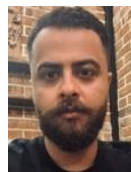


صنعت رؤیافروشی و الهیات ویرانی:
تحلیل نشانه‌شناختی پروپاگاندا
«ایران اینترنشنال»

تألیف
تعداد صفحات

معین کاظمی*



مقدمه: پروپاگاندا و اقبال گسترده‌ی عمومی†

در زمانه‌ای که شاهد رشد روزافزون فناوری با محوریت رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و سازوکارهای فنی آن‌ها هستیم، گزاره‌های رهایی‌بخش گذشته با تردید بیشتری مواجه شده است. بسیاری از متفکران در دهه‌ی اخیر نوید توسعه‌ی دموکراسی و فضای عمومی را از یک‌سوی و پیشرانی جنبش‌های مدنی با میانجی فناوری‌های اطلاع‌رسانی را در افق نظری خود به تصویر می‌کشیدند؛ جامعه‌ای که بدین ترتیب انحصار سازوکارهای ایدئولوژیک و پروپاگاندای دولت را درهم شکسته و منجر به گردش آزاد اطلاعات و آگاهی‌بخشی توده‌ها خواهد شد. اما گسترش اشکال جدید دست‌کاری دیجیتال و پروپاگاندا، با روایت‌پردازی نیروهای به‌اصطلاح بدیل، در حال تسخیر فضای عمومی است. پیرامون تحولات شتاب‌ناک و بحران‌های انباشته‌شده در ماه‌های اخیر، بیش از هر چیزی نحوه‌ی صورت‌بندی تحلیل‌گران و رسانه‌های فارسی برای جامعه و گروه‌های سیاسی برجسته شده است؛ مکانیسمی رسانه‌ای که چندان با اتکا به تحلیل واقعیت‌های جاری و ترسیم چشم‌انداز دموکراتیک رابطه‌ای ندارد و صورت‌بندی خود را حول محور روایت‌سازی حماسی، تولید اسطوره‌ها برای پیشبرد پروژه‌ی قدرت‌های منطقه‌ای و جهانی با فروش آینده‌ای وهم‌آلود به مخاطب عرضه می‌کند.

در این میان، شبکه‌ی «ایران‌اینترنشنال» از دایره‌ی یک رسانه‌ی خبری خارج شده و به‌مثابه یک اکوسیستم رسانه‌ای تمام‌قد با تمام خبرنگارانش تا ارتش سایبری و بخشی از دیاسپورا، در مرکزیت تولید ماشین رضایت جنگی و دست‌کاری افکار عمومی قرار گرفته است. این شبکه با تکیه بر پروپاگاندا و رؤیافروشی توانسته است روایتی حماسی و اسطوره‌ای از تحولات سیاسی ارائه دهد و آن را به بخش قابل‌توجهی از مخاطبان درون و بیرون از کشور بفروشد. اما مسئله‌ی اساسی فهم چگونگی این مکانیسم و

† این نوشتار، صورت مکتوب و بسط یافته‌ی پادکستی است که با همکاری حمیدرضا احمدی تهیه شده و به‌زودی در بستر پلتفرم یوتیوب به آدرس <http://www.youtube.com/@Gharbzad> منتشر خواهد شد. بخش عمده‌ی مباحث ویدیویی مذکور برپایه‌ی یافته‌ها و منطق تحلیلی این مقاله استوار است.

چرایی میزان موفقیت و اقبال آن در میان بخش‌های بزرگی از جامعه‌ی ایرانی است. بر اساس برخی پیمایش‌ها نظیر نظرسنجی مؤسسه‌ی «گمان»، این رسانه با کسب حدود ۴۳ درصد مخاطب بالاتر از سایر رسانه‌های دیگر از جمله صداوسیما با ۲۷ و بی‌بی‌سی فارسی با ۹ درصد قرار گرفته است [۱]. اگرچه بسیاری از پژوهشگران در مورد اعتبار و روایی پیمایش‌های این مؤسسه تردیدهای جدی دارند، اما نگاهی به تعداد مخاطبان شبکه‌های اجتماعی این تلویزیون، گواهی بر مخاطبان بالای این رسانه است. مثلاً ایران‌اینترنشنال در توییت‌ر فارسی با ۲.۳ میلیون کاربر دومین اکانت پرفالوور فارسی‌زبان و در اینستاگرام فارسی با داشتن ۱۹.۲ میلیون مخاطب، جزو پنج اکانت پرفالوور اینستاگرام فارسی است. معنای این آمارها محبوبیت همگانی این شبکه نیست، بلکه پذیرش روایت‌های آن از سوی بخش بزرگی از جامعه است. درک چرایی و چگونگی این امر، می‌تواند کمک‌کننده باشد. برای درک این مسأله، باید این رسانه را به‌مثابه یک اکوسیستم درهم‌تنیده فهم کرد که دارای یک «پیوست توییت‌ری منسجم» است. پژوهشگرانی چون ناهید صیام‌دوست و نیکی اخوان نشان داده‌اند که چگونه این شبکه به کمک ارتش‌بات‌ها و اکانت‌های سازمان‌یافته، تقسیم کار مشخصی میان خبرنگاران و بدنه‌ی سایبری خود ایجاد کرده است. این ساختار توانسته است با تکیه بر مهندسی افکار عمومی، رؤیافروشی کند که ابعاد دقیق آن در ادامه با تحلیل داده‌های کمی، تحلیل شبکه و روش نشانه-اسطوره‌شناسی واکاوی خواهد شد [۲] و [۳].

تاریخچه‌ی اکوسیستم رسانه‌ای فارسی‌زبان: از نوستالژی «من‌و‌تو» تا تطور «ایران‌اینترنشنال»

برای فهم وضعیت کنونی شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال، باید نگاهی به سیر تکامل اکوسیستم رسانه‌ای فارسی‌زبان در دهه‌های گذشته انداخت. منظور از اکوسیستم رسانه‌ای مجموعه‌ای است که علاوه بر پخش ماهواره‌ای از فرکانس‌های متعدد از ترکیب پیچیده‌ای از حضور در رسانه‌های اجتماعی برای تأثیرگذاری بر مخاطب بهره برده است. پیش از توسعه‌ی فناوری‌های نوین، رسانه‌های مخالف جمهوری اسلامی عمدتاً به رادیوهای سیاسی یا تلویزیون‌های محدود لس‌آنجلسی در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ محدود

بودند که بیشتر ابعاد سیاسی داشتند و به دلیل دور بودن از تحولات واقعی جامعه، در اغلب موارد اقبال چندانی نیافتند. در داخل کشور نیز صداوسیما به عنوان رسانه‌ی انحصاری و به شدت بسته و ایدئولوژیک، با سانسور سیستماتیک اخبار، نتوانست پذیرای تنوع افکار و سلاقی عمومی ایرانیان باشد؛ ضعفی که بعدها در پژوهش‌های رسمی نظیر «پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها» نیز با نشان دادن افول شدید مرجعیت و اعتماد عمومی این رسانه نمایان شد [۴]. با ورود به دهه‌ی ۸۰ و همزمانی رشد اینترنت و با آغاز به کار دولت احمدی‌نژاد، فضای سیاسی و اجتماعی کشور بار دیگر با محدودیت‌های شدیدتر در حوزه‌ی مطبوعات، آزادی‌های فردی و سبک زندگی از یک سوی و تعمیق بحران‌های معیشت پایه روبرو شد. همچنین این شکاف با تشدید سیاست‌های قهری حکومت علیه شهروندان و فعالان صنفی، بستر را برای روی آوردن جامعه به رسانه‌های ماهواره‌ای فراهم کرد.

