

شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی علیه جمهوری اسلامی در اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱

علیرضا زرین کلاه^{۱*}، سیدحسین نجفی^۲، محمدعلی هرمزی زاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۲

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست و شش، شماره ۱۰۰، پاییز ۱۴۰۲

20.1001.1.1735501.1402.26.100.4.8

چکیده

امروزه رسانه‌ها به‌عنوان یکی از ارکان اصلی قدرت نرم محسوب می‌شوند و دولت‌ها با بهره‌گیری از تکنیک‌های عملیات روانی به دنبال اثرگذاری بر نگرش‌ها، باورها و رفتارهای مردمان کشورها هستند. یکی از این مصادیق، حوادثی است که در پی اغتشاشات مهر و شهریور ۱۴۰۱ در ایران شکل گرفت. این مقاله بر این اساس با هدف شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی علیه جمهوری اسلامی ایران در بازه زمانی انجام‌شده است. از مجموع محتواهای مربوطه در فاصله زمانی ۲۵ شهریور تا ۱۸ مهر ۱۴۰۱ (بجوبه ناآرامی‌های میدانی و نیز تمرکز تولید محتوای بی‌بی‌سی فارسی به سوژه موردنظر از حیث کمیت) در بخش‌های خبری، برنامه خبری تحلیلی ۶۰ دقیقه، برنامه به‌عبارت‌دیگر، برنامه صفحه ۲، برنامه بلور بنفش و ویژه‌برنامه پرگار شبکه بی‌بی‌سی فارسی با نمونه‌گیری هدفمند، انتخاب و با روش تحلیل محتوای کیفی مورد واکاوی قرار گرفت. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد رسانه مذکور در مجموع از ۹ تکنیک عملیات روانی از جمله شرطی‌سازی، ایجاد تفرقه و اختلاف، القا غیرمستقیم، از زبان غیر گفتن، روشنگری، تحریک کردن، وارونه‌کردن، انسانیت زدایی از حریف و تخدیر استفاده کرده است که سه تکنیک از زبان غیر گفتن، تحریک کردن و انسانیت زدایی از حریف بیش از سایر تکنیک‌ها و دو تکنیک شرطی‌سازی و تخدیر کمتر مورد استفاده شبکه بی‌بی‌سی فارسی بوده است که می‌توان این‌طور مطرح نمود که حسب سوژه ویژه این پژوهش و اقتضای این نبرد ترکیبی این دو تکنیک نیز منحصراً به در میان تکنیک‌های عملیات روانی رسانه مذکور علیه جمهوری اسلامی اضافه به‌کاربرده شده‌اند.

کلیدواژه‌گان:

عملیات روانی، تکنیک‌های عملیات روانی، شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی، اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، گروه علوم نوین رسانه، دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران (نویسنده مسئول) zarinkolah1375@gmail.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، گروه علوم نوین رسانه، دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران seyedhosseinnajafi99@gmail.com

^۳ مربی، گروه ارتباطات، دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران hormozima@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

۱-۱- مقدمه موضوع

عملیات روانی، در یک تعریف کلی شامل بهره‌گیری از تبلیغات در راستای اهداف ملی جهت تأثیرگذاری بر افکار و احساسات مخاطبان است. امروزه مفهوم عملیات روانی با رسانه‌های مدرن و امروزی پیوند خورده است و این رسانه‌ها محملی برای عملیات روانی محسوب می‌شوند. همچنین عملیات روانی جزو تفکیک‌ناپذیر یک عملیات نظامی است. (شعاعی، کزج ۱۴۰۰). به صورت کلی رسانه‌ها فقط به عنوان یک ابزار فرهنگی و اجتماعی فعالیت نمی‌کنند بلکه توانایی تعیین اولویت‌های ذهنی و حتی چارچوب سازی ذهنی را دارند. یکی از راهکارهای اولویت‌سازی موضوعی و جهت‌دهی افکار عمومی توسط دولت‌ها عملیات روانی است.

امروزه در عصر ارتباطات، جنگ‌ها از جنگ رسانه‌ای آغاز می‌شوند و با جنگ رسانه‌ای ادامه می‌یابند و پایان می‌پذیرند. پیروزی و شکست کشورها در قالب سیاست‌های رسانه‌ای رقم می‌خورد و این رسانه‌ها هستند که پیروزی می‌آفرینند، مغلوب می‌سازند و افکار عمومی را به هر سو که می‌خواهند هدایت می‌کنند (ترابی، ۱۳۸۵: ۱۲). در جنگ رسانه‌ای دشمنان تلاش می‌کنند نقاط ضعف احتمالی را بزرگنمایی کنند و با القا بحران و غیرعادی بودن شرایط کشور، به نوعی وضعیت را در حالت بن‌بست نشان دهند. آنان بدین‌وسیله در پی مخدوش ساختن نشانه‌های امیدند و تلاش می‌کنند تلقی‌های بدبینانه را نسبت به نظام گسترش دهند. همچنین تلاش برای ایجاد اختلاف بین گروه‌های مختلف، مردم و مسئولین و منحرف ساختن اذهان از دشمنان از دیگر برنامه‌های جنگ نرم است. (تقی زاده، ۱۳۹۰).

۱-۲- ضرورت موضوع

یکی از خدعه‌ها و شگردهای دشمن برای نفوذ به داخل کشور، توسل و تمسک به رسانه‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای است. برای این منظور پارلمان‌های کشورهای غربی متخاصم نظام جمهوری اسلامی که استقلال و آزادی ایران را بر نمی‌تابند، در طول سال‌های پس از انقلاب، در راستای تهاجم فرهنگی، بودجه‌های هنگفتی را برای تبلیغات گسترده و حجیم علیه جمهوری اسلامی ایران تخصیص داده‌اند. در میان رسانه‌های غربی که در طول سال‌های پس از انقلاب، به عنوان بازوی رسانه‌ای و پروپاگاندای دشمنان به تبلیغ علیه منافع و مصالح ملی ایرانیان و نظام ارزشی حاکم بر داخل کشور پرداختند، شبکه بی‌بی‌سی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. در واقع بی‌بی‌سی که در دوران پیش از انقلاب نیز به واسطه سیاست‌های



دولت بریتانیا سابقه خصومت ورزی با ایرانیان را داشت، در دوران پس از انقلاب نیز مأموریت ویژه‌ای را برای مقابله با نظام جمهوری اسلامی در بعد رسانه‌ای عهده‌دار شد (زیتی، ۱۳۹۸). شبکه بی‌بی‌سی فارسی با ادعای بی‌طرفی، همواره با دفاع و پشتیبانی از گروه‌های مخالف و معاند 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 ورزشگاه، مشکلات ناشی از مؤسسات مالی و اعتباری، افزایش قیمت ارز، افزایش و مناسب‌سازی قیمت بنزین و احتمالاً حوادث بعدی فضای کشور را ناامن نشان داده است. در سال ۱۴۰۱ در پی فوت مهسا امینی در پاسگاه نیروی انتظامی، اغتشاشات از ۲۶ شهریور ۱۴۰۱ با تجمع اعتراضی در مقابل بیمارستان محل مرگ وی در تهران آغاز شد و در روزهای بعد به بقیه استان‌ها گسترش یافت.

۱-۳- اهمیت موضوع

با توجه به اینکه شناسایی راهبردهای دشمن و بررسی عملکرد آن می‌تواند به عملکرد مناسب بیانجامد و برنامه‌ریزی مناسب انجام شود. همچنین جهاد تبیین یکی از مهم‌ترین اقداماتی است که رهبر معظم انقلاب در سال‌های اخیر به آن اشاره ویژه داشتند که در این مقاله این مهم ظهور و بروز پیدا کرده است. زمانی ما می‌توانیم در مقابل اقدامات رسانه‌های دشمن راهبرد مؤثری را اتخاذ کنیم که به‌خوبی راهبردها، اقدامات و تکنیک‌های آن را شناسایی کنیم. لذا این مقاله می‌تواند نقشه راه خوبی را در اختیار سیاست‌گذاران جهاد تبیین قرار بدهد.

درباره مسئله دشمن‌شناسی رهبر معظم انقلاب اشاره دارند که: «همه‌ی جوان‌های عزیز ما بدانند که دشمنان بیکار نمی‌نشینند، نقشه می‌کشند؛ هنر این است که نقشه‌ی دشمن را، توطئه‌ی دشمن را، نقطه‌ای را که آماج حمله‌ی دشمن است، بشناسیم و برای مواجهه‌ی با او، برای مقابله‌ی با او، برای خنثی کردن کار دشمن، طرح داشته باشیم، انگیزه داشته باشیم، فکر داشته باشیم. وادادگی در مقابل دشمن، دروازه‌ی همه‌ی آسیب‌هایی است که بر یک کشوری وارد می‌شود. ما می‌خواهیم کشورمان را به برکت اسلام به اوج برسانیم؛ ما می‌خواهیم ملت ایران را -آن‌چنان که شایسته‌ی این ملت است- به نقطه‌ای برسانیم که الگو باشد؛ نه فقط برای دنیای اسلام و ملت‌های مسلمان، بلکه برای بشریت؛ خب این کار



بزرگی است، این راه دشوار و طولانی‌ای است. دشمن اسلام نمی‌خواهد که نام اسلام یک چنین عظمت و شکوهی پیدا کند؛ دشمن شیعه هم نمی‌خواهد؛ بنابراین می‌نشینند توطئه می‌کنند، می‌نشینند فعالیت می‌کنند، می‌نشینند نقشه می‌کشند. نباید از نقشه‌ی آن‌ها غافل شد». (بیانات رهبری در دیدار با مردم اصفهان، ۱۳۹۵).

۱-۴- مساله اصلی

گلن معتقد است که هدف اصلی عملیات روانی، تغییر یا تقویت نگرش‌ها و رفتار افراد در راستای اهداف و مقاصد کارگزاران عملیات روانی است (الیاسی، ۱۳۸۴: ۳۴). جان کالینز استاد دانشگاه ملی جنگ آمریکا، جنگ روانی را «استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن، برای نفوذ در خصوصیات فکری دشمن، با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی شود» تعریف کرده است و معتقد است این جنگ انعطاف‌پذیرترین ابزار برای دستیابی به اهداف جنگ سرد است (عاصف، ۱۳۸۴). رسانه خبری بی‌بی‌سی فارسی در هر مقطع حساس در پی ضربه‌زدن به جمهوری اسلامی ایران بوده است و با استفاده از تکنیک‌های مختلف با توجه به شرایط این هدف را دنبال کرده است اما در اغتشاشات اخیر با توجه به اهمیت موضوع زن، برای ایجاد شکاف در جامعه برنامه‌ریزی و سعی بر زن‌ستیز نشان دادن جمهوری اسلامی ایران داشته است، مهم‌ترین مسئله این است که هدف، سیاست و راهبرد این رسانه شناسایی شود، یعنی حجاب خود یک مسئله فرعی برای رسانه بی‌بی‌سی است و هدف اصلی نشانه گرفتن عنصر اصلی خانواده یعنی زن و همچنین مادر است.

بصیرت این است که شما بدانید با چه کسی طرفید، بدانید که او درباره‌ی شما چه فکری دارد، بدانید که اگر چشم خودتان را بستید و فکر نکردید، ضربه خواهید خورد. توقع ما از نخبگان سیاسی و غیرسیاسی کشور این است که این بصیرت را داشته باشند. مردم خوشبختانه این بصیرت را دارند. (بیانات رهبری در دیدار با مردم اصفهان، ۱۳۹۵).

شناخت درست از دشمن داشته باشیم. دشمن یک جبهه است؛ دشمن یک فرد که نیست، یک دولت خاص که نیست، یک جبهه است؛ ما باید این جبهه را بشناسیم و ببینیم چه کسی وابسته‌ی به این جبهه است و از کجا این جبهه، جوری حرکت می‌کند که می‌تواند ما را نسبت به خودش مشتبه کند. جبهه‌ی دشمن را بشناسیم، شیوه‌های دشمنی را هم بشناسیم؛ بدانیم [دشمن] چه جوری دشمنی می‌کند. گاهی هست که دشمن وارد می‌شود، یک کاری را شروع می‌کند به قصد یک هدف خباثت‌آمیز و ما درست نمی‌دانیم آن هدف



چیست؛ ظاهر کار را نگاه می‌کنیم می‌بینیم کار خوبی است و از آن استقبال می‌کنیم؛ درحالی‌که او دارد آن هدف [خودش] را دنبال می‌کند. داشته‌ایم؛ از این قبیل در کشور داشته‌ایم و داریم مواردی را که آن‌ها یک کاری را شروع کردند با یک هدفی، ما هم ظواهر کار را نگاه کردیم گفتیم عجب! خب اینکه کار خوبی است، اینکه اشکالی ندارد؛ درحالی‌که اگر بصیرت داشته باشیم، اگر اهداف دشمن را بشناسیم، این جوری گول نمی‌خوریم. (بیانات در دیدار رئیس و اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۳۹۵)

این مقاله در پی پاسخ به این سؤال است که شبکه بی‌بی‌سی فارسی در ماجرای اغتشاشات ۲۵ شهریور تا ۱۸ مهرماه سال ۱۴۰۱، از چه تکنیک‌های عملیات روانی علیه جمهوری اسلامی ایران استفاده کرده است؟

دلیل انتخاب بازه زمانی ۲۵ شهریور تا ۱۸ مهر: نظر به اینکه با توجه به شواهد و قرائن موجود، بحبوحه ناآرامی‌ها، آشوب‌ها و نزاع‌های های میدانی در این بازه زمانی بوده و همچنین تمرکز و تکیه ویژه رسانه بی‌بی‌سی فارسی و سایر رسانه‌های فارسی‌زبان در این بازه به سوژه مرگ مهسا امینی به‌روشنی دیده می‌شود به‌نحوی که از حیث کمیت، مانور و پرداخت رسانه‌ای ویژه‌تری روی این سوژه خاص صورت گرفته و محتواهای بیشتری تولید و منتشر شده است.

این مقاله در پی پاسخ به این سؤال است که شبکه بی‌بی‌سی فارسی در ماجرای اغتشاشات پاییز شهریور و مهرماه سال ۱۴۰۱، چگونه از تکنیک‌های عملیات روانی استفاده کرده است؟

۱-۵- نحوه سازمان‌دهی مقاله

در ادامه پیشینه و مبانی نظری پژوهش موردبحث قرار گرفته شده است که یک مرور تجربی بر پیشینه‌های داخلی و خارجی انجام شده است و سپس ادبیات درباره موضوع تکنیک‌های عملیات روانی و نظریه‌های موجود موردبحث قرار خواهد گرفت. سپس در بخش یافته‌ها به نتایج حاصل از بررسی تکنیک‌ها خواهیم پرداخت و سپس در قسمت نتیجه‌گیری یافته‌های موجود با استفاده از نظریه‌های مربوطه مورد تحلیل و بررسی قرار خواهد گرفت و به تکنیک‌های مورد استفاده رسانه بی‌بی‌سی پی خواهیم برد.



۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- ادبیات نظری

۲-۱-۱- تعریف عملیات روانی

اصطلاح عملیات روانی (psychological operation) نخستین بار در سال ۱۹۴۵ از سوی کاپیتان الیس ام زاجاریاس بکار برده شد (مرادی و همکاران، ۱۳۸۹: ۶). پژوهشگران مختلف تعاریف متنوعی از عملیات روانی ارائه کرده‌اند. فرخی و شهبازی (۱۳۹۵) تفاوت‌ها و تشابه تعاریف را از سه منظر «هدف، ابزار و مخاطب» مورد بررسی قرار داده‌اند.

۱. از حیث هدف: از این نظر تمامی تعاریف دیدگاه مشترکی دارند. آن‌ها هدف عملیات روانی را تأثیرگذاری بر عقاید، نگرش‌ها، احساسات، عواطف و رفتارهای مخاطبان به‌منظور نیل مجری عملیات روانی به هدف خود بیان می‌کنند.

۲. از حیث ابزار: از این دیدگاه تعاریف به دو بخش قابل تقسیم‌اند: گروهی ابزار را صرفاً تبلیغی و نه نظامی، اقتصادی یا سیاسی می‌دانند. در حالی که گروهی دیگر، تعاریف را مجموعه‌ای از اقدامات تبلیغاتی، نظامی، سیاسی و اقتصادی می‌دانند.

۳. از حیث مخاطب: مخاطبان عملیات روانی در تعاریف مختلف یکسان نیستند. بعضی از تعاریف، مخاطب عملیات روانی را منحصرأ دشمن خارجی می‌دانند و بعضی دیگر، دوست و بی‌طرف را نیز مخاطب عملیات می‌دانند.

