Quarterly Journal Defensive Future Studies
IRI Military Command and Staff University
www.dfsr.ir
Online ISSN: 2645-7172
Print ISSN: 2588-428x

Measuring the Army's Social Capital on Social Media through Media Representations

Sayed Mehdi Mousavi Shaidi✉ | Mehdi Oria| Valiallah Vahdaninia | Moein Kazemi

1- Assistant professor of Geopolitics. IRI Military Command and Staff University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) E-mail: m.moosavishahidi@casu.ac.ir
2- Graduate of Strategic Cyberspace Management, University of National Defense, Tehran, Iran. E-mail: m.ouria@casu.ir
3- Assistant Professor of Public Policy, IRI Military Command and Staff University, Tehran, Iran. E-mail: vvnia@casu.ir
4- Social Sciences Graduate, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: Moeinkazemi97@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received:
2025-10-29
Received in revised form:
2026-2-1
Accepted:
2026-2-22
Published online:
2026-5-22

Keywords:
Social Capital, Army, Social Media, Computational Social Science, Sentiment Analysis, Digital Data, Computational Model

ABSTRACT

Background and Objective: Social capital is a vital asset for the legitimacy and effectiveness of state institutions, particularly the armed forces. In the digital era, social media actively shapes public opinion, making its measurement challenging. This study aims to analyze media representation and quantitatively measure the social capital of the Islamic Republic of Iran Army by applying an innovative computational mixed-methods model.

Methods: Using a Computational Social Science framework, large-scale data related to the Army were collected from Twitter, Instagram, and Telegram over three years (2022–2024). The data were analyzed through thematic, sentiment, and emotion analyses based on Plutchik's model. A comprehensive social capital index was calculated by weighting each platform and considering user interaction metrics.

Findings: The final social capital index was 52.95%, indicating a neutral-to-positive standing. The index showed significant fluctuation, dropping to 44.08% during internal protests (2022) and rising to 64.41% following external military tensions (2024). This corresponded with a public discourse shift from "response to civil demands to military capabilities.

Conclusions: The Army's social capital is dynamic and context-dependent, vulnerable to internal crises but resilient to external threats. This highlights the need for strategic, differentiated communication approaches.

Cite this article: mousavi shidi, M., Oria, M., vahdaninia, V. & Kazemi, M. (2026). Representation of the Army's Social Capital on Social Media: A Computational Mixed-Methods Model. (e735730). *Defensive Future Studies*, *11*(40), 361-393.

DOI: https://doi.org/10.22034/dfsr.2026.2075934.1965

Publisher: IRI Military Command and Staff University

CC BY NC ND

Extended Abstract

INTRODUCTION

Social capital, as a fundamental indicator of public trust and institutional legitimacy, holds particular importance for military organizations responsible for national security. In recent decades, the proliferation of social media platforms has transformed the public sphere into a highly dynamic and often contested arena for state entities' representation and public discourse. This digital landscape challenges conventional approaches to assessing public opinion and demands the development of novel, computational analytical methods. While prior research within the Iranian context has evaluated the Army's social capital using traditional methodologies such as surveys or focused predominantly on the influence of legacy state media, a clear gap remains. Specifically, no longitudinal, data-driven study has computationally quantified and tracked the temporal dynamics of the Army's social capital within the complex environment of digital social platforms. This study aims to address this gap by developing and validating an innovative computational mixed-methods model designed to monitor and interpret fluctuations of this crucial intangible resource.

METHODOLOGY

Adopting a computational social science framework, this research applies a longitudinal mixed-methods design to investigate two primary questions:

(1) What is the quantitative measurement of the Army's social capital as reflected on major social media platforms?
(2) What are the main factors driving its temporal fluctuations between 2022 and 2024?

Large-scale datasets were systematically collected over the specified three-year period from three influential social media platforms: Twitter, Instagram, and Telegram. Data analysis proceeded through a multilayered approach: thematic analysis was utilized to identify dominant narratives; sentiment analysis quantified the polarity of opinions; and emotion analysis, grounded in Plutchik's psychoevolutionary model, examined the affective dimensions of public discourse. The study's key methodological advancement lies in an integrative computational model that computes a comprehensive social capital index. This model synthesizes sentiment scores with empirically derived weighting coefficients assigned to each platform reflecting their respective influence, and normalizes outcomes by user engagement metrics including likes, shares, and comments, thus yielding a contextually sensitive and robust measure of public perception dynamics.

RESULTS

The extensive evaluation of over 11 million social media posts revealed that the Army's social capital is highly dynamic and contingent on sociopolitical contexts. The aggregate social capital index over the entire period was estimated at 52.95%, representing an overall neutral-to-positive stance. Crucially, the index exhibited significant volatility: it declined sharply to 44.08% amid widespread domestic protests in 2022, indicating heightened fragility. A partial recovery and stabilization followed in 2023, with the index rising modestly to 45.71%. A marked upswing occurred in 2024, during a phase of heightened external military tensions, when the index peaked at 64.41%This temporal pattern corresponds with shifts in public discourse themes. Thematic aggregation uncovered seven meta-themes shaping narratives: the 2022 downturn was dominated by the "Army's Response to Civil Demands" theme (constituting 18.2% of discourse), characterized by criticism regarding perceived institutional inertia. Conversely, the 2024 surge reflected an ascendancy of the "Military Capability and Performance" narrative (21.8%), which emphasized national security and defense. Persistent themes also included "Nostalgic Collective Memory" (16.5%) and "The Army's Role within Political Power Structures" (15.1%), which framed evaluative judgments consistently. Emotionally, the discourse was polarized, sustaining a delicate affective balance. Positive emotions such as Trust (19.6%) and Joy (13.2%) summed to 32.8%, nearly offset by negative sentiments including Anger (16.1%), Sadness (12.4%), and Disgust (4.6%) totaling 33.1%. Neutral content comprised 21.1%, mainly informational posts, while Anticipation accounted for 9.7%, denoting hopes and expectations about future military actions.

DISCUSSION AND CONCLUSIONS

These findings confirm that military social capital is not a static or inherent attribute but a fluid, context-dependent construct, significantly influenced by internal political crises and external threat perceptions. The pronounced increase in social capital during 2024 exemplifies the rally-round-the-flag effect, whereby a common external threat fosters temporary social cohesion and shifts collective narratives from domestic discontent toward nationalistic solidarity. This dynamic can be further interpreted through two theoretical lenses. Firstly, within Bourdieu's framework, the public sphere acts as a "Field" where the Army's "Symbolic Capital" is contested. The "rules of the game" in this field shifted from "civil responsiveness" in 2022 to "military effectiveness" in 2024, allowing the Army to reclaim symbolic capital. The observed fragility stems from this duality in the public's judgment framework. Secondly, this aligns with Hall's (1997) encoding/decoding theory, suggesting that official messages of "security" are decoded oppositionally

during domestic unrest but dominantly during foreign confrontations. Methodologically, the study's computational model represents an innovative, scalable, and near real-time tool for assessing public opinion relevant to defense futurism and strategic communication. It offers nuanced insights surpassing traditional surveys by integrating large-scale digital data. A key limitation is the non-representativeness of social media users. Future research should explore hybrid approaches combining this model with conventional survey data to enhance generalizability. In conclusion, in an age of pervasive digital connectivity, military institutions' social capital is perpetually renegotiated within public digital spaces, necessitating adaptive, platform-tailored, and context-aware communication strategies to maintain legitimacy and public trust.

فصلنامه علمی آینده‌پژوهی دفاعی
http://www.dfsr.ir/
دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا

سنجش سرمایه اجتماعی ارتش در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر بازنمایی رسانه‌ای

سید مهدی موسوی شهیدی[1]✉ | مهدی اوریا | ولی‌اله وحدانی‌نیا | معین کاظمی

۱. استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) ایمیل: m.moosavishahidi@casu.ac.ir

۲. دانش‌آموخته مدیریت راهبردی فضای سایبر، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران، ایمیل m.ouria@casu.ir

۳. استادیار سیاست گذاری عمومی، دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش، تهران، ایران. ایمیل: vvnia@yahoo.com

۴. دانش‌آموخته علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران Moeinkazemi97@gmail.com

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقالهٔ پژوهشی

تاریخچه مقاله:
تاریخ دریافت:
۱۴۰۴/۰۸/۰۷
تاریخ بازنگری:
۱۴۰۴/۱۱/۱۲
تاریخ پذیرش:
۱۴۰۴/۱۲/۰۳
تاریخ انتشار:
۱۴۰۵/۰۳/۰۱

کلیدواژه‌ها:
سرمایه اجتماعی، ارتش، شبکه‌های اجتماعی، علوم اجتماعی محاسباتی، تحلیل احساسات، داده دیجیتال، بازنمایی رسانه‌ای.

چکیده

زمینه و هدف: سنجش سرمایه اجتماعی نهادهای حاکمیتی در عصر دیجیتال یک چالش اساسی است. این پژوهش با هدف تحلیل بازنمایی رسانه‌ای و سنجش کمی سرمایه اجتماعی ارتش جمهوری اسلامی ایران، یک مدل نوآورانه‌ی ترکیبی-محاسباتی برای روندنگاری و تبیین پویایی‌های این مفهوم ارائه می‌کند.

روش‌ها: این پژوهش با رویکرد علوم اجتماعی محاسباتی و روش ترکیبی انجام شده است. داده‌های دیجیتال انبوه مرتبط با ارتش از سه پلتفرم توییتر، اینستاگرام و تلگرام طی سال‌های ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳ استخراج‌شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل مضمون، تحلیل احساسات و تحلیل هیجانات (مدل پلاچیک) صورت پذیرفته. در نهایت، شاخص نهایی سرمایه اجتماعی با اعمال ضریب وزنی به هر پلتفرم محاسبه شده.

یافته‌ها: شاخص نهایی سرمایه اجتماعی ارتش در این دوره ٪۵۲/۹۵ برآورد شد که جایگاهی خنثی و متمایل به مثبت را نشان می‌دهد. بااین‌حال، این شاخص نوسان شدیدی را از وضعیت بحرانی (٪۴۴/۰۸) طی اعتراضات داخلی سال ۱۴۰۱ تا جهش به وضعیت مطلوب (٪۶۴/۴۱) در پی تنش‌های نظامی با تهدید خارجی در سال تجربه کرد. تحلیل کیفی نشان داد این نوسان با جابجایی گفتمان از «مواجهه با مطالبات درونی» به «توانمندی و عملکرد نظامی» ارتباط دارد.

نتیجه‌گیری‌ها: سرمایه اجتماعی ارتش پدیده‌ای ذاتی نیست، بلکه ماهیتی پویا و موقعیت‌مند دارد که به زمینه سیاسی، امنیتی و اجتماعی وابسته است. این سرمایه در برابر بحران‌های داخلی آسیب‌پذیر بوده و در مقابل، در شرایط تهدید خارجی ظرفیت بالایی برای ترمیم و رشد دارد که نیازمند اتخاذ راهبردهای ارتباطی آینده‌نگر است.

استناد: موسوی شهیدی، سید مهدی، اوریا، مهدی، وحدانی نیا، ولی‌اله و کاظمی، معین. (۱۴۰۵). بازنمایی سرمایه اجتماعی ارتش در شبکه‌های اجتماعی: یک مدل ترکیبی محاسباتی. *آینده‌پژوهی دفاعی، ۱۱(۴۰)*، ۳۹۳-۳۶۱.

