پژوهشنامه رسانه بین‌الملل/ سال دهم/ شماره دوم/ شماره پیاپی شانزدهم/ پاییز و زمستان ۱۴۰۴/ ۳۷۵-۳۴۹

نقش زیست‌بوم رسانه‌های اجتماعی بومی در تقویت انسجام خانواده ایرانی–اسلامی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا علیه ایران: مطالعه موردی گروه‌های مادرانه پیام‌رسان بله

علی اکبر رزمجو[۱]، کوثر مهرزاده[۲]

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی نقش زیست‌بوم رسانه‌های اجتماعی بومی در تقویت انسجام خانواده ایرانی اسلامی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا علیه ایران انجام شد. روش پژوهش کیفی است و داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با دوازده نفر از خبرگان حوزه‌های رسانه، خانواده و امنیت فرهنگی گردآوری شدند. مشارکت‌کنندگان با روش نمونه‌گیری هدفمند و با حداکثر تنوع انتخاب شدند و داده‌ها با روش تحلیل مضمون استقرایی مورد تحلیل قرار گرفتند. فرایند تحلیل در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری سازمان‌یافته و استخراج مضامین فراگیر انجام شد. بر اساس یافته‌ها، ۱۵۸ کد اولیه، ۲۳ مضمون سازمان‌یافته و ۳ مضمون فراگیر شامل تولید تخصصی محتوا، پایش و تفسیر محتوا، و هویت محتوا شناسایی گردید. نتایج نشان دادند که گروه‌های مادرانه در پیام‌رسان بله، از طریق تولید محتوای دینی و فرهنگی، به‌عنوان زیست‌بومی هویت‌محور عمل کرده، تهدیدات شناختی را پالایش نموده و هویت فرهنگی رسانه‌ای بومی را تقویت می‌کنند. این گروه‌ها در برابر عملیات شناختی هدایت‌شده از سوی شبکه‌های رسانه‌ای معارض (با محوریت اسرائیل و آمریکا)، سپر دفاعی ایجاد می‌نمایند. پژوهش حاضر از نظر نظری، مفهوم سپر شناختی توزیع‌شده را معرفی می‌کند و نشان می‌دهد که مقاومت رسانه‌ای در سطح اجتماعات برخط خانوادگی، یکی از ابعاد مغفول‌مانده در تحلیل‌های جنگ رسانه‌ای علیه ایران به شمار می‌رود.

کلیدواژه‌ها: زیست‌بوم رسانه‌ای بومی، جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا، انسجام خانوادگی، گروه‌های مادرانه، پیام‌رسان بله

تاریخ دریافت:۱۴۰۵/۰۱/۲۱ تاریخ پذیرش:۱۴۰۵/۰۳/۲۹

Doi: 10.22034/imrl.2026.583094.1369

۱. دانشیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده رسانه و ارتباطات، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). Razmjoo@iribu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه بین‌المللی سوره، تهران، ایران. Kosar.mehrzade@soore.ac.ir

مقدمه

در دهه اخیر، رسانه‌های اجتماعی از ابزارهای ارتباطی فراتر رفته و به محیط‌های زیستی تبدیل شده‌اند که در آنها هویت، ارزش و رابطه معنا می‌گیرد. این تحول در بستر ایران اسلامی اهمیت مضاعفی می‌یابد، زیرا خانواده که در آموزه‌های اسلامی کانون اولیه تربیت و بنیاد جامعه است، در برابر امواج متعارض و گسترده رسانه‌ای آسیب‌پذیر شده است؛ پدیده‌ای که نظریه‌پردازان امنیتی آن را «جنگ شناختی» نامیده‌اند و در دهه اخیر به یکی از دغدغه‌های اصلی مطالعات امنیت فرهنگی و رسانه در ایران تبدیل شده است.

تقوی‌پور و بیچرانلو در مطالعه‌ای نشان دادند که مصرف بی‌قاعده رسانه‌های اجتماعی با کاهش معنادار انسجام خانوادگی و تضعیف ارزش‌های مشترک خانواده ایرانی همراه است (تقوی‌پور و بیچرانلو، ۱۴۰۱: ۶۰–۳۳). بصیریان جهرمی و خانیکی در تحلیل سیاست‌گذاری رسانه‌ای ایران دریافتند که حتی در سطح ملی، رویکرد خانواده‌محور در طراحی پلتفرم‌های بومی غایب است (بصیریان جهرمی و خانیکی، ۱۳۹۳: ۷۰–۲۵). بیچرانلو و حجاری با تحلیل پست‌های اینستاگرامی خانواده‌های ایرانی نشان دادند که پلتفرم‌های خارجی به‌طور ساختاری مرزهای خصوصی خانواده را فرسوده می‌سازند (بیچرانلو و حجاری، ۱۴۰۲: ۱۰۸–۸۹). این سه یافته، ابعاد بحران تدریجی انسجام خانواده در عصر دیجیتال را ترسیم می‌کنند.

در سطح بین‌المللی، ترکل[1] (۲۰۱۵) استدلال می‌کند که ارتباط همیشه در دسترس به‌جای تقویت روابط، نوعی تنهایی متناقض‌نما ایجاد می‌کند. استادکدیل[2] و همکاران (۲۰۱۸) نیز نشان داده‌اند که تداخل فناورانه والدین با مشکلات رفتاری و احساسی کودکان ارتباط معناداری دارد. در ایران، این مسئله با لایه‌ای از تهدید اضافی همراه است: بخش قابل توجهی از محتوای رسانه‌های اجتماعی خارجی به‌طور هدفمند در چارچوب عملیات شناختی علیه نهاد خانواده ایرانی–اسلامی طراحی می‌شود (خجیر و خانیکی، ۱۳۹۸: ۶۹–۳۵).

اسناد راهبردی منتشرشده توسط نهادهای غربی و رژیم صهیونیستی نشان می‌دهد که تضعیف نهاد خانواده در ایران، به‌عنوان یکی از محورهای اصلی بُعد رسانه‌ای جنگ شناختی ترکیبی اسرائیل و آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران تعریف شده است. با این حال، پژوهش‌های کمی به ظرفیت‌های بومی و خودجوش مقاومت در برابر این بُعد از جنگ رسانه‌ای پرداخته‌اند.

---

1. Turkle
2. Stockdale

در برابر این تهدیدات، پیام‌رسان‌های بومی و به‌ویژه پیام‌رسان بله فضاهایی ایجاد کرده‌اند که در آنها اجتماعیات برخط ایرانی–اسلامی شکل گرفته‌اند. از جمله فعال‌ترین این اجتماعات، گروه‌های مادرانه هستند: گروه‌هایی متشکل از زنان با نقش مادری که در آنها مسائل تربیتی، خانوادگی، فرهنگی و دینی مبادله می‌شود. سالمی و همکاران در مطالعه‌ای درباره کنشگری دیجیتال زنان ایرانی دریافتند که گروه‌های مادرانه در پیام‌رسان‌های داخلی، فضاهایی برای مذاکره فعالانه درباره ارزش‌ها و هویت فرهنگی هستند (سالمی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۶–۵).

مرور پیشینه نشان می‌دهد که پژوهش‌های موجود عمدتاً آسیب‌شناسانه بوده‌اند و کمتر به ظرفیت‌های بومی خودجوش خانواده ایرانی توجه کرده‌اند. هیچ پژوهشی نقش گروه‌های مادرانه پیام‌رسان‌های بومی را از منظر مقاومت شناختی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ اسرائیل و آمریکا بررسی نکرده است.

براین‌اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی نقش زیست‌بوم رسانه‌های اجتماعی بومی (گروه‌های مادرانه پیام‌رسان بله) در تقویت انسجام خانواده ایرانی–اسلامی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا است. پرسش اصلی پژوهش عبارت است از: گروه‌های مادرانه بله از طریق چه ساختارها و مضامین محتوایی به تقویت انسجام خانواده ایرانی–اسلامی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا کمک می‌کنند؟

اهمیت پژوهش در سه محور خلاصه می‌شود: نظری (تنزل سطح تحلیل زیست‌بوم از کلان به اجتماع برخط خانوادگی)، کاربردی (فهم نحوه استفاده کاربران از پلتفرم‌های بومی در مقاومت فرهنگی)، و سیاستگذارانه (شناسایی ظرفیت‌های خودجوش پنهان از چشم سیاستگذاران).

۱. پیشینه پژوهش

مرور نظام‌مند پیشینه نشان می‌دهد که پژوهش‌های موجود در چهار محور اصلی قابل دسته‌بندی هستند: آسیب‌شناسی رسانه‌های اجتماعی بر خانواده، شناسایی عوامل تقویت‌کننده انسجام خانوادگی در فضای دیجیتال، بررسی کارکردهای هویتی و مهارتی اجتماعات برخط، و تحلیل تهدیدات جنگ شناختی و سیاست‌گذاری رسانه‌ای.

۱-۱. آسیب‌شناسی رسانه‌های اجتماعی بر خانواده

یکی از محورهای مشترک پژوهش‌های داخلی و خارجی، مستندسازی آسیب‌های رسانه‌های اجتماعی بر نهاد خانواده است. تقوی‌پور و بیچرانلو در یک پیمایش ملی با ۴۸۰ خانواده ایرانی

نشان دادند که مصرف روزانه بیش از سه ساعت رسانه‌های اجتماعی با کاهش معنادار شاخص انسجام خانوادگی، تضعیف رابطه والد–فرزند و افزایش تعارضات زناشویی مرتبط است (تقوی‌پور و بیچرانلو، ۱۴۰۱: ۳۳–۶۰). این یافته با نتایج استاکدیل و همکاران (۲۰۱۸) که نشان دادند والدینی که در حین تعامل با فرزند از گوشی هوشمند استفاده می‌کنند، فرزندانی با رفتارهای اجتماعی و احساسی ضعیف‌تر دارند، همسویی کامل دارد.