گلن معتقد است که هدف اصلی عملیات روانی، تغییر یا تقویت نگرش‌ها و رفتار افراد در راستای اهداف و مقاصد کارگزاران عملیات روانی است (الیاسی، ۱۳۸۴: ۳۴). جان کالینز استاد دانشگاه ملی جنگ آمریکا، جنگ روانی را «استفاده طراحی‌شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن، برای نفوذ در خصوصیات فکری دشمن، با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی شود» تعریف کرده است و معتقد است این جنگ انعطاف‌پذیرترین ابزار برای دستیابی به اهداف جنگ سرد است (عاصف، ۱۳۸۴). در تعریفی دیگر آمده است: عملیات روانی سلسله فعالیت‌های روان‌شناسانه‌ای است که در زمان صلح، جنگ و بحران برای تأثیر گذاشتن بر نگرش و رفتار مخاطبان بی‌طرف خودی و دشمن طرح‌ریزی شده و در دستیابی به اهداف سیاسی و نظامی مؤثر است. چنین عملیاتی پیش، پس و در حین منازعات، طراحی و هماهنگ می‌شود و به اجرا درمی‌آید (مرادی، ۱۳۸۵: ۵۲). از منظر آلفرد پدوک (۱۹۸۹: ۴۵)، عملیات روانی، طرح‌ریزی به‌منظور استفاده از ابزار ارتباطی (عوامل سیاسی، ایدئولوژی و نظامی) اثرگذار در انحراف رفتار گروه‌ها، کاهش



انگیزه‌ها و تغییر رفتار برای نفوذ بر اعمال و رفتارهای انسانی است که منجر به دسترسی آسان‌تر به اهداف ملی می‌گردد. در تعریفی دیگر عملیات روانی شاخه‌ای از جنگ روانی است که به‌منظور تأثیر یا حصول تغییر در برداشت‌ها، عقاید و احساسات فرد یا گروه معین (دوست یا دشمن) در جهت پشتیبانی از اهداف و منافع کشور به کار می‌رود (شیرازی، ۱۳۷۶). در نهایت می‌توان گفت در همه تعریف‌ها عملیات روانی، عملیاتی برنامه‌ریزی شده به‌منظور تأثیرگذاری بر احساسات، انگیزه‌ها و استدلال‌های جامعه مخاطب و سوق دادن آن به سمت اهداف موردنظر مجری عملیات روانی است (فرخی و شهبازی، ۱۳۹۵).

۲-۱-۲- اهداف عملیات روانی

هدف عملیات روانی، کنترل افکار عمومی و شکل‌دهی به آن و یادآور «مثلث کورت» است. مثلث آموزش، مهندسی و ضمانت اجرا (اولسون و همکاران، ۱۳۸۷:۷۵) اهداف کلی که در عملیات روانی دنبال می‌شود شامل: ۱. اهداف سیاسی با هدف ایجاد تفرقه در جامعه، ۲. اهداف نظامی برای سست کردن انگیزه نبرد در نفرات نیروی مقابل و ۳. اهداف سیاسی-نظامی که نمی‌توان در یکی از دو نوع قبل جای داد، نظیر تبلیغات زمان جنگ یک کشور برای کشور دیگر با هدف اعمال فشار بر تصمیمات دفاعی رهبران (نصر، ۲۰۵:۱۳۸۷-۲۲۵). همچنین عاصف (۱۳۸۴) برخی از اهداف سیاسی و نظامی عملیات روانی را به شرح زیر ذکر کرده است:

الف) بی‌اعتبار نمودن رهبران کشور موردنظر (کشور هدف)

ب) بزرگ نمودن نقاط ضعف حکومت و نظام

ت) منحرف نمودن احساسات ملی مردم جهت سلب پشتیبانی از حکومت

ث) ایجاد اختلال در منافع و مصالح مردم

ج) ایجاد شکاف در بین مردم و مدیران

چ) ایجاد اختلال بین مردم و جناح‌ها

ح) تقویت گروه‌ها و سازمان‌های مخالف و وادار نمودن آنان به مقاومت و فشار بر سران کشور

خ) ایجاد شکاف و اختلاف بین کشور هدف و هم‌پیمانان منطقه‌ای او

د) بی‌اعتبار نمودن فرماندهان نظامی کشور موردنظر (هدف)

ذ) منحرف نمودن احساسات ملی مردم، در جهت سلب پشتیبانی از نیروهای مسلح

ر) بزرگ نمودن نقاط ضعف نیروهای مسلح



۲-۱-۳- تکنیک‌های عملیات روانی

در به‌کارگیری عملیات روانی به‌منظور اثرگذاری بیشتر بر افکار، بینش‌ها، باورها و رفتارهای مخاطبان از تکنیک‌ها و روش‌های متنوعی استفاده می‌شود که توضیحات برخی از مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر آمده است:

تخدیر: متخصصان عملیات روانی برای متوقف کردن اراده مخاطبان پشتوانه‌های احساسی-عاطفی آنان را هدف قرار داده و شور و احساس حاکم بر رفتار ایشان را به‌تدریج زایل می‌کنند، زیرا به‌خوبی می‌دانند که با کاهش شور و هیجان، خود رفتار نیز تضعیف و متوقف خواهد شد. در این حالت مخاطبان قدرت و توان خود را برای رسیدن به اهداف از دست‌داده و در موضع انفعال و عقب‌نشینی یا تسلیم قرار می‌گیرند. گسترش دادن فساد، مواد مخدر و روحیه عافیت‌طلبی و خشونت از مظاهر آن است که متخصصان عملیات روانی از آن‌ها برای رسیدن به مقصود خود بهره می‌برند (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۵۰).

برچسب‌زنی: برچسب زدن یعنی، دادن بار مثبت یا منفی به واژه‌ها و نسبت دادن آن به گروه‌های دوست و دشمن. بر اساس این روش، رسانه‌ها واژه‌های مختلف را به صفات مثبت و یا منفی تبدیل می‌کنند و آن‌ها را به افراد و یا نهادهای مختلف نسبت می‌دهند. گاهی هدف از این عملکرد آن است که ایده، فکر و یا گروهی محکوم شوند بی‌آنکه استدلالی در محکومیت آن‌ها آورده شود (میرسمیعی، ۱۳۹۴: ۱۵۱).

انسان زدایی از حریف: بر اساس این تکنیک، هر یک از طرفین منازعه در عملیات روانی خویش می‌کوشد تا تصویری غیرانسانی از حریف ارائه نمایند. به تصویر آن‌ها، این اقدام هم از مشروعیت آن می‌کاهد و هم اعمال خشن و تند خود علیه او را توجیه می‌کند (الیاسی، ۱۳۸۵: ۱۵).

وارونه کردن: مجری عملیات روانی باکمال سادگی با وارونه کردن واقعیت‌ها نزد مخاطبان، اطلاعات غیرواقعی، مخدوش و غلط را ترویج و تصویری نادرست از واقعیت در اذهان ایجاد می‌کنند. غربال‌گری، دست‌کاری و تحریف اطلاعات سفید را سیاه، زشت را زیبا، اشغال‌گری را آزادی بخشی، آزادی‌خواهی را تروریسم معرفی می‌کند. (سوری، ۱۳۸۵: ۷۵).

انگشت‌نماکردن دشمن: شکلی از ساده‌سازی است که یک وضعیت دشوار و پیچیده را به سطحی تنزل می‌دهد که یک دشمن مشخص و آشکار در آن پدیدار می‌شود. برای مثال، رئیس‌جمهور کشور الف برای محافظت از مردم صلح‌طلب خود در مقابل ستیزه‌جویی‌های



خسونت‌بار گروه‌های معارض داخلی، در کشور وضعیت اضطراری اعلام می‌کند (پارسا، ۱۳۹۴).

ایجاد تفرقه و اختلاف: همواره تشدید اختلافات داخلی و ایجاد سوءظن بین جناح‌های یک گروه یا یک جامعه یکی از پرسودترین روش‌های عملیات روانی بوده است. در این تکنیک باید نقاط اختلاف دقیقاً مورد شناسایی قرار گیرد و مسائل روان-شناختی هر گروه یا هر جناح مشخص شود و پس از آن اقداماتی انجام شود که اختلافات در داخل صفوف آن‌ها را افزایش دهد. از جمله نتایج این روش در صورت عملکرد صحیح سازمان عملیات روانی خود، مشغول شدن صفوف مختلف حریف به یکدیگر و انحراف آن‌ها از جبهه مقابل است. در واقع طی این پروسه دشمن اصلی فراموش شده و جناح‌های حریف همدیگر را دشمن فرض کرده و توجه خود را کاملاً معطوف به برخورد با جناح مقابل می‌نمایند (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۵۷).

از زبان غیر گفتن: در مواقعی که طرح یک سناریو و انتقال پیام از جانب نیروهای خودی بی-اثر بوده و گروه هدف یا مردم آن را حمل به خصومت و دشمنی نموده یا به آن توجه نمی‌نمایند این شیوه مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این حالت سعی می‌شود پیام از جانب منبعی به‌سوی گروه هدف ارسال شود که نسبت به گروه هدف خصومتی نداشته و سابقه ناپسندی هم نزد گروه هدف نداشته باشد، یا مورد اعتماد گروه مخاطب بوده باشد. این روش به دو صورت انجام می‌شود: نخست انتقال پیام به عنصر ثالث (عنصری که واجد شرایط باشد) و دیگری نسبت دادن پیام به عنصر ثالث (عنصری که واجد شرایط باشد) و دیگری بازپخش آن از زبان عنصر ثالث (براتی، ۱۳۷۶: ۱۴۱).

خودداری از پیگیری: در این شیوه مجریان رسانه‌ها و متولیان جنگ رسانه‌ای با روبه‌رو شدن با یک پاسخ مخالف که انتظار آن را نداشته‌اند، فوراً موضوع بحث را تغییر می‌دهند و یا برنامه را به بهانه‌ای قطع می‌کنند یا به موضوع دیگری می‌پردازند (مایکل پارتنی، ۲۰۰۱).

تحریک: منظور از این شیوه، انجام اقداماتی است که روی حالات و رفتارهای مخاطبان تأثیر می‌گذارد. طراحان جنگ روانی با ارائه پیام‌های آگاهی‌دهنده، به تحریک احساسات مخاطبان می‌پردازند و آن‌ها را به‌سوی تحقق اهداف موردنظر خود سوق می‌دهند. حس همدردی، خشم و غضب از جمله مفاهیم تعیین‌کننده در این شیوه محسوب می‌شوند، متخصصان جنگ روانی با ترسیم چهرهای بی‌رحم و ضد انسانی از طرف مقابل یا چهرهای



دردکشیده از قربانیان یک حادثه، می‌تواند قوه خشم و غضب مردم خودی و یا احساس همدردی با قربانیان و بازماندگان یک حادثه را برانگیزند و از آن بهره‌برداری کنند. (اسکندری، ۱۳۹۰).

انگاره سازی: انگاره سازی یکی دیگر از شیوه‌های عملیات روانی است که در نبرد رسانه‌ای از آن استفاده می‌شود. در این روش، نیروهای مهاجم سعی می‌کنند با ایجاد تصویری مطلوب از خود، تصویری مخدوش و ناموجه از نیروهای مدافع در اذهان مخاطبان ایجاد کنند. در این روش، خبر، ضرورتاً همان چیزی نیست که اتفاق می‌افتد بلکه چیزی است که منبع خبری آن را ارائه می‌دهد (سبیلان اردستانی، ۱۳۸۴: ۲۹).

تشجیع: برخلاف تخدیر در این روش باید شور و اشتیاق و حرکت به سوی مطلوب را در مخاطبان ایجاد نمود و عواطف و احساسات آنان تقویت شود. متخصصان عملیات روانی با بهره‌گیری از اصول عاطفی و احساسی، مخاطبان خود را تشجیع و آنان را برای نیل به هدف موردنظر تشویق می‌کنند. احساسات مذهبی و دینی، نژادی و قومی و یا حس تنفر از متجاوز، مبارزه با ظالم و گرایش‌های ناسیونالیستی از این قبیل هستند (ذوالفقاری، ۱۳۹۱: ۱۵۱).

القاء غیر مستقیم: در این روش متخصصان عملیات روانی بدون موضع‌گیری آشکار، منظور خود را به مخاطبان منتقل می‌کنند؛ به عبارت دیگر؛ آنان منظور و پیام خود را در قالب موضوعاتی به ظاهر بی‌ارتباط یا دوپهلوی، بیان می‌کنند متخصصان عملیات روانی می‌دانند که پس از مدتی فقط اجمال پیام در ذهن مخاطبان باقی می‌ماند، به همین اساس در مراحل بعدی با استفاده از این حافظه منظور و پیام اصلی خود را به آنان منتقل می‌کنند (شیرازی، ۱۳۷۶: ۴۵-۴۶).

تحریف: دنیای واقعیت‌ها برای تمام مردم یکسان نیست. آنچه ما آن را واقعی یا تحریف‌شده می‌دانیم به تجربه‌های گذشته ما و خواسته‌های کنونی و امیدهای آینده ما بستگی دارد. تحریف طیف از دروغ تا کتمان حقایق را در برمی‌گیرد و می‌تواند به شکل مهم و تحقیر کردن مخالفان و تعریف و بزرگ کردن امتیازات طرفداران باشد. مخدوش کردن اطلاعات، پرت کردن حواس مخاطب، جلب توجه او به مسائل دیگر و به‌طوری‌که از موضوع اصلی غفلت کند، ساده کردن بیش از حد مسائل پیچیده، از شیوه‌های تحریف حقایق به شمار می‌رود.

(اسدی، ۱۳۷۱)



شرطی سازی: بر اساس نظریه شرطی شدن کلاسیک، وقتی محرک، اسم یا مفهومی خنثی با مفهومی که بار هیجانی دارد همراه شود پس از مدتی خاصیت آن را به دست می آورد و در نتیجه مخاطبان در برابر محرک خنثی، مشابه واکنش آنان در برابر محرکی که بار هیجانی دارد خواهد بود (خدامرادی، ۱۳۸۶، ص ۳۴).

روشنگری: متخصصان عملیات روانی در این روش به ارائه حقایق و آشنا ساختن مخاطب با اهداف موردنظر می پردازند. در این روش تلاش می شود که درک منحرف و نامتوازن مخاطبان با حقیقت مطابق نظر مجری عملیات روانی هماهنگ شود. سعی به آن است که مخاطبین که در جبهه دشمن قرار دارند نسبت به رهبران سیاسی و نظامی آنان شک و تردید ایجاد کنند و به بی اعتمادی، بدبینی و دلسردی نسبت به اهداف در میان آنان دامن زده و درنهایت پایداری و تلاش ایشان در دستیابی به اهداف را ضعیف سست کنند (ذوالفقاری، ۱۳۹۱، ص ۱۵۱)

