

مقایسه تأثیرگذاری رسانه ملی ج.ا. ایران و رسانه‌های فارسی زبان معاند در حوادث آبان ۹۸ (بر مبنای نظریه آشوب جیمز روزنا)

رضا فضلعلی^۱

چکیده

باتوجه به وضعیت حساس داخلی جمهوری اسلامی ایران و اهمیت این بازیگر مهم منطقه‌ای، مقاله حاضر سعی دارد به چند و چون تأثیرگذاری رسانه ملی این کشور و رسانه‌های فارسی زبان خارج‌نشین در حوادث آبان ماه ۱۳۹۸ بپردازد. هدف این مقاله ابتدا بررسی جنگ نرم و عملیات روانی و ابعاد گسترده آن و سپس با تحلیل محتوا شبکه‌های فارسی زبان در رابطه با چهار روز ابتدایی اعتراض به افزایش قیمت بنزین در آبان ۹۸ به شیوه تحلیلی می‌باشد و در عین حال کاستی‌های احتمالی از جانب مسئولین و عملکرد ضعیف سیمای جمهوری اسلامی که باعث شد تا جریان‌ات خاص بتوانند در حد توان خود به این موضوع دامن بزنند را مورد بررسی قرار دهیم. بر همین اساس سوال اصلی این است؛ رسانه‌های دیداری و شنیداری فارسی زبان خارج‌نشین بحران آبان ماه را چگونه پوشش دادند؟ به عبارت دقیق‌تر نوع موضوعات مطرح شده، جهت‌گیری، طیف سوالات مجریان، کارشناسان دعوت شده، استفاده به هنگام از مجری و کارشناس زن یا مرد با پوشش خاص، منابع خبری بیان شده، تصاویر، استنادها و پیش‌بینی‌ها، اعتمادسازی و سنجش تعادل و اهمیت تیتراژ خبر در این ارتباط چگونه شکل گرفت؟ در عین حال عملکرد سیمای جمهوری اسلامی و بازیگران عرصه تصمیم‌گیری داخلی نیز در این پژوهش نقد و بررسی شده است.

واژگان کلیدی: رسانه، شبکه‌های فارسی زبان، سیمای جمهوری اسلامی، عملیات روانی، اعتراضات

^۱ دانشجوی دکتری علوم سیاسی گرایش مسائل ایران، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرج rezafazlali2014@gmail.com

مقدمه

غرب و هم‌پیمانانش با تمام قوا و هدفمند با پشتیبانی و تأمین هزینه از نظر سخت‌افزاری و نرم‌افزاری که اصولاً از ابتدای فروپاشی (حکومت سلطنتی مستبد) پهلوی با دفاع و پشتیبانی از گروه‌های مخالف و معاند و تروریست، تحمیل جنگ، مانور دادن در جهت تخریب اذهان مردم نسبت به تقلب در انتخابات دوره‌های مختلف، حوادث کوی دانشگاه ۱۳۷۸؛ تحصن نمایندگان ۱۳۸۲؛ انتخابات ۱۳۸۸، انواع تحریم، دخالت و بزرگنمایی حوادث گوناگون از قبیل: بیکاری، گرانی، فساد اداری، سوء مدیریت، قومیت‌گرایی، حجاب، ورود بانوان به ورزشگاه‌ها، مشکلات ناشی از موسسات مالی و اعتباری، افزایش قیمت ارز و اخیراً اغتشاشات داخلی عراق و شعارهای ضد ایرانی و همچنین افزایش و مناسب‌سازی قیمت بنزین و احتمالاً حوادث بعدی؛ شاید هم به شکلی از انقلاب‌های رنگی همراه با قتل، انفجار، سرقت، راه‌بندان و مانند آن برای اینکه فضایی ناامن را نشان دهند؛ بنابراین بستر لازم شناخت مناسب ویژگی‌ها و ظرفیت‌های علمی، راهبردی و مدیریتی را در زمان حاضر می‌طلبند و توجه بیشتر به قدرت، ظرفیت، کارآمدی و روزآمدی اندیشه واقع‌بین را در مواجهه با چالش‌های پیچیده و چند وجهی و قدرت پاسخگویی نظام مردم‌سالاری دینی به نیازها و مسائل مبتلا به را لازم می‌باشد. به دلیل پیچیدگی و تازگی برخی حوادث و مشابهت‌های محتوایی بین چالش‌های پدید آمده در گذشته و حال در این حوادث با چالش‌های آینده در حوزه عملیات روانی و جنگ نرم، نوع مدیریت مقام معظم رهبری می‌تواند به صورت یک مانیفست مدیریتی مطرح شود و سطوح گوناگون مدیریتی نظام از آن بهره‌مند شوند؛ این موضوع کاملاً لازم است ولی مسلماً کافی نیست! فشار گسترده اقتصادی و ناخشنودی و نارضایتی شهروندان از سیاست‌های ناکارآمد اقتصادی به همراه موج‌های متعدد رسوایی فسادهای اقتصادی و رانت‌های بزرگ مسئولین و فرزندان آنها موجب شده تا بخش عظیمی از طبقه متوسط و حقوق‌بگیر ناراضی از وضع موجود، به علت یأس و فقدان امید، خود را نه در مقام حامل گفتمان معنابخش بلکه به صورت ضدگفتمان تعریف کرده، عصبی به خیابان آمده و در حالت خطر قرار گیرند. در این بین شبکه‌های تلویزیونی فارسی‌زبان خارجی، که از چنین بستری تغذیه می‌کنند سعی کردند با نفرت‌پراکنی و ایجاد آشوب، جامعه را در مسیر فروپاشی قرار دهند. رسانه ملی ایران با برنامه‌ریزی مدون و پویا و هدفمند باید خود را به جایگاهی برساند که مخاطب ارزشی و ایرانی نیازی به مراجعه به رسانه بیگانه را احساس نکند.

۱- جنگ نرم

جنگ نرم بر نوعی راهبرد نوین در عرصه تغییر حکومت و یا به زانو در آوردن و مطیع کردن حکومت‌ها و حاکمان تأکید می‌ورزد (سمیعی اصفهانی و فتحی مظفری، ۱۳۹۱: ۸۰). پشتیبانی و تشویق از طریق عملیات

روانی، جنگ رسانه‌ای (راديو، تلویزیون، روزنامه و فضای مجازی از تظاهرات مسالمت‌آمیز یا خشن، مبارزه منفی، نافرمانی به هر شکلی، تبلیغات، نارضایت کردن و یا نارضایتی را بزرگ نمودن، برای دشمن فرق ندارد که از کدام شیوه برای رسیدن به هدف‌اش استفاده نماید. جنبش و انقلاب مخملی، گل رز، صورتی، نارنجی، لاله‌ای، زرد یا مانند رنگ سبز در ایران که در اکثر آنها نقش تشویق، تهییج به شکل هدفمند همراه با انواع کمک‌ها و نفوذ بیگانگان در کنار نقش فضای مجازی و رسانه‌ها غیرقابل انکار است. برای نمونه معاون خارجی وزارت اطلاعات آن دوره نام حدود ۶۰ موسسه و بنیاد را در روزنامه جام‌جم مورخه چهارم فروردین ۱۳۸۹ که در جنگ نرم بر علیه ایران بودند را بیان نمود. هدف تمرکز بر افکار و رفتار جمعی است. اعتراض و اغتشاش بهانه‌ای برای مظلوم‌نمایی و خوراک تبلیغاتی می‌باشد. برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده شناخت کامل محیط، پویایی مستمر لازم است. دشمن بدنبال نقاط ضعف می‌گردد؛ تبلیغ و ترویج فرهنگ مهاجم در کشور هدف را مدنظر دارد رسانه آنقدر اهمیت دارد که "تافلر" تمدن بشری را بر سه قسم کشاورزی، صنعتی و فراصنعتی یا عصر ارتباطات می‌داند و قدرت را متعلق به کسانی می‌داند که شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار دارند. "مک لوهان" قدرت را در دست صاحبان شبکه‌های کامپیوتری و ماهواره‌ها و تلویزیون‌ها می‌داند (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۵۸-۱۵۹).

هدف چیست؟ تخریب و تضعیف نقاط قوت و ناکارآمد بودن نظام حاکمیت! ترویج و حاکمیت فرهنگ غرب! ۶۱ تغییر و تحول و بحران هویت و شخصیت‌زدگی در نسل جوان، باورهای دینی و بی‌اثر کردن دین‌مداری، خرافه‌نمایندن دین و فرقه‌سازی و گرایش جامعه به سمت دلخواه! تغییر رفتار جامعه! ترویج یأس و ناامیدی، گسترش بیماری‌های روحی و روانی و احساس بی‌هودگی و پوچی، اضمحلال نظام خانواده‌گریز از تفکر معنوی و منطقی و خلاصه اصل مطلب حذف دین از صحنه به هر شکل و عنوان! فراموش نکنیم شعارها معمولاً آزادی‌خواهی، دموکراسی‌خواهی یا برچسب‌های دزدی، قتل، دروغ‌گویی، آمارهای ساختگی، کلی‌گویی، حقیقت را کامل نگفتن، اهریمن‌سازی، ترور شخصیت، ایجاد تفرقه و ساخت جبهه جدید رقیب همراه است. بانگاهی به گذشته نه چندان دور تسلط کشورها معمولاً به شکل نظامی بود. لیکن در حال حاضر همانطور که گفته شد پس از پایان جنگ سرد و تجارب دو جنگ جهانی ایالات متحده و دوستانش دریافتند که می‌شود با هزینه کمتر و بدون دخالت مستقیم در سایر کشورهای غیرهمسو به اهداف سیاسی، اقتصادی و ... خارجی و داخلی دست یافت. هر جامعه‌ای هویت، فرهنگ و تمدن و ارزش‌های مختص خود را دارد، که بیانگر تاریخ و هویت مردم آن جامعه و کشور است. این ارزش‌ها در داخل مرزها می‌تواند هویت و عاملی مهم در جهت استقلال هر کشور باشد.