DOI: https://doi.org/10.22034/dfsr.2026.2075934.1965

ناشر: دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران

CC BY NC ND

مقدمه

سرمایه اجتماعی، به مثابه یکی از حیاتی‌ترین دارایی‌های نامشهود، نقشی تعیین‌کننده در کارآمدی و مشروعیت نهادهای حاکمیتی ایفا می‌کند. این مفهوم بر اعتماد، شبکه‌های تعاملی و هنجارهای مشترک استوار است. از این حیث برای نیروهای مسلح اهمیتی مضاعف دارد؛ چراکه پیوند مستحکم میان یک نهاد نظامی و ملت زیربنای اصلی اقتدار دفاعی و امنیت پایدار ملی محسوب می‌شود. در این میان، ارتش جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یکی از ارکان اصلی نیروهای مسلح، همواره جایگاهی نمادین در حافظه تاریخی و افکار عمومی جامعه داشته است و میزان سرمایه اجتماعی آن را، می‌توان شاخصی کلیدی از همبستگی ملی در برابر تهدیدات نوین به شمار آورد.

در دهه اخیر، با ظهور و گسترش شبکه‌های اجتماعی، عرصه شکل‌گیری و سنجش افکار عمومی دستخوش تحولی بنیادین شده است. همان‌طور که پژوهش‌ها در حوزه آینده‌پژوهی دفاعی نشان داده‌اند، شبکه‌های اجتماعی با «دگرگون ساختن معادلات روابط اجتماعی» به یکی از مؤثرترین پدیده‌ها بر امنیت ملی بدل شده‌اند (عیوضی و نوریان، ۱۴۰۰). این پلتفرم‌ها به فضایی متکثر و پویا برای «بازنمایی رسانه‌ای» نهادها تبدیل‌شده‌اند؛ جایی که روایت‌های رسمی به‌طور مداوم با برداشت‌های مردمی، تحلیل‌های فردی و کنش‌های عاطفی در لحظه به چالش کشیده می‌شوند. این اکوسیستم جدید، روش‌های سنتی افکارسنجی را برای درک دقیق ناکافی ساخته است و ضرورت بهره‌گیری از رویکردهای نوین را آشکار می‌کند.

اگرچه پژوهش‌هایی به بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در ارتش از طریق روش‌های کلاسیک پرداخته‌اند (حسینی گل‌افشانی، رازانی و لطفی، ۱۴۰۱) و مطالعات دیگری نیز بر اهمیت «رسانه ملی» در ارتقای احساس امنیت نظامی تأکید ورزیده‌اند (ملکی، قادری و صفرنژاد، ۱۴۰۲)، اما همچنان یک خلأ پژوهشی عمیق در این حوزه وجود دارد. تمرکز ادبیات موجود یا بر رسانه‌های سنتی و یک‌سویه بوده یا در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی، از روش‌های کیفی و سناریومحور بهره برده است (عیوضی و نوریان، ۱۴۰۰). درنتیجه، خلأ یک مدل سنجش داده‌محور و محاسباتی که بتواند سرمایه اجتماعی ارتش را در بستر واقعی و پویای داده دیجتال شبکه‌های اجتماعی اندازه‌گیری کند، به‌شدت احساس می‌شود.

این مقاله در پاسخ به این خلأ پژوهشی، یک «ارمغان» مشخص را دنبال می‌کند: ارائه و اعتبارسنجی یک مدل ترکیبی-محاسباتی برای سنجش سرمایه اجتماعی ارتش .در این مدل، بازنمایی‌های رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی نه به‌عنوان هدف، بلکه به‌مثابه میدان مشاهده‌پذیر و داده‌های اصلی عمل می‌کنند که از طریق تحلیل محاسباتی آن‌ها، می‌توان به شاخصی معتبر از سرمایه اجتماعی دست یافت.

بنابراین، این مقاله بر آن است که با تحلیل داده دیجیتال سه پلتفرم توییتر، اینستاگرام و تلگرام در بازه زمانی پرتلاطم ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳، نه‌تنها تصویری دقیق از جایگاه ارتش در افکار عمومی آنلاین ترسیم کند، بلکه با شناسایی دلایل نوسانات این سرمایه، بنیانی علمی برای آینده‌پژوهی و سیاست‌گذاری ارتباطی در حوزه دفاعی نیز فراهم آورد.

بنابراین، یک شکاف پژوهشی آشکار وجود دارد: فقدان یک پژوهش طولی و ترکیبی-محاسباتی که بتواند با ارائه یک مدل سنجش معتبر، پویایی‌های بازنمایی سرمایه اجتماعی ارتش ایران را در اکوسیستم پیچیده شبکه‌های اجتماعی به‌صورت داده‌محور تحلیل کند. این مقاله مستقیماً برای پر کردن این شکاف طراحی شده و در پی پاسخ به این سؤالات است:

شاخص کمی سرمایه اجتماعی ارتش در شبکه‌های اجتماعی (بر مبنای تحلیل بازنمایی‌های رسانه‌ای) به چه میزان است و روند نوسانات آن در بازه ۱۴۰۱-۱۴۰۳ چگونه است؟

کدام مضامین و هیجانات کلیدی در بازنمایی‌های رسانه‌ای، پویایی‌های افول یا افزایش سرمایه اجتماعی ارتش را تبیین می‌کنند؟

مرور پیشینه و مبانی نظری

مرور پیشینه

بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که موضوع سرمایه اجتماعی نهادهای نظامی و نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به آن، در سطح داخلی و بین‌المللی، موردتوجه پژوهشگران قرارگرفته است. بااین‌حال، رویکردها، میدان‌های پژوهشی و ابزارهای تحلیلی در این مطالعات تفاوت‌های معناداری با یکدیگر دارند که جایگاه نوآورانه پژوهش حاضر را مشخص می‌سازد.

مرور این دو جریان، شکاف پژوهشی که این مقاله در پی پاسخ به آن است را به‌خوبی آشکار می‌سازد.

پیشینه داخلی

در ایران، پژوهش‌های مرتبط را می‌توان در دو دسته اصلی قرار داد. دسته اول، با استفاده از روش‌های کلاسیک به سنجش ابعاد سرمایه اجتماعی در نیروهای مسلح پرداخته‌اند. برای نمونه، (حسینی گل‌افشانی، رازانی و لطفی، ۱۴۰۱) با رویکردی ترکیبی، وضعیت سرمایه اجتماعی را در درون سازمان ارتش مطلوب ارزیابی کرده‌اند. همچنین در پژوهشی دیگر به ارائه یک الگوی بومی برای سنجش این مفهوم از طریق تکنیک دلفی پرداخته‌اند (حسینی گل‌افشانی، رازانی و محمدی، ۱۴۰۰). مطالعات دیگری نیز بر تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارکنان (نصیرپور و شیخ ویسی، ۱۳۹۳) و رابطه آن با قدرت نرم (شهرام‌نیا و همکاران، ۱۳۹۵) تأکید کرده‌اند. این پژوهش‌ها، باوجود اهمیتشان در تحلیل سازمانی، به بازنمایی ارتش در *افکار عمومی* و فضای رسانه‌ای نپرداخته‌اند. همچنین، موضوع حساس جایگاه نهاد نظامی در ساختار قدرت و مقایسه آن با نهادهای موازی که یکی از محورهای اصلی تحلیل روابط نظامی-مدنی در نظام‌های سیاسی پیچیده است، (Rawal, 2022) در این پژوهش‌ها کمتر موردتوجه قرار گرفته است.

دسته دوم پژوهش‌ها بر نقش رسانه‌ها در امنیت ملی متمرکز شده‌اند (ملکی، قادری و صفرنژاد، ۱۴۰۲) نقش «رسانه ملی» را در ارتقای احساس امنیت نظامی تحلیل کرده‌اند که نشان‌دهنده تمرکز بر رسانه‌های سنتی و یک‌سویه است. از سوی دیگر، (عیوضی و نوریان، ۱۴۰۰). با نگاهی آینده‌پژوهانه، به بررسی روندهای آینده «شبکه‌های اجتماعی» و تأثیرات آن بر امنیت ملی از طریق روش‌های کیفی و سناریونویسی پرداخته‌اند. اگرچه این پژوهش به اهمیت شبکه‌های اجتماعی اذعان دارد، اما از ابزارهای تحلیل داده‌محور برای سنجش وضعیت فعلی بهره نبرده است.

پیشینه خارجی

در سطح بین‌المللی، پژوهش‌ها در مسیرهای متنوعی حرکت کرده‌اند. مطالعات کلان مانند گزارش مؤسسه لگاتوم وضعیت کلی سرمایه اجتماعی را در سطح کشورها سالانه رصد می‌کنند (Legatum Institute,2023). پژوهش‌های دیگری نیز به تأثیر سرمایه اجتماعی بر

بهره‌وری سازمانی (Suzbilir, 2018) یا نقش آن در بازگشت رزمندگان به جامعه پس از جنگ پرداخته‌اند(Motallemzadeh, 2021; John, 2008) . این مطالعات اهمیت پیوند میان نهاد نظامی و جامعه را به خوبی نشان می‌دهند.

بااین‌حال، مهم‌ترین جریان پژوهشی در سال‌های اخیر، بهره‌گیری از روش‌های محاسباتی برای تحلیل بازنمایی نهادهای نظامی در فضای مجازی است. برای مثال، هیگن (Hagan, 2018) با تحلیل داده‌های توییتر، به بررسی مدیریت تصویر ارتش آمریکا در بحران سوریه پرداخت. همچنین، وارن و همکاران (Warren et al, 2020) در پژوهشی در مجله معتبر«نیروهای مسلح و جامعه[1]»، از تحلیل احساسات برای سنجش نگرش عمومی نسبت به مداخلات نظامی بر اساس داده‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده کردند. این مطالعات، ظرفیت عظیم روش‌های محاسباتی را برای دستیابی به درکی عمیق و به‌هنگام از افکار عمومی در حوزه دفاعی به اثبات رسانده‌اند. همچنین تحلیل رویکردهای شبکه‌های اجتماعی در کمپین‌های نظامی توسط رادزی و همکاران در ۲۰۲۵ صورت گرفته است.

این مطالعه به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در عملیات نظامی مدرن می‌پردازد و رشد فزاینده تحقیقات در این زمینه را از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۴ نشان می‌دهد. این پژوهش بر موضوعاتی مانند جنگ اطلاعاتی، تحلیل احساسات عمومی و مدیریت اطلاعات نادرست تأکید دارد. همچنین، به نقش پلتفرم‌هایی مانند توییتر و فیس‌بوک در شکل‌دهی به ادراکات عمومی در طول درگیری‌ها اشاره می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه استراتژی‌های شبکه‌های اجتماعی از انتشار صرفاً تبلیغات به ابزارهای پیچیده‌تر برای تعامل و هماهنگی در زمان بحران تغییر کرده‌اند. این مطالعه اهمیت دوگانه شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزاری برای توانمندسازی و همچنین منبعی برای تهدیدات در محیط نظامی برجسته می‌کند(Radzi, 2025).

مبانی نظری

این پژوهش بر چارچوبی مفهومی استوار است که سرمایه اجتماعی را به‌عنوان متغیر اصلی، از طریق تحلیل بازنمایی‌های رسانه‌ای و با ابزارهای علوم اجتماعی محاسباتی

[1] Armed Forces & Society

موردسنجش قرار می‌دهد. این سه مفهوم، پایه‌های نظری و روش‌شناختی این تحقیق را تشکیل می‌دهند.

