


Investigating the strategies of Persian language satellite networks in 1401 (Case of study: Manoto network)

Seyed Pouya Rasoulinejad

Assistant Professor of Islamic Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.
sp.rasoulinejad@ut.ac.ir

 0000-0002-5791-137X

Abstract

One of the most important strategies of the enemy in the cultural field is to influence the values and beliefs of the members of the society and change their mental calculations. The main tool used by the enemy in this direction and in recent years has been the media and specifically the Persian-language satellite channels. Since each media has its own strategic model based on which it operates, the study of the strategies of these networks is of special importance, and in this research, specifically, satellite network programs. "Manoto" in 1401 have been analyzed with qualitative content analysis method. According to the investigation of "Man and To Network" programs, the strategies of this network are: inducing the inefficiency of the Islamic Republic, the distance between the people and the officials, the class gap in the Islamic Republic, inducing the inefficiency of the leadership, promoting western culture and lifestyle, weakening the beliefs the religion of the people, inducing the lack of freedom and the existence of a security environment in the Islamic Republic, inducing the spread of corruption in the Islamic Republic, and creating division between the military forces. Also, considering the different conditions of the country in the second half of 1401, the "Manoto" satellite network put special strategies in its agenda in order to intensify the protest conditions in the Iranian society, which include the creation of national self-humiliation (weakening of identity National), efforts have been made to overthrow the Islamic Republic, challenge the authority of the Islamic Republic.


Keywords: Strategy, Mass media, Persian-language satellite networks, Manoto network.

بررسی راهبردهای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در سال ۱۴۰۱ (مورد مطالعه: شبکه من و تو)

سید پویا رسولی‌نژاد

استادیار گروه علوم اجتماعی اسلامی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

sp.rasoulinejad@ut.ac.ir

 0000-0002-5791-137X

چکیده

یکی از مهمترین راهبردهای دشمن در عرصه فرهنگی، نفوذ در ارزش‌ها و باورهای اعضای جامعه و ایجاد تغییر در محاسبات ذهنی آنهاست. ابزار اساسی مورد استفاده دشمن در این راستا و در سال‌های اخیر، رسانه و به‌طور خاص شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بوده است. از آن‌جا که هر رسانه‌ای الگوی راهبردی خاص خود را دارد که بر اساس آن عمل می‌کند، مطالعه راهبردهای این شبکه‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که در این پژوهش به‌طور خاص برنامه‌های شبکه ماهواره‌ای «من و تو» در سال ۱۴۰۱ با روش تحلیل محتوای کیفی بررسی شده‌اند. با توجه به بررسی برنامه‌های «شبکه من و تو»، راهبردهای این شبکه عبارت‌اند از: القای ناکارآمدی جمهوری اسلامی، فاصله بین مردم و مسئولان، فاصله طبقاتی در جمهوری اسلامی، القای ناکارآمدی رهبری، ترویج فرهنگ و سبک زندگی غربی، تضعیف باورهای دینی مردم، القای نبود آزادی و وجود فضای امنیتی در جمهوری اسلامی، القای فراگیری فساد در جمهوری اسلامی، و ایجاد تفرقه بین نیروهای نظامی. همچنین، با توجه به شرایط متفاوت کشور در نیمه دوم سال ۱۴۰۱، شبکه ماهواره‌ای «من و تو» راهبردهای ویژه‌ای را به‌منظور تشدید شرایط اعتراضی در جامعه ایرانی در دستور کار خود قرار داد که شامل ایجاد خودتحقیری ملی (تضعیف هویت ملی)، تلاش در راستای سرنگونی جمهوری اسلامی، به چالش کشیدن اقتدار جمهوری اسلامی، و القای بی‌توجهی به حقوق زنان در جمهوری اسلامی می‌شده است. در نهایت، ارتباط راهبردهای اخیر با سوژه اغتشاش و براندازی و همچنین تناسب این راهبردها با رویکرد اصلی این شبکه مورد بررسی قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: راهبرد، رسانه‌های جمعی، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، شبکه من و تو.

شاپای الکترونیک: X۶۵۵-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی



doi 10.22034/SCS.2024.444263.1548

مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

مقدمه و بیان مسئله

یکی از مهمترین راهبردهای دشمن در حوزه تهدید نرم، نفوذ فرهنگی و اجتماعی است. در نفوذ فرهنگی و اجتماعی، دین، آداب و رسوم، شیوه و سبک زندگی، باورها و ارزش‌های مردم مورد هدف قرار می‌گیرد. در واقع، در نفوذ فرهنگی، هدف، تغییر و تبدیل ذائقه فرهنگی است، نه ارتباط برقرار کردن با این فرهنگ (کرمی، ۱۳۹۵، ص. ۲۴). در برخی مواقع، کشورهای سلطه‌جو، برای حاکمیت در جوامع هدف، به جای تحمیل ارزش‌های مطلوب خود می‌کوشند از طریق رسانه‌ها و اقدامات فرهنگی، نظام هنجاری گروه هدف را به سمت مطلوب خود تغییر دهند. ایجاد تغییر در این حوزه، زمینه را برای تغییر ارزش‌ها و هنجارها در جوامع هدف مطابق با نظام مطلوب جریان سلطه فراهم می‌کند. تغییر در علائق جوانان، مدل‌های پوشش و آرایش، ادبیات و منابع مطالعاتی، نحوه صرف اوقات فراغت، رواج مکتب‌های خاص هنری، تغییر در موسیقی رایج، گسست و بیگانگی با سنت‌های فرهنگی و فرهنگ سنتی در بین نسل جوان، و ازهم‌پاشیدگی نظام اجتماعی از آثار تغییر در نظام ارزشی جوامع است (آقاسی و دیگران، ۱۳۹۰، صص. ۳۹-۴۰).

این مهم موضوعی بوده که از مدت‌ها پیش و همواره از سوی رهبر انقلاب مورد توجه و تذکر قرار داشته است. ایشان در این زمینه بیان داشته‌اند: «اینکه ما بتوانیم طرح کلی دشمن را در مورد خودمان بدانیم، بخشی از توان دفاعی ماست. به این مسئله توجه داشته باشید. ندانستن اینکه دشمن چه در سر دارد و چه می‌خواهد بکند، غفلتی است که ممکن است ما را از امکان برخورد و دفاع محروم کند. ما باید این را کاملاً بدانیم. از سال‌های هفتادوسه و هفتادوچهار به تدریج و به صورت روزافزون، مبارزه اعتقادی - اخلاقی شروع شد. بنده همان وقت‌ها شروع این مبارزه را احساس کردم. بحث تهاجم فرهنگی‌ای که مطرح کردیم، ناشی از این بخش قضیه بود. در کنار حرکات عملی سیاسی و اقتصادی و غیره، حقیقتاً یک تهاجم در زمینه مسائل فرهنگی و با ابزارهای فرهنگی آغاز شد» (بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار با دانشجویان دانشگاه شهیدبهشتی، ۱۳۸۲/۰۲/۲۲).

به‌طور مسلم، غرب برای نیل به مقاصد خود از روش‌های مختلفی استفاده می‌کند که از مهمترین آنها رسانه است. رسانه‌ها نمادهای زندگی را همواره تغییر می‌دهند یا تفسیر می‌کنند تا آن‌جا که فرهنگ جامعه، متأثر از تفکرات و نمادهای تولیدی و نمایش داده‌شده در رسانه‌های جمعی است. رشد و گسترش رسانه‌های

همگانی و به‌وجود آمدن شبکه‌های ماهواره‌ای عاملی مؤثر در شکل‌گیری و رواج مدرنیته، اندیشه‌های لیبرال غربی همسو با آن و در نتیجه، سبک زندگی غربی و سکولار بوده است (امیدعلی، ۱۳۹۱). بر اساس پژوهش‌های انجام گرفته درباره تأثیر رسانه‌های جمعی بر مخاطبان، بیشترین اثر رسانه‌ها به ترتیب متعلق به رسانه‌های تصویری، رسانه‌های صوتی و سپس رسانه‌های نوشتاری است (تن، ۱۳۸۸، ص. ۱۹۱). درک بشر از پدیده‌ها غالباً ناشی از برساختی است که رسانه‌ها به او ارائه می‌دهند. به گفته ژان بودریار، امروز «تصاویر» اهمیت و جایگاهی به‌مراتب فراتر از «واقعیت» پیدا کرده‌اند. به‌عبارت‌دیگر، تصاویر واقعی‌تر و حتی تأثیرگذارتر از واقعیت شده‌اند (اسفندیاری، ۱۳۹۳، ص. ۴۶)، تاجایی که امروزه درک ما، درکی رسانه‌ای است و تمام تصورات و دانشی را که در جهان امروز داریم، رسانه‌ها شکل می‌دهند (نقیب‌السادات، ۱۳۸۸، ص. ۱۵۳).

به‌دلیل گسترش و توسعه فناوری‌های جدید ارتباطی، امروزه تلویزیون‌های ماهواره‌ای نقش مهمی در دنیای رسانه پیدا کرده‌اند. بسیاری از نظریه‌پردازان ماهواره و پخش و دریافت مستقیم تلویزیونی، آن را عامل و تسهیل‌کننده تهاجم فرهنگی غرب، تخریب هویت‌های اجتماعی و بومی و به نفع فرهنگ مسلط آمریکایی، و در نهایت یکسانی فرهنگی می‌دانند (Schiller, 1998). هدف از راه‌اندازی شبکه‌های ماهواره‌ای تأثیرگذاری بر افکار، باورها و رفتارهای دینداران، ترویج فرهنگ و منش غربی، سکولاریسم و زمینه‌سازی برای پذیرش برتری و حاکمیت آنان بر جهان است. به همین دلیل طی سال‌های اخیر به تأسیس صدها شبکه تلویزیونی اقدام شده است که شبانه‌روزی برنامه‌های گوناگونی را پخش می‌کنند (شکرپیگی، ۱۳۹۱)؛ برای مثال، تلویزیون ماهواره‌ای بی‌بی‌سی فارسی که در ۲۵ دی ۱۳۸۷ چند روز پس از هفتادسالگی رادیو فارسی بی‌بی‌سی راه‌اندازی شد، دو هزار و هفتصد خبرنگار را به‌کار گرفته است و درحالی‌که مردم جزیره انگلیس برای مشاهده کانال‌های مختلف داخلی آن باید هزینه و مالیات بپردازند، این تلویزیون به‌صورت رایگان برای مردم فارسی‌زبان برنامه پخش می‌کند (مرادی، ۱۳۹۲). همچنین سایر شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان از جمله «من و تو»، «جم کلاسیک» و «فارسی وان» در خدمت اهداف امپریالیسم رسانه‌ای غرب قرار گرفته‌اند. در بسیاری از موارد، محتوای برنامه‌های این شبکه‌ها با نظام‌های فرهنگی بسیاری از کشورها از جمله جامعه ما متفاوت است و مهمترین نگرانی‌ای که در این زمینه وجود دارد، تأثیری است که این شبکه‌های ماهواره‌ای بر فرهنگ مردم و به‌طورخاص بر نگرش و سبک زندگی آنها بر

جای می‌گذارند.

در بین شبکه‌های مختلف، شبکه تلویزیونی «من و تو» پربیننده‌ترین شبکه ماهواره‌ای بوده، به طوری که در نظرسنجی سال ۱۳۹۵ بیش از ۷۰ درصد بینندگان تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان به نحوی برنامه‌های این شبکه را تماشا کرده‌اند (مرکز پژوهش و افکار صداوسیما، ۱۳۹۵). شبکه من و تو شبکه‌ای است که به نظر می‌رسد با آسیب‌شناسی شبکه‌های فارسی‌زبان و نیز در نظر گرفتن نقاط قوت و ضعف بی‌بی‌سی و صدای آمریکا و همین‌طور مواردی که رسانه‌های داخلی ایران، بنا به علل متعدد، از برنامه‌سازی در آن ضعف دارند، تأسیس شده و در حال پخش برنامه است. بدیهی است که مطالعه این شبکه مطالعه آخرین دستاورد رسانه‌های دشمن در جنگ نرم است که ماحصل تمامی برنامه‌ها و شبکه‌های سابق تلویزیونی است. شبکه من و تو به دلیل ماهیت متفاوت خود، به شکل منحصربه‌فردی عمل می‌کند و درحالی‌که قریب به ۹۰ درصد برنامه‌های سایر شبکه‌ها پخش ویدئو موزیک، فیلم‌های زیرنویس و تبلیغات است، این شبکه اقدام به برنامه‌سازی به صورت شبکه‌ای کاملاً ریشه‌دار نموده است. حتی کیفیت برنامه‌های اقتباسی و برنامه‌هایی که از سایر شبکه‌ها خریداری و بازپخش می‌شوند نیز در این شبکه متفاوت از سایر شبکه‌هاست. در حال حاضر بیشترین حجم برنامه‌های تولیدی در بین شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان متعلق به این شبکه است؛ بنابراین، از آن‌جا که شبکه ماهواره‌ای من و تو بر برنامه‌های علمی، سرگرمی و سیاسی تمرکز و مخاطبان بسیاری در ایران دارد و همچنین با توجه به مطالعات و نظرسنجی‌های انجام‌شده متعددی که به این شبکه و برنامه‌های آن پرداخته‌اند (از جمله آقاسی و دیگران، ۱۳۹۰؛ مسعودی و خسروی، ۱۳۹۲؛ سلطانی و تفرشی، ۱۳۹۴؛ علیزاده و زردار، ۱۳۹۶؛ بیچرانلو، ۱۳۹۵ و ۱۳۹۸)، مطالعه و تحلیل این شبکه بسیار حائز اهمیت است.^۱

هر رسانه‌ای برای عملیات رسانه‌ای پیرامون موضوعات مدنظر خود، الگویی راهبردی دارد که بر اساس آن عمل می‌کند. این راهبردها، علاوه بر مشخص کردن هدف نهایی و جهت‌گیری کلان رسانه، به‌عنوان نقشه راهی است تا رسانه را در مسیر هدف اصلی خود قرار دهد. با توجه به مواردی که مطرح شد، مسئله اصلی پژوهش پیش‌رو این است که در اثر القائات تلویزیون‌های ماهواره‌ای، بخش قابل توجهی از

۱. لازم به ذکر است شبکه ماهواره‌ای من و تو پس از چهارده سال پخش، در تاریخ ۱۱ بهمن ۱۴۰۲ (برابر با ۳۱ ژانویه ۲۰۲۴) به فعالیت خود خاتمه داد.

