

ماهواره‌ها و انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۹

تاریخ تأیید: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸

محمد رستمیان *

چکیده

با توجه به تابعیت جنگ از تمدن و فناوری و تبدیل تمدن امروز از مکانیکی به دیجیتالی، می‌توان جنگ امروزی را سایبری (مجازی) و دیجیتالی (تابع فناوری روز) دانست. از سوی دیگر با رابطه دوسویه امنیت ملی و رسانه در این عرصه جنگی، نقش رسانه در ارتقاء یا تضعیف امنیت ملی یک کشور برجسته‌تر و این مسئله تا حد جنگ رسانه‌ای در ایجاد عملیات روانی در بعد داخلی و خارجی، یک امر کاملاً بدیهی و در حال پیشرفت تلقی می‌شود. تاسیس کمیته خطر جاری در اوج جنگ سرد، تعریف راهکارهای دکترین مهار نبرد رسانه‌ای، ساماندهی نافرمانی مدنی به عنوان راهبرد جنگ نرم با حمایت از قوانین شهروندی (عامل انقلاب‌های رنگین و مخملی)، تعریف پروژه دلتا، پیگیری جنگ نرم با استفاده از تاکتیک‌های دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و نافرمانی مدنی و تلاش برای انزوا و بی‌ثباتی اوضاع داخلی ایران و افزایش فشار بیرونی و نیروی نظامی به عنوان آخرین گزینه تحت عنوان دیپلماسی دگرگون ساز آمریکا، راه اندازی شبکه‌های مختلف رسانه‌ای در غرب برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی مردم ایران و البته مردم جهان نسبت به نظام جمهوری اسلامی ایران و... را می‌توان نمونه‌هایی از جنگ رسانه‌ای آمریکا دانست. در این جنگ رسانه‌ای، ابزار رسانه‌ها (در انواع مختلف) به خدمت گرفته می‌شوند

* دانش آموخته کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه باقرالعلوم (ع).

که یکی از این ابزارها، ماهواره است. در این مقاله سعی شده است نقش ماهواره در جنگ رسانه‌ای به صورت مقطعی و زمان مشخص در ناآرامی‌های بعد از انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران (خرداد ۸۸) بررسی گردد.

واژه‌های کلیدی: رسانه، جنگ رسانه‌ای، جنگ نرم، امنیت، امنیت ملی، انتخابات، ماهواره، شبکه‌های ماهواره‌ای.

مقدمه

ماهواره به عنوان یک رسانه، ابزاری اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است و از آن جهت که غالباً مدیریت آنها را اپوزیسیون خارج از کشور برعهده دارند، بیشتر وجهه تهاجمی در اذهان تداعی می‌کند. از سوی دیگر چون در داخل کشور- از سوی نظام- نوعی ممانعت و مخالفت نسبت به این رسانه عملیاتی می‌گردد، قشر بسیاری از مردم در جامعه کنونی به آن اقبال زیادی می‌ورزند لذاست که این ابزار به خصوص در انتقال اخبار و تحلیل‌های سیاسی و در نتیجه تحریک علیه نظام اثرات چشمگیری در مقاطع خاص تاریخی ایفا می‌کند. از اثرات به جای مانده این رسانه می‌توان به عنوان کارویژه‌های ماهواره نام برد. ماهواره‌ها در اقسام و انواع خود، بر حوزه‌های متفاوتی تاثیر گذار هستند.

بعد از انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران، اجتماعات مردمی آستان حوادث و اغتشاشاتی شد که با جهت دهی و رهبری این ناآرامی‌ها توسط رسانه‌ها، با نام اغتشاشات، بُعد وسیع تری گرفت. بطوری که حوادث مذکور، اثرات غیر قابل انکاری بر چهره بین‌المللی نظام جمهوری اسلامی ایران گذاشت و حقیقت انقلابات رنگی و نرم در کشورهایی چون ایران را زیر نظر کشورهای بیگانه و مداخله گر، بر همگان آشکار ساخت. از آنجا که ماهواره‌ها در این جنگ ۸ ماهه نقش بسیار پررنگی در ناآرام سازی امنیت، برجسته تر از همیشه ایفا نمودند و از سوی دیگر این ناآرامی به عنوان تجربه اول در این کشور محسوب می‌گشت ما در این تحقیق در صدد آن هستیم تا کارویژه‌های ماهواره‌ها را در بعد امنیت به ویژه در انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران بررسی نمائیم. در بخش نظری زوایای پنهان حوادث اخیر که بخشی از آنها توسط یا به فرماندهی این رسانه عملیاتی شد، آشکار و در بعد کاربردی نیز خط و مشی آن در این دوره از انتخابات بررسی می‌شود تا در پاتک جنگ نرم به کمک

تحلیل گران بشتابد. نقاط آسیب در این زمینه برای موارد مشابه در سال‌های آتی، شناسایی و اقداماتی برای بهبود و رفع آنها اندیشیده شود. روش تحقیق، توصیفی و تحلیلی و در قالب بهره‌گیری از مجموعه‌ای از نظریات پیرامون رسانه و امنیت صورت می‌گیرد.

مفهوم رسانه

رسانه در معنای عام، بر روش یا ابزار فنی یا مادی تغییر شکل پیام به علاماتی دلالت دارد که مناسب انتقال از یک مجرای معین هستند. در معنای محدودتر به واسطه مادی انتقال علائم دلالت می‌کنند. از آنجا که تولید پیام واکنشی به نیاز مخاطب است، تنوع مخاطبان انسانی و نیازهای متفاوت آنان، استفاده‌های مختلفی از رسانه‌ها و اطلاعات رسانه‌ای را ایجاب می‌نماید.

رسانه تقریباً از قرن ۱۸ به بعد شکل می‌گیرد که هم متاثر و هم تاثیر گذار بر ساخت قدرت می‌شود. شکل‌گیری رسانه‌ها، منبث از نیازهای گوناگون و تفاوت‌های فراوان مخاطبان، متنوع می‌شود. در آغاز سیر تکاملی رسانه، روزنامه‌های چاپی اند که در روند تکاملی، این اطلاع‌رسانی به امواج تسری پیدا می‌کند. امروزه بهره‌گیری از مدرن‌ترین تجهیزات پوشش رسانه‌ای به منظور پخش زنده جنگ و نمایش صحنه‌های حملات شبانه، استفاده تروریست‌ها از رسانه در جهت اجرای مقاصد خود با تهیه و پخش فیلم، تصویر و صدای گروگان‌ها و لحظات گروگان‌گیری، انفجارها و پخش پیام‌ها با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی و تصمیم‌سازی، جزء اقدامات و کارکردهای جدید رسانه‌ها در آغاز قرن ۲۱ به شمار می‌رود. رسانه در انواع دیداری، شنیداری، نوشتاری، ارتباطی، الکترونیکی، دسته‌بندی می‌شود که هر یک وظیفه اساسی انتقال پیام از مبدأ به گیرنده (مخاطب) را برعهده دارد. برای رسانه از

دیدگاه‌های مختلف، تقسیمات متفاوتی مانند رسانه‌های خرد و رسانه‌های کلان^۱ - رسانه‌های خصوصی، دولتی و عمومی - رسانه‌های آنلاین و رسانه‌های الکترونیکی - رسانه‌های پخش و رسانه‌های چاپی ارائه کرده‌اند.

مفهوم جنگ رسانه‌ای

جنگ رسانه‌ای از برجسته‌ترین مؤلفه‌های جنگ نرم و جنگ‌های مدرن در جهان کنونی محسوب می‌شود. استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها اعم از رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری و به کارگیری اصول تبلیغات و عملیات روانی به منظور کسب منافع را «جنگ رسانه‌ای» گویند. این جنگ از جنگ‌های بدون خون‌ریزی و آرام، شیک و بهداشتی محسوب می‌شود. میزان تخریب آن به حدی است که حتی شهروندان کشورهای هدف، متوجه حجم سنگین این جنگ بر فضای روحی و روانی خود و اطرفیان نمی‌شوند. هدف، تغییر کارکرد و عملکرد دولت‌ها و ملت‌ها در پشتیبانی از دیگر دولت‌ها و به ویژه کنترل افکار و اذهان عمومی مردم است. مخاطبان، مردم کشورهای هدف، مردم خودی و نیروهای عمل‌کننده دشمن هستند. بهره‌گیری نظام سلطه از رسانه به ویژه ماهواره در جهت تسلط بر ملت‌ها، نمونه‌های فراوانی دارد که می‌توان به راه‌اندازی جنگ رسانه‌ای در ویتنام، گرانادا، بالکان، کارائیب، افغانستان، جنگ اول و دوم خلیج فارس اشاره و از حجم وسیع اقدامات رسانه‌ای در جنگ اخیر به عنوان استراتژی نظام سلطه در به کارگیری روش‌ها، تکنیک‌ها و ابزارهای نوینی چون استفاده از بیش از پانصد تن خبرنگار همراه در یگان‌های عمل‌کننده همراه نیروها، یاد نمود. این جنگ از ویژگی‌های توجیه و اجرای عملیات روانی از طریق بحران‌سازی، سیاه‌نمایی و تحریک افکار عمومی مخاطبان و جامعه در جهت رسیدن به اهداف برخوردار است.

۱. چیستی مدیریت رسانه‌ها، فصلنامه علمی ترویجی وسایل ارتباط جمعی، سال بیستم، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۸، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ص ۱۳.

