

## Cognitive War in the Shadow of Disease: Analysis of BBC Persian's Strategies for Changing the Religious Beliefs of Iranians during the Corona Pandemic

Nematollah Karamollahi

Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Culture and Social Sciences, Baqir al-Olum University, Qom, Iran. karamollahi@bou.ac.ir

### Abstract

The purpose of the present research is the analysis of the strategies of the perceptual operations of the BBC Persian Instagram page against the Islamic Republic of Iran during the Corona crisis. Considering the vastness of the Iranian audience of the Instagram page of this network, understanding the manner of this media's exploitation of crises for the management of public opinion and the stimulation of the emotions of Iranian audiences is of importance. In this study, by utilizing the thematic analysis method, all the Instagram posts of BBC Persian in the initial eight-month time span of the outbreak of Corona in Iran were examined. The findings demonstrate that BBC Persian has advanced its cognitive operations based on two main strategies of "destroying the image of religion (*Dīn*)" and "weakening religious beliefs". The first strategy has utilized tactics such as "Qom-phobia" and "destroying the image of religious individuals". This matter has been carried out with the aim of tarnishing the sanctity of Qom as a religious center and negating the validity of religious measures in controlling the Corona crisis. The second strategy as well, by creating dichotomies such as "health and religious rituals", "health and pilgrimage (*Ziyārah*)", "health and the mourning ceremonies of Muharram", and "the opposition of science and religion", has been seeking the creation of confusion and challenge in the religious beliefs of the people of Iran. In sum, this research emphasizes that in the Corona pandemic, hostile media, by employing complex, powerful, and imperceptible strategies, have targeted the beliefs of Iranian audiences for the purpose of changing their attitude and behavior towards religion, religious institutions, and the ruling system.

**Keywords:** Instagram, BBC Persian, Media war, Cognitive operations, Corona disease, City of Qom, Religion (*Dīn*), Religious ceremonies.

---

**Cite this article:** Karamollahi, N. (2026). Cognitive War in the Shadow of Disease: Analysis of BBC Persian's Strategies for Changing the Religious Beliefs of Iranians during the Corona Pandemic. *Social-Cultural Studies of Hawzah*, 10(1), p. 395-416. <https://doi.org/10.22034/scs.2026.72595.1435>

**Received:** 2025-10-03 ; **Revised:** 2025-12-12 ; **Accepted:** 2026-01-06 ; **Published online:** 2026-03-30

**Published by:** The Scientific Association for Social Studies of the Seminary

©2026/authors retain the copyright and full publishing rights

**Article type:** Research Article



## جنگ ادراکی در سایه بیماری: تحلیل راهبردهای بی.بی.سی. فارسی برای تغییر باورهای دینی ایرانیان در پاندمی کرونا

نعمت‌الله کرم‌اللهی

دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده فرهنگ و علوم اجتماعی، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران. karamollahi@bou.ac.ir

### چکیده

هدف پژوهش حاضر تحلیل راهبردهای عملیات ادراکی صفحه اینستاگرام بی.بی.سی. فارسی علیه جمهوری اسلامی ایران در بحران کرونا است. با توجه به گستردگی مخاطبان ایرانی صفحه اینستاگرامی این شبکه، درک چگونگی بهره‌برداری این رسانه‌ها برای مدیریت افکار عمومی و تحریک عواطف مخاطبان ایرانی حائز اهمیت است. در این مطالعه، با استفاده از روش تحلیل مضمون، تمام پست‌های اینستاگرامی بی.بی.سی. فارسی در بازه زمانی هشت ماهه ابتدایی شیوع کرونا در ایران بررسی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که بی.بی.سی. فارسی، عملیات شناختی خود را بر پایه دو راهبرد اصلی «تخریب چهره دین» و «تضعیف باورهای دینی» پیش برده است. راهبرد نخست از تاکتیک‌هایی مانند «قم‌هراسی» و «تخریب چهره افراد مذهبی» استفاده کرده است. این امر با هدف مخدوش کردن قداست قم به عنوان مرکزی مذهبی و نفی اعتبار اقدامات دینی در کنترل بحران کرونا صورت گرفته است. راهبرد دوم نیز با ایجاد دوگانه‌هایی مانند «سلامت و آیین‌های مذهبی»، «سلامت و زیارت»، «سلامت و مراسم عزاداری محرم» و «تقابل علم و دین»، به دنبال ایجاد سردرگمی و چالش در باورهای دینی مردم ایران بوده است. در مجموع، این پژوهش تاکید می‌کند که در پاندمی کرونا، رسانه‌های معاند با بهره‌گیری از راهبردهای پیچیده، قدرتمند و نامحسوس، اعتقادات مخاطبان ایرانی را به منظور تغییر نگرش و رفتار آنان در قبال دین، نهادهای مذهبی و نظام حاکم، هدف قرار داده‌اند.

**واژه‌های کلیدی:** اینستاگرام، بی.بی.سی. فارسی، جنگ رسانه‌ای، عملیات شناختی، بیماری کرونا، شهر قم، دین، مراسم‌های مذهبی.

استناد به این مقاله: کرم‌اللهی، نعمت‌الله (۱۴۰۵). جنگ ادراکی در سایه بیماری: تحلیل راهبردهای بی.بی.سی. فارسی برای تغییر باورهای دینی

ایرانیان در پاندمی کرونا. *مطالعات فرهنگی اجتماعی حوزه*، ۱۰(۱)، ص ۳۹۵-۴۱۶. <https://doi.org/10.22034/scs.2026.72595.1435>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۱۱؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۹/۲۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۱۶؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۵/۰۱/۱۰

نوع مقاله: پژوهشی ناشر: انجمن علمی مطالعات اجتماعی حوزه نویسنده: نویسنده‌ان دارندة حق مؤلف مقاله خود بدون محدودیت هستند. ۱۴۰۵/۰۱/۱۰





## ۱. مقدمه

در عصر حاضر، با گسترش فزاینده ابزارهای ارتباطی و تحلیل‌های عمیق‌تر در حوزه جنگ‌های نوین، درگیری‌های بین‌المللی ابعاد پیچیده و گسترده‌ای یافته است. در این رویارویی نوین، که ماهیت آن دیگر صرفاً به نبردهای نظامی محدود نمی‌شود، رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری قدرتمند نه تنها به دنبال انتشار اطلاعات هستند، بلکه با تمرکز بر اذهان و افکار عمومی، به طور برنامه‌ریزی شده و نامحسوس، بر شناخت و ادراک مخاطبان تأثیر می‌گذارند. این رویکرد، که از آن به عملیات شناختی تعبیر می‌شود، بر نظام شناختی، یعنی بر تفکر، درک و روان مخاطب متمرکز است. هدف نهایی عملیات شناختی، کنترل افکار عمومی، تغییر تحلیل و باورهای بنیادین و در نهایت، تغییر رفتار جامعه هدف است. برخلاف عملیات روانی که عمدتاً با ایجاد تهیج و برانگیختن احساسات سطحی و با استفاده از «تلنگرهای سنگین و برق‌آسای رسانه‌ای» سروکار دارد، عملیات شناختی به دنبال تأثیرگذاری عمیق بر نگرش‌ها، افکار و باورهای افراد در بلندمدت است. از آنجا که باورها، هسته و ریشه رفتارها و تصمیم‌گیری‌ها هستند، تغییر در آنها می‌تواند منجر به تغییرات اساسی در اعمال و تصمیمات افراد شود. این تغییرات عمیق، رفتارهای حمایتی از یک نظام سیاسی را کاهش داده و چالش‌هایی را در مقبولیت اجتماعی آن نظام ایجاد می‌کند. در این میان، بحران‌ها به بستری مناسب برای فعالیت رسانه‌های معاند و ایجاد چالش در افکار عمومی تبدیل می‌شوند. این رسانه‌ها می‌کوشند تا با بهره‌برداری از وضعیت‌های بحرانی، افکار عمومی را مدیریت کرده و شرایط روانی جامعه را تحریک نمایند. راهبردهای پیچیده عملیات شناختی، ظرافت و پویایی بالایی را می‌طلبد که در این‌گونه موقعیت‌ها، زمینه‌های مناسبی برای تحقق اهداف رسانه‌های متخاصم فراهم می‌آید. همه‌گیری بیماری کرونا در ایران نیز از جمله این موقعیت‌های حساس و بی‌سابقه بود که زمینه ویژه‌ای را برای شکل‌گیری و اجرای عملیات شناختی علیه ایران فراهم آورد. رسانه‌های فارسی‌زبان ضد ایران باتوجه به ماهیت بحران و سرعت انتشار بالای اطلاعات و نیز امکان نشر سریع اخبار کاذب و نادرست در آن، به ابزاری قدرتمندی در جنگ رسانه‌ای تبدیل شدند. این رسانه‌ها در پی آن بودند که با بهره‌برداری از این بحران، مدیریت اذهان عمومی را در دست گرفته و شرایط روانی جامعه ایران را برای رسیدن به اهداف خود تحریک کنند. صفحه اینستاگرام بی.بی.سی. فارسی، به‌عنوان یکی از سگوهای اصلی و پرمخاطب در این فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان، باتوجه به اهمیت و ظرفیت‌های آن در جنگ نرم، در کانون این عملیات قرار گرفت. این پژوهش، با درک اهمیت عملکرد رسانه‌های معاند در چنین موقعیت بحرانی، باتوجه به نقش فزاینده رسانه‌ها در شکل‌دهی به ادراکات عمومی، بر آن است تا به تحلیل چگونگی بهره‌برداری صفحه اینستاگرام بی.بی.سی. فارسی از بحران کرونا در ایران بپردازد. مسئله اصلی این است که این رسانه با چه راهبردهایی سعی در هدف قرار دادن نظام شناختی جامعه ایرانی، به‌ویژه باورهای بنیادین و دینی مردم، در دوران همه‌گیری کرونا داشته است؟ در واقع، این پژوهش به دنبال