بایندر^۱ معتقد است که اگر کشوری بخواهد به رشد و توسعه برسد، باید پنج بحران را پشت سر بگذارد: هویت، مشارکت، نفوذ، مشروعیت، توزیع (شیرمحمدی، ۱۳۸۸: ۱۸). تفاوت کشورهای در حال توسعه و پیشرفته در این است که کشورهای توسعه یافته این بحران‌ها را به ویژه هویت و مشروعیت را با موفقیت پشت سر گذاشته‌اند. در اسلام بینش حکومت مردم‌سالارانه وجود دارد و قانون اساسی آن را تایید کرده است. اما این حق و تکلیف متقابل است و مشروعیت حکومت اسلامی مشروط به ادای حق مردم و استفاده از اختیارات خود در چارچوب‌های معین قانونی است (خاتمی، ۱۳۷۹: ۲۴).

عوامل بحران بستگی به مسائل مختلف دارد: نوع بحران وارده و چگونگی شکل‌گیری آن، زمان وقوع بحران و شرایط زمانی موجود، تصمیم‌گیری نهایی و نوع واکنش منطقی در مقابل بحران جنگ روانی نرم که در بسیاری مواقع تبدیل به درگیری‌های سخت هم می‌شود. کاری که در حال حاضر دشمن انجام می‌دهد و تا حدودی هم موفق بوده؛ ابتدا باید بدانیم هدف دشمن چیست! ایجاد تفرقه در بین صفوف مردم، مسئولین و تخریب افکار عمومی و عدم اعتماد نسبت به ایشان است. در عرصه جنگ نرم از عرصه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی با ایجاد سوال و تکرار مداوم و هدفمند و تاکید بر نقاط ضعف؛ سعی در تهاجم به ارزش‌های جامعه ابتدا برای سست کردن و سپس در جهت نابودی و جایجایی با ارزش‌های دلخواه خودشان می‌باشند. قدرت نرم برخلاف قدرت سخت که دارای ساختاری هرمی با منطق سلسله مراتبی و آمریت و از سمت بالا به پایین و درجه‌بندی بازیگران است، در ساختاری دایره‌ای و فاقد اضلاع است و نمی‌توان روابط رسمی را تعریف شده و منحصر کرد (افتخاری، ۱۳۸۷). قدرت نرم توصیف‌کننده ماهیت نرم‌افزاری قدرت ملی است و تهدید نرم که مبین ماهیت نقاط آسیب‌پذیر و تهدیدساز در ابعاد فرهنگی و اجتماعی است که جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون حمله نظامی رقیب را به انفعال یا شکست وا می‌دارد. جنگ روانی، جنگ رایانه‌ای، جنگ سایبری و جنگ اطلاعاتی را از جمله مصادیق جنگ نرم به شمار می‌آوریم. در کنار جنگ نرم و سخت در ده‌های اخیر جنگ نیمه سخت که در شرایط خاص سیاسی و اقتصادی و با هدف افزایش فشارها و تحریم‌ها در جهت تغییرات رفتاری حکومت‌ها یا سلطه حاکمیتی و ایجاد حکومت وابسته و دست‌نشانده انجام می‌پذیرد را شاهد هستیم.

امروزه جنگ نرم با بهره‌گیری از حوزه‌هایی چون: دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی مجازی (تصویرسازی) تجربه کاملاً متفاوتی از رویارویی کشورها به منصف ظهور رسانده است. البته جنگ سخت و نرم و نیمه‌سخت گاهی در تکمیل همدیگر بر یک سرزمین احتمال آن می‌تواند باشد و مثال بارز آن انواع جنگ ایالات متحده بر علیه کشور ما، جمهوری اسلامی است. بازیگران با تصویرسازی سعی می‌کنند با استفاده از رسانه‌ها و فناوری نوین، از رقیبان خود تصویری مجازی تولید کنند که امکان جایگزین شدن با واقعیت را

¹ Bayender

داشته باشد. بدین ترتیب، واقعیت‌هایی مجازی شکل می‌گیرد که از یکسو با آنچه در جهان خارج می‌گذرد، منطبق نیست و از سوی دیگر، بهره‌ای از واقعیت را دارا هستند و افکار عمومی و تصمیم‌سازان نیز براساس آن، تحلیل و اقدام می‌کنند.

۲- مدل مفهومی - تاریخی جنگ نرم

این مدل براساس برداشت از منویات رهبر جمهوری اسلامی در چهار مرحله استوار می‌تواند باشد:

(۱) انقلاب اسلامی، با تمامی سر و صدا و هیجانات آن که بدنبال حاکمیت ارزش‌های معنوی آغاز شد. تکیه بر دین اسلام و با هدف حکومت دینی و تعریفی جدید از معنی آزادی و استقلال و عدالت اجتماعی برپایه ارزش‌های اسلامی (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۰/۰۹/۱۲). (معرفت‌شناختی، انسان‌شناختی، غایت‌شناختی) همراه با ارزش‌های اسلام شیعی؛

(۲) نظام اسلامی، که در این مرحله شکلی منسجم و نظام یافته با مبادی مشخص ارزشی دینی پیدا نمود؛ که تا حدود سال ۱۳۶۹ مرحله جنینی و شکل‌گیری آن در جهت تثبیت خود را پشت سر گذاشت، جریانات فکری و سیاسی در جهت گذار از یک سیستم حاکمیتی استبدادی و آمریت استبداد و استعمار به ساختار جمهوری و اراده معطوف به وحی در یک ساختاری نوپا که تجربه جدیدی در هیچ سرزمینی نداشت و در عین حال مستعد آسیب‌پذیری و تغییرات ساختاری نیز بود. در این مرحله غرب و مخالفین انقلاب با تقویت گروه‌های معاند در داخل و خارج به اشکال مختلف سعی در پُر هزینه کردن و فشار حداکثری برای ایران و منطقه کردند.

(۳) دولت اسلامی: در زمانی که اهداف نظام تا حدودی قابل دسترسی شد و جنگ سخت دشمن بدون نتیجه و دستاورد به پایان رسید، نظام سلطه جنگ نیمه سخت را به شکلی پیچیده و وسیع در ابعاد مختلف بعنوان راهبرد تغییر رفتار بجای تغییر حکومت را برای ایران با اشکال مختلف مانند روی کار آوردن بازیگران وابسته و دست‌نشانده و یا ضعیف آغاز کرد.

(۴) دنیا و تمدن اسلامی: در این مرحله پس از عقیم ماندن راهبرد جنگ سخت و نیمه سخت، به تدریج غرب از طریق جنگ نرم در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و اجتماعی با کمک از فناوری‌های نوین و محتواهای متکثر و متنوع جدید آماده شد تا بطور پیچیده و خزنده در تمامی عرصه‌ها هوشمندانه، راهبرد تغییر رفتار و تغییر ساختار را توأمان پی بگیرد. دلیل آن هم واضح بود در سال ۱۹۹۰ "جوزف نای" نظریه‌پرداز آمریکایی دیدگاه جدید جنگ نرم را مطرح کرد که بجای حرکت‌های نظامی مانند جنگ ستارگان یا کودتا در کشورهای رقیب با هدف قرار دادن و تأثیرگذاری بر نخبگان جامعه هدف به نتیجه دلخواه با هزینه کمتر و تأثیر بیشتر رسید.

پس از فروپاشی شوروی و واقعه یازده سپتامبر او "قدرت هوشمند" را که با استفاده از نفوذ بر بدنه جامعه و همراه با دیپلماسی عمومی بود را مطرح نمود که با تکمیل آن توسط کارشناسان آمریکایی با دستورالعمل اجرایی تصویب و بعنوان "انقلاب نرم" معروف شد که در حال حاضر در بیشتر مواقع نتایج مطلوب را برای ایشان به ارمغان آورده است.

۳- شاخص‌های جامعه مدنی

برای رسیدن به یک جامعه مطلوبی که بتوان برای حاکمیت، مشروعیت مردمی قائل شد مسلماً ویژگی‌های فراوانی می‌توان نام برد برای نمونه: آزادی (افضلی، ۱۳۷۷: ۲۰)، قانونمداری (اشتراوس، ۱۳۸۷: ۲۴۷)، کثرت-گرایی (بیرو، ۱۳۷۰: ۱۶۰)، عقل‌گرایی، غیرقدسی بودن حکومت (تی بلوم، ۱۳۷۳: ۳۷۰)، فقدان و یا نقص در وجود هرکدام می‌تواند برای بروز یک بحران کافی باشد؛ خصوصاً با وجود دشمنان تا دندان مسلح و هدفمندی که کشور ایران دارد! کوچکترین ضعف و سهل‌انگاری می‌تواند عواقب غیرقابل جبرانی داشته باشد.