بیچرانلو و حجاری از زاویه‌ای متفاوت به همین مسئله پرداختند. آن‌ها با تحلیل محتوای ۷۰۰ پست از صفحات اینستاگرامی خانواده‌های ایرانی نشان دادند که این پلتفرم با بازنمایی زندگی ایده‌آل و غیرواقعی، مرزهای خصوصی خانواده را به‌تدریج فرسوده ساخته و اضطراب مقایسه اجتماعی را در میان زوجین ایرانی تشدید می‌کند (بیچرانلو و حجاری، ۱۴۰۲: ۱۰۸–۸۹). این یافته با تحلیل نظری ون دایک و پوئل[1] (۲۰۱۳) پیوند می‌خورد که نشان دادند معماری پلتفرم‌های غربی، الگوریتم‌های جلب توجه، فیلترهای حباب اطلاعاتی و طراحی اعتیادآور، با منطق انسجام خانوادگی در تعارض ذاتی است. به عبارتی، آسیب رسانه‌های اجتماعی بر خانواده تصادفی نیست، بلکه برآمده از منطق طراحی پلتفرم‌هایی است که به‌جای انسجام و ارتباط عمیق از توجه سود می‌برند.

۲-۱. انسجام خانوادگی در فضای دیجیتال

دسته دوم پژوهش‌ها به‌جای آسیب‌شناسی، به شناسایی عوامل تقویت‌کننده انسجام خانوادگی در فضای دیجیتال پرداخته‌اند. سیت[2] و همکاران (۲۰۲۱) در بازتعریف مدل چرخه‌ای اولسون برای عصر دیجیتال استدلال می‌کند که انسجام خانوادگی دیگر نمی‌تواند صرفاً در بستر حضوری تعریف شود. خانواده‌هایی که هویت دیجیتال مشترک دارند، یعنی در فضای برخط نیز به‌عنوان یک واحد حضور دارند، انسجام بالاتری نشان می‌دهند.

گنگ[3] و همکاران (۲۰۲۲) در یک مطالعه طولی سه‌ساله بر روی ۴۳۲ خانواده آمریکایی نشان دادند خانواده‌هایی که توافق‌نامه‌های رسانه‌ای (یعنی قوانین مشترکی برای استفاده از رسانه) تدوین کرده بودند، از سطح معنادار بالاتری از انسجام خانوادگی برخوردار بودند.

1. Van Dijck & Poell
2. Sit
3. Gong

در یک مطالعه طولی سه‌ساله با ۴۳۲ خانواده آمریکایی نشان دادند که خانواده‌هایی که توافق‌نامه‌های رسانه‌ای تدوین کرده بودند، یعنی قوانین مشترکی برای استفاده از رسانه داشتند، انسجام خانوادگی به‌طور معنادار بالاتری داشتند. این یافته از دو جهت برای پژوهش حاضر اهمیت دارد: نخست، نشان می‌دهد که هنجارسازی جمعی درباره مصرف رسانه به‌عنوان یک متغیر مستقل، انسجام خانوادگی را پیش‌بینی می‌کند؛ دوم، کارکرد هنجار جمعی را در فضای دیجیتال تأیید می‌نماید.

۳-۱. والدگری دیجیتال، اجتماعات آنلاین و هویت فرهنگی

از زاویه ایرانی، دو پژوهش داخلی ابعاد مکمل یک مسئله واحد را کشف کرده‌اند. خجیر در پژوهش کیفی با ۲۵ مادر ایرانی، الگوهای والدگری دیجیتال را شناسایی کرد و نشان داد که مادرانی که در گروه‌های برخط مادرانه عضو هستند، مهارت‌های والدگری دیجیتال مؤثرتری دارند (خجیر، ۱۳۹۸: ۳۵-۶۹). سالمی و همکاران این تصویر را از زاویه هویتی تکمیل کردند و در مطالعه کنشگری دیجیتال زنان ایرانی دریافتند که گروه‌های رسانه‌ای زنانه در پیام‌رسان‌های داخلی، فضاهایی برای مذاکره فعالانه درباره ارزش‌ها و هویت فرهنگی هستند که در آنها گفتمان اسلامی–ایرانی بازتولید و تقویت می‌شود (سالمی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۶-۵).

خواندن این دو پژوهش در کنار یکدیگر تصویری روشن ارائه می‌دهد: گروه‌های مادرانه ایرانی همزمان دو کارکرد مکمل دارند، کارکرد مهارتی (تقویت والدگری دیجیتال) و کارکرد هویتی (بازتولید گفتمان اسلامی ایرانی). این دو کارکرد دقیقاً همان چیزی است که پژوهش حاضر در مضامین فراگیر تولید تخصصی محتوا و هویت محتوا مستند ساخته است.

٤-۱. جنگ شناختی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای و ظرفیت‌های بومی

اسناد راهبردی منتشرشده توسط نهادهای غربی و رژیم صهیونیستی نشان می‌دهد که جنگ شناختی علیه ایران از طریق رسانه‌های اجتماعی، نهاد خانواده را به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین اهداف خود انتخاب کرده است؛ چراکه تضعیف خانواده به‌منزله تضعیف اصلی‌ترین بستر انتقال هویت فرهنگی است. بصیریان جهرمی و خانیکی در تحلیل اسناد و مصاحبه با سیاستگذاران رسانه‌ای ایران دریافتند که پاسخ نهادی به این تهدیدات عمدتاً واکنشی و محدودیت‌محور بوده است. آن‌ها بر ضرورت گذار ازسیاست‌گذاری محدودیت‌محور به سیاست‌گذاری توانمندساز تأکید کردند (بصیریان جهرمی و خانیکی، ۱۳۹۳: ۷۰-۲۵).

۵-۱. جمع‌بندی و شکاف پژوهشی

شباهت اصلی پژوهش حاضر با مطالعات پیشین، در تأیید آسیب‌شناسی رسانه‌های اجتماعی بر خانواده و نیز شناسایی کارکردهای اجتماعیات برخط است. اما تفاوت بنیادین در سه سطح است:

نخست، سطح تحلیل از کلان به خُرد و از کاربر منفرد به اجتماع خانوادگی تنزل یافته است. دوم، رویکردی که از آسیب‌شناسانه به توانمندسازانه تغییر جهت داده است. سوم، بستر تهدید که برای نخستین بار، جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا به‌عنوان چارچوب تهدید، وارد تحلیل اجتماعیات برخط خانوادگی شده است.

بر اساس مرور پیشینه، سه شکاف اساسی در ادبیات موجود قابل شناسایی است: شکاف اول، پژوهش‌های داخلی عمدتاً آسیب‌شناسانه هستند و کمتر به ظرفیت‌های خودجوش خانواده ایرانی توجه کرده‌اند. شکاف دوم، پژوهش‌های خارجی درباره جنگ شناختی عمدتاً در سطح کلان تحلیل می‌کنند و سطح خُرد اجتماعات برخط خانوادگی را نادیده می‌گیرند. شکاف سوم، تاکنون پژوهشی نقش گروه‌های مادرانه در پیام‌رسان‌های بومی ایران را از منظر ترکیبیِ انسجام خانوادگی به علاوه مقاومت شناختی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ اسرائیل و آمریکا، بررسی نکرده است. پژوهش حاضر این شکاف سه‌گانه را هدف قرار می‌دهد.

۲. تعاریف مفهومی پژوهش

۱-۲. زیست‌بوم رسانه‌ای

زیست‌بوم رسانه‌ای، مفهومی است که پستمن۱ آن را در چارچوب نظریه بوم‌شناسی رسانه‌ای مطرح کرد. در این رویکرد، رسانه‌ها نظام‌هایی هستند که در آن‌ها انسان نه فقط ارتباط برقرار می‌کند، بلکه زندگی می‌کند (پستمن، ۱۹۸۵). استریت۲ زیست‌بوم رسانه‌ای را، نظامی از روابط پیچیده میان فناوری، انسان، محتوا، فرهنگ و ساختارهای قدرت، تعریف می‌کند (استریت، ۲۰۱۷). در پژوهش حاضر، زیست‌بوم رسانه‌ای، به‌طور عملیاتی به پیام‌رسان بله و گروه‌های مادرانه فعال در آن اشاره دارد؛ مجموعه‌ای از پلتفرم، محتوا، هنجارها و روابط ارتباطی مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی ملی که خانواده ایرانی–اسلامی می‌تواند در آن به‌عنوان یک واحد هویت‌مند، نه مجموعه‌ای از کاربران منفرد، حضور داشته باشد.

---

1 . Postman
2 . Strate

۲-۲. جنگ شناختی

جنگ شناختی در ادبیات امنیتی، استفاده هدفمند از ابزارهای رسانه‌ای برای بازتعریف چارچوب‌های ذهنی هدف تعریف می‌شود (ناتو، ۲۰۲۲). در پژوهش حاضر، جنگ شناختی به‌طور عملیاتی به هر نوع عملیات اطلاعاتی اطلاق می‌شود که با هدف بازتعریف باورها، احساسات یا رفتار اعضای خانواده ایرانی–اسلامی از طریق رسانه‌های دیجیتال انجام می‌شود.

۲-۳. انسجام خانوادگی

اولسون[1] انسجام خانوادگی را پیوند عاطفی میان اعضای خانواده تعریف می‌کند که در پیوستاری از گسسته تا درهم‌تنیده قرار دارد؛ حد متعادل که وی آن را متصل و منسجم می‌نامد، سالم‌ترین کارکرد را ایجاد می‌کند (اولسون، ۲۰۰۸). در پژوهش حاضر، انسجام خانوادگی به‌طور عملیاتی شامل همبستگی عاطفی، تبادل اطلاعات مشترک، مشارکت مشترک در فضای رسانه‌ای و حمایت متقابل است.

