



فتنه سایبری

بررسی نقش فضای سایبری در حوادث پس از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸



فتنه سایبری

بررسی نقش فضای سایبری در حوادث پس از انتخابات

ریاست جمهوری ۱۳۸۸

زمستان ۱۳۸۸

نوبت چاپ اول:

جلد ۱۰۰۰۰

تیراژ:

محمود عباس نژاد

طراح جلد و گرافیک:



سازمان
بسیج
دانشجویی

مرکز مطالعات و پژوهشها

فهرست

صفحه

عنوان

۵	جنگ نرم در بیانات مقام معظم رهبری
۷	جنگ نرم
۹	ایران و جنگ نرم
۱۱	اینترنت و جنگ نرم
۱۵	جایگاه و نقش اینترنت در انتخابات ایران
۱۷	اینترنت و انتخابات دور دهم ریاست جمهوری
۳۳	اینترنت، دادگاه و آشوبگران
۳۴	اینترنت و کاندیداهای دور دهم ریاست جمهوری
۳۵	الف) میرحسین موسوی
۳۷	ب) مهدی کروبی
۳۹	ج) محسن رضایی
۴۰	د) محمود احمدی نژاد
۴۱	اینترنت و سایر ارگان ها و نهادها
۴۱	۱) پایگاه های اطلاع رسانی رسمی حکومتی
۴۲	۲) وب سایت های اینترنتی مهم ترین روزنامه ها
۴۳	۳) پایگاه های اینترنتی خبرگزاری ها
۴۴	اینترنت، احزاب و آشوب ها
۴۴	الف) سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی
۴۷	ب) حزب کارگزاران سازندگی



۵۰	ج) جبهه مشارکت ایران اسلامی
۵۲	ع) حزب اعتماد ملی
۵۳	ه) مجمع روحانیون مبارز
۵۵	اینترنت و رسانه های غربی
۵۸	۱) BBC اتاق فکر آشوب های ایران
۶۲	۲) VOA از نگاهی دیگر
۶۳	۳) نقش فیس‌بوک و توییتر در جنگ روانی سایبرنتیک علیه ایران
۶۹	ع) سازمان دهی و تولید اخبار در فضای مجازی
۷۵	ه) نمونه‌ای از تهمت و افترا
۷۷	مهم ترین بهره برداری های اینترنتی در جریان انتخابات اخیر
۸۲	بنیاد سوروس و اینترنت (دنیای مجازی)
۸۵	نقش اینترنت در براندازی نرم در سایر کشورها
۸۵	۱) صربستان
۸۶	۲) گرجستان
۸۷	۳) اوکراین
۹۱	ع) فرقیزستان
۹۳	منابع
۹۵	" ضمیمه "
۹۵	عصر هوشیاری



جنگ نرم در بیانات مقام معظم رهبری

مقام معظم رهبری از همان سال های پس از جنگ هشدار های متعددی در مورد تجهیز جبهه دشمن برای ضربه زدن در عرصه فرهنگی داشتند که معمولا با سردی و بی محلی برخی نخبگان و فعالان عرصه فرهنگی مواجه می شد. اما طی چند سال اخیر تیرهای این جنگ بر همگان نمایان تر شده و طرح هایی همچون مهندسی فرهنگی برای ساخت جبهه فرهنگی مطرح شده است. در ادامه به صحبت هایی از ایشان در مورد جنگ نرم در ماه های اخیر می پردازیم.

مقدمه اول: «وقتی انسان، تجهیز، صف آرای می، دهانهای با حقد و غضب گشوده شده و دندانهای با غیظ فشرده شده علیه انقلاب، امام خمینی و آرمانهای نظام اسلامی را می بیند وجود این جنگ نرم را باور می کند هرچند ممکن است عده ای اینها را نبینند.» (بیانات در دیدار اهل هنر، ۱۴ شهریور ۱۳۸۸)

مقدمه دوم: «امروز جمهوری اسلامی و نظام اسلامی با یک جنگ عظیمی مواجه است، لیکن جنگ نرم - که دیدم همین تعبیر «جنگ نرم» توی صحبت های شما جوانها هست و الحمدلله به این نکات توجه دارید؛ این خیلی برای ما مایه ی خوشحالی است - خوب، حالا در جنگ نرم، چه کسانی باید میدان بیابند؟ قدر مسلم نخبگان فکری اند. یعنی شما افسران جوان جبهه ی مقابله ی با جنگ نرمید.» (بیانات در دیدار دانشجویان، ۴ شهریور ۱۳۸۸)



مقدمه سوم: «در این جنگ نرم، شما جوانهای دانشجو، افسران جوان این جبهه‌اید. نگفتیم سربازان، چون سرباز فقط منتظر است که به او بگویند پیش، برود جلو؛ عقب بیا، بیاید عقب. یعنی سرباز هیچگونه از خودش تصمیم‌گیری و اراده ندارد و باید هر چه فرمانده میگوید، عمل کند. نگفتیم هم فرماندهان طراح قرارگاه‌ها و یگانهای بزرگ، چون آنها طراحی‌های کلان را میکنند. افسر جوان تو صحنه است؛ هم به دستور عمل میکند، هم صحنه را درست می‌بیند؛ با جسم خود و جان خود صحنه را می‌آزماید. لذا اینها افسران جوانند؛ دانشجو نقشش این است. حقیقتاً افسران جوان، فکر هم دارند، عمل هم دارند، تو صحنه هم حضور دارند، اوضاع را هم می‌بینند، در چهارچوب هم کار می‌کنند.» (بیانات در دیدار اساتید دانشگاه‌ها، ۸ شهریور ۱۳۸۸)

مقدمه چهارم: «اینکه چه کار باید بکنید، چه جوری باید عمل کنید، چه جوری باید تبیین کنید، اینها چیزهایی نیست که من بیایم فهرست کنم، بگویم آقا این عمل را انجام بدهید، این عمل را انجام ندهید؛ اینها کارهایی است که خود شماها باید در مجامع اصلی‌تان، فکری‌تان، در اتاقهای فکرتان بنشینید، راهکارها را پیدا کنید؛ لیکن هدف مشخص است: هدف، دفاع از نظام اسلامی و جمهوری اسلامی است در مقابله‌ی با یک حرکت همه‌جانبه‌ی متکی به زور و تزویر و پول و امکانات عظیم پیشرفته‌ی علمی رسانه‌ای. باید با این جریان شیطان‌ی خطرناک مقابله شود.» (بیانات در دیدار دانشجویان، ۴ شهریور ۱۳۸۸)

مقدمه پنجم: «اگر در زمینه‌های مسائل اجتماعی، مسائل سیاسی، مسائل کشور، آن چیزهایی که به چشم باز، به بصیرت کافی احتیاج دارد، جوان دانشجوی ما، افسر جوان است، شما که استاد او هستید، رتبه‌ی بالاتر افسر جوانید؛ شما فرمانده‌ای هستید که باید مسائل کلان را ببینید؛



دشمن را درست شناسائی بکنید؛ هدفهای دشمن را کشف بکنید؛ احیاناً به قرارگاه‌های دشمن، آنچنانی که خود او نداند، سر بکشید و بر اساس او، طراحی کلان بکنید و در این طراحی کلان، حرکت کنید.» (بیانات در دیدار اساتید دانشگاه‌ها، ۸ شهریور ۱۳۸۸)

مقدمه ششم: «در این جنگ نرم وظیفه مجموعه فرهنگی این است که هنر را تمام عیار و با قالبی مناسب به میدان آورد تا اثرگذار شود.» (بیانات در دیدار اهل هنر، ۱۴ شهریور ۱۳۸۸)

مقدمه هفتم: «حالا شما جوانانی که گفتیم افسران جوان مقابله‌ی با جنگ نرم هستید، از من نپرسید که نقش ما دانشجویان در تخریب مسجد ضرار کنونی چیست؛ خوب، خودتان بگردید نقش را پیدا کنید. یا مقابله‌ی با نفاق جدید، یا تعریف عدالت.» (بیانات در دیدار دانشجویان، ۴ شهریور ۱۳۸۸)

