

کبیر اللم



۸

رِسش: رسانه و هیأت تراز انقلاب اسلامی / شماره هشتم / پاییز ۱۴۰۲

جنگ اراده‌ها

نقش رسانه و فضای مجازی در حوادث اجتماعی





رئیس - رسانه و هیأت تراز انقلاب اسلامی

شماره هشتم، پاییز ۱۴۰۲

جنگ اراده‌ها

نقش رسانه و فضای مجازی در حوادث اجتماعی
تهیه و تنظیم: معاونت تولیدات رسانه ای جامعه ایمانی مشعر
به کوشش: سیدمهدی هاشمی

طراح جلد: صالح بهاری

صفحه آرا: حسن ناصری

شمارگان: ۵۰۰۰ نسخه

استفاده از مطالب نشریه و تکثیر آن برای هیأت‌ها، در صورت ذکر منبع آزاد می‌باشد.



جامعه ایمانی مشعر

قم - صندوق پستی:

۳۷۱۹۵ - ۱۵۱۳

سامانه پیامک:

۳۰۰۰۱۵۴۲

پایگاه اطلاع‌رسانی:

www.1542.org

رایانامه:

info@1542.org

بسم رب العزائم

مقدمه

با افزایش نقش رسانه‌های گروهی به‌ویژه عمومیت یافتن استفاده از فضای مجازی در دوره پس از جنگ سرد، مفهوم قدرت نرم و به‌تبع آن جنگ نرم در ادبیات سیاسی و امنیتی جهان توسعه یافت. مفهوم قدرت نرم بر مؤلفه‌های فرهنگی، ایدئولوژیک، سیاسی و فکری تکیه دارد. قدرت نرم در اصطلاح به معنای توانایی شکل‌دهی به ترجیحات دیگران از طریق اقناع و جذب دیگران به‌گونه‌ای آشکار، اما نامحسوس است که برای کسب نتایج مطلوب از طریق جذابیت به‌جای اجبار یا تطمیع به کار گرفته می‌شود و با به‌کارگیری ابزارها و شیوه‌های مستقیم بر منافع یا رفتارهای سایر کشورها اثر خواهد گذاشت.





عرصه و میدان اصلی این جنگ، جنگ رسانه‌ای است. رسانه‌ها در این الگو مشابه سلاح و مهمات در جنگ سخت، اصلی‌ترین نقش را ایفا می‌کنند. بمباران اطلاعاتی، ارائه اطلاعات غلط، مشابه‌سازی، وارونه‌نمایی، بزرگ‌نمایی یا کوچک‌نمایی، شایعه‌سازی و الگوبرداری خاص از شیوه‌های رایج در جنگ رسانه‌ای است. رسانه‌های اجتماعی به‌صورت هدفمند در جنگ نرم و جنگ رسانه‌ای علاوه بر توانایی جابه‌جایی افکار، ظرفیت سازمان‌دهی و شکل‌دهی اعتراضات و نافرمانی‌های مدنی در فضای واقعی را نیز دارند.

یکی از مؤلفه‌های مهم این حوادث، کاربرد شیوه‌های جنگ نرم و عملیات روانی و سازمان و مدیریت رسانه‌ای آن است که اشراف یافتن بر ماهیت این شیوه‌ها گامی مهم در شناخت دقیق و عمیق فعالیت‌های رسانه‌ای دشمن و ایادی داخلی آن و مقابله با حملات رسانه‌ای احتمالی در آینده است.

رسانه‌های اجتماعی علاوه بر نقش رسانه‌ای خود در فضای مجازی، ظرفیت ساماندهی و سازماندهی حرکت‌های اجتماعی و مانورهای

خیابانی را در فضای حقیقی دارند. سرمایه‌گذاری ایالات متحده روی فناوری شبکه‌های اجتماعی با برنامه‌ریزی، راهبرد مدون و بودجه مصوب در حمایت از اغتشاشات در ایران نشان‌دهنده اهمیت فوق‌العاده و بهره‌گیری ابزاری نظام سلطه از این نوع رسانه است. باتوجه به این موضوع، پرسش اصلی این است که این شبکه‌ها چگونه تأثیرات اجتماعی و شبکه‌ای خود را در بدنه جامعه گسترش می‌دهند؟ با توجه به نقش مؤثر شبکه‌های اجتماعی در تهییج، راه‌اندازی و سازمان‌دهی آشوب‌ها و اغتشاشات در کشور، چه راهکارهایی برای پیشگیری از آسیب‌پذیری‌ها و مقابله با آن وجود دارد؟ متن پیش رو با اقتباس از نشریه پرس‌مان سیاسی^۱، فصلنامه آفاق امنیت^۲ و مقاله «شکست آمریکا در جنگ اقتصادی علیه ایران»^۳ به سؤالات فوق پاسخ می‌دهد.

۱. ویژه‌نامه اغتشاشات شهریور و مهر ماه ۱۴۰۱.
۲. فصلنامه آفاق امنیت، شماره بیست و چهارم، پاییز ۱۳۹۳؛ واکاوی نقش و کارکرد شبکه‌های مجازی در حوادث انتخابات سال ۱۳۸۸، حمیدرضا مقدمی‌فر.
۳. قرارگاه فرهنگی رسانه‌ای جبهه انقلاب، آبان ماه ۱۲۹۷.



