



رتنگ مجازی- جنگ ترکیبی

اینترنشنال؛

مجری جنگ روانی تمام‌عرض و چندلایه

عزیزالله محمدی (امتدادجو)

بر اساس اعلام مقامات نظامی و امنیتی جمهوری اسلامی ایران، هماهنگی رسانه‌های معاند فارسی‌زبان با آمریکا و رژیم صهیونیستی، فراتر از یک همکاری خبری ساده و در قالب یک هماهنگی اطلاعاتی-عملیاتی همه‌جانبه تعریف می‌شود. در این چارچوب، این رسانه‌ها به‌عنوان «سربازان صهیونیسم و آمریکا» بخشی از «اتاق عملیات جنگ ترکیبی» دشمن، علیه ایران معرفی شده‌اند. مهم‌ترین ابعاد این هماهنگی از سوی ایران به شرح زیر اعلام شده است:

ارتباط مستقیم با سروس‌های اطلاعاتی

منابع امنیتی تأکید دارند که رسانه‌هایی مانند بی‌بی‌سی فارسی، ایران اینترنشنال و رادیو فردا، مستقیماً به «موساد» (سازمان اطلاعاتی اسرائیل)، «سیا» (سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا) و دیگر سازمان‌های اطلاعاتی دشمن متصل هستند و از آنها «خط کاری» و «پشتیبانی» دریافت می‌کنند. در این دیدگاه، مرکز نقل این امپراتوری رسانه‌ای در اختیار صهیونیست‌ها معرفی شده است.

انگیزه نقش در جنگ اطلاعاتی و هدایت حملات

این رسانه‌ها به‌طور گسترده فراتر از جنگ روانی، اقدام به همکاری اطلاعاتی برای هدایت حملات نظامی داشتند و گمان‌کن نیز در این مسیر با ارائه پیشنهادهای غیراخلاقی و ناقض حقوق بشر سعی در تکرار خیانت و جنایات خود دارند. آنها با روش‌های مختلف به این خیانت خود رنگ و لعاب رسانه‌ای تزریق می‌کردند:

الف- نقشه‌خوانی برای بمباران: با انتشار آدرس‌های مکانی دقیق از اماکن مختلف در تهران و سایر شهرها، عملاً به نقشه‌خوانی برای بمباران دشمن پرداخته‌اند.

ب- جمع‌آوری اطلاعات میدانی: از مخاطبان خود خواسته‌اند تا از محل اصابت بمب‌ها، موقعیت ایست‌های بازرسی یا محل استقرار نیروهای امنیتی تصویر بگیرند یا مشخص بدهند تا اسرائیل و آمریکا دقیقاً همان نقاط را هدف قرار دهند.

ج- هماهنگی عملیاتی: نمونه آن در جنگ ۴۰ روزه، ضبط برنامه‌های ایران اینترنشنال از تل‌آویو بود، به‌گونه‌ای که با به صدا درآمدن آژیرهای حملات موشکی ایران، برنامه‌های این شبکه نیز متوقف می‌شد.

تأمین مالی و پشتیبانی راهبردی

هماهنگی با حمایت مالی و راهبردی همراه بوده است. بر اساس گزارش‌ها، شبکه ایران اینترنشنال حدود ۸۲۵ میلیون دلار از سهامداران خود دریافت کرده که این تزریق سرمایه اندکی پیش از تحولات اخیر صورت گرفته است.

همچنین با پایش خبرهای منتشرشده این شبکه تروریستی به‌وضوح می‌توان دید که اخبار جعلی شبکه ایران اینترنشنال در جریان جنگ ۴۰ روزه، یک «جنگ روانی تمام‌عرض» با اهداف و پیامدهای چندلایه بود که به‌طور سیستماتیک امنیت روانی و انسجام اجتماعی ایران را هدف قرار داد:

تخریب پدشادت روان و القای ناامیدی

مهم‌ترین هدف این شبکه به‌طور بی‌وقفه و با ریزوتاز قرار دادن خبرهای لحظه‌ای ایجاد اضطراب، ناامیدی و سلب اعتماد به نفس در مردم بود که با تحلیل‌های منفی و ضرب دانه به اتفاقات جنگ به‌طور مستقیم بر روی روان مخاطبین خود تأثیر می‌گذاشت.

