

تحلیل محتوای "راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح"

مریم عالی داعی^۱

هاله عالی نژاد*^۲

چکیده

این پژوهش روش‌های اثرگذاری رسانه‌های جمعی بر مخاطبان را برای تغییر نگرش، اعتقادات، باورها و رفتارهای آنها تبیین خواهد کرد. در حقیقت از یک توطئه جهانی خواهیم گفت. توطئه‌ای که توسط غرب و صهیونیسم برای از پا درآوردن مسلمانان و ایران اسلامی، توسط رسانه‌ها اجرا خواهد شد.

به این منظور مطالعه‌ای توصیفی-کیفی در قالب تحلیل محتوای کمی و کیفی بر جامعه آماری روایت خبری راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح (پخش شده از شبکه خبر در سال ۱۳۸۹)، انجام شد و هدف بر آن بود که مسیر نفوذ فرهنگ و ارزش غربی بر ایران و اسلام، شناسایی و نقش رسانه ملی در این گذرگاه، بازنمایی شود. این مجموعه به کارگردانی سعید مستغاثی و تهیه‌کنندگی رضا جعفریان در پاییز سال ۱۳۸۹، در ۲۶ قسمت از شبکه خبر سیما با ژانری مستند پخش شد و مدت زمان هر قسمت آن حدود ۱۵ دقیقه بود و روایتی رویدادمدار داشت. با توجه به مطالعات، مشاهدات و محاسبات انجام شده؛ به نظر می‌رسد رژیم صهیونیستی و کانون‌های پنهان فراماسونری می‌توانند از طریق رسانه‌های جمعی و به طریق نامحسوس، فکر و ذهن بسیاری از مخاطبان را که مبه و ویژه از سواد رسانه‌های کم‌بهره و یا بی‌بهره‌اند درگیر خود کنند و الگوی رفتاری آنها را در جهت مطلوب خود تغییر دهند. تحلیل روایت مجموعه پروژه اشباح به عنوان نمودی قابل استناد از رسانه ملی، وجود نامحسوس این استیلا را بر رسانه‌های میان‌المللی رمزگشایی کرد.

کلمات کلیدی: آرماگدون، فراماسونری، رسانه ملی، جنگ نرم، تحلیل روایت

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۴/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۶/۱۷

^۱ دکترای علوم ارتباطات، پست الکترونیکی: Maryam_alidaei@yahoo.com

^۲ کارشناسی ارشد ارتباطات از دانشگاه علوم و تحقیقات دماوند، نویسنده مسئول، Haleh526@gmail.com

مقدمه

شواهد و اسناد تاریخی مربوط به ۱۰ قرن اخیر از جمله منابع موثق مورخان غربی حکایت از آن دارد که جماعتی از اشرار و اشراف یهود که ریشه‌شان به مصر باستان می‌رسید چگونه در هزاره دوم با به راه انداختن جنگ‌های صلیبی از یک سو زمینه قلع و قمع مسلمانان را فراهم کردند و از سویی دیگر با طرح تصرف بیت‌المقدس (اورشلیم) نخستین زمره‌های صهیونی را ساز نمودند. از دل همین جنگ‌های صلیبی فرقه‌های مخوف صهیونی مانند کابالا و فراماسونری بیرون آمدند که طی قرون بعد تا امروز، منشأ و موجب بسیاری از وقایع و حوادث فاجعه بار تاریخی شدند.

بیان مسأله

صحبت از یک نظم نوین جهانی است. یک برنامه عظیم و فوق‌العاده دقیق که توسط قدرت‌های جهان نوشته شده و همانند یک غده سرطانی در حال رشد کاملاً غیر محسوس میان جهانیان است، میان قومیت، مذهب، باورها و اعتقادات گوناگون و متفاوت از گوشه و کنار دنیا. آن‌ها سخت متوجه کشورهای اسلامی هستند و طبعاً سخت‌ترین بخش برنامه‌هایشان نیز براندازی حکومت‌های اسلامی و نابودی مسلمانان است. رژیم صهیونیستی به سرکردگی آمریکا برای جنگ روانی علیه دشمنان به طرح و برنامه جامع و مدونی احتیاج داشت که در جهت نیل به هدف پیروزی بدون درگیری، در جنگ جهانی سوم تنظیم گردیده باشد. این برنامه در حال بازی با توحید و مهدویت بود و قصد داشت خداپرستی را به ابتدال بکشانند.

در این مقاله " رسانه " به همه رسانه‌های نوشتاری، دیداری، شنیداری، مجازی و دیجیتالی اطلاق می‌شود و آنچه بدیهی به نظر می‌رسد، آن است که به دور از آثار مثبت و منفی رسانه‌ها باید اذعان داشت که پیدایش دگرگونی‌های اجتماعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی از مواردی

است که در نتیجه کارکرد رسانه‌ها صورت تحقق به خود می‌گیرند. از سوی دیگر این وسایل در فرآیند تهاجم فرهنگی و مقابله با آن، جنگ روانی، استعمار ملتها در امر باز سازی و دستیابی به توسعه‌یافتگی، تحقق هدف‌های آموزشی و سرگرمی و غیره کاربرد مؤثری دارند. (آسابرگر، ۱۳۸۹، ص ۱۳۸).

همچنین می‌توانیم پدیده‌ها را از این لحاظ که کارکردهایشان خواسته یا ناخواسته، آگاهانه یا ناآگاهانه است، بررسی کنیم. بنابراین کارکرد آشکار برنامه اخبار ممکن است اطلاع‌رسانی به مردم و کارکرد پنهان آن تزریق پاره‌ای ارزش‌ها و باورهای سیاسی به مردم باشد (آسابرگر، ۱۳۸۹، ص ۱۳۸). با مراعات و لحاظ کردن جنبه‌های مثبت و منفی کارکرد رسانه‌های جمعی، این پدیده می‌تواند از یک سو سبب وحدت، همبستگی و وفاق ملی شود و از سوی دیگر حکومت‌ها می‌توانند از این پدیده در ایجاد همگونی، جهت‌دهی افکار عمومی و هماهنگ سازی نظریات توده مردم و جامعه نسبت به نظام سیاسی و کارکردهای آن استفاده کنند (معمدنژاد، ۱۳۸۶، ص ۶۵).

هدف این پژوهش شناسایی شیوه‌های اثرگذاری رسانه‌ها بر مخاطب در حوزه طرح جهانی صهیونیست برای نیل به هدف سلطه بر جهان است. شناسایی رد پای دشمنان مسلمانان در محصولات وسایل ارتباط جمعی به نحوی که مجرای نفوذ علوم، تفکرات و فرهنگ صهیونی در رسانه‌های جمعی مانند رادیو و تلویزیون، سینما، مطبوعات، اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای، ماهواره‌ها و همچنین در کتب و نشریات و دانشگاه‌های کشور را تشخیص داده و مطالعه کنیم و از این طریق بتوانیم از راز اثر گذاشتن بر مخاطب و کنترل فرمان‌نگرش و باور و تفکرات وی به گونه‌ای که خود ناآگاه است، با خبر شویم.