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی، مفهومی چندوجهی است که به منابع نهفته در شبکه‌های روابط اجتماعی اشاره دارد. درحالی‌که رویکردهایی مانند دیدگاه پاتنام (۱۳۸۰) بر آن به‌مثابه یک کالای عمومی برای جامعه مدنی تأکیددارند، این پژوهش چارچوب نظری خود را بر دیدگاه پیر بوردیو استوار می‌سازد. از منظر بوردیو، «میدان»[1] یک فضای اجتماعی ساختاریافته برای رقابت است که در آن، کنشگران برای کسب انواع سرمایه با یکدیگر نزاع می‌کنند (بوردیو، ۱۳۹۳: صص ۲۷-۲۵). در این چارچوب، سرمایه اجتماعی ابزاری برای کسب قدرت است که می‌تواند به سرمایه نمادین[2] تبدیل شود؛ یعنی شکلی از قدرت که مبتنی بر حیثیت، مشروعیت و به رسمیت شناخته شدن توسط دیگران است (بوردیو، ۱۳۹۳: ص ۱۵۱).

بنابراین، این پژوهش «سرمایه اجتماعی ارتش» را به‌مثابه «سرمایه نمادین» آن در میدان دیجیتال شبکه‌های اجتماعی مفهوم‌سازی می‌کند. در این میدان، بازنمایی‌های رسانه‌ای «کنش‌های نمادین» تبدیل می‌شوند و کنشگران مختلف (حامیان، منتقدان، نهاد رسمی) برای تحمیل تعریف خود از ارتش و افزایش یا کاهش سرمایه نمادین آن با یکدیگر رقابت می‌کنند.

با ظهور فضای مجازی، این مفهوم به «سرمایه اجتماعی دیجیتال[3]» به‌مثابه یک میدان دیجیتال گسترش یافته است (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).در این بستر، کنش‌های ارتباطی کاربران مانند لایک، بازنشر، کامنت و ابراز احساسات به‌مثابه کنش‌های سازنده یا فرساینده سرمایه اجتماعی عمل می‌کنند؛ بنابراین، تحلیل احساسات[4] و مضامین[5] در بازنمایی رسانه‌ای شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به‌عنوان نماگرهایی معتبر برای سنجش وضعیت میدان سرمایه اجتماعی در مقیاس کلان به کار رود.

---

1 -Field
2- Symbolic Capital
3- Digital Social Capital
4- Sentiment Analysis
5 -Thematic

بازنمایی رسانه‌ای

بازنمایی[1]، چنانکه استوارت هال تبیین می‌کند، فرآیند تولید معنا از طریق زبان و نظام‌های نشانه‌ای است و هرگز بازتابی خنثی از واقعیت نیست. در حقیقت رسانه‌ها با برجسته‌سازی جنبه‌هایی از یک پدیده و به حاشیه راندن جنبه‌های دیگر، تصویری خاص و ایدئولوژیک از آن را می‌سازند. (هال، ۱۳۹۸: ص۴۶) این فرآیند به‌ویژه برای نهادهایی با تاریخ طولانی مانند ارتش، اهمیتی مضاعف می‌یابد، زیرا تصویر کنونی آن‌ها همواره در حال مذاکره با حافظه جمعی و بازنمایی‌های تاریخی است که در عصر دیجیتال به‌طور فزاینده‌ای از طریق رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد(Gouliev, 2025). مدل «رمزگذاری/رمزگشایی» هال برای تحلیل این فرآیند بسیار راهگشاست. نهادهای رسمی مانند ارتش، پیام‌های خود را با یک معنای ویژه (مثلاً اقتدار، خدمت، امنیت) «رمزگذاری» می‌کنند. مخاطبان اما می‌توانند این پیام را به سه شکل «رمزگشایی» کنند: پذیرش کامل (خوانش مسلط)، پذیرش همراه با تعدیل (خوانش مذاکره‌ای)، یا رد کامل و ارائه معنای متضاد (خوانش مخالف).

در اکوسیستم شبکه‌های اجتماعی، این مدل پیچیده‌تر می‌شود. کاربران دیگر صرفاً دریافت‌کننده پیام نیستند، بلکه خود به تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان فعال بازنمایی تبدیل‌شده‌اند. (Rettberg, 2017). درنتیجه، تصویری که از ارتش در این فضا ساخته می‌شود، محصول یک «نبرد بر سر معنا» میان روایت رسمی (رمزگذاری شده توسط ارتش)، روایت‌های مردمی (که ممکن است هر سه نوع خوانش را در برگیرد) و روایت‌های سازمان‌یافته رقیب است.

علوم اجتماعی محاسباتی

علوم اجتماعی محاسباتی[2] پارادایمی میان‌رشته‌ای است که با بهره‌گیری از داده دیجیتال و قدرت محاسباتی، امکان تحلیل پدیده‌های اجتماعی را در مقیاسی بی‌سابقه فراهم می‌آورد(Lazer et al. 2009). این رویکرد یک گذار اساسی از روش‌های سنتی (مانند پیمایش که نگرش‌ها را می‌سنجد) به تحلیل «ردپاهای دیجیتال[3]» است که رفتار واقعی کاربران را ثبت می‌کند. در این پژوهش، علوم اجتماعی محاسباتی به‌عنوان پل

1- Representation
2- Computational Social Science
3-Digital footprint

روش‌شناختی عمل می‌کند که امکان عملیاتی‌سازی و سنجش مفاهیم انتزاعی را فراهم می‌سازد. به‌عبارت‌دیگر، این رویکرد به ما اجازه می‌دهد تا مفهوم نظری «سرمایه اجتماعی» را از طریق تحلیل داده‌های انضمامی (مانند قطبیت احساسات و فراوانی مضامین) در شبکه‌های اجتماعی به‌صورت کمی و کیفی اندازه‌گیری کنیم و تصویری داده محور از پویایی‌های آن ارائه دهیم.

تعریف مفهومی سرمایه اجتماعی ارتش

در چارچوب این پژوهش، سرمایه اجتماعی ارتش به‌صورت نظری به‌مثابه ذخیره‌ای از اعتماد عمومی، مشروعیت ادراک‌شده و حسن نیتی تعریف می‌شود که این نهاد در سپهر عمومی کسب می‌کند. این مفهوم، کاربرد نظریه کلی سرمایه اجتماعی (Tracy, 2000) در بستر نظامی است که از طریق تعاملات سازنده میان ارتش و جامعه شکل‌گرفته و به افزایش امنیت کمک می‌کند (Ivanov, 2024). سطح بالای این سرمایه به معنای پذیرش عمومی نقش ارتش، حمایت از مأموریت‌های آن و ایجاد یک رابطه سالم در چارچوب روابط نظامی-مدنی است که در شرایط بحرانی، ظرفیت بسیج منابع اجتماعی را تسهیل می‌کند (Theron, 2022). در عصر دیجیتال، این سرمایه عمدتاً از طریق بازنمایی‌های رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی ساخته، تقویت یا فرسایش می‌یابد.

ارتش به‌مثابه یک‌نهاد اجتماعی: بنیادهای سرمایه اجتماعی

از سوی دیگر درک عمیق‌تر سرمایه اجتماعی ارتش، باید به وجوه منحصربه‌فرد این سازمان که آن را به جامعه پیوند می‌زند، توجه کرد. برخلاف نهادهای بوروکراتیک دیگر، ارتش به دلیل سه ویژگی بنیادین، بستری استثنایی برای تولید یا فرسایش سرمایه اجتماعی است.

نخست، ارتش به‌عنوان نماد وحدت ملی و تمامیت ارضی عمل می‌کند و در ذهنیت عمومی با مفاهیم انتزاعی اما قدرتمندی مانند وطن و ملت گره‌خورده است. (Anderson, 1983: 37) این نقش نمادین، یک سرمایه اجتماعی بالقوه ایجاد می‌کند که فراتر از عملکرد صرف آن است.

دوم، وجود خدمت سربازی به‌عنوان یک پل ارتباطی، این نهاد را به‌طور ارگانیک به بدنه جامعه متصل می‌سازد. این تجربه مشترک، ارتش را از یک سازمان بسته و حرفه‌ای صرف

متمایز کرده و به یک‌نهاد مردمی تبدیل می‌کند که کانال‌های قدرتمندی برای انتقال اعتماد یا بی‌اعتمادی ایجاد می‌کند.

درنهایت، حافظه تاریخی مشترک از جنگ، به‌ویژه تجربه دفاع مقدس، منبعی پایدار برای تولید سرمایه اجتماعی است که در بزنگاه‌های مختلف بازتولید شده و به چالش کشیده می‌شود. این سه وجه، «سازمان سرمایه اجتماعی بنیاد ارتش» را تشکیل می‌دهند و تبیین می‌کنند که چرا بازنمایی این نهاد در سپهر عمومی تا این حد حساس و معنادار است.

جمع‌بندی و تبیین شکاف پژوهشی

مرور جامع پیشینه نشان می‌دهد که یک گسست آشکار میان مطالعات داخلی و خارجی در این حوزه وجود دارد. پژوهش‌های داخلی، باوجود پرداختن به مفاهیم سرمایه اجتماعی و امنیت ملی، عمدتاً در چارچوب روش‌شناختی سنتی (پیمایش، مصاحبه، دلفی) باقی‌مانده‌اند و از ظرفیت‌های عظیم داده دیجیتال شبکه‌های اجتماعی برای سنجش افکار عمومی غفلت کرده‌اند. در مقابل، پژوهش‌های پیشروی بین‌المللی، ضمن بهره‌گیری از ابزارهای قدرتمند محاسباتی، به‌طور طبیعی به زمینه سیاسی-فرهنگی منحصربه‌فرد ایران و بازنمایی نهاد ارتش در این بستر نپرداخته‌اند.

جدول (۱) بررسی تطبیقی پژوهش حاضر با مطالعات کلیدی پیشین

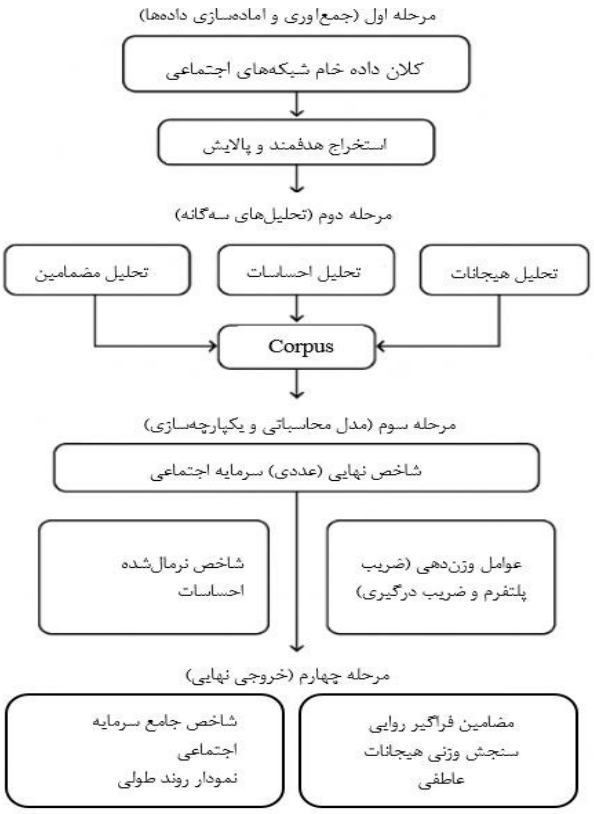
دسته	پژوهش (نویسنده و سال)	هدف/موضوع اصلی پژوهش	روش‌شناسی	جنبه مغفول / محدودیت اصلی (در نسبت با پژوهش حاضر)
داخلی (روش سنتی- سرمایه اجتماعی)	حسینی گل‌افشانی و همکاران (۱۴۰۱)	سنجش وضعیت سرمایه اجتماعی درون سازمان ارتش	ترکیبی (پیمایش و دلفی)	عدم توجه به افکار عمومی آنلاین و بازنمایی بیرونی
	حسینی گل‌افشانی و همکاران (۱۴۰۰)	ارائه الگوی بومی برای سنجش سرمایه اجتماعی ارتش	کیفی (تکنیک دلفی)	تمرکز بر شاخص‌سازی نظری به‌جای سنجش تجربی در فضای عمومی
	نصیرپور و شیخ ویسی (۱۳۹۳)	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد کارکنان نیروهای مسلح	پیمایش و تحلیل آماری	تمرکز بر پیامدهای درون‌سازمانی به‌جای سنجش مستقیم سرمایه اجتماعی

