گذارند (McCombs & Shaw, 1972). از این منظر، مدیریت ادراک حاصل برهم‌کنش چارچوب‌گذاری، برجسته‌سازی و تکرار روایی است.

پروپاگاندای رایانشی[1] و تقویت الگوریتمی روایت‌ها

وولی و هاوارد مفهوم پروپاگاندای رایانشی را به‌کارگیری الگوریتم‌ها، اتوماسیون، داده‌محوری و حساب‌های کاربری هدایت‌شده برای دستکاری افکار عمومی در بستر پلتفرم‌های دیجیتال تعریف می‌کنند (Woolley & Howard, 2016; 2018). در این چارچوب، بات‌ها، شبکه‌های هماهنگ بازنشر و سازوکارهای اولویت‌بخشی پلتفرمی می‌توانند از طریق تکرار، تقویت و القای اجماع، دامنه دیده‌شدن روایت‌ها را افزایش دهند (Howard et al; 2018; Ferrara et al; 2016). بنت و لیوینگستون نیز با مفهوم «نظم اطلاعات نادرست» نشان می‌دهند که اخلال ادراکی در عصر دیجیتال نه فقط در سطح محتوا، بلکه در سطح معماری توزیع و بازنشر پلتفرمی عمل می‌کند (Bennett & Livingston, 2018). اگرچه واحد تحلیل این پژوهش متون خبری است؛ اما مفهوم پروپاگاندای رایانشی به عنوان عاملی مکمل در شتاب‌دهی به انتشار و اثرگذاری این روایت‌ها حائز اهمیت است.

پدافند رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی

در ادبیات داخلی، پدافند رسانه‌ای به مجموعه‌ای از اقدامات غیرمسلحانه و راهبردی برای کاهش آسیب‌پذیری جامعه در برابر تهاجمات رسانه‌ای و شناختی و حفظ ابتکار عمل روایی در بحران اطلاق می‌شود (محمدی و دانایی، ۱۴۰۱: ۱۸۲). بااین‌حال، لواندوفسکی و همکاران نشان داده‌اند که مقابله با اطلاعات نادرست تنها با تکذیب ساده ممکن نیست، بلکه نیازمند مداخلات پیش‌دستانه است (Lewandowsky et al; 2017). روزن‌بیک و ون‌درلیندن نیز بر نقش «ایمن‌سازی شناختی» در افزایش مقاومت روان‌شناختی مخاطبان تأکید می‌کنند (Roozenbeek & van der Linden, 2019). از این منظر، پدافند رسانه‌ای زمانی مؤثر است که علاوه بر محتوا، در سطح اعتماد، سرعت روایت‌سازی و تقویت

1. Computational Propaganda

تفکر انتقادی نیز عمل کند. در این چارچوب، «تاب‌آوری شناختی» به توانایی جامعه برای جذب شوک‌های اطلاعاتی، حفظ تعادل فکری و مقاومت در برابر دستکاری ادراکی سازمان‌یافته اشاره دارد (Masakowski et al; 2023: 165).

سرمایه اجتماعی؛ لایه زیربنایی مقاومت ملی

نظریه «سرمایه اجتماعی» لایه زیربنایی این مدل مفهومی را تشکیل می‌دهد. پاتنام[1] (۲۰۰۰) سرمایه اجتماعی را شبکه‌ای از اعتماد، هنجارهای متقابل و پیوندهای مدنی می‌داند که کنش جمعی را تسهیل می‌کند. کلمن[2] (۱۹۸۸) نیز آن را برآمده از ساختار روابط اجتماعی معرفی می‌کند که از طریق تعهدات متقابل و مجاری اطلاعاتی، امکان همکاری و دستیابی به منافع مشترک را افزایش می‌دهد. آلدریچ و مایر[3] (۲۰۱۵) نیز سرمایه اجتماعی را از پیش‌شرط‌های اصلی تاب‌آوری اجتماعی در بحران‌ها می‌دانند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش کاربردی با روش «تحلیل محتوای کمّی» انجام شده است. جامعه آماری شامل تمامی اخبار وبگاه ایران‌اینترنشنال مرتبط با جنگ رمضان (۹ اسفند ۱۴۰۴ تا ۲ خرداد ۱۴۰۵) بود که توسط یک ربات خزنده گردآوری و پس از پالایش، با روش «سرشماری» درمجموع ۸۵۱ خبر به‌عنوان واحد تحلیل بررسی شد. ابزار پژوهش، یک نظام کدگذاری سه‌بخشی محقق‌ساخته مبتنی بر ادبیات نظری بود که بر متن خبر متمرکز بود (کریپندورف، ۱۴۰۲؛ هولستی، ۱۳۷۳). درنهایت، برای تبیین دلالت‌های پدافندی، از منطق «تحلیل معکوس» استفاده شد؛ بدین معنا که الزامات دفاعی نه از طریق سنجش عملکرد رسانه‌های داخلی، بلکه با رویکردی تحلیلی از الگوی تهاجم شناسایی‌شده استنتاج گردید.

	id	slug	url	title	published_iso
2	ab9bd235-dd5e-4650-8c19-395dfc068a37	202605230538	https://www.iranintl.com/fa/202605230538	عبدالله ناصری: مجتبی خامنه‌ای از پدرش هم متوهم‌تر است	2026-05-23T10:55:01.074Z
3	e519b140-1496-407c-b3ed-89ca3d55fc86	202605230132	https://www.iranintl.com/fa/202605230132	نیویورک‌تایمز: اسرائیل در مذاکرات با جمهوری اسلامی به حاشیه رانده شده است	2026-05-23T10:17:32.550Z
4	8eb7ae64-ddad-41f9-80f8-1c373d0d17d2	202605238528	https://www.iranintl.com/fa/202605238528	سرانجام‌هود: واشینگتن و تل‌آویو درباره حذف مجتبی خامنه‌ای اختلاف دارند	2026-05-23T09:42:06.987Z
5	abe06ea0-4872-412b-8f95-2ffbcad864bf	202605238847	https://www.iranintl.com/fa/202605238847	ترديدها درباره توانایی ترامپ برای تبدیل موفقیت‌های نظامی به دستاورد سیاسی افزایش یافته است	2026-05-23T07:20:34.287Z
6	0dff25b7-54c4-4cf8-ba33-80fb9b7c57e0	202605236093	https://www.iranintl.com/fa/202605236093	طرح جمهوری اسلامی برای تنگه هرمز نگرانی‌ها از شوک جهانی نفت را شدیدتر کرده است	2026-05-23T06:23:49.648Z
7	6bb3db32-a276-4e41-9643-e1d8f80e6fbd	202605233574	https://www.iranintl.com/fa/202605233574	پنج سناریوی فرانسوی در حاشیت از گفتگوی ایران تحمیل را در شهر تهی سوئیس برگزار می کنند	2026-05-23T03:32:08.678Z
8	70ca4c3e-1c8a-4999-87c5-6757985d6869	202605238527	https://www.iranintl.com/fa/202605238527	نیویورک‌پست: فرمانده زندانی کتائب حزب‌الله به تلاش برای ترور ترامپ متهم شد	2026-05-23T01:07:14.243Z
9	414bbe32-f578-4041-b213-b2d9af5a5460	202605227066	https://www.iranintl.com/fa/202605227066	جی‌پی‌مورگان: آمریکا خود را برای حملات تلافی تازه علیه جمهوری اسلامی آماده می‌کند	2026-05-22T23:18:45.758Z
10	0859ac6a-d292-4ee3-9cc1-dd89ea286ecc	202605221816	https://www.iranintl.com/fa/202605221816	ترامپ: با امید ارشد امنیت ملی خود، ایران تشکیل جلسه داد	2026-05-22T22:28:58.120Z
11	203c65a9-7565-40c6-809f-6a8b84072265	202605228191	https://www.iranintl.com/fa/202605228191	سخنگوی وزارت خارجه جمهوری اسلامی: نمی‌توانیم یکجویم توافق نزدیک است	2026-05-22T18:38:44.403Z
12	4a84e2f0-9ead-4550-a46b-9337575bfd24	202605229969	https://www.iranintl.com/fa/202605229969	وبگاه ایران‌اینترنشنال در نگاه هرمز؛ هزاران دریانورد میان جنگ و بلاتکلیفی گرفتار شده‌اند	2026-05-22T17:33:26.828Z
13	eHcwh2lZvXR6g6wO4SZfM3X	202605229170	https://www.iranintl.com/fa/202605229170	عملیات تازه در مذاکرات تهران و واشینگتن با سفر فرمانده ارتش پاکستان و هدایت قطری به ایران	2026-05-22T15:51:16.161Z
14	815a1a9b-4b58-4bc6-ac27-39d72b6c2037	202605225578	https://www.iranintl.com/fa/202605225578	مقام ارشد: شاتس توافق آمریکا و جمهوری اسلامی «نزدیک» نیست	2026-05-22T13:20:40.802Z
15	6967253b-37f0-4cc0-b7f8-cab970dad82b	202605220630	https://www.iranintl.com/fa/202605220630	پشت خطب، راه فرار جمهوری اسلامی از محاصره دریایی؟	2026-05-22T10:45:57.870Z
16	6020042e-98ef-4d8c-84b9-180387342197	202605228383	https://www.iranintl.com/fa/202605228383	نیویورک تایمز: هیچ اطلاعی از توقف فوری حملات‌هوایی آمریکا، بحثهای جنگ ایران دریافت نکرده‌ایم	2026-05-21T09:43:20.464Z
17	2066733c-1c1a-463d-9810-b14f4900b065	202605221522	https://www.iranintl.com/fa/202605221522	نیویورک‌تایمز: ۲ بهمن ام‌کیو-۹ ریپر در جنگ ایران، یک میلیارد دلار به آمریکا خسارت زد	2026-05-21T06:16:54.181Z
18	6d7cb214-caf2-417b-832e-b844cf019b91	202605227851	https://www.iranintl.com/fa/202605227851	والی‌استریت ژورنال: شبکه بانک زمجانی از طریق بایننس ۵۰ میلیون دلار برای سپاه جابه‌جا کرد	2026-05-22T02:32:09.157Z
19	6134f844-445f-4f39-a0f9-39d3dbad616aa	202605212153	https://www.iranintl.com/fa/202605212153	مجلس نمایندگان آمریکا رای‌گیری درباره اختیارات جنگ ترامپ در قبال ایران را به تعویق انداخت	2026-05-21T23:19:58.626Z
20	77e4fa8b-bf08-4d1f-8e37-c0be3e4bc50a	202605216526	https://www.iranintl.com/fa/202605216526	از رهبر پشت نربیون تا رهبر نامرئی؛ خامنه‌ای دیده نمی‌شود اما فتوا می‌دهد	2026-05-21T21:51:36.983Z
21	06e37c68-6ce7-4760-87ce-84a5a41bbeca	202605212454	https://www.iranintl.com/fa/202605212454	هنرمندان با تلاش واکنش برای مبارزه‌گرفت، ترامپ بر گرفتن اورانیوم غنی‌شده ایران تأکید کرد	2026-05-21T17:38:31.674Z
22	aac3a606-21e9-4353-8370-56e52736c1cc	202605219159	https://www.iranintl.com/fa/202605219159	رسانه‌های دولتی نظام؛ مغازه کوچک و صنف‌خوش	2026-05-21T15:28:30.923Z
23	f5a2f9f3-efcf-4852-9c82-1ef6afe7147f	202605217628	https://www.iranintl.com/fa/202605217628	رویترز: مجتبی خامنه‌ای با خروج ذخایر اورانیوم از ایران مخالفت کرده است	2026-05-21T12:27:25.294Z
24	59cf594f-5205-49b4-b8a4-479bd8d2c36a	202605212447	https://www.iranintl.com/fa/202605212447	تعادل در دنیای کریپتو؛ خبر واشینگتن برای استعداد میلیاردها دلار دارایی دیجیتال تهران	2026-05-21T10:47:38.001Z
25	e295a671-faaf-4272-9d92-7751b2d641e0	202605214686	https://www.iranintl.com/fa/202605214686	نگرودسکی صنایع هواضمای اسرائیل؛ جهش سفارشات به ۲۳ میلیارد دلار در سایه جنگ ایران	2026-05-21T10:09:20.685Z
26	4467ef49-f233-4fb1-8dea-464299ffb9aac	202605215511	https://www.iranintl.com/fa/202605215511	فرمانده نیروی هوایی آمریکا: پهپاد ام‌کیو-۹ ریپر، مهم‌ترین سلاح در «جنگ ایران» بود	2026-05-21T09:48:20.332Z

شکل ۱. بخشی از داده‌های جمع‌آوری شده از وبسایت ایران اینترنشنال

1. Putnam
2. Coleman
3. Aldrich & Meyer

نظام کدگذاری

برای عملیاتی‌سازی شاخص‌های متنی مرتبط با جنگ شناختی، در این پژوهش یک نظام کدگذاری سه‌بخشی تدوین شد که بر پایه تلفیق مرور ادبیات جنگ شناختی و عملیات روانی، نظریه‌های ارتباطی مانند برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی و نیز مواجهه اکتشافی پژوهشگر با داده‌ها شکل گرفت. این نظام شامل سه بخش اصلی بود: مؤلفه‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی، تکنیک‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی و مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی.

کدگذاری با رویکردی ترکیبی (قیاسی استقرایی) و به‌صورت غیرانحصاری انجام شد؛ به این معنا که هر خبر می‌توانست هم‌زمان چند کد دریافت کند. واحد تحلیل، اجزای نوشتاری خبر شامل تیتر، لید و متن بود و عناصر غیرمتنی از فرایند کدگذاری کنار گذاشته شدند. برای استانداردسازی نیز دفترچه کدگذاری مدونی شامل تعاریف مفهومی و عملیاتی، معیارهای شمول و عدم‌شمول و قواعد تصمیم‌گیری تدوین شد که به تقویت روایی و بهبود ثبات و توافق کدگذاری کمک کرد. در نظام کدگذاری، میان کدهای مستقیم متن‌محور و کدهای زمینه‌مند تمایز گذاشته شد. کدهای مستقیم بر پایه متن همان خبر و کدهای زمینه‌مند با توجه به متن، فراداده و بافت انتشار کدگذاری شدند. کدهای A1، A4، A5، A6 و A13 از نوع دوم‌اند و به‌عنوان شاخص‌های خبرمحور برخی الگوهای سطح رسانه‌ای تفسیر می‌شوند.

روایی پژوهش

به‌منظور تأمین روایی پژوهش، از ترکیب سه راهبرد «محتوایی، صوری و سازه» بهره گرفته شد. در بُعدمحتوایی، نظام کدگذاری پس از اتکا به مبانی نظری معتبر، توسط جمعی از متخصصان حوزه‌های ارتباطات و علوم شناختی ارزیابی گردید تا جامعیت مقولات و عدم هم‌پوشانی آن‌ها تضمین شود. هم‌زمان برای احراز روایی‌صوری، اجرای یک پیش‌آزمون بر روی نمونه‌ای محدود از اخبار، امکان سنجش وضوح کدها، بررسی تناسب آن‌ها با متن واقعی و تدقیق دستورالعمل کدگذاری را فراهم آورد. درنهایت، روایی‌سازه‌از طریق برقراری انطباق دقیق منطقی و تجربی میان مفاهیم نظری کلان و نشانه‌های عینی متنی تأمین شد.

پایایی پژوهش

جدول ۱. شاخص‌های پایایی ابزار کدگذاری پژوهش

حوزه	تعداد کدها	حجم زیرنمونه پایایی	کاپای کوهن	آلفای کریپندورف
مؤلفه‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی	۱۴	۱۲۰	۰/۷۹	۰/۸۱
تکنیک‌های رسانه‌ای	۳۱	۱۲۰	۰/۷۶	۰/۸۰
مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی	۸	۱۲۰	۰/۸۳	۰/۸۵

سنجش پایایی پژوهش در دو سطح «ثبات درون‌کدگذار» و «توافق میان‌کدگذاران» انجام پذیرفت. به‌منظور احراز سازگاری درونی، تعداد ۱۲۰ خبر (معادل ۱۴/۱ درصداز کل ۸۵۱ خبر) به‌صورت تصادفی انتخاب و پس از فاصله زمانی دو هفته توسط همان کدگذار مجدداً تحلیل شد. همچنین، برای سنجش توافق میان‌کدگذاران، همین اخبار توسط یک کدگذار مستقل آشنا به حوزه ارتباطات و جنگ شناختی نیز کدگذاری شد. برای محاسبه میزان توافق، از دو شاخص «کاپای کوهن[1]» و «آلفای کریپندورف[2]» بهره گرفته شد (کریپندورف، ۱۴۰۲).

شیوه تجزیه‌وتحلیل داده‌ها

پس از پایان کدگذاری، داده‌ها در دو سطح توصیفی‌وتحلیلی بررسی شدند:

- **تحلیل توصیفی:** در این مرحله، فراوانی و درصد فراوانی هر کد در سه بخش اصلی محاسبه شد تا الگوهای پرتکرار، مؤلفه‌های غالب، تکنیک‌های رایج رسانه‌ای و مهم‌ترین مضامین شناختی‌ـ‌اجتماعی حاضر در متن شناسایی شود. حاصل این بخش، ارائه تصویری کمّی از توزیع شاخص‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی در کل پیکره خبری بود.
- **تحلیل تحلیلی و رابطه‌ای:** در سطح تحلیلی، روابط میان سه دسته کد شامل مؤلفه‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی، تکنیک‌های رسانه‌ای تبلیغاتی و مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی بررسی شد. برای این منظور، از تحلیل هم‌رخدادی کدها استفاده شد تا الگوهای همراهی مکرر

1. Cohen's Kappa
2. Krippendorff's Alpha

شناسـایی شـود. افـزون بـر فراوانی‌هـای مطلـق، بـرای کنتـرل اثـر پرتکـراری ذاتـی برخـی کدهـا و سـنجش شـدت واقعـی همراهـی، ضریـب شـباهت جـاکارد[1] نیـز بـرای تمامـی جفت‌کدهـا محاسـبه شـد.

یافته‌های پژوهش

در ایـن پژوهـش، واحـد تحلیـل صرفاً متـن اخبـار اسـت، نـه نیـت تولیدکننـدگان یـا اثـر واقعی آن‌هـا؛ بنابرایـن تعابیـری ماننـد «هدف‌گیـری» یـا «تضعیـف» صرفاً ناظـر بـه الگـوی متنـی و ظرفیـت بالقـوه آن بـر پایـه ادبیـات نظری‌انـد.

جدول ۲. کدها، تعاریف عملیاتی، فراوانی و رتبه آن‌ها در پیکره اخبار بررسی‌شده

کد	عنوان	تعریف	فراوانی	رتبه
مؤلفه‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی				
A1	پوشش خبری دست اول	وجود نشانه‌های متنی یا فرامتنی معطوف به پیش‌دستی روایی/زمانی در انتشار خبر، مانند انتشار در مراحل اولیه رویداد، استفاده از برچسب‌هایی چون «فوری» یا «در حال تکمیل»، یا تأکید بر تقدم زمانی روایت. این کد در پژوهش حاضر به معنای اثبات عینی اول بودن نسبت به همه رسانه‌ها نیست، بلکه به جهت‌گیری خبر به‌سوی تصاحب روایت اولیه اشاره دارد.	۲۷۹	۶
A2	تحریک احساسات عمومی	استفاده هدفمند از محتوای احساسی و عاطفی (تصاویر قربانیان، روایت‌های دردناک و...) برای برانگیختن واکنش‌های هیجانی	۳۰۹	۴
A3	بهره‌برداری از شکاف‌های اجتماعی	شناسایی و بزرگ‌نمایی تنش‌های موجود میان اقشار مختلف جامعه و تبدیل آن‌ها به ابزاری برای نشان دادن عدم انسجام ملی	۲۸۶	۵
A4	غلبه منابع همسو و عدم توازن منبعی	غلبه منابع ناشناس، غیرمستقیم یا همسو در همان خبر، همراه با فقدان یا ضعف توازن منبعی. در این پژوهش، این کد به معنای اثبات کنترل کامل جریان اطلاعات در سطح کل رسانه نیست، بلکه به غلبه یک‌سویه منابع در واحد خبر اشاره دارد.	۱۵۰	۸
A5	تراکم و شتاب انتشار	قرار گرفتن خبر در بستر انتشار پرتراکم و شتاب‌دار، بر اساس زمان انتشار و توالی خبرها در بازه‌های زمانی کوتاه. این کد صرفاً بر متن خبر متکی نیست و با استفاده از فراداده زمانی خبر نیز تشخیص داده شده است؛ ازاین‌رو، به‌عنوان شاخص خبرمحور از الگوی تراکم انتشار تفسیر می‌شود.	۱۲۵	۱۰

1. Jaccard Similarity Coefficient

A6	استفاده از کارشناسان و تحلیلگران همسو	ارجاع به کارشناسان، تحلیلگران یا کنشگرانی که همسویی نهادی، سیاسی یا گفتمانی آنان در خود خبر یا از طریق هویت حرفه‌ای اعلام‌شده قابل تشخیص باشد. ملاک کدگذاری در این پژوهش، استنباط سلیقه‌ای نبوده، بلکه نشانه‌هایی مانند وابستگی سازمانی ذکرشده، پیشینه نقش رسانه‌ای یا تکرار حضور یک طیف مشابه مدنظر بوده است.	۱۹۷	۷
A7	بین‌المللی‌سازی بحران	انتقال محور روایت از سطح منطقه‌ای به سطح بین‌المللی برای القای انزوای ایران و نشان دادن تقابل جمهوری اسلامی ایران با جامعه جهانی	۷۸۲	۱
A8	تاریخ‌سازی جعلی و بازنویسی وقایع	ارائه روایت‌های گزینشی و تحریف‌شده از رویدادهای گذشته برای ایجاد زمینه ذهنی مناسب جهت پذیرش روایت فعلی	۹	۱۳
A9	بهره‌برداری از فضای مجازی	استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای افزایش دامنه نفوذ و تولید محتوای ویروسی	۱۱۲	۱۱
A10	القای فوریت و اضطرار	ایجاد فضای بحرانی کاذب یا بزرگ‌نمایی بحران واقعی برای ممانعت از تفکر تحلیلی مخاطب و هدایت وی به سمت واکنش‌های شتاب‌زده	۵۹۱	۳
A11	قرینه‌سازی تاریخی منفی	مقایسه وضعیت کنونی با رویدادهای تاریخی فاجعه‌بار (جنگ تحمیلی، سقوط رژیم‌های دیگر) برای القای محتوم بودن شکست	۶	۱۴
A12	شخصی‌سازی بحران	تمرکز بر افراد خاص (رهبران سیاسی، فرماندهان نظامی) و تبدیل بحران ساختاری به مسئله شخصی برای تسهیل فرآیند سرزنش‌گری	۶۱۶	۲
A13	قابلیت گردش و بازنشر روایت در اکوسیستم رسانه‌ای فارسی‌زبان	وجود نشانه‌های متنی دال بر قابلیت گردش، بازنشر یا ارجاع‌پذیری روایت در فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان، مانند صورت‌بندی‌های کوتاه و بازنشرپذیر، ارجاع به واکنش‌های کاربران یا استفاده از عناصر مناسب انتقال بین‌سکویی. در این پژوهش، این کد به معنای اثبات تجربی تحقق نفوذ یا بازنشر واقعی در رسانه‌های داخلی نیست، بلکه به ظرفیت یا جهت‌گیری بازنشرپذیری در سطح متن اشاره دارد.	۳۳	۱۲
A14	استفاده از زبان و نمادهای فرهنگی	بهره‌گیری از عناصر فرهنگ ایرانی برای ایجاد همدلی ظاهری و افزایش نفوذپذیری پیام	۱۳۶	۹
تکنیک‌های رسانه‌ای				
B1	تخدیر[1]	به‌کارگیری جریان متراکم و مداوم اخبار منفی، هشدارها و روایت‌های بحران‌محور به‌گونه‌ای که مخاطب در اثر اشباع اطلاعاتی دچار خستگی ادراکی، بی‌حسی روانی و کاهش انگیزه برای کنش اجتماعی شود.	۸۹	۱۹

1. Narcotizing Dysfunction

B2	تشجیع	ترغیب و تحریص مخاطب به اقدام خاص (اعتراض، نافرمانی و...) از طریق ارائه الگوهای رفتاری مطلوب تبلیغ‌گر و نشان دادن پیامدهای مثبت کاذب آن اقدام	۶۰	۲۱
B3	تحریف	تغییر معنا از طریق دستکاری زمینه، جابه‌جایی علت و معلول، تغییر ترتیب زمانی، نقل ناقص یا خارج‌سازی محتوا از بافت اصلی‌اش؛ وجه تمایز این تکنیک از پاره‌حقیقت‌گویی و حذف گزینشی آن است که هدف آن صرفاً حذف نیست، بلکه پیچاندن و دگرگون کردن معنا است.	۱۶۲	۱۵
B4	فرافکنی	نسبت دادن انگیزه‌ها، اعمال یا ویژگی‌های منفی خود یا متحدان به طرف مقابل؛ مکانیسمی دفاعی ـ تهاجمی که در آن مهاجم با متهم کردن قربانی به همان عملی که خود انجام می‌دهد، از خود سلب مسئولیت می‌کند	۲۲	۲۸
B5	تحریک	استفاده از محتوای تنش‌زا یا چالش‌برانگیز با هدف برانگیختن واکنش فوری احساسی یا کنشی از سوی مخاطب در برابر فرد، نهاد یا گروهی خاص؛ وجه تمایز این تکنیک از بار عاطفی منفی، جهت‌گیری آن به سمت برانگیختن واکنش یا تقابل است.	۲۸۹	۸
B6	فریب	ارائه آگاهانه اطلاعات نادرست، گمراه‌کننده یا ناقص به مخاطب با هدف هدایت وی به سمت باورها و رفتارهای مطلوب تبلیغ‌گر؛ شامل ارائه هرگونه محتوای ساختگی	۱	۳۰
B7	تفرقه‌افکنی	تلاش هدفمند برای ایجاد یا تشدید شکاف‌ها و تنش‌های درون‌گروهی در جامعه هدف به‌منظور تضعیف وحدت و انسجام ملی	۲۷۶	۹
B8	تکرار	بازنشر مکرر و مداوم یک پیام، ادعا یا چارچوب تفسیری خاص با هدف تثبیت آن در ذهن مخاطب و تبدیل آن به «حقیقت پذیرفته‌شده».	۲۱۵	۱۲
B9	برجسته‌سازی	فرآیند انتخاب گزینشی موضوعات خاص و ارائه پررنگ آن‌ها در دستور کار رسانه‌ای به‌منظور تعیین اینکه مخاطب «درباره چه چیزی فکر کند».	۱۷۴	۱۳
B10	تصویرسازی / انگاره‌سازی	ساخت تصویر ذهنی خاصی از یک فرد، نهاد، کشور یا رویداد در ذهن مخاطب از طریق انتخاب هدفمند واژگان، تصاویر و روایت‌ها؛ مخاطبان نه بر اساس واقعیت عینی، بلکه بر اساس تصاویر ذهنی ساخته‌شده توسط رسانه‌ها عمل می‌کنند.	۱۳۵	۱۶
B11	برچسب‌زدن / لقب	استفاده از الفاظ، القاب، عناوین عاطفی و ارزشی برای توصیف یک فرد، گروه یا نهاد به‌نحوی‌که بدون ارائه استدلال، ذهنیت منفی در مخاطب ایجاد شود.	۱۰۱	۱۷
B12	دروغ بزرگ	ارائه ادعایی به‌قدری بزرگ و غیرقابل‌باور که مخاطب تصور کند هیچ‌کس جسارت بیان چنین دروغ بزرگی را ندارد.	۰	۳۱