مخاطبان ایرانی، از طریق راهبردهای مورد استفاده در این شبکه‌ها به لحاظ ارزشی و نگرشی تحت تأثیر قرار گرفته و می‌گیرند. از این رو، مطالعه ویژگی‌های این شبکه‌ها و برنامه‌های تولیدی‌شان در راستای احصا و شناخت راهبردهای اتخاذشده توسط آنها مدنظر این پژوهش قرار دارد که از طریق رصد و تحلیل برنامه‌های شبکه من و تو پی گرفته می‌شود.

۱. اهداف و سؤال‌های پژوهش

این مطالعه با هدف رصد شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و شناسایی مقولات و مضامین به کاررفته در آنها، شناسایی راهبردهای دشمنان جمهوری اسلامی در این شبکه‌ها و در نهایت ارائه راهبردهای مقابله با راهبردهای احصاشده انجام گرفته است؛ بنابراین، پرسش‌های این پژوهش عبارت‌اند از:

- دشمنان جمهوری اسلامی چه راهبردهایی را به‌منظور ترویج ارزش‌ها و نگرش‌های مطلوب خود در ایران به کار می‌گیرند؟

- با توجه به وقایع نیمه دوم سال ۱۴۰۱ در ایران، دشمنان چه راهبردهایی را از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان دنبال نمودند؟

۲. پیشینه پژوهش

تحقیقات گوناگونی در داخل کشور در رابطه با راهبردهای رسانه‌ای غرب به‌ویژه در رابطه با شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان به انجام رسیده و از ابعاد و زوایای مختلفی آنها را مطالعه و بررسی نموده است که به مهم‌ترین آنها اشاره می‌گردد. امینی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان «شناخت راهبرد رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه، در مدیریت تصویر نهاد ولایت فقیه» نشان دادند که راهبرد اصلی این رسانه‌ها به گونه‌ای است که از پنج بنیان مهم این نهاد اعتبارزدایی می‌کند. این راهبرد شامل اعتبارزدایی از شخص حقیقی ولی فقیه، بنیان دینی و فکری این نهاد، وجه مردمی ولایت فقیه، پشتوانه قانونی و در نهایت جنبه کارکردی نهاد ولایت فقیه است. این اعتبارزدایی به‌گونه‌ای صورت می‌پذیرد که در نهایت منجر به مشروعیت‌زدایی از این نهاد شده و لزوم حذف آن به مخاطب القا شود. سعیدزاده و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی «راهبرد رسانه‌ای آمریکا در مورد برنامه هسته‌ای ایران (۲۰۲۰-۲۰۱۷)» را بررسی کرده‌اند. این پژوهشگران برای پاسخ به این مسئله با استفاده از روش کیفی و به‌کارگیری تحلیل شبکه مضامین، تلاش کردند تا راهبرد

رسانه‌های آمریکا از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده رئیس‌جمهور وقت این کشور - دونالد ترامپ - را استخراج نمایند. یافته‌های این پژوهش بیانگر شش مضمون اصلی در خصوص راهبرد رسانه‌های آمریکا در مورد مسئله برجام و ایران بوده که عبارت‌اند از: تحقیر و توهین، توسل به قانون، خودستایی، سرخوردگی و اذعان به شکست، و ایران‌هراسی.

سلطانی و تفرشی (۱۳۹۴) با مدنظر قرار دادن برنامه‌های تولیدی شبکه «من و تو» و تحلیل گفتمان آنها، «مردم»، «تساهل و مدارا»، «تجربه‌های جدید»، «خوش‌گذرانی»، و «فرهنگ و هنر» را به‌عنوان دال‌های مرکزی گفتمان برنامه‌های این شبکه مورد شناسایی قرار دادند. این پژوهش همچنین نشان داد که بیشترین هویت‌های گفتمانی که این شبکه مورد بازنمایی قرار می‌دهد، دو هویت گفتمانی «مردم ایران» و «حکومت جمهوری اسلامی ایران» می‌باشد. «مردم ایران» در زنجیره هم‌ارزی قرار گرفته و بازنمایی می‌شوند و «حکومت ایران» در راستای زنجیره تفاوت من و تو. از جمله مشخصه‌های گفتمانی دیگر برنامه‌های مورد مطالعه تأکید بر «معنویت یا خداگرایی/پرستی فاقد شریعت و تعصب» و پرداخت مثبت به «سلطنت پهلوی» به‌حسب پیوند آن با «گذشته خاطره‌انگیز» مخاطب می‌باشد. محمدخانی ملکوه و فتحی (۱۳۹۰) نیز در پژوهشی با عنوان «بررسی محتوای برنامه‌های شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بی‌بی‌سی فارسی»، مهم‌ترین محورهای گفتمانی و القایی برنامه‌های این شبکه در روزهای مورد بررسی را مواردی همچون القاء نظام جمهوری اسلامی به عنوان نظام غیرمردم‌سالار، بازنمایی دولت به عنوان ارباب نه خدمتگزار، تأکید بر جدایی دین از سیاست، بی‌توجهی نظام و دولت به حقوق اقلیت‌های قومی و مذهبی، تشدید سرکوب اقلیت‌های قومی و مذهبی، نبود فعالیت آزاد برای موسیقی در ایران و ... عنوان کردند.

یوسفی رامندی (۱۳۹۷) به «تبیین راهبردهای رسانه‌ها به‌منظور مدیریت ادراک اجتماعی در صحنه جنگ رسانه‌ای ناآرامی سال ۱۳۹۷» پرداخت و نشان داد که راهبردهای شبکه‌های ماهواره‌ای در هدایت افکار عمومی عبارت‌اند از: القاء رویکرد سازش در مواجهه با آمریکا به‌منظور حل مشکلات، تخریب وجهه مقام معظم رهبری، اعتباربخشی به راهبرد مذاکره مجدد با آمریکا، ایجاد انگیزه تغییر نظام با تمرکز بر مایوس کردن مردم، تصویرسازی غیرواقعی از رفتار دیکتاتورآبانه نظام، تصویرسازی غیرواقعی از عدم پایبندی ایران نسبت به تعهدات خویش در برجام، تشویق مردم به ادامه ناآرامی‌های خیابانی، بی‌تأثیر جلوه دادن پیگیری مطالبات

اجتماعی در بستر قانونی، مؤثر جلوه دادن برجام در بهبود اوضاع کشور، انعکاس بی‌کفایتی دولت برای تخریب نظام، انعکاس فضای بی‌اعتمادی به همه مسئولان نظام و ... بر اساس این پژوهش، راهبردهای شبکه‌های اجتماعی معاند در هدایت افکار عمومی شامل تصویرسازی رفتار دیکتاتورمآبانه نظام و سرکوب ناآرامی‌ها، تشویق مردم به ناآرامی‌های خیابانی، اعتباربخشی به راهبرد مذاکره با اروپا، اطلاع‌رسانی نتایج مثبت برجام، تشویق معترضان به حمایت از رهبر اعتراض، ناامیدسازی مردم از هر اقدامی در جهت بهبود اوضاع، القاء عدم دخالت عوامل خارجی در ناآرامی‌ها و ... می‌باشد. این پژوهشگر همچنین نشان داد که مواردی همچون تشویق معترضان به حمایت از رهبر ناآرامی‌ها، ادامه روند ناآرامی‌ها، القاء رویکرد سازش با آمریکا به منظور حل مشکلات، ایجاد انگیزه تغییر نظام، انعکاس بی‌کفایتی و بی‌برنامگی دولت، مؤثر جلوه دادن تعامل با غرب در بهبود اوضاع کشور، از جمله راهبردهای سایت‌های اینترنتی معاند در هدایت افکار عمومی می‌باشد.

یافته‌های پژوهش میناوند و مشکواتی (۱۳۹۸) تحت عنوان «ارتباطات سیاسی کانترهژمونیک: بازنمایی خود و دیگری در گفتمان شبکه خبری پرس تی‌وی» نشان داد که آنچه در رسانه‌های خبری غربی از «اسلام و شرق» به مثابه «دیگری فرودست» بازنمایی شده، در شبکه خبری پرس تی‌وی با استفاده از تکنیک «بازنمایی معکوس» به اشکال مختلف نفی و طرد می‌شود. شبکه خبری پرس تی‌وی در شرایط تاریخی خاص با بهره‌مندی از دو دسته روشنفکران سنتی و ارگانیک، با تمرکز بر صداهای به حاشیه‌رانده شده و با استفاده از سیستم واژگانی ویژه در مقابل هژمونی رسانه‌های غربی به طرح موضوعات و نگرش‌های پسااستعماری می‌پردازد که با هدف گفتمان کانترهژمونیک این شبکه همخوانی دارد. مسعودی و خسروی (۱۳۹۲) در بررسی شیوه‌های بازنمایی زن در شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای «من و تو ۱»، یکی از برنامه‌های چهار قسمتی این شبکه به نام «بفرمایید شام» را با روشی هدفمند، مورد تحلیل نشانه‌شناسی قرار دادند. این پژوهشگران نشان دادند که این شبکه از راهبردهایی همچون ارائه کلیشه‌های جنسیتی، تلاش برای سکولاریزاسیون زندگی روزمره از طریق ارائه سبک زندگی غربی، القا و طبیعی‌سازی مفاهیمی چون فردگرایی، مصرف‌گرایی و تقدس‌زدایی از ارزش‌های بومی بهره می‌برد که با به‌کارگیری راهبردهای عمده بازنمایی یعنی طبیعی‌سازی و کلیشه‌سازی صورت می‌گیرد.

نجاتی منفرد و همکاران (۱۳۹۵) با «بررسی راهبردهای رسانه‌ای و فرهنگی دشمن در نبرد نرم علیه انقلاب اسلامی از منظر حضرت امام خامنه‌ای» از طریق

روش تفسیری مبتنی بر رویکرد تحلیلی به هفده مورد از تهدیدات دشمن دست یافتند که عبارت‌اند از: ۱. شبیخون و تهاجم نرم و تسخیر سنگرهای معنوی توسط دشمن؛ ۲. نفوذ آموزه‌های غربی در بدنه فرهنگی کشور؛ ۳. به‌کار بردن سلاح روانی؛ ۴. به مصاف طلبیدن فرهنگ اسلامی ایرانی در برابر فرهنگ غربی؛ ۵. جایگزین کردن فرهنگ بیگانه به‌جای فرهنگ خودی و ارزش‌ها و باورها؛ ۶. گسترش لابی‌گری و اباحه‌گری در مقابل اخلاق منضبط دینی و اسلامی؛ ۷. سیاه‌نمایی فضای روانی غالب در کشور؛ ۸. حمله به مواضع امید و افق آینده را تیره‌وتار و مبهم جلوه دادن؛ ۹. بی‌تفاوت‌سازی ملت نسبت به آرمان‌ها، عقاید و اهداف ارزشی - بومی؛ ۱۰. سرگرم کردن مردم در مسائل مورد اختلاف؛ ۱۱. ایجاد تردید در دل‌ها و ذهن‌های مردم نسبت به رهبران خدوم و ملی؛ ۱۲. توطئه و نفوذ فرهنگی در رسانه‌ها و کارکردهای غیردولتی؛ ۱۳. متهم ساختن نظام اسلامی به ناکارآمدی در اندیشه و عمل؛ ۱۴. توسعه تهاجم ضدهنجارهای آشکار و مقاوم‌ساز علیه نظام؛ ۱۵. تزیق شبهات و حمله به اعتقادات و باورهای مردم؛ ۱۶. ترویج آشکار دروغ، نفوذ و شایعه‌پراکنی با ابزارهای پیشرفته در فضای روانی کشور، و ۱۷. اولویت دادن به هنجار مصرف صنایع فرهنگی مخرب غرب.

رضاییان (۱۳۸۷) با مطالعه «راهبردها و اهداف جنگ رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی ایران» بیان نمود که به‌طور کلی آمریکا علیه جمهوری اسلامی دارای پنج هدف راهبردی روانی است که در سه دهه گذشته ثابت باقی مانده است، هرچند در مقاطع مختلف زمانی به تناسب ماهیت و وزن متغیرها، از لحاظ حجم، نوع و تنوع تاکتیک‌ها و تکنیک‌ها تفاوت‌های جدی بین آنها مشاهده می‌شود. این پژوهشگر اهداف راهبردی جنگ روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران را شامل این موارد می‌داند: ۱. ارائه چهره مخوف از اسلام و جمهوری اسلامی در نزد افکار عمومی جهان به‌ویژه غرب؛ ۲. ترسیم ایران به عنوان محور شرارت در منطقه و جهان؛ ۳. ناکارآمدی دین در اداره جامعه و چالش مشروعیت؛ ۴. ارائه تصویر آرمانی از ارزش‌های آمریکایی و لیبرال دموکراسی آمریکا؛ و ۵. تلقین به‌روز اجماع جهانی علیه ایران. این پژوهش نتیجه گرفت که عملکرد رسانه‌ای غرب به‌ویژه در سال‌های اخیر این روند را نشان می‌دهد که جنگ نرم به‌مثابه راهبرد انتخابی نظام سلطه برای تسلط بر افکار و اراده ملت‌ها تدوین و طراحی شده است.