یکی از نقاط عطف این تحول، آغاز به کار تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی در سال ۸۸ و سپس ظهور شبکه «من‌وتو» حدود یک سال بعد از حوادث انتخابات ۸۸ و جنبش سبز بود. در این میان تلویزیون من‌وتو با تمرکز بر صنعت سرگرمی، مد و برنامه‌های عامه‌پسند توانست مخاطبان گسترده‌ای را جذب کند و بنا به پژوهش‌های مختلف به محبوب‌ترین شبکه‌ی فارسی‌زبان بین سال‌های ۹۰ تا ۹۵ تبدیل شود [۵]. من‌وتو به مرور پروژه‌ی «تطهیر و سفیدشویی دوران پهلوی» را کلید زد؛ پروژه‌ای که اگرچه در ظاهر با بازنمایی نوستالژیک آزادی‌های محدود فردی در دوران پیش از انقلاب آغاز شد، اما به تدریج رنگ‌وبوی سیاسی به خود گرفت. این شبکه با ساختن تصویری نوستالژیک از دوره‌ی پهلوی به میانجی آرشیوهای پرزرق‌وبرق، در شرایط سرکوب مضاعف طبقه‌ی متوسط شهری توسط حکومت، سبب شکل‌گیری باوری عمومی پیرامون «دوره‌ی طلایی شاه» و مقصر دانستن «شورشیان پنجاه‌هفتی» شد.

مستندهای من‌وتو به‌ویژه برنامه‌ی «تونل زمان» برای تبریته کردن شاه، از پرداختن به عوامل مهمی مانند کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ (که مشروعیت رژیم شاه را مخدوش کرد)، نقش مخرب ساواک و شکنجه‌های وحشیانه‌ی زندانیان سیاسی (در سال‌های بعد ستایش از ساواک با قهرمان معرفی کردن پرویز ثابتی)، عدم وجود آزادی‌های سیاسی و مدنی در کنار تشدید نابرابری درآمدی بعد از رونق نفتی سال‌های پایانی رژیم، طفره

رفته یا بسیار گذرا از آن‌ها عبور کردند[۶]. پی‌آمد بارز این تحول در افکار عمومی را می‌توان در تجمعات ۷ آبان (روز کوروش) سال ۱۳۹۵ در پاسارگاد و سپس خیزش فرودستان شهری در دی ۱۳۹۶ دید؛ جایی که برای نخستین بار شعارهای ارتجاعی نظیر «ما آریایی هستیم، عرب نمی‌پرستیم» و «رضا شاه روح شاد» طنین‌انداز شد. هرچند این تجمع‌کنندگان و حتی خود عوامل من‌وتو از منظر سیاسی تحلیل کلان و پخته‌ای نداشتند و بیشتر بسیج عاطفی در اعتراض به وضعیت موجود بود، اما در سال‌های بعد این بستر عاطفی به سرعت توسط بازوهای رسانه‌ای مصادره شد.

در چنین بستری بود که در سال ۲۰۱۷، شبکه‌ی تلویزیونی «ایران‌اینترنشنال» در لندن تأسیس شد؛ رسانه‌ای که به گزارش روزنامه‌گاردین از همان ابتدا از حمایت‌های مالی کلان دربار عربستان سعودی برخوردار بود[۷]. البته که کمک‌های مالی و انتشار بدهی ۶۵۰ میلیون پوندی و هزینه‌های سرسام‌آور این شبکه که اخیراً نشریه‌ی فایننشال تایمز از آن پرده برداشته، دلیل موفقیت این شبکه و پروژه بودن آن را بیشتر برملا می‌کند[۸]. این شبکه در بدو تأسیس، خط‌مشی عجیبی را در پیش گرفت و به‌طور ویژه در مواردی به «پروموت کردن سازمان مجاهدین خلق» پرداخت؛ امری که با اعتراض برخی مخاطبان و فعالان سیاسی مواجه شد. همزمان با روی کار آمدن دونالد ترامپ و اجرای سیاست «فشار حداکثری» از قِبل تحریم‌ها و فشار در مجامع بین‌المللی، این شبکه به بازوی رسانه‌ای پروژه‌ی «رژیم چنج خارجی» تبدیل شد. در ادامه، با برجسته‌سازی چهره‌هایی نظیر مسیح علی‌نژاد و استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی، فضا برای موج‌سواری بر مطالبات اعتراضات صنفی و جنبش‌های مدنی نظیر اعتراضات خونین آبان ۹۸ فراهم شد تا این‌که با وقوع جنبش «زن، زندگی، آزادی»، ایران‌اینترنشنال نوعی تغییر کارگزاران خود را به نفع رضا پهلوی و مصادره‌ی جنبش یاد شده انجام داد. این شبکه و کلونی سلطنت‌طلبان آن با برکشیدن شعار «مرد، میهن، آبادی» در طول جنبش ژینا سعی در ارائه‌ی روایت ناسیونالیسم مردسالارانه داشتند. به نحوی که فرح پهلوی در مصاحبه با پوریا زراعتی در حالی که رژیم شاه را حامی جنبش زنان ایرانی معرفی کرد، به مفهوم بیولوژیکی از زن در قالب خانه و فرزندآوری پرداخت. همچنین این شبکه با تبلیغ شخص رضا پهلوی طی کارزار #من_وکالت_می‌دهم، درصدد مصادره‌ی آن جنبش برآمد[۹].

یکی از نکات کلیدی دیگر در تکوین این ساختار، پیوند خوردن بدنه‌ی رسانه‌ای من‌وتو به ایران‌اینترنشنال است؛ چنان‌که چهره‌هایی نظیر پوریا زراعتی (که پیش‌تر در برنامه‌های سرگرمی و بفرمایید شام من‌وتو فعال بودند) به مجریان ارشد سیاسی ایران‌نشنال بدل شدند و وی برای نخستین بار با نخست‌وزیر اسرائیل یعنی نتانیا‌هو مصاحبه کرد. این شبکه در مواجهه با تحولات منطقه‌ای، از جمله منازعه و نسل‌کشی در غزه، با توجیه خشونت‌های نظامی صهیونیست‌ها و بحران‌های پس از ۷ اکتبر، عملاً به سفیدشویی جنایات علیه مردم فلسطین پرداخت. نقطه‌ی اوج این روند، تلاش برای آلترناتیوسازی از رضا پهلوی بود؛ از تبلیغات برای نشست ناکام «جورج‌تاون» و انتشار منشور همبستگی آن نشست تا بازتاب رسانه‌ای سفر رضا پهلوی به اسرائیل و دیدار با نتانیا‌هو و وزیر اطلاعات اسرائیل که به گفته‌ی خود پهلوی زمینه‌ساز تجاوز نظامی بعدی به ایران شد.

این پروپاگاندا در جریان جنگ ۱۲ روزه، با عملیات نفوذ خارجی و جنگ‌های ترکیبی درهم تنیده شد؛ چنان‌که گزارش‌های پژوهشی مؤسسه سیتیزن‌لب و افشگری‌های روزنامه‌ی هآرتس پرده از عملیات‌های سایبری پیچیده‌ای برداشتند که با مدیریت و پشتیبانی نهادهای امنیتی اسرائیل برای مهندسی افکار عمومی ایران و ارتقای چهره‌ی رضا پهلوی به‌عنوان بدیل طراحی شده بودند. این شبکه‌ی رباتیک با تولید محتوای جعلی و دیپ‌فیک با هوش مصنوعی و سازماندهی آن در توییتر فارسی و پروموت آن توسط پوریا زراعتی و شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال در لحظه‌ی حمله به زندان اوین، کوشید تا تروما و بحران را به ابزاری برای تحریک توده‌ها به شورش بدل سازد [۱۰]. همچنین در این میان، کشته‌شدن تعدادی از زندانیان و مراجعان به بخش اداری در حمله به زندان اوین نیز پنهان و توجیه شد. این هماهنگی میان پروپاگاندا و جنگ روانی رسانه‌ای و جنگ خارجی، بازتاب آشکاری نیز در گفتمان‌سازی بخشی از دیاسپورای راست‌گرا داشت؛ به طوری که بر اساس تحلیل لادن رهبری، جریان‌های سلطنت‌طلب با تکیه بر مفهوم «ناسیونالیسم نیابتی»، ضمن همسویی عمیق با ارتش اسرائیل و پیوند دادن هویت باستانی ایران به الگوهای غربی، از هرگونه مداخله‌ی نظامی برای پیشبرد پروژه‌ی سیاسی خود استقبال کردند. به نحوی که این روایت باستان‌گرا، آرمان‌های ملی‌گرایانه‌ی خود را به ماشین نظامی و سیاسی یک دولت خارجی (اسرائیل) پیوند