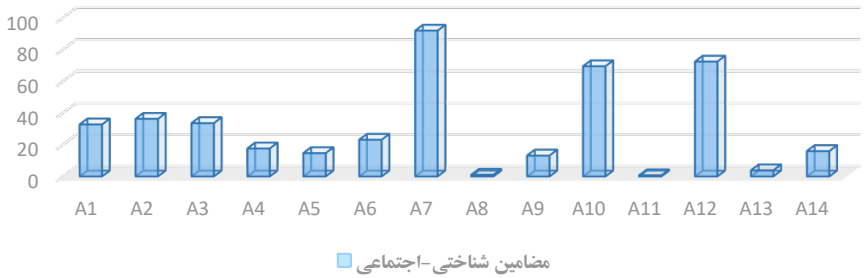
B13	مبالغه	به‌کارگیری زبان اغراق‌آمیز، توصیف‌های احساسی و تعابیر شدید برای بیش‌ازحد مهم، خطرناک، فاجعه‌بار یا سرنوشت‌ساز نشان دادن یک رویداد؛ بدون اینکه لزوماً ابعاد عینی و کمّی آن دستکاری شده باشد. تمرکز این تکنیک بر شدت زبانی و بلاغی است.	۳۵۷	۳
B14	اهریمن‌سازی	بازنمایی (نظام سیاسی، نیروهای نظامی، رهبران) به‌مثابه موجودیتی ذاتاً شرور، غیراخلاقی و ضد بشری به‌نحوی‌که هرگونه گفت‌وگو یا همزیستی با آن غیرممکن و نامطلوب جلوه کند.	۳۱۶	۶
B15	پاره حقیقت‌گویی	ارائه بخشی از حقیقت به‌همراه حذف عناصر تکمیلی یا زمینه‌ای به‌نحوی‌که برداشت کلی مخاطب گمراه‌کننده باشد، حتی اگر هر گزاره به‌تنهایی قابل دفاع باشد؛ وجه تمایز این تکنیک از حذف گزینشی آن است که ترکیب اطلاعات ذکرشده و حذف‌شده، یک تصویر سازمان‌یافته ایجاد می‌کند.	۷۷۶	۱
B16	ترور شخصیت	حمله سازمان‌یافته و هدفمند به وجهه، اعتبار و حیثیت شخصی یک فرد (رهبر، فرمانده، مسئول) با استفاده از اتهامات، شایعات، نسبت‌های منفی یا برجسته‌سازی گزینشی نقاط ضعف واقعی یا ادعایی، به‌منظور تخریب جایگاه او	۵۰	۲۲
B17	خشونت‌گرایی	تشویق، تمجید یا عادی‌سازی خشونت به‌عنوان ابزار تغییر سیاسی؛ شامل نمایش مکرر صحنه‌های خشونت‌بار، دعوت به قیام مسلحانه یا تقدیس کنشگران خشونت‌ورز	۶۳	۲۰
B18	گواهی	استفاده از اظهارات افراد سرشناس، متخصصان، شاهدان عینی یا چهره‌های محبوب عمومی برای تأیید یا رد یک ادعای خاص، صرف‌نظر از صلاحیت واقعی آنان در موضوع مورد بحث	۳۲۳	۵
B19	القای مستقیم	ارائه صریح و آشکار یک نتیجه‌گیری، توصیه یا دستور به مخاطب بدون ارائه استدلال کافی؛ با تکیه بر قدرت اعتباری (ظاهری) رسانه	۳۰۷	۷
B20	القای غیرمستقیم	هدایت ذهن مخاطب به سمت نتیجه‌گیری مطلوب تبلیغ‌گر بدون بیان صریح آن؛ از طریق چینش خبرها، انتخاب تصاویر، لحن و آهنگ گزارش و ایجاد تداعی‌های ذهنی	۳۹	۲۴
B21	کلی‌گویی	استفاده از مفاهیم کلی، مبهم و ارزش‌مدار (آزادی، دموکراسی، حقوق بشر، صلح) بدون ارائه تعریف عملیاتی مشخص، به‌نحوی‌که هر مخاطبی بتواند معنای دلخواه از آن برداشت کند.	۱۶۹	۱۴
B22	اعتمادزدایی	تلاش نظام‌مند برای تخریب اعتماد مخاطب به نهادهای رسمی از طریق برجسته‌سازی تناقضات، پنهان‌کاری، بی‌صداقتی یا فساد واقعی یا ادعایی؛ تمرکز این تکنیک بر زیر سؤال بردن صداقت و قابل‌اعتماد بودن نهادهاست، نه توانایی یا حقانیت آن‌ها.	۳۹	۲۴

B23	سیاه‌نمایی	ارائه تصویری یکسره ناامیدکننده از وضعیت جامعه، نهادها یا آینده کشور، از طریق حذف تمامی جنبه‌های مثبت، موفقیت‌آمیز یا امیدبخش؛ به‌نحوی‌که چارچوب کلی روایت فاقد هرگونه روزنه باشد.	۳۵۳	۴
B24	بزرگ‌نمایی	بزرگ‌تر نشان دادن دامنه، مقیاس، شدت یا گستره عینی و قابل‌سنجش یک رویداد، تهدید یا مشکل؛ عمدتاً از طریق برجسته‌سازی یا تحریف ابعاد کمّی آن در حوزه‌هایی مانند تلفات، خسارات مادی، گستره جغرافیایی یا دامنه اجتماعی رویداد.	۴۴۱	۲
B25	القای ناکارآمدی	بازنمایی نهادها یا حاکمیت به‌عنوان موجودیت‌هایی ناتوان، بی‌برنامه یا فاقد صلاحیت اجرایی در مدیریت امور جاری یا بحران.	۲۹	۲۷
B26	قربانی‌سازی شهروندان	بازنمایی شهروندان عادی به‌عنوان قربانیان بی‌گناه سیاست‌های حاکمیت (نه تجاوز خارجی) و ایجاد تقابل میان «مردم» و «حاکمیت»	۲۲۰	۱۱
B27	مشروعیت‌زدایی	تلاش برای سلب حقانیت سیاسی، اخلاقی، قانونی یا مردمی نهاد یا نظام حاکم از طریق زیر سؤال بردن مبانی مشروعیت آن؛ تمرکز این تکنیک بر این پرسش است که آیا نهاد حق دارد تصمیم بگیرد، حکومت کند یا نمایندگی داشته باشد.	۴۹	۲۳
B28	القای شکست قطعی	القای این باور که شکست نظامی، سیاسی یا اقتصادی ایران محتوم و اجتناب‌ناپذیر است و هرگونه مقاومت بی‌فایده خواهد بود.	۵	۲۹
B29	حذف گزینشی موفقیت‌ها	نادیده گرفتن عمدی موفقیت‌های ایران در پوشش خبری، به‌نحوی‌که تصویر یکسره منفی از عملکرد ایران ترسیم شود.	۳۲	۲۶
B30	ابهام‌سازی	ایجاد عمدی ابهام و سردرگمی در ذهن مخاطب از طریق ارائه اطلاعات متناقض، منابع نامشخص و تحلیل‌های متضاد، به‌نحوی‌که او توانایی تشخیص واقعیت را از دست بدهد.	۹۳	۱۸
B31	بار عاطفی منفی	استفاده هدفمند از واژگان، تصاویر یا لحنی که احساسات منفی نظیر ترس، خشم، اندوه یا انزجار را در مخاطب برانگیزد؛ تمرکز این تکنیک بر سطح واژگانی، تصویری و سبکی متن است، نه بر چارچوب کلی روایت.	۲۶۵	۱۰
مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی				
C1	فلج تصمیم‌گیری جمعی	ایجاد سردرگمی، تردید و ناتوانی در اتخاذ تصمیم جمعی از طریق بمباران اطلاعات متناقض و القای عدم قطعیت.	۱۱۱	۵
C2	القای ناامیدی و انفعال	تلاش برای ایجاد احساس درماندگی، بی‌قدرتی و بیهودگی هرگونه اقدام یا مقاومت در مخاطب	۱۷۱	۴

C3	جایگزینی روایت بیگانه	تلاش برای جایگزین کردن روایت رسانه‌های خارجی و بیگانه به‌جای روایت ملی و بومی در ذهن مخاطب	۲۱۸	۳
C4	تضعیف وفاق ملی	تلاش برای ایجاد شکاف میان گروه‌های مختلف اجتماعی و تضعیف انسجام ملی	۲۷۶	۲
C5	تخریب اعتماد نهادی	تلاش برای سلب اعتماد مخاطب از نهادهای رسمی	۴۳	۶
C6	فرسایش اراده ملی	تلاش برای تضعیف عزم و اراده جامعه برای مقاومت در برابر تهدیدات و فشارهای خارجی	۳۴۳	۱
C7	تخریب هویت ملی	تلاش برای تضعیف مؤلفه‌های هویتی ملی و القای احساس حقارت جمعی	۱۱	۸
C8	تخریب هویت دینی	تلاش برای تضعیف باورها، ارزش‌های دینی و مصادیق آن یا نشان دادن دین به‌عنوان عامل عقب‌ماندگی و مانع پیشرفت	۲۰	۷

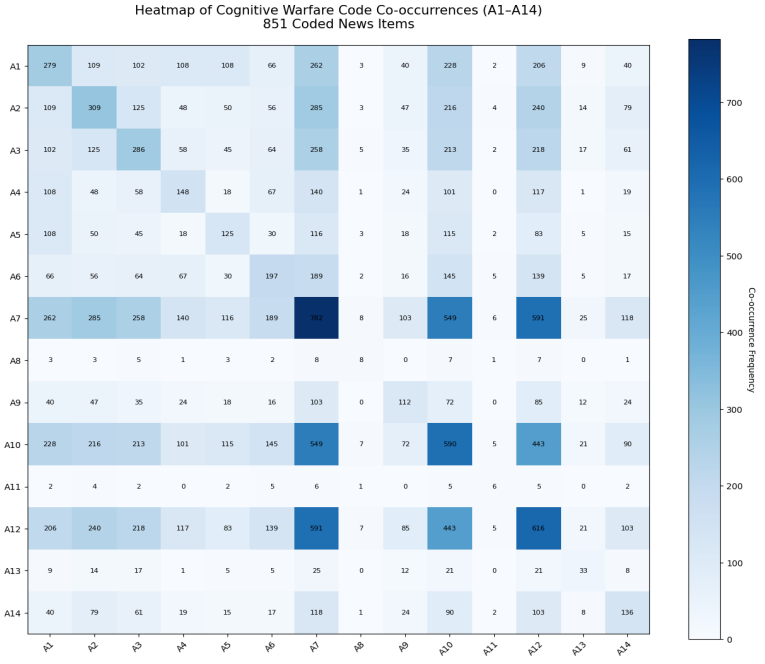
برای جلوگیری از تداخل کدهای مشابه و تورم مصنوعی داده‌ها، معیارها و مرزهای دقیقی (مانند هدف و کانون پیام) برای تفکیک تکنیک‌ها تعریف شد. همچنین در موارد ابهام یا مرزی، تنها «مضمون غالب» خبر ملاک کدگذاری قرار گرفت.

مؤلفه‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی



شکل ۲. توزیع فراوانی مؤلفه‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی در پوشش خبری شبکه ایران اینترنشنال

تحلیل کدگذاری ۸۵۱ خبر نشان می‌دهد الگوی غالب بازنمایی رسانه‌ای بر «بین‌المللی‌سازی بحران» استوار است؛ این مؤلفه در ۷۸۲ خبر (۹۱/۹ درصد) شناسایی شد و بر اساس ادبیات جنگ شناختی، ظرفیت ایجاد برداشتی از انزوای بین‌المللی ایران و تقابل آن با نظم جهانی را دارد.

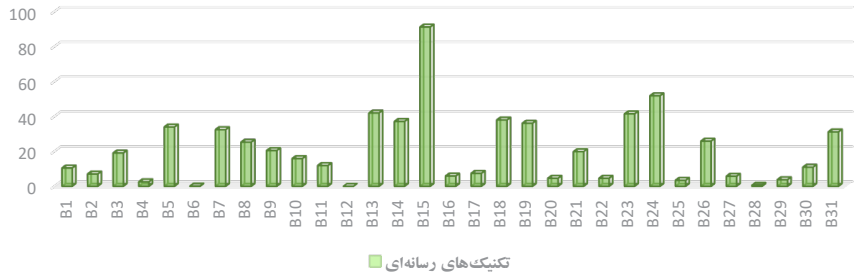


شکل ۳. ماتریس هم‌رخدادی مؤلفه‌های متنی هم‌سو با ادبیات جنگ شناختی

مؤلفه «القای فوریت و اضطرار» با ۵۹۱ خبر (۹۶/۴ درصد) یکی از پرتکرارترین شاخص‌هاست و نشان می‌دهد بخش عمده محتوای تولیدشده بر برجسته‌سازی بحران و تهدید فوری متمرکز بوده است؛ الگویی که از منظر نظری می‌تواند ظرفیت تحریک واکنش‌های هیجانی و کاهش فرصت تحلیل انتقادی مخاطب را افزایش دهد. این مؤلفه بیشترین هم‌رخدادی‌را با «بین‌المللی‌سازی بحران» (۵۴۹ مورد) و «شخصی‌سازی بحران» (۴۴۳ مورد) دارد. این سه مؤلفه نه‌تنها از نظر فراوانی مطلق در زمره پرتکرارترین کدها قرار دارند، بلکه بر اساس ضریب جاکارد نیز بالاترین هم‌رخدادی‌های نرمال‌شده را نشان می‌دهند: «بین‌المللی‌سازی بحران» با «شخصی‌سازی بحران» (J=0.73)، «بین‌المللی‌سازی بحران» با «القای فوریت و اضطرار» (J=0.67) و «شخصی‌سازی بحران» با «القای فوریت و اضطرار» (J=0.58). این هم‌پوشانی بالا نشان می‌دهد سه مؤلفه یادشده هسته مرکزی الگوی بازنمایی پیکره خبری را شکل داده و یک «خوشه روایی منسجم» ایجاد کرده‌اند؛ خوشه‌ای که در آن بحران به‌طور هم‌زمان در سه سطح جهانی، فردی و همراه با حس فوریت بازنمایی می‌شود. افزون بر این، حضور معنادار

مؤلفه‌های قطبی‌سازی از جمله «تحریک احساسات عمومی» با ۳۰۹ خبر (۳۶/۳ درصد) و «بهره‌برداری از شکاف‌های اجتماعی» با ۲۸۶ خبر (۳۳/۶ درصد) در تعامل با این هسته سه‌گانه، بیانگر الگویی است که بحران را به‌صورت هم‌زمان در سطوح احساسی، اجتماعی و بین‌المللی بازتولید می‌کند؛ الگویی که در ادبیات جنگ شناختی از آن به‌عنوان سازوکاری با ظرفیت بالقوه فرسایش انسجام و اعتماد عمومی یاد می‌شود.

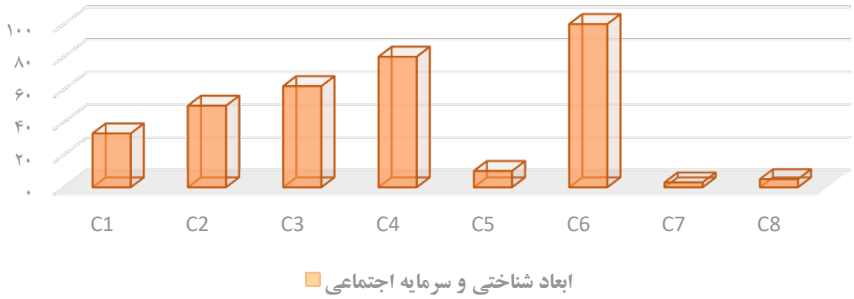
تکنیک‌های رسانه‌ای



شکل ۴. توزیع فراوانی تکنیک‌های رسانه‌ای

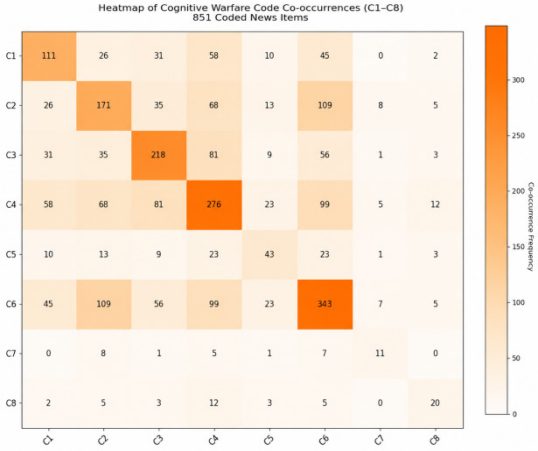
تحلیل ۸۵۱ خبر شبکه ایران اینترنشنال نشان می‌دهد الگوی بازنمایی آن با ویژگی‌های مهندسی ادراک در جنگ شناختی مطابقت دارد. اصلی‌ترین تکنیک به‌کاررفته «پاره‌حقیقت‌گویی» (۹۱/۲ درصد) است که نشان می‌دهد این رسانه به‌جای جعل مستقیم، بر گزینش هدفمند واقعیت تکیه دارد. در رتبه‌های بعدی، «بزرگ‌نمایی» (۵۱/۸ درصد)، «مبالغه» (۴۱/۹ درصد) و «سیاه‌نمایی» (۴۱/۴ درصد) قرار دارند که در کنار تکنیک‌های هیجان‌محور و تفرقه‌افکنانه، به القای بحران و تثبیت دوگانه «مردم حاکمیت» می‌پردازند. استفاده از میانگین بیش از ۶ تکنیک در هر خبر، گویای رویکرد ترکیبی این رسانه است. تحلیل هم‌رخدادی نیز این کاربرد ترکیبی را تأیید می‌کند. «پاره‌حقیقت‌گویی» دارای بیشترین پیوند متقاطع با سایر تکنیک‌ها (نظیر بزرگ‌نمایی، مبالغه و سیاه‌نمایی) است. بررسی شدت همراهی با «ضریب جاکارد» نشان داد قوی‌ترین پیوندها مربوط به «پاره‌حقیقت‌گویی با بزرگ‌نمایی» (J=0.51) و پس از آن «برچسب‌زدن با ترور شخصیت» (J=0.41) است. درمجموع، یافته‌ها ثابت می‌کند «پاره‌حقیقت‌گویی» هسته مرکزی یک خوشه روایی منسجم است که سایر ابزارهای اقناعی و هیجانی، برای برجسته‌سازی منفی بحران، پیرامون آن سازمان یافته‌اند.

مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی



شکل ۵. توزیع فراوانی مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی

پرتکرارترین مضمون شناختی ـ اجتماعی در محتوای اخبار، «فرسایش اراده ملی» با ۳۴۳ خبر (۴۰/۳ درصد) بوده؛ مضمونی که عمدتاً بر برجسته‌سازی هزینه‌های مقاومت و بی‌ثمر نشان دادن ایستادگی استوار بود و از منظر نظری، ظرفیت تضعیف روحیه اجتماعی و تاب‌آوری شناختی را دارد. پس‌ازآن، «تضعیف وفاق ملی» با ۲۷۶ مورد (۳۲/۴ درصد) و «جایگزینی روایت بیگانه» با ۲۱۸ مورد (۲۵/۶ درصد) قرار داشتند که با تعمیق شکاف‌های اجتماعی و انتقال مرجعیت خبری از منابع داخلی به رسانه‌های خارجی هم‌خوانند. همچنین، «القای ناامیدی و انفعال» با ۱۷۱ خبر (۲۰/۱ درصد) و «فلج تصمیم‌گیری جمعی» با ۱۱۱ خبر (۱۳ درصد) از دیگر مضامین مهم بودند که در ادبیات جنگ شناختی با ابهام شناختی، تضعیف اعتماد به روایت رسمی و کاهش کنشگری اجتماعی مرتبط دانسته می‌شوند. درمجموع، الگوی بازنمایی این شبکه بیش از آنکه بر تخریب مستقیم هویت و نهادها متکی باشد، بر تضعیف تدریجی امید اجتماعی، انسجام ملی و اراده جمعی دلالت دارد؛ الگویی که از منظر نظری، ظرفیت کاهش سرمایه اجتماعی و تاب‌آوری شناختی را دارد، هرچند سنجش اثر واقعی آن نیازمند پژوهش‌های مستقل است.



شکل ۶. ماتریس هم‌رخدادی مضامین متنی بالقوه مرتبط با ابعاد سرمایه اجتماعی

تحلیل هم‌رخدادی مضامین شناختی اجتماعی نشان می‌دهد این مضامین عمدتاً به‌صورت ترکیبی در اخبار ظاهر شده‌اند؛ الگویی که از همراهی مکرر مؤلفه‌های ادراکی، روانی و روایی و تقویت بالقوه اثر پیام از طریق هم‌افزایی معنایی حکایت دارد. در سطح فراوانی مطلق، بیشترین هم‌پوشانی میان «القای ناامیدی و انفعال» و «فرسایش اراده ملی» (۱۰۹ مورد) و سپس میان «تضعیف وفاق ملی» و «فرسایش اراده ملی» (۹۹ مورد) مشاهده شد. همچنین «تضعیف وفاق ملی» بیشترین پیوند را با سایر مضامین، ازجمله «جایگزینی روایت بیگانه» (۸۱ مورد)، «القای ناامیدی و انفعال» (۶۸ مورد) و «فلج تصمیم‌گیری جمعی» (۵۸ مورد) داشته است؛ الگویی که با کاهش ظرفیت کنش جمعی هم‌خوان است. برای کنترل اثر فراوانی ذاتی کدها، ضریب جاکارد نیز محاسبه شد که نتایج آن الگوی مشاهده‌شده را در سطح نرمال‌شده تأیید می‌کند. قوی‌ترین همراهی‌ها به‌ترتیب مربوط به «القای ناامیدی و انفعال» با «فرسایش اراده ملی» (J=0.27)، «تضعیف وفاق ملی» با «جایگزینی روایت بیگانه» (J=0.20) و «تضعیف وفاق ملی» با «فرسایش اراده ملی» (J=0.19) است. این یافته‌ها نشان می‌دهد سه مضمون «فرسایش اراده ملی»، «تضعیف وفاق ملی» و «القای ناامیدی و انفعال» یک خوشه به‌هم‌پیوسته و نسبتاً منسجم از مضامین مرتبط با سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهند.

بحث

تفاوت الگوی بازنمایی این رسانه با «روزنامه‌نگاری متعارف»، در تراکم غیرمتعارف تکنیک‌های اثرگذار است. بر اساس اصول اخلاقی (SPJ, 2014) و (IFJ, 2019)، حذف

عامدانه حقایق مکمل مغایر با اطلاع‌رسانی عینی است؛ چراکه جوهره این حرفه بر «انضباط تأیید» و ارائه «جامع و متناسب» خبر استوار است (Kovach & Rosenstiel, 2021). در این چارچوب، غلبه ۹۱/۲ درصدی «پاره‌حقیقت‌گویی»، نشانه حرکت از اطلاع‌رسانی متوازن به سمت «مهندسی ادراک» است. همچنین با توجه به حضور ۹۱/۹ درصدی مؤلفه «بین‌المللی‌سازی بحران»، این پیکره مصداق «روزنامه‌نگاری جنگ» و قطبی‌سازی است (Galtung, 2006).

دلالت‌های نظری و سیاستی استنتاج‌شده از الگوی بازنمایی شناسایی‌شده

دلالت‌های پدافندی این پژوهش، استنتاج‌هایی تحلیلی از تقاطع «الگوی تهاجم شناسایی‌شده» با «الزامات دفاعی» هستند؛ لذا به دلیل نبود داده از رسانه‌های داخلی، این بخش نه یافته تجربی مستقیم، بلکه گذاری نظری از الگوهای تهاجمی به راهبردهای دفاعی متناظر است.

دلالت اول: شفافیت اطلاعاتی فعال و روایت‌سازی پیش‌دستانه

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که غلبه ۹۱/۲ درصدی تکنیک «پاره‌حقیقت‌گویی»، بیانگر راهبردی است که به‌جای جعل، بر ارائه واقعیت ناقص با قدرت اقناع بالا تکیه دارد. این الگو هر خلأ اطلاعاتی در جبهه دفاعی را به فرصتی برای روایتگری مغرضانه در جبهه تهاجم تبدیل می‌کند. هم‌رخدادی این تکنیک با «بزرگ‌نمایی» و «سیاه‌نمایی» نشان‌دهنده یک زنجیره عملیاتی است: ارائه واقعیت ناقص، برجسته‌سازی جنبه‌های منفی و در نهایت، القای تصویری ناامیدکننده از وضعیت موجود. بر این اساس، دلالت‌های پدافندی در سه محور زیر قابل صورت‌بندی است (ضیایی جباری و همکاران، ۱۴۰۳).

۱. **روایت‌سازی اول و تصاحب ابتکار خبری:** ازآنجاکه روایت اولیه نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به ادراک مخاطب دارد، یافته‌ها نشان می‌دهد که تقدم روایی، یعنی استقرار روایت سریع و معتبر پیش از سایر رسانه‌ها، می‌تواند از الزامات کلیدی پدافند رسانه‌ای در بحران باشد. اهمیت این اصل با فراوانی ۲۷۹ موردی «پوشش خبری دست اول» نیز تأیید می‌شود.

۲. **ارائه واقعیت کامل به‌جای واقعیت ناقص:** بر اساس الگوی شناسایی‌شده، می‌توان استنتاج کرد که انتشار به‌موقع، جامع و دقیق اطلاعات از سوی نهادهای رسمی، ظرفیت کاهش اثرگذاری پاره‌حقیقت‌گویی را دارد؛ هرچند اعتبارسنجی

تجربی این فرضیه نیازمند پژوهش‌های آتی است. شفافیت پیشگیرانه، با کاهش خلأهای اطلاعاتی، امکان تکمیل تحریف‌آمیز واقعیت را محدود می‌کند و هم‌زمان می‌تواند به تقویت اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی یاری رساند.

۳. **مدیریت فعال اطلاعات منفی:** سکوت در برابر اخبار منفی، خود می‌تواند به بستری برای سیاه‌نمایی تبدیل شود. در مقابل، الگوی مشاهده‌شده دلالت دارد که رسانه داخلی با انتشار فعال اطلاعات منفی در چارچوبی کامل‌تر، واقع‌بینانه و همراه با اقدامات اصلاحی و جبرانی، می‌تواند از تبدیل سکوت به بستر سیاه‌نمایی پیشگیری کند. این رویکرد، ضمن کاهش اثرگذاری روایت‌های مخرب، مقاومت شناختی مخاطب را نیز افزایش می‌دهد.

دلالت دوم: اقناع عاطفی مثبت و بازسازی هویت جمعی

یافته‌ها نشان می‌دهد هم‌رخدادی بالای تکنیک‌های هیجانی (مانند تحریک و تفرقه‌افکنی) با پاره‌حقیقت‌گویی، منجر به ارائه گزینشی واقعیت با هدف کاهش تأمل تحلیلی مخاطب شده است. از منظر علوم اعصاب، این الگو با فعال‌سازی «سیستم یک» (پردازش سریع و هیجانی)، تحلیل انتقادی وابسته به «سیستم دو» را تضعیف می‌کند. در فضای پساحقیقت که اطلاعات ناقص بیش از دروغ آشکار ادراک عمومی را منحرف می‌کنند، مقابله با این الگوهای جنگ شناختی مستلزم کنش فعال در سطوح عاطفی و هویتی است (صادقی و همکاران، ۱۴۰۴: ۱۲ـ۱۴). این راهبرد در چهار محور صورت‌بندی می‌شود:

۱. **ساخت روایت‌های تنظیم‌گر هیجان و تقویت‌کننده تاب‌آوری شناختی:** در برابر جریان سازمان‌یافته احساسات منفی، روایت‌های مبتنی بر هویت مثبت، امید و همبستگی می‌توانند به تنظیم هیجان‌های منفی و کاهش اثرگذاری تحریک هیجانی کمک کنند. مقصود از این رویکرد، ایجاد سپر عاطفی در برابر پیام‌های تنش‌زا و جلوگیری از غلبه ترس، خشم و ناامیدی بر قضاوت مخاطب است. بر این اساس، روایت‌های مرتبط با دفاع، ایثار، پیروزی و وحدت، اگر به‌صورت مستند، عاطفی و چندسکویی منتشر شوند، می‌توانند از شدت اثر تحریک هیجانی منفی بکاهند.

۲. **تقویت جمع‌گرایی ملی در برابر تفرقه‌افکنی:** با توجه به اینکه تضعیف وفاق ملی هسته اصلی عملیات شناختی شناسایی شده، تقویت هویت جمعی می‌تواند به‌عنوان یک محور مستقل در پاسخ پدافندی مورد توجه قرار گیرد.

برجسته‌سازی تجربه‌های مشترک ملی، نقاط اشتراک اجتماعی و روایت‌های وحدت‌بخش می‌تواند به بازتولید شبکه‌های اعتماد و سرمایه اجتماعی کمک کند و مانع تعمیق شکاف‌های القاشده شود (محمدی و دانایی، ۱۴۰۱: ۱۹۶).

۳. **آموزش سواد رسانه‌ای:** از آنجا که هر خبر ممکن است هم‌زمان چندین تکنیک اقناعی و تخریبی را در خود داشته باشد، مخاطب عادی بدون آموزش توان تشخیص آن‌ها را ندارد. بر این اساس، تراکم بالای تکنیک‌هایی مانند پاره‌حقیقت‌گویی و تحریک هیجانی نشان می‌دهد که ارتقای سواد رسانه‌ای می‌تواند یکی از راهبردهای مکمل پدافند رسانه‌ای باشد. همچنین پژوهش‌های مبتنی بر «ایمن‌سازی شناختی» نشان داده‌اند که آموزش پیش‌دستانه و مداخله‌های تعاملی می‌توانند مقاومت روان‌شناختی کاربران را در برابر اطلاعات نادرست افزایش دهند (Roozenbeek & van der Linden, 2019).

۴. **ضدچارچوب‌گذاری فعال:** در برابر چارچوب‌های دوگانه‌ساز مانند «مردم در برابر حاکمیت»، ساخت چارچوب‌های جایگزین و اقناعی می‌تواند پاسخی متناسب باشد. در اینجا، چارچوب مطلوب، همبستگی ملی در برابر تهدید مشترک است؛ به این معنا که به‌جای انفعال در برابر روایت سوء، همان عناصر روایی با تفسیری جدید و نتیجه‌گیری معکوس، در خدمت روایت ملی و وحدت‌بخش بازآرایی شوند.

دلالت سوم: بازسازی اعتماد نهادی و تقویت سرمایه اجتماعی

بارزترین یافته پژوهش در سطح مضامین شناختی ـ اجتماعی، فراوانی بالای «فرسایش اراده ملی» با ۴۰/۳ درصد بود که عمدتاً با تکنیک‌های اعتمادزدایی، اهریمن‌سازی و القای ناکارآمدی همراه بود. دلالت پدافندی متناظر، اولویت «بازسازی و تقویت اعتماد نهادی» به‌عنوان یکی از محورهای اصلی پدافند شناختی است که در چهار بُعد قابل توضیح است:

۱. **روایت مستند از پیروزی:** از آنجا که رسانه مورد بررسی موفقیت‌های داخلی را به‌صورت گزینشی حذف می‌کند، بازنمایی مستند، شفاف و قابل راستی‌آزمایی عملکرد نهادها و نیروهای دفاعی می‌تواند در کاهش اثر اهریمن‌سازی و القای ناکارآمدی مؤثر باشد.