میرزایی (۱۳۹۶) با تحلیل محتوای برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان پیرامون موضوع انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ از طریق مطالعه موردی

تارنما و شبکه بی‌بی‌سی فارسی نشان داد که این شبکه در تلاش برای ایجاد و تثبیت دوقطبی خودساخته حول محور ولایت است. این رسانه با تسری این دوقطبی به نامزدهای ریاست جمهوری و بازنمایی منفی ولایت فقیه، ضمن «دیگری‌سازی» از چهره نظام جمهوری اسلامی و رهبری انقلاب، نامزدهایی را که متصل به جریان انقلاب می‌داند، در تقابل با منافع مردم بازنمایی نموده است. از سوی دیگر، در صدد آن بوده است تا با بازنمایی مثبت از نامزد نزدیک‌تر به لیبرالیسم و اندیشه غربی، وی را به‌عنوان «خودی» معرفی نماید. حیدری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود تأثیر قدرت نرم شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای بر الگوبرداری اجتماعی و تغییر سبک زندگی در بین زنان را نشان دادند. در این پژوهش، شاخص نوع استفاده بیشتر از شاخص میزان استفاده از ماهواره بر الگوبرداری اجتماعی تأثیر داشته و به‌عبارتی این محتوا و ماهیت برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای بوده که بر کمیت استفاده از برنامه‌های ماهواره‌ای در بین زنان غلبه داشته است. پژوهشگران نتیجه گرفتند که مصرف محتواهای شبکه‌های ماهواره‌ای روحیه غرب‌گرایی، تجمل‌گرایی، مصرف‌گرایی، تغییرات ظاهری و ... را به همراه داشته است.

محمدپور و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهش «تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران: بررسی موردی دانشجویان کرد دانشگاه‌های سنندج» مسئله تأثیرگذاری ماهواره بر هویت فرهنگی را در بین دانشجویان دانشگاه‌های سنندج، به‌صورت پیمایشی، بررسی کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که هویت فرهنگی دانشجویانی که به تماشای ماهواره می‌نشینند بر اساس شاخص‌هایی مثل پایبندی به مذهب، نگرش به ازدواج، محصولات فرهنگی و ... کم‌رنگ‌تر از سایرین است. نصرتی‌نژاد و شفیع (۱۳۹۳) در تحقیق خود تحت عنوان «تأثیر شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای بر نگرش جنسیتی و اخلاق جنسی جوانان» نشان دادند که تلویزیون‌های ماهواره‌ای نقش بسیار زیادی در ترویج نگرش جنسیتی و اخلاق جنسی لیبرال دارند؛ به این معنا که شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای سعی در ترویج اخلاق آزاد جنسی و همچنین برابری جنسیتی دارند؛ البته تأثیر ماهواره‌ها در ترویج اخلاق جنسی لیبرال بیشتر از برابری جنسیتی است. حسینی پاکدهی و یارقلی (۱۳۹۱) نیز با مطالعه «سبک زندگی در سریال‌های تلویزیونی ماهواره‌ای: تحلیل نشانه‌شناختی مجموعه‌های شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای (فارسی وان و پی‌ام‌سی (فمیلی))» نشان دادند که سبک زندگی نمایش داده‌شده در مجموعه‌های این دو شبکه دارای ویژگی‌هایی چون رفتارهای غیراخلاقی، روابط نامشروع خارج از عرف،

بارداری پیش از ازدواج، تمایل به زندگی مرفه و دوری از ساده‌زیستی و ... است. بررسی و مرور تحقیقات انجام‌شده در زمینه شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان نشان می‌دهد که تا کنون پژوهشی در رابطه با راهبردهای کلی و عمومی این شبکه‌ها به انجام نرسیده است و اغلب پژوهش‌ها تأکید خود را بر روی مؤلفه خاص و یا برنامه ویژه‌ای از این شبکه‌ها قرار داده‌اند. این در حالی است که پژوهش حاضر یک مطالعه راهبردی است که علاوه بر احصاء راهبردهای اتخاذشده در این شبکه‌ها، به ارائه راهبردهای مقابله با آنها نیز می‌پردازد. همچنین این پژوهش توجه ویژه‌ای به وقایع سال ۱۴۰۱ داشته و راهبردهای شبکه‌های فارسی‌زبان را ناظر به این وقایع بررسی کرده تا تصویر روشن‌تری از اهداف کلی و راهبردهای اساسی این شبکه‌ها ارائه نماید.

۳. تعریف مفاهیم

۳-۱. راهبرد

راهبرد در اصل یک اصطلاح نظامی به معنای سنجیدن موقعیت خود و حریف و طرح نقشه برای روبه‌رو شدن با او در مناسب‌ترین وضع است (امیرکبیری، ۱۳۸۱)؛ اما به تدریج این اصطلاح یا به عبارتی فن نظامی جایگاه مهمی در رهبری و مدیریت سیاسی و سپس اقتصادی پیدا کرد. در یک معنای ساده، راهبرد یعنی روش کلی برای رسیدن به هدف کلی (استیسی، ۱۳۹۲). راهبرد یعنی تعیین اهداف بنیادی بلندمدت، اتخاذ شیوه کار، و تخصیص منابع لازم برای تحقق اهداف. راهبرد برنامه‌ای جامع برای عمل است که جهت‌گیری‌های عمده سازمان را معین می‌کند و برای تخصیص منابع در مسیر کسب هدف‌های بلندمدت سازمانی، رهنمودهایی ارائه می‌دهد (رابینز، ۱۳۹۶). بدین ترتیب با تلفیق تعارف فوق، می‌توان راهبرد را عبارت از یک برنامه جامع و کامل دانست که اهداف بلندمدت سازمان را تعیین، فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف سازمان را شناسایی و در نتیجه نظر به منابع در اختیار خود تصمیم‌گیری می‌نماید.

۳-۲. جنگ نرم^۱

مفهوم جنگ نرم که در مقابل جنگ سخت^۲ استفاده می‌شود، تعریفی واحد که مورد

1. Soft War

2. Hard War

پذیرش همگان باشد، ندارد و تلقی و برداشت افراد، جریان‌ها و دولت‌های گوناگون از جنگ نرم، متفاوت است. این مفهوم در ارتباط نزدیک با قدرت نرم^۱ قرار دارد. مهمترین تعریف ارائه‌شده از قدرت نرم را جوزف نای پژوهشگر برجسته آمریکایی ارائه داده است. وی سال ۱۹۹۰ میلادی در مجله سیاست خارجی در این خصوص نوشت: «قدرت نرم شیوه‌ای برای رسیدن به نتایج دلخواه، بدون تهدید و تشویق آشکار و ملموس است. بر این پایه، یک کشور و حاکمیت می‌تواند به مقاصد مورد نظر خود برسد، چون کشورهای دیگر ارزش‌های آن را می‌پذیرند و تحت تأثیر اندیشه و پیشرفت آن قرار می‌گیرند و در نتیجه، خواهان پیروی از آن می‌شوند. در این مفهوم، مهمترین مسئله، تنظیم دستورالعملی برای جذب دیگران است؛ بنابراین، قدرت نرم کسب آنچه می‌خواهید از طریق جذب کردن است، نه از طریق اجبار یا پاداش (Nye, 2004, .p. 5).

۳-۳. رسانه

رسانه در معنای وسیع خود، شامل کلیه وسایل ارتباطی است که در سطحی گسترده به انتشار اطلاعات، اخبار، عقاید و نظریات می‌پردازند. این وسایل، دارای تنوع فراوانند (ره‌پیک، ۱۳۷۹، ص. ۱۲۷)؛ رسانه و فناوری‌های نوین، کارکردهای گوناگونی دارند که برخی از مهمترین آنها عبارتند از: هویت‌بخشی، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی، انسجام‌بخشی و گسترش روابط اجتماعی و نظارتی (سردارنیا، ۱۳۸۶، ص. ۱۰۶).

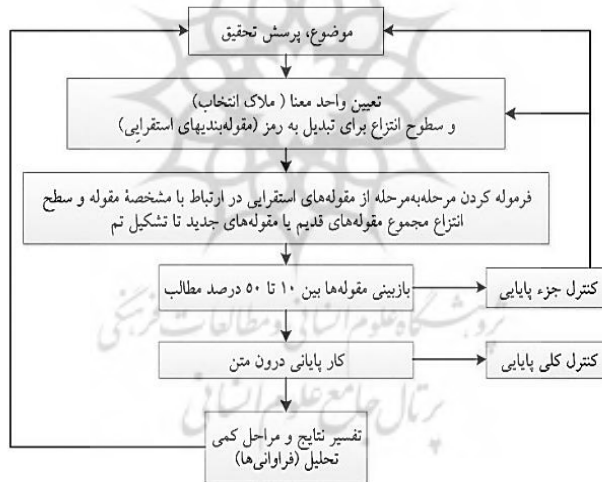
۳-۴. جنگ رسانه‌ای

استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها، اعم از نوشتاری، دیداری و شنیداری و به کارگیری اصول تبلیغات و عملیات روانی به‌منظور کسب منافع را جنگ رسانه‌ای می‌گویند (ضیایی‌پور، ۱۳۸۴، ص. ۱۹).

۴. روش پژوهش

در این پژوهش از تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. تحلیل محتوای کیفی روشی ارزشمند برای تحلیل حجم عظیمی از داده‌های متنی در یک بستر خاص است. هدف این روش شناسایی مهم‌ترین طبقه‌ها و مقولات در یک متن و کشف

کردن واقعیت اجتماعی نهان در آن است. سندلوسکی (۱۹۹۵) در حوزه مطالعات رسانه نیز تحلیل محتوای کیفی بیشتر با کشف معانی بنیادین در پیام سروکار دارد. در واقع، در تحلیل محتوای کیفی بیشتر به مضامین نهان متن و مصاحبه‌ها توجه می‌شود و استنباط و استخراج معنا از آن مدنظر می‌باشد. از آن‌جا که در این پژوهش، سعی در استنباط معنایی خاص از متن، از طریق طبقه‌بندی کلمات و پی بردن به شباهت‌ها، افتراق‌ها و روابط بین آنهاست، تحلیل محتوای کیفی بیشتر مناسب است. به‌طور خاص، تحلیل محتوای عرفی^۱ (متعارف) در دستور کار این پژوهش قرار دارد که در این حالت پژوهشگر از به‌کارگرفتن مقوله‌های پیش‌پنداشته^۲ می‌پرهیزد و در عوض ترتیبی می‌دهد که مقوله‌ها از داده‌ها ناشی شوند. در این حالت، محققان خودشان را بر امواج داده‌ها شناور می‌کنند تا شناختی بدیع برایشان حاصل شود (Kondracki; Wellman & Amundson, 2002)؛ بنابراین از طریق استقرا، مقوله‌ها از داده‌ها ظهور می‌یابند که این حالت را «مقوله استقرایی» نامیده‌اند (Mayring, 2000).



منبع: (Mayring, 2000)

شکل (۱): مدل مرحله کاربرد مقوله استقرایی

در تحلیل محتوای کیفی به شکل عرفی که در شکل ۱ قابل مشاهده است، محقق بر اساس ادراک خود از متن مورد مطالعه، نوشتن تحلیل اولیه را می‌آغازد و

1. Conventional Content Analysis
2. Preconceived Categories

این کار ادامه می‌یابد تا پیش‌زمینه‌هایی برای ظهور رمزها آغاز شود. این عمل اغلب موجب می‌شود که طرح‌ریزی رمزها از متن ظهور یابد و سپس بر اساس شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان مقوله‌بندی شوند. این مقوله‌بندی از سازمان‌دهی و گروه‌بندی کردن رمزها به صورت خوشه‌های معنادار^۱ دسته‌بندی می‌شود (Coffey & Atkinson, 1996). بسته به کیفیت ارتباط بین زیرمقوله‌ها، محقق می‌تواند با ترکیب و سازمان‌دهی این زیرمقوله‌ها، آنها را به شمار کمتری از دسته‌بندی (مقوله) تبدیل کند. نمودار درختی می‌تواند برای سازمان‌دهی کردن این مقوله‌ها به صورت یک ساختار سلسله‌مراتبی استفاده شود (Morse & Field, 1995). در مرحله بعدی تعاریفی برای هر مقوله و زیرمقوله و رمز صورت می‌گیرد. برای تهیه گزارش از یافته‌ها، مثال‌هایی برای رمزها و مقوله‌ها از روی داده‌ها مشخص می‌شود. ارتباط بین مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها بر اساس پیشینه موضوع به لحاظ نظری و تجربی (که به‌منظور ایجاد حساسیت در محقق و همچنین جبران خلأ نظری در شکل عرفی تحلیل محتوای کیفی مورد مطالعه قرار گرفته) مشخص خواهد شد. شرح مراحل تحلیل محتوای مدنظر این پژوهش را با جزئیات بیشتری پی می‌گیریم.

جامعه این پژوهش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و برنامه‌های آنهاست. در این تحقیق برای آن که بتوان تحلیلی جامع و درست از این شبکه صورت داد، برنامه‌های تولیدی خود شبکه‌ها مورد توجه قرار گرفته است. براین‌اساس در پژوهش حاضر، تحلیل مجموعه‌های تلویزیونی، برنامه‌های نمایشی و مستندهای غیرتولیدی (دوبله-شده) از موارد تحلیل حذف شدند و تنها به برنامه‌های تولیدی - گزارش‌محور و گفتگومحور - اکتفا شده است. این انتخاب به جهت آن صورت گرفته است که برنامه‌های تولیدی به‌خاطر آنکه تماماً به‌وسیله عوامل شبکه و بر اساس سیاست‌های کلان مورد نظر آنها ساخته می‌شود، بیشتر بازتاب اصیل مفروضات راهبردی این شبکه‌ها می‌باشد. در روش کیفی، انتخاب نمونه‌ها بر اساس محتوا صورت می‌گیرد و نه با استفاده از معیارهای روش‌شناختی. به‌عبارت‌دیگر، نمونه‌گیری بر مبنای مرتبط بودن موردها (با پژوهش) و نه نمایا بودنشان انجام می‌گیرد (فلیک، ۱۳۸۸، ص. ۱۳۵). نمونه‌گیری تحقیق حاضر از نوع هدفمند است؛ به‌این‌معنا که نمونه‌هایی انتخاب می‌شوند که از نظر مسئله و اهداف پژوهش به غنای آن کمک کنند. بدین ترتیب شبکه «من و تو» به‌دلیل تناسب و جامعیت بیشتر با موضوع تحقیق از

بین شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان انتخاب گردید. با اینکه در رویکرد کیفی اشباع نظری میزان نمونه‌ها را تعیین می‌کند؛ اما از جهت مشخص نمودن تقریبی نمونه‌ها و برنامه رصدی تحقیق، چندین برنامه این شبکه در حوزه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی با توجه به ماهیت پژوهش و در نظر گرفتن معیارهایی همچون سابقه پخش برنامه‌ها، به‌روز بودن، و پربیننده بودن آنها به شیوه هدفمند انتخاب شده‌اند. سپس از هر یک از این برنامه‌ها (اتاق خبر، سالی تاک، من و تو پلاس، سمت نو و ۳ فاز و نیم) تعداد ۴ تا ۱۰ قسمت در طول سال ۱۴۰۱ انتخاب و مورد بررسی قرار خواهد گرفت که مطابق جدول شماره ۱ در مجموع ۲۳۴۰ دقیقه برنامه، حجم نمونه اصلی تحقیق را تشکیل داده است.

