



## The Role of the Persian-Language Foreign Media Outlet "Iran International" in the September 2022 Protests in Iran from the Perspective of Agenda-Setting Theory

Alireza Sarvestani<sup>1</sup>, Farzad Navidinia<sup>2\*</sup>, Fereydoun Akbarzade<sup>3</sup>

Received:2024/03/01

Accepted:2024/05/21

Research Article

### Abstract

In 2022, Iran witnessed a wave of social protests that captured global attention. The September 2022 protests in Iran were indicative of deep-seated societal grievances that were transformed into an international issue through extensive coverage by foreign Persian-language media. Among the most significant sources of news for the protesters were these foreign Persian-language media outlets and social networks, which, despite their seemingly attractive facade of advocating for free speech, free flow of information, and human rights, in practice, engaged in the distortion of realities due to their affiliations with dominant power structures. The main battlefield in these protests, referred to as the Fourth Wave Wars, was the media, which was spearheaded by foreign Persian-language outlets during the September 2022 protests. The primary objective of this research is to answer the question of what role foreign Persian-language media, particularly the international network Iran International, played in covering and influencing the September 2022 protests in Iran. According to the hypothesis of the research, foreign language Persian media are trying to weaken the authority and change the government of Iran by targeting people's values and beliefs, projecting and reflecting false news, and adopting the method of news tyranny. Since agenda-setting theory is a very suitable theory for understanding the pervasive and comprehensive role of the media, to address this question, the study employs the agenda-setting theory along with a descriptive-analytical method and secondary data. The findings demonstrate that the activities and provocations of foreign Persian-language media, especially Iran International, played a direct and central role in exacerbating dissatisfactions, political activism, spreading the virus of gatherings, undermining public mental security, sabotage, tarnishing the image of the regime, and security and military organizations. This network represented the protests of 2022 as national, ideological, and purposeful protests. Nonetheless, the pivotal role of leadership and the system of the Guardianship of the Islamic Jurist (Velayat-e Faqih) during crises prevented the enemies from achieving their goals. Through positioning and directing public opinion, emphasizing national security and the country's independence, supporting security and military institutions, emphasizing national unity, and advocating for internal reforms, the Supreme Leader played a crucial role in preventing insecurity and enhancing national unity.

**Keywords:** *Agenda-setting theory, Soft warfare, Social media, National security*

Sarvestani, A., Navidinia, F., & Akbarzade, F. (2024). The Role of the Persian-Language Foreign Media Outlet "Iran International" in the September 2022 Protests in Iran from the Perspective of Agenda-Setting Theory. *Journal of Political and International Research*, 15(57), pp.59-78.

<sup>1</sup> Ph.D. candidate, Department of Political Science and International Relations, Khorramshahr International Branch, Islamic Azad University, Khorramshahr, Iran. [reza83.ali92@gmail.com](mailto:reza83.ali92@gmail.com)

<sup>2</sup> Assistant Professor and Faculty Member, Department of Political Science, Andimeshk Branch, Islamic Azad University, Andimeshk, Iran. (corresponding Author). [farzad.navid@gmail.com](mailto:farzad.navid@gmail.com)

<sup>3</sup> Assistant Professor of Political Science, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran  
[drfereydoonakbarzadeh2@gmail.com](mailto:drfereydoonakbarzadeh2@gmail.com)



## نقش رسانه فارسی زبان خارجی ایران اینترنشنال در اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ از منظر نظریه برجسته سازی

علیرضا سروسستانی<sup>۱</sup>، فرزاد نویدی نیا<sup>۲\*</sup>، فریدون اکبرزاده<sup>۳</sup>

<b>مقاله پژوهشی</b>	تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱
---------------------	---

### چکیده

در سال ۱۴۰۱، ایران شاهد موجی از اعتراضات اجتماعی بود که توجه جهانیان را به خود جلب کرد. اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ در ایران، نشان‌دهنده بخشی از نارضایتی‌های عمیق اجتماعی بود که با پوشش گسترده رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی به یک موضوع بین‌المللی تبدیل شد. در این میان، مهم‌ترین مرجع اخبار معترضان، رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی و شبکه‌های اجتماعی بود و این رسانه‌ها به جهت وابستگی به نظام سلطه، بر خلاف ظاهر و ویتترین جذاب در خصوص آزادی بیان، گردش آزاد اطلاعات و حقوق بشر، در عمل اقدام به وارونه‌نمایی واقعیت‌ها نمودند. زمین‌بازی اصلی در این اعتراضات، که با عنوان جنگ‌های موج چهارمی نام برده می‌شود، رسانه‌ها بود که در اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی بر عهده گرفتند. هدف اصلی این پژوهش، پاسخ به این سوال بود که نقش رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، به ویژه شبکه بین‌المللی اینترنشنال، در پوشش و تأثیرگذاری بر اعتراضات شهریور ماه ۱۴۰۱ در ایران چه بوده است؟ بر اساس فرضیه تحقیق، رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی با هدف قرار دادن ارزش‌ها و باورهای مردمی و فرافکنی و انعکاس اخبار دروغین و اتخاذ شیوه استبداد خبری، درصدد تضعیف اقتدار و تغییر حکومت ایران می‌باشند. از آن‌جاییکه نظریه برجسته‌سازی، نظریه‌ای بسیار مناسب برای فهم نقش نافذ و فراگیر رسانه‌هاست، برای پاسخ به این سوال از نظریه برجسته‌سازی و نیز از روش توصیفی-تحلیلی و داده‌های ثانویه استفاده شد. یافته‌ها نشان داد فعالیت و تحریکات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، بخصوص شبکه ایران اینترنشنال، نقش مستقیم و محوری در تشدید نارضایتی‌ها، کنشگری سیاسی، گسترش ویروس‌تجمعات، امنیت‌زدایی ذهنی افکار عمومی، خرابکاری‌ها، خدشه دار نمودن وجهه نظام و مسئولین و سازمان‌های امنیتی و نظامی داشت. این شبکه اعتراضات ۱۴۰۱ را اعتراضات سراسری، دارای ایدئولوژی و هدفمند بازنمایی نمود. با این وجود، نقش محوری رهبری و نظام ولایت فقیه در مواقع بحرانی، موجب شد که دشمنان در نیل به اهداف خود ناکام بمانند، زیرا رهبر معظم انقلاب از طریق موضع‌گیری و هدایت افکار عمومی، تأکید بر وحدت ملی و اصلاحات درون‌زا نقش کلیدی در جلوگیری از ایجاد ناامنی و افزایش وحدت ملی ایفا نمایند.

**کلیدواژه:** جنگ نرم، رسانه‌های اجتماعی، امنیت ملی، نظریه برجسته‌سازی

سروسستانی؛ علیرضا، نویدی نیا؛ فرزاد، اکبرزاده؛ فریدون (۱۴۰۲). نقش رسانه فارسی زبان خارجی ایران اینترنشنال در اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ از منظر نظریه برجسته سازی. فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، شماره ۵۷، صفحات ۷۸-۵۹.

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، گروه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، واحد بین‌المللی خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران. [reza83.ali92@gmail.com](mailto:reza83.ali92@gmail.com)

<sup>۲</sup> استادیار و عضو هیات علمی گروه علوم سیاسی، واحد اندیمشک، دانشگاه آزاد اسلامی، اندیمشک، ایران (نویسنده مسئول) [farzad.navid@gmail.com](mailto:farzad.navid@gmail.com)

<sup>۳</sup> استادیار و عضو هیات علمی گروه علوم سیاسی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران [drferedounnakbarzadeh2@gmail.com](mailto:drferedounnakbarzadeh2@gmail.com)

## مقدمه

هویت اجتماعی یکی از کارکردهای اصلی وسایل ارتباط جمعی اطلاع‌رسانی و پخش اخبار است. خبر در جوامع مدنی امروز دارای قدرت بسیار عظیمی است تا آن جا که در عرصه روابط بین‌الملل، بر اساس تلفیق قدرت و رسانه مفهوم جدیدی به نام جنگ رسانه‌ای پدید آمده که از مصادیق جنگ نرم به شمار می‌رود. جنگ رسانه‌ای یعنی استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف گفتمان کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت آن‌ها با استفاده از شیوه‌های جنگ روانی. در این جنگ هر کدام از جریان‌های خبری می‌کوشند با بهره‌گیری از تکنیک‌های عملیات روانی مانند انزوا و ایجاد تردید در افکار عمومی، تضعیف هر چه بیشتر گفتمان رقیب را موجب شوند. شاهد این مدعا، تلاش رسانه‌های غربی در پیشبرد راهبرد تبلیغی انزوای بین‌المللی و ضعف دموکراسی در ایران است که با بهره‌گیری از سوژه‌ها و راهکارهای متنوع، این رویکرد تبلیغی را با جدیت دنبال می‌کنند. در دنیای امروز رسانه در جایگاه انتقال فکر و اندیشه مورد استفاده قرار گرفته است. ویژگی‌های رسانه‌ها سبب شده تا سیاست‌گذاران حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی برای دستیابی به اهداف خود از این ابزار استفاده کنند. مرگ مهسا امینی می‌توانست یکی از مهم‌ترین سوژه‌های رسانه‌های معاند برای به‌تصویر کشیدن ضعف حقوق بشر در ایران باشد.

فضای مجازی یکی از مهم‌ترین ابزارها برای نمود یافتن اثرات جهانی‌شدن است. در دنیای امروز شبکه‌های اجتماعی، با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، نقش بسیار مهمی را در روابط مردم سرتاسر جهان ایفا می‌کنند؛ به طوری که به جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر تبدیل شده‌اند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی کنار هم گرد آمده‌اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق شبکه‌های اجتماعی با هم ارتباط برقرار می‌کنند؛ با گسترش شبکه‌های ارتباطی مفهوم قلمروی جغرافیایی و حاکمیت دولت‌ها بر مرزهای فیزیکی خود رنگ‌باخته و در شبکه جهانی، اجتماعات مجازی تشکیل شده و افراد بدون ملاقات با یکدیگر تشکیل جامعه مجازی می‌دهند.

انقلاب اطلاعاتی و ظهور رسانه‌های نوین به زندگی امروز ما شتابی بی‌سابقه داده که موجب جایگزینی فرهنگ رسانه‌های نوین با فرهنگ رسانه‌های سنتی مانند کتاب، روزنامه و... شده است و از آن جایی که رسانه‌های نوین مبتنی بر دیدار و شنیدار (و نه تفکر عمیق) هستند و نحوه ساخت برنامه در آن‌ها نیاز به تفکر عمیق را منتفی کرده است، با اقبال گسترده جهانی روبه‌رو شده‌اند. هم‌چنین فناوری‌های رسانه‌ای، جنبه‌های مختلف زندگی بشر امروزی را تحت تأثیر خود قرار داده است؛ از طرفی نیز جنگ و نزاع به عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر از نهاد جوامع بشری دستخوش دگرگونی عمیق شده است و با توجه به امکانات گسترده موجود در رسانه‌های نوین، از جنگ کلاسیک و نبرد واقعی به سمت جنگ نرم در عرصه مجازی سوق یافته است و رسانه‌ها به دو دسته دولتی (که در راستای اهداف هئیت حاکمه فعالیت می‌کنند) و خصوصی تقسیم می‌شوند (Dal).

Lago and Palidd, 2010: 177).

راه‌اندازی رسانه‌های فارسی‌زبان را باید موج جدیدی از جنگ رسانه‌ای نرم علیه ایران دانست گرچه در کوتاه مدت با رویکرد سیاسی خواهد بود ولی در بلندمدت عقاید، هویت ایرانی-اسلامی، فرهنگ، قومیت و باورهای مردم را هدف جنگ رسانه‌ای خود قرار می‌دهند. این رسانه‌ها برنامه‌های سیاسی گسترده‌ای را با هدف جریان‌سازی و ایجاد شکاف میان ملت و دولت و تضعیف پایگاه مردمی پخش کردند.

