



Analysis of Iranian cyberspace users' reactions to the 12-day war

Hossein Ebrahimi¹ | Shohreh Pirani^{2*}

1. PhD student in Political Studies of the Islamic Revolution, Shahed University, Tehran, Iran.

2 Corresponding Author: Associate Professor, Department of Political Science and Islamic Revolution Studies, Shahed University, Tehran, Iran.

Email: sh.pirani@shahed.ac.ir

Volume info

Vol. 35
Series: 134
Autumn 2026
P.P: 57-79

Article Type

Research Paper

Article History

Received:
2025-11-15
Revised:
2026-02-06
Accepted:
2026-05-27
Published:
2026-05-27

ISSN – E-ISSN

ISSN: 2008-6121
E-ISSN: 2645-5218



Abstract

his study investigates the behavioral patterns and emotional orientations of Iranian users on social media during the 12-day war with the Zionist regime. Given the unparalleled role of cyberspace in reflecting public opinion and its susceptibility to field events, analyzing this data is essential for understanding socio-political dynamics. The study's primary research question is: What was the dominant pattern of Iranian users' reactions to the war's developments in terms of content production, emotional orientation, and the influence of political currents?

The hypothesis posits that user orientation is influenced by two key factors: the narrative-building of political currents (Principalist, Reformist, dissident) and technical constraints, leading to a predominance of content consumption over production. Data collection relied on a quantitative content analysis approach from social media data (Telegram, Twitter, Eitaa), using metrics such as content publication frequency based on pivotal events. Data analysis was conducted through discourse analysis, measuring emotional orientation (positive, negative, neutral) and analyzing the discourse of political currents.

The findings indicate that Principalist users focused on a discourse of military strength and retaliation; Reformists emphasized a diplomacy-centered discourse and tension reduction; while dissidents concentrated on misinformation and promoting despair through negative portrayal. Consequently, cyberspace in this war became an arena for the reproduction of conflicting discourses and the intensification of political polarization. This study highlights the necessity of redefining cyber policies during crises to balance national security and freedom of action

Keywords: Cyberspace, Iranian users, the 12-day war, political currents, emotional orientations..

Cite this Article: Ebrahimi, H., & Pirani, Sh. (2026). Analysis of Iranian cyberspace users' reactions to the 12-day war. *Scientific Journal of Defense Policy*, 35(134), 57-79.
doi : 10.47176/dpj.2026.1886



© Author(s) retain the copyright and full publishing rights



Publisher: Imam Hossein University.

تحلیل واکنش‌های کاربران فضای مجازی ایران به جنگ ۱۲ روزه

حسین ابراهیمی^۱ | شهره پیرانی^۲

۱. دانشجوی دکتری مطالعات سیاسی انقلاب اسلامی دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

۲. نویسنده مسئول: دانشیار گروه علوم سیاسی و مطالعات انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

Email: sh.pirani@shahed.ac.ir

چکیده

این پژوهش به بررسی الگوهای رفتاری و جهت‌گیری‌های احساسی کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی طی جنگ ۱۲ روزه با رژیم صهیونیستی می‌پردازد. با توجه به نقش بی‌بدیل فضای مجازی در بازتاب افکار عمومی و تأثیرپذیری آن از رخدادها میدانی، تحلیل این داده‌ها برای درک پویایی‌های اجتماعی-سیاسی ضروری است. هدف پژوهش آن است که الگوی غالب واکنش‌های کاربران ایرانی به تحولات جنگ در ابعاد تولید محتوا، جهت‌گیری احساسی و تأثیر جریان‌های سیاسی را بررسی نماید. جهت‌گیری کاربران در فضای مجازی متأثر از دو عامل کلیدی است: روایت‌سازی جریان‌های سیاسی (اصولگرا، اصلاح‌طلب، معاند) و محدودیت‌های فنی (شبکه ملی اطلاعات) که منجر به غالب بودن مصرف محتوا بر تولید آن شده است. فرضیه‌ای است که تحقیق به دنبال آزمون آن است. جمع‌آوری داده‌های پژوهش با اتکا به رویکرد «تحلیل محتوای کمی» داده‌های شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، ای‌مس (تویتر)، اینستا، با استفاده از شاخص فراوانی انتشار محتوا بر اساس رویدادهای محوری و تحلیل داده‌ها در قالب تحلیل گفتمان بر مبنای سنجش جهت‌گیری احساسی (مثبت، منفی، خنثی) و تحلیل گفتمان جریان‌های سیاسی صورت پذیرفته است. در این راستا M 8/168 محتوا در این بازه زمانی ۲۳ خرداد تا ۳ تیر تولید شده که از این میزان Mv/۱۹ مربوط به رویدادهای جنگ ۱۲ روزه است. نمونه‌گیری همه‌شمول و براساس محتوا، هشتگ‌ها و تعداد لایک مدنظر قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد: کاربران اصولگرا بر گفتمان اقتدار نظامی و انتقام‌جویی، اصلاح‌طلبان بر گفتمان دیپلماسی محوری و کاهش تنش و معاندین با ابزار شایعه‌پراکنی بر سیاه‌نمایی و ترویج ناامیدی متمرکز شده‌اند. در این راستا فضای مجازی در این جنگ به عرصه‌ای برای بازتولید گفتمان‌های متعارض و تشدید قطبی‌سازی سیاسی تبدیل شد. این مطالعه ضرورت بازتعریف سیاست‌های فضای سایبری در بحران با توازن بخشی به امنیت ملی و آزادی کشفگری را آشکار می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: فضای مجازی، کاربران ایرانی، جنگ ۱۲ روزه، جریان‌های سیاسی، جهت‌گیری‌های احساسی.

استناد: ابراهیمی، حسین؛ و پیرانی، شهره. (۱۴۰۵). تحلیل واکنش‌های کاربران فضای مجازی ایران به جنگ ۱۲ روزه.

فصلنامه سیاست دفاعی، ۳۵ (۱۳۴)، ۵۷-۷۹. doi : 10.47176/dpj.2026.1886

© نویسنده(گان) حق نشر و حقوق کامل انتشار را برای خود محفوظ می‌دارند.



ناشر: دانشگاه جامع امام حسین(ع).



مقدمه

جنگ‌های معاصر، فراتر از عرصه نبردهای فیزیکی، در فضای افکار عمومی تعیین سرنوشت می‌یابند. جنگ تحمیلی اخیر علیه ایران (با محوریت رژیم صهیونیستی و ایالات متحده) نمونه‌ای بارز از جنگ ترکیبی بود که در آن، عملیات نظامی با جنگ روایت‌ها و مهندسی افکار عمومی گره خورد. در جنگ اخیر، فضای مجازی به «سنگر روایی» بدل شد که در آن، جریان‌های سیاسی (اصول‌گرا، اصلاح طلب، معاند) با سازوکارهای مشخصی به بازتولید روایت‌های خود پرداختند. این تحول، ضرورت مطالعه علمی الگوهای رفتاری کاربران ایرانی در مواجهه با بحران‌های امنیتی کوتاه مدت را بیش از پیش آشکار می‌سازد. این پژوهش با تمرکز بر تحلیل واکنش کاربران فضای مجازی ایران در بازه زمانی ۱۲ روزه این درگیری، به بررسی پویایی‌های سه‌گانه زیر می‌پردازد:

- ۱- سازوکار روایت‌سازی جریان‌های سیاسی (اصول‌گرا، اصلاح طلب، معاند) و تأثیر آن بر جهت‌دهی احساسات جمعی
- ۲- الگوی کنشگری در فضای مجازی تحت محدودیت‌های اینترنتی و پروژه ملی‌سازی اینترنت
- ۳- واکاوی سوگیری‌های احساسی (خشم، غرور، نگرانی، امید) در پاسخ به رویدادهای کلیدی جنگ

اهمیت این مطالعه در کشف الگوی رفتاری چند سطحی کاربران فضای مجازی ایران و ارائه چهارچوبی برای درک تأثیر متقابل فضای مجازی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای و رویدادهای میدانی است: تمرکز صرف بر رسانه‌های رسمی و غفلت از نقش شبکه‌های اجتماعی به عنوان عرصه اصلی زمینه‌سازی گفتمانی، کم‌توجهی به تأثیر سیاست‌های فنی (مانند محدودیت‌های دسترسی به اینترنت جهانی) بر الگوی تولید/مصرف محتوا و عدم واکاوی لایه‌های احساسی افکار عمومی فراتر از دوگانه حمایت/انتقاد. این پژوهش با پوشش داده‌های کمی و کیفی مستند شده در گزارش‌های رصد فضای مجازی، این شکاف‌ها را پر می‌کند. با بررسی سابقه تقابل‌های گفتمانی، دال مرکزی و دال‌های کلیدی گفتمان‌های حاکم در فضای سیاسی کشور می‌توان مشاهده کرد که در گفتمان

اصولگرایی، استکبارستیزی و عدالت خواهی با رویکرد آرمان گرایانه مورد تاکید است و در گفتمان اصلاحات، تنش زدایی و گفتگو و توسعه روابط بین المللی (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۱۸-۲۴۸) معاندین نیز با تکیه بر شبهات و روایت های ناقص سعی در تخریب نظام سیاسی دارند. در این چارچوب تحلیل رفتار کاربران ایرانی در جنگ ۱۲ روزه به عرصه تقابل سه گفتمان تبدیل شد: اصولگرایان با روایت پیروزی های نظامی، اصلاح طلبان با گفتمان کاهش تنش و معاندین با شایعه پراکنی. این تقابل در شرایطی رخ داد که محدودیت های اینترنتی نه تنها کنشگری را کاهش نداد، بلکه آن را به سمت «مصرف فعال» سوق داد. یافته کلیدی، شناسایی رابطه معکوس بین محدودیت های فنی و تولید محتواست که ظهور «بدنه مقاومت سایبری» در پلتفرم های داخلی را رقم زد. این پژوهش با کشف این الگوها، چهارچوبی برای بازتعریف سیاست های فضای سایبری در بحران های امنیتی آینده ارائه می دهد.