	شهرام‌نیا و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی رابطه سرمایه اجتماعی باقدرت نرم	پیمایش	تمرکز بر یک مفهوم مرتبط (قدرت نرم) به‌جای خود سرمایه اجتماعی
داخلی (روش سنتی - رسانه و امنیت)	ملکی و همکاران (۱۴۰۲)	تحلیل نقش رسانه ملی)سنتی) بر احساس امنیت نظامی	پیمایش	عدم تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان میدان اصلی افکار عمومی
شبکه‌های اجتماعی	عیوضی و نوریان (۱۴۰۰)	بررسی روندهای آینده شبکه‌ه ای اجتماعی بر امنیت ملی	کیفی (سناریونویسی)	عدم سنجش داده‌محور و کمی وضعیت فعلی
خارجی (رویکرد عمومی و محاسباتی)	مؤسسه لگاتوم (۲۰۲۳)	سنجش کلان سرمایه اجتماعی در سطح کشورها	شاخص‌سازی کلان	عدم تمرکز بر نهاد نظامی به‌طور خاص
مدیریت	Suzbilir (2018)	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر بهره‌وری سازمانی	پیمایش	عدم تمرکز بر نهاد نظامی و فضای مجازی
شبکه‌های اجتماعی کیفی	Hagan (2018)	تحلیل مدیریت تصویر ارتش آمریکا در یک بحران خاص	تحلیل کیفی داده‌های توییتر	مقطعی بودن؛ عدم ارائه شاخص کمی قابل روندنگاری
شبکه‌های اجتماعی کمی	Warren et al (2020)	سنجش نگرش عمومی نسبت به مداخلات نظامی	تحلیل احساسات داده‌های شبکه‌های اجتماعی	تک‌بعدی بودن (فقط تحلیل احساسات)؛ عدم تحلیل مضامین کیفی
مرور مطالعات پیشین	Radzi et al (2025)	تحلیل رویکردهای شبکه‌های اجتماعی در کمپین‌های نظامی	مرور علم‌سنجی	ارائه یک مرور کلی از رویکردها؛ عدم ارائه یک مدل سنجش جدید و بومی

بنابراین، شکاف اصلی پژوهشی که این مقاله مستقیماً به آن پاسخ می‌دهد، فقدان یک پژوهش طولی و ترکیبی-محاسباتی است که بتواند با ارائه یک مدل سنجش معتبر، پویایی‌های بازنمایی سرمایه اجتماعی ارتش ایران را در اکوسیستم پیچیده شبکه‌های اجتماعی به‌صورت داده‌محور تحلیل و تبیین کند. این پژوهش با پیوند زدن بینش‌های نظری سرمایه اجتماعی باقدرت تحلیلی علوم اجتماعی محاسباتی، تلاش می‌کند تا با بهره‌گیری از این روش نوظهورریال به بومی‌سازی و ارتقای روش‌های نوین، جهت پر کردن این شکاف آشکار در ادبیات آینده‌پژوهی دفاعی قدم بردارد.

روش‌شناسی

این پژوهش از منظر هدف، کاربردی و از منظر روش، در پارادایم نوظهور علوم اجتماعی محاسباتی (Lazer et al, 2009) قرار می‌گیرد. برای دستیابی به درکی جامع و چندوجهی از پدیده موردمطالعه، یک طرح تحقیق ترکیبی[1] با رویکرد طولی به کار گرفته شد (Creswell & Plano Clark, 2011). این رویکرد امکان تلفیق تحلیل‌های کمی مقیاس‌پذیر با تفسیرهای عمیق کیفی را فراهم آورد. جامعه آماری پژوهش، شامل تمام محتوای عمومی منتشرشده پیرامون ارتش جمهوری اسلامی ایران در سه پلتفرم تأثیرگذار توییتر، اینستاگرام و تلگرام طی سه سال متوالی ۱۴۰۱، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ بود. این چارچوب زمانی و مکانی، در عمل ۹ میدان پژوهشی مجزا را برای تحلیل تطبیقی و روندنگاری ایجاد کرده است. واحد تحلیل در این پژوهش، هر «پست» یا محتوای متنی منفرد (توییت، کپشن اینستاگرام یا پیام تلگرامی) در نظر گرفته شد.



شکل (۱) دیاگرام فرآیند مفهومی و روش‌شناختی سرمایه اجتماعی

1-Mixed Methods

جمع‌آوری داده

گردآوری داده‌ها با بهره‌گیری از سامانه تحلیل داده شرکت «دیتاک» و از طریق طراحی یک کوئری جستجوی تخصصی و هدفمند صورت گرفت. این کوئری با استفاده از منطق بولی[1](AND/OR/NOT) ، مجموعه‌ای گسترده از کلیدواژه‌ها، هشتگ‌ها و عبارات مرتبط با ارتش را شامل می‌شد و همزمان، کلیدواژه‌های نامرتبط برای کاهش نویز اطلاعاتی از آن مستثنا شد. پس از استخراج، داده‌های خام طی فرآیند پالایش، از محتوای تکراری، اسپم و تبلیغاتی پاک‌سازی شدند تا روایی و پایایی مجموعه داده تضمین شود.

تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها از طریق یک رویکرد سه‌لایه و مکمل انجام پذیرفت. در لایه نخست، از روش تحلیل مضمون و تحلیل محتوا[2] در قالب یک رویکرد ترکیبی
(Braun & Clarke, 2006) برای شناسایی، دسته‌بندی و سنجش وزنی الگوهای معنایی و روایت‌های غالب در داده‌های کیفی همراه با فراوانی آن استفاده شد. در لایه دوم، با استفاده از مدل‌های پردازش زبان طبیعی[3]، تحلیل احساسات[4] انجام گرفت تا قطبیت نگرش کاربران (مثبت، منفی، خنثی) به‌صورت کمی سنجیده شود. در لایه سوم، برای دستیابی به درکی عمیق‌تر از ابعاد عاطفی، تحلیل هیجانات بر مبنای مدل چرخه هشت‌گانه هیجان رابرت پلاچیک (Plutchik, 1980) صورت پذیرفت.

از منظر عملیاتی، این مفهوم انتزاعی از طریق مدل محاسباتی چندوجهی این پژوهش اندازه‌گیری می‌شود. این مدل، سرمایه اجتماعی را به‌عنوان یک شاخص کمی نهایی (در بازه ۰ تا ۱۰۰) تعریف می‌کند که از سه لایه داده استخراج می‌شود:

الف) قطبیت احساسات :نسبت و توازن میان دیدگاه‌های مثبت، منفی و خنثی کاربران.

ب) فراوانی مضامین فراگیر: غلبه روایت‌های حمایتی (مانند توانمندی نظامی) در برابر روایت‌های انتقادی (مانند مواجهه با مطالبات مدنی).

ج) یکپارچه‌سازی با عوامل وزنی :ادغام شاخص‌های فوق با در نظر گرفتن ضریب تأثیر هر پلتفرم و نرخ تعامل کاربران.

---

1 -Boolean logic
2- Content Analysis
3 -Natural Language Processing - NLP
4 -Sentiment Analysis

بنابراین، شاخص نهایی به‌دست‌آمده در این پژوهش، نماگر کمی و عملیاتی سرمایه اجتماعی ارتش در فضای آنلاین محسوب می‌شود.

برای یکپارچه‌سازی این تحلیل‌ها و دستیابی به یک شاخص کمی نهایی، یک مدل محاسباتی پیشرفته طراحی شد. این مدل نه‌تنها بر قطبیت احساسات، بلکه بر میزان توجه و واکنش فعال کاربران نیز استوار بود. برای این منظور، ضریب درگیری یا نرخ تعامل[1] برای هر پلتفرم محاسبه شد که نشان‌دهنده میانگین واکنش‌ها (لایک، کامنت، بازنشر، بازدید) به هر پست است. در مدل نهایی، ابتدا با تفاضل درصد محتوای مثبت از منفی، یک «امتیاز خام احساسات» برای هر پلتفرم محاسبه و سپس به یک مقیاس درصدی «نرمال‌سازی» منجر شده است. در مدل نهایی، ابتدا با تفاضل درصد محتوای مثبت از منفی، یک «امتیاز خام احساسات» در بازه [۱۰۰-, ۱۰۰+] برای هر پلتفرم محاسبه شد. برای تبدیل این امتیاز به یک شاخص درصدی قابل‌فهم و استاندارد، از روش آماری نرمال‌سازی Min-Max استفاده شده است. این تبدیل خطی که از طریق فرمول (امتیاز خام + ۱۰۰) / ۲ پیاده‌سازی شد، بازه اولیه را به یک مقیاس استاندارد [٪۰, ٪۱۰۰] بدل می‌کند. این فرآیند تضمین می‌کند که یک امتیاز کاملاً خنثی (امتیاز خام صفر) معادل شاخص ٪۵۰ باشد و بدین ترتیب، یک مبنای علمی و قابل تفسیر برای سنجش سرمایه اجتماعی ارائه می‌دهد.

در مرحله بعد، با توجه به تفاوت در ماهیت تأثیرگذاری هر پلتفرم، یک «ضریب وزنی» به هر یک اختصاص یافت (اینستاگرام: ۳، توییتر: ۲، تلگرام: ۱). تخصیص «ضریب وزنی» به هر پلتفرم بر اساس مبنای علمی و با توجه به تفاوت در ماهیت نفوذ و تأثیرگذاری هر یک بر افکار عمومی صورت پذیرفت. بر اساس گزارش سالانه فضای مجازی اینستاگرام به دلیل ضریب نفوذ بالا و پایگاه کاربری گسترده (بیش از ۳۳ میلیون کاربر ایرانی فعال) و ماهیت تعاملی و عاطفی آن، بالاترین ضریب تأثیر (ضریب ۳) را به خود اختصاص داد؛ درحالی‌که توییتر باوجود کاربران کمتر (حدود ۱ میلیون کاربر فعال)، به دلیل نقش آن به‌عنوان تریبون نخبگان و عرصه شکل‌گیری گفتمان‌های سیاسی و جریانات اجتماعی، ضریب تأثیرگذاری ۲ را دریافت کرد. در مقابل، تلگرام به دلیل نقش غالب آن به‌عنوان

1 -Engagement Rate

یک کانال توزیع اطلاعات و محتوای خبری که بیشتر ماهیت بازنشر دارد تا تولید گفتمان عمومی، کمترین ضریب (ضریب ۱) را به خود اختصاص داد (دیتاک، ۱۴۰۳).

شایان ذکر است که «نرخ تعامل» به‌عنوان یک شاخص کلیدی برای سنجش میزان توجه فعال کاربران، به‌صورت یک نسبت استاندارد و نه درصد محاسبه‌شده است. برای پلتفرم‌های توییتر و اینستاگرام، این شاخص از طریق فرمول (مجموع لایک‌ها + کامنت‌ها + بازنشرها) / تعداد کل پست‌ها به‌دست‌آمده و میانگین تعداد واکنش‌ها به ازای هر پست را نشان می‌دهد. برای پلتفرم تلگرام، با توجه به ماهیت آن، این شاخص به‌صورت میانگین تعداد بازدید به ازای هر پست محاسبه گردیده است. این رویکرد، از ارائه درصدهای غیرواقعی پرهیزکرده و معیاری قابل‌فهم و استاندارد از میزان درگیری کاربران با محتوا ارائه می‌دهد.