به این منظور قصد داریم تحلیلی کمی و کیفی بر مستند «راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح» ساخته آقای سعید مستغانی انجام دهیم. این مستند سیاسی در ۲۶ قسمت توسط رضا جعفریان برای شبکه خبر سیما تهیه شده است که به بررسی تلاش گروه‌های صهیونیستی و فراماسونری برای استحاله فکری جامعه معاصر ایران می‌پردازد. از دیگر دلایل انتخاب این مستند، بازتاب این مجموعه در سایت‌های خارجی و صهیونیستی و همچنین سایت‌های داخلی و ضد صهیونیستی است، به‌طور مثال، دانشگاه تل آویو در گزارش سال ۲۰۰۹ خود با تجزیه و تحلیل این برنامه، به تأثیر گذاری آن اعتراف کرد.

اهمیت و ضرورت تحقیق

با وجود آسیب‌هایی که ترویج تفکرات فراماسونری و فرقه‌های شیطان‌پرستی برای فرهنگ و ارزش‌های انسانی و بشری، معنویت و اخلاقیات انسانی دارد و از سوی دیگر این فرقه‌ها اشاعه دهندگان تجدد وارداتی و فرهنگ بزهکارانه، غیراخلاقی، خودباختگی و غرزدگی، بی بند و باری، قتل، کودک آزاری، آزار و اذیت جنسی، اختلالات روانی، پوچ‌گرایی و تباهی در جوامع بوده، توجه تحلیلی و همه جانبه نسبت به این موضوع مغفول مانده است. کانون‌های پنهان غرب سعی کردند اومانیسیم، انسان‌محوری و سکولاریسم را به دانشگاه‌ها تزریق کنند و اساس تمام تفکرات سیاسی، علمی، فرهنگی و اقتصادی قرار داده و جوامع بشری را از دیدگاه‌های توحیدی خالی کنند. این موضوع تک‌تک ما را به عنوان یک ایرانی مسلمان درگیر می‌کند و اگر انتظار داریم که یک جامعه مدنی با شرایط امنیتی بالای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی داشته باشیم، باید خود را مسئول بدانیم و با پژوهش و مطالعه، مسلمانان و کشورمان را نجات دهیم. زیرا آسیب‌ها و پیامدهای بد آن گریبانگیر ما و فرزندانمان نیز خواهد شد.

هدف اصلی تحقیق

با تحلیل و تبیین لایه‌های ناشناخته‌ای که حیات فرد فرد ما را می‌تواند شامل شود، در نجات جامعه و کشور اسلامی ایران گامی برداشته و زندگی جمعی را اندکی به سمت بهبودی سوق دهیم و با تحلیل محتوای مجموعه مستند «راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح» چگونگی حضور غرب در رسانه‌های داخلی، از گذشته تا کنون را بشناسیم و نقش رسانه ملی را در شناسایی جریان‌های انحرافی، بدانیم.

سوالات تحقیق

۱) نقش رسانه ملی در شناسایی ابعاد جریان فراماسونری موجود در رسانه‌های بین‌المللی چگونه بوده است؟

۲) نقش رسانه ملی در جهت تغییر نگرش مخاطب در راستای اهداف این کانون‌ها چیست؟

حبیب‌الله پور (۱۳۹۲) در مطالعه‌اش در مورد شیطان‌پرستی، جنگ نرم غرب علیه جمهوری اسلامی ایران به این نتیجه رسید که، شیطان‌پرستی در ایران فعالیت دامنه‌دار و گسترده غرب در چارچوب «جنگ نرم» در طول چند دهه برای براندازی نظام جمهوری اسلامی و فروپاشاندن استقلال ملی آن به شمار می‌رود. براساس آمار موجود، حدود ۴۰۰۰ فرقه تخریبی و خرافه‌پرستی در جهان به وجود آمده است که غرب، به ویژه آمریکا منشأ و بستر بیشتر آنهاست. مأموریت اخیر این افکار وارداتی، اسلام ستیزی و مسلمان‌گریزی است.

با توجه به یافته‌ها، دشمنان نظام اسلامی دریافتند که رمز پیدایی و پایایی انقلاب اسلامی همانا شاخص‌های بی‌بدیل فرهنگی و دینی‌ای است که غرب دریافت، با اتخاذ تدابیر جدید فرقه سازی و القای معنویت ابزاری و دروغین، باورهای دینی مؤمنان و معتقدان به ادیان آسمانی را

در معرض تهدید قرار دهد. اما به هر صورت با توجه به واقعیت‌های عینی در جامعه در جهت ورود و گسترش این فرقه نوظهور شایسته است راهکاری مناسب برای مقابله با این جریان ارائه داد.

همچنین زمانی، عابدینی، دانشجو و حیدری (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی میزان آشنایی دانشجویان دانشگاه اصفهان با فرقه‌های شیطان‌پرستی با تأکید بر نقش رسانه‌ها و پایگاه اجتماعی- اقتصادی» به این نتیجه رسیدند که، در مورد نحوه تأثیرگذاری پیام‌های رسانه‌ها شواهد متعددی در روانشناسی شناختی وجود دارد که شناخت، حافظه و درک افراد تحت تأثیر پیام‌های دیداری و یا شنیداری قرار می‌گیرد که در معرض آن قرار گرفته‌اند، حتی هنگامی که به طور هشیارانه از آن آگاه نبوده‌اند. شواهد رو به رشدی هم از روانشناسی اجتماعی وجود دارد که طرز فکر و نگرش افراد تحت تأثیر اطلاعات ناشناخته‌ای قرار گرفته است.

عابدینی و زمانی (۱۳۹۰) نتایج تحقیقات خود درباره علل گرایش نوجوانان و جوانان به فرقه‌های شیطان‌پرستی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه اصفهان را اینگونه بیان کردند که، عامل «ضعف در تربیت اخلاقی» به‌عنوان یکی از علل اخلاقی- مذهبی و تعداد افراد خانواده به‌عنوان شاخصی از جایگاه اقتصادی- اجتماعی خانواده پیش‌میان‌کننده‌های بسیار خوبی برای پیش‌میان‌میزان آشنایی کلی دانشجویان با فرقه‌های شیطان‌پرستی هستند.

سواد رسانه‌ای

توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیر چاپی عرضه نمود را سواد رسانه‌ای می‌گویند. تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای، به سال ۱۹۶۵ باز می‌گردد. مارشال مک‌لوهان اولین بار در کتاب خود

تحت عنوان «درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان»، این واژه را به کار برد و نوشت: «زمانی که دهکدهٔ جهانی تحقیق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند». یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آنها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد (شکرخواه، ۱۳۶۸).