٤-۲. سپر شناختی

سپر شناختی مفهومی است که پژوهش حاضر بر اساس ترکیب نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام[2] (۲۰۰۰) و نظریه جنگ شناختی ابداع کرده است. این مفهوم به ظرفیت جمعی اجتماعات آنلاین برای شناسایی، تحلیل و خنثی‌سازی محتوای مغایر ارزش‌های هویتی از طریق کنش مشارکتی اشاره دارد. تفاوت سپر شناختی با مقاومت فردی در آن است که ماهیتی توزیع‌شده دارد؛ یعنی نه یک نهاد بلکه شبکه‌ای از افراد آن را می‌سازند. در پژوهش حاضر، رفتارهای اعضا در شناسایی محتوای مشکوک، راستی‌آزمایی جمعی و پالایش ارزشی، مصادیق عملی سپر شناختی هستند.

۳. چارچوب مفهومی پژوهش

چارچوب مفهومی پژوهش حاضر از تلاقی چهار نظریه اصلی شکل گرفته است: نظریه بوم‌شناسی رسانه‌ای پستمن (سطح تحلیل را از کاربر فردی به زیست‌بوم خانوادگی تغییر می‌دهد)، مدل اولسون (معیارهای سه‌گانه ارزیابی سلامت خانواده در فضای دیجیتال را فراهم می‌کند)، نظریه جنگ شناختی با تأکید بر ابعاد رسانه‌ای جنگ اسرائیل و آمریکا (بستر تهدید را تعریف می‌کند)، و نظریه

1 . David H. Olson

2. Robert D. Putnam

سرمایه اجتماعی پاتنام (سازوکار دفاع جمعی را توضیح می‌دهد). این چهار نظریه در پیوند با آموزه‌های اسلامی ایرانی درباره جایگاه و کارکرد خانواده، مدل مفهومی پنج‌لایه پژوهش را می‌سازند که از زیرساخت و سیاست‌گذاری بومی تا ارزش‌ها و هویت بنیادین را در بر می‌گیرد.

۱-۳. نظریه بوم‌شناسی رسانه‌ای

نظریه بوم‌شناسی رسانه‌ای نخستین بار توسط نیل پستمن در کتاب «خود را به مرگ سرگرم می‌کنیم[1]» مطرح شد و با آرای مارشال مک‌لوهان پیوند خورد. در این رویکرد، رسانه‌ها نه صرفاً ابزار انتقال پیام، بلکه محیط‌های زیستی هستند که انسان در آن‌ها زندگی می‌کند، می‌اندیشد و هویت می‌سازد. مک‌لوهان[2] با طرح اصل رسانه همان پیام است نشان داد که قالب رسانه‌ای نه فقط محتوا ادراک و نگرش انسان را شکل می‌دهد. همچنین هپ[3] در مفهوم مدیاسازی عمیق نشان می‌دهد که رسانه‌ها به چنان عمقی در بافت زندگی اجتماعی نفوذ کرده‌اند که دیگر نمی‌توان رسانه را از زندگی جدا کرد (هپ،۲۰۲۰: ۱۹-۳).

در چارچوب پژوهش حاضر، زیست‌بوم رسانه‌ای بومی به مجموعه‌ای از پلتفرم‌ها، محتوا، هنجارها و کارکردهای ارتباطی اشاره دارد که بر اساس ارزش‌های فرهنگی-ملی طراحی شده و به خانواده ایرانی-اسلامی امکان می‌دهد به‌عنوان یک واحد هویت‌مند در فضای دیجیتال حضور داشته باشد. این نظریه توضیح می‌دهد که چرا ساختارها در پرسش اصلی اهمیت دارند. پیام‌رسان بله نه صرفاً یک اپلیکیشن (نرم‌افزار)، بلکه محیطی است که در آن هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای ارتباطی خاصی شکل می‌گیرند. گروه‌های مادرانه در این محیط، یک زیست‌بوم رسانه‌ای خودساخته هستند که با منطق پلتفرم‌های خارجی که ون‌دایک و پول آن را منطق سلطه‌جویانه نامیدند تفاوت ذاتی دارد. این تفاوت ساختاری، پاسخ اولیه به چرایی کارکرد دفاعی این گروه‌ها در برابر جنگ شناختی است و مستقیماً با مضمون فراگیر اول (تولید تخصصی محتوا) پیوند دارد.

۲-۳. مدل چرخه‌ای اولسون

مدل چرخه‌ای اولسون کارکرد سالم خانواده را بر اساس سه بُعد اصلی توصیف می‌کند: انسجام، انعطاف‌پذیری و ارتباط. اولسون انسجام خانوادگی را پیوند عاطفی میان اعضای خانواده تعریف

1 .Amusing ourselves to death
2. Marshall McLuhan
3. Andreas Hepp

می‌کند که در پیوستاری از گسسته تا درهم‌تنیده قرار دارد؛ حد متعادل آن سالم‌ترین کارکرد را ایجاد می‌کند (اولسون، ۲۰۰۸: ۱۵۱). اولسون در سومین ویرایش مدل، بُعد سوم ارتباط را افزود که تسهیل‌کننده حرکت خانواده در پیوستار انسجام است (اولسون، ۲۰۱۱: ۶۴). سیت و همکاران انسجام خانوادگی در عصر دیجیتال را به‌عنوان ظرفیت خانواده برای حفظ پیوند عاطفی معنادار در هر دو فضای حضوری و دیجیتال بازتعریف کرده است (سیت، ۲۰۲۱).

در پژوهش حاضر، انسجام خانواده ایرانی–اسلامی از طریق همین مدل عملیاتی می‌شود. سه معیار اولسون، یعنی انسجام، انعطاف‌پذیری، ارتباط، در بستر گروه‌های مادرانه بله به این صورت تجلی می‌یابند: (الف) انسجام از طریق هویت مشترک دیجیتال و تعلق به گروه؛ (ب) انعطاف‌پذیری از طریق توانایی تشخیص و پالایش تهدیدات نو؛ و (ج) ارتباط از طریق تبادل مستمر تجربه‌های تربیتی و رسانه‌ای. نکته مهم آن است که جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا دقیقاً این سه بُعد را هدف می‌گیرد: تضعیف انسجام (ایجاد تفرقه)، کاهش انعطاف‌پذیری (قفل کردن خانواده در روایت‌های تحمیلی) و اختلال در ارتباط (جایگزینی گفتگوی خانوادگی با محتوای رسانه‌ای مغرضانه).

۳-۳. نظریه جنگ شناختی

با تکیه بر تعریف عملیاتی ارائه‌شده در بخش تعاریف مفهومی پژوهش، جنگ شناختی یکی از جدیدترین و پیچیده‌ترین عرصه‌های تقابل در فضای سایبر–رسانه‌ای است که در آن، برخلاف جنگ اطلاعاتی سنتی، هدف نخست نه تخریب زیرساخت‌های فیزیکی، بلکه بازتعریف چارچوب‌های ذهنی، ارزشی و هویتی جوامع هدف است (ناتو، ۲۰۲۱: ۴). به بیان دیگر، در جنگ شناختی مغز انسان هم هدف است و هم سلاح، و پیروزی در این میدان مستلزم تسلط بر فرایندهای ادراکی، تصمیم‌سازی و هویت‌بخشی مخاطبان است. تمایز بنیادین جنگ شناختی با جنگ اطلاعاتی سنتی در آن است که هدف نخست نه تخریب زیرساخت‌های فیزیکی، بلکه بازتعریف چارچوب‌های ذهنی، ارزشی و هویتی جوامع هدف می‌باشد (ناتو، ۲۰۲۱ : ۴). به بیان دیگر، در جنگ شناختی، مغز انسان هم هدف است و هم سلاح و پیروزی در این میدان نبرد، مستلزم تسلط بر فرایندهای ادراکی، تصمیم‌سازی و هویت‌بخشی مخاطبان است.

بر اساس اسناد راهبردی ناتو، جنگ شناختی بر حمله به عقلانیت و تخریب آن متمرکز است که می‌تواند به بهره‌برداری از آسیب‌پذیری‌های فرهنگی و تضعیف نظام‌مند هویت‌های جمعی بینجامد (ناتو، فرماندهی تحول متفقین، بدون تاریخ). از این منظر، نهاد خانواده در جوامعی با

بنیان‌های دینی ملی مستحکم، به‌دلیل نقش محوری در جامعه‌پذیری و انتقال ارزش‌ها به نسل‌های آینده، یکی از آسیب‌پذیرترین و راهبردی‌ترین اهداف این نوع جنگ محسوب می‌شود (چیتام[1] و دیگران، ۲۰۲۴: ۸۵).

ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا علیه خانواده ایرانی، با بهره‌گیری از چهار تکنیک اصلی طراحی و اجرا می‌شوند. تکنیک نخست، روایت‌سازی جایگزین درباره نقش‌های جنسیتی و مادری است که هدف آن تضعیف جایگاه سنتی مادر و بازتعریف هویتی زن ایرانی بر اساس الگوهای فردگرایانه‌ی غربی می‌باشد. تکنیک دوم، تزریق محتوای تفرقه‌زا به گروه‌های خانوادگی از طریق بات‌ها و حساب‌های جعلی است تا از این رهگذر، انسجام درونی خانواده‌ها نشانه گرفته شده و شکاف‌های نسلی و ارزشی تعمیق یابد (چیتام و دیگران، ۲۰۲۴: ۸۷). تکنیک سوم، بهره‌گیری از منطق الگوریتمی پلتفرم‌های خارجی است که با طراحی حباب‌های اطلاعاتی و اولویت‌دهی به محتوای مغایر با ارزش‌های بومی، مرزهای شناختی و هویتی مخاطب را به‌تدریج جابه‌جا می‌سازد (ون دایک و پول، ۲۰۱۳ : ۷). تکنیک چهارم، روایت‌سازی منفی درباره هویت ایرانی اسلامی و تضعیف مرجعیت ارزش‌های بومی از طریق القای ناکارآمدی الگوهای فرهنگی بومی در برابر الگوهای غربی است (دپه و شال[2]، ۲۰۲۴: ۶).