این شبکه همسو با جریان سلطه با بمباران منفی گرای و با پخش مداوم اخبار ناامیدکننده، به‌طور مدام مخاطب را در معرض فرسودگی روانی، خشم و بی‌انگیزگی قرار می‌داد.

القای فروپاشی یکی از برجسته‌ترین سناریوهای خبری اینترنشنال بود که بی‌وقفه با تکرار روایت‌های «فروپاشی» و بزرگ‌نمایی مشکلات، عزت‌نفس فردی و اعتماد اجتماعی را تضعیف می‌کرد تا این حس القاشود که «هیچ راه بهبودی جز فروپاشی در ایران وجود ندارد و به این وسیله روان و درک مخاطب از واقعیت و اتفاقات را ضمن دستکاری سعی می‌کرد در اختیار و تحت کنترل و حتی هدایت بگیرد.

تضعیف انسجام اجتماعی و دوقطبی‌سازی

به‌طور آشکار این شبکه پوششی با هدف گسستن پیوندهای ملی و افزایش شکاف‌های اجتماعی، با «بحران‌سازی مصنوعی» و «افزایش شکاف‌ها» دست به تحریک عواطف می‌زد:

بحران‌سازی مصنوعی: استراتژی اصلی آن نه «تولید حقیقت»، بلکه «تولید بحران» برای تبدیل ناراضیاتی‌های محدود به کل جامعه بود.

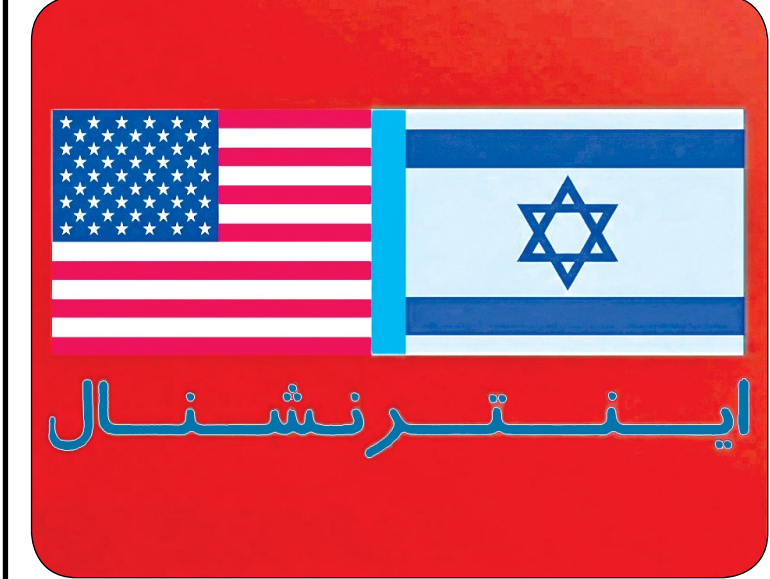
افزایش شکاف‌ها: با ترویج خشونت و نفرت‌پرانی، به دنبال افزایش شکاف طبقاتی و بی‌ثباتی بود.

تضعیف اعتماد عمومی و نهادهای رسمی

یکی از اهداف کلیدی و استراتژیک این شبکه تخریب اعتماد مردم به نظام و نهادهای رسمی با شیوه‌های نرخنما شده در جریان جنگ و پس از آن بود که مطابق معمول از «جعل هویت و کشته‌سازی» و همچنین «شایعه‌پراکنی هدفمند» استفاده می‌کرد:

جعل هویت و کشته‌سازی: به‌طور فرآیندهای در بخش‌های خبری و میان برنامه‌ها با نسبت دادن مرگ افراد عادی (مثلاً تصادفی) به حوادث اعتراضی، ذهن مردم را تشویش می‌کردند.