جدول (۱): ساختار رصدی برنامه‌های منتخب شبکه من و تو در سال ۱۴۰۱

عنوان برنامه	معرفی برنامه	زمان پخش (به وقت ایران)	مدت زمان (دقیقه) / تعداد رصد شده	مجموع کل مدت زمان رصد شده
اتاق خبر	تازه‌ترین اخبار ایران و جهان	هر روز ساعت ۱۸ و ۲۱	۱۰ / ۶۰	۶۰۰
سالی تاک	در این برنامه سالومه به‌صورت طنز به اتفاقات هفته گذشته در داخل ایران می‌پردازد.	جمعه‌ها ساعت ۲۲:۳۰	۱۰ / ۳۰	۳۰۰
من و تو پلاس	یک مجله تلویزیونی با خبرهای داغ و متنوع از سراسر دنیا	هر روز ساعت ۱۷:۳۰	۱۰ / ۶۰	۶۰۰
سمت نو	مجریان برنامه هم از سوژه‌های داغ و جنجالی روز صحبت می‌شود و هم با مهمانان برنامه، با نگاهی متفاوت درباره موضوعات و کارزارهای مختلف برنامه گفتگو می‌کند.	هر روز ساعت ۱۵	۱۰ / ۶۰	۶۰۰
۳ فاز و نیم	یک برنامه طنز که در قالب داستان‌های کوتاه به مسائل و اتفاقات روزانه جامعه می‌پردازد.	فروردین ۱۴۰۱ (آخرین سری)	۴ / ۶۰	۲۴۰
مجموع				۲۳۴۰

۵. یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در ذیل سؤالات تحقیق بیان شد، سؤال اول تحقیق این بود که دشمنان جمهوری اسلامی چه راهبردهایی را به‌منظور ترویج ارزش‌ها و نگرش‌های

مطلوب خود در ایران به کار می‌گیرند. بررسی برنامه‌های شبکه ماهواره‌ای من و تو در سال ۱۴۰۱ نشان داد که راهبردهای این شبکه عبارت‌اند از: القای ناکارآمدی جمهوری اسلامی، فاصله بین مردم و مسئولان، فاصله طبقاتی در جمهوری اسلامی، القای ناکارآمدی رهبری، ترویج فرهنگ و سبک زندگی غربی، تضعیف باورهای دینی مردم، القای نبود آزادی و وجود فضای امنیتی در جمهوری اسلامی، القای فراگیری فساد در جمهوری اسلامی، و ایجاد تفرقه بین نیروهای نظامی. راهبردها و مصادیق این شبکه در سال ۱۴۰۱ در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول (۲): راهبردهای شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان من و تو در سال ۱۴۰۱

مصادیق	راهبرد
حتی در کشورهای در حال جنگ، هیچ وقت نمیشنوین که شب بخوابن صب بیدار شن ببینن که ی ساختمونشون به خاطر بی کفایتی مسئولان فرو ریخته. من نمیدونم اینارو از کجا پیدا میکنید میارید میکنیدشون مسئول؟ دست دوم از کشورهای حاشیه خلیج فارس میارید یا تو اوراقیا پیدا میکنید؟ چون واقعاً این حجم از ناکارآمدی و وقاحت نادره، نایابه، کمیابه.	القای ناکارآمدی جمهوری اسلامی
اما آدم خدایی باید بگه؛ هر نهادی اگر تو این مملکت کارشو درست انجام نمیده، شورای شهر همیشه کارشو درست انجام میده. حالا هر شورای شهری میخواد باشه. اینا از صبح تا شب تو اون مهد... تو اون شورای شهر فقط به فکر مردمن. الان شما این ویدئو رو ببینید از شورای شهر همدان (موشک کاغذی عضو شورای شهر همدان در جلسه). ایشون پول مفت میگیره ماه به ماه، که پاشه بره اونجا موشک درست کنه... یعنی هیچ جا و هیچ چیز مملکت سر جاش نیست و درست نیست. بعد همین آدما، همین مسئولان که به درد هیچ کاری نمیخورن، حتی به درد اینکه ببندیشون به گاری هم نمیخورن، میشینن برا مملکت تصمیم میگیرن.	
موزه‌ها نقش بسیار مهمی در انتقال ارزش‌های فرهنگی و تاریخی گذشتگان به نسل جدید داره و متأسفانه در ایران این امر مهم ۴۳ سال هست که نادیده گرفته شده. هفته پیش هم ویدئویی از گزارشگر به دستمون رسید که باز هم یادآور بی‌توجهی و بی‌کفایتی مسئولان موزه از وضعیت موزه مردم‌شناسی بندرعباس و آثار قدیم و بسیار مهم رو نشون میده... بسیار ناراحت‌کننده است دیدن این مسائل در کشوری که تاریخ و هنر بسیار غنی‌ای داره؛ اما به دلیل بی‌کفایتی این مسئولان غیرمسئول باید این آثار به این شکل آسیب ببینن.	
ازون جایی که روزبه‌روز این هیبت و ابهت پوشالی جمهوری اسلامی داره میریزه، من نمیدونم چی شده که هی چیزای دیگه هم داره میریزه. بابا این چه وضعه؟ باز یکی دیگه از سکوهای اهدای مدال ریخت... اینا ی سکوی اهدای مدال نمیتونن بسازن، بعد میخوان اسرائیل رو نابود کنن.	
از متروپل بگیریم، از ساختمونی که با رانت و فساد و رشوه ساخته شد و در آخر	

مصادیق	راهبرد
<p>آوار شد رو سر مردمی که هیچ گناهی نداشتن، مردمی که روزها منتظر بودن تا جنازه عزیزشون از زیر آوار بیرون کشیده بشه. و جواب اعتراضشون به عدم رسیدگی مسئولان چی شد؟ هیچی، سرکوب و شلیک.</p>	
<p>میلیاردها میلیارد برای این سرکوبها هزینه میکنن، ولی زلزله خوی من فکر می‌کنم یک بار دیگه به همه مردم ایران ثابت کرد، نشون داد که جمهوری اسلامی جز نابودی و ویرانگری هیچ نقش دیگه‌ای نداره. یعنی اینا هیچ تدبیری، هیچ فکری برای روزی که یک اتفاقی یک شهری بیفته، یک بلایی اتفاق بیفته، اینا هیچ تدبیری نداشتن برای این روز و واقعا دردناکه. من فکر میکنم دیگه این ناکارآمدی جمهوری اسلامی داره به وضوح به خودشونم نشون داده میشه.</p> <p>گروه انضباط شهری توی ایستگاه اتوبوس پارک کرده، یعنی خودش باعث بی-انضباطیه. بعد حالا این گروه اومدن میخوان انضباط به شهر ما بدن. واقعا که خاک تو سر هرچی مسئوله که ما داریم.</p>	
<p>ایشون اگر هر جایی غیر از ایران تشریف داشتن، به عنوان میکروفون هم توی مجلس ازشون استفاده نمی‌کردن؛ اما در ایران شدن نماینده مجلس.</p>	
<p>بعد از رفتن این قوم ظالم و بی‌کفایت، ی عده متخصص میان سر کار که دیگه نیروگاه‌ها مازوت نمیسوزونن، بنزین بی کیفیت تو ماشین بی کیفیت تر نمیریزن، درختارم قطع نمیکنن.</p>	
<p>دو روز تعطیلی که میشه، برای اینکه مردم از دست شماها خلاص بشن ی ذره نفس بکشن سریع میدون میرن شمال. بعد از اینم که از شمال برگشتن باید بدو بدو برن روزی سه شیفت کار بکنن که خرج زندگی رو بدن. اما بعضیای دیگه هم هستن که نه، این مشکلو ندارن، انقدر میرن مسافرت، انقدر میرن مسافرت که آخرش میرن زیر سرم. نمونه‌ش همین آقای محسن رضایی. ایشون انقدر مسافرت تشریف بردن که واشر سرسیلندر سوزوندن تشریف بردن بیمارستان.</p> <p>شما کجای دنیا دیدین که ی همچین فاجعه‌ای اتفاق بیفته در این سطح، بعد نفر اول مملکت تا چند روز هیچ واکنشی نداشته باشه... ایشون دو روز بعد از فاجعه متروپل، شاد و خندان، با نیش باز، برای نمایندگان مجلس شورای اسلامی سخنرانی کرده. یک ساعت و نه دقیقه و دوازده ثانیه سخنرانی کرده، یک کلمه به فاجعه متروپل اشاره نکرده، یک کلمه چیزی نگفته... نکرد که ی عزای عمومی اعلام بکنه.</p>	<p>فاصله بین مردم و مسئولان</p>
<p>زمان شاه ی حلبی آباد بود خودشونو کشتن، وای فاصله طبقاتی در ایران داره ببداد میکنه و ما رای به حکومت مستضعفین می‌دهیم. اونوقت در حکومت مستضعفین، ی باشگاه خیلی معمولی، خیلی معمولی، عضویتش ۳۲۰ میلیون تومن. کیا میرن تو این باشگاه؟ چون به قول خودشون ما هر کسی رو هم به این باشگاه راه نمیدیم... واقعا فاصله طبقاتی در ایران، مرزهاش دیگه جابه‌جا نشده، ترکیده.</p>	<p>فاصله طبقاتی در جمهوری اسلامی</p>
<p>شما کجای دنیا دیدین که ی همچین فاجعه‌ای اتفاق بیفته در این سطح، بعد نفر اول مملکت تا چند روز هیچ واکنشی نداشته باشه... ایشون دو روز بعد از</p>	<p>القای ناکارآمدی رهبری</p>

مصادیق	راهبرد
<p>فاجعه متروپل، شاد و خندان، با نیش باز، برای نمایندگان مجلس شورای اسلامی سخنرانی کرده. یک ساعت و نه دقیقه و دوازده ثانیه سخنرانی کرده، یک کلمه به فاجعه متروپل اشاره نکرده، یک کلمه چیزی نگفته... نکرد که ی عزای عمومی اعلام بکنه.</p>	
<p>نه تنها قاتل مهسا محاکمه نشد، بلکه قاتل تمام جوونا و باعث و بانی تمام مشکلات ما هنوز زنده‌س و داره نفس میکشه. با وقاحت تمام هم بعد از سه سال رفته سر مزار کسانی که خودش باعث مرگشون شده. فرمانده کل قوا باشی، بعد نیروهای تحت امرت دو تا موشک بزنن به هواپیمای مسافربری، بعد خودت پاشی بری سر مزارشون که کشتیشون. حتماً میخواستن مطمئن بشن کارشو درست انجام داده. بعدشم درمانده، چرا زحمت دادی به خودت؟ شما که براتون پره‌های فن هواپیما رو به جای موتور هواپیما میان تو بیتتون، شما هم مبینید میگید به به چقد خوب، خب میگفتی دو تا سنگ قبرم میذاشتن تو حیاط بیتتون، میرفتید همونجا دو تا فاتحه می‌فرستادید. زخم بستر نگیری اینجوری بست نشستی تو بیتت. ی توک پا بیا بیرون ببین چه مملکتی ساختی، ببین مردم چقدر دعوات دارن میکنن... واقعاً تمام صفات جمهوری اسلامی تو همین ی عکسی که این درمانده بلند شده رفته سر مزار اون دو تا عزیز مشخصه؛ قاتل، وقیح، دروغگو.</p>	
<p>توی ی مملکتی اینا مسئولن که چلمن اولش که در رأس اموره، نه هیچ سوادى داره، نه هیچ تخصصی، تو همه چی هم دخالت میکنه. همین آقای خامنه‌ای، ی نگاه اجمالی به وضعیت کنونی مملکت کردن دیدن به به، همه جا گل‌کاری شده. یعنی جایی باقی نمونده که ایشون دولنگی توش نفوذ نکرده باشه جز فوتبال. اینه که خیلی پدران، در حد ی مشورت خیلی دلسوزانه، اکیدا گفتن که مربی تیم ملی فوتبال باید ایرانی باشه. برا همین دکمه رو روی اسکوپ چیچ زد. من نمی‌فهمم آخه مرد حسایی، تو ی بار تو زندگیت تا حالا ی چیزی رو قیل دادی؟ اصن ی عکس تا حالا با عبای ورزشی داشتی؟ ی بار پاتو گذاشتی تو استادپوم آزادی که اونم رفته بودی قاطی جیره‌خورات، اونم استادپومی که شاه ساخته. والا، ی بار پاشو گذاشته توی ورزشگاه فوتبال، فکر کرده کلیناست، اومده برا من داره ترم میده.</p>	
<p>رقم خوردن یک صحنه زیبای دیگه در پایتخت؛ مادر بزرگی که بدون حجاب نوه‌هاش رو به مهدکودک میبره.</p>	
<p>ویدئوی تعدادی از دخترها و پسرای نوجوون در بلوار چمران شیراز که تعداد زیادی از دخترها حجاب سرشون نبود، سر و صدای زیادی به پا کرد. مرتضی برجسته با کنایه گفته: همه بی حجاب اومدن بیرون و همه نوجوون، نسلی که در واقع سلامی به فرماندهان استبداد نخواهد داد.</p>	<p>ترویج فرهنگ و سبک زندگی غربی</p>
<p>برسیم به ویدئوهای ارسالی شما از لحظاتی که دارید در کنار حیوانات خانگی خودتون منو تو پلاس رو تماشا میکنید و واقعاً اینو از ته دلم میبگم، ویدئوهایی که آدم با دیدنش تمام وجودش انرژی مثبت میشه، حال دلش شاد میشه اصلا.</p>	