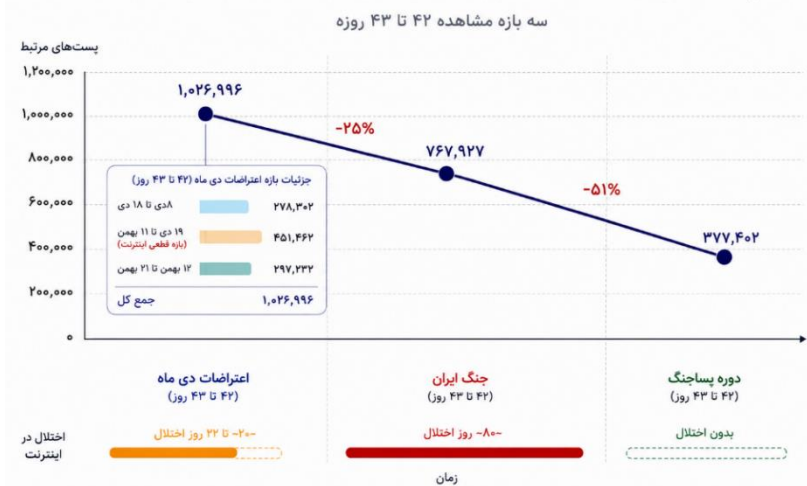
می‌زند. در این گفتمان، صهیونیسم نه به‌عنوان یک پروژه‌ی سیاسی-استعماری، بلکه به‌عنوان «میراث کوروش بزرگ» بازتولید می‌شود و شاهان پهلوی به‌عنوان جانشینان مدرن او تصویر می‌شوند که قرار است صلح را به خاورمیانه بازگردانند. این جریان با استفاده از استعاره‌های کتاب مقدس نظیر نبرد «داوود و جالوت»، جمهوری اسلامی و حماس را به‌عنوان «جالوتِ مشترک» ملت ایران و اسرائیل معرفی کرده و از این طریق، ایده‌ی همسویی استراتژیک با مبارزانها و مداخلات نظامی را توجیه کرده‌اند. این‌گونه است که در جریان منازعات منطقه‌ای و به‌ویژه جنگ‌های اخیر، ناسیونالیسم نیابتی به ابزاری برای ترویج خشونت از راه دور تبدیل می‌شود؛ جایی که جریان‌های راست‌گرا با نادیده‌گرفتن هزینه‌های انسانی جنگ در داخل کشور، چشم‌انداز ویرانی را با اسطوره‌های باستانی و ناجیان خارجی پیوند می‌زنند تا پروژه‌ی سیاسی خود را پیش ببرند [۱۱].

داده‌کاوی پروپاگاندا: پویایی آماری، تحلیل احساسات و هندسه‌ی شبکه در سه بازه‌ی بحرانی

برای سنجش عیار میزان اثربخشی و پشتوانه‌ی مجازی روایت‌های شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال، داده‌های مربوط به پست‌ها، هشتک‌ها و کلیدواژه‌های مرتبط با این شبکه و خبرنگاران آن و اکانت‌های آن‌ها در پلت‌فرم ایکس (توییتر) در سه بازه‌ی زمانی هم‌اندازه (هر یک به طول ۴۲ الی ۴۳ روز) استخراج و تحلیل شده است. دلیل تمرکز ویژه بر توییتر، حضور پررنگ این شبکه و خبرنگارانش با صدها هزار دنبال‌کننده، قابلیت بالای این پلت‌فرم در خلق فضای سیاسی، جریان‌سازی گفتمانی، فعالیت سازمان‌یافته‌ی ترول‌ها و بات‌ها و امکان رهگیری پیوندهای شبکه‌ای است که فرضیه‌ی «شبکه‌ای بودن و سازمان‌دهی شده بودن» این کلونی‌ها را عیان می‌کند.

نمودار ۱- توییت‌های مربوط به ایران اینترنشنال در سه بازه‌ی مذکور

پست‌های مرتبط به شبکه ایران اینترنشنال در ایکس (توییتر)



تحلیل آماری و حجم پست‌ها در سه گانه‌ی بحران

نگاهی به مقایسه‌ی حجم کل پست‌ها (شامل توییت، ریتوییت، کوت و پاسخ) در این سه بازه و تفکیک لایه‌های درونی آن، حاوی نکات معناداری است:

- بازه اول و کالبدشکافی زیربازه اعتراضات دی ماه ۱۴۰۴: این

بازه ۴۲ الی ۴۳ روزه (از ۸ دی تا ۲۱ بهمن) که با مجموع ۱,۰۲۶,۹۹۶

پست بالاترین حجم تولید محتوا را به خود اختصاص داده است، خود به سه

زیربازه کلیدی تقسیم می‌شود:

۱. مقطع نخست (۸ تا ۱۸ دی): روزهای آغازین اعتراضات بازار و

بدون مداخله‌ی اینترنشنال و پهلوی تا روز فراخوان ۱۸ دی و شکل‌گیری تجمعات

که با تولید ۲۷۸ هزار پست همراه بود.

۲. مقطع بحران و قطعی اینترنت (۱۹ دی تا ۱۱ بهمن): با آغاز سرکوب گسترده و قطع سراسری اینترنت (در حدود ۲۰ الی ۲۲ روز قطعی)، برخلاف تصور رایج مبنی بر افت محتوا به دلیل قطع ارتباط داخل، حجم پست‌ها به شکل چشمگیری دو برابر شده و به ۴۵۱,۶۴۲ پست می‌رسد. این پدیده نشان می‌دهد ماشین پروپاگاندا در اوج قطعی ارتباطات داخل، با تکیه بر فضا سازی دیاسپورا، ترول‌ها و ارتش بات‌ها، فعالیت خود را برای پمپاژ هیجان و بحران به شدت افزایش داده است.

۳. مقطع پس از اتصال اینترنت (۱۲ تا ۲۱ بهمن): با وصل شدن مجدد اینترنت، حجم پست‌ها به ۲۹۷ هزار پست کاهش می‌یابد که نشان‌دهنده‌ی فروکش کردن تب کاذب تولید محتوای رباتیک پس از بازگشت کاربران واقعی و روایت‌گری کاربران حول موضوعات دیگر است.

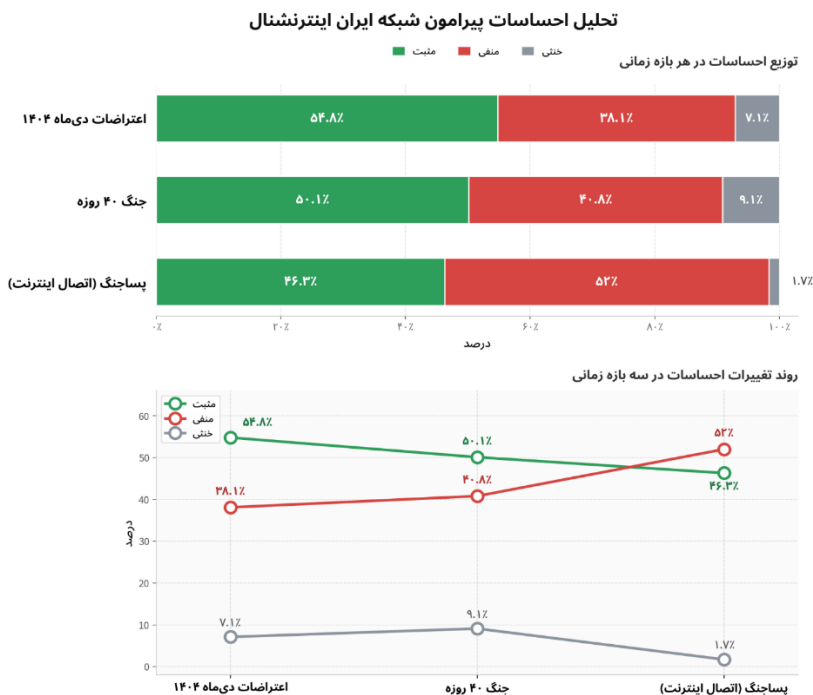
- **بازه دوم (جنگ ۴۰ روزه - از ۹ اسفند تا ۲۳ فروردین):** با وجود آن‌که در این بازه حدود ۸۰ روز قطعی انباشته/متناوب یا اختلال شدید در بستر ارتباطی وجود داشته است، حجم کل پست‌ها به ۷۶۷,۹۲۷ پست (با افت ۲۵ درصدی نسبت به مقطع اعتراضات) می‌رسد. ماندگاری این حجم بالا در زمان قطعی شدید اینترنت، مجدداً تایید می‌کند که بدنه‌ی محتوا اتکایی به بدنه‌ی ارگانیک توده‌ای در داخل نداشته، بلکه محصول ارتش بات‌ها و کاربران ساکن دیاسپورا بوده است.