سواد رسانه‌ای علاوه بر توانایی در سواد سنتی، که همان توان خواندن و نوشتن بود، توانایی تحلیل و ارزشیابی پیام‌ها و قدرت تولید و انتقال اطلاعات به دیگران در قالب‌های مختلف و با ابزار گوناگون را در انسان پدید می‌آورد. این‌گونه از سواد؛ با توانمند کردن انسان بر درک نحوه کار رسانه‌ها و نحوه معنی‌سازی آن‌ها، ماهیت و اهداف تولید پیام رسانه‌ها و تأثیرات و تکنیک‌های رسانه‌های گوناگون، او را از مصرف‌کنندگی صرف خارج کرده و در برابر اثرات رسانه‌ها مقاوم می‌سازد. سواد رسانه‌ای در کنار آموختن خواندن ظاهر پیام‌های رسانه‌ای از رسانه‌های مختلف، می‌کوشد خواندن سطرهای نانوخته رسانه‌های نوشتاری، تماشای پلان‌های به نمایش درنیامده و یا شنیدن صداهای پخش‌نشده از رسانه‌های الکترونیک را به مخاطبان بیاموزد. (کرباسیان، ۱۳۹۳) علاوه بر تعاریف فوق، سواد رسانه‌ای مفهوم‌گزینش و انتخاب از میان خیل تولیدات رسانه‌ها و تشخیص و تمیز این‌که کدام محصول رسانه متناسب با شرایط سنی و خانوادگی و به دلخواه فرد است را نیز شامل می‌شود.

سواد رسانه‌ای در ایران

نخستین کنفرانس میان‌المللی سواد رسانه‌ای با حضور استادان برجسته دانشگاه‌های داخلی و خارجی، در آبان‌ماه ۱۳۹۳ در محل سالن همایش‌های برج میلاد برگزار شد.

روش‌شناسی

روش پژوهش پیش‌رو، از نظر استراتژی، ترکیبی (توصیفی - کیفی) و از نظر مسیر اجرا، تحلیل محتوای کمی و کیفی است؛ به اینگونه که تحلیل محتوای کمی با سنجش متغیرها و ارزش‌های خبری، سپس تحلیل محتوای کیفی با تحلیل روایت جامعه آماری پژوهش انجام شده است. از نظر رویکرد، تحلیل محتوای عرفی و از نظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه جمع آوری داده‌ها، اسنادی و از نظر زمان مورد بررسی حال‌نگر و از نظر دوره زمانی مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش عبارت است از برنامه‌های روایت خبری راز آرماگدون ۴ که در سال ۱۳۸۹ از شبکه خبر سیما پخش شد.

نمونه‌گیری با روش هدفمند است. منطق این انتخاب هدفمند این بود که پروژه اشباح، براساس اسناد و مدارک معتبر داخلی و خارجی، نقش کانون‌های پنهان صهیونیستی در به خدمت گرفتن رسانه‌ها اعم از کتاب، مطبوعات و رادیو و تلویزیون و اینترنت و سینما و بازی‌های کامپیوتری در جهت جنگ نرم علیه اسلام و ایران و انقلاب اسلامی همچنین پدید آوردن فرقه‌های نو پدید شبه عرفانی و شرک آمیز برای تخریب اذهان نسل جوان و دور ساختن آنها از ادیان توحیدی و ابراهیمی را به تصویر می‌کشد. ابزار گردآوری اطلاعات، مشاهده و برگه کدگذاری براساس دستورالعمل کدگذاری بود. روایی صوری و محتوایی برگه کدگذاری از طریق جمع آوری نظرات، اعمال آنها و ضریب عینیت (معادل پایایی) کلی بر اساس ضریب توافق کدگذاران مورد تأیید قرار گرفت. روایی از طریق آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید گردید و عدد ۰/۸۳ به دست آمد.

یافته‌ها

الف- توصیف ساختار کلی برنامه:

پروژه اشباح و تکرار آن در روزهای شنبه، دوشنبه و چهارشنبه ساعات ۱۲:۴۵ و ۱۹:۴۵ روی آنتن شبکه خبر می‌رفت. ساختار برنامه متشکل از تیتراژ، دکور، بخش اجرای مجری، بخش روایت راوی، بخش کارشناس و تیزر لوگو است. در آغاز ۲۱ قسمت مورد بررسی، تیتراژی با مدت زمان ۲۵ ثانیه و در پایان آن تیتراژی با مدت زمان ۵ ثانیه پخش می‌شود. مدت زمان هر قسمت حدود ۱۵ دقیقه و المان‌ها و عناصر سازنده این تیتراژ شامل نمادهای فراماسونری همچون ساختمان آبلیسک، کلمه ZIONISM، چشم جهان‌میان، ستاره شش‌پر، کلمه CNN، لوگوی CIA، اسکلت جمجمه و هرم است. در میانه‌های برنامه نیز تیزرهایی با مدت زمان‌های ۲، ۵، ۸ و ۱۰ ثانیه پخش می‌شد که یا نام پروژه اشباح و یا نام راز آرماگدون را نشان می‌داد و در بعضی، تصاویر گونیا پرگار، حرف G، هرم و اسکلت جمجمه نشان می‌داد. دکور برنامه، دکوری واحد و خاص هستند پروژه اشباح نبود و بسته به موضوع آن قسمت، متغیر بود. دکورها شامل فضای داخلی یک نمایشگاه نقاشی، یک ساختمان با نمای شیشه، یک کتابخانه، یک میز شامل تعداد زیادی روزنامه، فضای استودیوی مجازی، یک دستگاه بزرگ سینماتوگراف، وسایل و ابزار مربوط به کارهای فنی سینمایی، یک سالن سینما، موزه، فضای باز و سرسبز و میز با یک کامپیوتر در حال اجرای بازی است. این متناسب بودن دکور و عناصر آن با موضوع، به صورتی بود که مخاطب از قسمت دوم به بعد می‌توانست با شروع برنامه موضوع آن قسمت را حدس بزند و درکل فضای ملموس با صحبت‌های مجری، احساس خوبی در مخاطب ایجاد می‌کند. مجری در تمام قسمت‌ها با لباسی رسمی ظاهر شده است.

ب- یافته‌های توصیفی:

جدول ۱. فراوانی و درصد موضوع کلی خبر

مقوله	فراوانی	درصد
سیاسی	۸	۳۸,۱
اقتصادی	۰	۰
فرهنگی	۱۳	۶۱,۹
اجتماعی	۰	۰
جمع	۲۱	۱۰۰

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که ۳۸/۱ درصد خبرها با موضوع سیاسی و ۶۱/۹ درصد با موضوع فرهنگی بوده است.

جدول ۲. فراوانی و درصد ژانر خبر

مقوله	فراوانی	درصد
مستند	۱۹	۹۰,۵
روایت	۰	۰
مصاحبه	۲	۹,۵
گزارش	۰	۰
جمع	۲۱	۱۰۰

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که ۹۰/۵ درصد خبرها با ژانر مستند و ۹/۵ درصد با ژانر مصاحبه بوده است.

جدول ۳. فراوانی و درصد نحوه روایت

مقوله	فراوانی	درصد
رویدادمحور	۲۱	۱۰۰
شخصیت محور	۰	۰
جمع	۲۱	۱۰۰

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که تمامی خبرها با با نحوه رویداد محور پخش شده است.