در عصر کنونی روابط بین‌کشورها با عنوان دیپلماسی عمومی و اختصاصاً در حوزه فناوری‌های ارتباطی با عنوان دیپلماسی رسانه‌ای تعریف می‌شود، رسانه‌ها ابزاری قدرتمند برای نفوذ و تأثیر بر فکر و اندیشه ملت‌ها می‌باشند (Sinha Palit, 2023: 17). در دنیای امروزی دارندگان قدرت رسانه‌ای با بهره‌گیری از آن اراده خود را بر یک ملت تحمیل می‌کنند امروزه جنگ

رسانه‌ای در دو بعد داخلی و بین‌المللی زمینه‌های روانی فراوانی برای غلبه بر کشورهای هدف فراهم آورده است. رسانه‌ها بر خلاف ویتترین زیبا و فریبنده‌ای که در مورد آزادی بیان و گردش آزاد اطلاعات نمایش می‌دهند، عملاً با اتخاذ شیوه «استبداد خبری» با تمام توان سعی در «وارونه‌نمایی» و سمت و سو دادن به درک و شناخت جامعه مخاطب بر اساس اهدافی تعیین شده دارند این کار ویژه در رفتار رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی حامی آنان در رخدادهای مختلف در سطح دنیا به روشنی مشهود است.

امروزه نقش رسانه‌ها، نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی صرف است. هم اینک رسانه‌ها ابعاد امنیتی جدیدی در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد کرده‌اند و بسیاری از مفروضات و اصول پیشین را در ساختار روابط و حقوق بین‌الملل به چالش طلبیده‌اند. رسانه‌ها امروز به عنوان مکمل نیروی نظامی و تهدیدکننده امنیت در سطوح مختلف آن اعم از فردی، ملی، بین‌المللی و جهانی به شمار می‌روند (سلطانی‌فر، ۱۳۹۱: ۷۹).

جنگ نرم در واقع جنگی است کم هزینه، مبتنی بر نرم افزار رسانه و غیرمستقیم که در آن هدف تغییری نکرده و فروپاشی از درون و استحاله در حاکمیت دولت‌های مخالف است، ولی ابزارها تغییر بنیادین کرده و رسانه‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار به کار گرفته می‌شوند.

با نگاه کلی به انقلاب‌های سیاسی سال‌های اخیر می‌توان فهمید که نظام سلطه با تکیه بر جنگ نرم و ابزار رسانه، ابتدا افکار و اذهان مردم کشورهای هدف را تحت تأثیر قرار داده سپس با مشروعیت‌زدایی از حکومت و ایجاد بی‌ثباتی و هرج و مرج، قدرت سیاسی موجود را به نفع خود تغییر دادند. دشمن در جنگ نرم تلاش دارد با استفاده از ابزارهای فرهنگی و ارتباطاتی پیشرفته و با شایعه و دروغ‌پراکنی و استفاده از برخی بهانه‌ها میان آحاد مردم تردید، بدبینی و اختلاف ایجاد کند (اشرفی، ۱۳۹۶: ۱). پس از پیروزی انقلاب اسلامی، غرب با به‌کارگیری مؤلفه‌های گوناگون جنگ نرم در ابعاد سیاسی، فرهنگی با عنوان‌های تضعیف اصل ولایت‌فقیه، بهره‌برداری تاکتیکی از حقوق بشر، وقوع انقلاب‌های رنگی در کشور، رواج نافرمانی مدنی، فرقه‌سازی دینی و تشکیل اپوزیسیون‌های فرهنگی توسط بلوک غرب و گروه‌های فشار برای تضعیف نظام و مشروعیت سیاسی آن در سطح داخلی و هم چنین مجامع جهانی، برنامه‌ریزی نموده و بعضاً بحران‌هایی را برای نظام پدید آورده است (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۵۹).

شهریور ۱۴۰۱ و مرگ مهسا امینی در ایران زمینه سازی حوادث و اتفاقات گسترده ای بوده که این حوادث دارای عمق اجتماعی بوده و سبب بروز تغییرات گسترده فرهنگی- اجتماعی در درون خانواده شد. اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ در ایران، نشان‌دهنده بخشی از نارضایتی‌های عمیق اجتماعی بود که با پوشش گسترده رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان به یک موضوع بین‌المللی تبدیل شد. این رسانه‌ها، به‌ویژه شبکه‌هایی مانند شبکه اینترنشنال، با ارائه تصاویر، گزارش‌ها و تحلیل‌هایی از این رویدادها، توانستند تأثیر قابل توجهی بر دیدگاه‌ها و واکنش‌های بین‌المللی داشته باشند.

#### ۱- اهمیت، ضرورت و پیشینه پژوهش

در عصر حاضر رسانه‌ها به‌عنوان تهدید یا فرصت از اهمیت بالایی برخوردارند. امروزه رسانه‌ها در معادلات سیاسی، تحولات اجتماعی، تغییرات فرهنگی نقش و اهمیتی تعیین‌کننده دارند. جنگ رسانه‌ای یکی از جنبه‌های جنگ نرم و روش جدید جنگ‌های بین‌المللی است. در سال‌های اخیر نظام‌های استکباری به خصوص آمریکا با استفاده از مهم‌ترین ابزار جنگ نرم که همان جنگ رسانه‌ای است، توانستند نظام سیاسی بعضی از کشورها مانند اوکراین و گرجستان را تغییر دهند. جنگ نرم را می‌توان تلاشی دانست از طرف نیروهای سلطه‌گر برای نابودی، تهی‌سازی و به ذلت کشاندن فرهنگ، آداب، ارزش‌ها و هنجارهایی که جامعه هدف را

در طی قرون متمادی، از هرگونه گزندی محفوظ کرده است. این تلاش نیروهای سلطه عموماً در عرصه های گوناگون فرهنگی اتفاق می افتد و ابزار کاربردی آن تهاجم فرهنگی است که در قالب ابزارهای روانی و رسانه ای عمل می کند (غلامرضایی، ۱۳۹۴: ۹۱).

درخصوص کشور بزرگ و با عظمت ایران اسلامی نیز پس از ناامیدی دشمنان از پیروزی در جنگ سخت (جنگ تحمیلی ۸ساله عراق علیه ایران) و جنگ نیمه سخت (کودتاها و استفاده از گروه های تروریستی مثل منافقین)، دشمنان ایران و نظام اسلامی استفاده از جنگ نرم و فروپاشی از درون را مانند شوری سابق برای براندازی در دستور کار خود قرار دادند. با نگاه کلی به انقلاب های سیاسی سال های اخیر می توان استنباط نمود که نظام سلطه سعی نموده با تکیه بر جنگ نرم و ابزار رسانه، ابتدا افکار و اذهان مردم کشورهای هدف را تحت تاثیر قرار داده و سپس با مشروعیت زدایی از حکومت و ایجاد بی ثباتی و هرج و مرج، قدرت سیاسی موجود را به نفع خود تغییر دهد.

کشور ایران از سالها پیش، بخصوص پس از تصمیم کمیته خطر جاری در آمریکا که منجر به افتتاح شبکه های ماهواره ای شد، با پیشرفت تکنولوژی های ارتباطی، تحت شدیدترین حملات جنگ رسانه ای دشمن قرار گرفت تا دشمنان نظام علاوه بر دمیدن روح ناامیدی و ناتوانی در بین مردم و نخبگان بتوانند به ترویج سبک زندگی غربی، عادی سازی روابط نامشروع، قبح زدایی از پدیده هایی چون خیانت زن به شوهر، رابطه جنسی قبل از ازدواج، بارداری قبل از ازدواج، فرزند نامشروع، هم جنس گرایی و... بپردازند.

اگر بگوییم در این جنگ رسانه ای علی رغم تلاشها و مجاهدت های افراد حقیقی و حقوقی، فضای رسانه ای کشور مورد اشغال نظام سلطه قرار گرفته است، سخنی به گزاف نگفته ایم. در این نبرد نابرابر دشمن با تمام توان رسانه ای و ارتباطی خود به افکار و اذهان مردم ایران حمله نموده و تقریباً همه افراد جامعه، بخصوص جوانان و نوجوانان را، مورد آماج حملات رسانه ای خود قرار داده است. اشغال فضای رسانه ای کشور با بررسی میزان حضور رسانه های دشمن مانند دریافت برنامه های مختلف در ماهواره و هم چنین کانال ها و سایت های دشمن در تلفن همراه در دستان و خانه مردم به وضوح قابل مشاهده است.

دشمنان جمهوری اسلامی به منظور تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان خود در ایران از طریق تغییر تاکتیک از حوزه سخت به حوزه نرم و گسترش فعالیت در فضای مجازی، سایبری و رسانه ای (که اوج فعالیت آن ها را می توان در حوادث شهریورماه ۱۴۰۱ مشاهده نمود به گونه ای که اغلب فراخوان ها به تجمع و نا آرامی ها توسط همین رسانه ها هدایت و مدیریت می شد)، تغییر ماهیت تهدید ها و استفاده از رسانه ها خصوصاً شبکه های ماهواره ای، تصویب بودجه های هنگفت برای این شبکه ها در جهت فعالیت در موضوعات مرتبط با جمهوری اسلامی ایران اقدام نموده اند. از آن جایی که جنگ نرم رسانه ای فریبنده دشمن که در راستای گمراه کردن افکار عمومی برنامه ریزی می کنند و به طور طبیعی به تسخیر افکار عمومی و حتی رسانه های یک کشور علاقمند هستند، شناخت این اقدامات، تشریح و تبیین منطقی آن ها متناسب با منافع ملی توسط پژوهشگران و اندیشمندان ضروری به نظر می رسد. لذا پژوهش حاضر با هدف موشکافی و تحلیل شکل و ماهیت تهدیدات جنگ نرم رسانه ای شبکه های فارسی زبان خارجی (با تاکید بر شبکه ایران اینترنت‌نشال) و راه های مقابله با آن ها طراحی و اجرا گردید.

## ۲-پیشینه پژوهش

### الف - تحقیقات داخلی

با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش های زیادی درباره واژگان کلیدی پژوهش انجام شده است و در تحقیق به مقالاتی که بر نقش رسانه های اجتماعی تأکید داشتند تأکید و توجه شده است. در ادامه به تعدادی از عناوین که نسبت

به سایر موارد شاخص‌تر بوده و بیشتر از سایر منابع، اغتشاشات را مورد واکاوی قرار داده اند به اختصار اشاره می‌گردد:

نجفی و همکاران (۱۴۰۲: ۲۶۳-۲۶۲) بر اساس نتایج تحقیقی با هدف بازنمایی ناآرامی‌های شهریور و مهر ۱۰۴۱ ایران در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان (مطالعه موردی: شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی) اظهار داشتند که این رسانه به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم با استفاده از ابزارهای مختلف سعی بر دعوت معترضین به آشوب و اغتشاشات را داشته است. بی‌بی‌سی فارسی با استفاده از تکنیک‌های تخریب مسئولین، القای نبود آزادی بیان، طرح گزاره ظلم سیستماتیک به زنان ایرانی، تبعیض و شکاف قومیتی، مخالفت جوانان و نخبگان با قوانین جمهوری اسلامی ایران و کاهش قدرت نیروهای امنیتی، مردم را به حضور در خیابان‌ها دعوت نمود.

نتایج تحقیقی با هدف بررسی رابطه کاربری پیام‌های فضای مجازی با گرایش به اغتشاشات نشان داد حاکی از وجود رابطه معنی‌دار بین استفاده از پیام‌های فضای مجازی با گرایش به اغتشاشات در میان جوانان بود (عبدالرحمانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۹۵).

یافته‌های حسینی و همکاران (۱۳۹۳: ۵۳) در مطالعه‌ای تحت‌عنوان واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوادث انتخابات سال ۱۳۸۸ جمهوری اسلامی ایران به نقش مخرب برخی شبکه‌های مجازی نظیر فیس‌بوک، توئیتر و نقش‌سازنده شبکه‌های موافق اشاره نموده است.