- **بازه سوم (پساجنگ و اتصال مجدد اینترنت - خرداد تا تیر ۱۴۰۵):** با برقراری کامل اینترنت و فروکش کردن فانتزی‌های جنگی، حجم

پست‌ها با یک سقوط آزاد ۵۱ درصدی نسبت به بازه جنگ، به ۳۷۷,۴۰۲

پست رسید؛ امری که بساط حباب‌های پروپاگاندا را جمع کرد.

نمودار ۲- تحلیل احساسات توئیتهای مربوط به ایران اینترنشنال در سه بازه مذکور



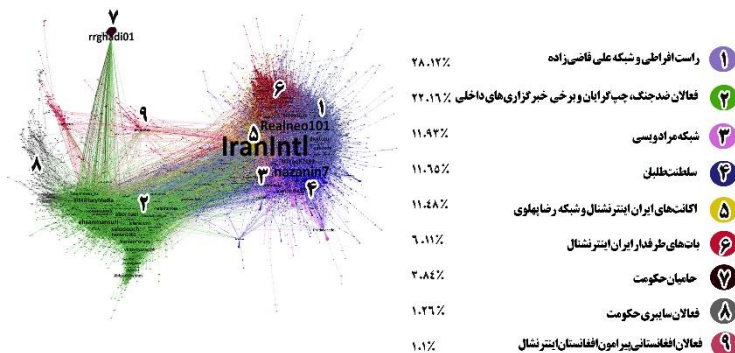
مهندسی عواطف؛ واکاوی روند سقوط تدریجی یک رؤیا

تحلیل آماری صرف، بدون در نظر گرفتن بار عاطفی و جهت‌گیری معنایی کنشگران، نمی‌تواند تصویر دقیقی از چگونگی تسخیر فضای عمومی توسط اینترنشنال ارائه دهد. برای درک این سیالیت، از روش تحلیل احساسات بر پایه‌ی پردازش زبان طبیعی (NLP) بهره گرفته شده است؛ تکنیکی که با واکاوی معناشناختی واژگان و روایت

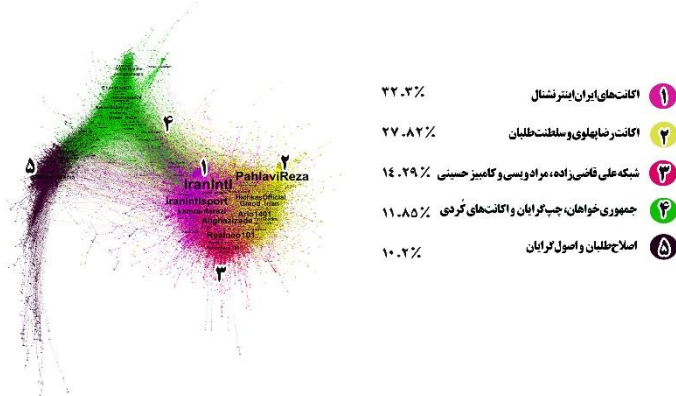
کلی هر توبیت، فراتر از ظاهر کلمات، مخالفت یا موافقت بر تعاملات را بازنمایی می‌کند. این تحلیل نشان‌دهنده‌ی عملکرد و میزان رضایت یا رویگردانی کاربران از عملکرد اینترنت‌نشان است.

داده‌های استخراج‌شده حکایت از یک سقوط آزاد عاطفی در سه بازه دارد. در بازه نخست (اعتراضات دی ماه ۱۴۰۴)، روایت اینترنت‌نشان و بازیگران سیاسی سلطنت‌طلبی هژمون شده و غلبه‌ی احساسات مثبت فضا را اشغال کرده است. در این دوره، شبکه با تکیه بر ترویج ایده‌ی بازگشت به سلطنت و تثبیت رهبری رضا پهلوی از یک سوی و جسدمعاشی از جان‌باختگان اعتراضات به نفع پروژه‌ی سیاسی خود توانست احساسات مثبت را به سقف ۵۴ درصد برساند. اما با ورود به بازه جنگ ۴۰ روزه و مواجهه‌ی واقعیت سخت با رؤیاهای فروخته‌شده، این حباب شروع به ترک خوردن کرد. اگرچه در این مرحله که بازه قطعی اینترنت است، احساسات مثبت با افتی معنادار به ۵۰ درصد رسید و در مقابل، خشم و ابهام (در قالب احساسات منفی و خنثی) رشد کرد. نقطه‌ی عطف این فروپاشی در دوران پساجنگ رخ می‌دهد؛ جایی که احساسات مثبت به ۴۶ درصد سقوط کرده و برای نخستین بار، احساسات منفی با ۵۲ درصد، تفوق می‌یابد. (البته این آمارها به معنای تعمیم‌دادن میزان محبوبیت شبکه در میان ایرانیان نیست.) این چرخش نشان‌دهنده‌ی آن است که فناوری‌های انقیاد و پروپاگاندای دیجیتال، گرچه در کوتاه‌مدت قادر به بسیج عواطف هستند، اما در مواجهه با پیامدهای عینی جنگ و انسداد سیاسی، کارکرد خود را تا حدی از دست داده و به ضد خود (دل‌زدگی و خشم عمومی) حتی در میان کلونی‌های حامی آن‌ها تبدیل می‌شوند.

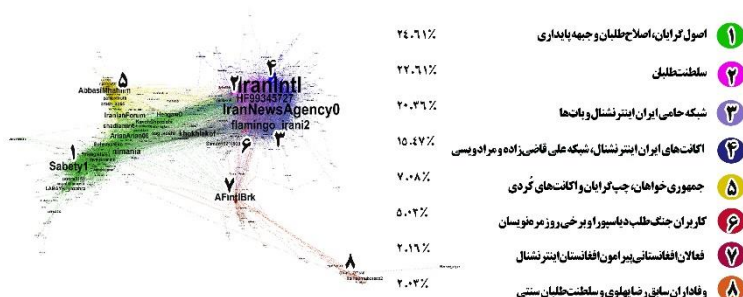
نمودار ۳- تحلیل شبکه گراف حول محور ایران اینترنشنال در بازه اعتراضات



نمودار ۴- تحلیل شبکه گراف حول محور ایران اینترنشنال در بازه جنگ ۴۰ روزه



نمودار ۵- تحلیل شبکه گراف حول محور ایران اینترنشنال در بازه پساچنگ (اتصال اینترنت)



هندسه‌ی شبکه؛ از تسلط روایت غالب تا تکثر ستیزنده‌ی پادروایت‌ها[‡]

برای درک دقیق‌تر تقسیم کار این پروپاگاندا، از روش تحلیل شبکه (SNA) و ترسیم گراف‌های تعاملی بر اساس گراف‌های بازنشر (Retweets) استفاده شده است. یعنی کلونی ریتویت‌کننده که مجموع اکانت‌های موافق و مخالف ایران اینترنشنال است، استخراج و سپس برحسب منطق هر خوشه نام‌گذاری شده است. این گراف‌ها که به کمک نرم‌افزار گفی (Gephi) و با استخراج خوشه‌های معنایی ترسیم شده‌اند، «هندسه‌ی قدرت» را در فضای مجازی نشان می‌دهند. تحلیل این شبکه‌ها فراتر از یک نمایش فنی، فاش‌کننده‌ی استراتژی‌هایی است که اینترنشنال برای هژمونیک کردن صدای خود به کار بسته است.

در بازه اول (اعتراضات دی)، گراف شبکه نشان‌دهنده‌ی یک تمرکزگرایی شدید و پیوستگی صلب میان خوشه‌های حامی است. در این مرحله، اکانت اصلی ایران اینترنشنال در پیوند ارگانیک با قطب سلطنت‌طلب و محوریت رضا پهلوی، یک بلوک قدرتمند و متراکم را تشکیل داده‌اند. اشغال حجم وسیعی از فضای شبکه توسط

[‡] مجموع درصدها بین ۹۷.۵ تا نزدیک به ۱۰۰ است که دلیل آن در نظر گرفتن کلونی‌های ریتویتیته کننده حداقل ۱ درصد است که تشکیل گراف می‌دهد.