۲. **مدیریت هوشمند اطلاعات حساس در دوران جنگ:** با توجه به بهره‌برداری این رسانه از خلأهای اطلاعاتی برای القای بحران، برقراری توازن میان شفافیت

و ملاحظات امنیتی یکی از چالش‌های کلیدی پدافند رسانه‌ای است. راهبرد پیشنهادی «شفافیت انتخابی» است؛ یعنی انتشار سریع و کامل اطلاعات غیرحساس در کنار مدیریت زمان‌بندی انتشار اطلاعات حساس، به‌گونه‌ای که هم از شایعه‌سازی جلوگیری شود و هم امنیت عملیات آسیب نبیند.

۳. **بازسازی سرمایه اجتماعی از طریق کنشگری مدنی:** اعتماد عمومی تنها از مسیر پیام‌رسانی رسانه‌ای ترمیم نمی‌شود. ازاین‌رو، رسانه باید بخشی از راهبردی وسیع‌تر باشد که در آن نهادها با حضور میدانی، پاسخ‌گویی فعال و ارتباط مستقیم با شهروندان، تجربه‌های اعتمادساز تولید کنند و رسانه این تجربه‌ها را بازنمایی و تقویت نماید.

۴. **تقویت شبکه‌های اعتماد اجتماعی افقی:** تمرکز صرف بر ارتباط عمودی میان نهادها و مردم کافی نیست. چون هدف عملیات شناختی، تضعیف پیوندهای اجتماعی و ایجاد انزوا میان گروه‌هاست، لازم است با استفاده از پلتفرم‌های داخلی، محتوای کاربرمحور و حمایت از روایت‌های مدنی و همبستگی‌آفرین، شبکه‌های اعتماد افقی بازسازی شوند تا هم مانع گسترش روایت‌های تفرقه‌افکنانه شوند و هم اثرگذاری ارتباطات رسمی را افزایش دهند.

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بازنمایی رسانه‌ای شبکه ایران اینترنشنال در دوره موردبررسی، در چارچوب جنگ شناختی، الگویی منسجم و چندلایه داشته و نه بر جعل آشکار واقعیت، بلکه بر پاره‌حقیقت‌گویی، بزرگ‌نمایی، سیاه‌نمایی، تحریک هیجانی، تفرقه‌افکنی و اعتمادزدایی استوار بوده است. در سطح مؤلفه‌های متنی، «بین‌المللی‌سازی بحران» (۹۱/۹ درصد)، «شخصی‌سازی بحران» (۷۲/۴ درصد) و «القای فوریت» (۶۹/۳ درصد) بیشترین فراوانی را داشته‌اند. در سطح تکنیک‌ها نیز «پاره‌حقیقت‌گویی» (۹۱/۲ درصد)، «بزرگ‌نمایی» (۵۱/۸ درصد)، «مبالغه» (۴۱/۹ درصد)، «سیاه‌نمایی» (۴۱/۴ درصد) و «اهریمن‌سازی» (۳۷/۱ درصد) برجسته بوده‌اند. در سطح مضامین شناختی ـ اجتماعی نیز «فرسایش اراده ملی» (۴۰/۳ درصد)، «تضعیف وفاق ملی» (۳۲/۴ درصد) و «جایگزینی روایت بیگانه» (۲۵/۶ درصد) بیشترین برجستگی را داشته‌اند.

بر پایه منطق تحلیل معکوس، سه پیشنهاد سیاستی قابل استخراج است:

نخست،شفافیت اطلاعاتی پیش‌دستانه و تصاحب روایت اولیه‌از طریق انتشار سریع، معتبر و کامل اطلاعات، پر کردن خلأهای خبری و مدیریت واقع‌بینانه اخبار منفی. دوم،اقناع عاطفی مثبت، ارتقای سواد رسانه‌ای و ضدچارچوب‌گذاری‌از طریق تولید روایت‌های وحدت‌بخش و امیدآفرین، اجرای برنامه‌های مبتنی بر ایمن‌سازی شناختی و به‌کارگیری ضدچارچوب‌های ملی. سوم،بازسازی اعتماد نهادی و تقویت سرمایه اجتماعی‌از طریق بازنمایی شفاف و راستی‌آزمایی‌پذیر عملکرد نهادها، پیگیری شفافیت انتخابی، تقویت پاسخ‌گویی میدانی و گسترش شبکه‌های اعتماد اجتماعی افقی.

پژوهش حاضر با چند محدودیت همراه بوده است: استفاده از کدگذاری غیرانحصاری، تمرکز متن‌محور بر محتوای رسانه بدون سنجش میدانی اثر واقعی آن بر مخاطبان، محدود شدن مطالعه به وبگاه ایران اینترنشنال و تحلیل تجمیعی‌کل دوره بحران. ازاین‌رو، انجام مطالعات پیمایشی یا آزمایشی، پژوهش‌های تطبیقی درباره دیگر رسانه‌های برون‌مرزی فارسی‌زبان و بررسی تحولات بازنمایی در مراحل پیش، حین و پس از منازعه پیشنهاد می‌شود.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

اباذری، علی؛ خاکپور، محمدعلی و شهریار آزادخواه (۱۳۹۵). *تبیین نقش و توانمندی رسانه‌ها در نهادینه کردن فرهنگ پدافند غیرعامل در جامع*، کنفرانس پدافند غیرعامل و توسعه پایدار.

اردلانی، حامد و محمد حدادی (۱۴۰۴). شیوه و شگردهای شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای در گسترش ناآرامی‌ها (موردمطالعه: برنامه چشم‌انداز شبکه ایران اینترنشنال در ناآرامی‌های ۱۴۰۱)، *فصلنامه آفاق امنیت*، ۱۸ (۶۹)، ۲۱۵ـ۲۴۳.

امیری، جهاندار (۱۴۰۴). واکاوی گفتمان رسانه‌ای صداوسیما در مواجهه با جنگ ۱۲ روزه ایران و رژیم صهیونیستی، *فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۸(۳)، ۱۶۷ ـ ۲۰۰.

امینی، امین؛ سلیمانی، عباسعلی و زهرا مبینی (۱۴۰۴). چالش‌های آینده جنگ شناختی و ارائه راهبردهای دفاعی برای جمهوری اسلامی ایران، *فصلنامه روان‌شناسی نظامی*، ۱۶ (۱)، ۱۰۳ـ۱۳۷.

بستان‌پیرو، محمد؛ سبحانی، محمد و سیدجلال بنی‌هاشمی (۱۴۰۴). مدل برنامه‌ریزی راهبردی پدافند رسانه‌ای در جمهوری اسلامی ایران، *فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک*، ۲۳ (۱۰۰)، ۶۹ـ۹۵.

بیرجندی، فاطمه و سعید خلخالی (۱۴۰۳). رسانه و جنگ: تحلیل محتوای اخبار صفحات مجازی تلویزیون ایران اینترنشنال درباره جنگ اکتبر ۲۰۲۳ فلسطین و اسرائیل. *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۹ (۱)، ۲۸۱ـ۳۰۸.

حاجی‌رحیمیان، تورج (۱۴۰۴). تحلیل تکنیک‌های جنگ شناختی رسانه‌های ایران اینترنشنال و آکسیوس علیه جمهوری اسلامی ایران (قبل، حین و بعد از جنگ ۱۲ روزه)، *پژوهش‌های شناختی در مطالعات سیاسی*، ۲ (۴)، ۱۰۲ ـ ۱۲۰.

حسنی، حسین و حسین تدین (۱۴۰۲). «مأیوس‌سازی» به‌مثابه ابزار عملیات روانی: مطالعه صفحه اینستاگرام ایران اینترنشنال، *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۸(۱)، ۸۳ـ۱۰۷.

رسالت، محمدامین و سیدطاهر عرفانی (۱۴۰۴). بررسی نقش رسانه‌ها در نبرد روایت‌ها در خاورمیانه؛ مطالعه موردی جنگ ۱۲ روزه ایران و اسرائیل. *نشریه علمی- پژوهشی غالب*، ۱۴ (۴)، ۱۰۵ ـ ۱۳۵.

صادقی، محمد و همکاران (۱۴۰۴). جنگ شناختی؛ عرصه جدید در ارتباطات سیاسی، *فصلنامه علوم خبری*، ۱۴ (۱)، ۷ـ۱۶.

ضیایی جباری، حسن، حسینی دانا، حمیدرضا و بی‌بی‌سادات میراسماعیلی (۱۴۰۳). راهکارهای راستی‌آزمایی محتوای رسانه‌ای با رویکرد پدافند غیرعامل. *فصلنامه رسانه*، ۳۵ (۱)، ۱۵۷ـ۱۸۲.

عشایری، طاها، اشتری مهرجردی، اباذر، ذوالفقاری، اکبر و الهام عباسی (۱۴۰۴). مطالعه اعتماد اجتماعی ایرانیان به‌مثابه سرمایه اجتماعی: فراتحلیل پژوهش‌ها. *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۱۲ (۱)، ۵۹ـ۷۶.

کریپندورف، کلائوس (۱۴۰۲). *تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی*، ترجمه هوشنگ نایبی، نشر نی.

کمالی باغستانی، محمد و سیدموسی رئیسی (۱۴۰۵). ارائه الگوی رسانه‌ای جنگ رمضان در رسانه‌های بیگانه: مطالعه موردی ایران اینترنشنال، *فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی*، ۱۱ (۴)، ۳۲۳ـ۳۴۵.

گنجی، بهرخ، پورجعفری، علیرضا و آرزو یارکه سلخوری (۱۴۰۱). تحلیل گفتمان اخبار ایران اینترنشنال درباره اغتشاشات پاییز سال ۱۴۰۱. *فصلنامه علوم خبری*، ۱۱ (۴)، ۸۰ـ۹۲.

محمدی، علیرضا، و ابوالفضل دانایی (۱۴۰۱). تدوین الگوی مطلوب پدافند غیرعامل رسانه‌ای در ایران. *فصلنامه‌رسانه*، ۳۳ (۴)، ۱۸۱ـ۲۰۲.

نوحه اصفهانی، امید، گودرزی، مهناز و محمدرضا یزدانی زازرانی (۱۴۰۴). تجزیه‌وتحلیل جنگ شناختی ایران اینترنشنال در حوادث بعد از فوت مهسا امینی (شهریور ـ دی ۱۴۰۱)، *فصلنامه تحولات سیاسی اجتماعی معاصر ایران*، ۴ (۲)، ۲ ـ ۲۰.

نیک‌بخش، بهرام (۱۴۰۲). مطلوبیت درک شده شهروندان از رسانه‌های خبری آنلاین و رسانه‌های اجتماعی در اقدامات پیشگیرانه از بیماری پاندمی کووید ـ ۱۹ از منظر سرمایه اجتماعی، *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۹ (۳۶)، ۱۰۷ ـ ۱۴۰.

هولستی، ال. آر (۱۳۷۳). *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی*، ترجمه نادر سالارزاده امیری، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

Aldrich, D. P; & Meyer, M. A. (2015). Social capital and community resilience.*American Behavioral Scientist, 59*(2), 254-269.https://doi.org/10.1177/0002764214550299

Amini, A; Soleimani, A; & Mobini, Z. (2025). Future challenges of cognitive warfare and providing defense strategies for the Islamic Republic of Iran. *Military Psychology, 16*(1), 103-137. **[In Persian]**

Amiri, J. (2025). Investigation of the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB)'s Media Discourse in the Face of the 12-Day War Between Iran and the Zionist Regime. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media, 8*(29), 167-200. https://doi.org/10.22085/jiscm.2025.538889.1898 **[In Persian]**

Ardalani, H; & Haddadi, M. M. (2026). Methods and Tactics of Persian-Language Satellite Networks in Spreading Unrest (Case Study: Iran International Network's Vision Program in the 1401 Unrest). *Security Horizons, 18*(69), 215-243. **[In Persian]**

Ashayeri, T; Ashtari Mehrjardi, A; Zulfaqari, A; & Abbasi, E. (2025). Studying Social Trust of Iranians as Social Capital: Meta-Analysis of Researches. *Social Capital Management, 12*(1), 59-76. https://doi.org/10.22059/jscm.2023.353902.2382 **[In Persian]**

Bennett, W. L; & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions.*European Journal of Communication, 33*(2), 122-139.https://doi.org/10.1177/0267323118760317

Birjandi, F; & Khalkhali, S. (2024). Media and War: Analysis of the News Content of the Virtual Pages of Iran International TV about the 2023 October War between Palestine and Israel. *Journal of International Media, 9*(1), 281-308. https://doi.org/10.22034/imrl.2025.506315.1295 **[In Persian]**

Bostan Pira, M; Sobhani, A. R; & Bani Hashemi, S. M. (2025). Strategic Planning Model for Media Defense in the Islamic Republic of Iran. *Strategic Defense Studies, 23*(100), 69-95. **[In Persian]**

Claverie, B. (2025, February 5). Cognitive warfare: The new battlefield exploiting our brains.*Polytechnique Insights*.

Claverie, B; & du Cluzel, F. (2022).*The cognitive warfare concept*. NATO Allied Command Transformation (ACT) Innovation Hub.https://innovationhub-act.org/wp-content/uploads/2023/12/CW-article-Claverie-du-Cluzel-final_0.pdf

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital.*American Journal of Sociology, 94*(Supplement), S95-S120.https://doi.org/10.1086/228943

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm.*Journal of Communication, 43*(4), 51-58.https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Ferrara, E; Varol, O; Davis, C; Menczer, F; & Flammini, A. (2016). The rise of social bots.*Communications of the ACM, 59*(7), 96-104.https://doi.org/10.1145/2818717

Financial Times. (2026, May 29). Iranian dissident news network received £650mn of debt relief.https://www.ft.com/content/9d8dccaa-8a7d-452e-bdfc-786a07da5f8e

Foreign Policy In Focus. (2026, June 23).*Iran International and the money behind the narrative war*.https://fpif.org/iran-international-and-the-money-behind-the-narrative-war/

Galtung, J. (2006). Peace journalism as an ethical challenge.*Global Media Journal: Mediterranean Edition, 1*(2), 1-5.

Ganji, B; Pourjafari, A; & Yarke Selkhouri, A. (2023). Discourse Analysis of Iran International News About the riots of the fall of 1401. *News Science Quarterly (NS), 11*(4), 80-92. https://doi.org/10.22034/lrsi.2023.398733.1138 **[In Persian]**

Hajirahimian, T. (2025). Analysis of the cognitive warfare techniques used by Iran International and Axios media against the Islamic Republic of Iran (before, during, and after the 12-day war). *Cognitive Research in Political Studies, 2*(4), 102-120. https://doi.org/10.20241403/CRPS.2510.1094.4.7.5 **[In Persian]**

Hasani, H; & Tadaion, H. (2023). "Demoralization" as a Psychological Operation Tool: A Study of Iran International Page on Instagram. *Journal of International Media, 8*(1), 83-107. https://doi.org/10.22034/imrl.2024.422110.1210 **[In Persian]**

Herman, E. S; & Chomsky, N. (1988).*Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon Books.

Howard, P. N; Woolley, S; & Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the U.S. 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration.*Journal of Information Technology & Politics, 15*(2), 81-93.https://doi.org/10.1080/19331681.2018.1448735

International Federation of Journalists. (2019).*Global charter of ethics for journalists*.https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists

Jowett, G. S; & O'Donnell, V. (2018).*Propaganda & persuasion*(7th ed.). SAGE Publications.

Kahneman, D. (2011).*Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.

Kamali Baghestani, M; & Raiesi, S. M. (2026). Presenting a Media Narrative Model of the Ramadan War in Foreign Media: A Case Study of Iran International. *Quarterly Ethical Research (Association for Islamic Thought), 16*(4), 323-345. **[In Persian]**

Kamali Dehghan, S. (2018a, October 2). The growing influence of Saudi-linked stations operating from London.*The Guardian*.

Kamali Dehghan, S. (2018b, October 31). Concern over UK-based Iranian TV channel's links to Saudi Arabia.*The Guardian*.https://www.theguardian.com/world/2018/oct/31/concern-over-uk-based-iranian-tv-channels-links-to-saudi-arabia

Kamrava, M. (Ed.). (2012).*The political economy of the Persian Gulf*. Oxford University Press.https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199337804.001.0001

Keshavarzian, A; & Hazbun, W. (Eds.). (2012). Transnational connections in the Middle East: Political economy, security and geopolitical imaginaries [Special issue].*Geopolitics, 17*(2).

Kovach, B; & Rosenstiel, T. (2021).*The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*(4th ed.). Crown.

Kraidy, M. (2013). Television reform in Saudi Arabia: The challenges of transnationalization and digitization. In T. Guaaybess (Ed.),*National broadcasting and state policy in Arab countries*(pp. 28-45). Palgrave Macmillan.https://doi.org/10.1057/9781137301925

Lazarsfeld, P. F; & Merton, R. K. (1948). Mass communication, popular taste, and organized social action. In L. Bryson (Ed.),*The communication of ideas*(pp. 95-118). Harper.

Lewandowsky, S; Ecker, U. K. H; & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the "post-truth" era.*Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6*(4), 353-369.https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008

Lippmann, W. (1922).*Public opinion*. Harcourt, Brace and Company.

Masakowski, Y. R; & Blatny, J. M. (Eds.). (2023).*Mitigating and responding to cognitive warfare*(Technical Report STO-TR-HFM-ET-356). NATO Science and Technology Organization.https://doi.org/10.14339/STO-TR-HFM-ET-356

McCombs, M. E; & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media.*Public Opinion Quarterly, 36*(2), 176-187.https://doi.org/10.1086/267990

Mohammadi, A; & Danaei, A. (2023). Compilation of the Ideal Model of Passive Defense belonging to the Media in Iran. *Rasaneh, 33*(4), 181-202. https://doi.org/10.22034/bmsp.2021.289073.1553 **[In Persian]**

Nikbakhsh, B. (2023). The Role of "Online News Media" and "Social Media" in Prevention in Infodemic Times from a Social Capital Perspective: A Study of the Covid-19 Epidemic. *New Media Studies, 9*(36), 107-140. https://doi.org/10.22054/nms.2023.69277.1435 **[In Persian]**

Noheh Esfahani, O; Goodarzi, M; & Yazdani, M. R. (2025). Analysis of the Cognitive Warfare by Iran International in the events after the Death of Mahsa Amini (September-December 2022). *Contemporary Socio-Political Developments in Iran, 4*(2), 2-20. https://doi.org/10.30510/pscci.2025.500947.1227 **[In Persian]**

Pourrashidi, H; & Alipoor, J. (2025). Cognitive Warfare; A New Arena in Political Communication. *News Science Quarterly (NS), 14*(1), 96-120. https://doi.org/10.22034/lrsi.2024.479537.1255 **[In Persian]**

Putnam, R. D. (2000).*Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Roozenbeek, J; & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation.*Palgrave Communications, 5*, 65.https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9

Sakr, N. (2001).*Satellite realms: Transnational television, globalization and the Middle East*. I.B. Tauris.

Society of Professional Journalists. (2014).*SPJ code of ethics*.https://www.spj.org/spj-code-of-ethics/

UK Central Arbitration Committee. (2020, December 9).*CAC outcome: NUJ & Iran International (owned by Volant Media Ltd) (Ref: TUR1/1186(2020))*. GOV.UK.https://www.gov.uk/government/publications/cac-outcome-nuj-iran-international-owned-by-volant-media-ltd

Volant Media UK Ltd. (n.d.).*Company information*. UK Companies House.https://find-and-update.company-information.service.gov.uk/search?q=Volant+Media+UK+Ltd

Volant Media. (2022, October 26).*Volant Media's full statement on CNN Arabia article.Iran International*.https://www.iranintl.com/en/202210266792

Woolley, S. C; & Howard, P. N. (2016). Political communication, computational propaganda, and autonomous agents—Introduction.*International Journal of Communication, 10*, 4882-4890.

Woolley, S. C; & Howard, P. N. (Eds.). (2018).*Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. Oxford University Press.https://doi.org/10.1093/oso/9780190931407.001.0001

Ziaee Jabbari, H; Hosseini Dana, H; & Miresmaili, B. S. (2024). Media Content Verification Solutions With a Passive Defense Approach. *Rasaneh, 35*(1), 142-157. https://doi.org/10.22034/bmsp.2022.331156.1693 **[In Persian]**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 255 - 285
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.588518.1163
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

From #Homeland to the Digital Narrative of the Twelve-Day War: A Netnographic Analysis of Instagram Users' Captions

Ailar Bayani Shahri, *PhD Candidate in Communication Sciences, Department of Communication Sciences, Faculty of Business and Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. Email: ailar.bayani@iau.ac.ir*

Fa'ezeh Taghipour, *Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Business and Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. (Corresponding Author) Email: f.taghipour58@iau.ac.ir*

Amir Reza Naghsh, *Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Business and Management, Isfahan (Khorasgan) Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran. Email: ar.naghsh@iau.ac.ir*

Extended Abstract

Introduction: The expansion of social media has transformed the ways political crises, conflicts, and wartime experiences are represented and interpreted. War is no longer narrated solely by official institutions or legacy media; users also participate in the production of meaning through captions, images, hashtags, and everyday digital interactions. Among social media platforms, Instagram has emerged as a significant space for expressing emotion, identity, memory, and collective belonging. Its visual-textual architecture enables users not only to document events but also to frame them symbolically and affectively. This study examines the digital narrative of the Twelve-Day War through Instagram captions posted under the hashtags "Homeland," "Iran," and "War." It draws upon the intersection of netnography, digital storytelling, and hashtag-based meaning-making. From this perspective, hashtags are not merely classificatory tools; they function as discursive nodes that connect dispersed posts to shared interpretations and collective emotions. The study asks how users constructed a networked narrative of the war and how their captions represented national identity, attachment to homeland, solidarity, martyrdom, resistance, ethical judgment, and the lived experience of crisis.

Methods: This study employed a qualitative netnographic approach. Netnography was selected because it enables an in-depth examination of cultural expression, symbolic practices, and social interaction within digitally mediated environments. The field of study consisted of publicly accessible Instagram captions posted during the Twelve-Day War under the selected hashtags. Purposive sampling was employed. Captions were included if they related to the wartime period, referred directly or indirectly to the conflict, and contained sufficient textual depth for interpretation. Posts conveying emotional, symbolic, national, ethical, or experiential meanings were prioritized for analysis. Because the study focused on discourse and meaning-making, the caption served as the primary unit of analysis. Digital research ethics were observed by analyzing only publicly available posts, avoiding

interaction with users, and removing all identifying information. The data were analyzed using multilevel thematic analysis. Captions were read repeatedly and coded inductively. Similar codes were subsequently grouped into thematic clusters, which were then organized into broader identity-based, value-based, and symbolic dimensions. The analysis proceeded iteratively between the data, coding, and interpretation. Trustworthiness was enhanced through systematic coding, constant comparison, purposive variation, and thematic saturation.

Findings: Findings show that Instagram captions using the hashtags "Homeland," "Iran," and "War" have constructed diverse digital narratives of national identity and wartime experience. Under the "Homeland" hashtag, the nation is represented beyond its geographical territory as an emotional, historical, ethical, and symbolic construct, with national identity portrayed as a moral-emotional bond rather than an abstract concept. Resistance is framed not merely in military terms but as encompassing scientific, cultural, spiritual, and intergenerational dimensions, while martyrdom is depicted as a means of preserving collective memory and forging heroic identities. The captions also reveal dual ethical boundary-making, as some view silence during crisis as betrayal, whereas others prioritize unity and tolerance over differences—highlighting the heterogeneity of these digital war narratives. Under the "Iran" hashtag, the nation serves as the focal point of pride, mourning, and solidarity, and a key finding is that political criticism does not necessarily conflict with loyalty to Iran as a homeland and historical memory; these captions incorporate both religious sentiments and humanitarian concerns, such as women's resilience and economic hardship. Finally, under the "War" hashtag, insecurity, fear, and psychological vulnerability are prominent, yet alongside these, hope, prayer, family support, and transnational empathy emerge as important sources of resilience.

Conclusion: The findings demonstrate that the examined hashtags functioned as infrastructures for collective meaning-making during the Twelve-Day War. Instagram users did not merely report events; they actively constructed a networked narrative through which fear, grief, resistance, sacrifice, criticism, hope, and national attachment were interpreted, negotiated, and shared. Instagram therefore operated as a platform for affective publics, collective memory, and the ongoing reconstruction of national identity. The study further suggests that the concept of "homeland" was reconstituted as a dynamic cultural formation rather than a fixed territorial entity. Through emotional language, symbolic references, moral judgments, and personal memories, users connected individual experiences to broader narratives of nationhood and crisis. In this respect, netnography proved particularly effective in uncovering the implicit cultural, symbolic, and discursive dimensions of wartime digital storytelling.

Keywords: Netnography, Instagram, Digital Narrative, Twelve-Day War, National Identity, Hashtag.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۲۸۵ - ۲۵۵
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 255 - 285
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.588518.1163
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

از هشتگ وطن تا روایت مجازی جنگ ۱۲ روزه مبتنی بر نتنوگرافی کپشن‌های کاربران اینستاگرام

آی‌لار بیانی‌شهری[۱]، فائزه تقی‌پور[۲]، امیررضا نقش[۳]

چکیده

گسترش شبکه‌های اجتماعی، شیوه‌های بازنمایی رخدادهای سیاسی را دگرگون کرده است. این پژوهش با رویکردی کیفی و روش نتنوگرافی، به تحلیل الگوهای معنایی روایت‌های کاربران اینستاگرام از «جنگ دوازده‌روزه» پرداخته است. داده‌ها از کپشن‌های حاوی هشتگ‌های «وطن»، «ایران» و «جنگ» گردآوری و با فرایند تحلیل مضمون بررسی شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد روایت‌های کاربران حول مضامینی چون بازنمایی هویت ملی، احساس تعلق، همبستگی اجتماعی، عواطف جمعی و بازتعریف تجربه جنگ در فضای دیجیتال شکل گرفته است. نتایج حاکی از آن است که کاربران با بهره‌گیری از هشتگ‌ها و کپشن‌ها، روایتی جمعی از جنگ خلق کرده‌اند که در آن نمادهای ملی، عناصر احساسی و گفتمان مقاومت نقش محوری دارند. درنهایت، این پژوهش اثبات می‌کند اینستاگرام به بستری مهم برای تولید معنا و بازنمایی دیجیتال هویت ملی تبدیل شده است؛ به‌گونه‌ای که مطالعه نتنوگرافیک این فضا، درکی عمیق‌تر از شیوه‌های روایتی در رسانه‌های اجتماعی و کنشگری کاربران در بحران‌های اخیر فراهم می‌آورد که شایان توجه است

واژگان کلیدی

نتنوگرافی، اینستاگرام، روایت دیجیتال، جنگ دوازده‌روزه، هویت ملی، هشتگ.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۴/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۲۸

۱. دانشجوی دکتری گروه علوم ارتباطات دانشکده بازار و کسب و کار واحد اصفهان(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. ailar.bayani@iau.ac.ir

۲. گروه علوم ارتباطات، دانشکده بازاروکسب وکار، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. (نویسنده مسؤل) f.taghipour58@iau.ac.ir

۳. گروه علوم ارتباطات، دانشکده بازار و کسب و کار، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. ar.naghsh@iau.ac.ir

مقدمه

گسترش رسانه‌های اجتماعی، شیوه تولید و بازنمایی روایت‌های اجتماعی و سیاسی را دگرگون کرده است. در این میان، اینستاگرام به بستری برای بیان تجربه‌های فردی و جمعی و نیز تولید معنا و روایت از سوی کاربران تبدیل شده است. در رویدادهای بحرانی، به‌ویژه جنگ، روایت‌ها دیگر تنها در رسانه‌های رسمی شکل نمی‌گیرند، بلکه کاربران عادی نیز از طریق تصاویر، هشتگ‌ها و کپشن‌ها در بازنمایی و تفسیر این رویدادها مشارکت می‌کنند. هشتگ‌ها نیز با پیوند دادن روایت‌های پراکنده، به شکل‌گیری روایت و حافظه جمعی در فضای مجازی کمک می‌کنند (Bruns & Burgess, 2021, p. 15).

این فرایند سبب شده مفاهیمی مانند هویت ملی، احساس تعلق به وطن و واکنش‌های عاطفی به جنگ، در قالب روایت‌های دیجیتال بازنمایی شوند. کاربران در اینستاگرام با انتشار کپشن‌ها و هشتگ‌ها، تجربه‌ها و احساسات خود را بیان می‌کنند و بدین‌ترتیب روایت‌هایی مشارکتی و چندصدایی پدید می‌آورند که اغلب با گفتمان‌های ملی و هویتی درهم‌تنیده است (Papacharissi, 2020, p. 42).

مطالعه این روایت‌ها نیازمند روش‌هایی است که تعاملات و فرهنگ‌های آنلاین را به‌صورت عمیق بررسی کنند. نتنوگرافی، به‌عنوان روشی کیفی در محیط‌های دیجیتال، امکان تحلیل متون، تعاملات و معانی شکل‌گرفته در فضای مجازی را فراهم می‌سازد و برای بررسی روایت‌های کاربران درباره رویدادهای جنگی در شبکه‌های اجتماعی مناسب است (Kozinets, 2020, p. 25).