شماره هشتم



پاییز ۱۴۰۱

تغییر عملیات از جنگ اقتصادی به جنگ روانی

از ابتدای انقلاب اسلامی تا به امروز دولت‌های مختلف آمریکا تمام تلاش خود را به کار گرفته‌اند تا به بهانه‌های مختلف از قبیل (پرونده هسته‌ای، حقوق بشر، تروریسم، فعالیت‌های موشکی و ...) به اعمال تحریم‌های ضدایرانی بپردازند. ولی بررسی اقدامات اعمالی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد که آمریکا به اهداف و نیات خود نرسیده و انقلاب اسلامی، آمریکا و متحدانش را در عرصه جنگ اقتصادی نیز همچون عرصه‌های دیگر شکست داده است. شواهدی بر شکست آمریکا در جنگ اقتصادی علیه ایران وجود دارد و آمریکا نیز به خوبی فهمیده است، حتی اگر تمام توانش را در جنگ اقتصادی علیه ایران به کار بگیرد، فقط می‌تواند هزینه‌هایی را به ما تحمیل کند و هرگز توان






فروپاشی اقتصاد ایران را نخواهد داشت، به همین دلیل وارد عرصه جدیدی از جنگ بر علیه ایران شده و اقدام به راه اندازی جنگ روانی بر علیه ایران می کند و بیشتر روی همین عملیات روانی و ایجاد رفتارهای هیجانی مثل خرید مازاد بر نیاز کالا و یا ممانعت از فعالیت اقتصادی و سرمایه گذاری حساب باز کرده است؛ لذا می بینیم که این روزها رسانه های هم سو با دولت آمریکا موضع خود را از جنگ اقتصادی به سمت جنگ روانی تغییر داده اند و عملیات جنگ روانی علیه ایران را در محورهای زیر راه انداخته است:

- * القای بی سابقه بودن تحریم های جدید
- * ایجاد نگرانی نسبت به دشواری آینده
- * القای ادامه گرانی ها و موج های بعدی تورم
- * بزرگ نمایی نقش دلار بر اقتصاد ایران
- * ایجاد ناامیدی نسبت به آینده و مدیریت کشور
- * القای قرار گرفتن جمهوری اسلامی ایران در بن بست
- * القای تنها ماندن ایران و تلاش برای شکاف ایران و متحدانش
- * القای شکاف بین مردم و نظام

در جنگ نرم تلاش می شود به مراکز ثقل موضوعات مرجع امنیت نرم یعنی مشروعیت نظام سیاسی، وحدت و تمامیت ملی کشور، اعتماد ملی و وفاق ملی - سیاسی که خود از منابع مهم سرمایه اجتماعی هستند، صدمه وارد شود.

- 
- * تحریک به تجمع و آشوب
 - * ادعای حذف درآمد نفتی ایران در آینده نزدیک
 - * ادعای دوستی با مردم ایران و تلاش برای جدایی مردم و نظام
 - * القای موفقیت‌آمیز بودن تحریم‌ها و عقب‌نشینی ایران در آینده نزدیک
 - * تلاش برای برهم زدن ثبات اقتصادی ایران
 - * تلاش برای ایجاد شکاف بین نیروهای داخلی و تضعیف نهادهای انقلابی





جنگ نرم

جنگ نرم در برابر جنگ سخت در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و تیراندازی رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد. جنگ روانی، و جنگ رسانه‌ای برای ایجاد تصویرسازی و کنترل اذهان و قلوب مردم، براندازی نرم و شبکه‌سازی بین مسلمانان از اشکال جنگ نرم به شمار می‌روند. جنگ نرم در پی از پای در آوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی- اجتماعی حاکم، تزلزل و بی‌ثباتی تزریق کند. در جنگ نرم تلاش می‌شود به مراکز ثقل موضوعات مرجع امنیت نرم یعنی مشروعیت نظام سیاسی، وحدت

در جنگ نرم
عامل تهدید به
دنبال فراهم کردن
الگوهای اقناعی
است و تلاش
می‌کند مخاطب را
به گونه‌ای تحت
تأثیر قرار دهد
که ترجیحات
و اولویت‌های
خود را مطابق
خواست‌های
عامل تهدید
فهم و درک کند.



و تمامیت ملی کشور، اعتماد ملی و وفاق ملی-سیاسی که خود از منابع مهم سرمایه اجتماعی هستند، صدمه وارد شود، یعنی تا حد امکان میزان رضایت مردم از کارایی نظام کاهش یابد. کاهش رضایت مردم خود نقشی بسیار مهم در کاهش انعطاف‌پذیری ملی و حساسیت سیاسی دارد.