جنگ نرم

جنگ نرم و پیشینه آن

به نظر می‌رسد جنگ نرم و مفاهیم همسان از قبیل عملیات روانی، قدرت نرم، جنگ سفید و... قدمتی به اندازه حیات بشر دارد. نوع نگاه، زاویه دید، ارتباطات چهره به چهره و غیرکلامی ساده‌ترین و البته قدیمی‌ترین روش‌های عملیات روانی و جنگ نرم است. برخی قدیمی‌ترین روایت پیرامون جنگ نرم را به نبرد کیدئون با ماد نسبت می‌دهند. که در این جنگ، سپاهیان کیدئون با افزایش چندین برابری مشعل‌های لشکریان، باعث فریب و ترس مآدها شدند و در نتیجه بدون هیچ درگیری به پیروزی دست یافتند. با این وجود جنگ نرم با مختصات تئوریک و پراتیک جدید خود بعد از شروع جنگ سرد، "coldwar" و در



اوج آن یعنی در دهه ۱۹۷۰ با مشارکت اساتید برجسته علوم سیاسی و علوم ارتباطات از جمله جوزف نای، هارولد لاسول، جان کالینز، اعضای برجسته آژانس اطلاعات مرکزی امریکا سیا (CIA) و فرماندهان ارشد پنتاگون با تأسیس مرکزی تحت عنوان «کمیته صلح جاری» تغییر کرده و همچنان فعال است و کانون تهاجمات روانی آن، جهان و به ویژه جمهوری اسلامی ایران و هواداران منطقه ای آن از جمله حزب الله، حماس و کشورهای دوست ایران می باشد.

به راستی جنگ نرم که در مقابل جنگ سخت تعریف می گردد چیست؟ جان کالینز، تئوریسین دانشگاه ملی جنگ امریکا، جنگ نرم را عبارت از دو استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن را برای نفوذ در مختصات فکری دشمن، با توسل به شیوه هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی مجری می شود می داند.

عده ای نیز جنگ نرم را هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه ای که جامعه یا گروه هدف را نشانه می گیرد و بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش، رقیب را به انفعال یا شکست وا می دارد تعریف کرده اند. با وجود این تعاریف، معروف ترین تعریف از جنگ نرم را جوزف نای، پژوهشگر برجسته امریکایی ارائه داده است. وی «قدرت نرم را توانایی شکل دهی توجیهات دیگران» تعریف کرده است. وی در کتاب خود که تحت عنوان قدرت نرم انتشار یافته، معتقد است که مبنای قدرت سخت یا جنگ سخت بر «اجبار» و مبنای قدرت نرم بر «اقتناع» استوار است. او برخلاف بعضی از صاحب نظران اقتصاد و دیپلماسی را در زیر مجموعه قدرت سخت قرار داده و تنها از رسانه به عنوان قدرت نرم نام برده است.^۱



ایران و جنگ نرم

وقوع انقلاب اسلامی در ایران بسیاری از برنامه‌ها و طرح‌های نظام استکبار جهانی و در رأس آنها آمریکا را با چالش‌های جدی مواجه کرده و آنها با همه ابزارها جهت نابودی، کنترل و مهار آن برآمدند. طراحی و اجرای توطئه‌ها از قبیل کودتاهای نوژه، قطب زاده و... راه اندازی موج ترور در سراسر کشور، تأسیس و کمک به گروهک‌های ضد انقلاب، تحمیل هشت سال جنگ و... نمونه‌هایی از تلاش بی‌ثمر و بی‌نتیجه در مقابل تناور و شاداب انقلاب بود.^۱

امروز دشمن خسته از تلاش‌های بیهوده خویش، جنگی دیگر را آغاز کرده که ماهیتی نرم و روانی دارد. کلید خوردن این جنگ علیه ایران در مقاطع زمانی را باید ناشی از گسترش حس تنفر از آمریکا در جهان دانست. که به نظر سران کاخ سفید، ایران مرکز اصلی ایجاد این تنفر و گسترش آن است و در آمریکا برای مقابله با این موج، نیروی واکنش سریع تشکیل شده است؛ تا اولاً به ختنی سازی نفوذ معنوی ایران در کشورهای اسلامی و منطقه‌ای خاورمیانه پردازد و ثانیاً با القای خطرناک بودن ایران برای امنیت همسایگان، اذهان عمومی از اقدامات و نقشه‌های ایالت متحده منحرف شود. سرمایه‌گذاری هنگفت غرب در زمینه اطلاعات، بستر لازم برای راه اندازی جنگ مجازی (سایبر) علیه هر کشوری که در مغایرت با سیاست‌ها و منافع آن باشد را فراهم کرده است. مؤید این مطلب است که از بودجه ۵۵۰ میلیارد دلاری وزارت دفاع (DOD) آمریکا، ۵۵ میلیون دلار آن برای نفوذ در ایران، مقابله با فیلترینگ سایتهای ضد ایرانی، تحریک قربانیان سانسور در ایران، آموزش



الکترونیکی ایرانیان مخالف نظام برای براندازی سایتها جهت اطلاع رسانی اختصاص یافته است.^۱

پدیده جنگ نرم که هم اکنون به عنوان پروژه ای عظیم علیه جمهوری اسلامی در حال تدوین است در شاخص هایی مانند نابسامانی اقتصادی، شکل دادن به نارضایتی در جامعه، تأسیس سازمان های غیر دولتی در حجم گسترده، جنگ رسانه ای، مدنی و ایجاد ناتوی فرهنگی متبلور می شود. در برآیند جنگ نرم، عوامل براندازی یا از زمینه های موجود در جامعه برای پیشبرد اهداف خود بهره می برند یا به طور مجازی سعی در ایجاد نارضایتی در نزد افکار عمومی، سپس بهره برداری از آن داند. استراتژی هایی که آمریکا به منظور تغییر نظام جمهوری اسلامی ایران از طریق جنگ نرم در پیش گرفته است «دلتا» نام دارد. سه محور اصلی این استراتژی عبارتند از تاکتیک های دکترین مهار، نبرد رسانه ای و ساماندهی نافرمانی مدنی^۲ از دیگر رژیم هایی که ایران را برای خود یک خطر جدی می داند از رژیم غاصب صهیونیسم می باشد و در همین راستا همگام با آمریکا سعی کرده که در جنگ نرم علیه ایران فعالیت کرده و به تغییر نظام در ایران کمک می کند. در راستای تحقق این هدف این رژیم در نظر دارد کانال تلویزیونی، یک ایستگاه رادیویی و یک وب سایت اینترنتی که اخبار فوری، برنامه های زنده و تکراری را به صورت ۲۴ ساعته برای ایرانیان پخش کند راه اندازی نماید.^۳

تمام تلاش این حکومت ها به منظور دگرگونی در هویت فرهنگی و اعتقادی مردم جامعه که اساس و پایه های حکومت را تشکیل می دهند



می باشد. چرا که به این مهم پی برده اند که پیچیده ترین و مهم ترین مؤلفه امنیت ملی در هر کشوری، امنیت فرهنگی است. بنابراین تهدیدات فرهنگی که از آن به تهاجم فرهنگی و یا تهدید نرم یاد می شود، به دنبال ایجاد انواع بحران های فرهنگی - سیاسی در جامعه برای دستیابی به اهداف و اغراض سیاسی است و هدف اصلی آن حذف باورهای جامعه و سلب اراده و روحیه مقاومت و در مجموع استحاله فرهنگی - سیاسی می باشد. فروپاشی روانی یک ملت می تواند مقدمه ای برای فروپاشی سیاسی - امنیتی و ساختارهای آن باشد. جوزف نای، قدرت نرم را شیوه غیرمستقیم رسیدن به نتایج مطلوب بدون تهدید یا پاداش ملموس می داند. بنابراین بحث تهاجم فرهنگی که بارها مورد تأکید مقام معظم رهبری واقع گردیده است مشخصه اصلی جنگ نرم می باشد. هدف اصلی این تهاجمات فروپاشی پیوندهای هم گرایانه این ملت می باشد. مؤید این مطلب است که به منظور افزایش فدرالیسم قومی در ایران تصویب شده که این بودجه از ۱/۴ میلیون دلار به ۶۴ میلیون دلار رسیده است. و این امر هوشیاری هر چه بیشتر این ملت را طلب می کند.