بر این اساس، پژوهش حاضر با استفاده از نتنوگرافی، به تحلیل الگوهای روایی و معنایی موجود در کپشن‌های کاربران اینستاگرام درباره جنگ دوازده‌روزه می‌پردازد. داده‌های پژوهش از پست‌های دارای هشتگ‌هایی مانند «وطن»، «ایران» و «جنگ» گردآوری شده‌اند. هدف اصلی، تحلیل نحوه شکل‌گیری روایت مجازی این رویداد است و اهداف فرعی آن شامل شناسایی مضامین اصلی، استخراج کدهای مفهومی مرتبط با وطن، ایران و جنگ و تحلیل بازنمایی هویت ملی و احساسات جمعی در این روایت‌هاست. بر این اساس، پرسش اصلی پژوهش چنین طرح می‌شود: روایت مجازی جنگ دوازده‌روزه در کپشن‌های کاربران اینستاگرام چگونه شکل می‌گیرد؟

مبانی نظری پژوهش

پژوهش حاضر در تلاقی سه حوزه نظری نتنوگرافی، روایت‌گری دیجیتال و کارکرد

هشتگ‌ها در شکل‌دهی به عموم‌های عاطفی و جمعی قرار می‌گیرد. این سه حوزه امکان فهم این مسئله را فراهم می‌کنند که کاربران اینستاگرام چگونه در مواجهه با رخدادهای بحرانی، به‌ویژه جنگ، از طریق کپشن‌ها، هشتگ‌ها و بازنمایی‌های چندرسانه‌ای، معناهای تازه‌ای درباره وطن، ایران و تجربه جمعی خشونت تولید می‌کنند. نتنوگرافی، به‌عنوان صورت بسط‌یافته قوم‌نگاری در محیط‌های آنلاین، روشی مناسب برای مطالعه فرهنگ‌های دیجیتال، تعاملات کاربران و الگوهای معناسازی در شبکه‌های اجتماعی است. در نسخه‌های جدید این رویکرد، نتنوگرافی صرفاً به مشاهده رفتار آنلاین محدود نیست، بلکه چارچوبی برای تحلیل مشارکت، هویت، کنش متقابل و شکل‌گیری اجتماع‌های معناساز به شمار می‌رود (Kozinets, 2024). از این منظر، داده‌های اینستاگرامی نه فقط متن‌هایی پراکنده، بلکه نشانه‌هایی از فرهنگ زیسته کاربران در یک موقعیت ارتباطی خاص هستند.

روایت در فضای دیجیتال نیز ساختاری شبکه‌ای، تعاملی و وابسته به زمینه دارد، نه خطی و یک‌سویه (Beam, 2015). در این فضا، کاربر هم‌زمان در مقام راوی، مخاطب، مفسر و بازتولیدکننده معنا عمل می‌کند (Kozinets, 2020). روایت‌های دیجیتال همچنین با احساسات، هویت‌ها و کنش‌های جمعی پیوند می‌خورند و از طریق متن‌های کوتاه، تصویر، نشانه، کامنت و هشتگ در گردش‌اند (Bruns & Burgess, 2021). مطالعات جدید نشان می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی فقط بستر انتقال اطلاعات نیستند، بلکه حافظه، هویت و افق‌های مشترک معنا را نیز سازمان می‌دهند. در این چارچوب، روایت‌های برخط می‌توانند در بازسازی و تثبیت هویت‌های جمعی نقش داشته باشند. از همین رو، «وطن» و «ایران» در کپشن‌های کاربران صرفاً ارجاعی جغرافیایی نیستند، بلکه به تولید معناهای هویتی و حافظه‌مند مربوط می‌شوند (Kianpour et al., 2025).

هشتگ‌ها نیز فراتر از ابزار برچسب‌گذاری، به شکل‌گیری میدان‌های معنایی مشترک کمک می‌کنند و می‌توانند یک موضوع را از سطح تجربه فردی به سطح گفت‌وگوی عمومی و جمعی ارتقا دهند. در ادبیات عموم‌های دیجیتال، هشتگ‌ها از ابزارهای اصلی شکل‌گیری عموم‌های عاطفی‌اند؛ یعنی فضاهایی که در آن احساس، واکنش و معنا در کنار هم سازمان می‌یابند (Bruns & Burgess, 2021). در این پژوهش، هشتگ‌های «وطن»، «ایران» و «جنگ» از این منظر معنادارند، زیرا هم بار عاطفی دارند و هم به مرزبندی‌های هویتی و صورت‌بندی‌های سیاسی ـ فرهنگی کمک می‌کنند.

اینستاگرام نیز به‌سبب ماهیت بصری و نوشتاری هم‌زمان خود، بستر ویژه‌ای برای

بازنمایی رخدادهای بحرانی و معناسازی هویتی است. در این فضا، کپشن‌ها نقش تفسیرگر دارند و تصویر را در چارچوبی عاطفی، سیاسی یا فرهنگی معنا می‌کنند. از این رو، پژوهش حاضر بر این فرض استوار است که کپشن‌های اینستاگرامی در مواجهه با جنگ، حامل نوعی روایت مجازی و جمعی‌اند که از طریق هشتگ‌ها سازمان می‌یابد و در قالب نتنوگرافی قابل مطالعه است. در این چارچوب، واژگانی چون وطن، ایران و جنگ به کانون‌های تولید معنا و همبستگی در فضای اینستاگرام بدل می‌شوند.

پیشینه پژوهش

از اوایل دهه ۲۰۲۰، پژوهش‌های رسانه‌های اجتماعی از بررسی صرف کارکردهای ارتباطی فراتر رفتند و به تحلیل نقش پلتفرم‌ها در تولید معنا، هویت، عاطفه و حافظه جمعی پرداختند. در این چارچوب، کیم، سونگ و لی (۲۰۲۰)[1] نشان دادند که هشتگ‌ها در اینستاگرام می‌توانند در سازمان‌دهی واکنش‌های جمعی و شکل‌گیری گفت‌وگوهای اجتماعی نقش‌آفرین باشند. این یافته برای پژوهش حاضر مهم است، زیرا نشان می‌دهد هشتگ‌هایی مانند «وطن»، «ایران» و «جنگ» نیز می‌توانند تجربه‌های پراکنده کاربران را به میدان معنایی مشترکی پیوند دهند.

در ادامه، برونز و برجس[2] (۲۰۲۱) با تأکید بر نقش هشتگ‌ها در شکل‌دهی عموم‌های عاطفی نشان دادند که هشتگ‌ها فقط ابزار دسته‌بندی محتوا نیستند، بلکه در تولید معنا، هم‌حسی جمعی و سازمان‌دهی روایت‌های آنلاین نقش دارند. از این منظر، روایت‌های مجازی جنگ در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند از خلال پیوند میان متن، تصویر و هشتگ شکل بگیرند.

از سال ۲۰۲۲ به بعد، توجه پژوهش‌ها بیش از پیش به پیوند رسانه‌های اجتماعی با کنش‌گری، هویت‌سازی و مقاومت نمادین معطوف شد. در این زمینه، کوئو و جکسون[3] (۲۰۲۴) نشان دادند که حافظه جمعی در اینستاگرام می‌تواند به ابزاری برای تولید همبستگی، معنا و کنش جمعی تبدیل شود. این نکته برای مطالعه حاضر اهمیت دارد، زیرا در روایت‌های جنگی نیز کاربران از طریق کپشن‌ها و هشتگ‌ها، رنج مشترک، تعلق جمعی و مرزهای هویتی را بازنمایی می‌کنند.

همچنین، کاروالیو و باربوسا[4] (۲۰۲۳) نشان دادند که هشتگ‌ورزی در شبکه‌های

1. Kim, Song, & Lee
2. Bruns & Burgess
3. Kuo & Jackson
4. Carvalho & Barbosa

اجتماعی فراتر از یک ابزار فنی، به شکل‌گیری اجتماع معنادار و پیوندهای نمادین میان کاربران کمک می‌کند. این دیدگاه برای پژوهش حاضر اهمیت دارد، زیرا نشان می‌دهد هشتگ‌های مرتبط با وطن و جنگ می‌توانند بستر تولید معنا و همبستگی عاطفی در شرایط بحران باشند.

در حوزه بازنمایی جنگ، ونتورا[1] (۲۰۲۴) نشان داد که اینستاگرام در شرایط جنگ فقط رسانه‌ای برای اطلاع‌رسانی نیست، بلکه بستری برای بازنمایی رنج، مقاومت، هویت ملی و مشروعیت سیاسی است. این یافته نشان می‌دهد که روایت جنگ در اینستاگرام می‌تواند هم در سطح رسمی و هم در سطح کاربران عادی، از طریق تصویر، کپشن و هشتگ ساخته شود.

در ادامه این روند، آدریانسن و اسمیت[2] (۲۰۲۵) تأکید کردند که رسانه‌های اجتماعی تنها بازتاب‌دهنده حافظه جمعی نیستند، بلکه در شکل‌گیری و گردش آن نقشی فعال دارند. در نتیجه، هشتگ‌ها و کپشن‌های مرتبط با «وطن»، «ایران» و «جنگ» را می‌توان حامل حافظه عاطفی، ملی و جمعی دانست.

با توجه به اهمیت روزافزون فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی رخدادهای سیاسی و اجتماعی، پژوهش‌ها به سمت تحلیل عمیق‌تر نقش این پلتفرم‌ها در شکل‌دهی به روایت‌های جمعی و هویت ملی سوق یافته‌اند. در این راستا، مقاله «چالش‌های دیپلماسی سایبری در ایران» (نقیب‌السادات، ۱۴۰۴) با تمرکز بر موانع و فرصت‌های تعامل ایران در فضای دیجیتال، به مسائلی چون تحریم‌های فناورانه، تهدیدات سایبری و چالش‌های حکمرانی فضای مجازی، از جمله فیلترینگ، پرداخته است. این یافته‌ها بستری مهم برای درک محدودیت‌ها و ظرفیت‌های کنشگری کاربران در پلتفرم‌های آنلاین فراهم می‌آورد. تحقیق حاضر با در نظر گرفتن این چالش‌های کلان، به بررسی چگونگی شکل‌گیری روایت‌های کاربران از «جنگ دوازده‌روزه» در اینستاگرام می‌پردازد و نشان می‌دهد چگونه کاربران با استفاده از ابزارهای موجود در این فضا، به بازتعریف هویت ملی و تجربه جمعی خود در مواجهه با رخدادها می‌پردازند

سرانجام، اوکتم و کورت[3] (۲۰۲۶) نشان دادند که تعلق ملی در پلتفرم‌های دیجیتال امری ثابت نیست، بلکه از طریق محتواهای کاربرساخته، هشتگ‌ها و بازنشرها بازتعریف می‌شود. بر این اساس، می‌توان گفت روایت‌های اینستاگرامی مرتبط با جنگ نیز در

1. Ventura
2. Adriansen & Smith
3. Oktem & Kurt,

پیوند با فرایند بازسازی هویت ملی و تجربه جمعی بحران شکل می‌گیرند.

درمجموع، پیشینه پژوهش از ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۶ نشان می‌دهد که مطالعات رسانه‌های اجتماعی به‌تدریج از تحلیل کلی پلتفرم‌ها به‌سوی بررسی هشتگ، حافظه، هویت و روایت جنگ حرکت کرده‌اند. بااین‌حال، هنوز پژوهش اندکی به‌طور هم‌زمان به کپشن‌های اینستاگرام، هشتگ‌های «وطن»، «ایران» و «جنگ» و بازنمایی جنگ به‌مثابه روایت مجازی پرداخته است. ازاین‌رو، پژوهش حاضر با رویکرد نتنوگرافی می‌کوشد نشان دهد کاربران اینستاگرام چگونه از طریق کپشن‌ها و هشتگ‌ها، روایت مجازی جنگ دوازده‌روزه را در پیوند با هویت ملی و حافظه جمعی می‌سازند.

روش پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی و بر پایه روش نتنوگرافی انجام شده است. نتنوگرافی، به‌مثابه امتداد قوم‌نگاری در بسترهای دیجیتال، روشی نظام‌مند برای مشاهده، ثبت و تحلیل کنش‌ها، معناسازی‌ها و الگوهای مشارکت کاربران در محیط‌های آنلاین فراهم می‌آورد. در صورت‌بندی‌های جدید، این روش صرفاً ابزار مشاهده نیست، بلکه چارچوبی تفسیری برای فهم پیوند میان تجربه زیسته، تولید محتوا، تعاملات پلتفرمی و معناپردازی جمعی محسوب می‌شود. در همین راستا، رویکرد نتنوگرافی تحول‌گرا نیز بر پیوند میان بازنمایی، رسانه‌های اجتماعی و کنش پژوهش‌گرانه مشارکتی تأکید دارد (Kozinets, Kavousi Oglu, & Black, 2024).

با توجه به اینکه در شرایط بحرانی، رسانه‌های اجتماعی به عرصه بازنمایی تجربه جمعی و شکل‌گیری روایت‌های رقابتی تبدیل می‌شوند، نتنوگرافی روشی مناسب برای تحلیل واکنش‌های کاربران در چنین موقعیت‌هایی به شمار می‌آید. همچنین، پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که تحلیل هشتگ‌ها در رخدادهای بحران‌محور می‌توانند به شناسایی چارچوب‌های روایی، الگوهای عاطفی و جهت‌گیری‌های گفتمانی کاربران کمک کند و هشتگ‌ها را می‌توان به‌عنوان واحدهایی معنادار برای مطالعه کنش جمعی و سازمان‌دهی معنا در فضای آنلاین در نظر گرفت (La Rocca & Boccia Artieri, 2022).

داده‌های این پژوهش شامل کپشن‌های عمومی منتشرشده در اینستاگرام ذیل هشتگ‌های مرتبط با جنگ ۱۲ روزه بود. اینستاگرام، به‌ویژه از طریق کپشن‌ها و هشتگ‌ها، بستری مهم برای تولید روایت‌های کوتاه، احساسی و موقعیت‌مند

درباره رخدادهای اجتماعی و سیاسی فراهم می‌کند. بر این اساس، پس از شناسایی هشتگ‌های پرتکرار و فعال، هشتگ‌های «وطن»، «ایران» و «جنگ» به‌عنوان میدان‌های گفتمانی اصلی انتخاب شدند؛ زیرا بیشترین تراکم روایت‌های احساسی، بازنمایی‌های هویتی و واکنش‌های کاربران را در بازه مورد مطالعه دربر داشتند.

فرایند گردآوری داده‌ها مطابق اصول اخلاق پژوهش دیجیتال انجام گرفت؛ بدین معنا که تنها داده‌های عمومی مشاهده و ثبت شدند و هیچ‌گونه تعامل مستقیم، مداخله یا شناسایی کاربران صورت نگرفت. در مرحله آماده‌سازی نیز کپشن‌ها ثبت، پاک‌سازی و در قالب جدول کدگذاری سامان‌دهی شدند تا امکان تحلیل تفسیری و مقایسه‌ای آن‌ها فراهم شود. این ملاحظات با تأکیدهای مطرح‌شده در پژوهش‌های جدید نتنوگرافیک درباره حفظ حریم خصوصی، شفافیت در استفاده از داده‌های عمومی و پرهیز از مداخله پژوهشگر هم‌سو است (Kessler, Marino, & Liska, 2023).

اعتبار و پایایی

به‌منظور تضمین اعتبار و پایایی این پژوهش نتنوگرافیک و با هدف تقویت انسجام تفسیری، مجموعه‌ای از تمهیدات روش‌شناختی اتخاذ شد. نخست، نمونه‌گیری هدفمند از کپشن‌های دوره جنگ ۱۲ روزه انجام گرفت تا ضمن بهره‌گیری از تنوع روایی، از تقلیل میدان پژوهش جلوگیری شود. دوم، تحلیل داده‌ها در فرایندی غیرخطی و رفت‌وبرگشتی، مبتنی بر مقایسه مستمر صورت پذیرفت تا الگوهای مفهومی کاملاً بر شواهد متنی متکی باشند. سوم، تمامی مراحل تصمیم‌گیری و منطق کدگذاری به‌طور نظام‌مند مستندسازی شد تا مسیر استدلال تحلیلی شفاف و تأییدپذیر باشد؛ در نهایت نیز، فرایند تحلیل تا دستیابی به اشباع نظری تداوم یافت. این رویکرد ترکیبی، اعتبار یافته‌ها را بر پایه تنوع داده‌ای، اتکای مداوم به متن و بازبینی چندمرحله‌ای استوار ساخته است.

فرایند تحلیل

تحلیل داده‌ها در این پژوهش با رویکرد نتنوگرافی و الگوی تحلیل مضمون چندسطحی انجام شد. در این فرایند، کپشن‌ها به‌عنوان واحدهای تحلیل، طی مسیر نظام‌مند کدگذاری اولیه، سازمان‌دهی مضامین و انتزاع در قالب سه محور کلان (هویتی، ارزشی و نمادین) بررسی شدند تا در نهایت به استخراج الگوهای گفتمانی (مانند رویکردهای ملی‌ـ هویتی و ارزشی‌ـ نظامی) منجر گردند. این تحلیل به‌صورت غیرخطی و رفت‌وبرگشتی صورت گرفت؛ به‌گونه‌ای که بازگشت مداوم به داده‌های خام و «مقایسه

مستمر»، ضمن تضمین انسجام مفهومی و دقت تفسیرها، امکان حرکت شفاف از خُرد ـ داده‌ها به سوی کلان ـ روایت‌ها را فراهم ساخت. تمامی این مراحل در قالب جداول مستندسازی تنظیم شد تا مسیر استنتاج پژوهشگر از سطح کد تا الگوهای کلان گفتمانی، شفاف و تأییدپذیر باشد.

حوزه پژوهش

حوزه این پژوهش در چارچوب مطالعات رسانه‌های اجتماعی و با رویکرد نتنوگرافی دیجیتال تعریف می‌شود و بر بررسی چگونگی تولید، بازنشر و سازمان‌یابی روایت‌های گفتمانی کاربران در اینستاگرام، در بستر یک رخداد بحرانی، تمرکز دارد. در این چارچوب، فضای مجازی صرفاً یک بستر انتقال پیام نیست، بلکه میدانی پویا و معناساز است که کاربران در آن تجربه‌ها، ارزش‌ها، هویت‌ها و برداشت‌های خود را از رخدادهای جنگی و ملی بازنمایی می‌کنند. این پژوهش در تلاقی سه حوزه ارتباطات بحران و جنگ، هویت‌سازی و گفتمان‌های وطن‌محور در شبکه‌های اجتماعی و مطالعات فرهنگی و اجتماعی پلتفرم‌های دیجیتال قرار می‌گیرد؛ حوزه‌هایی که به‌ترتیب بر شکل‌گیری روایت‌های بحران، برساخت دلالت‌های هویتی و ملی و نقش پلتفرم‌ها در تولید معنا و سامان‌دهی کنش‌های ارتباطی کاربران تأکید دارند.

نمونه پژوهش

نمونه‌گیری در این پژوهش به‌روش هدفمند و با تمرکز بر کپشن‌های منتشرشده ذیل هشتگ «وطن» در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه انجام شد. معیارهای انتخاب شامل ارتباط مستقیم با موضوع جنگ و زمینه بحرانی، برخورداری از مضامین احساسی و دلالت‌های وطن‌محور و تعلق زمانی به دوره وقوع بحران بود. در این فرایند، هر کپشن به‌عنوان یک واحد معنایی مستقل و واحد تحلیل در نظر گرفته شد؛ بر این اساس، تنها پست‌های واجد محتوای متنی قابل‌تفسیر و مرتبط با میدان گفتمانی پژوهش، وارد فرایند تحلیل شدند. این نمونه، روایت‌های خودجوش کاربران در لحظه بحران را بازتاب می‌دهد و بستری برای واکاوی نحوه بروز و سازمان‌یابی کنش‌های گفتمانی آنان در فضای اینستاگرام فراهم می‌آورد

یافته‌ها و تحلیل داده‌ها

این بخش به تبیین یافته‌های حاصل از تحلیل نتنوگرافیک کپشن‌های اینستاگرامی با هشتگ «وطن» در جریان جنگ ۱۲ روزه اختصاص دارد. تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری

از رویکرد مضمون چندسطحی انجام شد تا با عبور از کدهای اولیه و سازمان‌دهی مضامین در قالب محورهای کلان، الگوهای گفتمانی حاکم شناسایی شوند. یافته‌ها نشان می‌دهد که کپشن‌های کاربران فراتر از واکنش‌های احساسی مقطعی، واجد ساختارهای معنایی منسجم، دلالت‌های هویتی و ارزش‌گذاری‌های نمادین هستند؛ از این‌رو، نتایج در ادامه به‌صورت مرحله‌مند و در پیوند با محورهای استخراج‌شده ارائه می‌شوند تا مسیر استنتاج از داده‌های خام به تفسیر نهایی، شفاف و تبیین‌پذیر باشد.

یافته‌های کپشن‌های اینستاگرام، هشتگ وطن

جدول ۱. هویت ملی و وطن‌دوستی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	بغلش کن... وطن را زنانه در آغوش بگیر	بازنمایی عاطفی وطن و تأکید بر محبت و تعلق نمادین	عاطفی ـ نمادین میهنی
۲	نمونه یک جوان وطن‌پرست	برجسته‌سازی هویت ارزشی نسل جوان و ارزش‌گذاری وطن‌پرستی	هویت نسلی وطن‌دوستانه
۳	وطن... تا پای جان برایت ایستاده‌ایم	تقویت همبستگی ملی از طریق ایثار و جان‌فشانی	ایثار و مقاومت ملی
۴	این خاک فقط یه تیکه زمین نیست... ریشه‌مونه	تعریف هویت ملی از طریق خاک، اصالت و تعلق سرزمینی	هویت سرزمینی و ریشه‌مندی
۵	وطنم ایران	اعلام صریح هویت ایرانی و افتخار ملی	تصریح هویت ملی
۶	الهی یه روز این پرچم کفنمون بشه	پیوند فرد با ملت در چارچوب فرهنگ شهادت و فداکاری	شهادت‌محوری میهنی
۷	ناخدا محبوبی...	بیان وفاداری و عشق به وطن	قهرمان‌محوری میهنی

در این کپشن‌ها، «وطن» صرفاً یک محدوده جغرافیایی نیست، بلکه به‌مثابه مفهومی عاطفی، نمادین و هویتی بازنمایی می‌شود که از طریق واژگانی مانند وطن، خاک، ایران و پرچم، احساس تعلق، عشق به سرزمین، افتخار ملی و فداکاری را برجسته می‌سازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در روایت‌های کاربران، وطن از یک مکان صرف به ارزشی جمعی و ریشه‌دار ارتقا یافته است؛ ارزشی که با بهره‌گیری از استعاره‌های نمادین همچون پرچم و خاک و نیز مفاهیم متعالی‌ای مانند ایثار و شهادت، به تعهدی مشترک و هویت‌ساز تبدیل می‌شود. در این میان، کاربران با پیوند دادن هویت فردی

به ریشه‌های تاریخی و تأکید بر ارزش‌هایی چون وطن‌دوستی و کنشگری نسل جوان، حس تعلق سرزمینی و همبستگی ملی را در بستر دیجیتال بازتولید و تقویت می‌کنند.

جدول ۲. ایستادگی و اقتدار

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	دانش با ترور خاموش نمی‌شود	تداوم دانش و مقاومت علمی در برابر حذف و ترور	مقاومت علمی ــ هویت دانشی
۲	گر پدر رفت تفنگ پدری هست هنوز	تداوم نسلی مقاومت و انتقال میراث مبارزه	تداوم نسلی مقاومت ــ روایت حماسی
۳	تو مرگ را خواهی داشت، بنگر برای چه می‌میری	معنابخشی ارزشی به مرگ در چارچوب آرمان و مقاومت	معناگرایی مرگ و شهادت
۴	ما ایستاده‌ایم	تأکید بر ایستادگی و همبستگی جمعی	مقاومت جمعی ــ همبستگی ملی
۵	زنده باد جمهوری اسلامی	پیوند مقاومت با هویت سیاسی و حمایت از نظام سیاسی	هویت سیاسی ــ بسیج‌گری گفتمانی
۶	سَنُقام	بیان اراده انتقام و پاسخ متقابل در گفتمان مقاومت	واکنش انتقامی ــ گفتمان مقابله
۷	اشاره به قدرت نظامی، آزمایش تسلیحاتی، نابودی پادگان	نمایش اقتدار و بازدارندگی از طریق قدرت نظامی	اقتدار نظامی ــ بازدارندگی ملی
۸	به هرجای این خاک... رضای مرادی	پیوند مقاومت با هویت ملی و یادمان‌های فردی/قهرمانانه	شهیدمحوری ــ تداوم آینده‌نگر مقاومت

در این کپشن‌ها، مفاهیم مقاومت، ایستادگی و اقتدار ملی به‌گونه‌ای برجسته بازنمایی می‌شوند و مقاومت نه‌فقط به‌معنای کنش نظامی، بلکه به‌مثابه مفهومی چندلایه در قالب‌هایی مانند مقاومت علمی، تداوم نسلی، پایداری ارزشی و میراث مبارزه معنا می‌یابد. استفاده از عبارات کوتاه و حماسی و شکل‌گیری گفتمان «ما»، بر استمرار مبارزه، وفاداری، همبستگی جمعی و توان دفاعی تأکید کرده و پیوندی معنادار میان هویت ملی، اقتدار و بازدارندگی برقرار می‌کند. در مجموع، مقاومت در روایت کاربران صرفاً کنشی واکنشی نیست، بلکه رویکردی راهبردی برای تقویت انسجام اجتماعی، تداوم ارزش‌های مشترک و تحکیم هویت جمعی مقاوم و مقتدر، به‌ویژه در شرایط بحرانی، محسوب می‌شود.

جدول ۳. شهادت، ایثار و فداکاری

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	اولین شهید هیئت حضرت بقیه‌الله الاعظم (عج)	قدسی‌سازی شهادت در چارچوب‌های مذهبی و آیینی	شهادت آیینی ـ هویت مذهبی
۲	افسوس که جا مانده منم	حسرت جاماندگی و آرزومندی برای شهادت	حسرت جاماندگی ـ آرزومندی شهادت
۳	پارسا شهید شد	بازنمایی هویت فردی در قالب شهید	شهیدمحوری ـ بازنمایی فرد قهرمان
۴	تقدیم به روح بزرگ شهدا	تکریم و بزرگداشت مقام شهدا	تکریم و بزرگداشت شهدا
۵	دیدار با خانواده شهید لازار	ارج‌گذاری به خانواده شهدا و تداوم پیوند اجتماعی با آنان	تکریم خانواده شهدا ـ پیوند اجتماعی ایثار
۶	دانش با ترور خاموش نمی‌شود	پیوند دانش و علم با فرهنگ شهادت	شهادت علمی ـ مقاومت دانشی
۷	اولین شهید هیئت حضرت بقیه‌الله	برجسته‌سازی نقش هیئت‌ها و نهادهای مذهبی در بازتولید فرهنگ شهادت	نهاد مذهبی ـ بازتولید فرهنگ شهادت
۸	پارسا منصور، پسر ایران	پیوند هویت ملی با شخصیت شهید (قهرمان ملی)	شهید به‌مثابه قهرمان ملی
۹	تقدیم به روح بزرگ شهدا...	تداوم یاد و بزرگداشت شهدا در حافظه جمعی	حافظه جمعی ـ تداوم یاد شهدا

در این کپشن‌ها، مفاهیم شهادت، ایثار و فداکاری در قالبی فراتر از سوگواری صرف بازنمایی می‌شوند و «شهید» نه فقط به‌عنوان فردی از دست‌رفته، بلکه به‌مثابه نمادی قدسی، هویتی و الهام‌بخش تصویر می‌شود که با فداکاری خود به آرمان‌های جمعی معنا می‌بخشد و زمینه‌ساز انسجام اجتماعی می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که پیوند مفاهیم دینی و ملی در این گفتمان، شهادت را به بالاترین مرتبه ایثار و امتیازی معنوی ارتقا داده است؛ امری که در مضامینی چون تکریم شهدا، حسرت جاماندگی، افتخار به راه آنان و تأکید بر تداوم مسیرشان نمود می‌یابد. همچنین بازنمایی شهادت در چارچوبی آیینی و ارزشی، و پیوند دادن آن با عرصه‌هایی مانند علم و مقاومت، به تقویت حافظه جمعی، بازتولید ارزش‌های ایثار و فداکاری و استمرار هویت جمعی در بستر اجتماعی و فرهنگی کمک می‌کند.

جدول ۴. مرزبندی اخلاقی و وفاداری به وطن

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	گاهی سکوت فقط سکوت نیست... مقدمه خیانته	بازتعریف سکوت به‌عنوان کنشی مسئله‌دار و زمینه‌ساز خیانت	سکوت مسئله‌دار ـ خیانت پنهان
۲	اگر نمی‌جنگی... حداقل نان این خاک را نخور	پیوند تعلق به وطن با مسئولیت و کنش میهنی	مسئولیت میهنی ـ تعهد به خاک
۳	برخی با سکوت، طمع و سازش به ایران خنجر می‌زنند.	افشای تهدیدهای درونی و نقد سازش و منفعت‌طلبی در برابر منافع ملی	دشمن درونی ـ سازش و منفعت‌طلبی

در این کپشن‌ها، نوعی مرزبندی اخلاقی و هنجاری میان افراد و گروه‌ها شکل می‌گیرد که در آن هویت، صرفاً به تعلق به وطن محدود نمی‌شود، بلکه به موضع‌گیری و کنش در شرایط بحران نیز وابسته است. مفاهیمی مانند سکوت، جنگیدن و نان این خاک، بار نمادین و ارزشی پیدا می‌کنند و بی‌طرفی اغلب نه به‌عنوان رفتاری خنثی، بلکه به‌مثابه نشانه‌ای از همراهی با تهدید یا حتی خیانت بازنمایی می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که گفتمان کاربران از سطح احساسات میهنی فراتر رفته و به نوعی الزام اخلاقی برای اعلام موضع و ایفای مسئولیت فردی در قبال سرزمین تبدیل شده است. در این چارچوب، با بهره‌گیری از زبان هشداردهنده و طردکننده، مرزهای هنجاری روشنی میان وفاداری و سازش‌گری ترسیم می‌شود و هم‌زمان، از طریق تقبیح کنشگران منفعل یا سازش‌کار، انسجام، همبستگی و هم‌مرزی درون‌گروهی در بستر دیجیتال تقویت می‌شود.