تبیین ظرافت‌های عملیاتی رسانه‌های معاند است که در جهت تأثیرگذاری عمیق و بلندمدت بر ادراک، استدلال و در نهایت تغییر رفتار جامعه ایرانی عمل می‌کنند. این تبیین، می‌تواند به درک چگونگی تلاش این رسانه‌ها برای ایجاد تصویری منفی از حقیقت و به چالش کشیدن باورهای ملت ایران کمک کند. درک و تحلیل این راهبردهای پیچیده عملیات شناختی، به‌ویژه باتوجه به ضرورت اقدامات پیشگیرانه و مقابله با تردیدات روانی در آینده، اهمیت بسزایی دارد.

## ۲. پیشینه تحقیق

زابلی‌زاده (۱۳۹۰) در کتاب «بی‌بی‌سی فارسی و انتخابات ۸۸ ایران»، فعالیت‌های بی‌بی‌سی فارسی را در قالب جنگ نرم تحلیل کرده است. نتایج نشان می‌دهد که بی‌بی‌سی تلاش کرده رویکردی خنثی اتخاذ کند، اما با افزایش حجم پوشش خبری و کاهش تفسیرها، به‌صورت غیرمستقیم مواضع خود را بیان کرده است.

غفاری‌قدیر و یای (۱۳۹۶) در مقاله «بازنمایی دوران دفاع مقدس در سایت و شبکه بی‌بی‌سی فارسی»، هدف خود را شناخت گفتمان بی‌بی‌سی فارسی برای «کنترل اذهان مخاطب» و «ساخت رویداد» در مورد جنگ ایران و عراق قرار دادند. این مطالعه بر نقش بی‌بی‌سی در تصویرسازی مثبت از آمریکا و مقصر نشان دادن ایران تأکید دارد.

مظلومیان و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله «مطالعه رویکرد سیاست فرهنگی تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی»، نشان دادند که سیاست فرهنگی این شبکه به دنبال تغییر ذائقه فرهنگی جامعه ایران و القای فرهنگ غربی است. این رسانه به دنبال تغییر نظام حاکم بوده و از منظر روان‌شناختی، یک عملیات روانی عمیق محسوب می‌شود.

فرقانی و تقوی‌پور (۱۳۹۸) در مقاله «از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشر»، به شناسایی تکنیک‌های جریان‌سازی این رسانه درخصوص پرونده‌های حقوق بشر پرداختند. آن‌ها تکنیک‌هایی چون برجسته‌سازی، اظهارات نامتعارف، برجسب‌سازی و طرح ادعای بدون پشتوانه را شناسایی کردند.

ابراهیمی (۱۳۹۹) در مقاله «ابعاد جنگ شناختی نظام سلطه علیه ایران با تأکید بر تاکتیک دوگانه‌سازی (مطالعه موردی ویروس کرونا)»، با استفاده از روش تحلیل محتوا، نمونه‌ای آماری از محتوای شبکه‌های فارسی زبان بی‌بی‌سی، صدای آمریکا، ایران اینترنشنال و رویترز را بررسی کرده است. این مقاله روش‌ها و کارکردهای رسانه‌های بیگانه در جنگ شناختی علیه مردم ایران در دوره فراگیری کرونا برای ایجاد دوگانه‌سازی در ابعاد باوری، ارزشی و رفتاری را بررسی کرده است. نتایج نشان می‌دهد که به‌رغم فشارهای وارد شده بر افکار عمومی مردم ایران و انتشار اخبار ناامیدکننده و سیاه‌نمایی از عملیات



پیشگیری، مردم ایران با اجرای مواسات و جهاد میدانی، در حوزه‌های گوناگون بهترین عملکرد در مقابله با ویروس کرونا را داشته‌اند.

کرمانی و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله «کرونا در توئیتر و اینستاگرام: تحلیل قالب‌های گفتمانی تولید شده توسط کاربران در دوران همه‌گیری ویروس کرونا»، کوشیده‌اند تا گفتمان‌های شکل گرفته در دوران همه‌گیری کرونا در توئیتر و اینستاگرام در ایران را شناسایی و تحلیل کنند. این پژوهش با مبنا قرار دادن دیدگاه‌های فوکو درباره گفتمان و قدرت، علاوه بر شناسایی گفتمان‌های مسلط در این دو رسانه اجتماعی، نسبت آن‌ها با روابط قدرت در ایران را تحلیل کرده‌اند. این پژوهش با استفاده از روش‌های ترکیبی انجام شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد کاربران اینستاگرام عمدتاً رویکردی غیرسیاسی‌تر و انتقادی‌تر نسبت به همه‌گیری کرونا در ایران داشته‌اند. به‌علاوه، در حالی که گفتمان بی‌کفایتی حکومت، در توئیتر، مسلط‌ترین گفتمان بوده، این گفتمان نتوانسته در اینستاگرام، جزو گفتمان‌های مسلط قرار گیرد. از طرف دیگر، گفتمان «قصور مردم» در اینستاگرام، جزو گفتمان‌های مسلط بوده، ولی در توئیتر چندان مورد توجه نبوده است.

### ۳. مفهوم‌شناسی

یکی از گام‌های مهم یک پژوهش علمی، روشن ساختن فضای مفهومی مفردات مسأله تحقیق و ارائه تعریف مختار از مفهوم اصلی و تحلیل ابعاد آن است. از آنجا که جنگ ادراکی یکی از ابعاد جنگ رسانه‌ای و جنگ رسانه‌ای نیز یکی از ابعاد جنگ نرم است، لازم است تعریفی از جنگ نرم و جنگ رسانه‌ای و نیز جنگ شناختی ارائه شود.