در پژوهش حاضر، نظریه جنگ شناختی به‌مثابه چارچوبی برای فهم بستر تهدید به کار گرفته شده است. بر این اساس، گروه‌های مادرانه در پیام‌رسان بله به‌عنوان سپرهای شناختی غیررسمی در برابر تکنیک‌های چهارگانه‌ی مذکور معرفی می‌شوند. این گروه‌ها نه به‌مثابه پدافندهای نهادی و سازمان‌یافته، بلکه به‌صورت خودجوش و از پایین به بالا، با سه کارکرد اصلی تولید محتوای هویت‌محور، پایش و راستی‌آزمایی اطلاعات، و بازتولید هویت جمعی اسلامی ایرانی، در برابر عملیات شناختی هدایت‌شده از سوی شبکه‌های رسانه‌ای معارض ایستادگی کرده و از این طریق، نقش پدافند شناختی توزیع‌شده را در سطح اجتماعات برخط خانوادگی ایفا می‌کنند.

٤-۳. نظریه سرمایه اجتماعی و اجتماعات آنلاین

پاتنام سرمایه اجتماعی را به دو نوع پیوندزا[3] و پل‌زا[1] تقسیم کرد. سرمایه پیوندزا درون گروه‌های همگن ایجاد می‌شود و هویت و حمایت متقابل را تقویت می‌کند (پاتنام، ۲۰۰۰: ۲۲).

1 .Cheatham
2 .Deppe& Schaal
3 . Bonding social capital

کلمن[2] نشان داد که سرمایه اجتماعی درون خانواده مستقیماً با موفقیت تربیتی فرزندان مرتبط است (کلمن، ۱۹۸۸). در پژوهش حاضر، گروه‌های مادرانه بله به‌عنوان اجتماعاتی که سرمایه اجتماعی پیوندزا تولید می‌کنند، نقش واسطه میان ارزش‌های اسلامی ایرانی خانواده و فضای دیجیتال را ایفا می‌کنند. ولمن و رینی[3] در مفهوم فردگرایی شبکه‌ای هشدار می‌دهند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پیوندهای خانوادگی را با پیوندهای دوستانه جایگزین کنند (ولمن و رینی، ۲۰۱۲: ۶-۱۵)؛ پژوهش حاضر می‌پرسد که آیا پیام‌رسان‌های بومی ظرفیت معکوس کردن این روند را دارند.

مدل مفهومی پژوهش

تناظر میان نظریه‌ها و لایه‌های مدل به این ترتیب است: لایه یک (ارزش‌ها و هویت بنیادین) برخاسته از آموزه‌های اسلامی-ایرانی درباره خانواده و بُعد سرمایه اجتماعی پیوندزای پاتنام است؛ لایه دو (زیست‌بوم بومی و تولید محتوا) مستقیماً از نظریه بوم‌شناسی رسانه‌ای پستمن گرفته شده است؛ لایه سه (سپر شناختی جمعی) از تلاقی نظریه جنگ شناختی (تعریف تهدید) و نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام (سازوکار دفاع جمعی) شکل گرفته است؛ لایه چهار (انسجام و کارکرد خانوادگی) برگرفته از مدل چرخه‌ای اولسون است؛ و لایه پنج (زیرساخت و سیاست‌گذاری بومی) به‌عنوان بستر ساختاری پایداری بلندمدت، از یافته‌های میدانی پژوهش (نه از یک نظریه واحد) استخراج شده و نقش شرط‌ساز برای چهار لایه دیگر را ایفا می‌کند. ترتیب عمودی لایه‌ها نیز بازتاب‌دهنده سلسله‌مراتب علّی مفروض پژوهش است: لایه‌های بنیادین‌تر (ارزش‌ها) زمینه‌ساز لایه‌های کارکردی (تولید محتوا و پایش) هستند و این دو، پیامد نهایی یعنی انسجام خانوادگی را رقم می‌زنند، درحالی‌که لایه سیاست‌گذاری در سطحی فراگیرتر، پایداری کل نظام را تضمین می‌کند:

1 . Bridging social capital
2. Coleman
3. Wellman & Rainie

[لایه ۵: زیرساخت و سیاست‌گذاری بومی]
امنیت داده | ابزار مدیریت محتوا | حمایت نهادی | شبکه‌سازی
▼▲
[لایه ۴: انسجام و کارکرد خانوادگی]
انسجام عاطفی | ارتباط معنادار | هویت مشترک | حمایت متقابل
▼▲
[لایه ۳: سپر شناختی جمعی]
راستی‌آزمایی جمعی | شناسایی بات | مقاومت در برابر روایت جایگزین | تفکر انتقادی
▼▲
[لایه ۲: زیست‌بوم بومی و تولید محتوا]
گروه‌های مادرانه بله | تولید محتوای هویت‌محور | فرهنگ‌سازی دیجیتال
▼▲
[لایه ۱: ارزش‌ها و هویت بنیادین]
مودت | صله رحم | تربیت | حریم | عفاف | مسئولیت‌پذیری جمعی

نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش: نقش زیست‌بوم رسانه‌ای بومی در تقویت انسجام خانوادگی در برابر جنگ شناختی

همان‌طور که مشاهده می‌شود، روابط میان لایه‌های مدل دوسویه و پویاست. لایه ارزش‌ها (لایه ۱) معیارهای هنجاری تولید محتوا (لایه ۲) و پایش محتوا (لایه ۳) را تعریف می‌کند. این دو لایه با تقویت یکدیگر، انسجام خانوادگی (لایه ۴) را ارتقا می‌دهند. لایه سیاست‌گذاری (لایه ۵) شرایط ساختاری پایداری بلندمدت را فراهم می‌کند. همزمان، محیط تهدید مستمر، ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا، بر تمام لایه‌ها فشار وارد می‌کند.

مدل مفهومی در این پژوهش نه برای آزمون فرضیه، بلکه برای هدایت فرایند استقرایی کدگذاری به‌کار می‌رود. هر یک از سه مضمون فراگیر که از ۱۵۸ کد اولیه و ۲۳ مضمون سازمان‌یافته پدیدار شدند، دقیقاً با یکی از لایه‌های ۲، ۳ و ۴ مدل تطابق دارند که این انطباق، اعتبارپذیری یافته‌ها را تقویت می‌کند.

در مقایسه مدل مفهومی پژوهش حاضر با نمونه‌های غربی باید اشاره کرد که مدل‌های غربی انسجام خانوادگی در فضای دیجیتال (مانند گنگ و همکاران، ۲۰۲۲) عمدتاً معیارهای

دموکراتیک لیبرال را مبنا قرار می‌دهند. تمایز بنیادین مدل پژوهش حاضر در لایه اول است: ارزش‌های اسلامی–ایرانی نه به‌عنوان قیود خارجی، بلکه به‌عنوان منابع فعال درونی توانمندسازی عمل می‌کنند. این بدان معناست که خانواده ایرانی–اسلامی در صورت فعال‌سازی این ارزش‌ها در فضای دیجیتال، از یک معماری هنجاری بومی برخوردار خواهد بود که مستقل از پلتفرم‌های خارجی عمل می‌کند. همین ویژگی است که گروه‌های مادرانه بله را از اجتماعات آنلاین مشابه در سایر کشورها متمایز می‌سازد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی انجام شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته گردآوری و با روش تحلیل مضمون استقرایی، بر اساس مراحل الگوی شبکه مضامین استرلینگ تحلیل شده‌اند. نمونه‌گیری به شیوه هدفمند از نوع حداکثر تنوع انجام شد. دوازده مشارکت‌کننده از سه حوزه متمایز، رسانه دیجیتال، مطالعات خانواده و امنیت فرهنگی انتخاب شدند. معیارهای خبرگی شامل سابقه فعالیت علمی یا اجرایی حداقل پنج سال در حوزه مربوطه، انتشار حداقل دو مقاله علمی–پژوهشی در حوزه تخصصی، و آشنایی عملی با پیام‌رسان‌های بومی (به‌ویژه بله) بود.

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش

کد	سمت / حوزه فعالیت	تخصص اصلی
خ۱	مدیر محتوا، پیام‌رسان بله	رسانه دیجیتال و پیام‌رسان‌های بومی
خ۲	مشاور خانواده، رسانه و کودک	روان‌شناسی خانواده و مشاوره رسانه‌ای
خ۳	استاد دانشگاه	ارتباطات و جنگ نرم
خ۴	مدیر گروه مادرانه فعال	مدیریت اجتماعات آنلاین بومی
خ۵	کارشناس وزارت ارشاد	سیاست‌گذاری رسانه و حاکمیت دیجیتال
خ۶	مدرس سواد رسانه‌ای	سواد رسانه‌ای خانواده و والدگری دیجیتال
خ۷	پژوهشگر حوزه جنگ شناختی	امنیت فرهنگی و عملیات شناختی
خ۸	پژوهشگر، نقش زنان در اجتماعات آنلاین	مطالعات جنسیت و رسانه
خ۹	متخصص زیرساخت فنی و امنیت داده	فناوری اطلاعات و امنیت پیام‌رسان‌ها
خ۱۰	استادیار دانشگاه	جامعه‌شناسی خانواده و شبکه‌های اجتماعی
خ۱۱	کارشناس آموزش و پرورش	تربیت اسلامی و محتوای دیجیتال دینی
خ۱۲	مشاور رسانه‌ای سازمان‌های فرهنگی	برنامه‌ریزی رسانه و سیاست محتوایی

همانطور که قبلا اشاره شد داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان گردآوری و پرسشهای مصاحبه حول محورهای اصلی پژوهش طراحی گردید. هر مصاحبه بین ۴۵ تا ۷۵ دقیقه به طول انجامید. کلیه مصاحبه‌ها ضبط و سپس به صورت متن، خط به خط پیاده‌سازی شد. اشباع نظری در حوزه امنیت فرهنگی از مصاحبه هشتم، در حوزه رسانه دیجیتال از مصاحبه نهم و در حوزه مشاوره خانواده از مصاحبه دهم آغاز شد. دو مصاحبه یازدهم و دوازدهم به‌عنوان مصاحبه‌های تأییدی انجام شد و مضمون جدیدی آشکار نگردید.