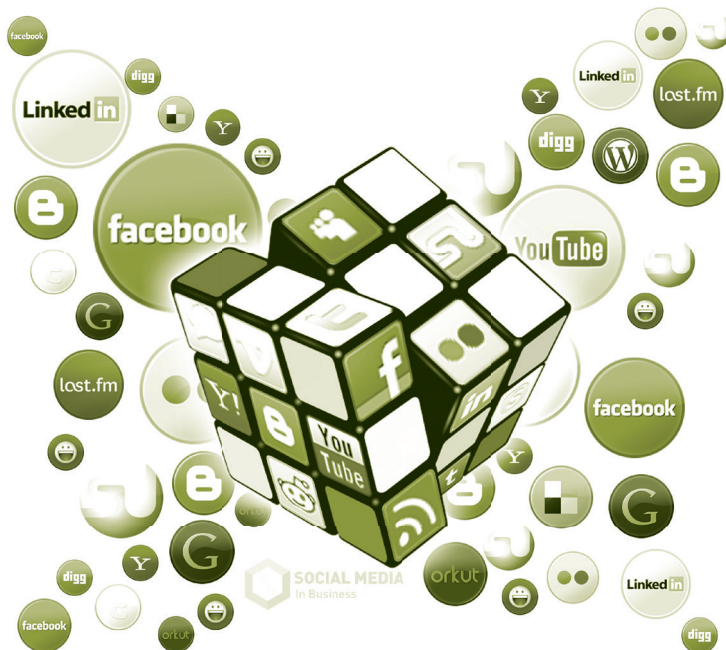
جنگ نرم، دو پیکارگاه دارد: یکی قلب و دیگری مغز. تصرف قلب‌ها و مغزها و تصرف دل‌ها و ذهن‌ها هدف منازعات نرم است. در جنگ نرم عامل تهدید به دنبال فراهم کردن الگوهای اقناعی است و تلاش می‌کند مخاطب را به گونه‌ای تحت تأثیر قرار دهد که ترجیحات و اولویت‌های خود را مطابق خواسته‌های عامل تهدید فهم و درک کند. یک بخش تأثیرگذاری بر افکار از طریق «باورسازی» و «الگوپردازی» است و بخش دیگر آن را «مسخ» الگوهای رایج تشکیل می‌دهد. برای مثال در منازعه نرم آمریکا با ایران در سال‌های اخیر، باورسوزی، باورسازی، الگوپردازی و تلاش برای مسخ و بی‌اعتبار کردن الگوهای رایج هم‌زمان اجرا می‌شود.

می‌توان گفت که جنگ نرم هرگونه اقدام غیرخوشونت‌آمیز است که به ارزش‌ها و هنجارها حمله می‌کند و در حد نهایی موجب تغییر الگوهای رفتاری و خلق





الگوهایی جدید می‌شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعارض داشته باشد. مؤثرترین هدف جنگ نرم، متقاعدکردن هرچه بیشتر مردم برای حمایت نکردن از نظم موجود به واسطه مخالفت فعالانه یا رد برخورد منفعلانه است.



بر اساس نظریه تصویر ذهنی، انسان بیش از اینکه با واقعیات سروکار داشته باشد، با برداشتی که از واقعیت دارد، سروکار دارد و در نهایت نیز بر اساس همین برداشتها و تصاویر، تصمیم‌گیری می‌کند.

شبکه‌های اجتماعی و تصویر ذهنی

شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین ابزارهایی هستند که در جنگ نرم مورد استفاده قرار می‌گیرند و در عین حالی که هزینه‌های کمتری دارند و از تلفات جانی و مالی تا حد زیادی می‌کاهند، افکار عمومی را نیز با خویش همراه می‌سازند. شبکه‌های مجازی یا شبکه مجازی اینترنتی، وبسایت یا مجموعه‌ای از وبسایت‌هایی است که به کاربران این امکان را می‌دهد تا علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. در برخی مواقع نیز این شبکه‌ها اقدامات خود را در فضای واقعی جامعه تسری داده‌اند که برای





مثال هماهنگی و سازماندهی بسیاری از تجمعات سیاسی و اعتراضی در همین شبکه‌ها انجام گرفته است.

بر اساس نظریه تصویر ذهنی، انسان بیش از اینکه با واقعیات سروکار داشته باشد، با برداشتی که از واقعیت دارد، سروکار دارد و در نهایت نیز بر اساس همین برداشتها و تصاویر، تصمیم‌گیری می‌کند. انسان به دلیل محدودیت‌هایی که دارد، همیشه نه بر مبنای واقعیات صرف، بلکه بر مبنای برداشتهای خود از واقعیات قضاوت و تصمیم‌گیری می‌کند. امروزه کشورها با بهره‌گیری از رسانه‌ها و عملیات روانی تلاش می‌کنند تصویر ذهنی خود نزد دیگران را آن‌طور که خود می‌خواهند، شکل دهند. اگر با این دیدگاه به تهدیدهای نرم بنگریم، می‌توانیم به این نکته پی ببریم که تهدیدها نیز از جنس تصاویر هستند. این تصاویر در افراد احساس‌های واقعی و متفاوتی ایجاد می‌کنند، یعنی این تصاویر اگرچه مجازی هستند، احساسات واقعی را موجب می‌شوند؛ بنابراین رسانه‌ها نقش مهمی در تصویرسازی ذهنی دارند. شخصیت‌ها و نخبگان فکری نیز همراه رسانه‌ها مهم‌ترین عوامل در این حوزه هستند و جنگ نرم از ناحیه این دسته از عوامل شکل می‌گیرد.

نتایج تحقیقات
نشان می‌دهد
که شبکه‌های
اجتماعی در
فرآیند جنگ نرم
آمریکا علیه ایران
از جایگاه ویژه‌ای
بر خور دارند.

