

Media Agency of Tehran Women in the Cognitive Warfare Space during the 12-Day War (Instagram Case Study)

Faezeh Farhoodi, Seyed Mohammad Moosaviyan

1 .Corresponding Author : assistant professor, Faculty of Management, Social Sciences and Media, University of Religions and Denominations, Qom, Iran.

f.farhudi@urd.ac.ir <https://orcid.org/0000-0002-4025-1264>

2. M.A., Development and Promotion of Religious Culture, Faculty of Islamic Studies, Maaref Islamic University, Qom, Iran.

moosaviyan1369@gmail.com <https://orcid.org/0009-0004-2857-6981>

Abstract

This present research addresses the media agency of Tehran women in the cognitive warfare field on the Instagram platform during the 12-day war period. This study was conducted using a qualitative approach and thematic analysis method (Brown and Clarke model). The unit of analysis included content produced by 20 women residents of Tehran during the 12-day war period, who were purposively selected and coded using MAXQDA 2024 software. The findings led to the identification of 6 general themes among women as symbols of national cohesion; emotional and psychological resilience; social reconstruction; the bond between Iran and women; macro-level education of the new generation; and psychological strategies for calmness. The results showed that Tehran women, by moving beyond the passive victim role, acted as strategic agents and, through producing smart "counter-narratives," contributed to neutralizing the enemy's terror goals, reconstructing social cohesion, and protecting the community's cognitive boundaries.

Keywords: Cognitive Warfare, Media Agency, Tehran Women, Instagram, Digital Resistance, 12-Day War

کنشگری رسانه‌ای زنان تهرانی به‌عنوان مدافعان انسجام ملی در جنگ ۱۲ روزه (مطالعه موردی اینستاگرام)

فائزه فرهودی، سید محمد موسویان

۱. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران.

<https://orcid.org/0000-0002-4025-1264> f.farhudi@urd.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد، رشته توسعه و تبلیغ فرهنگ دینی، دانشکده مطالعات اسلامی، دانشگاه معارف

اسلامی، قم، ایران. moosaviyan1369@gmail.com - <https://orcid.org/0009-0004->

[2857-6981](https://orcid.org/0009-0004-2857-6981)

چکیده: پژوهش حاضر به چگونگی کنشگری رسانه‌ای زنان تهرانی در میدان جنگ شناختی در بستر اینستاگرام در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه می‌پردازد. این مطالعه با رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون (مدل براون و کلارک) انجام شد. واحد تحلیل شامل محتوای تولیدشده توسط ۲۰ نفر از بانوان ساکن تهران در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه بود که به‌صورت هدفمند انتخاب و با نرم‌افزار مکس کیودا (MAXQDA 2024) کدگذاری گردید. یافته‌ها منجر به شناسایی ۶ مضمون عام زنان به عنوان نماد انسجام ملی؛ تاب‌آوری عاطفی و روانی؛ بازسازی اجتماعی؛ پیوند ایران و زنان؛ آموزش کلان‌نگر نسل جدید؛ و راهبردهای روانشناختی آرامش شد. نتایج نشان داد زنان تهرانی با عبور از نقش قربانی منفعل، به‌عنوان کنشگرانی استراتژیک عمل کرده و با تولید «ضدروایت‌های» هوشمندانه، ضمن خنثی‌سازی اهداف هراس‌افکنانه دشمن، به بازسازی انسجام اجتماعی و صیانت از مرزهای شناختی جامعه کمک کرده‌اند.

کلیدواژه‌ها: جنگ ۱۲ روزه، جنگ شناختی، کنشگری رسانه‌ای، زنان تهرانی،

اینستاگرام، مقاومت دیجیتال

۱. مقدمه و بیان مسئله

در عصر حاضر، شتاب تحولات فناورانه در عرصه ارتباطات، چهره منازعات بین‌المللی را به کلی دگرگون کرده است. اگر در گذشته، پیروزی در میدان‌های نبرد با فتح خاک و برتری نظامی سنجیده می‌شد، امروز «جنگ شناختی» 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. در این پارادایم جدید، مهاجم تنها به دنبال انتشار پروپاگاندا نیست، بلکه می‌کوشد با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی، فرآیندهای 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 اختلال شناختی و تأثیرگذاری بر دستگاه محاسباتی جامعه هدف است (افتخاری و راجی ۱۴۰۱). اما در جنگ شناختی، میدان نبرد رسماً از جغرافیای فیزیکی به درون ذهن انسان منتقل شده و هدف غایی، مدیریت ادراک و باورهای جمعی است (Claverie & du Cluzel 2020).

مطالعات اخیر نشان می‌دهد که جنگ شناختی صرفاً معطوف به دستکاری اطلاعات نیست، بلکه به فرایندهای عمیق‌تر معناسازی اجتماعی و بازآرایی ادراکات جمعی مربوط می‌شود. در این چارچوب، مارسلی (۲۰۲۳) تأکید می‌کند که هدف اصلی عملیات شناختی، تأثیرگذاری بر شیوه تفسیر واقعیت و جهت‌دهی به قضاوت‌ها و رفتارهای اجتماعی است. با این حال، جامعه هدف را نمی‌توان صرفاً مجموعه‌ای از دریافت‌کنندگان منفعل پیام‌ها تلقی کرد. از منظر باتلر (۱۹۹۰)، معنا و هویت اجتماعی در بستر کنش‌های روزمره و فرایندهای مداوم بازنمایی و بازتولید شکل می‌گیرند؛ از این رو، کنشگران اجتماعی قادرند از طریق تولید و گردش

روایت‌های بدیل، در برابر روایت‌های مسلط مقاومت کرده و در بازتعریف معانی و هویت‌های جمعی مشارکت کنند. این دیدگاه، توجه به عاملیت شهروندان و نقش آنان در فرایندهای مقاومت روایی را در بستر رسانه‌های دیجیتال ضروری می‌سازد (Butler, 1990; Marsili, 2023). 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).

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).

با این حال، واکنش جامعه هدف، به‌ویژه در تهران، از الگوی خطی «تهدید-ترس» تبعیت نکرد. زنان شهروند تهرانی با نوعی مقاومت هوشمندانه، نشان دادند که پس از آگاهی از دستکاری شناختی، می‌توانند معادلات را معکوس کنند (Hung & Hung 2022). اینجاست که اهمیت پلتفرم‌های دیجیتال به‌عنوان «سلاح ضعیفا» برجسته می‌شود؛ مفهومی که اسکات (۱۹۸۵) در بستری متفاوت مطرح کرد و اکنون پژوهشگران نشان می‌دهند که چگونه رسانه‌های اجتماعی به ابزار محوری کنشگری زنان و گروه‌های حاشیه‌ای تبدیل شده‌اند (Khan et al, 2024).

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; Marsili 2023). در واقع، پژوهش‌های اندکی به این پرسش پرداخته‌اند که شهروندان عادی - که آماج اصلی این حملات هستند - چگونه در جنگ شناختی عمل می‌کنند؟ و چگونه از روایت‌های رسانه‌ای برای بازمعناسازی رویدادها، شکل‌دهی به ادراکات جمعی و مقاومت دیجیتال استفاده می‌کنند؟

پژوهش حاضر با تمرکز بر این خلأ نظری، می‌کوشد کنشگری روایی زنان تهرانی در اینستاگرام را واکاوی کرده و سازوکارهای روایی مورد استفاده آنان را در مواجهه با شرایط بحرانی و تنش‌های ناشی از جنگ ۱۲ روزه شناسایی و تبیین کند. با توجه به اینکه در سال‌های اخیر تمرکز دشمنان، بر مظلوم‌نمایش دادن زنان در ایران و پایمال شدن حقوق و آزادی‌های آنها بوده است؛ لذا در بسیاری از موارد بانوان، آماج حملات در فضای جنگ شناختی بوده‌اند. به همین جهت در این پژوهش، کنشگری زنان مورد بررسی قرار گرفته است. بر این اساس، پرسش اصلی و پرسش‌های فرعی پژوهش به شرح زیر صورت‌بندی می‌شوند:

پرسش اصلی: کنشگری رسانه‌ای زنان تهرانی در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه در فضای جنگ شناختی در بستر اینستاگرام چگونه بوده است؟
پرسش‌های فرعی:

- زنان تهرانی در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه چگونه از روایت‌های رسانه‌ای در اینستاگرام برای شکل‌دهی به روایت‌های جمعی مرتبط با مقاومت و انسجام اجتماعی بهره گرفتند؟
- زنان تهرانی در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه، از چه سازوکارهای روایی و ارتباطی در اینستاگرام برای تولید معنا، انتقال احساسات و شکل‌دهی به همبستگی اجتماعی استفاده کردند؟
- در روایت‌های رسانه‌ای تولیدشده در اینستاگرام توسط زنان تهرانی در بازه زمانی جنگ

۱۲ روزه، چه مفاهیمی از زندگی روزمره، احساس و امید منعکس شده است؟

۲. مبانی نظری

پژوهش حاضر بر نظریه «عموم‌های احساسی» زیزی پاپاخاریسی استوار است. این نظریه در واکنش به رویکردهای کلاسیک حوزه عمومی شکل گرفت که عمدتاً بر عقلانیت، گفت‌وگوی انتقادی و استدلال منطقی تأکید داشتند. پاپاخاریسی (۲۰۱۵) استدلال می‌کند که در محیط‌های رسانه‌ای شبکه‌ای، عواطف و احساسات نقشی بنیادین در شکل‌گیری افکار عمومی، سازمان‌یابی ارتباطات و بسیج کنش‌های اجتماعی ایفا می‌کنند. از این منظر، احساسات صرفاً واکنش‌های فردی نیستند، بلکه در تولید معنا، شکل‌دهی ادراک جمعی و هدایت کنش عمومی مشارکت دارند (Papacharissi, 2015).