مصادیق	راهبرد
<p>واقعاً هم همینطور و جا داره که از تون یک تشکر ویژه کنیم که برای ما این لحظات رو می‌سازید. و بازم ادامه بدید، بازم برای ما ویدئو بگیرید از اون حیوونای خوشگل خونگیتون، برای ما بفرستید، به قول معروف همین فرمونو برین جلو، تا اینکه ما لحظاتمون شادتر بشه.</p>	
<p>به نظرم حداقل کاری که میتونیم بکنیم، اینه که دخترامون، خواهرامون، زنامون، مادرامون، اینارو وقتی توی خیابون میبینیم که حجاب سرشون نیست، از بغلشون رد میشیم، بهشون ی آفرین بگیم، ی ماشالا به غیرت بگیم، ی روحیه‌ای بهشون بدیم. این کمترین کاریه که به نظرم میتونیم انجام بدیم.</p>	
<p>یعنی الان مردم رایگان بدون هزینه ۱۰ شب میرن این مسخره‌بازیارو تماشا میکنن. تازه شیرینی و شربتیم میخورن.</p>	
<p>(با اشاره به صحبت‌های یک کارشناس در صداوسیما مبنی بر اینکه برای خانه-دار شدن می‌توان ۴۰ روز دو رکعت نماز خواند و بعد از آن ۱۱۰ صلوات فرستاد و به روح مسلم بن عقیل هدیه کرد): دیدید؟ یعنی ما یک عمر اشتباه می‌کردیم. یک عمر فکر می‌کردیم که راه خونه‌دار شدن کار کردن تو یک اقتصاد سالمه و کمک کردن بانک‌ها برای خرید خانه‌های اقساطی. آخه میدونین که تو این غرب فاسد فلک‌زده اینجوریه. نگو راهش اینه که این حاج خانم گفت. با فرمول این خانم بخوایم حساب بکنیم، من فکر می‌کنم پس این آقای خاوری ی ۴۰۰ روزی شبانه‌روز سرشو از روی مهر برداشته که تونسته ی همچین پولی رو به جیب بزنه و بیچه. یک عمر با همین حرفا مردمو سرگرم کردن که هیچکس حقوق اولیه خودشو طلب نکنه و هر اتفاقی که براش میفته رو بذاره به حساب قضا و قدر.</p>	<p>تضعیف باورهای دینی مردم</p>
<p>ی عده دیگه هم که بهشون میگن چپ افراطی، اومدن ایشون (شاهزاده پهلوی) رو با خمینی مقایسه کردن. همین که ایشون رساله‌ای نداره که توش نوشته شده باشه که اگر با خر خیلی دوست شدید، بعداً با خر باید چکار بکنید، زیر درخت سیب نه، ولی بالای کوهان شتر آره. اگر زلزله‌ای اومد از اون بالا پرت شدی پایین، یکهو عمه جان رو ملاقات رو کردی، نفر بعدی حلال‌زاده‌س، نشون می‌ده که مقایسه‌تون خیلی اشتباهه.</p>	
<p>کجای دنیا اصلاً ممکنه ی همچین اتفاقی بیفته که ساختمان رو سر مردم آوار بشه، بعد ماشینای ضد شورش زودتر از ماشینای امدادگر برسن سر محل حادثه (اشاره به حادثه متروپل).</p>	
<p>ی خبرنگارتون از امام جمعه کرج ی سؤال کرده، بهش شیش ماه حبس دادین. بعد بیان از قوه قضائیه انتقاد بکنن؟ که بیفتن گوشه زندان؟</p>	<p>القای نبود آزادی و وجود فضای امنیتی در جمهوری اسلامی</p>
<p>اعتراضاتی که جوابش در اغلب شهرها مثل روزهای قبل گاز اشک‌آور بود و باتوم و گلوله. نمونه‌ش، تصاویری که اولین ساعات امروز از شهرک غرب تهران منتشر شد و نشون میده ماموران با ضرب و جرح و تیراندازی، گروهی از معترضان رو مصدوم و عده‌ای رو بازداشت کردن، تصاویری که در تمام طول امروز و امشب در شهرهای مختلف تکرار شد و نمونه‌های دیگرش رو هم میشه دید.</p>	

مصادیق	راهبرد
<p>سرکوبگران تلاش داشتند با خشن‌ترین شکل ممکن، معترضین رو بازداشت کنند و در فضای شهرهای مختلف رعب و وحشت به وجود بیاورند.</p>	
<p>تصاویری که این روزها از ایران در رسانه‌های جهان منتشر میشه حاوی این موارد: پرتاب گاز اشک‌آور به سمت زنان و کودکان، شلیک به سمت مردم بی‌دفاع، ضرب و شتم جوونا با باتوم، حمله به سالمندان، تخریب خانه‌های مردم و ماشین مردم و این قبیل رفتارها.</p>	
<p>جمهوری اسلامی سال‌هاست که به دلیل صدور حکم اعدام و اجرای اون مورد انتقاد نهادهای حقوق بشری و جهانیان قرار میگیره. آخرین آمار نشون میده که سال گذشته حکومت با اعدام دست‌کم ۳۱۴ نفر، بعد از چین بیشترین آمار اعدام رو در سراسر جهان به ثبت رسونده. امسال اما با آغاز خیزش ملی، نظام سعی داره از اعدام به عنوان ابزار سرکوب علیه معترضان استفاده کنه. صدور حکم‌های بی‌اساس و خودسرانه اعدام با اجرای دادرسی‌های عجولانه واکنش‌ها رو برانگیخته.</p>	
<p>همه دوستان هنرمند ما در ایران تحت فشارن. تماس‌های متعددی باهاشون گرفته شده. خیلی‌هارو اگه میبینیم فعالیتشون رو تو فضای مجازی متوقف کردن، به خاطر این فشارهاست. حدود ۲۶ تا هنرمند موزیسین هنوز تو بازداشت داریم که خب تک‌توک ممکنه خیر آزادیشونو با وثیقه شنیده باشیم.</p>	
<p>ادامه روند مسمومیت در مدارس؛ ده‌ها مدرسه دخترانه در شهرهای مختلف کشور مسموم‌سازی شدند... تداوم مسمومیت دانش‌آموزان دختر در مدارس؛ گزارش‌های زیادی دریافت کردیم امروز از مدارس تهران، کرج و ارومیه. دانش‌آموزان در مدرسه بنت‌الهدی تهران، مدرسه صدر در کرج و دانش‌آموزان مدرسه فرزاتگان در ارومیه و چندین مدرسه ابتدایی از جمله شهیدان باکری در این منطقه با علائم مسمومیت روبه‌رو شدند و برخی از آنها با آمبولانس به بیمارستان منتقل شدند. همچنین گزارش‌های رسیده از مسمومیت دانش‌آموزان دختر مدرسه نرگس خوی خیر میدان... امروز مدرسه بنت‌الهدی تو خیابون پیامبران مورد حمله شیمیایی قرار گرفته. خدا لعنتشون کنه.</p>	
<p>یکی از راه‌های دیگه‌ای که دارن تلاش میکنن تا صدای مردم شنیده نشه و مردم رو خاموش کنن، طرحیه که امروز در مجلس مطرح شد، یعنی طرحی که برای مجازات افراد سرشناس در نظر گرفته شده که در این طرح در دست بررسی، اشخاصی که دارای موقعیت شغلی، اجتماعی، سیاسی، خانوادگی، علمی، فرهنگی و نظامی هستن، نباید پیش از اظهارنظر مراجع رسمی مطالبی رو خلاف واقع بیان کنن که بازخورد گسترده داشته باشه و بین ۱۰ تا ۱۵ سال حبس، جزای نقدی و ۵ تا ۱۰ سال محرومیت از حقوق اجتماعی برای این طرح مجازات پیش‌بینی شده. در واقع اینه که هیچکس هیچی نگه دیگه، یعنی این لیستی که دادن و این حرفی که زدن، یعنی هرچی ما گفتیم شما هم بگید بله چشم، همینی که شما می‌گید.</p>	
<p>حسین رونقی: حمله به دانش‌آموزان دختر و آزار اونها، حمله به آینده همه مردم</p>	

مصادیق	راهبرد
<p>ایرانه. کاملاً صحبت درست و واقعاً به حقیقه و ما باید بیشتر به آینده دخترای سرزمینمون توجه کنیم، اون هم در جنبش زن، زندگی، آزادی که بعد از کشته شدن مهسا امینی در گشت ارشاد شروع شد. این جنبش با نام زنان ایرانی که خب ۴۴ سال همیشه در جامعه حقوق نابرابری نسبت به مردان داشتن، ادامه پیدا کرد.</p>	
<p>کلاً اتفاقی که تو ایران میفته که اذهان عمومی رو جریحه دار میکنه، شروع میکنن میگن که ما کمیته حقیقت یاب میذاریم ولی در نهایت منجر میشه به بازداشت خبرنگارهایی مثل نیلوفر حامدی که سر جریان مهسا امینی بازداشت شده یا مثل خبرنگارهایی که سر جریان تجاوز به ۱۵ بازیکن فوتبال در خراسان بازداشت شدن، به جای اینکه متجاوز رو دستگیر بکنن. زن کش‌ها آزادن، بچه-کش‌ها آزادن، متجاوزا آزادن، ولی خبرنگارا یا اسیدپاشا تو زندانن.</p>	
<p>از نظر من امر به معروف و نهی از منکر ورود به حریم شخصی دیگرانه و تو حق نداری که به حریم شخصی دیگری وارد بشی و بهش بگی که چطور لباس بپوشه، چطور رفتار کنه. هر کسی مختاره که اونجوری که دوس داره لباس بپوشه و تو اجتماع ظاهر بشه ولی خب متأسفانه جمهوری اسلامی این فرهنگ تجاوز به حریم شخصی رو ترویج داده، خودشم متجاوز حریم شخصی اکثر شهروندان هست در داخل ایران. از اول برنامه تا این جا ما داریم به همین می‌رسیم که تمام منشأ این مشکلاتمون جمهوری اسلامی.</p>	
<p>سر تا پای نظام فاسده. قوه قضائیه که باید ضد فساد باشه، از همه فاسدتره. راستی از اختلاس ۹۲ هزار میلیاردی فولاد مبارکه چه خبر؟ کسی اصلاً یادش بود که امسال این اتفاق افتاد؟ حالا چی شد؟ اصلاً کسی بازداشت شد؟ کسی محاکمه شد؟ کسی پولو پس داد یا اینم باید کژ بدیم؟ اتفاقاً خلیلیم زیادی کشش دادیم، خیلی زودتر از این حرفا باید ریشه‌تون رو می‌زدیم.</p>	<p>القای فراگیری فساد در جمهوری اسلامی</p>
<p>اختلاف بودجه ارتش و سپاه و تبعیض در امکانات و امتیازات شغلی از اعتراض-های اصلی کارکنان و پرسنل ارتشه، چراکه بودجه سپاه حدود ۶۰ درصد از بودجه ارتش بیشتره. ضمن اینکه سپاه پاسداران بودجه‌های اضافی بیشتری خارج از بودجه رسمی هم دریافت میکنه و این در حالی که پرسنل ارتش دو برابر نیروهای سپاه هستن. اختلاف وضعیتی که با تمام تلاش‌های جمهوری اسلامی برای اعمال محدودیت‌ها بر نیروهای مسلح با وجود شبکه‌های اجتماعی بیشتر از گذشته علنی شده و حالا خط‌کشی‌هایی رو هم بین ارتش و سپاه ایجاد کرده.</p>	<p>ایجاد تفرقه بین نیروهای نظامی</p>

سؤال دوم پژوهش حاضر با توجه به شرایط متفاوت کشور در نیمه دوم سال ۱۴۰۱، به این موضوع پرداخته است که با توجه به وقایع این دوره، دشمنان چه راهبردهایی را از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان دنبال نمودند. نتایج تحقیق نشان داد که در این برهه زمانی، شبکه ماهواره‌ای من و تو علاوه بر راهبردهای بالا،

راهبردهای جدیدی را با قوت بیشتری نسبت به گذشته و به‌منظور تشدید شرایط اعتراضی در جامعه ایرانی در دستور کار خود قرار داد. این راهبردها عبارت بودند از: ایجاد خودتحقیری ملی (تضعیف هویت ملی)، تلاش در راستای سرنگونی جمهوری اسلامی، به چالش کشیدن اقتدار جمهوری اسلامی، القای بی‌توجهی به حقوق زنان در جمهوری اسلامی، و به چالش کشیدن جایگاه روحانیت و شخصیت‌های دینی. راهبردها و مصادیق مرتبط با آنها در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول (۳): راهبردهای شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان من و تو در نیمه دوم سال