۴- شاخص‌های جنگ نرم

۶۴ سه مولفه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی از مشخصات جنگ نرم در جامعه مخاطب و هدف هستند. فرهنگی: تغییر ارزش‌ها و نگرش‌ها، تغییر الگو، گرایش به غرب، گرایش به رسانه‌های غربی، ترویج سبک زندگی غربی، ترویج محصولات فرهنگی غربی، رواج خرافاتی‌گرایی، القای ناکارآمدی دین، کاهش خودباوری ملی، افزایش سلفی‌گری، کاهش رفتارهای مذهبی، تغییر نگرش به رفتار دینی مثل حجاب؛ اجتماعی: بحران هویت و از خود بیگانگی، کاهش انسجام اجتماعی، کاهش روحیه ملی، افزایش گسست ملی، القای احساس ناامنی اجتماعی، تشدید آسیب‌های اجتماعی، تغییر آداب و رسوم، رواج فمینیسم، افزایش بی‌اعتمادی عمومی، کاهش رضایت از زندگی، رواج احساس تبعیض و بی‌عدالتی، ترویج واگرایی قومی، کاهش سرمایه‌های اجتماعی؛ سیاسی: تغییر ترجیحات سیاسی، رواج بی‌تفاوتی سیاسی، افزایش مطالبات سیاسی، افزایش واگرایی ملی، آمادگی برای نافرمانی مدنی، رواج لیبرالیسم غربی، بحران مشروعیت، رواج و نشر شایعه و شبهات سیاسی، افزایش تنش‌های سیاسی، کاهش اعتماد به رسانه ملی؛

با کمی دقت متوجه می‌شویم در جنگ نرم اهداف به شکل بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی می‌شود. استحاله فرهنگی در جهت تاثیرگذاری بر افکار عمومی جامعه مورد هدف؛ استحاله سیاسی در جهت ناکارآمد جلوه دادن نظام جامعه هدف؛ ایجاد رعب و وحشت از مسائلی همچون فقر، جنگ و در ادامه آن شایعه‌پراکنی و ایجاد جو بی‌اعتمادی و ناامنی روانی؛ اختلاف‌افکنی در صفوف مردم با همدیگر، مردم با

مسئولین و مسئولین با یکدیگر؛ ترویج روحیه ناامیدی و یاس به جای نشاط از پیشرفت‌های اجتماعی، اقتصادی، صنعتی، علمی؛ بی‌تفاوت کردن نسل جوان؛ کاهش روحیه در میان نظامیان و ایجاد اختلاف میان شاخه‌های مختلف نظامی و امنیتی؛ تبلیغات سیاه با هدف آشوب و براندازی با شایعه‌پراکنی و پخش تصاویر مستهجن، جوسازی از کانال‌های مختلف؛ تلاش برای نشان دادن اوضاع کشور به شکلی بحرانی و جنگی با اخبار نادرست و تحلیل‌های ناقص و یکطرفه و اغراق‌آمیز که با استفاده تمام عیار از تمام رسانه‌ها و شیوه‌های روان‌شناختی و متخصصین صوت و تصویر و صدا جهت تضعیف چهره کشور هدف انجام می‌شود. در جنگ روانی و رسانه‌ای ما با ژنرال نظامی سروکار نداریم بلکه اساتید دانشگاه و کارشناسان خبره حضور دارند. در این نوع جنگ فقط نقاط ضعف دیده و به شکلی کلیشه‌ای و هماهنگ و البته هدفمند تحلیل و پخش تصاویر دلخواه بیان می‌شود، مثلاً افزایش قیمت بنزین و نه اصلاح مصرف سوخت، دستیابی به انرژی هسته‌ای جهت ساخت بمب اتم، نه برای مقاصد پزشکی و انسان دوستانه، پایمالی حقوق بانوان برای جلوگیری از ورود ایشان به ورزشگاه و نه ارزش نهادن به کرامت در جهت عدم امکانات زیرساختی استودیوهای ورزشی! بطور کلی فریاد کمک دادن به مردم را در فضای ماهواره، رسانه سر می‌دهند که این جهانیان آزادی و آزادی‌خواهی در ایران کشته شد؛ حقوق بشر رعایت نمی‌شود؛ حقوق اقلیت‌ها پایمال شد؛ اگر در جهان و منطقه امنیت نیست، مقصر اصلی ایران است و ده‌ها مورد دیگر که بشکلی علمی و هنرمندانه از رسانه‌ها در جهت خوراک داخلی ۶۵ و خارجی تهیه و پخش می‌شود.

بنابراین جنگ نرم با کم‌هزینه‌ترین، کارآمدترین و موثرترین و در عین حال خطرناک‌ترین و پیچیده‌ترین نوع جنگ علیه امنیت ملی یک کشور است، که می‌تواند به روحیه که یکی از عوامل قدرت ملی است خدشه وارد کند و عزم و اراده ملت را از بین ببرد و مقاوت و دفاع از آرمان و سیاست‌های نظام را تضعیف و مشغول نماید. فروپاشی روانی یک ملت می‌تواند مقدمه‌ای برای فروپاشی سیاسی - امنیتی و ساختاری آن باشد. جوزف نای قدرت نرم را برای رسیدن به نتایج مطلوب بدون تهدید با پاداش ملموس که همان قدرت است؛ آن هم نه از طریق اجبار و پاداش بلکه از طریق جذب کردن، می‌داند.

افزایش مشروعیت بازیگران عرصه حکومتی در داخل و خارج از سرزمین، همراه با انسجام سیاسی و برخورداری از حمایت، رضایتمندی و قدرت اقناع‌سازی افکار می‌تواند میزان اقتدار سیاسی کشور در جامعه و انسجام و همزیستی مسالمت‌آمیز و حفظ هویت و یکپارچگی ملی و میزان تولید هنجارهای سیاسی و گفتمان‌های مسلط در درون جامعه را همراه با مقبولیت نشان دهد؛ دقیقاً این اهدافی است که در جنگ نرم کشور متخاصم در جهت تضعیف کشور هدف در سه سطح راهبردی (رهبران، نخبگان)، میانی (مردم و فرهنگ آنان، مشروعیت و حمایت مردم از تصمیمات رهبران و نخبگان) و تاکتیکی (تقابل اراده و روحیه جنگندگی

رزمندگان) مورد نظرش می‌باشد. در جنگ نرم هدف کشتن نیست؛ هدف سردرگمی کشور مورد نظر، نفوذ در تفکر و تصمیمات، ایجاد تنش منطقی بین حریم خصوصی و امنیت ملی است. هدف تسخیر باورها، ایدئولوژی و جهان‌بینی ملت‌ها است. برای رسیدن به این اهداف از سازوکارهایی همچون دموکراسی‌سازی به شکل تحمیلی، تجویزی، تبلیغی، تبعیضی، شبکه‌سازی، انواع انقلاب رنگین و مخملین، اعطاء بورس تحصیلی، ایجاد شکاف بین نسل‌ها، تردید و ایجاد یأس نسبت به الگوی توسعه ایرانی-اسلامی و آینده کشور، حمایت از میانه‌روها؛ حمایت از فدرالیسم و تجزیه استفاده می‌کند. موارد فوق در کشورهای شوروی سابق، روسیه سفید، قرقیزستان، ازبکستان، آذربایجان، تاجیکستان، یوگسلاوی سابق، عراق، ایرلند، چین و ایران در موارد مختلف انجام شده است.

ناتوی نظامی بدنبال تسخیر مرزهای جغرافیایی و مراکز مهم اقتصادی و نظامی بود؛ لیکن ناتوی فرهنگی بدنبال به حاشیه راندن فرهنگ دینی- ملی ملت‌هاست با تهمت‌های مختلف و سیاه‌نمایی نظام (عدم حقوق بشر، عدم حقوق اقلیت‌ها، عدم حقوق زنان، عدم آزادی، عدم آزادی بیان ...) می‌باشد.