در جهان پسامدرن، «تصویر» مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر از واقعیت است و تصویر واقعی‌تر از واقعیت می‌شود. تصویرسازی امروزه به اکثر حوزه‌های زندگی سیاسی و اجتماعی افراد نفوذ کرده است. بر همین اساس، رسانه‌ها با داشتن کارکرد کانونی در تصویرسازی می‌توانند نقشی بسیار مهم در ایجاد جنگ نرم یا تولید فضای نرم امنیتی ایفا کنند.

در جنگ نرم، شبکه‌های اجتماعی از اصلی‌ترین ابزار نفوذ میان مردم و تأثیرگذاری در مخاطبان برای جهت‌دهی، سازماندهی و تحریک و تهییج هستند. ظرفیت این شبکه‌ها علاوه بر ایجاد سازماندهی و همگرایی، سرعت فوق‌العاده انتقال اطلاعات به مخاطبان است.





تخریب
انسجام اجتماعی
یکی از اهداف و
نشانه‌های اصلی
جنگ نرم است.

نقش شبکه‌های اجتماعی در فرآیند جنگ نرم

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در فرآیند جنگ نرم آمریکا علیه ایران از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند؛ زیرا از بودجه ۵۵۰ میلیارد دلاری وزارت دفاع آمریکا در سال ۲۰۰۹ میلادی، ۵۵ میلیون دلار برای نفوذ در ایران، مقابله با فیلترینگ سایت‌های ضدایرانی، تحریک قربانیان سانسور در ایران، آموزش‌های الکترونیکی ایرانیان مخالف نظام برای براندازی نرم و شبکه‌سازی اینترنتی برای اغتشاشگران و ارائه آموزش‌های لازم رسانه‌ای و کامپیوتری برای راه‌اندازی سایت‌ها برای اطلاع‌رسانی اختصاص یافته است.^۱

۱. وزارت دفاع آمریکا، ۲۰۰۹.



بر اساس یافته‌های کتابخانه‌ای و تحلیل اسنادی مهم‌ترین اهداف جنگ نرم دشمن در حوادث و اعتراضات عبارت‌اند از:

۱. ایجاد بحران مشارکت که از طریق انگیزه‌زدایی و دلسرد کردن مردم برای حضور در عرصه‌های تعیین‌کننده کشور هدف مثل انتخابات صورت می‌گیرد. برای مثال در حوادث پس از انتخابات ۱۳۸۸، شبکه‌های اجتماعی نقشی بی‌نظیر در القای تقلب در انتخابات و فرمایشی بودن آن ایفا کردند.

۲. مشروعیت‌زدایی از ساختار حاکمیتی نظام: رسانه‌های اجتماعی با طرح ادعاهایی مانند تمامیت‌خواهی حکومت، نقض حقوق بشر، سرکوب آزادی بیان، تشدید محدودیت بر مطبوعات، تضییع آزادی گروه‌های سیاسی - اجتماعی، صنفی، تشدید محدودیت اقوام مختلف، زنان، دانشجویان و بازداشت بعضی افراد، القای شکاف بین مردم و رهبران، القای نبود حمایت مردمی و مشروعیت‌بخشی به تصمیم‌های رهبران و ... درصدد به چالش کشیدن مشروعیت نظام جمهوری اسلامی ایران هستند.

- در نهایت انسجام‌زدایی ساختاری از جامعه ایران را در دستور کار خود قرار دادند. تخریب انسجام اجتماعی یکی از اهداف و نشانه‌های اصلی جنگ نرم



نقش فیک نیوزها در شعله‌ور ساختن اغتشاشات

کلمه فیک نیوز^۱ از واژه‌های جدید اما پرکاربرد در جهان امروز است و به معنای «خبرهای جعلی» است که به خاطر گسترش شبکه‌های اجتماعی^۲ از سال ۲۰۱۷ کاربرد فوق‌العاده‌ای داشته است. فیک‌نیوز سه ویژگی دارد:

- ۱- از جنس اطلاعات نادرست است.
- ۲- شکل ظاهری آن شبیه خبرهای [درست و واقعی] است.
- ۳- کسی تولید آن را بر عهده نمی‌گیرد.

-
1. Fake News
 2. Social network



در اصطلاح علم ارتباطات گفته می‌شود: «تا حقیقت پاشنه کفش خود را بکشد، دروغ به مقصد رسیده است». این اصطلاح اشاره به این نکته است که خبرهای ساختگی چون با القانات مصنوعی و ذائقه‌های گیرندگان هماهنگ است، بسیار با سرعت گسترش داده می‌شود و باورپذیری بالایی دارد. همین موضوع باعث می‌شود که فیک‌نیوزها ۷۰ درصد بیشتر از اخبار واقعی نشر پیدا کنند و هر خبر واقعی در حدود ۶ برابر دیرتر از فیک‌نیوزها به دست ۱۵۰۰ نفر می‌رسد. این نتیجه تحقیقی است که در مؤسسه تکنولوژی ماساچوست روی ۱۲۶ هزار فیک‌نیوز انجام شده است. این نشان‌دهنده سرعت نشر وایرال نیوزهاست. از طرف دیگر تحقیقات نشان داده است که جذاب‌ترین فیک‌نیوزها خبرهای سیاسی هستند و در صدر اخبار جعلی جذاب قرار می‌گیرند. در انتشار، گسترش و باورپذیر کردن اخبار فیک چهار عامل نقش مهمی دارند:

۱- تولیدکننده خبر فیک؛

۲- رساننده خبر فیک؛

۳- ربات‌هایی که آن را لایک، وایرال و... می‌کنند و

۴- انسانی که تسلیم آن می‌شود و آن را باور می‌کند.