در چارچوب این نظریه، رسانه‌های اجتماعی تنها ابزار انتقال اطلاعات محسوب نمی‌شوند، بلکه فضاهایی برای تولید، گردش و بازتفسیر احساسات هستند. فناوری‌های شبکه‌ای با پیوند دادن تجربه‌های پراکنده فردی، امکان شکل‌گیری تجربه‌های مشترک عاطفی را فراهم می‌کنند و از این طریق زمینه شکل‌گیری «عموم‌های احساسی» را به وجود می‌آورند (Papacharissi, 2015, pp. 15-20). در چنین فضایی، کاربران صرفاً دریافت‌کننده پیام نیستند، بلکه در تولید و بازتولید معنا مشارکت می‌کنند.

یکی از مفاهیم کلیدی این نظریه، «هم‌تنظیمی عاطفی» است. پاپاخاریسی معتقد است کاربران از طریق مواجهه با روایت‌ها، تصاویر و نمادهای مشترک، به وضعیت‌های عاطفی مشابه دست می‌یابند و نوعی هم‌احساسی و هم‌ادراکی جمعی شکل می‌گیرد (Papacharissi, 2015, pp. 16-22). این فرایند می‌تواند به تقویت پیوندهای اجتماعی، احساس تعلق و انسجام جمعی منجر شود.

در نظریه عموم‌های احساسی، روایت‌ها مهم‌ترین سازوکار سازمان‌دهی احساسات عمومی هستند. فناوری‌ها افراد را به یکدیگر متصل می‌کنند، اما روایت‌ها میان آنان پیوند معنادار برقرار

می‌سازند (Papacharissi, 2015, p. 5). از این رو، روایت‌های دیجیتال فراتر از انتقال اطلاعات عمل کرده و چارچوب‌هایی برای تفسیر رویدادها، شکل‌دهی ادراکات جمعی و جهت‌دهی به واکنش‌های اجتماعی فراهم می‌آورند.

کاربست این نظریه در پژوهش حاضر امکان تحلیل چگونگی تولید و گردش روایت‌های عاطفی زنان تهرانی در اینستاگرام را فراهم می‌کند. بر این اساس، روایت‌های منتشرشده در دوره جنگ ۱۲ روزه نه صرفاً بازتاب تجربه‌های فردی، بلکه سازوکارهایی برای شکل‌دهی هم‌احساسی جمعی، تقویت انسجام اجتماعی، بازآفرینی هویت ملی و سازمان‌دهی کنش ارتباطی در فضای شبکه‌ای تلقی می‌شوند. از این منظر، مضامین استخراج‌شده پژوهش شامل انسجام ملی، تاب‌آوری عاطفی، بازسازی اجتماعی، پیوند هویتی زنان با ایران، آموزش نسل جدید و راهبردهای روان‌شناختی آرامش را می‌توان به‌مثابه جلوه‌های مختلف شکل‌گیری و عملکرد عموم‌های احساسی در بستر اینستاگرام تفسیر کرد.

۳. پیشینه پژوهش

مطالعات مرتبط با جنگ شناختی نشان می‌دهد که رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های رقابت بر سر ادراک، هویت و معنا تبدیل شده‌اند. در این زمینه، افروغ (۱۴۰۴) نشان داد که جنگ شناختی علیه زنان ایرانی عمدتاً با هدف بازتعریف هویت و نقش‌های اجتماعی آنان صورت می‌گیرد، در حالی که شهبازی (۱۴۰۴) با تحلیل رسانه‌های فارسی‌زبان رژیم صهیونیستی، بر راهبردهای القای تهدید، ناامنی و تضعیف مقاومت در افکار عمومی ایران تأکید کرد. در سطح بین‌المللی نیز المصری (۲۰۲۵) نشان داد که اینستاگرام هم‌زمان می‌تواند بستری برای بازتولید روایت‌های مسلط و شکل‌گیری ضدروایت‌های مردمی باشد.

دسته دیگری از پژوهش‌ها بر عاملیت رسانه‌ای زنان و نقش روایت‌های دیجیتال تمرکز داشته‌اند. خان، سلمان و ضیاء (۲۰۲۴) با بهره‌گیری از مفهوم «سلاح ضعفا» نشان دادند که

فناوری‌های دیجیتال امکان ظهور اشکال جدیدی از مقاومت روایی را برای زنان فراهم می‌کنند. همچنین آرنسون و راینیکاینن^۱ (۲۰۲۴) روایت دیجیتال را ابزاری برای هدایت ادراک جمعی دانسته و بر نقش جنسیت و سرمایه فرهنگی در شکل‌گیری قدرت پلتفرمی تأکید کرده‌اند. در همین راستا، باقری‌میاب و همکاران (۱۴۰۰)، اسلامی (۲۰۲۱) و کالدیرا^۲ (۲۰۲۱) نشان داده‌اند که زنان از اینستاگرام برای بازتعریف هویت، مقاومت نرم و گسترش کنشگری اجتماعی و سیاسی استفاده می‌کنند.

گروه سوم پژوهش‌ها به ابعاد عاطفی روایت‌های دیجیتال پرداخته‌اند. خاردیکووا^۳ (۲۰۲۳) نشان داد که استوری‌های اینستاگرام می‌توانند به شکل‌گیری همبستگی عاطفی و حمایت متقابل در شرایط بحران کمک کنند. گربادو^۴ (۲۰۲۲) نیز بیان کرد که روایت‌های شخصی در شبکه‌های اجتماعی از سطح احساسات فردی فراتر رفته و به هویت‌های جمعی و بسیج عاطفی منجر می‌شوند. همچنین شهرستانی، سلطانی و طباطبایی لطفی (۱۴۰۱) نشان دادند که روایت‌های زنانه در مواجهه با بحران، بیش از روایت‌های مردانه بر ابعاد هویتی، عاطفی و دلبستگی به سرزمین استوار هستند.

مرور این مطالعات نشان می‌دهد که پژوهش‌های پیشین عمدتاً یکی از سه حوزه جنگ شناختی، کنشگری زنان در رسانه‌های اجتماعی یا نقش عواطف در روایت‌های دیجیتال را به‌صورت مستقل بررسی کرده‌اند. با وجود این، چگونگی تبدیل روایت‌های تولیدشده توسط زنان در شرایط یک بحران امنیتی واقعی به سازوکاری برای تولید تاب‌آوری جمعی، انسجام اجتماعی و مقاومت شناختی، همچنان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از این‌رو، پژوهش حاضر با تمرکز بر کنشگری رسانه‌ای زنان تهرانی در جریان جنگ ۱۲ روزه و با بهره‌گیری از چارچوب نظری عموم‌های احساسی پاپاخاریسی، می‌کوشد این خلأ را تبیین کند.

¹ Arnesson & Reinikainen

² Caldeira

³ Khardikova

⁴ Gerbaudo

۴. روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر با هدف درک و تبیین عمیق کنشگری رسانه‌ای زنان تهرانی در بستر جنگ شناختی، از رویکرد کیفی استفاده شده است؛ چرا که هدف این پژوهش سنجش فراوانی نیست، بلکه کاوش و فهم معنایی است که کنشگران به یک پدیده انسانی و اجتماعی (مقاومت روایی) نسبت می‌دهند. از آنجا که جنگ شناختی و کنشگری روایی پدیده‌هایی پیچیده، چندلایه و وابسته به زمینه هستند، رویکرد کیفی به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا این پدیده را در بافت طبیعی خود، یعنی پلتفرم‌های رسانه‌ای، مورد مطالعه قرار دهد. این پژوهش بر مبنای پارادایم برساخت‌گرایی اجتماعی و با رویکرد تفسیری انجام شده است؛ پارادایمی که بر نقش زبان، روایت و تعاملات اجتماعی در شکل‌گیری معنا و ادراکات جمعی تأکید دارد (Creswell & Poth, 2018; Flick, 2022).

برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون بازتابی^۱ براساس الگوی شش مرحله‌ای براون و کلارک استفاده شد. تحلیل مضمون روشی انعطاف‌پذیر و نظام‌مند برای شناسایی، سازمان‌دهی و تفسیر الگوهای معنایی در داده‌های کیفی است و امکان فهم سازوکارهای تولید معنا در بسترهای اجتماعی را فراهم می‌سازد (Braun & Clarke, 2006, 2021). در این پژوهش، داده‌های گردآوری‌شده شامل پست‌ها، استوری‌ها و ریلزهای اینستاگرامی مورد تحلیل قرار گرفتند و واحد تحلیل، روایت‌های رسانه‌ای بازنمایی‌شده در این محتواها بود. برای مدیریت، سازمان‌دهی و بازیابی داده‌ها و نیز ثبت فرایند کدگذاری، از نرم‌افزار مکس کیودا^۲ (۲۰۲۴) استفاده شد. با این حال، فرایند کدگذاری، استخراج مضامین، بازبینی و تفسیر نهایی داده‌ها به‌طور کامل توسط پژوهشگر و بر مبنای اصول تحلیل مضمون انجام گرفت (Braun & Clarke, 2021).

نمونه‌گیری از نوع هدفمند مبتنی بر معیار است و تعداد ۲۰ نمونه انتخاب شد. ملاک انتخاب نمونه شامل پست‌ها و محتوای تولیدشده توسط زنان ساکن تهران بود که در بازه بحرانی جنگ ۱۲ روزه علیه ایران به بیان روایتی متفاوت پرداخته‌اند. هدف از این گزینش، دستیابی به «تنوع

^۱ Reflexive Thematic Analysis

^۲ MAXQDA 2024

روایی» و غنای اطلاعاتی بود تا الگوهای روایت‌سازی و راهبردهای مقابله‌ای روشن شوند؛ نه برآورد فراوانی یا تعمیم آماری. جهت‌گیری سیاسی کلی هر نمونه (حامی، مخالف، بی‌طرف/نامشخص) به صورت طبقه‌بندی سطحی ثبت شد و در تحلیل مضمون برای بررسی تفاوت‌ها و اشتراک‌های روایی لحاظ گردید؛ با این حال، تمرکز تحلیلی بر ساختارهای روایی غالب بود.

در منطق پژوهش‌های کیفی، هدف نمونه‌گیری کسب عمق و غنای اطلاعاتی است. فرایند انتخاب نمونه‌ها به صورت تحلیلی انجام شد تا پست‌هایی گزینش شوند که واجد تنوع مفهومی، تمرکز روایی و پتانسیل بالای تولید معنا باشند. این استراتژی امکان فهم لایه‌های چندسطحی کنش روایی را فراهم می‌سازد و به پژوهشگر کمک می‌کند سازوکارهای روایت‌پردازی و معناسازی را با دقت بیشتری آشکار کند. کانال‌های جستجوی نمونه شامل هشتگ‌ها و کلیدواژه‌های مرتبط با جنگ ۱۲ روزه، پست‌های پربازنشر و شبکه ارجاعی کاربران فعال بود.

در پژوهش کیفی، به جای تکیه بر معیارهای رایج روایی و پایایی در مطالعات کمی، از چارچوب اعتباربخشی لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) استفاده شد که چهار بُعد اصلی دارد: (۱) اعتبارپذیری از طریق درگیری طولانی‌مدت پژوهشگر با داده‌ها، بازخوانی مکرر و بازبینی یافته‌ها توسط همکاران؛ (۲) انتقال‌پذیری با ارائه توصیف عمیق از بستر، زمینه و فرایندهای روایی؛ (۳) وابستگی از طریق ایجاد مسیر حسابرسی روشن (استفاده از مکس کیودا با ثبت مرحله به مرحله کدگذاری و تصمیمات تحلیلی)؛ (۴) تأییدپذیری از طریق اطمینان از استواری یافته‌ها بر داده‌ها و شکل‌گیری آن‌ها از دل روایت‌های مشارکت‌کنندگان.

حساسیت موضوع و حضور کنشگران در فضایی بالقوه پرخطر، ضرورت رعایت کامل اصول اخلاقی را دوچندان می‌کند. اگرچه داده‌ها از فضای عمومی اینستاگرام گردآوری شده‌اند، تمامی اسامی، شناسه‌های کاربری و هرگونه اطلاعات قابل شناسایی محرمانه بوده است. تمرکز پژوهش تنها بر محتوای روایت‌ها قرار داشت و هویت تولیدکنندگان منشا اثر نبوده است. این پژوهش در تمامی مراحل با رعایت اصول اخلاق پژوهش در مطالعات مبتنی بر داده‌های دیجیتال انجام شد.

درباره اشباع نظری: فرایند کدگذاری تدریجی و تکرارشونده انجام شد. پس از کدگذاری نخستین ۱۴-۱۶ نمونه، مشاهده شد مضامین کلیدی بارها تکرار می‌شوند و نمونه‌های جدید مضمون تازه‌ای تولید نمی‌کنند. چهار نمونه پایانی برای تأیید و پالایش نهایی مضامین اضافه شدند و بر این اساس نقطه خاتمه نمونه‌گیری تعیین گردید. مطابق توصیه براون و کلارک (۲۰۲۱)، اشباع در تحلیل مضمون بیش از آنکه یک معیار عددی باشد، به کفایت اطلاعاتی و تکرار الگوهای معنایی وابسته است. برای شفافیت، جدولی در ضمیمه ارائه شده است که روند ظهور کدها در بازه‌های نمونه‌ای را نشان می‌دهد. برای افزایش انتقال‌پذیری، جدول مشخصات زمینه‌ای نمونه‌ها (بدون هویت) نیز در ادامه درج شده است.

جدول ۱. مشخصات نمونه‌ها

جهت‌گیری کلی (ثبت سطحی)	شاخص فعالیت اینستاگرامی (در بازه جنگ ۱۲ روزه)	نوع محتوای منتشرشده در بازه جنگ ۱۲ روزه	مقطع تحصیلی	سن تقریبی	ردیف
حامی	۸ پست/استوری مرتبط	استوری + پست تحلیلی	کارشناسی	۲۲	۱
بی‌طرف/نامشخص	۶ پست/استوری مرتبط	ریلز + کپشن روایتی	دانشجوی کارشناسی	۲۶	۲
حامی	۱۰ پست/استوری مرتبط	پست + استوری + کپشن تحلیلی	کارشناسی ارشد	۳۱	۳
نامشخص	۵ پست/استوری مرتبط	استوری + ریلز	کارشناسی	۲۳	۴
حامی	۷ پست/استوری مرتبط	پست تحلیلی + کپشن بلند	دکترای مدیریت	۳۵	۵
بی‌طرف/نامشخص	۹ پست/استوری مرتبط	استوری + پست	کارشناسی	۲۶	۶
بی‌طرف/نامشخص	۴ پست/استوری مرتبط	ریلز + استوری	کارشناسی	۲۴	۷
حامی	۱۱ پست/استوری مرتبط	پست + کپشن تحلیلی	کارشناسی ارشد	۳۱	۸
مخالف	۶ پست/استوری مرتبط	استوری + پست	کارشناسی	۲۵	۹
حامی	۵ پست/استوری مرتبط	ریلز + استوری	کارشناسی	۲۳	۱۰
بی‌طرف/نامشخص	۸ پست/استوری مرتبط	پست تحلیلی + استوری	کارشناسی ارشد	۳۴	۱۱
حامی	۷ پست/استوری مرتبط	استوری + ریلز	کارشناسی	۲۴	۱۲
مخالف	۴ پست/استوری مرتبط	پست + کپشن کوتاه	کارشناسی	۲۳	۱۳

۱۴	۳۲	کارشناسی	استوری + پست تحلیلی	۹ پست/استوری مرتبط	حامی
۱۵	۲۷	کارشناسی ارشد	ریلز + کپشن روایتی	۶ پست/استوری مرتبط	بی طرف/نامشخص
۱۶	۲۵	کارشناسی	استوری + پست	۵ پست/استوری مرتبط	حامی
۱۷	۳۵	دانشجوی کارشناسی ارشد	پست تحلیلی + کپشن بلند	۱۰ پست/استوری مرتبط	حامی
۱۸	۲۸	کارشناسی	استوری + ریلز	۷ پست/استوری مرتبط	بی طرف/نامشخص
۱۹	۳۰	کارشناسی ارشد	پست + کپشن تحلیلی	۸ پست/استوری مرتبط	حامی
۲۰	۲۴	کارشناسی	استوری + پست	۶ پست/استوری مرتبط	بی طرف/نامشخص

۵. یافته‌های پژوهش

با استفاده از مدل تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶)، الگوهای معنایی مکرر در داده‌ها شناسایی و در قالب مضامین اصلی و فرعی سازمان‌دهی شدند. داده‌های اولیه این پژوهش شامل محتوای تولیدشده توسط ۲۰ زن ساکن تهران در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه بود که از طریق پست‌ها، استوری‌ها، ریلزها و کپشن‌های اینستاگرامی گردآوری شد. مجموع داده‌های تحلیل‌شده شامل ۴۸ پست متنی-تصویری، ۳۵ استوری، ۱۲ ریلز و ۲۸ کپشن تحلیلی/روایتی بود که در نرم‌افزار MAXQDA 2024 وارد و کدگذاری شدند.