مفهوم جنگ نرم

جنگ نرم مجموعه اقدامات یک کشور به منظور اثرگذاری و نفوذ بر عقاید، رفتار دولت‌ها و مردم یک کشور، در جهت مطلوب است که با ابزار سیاسی، اقتصادی، روانی و فناوری ارتباطی تحقق پذیر است.^۱ توانایی کسب مطلوب از طریق جاذبه - نه اجبار و یا تطمیع - را جنگ نرم می‌خوانند. اصولاً جنگ نرم متشکل از سه مولفه منابع، قدرت و تهدید است. این جنگ بسیار پیچیده تر، خطرناک تر و کارآمد تر از جنگ سخت است. در جنگ نرم علیه نظام اسلامی ایران، همانند جنگ سرد سه هدف مهار انقلاب اسلامی، تغییر رفتار و نهایتاً تغییر ساختار دنبال می‌شد. بنابر این جنگ نرم يك جنگ همه جانبه است و تنها تفاوت اینجاست که محسوس و عینی نیست، تلفات به چشم نمی‌آید و پیچیدگی جنگ نرم بیش از جنگ سخت است. جنگ روانی رایانه‌ای، اینترنتی، براندازی نرم، راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و شبکه سازی و... از اشکال جنگ نرم اند. در جنگ روانی به عنوان بعد اول جنگ نرم، درصددند فضای اجتماعی کشور هدف را از تعادل خارج و پرخاش گری، جبهه بندی کاذب و بی اعتمادی در جامعه را شکل دهند و با ایجاد گسست در جامعه قدرت ملی را تضعیف کنند. نقش ماهواره‌ها در مرحله اغواگری و دروغ، بسیار برجسته می‌گردد. در لایه دوم برای از بین بردن ثبات کشور دست به جنگ اطلاعاتی می‌زنند و در لایه سوم، جنگ علیه بنیان‌های فکری، اخلاقی، ارزشی و رفتاری کشور هدف، عملی و استحاله کردن کشور هدف صورت می‌گیرد تا با تغییر رفتار، سبک زندگی را هم تغییر می‌دهد. ماهواره در این بخش از لایه جنگ نرم با ترویج سکولاریزم و پلورالیزم معرفتی و اعتقادی و فرهنگی دست به قتل عام فرهنگی می‌زند. در لایه چهارم هم يك مدل فروپاشی و براندازی به اجرا در می‌آید. این لایه به دلیل

۱. احمد حسین شریفی، جنگ نرم، ص ۴۴۴.

نمونه عینی در انقلاب‌های رنگین و مخملی برجسته شد. در این مدل دورهیافت جین شاریپی و رهیافت‌های هانگتینتونی مطرح است.

از رهیافت جین شاریپی (حاوی کتاب و مدل) در انتخابات استفاده و عده‌ای از مردم در اعتراض به حاکمیت سازماندهی می‌شوند. با کشاندن سازماندهی شده مردم به کف خیابان، با عنوان اقدام غیر خشونت آمیز، ناکارآمدی و سقوط نظام دنبال می‌شود. در قضایای انتخابات هم این لایه چهارم به عنوان انقلاب مخملی با رهیافت جین شارب اتفاق افتاد و در رهیافت جین شاریپی از حدود ۱۱۰ شیوه حدود ۷۰-۸۰ شیوه آن در حوادث پس از انتخابات پیاده شد؛ اما رهیافت‌های هانگتینتونی مورد توجه تئوریسین‌های زمان آقای خاتمی قرار گرفت. با رهیافت جین شاریپی انقلاب رنگین و مخملی رخ می‌دهد و با رهیافت هانگتینتونی جابجایی قدرت، تغییر شکل و فروپاشی صورت می‌گیرد. این جنگ، اشتراکات و همپوشانی نسبتاً گسترده‌ای با واژه‌هایی نظیر قدرت نرم، قدرت هوشمند، براندازی نرم دارد.

طراحان در گوشه‌هایی از جنگ نرم در حوادث پس از انتخابات ریاست جمهوری دهم در ایران با ایجاد گسست در جامعه اسلامی ایران، در پی تضعیف قدرت ملی و ارائه تصویر نامناسبی از ایران در صحنه بین الملل بودند. کشته شدن ندا آقا سلطان، سناریوی دروغ کشته سازی تا حد ۷۲ نفر، مفقود شدن سعیده پورآقایی (با جریان سازی توسط منافقین) در تهران و هتک حرمت دختر ۱۶ ساله (دختر شهید) به دست وزارت اطلاعات، نمونه دیگری از این جنگ اطلاعاتی بود.

مفهوم امنیت و امنیت ملی

واژه پیچیده و چند وجهی امنیت، به لحاظ کاربرد از گستردگی وسیعی برخوردار و درباره آن اختلاف نظر زیادی وجود دارد. فرهنگ‌های لغت درباره مفهوم کلی امنیت، بر روی احساس آزادی از ترس یا احساس ایمنی که ناظر بر امنیت مادی و روانی است،

تاکید دارند. امنیت در لغت به معنی ایمن شدن، در امان بودن و بی بی‌بی^۱ و درجایی به معنی ایمنی، آرامش و آسودگی^۲ است. واژه امن را که مصور امنیت است اطمینان و آرامش خاطر، آرامش قلب و خاطر جمع بودن معنا کرده‌اند. فرهنگ لغت آکسفورد امنیت (security) را «رهایی از نگرانی‌ها و ایمنی در مقابل خطرات و معیارهایی قراردادی برای تضمین ایمنی یک کشور، شخص یا هر چیز ارزشی» و فرهنگ معین آنرا را «ایمن شدن، بی بی‌بی و در امان بودن» معنا کرده است. مفهوم امنیت به مصونیت از تعرض و تصرف اجباری بودن رضایت و در مورد افراد به نبود هراس و بیم و به مخاطره نیفتادن حقوق و آزادی‌های مشروع و علاوه بر آن به مصون بودن از تهدید و خطر مرگ و در کل هر عاملی که آرامش انسان را از بین ببرد، تعبیر شده است. در گفتمان منفی، امنیت با نبود عامل دیگری به نام تهدید تعریف و در گفتمان مثبت، با تاکید بر چند بعدی بودن امنیت، افزون بر فقدان تهدید، وجود شرایط مطلوب برای تحقق اهداف و خواسته‌های ملی نیز مدنظر هستند. معنی امنیت ملی در نگاه ایجابی، توانایی و شرایط عینی و ذهنی است که در بستر آن منافع ملی و ارزش‌های حیاتی محقق می‌شود. تهدید نیز در این نگاه شرایطی است که بطور طبیعی، ناتوانایی از شرایط کشور برای دستیابی به منافع ملی و ارزش‌های حیاتی خود را سبب می‌گردد.^۳ امنیت ملی یا ارزش‌های حیاتی یک کشور دارای سه محور کلی تمامیت ارضی، ایده‌ها و الگوهای رفتاری و حاکمیت سیاسی است. تهدید هم عنصر یا وضعیتی است که ارزش‌های سه گانه فوق را به خطر می‌اندازد.^۴ «ولفرز» امنیت ملی را به طور عینی به معنای فقدان تهدید نسبت به ارزش‌های مکتسبه و به طور ذهنی به مفهوم فقدان ترس از حمله به این گونه ارزش‌ها و «پیترسون» و «سبنیوس» بر حفاظت جامعه از لطمه خوردن به نهادها و ارزش‌های

۱. فرهنگ معین.

۲. فرهنگ عمید.

۳. احمد حسین شریفی، جنگ نرم، ص ۹۲.

۴. همان، ص ۹۱.

بنیادی آن تاکید می‌کنند. «والتر لیپمن» نویسنده و محقق آمریکایی حوزه امنیت ملی، یک ملت را زمانی دارای امنیت می‌داند که در حالت اجتناب از جنگ، قادر به حفظ ارزش‌های اساسی خود بوده و در حالت اقدام به جنگ، بتواند آن را به پیش ببرد. به دلیل تفاوت هدف و ارزش‌های هر جامعه‌ای با جامعه دیگر، مفهوم تهدیدات و امنیت نیز انتزاعی، مبهم، نسبی، توسعه نیافته، زمان مند و مکان مند است. در باره سطوح امنیت ملی نیز اختلاف آرا وجود دارد. برخی امنیت را به انواع فردی و اجتماعی تقسیم و تفکیک نموده‌اند.

ماهواره‌ها با تحریک و ترغیب شهروندان به سرپیچی از مقررات موجود و نظام، بزرگنمایی در حوادث، امنیت روانی جامعه را مخدوش و به طور مستقیم به ناامن سازی فضای جامعه، اقدام و با پخش اخبار و اطلاعات تحریک کننده، پایه‌های نظام حاکم را سست و به تقویت جبهه مخالفان کمک می‌کنند. دامن زدن به تفاوت قومی، فکری و زبانی در میان اعضای نامتجانس یک جامعه، زمینه و بستر شکاف‌های کلان اجتماعی را مساعد ساخته و زمینه بروز اختلافات دوام دار بین گروهی را مهیا می‌سازد.