درنهایت، با استفاده از میانگین وزنی که هم ضریب پلتفرم و هم نرخ تعامل را لحاظ می‌کرد، «شاخص نهایی جامع سرمایه اجتماعی» محاسبه شد. این مدل که ارمغان اصلی این پژوهش است، امکان روندنگاری دقیق و مقایسه داده‌محور سرمایه اجتماعی ارتش در طول زمان را فراهم آورده است و به ابعاد کیفی و کمی پژوهش صحه گذاشته است.

تجزیه‌وتحلیل یافته‌ها

تحلیل داده دیجیتال‌های استخراج‌شده از سه پلتفرم توییتر، اینستاگرام و تلگرام در بازه زمانی ۱۴۰۱ تا ۱۴۰۳، تصویری پویا و چندوجهی از بازنمایی و میزان سرمایه اجتماعی ارتش جمهوری اسلامی ایران در افکار عمومی آنلاین ارائه می‌دهد. یافته‌های این بخش در چهار لایه تحلیلی ارائه‌شده است:

ابتدا چشم‌انداز کمی داده‌ها از منظر حجم و ضریب درگیری ترسیم شده است؛ سپس، مدل محاسباتی و روند نوسانات شاخص سرمایه اجتماعی با شفافیت کامل تشریح شده؛ در ادامه، دلایل این نوسانات از طریق تحلیل عمیق مضامین فراگیر تبیین شده و درنهایت، نقشه عاطفی حاکم بر این گفتمان مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

۱. چشم‌انداز کمی: حجم محتوا و ضریب درگیری کاربران

مقیاس داده‌های این پژوهش، خود گواهی بر اهمیت موضوع در افکار عمومی است. از این حیث درمجموع، بیش از ۱۱ میلیون پست مرتبط در طول سه سال تحلیل‌شده است. جدول (۱) حجم محتوا و شاخص‌های تعاملی را در ۹ میدان پژوهشی موردمطالعه به

تفکیک نشان می‌دهد .ضریب درگیری[1] که از مجموع واکنش‌های فعال (لایک، کامنت، بازنشر، بازدید) به ازای هر پست محاسبه می‌شود، به‌عنوان معیاری از میزان اهمیت، حساسیت و قابلیت فراگیری موضوع در هر بستر عمل می‌کند.

جدول (۲) آمار توصیفی حجم محتوا و ضریب درگیری در سه پلتفرم (۱۴۰۳-۱۴۰۱)

سال	پلتفرم	کل پست‌ها	مجموع لایک	مجموع کامنت/پاسخ	مجموع بازدید (ویو)	ضریب درگیری
۱۴۰۱	توییتر	۳,۲۷۳,۵۴۲	۱۱,۶۲۱,۲۸۱	۳۵۸,۸۱۸	۶۲,۶۰۲,۶۷۸	۴/۵
	اینستاگرام	۱۶۵,۹۵۵	۱۲۰,۸۷۹,۶۹۰	۵,۲۵۵,۴۶۲	۵۷۸,۸۵۱,۸۲۶	۷۶۰
	تلگرام	۱,۳۶۱,۰۳۳	-	-	۲,۲۱۱,۵۰۹,۰۵۸	۱۶۲۵
۱۴۰۲	توییتر	۱,۶۰۶,۸۴۱	۷,۹۷۶,۴۷۶	۲۳۷,۷۴۳	۲۶۹,۷۳۰,۳۹۷	۵/۹
	اینستاگرام	۲۰۴,۸۶۲	۱۲۸,۷۲۳,۵۷۴	۴,۹۱۹,۶۰۶	۱,۰۱۵,۵۱۱,۱۹۱	۶۵۲
	تلگرام	۱,۴۷۲,۱۷۸	-	-	۲,۵۳۱,۳۹۶,۲۷۶	۱۷۲۰
۱۴۰۳	توییتر	۱,۶۴۱,۸۱۰	۱۰,۷۹۵,۸۹۰	۲۴۹,۳۵۴	۳۴۹,۰۴۴,۲۸۷	۷.۵
	اینستاگرام	۱۳۵,۱۰۷	۱۲۷,۷۷۶,۰۲۶	۵,۲۹۱,۵۵۴	۷۳۷,۷۱۸,۲۱۸	۹۸۴
	تلگرام	۱,۶۷۵,۷۳۴	-	-	۳,۸۱۰,۳۶۶,۰۶۲	۲۲۷۴

تحلیل داده‌های جدول (۲) چند نکته کلیدی را آشکار می‌سازد. نخست، تفاوت ماهوی درگیری کاربران در پلتفرم‌های مختلف را نشان داده است؛ توییتر با ضریب درگیری مبتنی بر بازنشر و گفتگو، ماهیتی گفتمانی و سیاسی را آشکار ساخته است، درحالی‌که اینستاگرام با نرخ تعامل بسیار بالا، فضایی عاطفی و واکنشی مبتنی بر توده مردم را نشان می‌دهد. تلگرام نیز با شاخص بازدید به ازای هر پست، نقش خود را به‌عنوان یک کانال توزیع گسترده اطلاعات تثبیت می‌کند که کاربران دریافت‌کننده اخبار هستند.

دوم، سال ۱۴۰۳ نه‌تنها از نظر حجم محتوا در تلگرام، بلکه به‌ویژه ازنظر ضریب درگیری در توییتر (۷.۵) و اینستاگرام (۹۸۴)، سالی استثنایی بوده است. این رشد چشمگیر نرخ تعامل، بیانگر افزایش حساسیت و مشارکت فعال کاربران در پی تحولات امنیتی خارجی به‌ویژه تنش نظامی میان جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی بوده است که به حملات نظامی طرفین درگیر نیز کشیده شد و حتی منجر به شهادت تنی چند از اعضای پدافند هوایی ارتش در این سال شد. از این حیث وزن تحلیلی بیشتری به داده‌های این سال در محاسبه شاخص نهایی سرمایه اجتماعی به دلیل حجم بیشتر لحاظ شده است.

1-Engagement Rate

۲. مدل روند پویا و موقعیت‌مند سرمایه اجتماعی ارتش با اتکا به محاسبات کلان داده

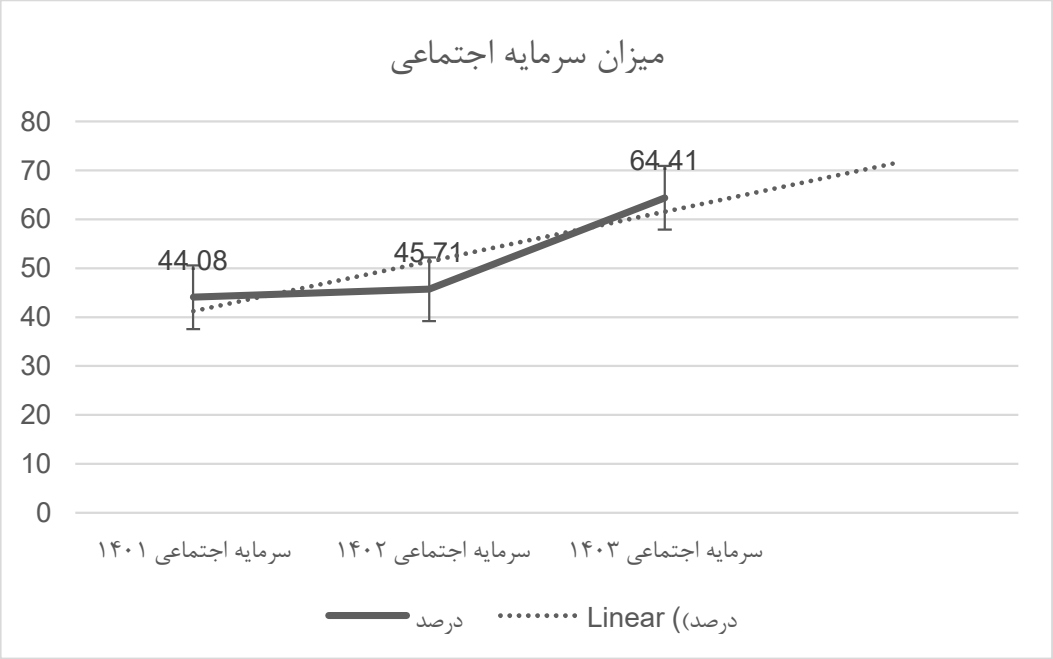
برای سنجش کمی سرمایه اجتماعی، یک مدل محاسباتی مبتنی بر نتایج تحلیل احساسات طراحی‌شده است. منطق این مدل، تبدیل قطبیت نگرش کاربران به یک شاخص عددی قابل‌مقایسه است. جدول (۲) مراحل دقیق محاسبه شاخص سالانه را برای هر سه سال به‌صورت تفکیک‌شده نمایش می‌دهد

جدول (۳) مراحل محاسبه شاخص سالانه سرمایه اجتماعی ارتش به تفکیک پلتفرم (۱۴۰۳-۱۴۰۱)

سال	پلتفرم	درصد مثبت	درصد منفی	امتیاز خام (مثبت-منفی)	درصد نرمال‌شده (امتیاز خام+۱۰۰)/۲	ضریب وزنی پلتفرم	امتیاز وزنی نهایی
۱۴۰۱	اینستاگرام	۴۲٪	۳۷٪	+۵	۵۲/۵٪	۳	۱۵۷/۵
	توییتر	۱۸٪	۶۳٪	-۴۵	۲۷/۵٪	۲	۵۵
	تلگرام	۳۰٪	۲۶٪	+۴	۵۲٪	۱	۵۲
	مجموع /میانگین					۶	**شاخص نهایی: ۴۴/۰۸٪**
۱۴۰۲	اینستاگرام	۱۷/۴٪	۲۰/۸٪	-۳/۴	۴۸/۳٪	۳	۱۴۴/۹
	توییتر	۱۹/۴٪	۴۲٪	-۲۲/۶	۳۸/۷٪	۲	۷۷/۴
	تلگرام	۲۸٪	۲۴٪	+۴	۵۲٪	۱	۵۲
	مجموع /میانگین					۶	**شاخص نهایی: ۴۵/۷۱٪**
۱۴۰۳	اینستاگرام	۷۲٪	۱۷٪	+۵۵	۷۷/۵/	۳	۲۳۲/۵
	توییتر	۲۷٪	۳۵٪	-۸	۴۶٪	۲	۹۲
	تلگرام	۴۰٪	۱۶٪	+۲۴	۶۲٪	۱	۶۲
	مجموع /میانگین					۶	**شاخص نهایی: ۶۴/۴۱٪**

این محاسبات، یک روایت کمی روشن را ترسیم می‌کنند: سال ۱۴۰۱، دوره افول شدید سرمایه اجتماعی (۴۴/۰۸٪) بود که عمدتاً ناشی از فضای به‌شدت منفی توییتر (امتیاز خام ۴۵-) در متن اعتراضات داخلی منتج از ناآرامی‌های ۱۴۰۱ مهسا امینی بود. سال

۱۴۰۲ دوره «تثبیت و ترمیم» (۴۵/۷۱٪) بود که در آن از شدت منفی نگری کاسته شد؛ اما همچنان فضای ۱۴۰۱ در آن تداوم داشت. نقطه عطف اما در سال ۱۴۰۳ رخ داد؛ جایی که شاخص با جهشی ۱۸/۷درصدی به ۶۴/۴۱٪ رسید. این رشد، عمدتاً توسط بسیج عاطفی قدرتمند در اینستاگرام (امتیاز خام ۵۵+) و فضای حمایتی تلگرام (امتیاز خام ۲۴+) در پاسخ به تهدید خارجی هدایت شد.