جدول ۴. فراوانی و درصد زمان مداری

مقوله	فراوانی	درصد
زمان مدار	۱۸	۸۵٫۷
غیر زمان مدار	۳	۱۴٫۳
جمع	۲۱	۱۰۰

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که ۸۵٫۷ درصد خبرها به صورت زمان مدار و ۱۴٫۳ درصد غیر زمان مدار بوده است.

جدول ۵. فراوانی و درصد جهت گیری

مقوله	فراوانی	درصد
مثبت	۸	۳۸٫۱
منفی	۰	۰
خنثی	۱۳	۶۱٫۹
جمع	۲۱	۱۰۰

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که ۳۸٫۱ درصد خبرها جهت گیری مثبت و ۶۱٫۹ درصد جهت گیری خنثی داشته است.

تحلیل روایت:

برای اینکه مخاطب نگرش جامعی از چگونگی سیر حضور این کانون‌های صهیونی در عرصه‌های فرهنگی و هنری و همچنین حوزه معنویت‌های کاذب به دست آورد، مجموعه مستند «راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح» ابتدا نفوذ افکار و اندیشه‌های سکولاریستی در قالب علوم انسانی غربی از طریق ترجمه و نشر کتب فیلسوفان صهیونیست را در کادر دوربین قرار می‌دهد و سپس به رسوخ نامحسوس این اندیشه‌ها و آرا در سرفصل دروس دانشگاه‌های کشور پرداخته و تشکیل حلقه‌های دانشگاهی سکولار را براساس همین تفکرات نفوذی نشان می‌دهد.

تبدیل این حلقه‌های دانشگاهی سکولار به حلقه‌های فکری (با همان منشأ اندیشه‌های صهیونی) و سپس نشر زنجیره‌ای از مطبوعات وابسته توسط آنها، مرحله بعدی این نفوذ را تشکیل می‌دهد که در مجموعه مستند «راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح» روایت تصویری آن را می‌نمایانیم و همین مطبوعات زنجیره‌ای منبع تولید نیروهای دست‌آموز سکولار برای رسانه‌های بیگانه می‌شوند تا پروژه اسلام زدایی و دین ستیزی را درون جامعه اسلامی رسوخ داده و آغاز فروپاشی ایدئولوژیک و سپس فیزیکی انقلاب را از داخل فراهم آورند.

"در مورد مخاطبان مجموعه‌های راز آرماگدون باید گفت که با توجه به رصدهای متعدد و مختلفی که توسط مراکز مختلف از جمله روابط عمومی سازمان صدا و سیما انجام شد، در مورد نخستین سری مجموعه راز آرماگدون حدود ۲۵ هزار وب‌سایت و وبلاگ خارجی در مورد این مجموعه اظهار نظر کرده، تحلیل نوشته و لینک‌های مختلف به آن داده بودند. در درجه نخست مخاطب راز آرماگدون ۴ طبعاً آنهایی بودند که ۳ سری قبلی آن را دیده بودند و در این میان به ویژه در خارج از کشور علاوه بر مراکز آکادمیک و رسانه‌ها (به دلیل موضوع ملتهب آرماگدون)، نهادهای مذهبی و شبه مذهبی، مراکز سیاسی و پژوهشی و ... و البته مردم عادی

جزو مخاطبان این مجموعه بودند. اما در داخل کشور علاوه بر مراکز دانشگاهی و آکادمیک، نهادها و گروه‌های سیاسی - دینی، بسیاری از مردم و اقشار عام و همه آنانی که به ویژه درباره مطبوعات و رسانه‌ها و اینترنت و بازی‌های ویدئویی و سینما و فرقه‌های نوپدید (موضوعات اصلی راز آرماگدون ۴) دغدغه‌مند بودند، مخاطب این مجموعه قرار گرفتند. چنانکه برای مثال بخش‌هایی از این مجموعه با زیر نویس در تلویزیون‌های اینترنتی خارجی مانند مموری تی‌وی و ای‌اوال و ... و همچنین برای دانلود در وب سایت‌های مختلف داخلی قرار گرفت. توسط مراکزی مانند دانشگاه تل‌آویو و مرکز تحقیقات ضد تروریسم مورد بررسی و هم در نشریات معتبر آمریکایی مانند ویکلی استاندارد از یک سو مورد نقد و تحلیل قرار گرفت و از سوی دیگر در کتب دانشگاهی مانند دانشگاه دوک مورد استفاده قرار گرفت. هم در نمایشات عمومی در شهرهایی مانند بوشهر و تبریز و ... برای اقشار مختلف نمایش داده و تحلیل شد. بنابراین قشر وسیعی در داخل و خارج کشور، مخاطب این مجموعه‌های مستند بودند" (مستغاثی، ۱۳۹۴).

تعیین وضعیت:

سری چهارم مجموعه راز آرماگدون تحت عنوان «راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح» در آذرماه سال ۱۳۸۹ در ۲۶ قسمت از شبکه خبر سیما پخش شد. این مجموعه مستند در ادامه ۳ سری قبلی که با نام‌های «راز آرماگدون»، «راز آرماگدون ۲: ارتش سایه‌ها» و «راز آرماگدون ۳: معبد تاریکی» طی سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۸۹ از شبکه‌های خبر، ۳ و ۱ پخش شد. تمام قسمت‌ها بعد از پخش تیتراژ، با اجرای مجری آغاز می‌شود و توضیح مختصری در مورد موضوع آن قسمت می‌دهد. او که کارشناس مجموعه نیز است، در ۷۱/۴ درصد از مجموعه «پروژه اشباح» لحنی آرام و جدی داشته است. دکورها به طور کلی دارای عناصر پیچیده و جلوه‌های بصری نیست. کارشناسان نیز در اتاق‌هایی با چیدمان معمولی و بدون وجود المانی مورد توجه در میزانشن،

سخن می‌گویند، به جز یک مورد که کارشناس در نمایشگاه کتاب قدم می‌زند و کتب نویسندگان و فیلسوفان یهودی ترجمه و منتشر شده در کشور را معرفی می‌کند. نورپردازی این مجموعه نیز در بیشتر قسمت‌ها ساده و بدون جلوه است به جز فضایی که در آن یکی از کارشناسان به نام فضل‌نژاد درباره آثار فیلسوفان یهودی که در دانشگاه‌های ما مرجع هستند و حلقه‌های سکولار صحبت می‌کند. نور محیط به نحوی پردازش شده است که گویی وی دارد به یک سری از واقعیات اعتراف می‌کند. فضای کلی اتاق تاریک است و نور از بالا به صورت وی تابیده است و دقیقاً نورپردازی اتاق‌های بازجویی را تداعی می‌کند و مخاطب را کمی تحریک می‌کند که دقیق‌تر شود؛ همچنین در قسمتی که موضوع آن فرقه‌های نوپدید است، یکی از کارشناسان امنیتی، در حالی که چهره و بدن وی تاریک است و قابل شناسایی نیست و فقط صدایش شنیده می‌شود، درباره سرکرده فرقه رام‌الله صحبت می‌کند و همین تصویر برای مخاطب هیجان‌انگیز است و در ذهن وی علامت سؤال ایجاد می‌کند و موجب می‌شود که برنامه را با دقت بیشتری دنبال کند.