۶۶ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران بعنوان تامین کننده نیازهای اطلاعاتی افکار عمومی ایران براساس ۳ اصل مصلحت، میل و نیاز مخاطب و از سوی دیگر رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور با سیاست‌های حاکم بر آنها دو طیف کاملاً متفاوت که با هنجارها و ارزش‌ها و منافع متفاوت در یک جنگ نابرابر رو در روی هم قرار دارند. آنها (رسانه‌های بیگانه) گاهی خود را یک رسانه در جهت سرگرمی، گاهی فرهنگی، گاهی خبری و زمانی سیاسی با تهیه و تدارک و برنامه‌ریزی برای کودکان، جوانان، بزرگسالان زن یا مرد با سطح سواد و فعالیت‌های گوناگون معرفی می‌کنند. بدین ترتیب به نظر می‌رسد که آنان شناخت کافی نسبت به حساسیت‌ها و مشخصات اقلیم جغرافیایی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه ایرانی را دارا هستند و همین موضوع باعث می‌شود که تاثیرات تخریبی، تبلیغی‌شان پیچیده، خزنده، عمیق و طولانی‌تر باشد (افخمی، ۱۳۸۸: ۲۳). باید دریابیم که این رسانه‌ها با چه تکنیک‌های خبری به پوشش خبرها اقدام می‌کنند و با برجسته‌سازی اخبار را در جهت دلخواه با ظاهری بیطرف با هدف اقناع و دستکاری اراده و باور مخاطب را سوق می‌دهند. آنها بدنبال تصویری فراواقعی و بازنمایی شده از صحنه سیاسی ایران و القای «بحران»، «آشوب»، «بی‌ثباتی»، «تشدید نافرمانی مدنی» به مخاطبان خود برمی‌آیند. فراموش نکنیم خبر انعکاس موفقیت‌های اجتماعی نیست، بلکه گزارش جنبه‌های مطرح شده در جامعه است. خبر به مسائلی می‌پردازد که فوری، تازه و الزاماً پیچیده و مبهم باشد. «خبر» و «حقیقت» الزاماً یکی نیستند! وظیفه «خبر» از نگاه غرب این است که حادثه‌ای را مطرح و سپس بر سر زبان‌ها بیاندازد. حال آنکه وظیفه «حقیقت» این است که واقعیت‌های پنهان و نامعلوم را روشن و به هم مرتبط و تصویر واقعی را به رویدادها و پدیده‌ها مانند جنگ خلیج فارس، جنگ آمریکا بر علیه عراق، افغانستان، جنگ سی و سه روزه لبنان و مسائل فلسطین، موضوع هسته ایران، جنگ یمن، درگیری‌های

تروریستی و انتخابات ۱۳۸۸ ایران، افزایش قیمت بنزین در آبان ۱۳۹۸ و صدها مورد دیگر را می‌توان نام برد که «مصلحت‌گرایی» و «منفعت‌طلبی» پیوسته بر حقیقت‌گرایی چربیده است. خبرها گزینش شده و با هدایت افکار عمومی با چهره‌های دگرگون شده و دلخواه، دور از حقیقت در دسترس مخاطب قرار می‌دهند. مخاطب نیز ناخواسته بدون اطلاع از اثرات منفی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای، خود را در معرض پیام‌های اغواگر این شبکه‌ها قرار می‌دهد. مخاطب عام نمی‌داند که آنچه دریافت می‌کند چیزی به جزء «شبه‌خبر»، «القای خبر»، «تحریف و دستکاری خبر»، «برجسته‌سازی خبر»، «تبلیغ روی تبلیغ»، «اسطوره‌سازی»، «انگاره‌سازی» و ... نیست؛ ادامه این شیوه‌ها سبب افزایش فرآیندهای اجتماعی، رقابت و کشمکش و تضعیف حاکمیت می‌شود.

۵- آغاز عملیات روانی

۵-۱- عراق

تظاهرات عراق از شهرهای جنوبی و شیعه‌نشین آغاز و به سایر شهرهای این کشور سرایت کرد و در حالی آغاز شد که عراق در آستانه اربعین حسینی بود. این تظاهرات در ابتدا با شعارهایی علیه فساد دولتی و وضعیت معیشتی مردم آغاز شد. مردم نزدیک به یک هفته که درخواست‌شان برای مبارزه با فساد، بیکاری و فقدان آب و برق را فریاد می‌زدند، اما فریادها بتدریج تغییر جهت داد و به سمت ایران نشانه رفت. هشتگ «من برای حقم مبارزه می‌کنم» به زبان عربی از جمله هشتگ‌های پرکاربرد برای انتشار اخبار درگیری‌ها در عراق است. تقریباً بیشتر رسانه‌های داخلی و خارجی قدرت گرفتن نیروهای نظامی مورد حمایت ایران موسوم به حشدالشعبی را دلیل اصلی شعارهای ضدایرانی در تظاهرات عراق بیان کردند. این گروه در حال حاضر یکی از گروه‌های نظامی عراق است. آنها قدرت اقتصادی، سیاسی و نظامی را در دست دارند و با قدرت مرکزی نیز وارد چالش‌هایی شده‌اند. از زمان روی کار آمدن عادل عبدالمهدی، او وعده مبارزه با فساد را سر داده، اما از اجرای اصلاحات بازمانده است. او قادر به کنترل حشدالشعبی نبوده و مردم از این وضعیت خسته شده‌اند و شاهد نفوذ روزافزون ایران بر کشورشان بودند. دفاتر آنها در برخی شهرهای جنوبی از جمله نجف و اماره به آتش کشیده شد.

در روزهای ابتدایی حشدالشعبی در دولت و پارلمان هیچ اظهارنظری درباره این تظاهرات نداشت، تظاهر کنندگان عراقی ایران را مسئول خشونت‌ها می‌دانند، در فضای مجازی بنا بر نظر جمهوری اسلامی ایران توپیت‌ها از مکان‌هایی در عربستان منتشر می‌شد؛ لیکن رسانه‌های نزدیک به الحشدالشعبی و ایران، آمریکا و عربستان را مسئول ناآرامی‌ها معرفی کردند. تظاهرات ابتدا قرار بود علیه فساد و بیکاری باشد، ولی در برخی

از شهرها خیلی زود این شعارها در میان شعارهای ضد حشدالشعبی و ضد ایران گم شد. البته ناگفته نماند که هیچکس علیه آمریکا و رژیم صهیونیستی و عربستان که مسبب اصلی همه مشکلات معیشتی و غیرمعیشتی عراق می‌باشند شعار نداده است و همین سکوت در مقابل جنایتکاران و سر دادن شعار علیه نجات دهندگان و حامیان عراق به تنهایی نشان می‌دهد که اتفاقات چند روز گذشته مهندسی شده بود. فراموش نکنیم در حال حاضر جنگ روانی با تصویرسازی ماهرانه‌ای انجام شد. برای نمونه بخش‌هایی از یادداشت سردبیر روزنامه "کیهان" در ۱۰ مهر ۱۳۹۸، به زبان انگلیسی و عربی در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شود؛ پخش مستقیم مصاحبه "قاسم سلیمانی" با تلویزیون ایران در شبکه‌های عراقی نیز با اعتراض مردم عراق در شبکه‌های اجتماعی مواجه شد. کاربران توییتر با اعتراض به عدم پوشش اخبار مربوط به تظاهرات در شبکه‌های دولتی عراق نسبت به پخش مستقیم مصاحبه قاسم سلیمانی انتقاد کرده و گفتند این تلویزیون‌ها نشان داده‌اند که «اولویت و وفاداری‌شان متوجه چه کسی است»؛ یا موضوع تک‌تیراندازهای ناشناس که به مردم شلیک کردند؛ شایعه حضور نیروهای نزدیک به ایران در اتاق فکر عملیات علیه تظاهر کنندگان و پخش تصاویر تار و نامشخص از تعدادی نظامی در لباس خاکی هم رنگ لباس سپاه ایران در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شد، مانند تصاویر غیرواقعی در جریان سیل ایران عده‌ای مظنون به حشدالشعبی به حجاب بانوان گیر داده بودند؛ فرق ندارد چه در ایران و چه در عراق مبتدی‌ترین فرد نظامی هم تشخیص می‌دهد هیچ نیروی نظامی حاضر نیست با لباس رسمی‌اش در کشور دیگر فعالیت سرکوبگرانه داشته باشد؛ همزمان خبر پیدا شدن پاسپورت ایرانی در یک وسیله نقلیه نظامی در بین مردم اوج می‌گیرد. طرح چنین مسائلی نشان از هدفی می‌دهد و اینکه فساد، بیکاری، کمبود آب و برقی که آمریکائیان چندین سال قبل قول آن را به عراقیان داده بودند را به عهده ایران بگذارند. جالب توجه اینکه در تمام این موارد افراد مختلف بر علیه تظاهر کنندگان موضع خصمانه نگرفتند مثلاً "بارزانی" رئیس اقلیم کردستان در بیانیه‌ای گفت تظاهرات صلح‌آمیز مردم بخشی از حقوق‌شان در قانون اساسی است و نباید به آشوب و بی‌نظمی بینجامد؛ نماینده آیت‌اله سیستانی در خطبه نماز جمعه کربلا "تعرض به تظاهر کنندگان عراقی را غیرقابل قبول خواند" و اینکه مسئولین رویکرد خود با مشکلات کشور را تغییر دهند، اقدامات جدی در راه اصلاحات و مبارزه با فساد انجام دهند و از سهمیه‌بندی و رابطه بازی در اداره کشور عبور کنند و به آنهایی که مانع از انجام اصلاحات می‌شوند و به این دل بسته‌اند که درخواست‌ها برای انجام آن کاهش یابد نیز هشدار داد که بدانند اصلاحات یک ضرورت غیرقابل اجتناب است و اگر نشانه‌های درخواست آن برای مدتی کاهش یابد، در زمان دیگری و این بار با قدرت و گستره بیشتری باز خواهد گشت، (سایت رویداد ۲۴، ۱۳۹۸)، در عین حال "مقتدی صدر" در نامه‌ای خواستار استعفای دولت و برگزاری یک انتخابات با نظارت سازمان ملل برای پایان دادن به درگیری‌های خونین در عراق شد. البته این آشوب هنوز هم ادامه دارد و با زیرکی رسانه‌های خارجی