چارچوب نظری:

جنگ های مدرن، علاوه از صحنه نبرد فیزیکی، در عرصه فضای مجازی به عنوان «جنگ روایت ها» نمود می یابند. این پژوهش با اتکا به تحلیل داده ها به بررسی نظرات کاربران ایرانی در جنگ ۱۲ روزه با رژیم صهیونیستی می پردازد. هدف اصلی، تبیین سازوکار شکل گیری، انتشار و تحول دیدگاه ها تحت تأثیر متغیرهای کلیدی شامل محدودیت های اینترنتی، روایت سازی جریان های سیاسی و الگوهای مصرف محتواست. در این راستا برای تحلیل نظرات کاربران ایرانی درباره جنگ ۱۲ روزه چارچوب نظری با تأکید بر سه محور کلیدی طراحی می شود:

نظریه های کلان: جنگ مجازی به مثابه عرصه تقابل گفتمان ها

نظریه بازی های جمع صفر

نظریه بازی که مطالعه تصمیم گیری استراتژیک است، ابتدا به عنوان شاخه ای از اقتصاد خرد توسعه یافت؛ با این حال بعداً در زمینه های مختلف مطالعاتی مانند زیست شناسی تکاملی، جامعه شناسی، روان شناسی، علوم سیاسی، مدیریت پروژه، مدیریت مالی و علوم رایانه مورد استفاده قرار گرفت. نظریه بازیها به دلیل رواج سناریوهای تصمیم گیری استراتژیک در رشته های مختلف

کاربرد گسترده‌ای به دست آورده است. نظریه بازی بیش‌تری را در مورد تعاملات رفتاری عجیب و غریب مانند تعاملات مشارکتی در انسانها را ارائه می‌دهد. یک بازی معمولی که در تئوری بازی‌ها تعریف شده است دو یا چند بازیکن دارد؛ مجموعه‌ای از استراتژیهای در دسترس این بازیکنان و مجموعه‌ای از ارزشهای متناظر که گاهی اوقات به آن ارزشهای مفید نیز گفته می‌شود برای هر بازیکن که در مورد بازیهای دو نفره چنین است و اغلب به عنوان یک ماتریس ارائه می‌شود، استفاده می‌گردد. (Barough; et.al ۱۵۸۶-۱۵۹۳) بازی‌های حاصل جمع صفر را می‌توان با قضیه حداکثر بیان کرد که در یک بازی با مجموع صفر مجموعه‌ای از استراتژی‌ها وجود دارد که حداکثر ضرر هر بازیکن را به حداقل می‌رساند. می‌توان ادعا کرد که بازار سهام یک بازی حاصل جمع صفر است. تقابل ایران و رژیم صهیونیستی مبتنی بر منطق «برد-باخت» تحلیل می‌شود که در آن هر موفقیت یک طرف به معنای تهدید موجودیت طرف مقابل تعبیر می‌گردد. این چارچوب، موضع‌گیری‌های کاربران (دفاعی/انتقادی/تخریبی) را به عنوان بازتابی از این تقابل هستی‌شناختی تبیین می‌کند.

مدل بحران برچر

نظریه مدیریت بحران مایکل برچر به دلیل تلفیق داده‌های انتزاعی و تجربی و توجه به ابعاد و سطوح مختلف یکی از جامع‌ترین نظریه‌هایی است که طی چند دهه اخیر در زمینه مطالعات و تبیین علمی بحرانهای بین‌المللی ارائه شده است. او با بهره‌جستن از روش تجربی، تمام بحرانهای نظامی-امنیتی را از سال ۱۹۱۸ تا ۱۹۸۸ مورد بررسی قرار داد و با اتخاذ این استراتژی مفاهیم و تعاریف و شاخص‌هایی برای یک بحران بین‌المللی ارائه کرده است (۱۴- Brecher, ۲۰۲۲, ۱۵). مدیریت بحران برچر در بررسی ماهیت آن بر توالی منطقی میان چهار حوزه مهم به هم پیوسته استوار است: فرایند بحران با جرقه یک اقدام، حادثه، یا تغییر محیطی آغاز می‌شود و دیگر شرایط آن را به سطح شدیدتر گسترش می‌دهند. مرحله گسترش تا صورت بندی دیگری در میان بازیگران ادامه می‌یابد و پس از آن مرحله فروکش آغاز می‌شود و خاتمه بحران را رقم می‌زند. آنگاه گرچه یک بحران بین‌المللی مهار شده، اثر آن بر طرف‌های متخاصم برجای می‌ماند که نشانه‌ای از مرحله تأثیر است. تحولات جنگ تحمیلی اخیر در چهار مرحله «شوک اولیه»، «تصاعد»، «اوج‌گیری» و «فرونشینی» تحلیل می‌شود. داده‌ها نشان می‌دهد کاربران در هر

مرحله، الگوهای رفتاری متفاوتی از خود نشان دادند (مصرف محتوا در شوک اولیه، تولید محتوای حماسی در اوج عملیات بشارت فتح)

سطح میانی: جامعه‌شناسی جنگ مجازی و مهندسی هیجانات

نظریه سرمایه اجتماعی

امروزه در کنار سرمایه‌های انسانی مالی و اقتصادی سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. این مفهوم به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. کلمن برای تعریف سرمایه اجتماعی از نقش و کارکرد آن کمک گرفت و تعریفی کارکردی از سرمایه اجتماعی ارائه داد و نه تعریف ماهوی بر این اساس سرمایه اجتماعی عبارت از ارزش آن جنبه از ساختار اجتماعی که به عنوان منابعی در اختیار اعضا قرار می‌گیرد تا بتوانند به اهداف و منافع خود دست پیدا کنند (Coleman, ۱۹۹۰). بنابراین سرمایه اجتماعی به عنوان مجموعه‌ای از منابع مبتنی بر روابط شبکه‌ای، هنجارهای اعتماد و عمل متقابل تعریف می‌شود که همکاری جمعی را برای دستیابی به اهداف مشترک تسهیل می‌کند. در چارچوب سلامت، سرمایه اجتماعی از طریق دو مکانیسم اصلی عمل می‌کند: ۱. سرمایه اجتماعی پیونددهنده: مربوط به روابط درون گروهی همگن (مانند خانواده، دوستان نزدیک) است که حمایت عاطفی و انسجام اجتماعی را فراهم می‌کند. ۲. سرمایه اجتماعی پل‌زننده: به ارتباطات بین گروه‌های اجتماعی ناهمگن اشاره دارد که دسترسی به اطلاعات، منابع و فرصت‌های جدید را ممکن می‌سازد. (DiClemente, 2002: 31) بر این اساس جنگ با فعال‌سازی «حافظه تاریخی مقاومت» (از دفاع مقدس تا امروز)، سرمایه اجتماعی نهفته را به همبستگی ملی تبدیل کرد. این نظریه، کنش‌های داوطلبانه (مثل کمپین‌های مردمی و اتحاد اقلیت‌های دینی) را به مثابه تبدیل تهدید خارجی به فرصت انسجام‌بخش تفسیر می‌کند.

مهندسی افکار عمومی توسط جریان‌های سیاسی

بسیاری از محققان بر این باورند که رسانه‌ها یکی از منابع قدرتمند شکل‌دهنده افکار و عمومی هستند. مارتینی ۱۹۹۴؛ بروس و اولد ندیک ۲۰۰۰ تلویزیون در کنار رسانه‌های جدید مانند اینترنت و رسانه‌های نوشتاری و شنیداری از مهمترین منبع کسب خبر است. (بنت ۲۰۰۱). رسانه‌ها