این هسته‌ی مرکزی، نشان‌دهنده‌ی موفقیت در ایجاد یک «اتاق پژواک» است که در آن خود کاربران همسو به تولید محتوای مدنظر می‌پردازند. در این جا، سلب‌ریتی- خبرنگاران به‌عنوان گره‌های واسطه، وظیفه‌ی تزریق مدام روایت مرکزی به لایه‌های پایین‌تر شبکه را برعهده دارند.

با آغاز جنگ ۴۰ روزه، این هندسه‌ی متمرکز دچار تشتت ساختاری می‌شود. تعداد خوشه‌ها به ۹ عدد افزایش یافته و گراف به سمت پراکندگی میل می‌کند. در این بازه، از مرکزیت مستقیم اکانت شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال کاسته شده و در عوض، فعالیت انفرادی خبرنگاران مثل مراد ویسی و علی‌حسین قاضی‌زاده برجسته می‌شود. این پراکندگی نه به معنای دموکراتیک‌شدن شبکه، بلکه یک تاکتیک رسانه‌ای برای پوشش همه‌جانبه و نفوذ به لایه‌های مختلف کاربران در شرایط بحرانی است؛ نوعی جنگ فرسایشی رسانه‌ای که در آن مرکزیت جای خود را به شبکه‌ای از ترول‌ها و خبرنگاران جنگی می‌دهد تا میس‌اینفورمیشن و فیک نیوز را با سرعت بیشتری بازتولید کنند.

اما در بازه پساجنگ و اتصال مجدد اینترنت گراف این دوره، تصویری از یک گسست هژمونیک است. برای نخستین بار، خوشه‌ی طرفداران حکومت به عنوان پرجمعیت‌ترین بخش شبکه ظاهر می‌شود و در رتبه‌ی نخست قرار می‌گیرد. در سوی مقابل، جبهه‌ی متحد پیشین دچار چنددستگی عمیق گشته است؛ به طوری که حتی در میان حامیان سنتی اینترنشنال و سلطنت‌طلبان، موجی از مخالفت و نقد نسبت به عملکرد شبکه شکل می‌گیرد. شبکه اکنون نه یک کل واحد، بلکه مجموعه‌ای از گره‌های متخاصم و پراکنده است که دیگر قادر به تولید یک روایت منسجم همگانی نیستند. این وضعیت، گواهی بر افول تاریخ مصرف «رؤیای فروخته‌شده» است؛ چراکه وقتی اسطوره‌ها در آزمون واقعیت شکست می‌خورند، اولین چیزی که فرومی‌پاشد، هندسه‌ی تشکیلاتی و پیوند شبکه‌ای آن‌هاست.

رؤیایفروشی و بازنمایی اسطوره‌ای: واکاوی مکانیسم پروپاگاندا

برای درک چگونگی تسخیر فضای عمومی توسط اکوسیستم رسانه‌ای ایران‌اینترنشنال و جریان سلطنت‌طلب پیرامون آن، نمی‌توان صرفاً به تحلیل داده‌های

کمی بسنده کرد. نیاز به آن است که از چهار لایه‌ی روایتی که در شروع اعتراضات تا اکنون در جریان است، واکاوی دقیقی از حیث نظری و کیفی ارائه شود. به‌طور کلی یکی از دلایل موفقیت و هژمون‌شدن بازنمایی رسانه‌ای این جریانات انتخاب شیوه‌ی داستان‌پردازی واقعیت‌های پیچیده و درهم‌تنیده با بهره‌گیری از اسطوره‌ها و نمادها برای ساده‌انگاری و ازلی‌ابدی پنداشتن روایت مطلوب خود است. از این جهت تحلیل توأمان اسطوره‌شناسی و نشانه‌شناسی توییته‌ها، چگونگی برساخت روایی این گروه را آشکارتر می‌سازد. از این حیث، این مکانیسم را می‌توان در قالب یک مدل تحلیلی چهار لایه صورت‌بندی کرد که به قرار زیر است:

لایه‌ی نخست؛ قاب‌بندی (Framing): در این سطح، رسانه با استفاده از تکنیک‌های قاب‌بندی، پدیده‌ها را از معنای اصلی خود تهی کرده و در قالبی مدنظر خود و برای پذیرش گفتمان مطلوب ارائه می‌کند. یکی از مصادیق این لایه، نگاه آخرزمانی به اعتراضات و فراخون پهلوی به‌مثابه نبرد نهایی معرفی می‌شود نه حتی تداوم سلسله‌ی اعتراضات پیشین. بارزترین این مفاهیم، تغییر ماهیت جنگ و تجاوز نظامی به «مداخله‌ی بشردوستانه» یا «جراحی بدون خونریزی» است. در این قاب‌بندی، جنگ نه یک شرّ مطلق و ویرانگر، بلکه به‌مثابه یک ضرورت پزشکی برای حذف غده‌ی سرطانی که جمهوری اسلامی نامیده می‌شود، بازنمایی می‌شود تا راه برای پذیرش عاطفی خشونت هموار کند.

لایه‌ی دوم؛ گسست اخلاقی و روانی: پروپاگاندا در این مرحله به دنبال مسموم‌سازی فضا برای منتقدان است. هرگونه صدای مخالف که نسبت به پیامدهای ویرانگر جنگ یا پروپاگاندا‌ی موجود هشدار دهد، با هجمه‌ای سازمان‌یافته روبه‌رو می‌شود. هدف از این ترور شخصیت، ایجاد نوعی «مارپیچ سکوت» است؛ وضعیتی که در آن منتقدان برای در امان ماندن از هجمه‌ها، تن به بایکوت خودخواسته می‌دهند. در این فضا، منطق «ما همه‌ی راه‌ها را رفته‌ایم و جنگ تنها راه باقی‌مانده است»، به‌عنوان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر به خورد مخاطب داده می‌شود. در این لایه همچنین بسیج عاطفی با آمارسازی‌های مکرر و جسد‌معاشی از جان‌باختگان برای توجیه جنگ و خسارت‌های آن عادی‌سازی می‌شود.

لایه‌ی سوم؛ ناسیونالیسم نیابتی و اسطوره‌سازی: در این سطح، رسانه با میانجی‌گری نمادها و اسطوره‌های باستانی همچون ضحاک و کاوه، به بازتولید «شکوه از دست‌رفته» می‌پردازد. این ناسیونالیسم، برخلاف نسخه‌های اصیل که بر اراده‌ی ملی تکیه دارند، نوعی ناسیونالیسم نیابتی است که رهایی را نه در داخل، بلکه در انتظار برای یک «ناجی خارجی» با اتکا به داستان‌های شاهنامه و حتی اساطیر مذهبی جست‌وجو می‌کند.

لایه‌ی چهارم؛ برساختِ آلترناتیو واحد: تمامی سه لایه‌ی پیشین در این نقطه به هم می‌رسند تا رضا پهلوی را به‌عنوان تنها گزینه‌ی موجود و «کاوه دوران گذار» معرفی کنند. در این لایه، فراخوان‌های سیاسی با روایتی اسطوره‌ای پیوند می‌خورند تا هرگونه تردید در رهبری وی، به مثابه خیانت به آرمان ملی تلقی شود و تمام جریان‌ها دیگر بازهم تخطئه می‌شوند.

واکاوی دوازده‌گانه‌ی نشانه-اسطوره‌های پروپاگاندا؛ از فانتزی

رهایی تا الهیاتِ ویرانی

در این بخش به سراغ نظام دلالتی شبکه که ذیل چهار لایه‌ی روایتی هستند، می‌رویم؛ جایی که واقعیت با میانجی‌گری اسطوره‌ها به صورت رفت‌وبرگشتی در بازه اعتراضات تا پساجنگ به طور مدام قاب‌بندی می‌شود و هرچا لازم باشد گسست اخلاقی و روانی برای سوق به ناسیونالیسم نیابتی و آلترناتیو‌سازی ایجاد می‌شود و بالعکس. این ۱۲ اسطوره، ستون‌های اصلی «تولید ماشین رضایت جنگی» در دوره‌ی بن‌بست ساختاری و استیصال جامعه هستند.