اینترنت و جنگ نرم

اینترنت دنیای گسترده و شگرف در ارتباطات و اطلاعات است. اینترنت ساختاری است برای برقراری روابط میان اندیشه ها، روش ها و پردازش های دیجیتالی و ابزاری است بدیع و منسجم با فناوری پیشرفته و مدرن اطلاعاتی و تعداد نامحدودی کاربر که یک فضای



مجازی را به اشتراک گذاشته اند که مرزهای جغرافیایی ملی و منطقه ای آن فضا را محدود نمی کنند.

این سیستم جهانی که توانسته است ایده دهکده جهانی مک لوهان را به اثبات برساند برای اولین بار در دهه ۶۰ میلادی (۱۹۶۹) در پی سفارش وزارت دفاع آمریکا به یکی از مؤسسات تحقیقات وابسته با عنوان سازمان پژوهش های پیشرفته وزارت دفاع آمریکا (دارپا) پا به عرصه وجود گذاشت. این سفارش آمیزه ای منحصر به فرد از استراتژی نظامی و همکاری های عمده ملی و نوآوری های ضد فرهنگی بود که به صورت محرمانه طراحی گردید. ولی به مرور زمان فعالیت های علمی از فعالیت های نظامی در عرصه مجازی جدا گردید. و زمینه ورود همه اقشار را به این فضا فراهم گردانید. به این ترتیب که پس از جنگ سرد و فروپاشی رژیم کمونیستی شوروی یعنی در سال های ۹۴-۱۹۹۳ و نیز کاهش حساسیت های امنیتی و عضویت و استفاده از اینترنت گسترش یافت و تعداد زیادی از مردم معمولی به ویژه دانشجویان دانشگاه ها و بخش خصوصی و مردم عادی به این شبکه پیوستند. متعاقباً با استفاده گسترده کاربران، دانشگاه ها و مراکز دولتی و شرکت های معتبر خود را به اینترنت متصل کردند و شبکه های اطلاعاتی گسترده ای را بر روی اینترنت قرار دادند.

در سال ۱۹۸۹ تعداد مشترکان اینترنت در سراسر جهان تنها یک صد هزار نفر بوده اما در رشدی چشم گیر این رقم در سال ۱۹۹۱ به بیش از یک میلیون نفر رسید و بدین ترتیب در سال ۱۹۹۶ به ده میلیون و در سال ۲۰۰۰ به بیش از ۲۰۰ میلیون و در نوامبر ۲۰۰۳ تعداد کاربران آن بیش از ۶۱۹ میلیون نفر رسید.^۱



در ایران نیز رشدی مشابه در جریان استفاده از اینترنت مشاهده می گردد. به این ترتیب که بعد از آشنایی ایرانیان با اینترنت که تقریباً به سال ۱۳۷۰ برمی گردد کم کم زمینه استفاده از آن گسترش یافت و از استفاده نیز امکان بهره مندی از این پدیده نو بنیان را یافتند و زمینه رشد و گسترش آن را به سرعت فراهم نمودند.^۱ مؤید این امر، افزایش روز افزون تعداد کاربران اینترنتی در ایران می باشد. که از ۷/۵ میلیون نفر در سال ۲۰۰۵ میلادی به بیش از ۲۳ میلیون نفر در سال ۲۰۰۸ میلادی رسیده است و این نشان دهنده بالاترین میزان رشد و استفاده کننده کاربران از اینترنت در خاورمیانه می باشد.^۲

در مورد عوامل پیشرفت و گسترش چشمگیر شبکه اینترنت، دو عامل متضاد وجود دارند. از طرفی اینترنت در پی برنامه های امنیتی وزارت دفاع آمریکا با همکاری عالی برخی دانشگاه های مشهور آن کشور در ایجاد شرایط فنی برای ظهور انقلابی جدید در فناوری اطلاعاتی پا به عرصه وجود گذاشت و از طرفی کوشش های آزادی خواهانه و اعتراضات مجامع دانشگاهی در دهه های ۶۰ و ۷۰ در جنبش های دانشجویی ایالات متحده سبب گسترش و پیشرفت هر چه بیشتر این شبکه شد. گسترش و پیشرفت روز افزون این پدیده ارتباطی و به موازات آن کاهش بهای رایانه های شخصی و افزایش قدرت ارتباطی آنها و نیز سهولت دستیابی به شبکه اینترنت تحولات عمده ای در مسائل علمی، اجتماعی و سیاسی و... پدید آمد.

از جمله این تحولات می توان به نقش اینترنت در مجازی سازی فضای جنگ، اثرگذاری بر افکار عمومی یا تحریک دشمن علیه کشور

۱. بیابان نورد؛ ۱۳۸۳: ۱۳۴

۲. www.ariyaiy.com



اشاره کرد. این فضای سایبرنتیکی، باعث شده تغییرات شگفت‌انگیزی در تفکر استراتژی جنگ ایجاد شود. به گونه‌ای که این فناوری نقش مؤثری را در گشودن درهای جوامع به جهان خارج و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از هم را فراهم کرده است.

امروز، به علت فقدان تمایل جهانی به حل خشونت آمیز اختلافات، توانایی نداشتن دولت‌ها در قاعده مندی روند اطلاعات در طول مرزها، رشد تمایل جهانی برای توسعه امنیت انسانی، خصوصاً در کشورهای جهان سوم، فضای جنگ از بعد سخت افزاری خارج شده و چهره‌ای نرم افزاری (مجازی) به خود گرفته است. در مجازی سازی فضای جنگ بسیاری از سلاح‌های غیرهسته‌ای و غیر مرگ‌آور همچون عملیات روانی، عملیات اطلاعاتی، دیپلماسی عمومی، فاصله بین زور (سخت افزار) تا نرم افزار کاهش می‌دهند. هر چند امروز، به دلایل امنیتی و اصول حقوق بین‌الملل عمومی کاربرد عملیات روانی در اینترنت قاعده مند شده نباشند، بسیار مشکل یا حتی ناممکن است، به گونه‌ای که حتی در زمان صلح هم می‌توان در لوای قانون متوسل به اعمال تروریستی شد. از دیگر جلوه‌های مجازی سازی جنگ به کمک اینترنت می‌توان موارد زیر را اشاره کرد:

الف) غیر واقعی جلوه دادن دشمن به کمک تغییر محتوای اطلاعیه‌های رسمی یا انتشارات

ب) نقض قوانین جنگ فیزیکی با به کارگیری اطلاعات جاسوسی
 ج) فریب رسانه‌ای و تبلیغات نیرنگ آمیز برای تخریب جنگ محدود
 د) استفاده هجومی از اینترنت توسط نیروهای نظامی برای به دست آوردن اهداف غیرنظامی مانند تبلیغات ضد دشمن یا خنثی سازی تبلیغات آنان.



ه) انتشار اطلاعات موثق برای شکل دهی به افکار افراد مورد نظر در جهت اهداف معین

ی) استفاده بازیگران دولتی و گروه‌ها از اینترنت برای دسترسی به حمایت و رضایت داخلی و بین‌المللی و قانونی جلوه دادن خود برای سازمانهای بین‌المللی.

درخصوص جنگ نرم در اینترنت باید به این نکته تاکید کرد که: برای رسیدن به عملیات موفق اطلاعاتی به جای تکذیب و انکار سرویس خدمات عملیات اطلاعاتی باید به تاثیر پخش تبلیغات بر رفتار پیام‌گیران (مخاطبان) مورد نظر توجه داشت و توانایی اطلاعات و تبلیغات را که با مهارت کامل ذهن و فکر مخاطب را متحیر می‌کنند و آن را در جهت مورد نظر سوق می‌دهند، دست کم نگرفت. جنگ مجازی در اینترنت، میدان نبرد را به وسعت ذهن تمام مخاطبان گسترش می‌دهد.^۱ جنگ مجازی را می‌توان تا حدودی ناشی از کاربرد رسانه‌های گروهی در کنار انقلاب فناوری نظامی دانست.