بویژه رسانه‌های جمعی ایفاگر نقشهای متعددی هستند؛ از جمله رسانه‌ها در ذات خود نهادی را تشکیل می‌دهند و قواعد و هنجارهای خود را دارند. در این راستا مهندسی افکار عمومی به عنوان یک فرایند برنامه‌ریزی شده رسانه‌ای، با هدف شکل‌دهی، هدایت و تغییر نگرش‌ها، عقاید و رفتارهای جمعی در راستای منافع خاص عمل می‌کند. این مفهوم ریشه در نظریه‌های ارتباطات دهه‌های ۱۹۳۰ تا ۱۹۶۰ دارد که بر پارادایم «تأثیر قدرتمند رسانه‌ها» تأکید داشتند. در عصر حاضر، با توسعه فناوری‌های ارتباطی، رسانه‌ها به «قدرت نرم» مؤثری تبدیل شده‌اند که می‌توانند از طریق بحران‌سازی و بحران‌زدایی، امنیت ملی و بین‌المللی را تحت تأثیر قرار دهند. (عیوضی، ۱۳۸۷: ۲۵۱-۲۵۴) آنچه در تبیین مبانی نظری مهندسی افکار عمومی اهمیت دارد تبیین چگونگی ارتباط و تعامل افراد جامعه با رسانه است. مهندسی افکار عمومی بر اساس نظام اختیارات، سهم و تأثیر عوامل مختلف فردی و اجتماعی را در شکل‌گیری افکار عمومی، شناسایی و وضعیت مطلوبی را برای آن ترسیم می‌کند و با شناخت و جانمایی عناصر نظام افکار عمومی روابط و تعامل بین عناصر آن را به گونه‌ای در جهت تکامل و پویایی طراحی و تنظیم می‌کند تا زمینه کارکرد یا رفتار مطلوب را در جامعه فراهم آورد. نظریه پردازان در مهندسی افکار عمومی با استفاده از روشهای اطلاع رسانی و دیپلماسی رسانه‌ای نظام انگیزشی، نظام فکری و نظام رفتاری در سطح فردی و نظام سیاسی نظام اقتصادی و نظام فرهنگی در سطح اجتماعی و را به صورتی منسجم و هماهنگ به منظور شکوفایی فرد و جامعه در جهت مطلوب سازماندهی می‌کنند (حبی، ۱۳۸۵) براین اساس اصولگرایان با روایت سازی «اقتدار نظامی» و «مطالبه انتقام»، حس غرور ملی را پس از عملیات وعده صادق تقویت کردند اصلاح‌طلبان با گفتمان «دیپلماسی» و «کاهش تنش»، به مدیریت نگرانی‌ها پرداختند و معاندین با «شایعه‌پراکنی» و «سیاه‌نمایی» تلاش کردند نمودار نگرانی را ثابت نگه دارند.

سطح خُرد: روانشناسی رفتار کاربران در بحران

نظریه فشار هنجاری

نسخه‌های اولیه نظریه فشار، مانند رویکرد رابرت مرتون، بر گونه‌ای از فشار تأکید داشت که به ناتوانی در دستیابی به موفقیت اقتصادی می‌پرداخت. مرتون معتقد بود همه مردم ایالات متحده

امریکا ترغیب می‌شوند به موفقیت اقتصادی دست یابند. اما، بسیاری از مردم - به ویژه طبقات پایین تر - برای دستیابی به این اهداف از طریق شیوه‌های قانونی ناتوان‌اند. (Merton, 1938, 672-82) نسخه‌های اخیر نظریه فشار انواع دیگری از نظریه فشار را بررسی می‌کند. نظریه فشار رابرت اگنیو متداول‌ترین آن به حساب می‌آید. اگنیو بر سه نوع فشار تاکید دارد: ۱- ناتوانی در دستیابی به اهداف ارزشمند مثبت مانند اهداف اقتصادی و استقلال ۲- ازدست‌دادن مایملک و روابط ارزشمند مانند مرگ دوست نزدیک؛ و ۳- تجربه رخدادها و موقعیت‌های آزاردهنده مانند مورد زور گویی قرار گرفتن در مدرسه. اگنیو معتقد است فشارها به جرم منجر خواهد شد اگر در بین عوامل دیگر، شدید و ناعادلانه باشد؛ برای مثال، احتمال زیادی دارد که افراد وقتی بی‌جهت از سوی فرد دیگر مشت می‌خورند، مرتکب جرم شوند تا اینکه مثلاً یک ضربه اتفاقی در خیابان در حال پیاده‌روی به آنها وارد شود. تجربه فشارها احتمال جرم را به چند دلیل افزایش می‌دهد. فشارها به طیفی از هیجانات منفی دامن می‌زند؛ مانند عصبانیت، استیصال و افسردگی. این احساسات اجازه کنش صحیح را نمی‌دهد و ارتکاب جرم واکنش احتمالی آن است. جرم به افراد اجازه می‌دهد از فشارها بکاهند یا از آن فرار کنند. (Agnew, 2006) بنابراین این نظریه بیان می‌کند که فشارها و تنش‌های ناشی از ناتوانی در دستیابی به اهداف ارزشمند و مورد قبول جامعه، می‌تواند منجر به رفتارهای انحرافی و مجرمانه شود (bornaandishan.ir/) در این راستا ترس از طرد اجتماعی، کاربران را حتی با سوگیری منفی به انتشار محتوای دفاعی سوق داد.

نظریه همانندسازی فرافکنانه

همانندسازی فرافکنانه، به عنوان یک کنش‌ورزی بالینی و بخشی از فرآیند روان‌کاوی، به ویژه در نقاط دشوار و عمیق‌ترین سطوح سازمان روانی رخ می‌دهد که در برابر تغییر مقاوم به نظر می‌رسند. این مفهوم که توسط کلاین (۱۹۴۶) معرفی شد، توسط اگدن (۱۹۷۹) به عنوان فرآیندی همزمان و درهم‌تنیده از سه جزء توصیف شده است: ۱) فانتزی فرافکنی بخشی از خود به درون دیگری، ۲) اعمال فشار از طریق تعامل بین فردی برای هماهنگ‌سازی دریافت‌کننده با فرافکنی، و ۳) درون‌فکنی مجدد احساسات پردازش شده توسط دریافت‌کننده (Greatrex, 2002: 187-188) بطور کلی نظریه همانندسازی فرافکنانه یک مفهوم در روان‌کاوی است که به فرآیندی اشاره دارد که طی آن فرد احساسات، افکار یا تکانه‌های ناخواسته خود را به فرد دیگری نسبت می‌دهد و سپس با آن فرد به

گونه‌ای رفتار می‌کند که او نیز همان احساسات یا افکار را تجربه کند و بر اساس آن رفتار کند. به عبارت دیگر، فرد ابتدا بخشی از خود را که نمی‌خواهد بپذیرد، به شخص دیگری نسبت می‌دهد (فرافکنی)، سپس با آن شخص همذات‌پنداری می‌کند و در نهایت سعی می‌کند با رفتار خود، شخص مقابل را وادار به بروز رفتاری کند که با فرافکنی اولیه او همخوانی داشته باشد. (<https://moshavareaftab.ir>) در این چارچوب تجربه مشترک رنج غیرنظامیان (شهادت کودک‌کان)، حس «سرنوشت مشترک» را تقویت و هشتگ‌هایی مانند #من_هم_ایرانی_ام را خلق کرد.

اقتصاد توجه

نظریه اقتصاد توجه، چگونگی رقابت پلتفرم‌های دیجیتال برای جلب توجه کاربران و کسب درآمد از آن را نقد می‌کند و توجه را به عنوان یک منبع کمیاب و ارزشمند در نظر می‌گیرد. این نظریه، استراتژی‌هایی را که پلتفرم‌ها برای جذب و حفظ تعامل کاربر به کار می‌گیرند، بررسی می‌کند و تأثیرات روانی و اجتماعی این شیوه‌ها را بررسی می‌کند. از نظر تاریخی، تغییر به چرخه خبری ۲۴ ساعته، نقطه عطفی در نحوه تلاش رسانه‌ها برای جلب توجه عمومی بود. در عصر دیجیتال، پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام و یوتیوب این رقابت را از طریق ویژگی‌هایی مانند پیمایش نامحدود، پخش خودکار و اعلان‌های فوری تشدید کردند. این عناصر طراحی که برای تعامل بهینه شده‌اند، اغلب از آسیب‌پذیری‌های روانشناختی، مانند سیستم‌های پاداش مبتنی بر دوپامین مرتبط با لایک‌ها و اشتراک گذاری‌ها، سوءاستفاده می‌کنند. پیشرفت هوش مصنوعی مولد، لایه جدیدی از پیچیدگی را ایجاد می‌کند، زیرا پلتفرم‌ها از هوش مصنوعی برای سرازیر کردن کاربران با محتوای شخصی‌سازی شده استفاده می‌کنند که باعث پراکندگی بیشتر توجه و افزایش نگرانی‌ها در مورد اضافه بار اطلاعات می‌شود. نظریه اقتصاد توجه، ابزارهای مهمی برای درک هزینه‌های اجتماعی رسانه‌های توجه‌محور فراهم می‌کند و خوانندگان را تشویق می‌کند تا در مورد مسئولیت‌های اخلاقی پلتفرم‌ها در شکل‌دهی به تجربیات کاربران تأمل کنند. (Myers, 2025: 327-333). در این فضا در جنگ ۱۲ روزه الگوریتم‌های پلتفرم‌ها با اولویت‌دهی به محتوای هیجانی (مثل ویدئوهای سحر امامی)، جهت‌گیری افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دادند. بطور کلی تحلیل نظرات کاربران ایرانی در جنگ ۱۲ روزه، در چارچوب پیشنهادی مبتنی بر سطح‌بندی سه‌گانه تحلیلی (کلان، میانی، خرد)

است. نوآوری چارچوب حاضر در تلفیق سطوح مختلف تحلیل در راستای بررسی رفتار کاربران ایرانی در بستر فضای مجازی است.