نمودار (۱) روند تغییرات شاخص سرمایه اجتماعی ارتش در شبکه‌های اجتماعی (۱۴۰۳-۱۴۰۱)

برای دستیابی به یک عدد نهایی که کل دوره سه‌ساله را نمایندگی کند، از میانگین وزنی بر اساس نرخ تعامل استفاده شد تا به سال‌های پرتوجه به دلیل حجم تولید محتوای بیشتر، وزن بیشتری داده شود. همچنین همان‌طور که توضیح داده شد، وزن ۳ به اینستاگرام، ۲ به توییتر و ۱ به تلگرام تخصیص داده شد. این رویکرد، تصویری دقیق‌تر از تأثیر واقعی هر دوره بر ذهنیت عمومی ارائه می‌دهد. از این حیث شاخص نهایی و جامع سرمایه اجتماعی ارتش از این طریق ۵۲/۹۵٪ محاسبه شد که بیانگر یک جایگاه میانه و اندکی متمایل به مثبت در طول این دوره پرتلاطم است.

۳. تبیین روند از طریق مضامین فراگیر روایی

این نوسان شدید کمی، با یک جابجایی روایی[1] در گفتمان عمومی همبسته است. برای شناسایی الگوهای اصلی این روایت‌ها، از یک روش ترکیبی (کمی-کیفی) برای تجمیع مضامین استفاده شد. ابتدا تمام مضامین اولیه که از تحلیل کیفی داده‌های ۹ میدان پژوهشی استخراج شده بودند، بر اساس شباهت مفهومی ذیل کد مشترک قرار داده شد و سپس در هفت «مضمون فراگیر» نهایی طبقه‌بندی شدند. سپس، برای سنجش اهمیت و فراوانی هر یک از این مضامین در کل اکوسیستم رسانه‌ای، یک امتیاز وزنی محاسبه شد. امتیاز وزنی خام که در جدول (۴) گزارش شده، حاصل‌ضرب فراوانی (درصد تکرار) هر مضمون فرعی در ضریب تأثیرگذاری پلتفرم مربوطه (اینستاگرام: ۳، توییتر: ۲، تلگرام: ۱) و سپس تجمیع این امتیازات برای هر مضمون فراگیر بوده است. این روش به ما اجازه می‌دهد تا با تلفیق عمق کیفی تحلیل مضمون با مقیاس کمی فراوانی، سهم واقعی هر روایت را در شکل‌دهی به افکار عمومی آنلاین به‌صورت داده‌محور، در یک بازه زمانی سه‌ساله برآورد کنیم. جدول (۳) نتایج نهایی این سنجش ترکیبی را نمایش می‌دهد.

جدول (۴) تحلیل جامع و سنجش وزنی مضامین فراگیر در بازنمایی رسانه‌ای ارتش (۱۴۰۳-۱۴۰۱)

مضمون فراگیر نهایی	کد مشترک (مفهوم توصیفی)	مضامین فرعی طبقه‌بندی‌شده (از ۹ بستر در ۳ سال)	امتیاز وزنی خام	سهم نهایی از کل روایت‌ها
توانمندی و عملکرد نظامی	سنجش کارآمدی و اقتدار نظامی	•بررسی کارآمدی جنگ‌پژوهی • انتقاد از انفعال • نقش در دفاع ملی • نمایش اقتدار نظامی • نقد اعتراضی و طنز • نمایش قدرت و دستاوردها • نقد عملکرد و حوادث • اقتدار و امنیت ملی • ارزیابی عملکرد • پشتیبانی و تجلیل • بازخوانی وقایع خاص • نقد توانمندی‌ها و تجهیزات • کنایه، هجو و طنز	۴۰۴	**۲۱/۸٪**
مواجهه ارتش با مطالبات جامعه مدنی	بازنمایی رابطه ارتش با جامعه	•اتهام خیانت یا ترس • درخواست پیوستن به مردم • باوری به مردمی بودن بدنه • تهدید و اولتیماتوم • رد شایعات یا ناامیدی • گفتمان اعتراضی • خدمات اجتماعی و	۳۳۸	**۱۸/۲٪**

1 -Narrative Shift

مضمون فراگیر نهایی	کد مشترک (مفهوم توصیفی)	مضامین فرعی طبقه‌بندی‌شده (از ۹ بستر در ۳ سال)	امتیاز وزنی خام	سهم نهایی از کل روایت‌ها
		مردمیاری • اشاره به «ارتش مردمی» • گفتمان انتقادی اپوزیسیون		
حافظه جمعی نوستالژیک	بازخوانی گذشته به‌مثابه هویت و معیار	•نوستالوژی نسبت به ارتش شاهنشاهی • نقش در رخدادهای تاریخی ج.ا • تاریخ‌گرایی (پهلوی/دفاع مقدس) • نقش در جنگ ایران و عراق • تجلیل نوستالژیک از چهره‌های تاریخی • نقد ارتش فعلی با مقایسه	۳۰۶	**۱۶/۵٪**
جایگاه ارتش در ساختار قدرت سیاسی	تعریف جایگاه سیاسی و ایدئولوژیک ارتش	•مقایسه ارتش و سپاه • نقد و ارزیابی فرماندهان • بازنمایی به‌عنوان ابزار نظام • تضاد بدنه و فرماندهی • اشاره به نافرمانی یا ریزش • وفاداری ایدئولوژیک به‌نظام • نقد یا تحلیل سیاسی • شک و گمانه‌زنی درباره استقلال • بازنمایی به‌عنوان ابزار سرکوب • بیعت با نظام و رهبری	۲۸۰	**۱۵/۱٪**
ابعاد انسانی و فرهنگی درون‌سازمانی	بازنمایی چهره انسانی و زیست سازمانی	•بیان تجربیات سربازی • نوستالژی سربازی • نقد ساختاری سربازی • استخدام و شرایط خدمتی • زندگی فرهنگی و اجتماعی • شهادت و ایثارگری • مسائل معیشتی پرسنل • وضعیت پرسنل • نیروگیری و استخدام • فعالیت‌های فرهنگی، ورزشی و علمی	۲۲۱	**۱۱/۹٪**
بازدارندگی دفاعی در منازعات ژئوپلیتیک	نقش ارتش در برابر تهدیدات خارجی	•مسئله تمامیت ارضی و دخالت خارجی • هویت ملی و تمامیت ارضی • تحولات بین‌المللی و مناقشات منطقه‌ای • بازنمایی ارتش‌های خارجی • مواجهه با تحولات منطقه‌ای • تجلیل از هویت ملی	۱۹۱	**۱۰/۳٪**
تصویرسازی از خود در رسانه	روایت رسمی و بازنمایی رسانه‌ای خود	•بازسازی اعتماد و جنگ شناختی • تولیدات رسانه‌ای ارتش • فرهنگ، هنر و رسانه • روابط عمومی و اطلاع‌رسانی • جنگ شناختی و مقابله با شایعات • بحث و نقد حساب‌های توییتر ارتش • اخبار و گزارش‌های رسمی • روایت رسمی (اطلاع‌رسانی)	۱۱۵	**۶/۲٪**
مجموع			۱۸۵۵	**۱۰۰٪**

این مضامین، ستون‌های اصلی روایت عمومی را تشکیل می‌دهند. سقوط شاخص در سال ۱۴۰۱، همبسته با مضمون «مواجهه ارتش با مطالبات جامعه مدنی » با ۱۸/۲ بود. در این دوره، افکار عمومی به‌ویژه در توییتر ارتش را در چارچوب یک بحران داخلی قضاوت می‌کرد و سکوت ادراک‌شده آن توسط کاربران، به‌عنوان نقطه‌ضعف اصلی بازنمایی شد و به فرسایش اعتماد عمومی دامن زد.

در مقابل، جهش این شاخص در سال ۱۴۰۳، محصول برجسته شدن مضامین «توانمندی و عملکرد نظامی» با ۲۱/۸ و «بازدارندگی دفاعی در منازعات ژئوپلیتیک» با ٪۱۰/۳بود. در این سال، چارچوب قضاوت از مسائل داخلی به چالش‌های خارجی سوق پیدا کرد و عملکرد میدانی ارتش در برابر تهدید خارجی، به منبع اصلی تولید سرمایه اجتماعی مثبت بدل شد.

مضمون «حافظه جمعی نوستالژیک » ٪۱۶/۵ نیز در تمام سال‌ها به‌عنوان یک منبع دوگانه و یک معیار سنجش انتقادی عمل کرد؛ هم به‌عنوان معیاری برای نقد ارتش فعلی از طریق مقایسه با گذشته آرمانی (به‌ویژه دوران پهلوی) و هم به‌عنوان منبعی برای یادآوری هویت ملی و افتخارآفرینی‌های تاریخی (مانند دفاع مقدس).

۴. نقشه عاطفی قطبی‌شده

این جابجایی روایی، با یک دگرگونی عمیق در فضای عاطفی کاربران همراه بوده است. برای ترسیم نقشه عاطفی افکار عمومی، تحلیل تجمیعی هیجانات بر مبنای مدل پلاچیک انجام شد. در این فرآیند، درصد فراوانی هر یک از هشت هیجان پایه به همراه حالت «خنثی» از هر یک از ۹ میدان پژوهشی استخراج شده است. سپس، با همان منطق وزنی پیشین، سهم هر هیجان در ضریب تأثیرگذاری پلتفرم مربوطه ضرب شد تا امتیاز وزنی خام آن به دست آید. تجمیع این امتیازات، وزن نهایی هر هیجان را در کل اکوسیستم رسانه‌ای مشخص ساخت. این روش به ما امکان می‌دهد تا یک میدان نبرد عاطفی[1] را به‌صورت کمی مدل‌سازی کرده و توازن شکننده میان هیجانات مثبت و منفی را به‌دقت ارزیابی کنیم. جدول (۵) نتایج نهایی این سنجش وزنی و نقشه عاطفی حاکم بر بازنمایی ارتش را نمایش می‌دهد.