نتایج تحقیقی با عنوان راهبردهای مقابله با نقش آفرینی‌های ضدامنیتی رسانه‌های بیگانه با تأکید بر فتنه ۸۸ نشان داد راهبرد نظام سلطه برای براندازی جمهوری اسلامی ایران از طریق تکیه دشمن بر عملیات و جنگ نرم به جای جنگ سخت قرار داشته و رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار در تحقق راهبرد براندازی و قابل‌تکرار بودن فتنه سال ۸۸ بوده‌اند (باقری و مقدم فر، ۱۳۹۳: ۱۲۰).

در تحقیقی نقش فضای مجازی در تحقق اغتشاشات سال ۱۴۰۱ بررسی و نتایج نشان داد که نقش و تأثیر رسانه‌های اجتماعی برای تصاحب افکار عمومی و رقم‌زدن مانورهای جمعیتی و خیابانی و آشوب‌های به وقوع پیوسته به‌ویژه در تهران بی‌بدیل بود. انعکاس و انتشار با شیوه‌ای خام همراه با اغراق و بزرگنمایی، زمینه‌ساز فراهم شدن خوراک خبری برای محافل و رسانه‌های ماجراجو و معاند با نظام و کشور شد که تبعات سنگین و بعضاً جبران‌ناپذیری به دنبال داشت (پور قهرمانی و نوری زاده خامنه، ۱۴۰۲: ۱).

برزویی و همکاران (۱۴۰۰: ۳۳) دریافته‌های مقاله‌ای با عنوان دیپلماسی سایبری عربستان سعودی در قبال ایران در بستر شبکه اجتماعی توئیتر، مطالعه موردی اغتشاشات دی ماه ۱۳۹۶ بر واگرایی‌های قومی و منطقه‌ای، تخطئه‌کنش گری منطقه‌ای ایران، تخریب عملکرد سپاه اسلامی ایران تأکید داشتند. بر این اساس تخریب سپاه پاسداران و تخریب‌نوع نظام حاکم در ایران، محورهای اصلی دیپلماسی سایبری عربستان علیه جمهوری اسلامی ایران بودند.

نتایج تحقیقات علوی وفا و محمدی (۱۴۰۳: ۱۲۸) در خصوص بررسی شیوه مدیریت مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در مهار اغتشاشات سال ۱۴۰۱ با سبک خاص ایشان نشان داد در مدل مدیریت و رهبری حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تأکید ویژه‌ای بر تبیین، روشن‌گری و جهاد تبیین و آن‌چه که توانسته آحاد جامعه را در شرایط فتنه نجات دهد، تشریح دقیق فضای حاکم بر کشور در داخل و سطح بین‌المللی همراه با ارائه راهکارها به عنوان نسخه‌ای نجات‌بخش شده است.

با توجه به پیشینه و جست‌وجوی مقالات، تاکنون پژوهشی در خصوص نقش رسانه فارسی‌زبان خارجی ایران اینترنشنال انجام نشده است. از این جهت این پژوهش از نوآوری لازم برخوردار بود.

شافی ناس شافی<sup>۱</sup> (۲۰۲۲: ۷-۸) در پژوهشی تحت عنوان قلمرو روانی معنایی جنگ رسانه های اجتماعی بر دیپلماسی عمومی بیان داشت قلمرو روانی - معنایی جنگ رسانه های اجتماعی یک زمینه نوظهور است که به روانشناسی زبان در جنگ مربوط می شود. کمبود ادبیات مرتبط با موضوع، علاقه این مطالعه را فراهم کرد. علاوه بر این، هدف آن پرداختن به اخبار جعلی، اطلاعات نادرست و اطلاعات نادرست، با جوهر درک معناسازی به عنوان تاکتیکی برای تأثیرگذاری بر جامعه دیجیتال و دیپلماسی عمومی است. تجزیه و تحلیل نشان داد که استنباط های معنی‌شده در روایت‌های رسانه‌های اجتماعی به طور قابل‌توجهی توسط قدرت سخت و قدرت نرم و بازتولید ایدئولوژی از طریق گفتمان تعیین می‌شوند. مفهوم قدرت و گفتمان در تأثیرگذاری و تأثیرگذاری بر دیپلماسی عمومی تأثیرگذار است. بدون شک استفاده دقیق از کلمات معنا‌دار، ایجاد روان-معناشناسی مؤثر می تواند بر ادراک و دیپلماسی عمومی تأثیر بگذارد.

اطلاعات نادرست برای مدت طولانی بخشی از فرهنگ لغت نظامی بوده است، اما با فناوری، تأثیر رسانه‌ها بسیار قوی‌تر شده است. رسانه‌ها اکنون ابزاری قدرتمند برای تأثیرگذاری اطلاعات نادرست هستند. به طور مشابه، عملیات روانی یک رویکرد آزمایش شده در زمان برای جنگ است. هدف گنج کردن و تأثیر نامطلوب بر روحیه است. باز هم رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی ایفا کنند.

برخی محققین به نقش تمام عیار رسانه‌های نوین در جنبش‌های اجتماعی تردید دارند و به نابرابری در دسترسی و عدم فراگیری در وسعتی که جنبش گسترده شده، اشاره می‌کنند. کستلز<sup>۲</sup> (۲۰۰۹: ۵۷ - ۵۴) گسترش اینترنت را موجب پدیدار شدن شکل نوینی از ارتباط تعاملی می‌داند و بر این باور است که ارتباط هم زمان و امکان ارسال پیام به طور محدود یا وسیع در درون شبکه ارتباطی اینترنت، مرزهای نوینی را در ارتباط تعاملی گشوده است. در فرایند این ارتباط تعاملی، کاربران قادرند نوع پیام هایی که مایلند دریافت کنند را تعریف کنند و به کنش بپردازند.

براون<sup>۳</sup> (۲۰۲۲) بر اساس نتایج تحقیقی اظهار داشت پوشش خبری برای زنده ماندن یک اعتراض اساسی است، اما تحقیقات نشان می‌دهد که رسانه‌ها، اعتراضات و معترضان را که وضعیت موجود را به چالش می‌کشند (الگویی که به عنوان پارادایم اعتراض شناخته می‌شود) منفی نشان می‌دهند. این مطالعه اعتبار ادعاها در زمینه پوشش روزنامه های دیجیتال را زیر سوال می برد و بررسی می کند که چگونه موضوع و منطقه پوشش را شکل می دهد.

اولانیران و ویلیامز<sup>۴</sup> (۲۰۲۰: ۷۷) نیز در پژوهشی تحت عنوان اثرات رسانه‌های اجتماعی: ربودن دموکراسی و مدنیت در مشارکت مدنی بیان داشتند که اهمیت شبکه‌های اجتماعی به عنوان عوامل تغییر که به عنوان نیرویی برابر برای افراد محروم از حق رأی بدون صدا در نظر گرفته می‌شود را نمی‌توان نادیده گرفت. با این حال، در برخی از جوامع، شبکه‌های اجتماعی به بستری برای اخبار جعلی و تبلیغات تبدیل شده‌اند که صداها، ایدئولوژی‌ها و پیام‌های مخرب را تقویت می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر (شبکه ایکس)، فیس‌بوک و گوگل، پتانسیل تغییر مشارکت مدنی در نتیجه ربودن دموکراسی و تأثیرگذاری بر افراد به سمت یک طرز فکر خاص را دارند. بنا بر نتایج تحقیق کول<sup>۵</sup> (۲۰۲۳: ۱۹۵) تحت عنوان جنگ برای اوکراین، امنیت، شهرت و استدلال در رسانه‌ها، بر امنیت، شهرت و اختلال در رسانه به عنوان اولین مورد اصلاح قدرت نرم، بر تجربیات منفی کشورهای که در ایجاد شهرت بین‌المللی کافی ناکام هستند، تأکید می‌کند. مورد دوم به مشکلات سیستم

<sup>1</sup>Shafinas Shafie

<sup>2</sup>Castells

<sup>3</sup>Brown

<sup>4</sup>Olaniran and Williams

<sup>5</sup>Cull

بین‌الملل مرتبط با ظهور یک رسانه جمعی ناشناخته اشاره دارد که می‌تواند مخاطبان جهانی را فراتر از حد مرتبط با پلتفرم‌های مستقر تحت‌تأثیر قرار دهد.

این مقاله به چگونگی ظهور ایده هر دو پدیده از بحران اوکراین در سال ۲۰۱۴ اشاره می‌کند. در ادامه تلاش‌های موفقیت‌آمیز اوکراین و متحدان غربی آن برای رفع شکاف‌های مشهود در سال ۲۰۱۴ را ترسیم می‌کند و استدلال می‌کند که عملکرد متضاد قوی اوکراین در غرب در سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که دیپلماسی عمومی هم می‌تواند امنیت شهرت را ایجاد کند و هم با اختلالات رسانه‌ای مقابله کند. عناصر کلیدی تلاش اوکراین شامل جذابیت ولودیمیر زلنسکی است.

شواهد اثربخشی عبارتند از عقب‌نشینی خود به خودی مشاغل غربی از روسیه پس از تهاجم. این مقاله به محدودیت‌های امنیت شهرت اوکراین از جمله عدم کشش آن در جامعه جهانی اشاره می‌کند: پدیده‌ای که برعکس قدرت اعتبار پایدار روسیه را نشان می‌دهد. این مقاله با این استدلال به پایان می‌رسد که جنگ اوکراین حاوی دستور کار برای مطالعه بیشتر با تأکید بر امنیت شهرت و اختلال در رسانه است.

## ۱-۲- سؤال اصلی پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، پاسخ به این سؤال بود که نقش رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، به‌ویژه شبکه بین‌المللی اینترنشنال، در پوشش و تأثیرگذاری بر اعتراضات شهریور ماه ۱۴۰۱ در ایران چه بوده است؟

## ۲-۲- روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهشی حاضر مبتنی بر روش توصیفی - تحلیلی می‌باشد که ضمن پرداخت به رابطه متغیرها به تحلیل آن‌ها می‌پردازد و از آنجائی که تحقیق حاضر مطالعه پسارویدادی است روش مناسب با موضوع مطالعه تحلیلی اسنادی بوده و در این مطالعه بر مجموعه رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی و شبکه‌های اجتماعی برای نمونه تمرکز شده است.

## ۲-۳- تعریف مفاهیم و نحوه سنجش یافته‌های پژوهشی

### ۱-۳-۲- جنگ

جنگ نوعی منازعه خشونت‌آمیز سیاسی است که بین گروه‌های انسانی رخ می‌دهد. این منازعه سیاسی - اجتماعی با توجه به ماهیت، اهداف و ابزارهای آن به انواع مختلفی تقسیم می‌شود. یکی از انواع جنگ که بر مبنای ابزار و ماهیت از انواع دیگر متمایز می‌شود، جنگ نرم است. با وجود این همه اشکال، جنگ مصداق و تجلی روابط قدرت و متضمن اعمال قدرت می‌باشد. از این رو مهم‌ترین وجه تمایز انواع مختلف جنگ، ماهیت قدرت و چگونگی اعمال آن است. به طوری که دو نوع جنگ سخت و نرم قابل‌تصور و تحقق می‌باشد. در جنگ سخت، قدرت ماهیتی سخت‌افزاری دارد که به‌صورت قهرآمیز، مستقیم و آشکار اعمال می‌گردد. در حالی که در جنگ نرم ماهیت قدرت، نرم‌افزاری است که به شیوه غیر قهرآمیز، غیرمستقیم و نهان اعمال می‌شود (دهقانی فیروز آبادی، ۱۳۹۰: ۶).