برای مثال در حوادث فوت مهسا امینی از اولین روز حادثه اخبار جعلی متعددی تولید شد. انتشار دروغ‌ها و شایعات زیر، بخش‌های کوچکی از این ماجرا هستند: کشته‌شدن مهسا امینی توسط گشت ارشاد، سخنان پزشک بیمارستان، کبودی بدن و ضربه اجسام سخت، سخنان یک فرمانده ارشد سابق سپاه، انتشار کلیپ هدیه گل پرستاران به بانوی فوت شده بعد از اهدای عضو با آهنگ غم‌بار در سوگ مهسا امینی، سخنان ستوان یکم حسن شیرازی، نامه قوه قضاییه که بر اساس این نامه سر مهسا امینی هنگام بازداشت به جدول خورده است و هزاران فیک نیوز دیگر که در آینده بدون هیچ سند و مدرکی منتشر می‌شود.





جنگ لایک

آمریکا در ۴۳ سال گذشته از روش‌هایی مانند حمایت از کودتاچیان، حمله نظامی مستقیم و حمله نظامی از طرف کشورهای همسایه، جنگ‌های اطلاعاتی، سایبری و حمایت از تروریست‌ها علیه ایران استفاده کرده است، اما همواره ایران پیروز این نبردها بوده است. یکی از رویکردهای جدید آمریکا برای براندازی، جنگ نرم است؛ ابزار جنگ نرم هم ارزان‌تر هستند و هم تأثیرات بلندمدت‌تری دارند. در سال‌های اخیر جنگ لایک^۱ مورد توجه سیاستمداران و اشنگتن قرار گرفته است و حتی کتابی با عنوان «جنگ لایک

1. Likewar



با تسلیحات شبکه‌های اجتماعی^۱ توسط «پی، دبلیو سینگر»^۲ و «امرسون تی بروکینگ»^۳ نوشته شده و بهترین کتاب سال ۲۰۱۸ آمازون شناخته شد.

این کتاب به طور علنی اذعان کرده و نوشته است که شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر، فیس‌بوک و... تبدیل به جنگ‌افزار شده‌اند و همان کار تسلیحاتی را انجام می‌دهند. در قسمتی از کتاب نسبت به مفهوم جدید جنگ این‌گونه آمده است:

«وقتی شما آنلاین هستید، در زمین نبرد هستید و در حالی در مناقشات و نبردها حضور دارید که نمی‌توانید درک کنید که در محاصره قرار گرفته‌اید یا خیر.»

-
1. Like War The Weaponization of Social Media
 2. P.W. Singer
 3. Emerson T. Brooking



این کتاب با معرفی صفحات پربازدید که از طریق لایک و ربات به اربابان دنیا تغییر عنوان داده‌اند، می‌نویسد:

«بر نت مسلط شوید، بر روزگار مسلط خواهید شد، جنگ لایک
پژواک این است که چگونه جنگ و سیاست با هم درمی‌آمیزد، اگر
جنگ سایبری، هک شبکه‌ها بود، جنگ لایک، هک افراد و انسان‌ها
در این شبکه‌ها است.»

ریچارد استین، کارشناس امنیت سایبر در یادداشتی با عنوان «اینترنت نادان‌ها، چگونه ما باید همه در جنگ لایک شرکت کنیم؟» می‌گوید:
همان‌طور که در یک روستا شاید تعدادی آدم نادان وجود داشته باشد، فضای مجازی از طریق شبکه‌های اجتماعی این آدم‌های نادان را در کنار یکدیگر جمع می‌کند. حقیقت آن است که آمریکا با تسلط بر تسلیحات شبکه‌های اجتماعی برای کشورهایی که فاقد پلتفرم‌ها و شبکه ملی اطلاع‌رسانی و اکثر مردمان آن فاقد سواد رسانه‌ای هستند، به دستاوردهایی رسیده است که هرگز با تسلیحات نظامی توان اجرایی کردن آن را نداشت.

جنگ لایک عملاً خود را در اغتشاش‌های شهریورماه ۱۴۰۱ نشان داد. تحلیل محتوای فعالیت اکانت‌های بدون هویت دارای رگه‌های سلطنت‌طلبی، منافقین و اعمال نفوذ دولت آمریکا در هشتگ «مهسا امینی» و «حجاب بی‌حجاب» نشان از آن دارد که امپراتوری سایبر در صدد بوده است با اخبار جعلی و ربات‌های حامی صدها میلیون توییت، هشتگ و ریپلای جعل کند. به نمونه‌هایی از این جنگ لایک در ماجرای مهسا امینی نگاه کنید:

🌸 اکانت هومنیوم (hoomanium) هشت سال قبل ایجاد شد. این اکانت طی هشت سال فقط دو توییت زده، ولی از ۱۹ شهریور فعال شد و در ۲۶ شهریور با حدود ۳۵۰۰ توییت و ریتوییت به اوج رسید.

🌸 اکانت «چشمک» از سال قبل بدون فعالیت ایجاد شد و تا شهریورماه فعالیت نداشت. او ۲۷۰۰ توییت و ریتوییت ثبت کرده است.