۱۴۰۱

مصادیق	راهبرد
حیرت‌انگیزه، واقعاً جز این چیزی نمی‌توانم بگویم، حیرت‌انگیزه که ملت ی کوشوری اینجوری پر شور خوشحال بشه از باخت تیم ملیش و حذفش از جام جهانی؛ البته که این مردم این تیم رو تیم ملیشون نمی‌دونن. مادرهایی که یک عمر برای پیروزی تیم ملیشون دعا می‌کردن و صلوات می‌فرستادن، این دفعه برای باختش دعا کردن، دعاشونم گرفت. مردم از اتفاقی که باعث خوشحالی، سوء استفاده و پز دادن حکومت و حکومتی‌ها بشه خوشحال نمی‌شن. برای همین حاصلش میشه خیابونایی که ترکید بعد از بازی ایران و آمریکا.	ایجاد خودتحقیری ملی (تضعیف هویت ملی)
با این همه تلاش از سوی جمهوری اسلامی، بی‌سابقه‌ترین اتفاق در تاریخ فوتبال جهان از ابتدا تا کنون رقم خورد؛ ملتی که از شر حکومتش از شکست تیم خود و پیروزی تیم حریف شادمانه، به خیابونها اومدن.	
بیزن بیرنگ گفته قطر داره جام جهانی برگزار میکنه، اون وقت ایران با اون همه عظمت داره به محض فشار میاره که زن رو ببره ورزشگاه یا نه؟ محمود شهریاری هم نوشته قطر با برگزاری جام جهانی دست کم بیست میلیارد دلار درآمد داره، اون وقت ایران با هزاران هزار سال تاریخ و تمدن، این روزها به خاطر راه ندادن زنان به استادیوم بحث تعلیق فوتبالش مطرحه.	
قبل کشته شدن مهسا، اصلاً کسی یادش میاد چه اتفاقی افتاد؟ البته حق دارید که یادتون نیاد. حق داریم که یادمون نیاد. چون ما تو این شیش ماه روزها و شب‌هایی رو تجربه کردیم که ی ملت تو ۶۰ سال هم تجربه نمیکنن.	تلاش در راستای سرنگونی جمهوری اسلامی
شما از همه چی می‌ترسید، چون می‌دونید موندنی نیستید.	
چی فکر کردین؟ فکر کردین قراره هر روز خیابونا شلوغ بشه؟ حواستون نیست که، این اعتراض نیست، این انقلابه. انقلاب ی رونده که اتفاقاً به خوبی در جریانیه. با اعتراضات مردم شروع شد، چهره‌های سرشناس اومدن و صدای مردم شدن، دنیا باخبر شد و فشارهای بین‌المللی هر روز داره بیشتر میشه، خیلیا استعفا دادن، نافرمانی‌های مدنی شروع شد، خیلیا پولشونو از تو بانک کشیدن بیرون، از کارت‌خوان‌ها استفاده نکردن، خیلیا هم حجاب اجباری رو	

مصادیق	راهبرد
<p>گذاشتن کنار. همه اینا که گفتیم دستاورد این سه ماهه، این سه ماهی که انقلاب شروع شده. مهم نیست چقدر طول بکشه؛ اما به پیروزی صددرصد میرسه.</p>	
<p>یعنی شما فکر کردین مردم ۵۰۰ نفر کشته و دو تا اعدامی و ۲۰ هزار بازداشتی رو به همین راحتی فراموش میکنن برمیگردن میرن سراغ زندگیشون؟ هیچی دیگه مثل قبل نمیشه. مگه میشه کیان پیرفلک رو فراموش کرد؟ مگه میشه ضجه‌های مادر سیاوش محمودی رو فراموش کرد؟ مگه میشه نیکا شاکرمی رو از یاد برد؟</p>	
<p>دمتون گرم که پشت مردم هستین. چون همه می‌دونن که همه انقلاب توی خیابون فقط نیست. دست کم نگیرید این اعتصابات رو. کم نیست که کارگرای ذوب آهن اصفهان اعتصاب کردن. کم چیزی نیست وقتی فولاد بافق و بهمن دیزل و کروز و سیف اعتصاب می‌کنن. دم همه اونایی که اعتصاب می‌کنن گرم.</p>	
<p>مردم به هر نوعی دارن اعتراض خودشونو نشون می‌دن؛ فراخوان می‌دن، اعتصاب می‌کنن، شب میان توی خیابون، ویدئو از خودشون می‌گیرن. این شجاعتو شما نمی‌تونید جلوش رو بگیرید. شوهر یک نفرو می‌کشید، همسرش میاد اینجوری سر خاکش فریاد می‌زنه و با صلابت می‌گه من زن نیستم اگه انتقامتو نگیرم.</p>	
<p>ادامه اعتصابات بازاریان و کسبه در شهرهای کردنشین؛ بازاریان شیراز، شاهین‌شهر، اصفهان و مشهد هم به اعتصابات پیوستند. ویدئوهای رسیده از بوکان، رشت و اصفهان و برخی نقاط تهران حاکی از گسترش اعتصابات در این منطقه. با وجود تهدیدات مکرر حکومت به ابطال جواز کسب، بازاریان در شهرستان‌های سرپل ذهاب، شاهین‌شهر و کرج هم کرکره مغازه‌های خود رو پایین کشیدند... اما گذشته از کسبه و بازاریان، کارمندان دولت هم در حال پیوستن به اعتصابات هستند.</p>	
<p>بارو از اسرائیل پهبادو بلند کرده، بعد پهبادو بین راه دو جا نگه داشته واس نهار و نماز و چایی، بعد رسیده تا اصفهان، گز و پولکیشو خریده، دوغ و گوشه فیلشم زده، ی چهارتا فحشم داده که چرا ابو رو زاینده‌رود بستن، بعد داشته میرفته حالا ی سلامی هم به ساختمان وزارت دفاع کرده، حالا اقدام اونا بزدلانه‌س، اینایی که کتک خوردن مقتدرن. از کی تا حالا کتک‌خورا قهرمان فیلم شدن؟ همه چی که کار دژمنه، خشکسالی هم که به خاطر بی-حجابیه، تحریم که فرصته، اسرائیل تاپ و توپ میزنه تو سرتون میشه اقتدار.</p>	<p>به چالش کشیدن اقتدار جمهوری اسلامی</p>
<p>حکومت همه‌ساله با بهره‌برداری از تمام امکانات خودش سعی در برگزاری گسترده راهپیمایی ۱۳ آبان داره. امسال اما این راهپیمایی با همیشه فرق داشت؛ همزمان با خیزش سراسری مردم ایران، نه خبری از جمعیت زیاد بود و نه شعارهای معمول در این روز سر داده شدند... این تصاویر امروز از گوشه</p>	

مصادیق	راهبرد
<p>و کنار ایران نشان از ریزش گسترده در بین حامیان نظام دارد. حتی در شهرهایی که بعضا پایگاه‌های حکومت معرفی میشدن، حالا خبری از جمعیت انبوه یا حتی چند ده هزار نفری نبود.</p>	
<p>ی عمر این بیچاره داشت با آبرو زندگی می‌کرد که اینا برداشتن اسم یک ماهواره بنجلو که آخرشم مشخص نشد ننه باباش کی‌ان، گذاشتن خیام. یعنی الان هرچی توی گوگل سرچ می‌کنید خیام، عکس این دراز بی‌قواره میاد بالا که آخرشم مشخص نشد کار دست کیه.</p>	
<p>شما که دارید به هر ریسمونی چنگ می‌زنید که چهار روز بیشتر حکومت کنید. از تجاوز و قتل و ضرب‌وشتم بگیر تا جسدزدی و تهدید و این جور چیزا. اما خودتونم می‌دونید که فایده‌ای نداره.</p>	
<p>شما الان توی خونه‌تون بخاری‌تونو روشن بکنید، می‌تونید مجرم محسوب بشید؛ اما اگه شعله‌شو زیاد بکنید، قطعاً دیگه یک مجرم بالفطره هستید... خلاصه که عزیزان حکومت ولی امر مسلمین جهان به گازی بنده، حالا اونی هم که اومد تو ذهنتون، هم محترمه هم دقیق‌تر.</p>	
<p>توسل جستن صداوسیما به تصاویر آرشیوی برای اینکه نشون بدن شرکت-کنندگان زیادی در مراسم حکومتی ۱۳ آبان شرکت داشته، دستمایه شوخی کاربران در شبکه‌های اجتماعی شده؛ از سنندج که بدون توجه به آفتابیی بودن و دمای هوا تصاویر یک روز بارانی در موردش منتشر شده تا استفاده از تصاویر تکراری برای شهرهای گوناگون.</p>	
<p>سال هاست که زنان و دختران ایران از حقوق اولیه خودشون منع شدن و اجازه تصمیم‌گیری برای خودشون ازشون گرفته شده. فکر می‌کنم برای همین این درد کهنه که برای چند نسل هم هست، امروز تبدیل شده به این محشری که همون دختران روسری و شال‌های خودشونو از سرشون برمیدارن و با صدای بلند آزادیشونو فریاد می‌زنن.</p>	
<p>زر امیرابراهیمی که امسال با فیلم سینمایی شیدا در جشنواره فیلم ساندنس آمریکا حضور داره، در گفتگو با هالیوود رپورتر گفته: در حال نوشتن داستانی بر اساس زندگی خودم در ایران هستم... در ایران رژیم به شما اجازه نمیده حقوق اساسی خودتونو داشته باشین و زنان در ایران شهروندان درجه دو به حساب میان.</p>	<p>القای بی‌توجهی به حقوق زنان در جمهوری اسلامی</p>
<p>مستولان جمهوری اسلامی این روزها به دستاوردهای ۴۴ ساله انقلاب به مناسبت دهه فجر زیاد صحبت میکنن؛ البته از نظر خودشون دستاورده و از نظر بسیاری از مردم ایران فاجعه‌س. یکی از این فجایع هم ممنوعیت آواز زنانه، روح‌الله خمینی موسیقی رو برای جامعه مخدر و شنیدن آواز زن رو به قصد لذت خلاف اسلام و عامل به گناه افتادن میدونست و به‌این‌ترتیب آوازخوانی زنان به ویژه تک‌خوانی یا انتشار آوازهای انفرادی خوانندگان زن پس از انقلاب اسلامی ممنوع شد. تاریخچه این ظلم دقیقاً از انقلاب سال ۵۷ شروع شد و بعد از انقلاب ۵۷ یک خفقان و خاموشی گریبانگیر موسیقی</p>	

مصادیق	راهبرد
<p>و هنر همیشه که بیشتر البته زنان دچار این خاموشی و خفقان شدن. کیه که دیگه ندونه زن‌ها ۴۴ ساله نمیخونن توی ایران و شاید ی موضوع تکراری باشه؛ اما درسته که تکراریه ولی اهمیت داره، نصفی از جمعیت ایرانیه که صدا نداره.</p>	
<p>شاهزاده رضا پهلوی با حمایت از کارزار حجاب بی حجاب در ایران، با استفاده از این هشتگ در یک پیام توئیتری اعلام کرده تا زمانی که زنان ایران آزاد نیستند، ایران آزاد نخواهد بود. به گفته شاهزاده رضا پهلوی، زنان ایران ۴۳ ساله که برای بازپس‌گیری حقوق بدبهی و اولیه‌شون به‌ویژه آزادی پوشش مبارزه می‌کنند.</p>	
<p>الان شما خوب اطرافتو نگاه بکنی، می‌بینی همه جای کشور این قارچ‌های سمی - اعم از سفید و مشکی - همه جا رویده. اینتا یک دونه‌شون کلی خرابی به بار میاره، دیگه وای به حال ی گله‌شون، ببخشید یه دسته‌شون. الان به خاطر قارچای سیاه و سفید ببینید منابع طبیعیمون چی شد، دریاچه ارومیه، تالاب گاوخونی، زاینده‌رود چی شد؟ جنگل‌مون چی شد؟ وضع هومون چطوریه؟ سفرهامون چه شکلی بود چه شکلی شده؟ وضع جیبامون چطوریه؟ خب فکر نمیکنن این نابسامانیا به خاطر ازدیاد نسل این قارچای سمیه؟</p>	
<p>اگه یادتون باشه، اوایل سال از ی امام جمعه براتون گفتم که فرموده بودن عمامه‌ها به ما عزت داده، چه عمامه‌هایی که نپرید امسال، چه عزت‌هایی که قهوه‌ای، نه ببخشید خاکی نشد... میفته زمین دیگه، به هر حال خاکی همیشه نه؟ والا تا اون جایی که برای ما تعریف کردن، تا قبل از انقلاب روحانیون در ایران ی اجر و قربی داشتن، حداقل تو خیابون میدیدنشون ی سلام حاج آقایی بهشون میگفتن، یا مثلاً میخواستن بهشون لطف کنن سوار تاکسیشون میکردن. الان کار به جایی رسیده که مردم اصلاً تو خیابون آخوند نمیبینن، چون اصلاً جرئت نمیکنن پاشونو بذارن بیرون. والا حق دارن. اینا بیشترشون قاتلای مان، قاتلای جوونای مان که ۴۴ ساله دارن از خون مردم ارتزاق میکنن. آدم با قاتل یچه‌ش چکار میکنه؟ والا مردم در داخل ایران خیلی فرهیخته‌ان که فقط به یه عمامه اکتفا کردن و دادگاه اینا رو گذاشتن برای بعد از انقلاب.</p>	<p>به چالش کشیدن جایگاه روحانیت و شخصیت‌های دینی</p>

نتیجه‌گیری

در جهان امروز، رسانه‌ها یکی از اساسی‌ترین ارکان هر جامعه‌ای را تشکیل می‌دهند و دیگر اجزای جامعه نیز هر کدام به نحوی، نسبتی با این رکن دارند. جنگ‌های دهه پیش نشان داده است که رسانه‌ها - که به ظاهر غیردولتی هستند - تبدیل به طرفی حائز اهمیت در بسیاری از درگیری‌های بین‌المللی شده‌اند. پیروزی در جنگ

رسانه‌ای برای طراحان جنگ در غرب اهمیت بسیار دارد و به این منظور روش‌های روزبه‌روز پیچیده‌تری توسعه یافته است. آنچه مسلم به نظر می‌رسد این است که رسانه‌ها از برجسته‌ترین مولفه‌های جنگ نرم و حتی نبردهای نظامی در عصر حاضر به‌شمار می‌روند. جنگ نرم که به‌مثابه راهبرد انتخابی نظام سلطه برای تسلط بر افکار و اراده ملت‌ها تدوین و طراحی شده است، علاوه بر آنکه زمینه‌ساز شکل‌گیری اقدامات سخت‌افزاری از جمله جنگ به‌شمار می‌رود، از روش‌های نرم‌افزاری نیز علیه به‌اصطلاح دشمن خود بهره‌برداری می‌کند. عملکرد رسانه‌ای غرب به‌ویژه در سال‌های اخیر این روند را نشان می‌دهد.