۲-۲- پیشینه پژوهش

| نویسندگان - روش استفاده شده | اهداف و یا سؤالات اصلی | مهم ترین یافته ها |
|---|--|---|
| لیندکوئیست و همکاران (۲۰۲۰) گراند تئوری | چگونگی استفاده اسرائیل از جنگ روانی علیه حزب الله در بین سال های ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹ | نتایج این پژوهش، مبین استفاده گسترده اسرائیل از شبکه های اجتماعی علیه حزب الله لبنان بوده است به گونه ای که مضامین و پیام های مرتبط را می توان در میان تمامی محتواهای منتشرشده به وضوح دید. لازم به ذکر است، تلاش به منظور پوشش رسانه ای گسترده و فراگیر و همچنین بالا بردن ضریب نفوذ اخبار، محور اصلی این عملیات روانی بوده است. |
| اهلوالیه (۲۰۲۰) اسنادی کتابخانه ای | بررسی مختصر منظر تاریخی و کاربرد جنگ روانی در کلیه سطوح بین المللی، ملی و نظامی | این پژوهش به طور مختصر عملیات ویژه ای را که کشورهای چین و پاکستان علیه کشور هند به راه انداختند را بررسی نموده و در ادامه اقدامات کشور هند به منظور حصول اطمینان از استراتژی عملیات روانی اثرگذار را تحلیل و بررسی می کند. |
| آملیا بولیانا عبد وهاب و همکاران (۲۰۲۰) گروه کانونی | درک احساسات روانی دانشجویان بر اساس محتوای رسانه های خبری سیاسی در چارچوب عملیات روانی است که توسط پورتال های خبری "مستقل" تنظیم شده اند | این پژوهش با این پیش فرض که تعامل با محتوای رسانه های سیاسی محرک احساس روان شناختی مخاطبان رسانه است به این نتیجه رسیده است که حقایق مبهم تاریخی، اعتبار رهبری سیاستمداران، مدیریت مسائل حساس، آشنایی با تاریخچه جنگ و واقعیت های تاریخی دقیق، احساسات روانی شرکت کنندگان پژوهش را برانگیخته است. |



| | | |
|---|---|--|
| <p>یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تکنیک‌های عملیات روانی در مواجهه با شیوع کرونا در ایران ۹ تکنیک می‌باشد که عبارت‌اند از: تحریک، اهریمن سازی، القای ترس و یأس، برجسب زدن، تمسخر و توهین، برجسته‌سازی، ترور شخصیت و لبه پرتگاه می‌باشد.</p> | <p>شناسایی شیوه‌های شاخص عملیات روانی بکار گرفته‌شده از سوی مسیح علی‌نژاد علیه ایران در مواجهه با کرونا</p> | <p>اسماعیلی و عابدینی (۱۴۰۱) تحلیل محتوای کیفی</p> |
| <p>یافته‌های تحقیق نشان داد که فرآیند جنگ روانی و عملیات روانی رسانای شامل طیف متنوعی از مؤلفه‌ها و ابعاد تأثیرگذار است که از جمله می‌توان به: روش‌ها، رسانه‌های ارتباطی، جامعه هدف، رویکردها، اهداف، زمینه‌ها و پیامدهای آن اشاره کرد.</p> | <p>استخراج الگوی راهبردی ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی عملیات روانی</p> | <p>محمدی و دیگران (۱۴۰۰) گراند تئوری</p> |
| <p>نتایج پژوهش نشان داد رسانه مذکور از ده تکنیک عملیات روانی در عملیات چشمه صلح شامل تخدیر، تشجیع، برجسب زنی، تحریک، از زبان غیر گفتن، ایجاد تفرقه و اختلاف، ارباب، دشمن سازی، انسانیت زدایی از دشمن و انگاره سازی استفاده نموده است.</p> | <p>شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی ترکیه در عملیات چشمه صلح؛ مطالعه موردی: سازمان رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه (TRT)</p> | <p>شعاعی و صبوری کزج (۱۴۰۰) تحلیل محتوای کیفی</p> |
| <p>از نتایج مهم این پژوهش می‌توان به این نکته اشاره کرد که یکی از شگردهای پروپاگاندایی شبکه بی‌بی‌سی فارسی، تاکتیکی موسوم به «لقاء بی‌طرفی» است. در این شگرد برنامه‌سازان سعی در القاء این گزاره دارند که هیچ‌گونه گرایش و جهت‌ی نسبت به خبر تحلیل و برجسته شده ندارند؛ اما در واقع تحلیل محتوا و تبیین و ارزیابی برنامه‌های پخش شده از این برنامه فارسی‌زبان این گزاره را تأیید می‌کند که این شبکه با گزینش گری و برجسته‌سازی و استفاده هوشمند از تکنیک‌های عملیات روانی در اخبار و برنامه‌های مطابق با امیال و مطامع گردانندگانش اغراض خود را با ژست بی‌طرفی به صورت نامرئی به بدنه افکار عمومی تزریق می‌کند.</p> | <p>بررسی تکنیک‌های خبری شبکه‌ی بی‌بی‌سی فارسی در مواجهه با انقلاب اسلامی در چارچوب عملیات روانی</p> | <p>زیتی و اژدری (۱۳۹۸) تحلیل محتوای کیفی</p> |
| <p>یافته‌های پژوهش نشان داد که شبکه ماهواره‌ای العربیه در بازه مذکور از ۳۰ تاکتیک؛ دروغ بزرگ، برجسب‌زنی، تحریک، ابهام و شائبه افراطی، تفرقه‌افکنی، چینش خبری، کوچک‌نمایی، استناد مجازی، دشمن سازی، انسانیت زدایی از حریف، پلیس خوب و پلیس بد، توسل به زبان تسلیحات، حذف بخشی از سند اصلی، استهزاء و تمسخر، شایعه، تظاهر به یکپارچگی، ارائه اطلاعات گزینش‌شده، نام‌گذاری معکوس و ... استفاده کرده است.</p> | <p>شناخت تاکتیک‌های جنگ روانی شبکه ماهواره‌ای العربیه علیه جمهوری اسلامی ایران در سه ماه اول سال ۲۰۱۶</p> | <p>سرابی و دیگران (۱۳۹۷) تحلیل محتوای کیفی</p> |



| | | |
|---|---|----------------------|
| نتایج این پژوهش حاکی از آن است که رسانه‌های مذکور از ده تکنیک عملیات روانی در جریان حادثه منا شامل فراقکنی، از زبان غیر گفتن، تحریک، تفرقه‌افکنی، تخدیر، انسانیت زدایی، روشنگری، مقایسه، شرطی‌سازی و القاء استفاده نموده‌اند. | شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی رسانه‌های عربستانی علیه جمهوری اسلامی ایران در حادثه‌ی منا (مطالعه‌ی موردی سایت‌های خبری العربیه، کلمه و الشرق الاوسط) | فرخی و شهبازی (۱۳۹۵) |
|---|---|----------------------|

وجه نوآوری مقاله حاضر نسبت به مطالعات پیشین:

با توجه به اینکه پژوهش حاضر در پی شناسایی تاکتیک‌های عملیات روانی در اغتشاشات مربوط به شهریور و مهرماه ۱۴۰۲ ۱۴۰۱ به‌عنوان یکی از بزنگاه‌های مهم سیاسی اجتماعی تهدیدکننده امنیت ملی در سال گذشته بوده است و به موضوع عملیات روانی در سوژه‌ای جدید می‌پردازد از این حیث، پژوهشی نوآورانه است.

۳- روش تحقیق

۳-۱- نوع تحقیق

نوع پژوهش حاضر جزء پژوهش‌های کاربردی، توسعه‌ای است که از نظر ماهیت اکتشافی است.

۳-۲- استراتژی کلی تحقیق

این پژوهش با رویکرد کیفی و استقرایی به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته است به طوری که داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی گردآوری و با روش تحلیل محتوای کیفی در نرم‌افزار MAXQDA تجزیه و تحلیل شده است.

تحلیل محتوا، رویکردی توصیفی-تفسیری است که مستلزم حدودی از تفسیر و نیز پیش از آن انتخاب اطلاعات است و اگر چه توصیف هدف در آن مهم است، اما برخی از توصیف‌ها در این رویکرد به سمت تفسیر و تأویل می‌رود (ذاکری و شیروانی شیری، ۱۴۰۱، ص ۴۳). روش تحلیل محتوا، به پژوهشگر اجازه می‌دهد، اصالت و حقیقت داده‌ها را ذهنی، ولی با روشی علمی تفسیر نماید. در این روش از طریق فرآیند کدبندی نظام‌مند، عینیت نتایج تضمین می‌شود. این فرآیند بیش از هر چیز مرهون خلاقیت پژوهشگر بوده و دستاوردی منحصر به فرد است. (معمایی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۱۲).



در این پژوهش رویکرد تحلیل محتوای قراردادی بر اساس روش گرانهایم و لوندمن^۱ (۲۰۰۴) جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها بکار گرفته شد. در روش تحلیل محتوای قراردادی داده‌های خام مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد، (معمایی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۱۲)؛ و در چهار مرحله تجزیه و تحلیل انجام می‌شود:

۱) مطالعه مکرر متون و اسناد و مصاحبه‌ها (داده‌ها) به منظور پیدا نمودن درک صحیحی نسبت به کل موارد

۲) استخراج واحدهای معنایی و دسته‌بندی آن‌ها تحت عنوان واحدهای فشرده

۳) خلاصه و دسته‌بندی واحدهای فشرده و انتخاب برچسب مناسب.

۴) مرتب نمودن زیر دسته‌ها بر اساس مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود در زیر دسته‌ها

۵) انتخاب عنوان مناسبی که قابلیت پوشش دسته‌ها را دارا باشد (واحدیان عظیمی و رحیمی، ۱۳۹۲، ص ۱۵). در پایان کدگذاری و مقوله‌بندی الگوی نهایی ارائه می‌شود. (قاندی و گلشنی، ۱۳۹۵، ص ۶۹).

۳-۳- تعریف مفاهیم یا متغیرها

عملیات روانی: با توجه به تعریف عملیات روانی و اشاره انواع تکنیک‌های آن در قسمت قبلی که شامل تخدیر، برچسب‌زنی، انسان زدایی از حریف، وارونه کردن، انگشت نماکردن دشمن، ایجاد تفرقه و اختلاف، از زبان غیر گفتن، خودداری از پیگیری، تحریک، انگاره سازی، القاء غیرمستقیم، تشجیع، تحریف، شرطی سازی است. در این مقاله با بررسی اخبار بی‌بی‌سی هر محتوای خبری که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم از این تکنیک‌ها استفاده کرده‌اند، بررسی شده است.

۳-۴- روش‌های گردآوری داده‌ها

روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش، اسناد و اطلاعات ثبت شده (کتابخانه‌ای بوده است).

روش‌های تحلیل داده‌ها

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی روش کدگذاری استفاده شده است و همه مراحل تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پیاده‌سازی محتواهای خبری در نرم‌افزار MAXQDA مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است...

¹ Graneheim&Lundman



جامعه و نمونه

جامعه آماری این تحقیق در فاصله زمانی ۲۵ شهریور ۱۴۰۱ تا ۱۸ مهر ۱۴۰۱ (به این علت که اوج ناآرامی‌ها و درگیری‌های میدانی و نیز تولید محتوای شبکه‌های ماهواره‌های فارسی‌زبان از حیث کمیت و کیفیت در این بازه زمانی بوده است). در بخش‌های خبری، برنامه خبری تحلیلی ۶۰ دقیقه، برنامه به‌عبارت‌دیگر، برنامه صفحه ۲، برنامه بلور بنفش، برنامه آپارات و ویژه‌برنامه پرگار شبکه بی‌بی‌سی فارسی است که مجموعاً ۶۹ مورد به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند و واحد تحلیل نیز برنامه بوده است. مهم‌ترین معیار برای انتخاب اخبار بی‌بی‌سی فارسی، مرتبط بودن اخبار به حوادث مربوط به اغتشاشات مهر و شهریور ۱۴۰۱ است و در ادامه برای کدگذاری، مواردی که تکنیک‌های عملیات روانی را پوشش داده، انتخاب و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفتند. لازم به ذکر است در بخش‌های خبری ۳۰ بخش خبری، ۴ برنامه از ویژه‌برنامه پرگار، ۳ برنامه از آپارات، ۱۷ قسمت از برنامه ۶۰ دقیقه، ۳ قسمت از برنامه به‌عبارت‌دیگر، ۶ قسمت از برنامه صفحه ۲، ۲ قسمت از برنامه بین‌سطور، ۱ برنامه بلور بنفش و ۱ برنامه تماشا مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

روایی و پایایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات

در این پژوهش برای بررسی اعتبار پژوهش از روش اعتبار صوری و محتوایی، در فرآیند انجام به‌صورت مکرر و در هر مرحله کدگذاری و تحلیل، یافته‌های تحقیق با کارشناسان و صاحب‌نظران خبر بررسی می‌شد. همچنین برای بررسی پایایی پژوهش از روش پایایی موازی استفاده شد، فرآیند کدگذاری به‌صورت موازی بین پژوهشگران انجام و در نهایت فرایند تطبیق و تجمیع کدگذاری انجام شد. با استفاده از این روش فرآیند کدگذاری در بیشتر موارد یکسان و دسته‌بندی کدها برای هر پژوهشگر مشابه بوده است.

مراحل انجام و به‌کارگیری روش

ابتدا داده‌های خبری پیاده شده به‌وسیله نرم‌افزار MAXQDA کدگذاری شده سپس این داده‌ها مقوله‌بندی شدند. در ادامه، مقولات فرعی در یک دسته‌بندی کلان تحت عنوان مقولات اصلی طبقه‌بندی شدند که این مقولات اصلی خود دارای پشتوانه نظری هستند، بر این مبنا تکنیک‌های عملیات روانی در شبکه بی‌بی‌سی فارسی شناسایی گردید.



۴- تعریف مفاهیم

پیش از طرح یافته‌های تحقیق، ابتدا درباره برخی مفاهیم کاربردی در عنوان و پرسش مقاله، توضیحاتی را ارائه می‌کنیم.

- هژمونی ایدئولوژیک

گرامشی (۱۹۷۱) نخستین کسی بود که مفهوم هژمونی را به معنای متداول آن در ادبیات اجتماعی نظری، توسعه داد. اگرچه این مفهوم برای دورانی طولانی، خارج از چارچوب موردنظر گرامشی مطرح بود. (Flynn, 2021, p 8) فرض مبنایی تئوری هژمونی گرامشی این است که نمی‌توان با اتکا بر اجبار حاکم شد، بلکه اندیشه نیز مهم است. به عقیده گرامشی، اساس طبقه حاکم، ایجاد جهان بینی است. (Thomas R. Bates, 1975, p351) به عقیده گرامشی، طبقه حاکم، ممکن است اجماع بر سر قدرت را از طریق وسایل ایدئولوژیک تأمین کند. از نظر گرامشی، هژمونی یعنی تولید رضایت و اجماع فرهنگی. (راشی تهرانی، ۱۳۸۸، صص ۱۰۵-۱۰۴) هدف تئوری گرامشی این است که گروه مسلط، بتواند دیگر گروه‌ها را اقناع کند تا سلطه اخلاقی، سیاسی و ارزش‌های فرهنگی او را بپذیرند. (Carter & Molisa, 2005, p9) عبارت سلطه اخلاقی، سیاسی و ارزش‌های فرهنگی طبقه حاکم، دریچه ورود به شناخت مفهوم ایدئولوژی است. مانهایم در کتاب «ایدئولوژی و یوتوپیا»، ایدئولوژی را «سبک‌های اندیشه» تعریف می‌کند. (راش، ۱۳۹۳، ص ۲۰۲) به عقیده او، ایدئولوژی کلی، ایده‌های یک گروه تاریخی - اجتماعی معین و عمدتاً ایدئولوژی طبقاتی است که نماینده ساختار اندیشه در یک دوره تاریخی معین است. (Mannheim, 2002, p53-60) ایدئولوژی با اینکه موضوعی چالشی است، ولی دربرگیرنده مجموعه‌ای از باورهای مشترک است که ماهیتاً باهم سازگارند. (ساوینی، ۱۳۹۹، ص ۹۴)

می‌توان گفت میان دو واژه «هژمونی» و «ایدئولوژی»، پیوندی مبنایی برقرار است. هژمونی ایدئولوژیک، «نوعی سلطه نرم و مخملی» و استیلا ساختار ایدئولوژی نخبگان قدرتمند یا شکلی از کنترل ایدئولوژیک جامعه است که می‌تواند به تضمین و حفظ قدرت و مشروعیت طبقه حاکم بیانجامد. (برتس، ۱۳۹۶، ص ۲۶) هژمونی ایدئولوژیک، زمانی تحقق می‌یابد که طبقه حاکم نظام معنایی مطلوب خود را در ذهنیت جامعه، تثبیت کند و بتواند حکومت‌شوندگان را درباره ارزش‌های موردنظر خود اقناع کند؛ به نحوی که طبقه تحت استیلا، این هنجارها را -رضایت‌مندانانه- مبنای فهم و عمل اجتماعی خود قرار دهد.