رنگ استفاده شده در تیزرها و گرافیک این مجموعه، قرمز و طوسی و آبی است. در بسیاری از تیزرها رنگ‌هایی با توناژ قرمز وجود دارد و حتی عناصر گرافیکی نیز قرمز هستند. در حوزه علم نشانه‌شناسی و تحلیل آن، دال رنگ قرمز، مدلول درخور توجهی دارد. رنگ قرمز به طور گسترده‌ای به عنوان نماد جرم و گناه مورد استفاده قرار می‌گیرد. استفاده از رنگ قرمز تا حدودی به عقاید یهودیت و سپس مسیحیت که قرمز را با خون مقتول و به طور کلی با گناه مرتبط می‌دانند نیز بر می‌گردد. همچنین شیطان در بسیاری از نقش‌ها در فرهنگ‌های متفاوت با رنگ قرمز و لباس قرمز کشیده شده است.

موسیقی تیتراژ که کار آقای وحید چگینی است، از عناصر قوی ساخت این مجموعه است. ریتم، گام، مقطوع بودن موسیقی و تلفیق آن با صدای هم‌خوان‌ها، نوعی حالت تعلیق در مخاطب ایجاد می‌کند. سبک آن دقیقاً درخور فضای مستند و خطرناک بودن اطلاعات فاش شده در آن برای جامعه است. این موسیقی متفاوت هنگامی که پخش می‌شود کمی تشویش در ذهن ایجاد می‌کند و مخاطب را به سمتی تحریک می‌کند که بگوید این برنامه صرفاً آگاهی بخشی نیست و تو باید کمی مشکوک شوی. موسیقی گاهی ایجاد نوعی هراس را نیز به همراه دارد. بهره جستن از کارشناسان و ایجاد نوعی تثبیت اطلاعات در ذهن میاننده توسط آنها، از نقاط قوت این مجموعه است.

کنش پیچیده کننده:

دونالد شاو و مکسول مک‌کومبز واضعان نظریه برجسته سازی، در مقاله کارکرد برجسته سازی، می‌نویسند: «رسانه‌ها در قالب گزارش‌های خبری، به طور قابل ملاحظه‌ای اهمیت موضوع‌های مهم را تعیین می‌کنند. این تأثیر وسایل ارتباط جمعی، قابلیت اثرگذاری بر تغییر شناخت و ادراک مخاطبان و ساخت تفکر آنان، کارکرد برجسته سازی وسایل ارتباط جمعی نامیده می‌شود.»

در این مستند که به‌طور ۱۰۰ درصد رویداد محور است و در ۸۵/۷ درصد از آن روایتی زمان مدار داشته است، از قرون گذشته شروع به معرفی و تبیین منشأ و بنیان تشکیل حکومت جهانی صیهونیست می‌کند. این مجموعه نشان می‌دهد که اومانیسیم و سکولاریسم، مانیفست فکری صیهونیزم در مقابل هرگونه تفکر الهی و دینی است تا جوامع بشری را از دیدگاه‌های توحیدی خالی کند و همین مسأله در دستور کار کانون‌های پنهان جهان وطن قرار گرفته است

تا اومانیسم (انسان محوری) و سکولاریسم (خارج کردن دین از اجتماع) را اساس تمام تفکرات سیاسی، علمی، فرهنگی و اقتصادی قرار داده و جز آن را نکوهیده دانند.

امپراتوری جهانی صهیونیسم به سرکردگی آمریکا جنگ روانی علیه دشمنان را در راستای نیل به پیروزی بدون درگیری آغاز کرده بود. در سال ۱۹۴۸ سازمان سیا تأسیس شد و در آن بخشی ایجاد شد به نام دایره مدیریت فعالیت‌های علمی که در آن سیا یک‌سری از پروژه‌های تحقیقاتی را اجرا می‌کند که دامنه آن زیست محیط، پزشکی، مهندسی و بخش مهمی به نام علوم انسانی است. در ۱۹۵۰ سیا پروژه‌ای برای شبکه‌سازی علمی و تربیت معلم در جهان و ساخت طبقه نخبگان روشنفکر را آغاز کرد.

برنامه درست پیش می‌رود. آن‌ها برای تسخیر آدمیان احتیاج داشتند فکر آنها را شست و شو دهند و اولین و دقیق‌ترین راه، نفوذ و در دست گرفتن دانشگاه‌ها و استادان بود که می‌خواهند نسلی را تعلیم و آموزش دهند و فریفتن افکار عمومی از طریق نخبگان روشنفکر بخشی از طرح جنگ سرد بود.

در بخش مدیریت برنامه‌های علمی، یک دایره با اسم رمز «پاکت» (POCKET) تشکیل شد که بزرگترین فیلسوفان دنیا زیر چتر این دایره بودند همانند هانا آرنت که نظریه‌های مربوط به انقلاب و توتالیتاریزم مربوط به ایشان است و ریمون آرون که معروف به پدر جامعه‌شناسی مدرن است و کتاب مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی وی به عنوان مرجع در دانشکده‌های علوم اجتماعی ایران تدریس می‌شود. جیمز برنهام، برتراند راسل و ریچارد رورتی که تئوری دموکراسی فلسفه وی نیز توسط روشنفکران دانشگاهی ما به عنوان آخرین تئوری مدرن، پیشنهاد می‌شود و در این مستند فاش می‌شود که دقیقاً شخص ریچارد رورتی گفته است: حضور در سیا برای من افتخار بود، زیرا یک جهاد فرهنگی بود.

اکنون مرحله بعد باید اجرا شود. به طور منطقی در این نقطه باید دانش، تفکر و فرهنگ غرب به وسیله‌ای در دانشگاه‌ها، علوم انسانی و جامعه ایران تزریق شود. طبیعتاً کتاب و نشر، برای نیل به این هدف، بهترین وسیله ممکن می‌تواند باشد کما اینکه طبق گفته بنیامین دیزرائیلی، اولین صدر اعظم صهیونیست بریتانیا، یک کتاب ممکن است به عظمت یک نبرد باشد و یا لی ویلیامز، از رؤسای عملیات سری سیا می‌گوید: "کتاب مهم‌ترین ابزار جنگ فرهنگی است. کتاب با دیگر رسانه‌های تبلیغاتی متفاوت است و به‌طور چشم‌گیری نگرش و کنش خواننده را تغییر می‌دهد. کتاب مهم‌ترین سلاح تبلیغاتی استراتژیک است."

بعد از جنگ جهانی دوم، شورای برنامه‌ریزی روانی سیا طرح جامعی را برای عرضه کتاب‌های آمریکایی ارائه کرد. دایره هماهنگی اطلاعات در اواس‌اس (OSS) بخشی به نام مترجمان راه‌اندازی کرد که شروع به ترجمه کتاب‌های مبلغ لیبرال سرمایه داری در ایران کردند هدفشان قرار دادن تفکر آمریکایی در خوانندگان بود. در پروتکل ۱۲ زعمای صهیون درباره کتاب نوشته شده است: هر کس بخواهد در زمینه نشر فعالیت کند باید از ما مجوز بگیرد و بدین‌سان ابزار آموزشی در دست ما قرار می‌گیرد.