جایگاه و نقش اینترنت در انتخابات ایران

فناوری اطلاعات در ایران به طور عام و اینترنت به طور خاص کاربردهای فراوانی در انتخابات دنیا پیدا کرده است. از تبلیغات و معرفی افکار و دیدگاه‌های نامزدها گرفته تا برگزاری جلسات بحث و جدل سیاسی در فضای اینترنت. رای دادن الکترونیکی نیز در برخی کشورهای دنیا رایج شده است که کار شمارش آرا و اعلام نتایج و صحت انتخابات را دقیق‌تر و سریع‌تر کرده است.



اینترنت از سال ۲۰۰۴ نقش خود را در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا نشان داد و در انتخابات ۲۰۰۸ آمریکا به یک نقش کلیدی تبدیل گردید. اینترنت به طور رسمی از سال ۲۰۰۴ و از زمانی که «هواردین» برای ورود دموکراتها به کاخ سفید میلیونها دلار از راه اینترنت جمع کرد وارد سیاست آمریکا شد و کم کم زمینه استفاده سایر کشورها از این پدیده نو بنیان را در فعالیتهایی از این قبیل فراهم گردانید.^۱

در ایران می توان برای اولین بار مهمترین انتخاباتی را که در آن به شکل وسیع از فناوری اطلاعات استفاده گردید انتخابات دور نهم ریاست جمهوری که توسط مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی منتشر گردید استفاده از فناوری اطلاعات در جریان انتخابات را برای اولین بار به انتخابات دوره ششم مجلس شورای اسلامی باز می گرداند.

آگاهی یافتن کاندیداها به اهمیت پدیده فناوری اطلاعات و به ویژه اینترنت باعث شد تا در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۴ شاهد اتفاقات و اقدامات بدیعی در حوزه های اطلاع رسانی، تبلیغی و ایجاد ارتباط با مردم توسط تمامی کاندیداها با تکیه بر این ابزار باشیم. به طوری که تقریباً اکثر کاندیداهاى انتخابات ریاست جمهوری به شکلی دارای وب سایت شخصی و در مواردی حتی وبلاگ بوده و از این رسانه به شکلی ساده و موثر به منظور ارائه افکار و عقاید خود استفاده نمودند.^۲

به مرور زمان گسترش استفاده از اینترنت در میان لایه های تحصیل کرده جامعه باعث شد که به تدریج روزنامه ها که همواره دارای نقشی تعیین کننده در ترسیم و جهت دهی افکار عمومی بودند رقیبی جدی برای خود پیدا کنند. به گونه ای که حتی برخی از احزاب با پی بردن به



اهمیت این پدیده با راه اندازی سایت های اینترنتی، ارگان های خبری خود را به محیط وب منتقل کرده و جالب تر این که بسیاری از روزنامه ها، نسخه های اینترنتی نیز منتشر کردند و راه اندازی وب سایت های خبری و تحلیلی در حوزه سیاسی و اجتماعی بسیار قوت گرفت و این پدیده گسترش یافت تا اینکه انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری با رنگ و لعاب های خاص و اهداف متعدد حزبی سیاسی خود را به عرصه جامعه کشاند.

اینترنت و انتخابات دور دهم ریاست جمهوری

انتخابات این دوره ریاست جمهوری علاوه بر ویژگی های جدیدی چون مناظره های بی سابقه که شور و هیجان عمومی را برانگیخت رویکردهای جدید دیگری هم داشت. یکی از این رویکردها پررنگ شدن نقش اینترنت به عنوان یک ابزار مهم، در تبلیغات انتخاباتی نامزدهای دهمین دوره ریاست جمهوری ایران بود.

احمد توکلی، استاد ارتباطات و روزنامه نگار، در خصوص میزان تأثیر استفاده از اینترنت در معرفی یک کاندیدا به مردم می گوید: «کاندیداهای ریاست جمهوری می توانند از طریق سایت هایی که منتسب به خودشان است تبلیغات کنند. البته این تبلیغات تنها به سایت های این کاندیداها محدود نمی شود، چرا که این کاندیداها از طریق وبلاگ، سایت ها، انواع سایت های مختلف اشتراک گذاری و... هوادارانشان نیز می توانند در بین اقشار مختلف جامعه معرفی شوند. در واقع هواداران این افراد به طور غیر مستقیم می توانند دست به تبلیغات بزنند. همچنین اگر این سایت ها به گونه ای طراحی شوند که پاسخگوی نیاز و سؤالات مراجعه کنندگان یا هوادارانشان باشد می تواند در



روشنگری سیاست‌ها، نگرش‌ها و عقاید آن‌ها کاندیدای مورد نظر مؤثر باشد. حداقل استفاده از این فناوری هم جذب تعداد عظیمی از کاربران است که به طور مداوم از اینترنت استفاده می‌کنند.» به گفته توکلی تبلیغات یا سیاست‌هایی که کاندیداها در سایت‌های خود به نمایش می‌گذارند، باید متناسب با دیدگاه‌های نسل سوم باشد. چرا که این نسل حجم بیشتر رأی دهندگان و کاربران اینترنتی را تشکیل می‌دهند.

در همین خصوص علی‌اکبر جلالی، پژوهشگر در حوزه آی‌تی نیز چنین اظهار می‌دارد: «به گفته دولت بیش از ۲۰ میلیون کاربر اینترنت در ایران وجود دارد که این کاربران عموماً افرادی هستند که می‌توانند در فعالیت‌های انتخاباتی به صورت محسوس و نامحسوس فعالیت مؤثر داشته باشند. بنابراین قطعاً اینترنت می‌تواند یک ابزار مؤثر برای تبلیغات کاندیداها در دهمین دور از انتخابات ریاست جمهوری باشد. توجه داشته باشیم که در فاصله چهار سال گذشته انتخابات آمریکا و همچنین انتخابات اخیر مشخص شد که فناوری اطلاعات و ابزار آن مانند اینترنت در کشورهای توسعه یافته، نقش تعیین‌کننده‌ای را در این کشورها به خود اختصاص داده است.» وی در ادامه تصریح می‌کند که در ایران نیز هم اکنون بیشتر مباحث مربوط به انتخابات روی اینترنت وجود دارد و در خارج از این فضا خبرهای آن‌چنانی از حال و هوای انتخابات شنیده نمی‌شود. با این شرایط اگر کاندیداها بتوانند با یک برنامه مشخص و سرمایه‌گذاری مناسب زمینه فعالیت تبلیغاتی خود را فراهم کنند، می‌توانند مخاطبان بیشتری را با افکار خود آشنا کنند.

شرایط سخت رقابتی و کشمکش‌ها و بحث‌های فراوان درون و بین گروه‌ها، حساسیت بین‌المللی انتخابات ایران، اهمیت حضور حداکثری و... باعث شد تا کاندیداها انتخابات، گروه‌ها و احزاب



مختلف برای گرم کردن تنور انتخابات و برقراری ارتباط با مردم سرمایه گذاری ویژه ای برای استفاده از اینترنت به عنوان رسانه داشته باشند.^۱ مهم ترین جنبه های استفاده از اینترنت در این دوره را می توان در چند جنبه تبلیغات، اطلاع رسانی، نظر سنجی، جنگ نرم و جنگ انتخاباتی دانست که در این میان اهمیت این پدیده در جنگ نرم و ایجاد تشنج و آشفتگی در جامعه و مؤثرتر و قابل تأمل تر می باشد. چرا که تنها رسانه ای می باشد که هم قابلیت تلویزیون و هم رادیو و هم روزنامه و حتی تلفن و مانند آن را با هم دارد.

پیرامون مسائل تبلیغات در اینترنت باید به این مسئله اذعان داشت که هزینه اجاره یک Domain و ۱۰۰ مگابایت فضا و یک طراحی ساده در مقایسه با ارقام میلیونی تبلیغات چاپی بسیار کم هزینه تر و مقرون به صرفه تر می باشد. علاوه بر آن باید به سرعت که می توان از این طریق به نتیجه رسید و کاندیدای مورد نظر خود را معرفی کرد و عقاید و افکار آن را به مردم رساند نیز توجه کرد.