#### ۳-۱. جنگ نرم

جوزف نای، قدرت نرم را «توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران» تعریف می‌کند. از نظر وی قدرت نرم، در اصطلاح رفتاری، قدرت جذابیت است که جذب، اغلب باعث مشارکت توأم با رضایت می‌شود. در واقع منابع قدرت نرم دارائی‌هایی هستند که چنین جذابیت‌هایی را تولید می‌کنند (نای، ۱۳۸۹، ص ۴۳-۵۱). براساس تعریف قدرت نرم، جنگ نرم عبارت است از هرگونه اقدام نرم‌افزارانه اعم از روانی، تبلیغاتی، رسانه‌ای، رایانه‌ای، اطلاعاتی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و علمی که جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و با بهره‌گیری از روش‌های اقناع‌سازی و با مدیریت احساسات و جذب، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد (مهانیان و مجردی، ۱۳۹۳). فازیو نیز جنگ نرم را نوعی تلاش برنامه‌ریزی شده برای استفاده از ابزارها و روش‌های تبلیغی، رسانه‌ای، سیاسی و روان‌شناختی برای تأثیر گذاشتن بر حکومت‌ها، گروه‌ها، و مردم کشورهای خارجی به منظور تغییر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای آنان می‌داند (حسینی، ۱۳۹۳، ص ۵۲). هدف نهایی جنگ نرم، ایجاد و دگرگونی در ساختارهای



سیاسی جامعه هدف و جایگزین کردن آنها با ساختارهای جدید است. اهداف ذکر شده در یک فرایند و به صورت خطی دنبال می‌شود. با ایجاد تغییر در باورها، ارزش‌ها و رفتارهای مردم یک جامعه، به صورت طبیعی مدل رفتارهای حمایتی آنان از ساختار سیاسی موجود، تغییر پیدا کرده و مدل‌های چالشی جایگزین آن می‌شود. مردم در شرایطی با نظام سیاسی خود به چالش برمی‌خیزند که دیگر آن را مشروع ندانند و از نظر آنان مسئولان سیاسی مقبولیت خود را از دست داده باشند. بنابراین، مشروعیت‌زدایی و مقبولیت‌زدایی برای ایجاد بحران، ناآرامی و بی‌ثبات‌سازی در جامعه هدف، از کارویژه‌های اصلی جنگ نرم به حساب می‌آید. با از دست رفتن مشروعیت و مقبولیت یک نظام سیاسی در بین مردم، به راحتی زمینه‌های لازم برای تغییر آن ساختار و نظام سیاسی و جایگزین شدن یک نظام و ساختار جدید فراهم می‌شود (محمدی، ۱۳۹۵، ص ۲۴).

### ۲-۳. جنگ رسانه‌ای

جنگ رسانه‌ای یکی از مصادیق جنگ نرم است. نقش رسانه در جنگ نرم تا جایی است که گاهی جنگ نرم را جنگ رسانه‌ای می‌خوانند (همان، ص ۳۱). «جنگ رسانه‌ای» استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها به منظور دفاع از منافع ملی است. این جنگ میان خبرنگاران خیرگزاران، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد؛ اما واقعیت آن است که در پشت این جدال ژورنالیستی، چیزی به نام «سیاست رسانه‌ای یک کشور» نهفته است که مستقیماً توسط بودجه‌های رسمی مصوب پارلمان‌ها یا بودجه‌های سری سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی تغذیه می‌شود. سربازان جنگ رسانه‌ای، متخصصان تبلیغات، استراتژیست‌های تبلیغات بین‌المللی و کارگزاران رسانه‌ها هستند (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۵۶). هدف جنگ رسانه‌ای، اگرچه در نهایت تغییر کارکرد و عملکرد دولت‌ها است، اما به طرز ملموسی به جای هدف قرار دادن مستقیم دولت‌ها، ملت‌ها را هدف بمباران خود قرار می‌دهد (همان، ص ۲۵۷). بر این اساس و با توجه به اهمیت نقش رسانه‌ها در کنترل و شکل‌دهی افکار عمومی، امروزه دولت‌ها می‌کوشند کنترل رسانه‌ها را در اختیار بگیرند، تا اهداف و سیاست‌های خود را در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی پیگیری و اجرایی نمایند که از آن به عنوان «دیپلماسی رسانه‌ای» یاد می‌شود. رسانه‌های عمومی می‌توانند وضعیت مناسب را زمینه‌سازی و تعریف کنند، رویدادها و شخصیت‌های خاص و تأثیرگذار را برجسته نمایند، نقش سیاست‌ها و رفتارهای دیپلماتیک را سازماندهی کنند و حتی مباحث مذاکره‌ای را شتاب دهند یا کند کنند (قربانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۱). جنگ رسانه‌ای شامل سه بُعد اصلی است: عملیات شناختی، عملیات اقناعی و عملیات روانی. این سه عملیات در واقعیت اغلب هم‌پوشانی دارند و نمی‌توان آن‌ها را کاملاً از یکدیگر تفکیک کرد، اما در مقام نظر، برای وضوح مفهوم جنگ رسانه‌ای، تفکیک می‌شوند.



### ۳-۳. جنگ شناختی<sup>۱</sup> (ادراکی)

در جنگ شناختی عاملان تهدید در پی اثرگذاری بر نظام شناختی مخاطبان هستند. در واقع حقایق یک واقعه به صورت گسترده‌ای از طریق متن، صدا و تصویر تغییر پیدا می‌کنند. این تکنیک‌ها به بسیاری از بازیگران این امکان را می‌دهند تا ادراک و فهم مردم را مدیریت کنند (عبداله‌خانی، ۱۳۸۶، ص ۶۹). آنها در این زمینه از روش‌های تغییر ذهن بهره می‌گیرند. در واقع جنگ شناختی بر اذهان و حوزه‌های ذهنی متمرکز است. از این‌رو، این نوع عملیات به جای اینکه مخاطب را تهییج یا یک باره و فوری به واکنش وادار کند، نگرش آنها را نسبت به مسائل اساسی مانند ایده حاکمیت تحت تأثیر قرار می‌دهد (محمدی، ۱۳۹۵، ص ۲۷). از اهداف اساسی جنگ شناختی، تأثیر بر ساحت اعتقادی جامعه هدف است؛ زیرا باورها و اعتقادات برای هر بازیگری از اعتبار بنیادی برخوردار است. باورها مالک و فرمانده وجود ما و ایجادکننده رفتارهای ما هستند. در نتیجه تغییر باورها و اعتقادات، تغییر در ارزش‌ها و رفتارها را به دنبال خواهد داشت (باقری چوکامی، ۱۳۹۵، ص ۱۶۰). به عبارتی، جنگ ادراکی، به دنبال تأثیر بر نگرش‌ها، باورها، عقاید، اهداف و ارزش‌های طرف مقابل با هدف ایجاد تغییر در رفتار مخاطبان است. همچنین در جنگ ادراکی از طریق مدیریت ادراک مخاطبان تلاش می‌شود، با نفوذ در احساسات، انگیزه‌ها، استدلال‌ها و ارزیابی‌های راهبردی نخبگان، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیرندگان در موضوعات مختلف و اساسی، آن‌ها را دست‌خوش اشتباه محاسباتی یا تغییر رفتار کنند.

### ۴. روش تحقیق

در این تحقیق برای شناخت راهبردهای عملیات روانی صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی در موضوع کرونا در ایران، از روش تحلیل مضمون استفاده شد. تحلیل مضمون یکی از پرکاربردترین شیوه‌های تحلیل داده‌های کیفی است که پژوهشگران با آن به دسته‌بندی و ایده‌یابی می‌پردازند (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰).

در این پژوهش، تمامی پست‌های اینستاگرامی بی‌بی‌سی فارسی مربوط به موضوع کرونا در ایران در یک بازه زمانی هشت ماهه (از ابتدای اسفند ۱۳۹۸ تا پایان مهر ۱۳۹۹) بررسی و مهم‌ترین مضامین آن‌ها استخراج و تحلیل شده است. استخراج مضامین با استفاده از نرم‌افزار مکس کیو.دی.ای<sup>۲</sup> انجام شده است. با اتخاذ راهبرد نمونه‌گیری هدفمند و استفاده از روش نمونه‌گیری پیشینه‌تغییرات، نمونه مناسب انتخاب و داده‌های مورد نیاز تحقیق از آن‌ها گردآوری شد. در اجرای روش تحلیل مضمون نیز از تکنیک تحلیلی «شبکه مضامین» استفاده شده است.