در این پژوهش، فرایند تحلیل داده‌ها بر پایه الگوی سه‌مرحله‌ای کدگذاری انجام شد. در مرحله نخست (کدگذاری باز)، مفاهیم اساسی و گزاره‌های معنادار از متن پست‌های اینستاگرامی نمونه‌ها استخراج گردید. در این مرحله، هر جمله، واژه یا نماد واجد معنا به‌منزله کد اولیه در نظر گرفته شد که مستقیماً از زبان کنشگران زن تهرانی برآمده بود.

جهت شفافیت و اتقان کار، نمونه‌های مستند از داده‌های اولیه در جدول زیر ارائه شده است که روند استخراج کدها از داده‌های اولیه را نشان می‌دهد:

جدول ۲. نمونه‌های مستند از داده‌های اولیه و کدهای مستخرج

مقوله مرتبط	کدهای مستخرج اولیه	متن مستند از پست/استوری/کپشن	شماره محتوا	نوع محتوا	شماره نمونه
تلطیف فضای جنگی	طنز به عنوان ابزار مقاومت	پدافند هوایی رو به آتش بازی تشبیه می‌کنن؟ ما اینجا زندگی می‌کنیم، نه در فیلم جنگی!	۳	پست	۳
دلبستگی زنان به سرزمین	غیرتمندی زنان و دختران؛ ایستادگی در برابر تهدید بیرونی	مادرا، ما اینجا در تهرانیم، سرپا و نترس. وطن ما رو کسی نمی‌تونه بگیره	۷	استوری	۸
تداوم زندگی	تداوم زندگی؛ استمرار زندگی روزمره در شرایط جنگ	زندگی ادامه داره. سختی رو می‌پذیریم ولی ذلت و خواری را نه.	۱۲	کپشن	۵
تلطیف فضای جنگی	مدیریت ترس از طریق طنز؛ تلطیف فضای جنگی	دشمن فکر می‌کنن با پمپاژ هراس ما رو فلج می‌کنن؟ ما اینجا آرامش مون رو حفظ می‌کنیم، زندگی می‌کنیم	۱۵	پست	۱۷
تداوم زندگی	امید؛ زندگی روزمره	امروز صبح بوی نان تازه می‌آمد. زندگی ادامه داره، حتی وقتی دنیا می‌خواد بگه متوقف شدیم.	۴	استوری	۲
بازآفرینی هویتی	بازتعریف هویت زنانه؛ مادران وطن	دخترای من، شما قوی‌تر از چیزی هستید که دشمن فکر می‌کنه. ما مادران وطنیم، نه قربانیان فیلم‌ها.	۸	پست	۱۰
تداوم زندگی	نمایش آرامش جمعی؛ عادی‌سازی زندگی	ویدیو از خیابان‌های تهران: بچه‌ها دارن بازی می‌کنن، مردم دارن خرید می‌کنن. هیچ‌کس ترسیده نیست.	۳	ریلز	۱۴
دلبستگی زنان به سرزمین	ایستادگی؛ مالکیت جمعی بر وطن	وقتی دشمن فکر می‌کنه با حمله ما رو می‌ترسونه، ما بیشتر می‌ایستیم.	۱۹	کپشن	۶
مدیریت پس از بحران	سوک جمعی در عین امید؛ بازسازی پس از ویرانی	سوک داریم ولی امید هم داریم. بعد از هر ویرانی، بازسازی می‌کنیم. این تاریخ ایران ماست.	۱۱	استوری	۱۹
آموزش و تربیت نسل جدید	آموزش مقاومت به نسل جدید؛ تداوم هویت جمعی	به بچه‌هام می‌گم: ما ایرانی‌ایم، ما مقاومیم. این رو به نسل بعد می‌گیم.	۲۲	پست	۱۲

مدیریت ترس از طریق طنز	خشتی سازی ترس از طریق شوخی جمعی	می خندیم، زندگی می کنیم. دشمن فکر می کنه با هراس ما رو فلج می کنه؟ نه!	۶	استوری	۴
اتحاد و همبستگی زنان	همبستگی ملی و دینی؛ اتحاد زنان	همه ما اینجا در ایران هستیم، دست به دست. زن و مرد، جوان و پیر. این همبستگی ماست.	۱۷	پست	۱۶
دلبستگی زنان به سرزمین	عشق به سرزمین مادری؛ فداکاری برای وطن	عشق به وطن یعنی سختی رو بپذیری ولی بی وطنی نه. ما اینجا می ایستیم.	۱۴	کپشن	۹
آینده نگری	آینده نگری؛ باور به احیا	آینده رو می بینم: بچه ها در مدرسه، شهر زنده، ایران قوی. این امید ماست	۹	استوری	۲۰
بازآفرینی هویتی	نقض تصویر قربانی؛ سوژه مقاوم	دشمن ما رو مظلوم نشون می دن؟ ما سرپاییم، نترسیم، غیرتمندیم. این روایت ماست.	۲۰	پست	۷

این جدول شامل ۱۵ نمونه مستند از داده های اولیه است که نشان می دهد چگونه هر گزاره از متن پست ها/استوری ها/کپشن ها به کدهای مشخص و سپس به مقوله های مرتبط منجر شده است.

در مرحله دوم (کدگذاری محوری یا مفاهیم سازمان دهی شده)، کدهای مشابه از حیث معنا، جهت گیری و کارکرد در قالب مقوله هایی تجمیع شدند که ماهیت مشترک داشتند. این مقوله ها، بیانگر الگوهای تکرارشونده در روایت های زنان درباره هویت، مقاومت و سرزمین بودند. در مرحله سوم (کدگذاری گزینشی یا مفاهیم عام)، مقوله های مرحله دوم بر مبنای روابط درونی و هم پوشانی معنایی در سطوح بالاتری از انتزاع تلفیق شدند تا مضامین اصلی پژوهش شکل گیرند. این مضامین عام، بازتاب دهنده سازوکارهای کلان مقاومت شناختی و بازسازی ادراک جمعی در میدان جنگ شناختی بودند. در جدول (۲)، مراحل کدگذاری باز و کدگذاری محوری نشان داده می شود.

جدول ۳. مرحله اول و دوم کدگذاری داده ها

مفاهیم اساسی (مستخرج از متن پست‌های اینستاگرام)	مقوله‌ها (مفاهیم سازمان‌دهی شده)
ایستادگی در برابر تهدید بیرونی؛ ایمان به پیروزی؛ فداکاری زنان برای وطن؛ عشق به سرزمین مادری؛ استقامت زنان به مثابه هویت جمعی؛ تأکید بر مالکیت جمعی بر وطن	دلبستگی زنان به سرزمین غیرتمندی زنان و دختران
سوگ جمعی در عین امید؛ همبستگی عاطفی زنان؛ آمادگی زنان و دختران برای جان‌فشانی؛ احساس تعلق به خاک؛ اعلام وفاداری به وطن؛ شجاعت زنان در برابر دشمن؛ پیوند غیرت ملی با ایمان دینی	انسجام ملی حماسه ایثارگری زنان افتخارآفرینی جمعی
انتقاد زنان از مداخله بیگانگان؛ نفی وابستگی فکری؛ مقایسه پایداری زنان ایرانی با فرار دشمن؛ تأکید بر استواری زنان تهران؛ نمایش آرامش مردم ایران در برابر آشفتگی دشمن	دیگری‌سازی تحقیرآمیز اقتدار روانی و عاطفی زنان
استمرار زندگی روزمره در شرایط جنگ؛ حفظ آرامش و کارکرد اجتماعی شهر؛ عشق زنان به شهر و زندگی؛ ترجیح سختی بر بی‌وطنی	تداوم زندگی مدیریت بحران در زنان آرامش فردی و اجتماعی زنان
پیوند دین و ملیت؛ دفاع از ارزش‌های بومی؛ بازتعریف هویت ارزشی زنان در تقابل با رسانه‌های بیگانه؛ مقاومت مذهبی زنان و دختران در برابر دشمن؛ آموزش مقاومت توسط زنان به نسل جدید؛ تداوم هویت جمعی از رهگذر نسل‌ها	اتحاد و همبستگی زنان آموزش و تربیت نسل جدید همبستگی ملی و دینی
ابراز اندوه برای وطن؛ پیوند عاطفی میان سوگ و وطن‌دوستی؛ یادآوری زیبایی‌های شهر پس از حمله	مثبت‌اندیشی زنان سوگ عشق‌ورزی
بازسازی پس از ویرانی؛ باور به امکان احیا؛ نگاه آینده‌نگر زنان	مدیریت پس از بحران امید آینده‌نگری
طنز به‌عنوان ابزار مقاومت؛ خنثی‌سازی ترس از طریق شوخی	