مقوله دیگری که در جریان انتخابات از اینترنت در راستای تحقق آن تلاش زیادی صورت گرفت مسئله اطلاع رسانی بود که در این راستا علاوه بر وب سایت های مربوط به هر یک از کاندیداها که به طور شخصی ایجاد شده بود، وب سایت های متعدد دیگری نیز به طور مستقیم اخبار انتخابات، قوانین انتخابات، آیین نامه های تبلیغاتی انتخابات، اظهار نظرها و مصاحبه های مقامات رسمی ستاد انتخابات و هیأت های نظارت بر انتخابات و حتی اسامی اعضای هیئت های اجرایی و نظارت را درج می کردند.



این وبلاگ‌ها و وب‌سایت‌ها اطلاعاتی را در مورد انتخابات، برنامه‌های کاندیداها و نتیجه شمارش آرا را لحظه به لحظه در اختیار مردم می‌گذاشتند که از آن جمله می‌توان به خبرگزاری‌ها به‌طور گسترده، در این راستا به فعالیت مشغول بودند اشاره کرد. کاندیداهای این دوره درصد قابل توجهی از برنامه‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی خود را متوجه بهره‌برداری هرچه بهتر از بستر اینترنت برای جذب جوانان و گرفتن آرای بیشتر به نفع خود کردند.

کاربرد دیگر اینترنت در انتخابات مسئله نظرسنجی و اهمیت ارائه آن به عموم جامعه بوده است. به این منظور در وب‌سایت‌های مختلف امکان افکارسنجی و نظرسنجی برای کاربران وجود داشت. و اکثر سایت‌های خبری در این راستا پیش‌قدم بودند و نتایج حاصل از آن را به صورت آنلاین (online) یا هر چند روز یک‌بار منتشر می‌کردند. اگرچه به دلیل ویژگی‌های کاربران اینترنت از قبیل طبقه اجتماعی، سطح سواد، میزان درآمد، و سن و جنسیت نمی‌توان این نتایج را به کل جامعه تعمیم داد ولی به هر حال این نظرسنجی‌ها می‌تواند برآیند دیدگاه‌های طیف کاربران اینترنت در ایران باشد که در جای خود معنا و پیام خاصی را القا می‌کنند.

از جمله وب‌سایت‌هایی که به عنوان منابعی مؤثر و گسترده در جریان انتخابات مورد توجه بوده است وب‌سایت‌های جستجو بوده است که نتایج حاصل از آنها قابل توجه و مورد تأکید بسیاری از مجامع بوده است. براساس نتایج به دست آمده از این وب‌سایت‌ها بالاترین ترافیک جستجوی کلمه احمدی‌نژاد و موسوی متعلق به شهروندان تهرانی بوده و ساکنان جاکارتا، واشنگتن، تورنتو و لس‌آنجلس پس از تهران بیشترین علاقه مندی را به جستجوی واژه احمدی‌نژاد و موسوی از خود نشان



داده اند. در این میان زبان فارسی رایج ترین زبان مورد استفاده در جستجوهای جهانی نامزدهای ریاست جمهوری ایران لقب گرفته، در حالی که اندونزیایی، انگلیسی، و سوئدی در رتبه های بعدی قرار دارند. در داخل ایران و طی سی روز آخر جستجوی واژه احمدی نژاد به زبان فارسی بر موسوی برتری داشت و این در حالی بود که واژه موسوی به زبان انگلیسی سهم بیشتری را نسبت به احمدی نژاد داشته است. آمار نشان می دهد که پایگاه های اصلی سرچ و جستجوی واژه موسوی در شهرهای تهران و شیراز واقع بوده است و این در حالی است که واژه احمدی نژاد بیشتر در بین ساکنان شهرهایی که کمتر از زبان انگلیسی در جستجوی خود استفاده می کنند واقع بوده است. بر این اساس جستجوی واژه احمدی نژاد در شهرهای کرج، قم و مشهد غالب بوده است.^۱

استفاده از رسانه های مدرن مانند اینترنت از پدیده های چشمگیر انتخاباتی ایران بوده است و هزاران تارنما باگرایش های گوناگون برای جلب آرای مردم وارد میدان های انتخاباتی گردید و این امر تا جایی پیش می رود که بحث های اصلی کارزار انتخابات به ویژه آنچه شهروندان عادی کشور برمی گردد، به جای رسانه های عمومی کشور، در سایت های اینترنتی طرح و گسترش می یابد. در این میان دو کاندیدای اصلاح طلب یعنی در دست خود گرفته و در آن دانستند که با هزینه های آنچنانی و مدیریت فرامرزی این فضای مجازی را در دست خود گرفته و در آن راستا افکار و آرا را به سمت خود متوجه سازند.

مؤید این امر وجود سایت ها و به ویژه وبلاگ های متعدد با جهت گیری های مشخصی بوده که در طی چند ماه مانده به انتخابات پا به



عرصه مجازی باز کرده و به ابراز وجود و خط دهی افکار عمومی پرداختند. این نوع رسانه ها نیز به یکی از قطب های مهم تبلیغاتی - تخریبی و جهت دهی به مهندسی افکار عمومی مردم ایران به ویژه قشر تحصیل کرده که سر و کار بیشتری به اینترنت داشتند نقش عمده ای را ایفا کرده است.

براساس پژوهش های به عمل آمده از ابتدای فروردین ۱۳۸۸ روزانه ۲۹۰ وبلاگ (یعنی هر دقیقه یک وبلاگ) به ظاهر شخصی راه اندازی شده است. اما مرور مطالب این وبلاگ ها حاکی از آن بوده که ۹۸ درصد مطالب آنها مشترک و از یک کانون واحد تغذیه می شده. آرشو تمامی این وبلاگها صرفا فروردین ۸۸ را نشان می دهد که این موضوع حاکی از آن است که وبلاگهای مذکور پس از فروردین ۸۸ راه اندازی شده اند. در عین حال طراحی مشترک غالب و فرم این وبلاگها نشانگر آن است که ایجاد این وبلاگ ها با عجله کامل صورت گرفته و طراحان این وبلاگ های زنجیره ای تلاش شده تا مسائل قومیتی و منطقه ای و نیز مسائل مربوط به زنان و جوانان مورد توجه قرار گیرد. در این میان ۸۶ درصد از محتوای وبلاگهای زنجیره ای به انتشار گزارش های تخریبی علیه دولت نهم اختصاص داده شده و مابقی مطالب نیز به تبلیغ دیدگاه های کاندیدای مورد نظرشان اختصاص یافته بود. از آنجا که راه اندازی این حجم عظیم از وبلاگ های زنجیره ای توسط یک گروه ۷ الی ۱۰ نفری (که موسوم به جنبش وبلاگی حامیان یکی از کاندیداهای ریاست جمهوری بوده و وظیفه اصلی آنها تخریب سایبری دولت نهم بوده است) صورت می گرفت. وبلاگ های مذکور عمدتاً فاقد اسم و عنوان و عکس و حتی ایمیل صاحب وبلاگ بوده و غالباً با اسامی مستعار ایجاد



شده اند و تخمین زده می شود که بیش از ۳۰ هزار وبلاگ زنجیره ای علیه دولت نهم از سوی این کانون تخریبی در فضای سایبریک ایجاد گردیده است.^۱ از دیگر مقوله هایی که در جریان انتخابات و وقایع بعد از آن فضای مجازی به عنوان یک وسیله در راستای تحقق آن استفاده گردید مقوله جنگ نرم یا جنگ سایبری بوده است که به طور گسترده و بدون هیچ ملاحظه ای از طرف برخی افراد وابسته به اپوزیسیون داخلی و خارجی و کشورهای مخالف نظام مورد بهره برداری و استفاده قرار گرفته و سرمایه گذاری هفتگی در راستای آن صورت گرفته است. جنگ نرم که با هدف تأثیر گذاری بر عقاید و افکار جامعه تنظیم می گردد، روز به روز در ادبیات جهان جایگاه مهم تر و قابل توجه تری را به خود اختصاص می دهد. جنگ نرم برای رسیدن به اهداف خود از همه تاکتیک هایی که یک عامل تبلیغاتی یا یک پروپاگاندا انجام می دهد بهره می برد. این تاکتیک ها بسیار زیاد و متناسب با شرایط روز در حال گسترش و رشد روزافزون هستند. از مهم ترین این تاکتیک ها که به طور گسترده ای نیز در دنیای مجازی مورد استفاده و بهره برداری واقع گردیده است می توان به این موارد اشاره کرد:

۱) برچسب زدن

بر اساس این تاکتیک، رسانه ها، واژه های مختلف را به صفات مثبت و منفی تبدیل کرده و آنها را به آحاد یا نهادهای مختلف نسبت می دهند. گاهی هدف از این عملکرد، آن است که ایده، فکر یا گروهی محکوم شوند، برای آنکه استدلالی در محکومیت آنها آورده شود.