پیشینه پژوهش:

در راستای موضوع پژوهش، مطالعاتی به لحاظ روش شناسی و موضوعی صورت پذیرفته است که به بخشی از آنها اشاره می شود. لاماس کوواریاس (۲۰۲۵) در مقاله ای با عنوان ارتباط مؤثر به عنوان ستون امنیت سایبری: مدیریت حوادث و بحران‌ها در عصر دیجیتال می نویسد ارتباطات مؤثر، یک جزء حیاتی اما اغلب نادیده گرفته شده در پاسخ به حوادث امنیت سایبری و مدیریت بحران است بررسی او نشان می دهد که افشای به موقع، ثبات پیام و مشارکت فعال ذینفعان برای مدیریت مؤثر حوادث ضروری است. فیلیپس (۲۰۲۵) در مقاله ای با عنوان بررسی واکنش شهروندان به بحران در فضای مجازی، ریسک و نیاز به تاب آوری به بررسی زمینه مند واکنش شهروندان به بحران در فضای مجازی و خطراتی که آنها تجربه می کنند و ارتباط آن با تاب آوری می پردازد. فیتزجرالد (۲۰۲۵) در مقاله ای با نام، آیین های رسانه ای شده ی کاربران موبایل و پلتفرم در پاسخ به حملات تروریستی: تحلیل گفتمانی از اسکرین شات ها، افزایش خشونت آیینی، پویایی های رسانه ای شده را در میان سوژه های ضد دموکراتیک معاصر، با پیامدهای سیاسی فراتر از اقدامات جبرانی شخصی، آشکار می کند. واک و همکاران (۲۰۲۵) در مقاله ای با عنوان روایت های رسانه های اجتماعی در پلتفرم های مختلف در جنگ: شواهدی از سوریه به این می پردازد که کاربران در پلتفرم های مختلف، نحوه ارائه خشونت خود را متنوع می کنند تا به مخاطبان داخلی و بین المللی برسند و با امکانات فنی تطبیق می دهند، که پیامدهایی بر نحوه درک مخاطبان و محققان از درگیری های جاری دارد. مهرآزین و معینی پور (۱۴۰۳) در مقاله ای با عنوان تحلیل روش شناسی فضای مجازی و تأثیرات آن بر هویت و اقتدار سیاسی فرد بیان می دارند که فضای مجازی به عنوان یک ابزار قدرتمند در تقویت هویت و افزایش اقتدار سیاسی فرد مورد استفاده قرار می گیرد. در دنیای امروز، این فضا نقش مهمی در تعاملات و ارتباطات سیاسی دارد و تأثیرات آن بر هویت و اقتدار سیاسی فرد قابل مشاهده است. محبوب، شریفی و کریمیان (۱۴۰۳) در مقاله ای با عنوان کنشگری فضای مجازی در آشوب های اجتماعی (نظریه و پراتیک) می نویسند گروه های

معارض و در حاشیه مانده از طریق اینترنت می‌توانند فساد سیاسی و اقتصادی، تبعیض‌ها، سرکوب‌های سیاسی، ناکارآمدی حکومت را آشکار سازند و با برجسته سازی این موارد، حکومت و عملکردهای آن را به طور جدی به چالش فراخوانند. ابولی، حقیقی و زارعی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران (از سال ۸۷-۹۷) به بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر رفتار سیاسی مردم ایران پرداخته و اشاره می‌دارند از آنجایی که رسانه‌های جمعی در کشور ما به طور پیوسته در حال از دست دادن مرجعیت و اعتبارشان هستند و ریشه‌های این روند، نیز هم به درون رسانه‌ها بر می‌گردد، هم به بیرون در کنار برخی تحولات تکنولوژیک و تغییرات در اکوسیستم اطلاع‌رسانی، سیاست‌گذاری‌های حاکمیتی عامل مهمی بوده که طول سالهای گذشته، منجر به تضعیف رسانه‌ها و کاهش مرجعیت و اعتبار آنها شده است. اما بین استفاده از شبکه‌های مجازی بین سال‌های ۸۷ تا ۹۷ و رفتار سیاسی شهروندان رابطه مثبت وجود دارد و این ارم در تغییر رفتار سیاسی شهروندان در انتخابات مشهود است. رهبری، دلاوری و صفری (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان فضای مجازی و قطب بندی سیاسی در ایران مطالعه موردی: واکنش‌های کاربران توئیتر فارسی به رویدادهای سیاسی و اجتماعی (۱۴۰۰-۱۴۰۱) نشان می‌دهند که توئیتر فارسی باعث ایجاد «اجتماعات همفکر» و «حباب فیلتر» در میان کاربران‌شان شده و کاربران از ابزارهای موجود در این پلتفرم در جهت اجتناب از چالش‌های اختلاف نظر استفاده می‌کنند. مجموعه این عوامل منجر به ایجاد یک «مارپیچ سکوت» و «چرخه دو قطبی» شده است.

با توجه به بررسی مطالعات یاد شود و موضوع این پژوهش، تحلیل نظرات کاربران در بحران‌های سیاسی-نظامی، به ویژه جنگ‌های نوین که عرصه مجازی به مثابه «جبهه روایت‌سازی» تبدیل می‌شود از اهمیت راهبردی برخوردار است. پژوهش‌های پیشین عمدتاً بر دو محور متمرکز بوده‌اند: رسانه‌های سنتی و شکل‌دهی افکار عمومی (مانند مطالعات تلویزیون محور دهه ۱۳۸۰) و تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر بسیج مردمی (پژوهش‌های پس از حوادث ۱۳۸۸) اما خلاء پژوهشی چشمگیر در تحلیل پویایی محتوای کاربرساخت طی بحران‌های کوتاه‌مدت نظامی با در نظرگیری متغیرهای منحصربه‌فردی مانند محدودیت‌های اینترنتی، مهندسی افکار توسط جریان‌های سیاسی و الگوهای مصرف محتوا وجود دارد. این پژوهش می‌تواند به عنوان نقطه

عطفی برای پرکردن این خلاء باشد. در این پژوهش با پرکردن خلاء ها و نواقص بنیادین، گام نوینی در دانش تحلیل فضای مجازی ایران برداشته است.

روش پژوهش:

چارچوب روش شناختی این پژوهش مبتنی بر ترکیبی از روشهای کمی-کیفی است. روش گردآوری داده ها با استفاده از شاخص فراوانی انتشار محتوا بر اساس رویدادهای محوری براساس رصد پلتفرمهای اجتماعی شامل تلگرام، ایکس (توییتر) و ایتا در بازه زمانی ۲۳ خرداد تا ۳ تیر ماه است. در اینجا داده های مستقیماً از طریق API های رسمی پلتفرم های و با پروتکل های استاندارد web Scrapin جمع آوری شده اند. در این راستا داده ها بصورت همه شمول جمع آوری شده که از میان ۱۶۸/۸M محتوای تولید شده ۱۹/۷ M مربوط با موضوع پژوهش بوده اند و شامل: پست، لایک، ریتویت و هشتگ های مرتبط به تجاوز رژیم صهیونیستی و ایالات متحده به جمهوری اسلامی ایران و پاسخ متقابل کشورمان به این تجاوز، در بستر پیام رسان های ایتا، تلگرام و ایکس (توییتر) می شود. در ادامه با استخراج روایت های کلیدی، جهت گیری های احساسی (خشم، غرور، نگرانی) و شناسایی جریان های سیاسی به تحلیل داده ها اقدام شد. تحلیل داده ها در قالب تحلیل گفتمان بر مبنای سنجش جهت گیری احساسی (مثبت، منفی، خنثی) و تحلیل گفتمان جریان های سیاسی صورت پذیرفته است. در این فضا اصولگرایان با روایت سازی از مظلومیت، ایثار شهدا، وحدت ملی، مطالبه پاسخ و انتقام تاکید داشتند، اصلاح طلبان نیز بر آرامش و دیپلماسی، وحدت ملی، دفاع مشروع و آتش بس و معاندین نیز بر برزگ نمایی تهدیدات دشمن، فروپاشی نظام، بی اثر بودن پاسخ ایران و عقب نشینی تحقیرآمیز نظام تاکید داشتند. در راستای غنای پژوهش روند تغییر احساسات و انتشار محتوا در بازه های بحرانی نیز مورد بررسی قرار گرفته است. در این راستا برای کاهش خطا و اعتبارسنجی داده ها، از مقایسه داده های پیام رسان ها با یکدیگر و انطباق داده ها با رویدادهای عینی بهره گرفته شد. این پژوهش با به کارگیری روش ترکیبی (کمی-کیفی)، تحلیل چندسطحی (احساسات، جهت گیری، جریان شناسی)، و اعتبارسنجی چندمنبعی، الگویی علمی برای رصد افکار عمومی در بحران ارائه می دهد.

یافته های پژوهش:

داده های پژوهش براساس شوک های انتشار محتوا براساس وقایع میدانی به پنج واقعه مهم در طول جنگ ۱۲ زمانی تقسیم شده اند: حمله رژیم صهیونیستی، عملیات وعده صادق ۳، حمله امریکا به تاسیسات هسته ای، عملیات بشارت فتح و آتش بس میان جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی. تحلیل داده‌های استخراج شده از فضای مجازی و انطباق آن با چارچوب نظری پژوهش، یافته‌های این پژوهش در قالب پنج محور کلیدی، تصویری پویا از الگوهای کنشگری مجازی جامعه ایران در جنگ ۳۰ روزه ارائه می‌دهد. این یافته‌ها مبتنی بر روش ترکیبی (کمی- کیفی) و با تمرکز بر سه سطح کلان، میانی و خرد است.