### ۲-۳-۲- جنگ رسانه‌ای

رسانه به عنوان ابزاری فراگیر، قدرتمند و تأثیرگذار همواره مورد توجه ابرقدرتان بوده است، به طوری که رسانه‌ها در تمامی جنگ‌های قرن بیستم، به عنوان ابزاری جهت جنگ روانی و تبلیغات جنگی از سوی بسیاری از کشورها مورد استفاده قرار گرفته است (قنبری سلحشور و آقارضایی، ۱۳۹۷: ۱).

بنیادی‌ترین تعریف از جنگ رسانه‌ای استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها (اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت و اصول تبلیغات)



به منظور دفاع از منافع ملی است. جنگ رسانه‌ای یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های جنگ نرم و جنگ‌های جدید بین‌المللی است. اگرچه جنگ رسانه‌ای عمدتاً به هنگام جنگ‌های نظامی کاربرد بیشتری پیدا می‌کند اما این به مفهوم آن نیست که در سایر مواقع جنگ رسانه‌ای در جریان نبوده و یا مورد استفاده قرار نمی‌گیرد (Rubin, 2006).

جنگ رسانه‌ای تنها جنگی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیررسمی ادامه داشته و هر کشوری از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی‌اش از رسانه‌ها بهره‌گیری می‌کند (رنجبران، ۱۳۸۹: ۱۹۳).

### ۲-۳-۳- رسانه‌های اجتماعی

شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی به عنوان مؤثرترین فضای ارتباطی در دنیای امروز محسوب می‌شوند (شیخ و شامبیاتی، ۲۰۱۵). ظهور این نوع محیط رسانه‌ای باعث شده که میزان اطلاعات در دسترس افراد به شکل خارج از تصویری افزایش یابد و بیش از هر زمان دیگر به جریان تولید، ذخیره، پردازش، بازیابی و مصرف اطلاعاتی پرداخته شود (بیچارنلو و همکاران، ۲۰۱۵). رسانه‌های اجتماعی به محیطی مشارکتی تبدیل شده‌اند و به افراد اجازه می‌دهند تا خود به عنوان یک رسانه عمل نموده و به انتشار و تسهیم اطلاعات بپردازند. امروزه سیاستمداران به طور گسترده از رسانه‌های اجتماعی برای ارسال پیام‌های سیاسی استفاده می‌نمایند (Steinveg and Bjørnå, 2023: 299). رسانه‌های اجتماعی، به سیاستمداران اجازه می‌دهند تا مستقیماً با گروه‌های وفادارتر و متنوع‌تری از حامیان خود بدون دخالت روزنامه‌نگاران ارتباط برقرار کنند (Sandberg et al., 2019: 49)؛ بنابراین، منافع بالقوه استفاده از این پلتفرم‌ها، بحث‌هایی هستند که مشارکت و نفوذ را تشویق می‌کنند (Bode et al., 2014: 416). هم چنین مشخص شده که رسانه‌های اجتماعی شهروندان را در مقابل سیاستمداران توانمند می‌کنند (Gilardi et al., 2022:40).

یکی از نیازهای بنیادین در هر جامعه در درجه اول امنیت است و جستجوی امنیت از مهم‌ترین انگیزه‌های انسانی است که مسئولیت‌پذیری و تأمین آن بر عهده حکومت‌ها و دولت‌هاست. عوامل بسیاری بر امنیت عمومی اثرگذار هستند که از بین آن‌ها می‌توان به رسانه‌های اجتماعی اشاره کرد (رفیع‌پور هفت خوانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۵۰). رسانه‌ها در سراسر جهان منتشر می‌شوند و تأثیرات شگرفی بر به اشتراک‌گذاری اطلاعات و ایجاد ارتباط بین افراد، جوامع و جوامع در دنیای مجازی دارند (Ngai et al., 2015: 34). به طور خاص، زمانی که کاربران از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف اطلاعاتی استفاده می‌کنند، بر اساس ارزش سودمندی که بر آمادگی شناختی افراد تمرکز دارد هدایت می‌شوند (Hu et al., 2017: 266). دسترس‌پذیری همگانی اینترنت و گسترش امکانات فنی آن، پدیده نوینی را وارد عرصه رسانه‌ها کرد که لحاظ قالب انتشار محتوا، ساز و کارهای انتشار و چگونگی مشارکت مخاطبان در فرایند تولید و انتشار محتوای پیام هم تمایز آشکاری با رسانه‌های سنتی داشت. با حضور رایانه‌ها و اینترنت و دیگر رسانه‌ها امکان انتقال و تبادل اطلاعات ساده تر و ارزان تر شد و این عصر به عصر کهکشان رقومی معروف شد (بابایی و فهیمی فر، ۱۳۹۲: ۱۷۵-۱۷۶).

### ۲-۳-۴- جنگ روانی

جنگ روانی استفاده برنامه ریزی شده از تبلیغات و سایر اعمالی است که قبل از هر چیز باهدف تأثیر بر نظریات، احساسات، مواضع و رفتار جوامع دشمن، بی‌طرف یا دوست به شیوه‌ای خاص برای دست‌یابی به اهداف ملی صورت می‌گیرد.

صلاح نصر از نویسندگان مصری در تعریف عملیات روانی می‌گوید: عملیات روانی همان جنگ کلمه و عقیده است، خواه به صورت مخفی، آشکار، شفاهی و یا کتبی باشد. اساساً سلاحی است که به انسان و عقل

او توجه دارد و هرگاه امکان برقراری ارتباط عاطفی با مخاطب را داشته باشد می‌تواند به اعماق او نفوذ کند (شیرازی، ۱۳۷۶: ۱۴). جنگ روانی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی ریشه در اعصار گذشته داشته و با گذشت زمان تکامل یافته و امروز به یکی از پیچیده‌ترین و خطرناک‌ترین پدیده‌ها (سلاح‌ها) مبدل شده است. در واقع هدف از جنگ روانی، برهم زدن تعادل روانی جامعه است. تعادل روانی افراد جامعه از طریق پخش اکاذیب، شایعات، اشاعه یاس و ناامیدی، رعب و وحشت برهم می‌خورد (صفری نژاد، ۱۴۰۰: ۱۰۰). جنگ روانی، استفاده از تبلیغات ضد دشمن، همراه با اقدامات عملی است که ماهیت نظامی، اقتصادی یا سیاسی دارد (سلطانی فر و هاشمی ۱۳۸۲: ۱۲۰) به نقل از پل لاینبرگر، ۱۹۵۴).

### ۲-۳-۵- امنیت، امنیت ملی

امنیت، در نگاه نخست به‌عنوان مفهومی ساده که به اطمینان از حفظ، دوام و بقای داشته‌ها، و تضمین منافع و تأمین علایق، اطلاق می‌شود، کلید واژه مانوسی است که همگان هم چون آب و اکسیژن نیازی مستمر بدان داشته و داریم. امنیت به لحاظ گستره مفهومی، دامنه وسیعی از حوزه‌های حیات اجتماعی را در برمی‌گیرد و از جنبه‌های متعدد قابل بررسی است. از این رو تعاریف متعددی نیز از واژه و مفهوم امنیت ارائه شده که به برخی از این تعاریف اشاره می‌کنیم. برخی امنیت را به صورت «ایجابی» و «سلبی» تقسیم می‌کنند. در معنای ایجابی امنیت، وجود احساس رضایت و اطمینان خاطر نزد دولت مردان و شهروندان و در معنای سلبی امنیت، نبود ترس، اجبار و تهدید را به‌عنوان یک شاخص در نظر می‌گیرند (افتخاری، ۱۳۹۲: ۵۸-۵۷).

پرفسور «باری بوزان» به‌عنوان یکی از بنیان‌گذاران مکتب کپنهاک (مکتبی نظری در زمینه امنیت) بر این عقیده است که تحلیل امنیت در سه سطح جهانی، منطقه‌ای و داخلی می‌تواند صورت گیرد که در سطح جهانی بیشتر به تحلیل عملکرد و سیاست‌های قدرت‌های بزرگ، در سطح منطقه‌ای به حیطه قلمرو تحلیل محدود شده و روندها و قدرت‌های منطقه‌ای بیشتر مد نظر هستند و سرانجام سطح داخلی که در آن شرایط، سیاست‌ها و عملکرد داخلی و تأثیر آن بر امنیت در نظر گرفته می‌شود (عبداله خانی، ۱۳۸۳: ۱۶۰-۱۳۶).

### ۳- چهارچوب نظری

این پژوهش بر مبنای نظریه برجسته سازی، به‌عنوان چارچوب نظری پژوهش طراحی و اجرا شد. نوع تحقیق کاربردی-توسعه‌ای و از نوع روش توصیفی تحلیلی است. در روش توصیفی از مطالعه اسناد و کتابخانه‌ای استفاده شده است.

### ۳-۱- نظریه برجسته‌سازی

برجسته‌سازی واژه Agenda در لغت به معنای برنامه کار، دستور جلسه و اولویت‌بندی است و واژه Setting در معنای متفاوتی همچون سمت، جهت مجموعه، قرارداد و آغازکردن آمده است. می‌توان گفت نظریه برجسته‌سازی جزء نظریاتی است که به تأثیر پیام‌های ارتباطی با توجه به محتوا می‌پردازد. این دیدگاه، نوعی بازگشت به تأثیرات قوی رسانه‌ها و طرح این نظریه است که رسانه‌ها با بزرگ‌نمایی رویداد، به مردم نمی‌گویند چگونه فکر کنند اما می‌توانند به آن‌ها بگویند در مورد چه فکر کنند؟ (کیا و رشکیانی، ۱۳۸۵: ۱۹).

شناخت نسبت، زبان، ایدئولوژی، قدرت و گفتمان، با متون رسانه‌ای می‌تواند به فهم چرایی، استفاده از روش تحلیل گفتمان کمک کند. هر عملی که میان عناصر پراکنده در درون یک گفتمان، رابطه برقرار کند، به‌گونه‌ای که هویت و معنای عناصر یادشده اصلاح و تعدیل شود،

مفصل‌بندی نامیده می‌شود، در نتیجه کلیت و فرآورده عمل مفصل‌بندی را گفتمان می‌گویند. چنان که گفتمان لیبرالیسم مفاهیمی چون آزادی، دموکراسی، انتخابات، فردیت و عقلانیت را با هم مفصل‌بندی می‌کند؛ بنابراین بر اساس نظریه برجسته‌سازی رسانه‌ها با تأکید بر برخی موضوعات، افکار عمومی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند، مک‌کامبز چهارچوب‌سازی را نسخه‌ای پالایش شده برجسته‌سازی می‌داند. نظریه برجسته‌سازی اشاره به تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش ما و تعیین اولویت‌های ذهنی با بزرگ کردن بعضی از رویدادها در قالب خبر و گزارش دارد. رسانه‌ها (چه صوتی و تصویری از نوع رادیو و تلویزیون و چه نوشتاری مثل روزنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی و...) با تمرکز بر بعضی از رویدادها، تلاش می‌کنند بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر بگذارند و یک موضوع را برجسته کنند.

فرضیه برجسته‌سازی از اوایل دهه ۱۹۷۰ یکی از مفاهیم اصلی در نظریه‌های ارتباطات بوده است. این فرضیه مهم است، زیرا حاکی از شیوه‌ای است که رسانه‌ها می‌توانند بر جامعه اثر داشته باشند و این جایگزینی به منظور تغییر نگرش صورت می‌گیرد. هم‌چنین شواهدی وجود دارد مبنی بر اینکه رسانه‌ها، دیدگاه افراد را در خصوص مشکلات مهمی که جامعه با آن مواجه است، شکل می‌دهند. ممکن است مسائل و مشکلاتی که در رسانه‌ها مورد تأکید قرار گرفته است همان‌هایی نباشد که در واقعیت بارز است. هم‌چنین شواهدی وجود دارد دال بر این که هر چند رسانه‌ها تغییر نگرشی که ایجاد می‌کنند اندک است، با استفاده از مفهوم زمینه‌چینی، می‌توانند نفوذ مهمی اعمال کنند (مانند نفوذ بر انتخابات ریاست جمهوری). به اعتقاد محققین تأثیر برجسته‌سازی بر تصمیمات مخاطبین در مقایسه با عواملی چون دانش قبلی، وابستگی‌های سیاسی و احساسات می‌تواند بیشتر و موثرتر باشد (Buyanza-Mwidima, 2024: 26). شواهد مربوط به برجسته‌سازی قطعی و فراگیر نیست، اما شواهد تأیید کننده کافی وجود دارد که بگوییم این مفهوم را باید جدی بگیریم.