۲) تلطیف و تنویر

از تلطیف و تنویر (مرتبط ساختن چیزی با کلمه ای پر فضیلت) استفاده می شود تا چیزی را بدون بررسی شواهد بپذیریم و تصدیق کنیم. که در این راستا می توان به بحث سیادت میر حسین موسوی و اهمیت و اعتبار سادات در بین مردم و مواردی از این قبیل که به طور گسترده در دنیای مجاز مورد حمایت واقع می گردید اشاره کرد.

۳) انتقال

انتقال یعنی اینکه اقتدار، حرمت و منزلت امری مورد احترام به چیزی دیگر برای قابل قبول تر کردن آن منتقل شود. استفاده از نمادهای مذهبی و یا ملی و انتساب به اشخاص و جریان هایی که مورد احترام توده های عمومی مردم هستند تاکتیک انتقال نامیده می شود. در این تاکتیک از ابزارهای گوناگون از جمله طنز، کایکاتور، داستان کوتاه، شعر و موسیقی و... استفاده می شود. برای نمونه می توان به رنگ سبز که در میان جامعه اسلامی و در راس آن تشیع دارای قداست خاصی می باشد اشاره کرد که در ریان انتخابات اخیر به نماد آشوبگران تبدیل گردید.

۴) تصدیق

تصدیق یعنی اینکه شخصی که مورد احترام یا منفور است بگوید فکر، برنامه یا محصول یا شخص معینی خوب یا بد است. تصدیق فنی رایج در تبلیغ، مبارزات سیاسی و انتخاباتی است.

حمایت اشخاص معروف (سیاستمداران، هنرمندان، ورزشکاران، دانشمندان و...) و گروههای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی از فردی یا جریانی تصدیق نامیده می شود.



۵) شایعه

شایعه در فضایی تولید می‌شود که امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات موثق امکان پذیر نباشد. به عبارتی شایعه در جایی ایجاد می‌شود که خبر نباشد و یا خبر از منابع موثق منتشر نگردد. شایعه انتقال شفاهی پیامی است که برای برانگیختن باور مخاطبان و همچنین تاثیر در روحیه آنان ایجاد می‌شود. مطالب کلی شایعه باید حول محورهای اساسی و مهمی باشد که مخاطب نسبت به آن حساسیت بالایی دارد.

هر شایعه در برگیرنده بخش قابل توجهی از واقعیت می‌تواند باشد (تاکتیک تسطیح در شایعه سازی) ولی ضریب نفوذ آن بستگی به درجه ابهام و اهمیت آن دارد. در واقع هرچقدر شایعه پیرامون مسائل «مبهم» و «مهم» باشد همان مقدار ضریب نفوذ آن افزایش می‌یابد.

با توجه به موضوع و جامعه هدف، شایعات گوناگونی تولید می‌شوند که عبارتند از شایعات تفرقه افکن، هراس آور، امید بخش، آتشین، خزننده، دلفینی یا غواصی (که به تناسب زمان تولید و بعد از تاثیر گذاری برای مدتی خاموش و دوباره با ایجاد زمینه های ذهنی لازم در جامعه، ایجاد می‌شود

در شایعه سازی از تاکتیک های گوناگون از جمله تسطیح، همانند سازی، برجسته سازی (بزرگنمایی) و... نیز استفاده می‌شود. که این مورد را به وضوح در سایتها و وبلاگهای مختلف مخالف نظام می‌توتن مشاهده کرد که در جریان آن سران نظام مورد بی حرمتی و اهانت واقع گردیده اند.

۶) کلی گویی

محتوای واقعی بسیاری از مفاهیمی که از سوی رسانه های غربی مصادره و در جامعه منتشر می‌شود، مورد کنکاش قرار نمی‌گیرد. تولیدات رسانه



های غربی در دو حوزه سیاست داخلی و خارجی، مملو از مفاهیمی مانند جهانی شدن، دموکراسی، آزادی، حقوق بشر و... است. اینها مفاهیمی هستند که بدون تعریف و توجیه مشخص، در جهت اقناع مخاطبان در زمینه ای مشخص بکار گرفته می شوند. در واقع کلی گویی عبارت است از ایجاد ارتباط نظر و عملی خاص با مفهومی ویژه تا مخاطب بدون بررسی دلایل، شواهد و قرائن، آن نظر و عمل را بپذیرد.

تاکتیک کلی گویی، تاکتیکی است که سعی می شود ذهن مخاطب متوجه حواشی و شاخ و برگ نشده و در رابطه با هسته مرکزی پیام، حساسیت نداشته و آن را بدون بررسی و کنکاش بپذیرد که به همین دلیل برخی این تاکتیک را «بی حس سازی مغزی» نیز می نامند.

در بیانیه هایی که همواره توسط برخی کاندیداها در سایت هایی مثل کلمه، قلم و یا سایت اعتماد ملی، تغییر وبه تبع آن سایت ها و وبلاگ های همسو با آن انتشار می یافت از این حربه بسیار استفاده میگردید.

۷) دروغ بزرگ

این تاکتیک قدیمی که هنوز هم مورد استفاده فراوان است، عمدتاً برای مرعوب کردن و فریب ذهن حریف مورد استفاده قرار می گیرد. بدین معنی که پیامی را که به هیچ وجه واقعیت ندارد، بیان می کنند و مدام بر «طبل تکرار» می کوبند تا ذهن مخاطب آن را جذب کند. معروفترین استفاده این تاکتیک در زمان آدولف هیتلر و توسط رئیس دستگاه تبلیغاتی نازی ها، گوبلز بوده است. گوبلز می گوید: «دروغ هرچه بزرگتر باشد، باور آن برای مردم راحت تر است».

در زمان تبلیغات انتخابات ریاست جمهوری اخیر شایع شد که مبلغی حدود ۱۸ میلیارد دلار از کشور خارج و به شکلی (مضحک!) به



یکی از کشورهای همسایه وارد شده است. این دروغ به قدری بزرگ بود که برخی آن را باور کردند(!) در حالیکه میزان درآمد سالانه کشور از ۹۰ میلیارد دلار کمتر است و این حجم مالی یعنی چیزی حدود ۲۰ درصد درآمد کشور. این دروغ بزرگ که توسط رسانه ای ضد انقلاب پشتیبانی می شد عده ای را به تردید و در مواردی به پذیرش آن واداشته بود و جالب این بود که این راستا بسیاری از سایتها و وبلاگها که تا دیروز سوژه خوبی برای ارائه نداشتند از این فرصت استفاده کرده و بر این شایعه دروغ پردازان مهر تایید می زدند

۸) پاره حقیقت گویی

گاهی خبر یا سخنی مطرح می شود که از نظر منبع، محتوای پیام، مجموعه ای به هم پیوسته و مرتب است که اگر بخشی از آن نقل و بخشی نقل نشود، جهت و نتیجه پیام منحرف خواهد شد. این رویه رایج رسانه هاست که معمولاً متناسب با جایگاه و جناح سیاسی که به آن متمایل هستند، بخشی از خبر نقل و بخشی را نقل نمی کنند. خبر هنگامی کامل است که عناصر خبری در آن، به شکل کلی مطرح شوند. اما چنانچه یکی از عناصر خبری شش گانه (که، کجا، کی، چرا، چه، چگونه) در خبر بیان نشود، خبر ناقص است.