جدول (۵) تحلیل جامع و سنجش وزنی هیجانات در بازنمایی رسانه‌ای ارتش (۱۴۰۱ – ۱۴۰۳)

1- Affective Battlefield

رتبه	هیجان / حالت	کد مشترک (مفهوم توصیفی)	امتیاز وزنی خام	سهم نهایی از کل فضای عاطفی
۱	خنثی (Neutral)	بازنمایی خبری و بدون بار عاطفی	۵۱۶	۲۱/۱٪
۲	اعتماد (Trust)	ابراز اطمینان، امنیت و باور به کارآمدی	۴۸۰	۱۹/۶٪
۳	خشم (Anger)	ابراز نارضایتی، اعتراض و عصبانیت	۳۹۵	۱۶/۱٪
۴	شادی (Joy)	ابراز غرور، افتخار و خرسندی	۳۲۴	۱۳/۲٪
۵	غم (Sadness)	ابراز حسرت، اندوه و همدردی	۳۰۵	۱۲/۴٪
۶	پیش‌بینی/انتظار (Anticipation)	ابراز امید، انتظار و نگاه به آینده	۲۳۷	۹/۷٪
۷	نفرت(Disgust)	ابراز انزجار، طرد و بی‌ارزش‌سازی	۱۱۲	۴/۶٪
۸	شگفتی (Surprise)	ابراز تعجب از اقدامات غیرمنتظره	۴۷	۱/۹٪
۹	ترس (Fear)	ابراز نگرانی، اضطراب و احساس تهدید	۳۴	۱/۴٪
مجموع			۲۴۵۰	۱۰۰٪

این نقشه عاطفی، یک توازن شکننده[1] را نشان می‌دهد. مجموع هیجانات مثبت فعال (اعتماد ۱۹/۶ و شادی ۱۳/۲) به ۳۲/۸ و مجموع هیجانات منفی (خشم ۱۶/۱، غم ۱۲/۴ و نفرت ۴/۶) به ۳۳/۱ رسیده است. این برابری تقریبی، آسیب‌پذیری سرمایه اجتماعی ارتش را برجسته می‌سازد. در سال ۱۴۰۱، هیجاناتی چون خشم و نفرت که نماینده اعتراض و طرد هستند، عامل اصلی فرسایش سرمایه اجتماعی بودند؛ اما در سال ۱۴۰۳، با تغییر زمینه، هیجانات اعتماد برآمده از احساس امنیت و شادی ناشی از غرور ملی به‌شدت تقویت شدند و به جهش شاخص کمک کردند. هیجان غم نیز نقشی دوگانه داشت؛ هم در یادبود شهدا (جنبه مثبت و همدلانه) و هم در حسرت نوستالژیک (جنبه انتقادی).

1-Fragile Equilibrium

در این میان، سهم قابل‌توجه محتوای خنثی ۲۱/۱ که عمدتاً از بستر خبری و اطلاع‌رسان تلگرام نشئت می‌گیرد، نیز یک یافته مهم است. این بخش از روایت، فاقد بار عاطفی فعال بوده و به‌عنوان یک جریان اطلاعاتی عمل می‌کند. این فضای خنثی، یک سرمایه توجه بالقوه است که می‌تواند در شرایط مختلف، به سمت قطب‌های مثبت یا منفی سوق داده شود. معناپذیری و پیامدهای این حجم از محتوای خنثی، در بخش «بحث و نتیجه‌گیری» بیشتر مورد واکاوی قرار خواهد گرفت.

بحث و نتیجه‌گیری:

یافته مرکزی این تحقیق که از طریق یک مدل ترکیبی-محاسباتی به دست آمد، نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی ارتش یک متغیر ثابت و ذاتی نیست، بلکه پدیده‌ای پویا، موقعیت‌مند و به‌شدت وابسته به زمینه سیاسی-امنیتی است. نوسان شدید شاخص سرمایه اجتماعی از وضعیت بحرانی (۴۴/۸٪) در سال ۱۴۰۱ به وضعیت مطلوب (۶۶/۴۱٪) در سال ۱۴۰۳، هسته اصلی این بحث را تشکیل می‌دهد. تفسیر این نوسان، ماهیت دوگانه سرمایه اجتماعی ارتش را آشکار می‌سازد: این سرمایه در برابر بحران‌های داخلی شکننده بوده و در مواجهه با تهدیدات خارجی از تاب‌آوری بالایی برخوردار است. افول شاخص در سال ۱۴۰۱ که هم‌زمان با اوج اعتراضات داخلی بود، با غلبه مضمون «مواجهه با مطالبات جامعه مدنی» همبسته بوده است. در مقابل، جهش این شاخص در سال ۱۴۰۳ که هم‌زمان با تنش مستقیم نظامی با اسرائیل بود، می‌تواند به‌عنوان شاهدی بر اثر گرد پرچم جمع شدن تفسیر شود؛ پدیده‌ای که در آن، یک تهدید خارجی مشترک، افکار عمومی را به‌طور موقت حول نمادهای ملی بسیج می‌کند.

این یافته‌ها در مقایسه با پیشینه پژوهش، جایگاه نوآورانه و چندوجهی این تحقیق را برجسته می‌سازند. درحالی‌که پژوهش‌های داخلی مانند کار حسینی گل‌افشانی و همکاران (۱۴۰۱) به وضعیت مطلوب سرمایه اجتماعی در درون سازمان ارتش اشاره داشتند، یافته‌های ما نوسان شدید و شکنندگی این سرمایه را در سپهر عمومی آنلاین نشان می‌دهد. این تمایز، اهمیت تفکیک میان سرمایه اجتماعی داخلی و بیرونی را آشکار می‌سازد. همچنین، این پژوهش با ارائه یک مدل سنجش کمی، یافته‌های آینده‌پژوهانه عیوضی و نوریان (۱۴۰۰) را که بر اهمیت شبکه‌های اجتماعی تأکید کرده بودند، از سطح سناریوپردازی کیفی فراتر برده و به‌صورت تجربی اعتبارسنجی می‌کند. همچنین

درحالی‌که پژوهشی مانند کار حسینی گل‌افشانی و همکاران (۱۴۰۱) به وضعیت مطلوب سرمایه اجتماعی در درون سازمان ارتش اشاره داشت، یافته‌های این پژوهش نوسان شدید و شکنندگی این سرمایه را در سپهر عمومی دیجیتال نشان می‌دهد. این تمایز، اهمیت تفکیک میان سرمایه اجتماعی داخلی و بیرونی را آشکار می‌سازد. از سوی دیگر این رویکرد محاسباتی، پژوهش حاضر را به جریان بین‌المللی مطالعات در این حوزه نزدیک می‌سازد، اما گام‌های مهمی به‌پیش می‌گذارد. درحالی‌که پژوهش‌هایی مانند کار هیگن (Hagan, 2018) یا (Radzi et al, 2025) به تحلیل کیفی یا مروری رویکردهای رسانه‌ای در کمپین‌های نظامی پرداخته‌اند، این مقاله با ارائه یک مدل کمی و طولی، از توصیف فراتر رفته و به سنجش می‌پردازد. علاوه بر این، در مقایسه با مطالعاتی که صرفاً بر یک بعد متمرکز بوده‌اند، مانند پژوهش وارن و همکاران (Warren et al, 2020) که بر تحلیل احساسات تکیه داشت، مدل ترکیبی این پژوهش با تلفیق سه لایه تحلیل (مضمون، احساسات و هیجانات)، درکی بسیار عمیق‌تر و چندوجهی از افکار عمومی ارائه می‌دهد.

از منظر نظری نیز، این پویایی‌ها را می‌توان در چارچوب مدل «رمزگذاری/رمزگشایی» هال (۱۳۹۱) تبیین کرد؛ جایی که روایت رسمی «اقتدار و امنیت» بسته به زمینه، به‌صورت «مخالف» یا «مسلط» رمزگشایی می‌شود. علاوه بر این مورد، این پویایی‌ها را می‌توان به بهترین شکل در چارچوب نظریه میدان و سرمایه نمادین بوردیو در نسبت با مفهوم مرکزی این مقاله یعنی سرمایه اجتماعی تبیین کرد. میدان افکار عمومی آنلاین، عرصه‌ای بود که در آن «ارزش» سرمایه نمادین ارتش به‌طور مداوم در حال بازتعریف بود. هر میدان، منطق و قواعد بازی نانوشته خاص خود را دارد که بوردیو آن را باور یا دوکسای میدان می‌نامد (بوردیو، ۱۳۹۳: ص ۸۱). در سال ۱۴۰۱، منطق حاکم بر میدان، منطق «پاسخگویی مدنی» بود و ارتش به دلیل شرایط بحرانی این با افت سرمایه نمادین خود مواجه شد و این مهم در سال ۱۴۰۲ نیز تداوم داشت. در مقابل، در سال ۱۴۰۳، با تغییر قواعد بازی به دلیل تهدید خارجی، منطق حاکم بر میدان به «اقتدار و کارآمدی نظامی» تغییر یافت. در این شرایط، ارتش با نمایش کنشگری متناسب با این منطق جدید، توانست سرمایه نمادین خود را به‌سرعت بازسازی و انباشت کند. این نشان می‌دهد که سرمایه نمادین یک‌نهاد، نه یک ویژگی ذاتی، بلکه محصول موقعیت آن در یک میدان رقابتی

است و ارزش آن همواره به منطق حاکم بر آن میدان وابسته است و قابل‌تبدیل شدن به دیگر اشکال سرمایه بوردویی ازجمله منطق کلی سرمایه اجتماعی است و میزان آن را جابجا می‌کند.

تحلیل هیجانات نیز یک میدان نبرد عاطفی قطبی‌شده را به تصویر کشید که در آن، مجموع هیجانات مثبت فعال (۳۲.۸٪) تقریباً با مجموع هیجانات منفی (۳۳.۱٪) در تعادل قرار دارد. ریشه اصلی شکنندگی سرمایه اجتماعی، در دوگانگی چارچوب قضاوت افکار عمومی نهفته است: در شرایط بحران داخلی، ارتش با معیار «بی‌طرفی سیاسی و پاسخگویی مدنی» سنجیده می‌شود، درحالی‌که در شرایط تهدید خارجی، معیار اصلی به «کارآمدی نظامی و قدرت بازدارندگی» تغییر می‌یابد. این جابجایی سریع میان دو چارچوب قضاوت متفاوت، منبع اصلی نوسان و شکنندگی سرمایه اجتماعی ارتش است و تأکید می‌کند که موفقیت در این عرصه، نیازمند مدیریت فعال هیجانات جمعی است.

در پاسخ به سؤالات پژوهش، می‌توان نتیجه گرفت که بازنمایی رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی، تصویری پویا و موقعیت‌مند از سرمایه اجتماعی ارتش ترسیم می‌کند که شاخص کمی آن در بازه سه‌ساله (۱۴۰۱-۱۴۰۳) به‌طور میانگین ۵۲.۹۵٪ برآورد شد. پویایی و نوسان این شاخص نیز عمدتاً با تغییر کانون توجه گفتمان عمومی از مسائل داخلی به تهدیدات خارجی همبستگی دارد. درنهایت، این پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی ارتش در عصر دیجیتال، محصول یک مذاکره دائمی در سپهر عمومی آنلاین است و در یک اکوسیستم رسانه‌ای متکثر، به‌طور مداوم در حال ساخت، فرسایش و بازسازی است. «ارمغان» اصلی این مقاله، ارائه یک مدل محاسباتی برای رصد و تحلیل این پدیده پیچیده است که می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای آینده‌پژوهی و سیاست‌گذاری ارتباطی در حوزه دفاعی به کار گرفته شود.

باوجود تلاش برای جامعیت، این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز روبرو بود. نخست، کاربران شبکه‌های اجتماعی نماینده آماری دقیقی از کل جامعه ایران نیستند اما به خاطر اهمیت فضای آنلاین و وجود گروه‌های تأثیرگذار در پلتفرم‌های مذکور، نماینده بخش قابل‌توجه و مرکزی هستند که می‌توانند تولید گفتمان کنند. دوم، تمرکز این پژوهش بر محتوای متنی بوده و تحلیل محتوای بصری می‌تواند در پژوهش‌های آتی موردتوجه قرار گیرد. سوم، این پژوهش بر بازنمایی ارتش متمرکز بود و انجام یک مطالعه تطبیقی با سایر

نیروهای مسلح می‌تواند به درکی جامع‌تر منجر شود. چهارم، از منظر آماری، شاخص نهایی به‌صورت یک تخمین نقطه‌ای ارائه‌شده و فاقد معیارهای عدم قطعیت مانند فاصله اطمینان است؛ پژوهش‌های آتی می‌توانند با روش‌های بوت‌استرپ(خودراه‌اندازی)[1] این محدودیت را برطرف سازند.