در سال ۱۳۳۳ بنگاه نشر کتاب در ایران تأسیس شد که در رأس آن بعد از اسدالله علم و شریف امامی بودند. شریف امامی استاد اعظم لژ بزرگ ایران و کاملاً ماسونی بود. در متن پروتکل ۱۶ زعمای صهیون آمده است: برای تخریب نیروهای مؤثر در انسجام فکری و همبستگی اجتماعی ملت، کار خود را از اولین حلقه‌های این سلسله یعنی دانشگاه‌ها آغاز می‌کنیم. کیفیت آموزشی را در برنامه‌های جهت دار بنیان می‌گذاریم و استادان طی برنامه‌های سری چنان در اختیار ما قرار می‌گیرند که ذره‌ای از برنامه‌های ما تخطی نخواهند کرد. ما آنها را با نهایت دقت انتخاب و گلچین می‌کنیم.

با رسوخ اندیشه‌های اومانیستی و سکولاریستی از طریق استادان سکولار و فیلسوفان صهیونیست در دانشگاه‌ها و بازار نشر و مطبوعات، فرهنگ مادی‌گرایی غرب به تدریج در ذهن نخبه حاکم شد تا عناصری خودباخته از دل آن بیرون آمده و مملکت را به سمت مطلوب کانون‌های پنهان جهان وطن سوق دهند. به گفته کارشناس برنامه، علوم انسانی در ایران یک علوم انسانی وارداتی است و نه بومی. دانشگاه از نیمه دهه ۶۰ در اختیار استادان سکولار قرار می‌گیرد و در دهه ۷۰ حلقه‌های سکولار در دانشگاه‌های ایران متولد شد. اساس علوم صهیونی در عمق و محتوای علوم انسانی باقی ماند و مبنای تغذیه فکری دانشجویان و منبع ساخت علوم انسانی سکولار شد.

مرحله بعد مطبوعات و حیطة نشر بود که برای فریب توده مردم بسیار مناسب جلوه می‌کرد آنچنانکه در پروتکل ۷ صهیون آمده است: مطبوعات ابزاری برای وادار کردن حکومت‌ها به پیروی از برنامه‌های ما و جلب افکار عمومی هستند مطبوعاتی که جز اندکی، پاسخ‌گوی ما هستند.

نشریه‌های زیادی توسط کسانی که اغلب زیر نظر تشکیلات فراماسونری بودند تأسیس شد و بسیاری رسماً به خدمت کانون‌های صهیونی درآمد بودند و مأموریت آنها تئوریزه نمودن همان تشکیلات صهیونی ماسون‌ها برای اسلام زدایی و مسخ هویت ایرانی و ایجاد خودباختگی و غربزدگی بود.

رادیو و تلویزیون دیرتر از مطبوعات مورد هجوم کانون‌های صهیونی قرار گرفتند. در دو قسمت، تاریخچه تأسیس بنگاه بی‌بی‌سی و شبکه‌های تلویزیونی ایران و رادیو وی‌اوی (VOA) و همچنین کانال‌های ماهواره بیان می‌شود که ریاست و کارکنان و گردانندگان آنها بهائی و صهیونیست هستند و تدارک و اجرای برنامه‌ها به عهده اعضای سابقه‌دار طاغوتی و وابسته به

محافل ماسونی است و سرمایه داران صهیونیست به عنوان مدیران و حامیان مالی حضور دارند. در بخشی با اشاره به نوشته "رضا براهنی" از اعضای کانون روشنفکران بیان می‌شود که بزرگترین تأثیر فرهنگی گوش کردن به رادیوهای بیگانه، ایجاد وابستگی‌های ذهنی و روان‌شناختی به بیگانه و بیگانگان است و انسان را تبدیل به حیوان دست‌آموز می‌کند و تأکید می‌شود که همین عبارت اخیر در پروتکل‌های زعمای صهیون آمده است.

نتانیاهو در یکی از سخنرانی‌های خود اعلام می‌کند که ایالات متحد باید با تلویزیون به ایران حمله کند و دقیقاً ۶ ماه بعد از آن، طرح تأسیس شبکه‌های فیلم و سریال و شو و موسیقی مانند ام‌بی‌سی فارسی و فارسی‌وان اجرا می‌شود که نتانیاهو این سریال‌ها را موجب فریب خانواده‌های ایرانی دانسته بود.

پروژه اشباح در ۲ قسمت نیز تاریخچه سینما را بررسی می‌کند و مجری آن را هنری وارداتی می‌خواند. از سفر مظفرالدین شاه به فرنگ برای ورود سینماتوگراف به کشور با توصیه و همراهی فراماسونری‌هایی همچون ظهیرالدوله تا ورود فوتوروما به کشور که با خود فرهنگ ارتباط زن و مرد را آورد؛ از ساخت اولین سالن سینما توسط میرزا ابراهیم‌خان صحاف‌باشی که به عضویت انجمن مخفی دوم فراماسون‌ها درآمد تا ورود مدارس آلیانس به عنوان نخستین مدارس صهیونیستی در زمان ناصرالدین‌شاه؛ از تأسیس مدرسه آرتیستی سینما توسط اوگانیانس مهاجر ارمنی که رؤسای مدرسه نیز عضو فعال لژهای فراماسونری بودند تا اولین فیلم‌های سینمای ایران مانند آوی و راوی، حاجی‌آقا آکتور سینما و دختر لر، همه و همه را مستند پروژه اشباح بررسی می‌کند تا به طرح‌های سازمان فراماسونری برای تشکیل حکومت جهانی صهیون از طریق نابودی ادیان الهی و تخریب باورها و اعتقادات دینی و ملی ایرانیان، برسد.

سینما به سمت ابتذال می‌رفته و این مسأله نشان می‌داد که سازندگان فیلم‌ها قربانیان فرهنگ ماسونی بوده و بی‌هویت و سرگشته شده‌اند. در سینمای نوین پس از انقلاب نیز تفکرات اومانستی، سکولاریستی و شبه روشنفکری تقویت و به اشکال گوناگون در فیلم‌های تولیدی نمایش داده می‌شود.

نوبت به حربه بعدی غرب صلیبی صهیونی می‌رسد. آن‌ها فرهنگ و تفکر شیعی را نشانه رفتند. غرب از کلیت خود بهره جسته و با فرقه‌سازی و علم کردن منجی‌های دروغین، قصد مقابله سیاسی و فکری با اسلام و شیعه و اجرای طرح تسخیر سرزمین ایران را داشتند. حضور عناصر بهائی در انحراف مشروطیت و زمینه‌سازی برای به قدرت رسیدن رضاخان و طرح کودتای ۱۲۹۹ و همچنین نفوذ بهائیان در پست‌های کلیدی لشکری و کشوری دوره پهلوی، همه راه‌حل صهیونیست بود جهت زمینه‌سازی برپایی اسرائیل در خاورمیانه و تبدیل ایران به حامی آن.