تحلیل داده‌ها با رویکرد استقرایی در سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری سازمان‌یافته و استخراج مضامین فراگیر انجام شد. در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم اولیه از دل داده‌ها استخراج گردید. در مرحله کدگذاری سازمان‌یافته، کدهای باز در مقوله‌های معنادار دسته‌بندی شدند. در مرحله استخراج مضامین فراگیر، مضامین هسته شناسایی و ارتباط میان آنها تبیین گردید. برای کنترل سوگیری احتمالی، فرضیه‌های اولیه پژوهشگر در ابتدای کدگذاری مکتوب شد. پژوهشگر دوم به‌عنوان کدگذار موازی در فرایند مشارکت داشت. میزان توافق بین کدگذاران پس از محاسبه، ۸۷ درصد برآورد شد و اختلافات از طریق بحث و گفتگو تا حصول توافق حل گردید.

٤. یافته‌های پژوهش

تحلیل مضمون داده‌های حاصل از ۱۲ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، به شناسایی ۱۵۸ کد اولیه، ۲۳ مضمون سازمان‌یافته و ۳ مضمون فراگیر انجامید. مضامین فراگیر عبارتند از: تولید تخصصی محتوا به‌مثابه کارخانه هویت‌سازی بومی، پایش و تفسیر محتوا به‌مثابه دیده‌بان شناختی جمعی، و هویت محتوا به‌مثابه هسته مرکزی مقاومت. این استعاره‌ها، کارکرد یکپارچه و پویای این سه مضمون را در قالب یک سیستم دفاعی منسجم به‌خوبی نشان می‌دهند. در واقع هر یک از این مضامین فراگیر روحی کلی از تجربه خبرگان را بازتاب می‌دهند: تولید تخصصی محتوا بیانگر این واقعیت است که گروه‌های مادرانه بله از مصرف‌کننده محتوا به تولیدکننده فعال هویت بومی تبدیل شده‌اند؛ پایش و تفسیر محتوا نشان می‌دهد که این گروه‌ها به‌صورت خودجوش یک سیستم دیده‌بانی جمعی در برابر تهدیدات شناختی ساخته‌اند؛ و هویت محتوا حاکی از آن است که انسجام این گروه‌ها نه از دستورالعمل بیرونی، بلکه از یک هویت مشترک اسلامی ایرانی درونی‌شده تغذیه می‌کند. این سه مضمون در کنار هم یک سیستم دفاعی منسجم و غیررسمی را توصیف می‌کنند که از پایین به بالا شکل گرفته است.

شرح تفصیلی مضامین فراگیر

۱-٤. مضمون فراگیر اول: تولید تخصصی محتوا (کارخانه هویت‌سازی بومی)

این مضمون با ۵۵ کد اولیه و ۷ مضمون سازمان‌یافته، پراستنادترین مضمون پژوهش است. یافته‌ها نشان می‌دهند که گروه‌های مادرانه بله فراتر از مصرف محتوا، به کارگاه‌های تولید محتوای فرهنگی تبدیل شده‌اند. یکی از خبرگان در این باره گفت: «در گروه مادرانه ما، مادران خودشان داستان‌های موفقیت در تربیت اسلامی بچه‌ها را تعریف می‌کنند. این یادگیری تجربی واقعی‌تر از هر کتابی است».

جدول ۲ : مضامین سازمان‌یافته و کدهای اولیه‌ی مضمون فراگیر تولید تخصصی محتوا

نمونه کدهای اولیه	مضمون سازمان‌یافته	مضمون فراگیر
انتشار داستان‌های موفق تربیت اسلامی | تولید محتوای الگوی مادری بومی	تولید محتوای تربیتی هویت‌محور	تولید تخصصی محتوا
الگوسازی هویت دیجیتال اسلامی-ایرانی برای فرزندان | نشان دادن کاربرد مثبت رسانه بومی به فرزند | تقویت الگوپذیری دینی از مادر در فضای آنلاین	الگوسازی فرهنگی-دینی برای فرزندان	
هماهنگی تولید محتوا در مناسبت‌های دینی | طراحی استراتژی محتوای گروهی | تقسیم‌بندی موضوعی محتوا میان اعضا	برنامه‌ریزی محتوای مشترک خانوادگی	
یادگیری همتا درباره شناسایی محتوای مضر | آموزش مهارت رسانه‌ای از طریق اشتراک تجربه | تبادل روش‌های والدگری دیجیتال	آموزش سواد رسانه‌ای غیررسمی	
انتشار پیام‌های انگیزشی مادرانه | تشویق اعضا به ادامه تربیت اسلامی | تولید محتوای همبستگی در بحران‌های خانوادگی	تولید محتوای حمایتی و روحیه‌بخش	
روایت داستان موفقیت در اصلاح رفتار فرزند | به‌اشتراک‌گذاری راهکارهای عملی تربیتی | انتشار نتایج مثبت روش‌های اسلامی تربیت	اشتراک‌گذاری تجربه‌های موفق تربیتی	
ترویج فرهنگ بومی در فضای دیجیتال | ساخت گفتمان مادری اسلامی در پیام‌رسان بومی | ایجاد هویت دیجیتال ملی از طریق محتوا	فرهنگ‌سازی دیجیتال اسلامی-ایرانی	

مضمون الگوسازی فرهنگی دینی برای فرزندان، یکی از مهم‌ترین زیرمضامین است. با این حال، باید توجه داشت که الگوپذیری فرزندان، امری تک‌عاملی نیست بلکه از ترکیب منابع متعدد هم‌سو یا ناهم‌سو شکل می‌گیرد. گروه مادرانه، صرفاً یکی از منابع الگوسازی است و تأثیر نهایی، به میزان هم‌سویی یا تعارض این الگو با سایر منابع (همچون گروه همسالان، مدرسه، رسانه‌های جذابِ کودک‌پسند) بستگی دارد. با این حال، یافته‌ها نشان می‌دهند که گروه مادرانه، به‌دلیل حضور مادر به‌عنوان نزدیک‌ترین و تأثیرگذارترین عضو خانواده، می‌تواند نقشی کلیدی در جهت‌دهی به این فرایند پیچیده ایفا کند. خبره متخصص تربیت اسلامی تبیین کرد که وقتی فرزند می‌بیند مادرش در گروه مادرانه محتوای اسلامی ایرانی تولید می‌کند، نه فقط مصرف می‌کند، بلکه این یک الگوی هویتی دیجیتال برای او می‌سازد. البته این الگو در تعامل با سایر منابع هویت‌سازی شکل می‌گیرد، اما حضور مادر به‌عنوان یک منبع مرجع هویتی قابل‌اعتماد، نقشی بی‌بدیل دارد.

مضمون آموزش سواد رسانه‌ای غیررسمی نیز اهمیت ویژه‌ای داشت. خبره متخصص سواد رسانه‌ای گفت در گروه‌های مادرانه بله، یک آموزش غیررسمی مستمر جریان دارد. وقتی یک مادر باتجربه توضیح می‌دهد چرا محتوای خاصی مضر است یا چطور یک خبر جعلی را تشخیص دهیم، بقیه یاد می‌گیرند. این یادگیری همتا عمیق‌تر از هر کارگاه رسمی است.

مضمون فرهنگ‌سازی دیجیتال اسلامی–ایرانی از دید کلان‌تری به این پدیده می‌نگرد. فرهنگ‌سازی دیجیتال اسلامی–ایرانی، به فرایندی اشاره دارد که در آن، ارزش‌های بنیادین اسلامی–ایرانی (همچون عفاف، حجاب، صله‌رحم، احترام به بزرگان، مسئولیت‌پذیری جمعی و تربیت دینی فرزندان) از طریق تولید، اشتراک‌گذاری و بازنشر محتوای هدفمند در فضای دیجیتال، به‌عنوان هنجارهای مسلط یک اجتماع برخط، تثبیت و بازتولید می‌شوند. ویژگی‌های این فرهنگ‌سازی شامل خودجوشی و پایین‌به‌بالا بودن، مبتنی‌بودن بر تجربه زیسته، انطباق با اقتضائات فرهنگی ایران، و مقاومت در برابر روایت‌های جایگزین غیربومی است. خبره متخصص سیاست‌گذاری تبیین کرد که هر گروه مادرانه فعال بله، یک زیست‌بوم ارتباطی کوچک است که کارکردهای سوادافزایی، هویت‌سازی و مقاومت شناختی را در مقیاس خُرد ایفا می‌کند. تجمیع این کارکردها در هزاران گروه، گرچه به‌معنای تشکیل یک رسانه متمرکز و سازمان‌یافته ملی نیست، اما می‌تواند شبکه‌ای غیرمتمرکز از کانون‌های مقاومت شناختی را شکل دهد که در مجموع، اثری هم‌افزاینده و قابل‌توجه در برابر جریان مسلط رسانه‌ای معارض ایجاد می‌کند.