پژوهش حاضر با هدف بررسی راهبردهای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان از طریق تحلیل کیفی و موردی برنامه‌های شبکه ماهواره‌ای من و تو انجام پذیرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که دشمن راهبردهای متنوعی را در راستای اهداف خود مبنی بر اعمال نفوذ فرهنگی در جامعه ایرانی دنبال می‌کند که مهم‌ترین آنها شامل حوزه‌های فرهنگی و سیاسی است. راهبردهای رسانه‌ای دشمن در عرصه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تنها یک هدف را دنبال می‌کند که همان تضعیف و فروپاشی نظام سیاسی - اجتماعی ایران است. در این راستا و در زمینه فرهنگی، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان توجه و تأکید خود را به تضعیف فرهنگ سنتی ایرانی و اسلامی و ناکارآمد و غیر پاسخگو معرفی نمودن آن برای مسائل جامعه پیشرفته معطوف کرده‌اند. تلاش بر کم‌رنگ کردن ارزش‌های اسلامی و انقلابی در جامعه ایران، زیر سؤال بردن دستورات و احکام دینی در زمینه‌های مختلف از جمله حجاب و ... از دیگر اقدامات این شبکه‌ها در این زمینه است.

همچنین نتایج پژوهش حاضر بیانگر این بود که شبکه‌های فارسی‌زبان در زمینه سیاسی به‌چالش کشیدن اقتدار جمهوری اسلامی و تلاش در راستای سرنگونی آن را در اولویت اهداف و برنامه‌های خود قرار داده‌اند. این شبکه‌ها تمام توان خود را به منظور ایجاد و تشدید اعتراض‌ها و تبدیل نارضایتی‌های معیشتی و اقتصادی به آشوب‌های خیابانی به کار می‌گیرند. نظام جمهوری اسلامی، سازمان‌های رسمی آن، و همچنین مدیران آن به‌ویژه رهبری نظام را ناکارآمد و ناتوان در حل مسائل جامعه معرفی می‌نمایند. همچنین، القای وجود فضای امنیتی، وجود خشونت در اداره کشور و از سوی دیگر، بزرگ‌نمایی مسائل کشور از جمله دیگر اقدامات است که شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در حوزه سیاسی و امنیتی دنبال می‌کنند. هدف این شبکه‌ها از این موضوع این است که به لحاظ روانی، احساس ناامنی و ناامیدی نسبت به آینده

کشور را به اعضای جامعه ایرانی القا کنند و در مجموع اعتماد آنها را نسبت به توان و ظرفیت جمهوری اسلامی در اداره آرام کشور و توسعه آن سلب نمایند.

بررسی راهبردهای شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ نیز حکایت از دو موضوع عمده و اساسی داشت. به‌عنوان نکته اول، ارتباط راهبردهای مذکور با «سوژه» اغتشاش و براندازی قابل بررسی است. از آن‌جا که فهم نحوه ادراک مردم و مدیریت آن از جمله مأموریت‌های اصلی هر رسانه به‌منظور پیشبرد اهداف خود و در جهت انگاره‌سازی در بین اذهان عمومی است، شبکه ماهواره‌ای من و تو در راستای اهداف و مأموریت‌های اصلی خود، راهبرد خود را در جهت اغتشاش و براندازی در جمهوری اسلامی دنبال می‌کرده است. این موضوع در ایام ملت‌بند جامعه ایرانی به‌طور کامل بر همگان آشکار گردید که این شبکه از هیچ روشی برای تحقق راهبرد اصلی خود فروگذار نمی‌کند. موضوع دوم در رابطه با راهبردهای نیمه دوم سال ۱۴۰۱ این است که این راهبردها کاملاً با «رویکرد» اصلی و اساسی شبکه من و تو سنخیت و تطابق دارند و سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران این شبکه ماهواره‌ای با توجه به شرایط جامعه ایرانی در این برهه زمانی تمام تلاش خود را در راستای پیشبرد و تحقق راهبرد اساسی خود به‌کار می‌گیرند. به‌عبارت‌دیگر، راهبردهای به‌کارگرفته‌شده در این بازه زمانی با وضوح بیشتری رویکرد اصلی شبکه من و تو را نمایان می‌سازد.

نکته قابل توجه این است که این شبکه‌های ماهواره‌ای به‌منظور نیل به راهبردهای اصلی خود در راستای تقابل آشکار با جمهوری اسلامی و تضعیف آن، رویکرد فنی و اجرایی خاص خود را دنبال می‌کنند. در فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان، شبکه من و تو (که در این پژوهش به‌عنوان نماینده و معرف کاملی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان معرفی گردید) با رویکردی خاص، فضاهایی را پیش روی مخاطب ایرانی باز می‌کند که در شبکه‌های داخلی مسکوت گذاشته شده است. به‌عبارت‌دیگر، من و تو، مرزهای ممنوعه را در تمام ساحت‌های زندگی ایرانی، اعم از سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی را درمی‌نوردد و به‌این ترتیب، تمام تصویری را که صداوسیما پنهان کرده به نمایش می‌گذارد. صمیمیت و جوانی مؤلفه دیگری است که می‌تواند من و تو را در برابر رقیب داخلی برتری دهد. فضای برنامه‌های من و تو تا جایی که امکان دارد، خودمانی، صمیمی و تعاملی است و این برنامه عرضه‌شده را تماشایی می‌کند و مخاطب را به ادامه همراهی شبکه متقاعد می‌کند. یکی دیگر از مهم‌ترین کارویژه‌های من و تو، شکل‌دهی به هویت مخاطب ایرانی است و در این

مسیر به‌ویژه از آن رو موفقیت کسب می‌کند که ابعادی از هویت مخاطب ایرانی را پیش چشم او می‌نهد که در گفتمان رسمی مجال خودنمایی ندارد. من و تو با بازنمایی زندگی ایرانیان خارج از کشور، بازسازی حافظه تاریخی و فرهنگی و برنامه‌هایی از این دست، لایه‌هایی از هویت ایرانی را پیش روی او می‌نهد که برایش تازگی دارد و به همین دلیل رضامندی روانی به همراه دارد. همچنین من و تو در ایجاد ارتباط دوجانبه با مخاطبان خود موفق عمل کرده است. ویژگی تعاملی بودن را در برنامه‌های این شبکه از دو جهت می‌توان مورد توجه قرار داد؛ اول اینکه فضای صمیمانه برنامه‌های من و تو، فرصتی ایجاد می‌کند که تعامل بین عوامل، مجریان و میهمانان خود به موضوع تماشا تبدیل شود و دوم اینکه مخاطبان خود را در تعامل با مجریان و عوامل برنامه ببینند.

آنچه مواجهه با من و تو را برای مخاطب دلپذیر می‌کند، تمرکز آن بر ارائه سرگرمی به مخاطب است؛ به این معنا که مخاطب هر سه عنصر آگاهی، تعامل و هویت‌یابی را در قالب سرگرمی دریافت می‌کند و این امر سبب لذت‌بخش شدن تماشا و استمرار آن از سوی مخاطب می‌شود. اقبال مخاطبان ایرانی به این شبکه‌ها را می‌توان از منظر فیسک مورد ارزیابی قرار داد. این شبکه‌ها به‌واسطه ارائه روایت‌های متفاوت و گاه متضاد از عرصه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ایران، داده‌هایی را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند که به آنها امکان مقاومت در برابر گفتمان مسلط را می‌دهد و به همین دلیل، حاوی عنصر لذت است، لذتی که از تولید معنای متضاد یا ممنوعه حاصل می‌شود. بنا بر تعبیر دوسرتو، آنچه اسباب لذت مخاطب را فراهم می‌کند، مشارکت فعالانه او در تولید معناست. اطلاعاتی که این شبکه‌ها در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند، این فرصت را به آنها می‌دهد که با استفاده از داده‌های موجود، فعالانه به خلق معنا بپردازند و همین امر، این رسانه‌ها را به شبکه‌هایی تماشایی برای مخاطب تبدیل کرده است.

فقدان راهبردهای مشخص برای مواجهه با تهدیدهای شبکه‌های ماهواره‌ای موجب شده که نهادهای مرتبط با حوزه رسانه در این زمینه سردرگم شوند و هر یک به سلیقه خود با موضوع برخورد نمایند. فقدان این راهبردها همچنین موجب هدر رفتن زمان و هزینه شده و کارایی تصمیم‌ها را زیر سؤال برده است؛ زیرا در چنین شرایطی مسئولان و متولیان حوزه فرهنگی و رسانه‌ای مجبور به اخذ تصمیم‌های مقطعی و ناکارآمد (و نه منسجم و یکپارچه) می‌شوند؛ بنابراین، ضرورت دارد که دست‌اندرکاران فرهنگی و رسانه‌ای کشور در راستای مقابله با راهبردهای رسانه‌ای

دشمنان راهبردهایی را اتخاذ نمایند که ضمن افزایش اعتماد شهروندان به رسانه‌های داخلی، راهبردهای دشمن را به ویژه در برهه‌های بحرانی خنثی نماید. بدین ترتیب، راهبردهای ذیل پیشنهاد می‌گردد:

- افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان: از طریق سواد رسانه‌ای می‌توان تکنیک‌ها و تاکتیک‌های رسانه‌ای که دشمن مورد استفاده قرار می‌دهد را شناسایی و در سطحی بالاتر، اهداف دشمن در عرصه‌های گوناگون فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را احصا نمود. شهروندان با مسلح شدن به سواد رسانه‌ای، خود قدرت تجربه و تحلیل خبرها و پیام‌های دریافتی را پیدا می‌کنند و بدین ترتیب از خطای محاسباتی خود در جنگ شناختی دشمن جلوگیری به عمل می‌آورند.

- نمایش و معرفی دستاوردهای جمهوری اسلامی: از آن جا که یکی از اهداف اصلی دشمنان، القای ناکارآمدی جمهوری اسلامی و سازمان‌ها و مدیران آن است، بررسی پیشرفت‌های کشور در عرصه‌های گوناگون در مقایسه با سایر کشورها و بدون انجام کوچکترین بزرگنمایی بسیار حائز اهمیت است. در این زمینه، با توجه به راهبردهای رسانه‌ای دشمنان، معرفی بیش از پیش دستاوردهای اقتدارآفرین علمی و دفاعی کشور و همچنین پیشرفت‌های صورت گرفته در حوزه مشارکت زنان در عرصه‌های گوناگون اجتماعی (به ویژه در نسبت رژیم گذشته) ضرورت دارد.

- ضرورت برخورد آفندی به جای پدافند در حوزه رسانه: در حال حاضر بیشترین انرژی نهادهای متولی حوزه رسانه در کشور صرف پاسخ به حملات فرهنگی و رسانه‌ای دشمن می‌شود که علی‌رغم تلاش‌های فراوان اثربخشی لازم را به همراه ندارد. این در حالی است که برخورد آفندی با غرب در ساحت‌های مختلف آن از جمله فرهنگ، سیاست و ... کمک بسیار بیشتری به آشکارسازی واقعیت‌های اجتماعی غرب می‌کند و در نتیجه باورپذیری بسیاری از موضوعات رسانه‌ای آنها را ناممکن و یا حداقل دشوار می‌سازد.

- ترویج فرهنگ و سبک زندگی اصیل ایرانی - اسلامی: در برابر تلاش دشمنان در راستای اشاعه و گسترش فرهنگ غربی، ضرورت دارد تا معرفی و ترویج فرهنگ اصیل ایرانی و تحکیم مبانی اسلامی به منظور حفظ و تقویت آن در سبک زندگی شهروندان و مصونیت فرهنگی آنها مورد توجه قرار گیرد. تأکید بر میراث تمدنی ایرانی و اسلامی از طریق ارائه ویژگی‌های مترقی آن موجبات تقویت هویت دینی و ملی و ایجاد حس افتخار به آن را فراهم می‌آورد. بخش اعظم این مهم از طریق

فضاهای رسانه‌ای امکان تحقق پیدا می‌کند.

- نوآوری در ساخت برنامه‌های فرهنگی و رسانه‌ای: همان‌طور که تحقیقات بسیاری نشان داده‌اند، یکی از عوامل گرایش افراد به شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان، جذابیت خاص برنامه‌های این شبکه‌ها در مقابل کیفیت پایین برنامه‌های رسانه‌های داخلی است. با توجه به تغییرات صورت‌گرفته در ذائقه‌های فرهنگی و رسانه‌ای به‌ویژه در بین جوانان و نوجوانان و با نظر به این مسئله که اولین گام در حوزه رسانه، جذب مخاطب است، ضرورت دارد تا به‌منظور جذب مخاطبان و انتقال صحیح پیام به آنها برنامه‌هایی را به شکل جذاب و متناسب با سلائق و علائق طیف‌های مختلف مردم طراحی و اجرا نمود.