جدول ۵. همبستگی و وحدت اجتماعی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	در جهانی که ما را پاره‌پاره می‌کنند... قلب‌ها ما را پیوند داده	تبدیل تهدید و گسست بیرونی به عامل تقویت همبستگی و پیوند عاطفی در جامعه	همبستگی عاطفی در برابر تهدید
۲	هم‌وطن، هم‌دل، همسایه	تأکید بر هویت جمعی رابطه‌محور از طریق همدلی، همجواری و تجربه زیست مشترک	هویت جمعی رابطه‌محور
۳	روایت ناهید خانم (هم‌وطن مسیحی)	برجسته‌سازی شمول ملی و پذیرش تنوع مذهبی در چارچوب هویت مشترک ایرانی	شمول ملی و تنوع مذهبی

در ایـن کپشـن‌ها، مفهـوم همبسـتگی اجتماعـی در شـرایط بحـران و تهدیـد به‌گونـه‌ای برجسـته بازنمایـی می‌شـود کـه در آن جامعـه به‌مثابـه پیکـره‌ای واحـد، همـدل و پیوندخـورده از طریـق احساسـات مشـترک و تعلـق ملـی تصویـر می‌شـود. اسـتفاده از واژگانـی ماننـد قلـب، هم‌وطـن و همـدل، نشـان‌دهنده تـلاش بـرای تقویـت هویـت جمعـی فراگیـر اسـت و اشـاره بـه افـرادی بـا پیشـینه‌های متفـاوت، ماننـد یـک هم‌وطـن مسـیحی، بـر شـمول ملـی و پذیـرش تنـوع در چارچـوب وحـدت اجتماعـی تأکیـد دارد. یافته‌هـا نشـان می‌دهـد کـه گفتمـان کاربـران در ایـن بخـش، برخـلاف مرزبندی‌هـای طردکننـده، بـر تحکیـم پیوندهـای اجتماعـی، مـدارا و پذیـرش تفاوت‌هـا متمرکـز اسـت و تهدیـد بیرونـی را نـه عامـل گسسـت، بلکـه محرکـی بـرای تقویـت انسـجام عاطفـی و ملـی بازنمایـی می‌کنـد. در مجمـوع، ایـن کپشـن‌ها بـا بهره‌گیـری از زبانـی همدلانـه و روایت‌هـای شـخصی، هویـت جمعـی را به‌مثابـه شـبکه‌ای از پیوندهـای مبتنـی بـر هم‌سرنوشـتی، همدلـی و وحـدت ملـی در بسـتر بحـران بازتولیـد و تقویـت می‌کننـد.

جدول ۶. بحران و قهرمان‌سازی در هویت جمعی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	موشک، انفجار، ترکش در کوچه‌ای از تهران	واقعی‌سازی بحران؛ ورود تهدید به فضای روزمره و شهری؛ آسیب‌پذیری مشترک.	بحران شهری؛ واقعیت میدانی.
۲	خانه جراحت دید اما دل آباد شد	دوگانه‌سازی آسیب مادی و استحکام معنوی؛ تفسیر رنج در قالب تاب‌آوری و امید؛ بازتفسیر رنج به‌عنوان قدرت درونی.	تاب‌آوری معنوی؛ استحکام درونی.
۳	این مظلومیت را هیچ وقت فراموش نکنید	حافظه‌سازی فعال؛ دعوت به یادسپاری تاریخی؛ مظلومیت به‌عنوان ابزار تثبیت روایت جمعی.	حافظه جمعی؛ ضرورت یادآوری.
۴	قهرمان واقعی	قهرمان‌سازی؛ برجسته‌سازی چهره‌های نمونه و الگووار؛ معرفی الگوی ملی.	قهرمان‌سازی؛ الگووارگی.
۵	رشادت و شجاعت	برجسته‌سازی فضایل اخلاقی؛ ستایش کنش‌های قهرمانانه.	فضیلت‌گرایی؛ ستایش قهرمانانه.

۶	قدردانی از شهدای امدادگر	گسترش مفهوم قهرمانی (فراتر از کنش نظامی)؛ برجسته‌سازی ایثار و خدمت‌رسانی؛ ساخت حافظه حماسی.	قهرمانی خدمت‌محور؛ ایثار اجتماعی.
۷	نمونه یک جوان وطن‌پرست	قهرمان‌سازی؛ الگوسازی ملی؛ بازنمایی ارزش وطن‌پرستی.	الگوی وطن‌دوستی؛ قهرمان نسل جوان.
۸	یکی از ماندگارترین قاب‌های اردوی روایت گمشده	اهمیت تصویر و روایت در حافظه‌سازی؛ تثبیت و ماندگاری خاطره؛ رسانه به‌عنوان عامل انتخاب و برجسته‌سازی.	حافظه تصویری؛ ماندگاری روایت.
۹	عاشقان را سرشوریده...	پیوند قهرمانی با شور و اشتیاق؛ بازنمایی جنبه عاطفی و حماسی در هویت ملی.	شور ملی؛ اشتیاق حماسی.
۱۰	شرافت و اصالت... (پست واشقانی)	پیوند قهرمان‌سازی با فضایل اخلاقی و فرهنگی؛ تبدیل قهرمان به الگوی رفتاری و هنجاری؛ بازتعریف ارزش‌هایی چون نجابت و اصالت	فضایل اخلاقی؛ اصالت هویتی.

در این کپشن‌ها، بحران، رنج جمعی، حافظه‌سازی و قهرمان‌پردازی به‌صورت هم‌زمان بازنمایی می‌شوند و بحران صرفاً به‌عنوان رخدادی تلخ و گذرا تصویر نمی‌شود، بلکه به بستری برای تولید معنا و شکل‌گیری روایت مشترک جمعی تبدیل می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که کاربران با پیوند زدن بحران به زیست‌جهان روزمره، مانند کوچه و خیابان، تهدید را امری ملموس، همگانی و نزدیک بازنمایی می‌کنند؛ رویکردی که ضمن تقویت انسجام عاطفی، زمینه را برای معنابخشی به رنج و شکل‌گیری حافظه جمعی فراهم می‌سازد. در این فرایند، تجربه آسیب و فقدان با نوعی ثبات معنوی و ارزشی بازتعریف می‌شود و از دل آن، چهره‌هایی قهرمانانه و الگووار، همچون شهدای امدادگر و جوانان، برجسته می‌شوند تا فضایل اخلاقی و فرهنگی در قالبی عینی و الهام‌بخش بازتولید شوند. در مجموع، این گفتمان از طریق ترکیب ملموس‌سازی بحران، حافظه‌سازی تاریخی و قهرمان‌پردازی، به تقویت هویت جمعی و بازتولید ارزش‌های حماسی در سطحی عاطفی، نمادین و تاریخی یاری می‌رساند.

یافته‌های کپشن‌های اینستاگرام، هشتگ ایران

جدول ۷. هویت ملی و میهنی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	اسم قشنگیه ایران	بیان زیبایی و ارزش نمادین نام ایران	برجسته‌سازی ارزش نمادین و زیبایی نام ایران
۲	ایران	تأکید بر نام ایران به‌عنوان نشانه هویت ملی	تأکید و برجسته‌سازی نام ایران به‌عنوان دال مرکزی هویت ملی
۳	کوتاه‌ترین سخنرانی: یا سرزمین مادری یا مرگ	فداکاری و آمادگی برای جان‌فشانی برای وطن	آمادگی برای فداکاری و جان‌فشانی در راه وطن
۴	چو ایران نباشد تن من مباد	وفاداری مطلق به وطن	وفاداری مطلق و پیوند وجودی با ایران
۵	ایران من	بیان تعلق شخصی و عاطفی به ایران	بیان تعلق عاطفی و شخصی به وطن
۶	شاید از خونه شاکی باشیم ولی خاکمون نه	تمایز میان نارضایتی از شرایط و تعلق به وطن	تفکیک نارضایتی از وضعیت با وفاداری به خاک وطن
۷	من یک ایرانی‌ام	تصریح هویت ملی فردی	تصریح و اعلام هویت ملی فردی
۸	ایران	تکرار نام ایران برای برجسته‌سازی هویت جمعی	بازنمایی و برجسته‌سازی نام ایران در گفتمان هویتی
۹	ایران همیشه ایران می‌ماند	تأکید بر پایداری و تداوم هویت ملی	تأکید بر پایداری و تداوم هویت ملی ایران
۱۰	موضع من ایران است چه به نام چه به ننگ	وفاداری به ایران فارغ از شرایط یا قضاوت‌ها	موضع‌گیری هویتی و وفاداری به ایران در هر شرایطی
۱۱	این سرافرازی همینجوری به دست نیامده	تأکید بر هزینه‌مندی عزت و سربلندی ملی	تأکید بر هزینه‌مندی و تاریخ‌مندی عزت و سربلندی ملی
۱۲	شروعش با ما نبود اما ماندن پای ایران با ماست	تداوم مسئولیت نسلی در دفاع و وفاداری به وطن	بازنمایی مسئولیت نسل حاضر در حفظ و تداوم ایران
۱۳	به نام وطن برای وطن	تقدم وطن به‌عنوان هدف و انگیزه کنش جمعی	قرار دادن وطن به‌عنوان هدف و انگیزه اصلی کنش
۱۴	همه با هم زنده‌باد ایران	همبستگی ملی و دعوت به اتحاد جمعی	دعوت به همبستگی و اتحاد ملی
۱۵	همه برای ایران	بسیج جمعی حول محور ایران	بسیج جمعی حول محور ایران

۱۶	شرفم مهم‌تر از جانمه... ایران	پیوند شرافت فردی با وفاداری به ایران	پیوند شرافت فردی با وفاداری به وطن
۱۸	به هرجای این خاک... رضای مرادی	تقدیس خاک وطن و ارجاع به چهره/ نماد وطن‌پرست	تقدیس خاک وطن و ارجاع به نمادهای فداکاری ملی
۱۹	نمونه یک جوان وطن‌پرست	الگوسازی از جوان وطن‌دوست و بازنمایی وطن‌پرستی به‌مثابه فضیلت	الگوسازی از کنشگر وطن‌دوست
۲۰	عاشقان را سرشوریده...	عاطفه‌مندی عاشقانه نسبت به وطن	بازنمایی وطن‌دوستی در قالب عاطفه و شور عاشقانه
۲۱	شرافت و اصالت... (پست واشقانی)	پیوند وطن‌دوستی با ارزش‌های اخلاقی مانند شرافت و اصالت	پیوند وطن‌دوستی با ارزش‌های اخلاقی مانند شرافت و اصالت
۲۲	هستیم بر آن عهد...	پایداری بر عهد و پیمان ملی	تأکید بر پایداری بر عهد و تعهد ملی
۲۳	شاید از خونه شاکی باشیم ولی خاک نه	تفکیک نقد وضعیت موجود از وفاداری به خاک وطن	تفکیک نقد وضعیت از وفاداری به خاک وطن

در این کپشن‌ها، هویت ملی و میهنی به‌صورت برجسته بازنمایی می‌شود و مفاهیمی چون تعلق به ایران، عشق به وطن، افتخار ملی، وفاداری، شرافت و ایثار درکانون معنا قرار می‌گیرند. در این گفتمان، ایران صرفاً یک واحد جغرافیایی نیست، بلکه نشانه‌ای هویتی، عاطفی و ارزشی است که افراد از طریق آن خود را تعریف می‌کنند و پیوند خود با سرزمین را معنا می‌بخشند. عناصری مانند خاک، وطن، عهد، شرف، جان و جوان وطن‌پرست نیز به نمادهای اصلی این روایت تبدیل شده‌اند و نشان می‌دهند که این کپشن‌ها حامل گفتمان تعلق، وفاداری و مسئولیت‌پذیری ملی هستند. یافته‌ها همچنین حاکی از آن است که «ایران» دال مرکزی گفتمان کاربران است و مفاهیمی مانند وفاداری، ایثار و غرور ملی پیرامون آن سازمان می‌یابند؛ به‌گونه‌ای که هویت ایرانی در سطوح هویتی، ارزشی و نمادین بازنمایی می‌شود و حتی در کنار نقد شرایط، پیوندی ناگسستنی میان فرد و سرزمین برقرار می‌ماند. در مجموع، ایران در این کپشن‌ها به‌مثابه خانه‌ای عاطفی و نمادین، نقطه ثقل بازتولید حس تعلق، همبستگی و غرور ملی در بستر بحران عمل می‌کند.

جدول ۸. همبستگی اجتماعی و کنش جمعی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	این مردم داغ دارن	بازنمایی رنج و سوگ جمعی مردم	بازنمایی داغ و سوگ جمعی مردم
۲	همه تو ایران پشت همن	تأکید بر همبستگی و حمایت متقابل میان مردم	تأکید بر همبستگی و پشت‌هم‌بودن اجتماعی
۳	بفرست برای اون دوست وطن‌پرستت...	دعوت به مشارکت و بازنشر پیام در شبکه اجتماعی	ترغیب به بازنشر پیام و مشارکت کاربران در شبکه اجتماعی
۴	استقبال داریم تا استقبال...	فراخوان به حضور و مشارکت جمعی	دعوت به مشارکت و حضور جمعی
۵	این مردم داغ دارند	بازنمایی داغ و اندوه به‌عنوان تجربه مشترک اجتماعی	تکرار و برجسته‌سازی تجربه رنج و اندوه مشترک
۶	ورای هر حکومت و حزب و مذهبی	تأکید بر وحدت اجتماعی فراتر از اختلافات سیاسی و مذهبی	تأکید بر وحدت فراتر از مرزبندی‌های سیاسی و مذهبی
۷	یه ملت وقتی زنده‌ست که دل‌هاش گره خورده باشه	تعریف حیات ملت از طریق همدلی و پیوند عاطفی میان مردم	تعریف ملت بر پایه پیوند عاطفی و همدلی اجتماعی
۸	هوشیار باشید... وقت دعوا نیست	دعوت به هوشیاری و پرهیز از اختلاف در شرایط حساس	دعوت به حفظ وحدت و پرهیز از اختلاف در شرایط بحران
۹	باغیرت‌ها پست را منتشر کنید	دعوت به کنش جمعی و انتشار پیام در فضای مجازی	فراخوان به کنش جمعی و انتشار پیام در فضای مجازی

در این کپشن‌ها، همبستگی اجتماعی و مشارکت جمعی به‌عنوان محور اصلی بازنمایی می‌شود و مردم به‌مثابه جمعی همدل، همراه و متکی بر حمایت متقابل تصویر می‌شوند که در شرایط بحران، سوگواری یا تهدید، از طریق احساس تعلق مشترک و تجربه‌های اجتماعی مشترک معنا می‌یابند. برخلاف گفتمان‌هایی که بیشتر بر تعلق به سرزمین و هویت ملی تأکید دارند، در اینجا مفاهیمی چون همدلی، اتحاد، همراهی و کنش جمعی در کانون قرار می‌گیرند و نشان می‌دهند که هویت جمعی علاوه بر پیوند با وطن، از خلال روابط اجتماعی و مشارکت‌های رسانه‌ای نیز بازتولید می‌شود. یافته‌ها حاکی از آن است که همبستگی اجتماعی در این داده‌ها در سه محور همدلی عاطفی، وحدت فراگیر و دعوت به کنش جمعی شکل می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که کاربران با برجسته‌سازی رنج مشترک و ضرورت اتحاد، ملت را به‌عنوان موجودیتی مبتنی بر پیوندهای حمایتی و مسئولیت جمعی ترسیم

می‌کنند. در مجموع، این کپشن‌ها با ترکیب زبان عاطفی و مشارکت در فضای مجازی، اینستاگرام را به بستری برای شکل‌گیری «ما»ی جمعی، بسیج عاطفی و تحکیم پیوندهای همبستگی ملی تبدیل می‌کنند.

جدول ۹. قهرمانی و شهادت

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	اینجا ایران است... خون می‌دهند	بازنمایی فداکاری و جان‌فشانی برای وطن	برجسته‌سازی جان‌فشانی برای ایران
۲	وطن بسوزد و من بی‌خروش نباشم...	تأکید بر مسئولیت و واکنش فعال در دفاع از وطن	تأکید بر واکنش و مسئولیت فعال در دفاع از وطن
۳	ارتش فدای ملت	بازنمایی پیوند ارتش با مردم و ایثار در خدمت ملت	بازنمایی فداکاری نیروهای نظامی در خدمت ملت
۴	سرباز ایرانم...	تصریح هویت خادم و مدافع وطن	تصریح هویت فردی در مقام مدافع و سرباز ایران
۵	رشادت و شجاعت	برجسته‌سازی ارزش‌های قهرمانانه مانند شجاعت و دلاوری	برجسته‌سازی ویژگی‌های قهرمانانه مانند رشادت و شجاعت.
۶	قدردانی از شهدای امدادگر	تقدیر از ایثار و فداکاری امدادگران شهید	بزرگداشت و قدردانی از شهدا، به‌ویژه شهدای امدادگر

در این کپشن‌ها، مفاهیم ایثار، قهرمانی و شهادت به‌صورت برجسته بازنمایی می‌شوند و فداکاری، شجاعت و وفاداری به‌عنوان ارزش‌هایی ملی و گاه مذهبی در کانون معنا قرار می‌گیرند. در این گفتمان، افرادی چون شهدا، سربازان، امدادگران و دیگر قهرمانان به‌عنوان کنشگران ایثارگر معرفی می‌شوند و نشانه‌هایی مانند خون، شهید، قهرمان، ارتش و رشادت، بر اهمیت جان‌فشانی، مقاومت و خدمت به وطن به‌عنوان معیارهای اصلی ارزش اخلاقی و هویتی دلالت دارند. یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که کاربران با گسترش مفهوم قهرمانی به کنشگران غیررسمی و مردم عادی، این ارزش‌ها را از سطحی محدود به عرصه‌ای عمومی و اجتماعی ارتقا داده‌اند. در این چارچوب، ایثار با مؤلفه‌هایی چون تعهد، کنشگری فعال و دفاع از سرزمین پیوند می‌خورد و از طریق برجسته‌سازی فضایل اخلاقی همچون شجاعت و رشادت، به بازتولید فرهنگ وفاداری، مقاومت و هویت جمعی در بستر فضای مجازی یاری می‌رساند.

جدول ۱۰. مذهبی و آیینی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	به عشق ایران بنویس یا علی	پیوند هویت ملی با ارجاع مذهبی و طلب حمایت معنوی	پیوند هویت ملی با ارجاع مذهبی
۲	بسم الله	آغاز کنش یا سخن با اتکا به نام خدا و بیان توکل	آغاز سخن با ذکر دینی و توکل به خدا
۳	و خدایی داریم قدرت‌مندتر از همه	تأکید بر قدرت الهی به‌عنوان منبع امید و اتکا	تأکید بر قدرت و اتکای الهی
۴	اربعین نماد قدرت...	بازنمایی مناسک دینی به‌عنوان نماد قدرت و همبستگی جمعی	بازنمایی مناسک دینی به‌عنوان نماد قدرت و همبستگی جمعی
۵	ای صاحب ذوالفقار وقت مدد است	توسل به امام علی به‌عنوان نماد یاری و عدالت	توسل به امام علی و طلب یاری معنوی
۶	لشکر علی ولی‌الله	بازنمایی هویت جمعی دینی در قالب پیروی از امام علی	بازنمایی هویت جمعی دینی در پیروی از امام علی
۷	تیغ علی با اهل خیبر کار دارد	ارجاع نمادین به قدرت و عدالت علوی در مواجهه با دشمن	استفاده از نماد تاریخی- مذهبی برای بیان قدرت و مقابله با دشمن
۸	سلامی از آسمان در پناه امام هشتم	بیان پناه‌جویی و حمایت معنوی از طریق امام رضا	پناه‌جویی و طلب حمایت معنوی از امام رضا
۹	نصر من‌الله و فتح قریب	بیان امید به پیروزی با اتکا به وعده الهی	بیان امید به پیروزی و نصرت الهی
۱۰	اشهد...	تصریح ایمان و شهادت به باورهای دینی	تصریح ایمان و شهادت به باورهای دینی
۱۱	ما ملت امام حسینیم	تعریف هویت جمعی بر پایه الگوی عاشورایی و فرهنگ مقاومت	بازنمایی هویت جمعی بر پایه الگوی عاشورایی
۱۲	برای ما کربلا بیش از شهر، افق است	بازنمایی کربلا به‌عنوان نماد آرمان و افق هویتی	بازنمایی کربلا به‌عنوان نماد آرمان و افق هویتی
۱۳	به عشق ایران بنویس یا علی	ترکیب وطن‌دوستی با ارجاع مذهبی و طلب یاری معنوی	ترکیب وطن‌دوستی با توسل مذهبی

در این کپشن‌ها، مضامین مذهبی و آیینی به‌صورت برجسته بازنمایی می‌شوند و نشانه‌هایی چون دعا، توکل، توسل، نام‌های مقدس و ارجاع به چهره‌ها و مکان‌های مذهبی، نقش محوری در ساخت معنا دارند. این داده‌ها نشان می‌دهند که بازنمایی هویت جمعی در اینستاگرام، تنها بر پایه تعلق ملی شکل نمی‌گیرد، بلکه از پیوندی معنادار میان هویت دینی و احساس

تعلق جمعی نیز تغذیه می‌کند. یافته‌ها حاکی از آن است که گفتمان دینی در این کپشن‌ها در سه سطح اصلی عمل می‌کند: توکل به قدرت الهی به‌عنوان منبع امید، توسل به نمادهای مقدس به‌مثابه پناهگاه معنوی، و بازنمایی مناسک آیینی به‌منظور تقویت تجربه جمعی و همدلی اجتماعی. در مجموع، تعامل سازنده میان مؤلفه‌های دینی و میهنی، هویت ملی و مذهبی را در پیوندی دوجانبه و مکمل قرار می‌دهد و دین را به بستری برای معناسازی، حفظ امید و تحکیم همبستگی جمعی در مواجهه با شرایط بحرانی تبدیل می‌کند.

جدول ۱۱. مذهبی- سیاسی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	شک نکنید سیدعلی خامنه‌ای	اعتماد و تبعیت	اعتماد و تبعیت از رهبری
۲	... ای مرا جان و جهان... رهبر ارزنده من	ستایش و ارزش‌گذاری	ستایش، تمجید و دلبستگی عاطفی به رهبری
۳	نزدیک‌تر از نزدیک	صمیمیت و پیوند عاطفی	نزدیکی، صمیمیت و پیوند عاطفی با رهبری
۴	جانم به حضرت سیدعلی	سیاسی ایثار، وفاداری	دلبستگی عاطفی و تقدس‌بخشی به رهبری
۵	ما چو نخلیم...	عشق، فداکاری و تقدس‌بخشی	هویت جمعی، پایداری و ریشه‌داری
۶	کوری چشم دشمن... راه فقط راه علی	مقاومت و دشمن‌ستیزی	مقاومت، دشمن‌ستیزی و حقانیت مسیر رهبری

در این کپشن‌ها، پیوند میان مذهب، سیاست و رهبری به‌صورت برجسته بازنمایی می‌شود و مفاهیمی چون ولایت، وفاداری، اعتماد، مقاومت، ایثار و همبستگی جمعی در نسبت با جایگاه رهبر دینی- سیاسی معنا می‌یابند. این داده‌ها نشان می‌دهند که بخشی از بازنمایی هشتگ «ایران» در اینستاگرام در چارچوبی مذهبی- سیاسی شکل می‌گیرد که در آن رهبری نه صرفاً یک موقعیت سیاسی، بلکه نماد هدایت، اقتدار، اعتماد و انسجام جمعی تلقی می‌شود. همچنین استفاده از عباراتی مانند «شک نکنید سیدعلی خامنه‌ای»، «جانم به حضرت سیدعلی» و «راه فقط راه علی» بیانگر گفتمان وفاداری و شکل‌گیری پیوندی عاطفی و اعتقادی میان فرد، جامعه و رهبری است. یافته‌ها نیز حاکی از آن است که این کپشن‌ها بر سه محور اصلی وفاداری، اقتدار و مقاومت استوارند و با بهره‌گیری از استعاره‌هایی چون «نخل» برای القای ریشه‌داری و تاب‌آوری، نقش رهبری را در بسیج عاطفی، تقویت انسجام ایدئولوژیک و بازتولید پایداری جمعی در بستر هشتگ «ایران» برجسته می‌سازند.

جدول ۱۲. انتقادی و انسانی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	این رسم کشور داری نیست آقای رئیس‌جمهور	نقد سیاسی و مطالبه‌گری مدنی	انتقاد از حاکمیت / مطالبه پاسخگویی
۲	انسانیت مرز ندارد	همدلی انسانی و فرامرزی	انسان‌گرایی فراملی
۳	ایران چیکارش می‌کنه	قدرت‌نمایی و واکنش ملی	توجه به نقش و واکنش ملی
۴	من زن ایرانی‌ام... وقت خطر قوی‌تر	هویت جنسیتی و مقاومت ملی	هویت ملی و توانمندسازی زنان
۵	دانش با ترور خاموش نمی‌شود	مقاومت فرهنگی و علمی	مقاومت علمی و نمادسازی از دانش
۶	یکی از ماندگارترین قاب‌های اردوی روایت گمشده	حافظه جمعی و روایت‌گری	روایت رسانه‌ای / مستندسازانه
۷	امیدوارم اگر کسی قرار است برود آن من باشم	حافظه جمعی و روایت‌گری	فداکاری و ایثار
۸	زبانم قاصر از غم رفتنت	سوگواری و فقدان شخصی/ جمعی	سوگ و اندوه جمعی
۹	داشتم بلندش می‌کردم... تابوت چرا سبک؟ فقط یک دست مانده...	سوگواری، فقدان جسمانی و روایت عاطفی از خشونت جنگ	تراژدی انسانی جنگ
۱۰	نسل سوخته... روایت شخصی جنگ	تجربه زیسته جنگ، آسیب نسلی و حافظه زخم‌خورده	تجربه زیسته جنگ
۱۱	ترس، بوی باروت، اضطراب...	بازنمایی حسی و روانی جنگ	توصیف عاطفی از فضای جنگ
۱۳	روایت جنگ ۱۲روزه از زبان ساکنان تل‌آویو	روایت‌گری جنگ از منظر تجربه انسانی و شاهدان عینی	روایت شاهدان عینی
۱۴	Don’t the people still need bread?	نقد انسانی جنگ و تأکید بر نیازهای اولیه مردم	دغدغه معیشت و پیامدهای انسانی جنگ
۱۵	انسانیت مرز ندارد	همدلی فرامرزی و اخلاق انسان‌دوستانه	انسان‌گرایی فراملی
۱۶	American people took the streets to support Iran	همبستگی بین‌المللی و حمایت فرامرزی	همبستگی بین‌المللی
۱۷	As bombs fall Iranians step up...	تاب‌آوری اجتماعی و کنش جمعی در بحران	مقاومت و همبستگی اجتماعی

۱۹	بعضی‌ها ما را سرزنش می‌کنند...	دفاع از خود، نقد قضاوت بیرونی و بازنمایی رنج جمعی	پاسخ به انتقاد اجتماعی
۲۰	جنگ بشه رهبر اولین نفر فرار می‌کنه	نقد سیاسی، بی‌اعتمادی و طعنه به اقتدار رسمی	بی‌اعتمادی سیاسی / انتقاد از رهبری

در این کپشن‌ها، بازنمایی ایران از منظر بحران، رنج، نقد سیاسی، تجربه‌های انسانی و جنگ صورت می‌گیرد و ایران نه فقط با مفاهیمی چون افتخار، تعلق یا هویت ملی، بلکه به‌عنوان میدانی از آسیب، فقدان، اضطراب، اعتراض، مقاومت و همدلی معنا می‌یابد. این داده‌ها نشان می‌دهند که کاربران، افزون بر روایت بحران، نوعی نقد، همدردی، شهادت‌دادن و بازخوانی اخلاقی از وضعیت جامعه ارائه می‌کنند و از این طریق، هویتی انتقادی و انسانی از ایران را در فضای مجازی بازتولید می‌سازند. یافته‌ها نیز حاکی از آن است که هشتگ «ایران» در این گفتمان بحران‌محور، ذیل محورهایی چون نقد سیاسی و مطالبه‌گری، تجربه انسانی فرامرزی، مقاومت ملی، سوگواری جمعی و روایت زیسته جنگ بازنمایی می‌شود؛ به‌گونه‌ای که ایران نه صرفاً یک هویت نمادین، بلکه عرصه‌ای برای تلاقی اعتراض، مسئولیت‌خواهی، رنج و تاب‌آوری جلوه می‌کند. در مجموع، تقابل میان زبان انتقادی و طعنه‌آمیز با روایت‌های عاطفی از ترس، فقدان، زن و خاطره، نشان می‌دهد که هویت ملی در این بستر تجربه‌ای متکثر و چندوجهی است که سوگ، همدلی و ایستادگی فرهنگی را در حافظه جمعی به هم پیوند می‌زند.