داده های فضای مجازی

در بازه زمانی جنگ ۱۲ روزه حجم قابل توجهی از محتوا در بسترهای مختلف فضای مجازی تولید شد. الگوی انتشار محتوا نشان می‌دهد که پلتفرمهای داخلی سهم قابل توجهی در تولید محتوا داشته اند، در حالی که پلتفرم های خارجی بیشترین نقش را در مصرف و باز نشر محتوا ایفا کرده اند. بیشترین میزان تولید محتوا به رویدادهای میدانی مرتبط با جنگ اختصاص داشته و در مقاطع آوج بحران، حجم تولید و مصرف محتوا به شکل چشمگیری افزایش یافته است.

تحلیل روند انتشار و مصرف محتوا در پلتفرمهای مجازی

روند انتشار و مصرف محتوا در طول جنگ ۱۲ روزه نشان دهنده الگوی متفاوتی است که تحت تاثیر رویدادهای میدانی و محدودیتهای فنی قرار داشته است. در مقاطع موفقیت‌های نظامی، تولید محتوای مثبت و امیدوار کننده افزایش یافته و در مقاطع تهدید یا ابهام، مصرف محتوای مرتبط با اخبار بحرانی و احساسات منفی افزایش پیدا کرده است. همچنین در زمانهایی که دسترسی به پلتفرمهای خارجی با محدودیت مواجه بوده، کاربران به پلتفرمهای داخلی رجوع کرده اند که این امر بر الگوی کلی تولید و مصرف محتوا تاثیر گذاشته است.

این الگوها، نظریه دوگانگی تولید-مصرف در فضای بحران زده را تأیید می‌کند، کاربران در مواجهه با ابهام اطلاعاتی (مثل حملات غافلگیرانه)، به سمت مصرف انبوه محتوا گرایش پیدا

می‌کنند تا با کاهش عدم قطعیت، تصمیم‌گیری عقلایی کنند مهندسی زیرساختی (ملی‌سازی اینترنت) هرچند الگوی مصرف را تشدید کرد، اما به نظر می‌رسد نتوانسته باشد با انتقال اجباری کاربران به پلتفرم‌های داخلی، گفتمان‌سازی رسانه‌ای را به نفع روایت‌های رسمی سوق دهد زیرا همان‌طور که مشاهده می‌شود میزان مصرف داده‌ها در پلتفرم تلگرام در این بازه زمانی بیشترین میزان مصرف داده را به خود اختصاص داده است. در این راستا باید گفت فضای مجازی در جنگ، صحنه تقابل «رانش محتوایی» (غالبیت مصرف) و «کنشگری جهت‌دار» (تولید انتخابی) بود که شکل‌گیری آن تابعی مستقیم از پیروزی‌های میدانی، محدودیت‌های فنی و مهندسی گفتمانی جریان‌های سیاسی است.

تحلیل سوگیری‌های احساسی و جهت‌گیری‌های افکار عمومی

سوگیری احساسی به تمایل نظام‌مند افراد به پردازش ترجیحی محرک‌های عاطفی هم‌سو با خلق غالب آن‌ها اشاره دارد. این پدیده به‌طور تجربی در چارچوب نظریه شبکه‌ای خلق و عاطفه باور و نظریه شناختی بک تبیین می‌شود. سوگیری احساسی به عنوان یک مکانیسم شناختی-عاطفی، پردازش اطلاعات را به سمت محتوای همخوان با خلق سوق می‌دهد. فضای مجازی به عنوان بستر ارتباطی و اطلاع‌رسانی، نقش مهمی در شکل‌دهی به احساسات جمعیتی ایفا می‌کند. (Murphy, 1999, 1316) احساسات غالب در این فضا به صورت سه دسته اصلی تقسیم‌بندی می‌شود: مثبت، منفی و خنثی. احساسات مثبت شامل مواردی همچون امید، غرور و قدردانی از تلاش‌های ملی و نظامی است. این احساسات معمولاً در واکنش به موفقیت‌های نظامی یا سیاسی ایران بروز می‌یابند و به‌ویژه در زمان‌های خاصی که انتصابات یا عملیات‌های موفقیت‌آمیز صورت می‌گیرد، شدت بیشتری پیدا می‌کنند. در این شرایط جنگی، احساسات مختلفی همچون قدردانی، غرور، امید، خشم و نگرانی در میان مخاطبان دیده می‌شود که هر کدام از آن‌ها در روند واکنش‌های اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار است. از سوی دیگر، احساسات منفی مانند خشم، نگرانی و ناامیدی در پاسخ به حملات دشمن و تهدیدات امنیتی بروز می‌کند. این احساسات نشان‌دهنده عدم رضایت عمومی از شرایط موجود و انتقادات به شیوه‌های مدیریتی و نظامی است. در واقع، این احساسات می‌توانند به عنوان نشانه‌ای از نارضایتی جامعه از تصمیمات اتخاذ شده و یا نتایج حاصل از

درگیری‌ها محسوب شوند. همچنین احساسات خنثی به‌عنوان دسته‌ای از واکنش‌ها در نظر گرفته می‌شوند که نشان‌دهنده عدم تمایل به وقوع واکنش‌های شدید به مسائل است. این احساسات ممکن است نشان‌دهنده بی‌تفاوتی جامعه یا عدم آگاهی کافی از جزئیات وقایع باشد.

تحلیل جهت‌گیری احساسی کاربران در طول جنگ ۱۲ روزه نشان می‌دهد که واکنش‌های عمومی به سه دسته اصلی قابل تقسیم است:

احساسات مثبت (مانند غرور، امید و قدردانی) که بیشترین در واکنش به موفقیت‌های نظامی و نمایش اقتدار بروز یافته است، احساسات منفی (مانند خشم، نگرانی و ناامیدی) که بیشترین پاسخ به تهدیدات، حملات دشمن و یا اختیار مربوط به تلفات و خسارات شکل گرفته است، و احساسات خنثی که نشان‌دهنده عدم تمایل به واکنش‌های شدید یا بی‌تفاوتی نسبت به برخی رویدادها بوده است. به طور کلی، جهت‌گیری احساسی کاربران تحت تاثیر عوامل متعددی از جمله نوع رسانه، فضای سیاسی و اجتماعی، و نحوه اطلاع‌رسانی قرار داشته است.

روند تحول احساسات در طول جنگ ۱۲ روزه نشان می‌دهد که واکنش‌های عاطفی کاربران، کاملاً تحت تاثیر رویدادهای میدانی قرار داشته است. در مراحل ابتدایی بحران، احساس خشم و نگرانی غالب بوده است. با تداوم موفقیت‌های نظامی، احساس غرور و امید افزایش یافته و در مراحل پایانی بحران (بوژه در زمان آتش‌بس) احساسات متناقضی مانند امید به آرامش و در عین حال نگرانی از آینده، در فضای مجازی مشاهده شده است. این الگو نشان می‌دهد که احساسات جمعی، پویا و وابسته به تحولات میدانی و نحوه بازنمایی آنها در رسانه و شبکه‌های اجتماعی است.

نظریه‌های کلان: جنگ مجازی به مثابه عرصه تقابل گفتمان‌ها

توصیف رابطه ایران و اسرائیل به عنوان یک تقابل وجودی مبتنی بر منطق برد-باخت، دقیقاً به مفهوم «بازی با حاصل جمع صفر» در نظریه بازی‌ها و روابط بین‌الملل اشاره دارد. در این چارچوب، امنیت و موجودیت یک طرف مستقیماً در گرو تضعیف یا نابودی طرف مقابل تعریف می‌شود. این وضعیت، فضایی از عدم اعتماد مطلق و امنیت‌زدایی متقابل ایجاد می‌کند، به‌طوری که هر اقدام دفاعی یا تهاجمی یک طرف، از سوی دیگری به مثابه تهدید هستی‌شناختی تلقی می‌گردد. بر مبنای نظریه گفتمان لاکلا و موف، هر گفتمان با ایجاد یک دال مرکزی و مفصل‌بندی نشانه‌های شناور

پیرامون آن، سعی در هژمونیک کردن روایت خود و حاشیه‌رانی گفتمان رقیب دارد. در این رقابت، رسانه‌ها و فضای مجازی به عنوان ابزارهای اصلی بازنمایی و معنادهی عمل می‌کنند و با برجسته‌سازی رخدادها، در جهت مشروعیت‌بخشی به یک گفتمان و غیریت‌سازی از گفتمان مقابل گام برمی‌دارند (Laclau & Mouffe, 2000:254) در این راستا فضای مجازی به عرصه اصلی جنگ روایت‌ها و مبارزه برای مشروعیت‌سازی تبدیل شده است. کاربران حامی نظام، با تمرکز بر برتری ایران در میدان نبرد، در پی ساخت اجتماعی واقعی هستند که بر پیروزی، مقاومت و حقانیت نظام جمهوری اسلامی تاکید دارد. این تلاش‌ها، شکلی از مقاومت مجازی و دیپلماسی عمومی در شرایط جنگ است که هدف آن تقویت روحیه جمعی، ملی‌گرایی دفاعی و مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های نظام در افکار عمومی داخلی و منطقه‌ای است. در این فضا تهدید خارجی وجودی (اسرائیل) به عنوان یک «دیگری متخاصم» قدرتمند، باعث فعال‌سازی هویت و همبستگی ملی و هویت جمعی و گزینه دفاع از سرزمین می‌شود. این امر، خطوط گسست داخلی را (موقتاً) کمرنگ کرده و نوعی همبستگی مبتنی بر دفاع از حاکمیت ملی و تمامیت ارضی ایجاد می‌کند. در سویی دیگر کنش‌های تخریبی عمدتاً بر پایه ضریب‌دهی به شایعات و اخبار جعلی استوار است. این تاکتیک‌ها، نمونه‌ای بارز از جنگ روانی و امنیت‌زدایی هدفمند هستند. هدف اصلی این اقدامات، ایجاد ترس جمعی، بدبینی ساختاری و فرسایش مشروعیت نظام جمهوری اسلامی از طریق زیرسوال بردن کارآمدی و توانمندی آن در مدیریت بحران جنگ است. در این راستا ۱۲ روز جنگ براساس مدل برچر تحلیل می‌شود تا ابعاد این مسئله بیشتر روشن گردد:

مدل برچر، با تمرکز بر توالی منطقی بحران‌های بین‌المللی، چهار مرحله کلیدی را شناسایی می‌کند: شوک اولیه، تصاعد، اوج‌گیری و فرونشینی. تحلیل تحولات جنگ اخیر در قالب این مدل، الگوهای رفتاری کاربران و نقش کنشگران سیاسی را به روشنی نشان می‌دهد.

۱. شوک اولیه (روز اول جنگ - ۲۳ خرداد): این مرحله با حمله غافلگیرکننده آغاز شد و جامعه را دچار شوک عمیق کرد. اوج‌گیری سریع احساسات «نگرانی» و «خشم»، واکنشی طبیعی به تجاوز آشکار و تلفات انسانی بود. کنشگران داخلی بلافاصله درصدد مدیریت این شوک برآمدند: اصولگرایان با روایت‌سازی حول محور مظلومیت، شهادت و وحدت ملی، خشم را علیه دشمن جهت‌دهی و از آن برای انسجام‌بخشی استفاده کردند. اصلاح‌طلبان نیز با دعوت به آرامش

و اطلاع‌رسانی دقیق، تلاش کردند تا از تشدید نگرانی و آشفتگی روانی جلوگیری کنند. در مقابل، معاندین با شایعه‌پراکنی و بزرگ‌نمایی خسارات و ناکارآمدی، به تشدید نگرانی و تفرقه دامن زدند.

۲. تصاعد (آغاز عملیات وعده صادق ۳-۲۴ خرداد): موفقیت عملیات نظامی ایران نقطه عطفی بود که بحران را وارد مرحله تصاعد کرد. احساس «امید» به‌طور فزاینده‌ای رشد کرد و همزمان «نگرانی» و «خشم» کاهش یافت. اصولگرایان با برجسته‌سازی اقتدار نظامی و پوشش گسترده موفقیت‌ها، این امید را تقویت کردند. اصلاح‌طلبان با حمایت از حق دفاع مشروع، سعی در تثبیت این موج مثبت داشتند. معاندین تلاش کردند تا با زیر سوال بردن موفقیت‌ها و القای بی‌تاثیری پاسخ ایران، امید را تضعیف کنند، اما روایت غالب موفقیت، مقاومت آن‌ها را بی‌اثر ساخت.

۳. اوج‌گیری (۲۵ تا ۲۸ خرداد و بویژه با عملیات بشارت فتح - ۲۹ خرداد تا ۲ تیر): این مرحله با تداوم موفقیت‌های نظامی و پاسخ قاطع به تجاوز آمریکا (حمله به نطنز) مشخص شد. احساسات به اوج خود رسید: مطابق با نمودار ۴، «غرور ملی» و «قدردانی» از نیروهای مسلح به شدت افزایش یافت. «خشم» نیز مجدداً اوج گرفت، اما این بار نه به عنوان واکنشی اضطرابی، بلکه به شکل «خشم انقلابی» هدفمند و همراه با «مطالبه‌گری» برای انتقام. اصولگرایان با روایت‌های حماسی و تأکید بر انتقام‌گیری و اقتدار بی‌چون‌وچرا (مانند عملیات بشارت فتح)، این اوج هیجان و غرور را هدایت و تشدید کردند. اصلاح‌طلبان ضمن حمایت از عملیات، بر وحدت ملی و همدلی تأکید داشتند. معاندین با بزرگ‌نمایی خسارات و تهدیدات یا ادعای ناکارآمدی، تلاش ناموفقی برای ایجاد نگرانی و ناامیدی انجام دادند.

۴. فرونشینی (اعلام آتش‌بس ۳ و ۴ تیر): اعلام آتش‌بس آغازگر مرحله فرونشینی بحران بود. این مرحله با احساسات متناقضی همراه شد: افزایش «امید» و «قدردانی» در بین شهروندانی که به بازگشت آرامش امیدوار بودند، و تداوم سطوح بالای «نگرانی» (درباره احتمال درگیری‌های آینده) و «خشم» در بین کسانی که آتش‌بس را فرصت سوزی می‌دانستند. اصولگرایان با انتقاد از آتش‌بس زودهنگام و تأکید بر لزوم تداوم مقاومت، خشم و مطالبه‌گری را تغذیه کردند. اصلاح‌طلبان با استقبال از آتش‌بس و برجسته‌سازی نقش دیپلماسی، امیدواری و قدردانی را

تقویت نمودند. معاندین تلاش کردند تا با روایت‌سازی از آتش‌بس به عنوان «عقب‌نشینی تحقیرآمیز»، ناامیدی و نارضایتی را دامن بزنند.

تحلیل این بحران بر اساس مدل برچر نشان می‌دهد که هر مرحله از توالی بحران، الگوهای احساسی و رفتاری متمایزی در جامعه ایجاد کرد که مستقیماً تحت تأثیر تحولات میدانی و نحوه بازنمایی آن توسط کنشگران سیاسی قرار داشت. اصولگرایان عمدتاً با روایت‌سازی‌های تهییج‌کننده حول محور مقاومت، انتقام و غرور ملی، احساسات را در مراحل شوک، تصاعد و اوج‌گیری جهت‌دهی کردند. اصلاح‌طلبان بیشتر بر مدیریت احساسات منفی (نگرانی، خشم کور)، تأکید بر وحدت، حق دفاع مشروع و در نهایت، ضرورت دیپلماسی در مرحله فرونشینی تمرکز داشتند. معاندین به طور مستمر با مکانیزم‌های تشدید نگرانی، ترویج ناامیدی و تضعیف روایت رسمی موفقیت‌ها، سعی در ایجاد شکاف و بی‌ثباتی داخلی داشتند. این تحلیل، اهمیت «مهندسی افکار عمومی» و «روایت‌پردازی» توسط گروه‌های سیاسی در هدایت واکنش‌های اجتماعی و شکل‌دهی به ادراک عمومی در طول چرخه حیات یک بحران بین‌المللی را به وضوح نشان می‌دهد. بنابراین تقابل ایران و اسرائیل در فضای مجازی، صرفاً بازتابی دیجیتالی از یک منازعه ژئوپلیتیکی عمیقاً وجودی نیست، بلکه خود به عرصه‌ای مستقل و حیاتی برای اعمال قدرت نرم، جنگ روایت‌ها و سازماندهی هویت جمعی تبدیل شده است. موفقیت‌های نظامی ایران سرمایه سیاسی و مشروعیت ایجاد می‌کند که کاربران حامی با روشنگری هدفمند در پی تقویت آن هستند. در مقابل، کنش‌های تخریبی با به کارگیری شایعه‌پراکنی سازمان‌یافته به دنبال تضعیف مشروعیت نظام و امنیت روانی جامعه می‌باشند. این پویایی‌ها، نقش فضای مجازی را به عنوان عرصه‌ای حیاتی در میدان نبرد کلانتر هویتی-امنیتی بین دو طرف تقابل، به وضوح نشان می‌دهد.