۲-٤. مضمون فراگیر دوم: پایش و تفسیر محتوا (دیده‌بان شناختی جمعی)

این مضمون با ۶۲ کد اولیه و ۷ مضمون سازمان‌یافته، مهم‌ترین نوآوری نظری پژوهش را در بر می‌گیرد.

جدول ۳ : مضامین سازمان‌یافته و کدهای اولیه‌ی مضمون فراگیر پایش و تفسیر محتوا

نمونه کدهای اولیه	مضمون سازمان‌یافته	مضمون فراگیر
افشای منابع جعلی و غیرمعتبر در گروه | هشداردهی درباره اخبار ساختگی	شناسایی و خنثی‌سازی اطلاعات کاذب	پایش و تفسیر محتوا
دفاع از ارزش‌های اسلامی–ایرانی خانواده | پاسخ به محتوای خانواده‌ستیز با روایت بدیل | حفظ هویت مادری اسلامی در برابر فشار رسانه	مقاومت شناختی هویت‌محور	
ارزیابی محتوا بر اساس موازین اسلامی | بررسی انطباق محتوا با ارزش‌های بومی | ارائه زمینه فرهنگی برای درک صحیح محتوا	تفسیر جمعی محتوا با معیار ارزشی	
آموزش روش تشخیص محتوای دستکاری‌شده | بحث گروهی درباره اثرات محتوا بر ذهن | آموزش تشخیص سوگیری رسانه‌ای	آموزش تفکر انتقادی رسانه‌ای	
فرهنگ مشاوره با مدیر گروه برای محتوای حساس | تذکر دوستانه به اعضا برای محتوای نامناسب | ایجاد فرهنگ مسئولیت‌پذیری محتوایی	هنجار جمعی فیلترینگ محتوا	
شناسایی حساب‌های ربات از روی رفتار آن‌ها | آموزش نشانه‌های شناخت بات به اعضای جدید |مستندسازی موارد نفوذ بات برای آگاهی دیگران	پایش بات‌ها و حساب‌های جعلی	
بررسی جمعی محتوا قبل از تصمیم نهایی | ارائه توضیح دلیل پالایش به اعضا | بایگانی موارد پالایش برای یادگیری آینده	پالایش محتوای مغایر ارزش‌های بومی	

یافته‌ها نشان می‌دهند که گروه‌های مادرانه بله یک سپر شناختی توزیع‌شده در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا ایجاد کرده‌اند. خبره متخصص امنیت فرهنگی این پدیده را چنین توصیف کرد که گروه‌های مادرانه بله بدون اینکه خودشان بدانند، یک سیستم پدافند شناختی غیررسمی ساخته‌اند. وقتی محتوای تحریک‌آمیز می‌آید، مخصوصاً آنهایی که علیه

خانواده ایرانی طراحی شده‌اند، اعضا قبل از اینکه آسیب برسد آن را شناسایی و خنثی می‌کنند. این دقیقاً مقابله با جنگ شناختی اسرائیل و آمریکاست.

مضمون راستی‌آزمایی جمعی با ۱۵ کد، بیشترین فراوانی را در این بخش داشت. یک خبره گفت در گروه مادرانه‌ام، یک بار محتوایی آمد که ادعا می‌کرد آمار طلاق در خانواده‌های مذهبی‌تر بالاتر است. در عرض چند دقیقه، چند نفر از اعضا منابع اصلی را پیدا کردند و نشان دادند که این آمار جعلی است. این سرعت راستی‌آزمایی در هیچ رسانه رسمی‌ای وجود ندارد.

مضمون مقاومت شناختی هویت‌محور نشان داد که اعضای گروه‌های مادرانه بله نه صرفاً اطلاعات را بررسی می‌کنند، بلکه محتوا را با چارچوب ارزشی درونی‌شده ارزیابی می‌کنند. خبره پژوهشگر جنسیت گفت وقتی محتوایی می‌آید که سعی دارد نقش مادری را به‌عنوان یک زندان تصویر کند، که این دقیقاً یکی از روایت‌های جنگ شناختی اسرائیل و آمریکاست، اعضای گروه ناخودآگاه واکنش نشان می‌دهند؛ نه به‌صورت تهاجمی، بلکه با ارائه روایت‌های مثبت جایگزین. این مقاومت نرم، قوی‌ترین نوع دفاع شناختی است.

مضمون پایش بات‌ها و حساب‌های جعلی نشان دهنده پیچیدگی چالش‌های فضای دیجیتال است. خبره متخصص امنیت اطلاعات توضیح داد که جنگ شناختی مدرن، به‌ویژه آنچه از سوی اسرائیل و آمریکا هدایت می‌شود، از بات‌ها استفاده می‌کند؛ حساب‌های خودکار که شبیه انسان رفتار می‌کنند و محتوای مشکوک را گسترش می‌دهند. جالب این است که مادران در گروه‌های بله بدون هیچ آموزش فنی، از روی رفتار حساب، بات‌ها را شناسایی می‌کنند.

تذکر روش‌شناختی: بیشتر کدهای این مضمون به راستی‌آزمایی اطلاعات کاذب مربوط می‌شود که عمدتاً در حوزه جنگ اطلاعاتی قرار دارد، نه لزوماً جنگ شناختی به معنای بازتعریف چارچوب‌های ذهنی. تمایز این دو سطح نیازمند پژوهش‌های تکمیلی است.

۳-٤. مضمون فراگیر سوم: هویت محتوا (هسته مرکزی مقاومت)

این مضمون با ۴۱ کد اولیه و ۹ مضمون سازمان‌یافته، ریشه‌ای‌ترین لایه پژوهش را تشکیل می‌دهد.

جدول ٤ : مضامین سازمان‌یافته و کدهای اولیه‌ی مضمون فراگیر هویت محتوا

نمونه کدهای اولیه	مضمون سازمان‌یافته	مضمون فراگیر
احساس تعلق به گروه مادرانه اسلامی–ایرانی | تقویت افتخار به نقش مادری مسلمان | ایجاد زبان مشترک درباره مادری اسلامی	هویت مشترک جمعی مادران	هویت محتوا
ارزش‌گذاری به نقش تربیتی مادر در جامعه | ارائه روایت مثبت از انتخاب مادری آگاهانه	بازتعریف مثبت نقش مادری	
تعریف قوانین گروه توسط خود اعضا | ایجاد مکانیسم تصمیم‌گیری مشارکتی | بازنگری دوره‌ای قوانین با مشارکت اعضا	حکمرانی محتوایی درون‌گروهی	
الگوسازی دیجیتال هویت اسلامی برای فرزند | اشتراک محتوای تربیتی با فرزندان | آموزش مسئولیت دیجیتال به فرزندان	انتقال هویت فرهنگی–دینی به فرزندان	
ساخت روایت جایگزین اسلامی–ایرانی در برابر روایت غربی | نشان دادن زندگی رضایت‌بخش مبتنی بر ارزش‌های دینی	ایجاد روایت بدیل بومی	
اشتراک خاطرات خانوادگی در گروه‌های مادرانه | کاهش شکاف نسلی از طریق محتوای مشترک	تقویت پیوند خانوادگی بین‌نسلی	
احساس همبستگی در مواقع بحران خانوادگی | ایجاد شبکه حمایت عاطفی غیررسمی	حمایت عاطفی و کاهش تنهایی مادران	
آگاهی‌سازی درباره حقوق شرعی زن مسلمان | تقویت اعتمادبه‌نفس در دفاع از ارزش‌های بومی | اشتراک اطلاعات حقوقی در محیط خانواده	توانمندسازی فرهنگی–حقوقی زنان	
ادراک امنیت داده در پیام‌رسان داخلی | ترجیح پیام‌رسان بومی برای اشتراک محتوای خصوصی	اعتماد به زیرساخت بومی	

این مضمون به پرسش کانونی می‌پردازد که چه چیزی گروه‌های مادرانه بله را از سایر اجتماعات برخط متمایز می‌کند. خبره جامعه‌شناس گفت در گروه‌های مادرانه بله یک گفتمان درونی مشترک وجود دارد؛ گفتمانی که محوریت آن مادری اسلامی–ایرانی است. این گفتمان مشترک است که گروه را منسجم نگه می‌دارد و در برابر روایت‌های جنگ شناختی دشمن مقاوم می‌کند.

مضمون بازتعریف مثبت نقش مادری از منظر مقاومت شناختی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ اسرائیل و آمریکا اهمیت ویژه دارد. خبره متخصص سیاست‌گذاری رسانه تبیین کرد که یکی از محورهای جنگ شناختی علیه ایران، که به روشنی در اسناد و عملیات‌های رسانه‌ای اسرائیل و آمریکا دیده می‌شود، هدف قرار دادن جایگاه مادری و خانه‌داری است. گروه‌های مادرانه بله ناخودآگاه در حال مقاومت در برابر این روایت هستند؛ با ارائه تصویری مثبت، پرافتخار و باارزش از نقش مادری.

مضمون اعتماد به زیرساخت بومی رابطه مستقیمی با انسجام گروهی داشت. گروه‌های مادرانه و اعتماد به زیرساخت بومی، یکدیگر را به‌صورت دوسویه و افزایشی تقویت می‌کنند: از یک سو، ادراک امنیت داده در پیام‌رسان بله، مادران را ترغیب می‌کند که محتوای خصوصی خانوادگی را در گروه‌ها به‌اشتراک بگذارند و مشارکت عمیق‌تری داشته باشند؛ از سوی دیگر، حضور مستمر و مثبت مادران در گروه‌های بله، اعتماد آن‌ها را به زیرساخت بومی تعمیق می‌بخشد. خبره فناوری اطلاعات توضیح داد که اعتماد به امنیت داده شرط لازم برای مشارکت واقعی است. در بله برخلاف تلگرام، کاربران احساس می‌کنند اطلاعات خانوادگی‌شان در مرزهای ملی می‌ماند. این ادراک امنیت باعث می‌شود مادران با اطمینان بیشتری محتوای خصوصی خانوادگی را به اشتراک بگذارند.