۱. اسطوره‌ی بازگشت شاه: کاوه در برابر ضحاک

نخستین و بنیادی‌ترین لایه، بازسازی کهن‌الگوی «شاه دادگر» در هیأت رضا پهلوی است. در این صورت‌بندی، او نه به‌عنوان یک رهبر سیاسی با برنامه و حزب، بلکه در قامت «کاوه‌ی دوران گذار» بازنمایی می‌شود که کتیبه به‌دست، از پناهگاه تاریخ فراخوانده شده است. در مقابل، حاکمیت مستقر و رهبری آن با دال «ضحاک» نشانه‌گذاری می‌شوند تا نبرد سیاسی به یک پیکارِ ازلی خیر و شر تقلیل یابد. این

اسطوره با استفاده از دفترچه‌ی دوره گذار و القای حسِ مقدربودنِ بازگشتِ شاه، هرگونه تردید را به‌مثابه خیانت به آرمان ملی‌گرایی و ایرانیت جلوه می‌دهد. درحقیقت در این قاب‌بندی رضا پهلوی، تنها راه نجات معرفی شده و نوید بازگشت به گذشته‌ی طلایی پهلوی را می‌دهند.

۲. ثنویتِ اهورایی-اهریمنی

در این نوع مواجهه، تلویزیون ایران‌اینترنشنال و کارگزاران توییتری آن فضا را به‌شدت دوقطبی می‌کنند. پروپاگاندا با ایجاد یک نظامِ بسته‌ی معنایی، هر کنشگری را که با روایتِ اینترنشنال/سلطنت‌طلب همسو نباشد، داغ ننگ می‌زند و به قطب اهریمنی پرتاب می‌کند. ابداعِ اصطلاحاتی چون «خون‌شور» (برای فعالان ضدجنگ) و «سفیدشوی» (برای نیروهای دموکراسی خواه ضدپهلوی) وظیفه دارد با تکیه بر ارتش ترول‌ها و بات‌ها، یک «مارپیچ سکوت» ایجاد کند. در این فضا، نیروهای دموکراسی خواه و منتقدان، از ترس ترور شخصیت و حمله‌های سازمان‌یافته در فضای مجازی، مجبور به بایکوت خودخواسته می‌شوند تا تنها صدای طنین‌انداز، صدای شبکه باشد.

۳. محکمه‌ی تفتیش عقاید

شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال در برنامه‌هایی نظیر ۲۴ یا در توییت‌های روزنامه‌نگارانش، استودیو را به یک «دادگاه تفتیش عقاید» بدل کرده‌اند. فرداد فرحزاد و مهدوی‌آزاد در اینجا نقش «مفتشان اعظم» را ایفا می‌کنند که وظیفه‌شان نه پرسشگری، بلکه به‌لکنت‌انداختن و رسواکردنِ هر آن کسی است که به بیعت رضا پهلوی در نیامده است یا به ضرورتِ جنگ نقدی دارد. این اسطوره به مخاطب القا می‌کند که فضای سیاسی، دادگاهی است که در آن تنها کسانی حق تنفس دارند که وفاداریِ مطلق خود را به قطب «وطن‌پرست» ثابت کرده باشند.

۴. اسطوره‌ی غسلِ تعمیدِ نظامیان

پخش کیو-آر-کد (QR Code) روی آنتن زنده‌ی تلویزیون برای ثبت‌نام نظامیان، فراتر از یک ابزار فنی، یک آیینِ اساطیری برای توبه و بیعت بود. ادعای رضا پهلوی مبنی بر این که ۵۰ هزار نیروی مسلح آماده‌ی پیوستن و حمایت از معترضان هستند، مدام به اشکال مختلف تکرار شد. تکرارِ این آمارِ موهوم توسط افرادی چون

گلسا قمری در گفت‌وگو با پیر مورگان (که تا ۱۵۰ هزار نفر هم رسید)، بخشی از گزاره‌ی «نترسید، بریزید توی خیابان، کار تمام است» بود. مسئله‌ای که مدام از تلویزیون ایران اینترنشنال و کلونی توئیتری سلطنت‌طلب پخش شد تا جایی که رضا پهلوی اخیراً در پاسخ به خبرنگاران رویترز گفته بود که او از طریق دایرکت در شبکه‌های اجتماعی این پیام‌ها را دریافت کرده است. اما جریان پهلوی در حقیقت دست به جعل واقعیت زد و ویدیوهای منتشرشده در جنگ ۱۲ روزه توسط اسرائیل مبنی بر بازجویی از فرماندهان سپاه در تهران را به‌جای نیروهای ریزشی، نوع دیگری به نفع خود روایت‌گری کرد.

۵. هولوکاستِ آماری و الهیاتِ قربانی

در بحبوحه‌ی پساکشتار دی‌ماه شبکه‌ی ایران اینترنشنال اقدام به ارائه‌ی آمارهای متفاوت و عجیب از جان‌باختگان اعتراضات می‌کند. در این مرحله، جان انسان به ابزاری برای جسد‌معاشی تبدیل می‌شود و اساساً کرامت انسانی لگدمال شده و ابزاری برای فروش به خارج ایران تبدیل می‌شود. درحقیقت شبکه با ابداع واژه‌ی جاویدنام که از حیث آوایی بسیار نزدیک به جاوید شاه است و ترکیب آن با ترجیع‌بند «فرزند ایران و جان‌فدای میهن» توسط مراد ویسی، مرگ معترضان را از معنای دادخواهی و تکریم انسانی تهی کرده و بدل به بسیج عاطفی و توجیه جنگ می‌کنند. بازی با اعداد جان‌باختگان (ارائه‌ی آمارهای شناور از ۱۲ هزار تا ۴۰ و ۵۰ و حتی گاه در کلونی توئیتری تا ۸۰ هزار نفر) بدون هیچ مبنای راستی‌آزمایی، با هدف برساختن یک «هولوکاستِ معاصر» انجام شد، تا جنگ نه یک فاجعه، بلکه یک «خون‌خواهی مقدس» جلوه کند. مسئله‌ی اساسی همان‌طور که از زبان کیوان عباسی مدیر من‌وتو بیان شد، فروختن عدد ۴۰ یا ۵۰ هزار کشته به دولت‌های غربی و افکار عمومی جهانی بود تا نسل‌کشی غزه فراموش شود و توجیه مداخله‌ی به‌اصطلاح بشردوستانه باشد. یعنی همزمان کارکرد داخلی و خارجی را فراهم کنند. به‌طور مثال در این نگاه، برای توجیه حملات به زیرساخت‌های کشور، این مفهوم به کلی دگرگون می‌شود و زیرساخت به‌زعم این گروه معادل قاتلان کشته‌شدگان اعتراضات معرفی می‌شود و بمباران و تخریب‌شان توجیه می‌شود. عدم‌پذیرش آمارهای متناقض و دست‌کاری مداوم افکار عمومی زمانی

بیش‌تر برجسته می‌شود که به پژوهش مزدک آذر در بازه اعتراضات نیز نگاهی انداخته شود. آذر با تحلیل شعارهای ویدیوهای شبکه‌های اجتماعی در جریان اعتراضات دی‌ماه، نشان داد که در شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال شعارهای پهلوی/سلطنت‌طلبانه در حالی که ۱۷ درصد از کل شعارها بود، تا نزدیک به ۳۸۴ درصد بیشتر در تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی خود منتشر کرده است [۱۲].

۶. فرشته‌ی نجات: سربازان موسی

این اسطوره، ارتش دولت صهیونیستی را با استفاده از روایت‌هایی باستانی به فرشته‌ی نجات ایرانیان تبدیل می‌کند. درحقیقت همان طور که لادن رهبری نشان داده بود، داستان‌هایی از این قبیل که کوروش در فتح بابل یهودیان را نجات داده و امروز زمان جبران آن توسط سربازان موسی فرارسیده است، به کرات در میان کلونی توپیتری گفته می‌شود. همچنین گزارش‌های حماسی از مصاحبه‌ها و سخنان نتانیاها و سایر مقامات اسرائیلی که نویدبخش رهایی ایران است را بشارت می‌دهند. در این‌جا، موشک‌های اسرائیلی به مثابه «فرشته‌های نجات» بازنمایی می‌شوند که به‌طور دقیق فقط شر را هدف می‌گیرند و برای مردم مظلوم، رهایی می‌آورند؛ اسطوره‌ای که واقعیت کشتار غیرنظامیان و تخریب را در پس تصاویر شیک ماهواره‌ای پنهان می‌کردند.