شایعه‌پراکنی هدفمند: با تکرار اخبار مربوط به دوران اغتشاشات و با انتشار شایعاتی نظیر «درخواست پول از خانواده کشته‌شدگان توسط پزشکی قانونی» (که رسماً تکذیب شد)، مستقیماً اعتماد به نهادهای حیاتی را نشانه گرفت و سعی کرد میزان هیجانات و واکنش منفی بستر جامعه را ضمن افزایش به تحرک و آشوب مجدد بکشاند.



هماهنگی با اهداف نظامی دشمن

آن چیزی که به‌طور مشخص در جریان جنگ ۱۲ روزه و چهل روزه بیش از هر چیز دیگر نمایان شد؛ اقدام این شبکه به‌عنوان «چرخ‌دنده حیاتی ماشین جنگ صهیونیستی و آمریکا» بود که همواره با «توجهی حملات به غیرنظامیان» و «تضعیف روحیه ملی» تجسمی از جنایت و توحش را پیدا کرد.

توجهی حملات به غیرنظامیان: این شبکه با القای «تهدید هسته‌ای» ایران و نسبت دادن وابستگی به نظام به قربانیان، حملات به غیرنظامیان را توجیه می‌کرد. تضعیف روحیه ملی: با ارائه گزارش‌های جعلی و اخبار ایجاد در اتاق فکر و با بزرگ‌نمایی حملات و انتشار شایعاتی درباره کمبود غذا و ضرورت ترک شهرها، به دنبال ایجاد ترس، سردرگمی و تضعیف روحیه مقاومت بود.

اینترنشنال با مجموعه عملکرد شبکه تروریستی و پوششی و جنایتکار و خائن خود در واقع به دنبال ایجاد «پیامدهای عینی قابل لمس از شایعه تا آشوب» بود که اقدامات خود را طی چند سال گذشته در بی گرفته و با رسیدن به دیم‌ها سال گذشته آن را افزایش و مقدمات جنگ ۱۲ روزه را فراهم کرد.

در جریان اعتراضات سال گذشته اینترنشنال با سوار شدن بر موج اعتراض به‌طور مؤثر و آشکار سعی کرد مسیر اعتراض را به اغتشاش تغییر دهد که این سناریو با انجام عملیات‌های روانی مختلف صورت گرفت.

این عملیات روانی پیامدهای عینی در جامعه داشت، از جمله تحریک بخشی از اغتشاشگران، ایجاد التهاب در بازار ارز و طلا با شایعات اقتصادی و هدررفت انرژی روانی جامعه برای بررسی اخبار نادرست.

در مجموع، اخبار جعلی ایران اینترنشنال نه یک خطای رسانه‌ای، که استراتژی اگاهانه‌ای برای «تردید سیستماتیک» و بحران‌سازی بود تا با تخریب اعتماد و القای ناامیدی، زمینه را برای نفوذ و اهداف سیاسی و نظامی دشمن فراهم کند.

به نظر می‌آید؛ گرچه دیرنهادم، اما در نهایت در درک و واکنش به این هماهنگی خائنه اینترنشنال با رژیم صهیونیستی و آمریکا، سنگتوی نیروهای مسلح ایران در بحبوحه جنگ در یکی از بیابانه‌ها اعلام کرد که این رسانه و بعضی دیگر از رسانه‌های همسو با رژیم صهیونیستی در «بانک اهداف نظامی» ایران قرار دارند و به‌عنوان رسانه به رسمیت شناخته نمی‌شوند.

لازم به توضیح است از سال ۲۰۲۲، ایران اینترنشنال توسط ایران سازمانی تروریستی اعلام شده است.