1. Cognitive war

2. MaxQDA



## ۵. یافته‌های تحقیق؛ راهبردهای عملیات شناختی

پیام‌هایی که افکار بنیادین را تحت تأثیر قرار می‌دهند، پیام‌های شناختی محسوب می‌شوند؛ اینگونه پیام‌ها «منطق تحلیل» فرد را تغییر می‌دهند. از آنجاکه قاب روایت را رسانه‌ها می‌بندند و از طریق کاشت فکری به اندیشه مخاطبان جامعه هدف جهت می‌دهند، بنابراین، در جنگ شناختی با به‌هم ریختن توان ذهنی و تحلیلی مخاطبان، آنها را دچار سردرگمی ادراکی می‌کنند. در عملیات‌های شناختی، دشمن تمام همت خود را مصروف تصویرسازی از واقعیت و ارائه روایتی خاص از حقیقت می‌کند. بی‌بی‌سی فارسی به عنوان یک رسانه معاند، می‌کوشد در سطح عملیات شناختی با به‌کارگیری توان روایت‌سازی خود از واقعیت‌ها و رویدادها، روایتی جهت‌دار از آن رویدادها ارائه کند و از این طریق اعتقاد و باور مخاطبان را نسبت به آنها تغییر دهد. تحلیل پیام‌های صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی درباره وضعیت کرونا در ایران نشان می‌دهد که این رسانه با بهره‌گیری از راهبردهای جنگ شناختی و اصول روان‌شناسی اجتماعی، مخاطبان را برای انجام رفتارهای خلاف ارزش‌های پایدار و بنیادی اغوا کرده است. بی‌بی‌سی کوشیده تا با قرار دادن مخاطبان فارسی‌زبان در وضعیت‌های دوگانه، آنها را به انجام کنش‌های مغایر با ارزش‌های دینی تحریک کند. در نتیجه آنان در انجام چنین کنش‌هایی دچار ناهماهنگی شناختی شده و برای از بین بردن این ناهماهنگی، به ناچار با بازتفسیر ارزش‌ها و باورهای خود، آنها را دستکاری و متناسب با رفتارهای خود می‌کنند. تحلیل پیام‌های صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی در هشت ماه ابتدایی دوران پاندمی کرونا در ایران، نشان می‌دهد که این رسانه به شکلی پیچیده و چندوجهی، عملیات شناختی خود را با بهره‌گیری از راهبردهای رسانه‌ای طراحی و اجرا کرده است. نتایج به دست آمده نشانگر آن است که بی‌بی‌سی فارسی در دوران کرونا در ایران، با اجرای دو راهبرد «تخریب چهره دین» و «تضعیف باورهای دینی» به عملیات شناختی پرداخته و در این نوع عملیات، باورهای دینی مخاطب ایرانی را نشانه گرفته است. این عملیات کوشیده تا با هدف قرار دادن باورها و اعتقادات مردم، نگرش و رفتار آنان در قبال دین، نهادهای مذهبی و نظام حاکم را تغییر دهد. در ادامه به بررسی تفصیلی راهبردهای عملیات شناختی بی‌بی‌سی در موضوع کرونا در ایران پرداخته می‌شود.

### ۵-۱. تخریب چهره دین

یافته‌های تحقیق نشانگر آن است که بی‌بی‌سی فارسی در هشت ماه ابتدایی شیوع کرونا در ایران، راهبرد تخریب چهره دین را از طریق «قم‌هراسی» و «تخریب وجهه چهره‌های مذهبی» به پیش برده است. در این راهبرد عملیات شناختی، بی‌بی‌سی فارسی کوشید با برجسته‌سازی موضوع تعطیلی اماکن دینی، این خط خبری را دنبال کند که به‌رغم نقش محوری اماکن دینی در شیوع کرونا، برخی از نهادها و شخصیت‌های برجسته دینی با تعطیلی این اماکن مخالفت کرده‌اند. تحلیل مضامین پست‌های صفحه



اینستاگرامی شبکه بی‌بی‌سی فارسی نشان می‌دهد که این شبکه با پوشش جهت‌دار اخبار مربوط به کانون شیوع بیماری کرونا در ایران و نیز نحوه رفتار افسار متدین در ایران درخصوص مراعات شیوه‌نامه‌های بهداشتی، تخریب چهره دین را از طریق قم‌هراسی و تخریب چهره افراد متدین در دستورکار خود قرار داده است. در ادامه هر کدام از این مقولات با تفصیل بیشتری بحث خواهند شد.

### ۵-۱-۱. قم‌هراسی

همه چیز از روایت‌های ناقص بی‌بی‌سی شروع شد، با اخباری همچون «وزارت بهداشت ایران اعلام کرد ۲ نفر بر اثر ویروس کرونا چهارشنبه ۳۰ بهمن ۱۳۹۸ در شهر قم جان خود را از دست دادند. این اولین اعلام رسمی ایران از وجود ویروس کرونا در کشور است». عملیات قم‌هراسی با انتشار اخبار هدفمند در صفحه اینستاگرامی بی‌بی‌سی آغاز شد. این رسانه تمام ظرفیت عملیاتی خود را به کار بست تا قم را کانون انتشار ویروس کرونا در ایران معرفی کند. از جمله آن می‌توان به این پست بی‌بی‌سی اشاره کرد:



بررسی اخبار اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی در اسفند سال ۹۸ و فروردین سال ۹۹ نشان می‌دهد که شهر مقدس قم به‌مثابه نماد هویت دینی، با فعالیت‌های رسانه‌ای بی‌بی‌سی به عنوان منشأ کرونا معرفی شد و این رسانه قم‌هراسی را در صدر اقدامات و فعالیت رسانه‌ای خود قرار داده است. این اخبار توسط

۱. بعضی از رسانه‌های معاند موضعی کاملاً آشکار نسبت به جمهوری اسلامی دارند و مخالفت خود را رسماً اعلام می‌کنند (مثل voa که در اخبار خود موضع وزارت امور خارجه را اعلام می‌کند). اما با توجه به سابقه حرفه‌ای‌گری، بی‌طرفی و عدم اتخاذ موضع صریح بی‌بی‌سی. و پیچیدگی و چندلایه بودن عملکرد این شبکه در حوزه جنگ رسانه‌ای، این شبکه تلاش می‌کند کاملاً نرم و تدریجی نفوذ خود را تا لایه‌های عمیق پیش ببرد. لذا، در اطلاع‌رسانی خود نیز چندلایه عمل کرده، و پیام صریح و موضع تخریب به صورت شفاف، کمتر قابل مشاهده است.



این رسانه معاند در حالی منتشر شد که به باور ناظران و کارشناسان، شیوع کرونا از قم و سرایت آن از این شهر به شهرهای دیگر با موقعیت جغرافیایی استان قم مغایرت داشت؛ چراکه قم در مرکز کشور قرار گرفته و به دلیل فقدان فرودگاه و نداشتن مرز آبی یا خاکی با کشورهای دیگر، گردشگران، طلاب علوم دینی و تجار خارجی به صورت مستقیم امکان ورود به آن را ندارند و ورود این افراد به قم منوط به عبور آنها از استان‌های دیگر کشور است. همچنین یک فوق تخصص<sup>۱</sup> نیز با دروغ خواندن قم به عنوان منشأ ویروس کرونا، اظهار داشت: «قم اولین شهری است که ویروس را شناسایی کرد و متوجه خطر شد ... برای اولین بار در قم ویروس را شناسایی کردیم و به وزارت بهداشت خبر دادیم، و الا در شهرها بود و کسی خبر نداشت و در اصل باید مسئولین مدیون متخصصین شهر قم باشند»<sup>۲</sup>. بی‌بی‌سی فارسی از القاء تفکر قم‌هراسی به منزله ابزاری جهت تصویرسازی منفی از دین و نمادهای دینی بهره جست و کوشید در ذهن مخاطبان خود شروع و شیوع بیماری کرونا در ایران را به موضوع دین و افراد دیندار پیوند دهد. در واقع، بی‌بی‌سی فارسی با هدف تخریب چهره انقلاب، تشیع و روحانیت بر آتش قم‌هراسی دمید. شهر قم به عنوان پایگاه اصلی معارف اهل بیت (ع) و خاستگاه انقلاب اسلامی بوده که بزرگ‌ترین حوزه علمیه شیعی را نیز در دل خود جای داده است و دشمنان انقلاب، عملیات «قم‌هراسی» را برای ضربه به مبدأ و خاستگاه انقلاب اسلامی طراحی و اجرا کردند.