🌸 اکانت «MOONCHILDYforever» از ۱۱ ماه قبل از ۱۲ شهریورماه فعال شد و در مجموع ۲۵ لایک و ۱۴ توییت داشت. این اکانت ۲۵۰۰ توییت و ریتوییت مهسا امینی داشته است!





🌸 نمونه اکانت «maria» با آیدی Lexibea بسیار جالب است. این اکانت دو ماه قبل فعال شده و از ۱۹ شهریور تا ۲۶ شهریور ماه ۲۴۰۰ توییت و ریتوییت ثبت کرد. این اکانت از سوی توییت ربات شناخته و معلق شد.

🌸 توییت‌های علی کریمی که فقط ۷۰۰ هزار فالوور دارد و فقط برای ایرانی‌ها شناخته شده است، نزدیک به ۲۴۰ هزار لایک دریافت کرده است! اما توییت‌های ایلان ماسک، مالک شرکت‌های تسلا و اسپیس ایکس که یک چهره جهانی در حوزه فناوری و فضایی شناخته می‌شود، با ۱۰۰ میلیون فالوور، قریب به ۱۸۰ هزار لایک از کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌گیرد.


این چند نمونه کوچک نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در اینجا بسیار پیچیده‌تر از فتنه سال ۱۳۸۸ وارد شدند و با جنگ لایک یک موضوع کوچک را به یک معضل بین‌المللی تبدیل کردند.



چرایی فیلترینگ اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در مواقع خاص

اولاً در همه کشورهای جهان محدودیت و فیلتر اینترنت وجود دارد؛ مثلاً در آمریکا فیلترینگ اینترنت با حذف یا مسدود کردن دسترسی به اطلاعات منتشر شده یا قابل مشاهده از طریق اینترنت داخل خاک این کشور صورت می‌گیرد و با موضوعاتی مانند پورنوگرافی کودکان، قماربازی و حمایت از مالکیت‌های فکری و امنیت فضای مجازی برخورد می‌شود. تصویب زنجیره‌ای از قوانین محدودکننده استفاده از اینترنت در ایالات متحده در سال ۱۹۹۶ با پیشنهاد بیل کلینتون رئیس‌جمهور وقت این کشور آغاز شد. در قانون یادشده که به نام «قانون صلاحیت ارتباطات» (CAD)^۱ مشهور است، هرگونه اطلاع‌رسانی

1. CDA: Communication Decency Act



مستهجن و غیراخلاقی برای نوجوانان کمتر از ۱۸ سال منع شده است. چندی بعد در سال ۱۹۹۸، قانون دیگری با نام (COPPA)^۱ به تصویب رسید که مطابق آن متصدیان صفحات اینترنتی از قراردادن اطلاعات مربوط به کودکان زیر ۱۳ سال بر روی اینترنت یا استفاده از این قبیل اطلاعات بدون داشتن مجوز از پدر و مادر آنها منع و موظف شدند در صفحات خود نحوه جمع‌آوری اطلاعات مربوط به کودکان را به طور مشخص اعلام کنند. هم‌زمان با این قانون، قانون دیگری به نام (COPA)^۲ طرح شد که سایت‌هایی را که در آنها مطالب آشکار جنسی یا عکس‌های مستهجن قرار داشت، محدود می‌کرد. یکی از انگیزه‌های اصلی طرح این قانون حفاظت نوجوانان از عوارض سوء اینترنت بود. به طور دقیق‌تر، بخشی از این قانون استفاده مجازی از انتقال هرگونه اطلاعات را که ممکن است برای کودکان مضر باشد، منع می‌کند.

ثانیاً در مواقع بحران همه کشورها اقداماتی برای توقف، فیلترینگ و کاهش سرعت شبکه‌های اجتماعی انجام می‌دهند؛ به‌عنوان مثال در جریان آشوب‌های