همانطور که از نتایج جدول ۱ مشخص است، ۲۱ مقوله از مفاهیم اساسی احصا شده است که در مرحله سوم کدگذاری، مقوله‌های مرتبط با هم در یک دسته قرار گرفته و سپس گزاره‌های اصلی که معطوف به سوالات فرعی پژوهش است، مشخص خواهد شد که در جدول ۳ نشان داده شده است.

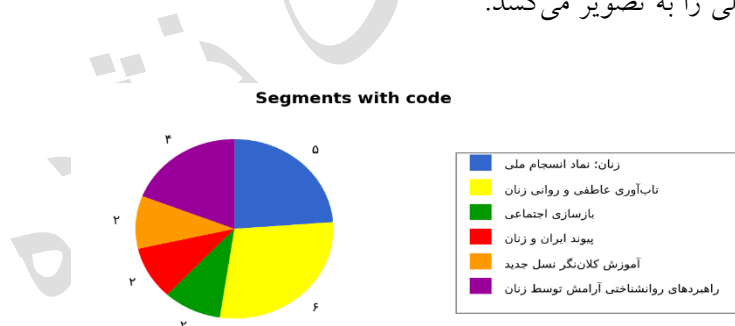
جدول ۴. استخراج گزاره‌ها از مقوله‌های مشابه

مضمین اصلی	مقوله‌ها (مفاهیم سازمان‌دهی شده)
زنان: نماد انسجام ملی	غیرتمندی زنان و دختران انسجام ملی حماسه ایثارگری زنان افتخارآفرینی جمعی همبستگی ملی و دینی
تاب آوری عاطفی و روانی زنان	دیگری‌سازی تحقیرآمیز اقتدار روانی و عاطفی زنان مثبت‌اندیشی زنان عشق ورزی امید تداوم زندگی
بازسازی اجتماعی	مدیریت بحران در زنان مدیریت پس از بحران
پیوند ایران و زنان	اتحاد و همبستگی زنان دلبستگی زنان به سرزمین

آموزش و تربیت نسل جدید آینده نگری	آموزش کلان نگر نسل جدید
آرامش فردی و اجتماعی زنان سوگواری برای وطن تلفیف فضای جنگی مدیریت ترس از طریق طنز	راهبردهای روانشناختی آرامش توسط زنان

بر پایه داده‌های استخراج شده و نتایج کدگذاری در جدول ۳، می‌توان مسیر پاسخ به سه پرسش فرعی پژوهش را ترسیم کرد؛ به گونه‌ای که هر یک از مضامین عام، مبنای تبیین بخشی از این پرسش‌ها را فراهم می‌سازد و زمینه تحلیل نهایی کنش‌گری رسانه ای بانوان تهرانی در میدان جنگ شناختی را آشکار می‌کند.

پس از تکمیل فرایند کدگذاری و بازبینی مضامین بر اساس الگوی تحلیل مضمون بازتابی براون و کلارک، روابط میان مقوله‌ها و مضامین اصلی در نرم‌افزار MAXQDA ترسیم شد. شکل ۱، نقشه مضامین نهایی پژوهش را نشان می‌دهد که چگونگی سازمان‌یابی مفاهیم و شکل‌گیری شش مضمون اصلی را به تصویر می‌کشد.



شکل ۱. نقشه مضامین استخراج شده از داده‌ها در نرم‌افزار MAXQDA

بر اساس فرایند کدگذاری سه مرحله‌ای (باز، محوری و گزینشی)، مجموعه راهبردهای روایی زنان تهرانی در میدان جنگ شناختی، در قالب ۶ مضمون اصلی (گزاره) قابل

صورت‌بندی است. این مضامین که مستقیماً به پرسش‌های فرعی پژوهش پاسخ می‌دهند، نشان‌دهنده یک نظام هماهنگ روایی منسجم برای مقابله با عملیات روانی دشمن هستند.

۵-۱. مضمون اول: زنان؛ نماد انسجام ملی

یافته‌های پژوهش نشان داد که یکی از برجسته‌ترین الگوهای روایی زنان تهرانی در اینستاگرام، بازنمایی خود به عنوان عاملان انسجام ملی و حافظان پیوندهای اجتماعی در شرایط بحران بود. کدهایی نظیر «غیرتمندی زنان و دختران»، «ایستادگی در برابر تهدید بیرونی»، «حماسه ایثارگری زنان»، «افتخارآفرینی جمعی» و «همبستگی ملی و دینی» در قالب این مضمون سازمان یافتند. در بسیاری از روایت‌ها، زنان با تأکید بر حضور فعال خود در جامعه، روایت‌های مبتنی بر ترس و فروپاشی اجتماعی را به چالش کشیدند. برای مثال، عباراتی نظیر «مادرا، ما اینجا در تهرانیم، سرپا و نترس» یا «همه ما اینجا در ایران هستیم، دست به دست. زن و مرد، جوان و پیر» نشان می‌دهد که زنان نه در جایگاه قربانیان جنگ، بلکه به عنوان حاملان انسجام اجتماعی و سرمایه نمادین جامعه ظاهر شده‌اند.

این یافته را می‌توان در چارچوب نظریه عموم‌های احساسی پاپاخاریسی (۲۰۱۵) تفسیر کرد. از منظر این نظریه، رسانه‌های اجتماعی صرفاً ابزار انتقال اطلاعات نیستند، بلکه بسترهایی برای سازمان‌دهی عواطف جمعی و شکل‌گیری تجربه‌های مشترک محسوب می‌شوند. روایت‌های زنان تهرانی با برجسته‌سازی احساس تعلق، همبستگی و مسئولیت جمعی، نوعی هم‌تنظیمی عاطفی ایجاد کرده‌اند که کاربران را حول یک احساس مشترک از تعلق ملی گرد هم آورده است. در این فرایند، انسجام ملی نه از طریق گفتمان‌های رسمی، بلکه از رهگذر روایت‌های روزمره و عاطفی بازتولید شده است.

یافته حاضر با نتایج پژوهش‌های اخیر درباره نقش زنان در تقویت سهرایه اجتماعی و همبستگی جمعی در شرایط بحران همسو است. مطالعات نشان داده‌اند که زنان در بسترهای دیجیتال می‌توانند از طریق تولید روایت‌های عاطفی و هویتی، به بازتولید اعتماد اجتماعی و

تقویت مقاومت جمعی کمک کنند (Khan et al., 2024) همچنین این یافته مؤید دیدگاه پاپاخاریسی (۲۰۱۵) است که روایت‌های دیجیتال را یکی از مهم‌ترین سازوکارهای شکل‌دهی به احساس تعلق و ایجاد عموم‌های احساسی در جوامع شبکه‌ای می‌داند.

۲-۵. مضمون دوم: تاب آوری عاطفی و روانی زنان

یافته‌های پژوهش نشان داد که بخش مهمی از روایت‌های زنان تهرانی در اینستاگرام معطوف به مدیریت عواطف، کنترل ترس و حفظ ثبات روانی در مواجهه با شرایط بحرانی بوده است. این مضمون از کدهایی نظیر «اقتدار روانی و عاطفی زنان»، «مثبت‌اندیشی»، «امید»، «عشق‌ورزی»، «تداوم زندگی» و «دیگری‌سازی تحقیرآمیز» استخراج شد. در بسیاری از روایت‌ها، زنان تلاش کرده‌اند با بازتعریف موقعیت بحرانی، از بازتولید احساس هراس جلوگیری کنند و در مقابل، بر استمرار زندگی و حفظ آرامش تأکید نمایند. عباراتی نظیر «دشمن‌ا فکرمی‌کنن با پمپاژ هراس ما رو فلج می‌کنن؟ ما اینجا آرامش مون رو حفظ می‌کنیم»، «می‌خندیم، زندگی می‌کنیم» و «امروز صبح بوی نان تازه می‌آمد. زندگی ادامه داره» نشان می‌دهد که کنشگران مورد مطالعه، به جای بازنمایی خود در قالب سوژه‌های آسیب‌پذیر، تصویری از پایداری روانی و توانایی مدیریت شرایط بحرانی ارائه کرده‌اند.