مضمون ایجاد روایت بدیل بومی از منظر جنگ شناختی علیه ایران اهمیت راهبردی دارد. خبره متخصص امنیت فرهنگی تبیین کرد که جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا از خلأ روایی استفاده می‌کند؛ جایی که روایت مسلط وجود ندارد، روایت دشمن جایگزین می‌شود. گروه‌های مادرانه بله ناخودآگاه این خلأ را پر می‌کنند. وقتی مادری تجربه موفق تربیت اسلامی فرزندش را تعریف می‌کند، دارد یک روایت بدیل در برابر روایت‌های ضدخانوادگی می‌سازد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با پرسش از نقش زیست‌بوم رسانه‌های اجتماعی بومی در تقویت انسجام خانواده ایرانی اسلامی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا آغاز شد. تحلیل مضمون استقرایی ۱۲ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، ۱۵۸ کد اولیه، ۲۳ مضمون سازمان‌یافته و سه مضمون فراگیر شامل تولید تخصصی محتوا، پایش و تفسیر محتوا، و هویت محتوا را آشکار کرد.

یافته‌ها به‌طور بنیادین نظریه زیست‌بوم رسانه‌ای پستمن را تأیید می‌کنند که رسانه را به‌جای ابزار به‌مثابه محیط می‌داند. گروه‌های مادرانه بله واقعاً محیطی شکل می‌دهند که در آن هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری شکل می‌گیرند. خبرگان به‌طور مکرر این نکته را تأیید کردند که آنچه گروه مادرانه را از یک اپلیکیشن معمولی متمایز می‌کند، احساس زیستن در آن است، نه صرفاً استفاده از آن. نوآوری اصلی پژوهش حاضر در این سطح آن است که این محیط نه از طریق سیاست‌گذاری نهادی، بلکه به‌صورت خودجوش و از پایین به بالا شکل گرفته است. در حالی که پژوهش‌هایی نظیر ون‌دایک و پول (۲۰۱۳) منطق پلتفرم را ذاتاً سلطه‌جویانه می‌دانند، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهند که پیام‌رسان بله به مادران ایرانی امکان می‌دهد خودشان منطق محیط را تعریف کنند.

از طرفی یافته‌ها با مدل چرخه‌ای اولسون نیز در سه بعد همخوانی دارند. در بعد انسجام، گروه‌های مادرانه از طریق ایجاد حمایت بیرونی، فشار درون‌خانوادگی را کاهش می‌دهند و به تعادل بهینه انسجام کمک می‌کنند. در بعد ارتباط، مادری که در گروه مهارت تحلیل محتوا را می‌آموزد، همین مهارت را در گفتگوی درون‌خانوادگی با فرزندانش به کار می‌برد. در بعد انعطاف‌پذیری، گروه‌های مادرانه با به‌روزرسانی مداوم معیارهای پایش محتوا، ظرفیت انطباق با تکنیک‌های جدید جنگ شناختی را در خانواده تقویت می‌کنند. نکته‌ای که در مطالعات پیشین کمتر مورد توجه بوده، آن است که ابعاد رسانه‌ای جنگ اسرائیل و آمریکا هر سه بعد اولسون را هدف می‌گیرد؛ با ایجاد تفرقه و تضعیف انسجام، تثبیت روایت‌های تحمیلی و کاهش انعطاف‌پذیری، و جایگزینی گفتگوی خانوادگی با محتوای مغرضانه و اختلال در ارتباط. گروه‌های مادرانه بله در واقع پادزهر هر سه را هم‌زمان تأمین می‌کنند.

یافته‌های پژوهش حاضر مستند می‌سازد که در گروه‌های مادرانه بله، کارکردهایی شناسایی شده‌اند که با ماهیت مقاومت شناختی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا هم‌سو هستند. این کارکردها، اگرچه در مقیاس خُرد و در سطح گروه‌های خاص (گروه‌های هم‌سو با گفتمان اسلامی–ایرانی) مشاهده شده‌اند، اما نشان‌دهنده ظرفیتی بالفعل برای مقاومت شناختی توزیع‌شده هستند که نیازمند مطالعات تکمیلی برای بررسی میزان توسعه‌یافتگی، پایداری و تعمیم‌پذیری آنهاست. ادعای شکل‌گیری اجتماعات خُرد نیازمند پژوهش‌های طولی مستقل است و این تحقیق، صرفاً به شناسایی کارکردها بسنده کرده است.

یافته‌ها نظریه سرمایه اجتماعی پاتنام را در بستر دیجیتال بومی ایران نیز تأیید می‌کنند. سرمایه اجتماعی پیوندزا که در گروه‌های مادرانه تولید می‌شود، هم‌زمان انسجام هویتی و مقاومت شناختی را تقویت می‌کند. نتیجه نظری مهم این است: اگر جنگ شناختی از انزوای اجتماعی به‌عنوان ابزار آسیب‌پذیر کردن خانواده استفاده می‌کند، قوی‌ترین پادزهر آن ایجاد پیوند اجتماعی قوی است. همچنین یافته مربوط به حکمرانی محتوایی درون‌گروهی با نظریه دموکراسی گفتگویی هابرماس همخوانی جالبی دارد: در گروه‌های مادرانه موفق، قوانین را خود اعضا تعریف کرده‌اند، اما این گفتگو نه در چارچوب فردگرایی لیبرال، بلکه در چارچوب احترام به مرجعیت دینی و ارزش‌های مشترک اسلامی–ایرانی انجام می‌شود.

نقطه افتراق اصلی پژوهش حاضر با مطالعات غربی در ماهیت معیار ارزیابی محتوا نهفته است. در مطالعات غربی، معیار اصلی ارزیابی تأثیر رسانه‌ها، شاخص‌های سلامت روانی فردی است. در پژوهش حاضر، معیار اصلی، همسازی با ارزش‌های اسلامی–ایرانی است که فرد را در بستر خانواده و جامعه می‌بیند. این تفاوت بنیادین، نوع مقاومت شناختی ایجادشده را نیز متفاوت می‌کند: مقاومت هویت‌بنیان به‌مراتب پایدارتر از مقاومت مبتنی بر مهارت صرف است؛ زیرا به ارزش‌هایی متکی است که در طول نسل‌ها استحکام یافته‌اند و به پلتفرم خاصی وابسته نیستند. این بدان معناست که حتی اگر پیام‌رسان بله تغییر کند یا مسدود شود، انسجام هویتی حاصل از این گروه‌ها قابل انتقال به هر محیط رسانه‌ای دیگری است.

علاوه بر سه لایه پیش‌گفته، یافته‌ها امکان تحلیل مستقل لایه چهارم و پنجم مدل مفهومی پژوهش را نیز فراهم می‌آورند. لایه چهارم (انسجام و کارکرد خانوادگی) در عمل، پیامد تجمیعی سه مضمون فراگیر است: همان‌طور که در بحث تطبیق با مدل اولسون نشان داده شد، گروه‌های مادرانه بله از طریق کاهش فشار درون‌خانوادگی، انتقال مهارت تحلیل محتوا به فضای خانواده، و به‌روزرسانی مستمر معیارهای پایش، هر سه بُعد انسجام، ارتباط و انعطاف‌پذیری خانواده را تقویت می‌کنند؛ به بیان دیگر، لایه چهارم نه یک مضمون مجزا، بلکه خروجی مشترک لایه‌های ۱ تا ۳ در سطح خانواده است. لایه پنجم (زیرساخت و سیاست‌گذاری بومی) نیز اگرچه در قالب مضمونی فراگیر مستقل ظاهر نشد، اما در مضمون سازمان‌یافته «اعتماد به زیرساخت بومی» ردپای روشنی از آن دیده می‌شود: ادراک امنیت داده در پیامرسان بومی، شرط لازم برای مشارکت واقعی مادران و اشتراک‌گذاری محتوای خصوصی خانوادگی است و این اعتماد، به‌نوبه خود پایداری بلندمدت چهار لایه دیگر مدل را تضمین می‌کند. غیبت نسبی لایه پنجم در سطح

مضامین فراگیر، خود یافته‌ای قابل‌تأمل است: ظرفیت خودجوش خانواده‌محور در سطح خُرد شکل گرفته، بدون آنکه سیاست‌گذاری رسمی از آن حمایت یا حتی آن را شناسایی کرده باشد؛ همین نکته مبنای پیشنهادهای کاربردی پژوهش درباره طراحی زیرساخت حمایتی رسمی برای این ظرفیت‌هاست.

در نهایت در راستای پاسخ به پرسش اصلی که گروه‌های مادرانه پیام‌رسان بله از طریق چه ساختارها و مضامین محتوایی به تقویت انسجام خانواده ایرانی اسلامی در برابر ابعاد رسانه‌ای جنگ شناختی اسرائیل و آمریکا کمک می‌کنند، یافته‌های پژوهش پاسخ را در سه لایه متصل نشان می‌دهند:

لایه اول، ساختار محیطی یا مضمون فراگیر تولید تخصصی محتوا: گروه‌های مادرانه بله یک کارخانه محتوای بومی می‌سازند که از طریق تولید محتوای دینی–فرهنگی، الگوسازی هویتی برای فرزندان، برنامه‌ریزی مشترک و آموزش سواد رسانه‌ای غیررسمی، یک زیست‌بوم هویت‌محور بومی ایجاد می‌کنند که در برابر روایت‌های مغایر اسرائیلی–آمریکایی جریان معکوس ایجاد می‌کند.