و با وصل کردن و شبیه‌سازی آن با اعتراضات در ایران و البته بالعکس نیز ادامه خواهد داشت و به نظر می‌رسد که این اعتراضات باید قربانی و مهره سوخته از مسئولین عراقی هم بشکلی داشته باشد که هم آرامش نسبی برقرار گردد و هم الگویی برای معترضین جهت کشورهای همسایه گردد. بازیگران عرصه سیاست ایران در عراق باید متوجه موضوع اعتمادسازی، القاء بیطرفی، عدم سوگیری و جامعیت را بشکلی تنگاتنگ با مردم و نجبان عراق داشته باشند و نشان دهند ایران، برخلاف غرب هدف‌اش انسانی است. رسانه‌های حرفه‌ای با بهره‌گیری هدفمند از اصول و تکنیک‌های نوین خبرنگاری و خبرسازی و تحلیل رسانه‌ای تلاش می‌کنند در کنار مولفه‌های تنوع و عمق‌بخشی خبری، این ذهنیت را به مخاطب عراقی عصبانی و ناراضی القا کنند که این رسانه فارغ از جهت‌گیری‌های سیاسی صرفاً در جهت اطلاع‌رسانی و بیان واقعیت آن هم به شکل بیطرفانه قرار دارد. در این حین هرچه سبک رسانه نرم‌تر باشد مسئله خطرناک‌تر است، زیرا القای مستقیم منجر به مقاومت مخاطب می‌شود؛ لیکن روش القای غیرمستقیم و پوشش برنامه‌های تحلیلی می‌توانند تا مخاطبان بیشتر و حتی حامیانی وفادارتر از دل طبقات و شئون مختلف اجتماعی برای خود دست و پا کنند؛ حتی گاهی اوقات رسانه‌هایی که از دولت‌های خود بودجه می‌گیرند (بی. بی. سی، رویتر) می‌بینیم با هدف بالا بردن ضریب اعتبار و بی‌طرفی چالش‌های ظاهری هم ایجاد می‌کنند تا در جهت سیاست‌های کلان کشور خود قدم بردارند.

۵-۲- ایران

با بررسی نظریه‌های مرتبط با اثربخشی رسانه‌ها در این چند روز در عراق و سپس در کشور ایران متوجه می‌شویم که نظریات "گلوله جادویی"، "تاثیرات محدود رسانه‌ها"، "کاشت"، "جبرگرایی رسانه‌ای مک لوهان"، "ماریپیچ سکوت نومان" و نظریه "مگ گوایر" به صورت موردی در هر کدام از شبکه‌های فارسی‌زبان استفاده شد تا در خصوص اعتراضات و نحوه بکارگیری فنون رسانه‌ای برای دستکاری افکار عمومی بهره بگیرند. از مهمترین ویژگی که به وفور بکار گرفته شد؛ قواعد انتشار خبر (مهندسی خبر)، عرضه غیرمستقیم آموزش و تبلیغ، بهره‌گیری از گویندگان و گزارشگران جذاب، مقبول و مسلط، افزایش برنامه‌های انتقادی، رعایت اصول و روش‌های رسانه‌ای، توجه کامل به نیاز مخاطبان و بهره‌گیری از افراد خلاق در تهیه و تدوین برنامه‌ها را می‌توان ذکر کرد.

برای نمونه با مقایسه یکی از شبکه‌ها در این چند روز موج رادیویی کوتاه و بلند را به مردم معرفی کرد که دیگر نیازی نه به اینترنت و نه نیازی به ماهواره دارد؛ از داخل اتومبیل بدون مشکل می‌توان استفاده کرد؛ در چنین حالتی یکی از رادیوهای استان خراسان که ظاهراً باید بُرد کاملی هم داشته باشد، به محض اینکه چند کیلومتری از مشهد مقدس دور می‌شویم، صدای آن قطع می‌شود.

کانالی دیگر در گوشه‌ای از صفحه خود دائماً نمودار قطعی اینترنت را قرار داده است، در همان زمان شبکه خبر ایران به یک موضوع کارآفرینی پرداخت و با زیرنویسی که هیچ ارتباطی با مسئله اعتراضات در کنار اغتشاشات نداشت. شاید دلیل بیاوریم که یک سری مسائل امنیتی باعث می‌شود که سیمای ملی ایران نتواند همه قضایا را بطور شفاف بیان کند؛ این موضوع کاملاً مورد قبول است، لیکن متأسفانه وقتی در جامعه موضوع از طریق همین شبکه‌ها و یا وسایل ارتباط جمعی دیگر پخش می‌شود؛ مسئولین به فکر پخش و یا توجیه آن بر می‌آیند که مسلماً همین امور باعث بی‌اعتمادی و ریزش مخاطب می‌تواند در درازمدت شود.

ایشان حتی نوع سوالات که می‌پرسند به شکلی مرتب و موازی و جهت دهنده است. دقت کنیم رهبر انقلاب از ابتدا دفاع از مردم مظلوم جهان را در دستور کار خود و مسئولین می‌دانسته و می‌داند؛ ایشان چند روز قبل از این ماجرا می‌فرماید که ما به هر شکل ممکن در هر شرایطی به گروه‌های مردمی فلسطین کمک می‌کنیم؛ این سخن که اصلاً جدید نبود در همین رسانه‌ها بشکلی عنوان و به مردم القاء گردید؛ پس از تحریم ایران توسط آمریکا درآمد ایران تقلیل یافت، بنزین را گران کردند تا کمک به گروه‌های تروریستی قطع نشود! نکته قابل توجه این که به مردم عراق و لبنان القاء می‌کنند باعث بیکاری، فساد اداری، عدم مدیریت، قطع بیش از اندازه برق و آب و موارد منفی دیگر کشور ایران و مسئولین هوادار ایران می‌باشند؛ در ایران هم طوری وانمود می‌کنند که همه بدبختی‌ها در ایران به دلیل کمک به گروه‌های فلسطینی و یمنی و سوری و ... می‌باشد. با کمی توجه در رسانه‌های معاند در این اعتراضات تاکید گزارشگران و مهمانان و تصاویر پخش شده، مدام از آتش زدن پرچم ایران، شعار بر علیه رهبران ایران، آتش زدن اماکن متعلق به ایران است! اما هیچ نامی از آمریکا و اسرائیل غاصب نمی‌توان یافت. البته در سیمای ملی ایران هم فقط مردم عراق را که معترض سیستم فعلی هستند، بطور مختصر و گذرا به تصویر می‌کشد. سپس بلافاصله مبارزات خیابانی چند نوجوان فلسطینی را در آن سرزمین نشان می‌دهد. نباید بی‌انصافی کرد که رسانه در ایران فعالیت نمی‌کند؛ لیکن کاررسانه‌ای بسیار ناچیز و ضعیف بوده است.

رئیس جمهوری در سیمای جمهوری اسلامی خدا را شاکر می‌شود ما در ایران به بزرگترین حوزه نفتی ایران دست یافتیم، دقیقاً در همین زمان که سخنرانی ایشان را پخش می‌کنند؛ زیرنویس سیصد درصد گران شدن بنزین را می‌خوانیم و صحنه اعتراض مردم در شهرهای مختلف را به نمایش می‌گذارد. خیلی طول نمی‌کشد که باخت تیم ملی ایران از عراق را به علت ضعف ایران مطرح می‌کنند! جشن و سرور در عراق را نشان می‌دهند همراه با مصاحبه جوان عراقی که می‌گوید برای آرامش کشور نیاز به این پیروزی داشتیم! بحث بر سر باختن و بردن نیست! موضوع نوع تیتز کردن آن است که ماهرانه نقاط ضعف سیستم را در موارد مختلف در کنار هم قرار می‌دهند و در ضمیر ناخودآگاه مخاطب مقایسه ایجاد می‌کنند! مورد دیگر مصاحبه مسئول شرکت نفت را نشان می‌دهند که می‌گوید خود من تا ساعت ۱۲ که اخبار گفت خبر نداشتیم. در صورتی که

ایشان چند روز قبل در مصاحبه‌ای مانند دیگر مسئولین رده بالای ایران، استفاده از کارت بنزین را نه برای گران شدن؛ بلکه فقط برای کنترل قاچاق سوخت به مردم توصیه می‌کرد و تاکید داشت که هیچ افزایش قیمتی در کار نیست! در برنامه‌ای دیگر سخنرانی زمان انتخابات ریاست جمهوری را پخش می‌کردند که از فساد دو نرخی بودن بنزین می‌گفت.