از منظر نظریه عموم‌های احساسی پاپاخاریسی (۲۰۱۵)، این روایت‌ها را می‌توان بخشی از فرایند سازمان‌دهی عواطف عمومی در محیط‌های شبکه‌ای دانست. پاپاخاریسی معتقد است که رسانه‌های اجتماعی صرفاً کانال انتقال اطلاعات نیستند، بلکه بسترهایی برای تولید، گردش و هم‌تنظیمی احساسات محسوب می‌شوند. در این چارچوب، روایت‌های منتشرشده توسط زنان تهرانی با برجسته‌سازی امید، آرامش و تداوم زندگی، نوعی جریان عاطفی مشترک ایجاد کرده‌اند که کارکرد آن کاهش اضطراب جمعی و تقویت احساس امنیت روانی در میان کاربران بوده است. به بیان دیگر، زنان از طریق روایت‌های روزمره و عاطفی، به بازسازی فضای احساسی جامعه کمک کرده و در برابر روایت‌های هراس‌آفرین جنگ شناختی نوعی مقاومت

عاطفی جمعی شکل داده‌اند.

این یافته با پژوهش‌های مرتبط با تاب‌آوری اجتماعی در شرایط بحران همخوانی دارد. مطالعات نشان داده‌اند که روایت‌های مبتنی بر امید، تعلق اجتماعی و معناسازی مثبت می‌توانند ظرفیت جوامع را برای مقابله با فشارهای روانی و شرایط تنش‌زا افزایش دهند (Masten, 2014; Southwick et al., 2014). همچنین نتایج این پژوهش با دیدگاه پاپاخاریسی (۲۰۱۵) سازگار است که بر نقش عواطف در شکل‌دهی به کنش جمعی و ایجاد پیوندهای اجتماعی در محیط‌های دیجیتال تأکید می‌کند. بر این اساس، تاب‌آوری مشاهده‌شده در روایت‌های زنان تهرانی صرفاً یک ویژگی فردی نیست، بلکه محصول فرایندهای ارتباطی و عاطفی مشترکی است که در بستر اینستاگرام شکل گرفته و به ایجاد نوعی عموم احساسی مقاوم در برابر عملیات روانی منجر شده است.

۳-۵. مضمون سوم: بازسازی اجتماعی

مضمون «بازسازی اجتماعی» به فرایند احیای امید، اعتماد و انسجام اجتماعی در شرایط بحران اشاره دارد. داده‌های پژوهش نشان می‌دهد زنان تهرانی در جریان جنگ ۱۲ روزه، صرفاً راوی رنج و تهدید نبودند، بلکه با تولید روایت‌های امیدبخش، بر امکان تداوم زندگی و بازسازی جامعه تأکید داشتند. برای مثال، جملاتی مانند «سوگ داریم ولی امید هم داریم. بعد از هر ویرانی، بازسازی می‌کنیم» و «آینده‌رو می‌بینم: بچه‌ها در مدرسه، شهر زنده، ایران قوی» نشان می‌دهد که بازسازی در روایت‌های آنان نه یک رخداد پس از بحران، بلکه بخشی از مقاومت در دل بحران بوده است. این مضمون از مقوله‌های «مدیریت بحران در زنان» و «مدیریت پس از بحران» استخراج شد و بیانگر تلاش زنان برای بازآفرینی چشم‌اندازی امیدوارانه از آینده و تقویت پیوندهای اجتماعی در برابر روایت‌های فروپاشی‌محور دشمن است.

از منظر نظری، این یافته با نظریه «عموم‌های احساسی» پاپاخاریسی (۲۰۱۵) همخوانی دارد.

وی معتقد است روایت‌های دیجیتال از طریق سازمان‌دهی احساسات مشترک، امکان شکل‌گیری ادراکات جمعی و مشارکت اجتماعی را فراهم می‌کنند. در این پژوهش نیز زنان با برجسته‌سازی امید، احیا و استمرار زندگی، نوعی هم‌تنظیمی عاطفی را در فضای اینستاگرام شکل داده‌اند که به تقویت تاب‌آوری اجتماعی کمک می‌کند. همچنین، پژوهش‌های حوزه تاب‌آوری اجتماعی نشان می‌دهد که روایت‌های مبتنی بر امید و آینده‌نگری نقش مهمی در بازسازی سرمایه اجتماعی و بازیابی انسجام جمعی پس از بحران‌ها دارند (Aldrich & Meyer, 2015). Houston et al., 2015 از این‌رو، بازسازی اجتماعی را می‌توان یکی از مهم‌ترین راهبردهای روایی زنان تهرانی برای مقابله با آثار جنگ شناختی دانست.

۵-۴. مضمون چهارم: پیوند ایران و زنان

مضمون «پیوند ایران و زنان» بیانگر نوعی هم‌پیوندی میان هویت زنانه و هویت ملی در روایت‌های منتشرشده توسط زنان تهرانی است. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که زنان مشارکت‌کننده، خود را صرفاً به‌مثابه ناظران بحران یا قربانیان جنگ بازنمایی نمی‌کنند، بلکه در جایگاه کنشگرانی ظاهر می‌شوند که بقای سرزمین، تداوم زندگی اجتماعی و حفظ انسجام ملی را بخشی از مسئولیت هویتی خویش تلقی می‌کنند. مضامینی همچون «دلبستگی به سرزمین»، «اتحاد و همبستگی زنان» و «همبستگی ملی و دینی» نشان می‌دهد که مفهوم وطن در این روایت‌ها صرفاً یک قلمرو جغرافیایی نیست، بلکه به یک مرجع عاطفی، فرهنگی و هویتی تبدیل شده است. گزاره‌هایی نظیر «ما مادران وطنیم، نه قربانیان فیلم‌ها»، «وطن ما را کسی نمی‌تواند بگیرد» و «عشق به وطن یعنی سختی را بپذیری ولی بی‌وطنی را نه» نشان می‌دهد که زنان تهرانی از طریق بازتعریف نقش خود، میان هویت زنانه و مسئولیت اجتماعی نسبت به سرزمین پیوندی معنادار برقرار کرده‌اند.

یافته‌های این مضمون حاکی از آن است که کنشگری رسانه‌ای زنان در شرایط جنگ شناختی، فراتر از واکنش به یک تهدید مقطعی، در قالب بازتولید هویت ملی و تقویت احساس

تعلق جمعی عمل کرده است. پژوهش‌های مرتبط با دلبستگی مکانی نشان می‌دهد که احساس تعلق به سرزمین می‌تواند به شکل‌گیری تعهد اجتماعی، مشارکت مدنی و تاب‌آوری جمعی در شرایط بحران منجر شود. (Lewicka, 2011; Scannell & Gifford, 2010) در روایت‌های مورد مطالعه نیز تعلق به ایران به عنوان یک منبع معنایی مشترک عمل کرده و امکان تبدیل تجربه‌های فردی به تجربه‌ای جمعی را فراهم ساخته است. از منظر نظریه عموم‌های احساسی پایاخریسی (۲۰۱۵)، روایت‌های مبتنی بر وطن‌دوستی، همبستگی و تعلق جمعی قادرند جریان‌های عاطفی پراکنده را به احساسات مشترک و هم‌تنظیم‌شده تبدیل کنند و زمینه شکل‌گیری اجتماع‌های احساسی را در بستر رسانه‌های شبکه‌ای فراهم آورند. بر این اساس، زنان تهرانی با بازنمایی پیوند عاطفی خود با ایران، نه تنها به بازتولید معنا و هویت جمعی پرداخته‌اند، بلکه از طریق ایجاد هم‌احساسی و همبستگی دیجیتال، در برابر تلاش‌های جنگ شناختی برای ایجاد گسست اجتماعی و تضعیف انسجام ملی مقاومت کرده‌اند. این یافته نشان می‌دهد که در میدان جنگ شناختی، هویت ملی صرفاً یک مؤلفه فرهنگی نیست، بلکه به منبعی برای بسیج عاطفی، سازمان‌دهی مقاومت اجتماعی و بازسازی سرمایه نمادین جامعه تبدیل می‌شود.