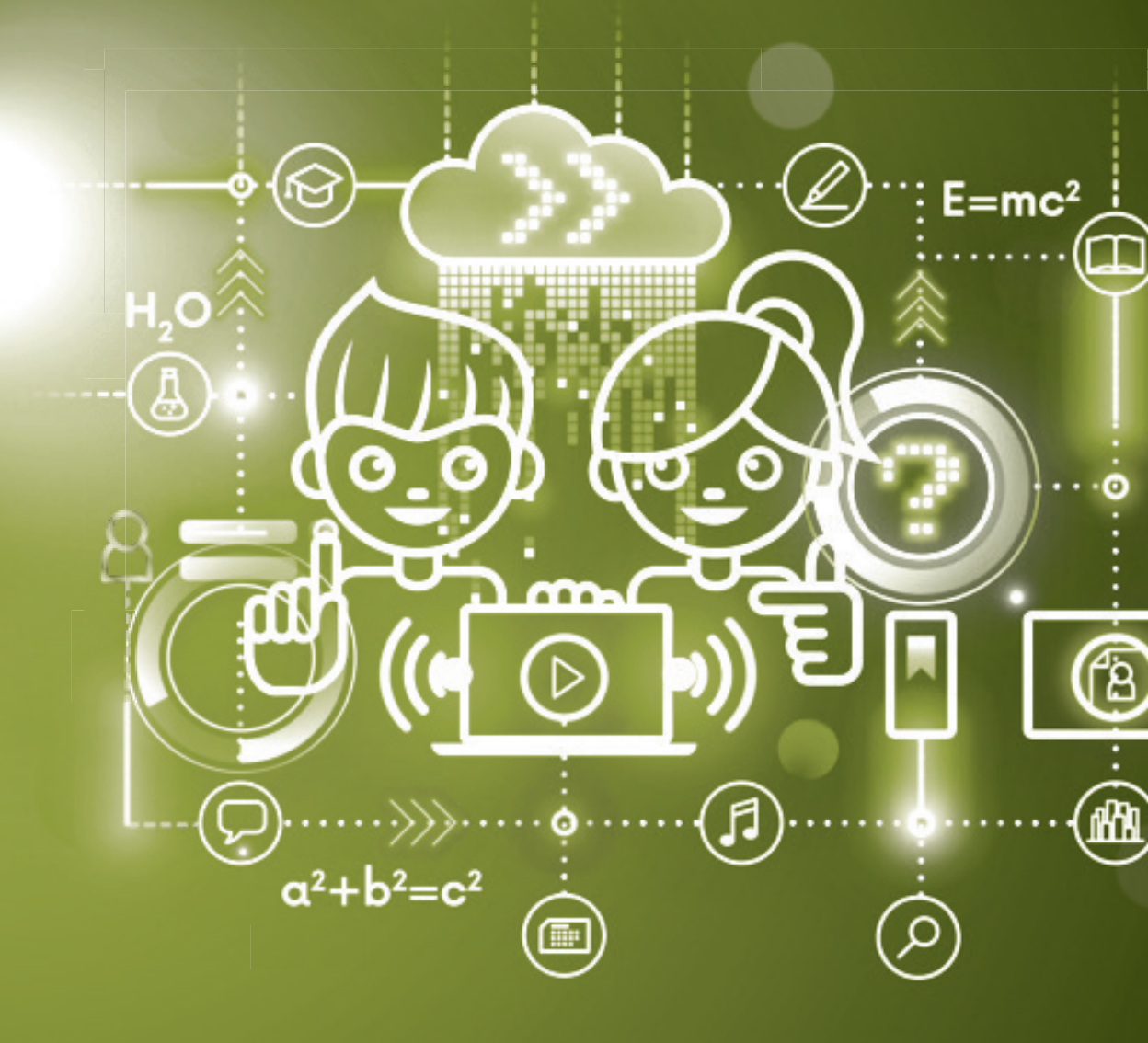
-
1. COPPA: Children Online Privacy protection Act
 2. COPA: Child Online Pratection Act





۲۰۱۱ تا تنهام انگلیس که مارک دوگان، سیاه پوست ۲۹ ساله پدر چهار کودک کشته شد، دولت انگلیس؛ فیس بوک، توئیتر و شرکت سازنده گوشی‌های بلک‌بری را مقصر آشوب‌ها دانست و بلک‌بری فیلتر شد، اما فیس‌بوک و توئیتر به کمک دیوید کامرون آمدند و او را نجات دادند. در سال ۲۰۲۰ که ترامپ از قدرت کناره‌گیری نمی‌کرد و اغتشاش‌هایی در اطراف کنگره آمریکا شاهد بودیم، توئیتر اقدام به بستن حساب کاربری ترامپ با ۸۵ میلیون فالوور و ۷۰ هزار حساب دیگر کرد. توئیتر می‌گفت این حساب‌ها محتوای مربوط به کیوانان^۱ را به اشتراک می‌گذاشتند و این تئوری توطئه را در این شبکه اجتماعی گسترش می‌دادند و تبلیغ می‌کردند و هدف از این کار را اشتراک‌گذاری عمدی اطلاعات گمراه‌کننده درباره نتیجه انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا اعلام کرد. ظاهراً شمار بالایی از حمله‌کنندگان به کاخ کنگره، طرفداران کیوانان بوده‌اند. برخی

۱. Qanon (کیو انان یک تئوری توطئه سیاست‌های راست‌گرایانه است که بیان می‌دارد توطئه‌ای پنهان از سوی آنچه ادعا می‌شود «دولت پنهان در ایالات متحده آمریکا» است علیه دولت - ملت آمریکا در جریان است.



$$E=mc^2$$



$$a^2+b^2=c^2$$





از حساب‌های مسدود شده به سناتورهای جمهوری خواه آمریکا مانند «مت گیتس»، «تد کروزر»، «جاش هالی» و «مارجری تیلر گرین» تعلق داشتند. ثالثاً همین شبکه‌ها و پیام‌رسان‌ها به تمامی سلطنت‌طلبان، گروهک‌های معاند و ضد انقلاب‌ها که وجهه تروریستی‌شان مشهود است، اجازه داده‌اند با انتشار مطالبی نظیر ساخت گلوله، خمپاره‌انداز، کوکتل مولوتف، آموزش مقابله با گاز اشک‌آور، آموزش نحوه شرکت در تظاهرات و تجمعات خیابانی، آموزش ساخت بمب دستی و... به خشونت‌گران کمک کنند و نه تنها حساب‌های آنها را مسدود نمی‌کنند، بلکه با انواع ربات‌ها به آنها کمک می‌کنند که مطالب و فیلم‌هایشان دیده شود، لایک بخورد، باز پخش شود و در چنین شرایطی برای نظام جمهوری اسلامی فقط یک راه می‌ماند که با جنگ‌افزار شبکه‌های اجتماعی مقابله کند و آن مسیری است که کشورهای غربی هر روز با انواع فانون‌ها و نظارت‌هایشان به‌دوراز چشم کاربران انجام می‌دهند.