مهدی امیدی

گفت‌وگو با سعید مظاهری، تهیه‌کننده و کارگردان برنامه «بی‌حاشیه»

گره زدن طنز فاخر و تبلیغ دین



«خط قرمز شما در این برنامه چیست؟ **طنز** میان «طنز و سرگرمی» با «**حفظ حرمت و شان محتوای دینی**» را **حفظ می‌کنید تا برنامه دچار سطحی‌نگری نشود؟** این دقیقاً یکی از مهم‌ترین نگرانی‌های ما از روز اول بود. در «بی‌حاشیه»، طنز برای ما «هدف» نیست، بلکه «وسیله» است. ما نمی‌خواهیم به هر قیمتی مخاطب درباره زندگی روزمره‌اش برساند.

بنشاط» داشته‌اند. اما این ظرفیت صمیمی کمتر به قاب رسانه آمده بود و حضور روحانیون بیشتر محدود به سخنرانی یا مصاحبه‌های رسمی بود. ما تلاش کردیم این تجربه سنتی و پرکارنده را به یک قالب تلویزیونی جذاب تبدیل کنیم؛ قالبی که مخاطب را صمیمانه بخنداند و در نهایت به یک نکته جدی و قابل‌تأمل درباره زندگی روزمره‌اش برساند.

خطر تڪ‌روایتی شدن ایران در سینمای جهان!

محمد احمدی

اسرور بخش مهمی از مواجهه با جمهوری اسلامی ایران، نه در میدان نظامی بلکه در میدان تصویر و روایت اتفاق می‌افتد. دشمن فقط تلاش نمی‌کند درباره ایران خبر تولید کند؛ تلاش می‌کند ایران را تعریف کند. اگر ما روایت نکنیم، دیگران روایت خواهند کرد و اگر روایت ما از ایران غایب باشد، طبعی است که تصویر ساخته‌شده از بیرون، جای آن را پر خواهد کرد.

در چنین شرایطی، سینما یکی از مهم‌ترین ابزارهای روایت فرهنگی است. همان‌قدر که ساخت فیلم‌ها درباره آسیب‌های اجتماعی می‌تواند ضرورت داشته باشد، ساخت فیلمی درباره امید، مقاومت، خانواده، ایمان، ایثار و تجربه تاریخی مردم ایران نیز ضرورت دارد.

جای خالی روایت ایرانی

نکته مهم‌تر این است که دفاع از روایت ایرانی به معنای سفارش دادن فیلم‌ها یا شعاری نیست. مخاطب امروز بسا روایت مصنوعی و تبلیغاتی ارتباط برقرار نمی‌کند. اگر قرار است سینمای ایران از شهید و دفاع مقدس بگوید، باید انسان را ببیند؛ باید مادر شهید، تردیدهایی که رزمنده، اضطراب یک خانواده، امید یک همسر و زندگی مردمی را روایت کند که جنگ را تجربه کردند. همان‌طور که اگر قرار است از مشکلات امروز بگوید، باید در کنار بحران، ظرفیت‌های جامعه برای عبور از بحران را نیز ببیند.

ایران را نباید بزرگ کرده‌ام! نباید تحقیر هم کرد. این شاید مهم‌ترین خطی باشد که سینمای ایران باید میان آن حرکت کند.

ایران نه بهشت بی‌مسئله است و نه سرزمین تاریکی و بن‌بست. جامعه ایران مجموعه‌ای از تناقض‌ها، ظرفیت‌ها، ضعف‌ها و قوت‌هاست. سینمایی ملی اگر واقعاً ملی باشد، باید بتواند همه این‌ها را در کنار یکدیگر ببیند.

از این منظر، جایزه ونیز بیش از آنکه پایان یک ماجرا باشد، می‌تواند آغاز یک سؤال جدی باشد: چرا در بسیاری از مواقع، تصویری از ایران که برای مخاطب خارجی جذاب‌تر است، همان تصویری است که بر بحران‌ها و تاریکی‌ها تأکید بیشتری دارد؟

چند پرسش!