- گفتمان

گفتمان عبارت است از چگونگی تولید و سامان گرفتن یک متن - چه کتبی و چه شفاهی- از جانب تولیدکننده و درک آن از جانب مخاطب. برای رسیدن به این سامان



(رمزبندی متن) و درک کامل آن از جانب مخاطب (رمزگشایی متن)، شرایطی لازم است که هر دو قطب تولیدکننده و دریافت‌کننده پیام، باید حائز آن باشند تا پیام به نحوی تأثیرگذار، انتقال یابد. گفتمان، مجموعه عناصر لازم و شرایطی است که اگر گرد هم آیند، متن به وجود می‌آید. به سخن دیگر، گفتمان، فرایند و متن، فرآورده آن است. گفتمان، پویا و متن، ایستاست. ساختارهای گفتمانی از نظر فوکو، منظومه ایده‌ها، دیدگاه‌ها، مفاهیم، شیوه‌های اندیشه و رفتار در زمینه اجتماعی خاص است. (خانیک، ۲۵۲، صص ۱۳۸۷-۲۵۱) فوکو گفتمان را مجموعه‌ای از گزاره‌ها می‌داند که به یک شکل‌بندی و ساختار گفتمانی تعلق داشته باشند. (Foucault, 1972, p117) در واقع، گفتمان به مفهوم مجموعه‌ای از قواعد، ضوابط و معانی در قالب نظام ساختارمند معرفتی در یک زمینه زبانی است که بر تمام جوانب حیات اجتماعی، اثر می‌گذارد و بازیگران از طریق آن، جهان را درک و فهم می‌کنند. (داودی، ۱۳۸۹، ص ۵۲)

- برآمدن حجاب در گفتمان انقلاب اسلامی

یکی از مهم‌ترین مسائلی که در چهار دهه گذشته، علی‌رغم فراز و فرودها، همواره نظام جمهوری اسلامی بدان اهتمام داشته، سیاست‌گذاری درباره حجاب بوده است. در واقع، حجاب جزء معدود موضوعاتی است که میزان قابل‌توجهی از اسناد، رویه‌ها، سیاست‌ها و اقدامات درباره آن تدوین و اجرا شده است. (کلهر، ۱۳۹۶، ص ۱۴) با این حال، بررسی مواضع سال‌های نخست رهبران انقلابی، حاکی از آن است که اجبار به حجاب، به معنایی که امروز ملموس و مستفاد است، مدنظر نبوده است. به‌عنوان نمونه آیت‌الله طالقانی در اسفند ۱۳۵۷ در مصاحبه‌ای با صداوسیما درباره حجاب گفته است: "وقتی در اصل دین، اجبار نیست، نمی‌توان در فرع هم اجبار کرد." (روزنامه اطلاعات، ۱۳۵۷/۱۲/۲۰) با همه این‌ها، بعدها موضوع حجاب، وارد حوزه حقوق عمومی و وظایف حاکمیتی شد؛ به‌نحوی که دولت اسلامی، نحوه پوشش مردم را در حیطه وظایف و مسؤولیت‌های خود تعریف کرد. پس از پیروزی انقلاب، تأکید بر حفظ حجاب به جنبه ایجابی انتقاداتی تبدیل شد که کم‌کم داشت به گفتمان دولتی حجاب راه می‌یافت. گویا هدف نظام در وهله نخست، سامان دادن به آن چیزی بود که نارضایتی اسلام‌گرایان را برمی‌انگیخت، ناتمام ماندن انقلاب را در خاطر تداعی می‌کرد و مانع از تحقق انتظاراتی می‌شد که در مورد زن انقلابی مسلمان وجود داشت. نظام سعی داشت تا آنچه را که از سنت‌های دینی حجاب یا شیوه‌های پوشش رایج می‌توانست برگیرد، انتخاب کند و پوشش‌هایی را که مناسب می‌داند به جمعیت اختصاص دهد. (مرادخانی، ۱۳۹۵، صص ۱۷۵-۱۶۹) از سوی دیگر، سرنگونی رژیم پهلوی و رای ۹۸ درصدی به جمهوری اسلامی، شرایطی را ایجاد کرده بود که داشتن حجاب برای زنان تبدیل



به یک مطالبه عمومی شده بود. از این رو، نوعی فشار اجتماعی و سیاسی بر نظام نوپا برای برخورد با بی‌حجابی وارد می‌شد. در تحقیقی که با عنوان «گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی در ایران» در سال ۱۳۵۸ در شهر تهران انجام شده، این پرسش طرح شده است که «به نظر شما حجاب برای زن لازم است یا خیر؟» در پاسخ به این پرسش ۶۷ درصد مردم به ضرورت حجاب اشاره کرده‌اند. علی‌رغم وجود این خواست عمومی، جریان‌های سیاسی اجتماعی دیگری که در جامعه، دارای قدرت سیاسی بوده و طرفدارانی نیز داشتند، از آزادی پوشش و مداخله نکردن حکومت در آن، حمایت می‌کردند. (کلهر، ۱۳۹۶، صص ۲۴-۲۲)

نخستین گام‌ها برای اجباری شدن پوشش اسلامی زنان در اسفند ۱۳۵۷ برداشته شد. در آن زمان، روزنامه اطلاعات، سخنرانی امام خمینی (ره) در مدرسه فیضیه قم را منتشر کرد که در آن گفته بود: «زنان باید باحجاب بیرون بیایند، نه اینکه خودشان را بزک کنند... کار در ادارات ممنوع نیست؛ اما باید زنان با حجاب اسلامی باشند.» (روزنامه اطلاعات، ۱۳۵۷/۱۲/۱۶) تابستان سال ۱۳۵۹، فضای سیاسی کشور در شرایطی قرار داشت که اختلافات سیاسی، رسانه‌ای و نخبگانی در خصوص مسأله حجاب تا حدودی فروکش کرده بود. مهم‌ترین مخالف حجاب رسمی یعنی دولت موقت، از کار کناره گرفته، قانون اساسی به تصویب رسیده و نظام سیاسی استقرار پیدا کرده بود. به این ترتیب، حرفی که امام ۱۶ ماه پیش بیان کرده و کامل اجرا نشده بود، این بار به صورت کامل به اجرا درآمد. امام خمینی (ره) در تیرماه ۱۳۵۹ با انتقاد شدید از تداوم نشانه‌های شاهنشاهی در ادارات دولتی، به دولت بنی‌صدر ده روز فرصت داد تا ادارات را اسلامی کند. از همین رو در ۱۶ تیرماه ۱۳۵۹ شورای انقلاب، به‌طور رسمی، ممنوعیت ورود زنان بی‌حجاب به ادارات دولتی را تصویب کرد. (کلهر، ۱۳۹۶، ص ۳۲) زنان در دستگاه‌های اداری، ملزم به پوشیدن مانتو و شلوار و مقنعه‌های بلند و گشاد و کفش‌های ساده شدند. پوشیدن جوراب مشکی و ضخیم، حکم الزامی ناگفته را پیدا کرد و چادر مشکی به نماد اعتقادات مذهبی و وفاداری هر چه بیشتر به نظم سیاسی بدل شد. (مرادخانی، ۱۳۹۵، صص ۱۷۵ - ۱۶۹) وجود یک مطالبه عمومی قدرتمند به همراه ایجاد شرایط مساعد در فضای حاکمیت، باعث شد تا بدون نیاز به تصویب قانون خاص، حضور زنان بی‌حجاب در سطح جامعه نیز به‌طور غیررسمی ممنوع شود. (کلهر، ۱۳۹۶، ص ۳۳)

افزون بر اراده رهبری، شرایط انقلابی جامعه و همراهی اعتقادی اکثریت، پیش‌آمدن شرایط جنگی نیز که به تقویت بسیج توده‌ای، کاهش تمایزات اجتماعی، لزوم تقویت هویت «خود» در کنار طرد «دیگری» و نیز تغییر اولویت‌های سیاسی و اجتماعی منجر شده بود، منازعات



اجبار حجاب را به حاشیه راند و تلقی ایدئولوژیک حکومت از حجاب زنان را به هژمونی تبدیل کرد.

با دور شدن از سال‌های نخست انقلاب، مطالبه برای مبارزه با بی‌حجابی، به تدریج جای خود را به مبارزه با بدحجابی داد. بدحجابی متعلق به همان اقلیتی بود که با اجبار اجتماعی، از فضای شهری بیرون رفته بود. سه سال بعد از الزامی شدن، نسبت به بی‌حجابی جرم‌انگاری شد تا با محدود افرادی که حجاب شرعی را رعایت نمی‌کردند، برخورد قانونی شود. قوانین مربوطه، زمانی تصویب شد که بی‌حجابان در اقلیت بودند و امکان اجرایی شدن قانون کاملاً فراهم بود. (کلهر، ۱۳۹۶، صص ۴۴-۳۳)

اما در مقایسه با اقبال گسترده عموم زنان به رعایت پوشش در سال‌های اولیه پس از انقلاب، به تدریج در سال‌های پس از جنگ، از میزان این استقبال کاسته شد. (کرمی قهی و خزایی، ۱۳۹۲، ص ۹) در این دوره، با تغییر سیاست‌های اقتصادی کشور و تغییرات ارزشی ناشی از آن، به تدریج بر میزان بدحجابی افزوده و موقعیت این اقلیت در جامعه تقویت شد. مهم‌ترین پیامد سیاست‌های این دوره، کاهش مطالبه عمومی و نیز میزان ارزشمندی حجاب در سطح جامعه بود. (کلهر، ۱۳۹۶، ص ۶۹)

نتایج یک نظرسنجی که به مقایسه گرایش‌های عمومی مردم در سال‌های ۱۳۵۶، ۱۳۶۵ و ۱۳۷۱ پرداخته است نشان می‌دهد در این سال‌ها ارزش حجاب و عفاف در اذهان مردم کاهش یافته است. بر اساس این نظرسنجی در سال ۱۳۶۵، ۸۶/۲ پاسخگویان، بی‌توجهی به حجاب را صحیح نمی‌دانستند؛ یعنی زنان از آنجاکه احساس می‌کردند در جامعه، نگاه مثبتی به بدحجابی وجود ندارد و احتمال دارد مورد توهین واقع شوند، حجاب را رعایت می‌کردند. این ارزیابی برای سال ۱۳۷۱ به ۴۱/۵ درصد رسید. همچنین ۸۱/۸ پاسخگویان در سال ۱۳۶۵ به خانم‌های چادری احترام می‌گذاشتند که این رقم در سال ۱۳۷۱ به ۳۶/۸ درصد رسید. این آمار، نشان از کم‌رنگ شدن نقش حجاب در جامعه دارد. (ارحامی، ۱۳۹۰، ص ۳) این در حالی است که طرح‌های امنیت اجتماعی و اخلاقی علی‌رغم مخالفت‌ها و مقاومت‌ها، با شدت در حال اجرا بود؛ اما با وجود پیامدهای رسانه‌ای حاد و تلاش برای اصلاح شیوه‌های اجرای آن، نه تنها نتوانست مساله بی‌حجابی هنجارشکن را حل کند، بلکه به بازتولید اشکال جدیدی از بدحجابی در جامعه منجر شد. این امر نشان می‌دهد که تشدید مجازات و تسهیل اجرای آن، به‌تنهایی باعث اصلاح رفتار در حوزه عفاف و حجاب نمی‌شود. (ارحامی و کلهر، ۱۳۹۴، صص ۱۵-۶)

به‌رغم صرف هزینه‌های هنگفت برای ترویج حجاب و مقابله با بدحجابی از بدو انقلاب تا به امروز و ایجاد نهادهایی همچون گشت ثارالله، انصار حزب‌الله، طرح‌های ارتقای امنیت



اجتماعی، گشت ارشاد، عفاف و حجاب و ناظر ۱ و ۲ برای احیای امر به معروف و نهی از منکر، این تلاش‌ها باعث نشده است که پویش‌هایی همچون «آزادی‌های یواشکی»، «دختران خیابان انقلاب»، «نه به حجاب اجباری» و «۸ مارس» و اقداماتی همچون استفاده از مانتو جلو باز و شیشه‌ای و عدم رعایت حجاب در خودرو که به‌وفور مشاهده می‌شود، در جامعه رواج نیابد. (مهدی‌پور و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۵۸) در این سال‌ها، شکاف عمیقی در نظام سیاسی در خصوص مدیریت حجاب به وجود آمده است. روسای دولت‌های مختلف به‌حسب گرایش‌های سیاسی خود، رویکردهای متفاوتی در این خصوص داشته‌اند و این تشتت، امکان اتخاذ یک سیاست یکدست در درون حاکمیت را منتفی کرده است.

تحقیقات انجام شده در سال‌های متمادی، نشان می‌دهد که تعداد افراد بدحجابی که در فضاهای عمومی شهری تردد می‌کنند، افزایش یافته است. در آخرین پیمایش، درصد ترددکنندگان بدحجاب ۷۱/۸ در برابر ۲۸/۲ بوده است. در چنین وضعیتی، همراهی مردم با طرح‌های مدیریت حجاب مبتنی بر اجبار و کنترل مانند گشت ارشاد کاهش یافته است... از سوی دیگر، در نتیجه تحولات فناوریانه در ابزارهای اطلاع‌رسانی و فناوری‌های ارتباطی، کنترل دولت بر این ابزارها، بسیار کاهش یافته است. با مطالبه نکردن در سطوح نخبگانی و حاکمیتی و تضعیف کنترل دولت بر رسانه‌ها، امکان مقاومت اقلیت فرهنگی در برابر طرح‌های مدیریت حجاب در کشور افزایش یافته است. (کلهر، ۱۳۹۶، صص ۱۵۶-۱۵۳).

ظهور و توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، شرایط امروز جامعه ایران را نسبت به دهه‌های گذشته متفاوت کرده است. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، تمام ابعاد حیات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را تحت تأثیر قرار داده‌اند. اگر بر اساس تئوری گرامشی، رسانه، بخشی از ایدئولوژی حاکم محسوب می‌شود، امروزه رسانه‌ها به‌واسطه توسعه فناوری‌های ارتباطی نوین، این توان را یافته‌اند که در قالب «کانترهژمونی» ظاهر شوند و ایدئولوژی حاکم را به چالش بکشند. (میناوند، مشکواتی، ۱۳۹۸، ص ۲۳۱) تحقیقات مختلفی که در سال‌های اخیر در حوزه شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر مساله حجاب انجام شده، ارتباط مستقیم میان افزایش استفاده از این شبکه‌ها را با کاهش گرایش به حجاب در میان دختران و زنان، نشان داده است. به‌عنوان نمونه، رستگار خالد و همکاران در پژوهشی با عنوان «کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره» (۱۳۹۱)، بهرامیان و یاقوتی در تحقیقی با عنوان «رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و پای‌بندی به هویت فرهنگی در شهر تهران» (۱۳۹۵)، احمدپور و رضایی شریف در مقاله «بررسی رابطه باورهای دینی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر التزام به حجاب اسلامی-مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی» (۱۴۰۱)،



خوشخویی و همکاران در پژوهش «بررسی رابطه میزان استفاده از رسانه‌های ارتباطی و گرایش دختران دانشگاه بوعلی سینا به حجاب» (۱۳۹۲) و نعمتی‌فر و صفورایی پاریزی در تحقیق خود با عنوان «بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دین‌داری» (۱۳۹۸) به نتایج مشترکی رسیده و دریافته‌اند که میان استفاده کاربران زن از شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌ها و نوع پوشش آن‌ها، ارتباط معناداری وجود دارد. بر این اساس، افزایش تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای و استفاده از شبکه‌های مجازی، کنش دینی نسبت به حجاب را کاهش داده است.

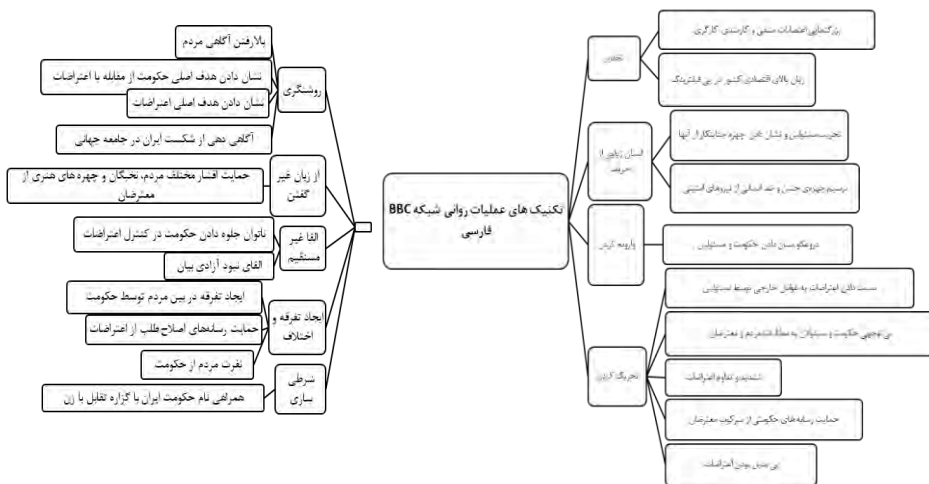
بر این مینا، در سال‌های اخیر، گروه‌های مخالف حجاب به امکانات تازه‌ای برای مقاومت فرهنگی در برابر طرح‌های مدیریت حجاب، دست‌یافته‌اند که محدودیت‌های جدید و پیچیده‌ای را برای طرح‌های مختلف حجاب در کشور ایجاد کرده است. از سوی دیگر، حجاب شکلی نمادین به خود گرفته و التزام یا عدم التزام به آن، علاوه بر معنای دینی، معنایی سیاسی نیز یافته است. شکاف اجتماعی و قطبی شدن جامعه از پیامدهای اختلاف بر سر قانون حجاب است. بروز خشونت کلامی و فیزیکی در ارتباط با مسأله حجاب، افزایش پیدا کرده است. نبود راه‌حل شفاف برای چالش‌های قانون حجاب و افزایش تنش پیرامون آن، از مختصات نامطلوب این مسأله است که می‌تواند فشار اجتماعی بیشتری را به اشخاص محجبه وارد کند. (گروه نویسندگان، ۱۴۰۱، ص ۷)

از این‌رو، بررسی دیدگاه‌های آیت‌الله خامنه‌ای در موقعیت نقطه کاپیتون نظام، درباره مسأله حجاب می‌تواند در سیاست‌گذاری و مدیریت این موضوع در بخش‌های مختلف حاکمیتی نقش اساسی داشته باشد و راه را بر افراط و تفریط سد کند و نقطه پایانی باشد بر اختلافات درون حاکمیت.