رسانه‌ها البته نمی‌توانند «چگونه فکرکردن» را به مخاطبین تحمیل کنند. مخاطبان هوشیار از این توان برخوردارند که بر مبنای منطق و دیدگاه انتقادی خود دست به انتخاب بزنند اما می‌توانند (و توانسته‌اند) تعیین کنند که مردم درباره «چه موضوعی» فکرشان مشغول باشد و چه چیز مسئله ما بشود. توجه داشته باشیم که اولویت‌ها، همیشه توسط زمینه‌ها و موقعیت‌های اجتماعی تعیین نمی‌شود. برجسته‌سازی یعنی این اندیشه که رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آن‌ها فکر می‌کنند، تعیین می‌نمایند. با برجسته‌سازی و تکرار اخباری که بخشی از واقعیت را دارد و نیمه پنهانش از نظرها محو است، افکار عمومی مهندسی و مسائل اولویت‌بندی می‌شوند (Revkin et al., 2008).

شاو و مک‌کومبز که واضح نظریه برجسته‌سازی هستند در مقاله‌ای کارکرد برجسته‌سازی مطبوعات مهندسی افکار عمومی توسط رسانه‌ها را تشریح کرده و نشان داده‌اند رسانه‌ها در قالب گزارش‌های خبری، خط خودشان را پیش می‌برند. در جریان مبارزات انتخابات ریاست جمهوری و رقابت بین جیمی کارتر و رونالد ریگان در سال ۱۹۸۰، مطبوعات چند روز قبل از انتخابات، توانستند با برجسته‌سازی موضوع آزادی گروگان‌های آمریکایی در ایران، آن را به اولویت ذهنی مردم آمریکا و نمونه‌ای از بزرگترین شکست‌های مدیریتی کارتر تبدیل کنند و باعث شکست وی و پیروزی ریگان در انتخابات شوند. افزودن آگاهی عمومی از موضوع گروگان‌گیری در جریان انتخابات یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های جمعی می‌توانند بر عامه تأثیر بگذارند. مفهوم برجسته‌سازی صرفاً تدوین و تنظیم اخبار که امری بدیهی و لازم است، نیست. نباید آن را در انتخاب و اولویت اخبار در قالب تیتراژ مطبوعات یا عناوین اول اخبار رادیو و تلویزیون تقلیل داد.

برجسته‌سازی فراتر از این و دارای شیوه‌ها و پیچیدگی‌های خاص خود است

نظریه برجسته‌سازی مربوط به رسانه‌ها و سوءاستفاده صاحبان قدرت از افکار عمومی است. وجوه مختلف نظریه برجسته‌سازی را می‌توان بر اساس الگوی ارتباطات خلاصه کرد: به لحاظ رسانه‌ای، برجسته‌سازی فرایندی است که طی آن رسانه‌ها سعی می‌کنند تا بر ذهنیت مخاطبان به نحوه دلخواه تأثیر گذارند و افکار عمومی را به جهت مورد نظر سوق دهند و این امر از طریق دروازه بانی و رده بندی اهمیت رویدادها، صورت عملی به خود می‌گیرد. در واقع در این فرایند، اولویت‌های رسانه میزان نوع رویدادها را در بخش‌های خبری مشخص می‌سازد.

به لحاظ محتوایی، تکرار بیش از حد رویدادها، برجسته‌سازی را مشخص می‌سازد، رویدادهایی که نه از ارزش خبری برخوردارند و نه برای مخاطبان مهم تلقی می‌شوند. در این موارد تکرار به اندازه‌ای است که رویداد مورد نظر وجه خبری خود را از دست داده و جنبه تبلیغی پیدا می‌کند.

به لحاظ تأثیر بر مخاطبان، در فرایند برجسته‌سازی تصاویری که از رسانه ارائه می‌شود با تصاویر جهان واقعی هم خوانی ندارد و از آنجا که مخاطب از طریق رسانه با جهان بیرونی در ارتباط است، تصویر ذهنی وی از واقعیات، متفاوت از واقعیات است و در واقع تصویری رسانه‌ای است. از آنجایی که نظریه برجسته‌سازی، نظریه‌ای بسیار مناسب برای فهم نقش نافذ و فراگیر رسانه‌هاست، و به معنای اولویت‌گذاری بر برنامه‌ای خاص اطلاق می‌شود، لذا در بررسی نقش رسانه فارسی‌زبان اینترنت‌نشال در اعتراضات سال ۱۴۰۱ در ایران (با اولویت‌گذاری بر مرگ مهسا امینی) از این نظریه استفاده شد.

#### ۴- فعالیت شبکه ایران اینترنت‌نشال در اعتراضات سال ۱۴۰۱ در ایران

##### ۴-۱- ارزیابی ایران اینترنت‌نشال در ۹ مقطع زمانی

ارزیابی عملکرد ایران اینترنت‌نشال از ۲۷ شهریور تا پایان آبان ماه نشان دهنده وضعیت مواجهه و تاکتیک‌های آن در دامن زدن، تدارک دیدن نظری و عملی و ارائه پیشنهادات علمی ترویج خشونت با ادعای مقابله به مثل و دفاع مشروع و توجیه حمله به پلیس، کلانتری‌ها و پاسگاه‌های انتظامی، حمله، آتش زدن و واژگون کردن خودروهای پلیس در اغتشاشات بوده است. در این مدت، این شبکه از تاکتیک‌های اجرایی- عملیاتی هم چون استقبال از حمله به ماشین‌های نیروی انتظامی، تغییر روال عادی برنامه‌های تلویزیونی خود و تمرکز بر اغتشاشات، انتشار و تبلیغ فراخوان‌های متعدد برای تجمع و اعتراض، انتشار خبرهای دروغین نظیر این که پلیس به سر مهسا امینی ضربه زده است، خبرسازی و انتشار ادعای استعفای دانشگاهیان ایران، آموزش غیرمستقیم شعارنویسی و طرح اعتصابات، تاکید بر شعار دادن در خیابان‌ها و تخریب تابلوهای شهری، ترویج و آموزش قانون شکنی، تاکید و تکرار انتشار محتوا برای تهییج بر پیوستن دانش‌آموزان به معترضان، تبلیغ جریان‌های مجعول به عنوان جنبش اعتراض دانش‌آموزان دختر، طرح سوژه دروغین بازداشت‌ها استفاده نمود. آموزش غیرمستقیم ابتکارات نیز شامل اقداماتی نظیر نافرمانی مدنی در ایران، طرح سوژه اهمیت حمایت هنرمندان و چهره‌های سرشناس از خیزش به اصطلاح مردمی علیه نظام، پیگیری و طرح ایده اعتراض‌های شبانه، طرح ایده همبستگی ورزشکاران با اعتراضات، آموزش غیرمستقیم و تغییر شعارهای بیلبوردها، طرح سوژه کارزارهای بین‌المللی برای قطع روابط دیپلماتیک غرب با ایران، پیگیری سوژه تعطیلی بازار تهران، طرح سوژه اعتصابات گسترده کسبه، آموزش تخریب و اغتشاش براساس گزارش‌های شهروند- خبرنگار، آموزش کورکردن دوربین‌های شهری و بستن

خیابان‌ها با موانع و مسدودسازی خیابان با سطل زباله و آتش زدن لاستیک در خیابان بودند

#### ۴-۲- پانزده هزار دقیقه تلاش برای روشن نگه‌داشتن آتش ناآرامی و اعتراض در ایران

شبکه ماهواره ایران اینترنت‌نشال طی ۲۶ روز، ۲۵۰ ساعت معادل ۱۵ هزار دقیقه محتوا درباره اغتشاشات ایران منتشر کرد. این شبکه ماهواره‌ای علاوه بر تلویزیون، در نسخه‌های وب و شبکه‌های اجتماعی توئیتر و اینستاگرام و پیام‌رسان تلگرام نیز به انتشار این محتواها در قالب‌های متناسب با این بسترها پرداخت. این بررسی هم‌زمان با انتشار اولین خبر درباره مهسا امینی در تاریخ ۲۳ شهریور برابر با ۱۴ سپتامبر ساعت 12:34 در کانال تلگرام آغاز شد. بر اساس یافته‌های این پژوهش، در روز چهارشنبه ۲۳ شهریور از مجموعه 120 محتوای منتشر شده در کانال تلگرام ایران اینترنت‌نشال، ۱ خبر درباره مهسا امینی بود. این نسبت روز پنج‌شنبه ۲۴ شهریور، از ۱۰۲ محتوای منتشره به ۱۰ محتوا شامل خبر، مصاحبه و گزارش درباره مهسا امینی افزایش یافت. در میان این مطالب، مصاحبه ایران اینترنت‌نشال با یکی از فیلمسازان ایرانی مقیم خارج بنام بهمن قبادی قابل توجه بود. قبادی در این مصاحبه گفت: خشم باید منجر به سقوط شود. حمایت ایرانیان خارج از کشور و جهانی کردن مواجهه ایرانیان با موضوع گشت ارشاد و قضیه مهسا امینی، محور اصلی این مصاحبه بود. او در این مصاحبه از برخی چهره‌های تلویزیونی و هنرمندان خواست که موضع‌گیری کنند. این مصاحبه یکی از نقطه‌های آغاز تمرکز ایران اینترنت‌نشال برای روایت‌گری واکنش سلبریتی‌هاست. در روز جمعه ۲۵ شهریور (۱۶ سپتامبر) که خبر فوت مهسا امینی منتشر شد، تعداد محتوای منتشر شده در کانال تلگرام ایران اینترنت‌نشال نسبت به روز قبل فقط یک واحد افزایش داشت، اما ۶۷ محتوای منتشره صرفاً درباره موضوع مهسا امینی و موضوعات مرتبط با آن بود. روز شنبه ۲۶ مهرماه (۱۷ سپتامبر) ۱۲۰ محتوا در کانال تلگرامی ایران اینترنت‌نشال منتشر شد. از این تعداد، ۸۱ محتوا در قالب مصاحبه، تولید خبر از پست‌های اینستاگرامی سلبریتی‌ها و گزارش درباره موضوع فوت مهسا امینی بود. یکشنبه ۲۷ شهریور (۱۸ سپتامبر) از ۱۰۵ محتوای منتشر شده، ۶۷ محتوا درباره موضوع فوت مهسا امینی بوده است. دوشنبه ۲۸ شهریور (۱۹ سپتامبر) نیز از ۱۰۳ محتوای منتشره، ۸۳ محتوا درباره رویدادها و موضوعات پس از خاکسپاری خانم امینی بود و سیر افزایشی این محتواها با ۱۶ واحد بیشتر افزایش یافت. انتشار ویدئویی که در آن شعار این آخرین پیامه، هدف اصل نظامه سر داده شده بود، برای اولین بار در این روز در ایران اینترنت‌نشال منتشر شد. سه‌شنبه ۲۹ شهریور (۲۰ سپتامبر) از ۱۲۷ محتوای منتشره، ۸۸ محتوا درباره تجمعات و مسائل مرتبط با فوت مهسا امینی بود. ایران اینترنت‌نشال مانند هر شبکه خبری دیگری از ابزارها و قالب‌های تصویری استفاده نمود، با این تفاوت که در بازه زمانی هفته آخر شهریور به بعد از این ابزارها صرفاً برای اطلاع‌رسانی بهره‌برداری نمی‌کند بلکه ابزارها، قالب‌ها، مدیوم‌ها و آیتم‌های مختلف و تکرار آن‌ها بسطی برای انتقال هوشمندانه پیام با هدف تحریک، تهییج و همراه‌سازی مخاطبان هم‌زمان با تولید محتواهای خالف واقع، جانبدارانه و محتوای خشونت‌آمیز بوده است.