مفهوم انتخابات

انتخابات از ریشه عربی نخب به معنای برگزیدن، اختیار کردن و معادل اروپایی آن (ELECTION) از فعل لاتین (ELIEGEVE) به معنای جدا کردن، سوا کردن و برگزیدن است. از نظر علم معنا شناسی این اصطلاح، تغییر و تحولات معنایی وسیعی یافته ولی در کاربرد رایج، به معنای روش یا شیوه‌ای است برای برگزیدن تعداد معینی از افراد از میان شمار کثیری از کسانی که برای تصدی یک منصب یا مقام خود را نامزد کرده‌اند.^۱ انتخابات در کاربرد رایج و عام آن فرایند رسمی تصمیم گیری است

۱. ابوالفضل قاضی، حقوق اساسی و نهادهای سیاسی ج.۱، دانشگاه تهران، ص ۷۳.

که از طریق آن جمعیتی یک فرد را برای یک امر عمومی انتخاب می‌کند.^۱ انتخابات فرایندی است که طی آن مقامات اداری در سطح ملی یا محلی با در نظر گرفتن ضوابط معین از طریق مراجعه به آرای شهروندان برگزیده می‌شوند.^۲

سابقه انتخاباتی ایران به بیش از صد سال قبل - زمان تشکیل مجلس بعد از مشروطیت- باز می‌گردد. اولین دوره مجلس شورای ملی ۱۷ مهر ۱۲۸۵ هجری شمسی افتتاح شد.^۳ پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران هم اولین و مهمترین همه پرسی و انتخابات عمومی در جهت تعیین نوع حکومت در کشور و تغییر نظام از شاهنشاهی به جمهوری اسلامی ایران در ۱۰ و ۱۱ فروردین ۱۳۵۸ بود و بعد آن همه ساله تقریباً یک انتخابات در کشور برگزار می‌شود. یکی از این انتخابات مهم، انتخابات ریاست جمهوری است که در نهمین دوره- سال ۱۳۸۴- برای اولین بار دو مرحله‌ای و در دوره دهم- سال ۱۳۸۸- برای اولین بار بعد از ۳۱ سال با حوادث حاشیه‌ای مهم و تاثیر گذاری همراه شد. نقش رسانه در تمامی مراحل چهارگانه فرایند انتخابات تاثیر به سزایی دارد.^۴ رقابتی بودن انتخابات و دو قطبی شدن آن، تنوع نامزدها و پوشش فراگیر مطالب گوناگون توسط کاندیدهای متفاوت، کاهش فضا سازی برای تحریم انتخابات از سوی اپوزیسیون داخل و خارج و افزایش مشارکت ۱۰ میلیونی در این دوره نسبت به سابق به خاطر نوآورانه بودن مناظرات، جلب آراء خاموش توسط ماهواره‌ها برای رقیب احمدی نژاد و پر شدن شکاف ملت- دولت با سفرهای استانی و فعال شدن بخش دیگر از آراء خاموش بخاطر تکیه بر گفتمان عدالت از جمله ویژگی‌های انتخابات دهم ریاست جمهوری بود.

۱. دایره المعارف بریتانیکا، ۲۰۰۹.

۲. مدیریت انتخابات، ص ۱۶.

۳. همان، ص ۲۴.

۴. همان، ص ۳۵.

طبق نظر بلومر در انتخابات ایران، هرگاه مردم توانایی تمایز میان خط و مشی نامزدها را نداشته و به عبارتی آنها را مشابه می‌شمارند، همزمان با سردرگمی، تحت تاثیر مستقیم رسانه قرار گرفته و در واقع نظریه تزریقی عمل نمی‌کند و با کاربردی‌گزینشی در برخی از رسانه‌های فاقد کارایی ولی در رسانه‌های نوظهور فضای مجازی از توان بالایی برخوردار است. کارایی نظریه‌های متقاعد سازی و توجه به برخی اصول و قواعد روانشناسی اجتماعی در ایام انتخابات ۸۸، در رسانه‌هایی چون شبکه‌های ماهواره‌ای بی بی سی فارسی و تا حدودی در صدای آمریکا، بسیار مشهود بود.

مفهوم ماهواره

ماهواره یک رسانه دیداری و شنیداری، خرد، در دوچهره ممکن دولتی و خصوصی قلمداد می‌شود. ایده استفاده از ماهواره برای ارتباط مخابراتی بین دو نقطه از کره زمین را اولین بار «آرتورسی کلارک» نویسنده بریتانیایی مطرح کرد. با پرتاب اولین قمر مصنوعی به فضا (۱۹۵۷) توسط اتحاد جماهیر شوروی و سپس آمریکا (نوامبر ۱۹۵۷ و ژانویه ۱۹۵۸)، انسان فضا را تسخیر کرد. دهه ۸۰ پیشرفت‌های فنی امکان دخالت دولت در پالایش برنامه‌های ماهواره را منتفی و تقابل حاکمیت ملی دولت‌ها و اصل جریان آزاد اطلاعات، جامعه بین‌الملل را با تلاطم عظیم مواجه و ماهواره خطرناک‌تر از قدرت هسته‌ای توصیف شد. ۱۹۹۰ با وقوع جنگ خلیج فارس، حمله آمریکا و متحدانش به عراق توجه به ماهواره بویژه در منطقه خلیج فارس شکل گسترده‌ای به خود گرفت. ۱۹۹۱ با گشایش شبکه Region Satellite Television (STA Asia) (آسیا ست) ۳۸ کشور آسیایی زیر پوشش شبکه ماهواره‌ای رفت. امروزه با وجود تهدید پیوند فرهنگی و دگرگونی‌های فرهنگی توسط رسانه‌ها، کشیدن دیوار آهنی چاره کار گسترش ارتباطات نیست و تسلیم در برابر قوه قاهره فناوری و تجویز سیاست منع و ترس و انزوای طلبی عاقلانه به نظر نمی‌رسند.

ماهواره از جهات مختلف پیدایش و کاربرد، محتوا و مخاطب، به انواع متفاوتی تقسیم شده است. از لحاظ پیدایش و کاربرد به ماهواره‌های ارتباطی نقطه به نقطه، ماهواره‌های ارتباطی توزیع کننده و ماهواره‌های ارتباطی پخش مستقیم، از لحاظ محتوا و مخاطب به شبکه‌های قومی - مذهبی (سلفی، کردی، آذری، عربی و...)، شبکه‌های اپوزیسیون و شبکه‌های وابسته به دولت تقسیم می‌کنند.

نهادی بودن، یکسویه بودن، دو لبه بودن (تهدیدزا و فرصت ساز)، همزادی با قدرت و عدم محصوریت در مرز از ویژگی‌های این رسانه می‌باشد. ماهواره‌ها با افزایش پدیده‌ای به نام «تحرك روانی» و ایجاد «یگانگی عاطفی» در وضعیت‌های مختلف سبب برانگیختن تخیل افراد، خلق تجارب جدید و مختلف و افزایش تحرك روانی می‌گردد و به عنوان ابزاری در جهت اجرای عملیات روانی قدرت‌ها علیه ملت‌ها و دولت‌های مستقل عمل می‌کند. بروز و ظهور شبکه الجزیره، العربیه، المنار، العالم و... پس از جنگ اول آمریکا در خلیج فارس (۱۹۹۱ م) بعد از ۱۹۹۶ و عملکرد شبکه‌های ماهواره‌ای آمریکا در جنگ ویتنام، بالکان، کرائیب، افغانستان و دو جنگ خلیج فارس و همچنین اقدامات روانی و رسانه‌ای علیه انقلاب اسلامی در فتنه ۸۸ در این راستا قابل بررسی اند.

جایگاه و نقش ماهواره

دولت‌ها عکس العمل‌های مختلفی در مقابل پخش برنامه‌های ماهواره داشتند. برخی مثل کویت، آنتن را مجاز و تسهیلاتی برای دریافت برنامه‌ها توسط مردم فراهم، گروهی بدون ممانعت از نصب آنتن، برای آن مالیات در نظر گرفتند. بعضی آنرا مجاز و به اجرای طرح‌های رقابتی دست زدند، دسته‌ای با ایجاد ممنوعیت قانونی به راه حل رقابتی دست زدند. گروه پنجم به پشتوانه امکانات غنی نرم افزاری و سخت افزاری خود ممنوعیت قانونی ایجاد کردند. در گروه ششم ایران، اقدام اساسی برای رقابت به عمل نیامد. با ورود گیرنده‌های «Analog» به ایران در اواخر ۷۱ و ۷۲، نخستین

دیش‌ها تعدادی از کانال‌های ماهواره‌ای را دریافت کرد. با مطرح شدن ماهواره ترک، ماهواره اروپا و ماهواره هند، برنامه‌های بیشتری دریافت شد. ۱۳۷۹ گیرنده‌های Digital وارد بازار قاچاق آنتن‌های ماهواره در ایران شد و نخستین شبکه ماهواره‌ای فارسی زبان از اروپا و با حمایت مالی عراق و آمریکا روی آنتن رفت. با دسترسی به حدود ۲۱ کانال فارسی زبان، مقوله تهاجم فرهنگی و ماهواره بعنوان مصداق بارز این تهاجم، در ایران مطرح شد.^۱ خاورمیانه (غرب آسیا) در کنار آمریکای لاتین از پرتراфик ترین مسیر فضایی ماهواره‌هاست و برخلاف شبکه‌های محلی با محتوای تبلیغ سنت‌های مرسوم منطقه^۲ آمریکای لاتین، محل ماهواره‌های بیگانه و مهاجم با محتوای ضد ارزشی است. هر دیش با قابلیت دریافت ۱۵۰۰ شبکه و کانال تلویزیونی، جلوگیری از ورود شوالیه‌های صوتی و تصویری مهاجم به داخل مرزها را ناممکن کرده است.^۳ یک تحقیق نظرسنجی از ۸۹۳ نفر پاسخگو پیرامون نقش ۲۱ کانال ماهواره‌ای در جهت دهی به آراء انتخاباتی مردم در انتخابات نهم، ۱/۲۵٪ کارکردهای خبری سیاسی آنها را خیلی موثر و ۱/۴۷٪ موثر دانستند، ۶/۴۵٪ افراد، اخبار آنها را واقعی و ۷/۴۸٪ غیر واقعی ارزیابی کردند.^۴

متخصصان علم ارتباطات، براین باورند که باید با استقبال از فرصت فراهم شده توسط فناوری، حداکثر بهره برداری از آن را نمود. ماهواره در تحقق جامعه مدنی عامل استیفای حقوقی جامعه و راهی برای شناخت حقوق اساسی مردم است. در مقابل، دیدگاه منفی، انهدام فرهنگ و تمدن بشری، محو دموکراسی، مخدوش بودن حریم آزادی‌های فردی و اجتماعی را ناشی از گسترش رسانه‌ها می‌دانند. رهبر معظم انقلاب در باب جایگاه ماهواره، آنرا یک مسأله موسمی اما موثر و حساس، سطحی

۱. مهدی محسنیان راد، پژوهش و سنجش، ص ۱۸.