در تمامی این ساعات پُر اضطراب تلویزیون سیمای ملی ایران یا اصلاً به این موضوع نپرداخت و یا اگر هم می‌پرداخت بحث کمک هزینه برمبنای هر نفر حدوداً پنجاه هزار تومان را مطرح می‌کردند. در همین ساعات تیتراژ می‌زنند "ساختار سرکوب در ایران"، "روزانه ... میلیارد ضرر برای اینترنت"، "سود افزایش قیمت بنزین برای دولت" و ده‌ها مورد مختلف دیگر، اینها به جزء مصاحبه‌هایی است که به شکلی گلچین شده و سانسور شده از تلویزیون ایران انتخاب و در جهت اهداف خود پخش می‌کردند. در تمامی این چند ساعت متأسفانه مسئولین به عمد یا غیرعمد سکوت اختیار کردند و از همین سکوت آنان در فضای رسانه‌ای و مجازی برای خود جولان دادند.

نحوه برجسته‌سازی اخبار که ایران زندان ۸۰ میلیون نفر است، معلوم نیست با قطع اینترنت مردم در چه حالی هستند! در همین زمان کانال دیگر سخنرانی روحانی در زمان انتخابات را پخش می‌کند که ما هیچ وقت از فیلترینگ در فضای مجازی استفاده نخواهیم کرد. در گوشه‌ای از دنیا فردی از رژیم گذشته عزای عمومی اعلام می‌کند! تاکید می‌کنم در تمامی چند ساعت ابتدایی در رادیو و تلویزیون ایران سکوت محض در این موارد حاکم بود. اما آنها بیست و چهار ساعته تحولات را بررسی تطبیقی و تحیل و تفسیر در موارد مختلف همراه با مقایسه موردی در هنگ کنگ، عراق می‌کردند و بگونه‌ای به مخاطب القاء می‌کردند که انگار شما دیر حرکت کردید و در عین حال با مقایسه تعداد مجروحین و کشته‌های احتمالی با حدس و گمان خودشان فجایع را برای ایران مرگبارتر توصیف می‌کردند و بگونه‌ای که کشور در جنگ است و انقلابی در راه پیروز شدن! در لابلای این مسائل جنگ یمن، مسئله تهدید کشور غاصب فلسطین، انرژی هسته‌ای، موشک-های دوربرد، حقوق زنان، حقوق اقلیت‌های دینی و قومی، جریان‌ات فتنه ۸۸ و قبل و بعد از آن، وجود فساد در جامعه، اختلاس‌های کلان را بیان می‌کردند. آنان تمرکز خود را بر انگاره‌سازی منفی از محیط سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایران را بر روی اذهان مردم گذاشتند و به دور از اصول "بیطرفی" در تهیه، تنظیم و انتشار اخبار، به "بازنمایی" رویدادها و حوادث مربوطه ایران با جهت‌گیری کاملاً منفی و خصمانه علیه جمهوری اسلامی پرداخته و آنرا پخش می‌کردند. آنان با ارائه تصویری غیرواقعی و بازنمایی شده از صحنه‌های داخل ایران و القای "بحران"، "آشوب"، "بی‌ثباتی"، "تشدید نافرمانی مدنی" به مخاطبان خود در داخل کشور و محیط بین‌الملل برآمدند. نکته مهم اینجاست که مطالب به شکل یک پیامی جذاب، شنیدنی،

تازه و نو، با قید سرعت و رعایت استانداردهای ژورنالیستی و رویکرد حرفه‌ای و رسانه‌ای به مخاطب با قدرت القا می‌شود. رسانه‌های معاند در این چند روز برای آنکه مخاطب خود را بیشتر جذب خود کنند سعی در ارائه برنامه‌هایی با رویکرد تعاملی و چندجانبه‌نگری مطرح کنند؛ گاهی با یک فرد سلطنت‌طلب، گاه با یک اصلاح‌طلب، زمانی با یک کمونیست و زمانی هم با یک اصول‌گرای مقیم در داخل و یا خارج از کشور مصاحبه و یا دعوت می‌کنند و در این بین استفاده در زمان مناسب زن و مرد بودن با تخصص‌های گوناگون همراه با سوالات هدفمند برایشان بسیار مهم است. استفاده از مدیران برجسته مجرب و افراد متخصص رسانه‌ای غیربومی و باتوجه به اینکه در تمامی مراحل با پخش کلیپ و گزارش مخاطب خود از درون جامعه؛ بگونه‌ای مخاطب را بدنبال خود می‌کشد که فرد فکر می‌کند خودش در صحنه درگیری حضور دارد.

ادعای پُر کردن خلاء تنوع در ایران و دیپلماسی عمومی رسانه و اینکه امروزه با وجود ماهواره‌ها، مردم کمتر به رادیو روی می‌آورند ولی در عین حال در دسترس بودن از اثرگذاری آن نیز غافل نمی‌شوند. با برجسته‌سازی و بزرگنمایی و تصویرسازی موضوع افزایش قیمت بنزین که این افکار عمومی و این مخاطب خاص! این فقط یک بهانه بود برای انفجار مردم! موضوع فقر و بیکاری، گرانی و تورم، فساد، حقوق زنان، محیط زیست، اعتیاد، بیماری و تمامی چالش‌ها و مواردی که در هر کشوری به نسبت بعنوان نقاط ضعف کم و بیش مسلماً وجود دارد، دلایل اصلی این اغتشاشات را تیترو در ادامه به تحلیل و بررسی و تحریف و وارونه جلوه دادن آن پرداختند و همانطور که گفته شد از نگاه دیپلماسی عمومی با رویکرد فرادولتی و گفتگوی مستقیم با مردم ایران تلاش کردند که فضای جداسازی مردم با حاکمیت را فراهم آورند و نشان دهند که فضایی نظامی همراه با خشونت و ناامن در کشور حاکم است؛ این موضوع باعث شد تا انرژی و هزینه زیادی در این اوضاع اقتصادی به ایران تحمیل شود.

۷۲

۶- روش‌های مورد استفاده رسانه‌های معاند در این چند روز

(۱) روش نفی و اثبات: این روش بصورتی سنتی و با نفی پیام‌های کشور و مردم ایران البته با ظاهر و لحنی بیطرفانه انجام شد؛

(۲) روش شرطی‌سازی: با استفاده از اطلاعات از خواسته‌ها و گرایش‌های داخلی و سعی در تغییر جهت گرایش برای تغییر وضع موجود دادند؛

(۳) روش شناختی: آنان در این چند روز سعی کردند تا از طریق تغییر در نگرش افراد و با ظاهری آگاهی دهنده ولی بیطرف؛ البته با دستکاری و تغییر شناخت ذهن مخاطب هدف ایرانی از محیط واقعی ایران میزان وفات و وحدت را در سطح عمومی کشور تا حد امکان پایین بیاورند؛

۴) **روش ناگهانی:** این روش متأثر از شناخت روانشناسانه آن هم به مدتی طولانی بود تا باتوجه به درک و داوری ما ایرانیان در مورد موضوع افزایش قیمت بنزین (اصلاح مصرف) در کنار مسائل دیگر همراه با پخش تصاویر دلخواه سعی در اجرای سناریوی دلخواه خود کردند؛

۵) **فرهنگ محوری و ظاهری سیاست‌گریز:** این شیوه را بدین دلیل انتخاب نمودند تا به مخاطب ایرانی نشان دهند که ما در حال حاضر بدنبال سیاسی کاری نیستیم (اگر هم باشند که مسلماً هستند در پیام خود به مخاطب غیرمستقیم و با ژست بیطرف و دموکراتیک عمل می‌کردند) و فقط بدنبال سوژه اجتماعی و عوامل اعتراض مردمی هستیم، یادآوری این نکته ضروری است که این حرکت آرام، خزنده و پاورچین در طول زمان انجام شده بود تا در چنین مواقعی بدون مقاومت ذهنی جامعه ایرانی از آن استفاده کنند.

علاوه بر موارد بالا از انواع دیگر تکنیک‌های تبلیغی برای تأثیرگذاری بیشتر مانند: توصیفات نابجا؛ انتقال احساس منفی؛ ادعاهای گوناگون؛ کلیشه‌سازی؛ انتخاب بین بد و بدتر که فعلاً این موضوع به هر شکلی برداشته شود؛ اصل تکرار و ارائه بالحن موردنظر؛ تکیه بر اصل همفکری با سابقه ذهنی از پیش ساخته شده در اذهان؛ اعمال نفوذ روی بیطرف‌ها و کسانی که مردم هستند؛ قالب‌سازی و جهت‌دار کردن افکار، مستندسازی؛ ایجاد تفرقه و تضاد بین مردم و مسئولین؛ ترور شخصیت؛ دروغ و افترا؛ کلی‌گویی؛ در حال حاضر هم پس از آرام شدن انتخاب شیوه سکوت و تغییر نگاه و اینکه مردم از ترس سکوت کرده‌اند و هیچگاه ۷۳ جمعیت انبوهی که بر علیه ویرانگری و خرابی و دزدی در خیابان‌ها آمدند را انکار نمی‌بینند و یا وجود ندارند و اگر هم وجود دارند بسیار اندک می‌باشند.