فهرست منابع

- آقاسی، محمد؛ شبایی، مهرشاد و صفوی، حنا سادات (۱۳۹۰). عوامل جذابیت شبکه من و تو از منظر دانشجویان. *جامعه پژوهی فرهنگی*، سال دوم، (۲)، ۳۵-۵۴.
- استیسی، رلف (۱۳۹۲). *تفکر استراتژیک و مدیریت تحول*. ترجمه مصطفی جعفری و مهریار کاظمی موحد، تهران: رسا.
- اسفندیاری، شهاب (۱۳۹۳). پرسش‌ها و توصیه‌هایی درباره مدیریت تصویر رهبری. *هابیل*، (۷)، ۴۶-۴۸.
- امیدعلی، میثم (۱۳۹۱). نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در تغییر سبک زندگی جوانان ایرانی (با تأکید بر شبکه من و تو). *مطالعات جوان و رسانه*، (۵)، ۴۹-۶۵.
- امیرکبیری، علیرضا (۱۳۸۱). *مدیریت استراتژیک*. تهران: نشر نگاه دانش.
- امینی، پرویز؛ خوش‌بیان، سیدابوذر و فیاضی، سیدمحمد رضا (۱۳۹۹). شناخت راهبرد رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه. *مدیریت تصویر نهاد ولایت فقیه*، ۲۹ (۹۴)، ۱۹۷-۲۲۸.
- تن، الکسیس (۱۳۸۸). *نظریه‌ها و پژوهش‌های ارتباط جمعی*. ترجمه نعیم بدیعی، تهران: انتشارات همشهری.
- حسینی پاکدهی، علیرضا و یارقلی، مریم (۱۳۹۱). سبک زندگی در سریال‌های تلویزیونی ماهواره‌ای؛ تحلیل نشانه‌شناختی سریال‌های شبکه‌های تلویزیونی

- ماهواره‌های (فارسی وان و پی‌ام‌سی (فمیلی)). رسانه، سال بیست و سوم، (۳)، ۱۳۳-۱۵۴.
- حیدری، خدیجه؛ حیدری، محمدتقی و قدیمی، مهدی (۱۳۹۹). تأثیر قدرت نرم شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای بر الگوبرداری اجتماعی و تغییر سبک زندگی در بین زنان. پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده، ۸(۱)، ۱۴۹-۱۷۰.
- داوری، دردانه و شانه‌ساززاده، محمدحسن (۱۳۸۰). مدیریت استراتژیک. تهران: آتنا. رایبیز، استیفن (۱۳۹۶). تئوری سازمان: ساختار و طرح سازمانی. ترجمه سیدمهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد، تهران: نشر صفار.
- رضاییان، مهدی (۱۳۸۷). راهبردها و اهداف جنگ رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی ایران. پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، ۱۵(۵۵)، ۸۱-۹۸.
- ره‌پیک، حسن (۱۳۷۹). حقوق امنیتی، کنترل اجتماعی و رسانه‌ها. مطالعات راهبردی، سال سوم، (۳)، ۱۲۳-۱۴۴.
- سردارنیا، خلیل‌الله (۱۳۸۶). آثار سیاسی فناوری‌های تازه ارتباطی - اطلاعاتی. اطلاعات سیاسی - اقتصادی، (۲۴۶-۲۴۵)، ۱۰۴-۱۱۹.
- سعیدزاده، سهیر؛ گودرزی، مهناز و تقی‌پور، فائزه (۱۴۰۰). راهبرد رسانه‌های آمریکا در مورد برنامه هسته‌ای ایران (۲۰۱۷-۲۰۲۰). روابط خارجی، سال سیزدهم، (۴)، ۸۲۳-۸۴۶.
- سلطانی، سید علی اصغر و تفرشی، امیرعلی (۱۳۹۴). تحلیل گفتمان برنامه‌های تولیدی شبکه من و تو. مطالعات رسانه‌های نوین، سال اول، (۳)، ۱۲۵-۱۶۴.
- شکر بیگی، عالییه (۱۳۹۱). رسانه، زنان و مناسبات خانواده. نشست انجمن جامعه‌شناسی ایران.
- ضیایی‌پور، حمید (۱۳۸۴). جنگ نرم - ۲، ویژه جنگ رسانه‌ای. تهران: ابرار معاصر.
- علیزاده، عبدالرحمان و زردار، زرین (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر تماشای شبکه ماهواره‌ای من و تو توسط جوانان. مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، (۱۲)، ۳۱-۶۵.
- فلیک، اووه (۱۳۸۸). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- کرمی، علی (۱۳۹۵). مفهوم‌شناسی نظری نفوذ. تهران: مرکز مطالعات راهبردی تربیت اسلامی.
- محمدپور، احمد؛ نقدی، اسدالله و نادرنژاد، بهزاد (۱۳۸۹). تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران: بررسی موردی دانشجویان کرد دانشگاه‌های سنندج. پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، (۴)، ۱۳۱-۱۵۶.

- محمدخانی ملکوه، محمد و فتحی، ابراهیم (۱۳۹۰). بررسی محتوای برنامه‌های شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای بی‌بی‌سی فارسی. *نامه پژوهش فرهنگی*، سال دوازدهم، (۱۳)، ۱۲۳-۱۵۴.
- مرادی، حجت‌الله (۱۳۹۲). *جنگ رسانه‌ای بی‌بی‌سی علیه جمهوری اسلامی ایران. مطالعات عملیات روانی*، سال دهم، (۳۸)، ۵-۶.
- مرکز پژوهش و افکار صداوسیما (۱۳۹۵). *نظرسنجی از مردم درباره برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای*. گزارش طرح نظرسنجی، اداره کل پژوهش و سنجش، مرکز پژوهش و افکار صداوسیما.
- مسعودی، امیدعلی و خسروی، شهناز (۱۳۹۲). بررسی شیوه‌های بازنمایی زن در شبکه تلویزیون ماهواره‌ای «من و تو ۱». *رسانه*، سال بیست و چهارم، (۳)، ۴۳-۶۲.
- میرزایی، محمد (۱۳۹۶). تحلیل محتوای برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان پیرامون موضوع انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶ (مطالعه موردی سایت و شبکه بی‌بی‌سی فارسی). *بصیرت و تربیت اسلامی*، سال چهاردهم، (۴۳)، ۱۳۱-۱۶۷.
- میناوند، محمدقلی و مشکواتی، سیمین (۱۳۹۸). ارتباطات سیاسی کانترهژمونیک: بازنمایی خود و دیگری در گفتمان شبکه خبری پرس تی‌وی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال پنجم، (۱۹)، ۲۲۷-۲۶۰.
- نجاتی منفرد، علیرضا؛ کمالی، محمدرضا و دلخوش، سیدکاظم (۱۳۹۵). بررسی راهبردهای رسانه‌ای و فرهنگی دشمن در نبرد نرم علیه انقلاب اسلامی از منظر حضرت امام خامنه‌ای. *مطالعات قدرت نرم*، سال ششم، (۱۴)، ۱۰۲-۱۲۸.
- نصرتی‌نژاد، فرهاد و شفیعی، محمدجواد (۱۳۹۳). تأثیر شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای بر نگرش جنسیتی و اخلاق جنسی جوانان. *پژوهشنامه توسعه فرهنگی/اجتماعی*، سال اول، (۲)، ۸۹-۱۰۲.
- نقیب‌السادات، سیدرضا (۱۳۸۸). *نقش رسانه به عنوان ابزارهای جنگ رسانه‌ای*. تهران: رسا.
- یوسفی رامندی، رسول (۱۳۹۷). تبیین راهبردهای رسانه‌ها به منظور مدیریت ادراک اجتماعی در صحنه جنگ رسانه‌ای ناآرامی سال ۱۳۹۷. *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، سال بیست و سوم، (۵۴)، ۴۷-۷۴.

- Complementary Research Strategies*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: Sage Publications.
- Danesi, M. (2002). *Semiotics, The Basics*. London: Routledge.
- Kondracki, N. L.; Wellman, N. S. & Amundson, D. R. (2002). Contentanalysis: Review of methods and their applications in nutrition education. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, (34), 224-230.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2).
- Morse, J. M. & Field, P. (1995). *Qualitative research methods for health professionals*. 2nd edition, SAGE Publications Inc.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Sandelowski, M. (1995). Sample size in qualitative research. *Res Nurse Health*, 18(2), 179- 83.
- Schiller, H. I. (1998). *Striving for Communication Dominance, A Half Century Review*, in D.K Thussu (ed.) *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*, London: Arnold.

References

- Agassi, M.; Shababi, M. & Safavi, H. S. (2010). The attractiveness factors of manoto network from the perspective of students, *Sociology-Cultural Research*, second year, 2(2), 35-54. (In Persian)
- Alizadeh, A. & Zardar, Z. (2016). Factors affecting young people's viewing of Man and Tou satellite channel, *New Media Studies*, 3(12), 31-65. (In Persian)
- Amini, P., Khosh Bayan, S. A. & Fayazi, S. M. R. (2019). Recognizing the strategy of foreign-language Farsi media, in managing the image of the Velayat al-Faqih institution, 29(94), 197-228. (In Persian)
- Amirkabiri, A. (2002). *Strategic Management*, Tehran: Negha Danesh Publication. (In Persian)
- Broadcasting Research and Thought Center (2015). Survey of people about satellite network programs, report of the survey plan, General Directorate of Research and Measurement, Radio Research and Opinion Center. (In Persian)
- Coffey, A. & Atkinson, P. (1996). *Making Sense of Qualitative Data, Complementary Research Strategies*. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: Sage Publications.
- Danesi, M. (2002). *Semiotics, The Basics*, London: Routledge.
- Davari, D. & Shaneh Sazzadeh, M. H. (2010). *Strategic management*, Tehran: Athena. (In Persian)
- Esfandiari, Sh. (2013). Questions and recommendations about leadership image management, (7), 46-48. (In Persian)
- Flick, U. (2008). *An introduction to qualitative research*, translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney Publishing. (In Persian)

- Heydari, Kh., Heydari, M. T. & Gadimi, M. (2019). The effect of the soft power of satellite television networks on social patterning and lifestyle change among women, *Social-Policy Research of Women and Family*, 8(1), 149-170. (In Persian)
- Hosseini Pakdehi, A. & Yargholi, M. (2011). lifestyle in satellite television series; Semiotic analysis of satellite television series (Farsi 1 and PMC (Family)), *Media*, 23(3), 133-154. (In Persian)
- Karmi, A. (2015). *Theoretical Conceptology of Influence*, Tehran: Center for Strategic Studies of Islamic Education. (In Persian)
- Kondracki, N. L.; Wellman, N. S. & Amundson, D. R. (2002). Contentanalysis: Review of methods and their applications in nutrition education, *Journal of Nutrition Education and Behavior*, (34), 224 -230.
- Masoudi, O. A. & Khosravi, Sh. (2012). Investigating the ways of representing women in the satellite TV channel "manoto 1", *Media*, 24(3), 43-62. (In Persian)
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2).
- Minavand, M. Q. & Meshkvati, S. (2018). Counter-Hegemonic Political Communication: Self and Other Representation in Press TV News Channel's Discourse, *Modern Media Studies*, 5(19), 227-260. (In Persian)
- Mirzaei, M. (2016). Analysis of the content of the programs of Persian-language satellite channels regarding the issue of the presidential election of 2016 (a case study of the BBC Persian website and network), *Islamic Insight and Education*, 14(43), 131-167. (In Persian)
- Mohammadkhani Malkoh, M. & Fathi, E. (2010). Reviewing the content of BBC Persian satellite television programs, *Cultural Research Journal*, 12(13), 123-154. (In Persian)
- Mohammadpour, A., Naghdi, A. Naderenjad, B. (2009). The impact of satellite on cultural identity in Iranian Kurdistan: a case study of Kurdish students of Sanandaj universities, *Youth Research, Culture and Society*, (4), 131-156. (In Persian)
- Moradi, H. (2012). BBC media war against the Islamic Republic of Iran, *psychological operations studies*, 10(38), 5-6. (In Persian)
- Morse, J. M. & Field, P. (1995). *Qualitative research methods for health professionals*, 2nd edition, SAGE Publications Inc.
- Naqib al-Sadat, S. R. (2008). *The role of media as tools of media war*, Tehran: Rasa. (In Persian)
- Nejati Monfared, A., Kamali, M. R. & Delkhosh, S. K. (2015). Investigating the media and cultural strategies of the enemy in the soft battle against the Islamic revolution from the perspective of Imam Khamenei, *soft power studies*, 6(14), 102-128. (In Persian)
- Nosrati Nejad, F. & Shafiei, M. J. (2013). The effect of satellite television channels on the gender attitude and sexual ethics of young people, *research paper on cultural and social development*, 1(2), 89-102. (In Persian)

- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- Omid Ali, M. (2012). The role of Persian-language satellite networks in changing the lifestyle of Iranian youth (with an emphasis on manoto network), *Youth and Media Studies*, (5), 49-65. (In Persian)
- Rahpik, H. (2000). Security rights, social control and media, *strategic studies*, 3(3), 123-144. (In Persian)
- Rezaian, M. (2007). Strategies and objectives of the media war of the West against the Islamic Republic of Iran, *communication research (research and assessment)*, 15(55), 81-98. (In Persian)
- Robbins, S. P. (2016). *Organization Theory: Structure and Organizational Plan*, translated by Seyyed Mehdi Alvani and Hasan Danaeifard, Tehran: Safar Publishing. (In Persian)
- Saeedzadeh, S. Goudarzi, M. & Taghipour, F. (2021). US Media Strategy on Iran's Nuclear Program (2017-2020), *Foreign Relations*, 13(4), 823-846. (In Persian)
- Sandelowski, M. (1995). Sample size in qualitative research. *Res Nurse Health*; 18(2): 179- 83.
- Sardarnia, Kh. (2007). Political effects of new communication-information technologies, *Political-Economic Information*, No. 245-246, 104-119. (In Persian)
- Schiller, H. I. (1998). Striving for Communication Dominance, A Half Century Review, in D.K Thussu (ed.) *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*, London: Arnold.
- Soltani, S. A. A. & T, A. A. (2014). Discourse analysis of the production programs of the manoto network, *New Media Studies*, 1(3), 125-164. (In Persian)
- Stacey, R. D. (2012). *Strategic thinking and transformation management*, translated by Mustafa Jafari and Mehriyar Kazemi Movahed, Tehran: Rasa. (In Persian)
- Tan, A. (2008). *Theories and researches of mass communication*, translated by Naiem Badiei, Tehran: Hamshahri Publications. (In Persian)
- Yousefi Ramandi, M. (2017). Clarification of media strategies in order to manage social perception in the media war scene of unrest in 2017, *Culture-Communication Studies*, 23(54), 47-74. (In Persian)
- Ziyaipour, H. (2005). *Soft war - 2, special for media war*, Tehran: Abrar Masazer. (In Persian)