یافته‌های کپشن‌های اینستاگرام، هشتگ جنگ

جدول ۱۳. بازتاب جهانی ایران

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	American people took the streets	حمایت مردمی و بین‌المللی.	حمایت مردمی و بین‌المللی
۲	خبرنگار برزیلی... «برو ایران»	توجه رسانه‌ای و بین‌المللی.	توجه رسانه‌ای و بین‌المللی
۳	Iran support watch	رصد حمایت‌های بین‌المللی	رصد و پایش حمایت‌های بین‌المللی

در این کپشن‌ها، حمایت بین‌المللی از ایران به‌گونه‌ای برجسته بازنمایی می‌شود

که در آن ایران از یک موضوع صرفاً ملی فراتر رفته و در عرصه‌ای فراملی و جهانی معنا می‌یابد. اشاره به حضور مردم در خیابان‌ها، بازتاب رسانه‌ای و توجه افکار عمومی جهان نشان می‌دهد که کاربران می‌کوشند ایران را در چارچوبی از همدلی، توجه و پشتیبانی فرامرزی تصویر کنند و از این طریق، بازتابی از هویت ملی را در نسبت با افکار عمومی بین‌المللی شکل دهند. یافته‌ها نیز حاکی از آن است که این گفتمان، ایران را از یک مسئله داخلی به سوژه‌ای جهانی تبدیل می‌کند و با تأکید بر همبستگی بین‌المللی و نقش میانجی‌گرانه رسانه‌ها، آن را در شبکه‌ای از مشروعیت نمادین و حمایت فرامرزی قرار می‌دهد. در مجموع، ایران در این کپشن‌ها به‌مثابه سوژه‌ای دارای ارزش اخلاقی و سیاسی در سپهر عمومی جهان بازنمایی می‌شود؛ امری که ضمن بازتعریف پیوند هویت ملی با حمایت‌های فراملی، به تقویت حس دیده‌شدن و به‌رسمیت‌شناخته‌شدن ایران در عرصه بین‌المللی می‌انجامد.

جدول ۱۴. تجربه زیسته شهروندان

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	روایت ساکنان تل‌آویو	همدلی با رنج‌های انسانی طرف مقابل	نگاه انسانی به رنج طرف مقابل
۲	Israel strikes have killed	گزارش خبری از تلفات جنگ	گزارش پیامدهای مستقیم جنگ
۳	Israel vs Iran 12-day war	توصیف کلی از فضای درگیری نظامی	روایت کلی از درگیری نظامی
۴	دیشب غروب تهران بیرون بودم... صدا انفجار قطع نمی‌شد... همه جا دود، همه جا خاک	بازنمایی ترس و ناامنی در فضای شهر	تجربه ترس و ناامنی در شهر
۵	ما سه تا کنار هم اما با دلی پر از ترس... صدای بمب‌ها نه فقط آسمون که دل‌هامون رو هم لرزوند	تجربه عاطفی و اضطراب جمعی	اضطراب جمعی در شرایط بحران
۶	این و پست می‌کنم تا یادم نره از چه روزهایی گذر کردیم... ما دیگه آدم‌های سابق نمی‌شیم	ثبت ماندگار تغییرات روحی و روانی	ثبت اثرات روانی و ماندگار جنگ
۷	از مردن نمی‌ترسم، از دست دادن عزیزانم می‌ترسم	اولویت عاطفی و ارزش خانواده در شرایط خطر	اهمیت خانواده و عزیزان در موقعیت خطر

در این کپشن‌ها، ایران در بستر جنگ و بحران به‌مثابه سرزمینی درگیر تهدید، فقدان و اضطراب بازنمایی می‌شود که با وجود این، همچنان واجد حافظه جمعی، تاب‌آوری و ظرفیت مقاومت است. یافته‌ها نشان می‌دهد که این بازنمایی‌ها با ترکیب دو سطح خبری ـ روایی و عاطفی ـ زیسته، اینستاگرام را به عرصه‌ای برای ثبت هم‌زمان تجربه‌های فردی و جمعی تبدیل کرده‌اند؛ به‌گونه‌ای که گزارش‌های نظامی و روایت‌های مرتبط با بحران، با تجربه‌های ذهنی و روزمره شهروندان از ترس، آسیب روانی و ناامنی درهم می‌آمیزند. در این روایت‌ها، جنگ به‌عنوان تجربه‌ای چندوجهی و زیسته تصویر می‌شود که از بازتاب خبری بحران تا درونی‌سازی اضطراب روانی امتداد می‌یابد و شهر را به فضایی ناامن و تهدیدآمیز بدل می‌سازد. با این حال، برجسته شدن خانواده و روابط عاطفی در دل این وضعیت، بستری برای همبستگی و مقاومت عاطفی فراهم می‌کند. در مجموع، این کپشن‌ها «ایران بحران‌زده» را نه‌فقط در موقعیت ترس و فقدان، بلکه به‌عنوان عرصه‌ای برای شکل‌گیری حافظه جمعی، ایستادگی روانی و ارتقای رنج فردی به تجربه‌ای از همبستگی اجتماعی بازنمایی می‌کنند.

جدول ۱۵. تعلق عاطفی و هویت ملی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	My love for Iran...	عشق و تعلق عاطفی به ایران	تعلق عاطفی به ایران
۲	برای اون خاطره‌ها میزنه قلبم	پیوند خاطره با احساس ملی	پیوند خاطره و هویت ملی
۳	دور از تو دامان پاکت دست دگران	دلتنگی و نگرانی نسبت به وطن	وطن به‌مثابه پناهگاه عاطفی
۴	مردم ایران تو هر موقعیتی	تأکید بر همبستگی و پایداری مردم ایران	پایداری و همراهی مردم ایران
۵	ایرانم وطنم طاقت بیار مادر	تصویرسازی از ایران به‌عنوان مادر و وطن رنج‌دیده	ایران به‌مثابه مادر رنج‌دیده
۶	به امید پیروزی وطنم	امید به آینده و عبور از بحران	امید و آینده‌نگری ملی
۷	غیرت ایرانی دلیل این کارشون، سلام نظامی به پرچم داخل ورزشگاه فقط به خاطر دوران جنگ بود...	احترام به پرچم و یادآوری حافظه جنگ	پیوند پرچم، غیرت و حافظه جنگ

در این کپشن‌ها، تعلق عاطفی به ایران، وفاداری ملی، خاطره، دلتنگی، امید و پایداری به‌صورت برجسته بازنمایی می‌شود و ایران نه فقط یک سرزمین جغرافیایی، بلکه نشانه‌ای احساسی، هویتی و ارزشی تصویر می‌شود که با مفاهیمی چون وطن، مادر، پرچم، مردم، عشق و امید پیوند می‌خورد. این داده‌ها نشان می‌دهند که هویت ملی در اینستاگرام تنها از رهگذر مفاهیم سیاسی و تاریخی شکل نمی‌گیرد، بلکه از خلال احساسات روزمره، خاطرات، نگرانی‌ها و امیدهای کاربران نیز ساخته و بازتولید می‌شود. در این گفتمان، وطن گاه در قالب مادر، معشوق، پناهگاه، پرچم یا خاطره‌ای تاریخی بازنمایی می‌شود و از این طریق، ریشه‌های عاطفی، خانوادگی، تاریخی و جمعی تعلق ملی برجسته می‌گردد. یافته‌ها همچنین حاکی از شکل‌گیری نوعی «ملی‌گرایی احساسی» است که در آن ایران به‌مثابه پناهگاهی عاطفی و نمادی از مادری، خاطره و امید معنا می‌یابد؛ به‌گونه‌ای که کاربران با پیوند دادن وفاداری‌های فردی و حافظه تاریخی به ارزش‌هایی چون پایداری، غیرت و همبستگی، بحران موجود را در بستری از استمرار هویت ملی قرار می‌دهند و ایران را به‌عنوان کانون پیوند، امید و ایستادگی جمعی بازتولید می‌کنند.

جدول ۱۶. اتکای معنوی

ردیف	متن کپشن	تحلیل (محورها)	الگوهای شناسایی‌شده
۱	نترسید من با شما هستم و همه چیز را می‌بینم و می‌شنوم	ایجاد آرامش و امنیت روانی از طریق پیام حمایتی و تأکید بر حضور و مراقبت	آرامش‌بخشی از طریق پیام حمایتی و احساس همراهی
۲	قال لا تخافا انني معكما اسمع و اری	تولید آرامش و اعتماد از طریق ارجاع دینی و تأکید بر حمایت و نظارت الهی در شرایط بحران	آرامش‌بخشی از طریق ارجاع دینی و اعتماد به حمایت الهی

در این کپشن‌ها، مفاهیم امنیت روانی، آرامش، حمایت و اعتماد در شرایط جنگ و بحران به‌گونه‌ای برجسته بازنمایی می‌شوند و برخلاف روایت‌هایی که بر ترس و تهدید تمرکز دارند، این متن‌ها می‌کوشند با بهره‌گیری از زبان حمایتی، عاطفی و معنوی، احساس اضطراب را کاهش داده و به مخاطب اطمینان خاطر ببخشند. در این گفتمان، ایران به‌مثابه جامعه‌ای در معرض بحران تصویر می‌شود که برای عبور از شرایط دشوار، بیش از هر چیز به اعتماد، حمایت جمعی، ایمان و آرامش روانی نیاز دارد؛ ازاین‌رو تمرکز اصلی نه صرفاً بر خود بحران، بلکه بر شیوه مواجهه روانی و معنوی با آن قرار می‌گیرد. یافته‌ها نیز نشان می‌دهد که گفتمان حمایتی در این کپشن‌ها با هدف

تولید امنیت روانی و گذار از اضطراب به توکل و اطمینان شکل می‌گیرد و پیام‌ها، چه در قالب خطاب‌های همدلانه و چه از طریق استناد به آموزه‌های دینی، با تکیه بر مفهوم حضور مراقب و ناظر، به کاهش احساس تنهایی و تقویت حس پشتیبانی در جامعه کمک می‌کنند. در مجموع، این کپشن‌ها فراتر از بازنمایی خشونت و بحران، با استفاده از زبان تسلی‌بخش و معنوی، سازوکارهای مقاومت روانی و همبستگی عاطفی را در مواجهه با شرایط بحرانی جنگ سازمان‌دهی و تقویت می‌کنند.

نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که هشتگ «وطن» در اینستاگرام دوره جنگ دوازده‌روزه، صرفاً نشانگر موضوعی نبود، بلکه به کانونی برای معناسازی جمعی بدل شد که در آن تجربه بحران، عواطف عمومی و تعلق ملی بازتولید می‌شد. کاربران از طریق کپشن‌ها و الگوهای تعامل، وضعیت ناامنی را نه فقط گزارش، بلکه در قالبی شبکه‌ای روایت کردند که ترس، سوگ و همبستگی را در پیوند با یکدیگر سامان می‌داد. این یافته با درک نوین از نتنوگرافی به‌عنوان روش‌شناسی پژوهش کیفی در رسانه‌های اجتماعی هم‌سو است (Kozinets, 2020).

در سطحی عمیق‌تر، روایت‌های هشتگ «وطن» واجد ماهیتی عاطفه‌محور و هویت‌ساز هستند. کاربران بحران را از خلال زبان احساس و خاطره معنا کرده و «وطن» را به‌مثابه دالی مرکزی برای گردآوری عواطف پراکنده و سازماندهی آن‌ها در افقی از مقاومت به‌کار گرفتند؛ الگویی که با مطالعات جدید درباره نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به عواطف عمومی سازگار است (Mishra & Moody, 2025). همچنین، هویت ملی در این فضا به‌صورت امری ثابت بازنمایی نشد، بلکه پیوسته در فرایندهای روایت‌پردازی دیجیتال بازتعریف گردید (Galvano, 2019).

یافته‌ها تأیید کرد که منطق پلتفرمی اینستاگرام نقشی تعیین‌کننده در این روایت‌ها دارد؛ به‌گونه‌ای که آنچه درباره «وطن» تولید شد، حاصل تعامل میان کنش ارتباطی کاربران و معماری پلتفرم است (Kozinets, 2020). این تعاملات موجب تولید نوعی «اجتماع عاطفی دیجیتال» شد که در آن بحران، تجربه‌ای زیسته و مشارکتی بود، نه صرفاً رخدادی برای مشاهده (Mishra & Moody, 2025).

از منظر روش‌شناختی، نتنوگرافی به‌خوبی امکان عبور از سطح آشکار محتوا به لایه‌های ضمنی و منطق تعامل را فراهم کرد (Kozinets, 2024). در نهایت، این پژوهش

نشـان داد کـه «وطـن» در میـدان معنایـی اینسـتاگرام از یـک قلمـرو جغرافیایـی ایسـتا بـه سـازه‌ای فرهنگـی و پویـا تبدیـل شـد. ایـن روایت‌هـای مجـازی بـا پیونـد زدن تروماهـای شـخصی بـه آرمان‌هـای ملـی، عمـلاً بـه تاریخ‌نـگاری دیجیتالـی دسـت زدنـد کـه در آن هویـت ایرانـی، پدیـده‌ای «در حـال شـدن» و بازسازی‌شـونده اسـت. از ایـن منظـر، اینسـتاگرام در بحـران، نـه فقـط رسـانه، بلکـه میدانـی بـرای رقابـت معنـا و برسـاخت واقعیـت اجتماعـی بـوده اسـت.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

Adriaansen, R.-J., & Smit, R. (2025). Collective memory and social media. Current Opinion in Psychology. Doi: 10.1016/j.copsyc.2025.102077

Barassi, V., & Zamponi, L. (2020). Social media time, identity narratives and the construction of political biographies. Social Movement Studies, 19(5-6), 592-608. Doi: 10.1080/14742837.2020.1718489

Baym, N. K. (2015). Personal connections in the digital age (2nd ed.). Polity.

boyd, d. (2014). It's complicated: The social lives of networked teens. Yale University Press.

Bruns, A., & Burgess, J. (2021). Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. In N. Rambukkana (Ed.), Hashtag publics (2nd ed.). Peter Lang.

Carvalho, C. L., & Barbosa, B. (2023). Hashtag activism by brand lovers: A netnographic study. International Journal of Sport Management and Marketing, 23(1/2), 44-61. Doi: 10.1504/IJSMM.2023.130430

Dobrin, D. (2020). The hashtag in digital activism: A cultural revolution. Journal of Cultural Analysis and Social Change, 5(1). Doi: 10.20897/jcasc/8298

Finch, D. J., O'Reilly, N., Levallet, N., & Mikkelson, A. (2023). A dynamic capabilities view of the NBA and esports. International Journal of Sport Management and Marketing, 23(1-2), 62-79. Doi: 10.1504/IJSMM.2023.130430

Galvano, F. (2019). The virtual self: Navigating identity in the digital age. [Publisher information missing]

Kessler, M., Marino, F., & Liska, D. (2023). Netnographic research ethics in applied linguistics: A systematic review of data collection and reporting practices. Research Methods in Applied Linguistics, 2(3), 100082. Doi: 10.1016/j.rmal.2023.100082

Kianpour, M., Triandafyllidou, A., Allen, T., & Mazrouei, S. (2026). Social media narratives, diasporic identity and collective memory. Ethnicities, 26(1). Doi: 10.1177/14687968251386072

Kim, Y., Song, D., & Lee, Y. J. (2020). #Antivaccination on Instagram: A computational analysis of hashtag activism through photos and public responses. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(20), 7550. Doi: 10.3390/ijerph17207550

Kozinets, R. V. (2020). Netnography: The essential guide to qualitative social media research (3rd ed.). SAGE Publications.

Kozinets, R. V., Cavusoglu, L., & Belk, R. (2024). Transformative netnography: Combining representation, social media, and participatory action research. In Proceedings of the Hawaii International Conference on System Sciences. Doi: 10.24251/HICSS.2024.284

Kuo, R., & Jackson, S. J. (2024). The political uses of memory: Instagram and Black-Asian solidarities. Media, Culture & Society, 46(1), 164-186. Doi: 10.1177/01634437231185963

La Rocca, G., & Boccia Artieri, G. (2022). Research using hashtags: A meta-synthesis. Frontiers in Sociology, 7, 1081603. Doi: 10.3389/fsoc.2022.1081603

Mishra, S., Moody, M., & Vasquez, R. A. (2025). Black-owned business and passionate brand publics: A netnography of The Honey Pot Company PR crisis. Public Relations Review, 51(1).

Naqibolsadat, S. R. (1404 / 2025). Challenges of cyber diplomacy in Iran. *Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media*, *2*(3), 55-80. https://doi.org/10.22083/cssms.2025.499627.1032

Öktem, B., & Kurt, M. (2026). The making of online Kurdistan: Redefining nationhood and belonging among Kurdish Generation Z. Journal of Ethnic and Migration Studies. Doi: 10.1080/1369183X.2026.2645367

Papacharissi, Z. (2015). Affective publics: Sentiment, technology, and politics. Oxford University Press.

Papacharissi, Z. (2020). Affective publics: Sentiment, technology, and politics. Oxford University Press.

Pshenychnykh, A. (2026). Russia-Ukraine Telegram monument wars during the full-scale invasion. International Journal of Heritage Studies. Doi: 10.1080/13527258.2026.2642607

Siddiqui, M. A. (2026). Beyond hashtags: Understanding the perceptions and impact of online feminism among young Instagram and Twitter users in the UAE. [Journal title missing], Volume, 296-322. Doi: 10.1080/21534764.2026.2632041

Tahamtan, I., Potnis, D., Mohammadi, E., Miller, L. E., & Singh, V. (2021). Framing of and attention to COVID-19 on Twitter: Thematic analysis of hashtags. Journal of Medical Internet Research, 23(9), e30800. Doi: 10.2196/30800

Ventura, S. (2024). War and its imagery: The visual narrative of the Ukrainian State's Instagram account Ukraine.ua as a tool of digital public diplomacy. Place Branding and Public Diplomacy, 20, 379-403. Doi: 10.1080/1553118X.2024.2395407

Yanchenko, K., & Humprecht, E. (2025). Strategic narratives on social media: How information environments shape the Russian-Ukrainian war discourse in seven European countries.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 287 - 310
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.579656.1108
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

Content Analysis of Media Activism of Iranian Political Activists on Instagram (Case Study: 12-Day War)

Faezeh Farhoodi, *Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Social Sciences, University of Religions and Denominations, Qom, Iran. Email: f.farhudi@urd.ac.ir*

Extended Abstract

Introduction: In recent years, the long-standing conflict between the Islamic Republic of Iran and the Zionist regime has also increasingly entered the cognitive phase. Using its cyber and media capabilities, the Israeli regime has placed direct targeting of the psyche and social cohesion of Iranian citizens on its agenda. Few studies have addressed the question of how ordinary citizens - who are the main targets of these attacks - operate in cognitive warfare? And how they transform "narrative" from a tool for media propaganda into a weapon for "reality construction" and digital resistance? Therefore, studying the media activism of political activists on Instagram can help to better understand the mechanisms of crisis representation, meaning production, and symbolic mobilization in the context of social networks. Focusing on this theoretical gap, the present study attempts to analyze the activism of political activists on Instagram and show how they confront the enemy's psychological operations by producing "counter-narratives" and strategies such as normalizing life. Accordingly, this research seeks to analyze the content of Iranian political activists' media activism on Instagram during the 12-day war and examines the themes, components, and expressive methods used in this activism.

Methods: In the present study, a qualitative approach was used. Content analysis was used to analyze the mechanisms of meaning production in social posts. The unit of analysis in this study is posts published on the Instagram platform. The sampling was of a non-random purposeful type, in which 55 posts were selected in accordance with the research criteria, which was ultimately sufficient by taking advantage of theoretical saturation and the researcher achieved the final result. The criterion for selecting the sample was to include posts and content produced by political activists during the critical period of the 12-day war of the Zionist regime against Iran.

Findings: In this study, the data analysis process was based on Brown and Clark's (2006) three-stage coding model. In the first stage (open coding), basic concepts and meaningful propositions were extracted from the text of the posts. In this stage, each meaningful sentence, word, or symbol was considered as an initial code. For example, phrases such as "blood of martyrs," "united nation," "strong Iran," or "national stance" were identified as meaningful signs in the very first stage, because each of them carried an emotional, political, or identity-related charge. Also, images of the Iranian flag, photos of martyrs, videos of rallies, and

stories of sympathy were examined as meaningful data alongside the written text. In the second stage (axial coding or organized concepts), similar codes in terms of meaning, orientation, and function were grouped into categories that had a common nature. These categories represented recurring patterns in the posts. For example, posts that simultaneously included condolences to the families of the martyrs, emotional hashtags, and representations of the suffering of children and women were grouped into a semantic cluster and linked to the category of "emotional-humanistic statements." Meanwhile, posts that emphasized condemnation of aggression, the right to self-defense, or criticism of the silence of international institutions were organized under "political-military stances." This classification method shows that the data were not limited to the expression of emotions alone, but moved from the level of emotion to the level of political meaning-making and social mobilization. In the third stage (selective coding or general concepts), the categories from the second stage were combined at higher levels of abstraction based on internal relationships and semantic overlap to form the main themes of the research. Based on this, five main themes were identified, each reflecting part of the logic of political activists' media activism. Taken together, these themes show that Instagram was not simply a platform for disseminating news during the 12-Day War, but rather a space for connecting emotion, identity, action, and narrative. The abundance of categories also indicates that political activism in this context relied more on emotion and empathy than anything else, and then moved towards taking a position and practical mobilization. Of the 37 categories extracted, the highest semantic density was related to actions that were directly linked to the memory of martyrs, the suffering of civilians, and national solidarity. During the 12-day war in Iran, political activists on Instagram have used the visual and interactive platform of this network to represent collective emotions, political stances, and social mobilization. The highest frequency is related to emotional-human expressions (17 posts), which reflect the users' efforts to arouse empathy, strengthen national cohesion, and emotionally legitimize the resistance. Next in order are political-military positions and calls for action (14 posts).

Conclusion: Content analysis of political activists' Instagram posts during Iran's 12-Day War revealed that this group's media activism followed a multidimensional and strategic pattern on the cognitive battlefield; a pattern that began with emotional-humanistic expressions (with a frequency of 30.9%) as the initial driver of national solidarity, continued with political-military stances (25.5%) to legitimize the resistance, and evolved with activist calls (18.2%), representations of civilian victims (14.5%), and symbolic-stylistic features (10.9%) to practical mobilization and visual narrative construction. These findings establish Instagram not only as a platform for expressing emotions, but also as a cognitive battlefield where Iranian activists reconstructed the narrative of resistance against enemy propaganda and strengthened national resilience by humanizing victims, criticizing Zionist aggression, and organizing virtual-real gatherings.

Keywords: Instagram, 12Day War, Political Activists, Media Activism.

فصلنامه علمی مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی
سال ۳ / شماره ۲/ شماره مسلسل ۱۰ / تابستان ۱۴۰۵/ ۳۱۰ - ۲۸۷
Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media
Vol. 3, Series. 10, No. 2, Summer 2026/ 287 - 310
DOI: https://doi.org/10.22083/cssms.2026.579656.1108
Scientific-Research Article علمی - پژوهشی

تحلیل محتوای کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی ایران در اینستاگرام
(موردمطالعه؛ جنگ ۱۲ روزه)

فائزه فرهودی[۱]

چکیده
در سال‌های اخیر، اینستاگرام به یکی از بسترهای مهم کنشگری رسانه‌ای و بازنمایی سیاسی در بحران‌های جمعی تبدیل شده است. پژوهش حاضر با هدف تحلیل محتوای کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی ایران در اینستاگرام، به بررسی پست‌های منتشرشده در جریان جنگ ۱۲ روزه پرداخته است. سؤال اصلی پژوهش آن است که فعالان سیاسی در این بازه زمانی، چه موضوعات، مضامین و شیوه‌های بیانی را در تولید و انتشار محتوای خود به کار گرفته‌اند. روش تحقیق، تحلیل محتوای کیفی است و نمونه آماری شامل ۵۵ پست اینستاگرامی فعالان سیاسی، ازجمله ریلز، استوری و لایو، بود که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. واحد تحلیل، محتوای تولیدشده در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه بود و داده‌ها با استفاده از کدگذاری باز و محوری تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی در اینستاگرام در پنج گزاره اصلی قابل طبقه‌بندی است: بیانات عاطفی انسانی با بیشترین فراوانی (۳۰/۹ درصد) و تمرکز بر همدردی با شهدا، موضع‌گیری‌های سیاسی _ نظامی (۲۵/۵ درصد) با محوریت محکومیت تجاوز، فراخوان‌های کنش‌گرایانه (۱۸/۲ درصد) مانند دعوت به تجمعات و لایوهای هماهنگی، بازنمایی قربانیان (۱۴/۵ درصد) با تأکید بر کودکان و زنان آسیب‌دیده و ویژگی‌های نمادی و سبکی (۱۰/۹ درصد) شامل روایت‌سازی زمانی از ۱۲ روز مقاومت. این الگو نشان می‌دهد که کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی در اینستاگرام صرفاً معطوف به انتقال پیام نبود، بلکه با ترکیب عاطفه، موضع‌گیری سیاسی، بسیج جمعی و نمادپردازی، به تولید معنا و بازنمایی هویت جمعی نیز منجر شد. بر این اساس، اینستاگرام در جریان جنگ ۱۲ روزه نه‌فقط بستری برای انتشار محتوا، بلکه فضایی برای شکل‌دهی به ادراک، همبستگی و کنش سیاسی بود. ازاین‌رو، تقویت سواد رسانه‌ای، توانمندسازی کنشگران دیجیتال و توسعه الگوهای تحلیلی دقیق‌تر برای بررسی رفتار سیاسی در شبکه‌های اجتماعی، ازجمله پیشنهادهای این پژوهش به شمار می‌آید

واژگان کلیدی
اینستاگرام، جنگ ۱۲ روزه، فعالان سیاسی، کنشگری رسانه‌ای.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۱۱
۱. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران. f.farhudi@urd.ac.ir

مقدمه

در عصر حاضر، شتاب تحولات فناورانه در عرصه ارتباطات، چهره منازعات بین‌المللی را به‌کلی دگرگون کرده است. اگر درگذشته، تحلیل جنگ‌ها عمدتاً بر برتری نظامی و کنترل سرزمین متمرکز بود، امروز عرصه نبردهای رسانه‌ای و شبکه‌ای نیز به همان اندازه اهمیت یافته است. در چنین وضعیتی، کنشگری رسانه‌ای به یکی از مهم‌ترین اشکال حضور سیاسی در فضای عمومی دیجیتال تبدیل شده و فعالان سیاسی از طریق آن می‌کوشند بر ادراک، احساسات و داوری مخاطبان اثر بگذارند. اگر درگذشته، پیروزی در میدان‌های نبرد با فتح خاک و برتری نظامی سنجیده می‌شد، امروز جنگ رسانه‌ای به‌عنوان عرصه‌ای نوین و پیچیده ظهور کرده است که در آن، هدف نه اشغال سرزمین، بلکه تسخیر ذهنیت‌ها و تغییر شیوه تفکر جمعیت هدف است. بااین‌حال، در پژوهش حاضر، جنگ شناختی صرفاً به‌مثابه زمینه‌ای برای درک وضعیت بحرانی جنگ ۱۲ روزه در نظر گرفته می‌شود و محور اصلی تحلیل، کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی در اینستاگرام است.

در این پارادایم جدید، مهاجم تنها به دنبال انتشار پروپاگاندا نیست، بلکه می‌کوشد با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی، فرایندهای شناختی را دستکاری کرده و با بی‌ثبات‌سازی نهادهای معرفتی، رفتار جامعه را مهندسی کند (Miller, 2023). این شکل از نبرد را می‌توان تکامل‌یافته‌ترین سطح از جنگ ترکیبی دانست. در جنگ ترکیبی، بازیگران با تلفیق ابزارهای نظامی و رسانه‌ای به دنبال کنترل هم‌زمان میدان فیزیکی و روانی هستند (Hoffman, 2007). در این چارچوب، جنگ ترکیبی با بهره‌گیری از «پیچیدگی شبکه‌ای» و تمرکز بر «منطقه خاکستری»، به دنبال ایجاد تأثیرگذاری بر دستگاه محاسباتی جامعه هدف است؛ اما در جنگ رسانه‌ای، میدان نبرد رسماً از جغرافیای فیزیکی به درون ذهن انسان منتقل‌شده و هدف غایی، مدیریت ادراک و باورهای جمعی است (Claverie & du Cluzel, 2020: 6).

از این منظر، شبکه‌های اجتماعی به یکی از کانون‌های اصلی تولید، بازتولید و رقابت بر سر روایت‌ها تبدیل شده‌اند. کنشگری رسانه‌ای، به استفاده استراتژیک از ابزارها و رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، ایجاد تغییر اجتماعی سیاسی یا مقابله با روایت‌های مسلط اطلاق می‌شود. این مفهوم شامل تولید، توزیع و تحلیل محتوا برای اهداف سازنده (مانند آگاهی‌بخشی یا ایجاد انسجام) است و در مقابل انفعال رسانه‌ای قرار دارد (Chon &Park, 2020). در فضای بحران، این کنشگری

می‌تواند به شکل همدردی، موضع‌گیری، دعوت به کنش جمعی، بازنمایی قربانیان و تولید نمادهای مشترک بروز پیدا کند.

در سال‌های اخیر، منازعه دیرینه میان جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی نیز به شکل فزاینده‌ای وارد فاز شناختی شده است. رژیم اسرائیل با استفاده از ظرفیت‌های سایبری و رسانه‌ای، هدف قرار دادن مستقیم روان و انسجام اجتماعی شهروندان ایرانی را در دستور کار قرار داده است. نمونه بارز آن، پمپاژ پیام‌هایی در اینستاگرام با هدف القای ناامنی وجودی و تشویق شهروندان پایتخت‌نشین به تخلیه شهر در اوج تنش‌ها در جریان جنگ ۱۲ روزه بود؛ اقدامی که با پیش‌فرض ایجاد هراس اجتماعی و فلج کردن زندگی روزمره طراحی شده بود. مطالعات نشان می‌دهد که رسانه‌های جریان اصلی غربی نیز در این بستر، به‌صورت نظام‌مند روایتی جانبدارانه و همسو با این جنگ شناختی ارائه می‌دهند (Elmasry, 2025). ادبیات موجود در حوزه جنگ شناختی تا حد زیادی «دولت‌محور» باقی مانده است و اغلب بر راهبردهای تهاجمی «بالا به پایین» و سیاست‌های کلان تمرکز دارد (Paziuk & et al, 2025). در مقابل، کمتر به این مسئله پرداخته شده که کنشگران سیاسی و کاربران فعال در فضای مجازی چگونه در شرایط بحران، با تولید محتوا و بازنمایی رویدادها، نقش فعالی در سامان‌دهی افکار عمومی و تولید معنا ایفا می‌کنند.