فرقه‌های نوپدید مثل رام‌الله و یا عرفان‌های انحرافی ادبی مانند کتاب‌های جبران خلیل جبران و پائولو کوئیلو که معتقد است هر کس افسانه‌ای شخصی دارد و سعادتش در گرو این است که در راه تحقق افسانه خویش بکوشد و برخی صاحب‌نظران وی را وابسته به نوعی از جریان معنویت منسوخ اومانستی می‌دانند. وی کتابی دارد که در آن به طور رسمی به ترویج فساد می‌پردازد. نزدیک به ۴۰۰۰ فرقه ۴ سال پیش گزارش شده است و روزانه بر تعداد آنها افزوده می‌شود. نزدیک‌ترین فرقه نوپدید به تفکرات و تشکیلات فراماسونری، شیطان‌پرستی است که شباهت تردید ناپذیر نمادها، آئین‌ها و مراسم فرقه‌های شیطان‌پرست با سازمان‌های ماسونی دلیل محکمی بر این ادعاست. انجام حرکات دست ویژه شیطان‌پرستان، توسط رؤسای جمهوری کشورهای بزرگ دنیا ثابت می‌کند که شیطان‌پرستان از طریق شبکه میان‌المللی فراماسونری

توانسته‌اند میان سیاست‌مداران و لایه‌های سیاسی حکومت‌ها نیز نفوذ داشته باشند. همچنین متأسفانه آنها از روی عناد و کینه رهبر موعود جهان اسلام را به عنوان آنتی کریست یا ضد مسیح معرفی می‌کنند.

مستندات زیادی وجود دارد که مأموران امنیتی و نظامی آمریکایی و انگلیسی، در پوشش‌های مختلف طی یکی دو دهه اخیر در پی شناسایی جریان فرهنگ مهدوی و کسب اخبار احتمالی از محل استقرار، زندگی و آمد و شد حضرت مهدی (عج) بوده‌اند.

در آخرین قسمت در دسترس از راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح، راز بازی‌های رایانه‌ای یا ویدئوگیم‌ها برملا می‌شود که اغلب مبلغ فرهنگ مخرب و جعلی صهیونی و ترویج خشونت و تجاوز هستند. بازی‌ها بیشتر با موضوعات جنگی و جنایی هستند و کارشناس بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌ها را موجب تغییر افکار و عقاید و ارزش‌ها می‌داند. صهیونیست محور اسلام هراسی و ایران هراسی را نیز به دو صورت علنی و غیر علنی در بازیها گنجانده است.

ارزیابی، خلاصه نتایج و بحث

رسانه برای اثرگذاری بر مخاطب و تغییر نگرش و تعویض الگوی فکری او، ۲ راه پیش رو دارد: یا مستقیم عمل کند یا غیر مستقیم. مسیر اول فقط در اهداف مثبت و مورد تأیید اخلاق و فرهنگ جامعه و یا موارد انسان‌دوستانه کاربرد دارد و در این پژوهش مورد بحث واقع نشده است. روش دوم عملکرد و تأثیرگذاری غیر مستقیم رسانه بر مخاطبان را شامل می‌شود.

استناد به نظریه کاشت کمی موضوع را روشن‌تر جلوه می‌دهد. نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها به ویژه تلویزیون بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند. نظریه پردازان کاشت استدلال می‌کنند

که تلویزیون اثرات درازمدت، تدریجی، غیرمستقیم، اما متراکم و انباشتی دارد. واژه متراکم و انباشتی برای فهم این نظریه مهم است. زیرا این نظریه پردازان درباره اینکه یک برنامه ویژه، اثرات چشمگیری بر باورها و نگرش‌های میانندگان دارد، بحث نمی‌کنند، بلکه مدعی‌اند تماشای تلویزیون برای مدتی طولانی، تأثیراتی بر روی بینندگان نسبت به دنیا و اعتقادات و باورهای آنان دارد. در اینجا ذکر این نکته ضروری است که با توجه به عصر الکترونیک و یخی امروز، ما مخاطبانی را داریم که می‌توانیم تماشای طولانی مدت تلویزیون در نظریه کاشت را به آنها تعمیم دهیم.

ما با رسانه‌های روبرو هستیم که کاملاً نامحسوس قصد تسخیر فکر و ذهن مخاطبانش را دارد و حتی در پاره‌ای موارد ناخواسته دست به این عمل می‌زند؛ شاید قبح بعضی ناپهنجاری‌های ارزشی و دینی و فرهنگی ما ریخته باشد و این عبارت نامحسوس بودن دقیقاً در روایت خبری راز آرماگدون ۴: پروژه اشباح، به اثبات رسید. لازم به ذکر مجدد است که منظور از رسانه، تلویزیون، رادیو، سینما، ماهواره، کتاب و نشریات، مطبوعات، فضای مجازی و بازی‌های رایانه‌ای است.

مخاطب به رسانه نوعی اعتماد ناشی از وابستگی دارد و با استناد به نظریه اعطای اعتبار اجتماعی رسانه به موضوع، زمانی که رسانه‌های همگانی موضوع یا سوژه‌ای خاص را انعکاس می‌دهند، در اصل بخشی از اعتبار اجتماعی خود را نیز به آن موضوع انتقال می‌دهند و مخاطب نیز اینگونه برداشت می‌کند که حتماً موضوع مطرح شده حائز اهمیت بوده که رسانه مورد نظر آن را انعکاس داده است و اگر اهمیت نداشت، هیچ‌گاه در رسانه‌ها مطرح نمی‌شد. زمانی که دانشجو در سرفصل‌های درسی خود با موضوعات تبیین‌کننده و مروج سکولاریسم و اومانسیسم

و... مواجه می‌شود، دقیقاً به دلیل حضور این موضوعات در کتب دانشگاهی‌اش، آن را مهم می‌پندارد و سعی در فهم آنها دارد!

بیشتر آنچه که ما می‌دانیم و فکر می‌کنیم که می‌دانیم، حاصل تجربه شخصی ما نیست، بلکه حاصل داستان‌ها و روایت‌هایی است که می‌شنویم، می‌خوانیم و می‌بینیم. تأثیرات این داستان‌ها همانند تأثیرات تزریقی نیست، بلکه درازمدت، تدریجی و فرهنگی است. کاشت آن چیزی است که یک فرهنگ انجام می‌دهد. زیرا فرهنگ، رسانه اصلی است که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند و می‌آموزند. تلویزیون به عنوان فراگیرترین و متداول‌ترین قصه‌گو، در زمینه کاشت ایدئولوژی، ارزش‌ها و باورهای مشترک نقش مهمی دارد (مورگان و شاناهان، ۱۹۹۷).

ما با یک تعامل روبرو هستیم. تعاملی که در یک سوی آن رسانه و تولیدات رسانه است و سوی دیگر آن، مخاطب. در مورد وجه مخاطب‌نشین آن باید گفت: مخاطبان رسانه به دو دسته تقسیم می‌شوند (۱) آن‌هایی که سواد رسانه‌ای دارند (۲) آن‌هایی که سواد رسانه‌ای ندارند. هر دو گروه در معرض محصولات رسانه‌ها هستند اما تأثیرپذیری آنها متفاوت است.