۷- اهداف رسانه‌های معاند

غرب و رسانه‌های وابسته و طرفدار جایگاه و وظایف اصلی رسانه‌ای خود را که همانا اطلاع‌رسانی واقعی و بیطرفانه؛ ایجاد همبستگی، بسیج و تفاهم؛ بیان فرهنگ‌های گوناگون در فضایی بدون تشنج همراه با حفظ هویت‌ها و ارزش‌ها و حتی سرگرمی را که باید در جهت رفاه ملت‌ها و در صورت نیاز تنش‌زدایی به شکلی مشارکتی باشد را فراموش کرده است و به جای آن الگوی "پروپاگاندا" که همان نشر و وارونه کردن عقائد و داغ کردن بازار شایعه به هر شکل ممکن را در جهت اغوا و جلب‌نظر مخاطب ایرانی (عمدی یا غیرعمدی؛ مستقیم یا غیرمستقیم؛ آشکار یا مخفی؛ افقی یا عمودی) پیشه خود ساخته است.

آنان در این چند سال پس از پیروزی انقلاب و خصوصاً در آن چند ساعت یا چند روز در ابتدا بدنبال تبلیغات در جهت منافع خود، جلب افکار عمومی و اینکه ایران مذهبی ضدغرب جوابگوی دنیای امروز ملت خود نمی‌تواند باشد و سپس بعنوان رسانه‌های بیطرف سعی در رهبری و هدایت اعتراضات مردمی به سمت

اغتشاشات غیرمردمی آن هم در صورت امکان و ادامه به شکل فرسایشی شدند، از مردم با پخش فیلم‌های داخلی و بیان کلماتی مانند "دفاع از حقوق خودتان"؛ "دفاع از دموکراسی"؛ "دفاع از مظلوم"؛ "دفاع از عزت، افتخار، میهن، آزادی" و برچسب زدن به اشکال مختلف و نشان دادن یک فرد به شکل مُبلغ یا مخاطب ساده با لحن ساده و تلفظ ناقص و گاهی لکنت زبان، گریه، خشم که ما صادق هستیم؛ می‌خواستند تا به این قافله اعتراضات بپیوندند که اگر چنین کنید، پیروز این میدان شما هستید!

۸- معیارها و اخلاق رسانه‌ای

رسانه‌ها در کلیه موارد ملزم به رعایت اصول و انجام وظایف مربوطه هستند که باید در واقع پایبند به اصول و اخلاق رسانه‌ای باشند. این امر زمانی اتفاق می‌افتد که در ابتدا کسب اعتماد مخاطب صورت بگیرد. اعتماد بی‌اعتمادی دو وجه یک موضوع هستند که در رسانه‌ها در بخش آگاهی‌سازی و اطلاع‌رسانی، اعتماد واکنشی است که نتیجه آن قبول و پذیرفتن رسانه موردنظر می‌تواند باشد؛ لیکن بی‌اعتمادی واکنشی است که نتیجه آن طرد و نفی رسانه را خواهد داشت (نعمتی انارکی، ۱۳۸۱: ۵). رسانه در ابتدا باید ضریب اعتماد مخاطب نسبت به خودش را بالا ببرد و اگر چنین نشود، عدم صداقت و تحریف و سانسور، موثق نبودن، واقعی نبودن، عدم بیطرفی، اغراق و مبالغه، تناقض‌گویی باعث عدم جذابیت را برای مخاطب خود داشته و بتدریج ریزش مخاطب را تجربه خواهد کرد.

در این بین رسانه‌های خارجی چقدر به این موضوعات پایبند بودند؟ در حوادث اخیر ایران، فیلم‌های مربوط به گذشته و حتی کشورهای دیگر را بعنوان اتفاقات جدید پخش می‌کردند. چگونگی وارونه دادن موضوعات با صدای بعضی از شعار دهندگان، همراه تصاویر موضوعات گذشته داخلی و حتی خارجی و مقایسه و هدایت افکار مخاطب در جهت همانندسازی خود با موضوع موردنظر خود را فراوان و به وضوح می‌توان یافت. حق مردم دستیابی واقعی به حقایق و اطلاعات با حفظ احترام به حریم خصوصی و شئون انسانی و اخلاقی با دقت و صحت محتوا و انصاف بدون تغییر شکل و عنوان‌نویسی و زیرنویسی با تصاویر موردنظر که از چارچوب اصلی خود نباید خارج شوند؛ می‌باشد. موارد دیگر از قبیل ارائه سند معتبر و در عین حال هیجان‌سازی کاذب را می‌توان بیان کرد. نباید از زحمات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران غافل شد لیکن در زمانی که ایران اسلامی با دشمنی که از نظر علم و فناوری، قدرت اقتصادی برتر است و به قول رهبر انقلاب در جنگی امنیتی هستیم؛ حق نداریم سستی کنیم. بنزین یک جرقه بود برای یک شروعی که از قبل آمادگی داشت و با سهل‌انگاری‌های گوناگون به حد انفجار رسید. همانگونه که گفته شد بازیگران عرصه سیاست در گفتارهای خود در چند روز قبل از اصلاح قیمت سوخت در سخنان خود بسیار غیرحرفه‌ای عمل کردند؛ حتی در تاریخ ۶ آذر ماه ۹۸ یعنی هنوز زمانی که اینترنت بسیاری از مناطق ایران وصل نشده بود یکی از روسای سه قوه

(رئیس جمهور) در استان آذربایجان اعلام می‌کند که من هم از زمان تغییر قیمت سوخت خبر نداشتم! در اینجا به دنبال صحت یا عدم صحت اینگونه کلام نیستیم؛ اما اگر کسی در یک رسانه خارجی سوال کند که بالاترین مقام اجرایی حکومتی از تغییر و زمان افزایش قیمت سوخت خبر نداشته! چه جواب منطقی به جز سفسطه می‌توان داد؟ متاسفانه یکی از همکاران ایشان دو روز بعد سعی در توجیه آن بر می‌آید که می‌تواند عذر بدتر از گناه باشد. آیا نباید با مردم صادق بود؟ به قول "رحیم‌پور ازغندی" «مسئول رده بالای حکومتی نباید دروغ بگوید، در یک تریبون صبح حرفی بزند و عصر برای آن یک توجیحی دیگر بیاورد»؛ وزیری در مصاحبه می‌گوید مردم ایران زیاد می‌خورند! کم خوردن را باید از چینی‌ها یاد بگیرند! دیگری می‌گوید برای زنده ماندن مثلاً شش نفر در این اوضاع اقتصادی نیازی نمی‌بینیم که یک میلیون دلار هزینه کنیم! فرد دیگر می‌گوید قطع اینترنت را برخلاف میل باطنی‌ام به من دستور دادند، مسئولی دیگر می‌گوید قطع اینترنت کشور را نجات داد؛ امام جمعه‌ای در خطبه نماز می‌گوید: ما خبر داشتیم که قرار است در زمستان اغتشاشات صورت بگیرد ولی بنزین آنرا به جلو انداخت؛ حزب‌الله لبنان چند روز قبل از این به مسئولین خبر از اعتراضات داده بود؛ رئیس جمهوری ترکیه واضح از تحرکات احتمالی در سخنرانی خودش علنی راجع به ایران گفته بود. لیکن مثل اینکه کسی این حرکات و سخن‌ها را نه شنیده بود و نه می‌خواست بشنود؛ تبعات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی این سهل‌انگاری را چه کسانی باید پرداخت کنند؟ حال باید بیان کنیم که یک رسانه از ۷۵ همین ضعف‌ها استفاده و در ادامه با روش‌های غیراخلاقی و البته علمی و رسانه‌ای موضوعات دلخواه را بزرگنمایی و تصویرسازی می‌کند. نماینده مجلس می‌گوید سه سال است مجلس افزایش قیمت سوخت را تصویب کرده ولی چرا اجرایی نشده است! زمانی هم که اجرا شد بدون اطلاع نمایندگان مردم انجام شد! آیا ایشان افرادی نامطمئن هستند! آیا واقعا از ابتدا همه معترضین اغتشاش‌گر بودند؟ یا معترضین بوسیله عده‌ای هدایت به اغتشاش کردن شدند! نیروهای انتظامی در روز و ساعات اولیه در بیشتر مواقع کار خود را درست انجام دادند ولی آیا اشتباه نداشتند! بعد از آرامش نسبی، مسئولین در رسانه ملی اعلام کردند که اعتراض حق مردم است! برای این اعتراض کدام جواب قانع کننده داده شد؟ متاسفانه در این چند سال اخیر آنقدر به ملت ایران در رسانه ملی در موضوعات مختلف وعده داده شده که یا اصلا عمل نشد و یا هنوز شروع نشده، خیلی زود بدست فراموشی سپرده شد! آیا عده‌ای که مشکلات برایشان قابل تحمل نیست، حق دارند به کلام و اخبار سیمای جمهوری اعتماد نکنند!