### ۵-۱-۲. تخریب وجهه افراد متدین

تصمیم ستاد ملی مبارزه با کرونا مبنی بر تعطیلی اماکن مذهبی (مساجد و بقاع متبرکه) به دلیل پیشگیری از شیوع کووید ۱۹، باعث بروز برخی اقدامات نابهنجار از سوی افراد ظاهراً متدین و مقاومت بخشی از مردم به تعطیلی این اماکن شد. بی‌بی‌سی فارسی با بزرگ‌نمایی این گونه رفتارها، تصویری متحجرانه و خرافی از افراد مذهبی بازنمایی کرد. هزاران مراسم در شب‌های قدر و عید غدیر برگزار شد، اما بی‌بی‌سی فارسی با ذره‌بین دنبال مراسم انگشت‌شماری بود که احیاناً در آن شیوه‌نامه‌های بهداشتی رعایت نمی‌شد. در مقابل، این رسانه انگلیسی در همان زمان تصویری از سواحل پرازدحام بریتانیا و اروپا را منتشر می‌کند، البته بدون کمترین اشاره‌ای به عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی. بی‌بی‌سی فارسی در روزهای ابتدایی شیوع پاندمی کرونا در ایران، برای پوشش اخبار قربانیان کرونا از تصاویر هیئات عزاداری به عنوان زمینه خبر استفاده می‌کرد. در روزهای عزاداری محرم نیز بار دیگر بی‌بی‌سی کوشید تا به هر نحو ممکن علیه اقدار مذهبی مردم ایران پیام‌هایی را منتشر کند. این رسانه، در حالی که مردم ایران برنامه‌های عزاداری در فضای سر بسته و حتی سفر به کربلا در زمان اربعین را تعطیل کردند، باز هم کوشید با انتخاب

۱. دکتر محبی فوق تخصص جراحی توراکیس بیمارستان علی بن ابیطالب قم.

۲. خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۲۰ اسفند ۱۳۹۸، کد خبر 83707650



تصاویر جهت‌دار، تلفات کرونا را به اقشار مذهبی و مراسم دینی نسبت دهد. مانند خبر زیر:



در این خبر، بی‌بی‌سی فارسی آمار ابتلا و مرگ‌ومیر کرونا در ایران را در توضیح تصویر عزاداران محرم منتشر کرده است. بی‌بی‌سی از این طریق کوشیده است تا به صورت غیرمستقیم افزایش آمار ابتلا و مرگ ناشی از کرونا در ایران را به مراسم مذهبی پیوند دهد. اتاق‌فکر رسانه ملکه انگلیس، با هدف قرار دادن اقشار متدین جامعه در مقابل سلامت جامعه، کوشیده است تا با انتساب تصاویر و فیلم‌های اقدامات خلاف عقل -لیسیدن ضریح- افراد مرتبط با جریان‌های افراطی - بیت شیرازی- به اقشار متدین جامعه، آنان را مانع برنامه مقابله با بیماری کرونا و عامل گسترش این ویروس معرفی کند. همچنین از آنجاکه دین روح حاکم بر فرهنگ ایرانی است و طبعاً افراد متدین نیز به مثابه نماد این فرهنگ تلقی می‌شوند، بی‌بی‌سی کوشید با برجسته‌سازی رفتارهای نامتعارف معترضین به بسته شدن اماکن مذهبی، تصویری ارتجاعی و ضد فرهنگ از اقشار دیندار بازنمایی کند. برخی از اخبار بی‌بی‌سی که سعی در القاء عدم التزام مردم متدین به شیوه‌نامه‌های بهداشتی دارند، به شرح ذیل است: «با وجود وضعیت قرمز کرونا در مشهد، مراسم عید غدیر برگزار شده است»؛<sup>۱</sup> «مردم در تشییع یک فرمانده سپاه بدون رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی شرکت کرده‌اند، در حالی که دولت ایران و نهادهای مذهبی به مردم در مورد برگزار نکردن مراسمات هشدار داده‌اند»؛<sup>۲</sup> «مراسم نیمه شعبان در سایه کرونا؛ در روزهای اخیر با نزدیک شدن به نیمه شعبان، نیروهای منتسب به بسیج با اجرای موزیک و آواز به استقبال این روز رفته‌اند»؛<sup>۳</sup> «درب مسجد

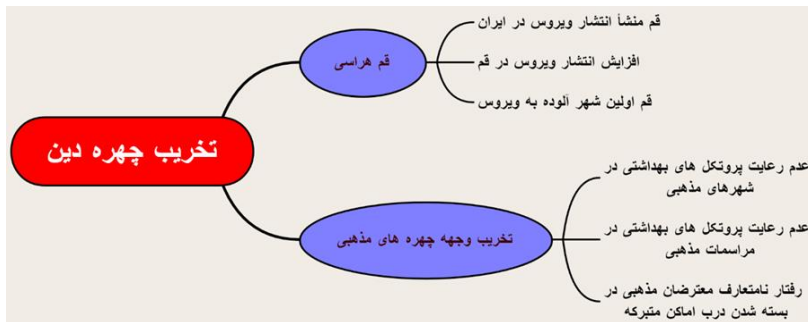
۱. زمان انتشار پست ۱۸ مرداد ۹۹.

۲. زمان انتشار پست فروردین ۹۹؛ سخنگوی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در واکنش به برخی انتقادات از تشییع عمومی یکی از سرداران سپاه در شرایط شیوع ویروس کرونا در کشور گفت که این مراسم برنامه‌ریزی شده نبوده و به صورت خودجوش برگزار شده است. به گزارش ایسنا، سردار رمضان شریف با اشاره به انتقادات از تشییع عمومی سردار حسین اسداللهی، تأکید کرد: سپاه خود را ملزم به رعایت تمهیدات و تصمیمات ستاد ملی مبارزه با کرونا می‌داند و حضور مردمی در تشییع و تدفین ایشان خودجوش بوده است (منبع خبر: www.saat24.news، کد خبر ۴۸۸۱۶۳، تاریخ انتشار خبر ۵ فروردین ۹۹).

۳. زمان انتشار پست آبان ماه ۹۹.



جامع چابهار توسط معترضین به عدم برگزاری نماز جمعه شکسته شد» و... انتشار این اخبار جهت‌دار در حالی است که آیت‌الله خامنه‌ای (۱۳۹۹/۵/۱۰) در سخنرانی تلویزیونی به مناسبت عید سعید قربان، در رابطه با عزاداری‌های محرم فرمودند: «من می‌خواهم تأکید کنم در عزاداری‌ها معیار آن چیزی است که کارشناسان بهداشت به ما می‌گویند. بنده خودم شخصاً هرچه را که آن‌ها لازم بدانند، مراعات خواهم کرد. توصیه من به هیئات، منبری‌ها، مداح‌ها و دیگران این است که هر کاری می‌کنید، بینید ستاد ملی کرونا چه می‌گوید، اگر ضابطه‌ای تأیید کردند، همه ما موظفیم آن را رعایت کنیم». مردم متدین ایران نیز برخلاف انگارسازی‌های صورت گرفته توسط بی‌بی‌سی، طبق سخنان رهبری، در هیئات مذهبی پروتکل‌ها را در مراسم عزاداری مراعات کردند. گزارش‌های پژوهشی از شهرهای مختلف نیز حاکی از التزام بسیار بالای متولیان هیئات و نیز شرکت‌کنندگان در مراسم سوگواری محرم به شیوه‌نامه‌های مصوب ابلاغ شده از سوی ستاد ملی کرونا در محرم سال ۱۳۹۹ بوده است (مولایی آرانی، ۱۳۹۹).