اما این ایران در بسیاری از روایت‌های جشنواره‌ای، سهم چندانی از قاب ندارد، چرا؟

چرا سینمایی که برای مخاطب جهانی از جوان ایرانی می‌گوید، کمتر سراغ جوانی می‌رود که در همین شرایط دشوار مانده، ساخته و تلاش کرده است؟ چرا وقتی قرار است از زن ایرانی سخن گفته شود، زن ایرانی غالباً در نسبت با محدودیت و میل به خروج از کشور تعریف می‌شود، اما مادر شهید، زن پژوهشگر، پزشک، معلم، کارآفرین و زنانی که در متن تحولات اجتماعی ایران نقش آفرینی کرده‌اند، کمتر موضوع روایت جهانی قرار می‌گیرند؟

چرا خانواده ایرانی بیشتر در قاب روپاشی دیده می‌شود تا در قاب مقاومت؟

این پرسش‌ها به معنای نفی مشکلات جامعه نیست. اتفاقاً باید میان «واقعیت اجتماعی» و «روایت انتخاب‌شده از واقعیت اجتماعی» تفاوت گذاشت. یک فیلمساز ممکن است کاملاً صادقانه تصمیم بگیرد بخشی از مشکلات جامعه را روایت کند؛ اما وقتی مجموعه‌ای از فیلم‌ها، تقریباً با الگوی مشابهی ایران را به جهان معرفی می‌کنند، دیگر نمی‌توان مسئله را فقط انتخاب شخصی چند فیلمساز دانست. اینجااست که نقش جشنواره‌ها و مناسبات فرهنگی بین‌المللی اهمیت پیدا می‌کند. جشنواره‌های بزرگ جهان صرفاً محل نمایش فیلم نیستند؛ آنها بخشی از میدان تولید معنا و تصویر درباره ملت‌ها و جوامع نیز هستند. طبعی است که این جشنواره‌ها نیز دارای ذائقه، چارچوب‌های فکری و حساسیت‌های فرهنگی خود باشند. بنابراین باید پرسید چه نوع روایتی از ایران، بیش از روایت‌های دیگر امکان ورود به این ویتترین را پیدا می‌کند؟

اگر فیلمی از فساد، فقر، مهاجرت یا بحران اجتماعی بگوید، هیچ اشکالی ندارد. اما اگر تصویری که در نهایت به مخاطب خارجی می‌رساند، ایران را جامعه‌ای گرفتار بن‌بست و بی‌آیندگی معرفی کند، آن‌گاه رسانه و نهادهای فرهنگی کشور باید درباره این تصویر وارد گفت‌وگو شوند. این همان جایی است که مفهوم جنگ روایت‌ها اهمیت پیدا می‌کند.

داستان سلیمان

روایت منجلاپ پناهندگی در فرانسه

با دوچرخه، مدام کار می‌کند تا بتواند از پس هزینه‌های سنگین زندگی در پاریس بر بیاید و در این راه، مدام آسیب می‌بیند.

در نهایت فیلم با بیان حقیقت از جانب سلیمان و خارج شدن ناامیدانه‌اش از ساختمان پناهندگان تمام می‌شود و سلیمان در حالی که در مورد اصل دلیل مهاجرتش که نه خشونت دولت وقت که رسیدن به یک زندگی خوب و تأمین هزینه درمان مادرش بوده صحبت کرده است، بعد از گفتن حقیقت، آینده‌اش نامعلوم‌تر از قبل پیش رویش رژه می‌رود.

داستان‌های تکراری برای گرفتن پناهندگی

در فیلم داستان سلیمان، مخاطبین می‌بینند که مهاجرین، مخصوصاً آن دسته که به‌پولی برای گرفتن وکیل ندارند، معمولاً مجبورند داستان‌های تکراری‌ای بسند در مورد خشونت دولت‌ها در کشورشان و غیرقابل‌زندگی بودن کشور مورد نظر بگویند.

کشور مورد نظر در فیلم وجود دارد که به هر سبب مهاجر داستانی پرسوزوگاز یاد می‌دهد که به‌وسيله آن شاید بتواند نظر مثبت مصاحبه‌کنندگان را به خود جلب کند.