۵-۵. مضمون پنجم: آموزش کلان نگر نسل جدید

مضمون «آموزش کلان‌نگر نسل جدید» به نقش زنان در انتقال ارزش‌ها، هویت جمعی و الگوهای مقاومت به نسل‌های آینده اشاره دارد. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که بسیاری از روایت‌های منتشرشده صرفاً معطوف به واکنش نسبت به وضعیت بحرانی زمان حال نبوده‌اند، بلکه واجد نگاهی آینده‌نگر بوده و بر ضرورت آماده‌سازی نسل جدید برای مواجهه آگاهانه با چالش‌های اجتماعی و شناختی تأکید داشته‌اند. مضامینی همچون «آموزش و تربیت نسل جدید» و «آینده‌نگری» نشان می‌دهد که زنان تهرانی تلاش کرده‌اند از خلال روایت‌های روزمره، ارزش‌هایی نظیر مقاومت، امید، تعلق ملی و مسئولیت اجتماعی را به نسل‌های بعدی منتقل کنند. گزاره‌هایی نظیر «به بچه‌هایم می‌گویم ما ایرانی‌ایم، ما مقاومیم» و «این را به نسل بعد

می‌گوییم» نشان می‌دهد که روایت‌های اینستاگرامی فراتر از بازنمایی یک تجربه شخصی، به بستری برای جامعه‌پذیری فرهنگی و انتقال حافظه جمعی تبدیل شده‌اند.

یافته‌های این مضمون نشان می‌دهد که زنان تهرانی در میدان جنگ شناختی، صرفاً تولیدکنندگان محتوا نبوده‌اند، بلکه در نقش کنشگران فرهنگی، فرایند بازتولید هویت جمعی را نیز بر عهده گرفته‌اند. پژوهش‌های مرتبط با حافظه فرهنگی نشان می‌دهد که انتقال روایت‌ها، ارزش‌ها و تجربه‌های تاریخی به نسل‌های بعدی، یکی از مهم‌ترین سازوکارهای تداوم هویت جمعی و انسجام اجتماعی است. (Assmann, 2011) همچنین مطالعات حوزه جامعه‌پذیری سیاسی و فرهنگی تأکید دارند که خانواده و روایت‌های روزمره نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری نگرش‌ها، ارزش‌ها و احساس تعلق نسل جدید ایفا می‌کنند. (Jennings et al., 2009) از منظر نظریه عموم‌های احساسی پاپاخاریسی (۲۰۱۵)، روایت‌های دیجیتال زمانی اهمیت می‌یابند که بتوانند تجربه‌های فردی را به احساسات و معانی مشترک پیوند دهند. در این پژوهش، زنان از طریق روایت‌های آینده‌محور، احساس امید، تداوم و مسئولیت جمعی را در شبکه‌های اجتماعی بازتولید کرده‌اند و بدین ترتیب زمینه شکل‌گیری نوعی اجتماع احساسی مبتنی بر آینده مشترک را فراهم آورده‌اند. در چنین وضعیتی، آموزش نسل جدید صرفاً یک فرایند تربیتی نیست، بلکه به راهبردی برای حفظ تداوم هویت ملی، تقویت تاب‌آوری اجتماعی و خنثی‌سازی آثار بلندمدت جنگ شناختی تبدیل می‌شود.

۵-۶. مضمون ششم: راهبردهای روانشناختی آرامش توسط زنان

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد زنان تهرانی در جریان جنگ ۱۲ روزه، تنها به بازنمایی وضعیت بحرانی نپرداخته‌اند، بلکه از طریق تولید روایت‌هایی مبتنی بر آرامش، امید، طنز و عادی‌سازی زندگی روزمره، به مدیریت هیجانات جمعی و کاهش اثرات روانی جنگ شناختی کمک کرده‌اند. مضامین «آرامش فردی و اجتماعی»، «سوگواری برای وطن»، «تلطیف فضای جنگی» و «مدیریت ترس از طریق طنز» در کنار یکدیگر، الگوی منسجمی از کنشگری

روان‌شناختی را شکل می‌دهند که هدف آن مقابله با هراس اجتماعی و حفظ ثبات عاطفی جامعه است. روایت‌هایی مانند «ما اینجا آرامش‌مون رو حفظ می‌کنیم، زندگی می‌کنیم»، «می‌خندیم، زندگی می‌کنیم» و «پدافند هوایی رو به آتش‌بازی تشبیه می‌کنن؟» نشان می‌دهد که زنان با بهره‌گیری از طنز و بازتعریف موقعیت‌های تهدیدآمیز، تلاش کرده‌اند معنای ترس را دگرگون کرده و احساس کنترل و امنیت روانی را تقویت کنند.

از منظر نظری، این یافته‌ها با مطالعات حوزه تنظیم هیجان و تاب‌آوری جمعی همخوان است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که طنز، امید و حمایت اجتماعی از مهم‌ترین سازوکارهای مقابله با فشارهای روانی در شرایط بحران و منازعه هستند و می‌توانند از گسترش اضطراب جمعی جلوگیری کنند (Bonanno, 2004; Southwick et al., 2014). در چارچوب نظری پاپاخاریسی (۲۰۱۵)، این روایت‌ها صرفاً انتقال‌دهنده اطلاعات نیستند، بلکه حامل جریان‌های عاطفی‌اند که به شکل‌گیری «عموم‌های احساسی» منجر می‌شوند. زنان از طریق اشتراک‌گذاری تجربه‌های روزمره، روایت‌های امیدوارکننده و بازنمایی آرامش اجتماعی، زمینه هم‌تنظیمی عاطفی کاربران را فراهم کرده و در برابر تلاش‌های رسانه‌ای برای تولید هراس و بی‌ثباتی روانی، یک اجتماع احساسی مبتنی بر آرامش، امید و تاب‌آوری ایجاد کرده‌اند. از این منظر، آرامش در روایت‌های زنان نه یک واکنش منفعلانه، بلکه راهبردی فعال برای خنثی‌سازی اهداف جنگ شناختی و حفظ انسجام روانی جامعه محسوب می‌شود.

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان داد که کنشگری رسانه‌ای زنان تهرانی در جریان جنگ ۱۲ روزه، صرفاً واکنشی احساسی به شرایط بحرانی نبود، بلکه در قالب یک نظام روایی منسجم برای تولید معنا، سازمان‌دهی احساسات جمعی و تقویت همبستگی اجتماعی عمل کرد. تحلیل داده‌ها نشان داد که روایت‌های منتشرشده در اینستاگرام حول شش مضمون اصلی شامل «زنان؛ نماد انسجام ملی»، «تاب‌آوری عاطفی و روانی زنان»، «بازسازی اجتماعی»، «پیوند ایران و زنان»،

«آموزش کلان‌نگر نسل جدید» و «راهبردهای روان‌شناختی آرامش» سازمان یافته‌اند. این مضامین بیانگر آن هستند که زنان مورد مطالعه، از جایگاه مخاطبان منفعل جنگ شناختی فراتر رفته و به کنشگرانی فعال در تولید و گردش روایت‌های مقاومتی تبدیل شده‌اند.

یافته‌های پژوهش از منظر نظریه عموم‌های احساسی پایاخریسی (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که اینستاگرام صرفاً بستری برای انتقال اطلاعات نبوده، بلکه فضایی برای شکل‌گیری و گردش احساسات جمعی فراهم کرده است. روایت‌های مبتنی بر امید، همبستگی، دلبستگی به سرزمین، تداوم زندگی روزمره و مدیریت ترس، زمینه شکل‌گیری نوعی هم‌تنظیمی عاطفی را میان کاربران ایجاد کرده‌اند. در این فرایند، تجربه‌های فردی زنان از وضعیت جنگی به تجربه‌ای جمعی تبدیل شده و از طریق بازنشر و اشتراک روایت‌ها، نوعی عموم احساسی شکل گرفته است که توانسته در برابر تلاش‌های معطوف به القای هراس و ناامنی مقاومت کند.

از سوی دیگر، یافته‌ها نشان داد که روایت‌های زنان صرفاً بازتاب واقعیت اجتماعی نبودند، بلکه در بازتعریف معانی اجتماعی و بازسازی ادراک جمعی نیز نقش ایفا کردند. تأکید بر تداوم زندگی، بازنمایی امید به آینده، برجسته‌سازی همبستگی ملی و بازسازی پیوندهای اجتماعی، همگی نشان می‌دهد که روایت‌های دیجیتال می‌توانند به ابزاری برای بازآفرینی معنا در شرایط بحران تبدیل شوند. در نتیجه، روایت در این پژوهش نه صرفاً یک قالب ارتباطی، بلکه یک سازوکار شناختی و عاطفی برای مدیریت ادراکات جمعی و تقویت تاب‌آوری اجتماعی محسوب می‌شود.