#### ۴-۳- زیرنویس

بر همین اساس، خبر فوری در زیرنویس این شبکه خبری صرفاً اختصاص به تجمعات و یا ترافیک و حضور یافتن مردم در یک شهر و یک خیابان در تهران و شهرهای بزرگ داشته است؛ رویکردی که بیشتر اطلاع‌رسانی تهییج به شمار می‌آید تا خبررسانی. در این روش، خبر فوری عمدتاً اخباری درباره تجمع در برخی خیابان‌های شهرها بود که با قصد تعمیم آن به کلان‌شهر و منطقه پخش می‌شود.

**۴-۴- ترند سازی و جهت‌دهی به ترندها**

انتشار متن توییت‌های هشتگ‌های مهسا امینی در ۱۵ روز ابتدایی اغتشاشات، یکی از ترندهای ایران اینترنشنال برای تهیه و محتواسازی های زیرنویس بود. با استفاده از این ترند حجم بالایی از فحش و ناسزا، قبح شکنی، توهین، ادعاهای خلاف واقع در قالب بازنشر تونیت ها در زیرنویس منتشر شد.

**۴-۵- آموزش‌های حضور در تجمعات و اعتراضات**

علاوه بر آموزش‌های غیرمستقیمی که در جریان مصاحبه با افراد مختلف در این شبکه در زمینه آموزش مهارت‌های حضور و تأثیرگذاری، هدایت و انجام اقدامات عملیاتی به مخاطبان داده می‌شد، محتواسازی‌های گرافیکی و ویدئویی نیز برای آموزش حضور در اغتشاشات و ناآرامی‌ها آموزش داده شد. در کنار این محتواها نباید از نقش آموزش مستقیم و غیرمستقیم، تکرار ویدئوهای بی‌نظمی، آشوب‌گری و هرج و مرج در خیابان‌ها غافل بود؛ محتواهای ویدئویی که هر کدام به تنهایی به طور میانگین در هر روز حداقل ۳۰ بار در فواصل زمانی مختلف تکرار شده است.

**۴-۶- مصادیق پرتکرار در برنامه های شبکه**

شبکه ماهواره ای ایران اینترنشنال، وجه غالب محتواهایش بر تکنیک تکرار و پیگیری قرار دارد. به طور مثال، در یک فاصله ۳۰ روزه حداقل روزی ۱۵ تیزر پخش شده است، یعنی ۴۵۰ تیزر تحریک‌کننده با شعارهای ضد نظام جمهوری اسلامی ایران، ترویج بی‌نظمی و خشونت در این شبکه در طول یک ماه پخش شده است. این فقط بخش بسیار ناچیزی از محتواهای ناقص بی‌طرفی رسانه است. بر اساس بررسی انجام شده به‌منظور تطابق محتوای پخش شده در ایران اینترنشنال در بازه زمانی ۳۰ روزه 24 شهریور تا ۲۴ مهر، مصادیق پرتکرار که نقض کدهای پخش آفکام نیز است، در دسته‌بندی زیر قابل ارائه است.

۱. برنامه‌هایی که نمایشگر خشونت، پیامدهای آن و توصیفات خشونت، اعم از کلامی یا فیزیکی است،
۲. برای کودکان؛ برنامه‌های حاوی مطالبی که رفتار خشونت‌آمیز، خطرناک یا شدیداً ضداجتماعی را مورد تأیید قرار داده یا ترویج می‌کند و دیگران را به کپی کردن چنین رفتاری تشویق می‌کند.
۳. مطالبی که باعث تشویق یا تحریک ارتکاب جرم یا منجر به بی‌نظمی می‌شود یا سخنان نفرت‌انگیز که احتمالاً فعالیت مجرمانه را تشویق می‌کند یا منجر به اختلال می‌شود؛
۴. اخبار و برنامه‌هایی که الزامات بی‌طرفی در آن‌ها رعایت نشده است.

**۴-۷- پرتکرارهای خشونت آفرین در برنامه های شبکه ایران اینتر نشنال**

۱. حمله به پلیس
۲. آتش زدن اموال عمومی
۳. آتش روشن کردن در خیابان و وسط اتوبان
۴. آتش زدن خودرو و اماکن پلیس
۵. آتش زدن فضای سبز
۶. آتش زدن آمبولانس
۷. آتش زدن پرچم ملی جمهوری اسلامی ایران
۸. مطالب حاوی تنفر در قالب شعار و فحاشی
۹. مسدودسازی خیابان
۱۰. دعوت و تشویق به بی‌نظمی
۱۱. توهین به افراد و مذهب
۱۲. اعتصاب

۱۳. تصاویر حمله به پلیس و آتش زدن خودروی پلیس
۱۴. صوت: پلیس را آتش می‌زنیم
۱۵. تصاویر روی مصاحبه
۱۶. تخریب اموال عمومی و آتش زدن ماشین پلیس

#### ۴-۸- توجیه‌سازی‌ها برای ترویج خشونت و اعتراض

۱. اغتشاش نیست، مردم نمادهای حاکمیت را به آتش میکشند؛
۲. ورود آمبولانس به پاسگاه پلیس جهت انتقال اغتشاشگران و همین امر به‌عنوان مجوز آتش‌زدن آمبولانس‌ها مطرح می‌شود؛
۳. آموزش سبک حضور در اغتشاشات؛
۴. توصیه‌های امنیتی به اغتشاشگران؛
۵. درخواست از جامعه جهانی برای حمایت از اغتشاشگران، انتشار اخبار نادرست بدون ارائه سند؛
۶. دعوت به اعتصاب، حمایت از اغتشاشگران؛
۷. ابراز نظر شخصی، دعوت به اعتصاب، حمایت از اغتشاشگران

#### ۴-۹- اخبار جعلی و خلاف واقع

۱. ابراز نظر شخصی به‌عنوان خبر، انتشار اخبار نادرست بدون ارائه سند
۲. خبر جعلی (شلیک تک تیرانداز به مردم)
۳. خبر جعلی قتل مهسا امینی و قتل معترضان توسط ماموران امنیتی و پلیس
۴. خبر جعلی (تعمیم دادن اغتشاشات به سراسر ایران)
۵. خبر جعلی (اظهارات شاهد برای ضربه خوردن مهسا امینی توسط پلیس)
۶. خبر جعلی (حمله به غیرنظامیان توسط سپاه پاسداران به خاطر هدفی دیگر) و تشویق مردم به اغتشاشات
۷. خبر جعلی زیر گرفتن مردم توسط پلیس (گزارش ستاد حقوق بشر ایران، ۱۴۰۱).

در پژوهشی عملکرد ۵ رسانه بی‌بی‌سی فارسی، ایران اینترنت‌نشال، صدای آمریکا و رادیو فردا و منو تو و صفحات مجازی آن‌ها نشان داد این رسانه‌ها در فاصله زمانی میان ۲۳ شهریور تا ۱۶ مهر ۱۴۰۱، مجموعاً ۱۷۳۱۲ دروغ را درباره ناآرامی‌های شهریور منتشر کرده‌اند که نتایج در نمودارهای ۱ تا ۵ نشان داده شده است.

در این پژوهش صرفاً وبسایت، کانال تلگرام، صفحات توئیتر و اینستاگرام رسمی این ۵ رسانه بررسی شده و شبکه‌های تلویزیونی آنها مورد بررسی قرار نگرفت.

بر مبنای این پژوهش، به نسبت حجم اخبار و تولیدات، بی‌بی‌سی بیشترین میزان اخبار خلاف واقع و ایران اینترنت‌نشال و رادیو فردا در رده‌های بعدی قرار داشتند. مصادیق اخبار خلاف واقع شامل جعل خبر، تقطیع، تحریف، وارونه‌سازی، بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی بود. مطابق رتبه‌بندی بیشترین انتشار اخبار خلاف واقع نسبت به حجم خبر بدین شرح بود:

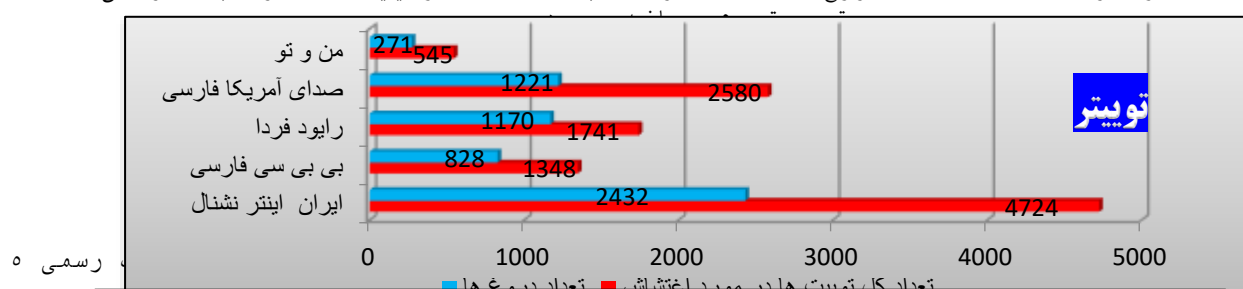
۱. شبکه بی‌بی‌سی با مجموع ۵۸ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۵۳۴۳. تعداد اخبار خلاف واقع: ۳۱۰۱)
۲. ایران اینترنت‌نشال با مجموع ۵۳ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۱۱۴۲۶. تعداد اخبار خلاف واقع: ۶۰۲۶)
۳. شبکه من تو (من و تو) با مجموع ۴۹ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۳۷۳۹. تعداد اخبار خلاف واقع: ۱۸۳۵)
۴. صدای آمریکا با مجموع ۴۳ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۸۵۵۵. تعداد اخبار خلاف واقع: ۳۶۵۶)

۵. رادیو فردا با مجموع ۴۱ درصد دروغ (تعداد کل اخبار ۶۵۰۲).  
تعداد اخبار خلاف واقع: ۲۶۹۴

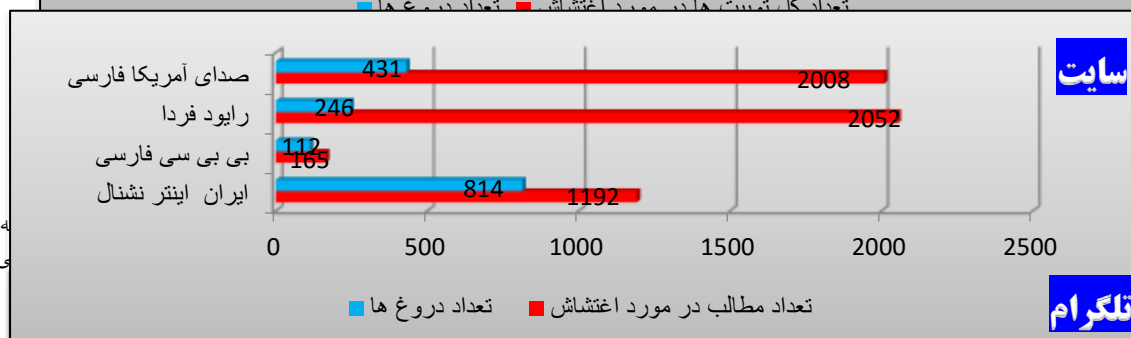
بدین ترتیب در این ایام به طور متوسط ۴۸.۸ درصد اخبار منتشر شده این رسانه‌ها خلاف واقع بوده؛ یعنی تقریباً از هر ۲ خبر یک خبر صحت نداشته است.