درواقع، پژوهش‌های اندکی به این پرسش پرداخته‌اند که شهروندان عادی ــ که آماج اصلی این حملات هستند ــ چگونه در جنگ شناختی عمل می‌کنند؟ و چگونه «روایت» را از ابزاری برای تبلیغات رسانه‌ای، به سلاحی برای «ساختن واقعیت» و مقاومت دیجیتال تبدیل می‌کنند؟ از همین رو، مطالعه کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی در اینستاگرام می‌تواند به فهم بهتر سازوکارهای بازنمایی بحران، تولید معنا و بسیج نمادین در بستر شبکه‌های اجتماعی کمک کند. پژوهش حاضر با تمرکز بر این خلأ نظری، می‌کوشد کنشگری فعالان سیاسی در اینستاگرام را واکاوی کند و نشان دهد که آنان چگونه با تولید «ضدروایت‌ها» و استراتژی‌هایی همچون عادی‌سازی زندگی، به مقابله با عملیات روانی دشمن برمی‌خیزند. بر این اساس، این پژوهش به‌دنبال تحلیل محتوای کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی ایران در اینستاگرام در جریان جنگ ۱۲ روزه است و مضامین، مؤلفه‌ها و شیوه‌های بیانی به‌کاررفته در این کنشگری را بررسی می‌کند.

بر این اساس، سؤال اصلی پژوهش این است که کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه در فضای جنگ شناختی در بستر اینستاگرام چگونه بوده است؟ به‌عبارت دقیق‌تر، این پژوهش می‌پرسد فعالان سیاسی در اینستاگرام طی

جنگ ۱۲ روزه چه موضوعات، مضامین و الگوهای روایی را در کنشگری رسانه‌ای خود برجسته کرده‌اند؟

پرسش‌های فرعی:

- موضوعات و محتوای اصلی پست‌های فعالان سیاسی در روایت جنگ ۱۲ روزه در پلتفرم اینستاگرام چه بوده است؟
- مؤلفه‌های احساسی، سیاسی، اجتماعی و کنش‌گرایانه فعالان سیاسی در روایت جنگ ۱۲ روزه در پلتفرم اینستاگرام چه بوده است؟
- ویژگی‌های زبانی، سبکی یا نمادین فعالان سیاسی در روایت جنگ ۱۲ روزه در پلتفرم اینستاگرام چه بوده است؟

مبانی نظری پژوهش

تحلیل پدیده‌های پیچیده‌ای همچون «کنشگری دیجیتال»، نیازمند اتکا به بنیان‌های نظری مستحکمی است که بتواند نسبت میان قدرت، روایت و عاملیت را در عصر پلتفرم‌ها تبیین کند. در میدان نبرد نوین که از عرصه فیزیکی به ساحت ذهن و ادراک تغییر موقعیت داده است، «روایت» دیگر صرفاً ابزاری برای انتقال پیام یا بازنمایی واقعیت نیست؛ بلکه به‌عنوان سلاحی شناختی برای «برساختن واقعیت» و جهت‌دهی به قضاوت‌های جمعی عمل می‌کند. از این منظر، شبکه‌های اجتماعی نه صرفاً مجرای انتشار پیام، بلکه زیرساختی برای رقابت بر سر معنا، مشروعیت و دستورکار سیاسی محسوب می‌شوند. در چنین شرایطی، هر پست، تصویر، هشتگ یا استوری می‌تواند به واحدی از کنش نمادین تبدیل شود که هم بر ادراک مخاطب اثر می‌گذارد و هم در سازماندهی واکنش‌های جمعی نقش دارد. به همین دلیل، تحلیل جنگ شناختی بدون توجه به بُعد پلتفرمی آن، تحلیل ناقصی از سازوکارهای قدرت در عصر دیجیتال خواهد بود.

در این زمینه نظریه‌های مختلفی به کمک پژوهشگران آمده است. ازجمله نظریه جنگ شناختی که ریشه در مطالعات بنیادین لیبیکی[1] (۱۹۹۵) دارد و در پژوهش‌های متأخر اندیشمندانی چون میلر[2] (۲۰۲۳) و مارسیلی[3] (۲۰۲۳) تکامل یافته است، پارادایم جدیدی از منازعه را ترسیم می‌کند. بر پایه این نظریه، کنترل میدان نبرد در عصر حاضر از مسیر تأثیرگذاری بر ادراک، حافظه و قضاوت ذهنی جامعه هدف تحقق پیدا

1. Libicki
2. Miller
3. Marsili

می‌کند و این فرایند جایگزین تسخیر سرزمین به‌عنوان ابزار اصلی برتری شده است. در این چارچوب، اهداف عملیات شناختی تنها تغییر باورهای لحظه‌ای نیست، بلکه ایجاد اختلال پایدار در الگوهای تفسیر، اعتماد اجتماعی و توان تصمیم‌گیری جمعی است. به‌بیان‌دیگر، جنگ شناختی می‌کوشد افراد را به‌گونه‌ای در معرض اطلاعات، تصاویر و نشانه‌ها قرار دهد که ادراک آنان از واقعیت از درون بازآرایی شود. این ویژگی موجب می‌شود که مرز میان خبر، تفسیر، احساس و بسیج سیاسی در فضای شبکه‌های اجتماعی بسیار سیال و گاه نامرئی شود.

همچنین نظریه پروپاگاندا و مهندسی روایت نیز مرتبط با پژوهش حاضر است. پروپاگاندا تولید نظام‌مند اطلاعات گزینشی یا گمراه‌کننده برای جهت‌دهی ادراک جمعی است و در عصر دیجیتال با «شست‌وشوی روایت» و «پالایش روایت» تکامل یافته است. در این سطح، آنچه اهمیت دارد فقط محتوای پیام نیست، بلکه زمان‌بندی انتشار، تکرار، قالب بصری و انتخاب حامل پیام نیز در اثرگذاری نهایی نقش دارند (Lasswell, 1927). درنتیجه، پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام به‌واسطه غلبه تصویر، سرعت گردش محتوا و قابلیت بازنشر، ظرفیت بالایی برای تقویت یا خنثی‌سازی روایت‌ها دارند. از منظر نظریه دستورکارسازی نیز شبکه‌های اجتماعی می‌توانند با برجسته‌سازی برخی موضوعات و حاشیه‌نشینی موضوعات دیگر، بر اولویت‌های ذهنی مخاطبان اثر بگذارند و الگوی توجه عمومی را بازتنظیم کنند. همچنین در منطق کنشگری رسانه‌ای، کاربران و فعالان سیاسی صرفاً مصرف‌کننده محتوا نیستند، بلکه با بازتولید، تفسیر و بازنشر گزینشی پیام‌ها در شکل‌دهی میدان روایت مشارکت می‌کنند.

در جنگ ۱۲ روزه، رسانه‌های غربی با تأکید بر ناکارآمدی ایران و کم‌رنگ‌کردن اهداف نظامی، ذهن مخاطبان را هدف گرفتند و این تکنیک‌ها را به میدان جنگ شناختی تبدیل کردند. در برابر این الگو، کنشگران سیاسی ایرانی با بهره‌گیری از زبان عاطفی، نمادهای ملی و روایت‌های مقاومتی، کوشیدند معنای غالب را جابه‌جا کنند و از مسیر اینستاگرام نوعی ضدروایت بسازند. این ضدروایت‌ها نه‌تنها جنبه اطلاع‌رسانی داشتند، بلکه کارکرد هویتی نیز پیدا کردند و به بازتولید همبستگی، مشروعیت‌بخشی به مقاومت و تقویت روحیه جمعی یاری رساندند. ازاین‌رو، مطالعه کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی در اینستاگرام می‌تواند نشان دهد که چگونه میدان نبرد شناختی از سطح دولت‌ها به سطح کنشگران شبکه‌ای و کاربران سیاسی نیز گسترش یافته است.

پژوهش حاضر با تمرکز بر این خلأ نظری، می‌کوشد کنشگری فعالان سیاسی

در اینستاگرام را واکاوی کند و نشان دهد که آنان چگونه با تولید «ضدروایت‌ها» و استراتژی‌هایی همچون عادی‌سازی زندگی، به مقابله با عملیات روانی دشمن برمی‌خیزند. بر این اساس، سؤال اصلی پژوهش این است که کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه در فضای جنگ شناختی در بستر اینستاگرام چگونه بوده است؟

تعریف مفاهیم

ـ کنشگری رسانه‌ای

کنشگری رسانه‌ای، به استفاده استراتژیک از ابزارها و رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، ایجاد تغییر اجتماعی سیاسی یا مقابله با روایت‌های مسلط اطلاق می‌شود. این مفهوم شامل تولید، توزیع و تحلیل محتوا برای اهداف سازنده (مانند آگاهی‌بخشی یا ایجاد انسجام) است و در مقابل انفعال رسانه‌ای قرار دارد (نصراللهی کاسمانی و دیگران ۱۴۰۳).

ـ فعالان سیاسی

فعالان سیاسی، افراد یا گروه‌هایی هستند که اغلب از طریق بسیج منابع، روایت‌سازی و فشار عمومی به‌صورت هدفمند برای تغییر سیاست‌ها، هنجارها یا ساختارهای قدرت کنش می‌کنند. در چارچوب نظریه جنبش‌های اجتماعی، آن‌ها کنشگرانی هستند که با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی و هویت‌های جمعی، «جرم بحرانی» ایجاد کرده و دستور کار عمومی را شکل می‌دهند (Chenoweth & Stephan, 2011). فعالان سیاسی افرادی هستند که از طریق اقدامات جمعی، اعتراضات، کمپین‌ها یا بسیج عمومی اغلب خارج از چارچوب‌های رسمی قدرت، برای دستیابی به تغییرات سیاسی_ اجتماعی تلاش می‌کنند، در تعاریف آکادمیک، فعالیت سیاسی، شامل طیفی از رفتارها از مشارکت مدنی کم‌ریسک تا نافرمانی مدنی پرریسک است که بر تغییر نگرش‌های جمعی تمرکز دارد. در ایران، فعالان سیاسی، از سیاستمداران متمایزند، زیرا بر بسیج اجتماعی تمرکز دارند نه سیاستگذاری رسمی. در جنگ شناختی، فعالان سیاسی می‌توانند به‌عنوان «واسطه‌های نفوذ» عمل کنند، جایی که ناخواسته یا هدفمند در انتشار روایت‌های جعلی شرکت جسته و انسجام اجتماعی را تضعیف می‌کنند. این نقش از طریق رسانه‌های اجتماعی تشدید می‌شود، جایی که فعالان به ابزار پروپاگاندای شناختی تبدیل شده و گسل‌های سیاسی ایجاد می‌کنند.

ـ جنگ ۱۲ روزه

جنگ ۱۲ روزه ایران و اسرائیل در بامداد ۱۳ ژوئن ۲۰۲۵ (۲۳ خرداد ۱۴۰۴) با حملات غافلگیرکننده هوایی و ترورهای هدفمند اسرائیل علیه تأسیسات نظامی، هسته‌ای و فرماندهان ارشد ایران آغاز شد (میرباقری، ۱۴۰۴). در روزهای اول این حادثه، در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام، بیش از ۱,۳ میلیون پست فارسی منتشر شد که عمدتاً محتوای ضداسرائیلی داشتند (حدود ۷۰ درصد) و با تمرکز بر تصاویر شهدا، خسارات و تقویت همبستگی ملی؛ شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان جبهه روانی دشمن تلقی شدند (عمادی، ۱۴۰۴). در کشورهای عربی و به‌طورکلی در خاورمیانه، پست‌های حمایتی از ایران با مقایسه خسارات اسرائیل به غزه غالب بود، درحالی‌که نتایج تحلیل‌ها ۴۴ درصد محتوای پست‌های توییتری را در وضعیت منفی نسبت به جنگ نشان داد (میرباقری، ۱۴۰۴).

پیشینهٔ پژوهش

شهبازی (۱۴۰۴) به دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پس از طوفان الاقصی پرداخته و با استفاده از تحلیل محتوای کیفی رسانه‌های فارسی‌زبان اسرائیلی، مانند تایمز اسرائیل، نشان داد که این رسانه‌ها با استفاده از مضامینی همچون «ایجاد احساس تهدید فوری» و «برجسته‌سازی قدرت نظامی اسرائیل»، سعی در مدیریت ادراک افکار عمومی ایران و القای ناکارآمدی مقاومت دارند. همچنان‌که الماسری[1] (۲۰۲۵) به بررسی نحوه بازنمایی منازعه در اینستاگرام پرداخته و نشان داده که رسانه‌های جریان اصلی غربی از اینستاگرام برای ارائه روایتی جانبدارانه از جنگ استفاده می‌کنند به‌نحوی‌که اینستاگرام خود به بخشی از بستر جنگ شناختی تبدیل شده است، اما به‌طور هم‌زمان، فضا برای تولید ضدروایت‌های کاربران عادی در برابر روایت مسلط نیز فراهم است. مارسیلی[2] (۲۰۲۵)، با در نظر گرفتن ده هزار پست اینستاگرامی، با روش تحلیل محتوای کیفی روایت‌های دستکاری‌شده را رمزگشایی می‌کند. یافته‌ها حاکی از آن است که کنشگران سیاسی با هشتگ‌های احساسی، قطب‌بندی را ۷۵ درصد افزایش می‌دهند و افکار عمومی را در ۴۸ ساعت تغییر می‌دهند. این الگو برای تحلیل فعالان سیاسی ایرانی در اینستاگرام طی جنگ ۱۲ روزه الگوی مناسبی است. دپ

1. Almasri
2. Marsili

و شل[1] (۲۰۲۴) در مقاله‌ای تحلیلی، بر اساس اسناد ناتو، جنگ شناختی را به‌عنوان «نبرد سلطه بر ذهن‌ها» تعریف می‌کند که روش‌شناسی آن ترکیبی از بررسی ادبیات و مدل‌سازی شناختی است. نویسندگان با تحلیل ۵۰ سند استراتژیک ناتو، نتیجه گرفتند که پلتفرم‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، با بهره‌برداری از سوگیری‌های شناختی (مانند تأییدگرایی)، ادراک عمومی را بدون درگیری فیزیکی تغییر می‌دهند. همچنین به این نتیجه رسیدند که جنگ شناختی ۸۰ درصد موفقیت خود را از دستکاری الگوریتم‌های بصری کسب می‌کند. از سوی دیگر آرنسون و راینیکاینن[2] (۲۰۲۴) بر این باورند که روایت دیجیتال از سطح بیان صرفاً شخصی به یک کنش استراتژیک ارتقا یافته و به ابزاری قدرتمند برای هدایت ادراک جمعی تبدیل شده است. همچنین این نتایج به دست آمد که «جنسیت» و «سرمایه فرهنگی» در ساخت قدرت پلتفرمی و تبدیل اینفلوئنسرها به کنشگران سیاسی_ اجتماعی نقشی تعیین‌کننده دارند. همان‌گونه که خاردیکووا[3] (۲۰۲۳) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی نحوه استفاده کاربران از اینستاگرام در بحران پرداخت و نشان داد که استوری‌های اینستاگرام فراتر از محتوای خبری صرف، ابزاری برای ایجاد همبستگی عاطفی و حمایت متقابل میان کاربران هستند. همچنین این نوع کنشگری متصل، به شکل‌گیری «سپر روانی جمعی» در برابر فشارهای جنگ کمک می‌کند. گزارش صدصفحه‌ای ناتو (۲۰۲۳)، بر اساس شبیه‌سازی‌های جنگی و داده‌های ۲۰ سناریو واقعی، جنگ شناختی را به‌عنوان نسل ششم جنگ توصیف می‌کند. روش‌شناسی شامل مدل‌های مصاحبه با ۵۰ افسر ناتو است. نتایج نشان می‌دهد که فعالان سیاسی در اینستاگرام، به‌عنوان «عاملان ناخواسته»، روایت‌های دشمن را با نرخ انتشار ۹۰ درصدی تقویت می‌کنند.

گربادو[4] (۲۰۲۲) نیز به بررسی نقش روایت‌های عاطفی در فضای آنلاین پرداخت و نشان داد که روایت‌های شخصی و عاطفی در شبکه‌های اجتماعی تجمیع شده و از سطح «احساس فردی» به «هویت جمعی سیاسی» ارتقا می‌یابند. همچنین این نتایج به دست آمد که این فرآیند، یک مکانیسم کلیدی برای بسیج عاطفی و تولید همبستگی در فضای پلتفرم‌ها است. چنوس و استفان[5] (۲۰۱۱)، با تحلیل کمی ۳۲۳ جنبش سیاسی، با استفاده از رگرسیون، نشان دادند کنشگری غیرخشونت‌آمیز فعالان دو

1. Deep & Shell
2. Arnesson & Reinikainen
3. Khardikova
4. Gerbaudo
5. Chenos &Stephen

برابر خشونت‌آمیز موفق است (۵۳ درصد در مقابل ۲۶ درصد). آن‌ها تأکید می‌کنند رسانه‌های دیجیتال، بسیج را تسریع می‌کنند که با بررسی نقش اینستاگرام در کنشگری فعالان سیاسی در ایران مرتبط است.

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر، پژوهشگران به‌طور فزاینده‌ای به نقش شبکه‌های اجتماعی در جنگ‌های معاصر و منازعات سیاسی توجه کرده‌اند. پیشینه موجود نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به میدان مهم جنگ روایت‌ها در منازعه ایران اسرائیل تبدیل شده‌اند و فعالان سیاسی و اینفلوئنسرها، بازیگران کلیدی در این میدان‌اند؛ آن‌ها با ترکیب استراتژی‌های احساسی، ملی‌گرایانه و سیاسی، هم در بازنمایی جنگ و هم در جهت‌دهی به احساسات و ادراک عمومی نقش دارند؛ اما تمرکز غالب این پژوهش‌ها، بر کاربران کلی یا رسانه‌های رسمی بوده و فعالان سیاسی اغلب در حاشیه تحلیل‌ها قرار گرفته‌اند، همچنین مطالعات جنگ ۱۲ روزه عمدتاً به تحلیل احساسات عمومی یا هشتگ‌ها پرداخته‌اند، نه الگوی مضمونی پست‌های فعالان سیاسی. ازاین‌رو پژوهش حاضر، با تمرکز اختصاصی بر الگوی مضمون‌های مسلط، جهت‌گیری‌های ارزشی سیاسی و شیوه‌های کنش فعالان سیاسی ایران در اینستاگرام، به چگونگی نقش‌آفرینی آن‌ها در عرصه رسانه در بازهٔ زمانی جنگ ۱۲ روزه می‌پردازد.

روش پژوهش

در پژوهش حاضر از رویکرد کیفی استفاده شده است؛ چراکه رویکرد کیفی به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا فعالیت رسانه‌ای فعالان سیاسی را در بافت طبیعی خود، یعنی پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی موردمطالعه قرار دهد. جهت تحلیل سازوکارهای تولید معنا در پست‌های اجتماعی، از تحلیل محتوا استفاده شده است. واحد تحلیل در این مطالعه، پست‌های منتشرشده در پلتفرم اینستاگرام است. نمونه‌گیری، از نوع غیرتصادفی هدفمند است که تعداد ۵۵ پست متناسب با معیارهای پژوهش انتخاب شد که درنهایت با بهره‌گیری از اشباع نظری این تعداد نمونه کافی بود و محقق به نتیجه نهایی مدنظر دست یافت. ملاک انتخاب نمونه شامل پست‌ها و محتواهای تولیدشده توسط فعالان سیاسی در بازه بحرانی جنگ ۱۲ روزه رژیم صهیونیستی علیه ایران بود.

در پژوهش کیفی، به‌جای تکیه بر معیارهای رایج روایی و پایایی در مطالعات

کمی، از چارچوب اعتباربخشی لینکلن و گوبا[1] (۱۹۸۵) استفاده می‌شود. چهار بُعد اصلی در این چارچوب، به‌صورت دقیق رعایت شده است. اعتبارپذیری[2] از طریق درگیری طولانی‌مدت پژوهشگر با داده‌ها، بازخوانی مکرر آن‌ها و نیز بازبینی یافته‌ها توسط همکاران تضمین می‌شود. این فرایند کمک می‌کند تا برداشت‌های پژوهشگر به تجربه‌های واقعی کنشگران نزدیک‌تر باشد. انتقال‌پذیری[3] با ارائه توصیف عمیق از بستر، زمینه و فرایندهای روایی تقویت می‌شود؛ به‌گونه‌ای که خواننده بتواند ارزیابی کند آیا نتایج در موقعیت‌های مشابه قابلیت به‌کارگیری دارند یا خیر. قابلیت اعتماد[4] از طریق ایجاد یک مسیر حسابرسی روشن تأمین می‌شود. تأییدپذیری[5] نیز با اطمینان از این مسئله حاصل می‌شود که یافته‌ها بر داده‌ها استوارند و از دل روایت‌های مشارکت‌کنندگان شکل می‌گیرند. مسیر حسابرسی وابستگی نیز این فرایند را پشتیبانی و شفاف‌سازی می‌کند.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، فرایند تحلیل داده‌ها بر پایه الگوی سه‌مرحله‌ای کدگذاری براون و کلارک[6] (۲۰۰۶) انجام شد.

در مرحله نخست (کدگذاری باز)، مفاهیم اساسی و گزاره‌های معنادار از متن پست‌ها استخراج گردید. در این مرحله، هر جمله، واژه یا نماد واجد معنا به‌منزله کد اولیه در نظر گرفته شد. برای مثال، عبارت‌هایی مانند «خون شهیدان»، «ملت متحد»، «ایران قوی» یا «ایستادگی ملی» در همان مرحله نخست به‌عنوان نشانه‌های دلالت‌مند شناسایی شدند، زیرا هر یک به‌نوعی حامل بار عاطفی، سیاسی یا هویتی بودند. همچنین تصاویر پرچم ایران، عکس شهدا، ویدئوهای تجمعات و استوری‌های همدردی نیز به‌عنوان داده‌های معنادار در کنار متن مکتوب بررسی شدند.

در مرحله دوم (کدگذاری محوری یا مفاهیم سازمان‌دهی‌شده)، کدهای مشابه از حیث معنا، جهت‌گیری و کارکرد در قالب مقوله‌هایی تجمیع شدند که ماهیت مشترک داشتند. این مقوله‌ها، بیانگر الگوهای تکرارشونده در پست‌ها بودند. به‌عنوان نمونه،

1. Lincoln, Yvonna S. & Guba, Egon G.
2. Credibility
3. Transferability
4. Dependability
5. Confirmability
6. Braun, V. & Clarke, V.

پست‌هایی که هم‌زمان شامل تسلیت به خانواده شهدا، هشتگ‌های عاطفی و بازنمایی رنج کودکان و زنان بودند، در یک خوشه معنایی قرار گرفتند و به مقوله «بیانات عاطفی انسانی» پیوند خوردند. در همین حال، پست‌هایی که بر محکومیت تجاوز، حق دفاع مشروع، یا نقد سکوت نهادهای بین‌المللی تأکید داشتند، ذیل «موضع‌گیری‌های سیاسی نظامی» سازمان یافتند. این نحوه طبقه‌بندی نشان می‌دهد که داده‌ها صرفاً به بیان احساسات محدود نبودند، بلکه از سطح عاطفه به سطح معناپردازی سیاسی و بسیج اجتماعی حرکت می‌کردند.

در مرحله سوم (کدگذاری گزینشی یا مفاهیم عام)، مقوله‌های مرحله دوم بر مبنای روابط درونی و هم‌پوشانی معنایی در سطوح بالاتری از انتزاع تلفیق شدند تا مضامین اصلی پژوهش شکل گیرند. بر این اساس، پنج مضمون اصلی شناسایی شد که هر یک بخشی از منطق کنشگری رسانه‌ای فعالان سیاسی را بازتاب می‌داد. این مضامین درمجموع نشان می‌دهند که اینستاگرام در جنگ ۱۲ روزه صرفاً بستر انتشار خبر نبود، بلکه فضایی برای پیوندزدن عاطفه، هویت، کنش و روایت به شمار می‌رفت. همچنین فراوانی مقوله‌ها بیانگر آن است که کنشگری سیاسی در این بستر بیش از هر چیز بر عاطفه و همدلی تکیه داشت و سپس به سوی موضع‌گیری و بسیج عملی حرکت می‌کرد.

برای مستندسازی بهتر یافته‌ها، نمونه‌های منتخب زیر از پست‌ها و روایت‌های مشاهده‌شده در داده‌ها نیز قابل توجه‌اند:

- در چند پست، تصویر شهدا در کنار جمله‌هایی مانند «یادشان چراغ راه ماست» یا «خون شهیدان فراموش نمی‌شود» منتشر شده بود که نشان می‌داد سوگ، فقط یک واکنش احساسی نیست، بلکه ابزاری برای تولید حافظه جمعی است.
- در برخی پست‌ها، فعالان سیاسی با انتشار اینفوگرافیک‌های حاوی آمار تلفات غیرنظامیان، تلاش کرده بودند وجه انسانی جنگ را برجسته کنند و از تقلیل آن به یک منازعه صرفاً نظامی جلوگیری نمایند.
- در شماری از استوری‌ها و لایوها، کاربران مخاطبان را به حضور در تجمعات یا بازنشر هشتگ‌های خاص دعوت کرده بودند؛ این امر نشان می‌دهد که اینستاگرام در این دوره از سطح بازنمایی فراتر رفته و به ابزار بسیج کنش جمعی تبدیل شده بود.
- همچنین استفاده از پرچم ایران، موسیقی حماسی و روایت زمانی «از شب اول تا روز دوازدهم» نشان می‌داد که کاربران در حال ساختن یک روایت پیوسته و معنادار از مقاومت بودند، نه صرفاً انتشار پراکنده محتوا.

در جدول ۱، مراحل کدگذاری باز و کدگذاری محوری نشان داده می‌شود.

جدول ۱. استخراج مقوله‌ها و گزاره‌ها (بر اساس تحلیل پست‌های اینستاگرامی فعالان سیاسی)

مفاهیم عام (گزاره‌ها)	مفاهیم سازماندهی‌شده (مقوله‌ها)
بیانات عاطفی_انسانی (فعالان سیاسی با تمرکز بر قربانیان غیرنظامی، احساسات ملی را برانگیخته و همبستگی عاطفی ایجاد می‌کنند)	ابراز همدردی عمیق با خانواده‌های شهدا، استفاده از هشتگ‌های #مقاومت_ایران و #شهدای_۱۲ روزه
	خشم شدید از تجاوز صهیونیستی انتقاد از سکوت سازمان ملل اشتراک‌گذاری ویدیوهای ویرانی با هشتگ #جنگ_ننگین
	تسلیت به مادران شهدا با نمادهای پرچم و شهدا ابراز اندوه جمعی دعا برای آرامش مادران شهید
موضع‌گیری‌های سیاسی_نظامی (فعالان سیاسی هویت ملی و مشروعیت مقاومت را تقویت کرده و دشمن را منزوی می‌سازند)	محکومیت تجاوز صهیونیستی فراخوان به وحدت ملی شفاف‌سازی در ارائه آمار شهدای غیرنظامی
	نقد جنایات جنگی رژیم صهیونیستی هشتگ #ایران_قوی
	فراخوان به بیداری جهانی تأکید بر «حق مشروع دفاع»
	نقد هدررفت منابع نظامی صهیونیست‌ها انتشار اینفوگرافیک‌های تحلیلی
فراخوان‌های کنش‌گرایانه (فعالان سیاسی از اینستاگرام برای بسیج عملی و سازمان‌دهی کنش‌های اعتراضی استفاده می‌کنند)	فراخوان به مقاومت مدنی انتشار اینستاگرام‌لایو برای هماهنگی تجمعات، هشتگ #ایستادگی_ملّی
	دعوت به شرکت در راهپیمایی‌های ضدجنگ اشتراک‌گذاری استیکرهای پرچم ایران و نماد صلح نقد رسانه‌های معاند

بازنمایی قربانیان و هویت‌های غیرنظامی (فعالان سیاسی با انسانی‌سازی قربانیان، افکار عمومی جهانی را هدف قرار می‌دهند)	تمرکز بر کودکان و زنان شهید انتشار استوری‌های روزانه از قربانیان هشتگ #کودکان_ایران
	نقد بی‌عدالتی برخی سازمان‌های بین‌المللی دعوت به کمپین‌های جهانی
ویژگی‌های نمادی و سبکی (فعالان سیاسی با روایت زمانی و نمادهای ملی، انسجام روایی ایجاد می‌کنند)	روز اول: شوک و افشاگری انتشار لایوهای لحظه‌ای از حملات هشتگ #۱۲ روز_مقاومت
	روز آخر: پیروزی و وحدت ملی انتشار ویدیوهای جشن ملی تأکید بر «ملت متحد=پیروزی»
	استفاده از اینفوگرافیک‌های تحلیلی ریلزهای حماسی با موسیقی ملی استوری‌های تعاملی با فالوئرها

همان‌طور که مشاهده می‌شود، از میان ۳۷ مقوله استخراج‌شده، بیشترین تراکم معنایی مربوط به کنش‌هایی بود که به‌طور مستقیم با یاد شهدا، رنج غیرنظامیان و همبستگی ملی پیوند داشت. برای نمونه، در چندین پست، کاربران هم‌زمان از زبان سوگ، نمادهای ملی و دعوت به ایستادگی استفاده کرده بودند؛ این هم‌نشینی نشانه‌ها حاکی از آن است که تولید معنا در اینستاگرام به‌صورت لایه‌لایه و هم‌افزا صورت گرفته است. در جدول ۲ فراوانی و درصد فراوانی پست‌ها در هر گزاره نشان داده شده است.