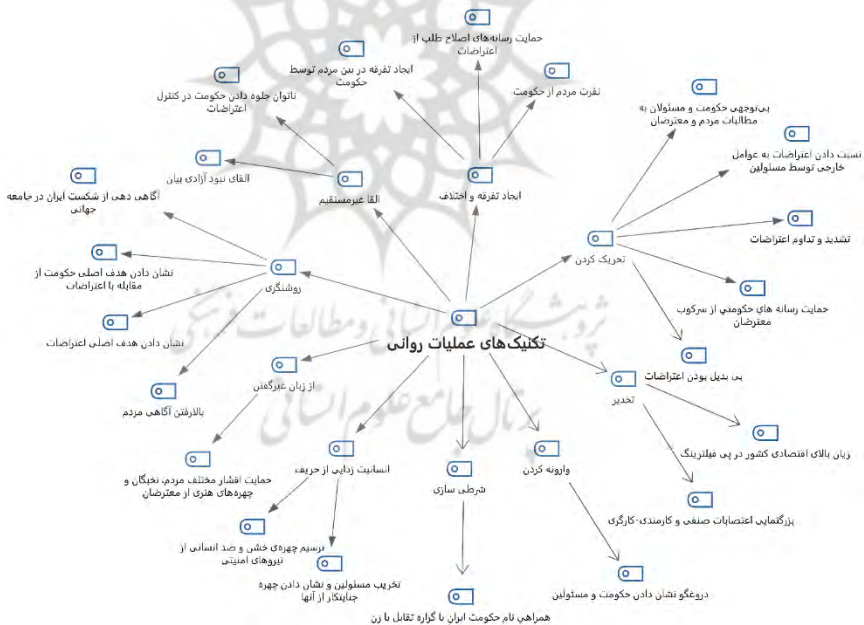
۴- یافته‌های تحقیق

با توجه به حجم بالای داده‌ها که به میزان ۶۳۹ گزاره (کد) بوده است برای نمونه تنها به ذکر برخی از کدها بسنده و از ذکر تمامی آن‌ها صرف‌نظر شده است. در جدول شماره ۳ تعدادی از گزاره‌های کلیدی و مفاهیم مستخرج به‌عنوان نمونه آورده شده است. همچنین در جدول شماره ۲ مقوله‌های اصلی و فرعی حاصل از تحلیل و دسته‌بندی این ۶۳۹ گزاره آورده شده است و شبکه مضامین یافته‌های پژوهش نیز در شکل ۱ نشان داده شده است.





شکل ۱. تکنیک های عملیات روانی شبکه BBC فارسی علیه جمهوری اسلامی در اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱ (زرین کلاه، نجفی و هرمزی زاده، ۱۴۰۲)



شکل ۲. خروجی نرم افزار مکس کیودای تکنیک های عملیات روانی شبکه BBC فارسی علیه جمهوری اسلامی در اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱ (زرین کلاه، نجفی و هرمزی زاده، ۱۴۰۲)



جدول ۲- مقوله‌های اصلی و فرعی پژوهش

| ردیف | مقوله‌های اصلی | مقوله‌های فرعی | مفاهیم مرتبط |
|------|----------------------|--|---|
| ۱ | شرطی‌سازی | همراهی نام حکومت ایران با گزاره تقابل با زن | <ul style="list-style-type: none"> تقلیل ارزش و جایگاه زن در جمهوری اسلامی حذف زنان از ارکان اداره جامعه و تحمیل وظیفه خانه‌داری پایمال شدن حقوق انسانی و شأن و جایگاه زنان در جمهوری اسلامی ظلم همیشگی و دامنه‌دار حکومت نسبت به زنان نبود امنیت برای زنان در جامعه ایران |
| | ایجاد تفرقه و اختلاف | حمایت رسانه‌های اصلاح‌طلب از اعتراضات | <ul style="list-style-type: none"> مخالفت اصلاح‌طلبان با حجاب اجباری اعتراض رسانه‌های اصلاح‌طلب از گشت ارشاد حمایت رسانه‌های اصلاح‌طلب از معترضان |
| | | ایجاد تفرقه در بین مردم توسط حکومت | <ul style="list-style-type: none"> تلاش حکومت برای انحراف اعتراضات به سمت کردها تلاش حکومت برای تحریک احزاب کرد تلاش حکومت برای قرار دادن مردم در مقابل هم با وجود همبستگی آن‌ها تلاش حکومت ایران در ایجاد تفرقه میان کرد ها و بقیه ملت جمهوری اسلامی عامل اصلی دوقطبی سازی در جامعه ایران |
| | | نفرت مردم از حکومت | <ul style="list-style-type: none"> عاری از شرافت پنداشتن حکومت توسط مردم ایران قاتل بودن حکومت در نگاه مردم |
| ۳ | الفا غیرمستقیم | <ul style="list-style-type: none"> ناتوان جلوه دادن حکومت در کنترل اعتراضات ناتوان جلوه دادن حکومت در کنترل اعتراضات | <ul style="list-style-type: none"> ناتوانی نیروهای امنیتی در مقابل معترضین سرپیچی برخی از نیروهای امنیتی در مقابله با معترضین فروپاشی دستگاه‌های امنیتی واهمه پلیس و حکومت از اعتراضات خارج شدن کنترل شهرها از دست نیروی انتظامی و مأموران امنیتی برگزاری تجمعات هواداران به دلیل ترس حکومت از اعتراضات |
| | | القای نبود آزادی بیان | <ul style="list-style-type: none"> نبود فضای گفتگوی مردم با حاکمیت در جمهوری اسلامی آزادی محور مطالبات معترضان بی توجهی به خواسته معترضان در طول حاکمیت جمهوری اسلامی نبود سازوکار اعتراض قانونی در حکومت ایران عدم تحمل انتقاد در حکومت سرکوب هنرمندان منتقد در جمهوری اسلامی سرکوب انتقادات و مطالبات با فیلترینگ و ایجاد محدودیت در ایران |



| | از زبان غیر گفتن | تبعیت از الگوی اعتراضی جهانی در اعتراضات | ۱۱۹،۱۲۰ |
|---|---|---|--|
| ۴ | از زبان غیر گفتن | حضور حمایت اقشار مختلف مردم، نخبگان و چهره‌های هنری در بین معترضین از معترضان | <ul style="list-style-type: none"> • تولید آثار هنری در حمایت از اعتراضات سراسری • همراهی رزمندگان دفاع مقدس با اعتراضات • همراهی نیروهای قدیمی سپاه با اعتراضات • همراهی چهره‌های فرهنگی هنری با اعتراضات با وجود تهدید و بازداشت • پیوستن سلبریتی‌ها به هنرمندان منتقد در حمایت از اعتراضات • اعتراض موسیقیدانان مستقل از سرکوب معترضان • پیوستن فوتبالیست‌ها به اعتراضات • کشف حجاب چهره‌های هنری در اعتراض به حجاب اجباری • استعفای برخی از مجریان صداوسیما در حمایت از اعتراضات • مخالفت نسبت به گشت ارشاد در بدنه حکومت • حمایت فعالین سیاسی فرهنگی و ورزشی در فضای مجازی از اعتراضات • موافقت نوادیشان دینی با برچیده شدن جمهوری اسلامی • نامشروع و نامقبول دانستن گشت ارشاد توسط علمای برجسته • لغو کنسرت خوانندگان پاپ به دلیل همدردی با جامعه • همدردی اعضای تیم فوتبال ایران با معترضین با بستن بازوبند سیاه • قرار گرفتن معلمان و فرهنگیان در کنار معترضین • انصراف بازیکن هندبال از حضور در تیم ملی در اعتراض با سرکوب |
| | روشنگری | بالا رفتن آگاهی مردم | <ul style="list-style-type: none"> • هوشیارتر شدن مردم نسبت به دسیسه‌های حکومت • حساس‌تر شدن آستانه آگاهی مردم در اعتراضات |
| | نشان دادن هدف اصلی حکومت از مقابله با اعتراضات | نقض حقوق شهروندی معترضان به حکومت انحراف اعتراضات توسط حکومت اغتشاش نامیدن اعتراضات از سوی حکومت تلاش حکومت برای عادی نشان دادن اعتراضات در سطح بین‌المللی | |
| | هدف اصلی اعتراضات، سقوط حکومت نشان دادن هدف اصلی اعتراضات | هدف اصلی اعتراضات، سقوط حکومت نشان دادن هدف اصلی اعتراضات | <ul style="list-style-type: none"> • طبیعییت از ایدئولوژی لیبرالیسم خواست معترضین و جامعه ایران • حذف ایدئولوژی اسلام خواست معترضین و جامعه ایران • سرنگونی نظام خواسته معترضان • مطالبه معترضان، عبور از حکومت اسلامی |
| | آگاهی دهی از شکست ایران در جامعه جهانی | آگاهی دهی از شکست ایران در جامعه جهانی | <ul style="list-style-type: none"> • ترند شدن هشتک مهسا امینی در توییتر به بالای ۱۸ میلیون • انعکاس جهانی اعتراضات ایران • تلاش برای فشارهای بین‌المللی بر دولت ایران در پی سرکوب اعتراضات حمایت جهانی از اعتراضات زنان ایران |



| | | | |
|--|--|-------------------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • حمایت ایرانیان خارج از کشور از اعتراضات • محکومیت سرکوب اعتراضات در پارلمان آلمان • تجمع حمایتی فمینیست‌های جهان از اعتراض زنان در ایران • تحریم حکومت از طرف امریکا در حمایت از معترضان • حمایت دانشمندان برجسته جهان از آزادی دانشجویان معترض در ایران • همراهی هنرمندان برجسته جهان با اعتراضات زنان • خشم جهانی در واکنش به حادثه • اعتراض زنان تورنتو با تراشیدن مو • کمک ایلان ماسک به معترضین ایرانی با ارائه اینترنت ماهواره‌ای اس • اعلام همبستگی ورزشکاران مطرح خارجی با معترضین ایران • اعلام همبستگی روشنفکران مطرح خارجی با معترضین ایران | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • رویارویی شجاعانه مردم معترض با نیروهای سرکوب • ارتقا فرهنگی و محتوایی شاخص مهم اعتراضات کنونی • خستگی ناپذیری معترضین • مقاومت مردم با حکومت با وجود سرکوب خشن • متنوع و متکثر بودن زیاد معترضین • همبستگی بی‌مانند مخالفان جمهوری اسلامی برای تغییر • گسترش بی‌سابقه اعتراضات مردمی علیه حکومت • سازمان‌دهی بودن اعتراضات • فرا طبقه‌ای بودن اعتراضات در تمایز با اعتراضات قبلی • حمایت مردان از زنان در مسئله حجاب اجباری برای اولین بار | <p>بی‌بدیل بودن اعتراضات مردمی</p> | <p>تحریک کردن</p> | <p>۶</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • ادامه اعتراضات با وجود کشتار و سرکوب شدید حکومت • شکل‌گیری جنبش مردمی گسترده علیه حاکمیت • تداوم موج اعتراضی مردم با وجود دستگیری‌های گسترده • گسترش روزافزون مردم معترض در مقابل زوال تدریجی بدنه حاکمیت • پیوستن لایه‌های پایین جامعه به اعتراضات • پیوستن طبقه فقیر جامعه به اعتراضات علیه حکومت • گستردگی اعتراضات و عدم امکان کنترل آن توسط حاکمیت | <p>تشدید و تداوم اعتراضات</p> | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • نادیده گرفتن خواسته معترضان توسط حاکمیت • عدم پیگیری مطالبات مردم توسط مسئولان • به نتیجه نرسیدن دادخواهی‌ها در ایران | <p>بی‌توجهی حکومت و مسئولان به مطالبات مردم سو استفاده حکومت از جوانان و</p> | | |



| | | نوجوانان در بین نیروهای امنیتی | |
|---|-----------------------|---|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> حمایت رسانه‌های حکومتی از سرکوب معترضان | <ul style="list-style-type: none"> تلاش رسانه‌های حکومتی برای ایجاد ترس و ناامیدی در مردم معترض تلاش رسانه‌های حکومتی برای همراهی و تقویت سرکوبگران توجیه‌گری و دفاع رسانه‌های طرفدار حکومت نسبت به حادثه بسترسازی رسانه‌های نزدیک به رهبر ایران برای سرکوب معترضین سکوت روزنامه‌های دولتی نسبت به اعتراضات خیابانی پادوهای دشمن نامیدن معترضین توسط روزنامه کیهان |
| | | <ul style="list-style-type: none"> نسبت دادن اعتراضات به عوامل خارجی توسط مسئولان حمایت سازمان‌های حکومتی از گشت ارشاد | <ul style="list-style-type: none"> وصل کردن اعتراضات به دشمن برای نادیده گرفتن مطالبات و سرکوب آن تلاش حکومت برای نسبت دادن حادثه زاهدان به تروریست‌ها نادیده گرفتن معترضان و نسبت دادن آن‌ها به دشمن خارجی |
| ۷ | وارونه کردن | <ul style="list-style-type: none"> دروغ‌گو نشان دادن حکومت و مسئولین | <ul style="list-style-type: none"> روایت‌های متناقض حکومت از مرگ مخالفان و معترضان عدم اعتماد به پزشکی قانونی به خاطر عدم صداقت عدم اعتماد به دستگاه قضایی به خاطر عدم صداقت وارونه جلوه داده واقعه توسط پلیس دروغ‌گویی و پنهان‌کاری حکومت درباره ابعاد ماجرا دروغ‌گویی مسئولین حکومت ایران در تضاد بودن ادعای حکومت با صحبت پدر مهسا امینی دروغ بودن ادعای برخی نمایندگان مجلس در مورد چگونگی قتل مهسا امینی روایت دروغ رسانه‌های حکومتی از مرگ نیکا شاکرمی انکار واقعیت الگوی ثابت سرکوب اعتراضات در جمهوری اسلامی روایت‌سازی حکومت برای توجیه اخلاقی رفتارهای خشن خود با مخالفان ساختگی بودن ویدئوهای مربوط به نحوه مرگ نیکا شاکرمی تناقض روایت حکومت از مرگ سارینا با روایت نزدیکان او |
| ۸ | انسانیت زدایی از حریف | <ul style="list-style-type: none"> تخریب مسئولین و نشان دادن چهره جنایتکار از آن‌ها | <ul style="list-style-type: none"> تلاش رهبر ایران برای نسبت دادن اعتراضات به دشمنان خودساخته دیکتاتور بودن رهبر ایران و عدم پذیرش مطالبات مردمی دستور رهبر برای سرکوب معترضان تنفر عمیق جامعه نسبت به رهبر ایران قدرت‌طلب بودن رهبر ایران |



| | | | |
|---|--|---|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • رهبر نظام علت اصلی بحران • نادیده گرفتن معترضان و توهین به آن‌ها توسط رئیس‌جمهور • رئیس‌جمهور ایران نماد سرکوب و خشونت |
| | ترسیم چهره‌ی خشن و ضد انسانی از نیروهای امنیتی و انتظامی | | <ul style="list-style-type: none"> • استفاده حکومت از افراد زیر سن قانونی برای سرکوب • شلیک پلیس به معترضان • شکنجه و بدرفتاری با زندانیان در زندان‌های جمهوری اسلامی • حمله نیروهای امنیتی به اموال مردم • استفاده نیروهای امنیتی از ادوات سنگین چون تانک بر علیه معترضین • رویه بودن بازداشت‌های خودسرانه در ایران • استفاده نهادهای امنیتی از آمبولانس برای زندانی کردن معترضین • اعتراف اجباری پدر حدیث نجفی تحت فشار نیروهای امنیتی • رفتارهای سخت‌گیرانه و غیرانسانی امنیتی‌ها علیه خانواده کشته‌شدگان • جلوگیری حکومت از عزاداری خانواده کشته‌شدگان • تعلل پلیس در نجات مهسا امینی • سرکوب خشن و قتل عام مردم معترض در زاهدان • ربودن و دفن مخفیانه نیکا شاکرمی توسط مأموران از ترس تجمع مردم در مراسم |
| ۹ | تخدیر | بزرگنمایی اعتصابات صنفی و کارمندی- کارگری | <ul style="list-style-type: none"> • اعتصاب کارکنان عسلیویه در حمایت از اعتراضات • اعتصاب سراسری بازاریان و اصناف در تمام شهرهای کردنشین • پیوستن کامیون داران به اعتراضات • حمایت تشکل‌های صنفی و مدنی از اعتراضات • اعتراض فرهنگیان و معلمان به سرکوب حکومت |
| | | زبان بالای اقتصادی کشور در پی فیلترینگ | <ul style="list-style-type: none"> • تعطیلی کسب‌وکارها در پی محدودیت اینترنت • زبان شدید اقتصادی کشور از قطع اینترنت توسط حکومت |