۷. نوسترداموس زمانه؛ صنعت پیشگویی و دانای کل

در شرایط بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی و در زمانه‌ای که انباشتی از بحران‌ها بر روی هم تنیده است، مخاطب میل به جست‌وجوی قطعیت در قاموس رؤیای آنچه که می‌خواهد باشد نه آنچه که واقعاً هست را دنبال می‌کند. از این جهت، ما شاهد گسترش روزافزون صنعت پیش‌گویی در شبکه‌های اجتماعی و در میان تحلیل‌گران خرد و کلان هستیم. شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال و خبرنگارانش سهم مهمی را در این دستکاری دیجیتال ایفا می‌کنند. مراد ویسی و علی‌حسین قاضی‌زاده در جایگاه «نوسترداموس‌های زمانه»، با قاطعیت از «پیروزی یک هفته‌ای»، «فرار سران رژیم»، «فروپاشیدن سیستم با زدن سر مار»، «فروپاشی اسرائیلی بالای سر معترضان» و گزاره‌های این‌چنینی سخن گفتند. اصطلاحاتی چون «سر مار را بزنید» یا «رأس خیمه»، منطق پیچیده‌ی نبرد را به یک پیشگویی شبه‌مذهبی تقلیل داد که در آن

مخاطب فقط باید منتظر سقوط محتوم بماند و گویا تمام اتفاقات مقدراتی الهی است که با کم‌ترین دردسر و در کوتاه‌ترین زمان رخ خواهد داد.

۸. استثنانگرایی ایرانی؛ توهم آلمان و ژاپن در قلب خاورمیانه

ازلی‌ابدی بودن مفهوم ایران یکی دیگر از آن داستان‌هایی است که ریشه‌های نژادپرستانه و غیرتاریخی را به بستر شبکه‌های اجتماعی و مخیله‌ی جمعی بخشی از ایرانیان برگردانده است. نیکی اخوان در مقاله‌ی اخیرش در تحلیل جنگ ۴۰ روزه به‌درستی این مسئله را به «استثنانگرایی» (Exceptionalism) در گفتمان جنگ‌طلبان دیاسپورا اختصاص می‌دهد. این اسطوره مدعی است که ایران، تافته‌ای جدابافته از منطقه است و به همین دلیل، بمباران و جنگ محدود بوده و به سرنوشت لیبی، عراق یا افغانستان دچار نخواهد شد. آن‌ها با نادیده گرفتن مداخلات امپریالیستی، رؤیای «آلمان و ژاپن پساجنگ» را به صورت تقطیع شده و با روتوش فروختند؛ با این فرضِ باطل که اشغالگران، پس از نابودی حاکمیت، بلافاصله کشور را ساخته و دموکراسی را به شکلِ کادوشده همراه با حجم عظیم سرمایه‌گذاری خارجی تقدیم نماینده‌ی ملت می‌کنند.

۹. جنگ بهداشتی و جراحی کلینیکی

این اسطوره ریشه در ترم مفهومی تجدید بهداشتی یا پزشکی در دوره‌ی پهلوی اول دارد. همان‌گونه که در آن دوره، مدرنیته با «تراشیدن اجباری سرها»، «واکسیناسیون قهری» و «شستن آلودگی‌های قاجاری» توسط رضاخان تعریف می‌شد، اکنون نیز بمباران به‌مثابه یک «عمل جراحی کلینیکی» برای برداشتن یک «غده‌ی سرطانی» بازنمایی می‌شود. واژگانی نظیر «نقطه‌زنی» و «کتلت کردن»، درصدد القای این روایت بوده است که این جنگ نوعی جنگ بهداشتی و معین است که با دقیق‌ترین و کم‌ترین هزینه‌ی انسانی و تبعات بعدی آن همراه است. در حقیقت، بمباران‌های فیزیکی به‌عنوان یک عمل جراحی برای برداشتن غده‌ی سرطانی استبداد قاب‌بندی می‌شوند تا درد موشک‌ها به درد پس از عمل جراحی تقلیل یابد.

۱۰. پدرِ نمادین و عموهایِ رهایی‌بخش: از ترامپ تا بی‌بی

از منظر روان‌کاوی لکانی، جامعه‌ی دچار تروما، به دنبالِ بازسازیِ نامِ پدر است. درحقیقت در ناخودآگاه سوژه‌ی ترومازده پدر ستم‌گر بایستی جایش را با پدری مهربان جایگزین کند. حال این دستگاه پروپاگاندا با پیوندزدن مفهوم عمو که خویشاوند پدری خارج از خانواده‌ی اصلی است، درصدد توجیه کمک خواستن از نیروی بیگانه و تلطیف عاطفی متجاوز خارجی است. استفاده از اصطلاحاتِ خویشاوندی نظیر «عمو ترامپ»، «عمو بی‌بی» و حتی «عمو لیندسی [گراهام]»، یک خانواده‌ی مجازیِ نجات‌بخش را ساخته است. هشتگ‌های «تنکیو بی‌بی» و «تنکیو ترامپ»، نشان‌دهنده‌ی یک پس‌رویِ جمعی به مرحله‌ی کودکی است؛ جایی که جامعه اراده‌ی خود را واگذار کرده و در انتظارِ قدرتی مقتدر از بیرون می‌نشیند تا نظمِ ازدست‌رفته را بازیابد. درحقیقت این جنبه‌ی عاطفی‌سازی درست در پیوند چهار لایه‌ی روایی اتفاق می‌افتد. جایی که رضا پهلوی به‌عنوان پدر جدید ملت ایران معرفی می‌شود که قرار است با میانجیِ عموهای خارجی جای ضحاک را بگیرد و کاوه زمانه شود.

۱۱. بمبارانِ رهایی‌بخش: تولیدِ رضایت برای ویرانی

با تکیه بر نظریه‌ی «تولیدِ رضایت» و «امپریالیسم بشردوستانه»ی چامسکی [۱۳]، می‌توان گفت شبکه توانست قباحِ حمله به کشور و زیرساخت‌ها را بشوید و توجیه‌گر جنگ و ویرانی باشد. طرح بحثِ «بمب اتم ترومن» توسط حسین قاضی‌زاده در توییتر و توجیهِ حمله به بنادر، پل‌ها و نیروگاه‌ها، بخشی از این استراتژی بود که به‌ویژه در پیش از جنگ و ابتدای آن مدام توسط خبرنگاران این شبکه و کلونیِ توییتری مدام ترویج می‌شد. مضاف بر آن‌که، آن‌ها با عادی‌سازیِ کشتارهایی نظیر آنچه در مدرسه‌ی شجره‌ی طیبه میناب یا سلاح‌های کشتار جمعی در شهرستان لامرد رخ داد، مدعی شدند که «رهایی هزینه‌ای دارد»؛ هزینه‌ای که البته همیشه توسطِ فرودستان پرداخت می‌شود، نه نشستگان در استودیوهای لندن و واشنگتن.

۱۲. پیاده‌نظامِ بیگانگان؛ ضاحیه‌سازی و استراتژیِ ویرانی

آخرین اسطوره، تبدیلِ جامعه به «پیاده‌نظامِ قدرت‌های خارجی» است. فراخوان برای فشارِ حداکثری، تحریمِ فراگیر و دفاع از محاصره‌ی دریایی تنها بخشی از

استراتژی‌های دیگر شبکه‌ی ایران‌اینترنشنال و سلطنت‌طلبان بوده است که به‌ویژه در دوره‌ی پساجنگ به‌کرات از آن سخن گفته‌اند. حتی «مسلم کردن مردم» و عادی‌سازی جنگ داخلی برای آنچه که اسرائیلی‌ها در پی لیبی‌سازی ایران هستند، کشور را به سمت «ضاحیه‌سازی» و جنگ داخلی سوق می‌دهد. این گفتمان، با ترویج خشونت و عادی‌سازی اشغال نظامی، تظاهرات خارج از کشور را نه برای همبستگی با مردم، بلکه به‌عنوان کاتالیزوری برای حمله‌ی نظامی جعل کرد تا در نهایت، ایران نه به دموکراسی، بلکه به ویرانه‌ای تحت اشغال قدرت‌های خارجی تبدیل شود. توییت‌های پوریا زراعتی و دفاع از ایده‌ی پیدایش یک احمد جولانی برای ایران خود گواهی بر این مسئله است.