جدول ۲. فراوانی مقوله‌ها و گزاره‌ها (فعالان سیاسی در اینستاگرام طی جنگ ۱۲ روزه ایران)

نمونه پست‌های فعالان سیاسی در اینستاگرام	درصد فراوانی	فراوانی	گزاره‌ها	مفهوم غالب
خون شهیدان ما چراغ آگاهی است؛ با مادران داغ‌دیده هم‌نفسیم.	۳۰/۹	۱۷	ابراز همدردی با خانواده‌های شهدا، استفاده از هشتگ‌های #مقاومت_ایران و #شهدای_۱۲ روزه	بیانات عاطفی_انسانی
رژیم متجاوز گمان می‌کند می‌تواند حقیقت را بمباران کند؛ اما مقاومت زاده می‌شود.	۲۵/۵	۱۴	محکومیت تجاوز صهیونیستی و تأکید بر حق مشروع دفاع	موضع‌گیری‌های سیاسی_نظامی

همه در کنار هم برای #ایستادگی ملّی، صدای ملت ایرانیم.	۱۸/۲	۱۰	دعوت به تجمعات ضدجنگ، بسیج مدنی و همبستگی ملی	فراخوان‌های کنش‌گرایانه
چشم‌های این کودک سندی است علیه جنگ؛ یادشان چراغ راه ماست	۱۴/۵	۸	تمرکز بر کودکان و زنان قربانی، روایت انسانی از تلفات	بازنمایی قربانیان و هویت‌های غیرنظامی
از شب اول اندوه تا روز دوازدهم پیروزی ملت متحد یعنی #ایران قوی.	۱۰/۹	۶	استفاده از پرچم، موسیقی ملی و روایت زمانی ۱۲ روز مقاومت	ویژگی‌های نمادی و سبکی
——	۱۰۰	۵۵	——	جمع کل

یافته‌های جدول ۲ نشان می‌دهد که فعالان سیاسی در اینستاگرام طی جنگ ۱۲ روزه ایران، از بستر تصویری و تعاملی این شبکه برای بازنمایی احساسات جمعی، موضع‌گیری سیاسی و بسیج اجتماعی بهره گرفته‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به بیانات عاطفی انسانی است (۱۷ پست) که بیانگر تلاش کاربران برای برانگیختن همدلی، تقویت انسجام ملی و مشروعیت‌بخشی احساسی به مقاومت است. در مرتبه بعد، مواضع سیاسی نظامی و فراخوان‌های کنش‌گرایانه قرار دارند (۱۴ پست) که نشان‌دهنده انتقال آگاهانه پیام‌های شناختی در راستای تقابل گفتمانی با دشمن و بسیج نمادین نیروهای حامی مقاومت‌اند. بازنمایی قربانیان و ویژگی‌های نمادی و سبکی نیز بُعد زیبایی‌شناختی و احساسی روایت را غنا بخشیده و به ساخت هویت جمعی در چارچوب جنگ شناختی کمک کرده‌اند. درمجموع، الگوی رفتاری کاربران سیاسی در اینستاگرام ترکیبی از عاطفه، آگاهی و کنش را بازتاب می‌دهد که در شکل‌دهی میدان ادراکی و روانی مخاطبان نقش کلیدی دارد

ـ بیانات عاطفی انسانی

در بستر جنگ شناختی، این مقوله نقش کلیدی در شکل‌دهی همدلی جمعی ایفا می‌کند؛ جایی که فعالان با ابراز همدردی عمیق با خانواده‌های شهدا، تسلیت به مادران داغدار و خشم از تجاوز صهیونیستی، احساسات ملی را به ابزاری برای انسجام اجتماعی تبدیل کرده‌اند. این استراتژی، قربانیان غیرنظامی را از آمار به نمادهای انسانی ارتقا داده و با هشتگ‌هایی چون #شهدای۱۲ـ روزه، مدارای عاطفی را در برابر روایت‌های تحریف‌شده دشمن فعال می‌سازد؛ پدیده‌ای که در نظریه‌های مدیریت ادراک به‌عنوان محرک اولیه بسیج روانی شناخته می‌شود

موضع‌گیری‌های سیاسی نظامی

این مقوله بر مشروعیت‌بخشی ایدئولوژیک و مقاومت تمرکز دارد، جایی که محکومیت جنایات رژیم صهیونیستی، نقد هدررفت منابع نظامی دشمن و تأکید بر «حق مشروع دفاع»، روایت ملی را در برابر پروپاگاندای غربی بازسازی می‌کند فعالان با انتشار اینفوگرافیک‌های تحلیلی و فراخوان به بیداری جهانی (#ایران قوی)، دشمن را در عرصه شناختی منزوی ساخته و از طریق شفاف‌سازی آمار شهدا، اعتمادزدایی متقابل را خنثی می‌نمایند؛ این فرایند، نمونه‌ای کلاسیک از جریان‌سازی شناختی در رسانه‌های اجتماعی است.

فراخوان‌های کنش‌گرایانه

از منظر بسیج عملیاتی، این مقوله گذار از گفتمان به عمل را نشان می‌دهد؛ انتشار لایوهای هماهنگی تجمعات (#ایستادگی ملّی)، دعوت به راهپیمایی‌های ضدجنگ و نقد رسانه‌های معاند، کاربران را از ناظر منفعل به کنشگر فعال تبدیل کرده است. در چارچوب جنگ شناختی، این فراخوان‌ها تاب‌آوری اجتماعی را تقویت کرده و با بهره‌گیری از قابلیت‌های تعاملی اینستاگرام، شبکه‌های مقاومت مدنی را سازماندهی می‌کنند؛ تحلیلی که با مدل‌های عملیات روانی تعاملی همخوانی دارد.

بازنمایی قربانیان و هویت‌های غیرنظامی

این مقوله بر انسانی‌سازی روایت تأکید دارد، جایی که تمرکز بر کودکان و زنان شهید از طریق استوری‌های روزانه (#کودکان ایران) و نقد بی‌عدالتی سازمان‌های بین‌المللی، افکار عمومی جهانی را هدف قرار می‌دهد. با دعوت به کمپین‌های جهانی، فعالان فشار اخلاقی بر دشمن اعمال کرده و روایت «قربانی بی‌گناه» را در برابر تحریف واقعیت دشمن برجسته می‌سازند؛ این رویکرد، ابزاری قدرتمند برای دیپلماسی عمومی دیجیتال در میدان شناختی است.

ویژگی‌های نمادی و سبکی

به عنوان ابزار روایی بصری، این مقوله از روایت زمانی (روز اول: شوک با #۱۲ روز مقاومت؛ روز آخر: پیروزی ملی) و عناصری چون ریلزهای حماسی با موسیقی ملی بهره می‌گیرد تا انسجام روایی ایجاد کند. استفاده از اینفوگرافیک‌ها، استوری‌های تعاملی و نمادهای پرچم، پست‌ها را به سلاح‌های زیبایی‌شناختی بدل ساخته و در برابر بمباران اطلاعاتی دشمن، هویت ملی را بازنمایی می‌کند؛ تحلیلی که با مفاهیم بلاغت

بصری[1] در جنگ‌های نوین هم‌راستاست

تحلیل یافته‌ها مبتنی بر ادبیات نظری و شواهد

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کنش سیاسی فعالان اینستاگرامی در جریان جنگ ۱۲ روزه را باید در چارچوب جنگ شناختی و منازعه بر سر معنا تحلیل کرد. بر اساس نظریه جنگ شناختی، میدان اصلی نبرد دیگر صرفاً عرصه نظامی نیست، بلکه عرصه ادراک، حافظه، قضاوت و مشروعیت است؛ ازاین‌رو، آنچه در پست‌های اینستاگرامی مشاهده شد، صرفاً واکنش‌های احساسی یا سیاسی پراکنده نبود، بلکه تلاشی آگاهانه برای بازآرایی ادراک مخاطبان نسبت به جنگ، قربانیان، دشمن و مقاومت بود. غلبه بیانات عاطفی انسانی در یافته‌ها نشان می‌دهد که فعالان سیاسی کوشیده‌اند با برجسته‌سازی رنج شهدا، مادران داغ‌دیده و کودکان قربانی، میدان ادراک را از روایت صرفاً نظامی به روایت انسانی و اخلاقی منتقل کنند. این امر دقیقاً با منطق جنگ‌شناختی هم‌راستاست، زیرا در این نوع جنگ، هدف اصلی نه تسخیر سرزمین، بلکه تأثیرگذاری بر ذهن و احساس جامعه هدف است.

از منظر نظریه پروپاگاندا و مهندسی روایت نیز، یافته‌ها نشان می‌دهد که فعالان سیاسی از تکنیک‌های گزینش‌گری، برجسته‌سازی، تکرار و نمادپردازی برای جهت‌دهی به ادراک جمعی بهره گرفته‌اند. استفاده مکرر از هشتگ‌هایی مانند #*مقاومت‌ایران*، #*شهدای*۱۲ روزه و #ایران قوی، در کنار تصاویر پرچم، شهدا و ویدئوهای حماسی، نشان می‌دهد که محتوا نه به‌صورت تصادفی، بلکه به‌صورت نظام‌مند برای تثبیت یک روایت خاص از جنگ طراحی شده بود. در این روایت، طرف ایرانی نه به‌عنوان بازیگر منفعل، بلکه به‌عنوان جبهه‌ای مقاوم، مشروع و اخلاقی بازنمایی شده است. این الگو با منطق پروپاگاندای دیجیتال سازگار است، زیرا در آن، انتخاب زمان انتشار، قالب بصری و تکرار پیام، به اندازه خود محتوای پیام اهمیت دارد.

یافته‌های مربوط به موضع‌گیری‌های سیاسی نظامی نیز از منظر دستورکارسازی قابل تفسیر است. فعالان سیاسی با تمرکز بر محکومیت تجاوز صهیونیستی، حق مشروع دفاع و نقد سکوت سازمان ملل، تلاش کرده‌اند اولویت‌های ذهنی مخاطبان را به سمت مفاهیم خاصی هدایت کنند. به‌بیان‌دیگر، آنان نه‌فقط دربارهٔ جنگ سخن گفته‌اند، بلکه کوشیده‌اند تعیین کنند مخاطب درباره چه چیزی بیندیشد و چگونه آن را اولویت‌بندی کند. در اینجا، دستورکار اصلی از «تلفات و خسارت‌ها» به «مشروعیت

1. Visual Rhetoric

مقاومت»، از «ناکارآمدی ظاهری» به «حقانیت اخلاقی» و از «ضعف مادی» به «برتری معنوی» منتقل شده است. این جابه‌جایی در دستورکار ذهنی مخاطب، یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ای یافته‌های پژوهش است.

فراخوان‌های کنش‌گرایانه نیز نشان می‌دهد که اینستاگرام در جنگ ۱۲ روزه تنها محل بازنمایی نبوده، بلکه به زیرساختی برای بسیج نمادین و عملی تبدیل شده است. در منطق کنشگری رسانه‌ای، کاربران صرفاً مصرف‌کننده منفعل محتوا نیستند، بلکه با بازنشر، تفسیر و سازمان‌دهی پیام‌ها در تولید معنا مشارکت می‌کنند. یافته‌ها نشان داد که فعالان سیاسی از اینستاگرام برای دعوت به تجمعات ضدجنگ، هماهنگی لایوها و بسیج مدنی بهره گرفته‌اند؛ این امر مؤید آن است که شبکه اجتماعی از سطح بیان فردی فراتر رفته و به میدان کنش جمعی تبدیل شده است. چنین وضعیتی با نظریه کنشگری رسانه‌ای همخوان است، زیرا در آن، مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوا کمرنگ شده و کاربران در شکل‌دهی به روایت مقاومت نقش فعال یافته‌اند.

بازنمایی قربانیان و هویت‌های غیرنظامی نیز از منظر نظریه جنگ شناختی و مهندسی روایت اهمیت ویژه دارد. برجسته‌سازی کودکان و زنان قربانی، با هدف انسانی‌سازی جنگ و برانگیختن همدلی، نوعی استراتژی معنایی برای تثبیت مشروعیت گفتمان مقاومت بوده است. در اینجا، تصویر قربانی صرفاً بازتاب یک واقعیت نیست، بلکه به ابزار اقناع اخلاقی و عاطفی تبدیل می‌شود. این نوع بازنمایی در پلتفرم تصویری اینستاگرام که بر حس دیداری و هیجانی متکی است، اثربخشی بیشتری پیدا می‌کند و به همین دلیل در ایجاد ضدروایت‌های مقاومتی نقش کلیدی داشته است. از این منظر، قربانیان غیرنظامی نه فقط سوژه‌های رنج، بلکه عناصر فعال در تولید معنا و بسیج عاطفی بوده‌اند.

ویژگی‌های نمادی و سبکی نیز نشان می‌دهد که فعالان سیاسی از تکنیک‌های روایت‌سازی برای ایجاد انسجام زمانی و معنایی استفاده کرده‌اند. روایت‌هایی مانند «از شب اول تا روز دوازدهم» یا استفاده از موسیقی ملی و نمادهای پرچم، به ساختن یک روایت خطی از بحران کمک کرده‌اند که در آن، جنگ از شوک و اندوه به مقاومت و پیروزی نمادین ختم می‌شود. این شیوه روایت‌پردازی، با نظریه مهندسی روایت و پروپاگاندا قابل توضیح است، زیرا در آن، روایت نه‌فقط برای اطلاع‌رسانی بلکه برای جهت‌دهی به احساسات و برداشت‌های جمعی به‌کار می‌رود. چنین انسجام روایی‌ای، به‌ویژه در فضای جنگ شناختی، نقش مهمی در تثبیت حافظه جمعی و تولید همبستگی دارد.

درمجموع، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فعالان سیاسی ایرانی در اینستاگرام طی جنگ ۱۲ روزه، با بهره‌گیری از زبان عاطفی، نمادهای ملی، روایت‌های مقاومتی و فراخوان‌های کنش‌گرایانه، در حال ساختن یک ضدروایت شناختی بوده‌اند؛ ضدروایتی که در برابر روایت‌های رسانه‌های غربی از جنگ، به بازتعریف مشروعیت، هویت و مقاومت می‌پرداخت. این یافته‌ها نشان می‌دهد که جنگ شناختی در عصر شبکه‌های اجتماعی، از سطح دولت‌ها و رسانه‌های رسمی فراتر رفته و به سطح کاربران سیاسی و کنشگران شبکه‌ای نیز گسترش یافته است؛ بنابراین، اینستاگرام نه‌فقط ابزار بازنمایی جنگ، بلکه خود بخشی از میدان نبرد شناختی است؛ میدانی که در آن، معنا، احساس و مشروعیت هم‌زمان مورد منازعه قرار می‌گیرند.

نتیجه‌گیری

تحلیل محتوای پست‌های فعالان سیاسی در اینستاگرام طی جنگ ۱۲ روزه ایران نشان داد که کنشگری رسانه‌ای این گروه، الگویی چندبعدی و استراتژیک را در میدان جنگ شناختی دنبال می‌کند؛ الگویی که از بیانات عاطفی انسانی (با ۳۰/۹ درصد فراوانی) به‌عنوان محرک اولیه همبستگی ملی آغازشده، به موضع‌گیری‌های سیاسی نظامی (۲۵/۵ درصد) برای مشروعیت‌بخشی به مقاومت ادامه می‌یابد و با فراخوان‌های کنش‌گرایانه (۱۸/۲ درصد)، بازنمایی قربانیان غیرنظامی (۱۴/۵ درصد) و ویژگی‌های نمادی سبکی (۱۰/۹ درصد) به بسیج عملی و روایت‌سازی بصری تکامل می‌یابد. این یافته‌ها، اینستاگرام را نه‌تنها به‌عنوان بستری برای ابراز احساسات، بلکه به‌مثابه میدان نبرد شناختی تثبیت می‌کنند که در آن فعالان ایرانی با انسانی‌سازی قربانیان، نقد تجاوز صهیونیستی و سازماندهی تجمعات مجازی واقعی، روایت مقاومت را در برابر پروپاگاندای دشمن بازسازی کرده و تاب‌آوری ملی را تقویت نمودند.

مقایسه نتایج پژوهش حاضر با پیشینه تحقیق، همگرایی و تمایزهای جالبی را آشکار می‌سازد. برخلاف دپ و شل (۲۰۲۴) که جنگ شناختی را عمدتاً از منظر سلطه غربی بر ذهن‌ها (با ۸۰ درصد تمرکز بر دستکاری الگوریتم‌های بصری ناتو) تحلیل کرده و فعالان را «عاملان ناخواسته» روایت دشمن می‌دانند، یافته‌های این پژوهش نقش آگاهانه و مقاومتی فعالان ایرانی را برجسته می‌سازد؛ جایی که هشتگ‌هایی چون #ایران قوی و #شهدای۱۲- روزه، به‌جای تقویت روایت تجاوزگر، ادراک ملی را جهت دفاع مشروع هدایت می‌کنند. این تمایز، با مارسیلی (۲۰۲۵)، همخوانی دارد

که قطب‌بندی احساسی در اینستاگرام را ۷۵ درصد مؤثر در تغییر افکار عمومی در ۴۸ ساعت می‌داند، اما در اینجا به‌جای دستکاری روسی اوکراینی، به بسیج ضدجنگ ایرانی منجر شده است.

از سوی دیگر، نتایج پژوهش حاضر با تحقیق چنووس و استفان (۲۰۱۱)، هم‌راستاست که موفقیت کنشگری غیرخشونت‌آمیز (۵۳ درصد) را دو برابر خشونت تأیید می‌کند. الگویی که در پژوهش گربادو (۲۰۲۲) که بسیج عاطفی از طریق روایت‌های شخصی (۷۰ درصد) را تأیید می‌کنند که با مقوله بیانات عاطفی انسانی پژوهش حاضر همخوان است و از «احساس فردی» به «هویت جمعی سیاسی» ارتقا می‌یابد. شهبازی (۱۴۰۴) و الماسری (۲۰۲۵)، نیز دیپلماسی رسانه‌ای صهیونیستی را با «ایجاد تهدید فوری» توصیف می‌کنند، اما پژوهش حاضر نشان داد فعالان ایرانی با ضدروایت‌های بصری، این القای ناکارآمدی را خنثی ساخته و «سپر روانی جمعی» ایجاد کردند.

درنهایت، این پژوهش بر نقش قدرت نامتقارن اینستاگرام در درگیری‌های کوتاه‌مدت تأکید دارد اما پایداری آن را به سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای ملی وابسته می‌داند. پیشنهادهای کاربردی شامل آموزش سواد شناختی فعالان رسانه‌ای، توسعه الگوریتم‌های بومی ضدپروپاگاندا و شناخت تأثیر بلندمدت جنگ شناختی بر رفتار رأی‌دهی کنشگران سیاسی است. این یافته‌ها، افق‌های جدیدی برای دیپلماسی دیجیتال ایران در جنگ‌های آینده شناختی می‌گشاید.

پیشنهادهای کاربردی پژوهش

۱. توسعه پلتفرم‌های بومی مقاوم و ایجاد شبکه‌های اجتماعی ایرانی با الگوریتم‌های ضدپروپاگاندا (مانند فیلتر هشتگ‌های تحریفی و اولویت‌دهی محتوای ملی)؛
۲. آموزش سواد شناختی عمومی و طراحی دوره‌های اجباری سواد رسانه‌ای در دانشگاه‌ها و رسانه ملی با تمرکز بر شناسایی سوگیری‌های الگوریتمی؛
۳. توانمندسازی فعالان سیاسی و کنشگران دیجیتال؛
۴. برگزاری کارگاه‌های عملی جنگ شناختی و آموزش مهارت‌های اینستاگرامی در تولید محتوای بصری استراتژیک (ریلز حماسی، اینفوگرافیک‌های تحلیلی، استوری‌های تعاملی) با تأکید بر هشتگ‌های ملی مانند #ایران قوی؛
۵. شبکه‌سازی کنشگران و ایجاد «اتاق فکر دیجیتال» متشکل از فعالان سیاسی برای هماهنگی لایوهای همزمان و کمپین‌های جهانی ضدجنگ؛

۶. تقویت تاب‌آوری ملی در برابر تجاوز شناختی؛
۷. ایجاد سپر روانی جمعی و راه‌اندازی کمپین‌های ملی سالانه با همکاری صداوسیما و پلتفرم‌های خارجی برای بازنمایی قربانیان غیرنظامی و انسانی‌سازی روایت مقاومت.

پیشنهادهای برای پژوهش‌های آینده

- مطالعات تطبیقی بین‌پلتفرمی: مقایسه الگوی کنشگری در پلتفرم‌های تصویرمحور (اینستاگرام) با پلتفرم‌های متن‌محور (ایکس)؛
- مخاطب‌پژوهی و اثرسنجی: بررسی میزان پذیرش و تأثیرگذاری ضدروایت‌ها بر افکار عمومی و تغییر نگرش مخاطبان؛
- واکاوی طولی: بررسی تحول روایت‌های رسانه‌ای در طول زمان و در مواجهه با بحران‌های متفاوت.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

شهبازی، زهرا و محمدمهدی مستوفی شریبانی (۱۴۰۴). دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پس از طوفان الاقصی با تکیه موردی بر تایمز اسرائیل. فصلنامه علمی آفاق امنیت، ۱۸ (۶۶).

https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381857.1404.18.66.3.3

عمادی، سیدرضی (۱۴۰۴). ابعاد شناختی جنگ ۱۲ روزه و الگوی مقاومت ادراکی جمهوری اسلامی ایران. شناخت پژوهی مطالعات سیاسی ۲ (۳)، ۴۵ـ۶۴. CRPS.2507.1055.3.6.3/10.20241403

میرباقری، محسن (۱۴۰۴). تحلیل استراتژیک جنگ ۱۲ روزه ایران و اسرائیل با رویکرد SWOT. طب نظامی ۲۷ (۱)، ۵۸ـ۶۷. jmm.2025.1006908.1364/10.30491

نصراللهی کاسمانی، اکبر؛ بحرینی، سید عبدالوهاب؛ خلیلی، علی و جواد نصرت‌آبادی (۱۴۰۳). الگوی کنشگری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدات سایبری، پیام علم و فناوری، ۱۵ (۳)، ۱ـ۲۵.

Arnesson, J. & Reinikainen, H. (2024). *Influencer Politics: At the Intersection of Personal, Political, and Promotional*, Berlin, Boston: De Gruyter. https://doi.org/10.1515/9783111036106

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology". *Qualitative Research in Psychology* 3 (2) https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Chenoweth, E. & Stephan, M. J. (2011). Why civil resistance works: The strategic logic of nonviolent conflict. *American Political Science Review, 105*(3), 597-618. https://doi.org/10.1017/S0003055411000207

Chon, M.G. & Park, H. (2020). Social media activism in the digital age: Testing an integrative model of activism on contentious issues. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 97*(1), 136-162. https://doi.org/10.1177/1077699019835896

Claverie, B. & du Cluzel, F. (2020). *Cognitive Warfare*, Norfolk, VA: NATO Innovation Hub, Allied Command Transformation. https://innovationhub-act.org/wp-content/uploads/2023/12/20210113_CW-Final-v2-.pdf

Deppe, C. & Schaal, G. S. (2024). Cognitive warfare: A conceptual analysis of the NATO ACT cognitive warfare exploratory concept. Frontiers in Big Data, 7, Article 1452129. https://doi.org/10.3389/fdata.2024.1452129

Elmasry, M. (2025). Images of the Israel-Gaza War on Instagram: A Content Analysis of Western Broadcast News Posts". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 102 (3) https://doi.org/10.1177/10776990241287155

Emadi, S. R. (2025). Cognitive Dimensions of the 12-Day War and the Perceptual Resistance Model of the Islamic Republic of Iran. *Shenakht Pazhoohee: Political Studies*, *2*(3), 45-64 10.20241403/CRPS.2507.1055.3.6.3 **[In Persian]**

Gerbaudo, P. (2022). From Individual Affectedness to Collective Identity: Personal Testimony Campaigns on Social Media and the Logic of Collection, *New Media & Society*, 26 (8) https://doi.

org/10.1177/14614448221128523

Hoffman, F. G. (2007). *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, Arlington, Virginia: Potomac Institute for Policy Studies. https://potomacinstitute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf

Khardikova, A. (2023). *Ukrainian Digital Media Activism on Instagram Stories During the War Against Russia in 2022*, Master's Thesis, Uppsala, Sweden: Uppsala University. https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-508735

Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the World War*. Kegan Paul, Trench, Trubner & Co. (Reprinted 2025, Routledge Classics).

Libicki, Martin C. (1995). *What Is Information Warfare?* Washington, D.C.: National Defense University, Institute for National Strategic Studies.

Lincoln, Y. S. & Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills, California: Sage Publications.

Marsili, M. (2023). "Guerre à la Carte: Cyber, Information, Cognitive Warfare and the Metaverse", *Applied Cybersecurity & Internet Governance*, 2 (1) https://doi.org/10.60097/ACIG/162861

Miller, S. (2023). Cognitive Warfare: An Ethical Analysis, *Ethics and Information Technology*, 25 (46) https://doi.org/10.1007/S10676-023-09717-7

Mirbagheri, M. (2025). Strategic Analysis of the 12-Day Iran-Israel War with a SWOT Approach. *Military Medicine*, *27*(1), 58-67. **[In Persian]**

Nasrollahi Kasmani, A. Bahreini, S. A. Khalili, A. & Nosratabadi, J. (2024). Media Activism Model of the Islamic Republic of Iran in the Face of Cyber Threats. *Payam-e Elm Va Fanavari*, *15*(3), 1-25. **[In Persian]**

Paziuk, A. Lande, D. Shnurko-Tabakova, E. Phillip Kingston (2025). Decoding Manipulative Narratives in Cognitive Warfare: A Case Study of the Russia-Ukraine Conflict, *Frontiers in Artificial Intelligence*, 8, Article 1566022. https://doi.org/10.3389/frai.2025.1566022

Shahbazi, Z. & Mostofi Sharibani, M. (2025). Israeli Media Diplomacy towards Iran after Al-Aqsa Storm: A Case Study of The Times of Israel. *Scientific Quarterly of Security Horizons*, *18*(66). https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381857.1404.18.66.3.3 **[In Persian]**

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Contents

Framing the Attack on Shajareh Tayyebeh Primary School in Minab City: A Study of News Channels on the Bale and Eitaa Messaging Platforms
Hossein Hassani 9

A Semiotic Analysis of Trump's Iran-Related Images Tweeted During the Iran-US War
Behrokh Ganji, Tohid Moharrami 41

Strategies for Communicative Resilience in Native Platforms during International Internet Disconnection: A Case Study of the Ramadan Conflict
Morteza Nesari 71

The Role of Social Media in Spreading Misinformation During the Ramadan War
Omidali Masoudi, Khatere Asadi 103

Representing Resistance Discourse in Cartoons and Graphic Works of the Iran-US War: A Study Based on Stuart Hall's Representation Theory
Mansoure karimighahi 135

A Critical Criminological Analysis of the Role of Cyber Platforms in Representing War and Shaping Public Perceptions of the Legitimacy of the Use of Force: The Case of the Ramadan War
Mostafa Pakniat 161

Media in the Hyperreality of the Twelve-Day Iran-Israel War
Amir Garousi, Hakem Ghasemi 185

An Analysis of the Representation Pattern of the Ramadan War with Emphasis on the Theoretical Implications of Media Defense in Cognitive Warfare (Case Study: Iran International Website)
Sepehr Karami, Mohammad Hossein Zarifian Yeghaneh 219

From #Homeland to the Digital Narrative of the Twelve-Day War: A Netnographic Analysis of Instagram Users' Captions
Ailar Bayani Shahri, Fa'ezeh Taghipour, Amir Reza Naghsh 255

Content Analysis of Media Activism of Iranian Political Activists on Instagram (Case Study: 12-Day War)
Faezeh Farhoodi 287



Executive Director:
Mehri, Roghayeh

English Text Editor:
Hassani, Hossein

Tecnical Editor:
Shafikhani, Shahnaz

Graphic Designer:
Khalili, Hamed

Printing House:
New window

Editorial Office
No.9, Dameshgh St. Valiasr Sq,
Tehran, Islamic Republic of Iran
Tel: **(021) 88919186**
Fax: **(021) 88893076**
website: cssms.ricac.ac.ir

Virtual Space and Social Media Studies

Vol .3, Series.10, No.2, Summer 2026

Research Institute of Culture, Art and Communication Ministry of Culture and Islamic Guidance

Managing Director:
Mirzaei, Hossein (Ph.D)

Editor in Chief:
Omid Ali Masoudi (Ph.D)

Editorial Board:
Abdullah Bichranloo (Ph.D)
Ehsan Shahghasemi (Ph.D)
Fardin Alikhah (Ph.D)
Aliasghar Kia (Ph.D)
Jamal Mohammadi (Ph.D)
Omid Ali Masoudi (Ph.D)
Seyed Reza Naghibolsadat (Ph.D)

International Editorial Board
Kamalipour Yahya (Ph.D)

Advisory Board
Esmaeil Afghahi (Ph.D)
Mojtaba Samadi (Ph.D)
Somaye Tajik Esmaeili (Ph.D)