در تاکتیک «پاره حقیقت گویی» حذف یکی از عناصر به عمد صورت می گیرد و بیشتر اوقات عنصر «چرا» حذف می شود. نوع تیترها و محتوای روزنامه ها و رسانه ها(که هر کدام نیز وب سایت خاص خود را دارد و در آن اخبار را با جزئیات بیشتری ارائه می دهند) در مواقع سخنرانی مقامات عالی نظام نشانگر بهره گیری از این تاکتیک است.



۹) انسانیت زدایی و اهریمن سازی

یکی از موثرترین شیوه های توجیه حمله به دشمن به هنگام جنگ (نرم و یا سخت)، «انسانیت زدایی» است. چه اینکه وقتی حریف از مرتبه انسانی خویش تنزل یافت و در قامت اهریمنی در ذهن مخاطب ظاهر شد، می توان اقدامات خشونت آمیز علیه این دیو و اهریمن را توجیه کرد.

در این تاکتیک با استفاده از برچسب زنی صفات منفی به حریف از جمله دزد، قاتل، دروغگو و... به توجیه حملات و تهاجمات علیه رقیب می پردازند.

این امر در انتخابات اخیر ریاست جمهوری به طور گسترده در سایت هایی چون کلمه ، نوروز، جم هوریت، تغییر ، اعتماد ملی ، قلم و ...بر علیه سران در مورد سران نظام مورد استفاده قرار گرفت.

۱۰) ارائه پیشگویی های فاجعه آمیز

در این تاکتیک با استفاده از آمارهای ساختگی و سایر شیوه های جنگ روانی (از جمله کلی گویی، پاره حقیقت گویی، اهریمن سازی و...) به ارائه پیشگویی های مصیبت بار می پردازند که بتوانند حساسیت مخاطب را نسبت به آن افزایش داده و بر اساس میل و هدف خویش افکار وی را هدایت نمایند.

از این تاکتیک در تبلیغات انتخاباتی استفاده می شود که نمونه های بسیاری از آن را می توان در انتخابات اخیر ریاست جمهوری بر شمرد. ارائه اخبار و آمارهای آلوده به دروغ از وضعیت سیاسی، اقتصادی کشور و فاجعه آمیز بودن آینده کشور در صورت تداوم وضع موجود، ذیل این تاکتیک تعریف می شود که شعار «تغییر» نیز در این رابطه از سوی یکی از نامزدها پیگیری می شد.



۱۱) قطره چکانی

در تاکتیک قطره چکانی، اطلاعات و اخبار در زمان های گوناگون و به تعداد بسیار کم و به صورتی سریالی ولی نا منظم در اختیار مخاطب قرار می گیرد تا مخاطب نسبت به پیام مربوطه حساس شده و در طول یک بازه زمانی آن را پذیرا باشد.

۱۲) جاذبه های جنسی

استفاده از نمادهای اروتیکال از تاکتیک های مهم مورد استفاده در جنگ نرم است به طوری که می توان گفت اکثر قریب به اتفاق برنامه های رسانه های غربی از این جاذبه در جهت جذب مخاطبان خویش به ویژه جوانان که فعالترین بخش جامعه هستند، بهره می گیرند.

۱۳) ماساژ پیام

در ماساژ پیام، از انواع تاکتیک های گوناگون (حذف، کلی گویی، پاره حقیقت گویی، زمان بندی، قطره چکانی و...) جنگ نرم استفاده می شود تا پیام بر اساس اهداف تعیین شده شکل گرفته و بتواند تصویر مورد انتظار را در ذهن مخاطب ایجاد کند. در واقع در این متد، پیام با انواع تاکتیک ها ماساژ داده می شود که از آن مفهوم و مقصودی خاص برآید.

۱۴) ایجاد تفرقه و تضاد

از جمله اموری که در فرایند جنگ نرم مورد توجه واقع می شود، تضعیف از طریق تزریق تفرقه در جامعه هواداران و حامیان حریف است. ایجاد و القاء وجود تضاد و تفرقه در جبهه رقیب باعث عدم انسجام و یکپارچگی شده و رقیب را مشغول مشکلات درونی جامعه



حامیان خود می‌کند و از این طریق از اقتدار و انرژی آن کاسته و قدرتش فرسوده شود.

ایجاد تفرقه و تضاد موجب ایجاد «گسست» شده و در جامعه ای که به لحاظ طبیعی این گسست‌ها وجود داشته باشند، تقویت می‌شوند؛ از قبیل گسست قومیت، مذهب، دین، جنسیت، زبان، نژاد و

مهمترین هدف این تاکتیک، ایجاد گسست بین مردم و نظام سیاسی است که باعث تزلزل و تنزل اعتماد عمومی مردم و مقبولیت و پذیرش رژیم سیاسی می‌شود.

این تاکتیک به شدت مورد توجه بنگاه‌های خبرپراکنی و استکبار جهانی در مواجهه با جمهوری اسلامی ایران است و در چند ماهه اخیر بر شدت بهره‌گیری از آن افزوده‌اند.

۱۵) ترور شخصیت

در جنگ نرم بر خلاف جنگ سخت، ترور فیزیکی جای خود را به ترور شخصیت داده است. در زمانی که نمی‌توان و یا نباید فردی مورد ترور فیزیکی قرار گیرد با استفاده از نظام رسانه‌ای و انواع تاکتیک‌ها از جمله بزرگ‌نمایی، انسانیت‌زدایی و اهریمن‌سازی، پاره‌حقیقت‌گویی و ... وی را ترور شخصیت می‌کنند و از این طریق باعث افزایش نفرت عمومی و کاهش محبوبیت وی می‌شوند.

دشمنان انقلاب و نظام اسلامی با استفاده از این تاکتیک و بهره‌گیری از ابزار طنز، کاریکاتور، شعر، کلیپ‌های کوتاه و ... که عموماً از طریق اینترنت و تلفن همراه، پخش می‌شود به ترور شخصیت برخی افراد سیاسی و فرهنگی موجه و معتبر در نزد مردم می‌پردازند.



۱۶) سانسور

عبارت است از حذف عمومی مواردی از جریان عبور آگاهی‌ها، به منظور شکل دادن عقاید و اعمال دیگران. در این تاکتیک سعی می‌شود فضای مناسبی برای سایر تاکتیک‌های جنگ نرم به ویژه شایعه‌خلق شود تا زمینه نفوذ آن افزایش یابد. (جنگ روانی: ۲۴) مانند بسیاری از کلیپ‌هایی که در فرآیند انتخابات و بعد از انتخابات تولید شده و در سایت‌های مختلف با قابلیت دانلود آسان قرار گرفت.

۱۷) تکرار

برای زنده نگه داشتن اثر یک پیام با تکرار زمان بندی شده، سعی می‌کنند این موضوع تا زمانی که مورد نیاز هست زنده بماند. در این روش با تکرار پیام، سعی در القای مقصودی معین و جا انداختن پیامی در ذهن مخاطب دارند.

تکرار از لحاظ روان‌شناسی در تشکیل عادت بسیار مفید است به ویژه اگر با دقت توأم باشد. بدون تکرار، تثبیت و تقویت دقیق تر، عادت میسر نخواهد شد. روش تکرار از قواعد خاصی پیروی می‌کند زیرا فاصله‌های تکرار، نباید چنان دراز باشد که سبب محو شدن آثار قبلی شود و نه چندان کوتاه باشد که ملال‌انگیز و خسته‌کننده شود.

به عبارت دیگر، تکرار مثل ضربه‌های پیاپی چکش است که سرانجام میخ را می‌کوبد و به داخل می‌راند. بنابراین فرستنده پیام امیدوار است که این شکلی از ضربه زدن مداوم، باعث دریافت نکات پیام شود.