از حیث توسعه دانش، این پژوهش بخشی از خلأ موجود در ادبیات جنگ شناختی را پوشش می‌دهد. بخش قابل توجهی از پژوهش‌های این حوزه بر راهبردهای دولت‌ها، نهادهای رسانه‌ای و بازیگران رسمی متمرکز بوده‌اند، در حالی که پژوهش حاضر نشان داد شهروندان عادی و به‌ویژه زنان نیز می‌توانند به کنشگران مؤثر میدان جنگ شناختی تبدیل شوند. یافته‌ها نشان می‌دهد که مقاومت شناختی تنها از طریق نهادهای رسمی شکل نمی‌گیرد، بلکه در سطح

زندگی روزمره و از طریق روایت‌های عاطفی و شبکه‌ای نیز قابل تحقق است. در سطح کاربردی، نتایج پژوهش حاکی از آن است که تقویت ظرفیت‌های روایت‌پردازی شهروندان، حمایت از شبکه‌های ارتباطی مبتنی بر اعتماد اجتماعی و توجه به نقش عواطف در سیاست‌گذاری رسانه‌ای می‌تواند به افزایش تاب‌آوری اجتماعی در شرایط بحران کمک کند. همچنین، یافته‌ها بر ضرورت توجه بیشتر سیاست‌گذاران فرهنگی و رسانه‌ای به نقش زنان در تولید روایت‌های همبستگی‌آفرین و تقویت سرمایه اجتماعی تأکید دارد.

محدودیت اصلی این پژوهش، تمرکز بر روایت‌های زنان تهرانی در یک مقطع زمانی خاص و در بستر یک پلتفرم مشخص بود. از این رو، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با بررسی سایر گروه‌های اجتماعی، مقایسه پلتفرم‌های مختلف و مطالعه تطبیقی بحران‌های مشابه، به توسعه بیشتر دانش موجود در حوزه جنگ شناختی، کنشگری رسانه‌ای و عموم‌های احساسی کمک کنند.

منابع و ماخذ

- افتخاری، اصغر و محمدهادی راجی. (۱۴۰۱). «تحلیل جنگ هیبریدی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه علمی آفاق/امنیت، ۱۵ (۵۴)، ۹۳-۱۳۰.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381857.1401.15.54.4.9>
- افروغ، محسن. (۱۴۰۴)، «الگوهای جنگ شناختی در مواجهه با زنان ایرانی؛ چالش‌های هویتی و راهکارهای مقاومت اجتماعی»، فصلنامه پژوهش‌های میان‌رشته‌ای/زنان، س ۷، ش ۱:
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.27831175.1404.7.1.6.3>
- باقری میاب، شهلا، ربیعی، مرجان، اکبری، الهام و عاصمه قاسمی. (۱۴۰۰): «مطالعه فرایند هویت‌یابی زنان در شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: زنان کاربر اینستاگرام)»، فصلنامه مطالعات تحقیقات اجتماعی در ایران، س ۱۰، ش ۴:
<https://doi.org/10.22059/jisr.2021.321681.1200>
- شهبازی، زهرا و محمد مهدی مستوفی شریبانی. (۱۴۰۴)، «دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پس از طوفان الاقصی با تکیه موردی بر تایمز اسرائیل»، فصلنامه علمی آفاق/امنیت، س ۱۸، ش ۶۶: <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381857.1404.18.66.3.3>
- شهرستانی، زهره.، سلطانی، سیدعلی اصغر و سید عبدالمجید طباطبایی لطفی. (۱۴۰۱)، «تأثیر جنسیت بر مفهوم‌سازی استعاره‌ای در روایت‌های زنان و مردانه از جنگ تحمیلی»، فصلنامه علمی - پژوهشی زبان‌شناسی اجتماعی، س ۵، ش ۴:
<https://doi.org/10.30473/il.2023.61578.1496>
- فرهادیان، محمدحسین.، مدرس، محمدولی و سید علی منوری. (۱۴۰۳)، رژیم صهیونیستی و روایت رسمی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی آفاق/امنیت، س ۱۷، ش ۶۳: <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.25381857.1403.17.63.7.4>
- نصراللهی کاسمانی، اکبر؛ بحرینی، سید عبدالوهاب؛ خلیلی، علی؛ نصرت‌آبادی، جواد. (۱۴۰۳). الگوی کنشگری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدات سایبری. پیام

- Arnesson, Johanna & Reinikainen, Hanna (2024), *Influencer Politics: At the Intersection of Personal, Political, and Promotional*, Berlin, Boston: De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783111036106>
- Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance, and political imagination*. Cambridge University Press.
- Braun, Virginia., & Victoria Clarke. (2006). "Using thematic analysis in psychology". *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Butler, Judith (1990), *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, New York: Routledge.
- Caldeira, Sofia P. (2021). "It's Not Just Instagram Models: Exploring the Gendered Political Potential of Young Women's Instagram Use". *Media and Communication*, Vol 9, No 2: <https://doi.org/10.17645/mac.v9i2.3731>
- Claverie, Bernard, & du Cluzel, François (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
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Elmasry, Mohamad Hamas. (2025). "Images of the Israel-Gaza War on Instagram: A Content Analysis of Western Broadcast News Posts". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol 102, No 3: <https://doi.org/10.1177/10776990241287155>
- Eslami, Elaheh (2021). *Beyond Exploitation and Empowerment: Aspirational Labor Among Iranian Women on Instagram*, Master's Thesis, Vienna, Austria: Central European University.
- Flick, U. (2022). *An introduction to qualitative research* (7th ed.). Sage Publications.
- Gerbaudo, Paolo (2022). "From Individual Affectedness to Collective Identity: Personal Testimony Campaigns on Social Media and the Logic of Collection", *New Media & Society*, Vol 26, No 8: <https://doi.org/10.1177/14614448221128523>
- Hoffman, Frank G. (2007). *Conflict in the 21st Century: The Rise of Hybrid Wars*, Arlington, Virginia: Potomac Institute for Policy Studies. https://potomac institute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf
- Hung, Tzu-Chieh, & Hung, Tzu-Wei (2022). "How China's Cognitive Warfare Works: A Frontline Perspective of Taiwan's Anti-Disinformation Wars", *Journal of Global Security Studies*, Vol 7, No 4: <https://doi.org/10.1093/jogss/ogac016>
- Jennings, M. K., Stoker, L., & Bowers, J. (2009). Politics across generations: Family transmission reexamined. *The Journal of Politics*, 71(3), 782–799. <https://doi.org/10.1017/S0022381609090719>
- Khan, Imdad Ullah; Salman, Saad; & Zia, Qamar ul (2024). "Weapon of the Weak: Women's Activism and Technology in The City Always Wins", *Pakistan Journal of Gender Studies*, Vol 24, No 1: <https://www.socialsciencejournals.pjgsws.com/index.php/PJGS/article/view/757>
- Khardikova, Anastasiia (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>

- Libicki, Martin C. (1995). *What Is Information Warfare?*, Washington, D.C.: National Defense University, Institute for National Strategic Studies.
- Lincoln, Yvonna S., & Guba, Egon G. (1985). *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Luthar, S. S., Cicchetti, D., & Becker, B. (2006). The construct of resilience: A critical evaluation and guidelines for future work. *Child Development*, 71(3), 543-562. <https://doi.org/10.1111/1467-8624.00164>
- Marsili, Marco (2023). "Guerre à la Carte: Cyber, Information, Cognitive Warfare and the Metaverse", *Applied Cybersecurity & Internet Governance*, Vol 2, No 1: <https://doi.org/10.60097/ACIG/162861>
- Miller, Samuel (2023). Cognitive Warfare: An Ethical Analysis, *Ethics and Information Technology*, 25, Article 46: <https://doi.org/10.1007/S10676-023-09717-7>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Olonju, I. A., & Onyishi, C. I. (2020). The role of women in post-conflict reconstruction. *International Journal of Gender and Women's Studies*, 8(2), 145-162. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4314567>
- Papacharissi, Zizi (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, New York: Oxford University Press.
- Paziuk, Andrii; Lande, Dmytro; Shnurko-Tabakova, Elina; & 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>
- Scott, James C. (1985). *Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance*, New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Bonanno, G. A. (2004). Loss, trauma, and human resilience. *American Psychologist*, 59(1), 20–28.
- Southwick, S. M., Bonanno, G. A., Masten, A. S., Panter-Brick, C., & Yehuda, R. (2014). Resilience definitions, theory, and challenges. *European Journal of Psychotraumatology*, 5(1), 25338.