نمودار ۱- شبکه مضامین تخریب چهره دین

## ۵-۲. تضعیف باورهای دینی

در دوران همه‌گیری ویروس کرونا، بی‌بی‌سی فارسی با ایجاد دوگانه‌های «سلامت و مناسک دینی»، «سلامت و زیارت»، «سلامت و مراسم سوگواری محرم»، «تقابل علم و دین» و «ایجاد دوگانگی بین طب اسلامی و طب مدرن»، تضعیف باورهای دینی را در دستور کار خود قرار داد. بی‌بی‌سی با برجسته‌سازی تعطیلی اماکن دینی، زیارتگاه‌ها، تجمعات و مراسم‌های مذهبی در دوران کرونا، کاهش حضور مردم در اماکن مذهبی و نیز کاهش مشارکت آنان در مراسم دینی را به معنای تضعیف باورهای دینی مردم بازنمایی کرد. در ادامه توصیفی تفصیلی از دوگانه‌سازی‌های بی‌بی‌سی در موضوع کرونا در ایران ارائه می‌شود.

## ۵-۲-۱. دوگانه سلامت و مناسک دینی

از دیدگاه امیل دورکیم، باورها و مناسک دو عنصر بنیادین دین هستند. باورها شامل معارف و در حوزه



فکر و اندیشه است، در حالی که مناسک<sup>۱</sup> را با رویکردی اجتماعی، می‌توان مجموعه‌ای از الگوهای رفتاری و شیوه‌های هماهنگی و باهم‌بودگی، دعاها و اوراد و روابط حسی و عاطفی تعریف کرد که در یک نظم معنایی خاص قرار گرفته و نمایان‌گر نوعی تعلق به یک یا چند باور یا آیین دینی، عقیدتی، سیاسی، اجتماعی، قومی، و غیره بوده و میان گروه‌های اجتماعی مبادله یا منتقل می‌شوند (بشیر، ۱۳۹۹، ص ۲۲).

این دو عنصر درهم تنیده‌اند، به طوری که جدا ساختن آنها در واقعیت امکان‌پذیر نیست. از این‌رو، مناسک دینی تجلی باورهای دینی هستند. در حقیقت از کارکردهای اجرای مناسک مذهبی، آشکارسازی و عینیت‌بخشی به عقاید، بینش‌ها و حفظ و تقویت باورها و ارزش‌ها و در نتیجه تحکیم و استمرار فرهنگ دینی است. پیروان ادیان مختلف، در هنگام مواجهه با بحران‌های بزرگ از جمله بیماری‌های فراگیر، از مناسک دینی به‌ویژه مناسک جمعی برای یاری جستن از نیروی الهی به‌منظور رفع بحران و رهایی از اضطراب ناشی از آن استفاده می‌کنند و به همین دلیل، برگزاری مراسم دعا و مناجات و استغاثه جمعی، گسترش می‌یابد. اما شیوع همه‌گیری کرونا، موجب تحمیل فاصله‌گذاری اجتماعی شد و این موضوع بر مناسک دینی اثر گذاشت و در مقطعی آنها را به تعطیلی کشاند. در چنین شرایطی بی‌بی‌سی فارسی با انتشار اخبار هدفمند، این گزاره را در ذهن مخاطب ایجاد کرد که با اجرای مناسک مذهبی، سلامت مردم با خطر مواجه می‌شود. از جمله مناسکی که در دوران کرونا بی‌بی‌سی فارسی آن را منحل سلامت جمعی تلقی کرد، مراسم قربانی عید قربان بود. عید قربان به عنوان یکی از اعیاد بزرگ اسلام، در ایران مانند بسیاری از کشورهای اسلامی، با مراسم خاص و شکوهی ویژه برگزار می‌شود. اما، آن‌گونه که در تصویر زیر مشاهده می‌شود، بی‌بی‌سی فارسی قصد داشت با بزرگ‌نمایی تب و ویروس کریمه کنگو و سرایت آن از دام به انسان در اثر ذبح و مصرف دام آلوده، با ایجاد ترس از انتقال این ویروس از طریق مناسک قربانی، این مراسم را با سلامت مردم در تضاد قرار دهد. مانند خیر زیر:



1. Rituals



### ۵-۲-۲. دوگانه سلامت و زیارت

بی‌بی‌سی در ذیل تاکتیک دوگانه سلامت و زیارت، زیرسؤال بردن اعتقادات دینی و تقدس‌زدایی از اماکن مقدس را در دستور کار خود قرار داد. از آنجاکه از دیدگاه عموم مردم ایران، این اماکن حرم‌های امن الهی شمرده می‌شوند، بی‌بی‌سی با برجسته‌سازی آلودگی اماکن مذهبی به ویروس کرونا و تأکید بر ضرورت خودداری مؤمنان از حضور در این اماکن، کوشید بسته بودن اماکن مذهبی و حضور اندک زائران در این اماکن را به عنوان نشانه کاهش التزام دینی مردم بازنمایی کند. این در حالی است که مراعات دستورات کارشناسان بهداشتی از سوی اقشار متدین نه تنها با مبانی باورهای دینی منافات ندارد، بلکه نشانه تقیّد به باورهای دینی و احکام شرعی است.

بی‌بی‌سی در خبر زیر با مرتبط‌سازی همزمانی شیوع موج دوم کرونا با بازگشایی اماکن مذهبی، با تصریح به «بسیار شلوغ بودن» این اماکن و نیز حضور سالانه «هزاران زائر از دیگر کشورهای جهان» در این اماکن، عملاً به برجسته‌سازی نقش این زیارتگاه‌ها در شیوع کرونا در ایران می‌پردازد. استفاده از گنبد و گلدسته بارگاه امام هشتم (ع) به عنوان زمینه خبر در این تصویر نیز به انتقال پیام فوق کمک می‌کند.



### ۵-۲-۳. دوگانه سلامت و مراسم سوگواری محرم

در ایام محرم و صفر عشق و ارادت اقشار مختلف مردم ایران از هر دین و مذهبی به سالار شهیدان، صحنه‌هایی بی‌بدیل را در منظر جهانیان به نمایش می‌گذارد. هر ساله، افزون‌بر شرکت گسترده مردم در مراسم سوگواری محرم، در ایام منتهی به اربعین حسینی نیز میلیون‌ها زائر حسینی از ایران و سراسر جهان راهی کربلا می‌شوند. همین امر رسانه‌های دین‌ستیز نظام سلطه را بر آن داشته تا علیه این مراسم باشکوه که مانور اقتدار شیعیان است، عقده‌گشایی کنند. در ادامه همین خط رسانه‌ای، در دوران کرونا، بی‌بی‌سی



فارسی با راه اندازی دو قوطبی سلامت - سوگواری محرم، کوشید موجبات کم‌زنگی این مراسم را فراهم آورد. برای این منظور، بی‌بی‌سی تفاوت موضع علما، روحانیون و اқشار مذهبی در مورد تعطیلی و عدم تعطیلی اماکن متبرکه را برجسته کرده است. در روزهای قبل از ایام سوگواری محرم، صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی با انتشار پست‌هایی از علما، مراجع و مداحان در مورد درخواست از مردم برای برگزاری گسترده و باشکوه مراسم محرم، به‌رغم توصیه‌های مؤکد کادر درمان و بهداشت به رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی، در صدد بازنمایی مخالفت روحانیت و اқشار مذهبی با نظرات کارشناسان سلامت و بی‌اهمیتی آنان به سلامت و جان مردم بود. این در حالی بود که هم‌زمان با محرم‌هراسی و ایجاد اختلاف در بین مردم ایران توسط بی‌بی‌سی فارسی، بی‌بی‌سی جهانی از برگزاری کنسرت بدون استفاده از ماسک در نیوکاسل انگلیس خبر می‌دهد. پست‌های زیر نمونه‌ای از پوشش خبری جهت‌دار مراسم سوگواری از سوی بی‌بی‌سی فارسی است:





### ۵-۲-۴. تقابل طب اسلامی و طب مدرن

از جمله دوگانه‌های صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی درخصوص انتشار اخبار سوگیرانه کرونا در ایران، برجسته‌سازی تقابل میان طب اسلامی و طب مدرن است. به عنوان مثال، در خبر زیر با طرح سؤال «ماسک می‌زنی، گوش را چکار می‌کنی؟» به نقل از یک روحانی -به عنوان نماینده طب اسلامی-، به انتقال ویروس کرونا از طریق گوش اشاره کرده است. در این خبر، تقابل طب اسلامی و طب مدرن از طریق اشاره به حضور این روحانی بدون مراعات شیوه‌نامه‌های بهداشتی طب مدرن و استفاده او از روش‌های طب اسلامی القاء شده است.