جدول ۳- مفاهیم مستخرج از پژوهش

| ردیف | نکات (گزاره‌های) کلیدی | مفاهیم مستخرج | منبع خبری |
|------|---|--|--------------------------------------|
| ۱ | این گردهمایی تاریخی بار دیگر نشان داد که نه فراموش می‌کنند که جمهوری اسلامی عامل عمده این مهاجرت بوده است. | جمهوری اسلامی عامل مهاجرت ایرانیان از وطن | بخش خبری بی‌بی‌سی فارسی، ۱۰ مهر ۱۴۰۱ |
| ۲ | حاکمیت در تلاش است تا با فشار آوردن به مردم نوع نگاه فرهنگی خودش را حاکم کند و این چیزی است که در عرصه آموزش و در | تلاش حکومت برای حاکم کردن نگاه فرهنگی خود با نقض حقوق زنان | ویژه‌نامه پرگار، ۹ مهر ۱۴۰۱ |



| | | | |
|---|---|--|---|
| | | عرصه فشار بیشتر برای نقض حقوق زنان توسط حکومت جمهوری اسلامی شاهد آن هستیم. | |
| بخش خبری بی‌بی‌سی فارسی، ۱۰ مهر ۱۴۰۱ | تحمیل حجاب اجباری بر زنان در جامعه ایران | چیزی که در ایران رخ می‌دهد مسئله‌ای است که بعضاً خیلی‌ها در جهان نمی‌توانند با آن کنار بیایند و آن مسئله حجاب است. | ۳ |
| بخش خبری بی‌بی‌سی فارسی، ۱۰ مهر ۱۴۰۱ | تقلیل ارزش و جایگاه زن در جمهوری اسلامی | این حکومت حکومتی بوده است که زن را چه در ارکان دیپلماسی و چه اقتصاد و غیره توسط مقامات حذف کرده و زن را مانند پرنده‌ای در قفس قرار داده است، آنچه دنیا دارد به آن واکنش نشان می‌دهد نظام پدرسالار جمهوری اسلامی است. | ۴ |
| بخش خبری بی‌بی‌سی فارسی، ۱۰ مهر ۱۴۰۱ | حذف زنان از ارکان اداره جامعه و تحمیل وظیفه خانه‌داری | این حکومت حکومتی بوده است که زن را چه در ارکان دیپلماسی و چه اقتصاد و غیره توسط مقامات حذف کرده و زن را مانند پرنده‌ای در قفس قرار داده است. | ۵ |
| برنامه صفحه دو، ۱۴ مهر ۱۴۰۱ | پایمال شدن حقوق انسانی و شأن و جایگاه زنان در جمهوری اسلامی | از ابتدا در مورد بهائیان، در مورد اقلیت‌های دینی، در مورد دگراندیشان، نویسندگانی که مشمول قتل‌های زنجیره‌ای شدند اما بزرگ‌ترین بخش جمعیت که از ابتدا حقوقش پایمال شده شان انسانیت به رسمیت شناخته نشده، نصف مرد تلقی شده، زنان بودند و زنان از روز اول مقاومت را شروع کردند به شکل‌های مختلف ادامه دادند تا رسیدیم به امروز زن جوانی کشته شد و این دیگر اقدامی نمادین شد، لگد شدن شان انسان را همه به چشم دیدند. | ۶ |
| برنامه آپارات، ۱۵ مهر ۱۴۰۱ | خشونت نامحسوس علیه زنان در عرصه‌های مختلف جامعه ایران | خشونت تنها جنبه فیزیکی ندارد زنان ایران سال‌ها است که در معرض خشونت غیر فیزیکی و نامحسوس جمهوری اسلامی قرار دارند. | ۷ |



| | | | |
|---------------------------------|---|--|----|
| برنامه ۶۰ دقیقه، ۲۷ شهریور ۱۴۰۱ | ظلم همیشگی و دامنه‌دار حکومت نسبت به زنان | بسیاری می‌گویند هر زنی می‌تواند جای مهسا باشد. این ممکن است سرنوشت تک‌تک زنان و دخترانی باشد که این روزها قربانی گشت ارشاد می‌شوند. باید تا مدت‌ها با این زخم زندگی کنیم یعنی این‌همه جنایت کردن که مختص خانوم امینی نیست، حتی شمردن اسامی دخترانی که به دست این حکومت کشته شدند وقتی این برنامه را خواهد گرفت. متأسفانه سیاست‌های زن ستیز آن در جامعه ما و به‌طور کلی این ناحیه از قلمرو فرهنگی که اسمش را بگذاریم خاورمیانه سوابق درازی دارد. | ۸ |
| بخش‌های خبری ۲۵ شهریور ۱۴۰۱ | ظلم سیستماتیک به زنان در حکومت | در حکومت یک جریان سیستماتیک برای از بین بردن نسل از جوانان و باورهای زنان و دختران وجود دارد و متأسفانه دستشان باز است چون هیچ تعقیب قضایی هم وجود ندارد. | ۹ |
| بخش‌های خبری ۲۵ شهریور ۱۴۰۱ | نبود امنیت برای زنان در جامعه ایران | در ایران برای خانم‌ها هیچ تضمینی وجود ندارد وقتی از خونه بیرون می‌رویم تضمین باشد که سالم برمی‌گردیم. | ۱۰ |
| بخش‌های خبری، ۷ مهر ۱۴۰۱ | محدودیت احزاب و تشکل‌های سیاسی در جمهوری اسلامی | در مورد این سرکوب‌ها مسئله مهمی که باید بهش توجه کرد این هست که در طول چهار دهه گذشته جمهوری اسلامی هیچ‌وقت نگذاشته احزاب سیاسی و تشکل‌های سیاسی رشد کنند و ریشه پیدا کنند و معمولاً در همه جوامع اعتراضات در قالب تشکل‌های و احزاب سیاسی که گفتیم انجام می‌شود. | ۱۱ |
| برنامه ۶۰ دقیقه، ۲۸ شهریور ۱۴۰۱ | شانه خالی کردن حکومت از تقصیر خود | حکومت همچنین می‌گوید که بی‌تقصیر است و به این زن جوان از گل نازک نگفته است. | ۱۲ |

– تجزیه و تحلیل یافته‌ها

با تحلیل و بررسی و دسته‌بندی داده‌های پژوهش و با استفاده از ادبیات نظری حوزه تکنیک‌های عملیات روانی ۹ تکنیک احصا شد که هر کدام دارای زیرمقولاتی هستند:

تکنیک شرطی‌سازی: مقوله استخراج‌شده در این بخش، «همراهی نام حکومت ایران با گزاره تقابل با زن» بوده است. در این راستا بی‌بی‌سی این‌طور عنوان می‌کند که: «خشونت تنها جنبه فیزیکی ندارد، زنان ایران سال‌ها است که در معرض خشونت غیر فیزیکی و نامحسوس جمهوری اسلامی قرار دارند» و «این حکومت، حکومتی بوده است که زن را چه



در ارکان دیپلماسی و چه اقتصاد و غیره توسط مقامات، حذف کرده و زن را مانند پرنده‌ای در قفس قرار داده است». همچنین این رسانه تلاش کرده است در ضمن روایت سازی حول گزاره‌های تلاش حکومت برای حاکم کردن نگاه فرهنگی خود با نقض حقوق زنان، تحمیل حجاب اجباری بر زنان در جامعه ایران، تقلیل ارزش و جایگاه زن در جمهوری اسلامی، حذف زنان از ارکان اداره جامعه و تحمیل وظیفه خانه‌داری، پایمال شدن حقوق انسانی زنان در جمهوری اسلامی، خشونت نامحسوس علیه زنان در عرصه‌های مختلف توسط حکومت و ظلم همیشگی و دامنه‌دار حکومت نسبت به زنان با پدید آوردن نگرش‌هایی تازه ضد جمهوری اسلامی در اذهان مخاطب ایجاد نماید.

تکنیک ایجاد تفرقه و اختلاف: اولین مقوله این تکنیک، حمایت رسانه‌های اصلاح‌طلب از اعتراضات است. رسانه مذکور در راستای پررنگ نشان دادن حمایت جناح اصلاح‌طلب از آشوب‌ها و به تبع آن اختلاف‌افکنی میان احزاب سیاسی کشور، مانور ویژه‌ای روی این اخبار داده است: «در مقابل روزنامه کیهان، روزنامه سازندگی تحلیل دبیرکل حزب کارگزاران را منتشر کرده است که جان سپردن مهسا امینی را فاجعه قابل کامل نامیده است و این سوال را مطرح کرده است که وی ارشاد شد یا خیر»

کشیده شدن اعتراضات به شهرهای مختلف در کشور مقوله بعدی است که در کنار دو مقوله ایجاد تفرقه در بین مردم توسط حکومت و نفرت مردم از حکومت در جهت ایجاد شکاف میان مردم و حاکمیت بوده است به این صورت که بی‌بی‌سی با بیان ادعاهایی مثل «همه مردم میگویند که این حکومت بی‌شرف است یعنی عاری از شرافت میبینمش با همه تعریف و دریافتی از شرافت که در اذهان عمومی وجود دارد» به دنبال ایجاد باور نفرت مردم از حاکمیت است.

برخی کارشناسان بی‌بی‌سی در ذیل مقوله ایجاد تفرقه در بین مردم توسط حکومت تلاش می‌کنند مسئولان جمهوری اسلامی را بی‌اعتنا به خواست جامعه و عواملی برای ایجاد تفرقه و اختلاف میان مردم نشان دهند. این‌ها مصادیقی است ذیل نمونه‌هایی از مقوله اشاره‌شده که رسانه مذکور به نشر آن مبادرت نموده است:

- «آقای خامنه‌ای نه صدای معترضان را شنید و نه آن‌ها صدای آقای خامنه‌ای را شنیدند برای اینکه این رابطه قطع شده است»
- «پیشگامی زنان شجاع و حق‌طلب با پشتیبانی و هماهنگی مردان آزادیخواه تلاش جمهوری اسلامی برای ایجاد تفرقه و شکاف بین هم‌میهنان کردمان و بقیه ملت ایران را نقش بر آب می‌کند»



تکنیک القاء غیرمستقیم: در این تکنیک، رسانه موردنظر تلاش می‌کند منظور و پیام خود را در قالب موضوعاتی به‌ظاهر بی‌ارتباط یا دوپهلوی، بیان کند.

در مقوله ناتوان جلوه دادن حکومت در کنترل اعتراضات با شایعه‌پراکنی حول ادعاهایی نظیر «خیلی از اعضای نیروهای امنیتی حاضر نیستند به‌طرف مردم شلیک کنند، گزارش‌هایی هم هست که خیلی‌ها غایب هستند و بعضی‌ها از زیر کار در می‌روند» به دنبال القای استیصال نظام و دستگاه انتظامی در کنترل اغتشاشات هستند. کارشناسان بی‌بی‌سی در جاهایی عنوان می‌کنند: «جمهوری اسلامی عامل تمام این مشکلات و بدبختی که در جامعه ایران درست‌شده است هست» که از این رهگذر به دنبال القای ناکارآمدی جمهوری اسلامی ایران در امر حکمرانی هستند.

در باب مقوله القای نبود آزادی بیان در کشور، رسانه موردنظر تلاش کرده است تا ذیل چهار گزاره مشخص آزادی محور اصلی اعتراضات، به نتیجه نرسیدن دادخواهی‌ها در ایران، نبود بستر اعتراض در کشور و گزاره فیلترینگ و ایجاد محدودیت به دنبال القای نبود آزادی بیان در کشور است. این‌ها مصادیقی است ذیل نمونه‌هایی از مقوله اشاره‌شده که رسانه مذکور به نشر آن مبادرت نموده است:

- «بیش از صد سال است که در تمامی جنبش‌های سیاسی ایران ما شعار آزادی سر دادیم و آزادی همیشه یکی از ارکان اصلی خواسته‌های سیاسی و اجتماعی ما بوده است»
- «شما تاریخ ۴۳ ساله جمهوری اسلامی را که نگاه می‌کنید می‌بینید که کوچک‌ترین روزنه‌ای برای مردم نگذاشتند تا خواسته‌هایشان را مطرح کنند و هیچ پاسخ مثبتی به خواسته‌های مردم ندادند جز سرکوب»

تکنیک از زبان غیر گفتن: در این تکنیک به جهت آنکه طرح برخی سناریوها و انتقال برخی پیام‌ها و مفاهیم از جانب کارشناسان و گوینده‌های داخلی شبکه بی‌بی‌سی ممکن است بلااثر بوده و مخاطبان آن را حمل به غرض‌ورزی و خصومت سیاسی رسانه مذکور نموده و به آن توجه نکنند این شیوه مورداستفاده این رسانه قرار گرفته است، مصداق بارز این تکنیک را می‌توان در مقوله حمایت اقشار مختلف مردم، نخبگان و چهره‌های هنری از معترضان به‌روشنی مشاهده نمود که با انتقال پیام و یا بازپخش آن از عناصر ثالث که این عناصر، سلبریتی‌ها، چهره‌های ورزشی و ... هستند اعتماد مخاطبان را بهتر جلب نمایند. پرداختن مکرر به واکنش چهره‌ها و سلبریتی‌های هنری و ورزشی، چهره‌های سیاسی، کسبه و بازاریان، معدودی از علما و نواندیشان دینی، برخی رزمندگان دفاع مقدس و برخی پاسداران



قدیمی و تشکل‌های مختلف صنفی و مدنی در این راستا صورت گرفته است. بیان مکرر این اخبار، مصادیقی از مقوله مورد اشاره است:

- «حتی سلب‌ریتی‌های حکومتی هم اعتراف کردند و گفتند که با جمهوری اسلامی و یا صداوسیما همکاری نمی‌کنند و یا ورزشکاران.»
 - «شورای تشکل‌های صنفی فرهنگیان ایران در اعتراض به سرکوب‌های اخیر و بازداشت تعدادی از دانش‌آموزان و مردم گفته‌اند که دوشنبه و چهارشنبه این هفته، معلمان، فرهنگیان و دانش‌آموزان به مدرسه‌ها نروند و مدارس را تعطیل کنند.»
 - «جمعی از نواندیشان دینی در داخل و خارج کشور بیانیه‌ای صادر کردند که در آن خواهان برچیده شدن کل حکومت جمهوری اسلامی هستند از جمله ابزارهای سرکوب.»
- تکنیک روشنگری:** در این تکنیک شبکه بی‌بی‌سی فارسی به ارائه حقایق متناسب با اهداف مدنظر خویش می‌پردازد. در مقوله نشان دادن هدف اصلی حکومت از مقابله با اعتراضات، رسانه مذکور تلاش می‌کند تا با هدف تخریب وجهه نظام در نزد مخاطبان در چهار گزاره نقض حقوق معترضان توسط حکومت، انحراف اعتراضات توسط حکومت، اغتشاش نامیدن اعتراضات از سوی حکومت و عادی‌سازی اعتراضات توسط حکومت، حاکمیت را مقابل خواست معترضان نشان داده و آن را حکومتی اقتدارگرایانه، دیکتاتوری و ضد حقوق بشر معرفی نماید که بکار بردن این دو مطلب با این اهداف مشخص صورت گرفته است:

- «صدای مردم و صدای اعتراضات مردم را به‌عنوان اغتشاش نام می‌برند.»
- «جمهوری اسلامی تاکتیکی انتخاب کرده است که نادیده گرفتن این ماجراست تا به نقطه‌ای که آن را امنیتی کند»

مقوله بعدی، بالا رفتن آگاهی مردم است. برخی کارشناسان شبکه ماهواره‌ای مذکور عنوان می‌کنند: «آستانه آگاهی مردم بسیار حساس‌تر شده است» و برخی دیگر می‌گویند: «حتی آآن با اعترافات اجباری خانواده مهسا امینی این خشم مردم فرو نخواهد نشست» و با این دست تعابیر بدنبال پیش‌فرض سازی غلط در ذهن مخاطبان پیرامون رفتارهای پشت پرده حاکمیت در اعتراضات هستند.