توصیه‌های کلیدی برای سیاست‌گذاران دفاعی

- راهبرد رسانه‌ای باید بر اساس کارکرد هر پلتفرم تفکیک شود: جدال گفتمانی در توییتر، بسیج عاطفی در اینستاگرام و مرجعیت خبری در تلگرام.
- کمپین «پل تاریخی ارتش» با تأکید بر پیوستگی هویت ملی، برای مقابله با روایت‌های تاریخی رقیب و مصادره مفهومی اجرا گردد.
- پروتکل ارتباطی بحران داخلی با تأکید بر نقش فراجناحی و حافظ تمامیت ارضی ارتش، برای مدیریت سرمایه اجتماعی تدوین شود.
- تصویر سربازی باید از طریق پویش ملی «سرباز ما، قهرمان فردا» و با محوریت نمایش دستاوردهای مهارت‌آموزی بازآفرینی شود.
- ارتش سایبری سفید» متشکل از کارشناسان، برای تقویت دیپلماسی عمومی دیجیتال و بهبود تصویر بین‌المللی ارتش تشکیل گردد.

تشکر و قدردانی

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی است که با حمایت بنیاد ملی نخبگان و معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری به انجام رسیده است. بدین‌وسیله، نویسنده مراتب سپاس خود را از این دو نهاد برای فراهم آوردن چنین فرصت ارزشمندی ابراز می‌دارد. همچنین، از همکاری‌های بی‌دریغ ارتش جمهوری اسلامی ایران (آجا)، دانشگاه فرماندهی و ستاد (دافوس) و به‌طور ویژه از راهنمایی‌های دلسوزانه و علمی استاد راهنما و مشاور محترم، کمال تشکر و قدردانی را دارد.

تضاد منافع:

نویسندگان تصریح می‌نمایند هیچ‌گونه تضاد منافعی در پژوهش حاضر وجود ندارد.

[1] bootstap

بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

در نگارش این مقاله، از دستیار هوش مصنوعی در جستجوی پیشینه پژوهش و مبانی نظری، بررسی اولیه منابع، و اصلاحات پیشنهادی استفاده شده است. تمامی محتوای علمی، تحلیل‌ها، استدلال‌ها و نتایج پژوهش، توسط نویسندگان نگارش و تأیید شده است. نویسندگان مسئولیت کامل صحت، اصالت و یکپارچگی علمی مقاله را بر عهده دارند و هیچ‌یک از بخش‌های مقاله بدون عاملیت مستقیم نویسندگان نبوده است.

منابع

الف) منابع فارسی

- بوردیو، پ. (۱۳۹۳). *نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی* (م. مردی‌ها، مترجم). تهران: انتشارات نقش و نگار. (URL: https://opac.nlai.ir/opac-prod/)
- *پاتنام، ر. (۱۳۸۰). دموکراسی و سنت‌های مدنی (م. دلفروز، مترجم). تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور. (URL: https://opac.nlai.ir/opac-*
- حسینی گل‌افشانی، س. م.، رازانی، ا.، و لطفی، ح. (۱۴۰۱). وضعیت سرمایه اجتماعی در ارتش جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علوم و فنون نظامی، ۱۸*(۶۲)، ۲۱۵-۱۹۱. (DOI: 10.22034/qjmst.2023.547472.1656)
- حسینی گل‌افشانی، س. م.، رازانی، ا.، و محمدی فاتح، ا. (۱۴۰۰). ارائه الگوی بومی سرمایه اجتماعی در ارتش جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علمی راهبرد دفاعی، ۱۹*(۷۶)، ۱۲۳- ۱۴۸. (URL: https://ds.sndu.ac.ir/article_1)
- دیتاک. (۱۴۰۳). *رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی: گزارش سالانه دیتاک ۱۴۰۳*. (URL: https://dataak.com/1403annual/)
- شهرام‌نیا، ا. م.، مهدیان، ح.، فلاحی، ف.، و رهبر قاضی، م. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و قدرت نرم در مقابله با تهدیدهای جمهوری اسلامی ایران (مورد مطالعه: استادان دانشگاه‌های ارتش جمهوری اسلامی ایران). *فصلنامه راهبرد دفاعی، ۱۴*(۲)، ۶۰-۲۹. (URL: https://journals.sndu.ac.ir/article_234.html)
- عیوضی، م.، و نوریان، ا. (۱۴۰۰). بررسی روندهای آینده شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن بر امنیت ملی. *فصلنامه علمی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، ۵*(۱۷)، ۲۵۷- ۲۸۴. (DOI: https://doi.org/10.1001.1.26765988.1400.5.17.9.1)

- ملکی، ع.، قادری، س. ر.، و صفرنژاد، ح. (۱۴۰۲). نقش رسانه ملی در ارتقای احساس امنیت نظامی جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علمی راهبرد دفاعی*، ۲۱(۸۴)، ۳۸-۱۳. (DOI: https://doi.org/10.1001.1.17351723.1402.21.84.1.8)
- نصیرپور، غ.، و شیخ ویسی، ی. (۱۳۹۳). تأثیر سرمایه اجتماعی بر میزان عملکرد کارکنان سازمان‌های نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه علوم و فنون نظامی*، ۹(۲۶)، ۴۹-۲۳. (URL: https://www.qjmst.ir/article_)
- هال، ا. (۱۳۹۸). *معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی* (ا. گل‌محمدی، مترجم). تهران: نشر نی. (URL: https://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do)

ب) منابع انگلیسی

- Anderson, B. (1983). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Verso Books. Bourdieu, P. (2014). Theory of action: Practical reason and rational choice (M. Mardiha, Trans.). Tehran: Naghsh-o Negar Publications. [in Persian] URL: https://opac.nlai.ir/opac-prod/
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77-101. DOI: (https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa)
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2011). Designing and conducting mixed methods research. Sage publications.
- Ellison, N. B. Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), 1143-1168. DOI: (https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x)
- Eyvazi, M. R. & Nourian, A. (2021). Investigating future trends of social networks and their effects on national security. National Security Strategic Management Studies, 5(17), 257-284. (DOI: 20.1001.1.26765988.1400.5.17.9.1) [in Persian] DOI: https://doi.org/10.1001.1.26765988.1400.5.17.9.1
- Gouliev, Z. (2025). Propaganda and information dissemination in the Russo-Ukrainian war: Natural language processing of Russian and Western Twitter narratives [Preprint]. arXiv. (https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.01807)
- Hagan, M. (2018). Tweeting the Troops: The US Army's Image Management on Social Media during the Syrian Crisis. Journal of

Strategic Communication, 12(3), 315-332. DOI: (https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1441618)

- Hall, S. (2019). Meaning, culture and social life (A. Golmohammadi, Trans.). Tehran: Ney Publishing. [in Persian] URL: https://opac.nlai.ir/opac-prod/search/briefListSearch.do
- Hosseini Golafshani, S. M. Razani, A. & Lotfi, H. (2022). The state of social capital in the Islamic Republic of Iran Army. Journal of Military Science and Technology, 18(62), 1-21. [in Persian] URL: https://ds.sndu.ac.ir/article_1
- Hosseini Golafshani, S. M. Razani, A. & Mohammadi Fateh, A. (2021). Presenting a native model of social capital in the Islamic Republic of Iran Army. Defense Strategy Scientific Journal, 19(76), 123-150. [in Persian] URL: https://www.ajol.info/index.php/ajcr/article/view/39414
- John, L. (2008). The Relationship Between Social Capital and Reintegration in Former Soldiers: A Case Study of Sierra Leone. African Journal on Conflict Resolution, 8(1), 9-38. DOI: 10.22034/qjmst.2023.547472.1656
- Lazer, D. Pentland, A. Adamic, L. Aral, S. Barabási, A. L. Brewer, D. ... & Van Alstyne, M. (2009). Computational social science. Science, 323(5915), 721-723. DOI: 10.1126/science.1167742
- Legatum Institute. (2023). The Legatum Prosperity Index 2023. Legatum Institute Foundation. URL: (https://li.com/reports/the-legatum-prosperity-index-2023)
- Maleki, A. Ghaderi, S. R. & Safarnezhad, H. (2023). The role of national media in promoting the sense of military security of the Islamic Republic of Iran. Defense Strategy Scientific Journal, 21(84), 13-38. [in Persian] DOI: https://doi.org/10.1001.1.17351723.1402.21.84.1.8
- Motallemzadeh, K. (2021). The Role of Social Capital in the Reintegration of Former Combatants: A Case Study on Social, Political, and Economic Reintegration of Former Donbas War Combatants in Odessa [Master's Thesis, Uppsala University]. DiVA portal. URL: (http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:uu:diva-446733)
- Nasirpour, G. & Sheikh Vaisi, Y. (2014). The impact of social capital on the performance of the personnel of the armed forces of the Islamic Republic of Iran. Journal of Military Science and

Technology, 9(26), 24-49. [in Persian] URL: https://www.qjmst.ir/article_

- Ivanov, A. A. (2024). The Armed Forces and Establishment of Secondary Social Institutes. Национальная безопасность / nota bene [National Security / nota bene], (5), 1-10. (https://doi.org/10.7256/2454-0668.2024.5.71701)
- Plutchik, R. (1980). A general psychoevolutionary theory of emotion. In R. Plutchik & H. Kellerman (Eds.), Emotion: Theory, research, and experience: Vol. 1. Theories of emotion (pp. 3-33). Academic Press. DOI: https://doi.org/10.1016/B978-0-12-558701-3.50007-7
- Putnam, R. D. (2015). Democracy and civil traditions (M. Soheili, Trans). Tehran: Samt Publications. [in Persian] URL: https://opac.nlai.ir/opac-

Radzi, E. M. Abdullah, K. H. Ismail, M. A. & Ghalib, M. H. A. (2025). Analyzing social media approaches in military campaigns: A scientometric and scoping perspective. SPECTRUM Journal of Social Sciences, 2(3), 129-142. (https://doi.org/10.61552/SJSS.2025.03.001)

- Rawal, S. S. (2022). Understanding Civil-Military Relations for better Civilian Control of the Military in Nepal. Nepal Public Policy Review, 2(1). (https://doi.org/10.3126/nppr.v2i1.48399)
- Rettberg, J. W. (2017). Self-representation in social media. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), The SAGE handbook of social media (pp. 429-444). Sage Publications. URL: https://www.researchgate.net/publication/305073320_Self--Representation_in_Social_Media
- Shahramnia, A. M. Mahdian, H. Fallahi, F. & Rahbar Ghazi, M. (2016). Investigating the relationship between social capital and soft power in dealing with the threats of the Islamic Republic of Iran (Case study of professors of the Army universities). Defense Strategy Scientific Journal, 14(54), 159-186. [in Persian] URL: https://journals.sndu.ac.ir/article_234.html
- Suzbilir, S. (2018). The interaction between social capital, creativity, and organizational efficiency. Thinking Skills and Creativity, 27, 92-100. DOI: (https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.01.004)
- Tracy, P. D., & Tracy, M. (2000). Definitions of Social Capital. [Manuscript/Document]. Semantic Scholar. URL:

file:///C:/Users/s/OneDrive/Desktop/Definitions%20of%20Social%20Capital.pdf

- Theron, I. (2022). Aspects of assessing the transformation of the social capital of territorial communities in the conditions of warfare. Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology, 7(4), 273-279. (https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-4-32)
- Warren, T. C. Baum, M. A. & McDermott, R. (2020). Gauging public opinion on military intervention: A comparison of survey and social media data. Armed Forces & Society, 46(3), 434-455. DOI: https://doi.org/10.1177/0095327X19835056