معنویت، استقلال، آزادی، مبارزه و جهاد مفاهیمی هستند که در عرصه سیاسی فراخوان می‌شوند تا حفره‌های زندگی را پر کنند و به آن غنا و ارزش بیشتری ببخشند. اگر احساس جمعی به تدریج این مفاهیم را نوعی فریب و دغل‌کاری تجربه کند و احساس کند این مفاهیم بدنه زندگی را پاره می‌کند، آنگاه اعتراض ممکن

است برای برداشتن سقف‌های ریا و دغل و رابطه بازی‌ها بدون آنکه فکر کند برای زندگی‌شان پیامدی مثبت و یا منفی داشته باشد؛ انجام پذیرد. تا همه چیز نام مناسب خود را برای همه مردم و مسئولین پیدا کند، دیگر به گرسنگی نگویند مقاومت، به غارت نگویند مشارکت، به ستم نگویند تدبیر، به مرگ نگویند زندگی! مردم گاهی در جنبش‌ها، علیه خود قیام می‌کنند! چرا که در فضای دروغ و ریا، همه آلوده‌اند و اعتراض و نافرمانی اگر وضع زندگی‌شان را دگرگون نکند، دستکم خودشان را از دست خودشان در فضای منحطی که هر روز دروغ، ریا و ظلم می‌بینند رها می‌کند. اعتراض می‌کنند تا از خودشان خالی شوند؛ دیده شوند؛ شنیده شوند. اگر حکومت‌ها مشروعیت خود را در بین مردمان‌شان از دست دهند؛ شخص محوری را به جای برنامه محوری و ناکارآمدی تعدد مراکز تصمیم‌گیری غیرمسئولانه و غیرقانونمند را مشاهده کنند؛ به تدریج مشارکت‌ها، وفاق و همدلی کاهش یافته و فاصله با مردم و افکار آنان افزایش می‌یابد. رسانه‌های خارجی از همین موضوعات و موضع‌گیری‌ها استفاده می‌کنند (نظریات: گلوله، کاشت، مک لوهان؛ برجسته‌سازی و وارونه جلوه دادن، بازنمایی ...). رسانه‌های فارسی‌زبان تخریب، آتش زدن اماکن عمومی، شعارهای آنچنانی را به تصویر کشیدند، دائم از تعداد کشته‌ها و زخمی‌ها گفتند! فقط از نارضایتی و نکات و نقاط منفی برنامه داشتند! آنان دنیایی غیرواقعی را بصورت واقعی برای مخاطب به شکلی مغرضانه ولی هدفمند و از زاویه خاصی به تصویر کشیدند. ولی هیچگاه از تبعات آن سخنی نگفتند اما تا آنجا که در توان‌شان بود با استفاده از تکنیک‌های خبری پیشگویی آینده را در جهت منفی از دست ندادند! اگر بیانات به موقع و پشتیبانی رهبری نبود؛ هیچکس نمی‌دانست که این جریان تا کجا و با چه هزینه‌ای قرار بود به سرانجام مقصود برسد.

۷۶

نتیجه‌گیری

رسانه‌ها و کانال‌های ماهواره‌ای دنیای امروز نقش به‌سزایی در ظهور و سقوط و یا ادامه حیات دولت‌ها دارند. استفاده بهینه و به‌هنگام مسئولین و دولتمردان می‌تواند در بسیاری از مواقع نقاط ضعف را تبدیل به نقاط قوت در کشور کنند. رسانه‌های معاند تلاش معناداری برای جهت‌دهی هدفمند و پویا ولی غیراخلاقی در جهان داشته و خصوصا در این جریانات اخیر ایران کامل و واضح مشاهده کردیم. رسانه امروزه یکی از عناصر قدرت در کنار عواملی مانند: اقتصاد، تسلیحات، نیروی انسانی و ... می‌تواند نقش بسزایی داشته باشد. تسلط بر رسانه می‌تواند حاکمیت را بدنبال داشته باشد و با اهرم‌های خبری و اطلاعاتی به تغییر باورها و نگرش‌های جمعی و یا شکل‌دهی به افکار عمومی ملی یا فراملی اقدام کند.

آنچه در صدا و سیما و رسانه‌های همراه مشهود بود؛ راحت‌ترین و دم‌دست‌ترین علت برای بروز چنین حوادثی را فقط دخالت بیگانگان و عوامل فریب‌خورده و مزدور آنها معرفی کرد و بر مجازات سنگین این افراد تاکید نمود. در این رسانه در اغلب اوقات نه خبری از نارضایتی مردم بود و نه کسی از گرانی و فشار اقتصادی شکوه

می‌کرد. آنچه که بود توده‌های مردمی بود که دست در دست هم به آرمان‌های الهی چشم دوخته و بر ریسمان الهی چنگ می‌زدند و یک صدا بر مجازات سنگین آشوب‌گران تاکید داشتند. ما در اینجا شک نداریم مردم عادی می‌توانند معترض باشند ولی اغتشاش‌گر، آن هم بدین شکل حرفه‌ای هرگز! لیکن قبل از آنکه رسانه بیگانه بشکل دلخواه اخبار را منعکس کند سیمای ملی ایران اگر می‌خواهد اعتبار و مخاطب خود را حفظ کند واقعیت جامعه را بیان کند! مسئولین و تصمیم‌گیرندگان را در زمان مناسب پاسخگوی مردم کند تا تاریخ تکرار نشود. رسانه ملی باید اطلاعات کامل و جامع و تازه را در اختیار مخاطبان خود قرار دهد و به نوعی تعادل در نقطه نظرهای مخالف و موافق را در کلیه جریان‌ها گوناگون برقرار کند تا مخاطب خود را در مسیر شبکه‌های دشمنی که تا دندان مسلح از طریق تکنیک موزائیکی (برخورد سیاه و سفید) می‌باشد؛ نبیند. فضای تعامل و گفتگو در جامعه را بگونه‌ای باز بگذارد که عملکرد دولت، مجلس، قوه قضائیه و مسئولین را بتوانند نقد و بررسی کنند تا مردم به سراغ شبکه‌های دیگر نروند. اگر ابهام و پیچیدگی و عدم انسجام در زمینه‌های وجود دارد بهتر است با ساخت برنامه‌های جذاب و مستمر با موضوع وحدت تهیه نماید به شرطی که برنامه‌های فوق با واقعیت جامعه همخوانی داشته باشد و ذهن مخاطب که به دنبال چرایی و چگونگی است را با مصاحبه و تولید برنامه پرمحتوا و ارائه نظرات موافق و مخالف شفاف‌سازی نماید. در کل شاید اغتشاش و اعتراض را باید از هم جدا کرد ولی این جدایی در کف خیابان بسیار مشکل است که اگر کوچکترین ۷۷ سهل‌انگاری بشود جمع کردن آن سخت و یا خدای ناکرده غیرممکن همراه با هزینه زیادی همراه باشد. گاهی با قطع اینترنت و نیروی قهریه بتوان به شکلی نیروها و صدای مخالفین را خاموش کرد؛ لیکن باید بدون هیچ اغراقی بیان کرد که در زمانی دیگر؛ و دلیلی دیگر؛ اعتراضی دیگر شروع خواهد شد. پس باید صدای مردم را شنید و جوابی منطقی و قانع‌کننده، به شکلی عملی داد تا ملتی دین‌مدار و اخلاق‌مدار که همیشه در کنار مسئولین در تمامی مراحل بوده‌اند خود را جدای از آنان ندانند.

فهرست منابع

- ۱- اشتراوس، لئو (۱۳۸۷)، *فلسفه سیاسی چیست*، مترجم: فرهنگ رجائی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- ۲- افتخاری، اصغر (۱۳۸۷)، *قدرت نرم*، تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج دانشگاه امام صادق (ع).
- ۳- افخمی، حسین و عبدالله، علیرضا (۱۳۸۸)، «مطالعه تطبیقی ساختار و نحوه پوشش اخبار ایران در تارنماهای ملی و بین‌المللی (تحلیل محتوای مطالب سیاسی تارنمای خبری ایرنا، بی بی سی فارسی و صدای امریکا)»، *مجله جهانی رسانه*، ش ۱۹.
- ۳- افضل‌ی، رسول (۱۳۷۷)، «موانع مشترک شکل‌گیری جامعه مدنی در خاورمیانه (ترکیه، ایران، مصر)»، *پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد حقوق*، دانشگاه تهران.
- ۴- بیرو، آلن (۱۳۷۷)، *فرهنگ علوم اجتماعی*، مترجم: باقر ساروخانی، تهران: انتشارات آسمان.
- ۵- تی بلوم، ویلیام (۱۳۷۳)، *نظریه‌های نظام سیاسی*، مترجم: احمد تدین، ج ۲، تهران: انتشارات آران.
- ۶- خاتمی، سید محمد (۱۳۷۹)، *اسلام و روحانیت و انقلاب اسلامی*، تهران: انتشارات طرح نو.
- ۷- روزنامه کیهان، (۱۳۹۸).
- ۸- سمیعی اصفهانی، علیرضا و فتحی مظفری، عبدالرضا (۱۳۹۱)، «راهبردها و راهکارهای رسانه زمینه‌ساز در مواجهه با جنگ نرم»، *فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج*، س ۵، ش ۵۷.
- ۹- شیرمحمدی (۱۳۸۸)، «کالبدشکافی جنبش اصلاحات در انتخابات ریاست جمهوری نهم (۱۳۸۴)»، *پایان‌نامه دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز*.
- ۱۰- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰)، *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*، تهران: موسسه فرهنگی فاران.
- ۱۱- نعمتی انارکی، داوود (۱۳۸۱)، «نقش رسانه‌های گروهی در اطلاع‌رسانی»، *مجله پژوهش و سنجش*، ش ۲۷.