راه‌های مقابله با جنگ نرم

طراحان جنگ نرم تلاش می‌کنند حلقه‌های فکری و فرهنگی جامعه هدف را سست و به‌سوی باورها، عقاید و اندیشه‌های متناسب با خواسته‌های خود هدایت کنند و به‌موازات آن، با بمباران خبری و تبلیغات گسترده رسانه‌ای، نظام سیاسی و اجتماعی را متزلزل سازند و در ورطه بی‌ثباتی و سقوط قرار دهند. رسانه‌ها از اصلی‌ترین ابزار و جنگ رسانه‌ای از مهم‌ترین اشکال جنگ نرم هستند. ظهور رسانه‌های اجتماعی با شیوه‌های نوین تعاملی جامعه به هم مرتبط و منسجم اجتماعی را در فضای مجازی و سایبری ایجاد کرده است. باتوجه‌به حجم زیادی از آسیب‌ها و خساراتی که در این جنگ نرم رسانه‌ای در ابعاد مختلف به‌نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران وارد گردیده است و با





وجود شکست نظام سلطه در رسیدن به اهداف مورد انتظار خود، این جنگ هنوز پایان نیافته است و هر روز ابعاد جدیدی از آن آشکار می‌شود. بدین علت ضرورت تدبیر و تأمل برای پیشگیری و مقابله با این شیوه و تاکتیک نوین در جنگ نرم رسانه‌ای بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد و باید برای آگاهی‌دهی و پیشگیری از گرایش جوانان به اخبار کذب و ساختگی، تلاش‌های بیشتری در ارائه اخبار و تحلیل‌های دقیق، روزآمد و شفاف صورت بگیرد، لذا پیشنهادها زیر به‌عنوان راهکاری مناسب برای پیشگیری از آسیب‌پذیری و مقابله با آن بیان می‌شود:

۱. راه‌اندازی اینترنت ملی و ایجاد فضای اجتماعی تعاملی در آن و در طولانی‌مدت باز کردن در آن به‌سوی اینترنت جهانی؛
۲. تقویت و گسترش شبکه‌های اجتماعی حقیقی و ایجاد سامانه‌های مناسب برای ارتباطات و تعاملات سریع گروه‌ها و قشرهای مختلف جامعه (استفاده از الگوی سنتی هیأت و مسجد)
۳. شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی متناسب با سلاقی و علاقه‌مندی‌های افراد جامعه در گروه‌های سنی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ... جامعه؛

۴. ساماندهی جریان‌سازی مقابله با جنگ نرم از طریق تقویت باورها، شفاف‌سازی در اطلاع‌رسانی و تهاجم مقابله‌ای با حملات دشمن؛
۵. ورود سازماندهی‌شده جمعیت انقلابی مدافع نظام جمهوری اسلامی ایران به شبکه‌های اجتماعی به دلیل منطق جمعیت و کثرت این شبکه‌ها که می‌تواند خنثی‌کننده عملیات روانی و تبلیغی این شبکه‌ها باشد.
۶. ایجاد شبکه‌هایی با نرم‌افزار و سخت‌افزار متناسب با فضای ساختاری و امکانات اینترنتی کشور؛
۷. بسترسازی و ایجاد ظرفیت‌های لازم برای استفاده گسترده از توانمندی‌های موجود؛
۸. راه‌اندازی درگاه ملی ایمیل کشور و فراهم کردن بستر مناسب برای ایجاد سرعت بالا در شبکه.



هیأت تراز انقلاب اسلامی

همان قله‌ای است که باید به سویش حرکت نمود. همان هیأت‌الگوی که گوشه گوشه و لحظه‌لحظه‌اش مورد رضایت امام عصر علیه السلام باشد. هیأتی است که شایسته برپایی در حضور حضرتش باشد. هیأتی آماده حضور و ظهور... ترسیم بایسته‌ها و شایسته‌های چنین هیأتی، هر چند سخت و دشوار می‌نماید؛ اما لازم است و ضروری...



هیأت به خودی خود مهم‌ترین رسانه شیعه است. اما رسانه‌ها نیز در خدمت هیأت در می‌آیند. **رssh** می‌کوشد تا ابعاد و زوایای مختلف خدمت رسانه‌ها به نهاد اصیل «هیأت» را بررسی کند.

که به دنبال ارتباط بیشتر
مجتبان سیدالشهدا علیهم السلام است...
قرار نیست مشعر تولید کند.
قرار است مشعر آینه تولیدات
و فعالیت‌های شما باشد.
اینجا، جای آرم هیأت شماست
که باید در شماره‌های بعد پرش کنید...



جامعه ایمانی مشعر،
محفلی است برای گردآمدن
هیأت‌های کشور،
مشعر چیزی جز اجتماع هیأت‌ها نیست،
جامعهای فراتر از مرزهای نژادی و
تقسیمات جغرافیایی و سیاسی.
اجتماعی ایمانی و توحیدی است