سطح میانی: جامعه‌شناسی جنگ مجازی و مهندسی هیجانات

جامعه‌شناسی جنگ مجازی را می‌توان به مثابه رهیافتی تحلیلی - تفسیری تعریف کرد که با به کارگیری چارچوب‌ها و مفاهیم جامعه‌شناختی به واکاوی ابعاد، سازوکارها، پیامدها و راه‌های مقابله با جنگ رسانه‌ای در فضای مجازی می‌پردازد. بر این اساس، جنگ مجازی شکل نوینی از جنگ نرم با ماهیت روانی - اجتماعی است که در فرایندی تدریجی و برنامه‌ریزی شده، از طریق

دستکاری شناختی، عاطفی و رفتاری شهروندان جامعه هدف، به منظور تضعیف یا فروپاشی پایه‌های فرهنگی، اجتماعی و در نهایت سیاسی آن جامعه طراحی و اجرا می‌شود. از منظر جامعه‌شناختی، جنگ مجازی در واقع جنگی ترکیبی است که از تکنیک‌های روانشناختی و جامعه‌شناختی در عرصه‌های فرهنگی و روانی جامعه هدف بهره می‌گیرد. این پدیده تنها محدود به جنگ‌های نظامی نیست، بلکه در شرایط صلح نیز به صورت مستمر جریان دارد و کشورها از حداکثر توان رسانه‌ای خود برای پیشبرد اهداف سیاسی بهره می‌برند. سربازان این جنگ، کارگزاران رسانه‌ای شامل: نویسندگان، خبرنگاران، مفسران، تصویربرداران و تولیدکنندگان محتوا هستند و سلاح آنان نیز ابزارهای ارتباطی از رادیو و تلویزیون تا شبکه‌های اجتماعی مجازی و خبرگزاری‌هاست. جامعه‌شناسی جنگ مجازی با تأکید بر ماهیت «مخاطب‌محور» این نبرد، بر آن است که امنیت ملی در عصر حاضر، تنها از طریق تأمین امنیت روانی اجتماعی شهروندان در سطح خرد و حفظ همبستگی و هویت فرهنگی در سطح کلان جامعه قابل تحقق است. از این رو، مقابله با این جنگ نامحسوس، مستلزم خروج از انفعال و مشارکت فعال و هوشمندانه در عرصه رسانه و فضای مجازی، با تکیه بر مطالعات عمیق جامعه‌شناختی است (اکبرزاده و فرهنگ، ۱۴۰۴: ۱۷۱-۱۹۳). در این راستا این قسمت از تحلیل بر سطح میانی جامعه‌شناسی جنگ مجازی متمرکز است و با بهره‌گیری از دو مفهوم محوری صورت می‌گیرد:

۱- نظریه سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی به مثابه شبکه‌های اعتماد و هنجارهای جمعی تعریف می‌شود که با فعال‌سازی حافظه تاریخی مقاومت (از دفاع مقدس تا امروز)، تهدیدهای خارجی را به فرصتی برای انسجام ملی تبدیل می‌کند.

۲- مهندسی افکار عمومی: فرآیندی پویاست که در آن جریان‌های سیاسی با بازتعریف ادراک، هدایت هیجان و سازمان‌دهی کنش، تلاش می‌کنند بحران‌ها را به فرصتی برای پیشبرد ایدئولوژی خود تبدیل کنند. جریان‌های سیاسی در جنگ مجازی، با به کارگیری رسانه‌ها، سه نظام حیاتی جامعه را هدفمند مدیریت می‌کنند تا هیجانات جمعی را جهت‌دهی نمایند:

۱- نظام فکری (چارچوب‌سازی ادراکی): از طریق روایت‌سازی انتخابی، واقعیت‌ها را بازتعریف می‌کنند. در این راستا اصولگرایان با برجسته‌سازی «اقتدار نظامی»، ذهنیت پیروزی را القا می‌کنند و اصلاح‌طلبان با گفتمان «دیپلماسی»، چارچوب گفت‌وگو محور را ترویج می‌دهند.

۲- نظام انگیزشی (هدایت هیجانات): با تحریک عواطفی مانند خشم، غرور یا امید، رفتار جمعی را سامان می‌بخشند. در این چارچوب تبدیل «خشم» اولیه به «مطالبه انتقام» توسط اصولگرایان، یا مهار «نگرانی» با تأکید بر «آرامش» از سوی اصلاح‌طلبان شاهد هستیم.

۳- نظام رفتاری (سازمان‌دهی کنش): هیجانات را به الگوهای عملیاتی (مشارکت در کمپین‌ها، اشتراک گذاری محتوا، تجمعات مجازی) تبدیل می‌کنند. که مثال آن هشتک‌های انبوه درباره «مقاومت» که کاربران را به سنگر مجازی تبدیل می‌کند.

نکته حائز اهمیت آن است که این سه نظام به صورت زنجیره‌وار و در تعامل پویا عمل می‌کنند و البته هر جریان با تخریب روایت رقیب (مثل معاندین با «سیاه‌نمایی») سعی در مختل‌سازی این چرخه دارد که در اینجا نقش کاربران بسیار مهم است. جامعه با گزینشگری فعال (پذیرش/رد روایت‌ها) در این فرآیند مشارکت می‌کند و صرفاً منفعل نیست. فعال‌سازی حافظه تاریخی، سرمایه اجتماعی نهفته را به همبستگی فعال تبدیل می‌کند. کنش‌های داوطلبانه (کمپین‌های مردمی) بخشی از تجلی این فرآیند بودند. از سویی دیگر موفقیت روایت مقاومت، محصول هم‌نوایی آگاهانه‌ی جامعه با گفتمان وحدت‌بخش بود که در آن، خرد جمعی بر تلاش‌های تفرقه‌افکنانه غلبه کرد. این الگو، جامعه ایران را به نمونه‌ای بارز از کارکرد سرمایه اجتماعی در جنگ نامتقارن تبدیل می‌کند. در واقع موج غلبه‌گر غرور و امید در بزنگاه‌های بحران، مؤید آن است که سرمایه اجتماعی، اصلی‌ترین پشتوانه ایران در مواجهه با تهدیدات بیرونی است. این فرآیند، کارکرد تحولی سرمایه اجتماعی را در بحران‌ها آشکار می‌سازد.

سطح خُرد: روانشناسی رفتار کاربران در بحران

رفتار کاربران در بحران 12 روزه، در سطح خرد با سه مکانیزم روان‌شناختی قابل تبیین است: ۱- نظریه فشار هنجاری ۲- نظریه همانندسازی فرافکنانه ۳- اقتصاد توجه. در این راستا تعامل پویای سه نظریه فشار هنجاری، همانندسازی فرافکنانه و اقتصاد توجه، سازوکار روان‌شناختی مدیریت بحران جنگ مجازی را شکل می‌دهد. این تعامل در قالب یک فرآیند زنجیره‌وار عمل می‌کند:

۱- فشار هنجاری به مثابه محرک اولیه: مرحله شوک اولیه (روز نخست اوج‌گیری همزمان خشم و نگرانی)، کاربران را در معرض «اضطراب هنجاری» قرار داد. این فشار، ترس از

طرد اجتماعی را فعال کرد و موجب شد حتی کاربران با سوگیری منفی، به مصرف انبوه محتوا روی آورند تا با هنجار غالب مقاومت همسو شوند معاندین نیز با شایعه‌پراکنی، فشار هنجاری را برای تولید محتوای دفاعی تشدید کردند.

۲- اقتصاد توجه به مثابه تقویت‌کننده چرخه: الگوریتم‌های پلتفرم‌ها با اولویت‌دهی به محتوای هیجانی (مثل هشدارهای تخلیه تهران یا ویدئوهای سحر امامی)، «کمیابی توجه» را به نفع روایت‌های خاص جهت‌دهی کردند. این امر با ایجاد حلقه بازخورد مثبت، مصرف محتوا را به افزایش و تولید را کاهش داد. محتوای اضطراری درباره «خطر تخلیه تهران» به دلیل برانگیختگی هیجانی بالا، توسط الگوریتم‌ها برجسته شد و توجه خالص مخاطبان را جذب کرد؛ امری که به نوبه خود فشار هنجاری برای پیگیری این اخبار را تشدید نمود. یا در در مرحله اوج غرور ملی (عملیات بشارت فتح)، اقتصاد توجه سبب شد محتوای هیجانی «اقتدار نظامی» (حمله به پایگاه آمریکا) به رکورددار ترندها تبدیل شود.

۳- همانندسازی فرافکنانه به مثابه تبدیل‌کننده رنج به همبستگی: تجربه مشترک رنج (شهادت غیرنظامیان) از طریق مکانیزم فرافکنی جمعی، احساسات سرکوب‌شده را به «دیگری» (دشمن) منتسب کرد. سپس با همذات‌پنداری گسترده، این فرافکنی به خلق هشتگ‌هایی مانند من-هم-ایرانی-ام انجامید که سرنوشت مشترک را بازتعریف می‌کرد. همچنین خشم را به «مطالبه انتقام» جهت‌دار کرد و هشتگ‌هایی چون #انتقام-ملی را خلق نمود. همچنین تصویر سحر امامی به عنوان «نماد مقاومت مدنی»، با فعال‌سازی فرافکنی جمعی، به کالای توجه‌پذیر تبدیل شد. الگوریتم‌ها این محتوا را به دلیل جذابیت هیجانی برجسته کردند و بازنشر انبوه آن، همذات‌پنداری ملی را تعمیق بخشید.

۴- نقش تعدیل‌گر محدودیت‌های اینترنتی سیاست ملی‌سازی فضای مجازی با مختل کردن دسترسی به پلتفرم‌های جهانی، اقتصاد توجه را به سمت فضای بومی هدایت کرد. این تغییر، دو اثر متضاد داشت: تقویت انسجام گفتمانی از طریق هم‌گرایی کاربران در پلتفرم‌های داخلی و کاهش کنشگری مدافعانه به دلیل افت تولید محتوا (ناشی از محدودیت‌های فنی) در نتیجه مهاجرت کاربران به فضای بومی، بدنه فعال رسانه‌ای را شکل داد که با وجود کاهش تولید، مصرف محتوا را در سطح بالا حفظ کرد و فشار

هنجاری برای تداوم پیوند با گفتمان مقاومت را تضمین نمود. البته در مرحله پسا آتش‌بس، سوگیری منفی غالب نسبت به آتش‌بس (ناشی از فشار هنجاری مقاومت)، نشان‌دهنده شکاف در اقناع سازی بود، محدودیت‌های اینترنتی نیز با مختل کردن اقتصاد توجه، کنشگری مدافعانه را کاهش داد.