ماسک می‌زنی، گوش را چکار می‌کنی؟ " این بخشی از صحبت‌های یک روحانی است که خود را نماینده #طب\_اسلامی اسلامی معرفی می‌کند. او با حضور در بیمارستان و ملاقات با بیماران مبتلا به کرونا بدون استفاده از وسایل حفاظتی، از روش‌های طب اسلامی استفاده می‌کند. یک شهروند که گفته می‌شود پزشک است به صحبت‌های او پاسخ داده

### ۵-۲-۵. تقابل علم و دین

یکی از تاکتیک‌های صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی در دوران کرونا و هم‌زمان با ماه مبارک رمضان و ماه محرم، القای تقابل دین و علم از طریق ارائه تصویری غیرعقلانی و ضد علم از دین اسلام بود. اگرچه متولیان این رسانه بارها کوشیدند با انتشار اخبار سوگیرانه در مورد برگزاری تجمعات دینی در ایام کرونا، این موضوع را برجسته کنند، اما هربار تأکید رهبر انقلاب و مراجع تقلید بر لزوم رعایت دستورات ستاد ملی مقابله با کرونا، خواب آنها را آشفته می‌کرد. در این راستا، بی‌بی‌سی فارسی تلاش کرد که شیوه‌نامه‌های بهداشتی کمیته علمی ستاد ملی مبارزه با کرونا در مورد تعطیلی اماکن مذهبی و برگزاری نماز جمعه و دیگر مراسم مذهبی را در مقابل دین قرار دهد و از این طریق به ایجاد تقابل میان نهاد علم و



امر دینی دامن بزند. در این زمینه می توان به اخبار ذیل اشاره کرد:



به گزارش سایت خبری "آستان" bbcpersian حضرت معصومه<sup>س</sup> برگزاری نمازهای جماعت، مراسم مذهبی و برنامه های فرهنگی حرم بر اساس مصوبه شورای تامین استان قم به صورت موقت تعطیل شده است. بنا بر این گزارش این تصمیم و همین طور نصب نرده های حائل دور ضریح برای "پیشگیری از شیوع ویروس کرونا" گرفته شده است.

بسته بودن اماکن مذهبی ایران در دو ماه اخیر با انتقاد گروه های تندرو همراه بوده است. از سوی دیگر، دیر تعطیل شدن مکان های زیارتی بویژه در قم و مشهد و قرنطینه نکردن قم که قانون شیوع کرونا در ایران بود، انتقاد پزشکان و فعالان اجتماعی را در پی داشته است. بیشتر مراجع نزدیک به حکومت درباره تعطیلی این اماکن نظر قطعی ندادند. با اینحال بعضی از رسانه های نزدیک به محافظه کاران، دولت را به خاطر بستن آنها سرزنش کردند.

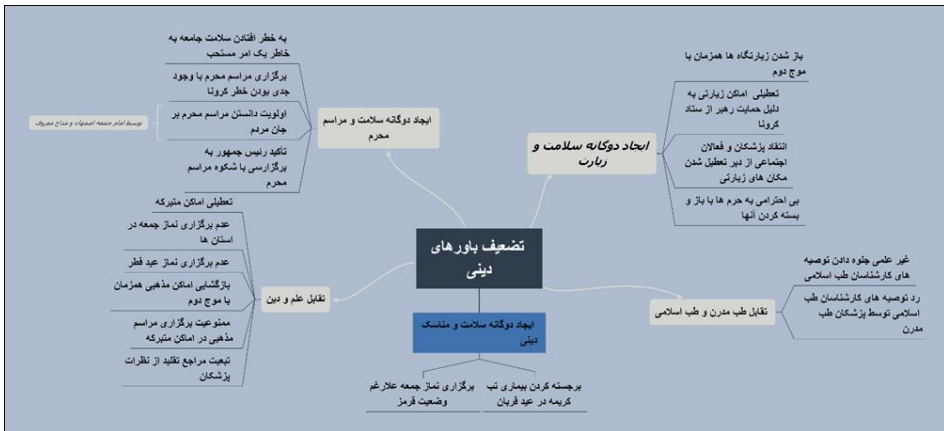
>1w



در حقیقت با انتشار اخبار هدفمند، بی بی سی سعی دارد که از دین یک تصویر عقل ستیزانه و ضد علم ارائه دهد. این در حالی است که در چهل سال گذشته جمهوری اسلامی به مثابه یک نظام دینی، بیشترین توجه را به پیشرفت علم داشته و کمتر کسی قادر به انکار این حقیقت است. دعوت رهبر انقلاب و مراجع تقلید از مردم برای رعایت شیوه نامه های بهداشتی، نشانگر ضرورت شرعی مراعات این توصیه ها و در نتیجه پیوند وثیق میان علم و دین است. البته، بدیهی است که دین اسلام در مورد مبانی، ماهیت و جهت گیری علم واجد موضع دقیق و مستدل بوده و با انکار ساحت های عقلی، شهودی و وحیانی علم و منحصر کردن علم به علوم سکولار و مادی مخالف است. اما برخلاف تبلیغات سوگیرانه رسانه های معاند و به ویژه بی بی سی، تاریخ اسلام بهترین گواه پشتیبانی از و تشویق به تعلیم و تعلم است. اقتضای قاعده فقهی «لاضرر» (لاضرر و لااضرار فی الاسلام)، التزام به احکام اسلام، مستلزم عدم تحمیل ضرر و زیان غیرمتعارف بر مکلف است؛ بنابراین، انجام مناسک غالباً مستحب مثل زیارت اماکن مقدس، نماز جماعت، مجالس دعا و روضه، در صورتی که ترس از احتمال ابتلای به ویروس و عوارض تبعی آن در میان باشد، قطعاً غیرمجاز و فاقد مجوز شرعی خواهد بود. همچنین عقل عملی صراحتاً بر لزوم حفظ



جان خود و دیگران، به هنگام احتمال بروز خطر (بیماری و مرگ) تأکید دارد؛ از این رو، حتی با فرض ضعیف بودن احتمال ابتلا به ویروس و عوارض ناشی از آن، به دلیل سنگین بودن محتمل (بیماری و مرگ)، این محدودسازی همه مناسبات ساختاری و فرایندی که این احتمال را تشدید می‌کند، تصمیمی کاملاً معقول و موجه خواهد بود؛ به عبارت دیگر، شرع و دین هیچ‌گونه منافاتی با علم و عقل ندارد.