«می‌توان فاقدان سواد رسانه‌ای را طعمه‌های اصلی در فضاهای رسانه‌ای به شمار آورد، اما افراد دارای سواد رسانه‌ای نه تنها اسیر محصولات رسانه‌ای نمی‌شوند، بلکه قضاوت‌های صحیح‌تری از محیط پیرامون خود دارند. مخاطب باید آگاه باشد و بداند چه افرادی، با چه اهدافی و چگونه از طریق محتوای ساخته شده در پی چگونه اثرگذاری بر گرایش، رفتار و نگرش‌های او یا سایر افراد در جامعه هستند. البته به یاد داشته باشیم در نهایت مقاومت هم نوعی تأثیرپذیری تلقی می‌شود؛ زیرا یک یادآوری مجدد از ارزش‌ها و آگاهی‌های موجود خود فرد است.» (خوشنویس،

با توجه به نظریه‌های مطرح در خصوص چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها و دیدگاه‌های موجود، به نظر می‌رسد تأثیر رسانه‌ها در زمان‌ها، مکان‌ها، رویدادهای مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... وحتى نسبت به افراد مختلف جامعه یکسان ناست و به عوامل گوناگونی وابسته است.

البته اینکه مخاطب فعال باشد یا منفعل نیز در میزان تأثیری که از رسانه می‌گیرد مؤثر است. بنابراین هر یک از نظریات می‌تواند نسبت به بخشی از افکار عمومی مصداق پیدا کند و این طور نیست که افکار عمومی تنها با این نظریات قابل تبیین باشد. به هر حال، آنچه مسلم است رسانه‌ها در گسترش، هدایت و حتی انحراف افکار عمومی نقش دارند. آن‌ها با برجسته سازی، تکرار، تحریف، بزرگمایی، سکوت و دیگر تکنیک‌های رسانه‌ای تلاش می‌کنند افکار عمومی را آنچنانکه خط و مشی خبری‌شان ایجاب می‌کند هدایت کنند (انواری، ۱۳۹۱). اگر ما بتوانیم خصوصیات تفکرات صهیونی و ماسونی را روشن و تبیین کنیم، بسیاری از افرادی که ناآگاهانه به دام آن تفکرات می‌افتند و ناخودآگاه سرباز بی‌جیره و موجب ماسون‌ها می‌شوند، آگاه شده و با تفکرات یاد شده مرز بندی خواهند کرد و دیگر منتظر نشانه‌ها و نمادها نخواهند شد. (مستغاثی، ۱۳۹۳)

هدف سلطنت جهانی است، حکومت بر سرزمین و قلمرویی به وسعت این کره خاکی. هدفی که از یک دولت، امپراتوری جهانی ساخته است. سلطنت، قدرت و سیاست می‌توانند چنان اهداف عظیم، خطیر، استوار و خونخوار و کثیفی باشند که این چنین ستادن جان بشریت، بی‌ارزش جلوه کند و تخریب اعتقادات، ارزش‌ها و فرهنگ او، مهم باشد و به قیمت جان تمام شود. او با جنگ و خونریزی نمی‌خواهد قلمرو بگستراند، بلکه با جنگی نرم به قلع و قمع مسلمانان پرداخته است.

با توجه به یافته‌های پژوهش و ارزیابی نتایج، جواب دو سؤال طرح شده برای انجام این تحقیق نیز تبیین شده است. با انجام تحلیل کمی پاسخ سؤال اول (نقش رسانه ملی در شناسایی ابعاد جریان فراماسونری موجود در رسانه‌های میان‌المللی چگونه بوده است؟) مشخص شد و با سنجش متغیرها و محاسبه و بررسی فرضیه‌های فرعی، مجموعه راز آرمادون ۴: پروژه اشباح به عنوان نمود مناسب و دقیق رسانه ملی شناخته شد و در شناسایی و توضیح و تفسیر استیلای جریان فراماسونری بر رسانه‌های بین‌المللی کاملاً قابل استناد بود. همچنین با انجام تحلیل کیفی این روایت خبری به پاسخ مناسب برای سؤال دوم (نقش رسانه ملی در جهت تغییر نگرش مخاطب در راستای اهداف این کانون‌ها چیست؟) دست یافتیم که مفصل بیان شد.

منابع فارسی

۱. معتمدنژاد، ک، ۱۳۸۶، وسایل ارتباط جمعی، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ ششم.
۲. ساروخانی، ب، ۱۳۸۹، جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران، انتشارات اطلاعات، چاپ بیست و چهارم.
۳. آسابرگر، آ، ۱۳۸۹، روش‌های تحلیل رسانه، ترجمه پرویز اجلالی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ چهارم.
۴. سربینوآس، آر و استیوز، آل، ۱۳۹۰، ارتباطات توسعه در جهان سوم، ترجمه شعبانعلی بهرام‌پور، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، چاپ دوم.

۵. وثوقی، م و نیک‌خلق، ع، ا، ۱۳۸۵، مبانی جامعه‌شناسی، انتشارات بهینه، چاپ شانزدهم.
۶. کوئن، ب، ۱۳۸۶، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه غلامعباس توسلی و دکتر رضا فاضل، انتشارات سمت، چاپ هجدهم.
۷. حبیب‌الله‌پور، س، ۱۳۹۲، فصلنامه مطالعات عملیات روانی، سال دهم، شماره ۳۸.
۸. عابدینی، ی و زمانی، ب، ۱۳۹۰، مجله علوم روانشناختی، دوره دهم، شماره ۳۸.
۹. زمانی، ب و عابدینی، ی و دانشجو م، ج و حیدری، ف، ۱۳۸۹، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال ششم، شماره ۱۸.
۱۰. ساروخانی، ب، ۱۳۸۳، اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات، تهران، نشر آفتاب.
۱۱. شاه‌محمدی، ع، ۱۳۸۲، وسایل ارتباطی سربازان اصلی میدان جنگ‌های نوین، تهران، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دهم، شماره ۳۴.

Abstract

In this study, the influence of mass media on audiences to change their attitudes, beliefs and behaviors will be explained. In fact, we will talk about a global conspiracy that is executed by Zionist and the West to knock out Muslims and Islamic Republic of Iran.

For that, a descriptive-qualitative study as a quantitative-qualitative content analyze on statistical society of the narrative news "Secret of Armageddon ۴: Project of Ghosts" (broadcasted from the News channel of Iran in ۱۳۸۹) is done and the target was recognition of the western culture dominance on Iran and Islam, and the role of national media on that. The series is directed by "Saeed Mostaghazy" and produced by "Reza Jafarian" in the fall of ۱۳۸۹, and broadcasted in ۲۶ episodes from the News channel as a documentary. Duration of each episode was about ۵۵ minutes and it was event-driven.

According to the studies, observations and calculations, it seems that the Zionist regime and the hidden clubs of Freemasonry can dominate minds of audiences through the mass media, especially who have little or zero media literacy, and direct their life styles as they want. Analysis of narrative series of Project of ghosts as a reliable example from national media, decrypt this subtle domination on international media.

The keywords: Armagedon, Freemasonry, National media, Soft war, Narrative Analysis.