۲. کامبیز محمودی سردبیر فارسی صدای آمریکا در گزارشی از وضعیت ماهواره در دنیا در برنامه سخنی با شما شبکه صدای آمریکا.

۳. مروری بر سایت رادیو زمانه، ص ۱۴.

۴. علی دارابی، رفتار انتخاباتی در ایران - نظریه‌ها و الگوها، ص ۱۸۷.

اما با تأثیرات زیاد، مخرب و گنداب فساد با تیرهای زهرآگین هدفگیری شده به سمت ملت‌ها می‌داند.^۱ از نظر ایشان ماهواره دارای نقاط قوت و ضعف و چون شمشیر دولبه محسوب می‌گردد^۲ و گستردگی میدان افکار مردم و مؤمنین را عرصه کار زار تفکرات گوناگون از طریق وسایل ماهواره می‌داند.^۳ در عرصه سیاسی، ماهواره‌ها ابزار جدیدی در جهت پیشبرد آموزه جنگ سرد «ترومن» برای حمله به وحدت و یکپارچگی ملت‌ها و فروپاشی یا تضعیف دیگر حکومت‌های جهان تلقی می‌شوند. در این شیوه، گویندگانی با زبان محلی کشور مورد نظر و در پوشش آزادیخواهی، دموکراسی، حقوق بشر، رفاه افزونتر و ... به تدریج با القاء شك و شبهه، جامعه را به عصیان و نافرمانی مدنی دعوت و یا با رواج افکاری یاس آلود و ترسیم چشم اندازهای سیاه در صدد مهار شور و حرارت‌ها و ایجاد حس پوچی و بی‌انگیزگی در اشخاص است. ماهواره با پیوند زدن موضوعات مختلف می‌کوشد با بهره‌گیری از القاء غیرمستقیم، موضوع و نهاد مورد نظر خود را به عنوان الگو به مخاطب معرفی و زمینه همانندسازی نوجوانان و جوانان ایرانی با این الگوها را میسر سازد. ماهواره با ازهم گسیختن مرز میان تصویر و واقعیت و جانشین شدن تصویر به جای واقعیت و پرکردن اوقات مخاطب با برنامه‌های مفرح، اطلاع‌رسانی سریع، همسان‌سازی و شکل‌دهی افکار عمومی، اعطای هویت اجتماعی و افزایش تعلق ملی، تبلیغ و ترویج هنجارها (چهار کارکرد خبر، آموزش، تبلیغ و سرگرمی) و ... در شکل‌دهی به افکار مردم نقش و تاثیر افزایش‌یابنده ایفا می‌کنند.

۱. بیانات مقام معظم رهبری ۷۴/۳/۱۸.

۲. همان ۸۳/۷/۱۳.

۳. همان ۸۸/۲/۱۱.

کارویژه‌های ماهواره

کارویژه‌های ایجابی

تاسیس شبکه‌های جهانی جمهوری اسلامی ایران مثل کوثر، العالم و پرس تی وی برای خارج از کشور، کارویژه‌های ایجابی ماهواره را محقق کرده‌اند. آنها با رصد و بیان نقض حقوق بشری در کشورهای صاحب رسانه غربی و نمایش و مانور گسترده بر روی آن، فضای بین‌المللی را در حوادثی چون فتنه ۸۸ تغییر و مانع ایجاد اجماع منطقه‌ای و جهانی علیه این کشور شدند. از سویی در موقعیت‌های بحرانی که رسانه‌های غربی به کمک سلطه رسانه‌ای خود، سعی بر سمپاشی جهانی علیه ایران دارد، این شبکه‌ها با اطلاع رسانی شفاف حقایق را برای آن سوی مرزها ارسال نموده و چهره تزویر و فریب رسانه‌های غربی را بر همگان آشکار می‌سازند.

کارویژه‌های سلبی

ایجاد ناامنی با تهاجم فرهنگی و تغییر ارزش‌ها

مقام معظم رهبری تهاجم فرهنگی را هجوم یک مجموعه سیاسی و اقتصادی به بنیان‌های فرهنگی یک ملت برای مقاصد سیاسی و اسیر کردن با قصد جایگزین کردن موارد منتخب فرهنگ مهاجم با فرهنگ و باورهای ملی آن کشور می‌داند. از نگاه ایشان به دلیل هدف قرار دادن عقبه مبارزات اسلامی، مبحث تهاجم فرهنگی، اهمیت^۱ و تهاجمی و وسیع‌تر از انقلاب و علیه اسلام با تمام ابعاد فرهنگی اجتماعی سیاسی محسوب می‌شود.^۲ از ویژگی‌های این تهاجم، آرام و بی سروصدا بودن آنست.^۳ ایشان درسرخنان مختلف خود، بی اعتقاد کردن نسل نو (بی اعتقادی به دین و اصول انقلاب)، ریشه کن کردن فرهنگ ملی و از بین بردن آنها را از اهداف تهاجم

۱. بیانات مقام معظم رهبری در ۷۱/۵/۲۱.

۲. همان ۷۱/۵/۲۱.

۳. همان ۷۱/۵/۲۱.

فرهنگی می‌داند.^۱ مقام معظم رهبری این تهاجم به فرهنگ را در سه لایه تشریح می‌کند. در هجوم به لایه اول، تبلیغ جدایی دین از سیاست (سکولاریسم)، وانمود کردن اسلام به عنوان عامل عقب ماندگی با زیر سوال بردن حکومت و سیاست دینی،^۲ مبارزه با اصل اسلام از طریق رواج و تبلیغ سلفیگری و اسلام آمریکایی،^۳ هجمه به ولایت فقیه و القاء نوعی دیکتاتوری با تبلیغ و مطالبه دموکراسی، یکسانی آراء و تساوی ارزشی آراء جامعه^۴ و در هجوم به لایه دوم؛ متزلزل سازی بنیان خانواده،^۵ بی‌اعتنایی به روحیات انقلابی،^۶ بالا بردن تشریفات ازدواج^۷ و در هجوم به لایه‌های سوم فرهنگ، مدگرایی،^۸ ترویج شهوترانی میان جوانان^۹ و مبارزه با حجاب و ترویج برهنگی^{۱۰} را از اهداف تهاجم فرهنگی ماهواره‌ها می‌داند.

مسموم سازی فضا با تکرار مکرر تعابیر و واژه‌های منفی گرا

ماهواره‌ها همواره از تعابیر منفی گرا مثل واژه جنایت، دزدی، اسلام گرایان تندرو، افزایش نرخ بیکاری، تورم، بالا بودن آمار اعتیاد و طلاق و ... با هدف ایجاد ذهنیت منفی در بین توده مردم استفاده می‌نمایند تا فضای جامعه را فضایی مسموم نمایش دهند. در زمان اغتشاشات بعد از انتخابات ۸۸، در ماهواره‌ها استفاده از واژه‌هایی چون کمیته صیانت از آراء، تقلب، دروغ و دروغ‌گویی، اجرا شد^{۱۱} و با تهیه فیلم ساختگی، مصاحبه طراحی شده، تحلیل پیاپی و زنجیره‌ای و همگرا شدن با شبکه‌های

۱. بیانات مقام معظم رهبری ۸۸/۱۰/۲۵.

۲. همان ۶۸/۴/۱۴.

۳. همان ۷۹/۲/۲۳.

۴. همان ۶۸/۴/۲۱.

۵. همان ۶۹/۱۰/۱۶.

۶. همان ۷۱/۵/۲۵.

۷. همان ۷۰/۲۱/۱۹.

۸. همان ۷۰/۸/۲۲.

۹. همان ۷۱/۵/۲۱.

۱۰. همان ۶۸/۱۰/۲۶.

۱۱. دین و اندیشه، ش ۵۰۲، ص ۱۳.