نکته قابل‌تأمل کثرت ادبیات تهییجی، تبلیغی و آموزشی برای ایجاد اغتشاش بود که در نوع خود بی‌نظیر و خلاف همه پروتکل‌های رسانه‌ای در دنیا است که البته در این پژوهش به آن پرداخته نشد. مطابق این پژوهش شبکه سعودی ایران اینترنشنال با ۱۱۴۲۶ مطلب، بیشترین میزان تولید را داشته و صدای آمریکا و رادیو فردا رتبه بعدی را به خود اختصاص دادند. از لحاظ میزان بازنشر تولیدات در فضای مجازی، ایران اینترنشنال با ۲۰ درصد، من و تو با ۱۷ درصد و بی‌بی‌سی با ۱۴ درصد بیشترین سهم را در توزیع اخبار اغتشاشات در فضای مجازی داشته‌اند. یعنی حدود ۵۱ درصد اخبار بازنشر شده اغتشاشات در فضای مجازی مربوط به این ۳ رسانه بوده است (نور نیوز، ۱۴۰۱).

نمودار ۱: تعداد کل دروغ‌های منتشره نسبت به کل توتیبت‌ها در شبکه رسمی



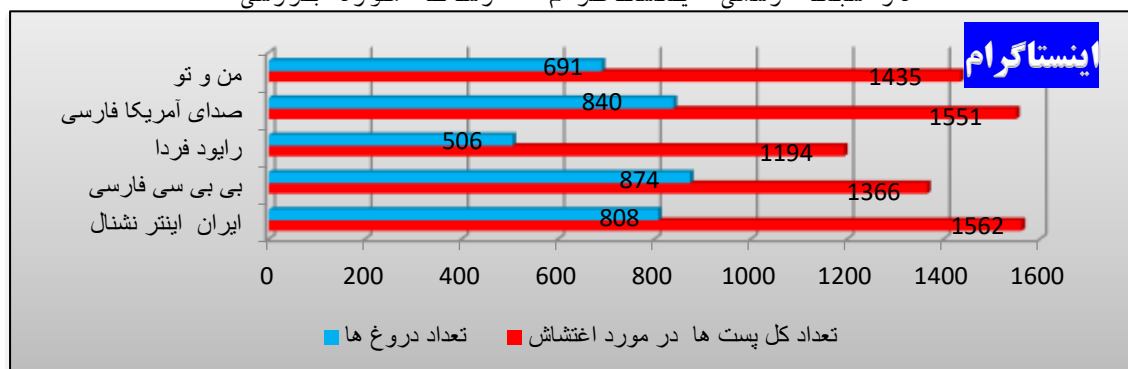
رسمی



رسمی



نمودار ۴: تعداد کل دروغ‌های منتشره نسبت به کل پست‌های منتشر شده در شبکه رسمی اینستاگرام ه رسانه مورد بررسی





نظریه برجسته‌سازی بیان می‌کند که رسانه‌ها با انتخاب و تمرکز بر رویدادها یا موضوعات خاص، دستور کار عمومی را شکل می‌دهند و بر دیدگاه‌ها و اولویت‌های مخاطبین خود تأثیر می‌گذارند. رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان با استفاده از این نظریه، توانستند اعتراضات ایران را به یک موضوع مهم و برجسته در افکار عمومی تبدیل کنند. رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان با استفاده از نظریه برجسته‌سازی، توانستند تأثیرات عمیقی بر نحوه درک و واکنش به اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ در ایران داشته باشند. این امر نه تنها بر افکار عمومی و اعتراضات تأثیر گذاشت بلکه چالش‌های جدیدی را به وجود آورد.

##### ۵- نتیجه‌گیری

جنگ رسانه‌ای یکی از جنبه‌های جنگ نرم و روش جدید جنگ‌های بین‌المللی است. در سال‌های اخیر نظام استکباری به‌خصوص آمریکا با استفاده از مهم‌ترین ابزار جنگ نرم که همان جنگ رسانه‌ای است، توانستند نظام سیاسی بعضی از کشورها مانند اوکراین و گرجستان را تغییر دهد. در خصوص کشور بزرگ و باعظمت ایران اسلامی نیز پس از ناامیدی از پیروزی در جنگ سخت (۸ سال جنگ تحمیلی) و جنگ نیمه سخت (کودتاها و گروه‌های تروریستی مثل منافقین) به این نتیجه رسیدند که راه‌های نرم و فروپاشی از درون را مانند شوروی سابق برای براندازی مورد استفاده قرار دهند. از این رو جنگ نرم و جنگ رسانه‌ای را در دستور کار خود قرار دادند.

با نگاه کلی به انقلاب‌های سیاسی سال‌های اخیر می‌توان فهمید که نظام سلطه با تکیه بر جنگ نرم و ابزار رسانه، ابتدا افکار و اذهان مردم کشورهای هدف را تحت تأثیر قرار داده سپس با مشروعیت‌زدایی از حکومت و ایجاد بی‌ثباتی و هرج و مرج، قدرت سیاسی موجود را به نفع خود تغییر داده است.

نا آرامی‌های پاییز ۱۴۰۱ نوع خاصی از نا آرامی با نمودی جدید در کشور بود که حکایت از جنگ ترکیبی علیه جمهوری اسلامی ایران داشت. سبک رفتاری پیچیده، هوشمند، غیر متمرکز شبکه‌ای و اتکا با ضریب بسیار بالا بر رسانه‌های خارجی و شبکه‌های اجتماعی هم‌نشانی از توسعه رفتار اغتشاشگران و اتکای آنان به دلارهای بی‌حد و حساب و کمک‌های گسترده خارجی داشت. یکی از تفاوت‌های این مرحله از اقدام با مراحل قبل، محله محور نمودن اقدامات خرابکارانه است که با ترفند هزار خنجر و هدف زدن ضربه‌های متعدد به پیکره نظام انجام شد. رسانه‌های فارسی‌زبان به‌ویژه ایران اینترنت‌نشال، بی‌بی‌سی و منوتو در بحران اخیر برای ترغیب هواداران غرب به خشونت، ایجاد تردید در مردم به «انتحار رسانه‌ای»، امیددهی کاذب و انکار و کوچک‌نمایی آرامش موجود در بیشتر مناطق کشور و بزرگ‌نمایی اعتراضات و اغتشاشات روی آوردند. عملیات رسانه‌ای دشمنان در مراحل مختلف این دوره از اغتشاشات، پرحجم، پیچیده، مجازی، دارای مغایرت‌های زیاد با واقعیت‌های صحنه و بی‌سابقه بوده است. این رسانه‌ها با اتخاذ راهبردهای بزرگ‌نمایی خشونت و اعتراضات، انکار زندگی عادی مردم، بحران‌زایی و بحران‌افزایی و تاکتیک‌های بمباران اطلاعات، نقل‌قول، گزینش‌گری، هزینه از سرمایه، تحریف، دروغ، صدای مردم و کارشناسان همسو، تقدم و تاخر و مقایسه، افکار عمومی و امنیت ایران را هدف قرار داده‌اند. داشتن سناریو و برنامه و آمادگی قبلی، قضاوت و صدور حکم قبل از اعلام نتایج بررسی، استفاده از تمام ظرفیت‌های رسانه‌ای، تحریک زنان، تشویق به خشونت و حرمت‌شکنی، القای حس نارضایتی، هراس، خشم و بدبینی مردم به پلیس و مسئولان و القای امید کاذب و هم‌چنین شادی و رضایت‌مندی مردم از ضرب و شتم پلیس، برخورد دوگانه و نقد کل سیستم به‌جای فرد حقیقی و حقوقی، مهم‌ترین محورهای جنگ رسانه‌ای دشمن در پوشش اعتراضات و اغتشاشات بود.

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، شبکه فارسی‌زبان ایران اینترنت‌نشال جهت بازنمایی اعتراضات سال ۱۴۰۱ اقدامات و راهبردهای زیر را محور اصلی فعالیت‌های رسانه‌ای خود قرار داده است:

۱. این شبکه هدف اصلی اعتراضات را برچیده‌شدن حکومت جمهوری اسلامی می‌داند و نه کنار گذاشتن مسئولین، گشت ارشاد یا حجاب.
  ۲. این رسانه سعی به تصویر کشاندن حمایت اقشار مختلف جامعه از اغتشاشات را داشته است.
  ۳. معرفی کردن جمهوری اسلامی به‌عنوان عامل اصلی بحران‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در کشور.
  ۴. تمرکز بازنمایی بر روی نقاط مرزی و حساس کشور و تأکید بر گستردگی جغرافیایی اعتراضات از کردستان تا سیستان و بلوچستان.
  ۵. شاخص و متمایز نشان دادن اعتراضات در مقایسه با اعتراضات قبلی، در مواردی چون بالارفتن آگاهی مردم در این اعتراضات نسبت به اعتراضات مدنی پیشین، بی‌بدیل و بی‌سابقه بودن اعتراضات و تشدید و تداوم یافتن اعتراضات و تأکید بر محله محور بودن اعتراضات
  ۶. تشجیع معترضان با استفاده از شگردهای مختلف خبری، از یکسو با تمرکز بر ویژگی‌های معترضان و از سوی دیگر، متکثر و متنوع بودن معترضان
  ۷. این شبکه با بازنمایی اخبار جعلی نظیر سرپیچی برخی از نیروهای امنیتی برای مقابله با معترضین، فروپاشی دستگاه‌های امنیتی و خارج شدن کنترل شهرها از دست مأموران سعی در ناتوان جلوه دادن حاکمیت در کنترل اعتراضات داشت.
- با این وجود، نقش محوری آیت‌الله خامنه‌ای و نظام ولایت فقیه در ساختار سیاسی و اجتماعی ایران در مواقع بحرانی، موجب شد که رسانه‌های مخالف جمهوری اسلامی در نیل به اهداف خود ناکام بمانند، زیرا رهبری در ایران، فراتر از یک مقام سیاسی، به عنوان یک رکن اصلی در تداوم ایدئولوژیک و سیاسی کشور مطرح است. این نقش محوری و کلیدی در مواجهه با اعتراضات و بحران‌های داخلی، از جمله اعتراضات شهریور ۱۴۰۱، از طریق موضع‌گیری و هدایت افکار عمومی، تأکید بر امنیت ملی و استقلال کشور، حمایت از نهادهای امنیتی و نظامی، تأکید بر وحدت ملی و اصلاحات درون‌زا ایفا گردید.

#### ۶-پیشنهادهای

جلوگیری از تکرار حوادث مشابه اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ در ایران، نیازمند یک رویکرد چندبعدی و جامع است که می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

۱. گفتگو و تعامل بیشتر دولت با جامعه: ایجاد کانال‌های ارتباطی مؤثر و شفاف بین دولت و شهروندان برای درک بهتر نیازها و مشکلات مردم. تشویق به مشارکت مردمی در تصمیم‌گیری‌ها و ایجاد فضای باز برای بیان دیدگاه‌ها و انتقادات.
۲. اصلاحات اقتصادی و اجتماعی: پیاده‌سازی اصلاحات اقتصادی برای کاهش فقر، بیکاری و نابرابری اجتماعی. توجه به اصلاح ساختاری در نظام آموزشی، بهداشتی و رفاه اجتماعی برای افزایش رضایتمندی عمومی.
۳. تقویت حقوق بشر و آزادی‌های فردی: احترام به حقوق بشر و تقویت آزادی‌های فردی و مدنی به عنوان اصول اساسی حکومت‌داری، به منظور ایجاد اعتماد بین دولت و مردم.
۴. شفافیت و مبارزه با فساد: افزایش شفافیت در عملکرد دولتی و مبارزه جدی با فساد اقتصادی و اداری به‌منظور افزایش اعتماد عمومی.
۵. تقویت رسانه‌های داخلی و آموزش رسانه‌ای: سرمایه‌گذاری در رسانه‌های داخلی و افزایش کیفیت محتوای تولیدی به‌منظور کاهش تأثیر رسانه‌های خارجی. هم‌چنین، آموزش رسانه‌ای برای

- شهروندان به‌منظور افزایش آگاهی و توانایی تحلیل انتقادی اخبار و اطلاعات.
۶. تقویت نهادهای مدنی و سازمان‌های غیردولتی: تقویت نقش نهادهای مدنی و سازمان‌های غیردولتی به‌عنوان پلی بین دولت و مردم برای افزایش مشارکت مدنی و نظارت بر عملکرد دولت.
۷. دیپلماسی فعال و کاهش تنش‌های بین‌المللی: کار بر روی دیپلماسی فعال به‌منظور کاهش تنش‌های بین‌المللی و تحریم‌ها که می‌تواند به بهبود اقتصاد کشور و کاهش نارضایتی‌های داخلی کمک کند.
۸. افزایش سواد رسانه ای کاربران در داخل کشور: برای جلوگیری از باور زود هنگام محتواها، به ویژه رسانه های غیر رسمی.
۹. جهاد تبیین و بیان رسالت این گفتمان جدید: توسط رسانه های رسمی و مجازی کشور برای مخاطبان جهان.
- این رویکردها نیازمند تعهد و همکاری گسترده بین دولت، نهادهای مدنی، احزاب سیاسی و جامعه مدنی هستند تا از طریق گفتگو و همکاری مؤثر، راه‌حل‌های پایدار و اساسی برای جلوگیری از تکرار حوادث مشابه در آینده ایجاد شود.