در مقوله آگاهی دهی از شکست ایران در جامعه جهانی، شبکه ماهواره‌ای مذکور ابتدا به‌منظور نشان دادن بازتاب گسترده اعتراضات در رسانه‌های دنیا بیان می‌کند: «هشتگ اصلی مهسا امینی تا آخرین لحظه دست‌کم ۱۸ میلیون در توئیتر به فارسی ترند شده و در تیک تاک هشتگ انگلیسی آن ۱۴۶ میلیون بار استفاده شده است» و سپس در ادامه به‌منظور روایت سازی حول پیگیری و حمایت کشورهای دنیا از معترضان این‌طور عنوان می‌کند:



«نخست‌وزیر کانادا در شبکه اجتماعی توئیتر صحبت از حمایت تمام عیار از مردم ایران و کسانی که در خیابان‌ها در حال اعتراض هستند کرده است» و در جاهایی دیگر به‌منظور نشان دادن حمایت چهره‌های خارجی (اعم از چهره‌های سیاسی، فرهنگی، هنری و مدنی) از معترضان این‌طور اشاره می‌کند: «جدا از سیاستمداران اقشار متفاوتی در برون مرز با معترضان ابراز همبستگی کرده‌اند از جمله کنشگران سیاسی و این ژولیت بینوش ستاره سینمای فرانسه در کنار بسیاری از دیگر زنان هنرمند از اقصا نقاط جهان». در مجموع رسانه مذکور در تلاش است تا با بزرگنمایی و برجسته‌سازی اجماع بین‌المللی علیه نظام، شکست ایران را در مواجهه با اغتشاشات نشان دهد.

مقوله آخر، مقوله نشان دادن هدف اصلی اعتراضات است که بی‌بی‌سی تلاش می‌کند حول گزاره محوری هدف اصلی اعتراضات، سقوط حکومت است به‌خوبی روایت سازی کند که در این راستا دو گزاره پایه‌ای مقابله با اسلام و حکومت اسلامی در اعتراضات و کاهش حامیان و سقوط حکومت را مطرح نموده است. این‌ها مصادیقی است ذیل نمونه‌هایی از مقوله اشاره‌شده که رسانه مذکور به نشر آن مبادرت نموده است:

- «عبور از حکومت دینی در ذهن‌ها شکل گرفته است.»
- «انبوه شعارها ایدئولوژی حکومت را نشانه گرفته است و تمام این شعارها به‌روشنی خواست عمیق جامعه ایران را برای عدالت اجتماعی در چارچوب لیبرالیسم را فریاد می‌زند.»
- «پروسه فروپاشی جمهوری اسلامی مدت‌هاست که شروع شده است و ریزش صفوف آن‌ها از خیلی جاها گزارش شده است.»

تکنیک تحریک کردن: با استفاده از این تکنیک رسانه بی‌بی‌سی به‌عنوان مجری عملیات روانی تلاش می‌کند تا با تحریک احساساتی مثل خشم و غضب، مخاطبان را علیه نظام و نیروهای امنیتی انتظامی در جهت اغتشاشات و برهم زدن امنیت اجتماعی بسیج نماید. در مقوله بی‌توجهی حکومت و مسئولان به مطالبات مردم و نیز مقوله نسبت دادن اعتراضات به عوامل خارجی توسط مسئولان، رسانه مذکور با برجسته‌سازی اخباری نظیر: «فرماندهی نیرو انتظامی ایران هم در بیانیه معترضان را آشوبگر و دشمن خوانده است» و در تکمیل آن با پرداخت روی جملاتی مثل: «سخنان مقام‌های ایران نشان می‌دهد آن‌ها صدای مردم را نشنیدند و هنوز قدرت‌های خارجی را مسبب این اوضاع می‌دانند» به دنبال القای بی‌توجهی حاکمیت به خواست و مطالبات معرضان بوده تا از این رهگذر، حس خشم و تنفر آنان را علیه حاکمیت برانگیخته سازند.



تلاش به منظور اطلاع‌رسانی جهت‌گیرانه و اغراق گونه پیرامون وضع و کیفیت اعتراضات در مقوله بی‌بدیل بودن اعتراضات به روشنی دیده می‌شود به این صورت که کارشناسان و تحلیلگران بی‌بی‌سی در راستای انگیزه بخشی به معترضان منفعل با ایجاد درکی منحرف و نامتوازن از حقیقت میدانی اعتراضات در تلاش‌اند آنان را علیه حاکمیت بشورانند. به طور مثال بی‌بی‌سی عنوان می‌کند: «اینجا در رشت وضعیت برعکس است نیروهای امنیتی در محاصره مردم هستند و از مردم کتک می‌خورند» همچنین در مورد معترضان این‌طور بیان می‌کند که: «در اینجا معترض کسی است که حس می‌کند تحت تبعیض قرار دارد، صدایش شنیده نشده و در سوی دیگر حکومتی است که کماکان سعی دارد هر صدای مخالفی را ساکت کند و ارزش‌های مورد تأیید خودش را به او دیکته کند». مانور ویژه روی گزاره‌هایی نظیر بی‌باک بودن و خستگی‌ناپذیری معترضان، پیروزی قطعی اعتراضات و گسترش بی‌سابقه اعتراضات مردمی علیه حکومت نیز در این راستا صورت گرفته است.

در مقوله تشدید و تداوم اعتراضات، رسانه مذکور به منظور روحیه بخشی کاذب از یک‌سو و از سویی دیگر به جهت تحریک حس غضب مخاطبان مبادرت به انتشار مطالبی پیرامون نشان دادن تداوم اعتراضات در ضمن برجسته‌سازی هدفمند تعبیر سرکوب در برخی این مطالب نموده است به طور مثال در برخی بخش‌های خبری عنوان می‌کند: «سرکوب اعتراضات نتوانسته صدای اعتراض را خاموش کند، بعضی مخالفتشان با حکومت را از پنجره فریاد می‌زنند». در برنامه‌هایی دیگر به منظور مطرح ساختن گزاره زوال تدریجی بدنه نظام عنوان می‌کند: «وقتی که شما طیف‌های گوناگون می‌بینید نشان می‌دهد که ما مردم تکثیر می‌شویم نه جمهوری اسلامی و جمهوری اسلامی روز به روز بدنه‌اش کوچک‌تر می‌شود اما در نقطه مقابل، مردم هستند که تکثیر می‌شوند». در همین راستا گزاره‌هایی مثل تداوم اعتراضات در کشور علی‌رغم بایکوت صداوسیما و پیوستن لایه‌های پایین جامعه به اعتراضات از این شبکه مطرح شده است.

در باب مقوله حمایت رسانه‌های حکومتی از سرکوب معترضان، شبکه بی‌بی‌سی این‌طور عنوان می‌کند: «این هم روزنامه کیهان است صدای اصولگرایان تندرو که معترضان را پادوهای دشمن نامیده و تیت‌زده به جنایتکاران امان ندهید و سرکوب را خواسته مردم ایران دانسته است». در واقع این رسانه فارسی زبان به منظور برانگیختن حس عصبانیت و خشم مخاطب نسبت به رسانه‌های داخلی که به نوعی گفتمان حاکمیت را نمایندگی می‌کنند علیه نظام ایجاد نفرت درونی نموده تا در گام بعدی انباشت این نفرت درونی به اقدام میدانی علیه نظام منجر شود. گزاره‌هایی نظیر تلاش رسانه‌های حکومتی برای همراهی و تقویت



سرکوبگران و نیز توجیه‌گری و دفاع رسانه‌های طرفدار حکومت نسبت به حادثه در اخبار این رسانه فارسی‌زبان بازتاب گسترده‌ای داشته است.

تکنیک وارونه کردن: در این تکنیک شبکه بی‌بی‌سی فارسی در تلاش است با وارونه‌سازی واقعیت‌هایی مثل تصویر واقعی چهره حاکمیت و مسئولان و نیز واقعیت رسانه‌های کشور با ارائه و ترویج اطلاعات غیرواقعی، مخدوش و غلط در این رابطه، تصویری نادرست از واقعیت در اذهان مخاطبان ایجاد نماید

در مقوله دروغ‌گو نشان دادن حکومت و مسئولان، رسانه مذکور برای نشان دادن دروغ‌گویی حاکمیت در قبال اعتراضات این‌طور عنوان می‌کند: «مقامات ایران در حوادث مشابه با دروغ‌گویی خواسته‌اند تا مردم آرام باشند این بار هم حکومت تلاش کرد تا بتواند مردم را از اتفاق افتاده منحرف کند». همچنین در این راستا به‌منظور روایت‌سازی بیشتر حول گزاره تناقض روایت حکومت از حوادث و اعتراضات در جاهایی این‌طور اشاره می‌کند که: «این نامه آرامستان بهشت‌زهرای تهران است که به دست ما رسیده است علت مرگ را این‌طور توصیف کرده صدمات متعدد ناشی از اصابت جسم سخت روایت حکومت اما این است تیم جنایی جسد دختر ۱۷ ساله‌ای را در حیاط خلوت خانه‌ای در خیابان لبافی چهارراه امیراکرم پیدا می‌کند او بر اثر سقوط از پشت‌بام خانه مجاور و حیاط این خانه فوت کرده است». لازم به ذکر است در جهت فضا‌سازی علیه روایت‌های حاکمیت از اعتراضات، اهتمام ویژه این شبکه ماهواره‌ای برای ترسیم چهره‌ای خلاف واقع از رسانه‌های کشور (مشخصاً رسانه‌های نزدیک به حاکمیت) نیز قابل اعتناست به این صورت که با غربالگری، دست‌کاری و تحریف اطلاعات، رسانه‌های داخلی را در قبال حوادث صورت گرفته و اعتراضات پس از آن دروغ‌پرداز مطرح می‌نماید.

این‌ها مصادیقی است ذیل نمونه‌هایی از تلاش رسانه مذکور برای وارونه‌سازی تصویر رسانه‌های داخلی که به نشر آن مبادرت نموده است:

- «تسنیم خبرگزاری وابسته به سپاه می‌گوید دلیل مرگ نیکا سقوط از ارتفاع بوده و هشت نفر دستگیر شدند اما خانوادگی نیکا می‌گویند او به دست نیروهای امنیتی جمهوری اسلامی کشته شده است.»
- «از دیروز کلنال‌ها و سایت‌های ولایی با پخش برخی شایعات و دروغ‌ها و برخی صحنه‌های مشکوک مثل آتش زدن پرچم و انتساب برخی معترضین به گروه‌های سیاسی کردی در حال بسترسازی برای سرکوب هستند.»

تکنیک انسان زدایی از حریف: یکی از اصلی‌ترین عملیات روانی شبکه بی‌بی‌سی فارسی در سوژه خاص این پژوهش علیه جمهوری اسلامی این تکنیک بوده است چرا که اساساً



یکی از مؤثرترین شیوه‌های توجیه حمله به دشمن به هنگام جنگ (نرم و یا سخت) انسانیت زدایی (اهریمن سازی) از حریف است.

در مقوله تخریب مسئولین و نشان دادن چهره جنایتکار از آن‌ها تمرکز ویژه رسانه مذکور بر تخریب چهره رهبری و رئیس‌جمهور بوده است که در جهت تخریب رهبری این‌طور بیان می‌کند: «ایران یک سیستم مکانیزه سرکوب از سپاه تا بسیج دارد که مورد حمایت آقای خامنه‌ای هستند» و در جاهایی دیگر به منظور تخریب رئیس‌جمهور این‌طور اشاره می‌کند که: «آنچه معترضان و دانشجویان را بیشتر خشمگین و مصمم‌تر کرد سخنان رئیس‌جمهور ایران در دانشگاه الزهرا بود که در آن به نظر می‌رسید معترضان و دانشجویان معترض را به مگس تشبیه می‌کند». همچنین این رسانه فارسی‌زبان گزاره‌هایی نظیر دیکتاتور بودن رهبر ایران و عدم پذیرش مطالبات مردمی، حمایت رهبر از سرکوب معترضان و قدرت‌طلب بودن رهبر ایران را ناظر به تخریب رهبری و گزاره‌هایی نظیر نادیده گرفتن معترضان و توهین به آن‌ها توسط رئیس‌جمهور و رئیس‌جمهور ایران نماد سرکوب و خشونت را ناظر به تخریب رئیس‌جمهور بکار برده است.

در راستای بهره‌گیری بی‌بی‌سی فارسی از تکنیک انسانیت زدایی از حریف، ترسیم چهره‌ی خشن و ضد انسانی از پلیس و نیروهای امنیتی جایگاه ویژه و بارزی داشته است که تحت عنوان مقوله‌ای در این پژوهش استخراج شده است. رسانه مورد اشاره با روایت سازی حول دو گزاره سرکوب و خشونت معترضان و تحت فشار قرار دادن خانواده‌های معترضان به ترسیم چهره‌ی خشن و ضد انسانی از نیروهای پلیسی و امنیتی اطلاعاتی همت گمارده است. این‌ها مصادیقی است ذیل نمونه‌هایی از مقوله اشاره شده که رسانه مذکور به نشر آن مبادرت نموده است:

- «اینجا تیراندازی و پرتاب گاز اشک‌آور به مردمی که بعد از خاک‌سپاری به مقابله فرمانداری رفته بودند.»

- «پیکر محمدحسن را به‌سختی و با تهدید به خانواده تحویل می‌دهند نیروهای امنیتی خانواده عزادار را در مراسم تشییع جنازه هم رها نمی‌کنند.»

تکنیک تخدیر: نهمین و آخرین مقوله اصلی، آخرین تکنیک شناسایی شده، تکنیک تخدیر است؛ که شبکه بی‌بی‌سی فارسی به این منظور از این تکنیک بهره برده است که مجموعه حاکمیت و علی‌الخصوص مدافعان و طرفداران نظام انگیزه و روحیه خود را برای دفاع از نظام سیاسی در برابر حمله‌های وارد شده از اعتراضات و آشوب‌های میدانی از دست بدهند و در نهایت عقب‌نشینی و انفعال پیشه کنند. در مقوله بزرگنمایی اعتصابات صنفی و کارمندی - کارگری رسانه مذکور تلاش می‌کند به جهت القای از دست رفتن سرمایه اجتماعی نظام و



بزرگنمایی این مسئله به منظور ایجاد ناامیدی در بدنه نظام و طرفداران حاکمیت، اعتصابات مختلف اعم از اعتصابات کارمندی، صنفی و کارگری را به طور ویژه برجسته و بزرگنمایی کند با مصادیق خبری مثل: «هم‌زمان با ادامه اعتراضات سراسری کارکنان پتروشیمی منطقه عملویه در استان بوشهر اعتصاب کردند آن‌ها با سردادن شعارهایی علیه حکومت و رهبر جمهوری اسلامی با معترضان اعلام همبستگی کردند بر اساس گزارش‌ها شماری از کارگران پالایشگاه‌های آبادان و کنگان هم دست از کار کشیدند».

در مقوله زیان بالای اقتصادی کشور در پی فیلترینگ، شبکه ماهواره‌ای مذکور در تلاش است تا با بزرگنمایی تعطیلی و ضربه خوردن کسب‌وکارها (مخصوصاً کسب‌وکارهای شکل‌گرفته بر بستر شبکه اجتماعی اینستاگرام) با القای غلط بودن سیاست محدودیت اینترنت برای کنترل بهتر اغتشاشات، حاکمیت را مجبور به عقب‌نشینی از این سیاست بنماید. این‌ها مصادیقی است ذیل نمونه‌هایی از مقوله اشاره‌شده که رسانه مذکور به نشر آن مبادرت نموده است:

- «انجمن الکترونیک تهران هشدار داده است که اختلال در اینترنت ۴۰۰۰۰۰ کسب‌وکار را در خطر نابودی قرار داده است.»
- «نت بلاکس هم که سرعت دسترسی به اینترنت در نقاط مختلف جهان را رصد می‌کند اعلام کرده است که زیان قطع اینترنت در ایران یک و نیم میلیون دلار در هر ساعت است.»

۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث

مجریان عملیات روانی، تکنیک‌های عملیات روانی را با اهداف خاص و ویژه‌ای بکار می‌برند که اولسون و همکاران (۱۳۸۷) سه هدف عمده: ۱. اهداف سیاسی با هدف ایجاد تفرقه در جامعه، ۲. اهداف نظامی برای سست کردن انگیزه نبرد در نفرات نیروی مقابل و ۳. اهداف سیاسی- نظامی را در این رابطه برشمرده‌اند. در این پژوهش و پس از شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی می‌توان تلاش شبکه بی‌بی‌سی فارسی را در راستای نیل به دو هدف ایجاد تفرقه در جامعه و نیز سست کردن انگیزه نبرد در نفرات نیروی مقابل به روشنی مشاهده کرد، به‌گونه‌ای که به‌کارگیری تکنیک ایجاد تفرقه و اختلاف در راستای هدف اول و به‌کارگیری تکنیک تخدیر از سوی بی‌بی‌سی فارسی در راستای هدف دوم مورد اشاره بوده است. همچنین با عنایت به تکنیک‌های احصاء شده، نتایج این پژوهش مؤید آن است که شبکه بی‌بی‌سی فارسی همه انواع اهداف عملیات روانی موردنظر پژوهش عاصف (۱۳۸۴) را



که در بخش چارچوب نظری بدان اشاره شده است به جز دو هدف مشخص ۱. ایجاد اختلال در منافع و مصالح مردم و ۲. ایجاد شکاف و اختلاف بین کشور هدف و هم پیمانان منطقه ای را علیه جمهوری اسلامی ایران محقق نموده است، بگونه‌ای که استفاده از تکنیک القاء غیرمستقیم با هدف بزرگ نمودن نقاط ضعف حکومت و نظام و نیروهای مسلح، استفاده از تکنیک انسانیت زدایی از حریف با هدف منحرف نمودن احساسات ملی مردم جهت سلب پشتیبانی از حکومت و نیروهای مسلح، استفاده از تکنیک وارونه‌سازی برای بی‌اعتبار نمودن رهبران و فرماندهان نظامی کشور، استفاده از تکنیک تحریف با هدف تقویت گروه‌ها و سازمان‌های مخالف و وادار نمودن آنان به مقاومت و فشار بر سران کشور و در نهایت استفاده از تکنیک ایجاد تفرقه و اختلاف با هدف ایجاد شکاف در بین مردم و مدیران و نیز ایجاد اختلال بین مردم و جناح‌ها توسط شبکه بی‌بی‌سی فارسی در دستور کار قرار گرفته است.

زیتی و اژدری (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان بررسی تکنیک‌های خبری شبکه‌ی بی‌بی‌سی فارسی در مواجهه با انقلاب اسلامی در چارچوب عملیات روانی یکی از شگردهای پروپاگاندا بی‌بی‌سی فارسی، تاکتیکی موسوم به «لقاء بی‌طرفی» است. در این شگرد برنامه‌سازان سعی در القاء این گزاره دارند که هیچ‌گونه گرایش و جهت‌ی نسبت به خبر تحلیل و برجسته شده ندارند؛ اما در واقع تحلیل محتوا و تبیین و ارزیابی برنامه‌های پخش‌شده از این برنامه فارسی‌زبان این گزاره را تأیید می‌کند که این شبکه با گزینش گری و برجسته‌سازی و استفاده هوشمند از تکنیک‌های عملیات روانی در اخبار و برنامه‌های مطابق با امیال و مطامع گردانندگانش اغراض خود را با ژست بی‌طرفی به صورت نامرئی به بدنه افکار عمومی تزریق می‌کند. شناسایی دو تاکتیک مهم عملیات روانی این رسانه در این پژوهش از قبیل تکنیک «از زبان غیر گفتن» و نیز تکنیک «القا غیرمستقیم» نیز مؤید تلاش این رسانه در راستای تظاهر به بی‌طرفی بوده است که این رسانه به‌منظور جلب بیشتر اعتماد مخاطبان از این استراتژی بهره برده است که در این استراتژی با اتخاذ شگرد از زبان غیر گفتن، دیدگاه مخالفان به اشکال مختلف نظیر خبر، مصاحبه و گزارش‌های تحلیلی منعکس می‌شود که این استراتژی به‌صورت کاملاً حرفه‌ای و زیرکانه، مهندسی و پیام‌ها در لایه‌های مختلف خبری و غیر خبری جانمایی می‌گردد. در این راستا می‌توان تکنیک القا غیرمستقیم را مکمل این استراتژی به شمار آورد که بی‌بی‌سی فارسی با اتخاذ این تکنیک بدون موضع‌گیری آشکار تلاش کرده است مقصود خود را به مخاطبان



منتقل سازد که این رسانه در قالب دو گزاره، ناتوان جلوه دادن حکومت در کنترل اعتراضات و القای نبود آزادی بیان پیام مطمح نظر خویش را مهندسی نموده است. از میان ۹ تکنیک شناسایی شده عملیات روانی در این پژوهش، تکنیک «شرطی‌سازی» با نتایج حاصل از پژوهش فرخی و شهبازی (۱۳۹۵)، تکنیک «ایجاد تفرقه و اختلاف» با نتایج حاصل از پژوهش‌های شعاعی و صبوری کزج (۱۴۰۰)، سرابی و دیگران (۱۳۹۷) و فرخی و شهبازی (۱۳۹۵)، تکنیک‌های «از زبان غیر گفتن» و «روشنگری» با نتایج حاصل از پژوهش فرخی و شهبازی (۱۳۹۵)، تکنیک «تحریک کردن» با نتایج حاصل از پژوهش‌های اسماعیلی و عابدینی (۱۴۰۱) شعاعی و صبوری کزج (۱۴۰۰)، سرابی و دیگران (۱۳۹۷) و فرخی و شهبازی (۱۳۹۵)، تکنیک «انسانیت زدایی از حریف» با نتایج حاصل از پژوهش‌های شعاعی و صبوری کزج (۱۴۰۰)، سرابی و دیگران (۱۳۹۷) و فرخی و شهبازی (۱۳۹۵) در نهایت تکنیک «تخدیر» با نتایج حاصل از پژوهش‌های شعاعی و صبوری کزج (۱۴۰۰) و فرخی و شهبازی (۱۳۹۵) مطابقت دارند. لازم به ذکر است دو تکنیک «القا غیرمستقیم» و «وارونه کردن» با هیچ کدام از پژوهش‌های پیشین نامبرده مطابقت ندارد و می‌توان این‌طور مطرح نمود که حسب سوژه ویژه این پژوهش (اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۲/۱۴۰۱) و اقتضای این نبرد ترکیبی این دو تکنیک نیز منحصرأ به در میان تکنیک‌های عملیات روانی شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی علیه جمهوری اسلامی اضافه به کاربرده شده‌اند.

۵-۲- نتیجه‌گیری

عملیات روانی، در یک تعریف کلی شامل بهره‌گیری از تبلیغات در راستای اهداف ملی جهت تأثیرگذاری بر افکار و احساسات مخاطبان است. امروزه مفهوم عملیات روانی پیوندخورده با رسانه‌های مدرن و امروزی است که این رسانه‌ها مهملی برای عملیات روانی محسوب می‌شود. همچنین عملیات روانی جزو تفکیک‌ناپذیر یک عملیات نظامی است. (شعاعی، کزج ۱۴۰۰). مجریان و هدایت‌گران عملیات روانی از تکنیک‌ها و روش‌های متنوعی به‌منظور اثرگذاری بر مخاطبان هدف خود به جهت تغییر نگرش‌ها، باورها و رفتارهای آنان و نیز هدایت مؤثر آنان به سمت اهداف موردنظر بهره می‌گیرند. این مقاله که به دنبال شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی شبکه بی‌بی‌سی فارسی در اغتشاشات مهر و شهریور ۱۴۰۱ است با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و با رویکرد استقرایی در مجموع ۹ تکنیک عملیات روانی از جمله شرطی‌سازی، ایجاد تفرقه و اختلاف، القا



غیرمستقیم، از زبان غیر گفتن، روشن‌گری، تحریک‌کردن، وارونه‌کردن، انسانیت‌زدایی از حریف و تخدیر شناسایی شد که سه تکنیک از زبان غیر گفتن، تحریک‌کردن و انسانیت‌زدایی از حریف بیش از سایر تکنیک‌ها استفاده شده است و دو تکنیک شرطی‌سازی و تخدیر کمتر مورد استفاده شبکه بی‌بی‌سی فارسی بوده است.

۳-۵- پیشنهادها

- با توجه به نقش‌آفرینی جدی چهار شبکه تلویزیونی فارسی‌زبان ایران اینترنت‌نشال، منوتو، رادیو فردا و صدای آمریکا در اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱ پیشنهاد می‌شود این پژوهش درباره این چهار شبکه نیز انجام و با شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی این شبکه‌ها شناخت جامع و دقیق‌تری از عملکرد رسانه‌ای مجموعه رسانه‌های فارسی‌زبان در مواجهه با این اغتشاشات فراهم آید.
- پیشنهاد می‌شود به‌منظور شناخت دقیق مکانیسم اثر عملیات روانی بر ذهن و شناخت مخاطب، پژوهش‌هایی در حوزه علوم شناختی و در سطح عصب‌شناختی صورت بگیرد.
- پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی با هدف ارائه راهکارهای مقابله با شایعات (فیک نیوز)، ابهام‌زدایی و شبهه‌زدایی تعریف و مورد توجه پژوهشگران قرار بگیرد.
- پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی با هدف طراحی و ایجاد اتاق وضعیت و تحلیل کلان داده فضای مجازی کارآمد به‌منظور رصد منظم و دقیق فضای رسانه‌ای و نیز هدایت و مهندسی بهنگام افکار عمومی انجام شود.
- پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مختلفی با تمرکز بر کلان حوزه راهکارها و شیوه‌های مقابله با عملیات روانی تعریف و انجام گردد.
- پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی ناظر به میزان اثرپذیری جامعه از به‌کارگیری عملیات روانی در شورش‌های مختلف فرهنگی و سیاسی اجتماعی صورت بگیرد.
- پیشنهاد می‌شود با تأکید بر اهمیت نقش نهادها و ارگان‌های سیاست‌گذار و تصمیم‌ساز فرهنگی کشور، پژوهش‌هایی با هدف آسیب‌شناسی سیاست‌های سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی رسانه‌ای از قبیل سازمان صداوسیما، سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت ارشاد و آموزش‌وپرورش در حوزه عملیات روانی از حیث آفند و از حیث پدافند انجام بگیرد.



۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

مقاله‌ها

۱. اسماعیلی، رفیع الدین و ملیحه عابدینی، (۱۴۰۱). شیوه‌های عملیات روانی علیه ایران در مواجهه با کرونا (مطالعه صفحه اینستاگرام مسیح علینژاد در ماه نخست شیوع)، مجله معرفت فرهنگی/اجتماعی، سال سوم شماره ۵۱: ۶۷-۸۷.
- ۲.
۳. الیاسی، محمدحسین، (۱۳۸۴). عملیات رسانه‌ای برای کنترل اذهان، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۰(۳۴)، ص ۲۴۹-۲۳۶.
۴. الیاسی، محمدحسین، (۱۳۸۵). عملیات روانی ضد شورشگری سپاه در بحران کردستان دهه ۶۰، فصلنامه عملیات روانی، ۳(۱۲): ۳.
۵. براتی، رضا، (۱۳۷۶). «مبانی و نظری و عملی جنگ روانی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران. دانشگاه امام صادق (ع).
۶. تقی زاده، حمید، (۱۳۹۰). جنگ نرم علیه انقلاب اسلامی و راهکارهای مقابله. فصلنامه علمی تخصصی عملیات روانی، شماره ۲۹.
۷. خدامرادی، فریده، (۱۳۸۶). تحلیل عملیات روانی شبکه‌های ماهواره در حوادث سال ۱۳۸۵، فصلنامه عملیات روانی، ۵(۱۸).
۸. ذاکری، مختار، علی شیروانی شیری، (۱۴۰۱). تحلیل محتوای بیانیه‌ی گام دوم انقلاب بر مبنای مؤلفه‌های هویت آفرینی اسلامی-ایرانی. مطالعات ملی، ۱(۳۳)، ۳۱-۵۵.
۹. زیتی، سامان و مجتبی اژدری، (۱۳۹۸). بررسی تکنیک‌های خبری شبکه‌ی بی‌بی‌سی فارسی در مواجهه با انقلاب اسلامی در چارچوب عملیات روانی. پژوهشنامه تاریخ، سیاست و رسانه، سال دوم شماره ۳، ص ۴۶۶-۲۳۹.
۱۰. سیلان اردستانی، حسن، (۱۳۸۴). رویکردی تئوریک به عوامل شکل‌دهی و کنترل افکار عمومی. تهران: فصلنامه عملیات روانی، ۳(۹)، ۶۹-۴۷.
۱۱. سرابی، سعید، محمدرضا جاسم زاده و مجید سعادت، (۱۳۹۷). شناخت تاکتیک‌های جنگ روانی شبکه ماهواره‌ای العربیه علیه جمهوری اسلامی ایران در سه ماه اول سال ۲۰۱۶، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، دوره ۵ شماره ۱۷: ۲۳۱-۲۶۳.
۱۲. سوری، جواد، (۱۳۸۵). نقش فناوری‌های نوین ارتباطی در عملیات روانی، فصلنامه عملیات روانی، ۱(۳).
۱۳. شعاعی، محمدحسین، کزج، صبوری، کزج، (۱۴۰۰). تکنیک‌های عملیات روانی ترکیه در عملیات چشمه صلح؛ مطالعه موردی: سازمان رادیو و تلویزیون ترکیه. فصلنامه علوم و فنون نظامی، ۱۷(۵۶): ۹۷-۷۷.



۱۴. فرخی، میثم و امیر شهبازی، (۱۳۹۵). شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی رسانه‌های عربستانی علیه جمهوری اسلامی ایران در حادثه‌ی منا (مطالعه‌ی موردی سایت‌های خبری العربیه، کلمه و الشرق الاوسط)، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال نوزدهم، شماره ۷۰.
۱۵. قاندي، محمدرضا و علیرضا گلسنی، (۱۳۹۵). روش تحلیل محتوا: از کمی‌گرایی تا کیفی‌گرایی. روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی. ۷(۲۳)، ۵۷-۸۲.
۱۶. کیانه پارسا، (۱۳۹۴). عملیات روانی جنگ نرم در عصر اطلاعات. دومین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه.
۱۷. مرادی، حجت‌الله و همکاران، (۱۳۸۹). عملیات روانی و رسانه. تهران، ساقی.
۱۸. معمای، هاجر، بیژن عبدالهی، سعید جعفری‌نیا، سیدمحمدحسین موسوی‌پور، (۱۴۰۰). طراحی و تبیین الگوی اخلاق سازمانی از منظر قرآن کریم (بررسی آیات شش سوره مائده، یوسف، اسراء، احزاب و حجرات). مدیریت اسلامی، ۲۹(۳)، ۵-۴۰.
۱۹. محمدی، علیرضا، ابوالفضل دانایی و سیدمحمد زرگر، (۱۴۰۰). ارائه الگوی راهبردی ابعاد و مؤلفه‌های کلیدی عملیات روانی رسلنه‌ای. فصلنامه علمی مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی، سال یازدهم، شماره ۴۲: ۲۲۰-۱۹۱.

کتاب‌ها

۱. اسدی، علی، (۱۳۷۱). افکار عمومی و ارتباطات، تهران، انتشارات سروش.
۲. اولسون، جین و همکاران، (۱۳۸۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، جامعه‌شناسان.
۳. ترابی، مهناز، (۱۳۸۵). تحلیل محتوای اخبار فاکس نیوز در مورد مسائل هسته‌ای ایران. تهران: انتشارات مرکز تحقیقات صداوسیما.
۴. حمید اسکندری، (۱۳۹۰). جنگ روانی و جنگ رسانه. بوستان حمید
۵. ذوالفقاری، مهدی، (۱۳۹۱). اصول و مبانی عملیات روانی. چاپ اول. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۶. شیرازی، محمد، (۱۳۷۶). جنگ روانی و تبلیغات مفاهیم و کاربردها. تهران: انتشارات نمایندگی ولی فقیه در سپاه.



منابع اینترنتی

خامنه‌ای، سیدعلی. ۱۳۹۵. بیانات در دیدار با مردم اصفهان.

۵۳۹۳#۶۱۴۹۳https://farsi.khamenei.ir/newspart-index?tid=

خامنه‌ای، سیدعلی. ۱۳۹۵، بیانات در دیدار رئیس و اعضای مجلس خبرگان رهبری.

۵۳۹۳#۶۱۴۹۳https://farsi.khamenei.ir/newspart-index?tid=

۲-۶- منابع لاتین**Articles**

- Abd Wahab, Amelia Yuliana, Abdul Rahman Abdul Razak Shaik, Munir Shuib (2020) *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, Volume 07, Issue 06, 2020
- Ahluwalia, V. K. (2020). Psychological Warfare: Call Out Adversaries' Designs. *CLAWS Journal*, 13(2), 12-41.
- Lindqvist, F. (2020). Israel's usage of Psychological Warfare against Hezbollah: *Theoretical Development and Application*.
- Paddock, A(1989) *Military Opeation in political warfar and Psychological Operation*, National Defense University, Practice. London: Sage Publication.
- Parenti, Michael (2002). *Monopoly media manipulation*. *Mediterranean Quarterly* 13(2):56-66.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