همتا و هم راستا و باپخش گزینشی سخنان افراد در این موضوع‌ها و آزادی حقوق ملت، بازداشتگاه کهریزک و ... ابتکار عمل را به دست گرفتند و حاشیه‌هایی را بر اصل متن غالب کردند تا رسانه ملی ایران همیشه به دنبال برنامه‌های آنها در مقام پاسخ‌گویی، ظاهر و حرکت کند. تعدد پرسش‌ها و حواشی سلسله وار توان پاسخ رسانه ملی به همه آنها در قالب گزارشات و مستندات را ربود و مجال پرداختن به اصل منبع خبر و ... را گرفت. مستندات تولید شده رسانه ملی بدلیل کثرت تبلیغات منفی از سوی رسانه‌های غربی بین اغتشاش‌گران و طرفداران و حتی قشر خاکستری در حوادث خریداری نداشت.

دامن زدن به مساله تقرب جویی به غرب در رقابت‌های انتخاباتی

ماهواره برای نخستین بار در انتخابات نهم ریاست جمهوری با ایجاد تردید در وفاق ارزشی جامعه و مه آلودسازی فضا و استفاده برخی شخصیت‌های سیاسی و احزاب از آن به مثابه مزیت نسبی، توانست با تاکتیک و رپرتاژسیاسی در ازای نرمش در مواضع، راهبرد مسابقه تقرب جویی به غرب را به پیش ببرد و با بزرگ کردن مسئله سیاست خارجی در نگاه رای دهندگان ایرانی و تلاش برای بیان و تعیین توان هر یک از کاندیداهای احتمالی برای حل بحران ادعایی با خط‌کشی تندرو و میانه رو در صدد القاء این مطلب به مخاطب شدند که چه کسی می‌تواند از روابط سازنده با دولت‌های غربی برخوردار باشد و آتش خشم ویرانگر غرب را فرو نشانند.

برجسته سازی در تبلیغات نامزد مورد حمایت خود و ضدتبلیغات علیه نظام

برجسته سازی سناریویی بود که در آن سعی کردند با انواع ترفند، استفاده از عنوان آیت الله، آیت الله العظمی، نخست وزیر امام و رهبران سابق، سابقه افراد مورد نظر را برجسته و مردم بیشتری را به خیابان‌ها بکشانند و در این راه با پخش گزینشی از سخنان افراد فوق، اهداف خود را محقق کردند.

جلوگیری از فروکش شدن نا امنی‌ها و جهت دهی به آنها با تعیین اهداف و عبور از افراد

با اوج گیری اعتراضات و اغتشاشات، ماهواره برای القاء ایده‌های خود به مخاطب، سناریوی عبور از آقایان موسوی و کروبی مطرح و با حذف یا کم توجهی به این مهره‌ها، نقش جنبش برجسته سازی شد. با طرح بحث‌هایی چون جنبش نیاز به رهبری ندارد و جنبش در لایحه‌های مختلف اجتماعی است و مردم از افرادی چون آقای موسوی و آقای کروبی جلوترند، سناریوی مذکور پیاده شد.

تشویق، تهییج و تحریک مردم به مقاومت مدنی و جهت دهی به ناآرامی‌ها

با اندک درنگی در تغییر رویه همیشگی ماهواره‌ها به تهییج و تحریک برای حضور حداکثری، احتمال برنامه ریزی سناریوهای آتی از زمان قبل از انتخابات آشکار می‌شد. در بعد از انتخابات نیز تشویق و تحریک مردم به خشونت و مقاومت‌های مدنی توسط ماهواره در تبدیل شعارهای اعتراضی به شعارهای ساختار شکنانه و مطرح در ماهواره نمود پیدا کرد. حمله به ارکان نظام (ولایت فقیه)، توهین به مقدسات و در نهایت جدا سازی رهبران از عموم، مورد تاکید بیشتر این رسانه بود که با القاء خروج آقای موسوی از حاکمیت درصدد بود مبارزه در درون نظام را ناکامی جلوه دهد.

استفاده از شاخص‌های عاریه‌ای زمان انقلاب بعد از ناکامی برای معرفی پویایی جنبش سبز

ملی مذهبی‌ها برای معرفی جنبش به عنوان جنبش پویا و سر زنده به کپی کردن برخی از شاخصه‌های اوایل انقلاب زدند تا با مقایسه و القاء جریان انقلاب کوچک، با همان شکل دینی و کادرسازی دقیق و استفاده از روحانیت (آیت الله منتظری و آیت الله صانعی) جهت دهی شوند. کشته سازی و برگزاری مراسم سوم‌ها، هفتم‌ها، چهلم‌ها، متصل کردن اعتراضات به دانشگاه و سپردن رهبری آن به این قشر با طرح اعتصابات دانشجویی و تعطیلی دانشگاه و ... از جمله شاخصه‌های عاریه‌ای استفاده شده در ماهواره از زمان انقلاب بود.

جذب افراد صاحب وزنه برای مخالفان و کاهش وزنه طرفداران نظام

ماهواره نیاز دانشگاه به وزنه‌های سیاسی در دامنه حکومت را در مبارزات سیاسی به خوبی درک کرده بود و تلاش می‌کرد با جذب افراد صاحب وزنه یا کاهش وزنه طرفداران نظام، مخالفان را صاحب وزنه نماید. ماهواره در تلاش بود خط پایان این مسابقه و رویارویی را در پای میز مذاکره با پذیرش و عدم پذیرش نظام، برنده شدن جنبش سبز بداند. در صورت پذیرش، پذیرش نظام را عین تأیید و تعیین قدرت جنبش سبز و آغاز گرفتاری و عدم پذیرش را سوژه مناسبی برای غیر دموکراتیک نشان دادن نظام بگیرد و با دیکتاتور خواندن ولایت فقیه، آخور رسانه‌ای را برای مدتی پر کند و به خیال واهی پایه شبهات خود پیرامون ولایت فقیه را تنومندتر کند.

عادی سازی هنجارشکنی

عادی سازی نابهنجاری و هنجارشکنی با انعکاس کجروی‌های اجتماعی و کاهش نفرت از انحرافات، القاء امکان تخلف از هنجارهای اجتماعی، تقویت انگیزه ارتکاب جرم در فرد، گسترش خشونت و پرخاشگری^۱، اشاعه فحشا و بی بند و باری^۲، تضعیف اعتماد اجتماعی به عنوان سرمایه اصلی تعامل اجتماعی^۳، بحران سازی^۴، تصویرسازی منفی^۵، تشویش و تهییج افکار عمومی^۱، بسط فرهنگ

۱. علل و عوامل متعددی چون ترسیم زندگی مرفه غیر قابل دسترسی به عنوان هدف مخاطب با تبلیغات کالاهای رنگارنگ در راستای ایجاد احساس محرومیت منجر به خشونت و پرخاش گری در میان افراد جامعه.

۲. گسترش جرائم جنسی با ارائه تصاویر مستهجن و مبتذل و خلاف عفت عمومی برای مفهوم سازی و شکل دهی به هنجارهای هنجارهای مناسب با فحشا و بی بند و باری.

۳. ایجاد روحیه سوء ظن نسبت به افراد جامعه با ترویج انحرافات اجتماعی و القاء احتمال وقوع این انحراف از سوی تک تک اعضا جامعه، انعکاس آمار اغراق آمیز جرائم در راستای تضعیف اعتماد اجتماعی نسبت به نظام سیاسی و از بین بردن اقتدار و مشروعیت مدیران صالح نظام.

۴. بحران سازی علیه کارآمدی و مشروعیت با افزایش بی رویه توقعات شهروندان، تغییر ارزش ها، کاهش ارزش عملکرد دولت و تضعیف ضربید ایدئولوژیک جامعه.

۵. یا بیگانه پنداری دولت نزد شهروندان به عنوان عامل اصلی در بروز ناامنی با تصویرسازی منفی از طریق انعکاس نادرست اخبار و تحلیل‌های مربوط به نظام، در راستای حذف حمایت‌های مردمی.

غیراستدلالی،^۲ استفاده ابزاری از مردم،^۳ تحریف هنجارها و ارزش‌ها،^۴ از کارکردهای منفی و امنیت سوز ماهواره در حوزه‌های مختلف دولت، ملت، جامعه مدنی و ضریب ایدئولوژیک جامعه است.^۵

بازوی عملیاتی انقلاب‌های رنگی

اگر نگوئیم تقلب بعنوان یکی از شیوه‌های نا آرام سازی و انقلابات مخملی در دامن ماهواره متولد می‌شود، نمی‌شود رشد آن را در چنین دامنی، منکر شد. ماهواره مدت‌ها قبل از انتخابات ۸۸ با سیاه نمایی و ایجاد فضای تخریبی علیه آقای احمدی نژاد و القاء رویکرد نه بر احمدی نژاد و تخریب همه جانبه و بزرگ نمایی واژه دروغگو درصدد بود تا از میزان مقبولیت و آراء آتیه در انتخابات بکاهد و راه را برای شائبه تقلب هموارتر سازد. در اظهارات میهمانان و کارشناسان شبکه‌ها بویژه آقایان نوری زاده و محسن سازگارا در صدای آمریکا به کرات از این واژه‌های تخریبی علیه آقای احمدی نژاد استفاده می‌شد. قبل از اتمام رای گیری و اعلان رسمی نتایج نیز ماهواره‌ها با انعکاس و دامن زدن به پیروزی رقیب به عنوان فرد پیروز قطعی انتخابات، تاکتیک جا انداختن تقلب بعنوان زمینه و نقطه آغازین انقلابات مخملین را رقم زدند تا با طرح مسئله نا سالم بودن انتخابات یا آراء را به نفع نامزد رقیب جهت دهند و یا زمینه را برای اعتراضات خیابانی فراهم سازند. صحبت از انجام انقلاب رنگین ایران در آخرین روزهای انتخابات، متهم کردن حاکمیت به تقلب و خشونت، سناریو کشته

۱. با برهم زدن ثبات فضای عمومی به منظور ایجاد فرصت مناسب برای حضور پررنگ تر رسانه‌ها و بازی با افکار عمومی و هدایت آن به عرصه‌های متناقض با هدف زدگی و خستگی ملت از وضعیت موجود و فراهم سازی زمینه برای آشوب.