در فیلم داستان سلیمان، از ابتدا سلیمان را می‌بینیم که مدام در حال تکرار سناریویی است که برایش نوشته‌اند و در نهایت به موفق نمی‌شود آن سناریو را همان‌طور که انتظار داشت در مصاحبه‌اش اجرا کند و به ناچار حقیقت را می‌گوید. البته در صحنه‌ای که زن مهاجریند که با سلیمان صحبت می‌کند به او می‌گوید که تقریباً داستان تمام مهاجرینی که این مدت با آن‌ها صحبت کرده است شبیه داستان سلیمان است و حتی کلمات در توصیف خشونت هم یکسان است!

این سبک صحبت مصاحبه‌کننده، به سلیمان هشدار می‌دهد که گوش سازمان مهاجرت فرانسه از چنین داستان‌هایی پر است و دیگر خبردار چندان هم

در دنیای رسانه‌ای امروز، تغییر ذائقه مخاطبان و اقبال آن‌ها به محتوای کوتاه، جذاب و سرگرم‌گر کندنده، چالشی جدی پیش‌روی برنامه‌سازان دینی قرار داده است. برنامه تلویزیونی «بی‌حاشیه» از شبکه نسیم تلاش کرده تا با عبور از قالب‌های سنتی سخنرانی و گفت‌وگوهای مستقیم، تجربه‌های جدید ارائه دهد؛ تجربه‌ای که در آن، مفاهیم اخلاقی و سبک زندگی اسلامی در قالبی شیرین، ملموس و همراه با طنز به مخاطب منتقل می‌شود. درباره ایده اولیه، چالش‌های حفظ شلن منبر و فرم نوآورانه این برنامه، با سعید مظاهری، تهیه‌کننده و کارگردان «بی‌حاشیه» به گفت‌وگو نشستیم.

«**ایده اولیه ساخت برنامه «بی‌حاشیه» از کجا شکل گرفت و چه ضرورتی باعث شدد سراغ ترکیب طنز و مفاهیم دینی بروید؟**

ایده اصلی «بی‌حاشیه» از دو سؤال بسیار ساده اما کلیدی شروع شد: چرا وقتی می‌خواهیم درباره موضوعات مهمی مانند خانواده، تربیت، روابط اجتماعی و سبک زندگی صحبت کنیم، معمولاً سراغ قالب‌های جدی، گفت‌وگومحور و سخنرانی‌های طولانی می‌رویم؟ و آیا نمی‌توان همین مفاهیم ارزشمند را در قالبی کوتاه‌تر، صمیمی‌تر، جذاب‌تر و مؤثرتر با مردم در میان گذاشت؟

امروز مسئله رسانه دینی فقط «چه گفتن» نیست؛ «چگونه گفتن» هم به همان اندازه اهمیت دارد. اگر پیام نتواند با مخاطب ارتباط برقرار کند، حتی عالی‌ترین محتوا هم شنیده و دیده نمی‌شود. مخاطب امروز محتوای کوتاه، تصویری و سریع را می‌پسندد. ما فکر کردیم شاید بتوان همان حرف‌های مهم اخلاقی را به زبانی کوتاه، صمیمی و نزدیک به تجربه روزمره مردم بیان کرد.

«**آیا پیش از این تجربه مشابهی در استفاده از طنز برای انتقال مفاهیم دینی در تلویزیون داشته‌ایم؟** تلویزیون برنامه‌های طنز متعدد بار سابق محتوایی خوب داشته، اما آنچه کمتر تجربه شده، استفاده از ظرفیت «طنز بمبلغان دین» است. روحانیون و مبلغان از سال‌های دور به منابر، مساجد و ارتباطات چهارپه‌چهره با مردم، همواره از زبان طنز و شوخی برای نزدیک‌تر شدن به مخاطبان استفاده کرده‌اند و اصطلاحاً «منبر