نمودار ۲- شبکه مضامین تضعیف باورهای دینی

## ۶. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل راهبردهای جنگ شناختی صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی علیه جمهوری اسلامی ایران، به‌ویژه در بستر بحران جهانی شیوع ویروس کرونا انجام گرفت. با توجه به جایگاه بی‌بی‌سی فارسی به عنوان یکی از شبکه‌های پرمخاطب در فضای مجازی ایران و همچنین نقش فزاینده رسانه‌ها در جنگ نرم و جنگ رسانه‌ای، درک چگونگی بهره‌برداری رسانه‌های معاند از موقعیت‌های بحرانی برای مدیریت افکار عمومی و تحریک عواطف مخاطبان از اهمیت بالایی برخوردار است. این مطالعه با تمرکز بر عملیات شناختی، که هدف اصلی آن اثرگذاری عمیق و بلندمدت بر نظام شناخت مخاطبان و در نهایت تغییر تحلیل، استدلال، باورهای بنیادین و رفتار آنان است، به کاوش در راهبردهای بی‌بی‌سی فارسی در هشت ماه ابتدایی بحران کرونا در ایران (از اسفند ۱۳۹۸ تا مهر ۱۳۹۹) پرداخت. این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون پست‌های اینستاگرامی بی‌بی‌سی فارسی در هشت ماه ابتدایی شیوع کرونا، توانست راهبردهای جنگ شناختی این شبکه علیه ایران را شناسایی و استخراج کند. نتایج تحقیق نشان داد که بی‌بی‌سی فارسی، عملیات شناختی خود را بر پایه دو راهبرد اصلی و محوری استوار کرده بود:

**نخست: تخریب چهره دین؛** این راهبرد با هدف کاهش اعتماد عمومی نسبت به جایگاه دین و



نمادهای دینی دنبال شد. تاکتیک‌های زیرمجموعه این راهبرد عبارتند از: «قم‌هراسی»؛ با انتساب مبدأ شیوع ویروس کرونا به شهر قم و اماکن مذهبی آن، تلاش شد تا این پایگاه‌های دینی به عنوان منشأ خطر و شیوع بیماری معرفی شده و در باورهای مردم نسبت به قداست و سلامت آن‌ها تردید ایجاد شود. «تخریب و هراس از افراد متدین»؛ این عملیات با ارائه تصویری ناخوشایند و غیرمنطقی از افراد متدین و روحانیون، به‌ویژه در ارتباط با تصمیمات نادرست و اقدامات غیرعقلانی در شیوع بیماری، تلاش کرد تا چهره متدینین را خدشه‌دار کند. به‌طور مثال، اخبار و تصاویر مربوط به عدم رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی در مراسم مذهبی و تشیع جنازه‌ها به این منظور پخش شد. هدف اصلی این اقدام، به چالش کشیدن اعتبار و جایگاه دین و کاهش اعتماد عمومی به آن بود.

**دوم: تضعیف باورهای دینی:** این راهبرد با هدف ایجاد سردرگمی ذهنی و چالش در باورهای دینی مخاطب ایرانی و در نهایت تحول رفتارهای جامعه در مواجهه با نظام سیاسی و اجتماعی ایران طراحی شده بود. بی‌بی‌سی فارسی برای نیل به این هدف، دوگانه‌های کاذب و تقابلی میان سلامت جامعه و آموزه‌های دینی ایجاد کرد. این دوگانه‌ها عبارتند از: «سلامت در برابر مناسک دینی»، مانند مراسم قربانی کردن در عید قربان؛ «سلامت در برابر زیارت و اماکن مقدس» از طریق القای آلودگی این اماکن و لزوم دوری از آن‌ها برای حفظ سلامت؛ «سلامت در برابر برگزاری مراسم محرم و عزاداری امام حسین (ع)» با هدف تخریب هویت دینی و انسجام اجتماعی جامعه ایران؛ «تقابل طب اسلامی و طب مدرن» با هدف تلاش برای بی‌اعتبار کردن طب اسلامی و قرار دادن آن در مقابل علم پزشکی؛ «تقابل علم و دین» با القای این تفکر که دین مانع پیشرفت علمی و عقلانیت است.

در مجموع، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عملیات شناختی صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی در پاندمی کرونا در ایران، به شکلی پیچیده و چندوجهی، با بهره‌گیری از راهبردهای رسانه‌ای طراحی و اجرا شده است. این عملیات کوشیده تا با هدف قرار دادن باورها و اعتقادات مردم، به تغییر نگرش و رفتار آنان در قبال دین، نهادهای مذهبی و نظام حاکم منجر شود. این پژوهش تاکید می‌کند که در دوران بحران‌ها، اینستاگرام به دلیل ماهیت بصری قوی، سرعت انتشار بالای اطلاعات و گستردگی مخاطبان، به ابزاری فوق‌العاده قدرتمند در جنگ شناختی تبدیل شده است. بی‌بی‌سی فارسی با استفاده از این بستر، توانست به صورت غیرمستقیم و نامحسوس و با بهره‌گیری از اصول روانشناسی اجتماعی، باورها و اعتقادات مخاطبان را هدف قرار دهد.



## منابع

- افتخاری، اصغر و همکاران (۱۳۸۹). قدرت نرم و سرمایه اجتماعی (با تأکید بر بسیج). تهران: دانشگاه امام صادق(ع)؛ دانشگاه جامع امام حسین(ع)، دانشکده و پژوهشکده پیامبر اعظم(ص).
- باقری چوکامی، سیامک (۱۳۹۵). موج چهارم جنگ نرم. قم: پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق(ع)، انتشارات زمزم هدایت.
- بشیر، حسن (۱۳۹۹). مجموعه مقالات دین، رسانه، کرونا. قم: دین و رسانه.
- حسینی، سید علی (۱۳۹۳). مبانی جنگ نرم و راهبردهای رسانه در تقابل با آن. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۹/۵/۱۰). بیانات در سخنرانی تلویزیونی به مناسبت عید قربان. قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=46146>
- خدایار، ابرهیمی (۱۳۹۹). ابعاد جنگ شناختی نظام سلطه علیه ایران با تأکید بر تاکتیک دوگانه‌سازی (مطالعه موردی ویروس کرونا). مطالعات عملیات روانی، شماره ۵۱، صص ۹۷-۱۱۲.
- زابلی زاده، اردشیر (۱۳۹۰). بی‌بی‌سی فارسی و انتخابات ۸۸ ایران. جستارهای سیاسی معاصر، ۶(۱۸)، صص ۱۲۳-۱۴۶.
- عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمدسعید؛ فقیهی، ابوالحسن (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی. اندیشه مدیریت راهبردی، شماره ۱۰، صص ۱۵۱-۱۹۸.
- عبداله‌خانی، علی (۱۳۸۶). جنگ نرم ۳: نبرد در عصر اطلاعات. تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
- غفاری قدیر، جلال؛ یاری، بهروز (۱۳۹۶). بازنمایی دوران دفاع مقدس در سایت و شبکه بی‌بی‌سی فارسی. مطالعات انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، شماره ۱، صص ۱۳۳-۱۶۴.
- فرقانی، محمدمهدی؛ تقوی پور، محمدرضا (۱۳۹۸). از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشر. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۶(۹۷)، صص ۷۷-۱۱۰.
- قربانی، محمدمهدی؛ امانی‌توانی، علی (۱۳۹۷). تحلیل گفتمان حاکم بر شبکه‌های ماهواره‌ای وهابی فارسی زبان. قم: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه.
- کرمانی، حسین و همکاران (۱۴۰۲). کرونا در توئیتر و اینستاگرام: تحلیل قالب‌های گفتمانی تولید شده توسط کاربران در دوران همه‌گیری ویروس کرونا. مطالعات رسانه‌های نوین، ۹(۳۵)، صص ۳۴۹-۳۹۶.
- محمدی، عبدالله (۱۳۹۵). پایه‌های فکری جنگ نرم. تهران: کانون اندیشه جوان، چاپ دوم.
- مظلومیان، امیرمجاهد و همکاران (۱۳۹۸). مطالعه رویکرد سیاست فرهنگی تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۸(۲)، صص ۲۳۵-۲۶۴.
- مولانی آرانی، مهدی (۱۳۹۹). مسائل فرهنگی - اجتماعی کرونا و پیامدهای آن در عرصه حکمرانی: گفتگوهای



تحلیلی. قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.  
مهانیان، علیرضا؛ مجردی، سعید (۱۳۹۳). راهبردهای جمهوری اسلامی در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در  
جنگ آینده. راهبرد دفاعی، ۱۲(۴۶)، صص ۷۹-۱۱۵.  
نای، جوزف (۱۳۸۹). قدرت نرم ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل. با مقدمه اصغر افتخاری؛ ترجمه سید  
محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری. تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ سوم.