۲. تحریف ماهیت جامعه مدنی با روش‌های غیراقتاعی مبتنی بر اجبار و انتقال امواج نا امنی از ناحیه بازیگران جامعه مدنی و ازبستر رسانه‌ها به جامعه.

۳. سیاست امنیت سوز تحریف افکار عمومی، سلب اعتماد، بروز و تشدید اختلافات در میان مردم و نقض اخلاق و قانون با استفاده از قدرت پنهان مردم در جهت تحقق اهداف خود.

۴. عملکرد ضدامنیتی پدیده «واقعیت سازی» با تبیین و تبلیغ مفاهیم مخالف و مغایر با اراده اول جامعه برای تغییر جوهره هنجارهای جامعه.

۵. زودیت لازار، ۱۳۸۰.

سازی در حوادث با تاکید بر قتل ندا آقا سلطان، پیاده سازی کاریکاتوری انقلاب اسلامی و الگوگیری و نسخه برداری از مراحل انقلاب اسلامی ایران برای انقلابات مخملی، مدیریت و فضا سازی رسانه‌ای تجمعات خیابانی غیر قانونی، سانسور و تحریف اجتماعات عظیم مردمی در روزهای ۲۹ خرداد، ۹ دی و ۲۲ بهمن از دیگر اقدامات ماهواره در این زمینه بود.^۱

برخی از تکنیک‌های رسانه‌ای عملیات روانی ماهواره در حوادث پس از انتخابات

به منظور آشنایی بیشتر با پاره‌ای از تکنیک‌های رسانه‌ای ماهواره در عملیات روانی که بخشی نیز در فتنه ۸۸ عملیاتی شد به اختصار به برخی از آنها می‌پردازیم.^۲ استفاده از شیوه‌های ضد تبلیغی، پیش‌فرض‌سازی (تقلب را به عنوان کلید آغازین انقلاب مخملین در انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران، امری مسلم و مراحل گام به گام فتنه را بر این فرض استوار ساختند) لقب‌سازی (با برجسب‌های منفی مثل قانون‌گریزی دولت و دروغ‌گویی یکی از نامزدها) محتوازدایی (با گزارش شکل و شیوه و پرهیز از محتوای واقعی)، جهت‌دار کردن اخبار (از طریق انتخاب جا و اولویت انتشار آن، لحن بیان، استفاده از تیتراژها و تصاویر به نفع خود)، تصریحات، هم‌رنگی با جماعت، تکنیک زشت‌سازی (نفرت از کیهان و عدم رغبت نیم‌نگاهی له تیتراژگونه روزنامه‌ها در جریان فتنه) ابهام (از راه کلی‌گویی و تحریک مخاطب با عبارات نامشخص و بدون تحلیل)، عمومیت بخشی، فرافکنی، عرفی‌سازی (با مردمی خواندن رویکردی خاص برای متقاعد کردن مخاطب)، شستشوی مغزی (به معنی القای عقیده شدید سیاسی شامل سخنرانی‌های پیچیده یا بحث‌های سیاسی طولانی، مطالعه اجباری مقالات و...) مستند سازی (نقل قول‌هایی برای رد یا حمایت یک سیاست، عملکرد، برنامه یا شخصیت خاصی)، تکنیک حمله و انهدام

۱. پرویز امینی، جامعه‌شناسی سیاسی ۲۲ خرداد، نشر ساقی، چاپ دوم، ۱۳۸۹، ص ۱۸۵.

۲. فاطمه حسینی، شگردهای رسانه‌ای در عملیات روانی.

هدف، سکوت، القائنات گام به گام یا قطره چکانی، حذف بخشی از سند، پیش دستی (بهره برداری مناسب از موضوعات قابل استفاده) نمک گیر کردن، فریب (ارایه وارونه واقعیت برای دستیابی به برخی برتری‌ها) مظلوم نمایی، تصریحات، ایجاد تعارض شناختی، هجوم به سلول‌های خاکستری مغز (استناد مجازی و تصویرسازی یا انگاره سازی و تکنیک عملیات روانی استهزا و مظلوم نمایی - ادعا به جای واقعیت و کلی بافی و... از تکنیک‌های به کار رفته در ایام فتنه) از جمله این تکنیک‌ها بود.

عملکرد موردی ماهواره در ناآرامی‌های پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری

شبکه بی بی سی فارسی BBC

شبکه^۱ BBC فارسی در بیست و پنجم دیماه ۸۷ هجری شمسی، کمتر از شش ماه مانده به انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران در انگلیس تأسیس و کار خود را به پشتوانه بودجه مستقیم خود از وزارت امور خارجه انگلیس با هشت ساعت در روز آغاز کرد. این شبکه تخریب دین و ارزش‌ها، ترویج و تبلیغ سکولاریسم، تخریب و انحراف فرهنگی و سنن بومی و جایگزینی آن با فرهنگ‌ها و سنن منحنط مانند همجنس گرایی، قبح شکنی، تخریب نظام جمهوری اسلامی ایران و دولت احمدی نژاد و اشخاص مؤثر، ایجاد و القاء شبهات دینی و سیاسی در مخاطب، ترغیب مردم به مقاومت‌های مدنی، دمیدن روح ناامیدی در ملت را به شدت در قالب اهداف پنهان دنبال می‌کند.

این شبکه با مدیریت صادق صبا و تلاش شبانه روزی صد و پنجاه کارمند فعال زن و مرد، در پخش اخبار و اتفاقات مهم اخیر سیاسی کشور برنده جایزه بهترین شبکه در جهان در آبانماه ۸۸ گردید که بی شک، با فعالیت برجسته مداخله جویانه در حوادث

۱. BBC مخفف کلمه British Broadcasting corporation به معنای شرکت (بنگاه) خبر پراکنی بریتانیایی است. این شبکه بودجه‌ای بالغ بر ۴ میلیارد پوند معادل ۸ میلیارد دلار دارد و فعالیت اصلی آن تولید برنامه سرویس‌های خبری است که در رادیو، تلویزیون و اینترنت پخش می‌شود.

پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران نامرتب نبود. گرچه شبکه تلاش دارد در تحلیل‌ها و اخبار، ژست بی طرف مآبانه را با ایجاد جنگ‌های زرگری کارشناسان مدعو، به مخاطب القاء نماید اما تمام این افراد فعال شبکه در اهداف اصلی «تخریب نظام جمهوری اسلامی ایران و فروپاشی آن از نفوذ در داخل و ترغیب مردم به مقاومت مدنی» اتفاق نظر داشته و در ده درصد اظهارات اختلافی بخش‌های بسیار جزئی با بزرگنمایی خاص توسط مجریان و کارشناسان متبحر و آموزش دیده، نمایش وجود آزادی بیان در شبکه تکمیل می‌گردد؛ زیرا در دنیای امروز دیگر شلیک گلوله‌های آتشین از دهانه تفنگ‌ها صورت نمی‌گیرد. صحنه شیشه‌ای رنگین رسانه‌ها با کارایی بهتر و برد بیشتر، جایگزین دهانه سرخ تفنگ‌ها گشته‌اند.

هماهنگی حرکت‌های گام به گام جنبش سبز و چینش زود هنگام این مراحل در برنامه‌های این شبکه، نشان دهنده ارتباط نزدیک و تنگاتنگ این جنبش با رسانه دولتی بی بی سی می‌باشد. در ارتحال آیت الله منتظری این ارتباط به وضوح مشهود بود به طوری که حتی نشریات و مطبوعات داخلی بریتانیا و شبکه‌های صوتی و تصویری داخلی این کشور نیز به طور بی سابقه‌ای به یک موضوع مرتبط با یک کشور خارجی در مطبوعات و رسانه‌های داخلی دامن زده، منتظری را پلی مناسب برای عبور از ولایت فقیه،^۱ ابزاری طلایی برای ترویج سکولاریسم^۱ و عامل وحشت نظام و تقویت امید هواخواهان خواندند.^۲

۱. در درگذشت آیت الله منتظری بی بی سی در تفسیرها و تحلیل خود، مراحل زندگی وی را به زیرکی به سه بخش پنهانی گذشته، حال، آینده تقسیم نمود و نهایتاً با تعریفی به سخنرانی وی در ۱۳ رجب حمله مستقیم به رهبری را کلیک زد و با طرح مخالفی از... جنس مخالفان دینی برای عبور از ولایت فقیه به استفاده ابزاری از وی پرداخت. بی بی سی وی را مدافع زندانیان سیاسی و رهبر و حامی معنوی اعتراضات و مخالفان نظام می‌داند و نظریه حقوق بشر وی و تغییر فقه مومن مبتنی بر حقوق مومن به فقهی مبتنی بر حقوق انسانها را نوعی نوآوری تلقی می‌کند که با این ترتیب فرق میان کافر و مسلمان برداشته می‌شود. این شبکه با تمجید از این روحیه اجتهاد در اصول به نوعی به روحانیت منتقد در قیام علیه ولایت فقیه، روح امید و ترغیب دمیده شود تا کم کم با این گونه نظریه‌های انحرافی، ارزش نظریات اسلامی به چالش کشیده شوند.