لایه دوم، سازوکار دفاعی یا مضمون فراگیر پایش و تفسیر محتوا: گروه‌های مادرانه یک سپر شناختی توزیع‌شده ساخته‌اند که از طریق راستی‌آزمایی جمعی، شناسایی بات‌ها، پالایش ارزشی محتوا و آموزش تفکر انتقادی رسانه‌ای عمل می‌کند. این سپر نه از طریق دستور دولتی بلکه از طریق هنجارهای جمعی اعضا شکل گرفته است.

لایه سوم، هویت جمعی یا مضمون فراگیر هویت محتوا: ریشه دو لایه پیشین در هویت محتوایی جمعی مادران است؛ هویت مشترک اسلامی یرانی که معیار تشخیص دوست از دشمن در جنگ رسانه‌ای را فراهم می‌کند و انسجام گروه را در برابر تهدیدات بلندمدت حفظ می‌نماید.

گروه‌های مادرانه بله از طریق سه ساختار به هم پیوسته یعنی تولید محتوای هویت‌محور بومی به‌مثابه لایه تهاجمی، پایش و پالایش محتوای مغایر به‌مثابه لایه دفاعی، و هویت‌سازی جمعی به‌مثابه لایه بنیادین، یک اجتماع مقاومت شناختی غیررسمی ساخته‌اند که از درون به بیرون و از پایین به بالا عمل می‌کند. این الگو نه در سند راهبردی نوشته شده، نه از طریق نهادی تأمین مالی شده؛ بلکه از دل نیاز مادران ایرانی به فضایی امن برای تربیت فرزند در عصر جنگ رسانه‌ای پدیدار شده است.

۵. پیشنهادهای پژوهش

۵-۱. پیشنهادهای کاربردی و رسانه‌ای

- طراحی سامانه شناسایی و گزارش محتوای مشکوک به جنگ شناختی در درون پیام‌رسان‌های بومی با هدف توانمندسازی مدیران گروه‌ها.
- تدوین بسته‌های آموزشی سواد رسانه‌ایِ خانواده‌محور و توزیع آن از طریق گروه‌های مادرانه با همکاری وزارت آموزش و پرورش و سازمان تبلیغات اسلامی.
- ایجاد شبکه ارتباطی میان مدیران گروه‌های مادرانه در سطح کشوری برای تبادل تجربه‌های موفق در مقابله با تکنیک‌های جنگ شناختی رسانه‌های بیگانه خارجی.
- طراحی نشان اعتماد محتوایی برای گروه‌های مادرانه‌ای که دارای سیاست محتوایی شفاف و مبتنی بر ارزش‌های اسلامی یرانی هستند.

۵-۲. پیشنهادهای پژوهشی

- مطالعه تطبیقی گروه‌های مادرانه در پیام‌رسان‌های مختلف داخلی و خارجی با تأکید بر ابعاد جنگ شناختی.
- تحلیل محتوایی خودکار با روش‌های هوش مصنوعی برای شناسایی الگوهای محتوای هویت‌محور در مقیاس بزرگ.
- مطالعه طولی برای آزمون پایداری کارکردهای شناسایی‌شده در برابر تغییرات تکنیک‌های جنگ شناختی.
- طراحی مدل بومی ارزیابی انسجام خانوادگی در فضای دیجیتال با تأکید بر مؤلفه‌های مقاومت شناختی.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از مادران گرامی عضو گروه‌های مادرانه در پیام‌رسان بله که با صرف وقت و همکاری صمیمانه در مصاحبه‌ها شرکت کردند و تجربه‌ها و دیدگاه‌های ارزشمند خود را با پژوهشگر در میان گذاشتند، صمیمانه قدردانی می‌کنند. همچنین از مدیران و صاحبنظران مورد مصاحبه که در راستای پیشبرد اهداف مقاله همکاری و همیاری داشته‌اند، سپاسگزاری می‌شود.

تعارض منافع

نویسندگان مقاله اعلام می‌کنند که هیچ تضاد منافعی درباره‌ی انتشار پژوهش انجام‌شده وجود ندارد. همچنین مواردخلاقی، ازجمله مالکیت‌معنوی، رضایت آگاهانه‌ی مشارکت‌کنندگان، امانتداری، پرهیزاز سرقت ادبی، رفتار نادرست پژوهشی، عدم جعل داده‌ها، عدم انتشار همزمان و هرگونه تخلف دیگر، به‌طور کامل در این مقاله رعایت شده است. همچنین این پژوهش از هیچ نهاد دولتی یا خصوصی بودجه‌ای دریافت نکرده و حاصل پژوهشی مستقل است و تحت حمایت هیچ سازمانی قرار نگرفته است. پژوهشگران در زمان انجام پژوهش عضو هیچ‌یک از گروه‌های مادرانه در پیام‌رسان بله نبوده و هیچ‌گونه رابطه‌ی نهادی یا قراردادی با شرکت توسعه‌دهنده‌ی آن نداشته است.

فهرست منابع

بصیریان جهرمی، ح.، و خانیکی، ه. (۱۳۹۳). سیاست گذاران ایرانی و سیاست گذاری رسانه های اجتماعی: چالش ها، الگوها و ارائه یک مدل پیشنهادی. برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۷۰-۲۵.
https://qjsd.atu.ac.ir/article_1421.html

بیچرانلو، ع.، و حجاری، م. (۱۴۰۲). تطورات معنایی خانه و خانواده ایرانی در رسانه های اجتماعی با تمرکز بر اینستاگرام. مطالعات جنسیت و خانواده. ۱۱ (۱)، ۱۰۸-۶۹.
https://www.magiran.com/p2723183

خجیر، ی.، و خانیکی، ه. (۱۳۹۸). ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای جامعه مدنی ایران. مطالعات رسانه‌های نوین. ۵(۱۷)، ۳۵-۶۹.
https:// 10.22054/nms.2019.37923.638

سالمی، آ.، خانیکی، ه.، صبوری خسروشاهی، ح.، و هاشمی، ش. (۱۴۰۰). استفاده کاربران از رسانه های اجتماعی و رابطه آن با سواد رسانه ای. مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه ۴(۱۲)، ۳۶-۵.
https://www.magiran.com/p۲۲۶۱۸۶۷

تقوی‌پور، م.، و بیچرانلو، ع. (۱۴۰۱). راهبردهای مواجهه با آسیب‌های مصرف رسانه‌های اجتماعی برای خانواده. دین و ارتباطات، ۲۹(۶۲)، ۳۳-۶۰.
https:// 10.30497/rc.2022.76518

Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. Qualitative Research, 1(3), 385–405.
https://doi.org/10.1177/146879410100100307

Clark, L. S. (2013). The Parent App: Understanding Families in the Digital Age (pp. 3–21). Oxford University Press.

https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199916863.001.0001

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, 94(Supplement), S95–S120. https://doi.org/10.1086/228943

Cheatham, M. J., Geyer, A. M., et al. (2024). Cognitive Warfare. Joint Force Quarterly, 114. https://digitalcommons.ndu.edu/joint-force-quarterly/vol114/iss2/15/

Deppe, C., & Schaal, G. S. (2024). Cognitive warfare: a conceptual analysis of the NATO ACT cognitive warfare exploratory concept. Frontiers in Big Data, 7, 1452129. https://doi.org/10.3389/fdata.2024.1452129

Gong, W. J., Sit, S. M. M., Wong, B. Y. M., Wu, S. Y. D., Lai, A. Y. K., Ho, S. Y., Wang, M. P., & Lam, T. H. (2022). Associations of face-to-face and instant messaging family communication and their contents with family wellbeing and personal happiness amidst the COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychiatry, 13*, Article 780714. https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.780714

Hepp, A. (2020). Deep Mediatization (pp. 3–19). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429259272

Sit, S. M. M., Ng, A. P. Y., Lam, T. H., & Ho, S. Y. (2021). Association of Mobile Instant Messaging Chat Group Participation With Family Functioning and Well-Being: Population-Based Cross-Sectional Study. JMIR mHealth and uHealth, 8(4), e15863. https://doi.org/10.2196/15863

McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man (pp. 7–21). McGraw-Hill. https://www.worldcat.org/title/understanding-media/oclc/276129

NATO. (2021). Cognitive Warfare: The Battle for the Brain (p. 3). NATO Allied Command Transformation, Innovation Hub. https://www.innovationhub-act.org/sites/default/files/2021-11/Cognitive%20Warfare.pdf

Olson, D. H. (2008). Circumplex model of marital and family systems. Journal of Family Therapy, 22(2), 144–167. https://doi.org/10.1111/1467-6427.00144

Olson, D. H. (2011). FACES IV and the Circumplex Model: Validation study. Journal of Marital and Family Therapy, 37(1), 64–80. https://doi.org/10.1111/j.1752-0606.2009.00175.x

Postman, N. (1985). Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business (pp. 3–20). Viking. https://www.worldcat.org/title/amusing-ourselves-to-death/oclc/12219649

Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community (pp. 18–24). Simon & Schuster. https://doi.org/10.1145/358916.361990

Strate, L. (2017). Media ecology: An approach to understanding the human condition. Peter Lang. https://doi.org/10.3726/978-1-4331-4005-1

Stockdale, L. A., Porter, C. L., Coyne, S. M., Essig, L. W., Sanderson, B., Padilla-Walker, L., & Lawson, M. (2018). Technoference: Parent distraction with technology and associations with child behavior problems. Child Development, 89(1), 100–109. https://doi.org/10.1111/cdev.12822

Turkle, S. (2015). Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age (pp. 1–22). Penguin Press. https://www.worldcat.org/title/reclaiming-conversation/oclc/908628413

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. Media and Communication, 1(1), 2–14. https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70

Wellman, B., & Rainie, L. (2012). Networked: The New Social Operating System (pp. 6–21). MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/8358.001.0001