رؤیایفروشی در بن‌بست واقعیت یا پمپاژ مجدد پروپاگاندا؟

تحلیل اکوسیستم رسانه‌ای ایران‌اینترنشنال و جریان‌های همسو با آن نشان می‌دهد که با پدیده‌ای فراتر از یک رسانه‌ی جهت‌دار یا «فیک نیوز» ساده روبرو هستیم. در حقیقت این پروژه‌ی سیاسی «صنعت تولید رضایت برای ویرانی» بوده است. در این یادداشت تحلیلی تلاش شد با میانجی تحلیل داده توئیتر فارسی پیرامون ایران‌اینترنشنال، نشان داده شود که چگونه این صنعت توانسته رؤیایی را برای آینده‌ی موهوم بفروشد و موفق هم باشد. این که چگونه این شبکه با تکیه بر ۱۲ اسطوره‌ی بنیادین، توانست «تجاوز خارجی» را به «جراحی رهایی‌بخش» و «استیصال عمومی» را به «فانتزی بازگشت به عصر طلایی» پیوند بزند، بیش از هر چیزی محصول انسداد سیاسی و استیصال جمعی است که در پی رؤیای دیگر می‌گردد. اما همان‌گونه که تحلیل داده‌های شبکه و نمودارها نشان داد، این هژمونی برخاسته از پروپاگاندا، در برخورد با صخره‌ی واقعیت دچار تزلزل و گسست نسبت به گذشته شده است. سقوط معنادار احساسات مثبت و تشنه در خوشه‌های حامی در دوران پساجنگ، گواهی بر این مدعاست که روایت‌ها تا زمانی کارکرد دارند که بتوانند فاصله‌ی میان رؤیا و امر عینی را بپوشانند؛ اما زمانی که هر آنچه سخت و استوار است دود می‌شود و به هوا می‌رود و وعده‌های پیروزی سریع محقق نمی‌شود، پروپاگاندا به ضد خود تبدیل شده و موجی از دل‌زدگی و خشم شبکه را به همراه می‌آورد. البته تحلیل حاضر به‌هیچ‌وجه به معنای نابودی و از میان رفتن هژمونی ایران‌اینترنشنال و سلطنت‌طلبی در سپهر سیاسی

و رسانه‌ای جامعه ایرانی نیست، کمالین که همچنان مخاطبان و منتظران فراوانی را در داخل و خارج کشور دارد. مسئله‌ی حاضر حتی بیش از افول مقبولیت روایت‌های اینترنشنال، چگونگی موفقیت فروش رؤیا با میانجی داستان‌پردازی‌های ساده‌انگارانه و حماسی است که در وضعیت اکنون کارکرد داشته است.

در نهایت، بحران کنونی فضای عمومی ایران، محصول هم‌دستی دو نیروی تمامیت‌خواه داخلی و خارجی است: چه آن‌که خود زمینه‌ی انسداد و سرکوب را فراهم کرده چه آن نیرویی که التماس بمباران را از نیروهای خارجی می‌طلبد. پروژه‌ی فشار حداکثری و دکترین ضاحیه‌سازی ایران می‌تواند زمینه‌ساز خشونت‌های بیشتر و چرخه‌ی کین‌توزی شود و عادی‌سازی این خشونت نه تنها کمکی به گذار دموکراتیک نمی‌کند، بلکه سبب فقیرتر شدن جامعه و افزودن بر رنج‌های عموم مردم از جمله فرودستان است که همراه با تخریب زیرساخت‌های مادی و اخلاقی جامعه، امکان هرگونه کنشگری مستقل را نیز از بین می‌برد. در این میان، وظیفه‌ی حیاتی «نیروی سوم» یعنی جریان‌های دموکراسی‌خواه و ضدجنگ، بازپس‌گیری فضای عمومی از چنگال روایت‌های انقیادساز است. اگرچه چشم‌انداز و افق روشن‌رهایی واقعی در آینده‌ی پیش‌رو بسی خوشبینانه است، اما حداقل از طریق مداخله‌ی نظامی و میانجی‌گری عموهای نجات‌بخش محقق نمی‌شود.

منابع و مأخذ

الف) منابع فارسی

- [۱] ملکی، عمار. گزارش نظرسنجی: نگرش ایرانیان به جنگ ۱۲ روزه. هلند: مؤسسه گمان (گروه مطالعات افکارسنجی ایرانیان)، آبان ۱۴۰۴.
- [۴] مرکز طرح‌های ملی. پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (موج چهارم): بخش سرمایه اجتماعی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)، ۱۴۰۲.
- [۵] یحیایی، سبحان و حامد سیف. بازنمایی نظام سیاسی جمهوری اسلامی و حکومت پهلوی در شبکه‌ی تلویزیونی من‌وتو (تحلیل گفتمان انتقادی چهار مستند شبکه‌ی من‌وتو). فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات ۱۹، شماره ۷۰ (۱۴۰۲): ۳۳۵-۳۰۷.

[۱۲] آذر، مزدک. بررسی عملکرد رسانه‌ها در پوشش اعتراضات دی‌ماه ۱۴۰۴ در ایران: (وزن میانگین انواع شعارهای معترضان؛ وزن میانگین شعارهای با کلمات شاه/پهلوی؛ بررسی نحوه‌ی پوشش ایران‌اینترنشنال و بی‌بی‌سی فارسی). ایران آکادمیا، بهار ۱۴۰۵.

(ب) منابع انگلیسی

[2] Akhavan, Niki. "Decapitation dreams: selling the fantasy of bloodless wars through networked propaganda." *Communication, Culture and Critique* 19, no. 2 (June 2026): 99–102. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcag022>

[3] Siamdoust, Nahid. "Spreading Static." *The New York Review of Books*, July 11, 2026.

<https://www.nybooks.com/online/2026/07/11/spreading-static-iranian-media/>.

[6] Cabi, Marouf. "The Visual Narratives of the 1979 Iranian Revolution." *Middle East Critique* 34, no. 1 (2025): 103-119.

<https://doi.org/10.1080/19436149.2024.2309446>

[7] Kamali Dehghan, Saeed. "Saudi Arabia funding Iran International TV station." *The Guardian*, October 31, 2018.

<https://www.theguardian.com/world/2018/oct/31/concern-over-uk-based-iranian-tv-channels-links-to-saudi-arabia>

[8] Massoudi, Arash, Cynthia O'Murchu, Daniel Thomas, and Euan Healy. "Iranian dissident news network received £650mn of debt relief." *Financial Times*, May 28, 2026.

<https://www.ft.com/content/9d8dcca8-8a7d-452e-bdfc-786a07da5f8e?syn-25a6b1a6=1>

[9] Keshavarzian, Hoornaz, and Nicole K. Stewart. "Make Iran great again": Apolitical influencers and the revival of a romantic patriarchal nationalism. *Communication, Culture and Critique* 18 (2025): 164–175. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcaf005>

[10] Haaretz. "The Israeli Influence Operation Aiming to Install Reza Pahlavi as Shah of Iran." *Haaretz*, October 3, 2025.

<https://www.haaretz.com/israel-news/security-aviation/2025-10-03/ty-article-magazine/.premium/the-israeli-influence-operation-in->

iran-pushing-to-reinstate-the-shah-monarchy/00000199-9f12-df33-a5dd-9f770d7a0000

[11] Rahbari, Ladan. 'Zionism as the Legacy of Cyrus': (Online) Proxy Nationalism of Diasporic Iranians, no. 4 (2025): 907-917.

<https://doi.org/10.1111/nana.13103>

[13] Barsamian, David, and Noam Chomsky. Propaganda and the Public Mind: Conversations with Noam Chomsky. London: Pluto Press, 2001.