شبکه ماهواره‌ای بی بی سی فارسی با تمرکز بر قشر جوان تحصیل کرده، به ایجاد ناهماهنگی شناختی در آنها پرداخت. بسیاری از افراد به مساله تقلب اعتقادی نداشتند لیکن نسبت به ادعای کاذب مدعیان تقلب، واکنش نشان نداده و برای فرار از دوگانگی و ناهماهنگی شناختی یادشده، برخلاف اعتقاد قلبی با مدعیان تقلب همراه می‌شدند. این واکنش مخاطب، ناشی از تمایل درونی او به حفظ هماهنگی و عدم اتهام به ساده لوحی انجام می‌گرفت و بدین ترتیب دروغ را عین واقعیت تلقی می‌کرد. در تخریب احمدی نژاد، متهم کردن وی به دروغ توسط ماهواره‌ها، توجیه بیرونی کافی مانند حواشی دولت پیرامون کردان، مشایی و ... به مخاطبان تزریق می‌شد.

شبکه صدای آمریکا VOA

نخستین جرقه‌های تأسیس این شبکه از ۷ دسامبر ۱۹۴۲ با حمله ژاپن به ناوگان دریایی آمریکا پرل‌هاربر و ورود ایالات متحده به جنگ جهانی دوم زده شد. کمتر از ۳ ماه بعد ۱۴ اسفند ۱۳۲۰ در شکل رادیو دولتی به راه افتاد. بخش فارسی شبکه VOA PNN اولین پخش رادیویی خود را از ۲۲ نوامبر ۱۹۷۶ میلادی (۱۳۵۷ خورشیدی) پس از وقوع انقلاب اسلامی با روزانه نیم ساعت به مدیریت احمدرضا بهارلو و نخستین برنامه تلویزیونی خود را از ۱۸ اکتبر ۱۹۷۶ با اجرای ایشان به عنوان نخستین مدیر بخش فارسی صدای آمریکا تحت عنوان شبکه خبری فارسی صدای آمریکا (Voice of America- Persian News Network) با بودجه معادل

۱. بی بی سی فارسی با مقایسه آیت الله منتظری با آیت الله شریعتمداری، تفکرات آن دورا با کنایه منشأ گرفته از یک آبخور تفسیر می‌نماید تا صفت بارز تفکر جدایی دین از عرصه سیاست شریعتمداری را بر وی بار نماید و عقب نشینی از اصول اسلامی در عرصه‌های سیاسی و حکومتی در نظریات آیت الله منتظری را به کنایه نوعی سکولاریسم تبلیغ نماید.

۲. (شبکه بی بی سی در انعکاس تدفین آیت الله منتظری برای مستند کردن ادعای خویش در زمینه خشونت نظام با آیت الله منتظری با گزارشات از پیش تعیین شده فضای متشنج ناشی از حضور لباس شخصی‌ها و ریش دارها و بسیجی‌ها در منزل منتظری را امری مسجل القاء نماید و انعکاس شعارهای رادیکال در مراسم‌ها را مردمی و شعارها و حرکات مسجد اعظم علیه جنبش سبز را سازماندهی شده از سوی نظام القاء کند.)

۷۰۰ میلیون دلار از هزینه مستقیم دولت فدرال ایالات متحده و پول مالیات دهندگان این کشور برای تمام دنیا پخش کرد.

برنامه‌های این شبکه تا قبل از اعتراضات انتخاباتی، شبانه ۷ ساعت (۱۷ الی ۲۴) روی آنتن می‌رفت لیکن با شروع اعتراضات این شبکه به خاطر سوء استفاده از وضعیت به تغییراتی در برنامه‌های خود دست زد. اولاً با تصویب بودجه کلان، همه روزه ۶ الی ۷ به تهیه و پخش برنامه جدید یک ساعته برنامه بامدادی پرداخت. ثانیاً تفسیر خبر مهمترین برنامه شبکه را از ساعت پخش ۲۳ الی ۲۴ به ساعت پیک رسانه‌ای ۲۱ الی ۲۲ انتقال داد.

از جمله مناسبت‌ها که این سرباز مهاجم فعالانه حضور داشت، عاشورا بود. قبل از آغاز وقایع عاشورا، با باز کردن صفحه خاص در اهداف خویش برای روز عاشورا، تشویق مردم به اعتراضات گسترده و سازنده محرم سبز در اولویت‌های کاری شبکه قرار گرفت و از حوادث به وجود آمده عاشورا مانند پیراهن عثمان استفاده ابزاری نمود و با سوء استفاده از ناآرامی‌ها، اهانت مستقیم به رهبری و مخالفت و حذف ولایت فقیه و فراهم سازی زمینه طرح شورای رهبری را دنبال و چالشی ترین موضوع‌ها را بر سر سفره مباحث دانشگاهی می‌فرستاد تا میوه‌های تلخ اهانت به مقدس ترین واژه نظام جمهوری اسلامی ایران - ولایت فقیه - را عرضه بازارهای رسانه‌ای کند.

صدای آمریکا شعارهای تجمع سبز را از چند روز قبل در شبکه یادآور می‌شد. حتی اشخاصی که باید زیر سوال روند و هدف قرار گیرند، مشخص می‌شد. به اعتراف (نوری زاده)^۱ از کارشناسان VOA وی به همراه آقایان محسن مخملباف^۲ و محسن سازگارا همه روزه جلساتی مشترک می‌گیرند تا سخنان لازم را در رسانه‌های

۱. علیرضا نوری زاده متولد ۳ تیر ماه ۱۳۲۸ در محله امیریه تهران، دکترای جامعه‌شناسی سیاسی از دانشگاه لندن است وی از افراد مخالف نظام در خارج از کشور می‌باشد و با روزنامه الشرق الاوسط و شبکه ماهواره‌ای صدای آمریکا همکاری دارد.

۲. محسن مخملباف متولد ۸ خرداد ۱۳۳۶ تهران، نویسنده و کارگردان فیلم‌های مهم زیادی است. وی عضو سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی بوده و امروزه بعنوان یکی از دشمنان سرسخت نظام با صدای آمریکا همکاری دارد.

مختلف هر یک بطور جداگانه و از پیش تعیین شده، مشخص و همزمان روی آنتن‌های متفاوت فرستاده شود. شب قبل از روز قدس همین میهمانان شعار (نه غزه، نه لبنان - جانم فدای ایران) را مطرح و فردای آن شب یعنی روز قدس این شعار در تظاهرات گل کرد.

از دیگر اقدامات شبکه، پیوند عاشورا به مراسم هفت درگذشت آیت الله منتظری بود. با موضوعیت پیدا کردن قم، مکان تشییع منتظری و عاشورا و هفتم درگذشت منتظری، مکان و زمان را پیوند جهتداری می‌داد تا اعتراضات پیش بینی شده دارای ابعاد صد چندان شوند و استفاده تبلیغاتی رسانه‌ها را به حد اکثر برسانند.^۱

۱. برنامه بامدادی صدای آمریکا اظهار می‌دارد: به دنبال اعتراضات خیابانی حامیان میرحسین موسوی و مهدی کروبی به نتیجه انتخابات ریاست جمهوری، نیروی انتظامی از هیئت‌های عزاداری خواسته بود تا مسیر حرکت دسته‌های عزاداری را به اطلاع مقامات برسانند. عاشورای امسال با هفتم درگذشت آیت الله منتظری مصادف شده است. در بخشی دیگر از برنامه با قرائت مقاله‌ای به نقل از واشنگتن پست خاطر نشان می‌کند: بخاطر همزمانی هفتم آیت الله منتظری و روز عاشورا مقامات ایران نگران هستند این روز بهانه‌ای برای برگزاری تظاهرات بیشتر باشد. بعد عاشورا انعکاس این پیوند نامبارک را بر روی آنتن‌ها مخابره می‌کند و اهانت به ولایت فقیه در ولایتی ترین سرزمین را خبر اول رسانه‌ها می‌سازد و گزارش‌هایی از این شبکه پیرامون تشییع جنازه منتظری و تجمعات مرتبط با آن پخش می‌گردد و ماه خون را ماه سرنگونی رژیم در شعارها منعکس می‌کند.

نتیجه‌گیری

از آثار محسوس کارویژه امنیتی رسانه‌ها می‌توان به تأثیرات مثبت و منفی رسانه در حوادث بعد از انتخابات ریاست جمهوری دهم ایران در سال ۱۳۸۸ اشاره نمود که شیرینی حضور مردم در این انتخابات با حضور و حمایت‌های مالی اپوزیسیون خارج نشین و اربابان آنها، به وسیله رسانه‌های ماهواره‌ای در کام ملت به تلخی گرایید. رسانه‌های امریکا و انگلیس (صدای امریکا و بی بی سی فارسی) فعالتر از همیشه برای انحراف حوادث وارد میدان شدند و از روزهای آغازین انتخابات سعی کردند منتقدان و مخالفان نظام را در جبهه واحدی جمع و با تبدیل اعتراضات انتخاباتی به اغتشاشات خیابانی، هدایت و رهبری منازعات را عهده دار شوند. رهبری جنبش سبز، خبر سازی، اطلاع رسانی جهت دار، تحریف شده و تحریک کننده، تغییر مسیر اعتراضات به اهداف از پیش تعیین شده، خط دهی در شعارها و تعیین هدفها، مقایسه‌های بی ربط جنبش سبز با قیام امام حسین علیه السلام و بالاخره نماد سازی و نماد پروری و... از جمله شگردهای این شبکه‌ها برای ایجاد عاشورایی سبز ولی خونین بود.