## منابع

- اشرفی، سید محمد. (۱۳۹۶). رسانه ملی و جنگ نرم آمریکا (با تاکید بر اندیشه مقام معظم رهبری). پایان نامه کارشناسی ارشد رشته روابط بین الملل، دانشگاه مازندران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.
- افتخاری، اصغر. (۱۳۹۲). امنیت اجتماعی‌شده. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ص ۶۱۸.
- افتخاری، اصغر؛ ذوالفقاری، مهدی. (۱۳۹۳). مدل مدرن عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران. مجله مجلس و راهبرد. ۲۱ (۷۸): ۲۳۳-۲۰۱.
- افتخاری، اصغر؛ غلامعلیان، امیر؛ طاهری، سلیمان. (۱۳۹۸). پیامدهای جنگ نرم بر مشروعیت سیاسی جمهوری اسلامی ایران. مجله مطالعات استراتژیک دفاعی. ۱۷ (۷۸): ۱۵۹-۱۷۸.
- بابایی، محمود؛ فهیمی فر، سپیده. (۱۳۹۱). ویژگی های رسانه های نوین و الگوهای ارتباطی. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات. شماره ۹۶: ۱۹۳-۱۷۴.
- باقری، سیامک؛ مقدم فر، حمیدرضا. (۱۳۹۴). نقش ضدامنیتی رسانه های بیگانه در تکیه بر فتنه ۸۸ (۱۳۸۸): راهبردهای متقابل، امنیت ملی. ۴ (۱۴)، ۱۱۹-۱۵۰.
- برزویی، محمدرضا؛ تمدن، امیررضا؛ جانبازی گوجانی، رضا. (۱۴۰۰). دیپلماسی سایبری عربستان سعودی در قبال ایران در بستر شبکه اجتماعی توییتر؛ مطالعه موردی اغتشاشات دی‌ماه ۱۳۹۶. دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات. ۲۸ (۱) ۵۹: ۳۳-۶۶.
- بیچارانلو، عبدالله؛ طالبیان، حامد؛ زند وکیلی، سارا. (۱۳۹۴). بازنمایی حریم خصوصی در رسانه‌های اجتماعی: قوم‌نگاری کاربران ایرانی فیس‌بوک. مطالعات رسانه‌های جدید. دانشگاه علامه طباطبائی. ۱(۱): ۱-۶۹.
- پور قهرمانی، بابک؛ نوری‌زاده خامنه، زهرا. (۱۴۰۲). نقش فضای مجازی در تحقق اغتشاشات سال ۱۴۰۱. چهارمین کنفرانس ملی پدافند سایبری.
- حسینی، حسین؛ مقدم فر، حمیدرضا؛ قنبرپور، مصطفی. (۱۳۹۳). تحلیل نقش و کارکرد شبکه های اجتماعی مجازی در حوادث انتخابات ۱۳۹۷ جمهوری اسلامی ایران. مجله امنیت آفاق، ۷(۲۴)، ۵۳-۷۷.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال. (۱۳۹۰). فن آوری های قدرت در جنگ نرم فصلنامه مطالعات راهبردی. ۱۴(۵۱): ۵-۳۰.

- رسوایی بزرگ برای ه رسانه ضد انقلاب/ ۱۷ هزار دروغ فقط در ۲۵ روز! (۱۴۰۱). رسانه اینترنتی NOURNEWS. (قابل دریافت از <https://nournews.ir/fa/news/> ۱۱۰۸۶۹/۲۰۲۲/۱۰/۱۰). ص ۳۹۲
- رفیع‌پور هفت‌خانی، شیرینعلی؛ محمدطاهری، محمودرضا؛ سلطانی فر، محمد. (۱۳۹۰). تأثیر رسانه‌های نوین بر تامین اجتماعی ایران. مجله سبک زندگی اسلامی، با محوریت سلامت. ه (۱): ۲۴۶-۲۵۶.
- رنجبران، داود. ۱۳۸۸. جنگ نرم. انتشارات ساحل اندیشه تهران. ص ۳۹۲
- سلطانی‌فر، م. ۱۳۹۱. حقوق بین الملل، رسانه ها، صلح و امنیت بین المللی. تحقیقات حقوق خصوصی و کیفری (دانشنامه حقوق و سیاست)، ۸ (۱۸)، ۶۱-۷۹.
- سلطانی‌فر، محمد؛ هاشمی، شهناز. (۱۳۸۲). پوشش خبری، تهران: انتشارات سیمای شرق.
- شیخ، رضا؛ شامبیاتی، هانیه. (۱۳۹۴). تحلیل محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد شبکه‌گذاری بر اساس اطلاعات ناقص. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. انتشارات دانشگاه تربیت مدرس. ۱ (۴): ۴-۱۷۹-۲۰۳.
- شیرازی، محمد (۱۳۷۶). عملیات روانی و تبلیغات [مفاهیم و کاربردها]: انتشارات سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.
- صفری‌نژاد، احمد. (۱۴۰۰). چگونگی تأثیر جنگ روانی حریفان بر امنیت آجا و آرایه راهکارهای مقابله ای با آن. فصلنامه مطالعات جنگ. سال سوم، شماره دهم، ۹۹-۱۲۵.
- عبدالرحمانی، رضا؛ حسین‌پور، جعفر؛ جباری، میثم. (۱۴۰۰). بررسی رابطه کاربری پیام های فضای مجازی با گرایش به اغتشاشات. فصلنامه علمی امنیت ملی. ۱۱ (۴۰): ۴۰-۳۹۵.
- عبدالله خانی، علی. (۱۳۹۹). امنیت ملی. پژوهشکده مطالعات بین المللی ابرار معاصر تهران. دپارتمان تحقیقات. p.۴۳۰
- علوی وفا، حمید؛ محمدی، شعید. (۱۴۰۳). واکاوی نقش مدیریت رهبری امام خامنه ای (مدظله العالی) در مهار اغتشاشات سال ۱۴۰۱. فصلنامه مطالعات مدیریت بحران. سال شانزدهم، شماره یک: ۱۲۹-۷۷.
- غلامرضایی، علی‌اصغر. ۱۳۹۴. ویژگی هدفمند جنگ نرم؛ تهاجم بر ساختار فرهنگی. فصلنامه رادیوتلوویزیون، ۱۱ (۲۷): ۸۵-۱۰۰.
- قنبری سلحشور، محمدرضا؛ آقارضایی، نادیا. (۱۳۹۷). جنگ نرم علیه کشورهای مخالف هژمونی آمریکا (ویژه جنگ رسانه ای علیه ایران). پژوهش های راهبردی انقلاب اسلامی. سال اول، شماره سه: ۴۰-۱.
- کیا، علی‌اصغر؛ راشکیانی، مهدی. (۱۳۸۵). مبانی برجسته سازی رسانه ها. انتشارات سازمان معین ادارات. ۱۸۸ ص. گزارش شماره دو در مورد تحریک، تبلیغ جهت‌دهی به خشونت، نفرت و هرج و مرج توسط شبکه تلویزیونی ایران. اینترنت‌نشال. ۱۳۹۱. ستاد حقوق بشر جمهوری اسلامی ایران.
- نجفی، سید حسین؛ زرین کلاه، علیرضا؛ هرمزی زاده، محمدعلی. (۱۴۰۲). بازنمایی ناآرامی های شهریور و مهر ۱۰۴۱ ایران در شبکه های ماهواره ای فارسی زبان (مطالعه موردی: شبکه تلویزیونی بی بی سی فارسی). پژوهش های سیاست اسلامی، سال یازدهم، شماره ۲۴: ۲۶۴-۲۳۹.

Bode, L., Vraga, E. K., Borah, P., & Shah, D. V. (2014). A new space for political behavior Political, social networking and its democratic consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3): 414-429. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12048>

Brown, D. K. (2022). Media Models for Nonviolence: Instagram Representations of the #Womens March Mass Mobilization News and Audience Engagement. *International Journal of Communication*. 16: 1669-1687

- Buyanza-Mwidima, C. (2024). Rethinking the Influence of Agenda Setting Theory: An Assessment of the Influence of Agenda Setting Theory in the Voting Decisions during the 2020 General Election in Tanzania. *International Journal of Geopolitics and Governance*, 3(1): 26-37.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press. 592p.
- Cull, N. J. (2023). The war for Ukraine: reputational security and media disruption. *Place Branding and Public Diplomacy*, 19:195–199.
- Dal Lago, A., & Palidd, S. (2010). *Conflict, Security and the Reshaping of Society (The civilization of war)*. Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group, an informal business. 227p.
- Gilardi, F., Gessler, T., Kubli, M., & Müller, S. (2022). Social media and political agenda setting. *Political Communication*, 39(1), 39-60. <https://doi.org/10.1080/10584609.2021.1910390>
- Hu, Sh., GU, J., Liu, H., & Huang, Q. (2017). The moderating role of social media usage in the relationship among multicultural experiences, cultural intelligence, and individual creativity. *Information Technology and People*, 30(2): 265-281.
- Kamalipour, Y. R. (2017). *Power and Politics in the Digital Age: The 2009 Presidential Election Uprising in Iran*. Rowman & Littlefield Publishers. 314p.
- Ngai, E., W. T., Tao, Spencer. S. C., & Moon, Karen. K. L. (2015). Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks. *International Journal of Information and Management*, 35(1): 33-44.
- Olaniran, B., & Williams, I. (2020). Platforms, Protests, and the Challenge of Networked Democracy. Part of the *Rhetoric, Politics, and Society book series (RPS)*: 77-94.
- Revkin, A. C., Carter, Sh., Ellis, J., F. Hossain, F., & Mclean, A. (2008). *Election 2008*. On the Issues: Climate Change.
- Rubin, M. (2006). Can Iran be Trusted? AEI, Middle Eastern out Look, 1 Sept 2006. <https://www.aei.org/research-products/report/can-iran-be-trusted/>
- Sandberg, L. A. C., Bjereld, U., Bunyik, K., Forsberg, M., & Johansson, R. (2019). Issue Saliency on Twitter Swedish Party Leaders' Debates. *Nordicom Review*, 40(2): 49-61.
- Shafinas Shafie, R. (2022). The Psychosemantic Realm of Social Media Warfare Affecting Public Diplomacy. *Proceedings 2022*, 82(1), 97 :1-10. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022082097>. Centre of Media and Information Warfare Studies, Faculty of Communication and Media Studies, Universiti Teknologi MARA (UiTM), Shah Alam 40450, Malaysia.
- Sinha Palit, P. (2023). *New Media and Public Diplomacy (Political Communication in India, the United States, and China)*. 1st Edition. 194pp.
- Steinveg, B., & Bjørnå, H. (2023). Social media as an agenda-setting instrument in local politics. *Nordicom Review*, 44(2), 299–314. <https://doi.org/10.2478/nor-2023-0016>