فرجام:

این پژوهش با به کارگیری چارچوب سطح‌بندی گُلان-میانی خُرد، پویایی‌های فضای مجازی ایران در جنگ ۱۲ روزه را تبیین می‌کند. در سطح گُلان، تقابل ایران و رژیم صهیونیستی مبتنی بر منطق بازی حاصل جمع صفر تحلیل می‌شود که در آن هر کنش مجازی، بازتابی از منازعه هستی‌شناختی است. در سطح میانی، سرمایه اجتماعی (شبکه‌های اعتماد و هنجارهای مقاومت) و مهندسی هیجانات جریان‌های سیاسی، نقش محوری در تبدیل تهدید به فرصت انسجام‌بخش ایفا می‌کند. در سطح خُرد، سه مکانیسم روان‌شناختی (فشار هنجاری، همانندسازی فرافکنانه و اقتصاد توجه) الگوهای کنشگری کاربران را شکل می‌دهد.

بر این اساس ایجاد چهارچوبی برای سیاست‌گذاری بحران‌محور که مبتنی بر بازتعریف نقش فضای مجازی در امنیت ملی، طراحی الگوی مهندسی هیجانات مبتنی بر داده، توسعه پلتفرم‌های بومی تاب‌آور، بازخوانی انتقادی مدیریت بحران امری ضروری به نظر می‌رسد. تبدیل جنگ روایت‌ها از «عرصه تقابل گفتمانی» به «ابزار دیپلماسی عمومی» با استفاده از ظرفیت‌های سرمایه اجتماعی، ایجاد سامانه‌های رصد لحظه‌ای احساسات جمعی برای پیش‌بینی واکنش‌ها و تنظیم گفتمان‌سازی سیاسی در بحران‌ها، تقویت زیرساخت‌های ارتباطی داخلی با قابلیت مدیریت ترافیک بالا در بحران‌ها، به گونه‌ای که هم «امنیت اطلاعاتی» و هم «کنشگری خلاق» را تضمین کند و سوگیری منفی ۶۰ درصدی کاربران نسبت به آتش‌بس، نشان‌دهنده شکاف در اقناع‌سازی افکار عمومی است و ضرورت شفافیت‌سازی در تصمیم‌گیری‌های بحرانی را گوشزد می‌کند. اما در کنار این موارد، این پژوهش ثابت می‌کند که جامعه ایران در بحران‌ها منفعل نیست، بلکه کنش‌پذیر است. موفقیت هر روایت سیاسی در گرو هم‌نوایی آن با خرد جمعی و سرمایه اجتماعی پیش موجود است. جنگ ۱۲ روزه، ایران را به نمونه‌ای بارز از «کارکرد تحولی سرمایه اجتماعی در

جنگ نامتقارن تبدیل کرد؛ الگویی که می‌تواند چارچوبی برای تحلیل بحران‌های امنیتی در جهان چندقطبی امروز باشد. بررسی احساسات در فضای مجازی نه تنها به تحلیل وضعیت موجود کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به تصمیم‌سازان در درک بهتر نیازها و خواسته‌های عمومی یاری رساند. در نتیجه، این تحلیل‌ها می‌توانند به عنوان ابزاری برای پیش‌بینی واکنش‌ها و تغییرات آتی در جامعه مورد استفاده قرار گیرند. در نهایت، درک عمیق‌تری از وضعیت احساسی جامعه در مواجهه با بحران‌ها و چالش‌ها می‌تواند به بهبود سیاست‌گذاری‌ها و افزایش رضایت عمومی منجر شود. این امر به‌ویژه در مواقع بحرانی که نیاز به انسجام و همبستگی اجتماعی وجود دارد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. فضای مجازی در جهان کنونی، عرصه‌ای حیاتی برای اعمال قدرت نرم و بازتولید هویت ملی است. مدیریت هوشمندانه این عرصه، نه با محدودیت‌های کورکورانه، بلکه با تقویت بدنه فعال رسانه‌ای و اعتماد به گزینشگری آگاهانه کاربران محقق می‌شود.

فهرست منابع

- ابولی، عابدین، حقیقی، علی محمد وزارعی، غفار (۱۴۰۱)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران (از سال ۸۷-۹۷)»، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۷۳۲-۷۱۳
- اکبرزاده، علیرضا و فرهنگ، سجاد (۱۴۰۴)، «تحلیل جامعه شناختی ابعاد و مولفه های جنگ های آینده با تکیه بر جنگ رسانه ای»، فصلنامه مدیریت نظامی، سال ۲۵، شماره ۱، صص ۱۷۱-۱۹۳
- رزمجو، علی اکبر و عنایتی، علی (۱۳۹۶)، نقش رسانه‌های مجازی در فتنه سال ۱۳۸۸، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی
- رهبری، محمد، دلاوری، ابوالفضل و صفری، هادی (۱۴۰۲)، «فضای مجازی و قطب بندی سیاسی در ایران مطالعه موردی: واکنش های کاربران توئیتر فارسی به رویدادهای سیاسی و اجتماعی (سال های ۱۴۰۰-۱۴۰۱)»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پیاپی ۷۰، دوره ۱۹، شماره ۱، صص ۲۷۱-۲۴۱
- حبی، محمدباقر (۱۳۸۳)، «سلامت روانی در چشم اندازی گسترده تر»، فصلنامه روش شناسی در علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۴۱، صص ۱۲۲-۱۰۶
- حبیبی، احمد، صدیق، میر ابراهیم و کشیشیان، گارینه (۱۳۹۸)، «مقایسه تطبیقی دال های گفتمان های اصلاح طلبی و اصولگرایی در مجلس ششم و هفتم شورای اسلامی»، فصلنامه جامعه شناسی سیاسی ایران، سال دوم، شماره دوم، تابستان، صص ۲۱۸-۲۴۸
- محبوب، شهرام، شریفی، منصور و کریمیان، حبیب اله (۱۴۰۳)، «مقاله ای با عنوان کنشگری فضای مجازی در آشوب های اجتماعی (نظریه و پراتیک)»، فصلنامه مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران، دوره ۳، شماره ۵، صص ۱۷۴-۱۵۴

مهرآزین، مهدی و معینی پور، مسعود (۱۴۰۳)، «تحلیل روش شناسی فضای مجازی و تأثیرات آن بر هویت و اقتدار سیاسی فرد»، فصلنامه مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران، دوره ۳، شماره ۳، صص ۸۸-۱۱۰

عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۷)، «مدیریت رسانه ای و مهندسی افکار عمومی»، فصلنامه مطالعات تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد، دوره دهم، شماره ۲

- صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۴) بررسی واکنش افکار عمومی به جنگ ایران و رژیم صهیونیستی
- Agnew, Robert. (2006). Pressured into Crime: An Overview of General Strain Theory. Los Angeles: Roxbury
- Brecher, M. (2022). Crisis in World Politics: The Rise and Fall of Crises (Volume 1). Translated by Mirfardin Qureshi, Tehran: Strategic Studies Research Institute Publications
- Coleman, J. S. (1990). Foundations of social theory, Cambridge: Harvard University Press
- DiClemente, Ralph J, Crosby, Richard A, Kegler, Michelle C (2002) Emerging theories in health promotion Practice and research: Strategies for Improving Public Health, JOSSEY-BASS A Wiley Company, www.josseybass.com
- Erin Walk, E, Parker, E, Garimella, K, Akbiyik, A, Christia, F (2025) Social media narratives across platforms in conflict: Evidence from Syria, The Journal of Politics 87 (2), 449-463
- Fitzgerald, A (2025) Mobile and platform users' mediatized rituals in response to terrorist attacks: a discourse analysis of continuously collected screenshots, Journal of Communication 75 (3), 207-219,
- Greatrex, Toni (2002) Projective Identification: How Does It Work?, Neuropsychoanalysis 4(4):187-197, DOI:10.1080/15294145.2002.10773396
- Laclau, E. & Mouffe, C. (2000). Contingency, Hegemony, Universality. London: Verso.
- Llamas Covarrubias, J. (2025) Effective Communication as A Pillar of Cybersecurity: Managing Incidents and Crises in the Digital Era. Journal of Risk Analysis and Crisis Response 15 (2), 34-34, <https://doi.org/10.54560/jracr.v15i2.564>
- Merton, Robert K. (1938). "Social Structure and Anomie", American Sociological Review 3: 672-82
- [1] Strain Theor
- Murphy, F. C., et al (1999) Emotional bias and inhibitory control processes in mania and depression, Psychological Medicine 29(6):1307-21, DOI:10.1017/S0033291799001233
- Myers, J (2025), Theories of Culture, Communications, and Consciousness: Publisher Published by Palgrave Macmillan
- J (2015) Exploring the citizen-driven response to crisis in cyberspace, risk and the need for resilience, Phillips,
- IEEE Canada International Humanitarian Technology Conference (IHTC2015), 1-6, 2015
- <https://nadimiran.ir/news/3198/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85-%D9%88%D8%A7%DA%A9%D9%86%D8%B4-%D9%87%D8%A7%DB%8C>
- <https://moshavereftab.ir/%D9%87%D9%85%D8%A7%D9%86%D9%86%D8%AF%D8%B3%D8%A7%D8%B2%DB%8C->