پروژه وقایع پس از انتخابات در حد بی اعتبار ساختن اصول گرایان و در صدر آنان مخالفت با احمدی نژاد از چند ماه قبل از انتخابات در آن سوی آب‌ها شروع شد؛ زیرا این دولت مردم را در برگشتی دوباره به دوران اوایل انقلاب می‌انداخت. شعارهای اوایل انقلاب زنده و نام و یاد امام پررنگ تر از قبل در جامعه طنین انداز می‌شد و این برای آنان که ۳۰ ساله تمام تلاش کرده بودند جامعه ایرانی و به خصوص نسل سوم را بی تفاوت به اوایل انقلاب تربیت کنند، گران تمام می‌شد، لذا بخاطر بی اعتبار ساختن این دولت، قدم در پروژه تخریب گذاشتند. سر طناب در آن سو به حرکت در آمد و موج آن داخل ایران برخی از بی وزنان سیاسی را به حرکت در آورد. آن چه در آن سو گفته می‌شد توسط این افراد در ایران تکرار می‌گشت. جنبش سبز و هیاهوی چند ماهه اول آن، آنان را مردد ساخته بود که آیا زمان طرح این افکار و شروع پروژه‌ای در داخل پروژه دیگر رسیده است یا خیر؛

بدنبال کاغذ تورنسل نظر سنجی می‌گشتند تا محیط اسیدی یا بازی افکار سیاسی توده را بدست آوردند. در ۱۳ آبان اقدام به چنین کاری کردند.

برای این کار از رسانه کمک گرفتند و تصویر مقام ولایت فقیه را در تصاویری دست ساز زیر قدم‌های ناپاک اندکی گذاشتند و با بردن این تصاویر روی دیش‌های ماهواره‌ها، خود در کمین ماندند تا عکس العمل مردم را رصد کنند و با ارائه تفاسیر عجیب و غریب در صدد پردازش مردمی سازی این عمل قبیح شوند تا این اقدام را به نوعی اقدام مورد رضایت اکثریت جامعه تلقی کنند. نقش و کاویژه رسانه وقتی شفاف تر و ملموس تر می‌گردد که به مصلحت یا به اشتباه نخبگان فکری و به خصوص صدا و سیما از انعکاس این خبر در رسانه ملی خودداری می‌گردد و با غفلت از این دشمن در کمین نشسته سبب بی تفاوتی توده مردم نسبت به این مسأله مهم می‌شوند که این امر طراحان را جسورتر ساخت تا در فرصتی مناسب، تیر زهرآلود خویش را مستقیم به سمت هدف، نشانه بگیرند (حذف ولایت فقیه).

به نظر می‌رسد ضعف رسانه در نشان دادن اعتراضات در حد و اندازه خود نه بیشتر از اندازه حقیقی از یکسو و آزادی و تبدیل شدن رسانه‌ها به محملی برای رصد و ارزیابی واکنش توده مردم به برخی از اهانت‌ها (دست به آتش زدن تصاویر رهبری و امام) و هتک حرمت‌ها به ارزش‌های بنیادین دیرینه انقلاب دو کارویژه منفی و البته مهم رسانه‌ها در ناامنی‌های به وجود آمده در آن مقطع بود که از یکسو با تهرانیزه کردن اعتراضات در سطح ایران و از سوی دیگر با محک حساسیت مردم به ارزش‌های انقلابی و هتک حرمت‌ها، دشمن را مصمم تر و زمینه را برای مردمی سازی منازعات فراهم تر می‌کردند. در طرف دیگر اقدام مثبت صدا و سیما در روشننگری مردمی و خنثی سازی دسیسه‌های رسانه‌ای دشمن و در نتیجه فراهم شدن زمینه تظاهرات میلیونی وفاداران امام و رهبری در محکومیت اغتشاشگران، از کار ویژه غیرقابل انکار امنیت بخش رسانه‌ها بود که در این حوادث به وضوح دیده شدند.

فهرست منابع و مآخذ

کتاب‌ها

۱. اداره سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، ۱۰ گفتار در باب انتخابات دهم، تهران: اداره سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، ۱۳۸۸.
۲. اداره سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، تحلیلی بر انتخابات دهم ریاست جمهوری و حوادث پس از آن، تهران: اداره سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، ۱۳۸۸.
۳. اسماعیلی، حمید رضا، شورش اشرافیت بر جمهوریت، چاپ ششم، تهران: بی‌نا، ۱۳۸۹.
۴. اسماعیلی، علی محمد، جنگ نرم در همین نزدیکی، نشر ساقی، ۱۳۸۹.
۵. امیری، ابوالفضل، تهدید نرم، تهران: پگاه، ۱۳۸۷.
۶. امینی، پرویز، جامعه شناسی سیاسی ۲۲ خرداد، نشر ساقی، چاپ دوم، ۱۳۸۹.
۷. خانی، علی عبدالله، نظریه‌های امنیت، چاپ پنجم، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر، ۱۳۸۲.
۸. دارابی، علی، رفتار انتخاباتی در ایران؛ الگوها و نظریه‌ها، تهران: سروش، ۱۳۸۸.
۹. رضایی شریف آبادی، مسعود، سلیمی نمین، عباس، ورای نموده‌ها و نمادها، چاپ چهارم، تهران: دفتر مطالعات و تدوین تاریخ سیاسی ایران، ۱۳۸۸.
۱۰. شریفی، احمد حسین، جنگ نرم، قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۸۹.
۱۱. ضیایی پرور، حمید، جنگ نرم ۱ ویژه جنگ رایانه ای، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر، ۱۳۸۹.
۱۲. ضیایی پرور، حمید، جنگ نرم ۲ ویژه جنگ رسانه ای، چاپ پنجم، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر، ۱۳۸۸.
۱۳. عبداللهی، محمد، دست‌های نامرئی واکاوی راهبردها و راهبران براندازی نرم در ایران، چاپ ششم، تهران: موسسه ساحل اندیشه، ۱۳۹۰.
۱۴. لطیفی پاکده، لطفعلی، ناتوی فرهنگی و براندازی نرم، قم: پژوهشکده تحقیقات اسلامی زمزم هدایت، ۱۳۸۹.
۱۵. متفکر، حسین، جنگ روانی، قم: پژوهشکده تحقیقات اسلامی، ۱۳۸۹.
۱۶. محمدی، مسعود، ارزیابی و تحلیل عملیات رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی، ج ۴، مروری بر رادیو سایت زمانه، تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه‌ها، معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۹.
۱۷. مرادی، حجت الله، الیاسی، محمد حسین، مدیریت ادراک، چاپ دوم، تهران: نشر ساقی، ۱۳۸۹.
۱۸. مرادی، حجت الله، قدرت و جنگ نرم از نظریه تا عمل، چاپ سوم، تهران: نشر ساقی، ۱۳۸۹.
۱۹. معاونت سیاسی سازمان عقیدتی سیاسی ناجا، دانستنی‌های سیاسی ویژه جنگ نرم، تهران: معاونت سیاسی سازمان عقیدتی سیاسی ناجا، ۱۳۹۰.
۲۰. مهدی پور، فرشاد، تقلب بزرگ، چاپ هشتم، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۸۸.

۲۱. موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر، جنگ نرم ۶ ویژه جنگ رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران، بی‌تا.
۲۲. موسسه فرهنگی هنری قدر ولایت، تاریخ وقایع انتخابات ۸۸، سه جلد، تهران: موسسه فرهنگی هنری قدر ولایت، ۱۳۹۰.

نشریات

۲۳. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های ارتباطی، سال پانزدهم، شماره ۵۵، پائیز ۱۳۸۷، مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی.
۲۴. فصلنامه علمی تخصصی عملیات روانی، سال چهارم، شماره چهاردهم، پائیز و زمستان ۱۳۸۵، معاونت فرهنگی ستاد مشترک سپاه.
۲۵. فصلنامه علمی ترویجی وسایل ارتباط جمعی رسانه، سال بیستم، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۸، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۶. فصلنامه علمی ترویجی وسایل ارتباط جمعی، سال نوزدهم، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۷، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۷. فصلنامه علمی ترویجی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، شماره ۳، ۱۳۸۶، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۸. فصلنامه علمی ترویجی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۷۰، تابستان ۱۳۸۶، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۹. ماهنامه «افق» نشریه تخصصی ژورنالیسم رادیو و تلویزیونی، شماره ۶۱ ویژه دی ۸۷.
۳۰. معاونت سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، فصلنامه مطالعات سیاسی روز، سال نهم، شماره ۳۴، زمستان ۱۳۸۸.
۳۱. معاونت سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، فصلنامه مطالعات سیاسی روز، سال نهم، شماره ۳۶، تابستان ۱۳۸۹.
۳۲. معاونت سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، فصلنامه مطالعات سیاسی روز، سال یازدهم، شماره ۴۴، ۴۵، ۴۶، تابستان، پائیز، زمستان ۱۳۹۱.