القاء «دروغ بزرگ» تقلب در انتخابات و تکرار آن ذیل این تاکتیک تعریف و توجیه می‌شود. هزاران سایت اینترنتی همزمان با دهها شبکه تلویزیونی غربی، با تکرار «دروغ بزرگ»، تقلب در انتخابات ریاست



جمهوری دوره دهم، سعی در مخدوش کردن ذهنیت عمومی جامعه ایرانیان و تضعیف اعتماد ملی داشتند.

۱۸) توسل به ترس و ایجاد رعب

در این تاکتیک از حربه تهدید و ایجاد رعب و وحشت میان نیروهای دشمن، به منظور تضعیف روحیه و سست کردن اراده آنها استفاده می‌شود. متخصصان جنگ نرم، ضمن تهدید و ترساندن مخاطبان به طرق مختلف به آنان چنین القاء می‌کنند که خطرات و صدمه‌های احتمالی و حتی فراوانی بر سر راه آنان ممکن کرده است و از این طریق، آینده‌ای مبهم و توأم با مشکلات و مصائب برای افراد ترسیم می‌کنند.

۱۹) مبالغه

مبالغه یکی از روشهایی است که با اغراق کردن و بزرگ‌نمایی یک موضوع، سعی در اثبات یک واقعیت دارد. کارشناسان جنگ روانی، از این فن در مواقع و وقایع خاص استفاده می‌کنند.

۲۰) مغالطه

مغالطه شامل گزینش و استفاده از اظهارات درست یا نادرست، مشروح یا مغشوش و منطقی یا غیرمنطقی است، به این منظور که بهترین یا بدترین مورد ممکن را برای یک فکر، برنامه، شخص یا محصول ارائه داد.

متخصصین جنگ نرم، مغالطه را با «تحریف» یکسان می‌دانند. این روش، انتخاب استدلال‌ها یا شواهدی است که یک نظر را تایید می‌کند و چشم‌پوشی از استدلال‌ها یا شواهدی که آن نظر را تایید نمی‌کند.



اینترنت، دادگاه و آشوبگران

از جمله مسائل قابل توجه و تأملی که در جریانات بعد از انتخابات برای مدتی ذهن و افکار جامعه را به خود مشغول ساخت، متهمین و دستگیرشدگانی بودند که در جریان کودتای مخملین توسط نیروهای انتظامی و سربازان گمنام امام زمان (عج) و بسیجیان همیشه در صحنه، شناسایی و برای پاسخگویی به دادگاه معرفی گردیده بودند.

به دنبال جمع آوری مدارک و شواهد گسترده بر علیه متهمان و اعترافات سران کودتا سر و صدای گسترده‌ای در میان بسیاری از حامیان آنها و احزاب پشت پرده روی داد و آنها را به پاسخ‌گویی و دلیل تراشی و شبهه افکنی‌های جدید مجبور ساخت. به دنبال این اعترافات موج گسترده‌ای از اعتراضات فضای مجازی را فراگرفت و در آن بنیانها و مبانی نظام از طرف بسیاری از سران احزابی مثل مشارکت، مجاهدین انقلاب، کارگزاران، اعتماد ملی و... و نیز حامیان آنها مورد حمله و هجمه واقع گردید.

در این هجمه‌ها و حمله‌ها دستگاه‌های قضایی و سایر دستگاه‌های امنیتی کشور زیر سؤال رفته و تهمت‌ها، توهین‌های غیر قابل وصفی بر این نهادها روانه گردید. و سعی بر آن گردید که اذهان عمومی را نسبت به مشروعیت و سلامت دادگاه و دستگاه‌های مربوطه و نیز جایگاه والای نهادهای مذکور مشوش سازد.

در ادامه مطلب برخی سایت‌ها و وبلاگ‌هایی که در آنها اعترافات متهمین و اصل دادگاه به مضحکه گرفته شده و به بی‌اعتباری آنها تأکید گردیده اشاره می‌گردد.

«در دادگاه متهمان ناآرامی‌های پس از انتخابات به نظر می‌رسد به دلیل تلاش برای برگزاری نخستین جلسه قبل از مراسم تنفیذ، تعدد



ضابطین و عدم هماهنگی کامل و نیز شرایط ملتهب کشور، کیفیت فنی این پرونده‌ها پایین می‌باشد. حضور متهمان با لباس زندان و ظاهری خسته که با توجه به کاهش شدید وزن و حالت صورت، تحت فشار بودن آنها را تداعی می‌کند، عدم حضور وکیل مدافع در دادگاه، فقدان حضور هیئت منصفه در اتهامات سیاسی و پخش نشدن تصاویر خام دادگاه موجب شده است تا اثرگذاری این دادگاه بر مخاطبان و افکار عمومی کم تأثیر بوده است.^۱

«در سایت دیگری آمده است که اقرار افراد علیه خود، در شرایطی نافذ است که در شرایط عادی اخذ شود. نه این که تحت بازجویی‌های غیرقانونی صورت گیرد. بنابراین اقرار متهمانی که اخیراً به دادگاه می‌آورند به هیچ عنوان قابل قبول نیست. چون از طرفی این افراد را مستقیماً از زندان به دادگاه می‌آورند و از سویی دیگر به ظاهر این دادگاه‌ها علنی اعلام شده اما در اصل شرایط علنی بودن را ندارد.»^۲

اینترنت و کاندیداهای دور دهم ریاست جمهوری

اگرچه تا چندی پیش کاندیداهای انتخابات ریاست جمهوری، مجلس و... تنها چند گزینه مثل تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و... را برای معرفی عقاید و افکار خود به افکار عمومی داشتند، ولی دهه اخیر به مدد ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات کاندیداها قدرت بیشتری برای تبلیغات در جامعه پیدا کرده‌اند. در حال حاضر مردان سیاسی کشورهای مختلف جهان به جادوی فضای مجازی پی برده‌اند و با استفاده از ابزارهای این



فضا مانند سایت، وبلاگ، چت روم ها و تالارهای گفتگو، ارسال ایمیل و... سعی می کنند بر گرایش های سیاسی مردم تأثیر بگذارند.^۱

در کشور ما نیز چند سالی است، اما نه به طور گسترده، کاندیداها سعی می کنند با تبلیغات در فضای مجازی روی نظر و گرایش های مردم تأثیر خود بعد یا قبل از انتخابات در نظر بگیرند، قطعاً می توانند برنامه های خود را بعد از این که حتی پیروز انتخابات نشدند نیز ادامه دهند. راه اندازی سایت ها و وبلاگ های متعدد توسط کاندیداها از چند ماه قبل از انتخابات و تلاش برای معرفی برنامه ها، اهداف و هدایت آنها از جمله فعالیت های آشکار این افراد است. آنها می دانند که امروزه بسیاری از جوانان منبع اصلی اخبار و اطلاعات خود را اینترنت قرار داده اند و به همین منظور برای معرفی خود و برقراری ارتباط با جوانان و به صحنه کشاندن آنها چه در هنگام انتخابات و چه در وقایع بعد از انتخابات بر روی آن بسیار سرمایه گذاری کردند و سعی کردند جایی در این عرصه برای خود باز کنند. و خود را به جوانان سال های نه چندان دور معرفی کنند. در ادامه به معرفی برخی از وب سایت های کاندیداها و انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری می پردازیم:



الف) میرحسین موسوی

وی که در طول جریان انتخابات به آخرین نخست وزیر بعد از انقلاب و نیز نخست وزیر زمان جنگ مشهور شده بود، از ابتدای ورود خود به کارزار انتخابات فعالیت جدی خود را از فضای مجازی آغاز کرد. وب سایت های اصلی منتسب به ایشان از سایت های «کلمه و قلم نیوز» بوده

است. اما فعالیت هواداران وی تنها به این سایت‌ها محدود نشد و سایت‌های دیگری چون «تدبیر، نسیم ۸۸، مرد راه، سیاوشان، انتخاب ۱۰ و...» را در حمایت از وی دایر کرده و در آن به خبرپراکنی پرداختند. علاوه بر آن عماد بهاور که ستاد جوانان آقای موسوی را تشکیل داد در راه اندازی تلویزیون اینترنتی موج در ستاد قیطریه نقش فعالی داشت و این کاندیدا را از تلویزیون اینترنتی نیز بهره‌مند گردانید.

در ادامه به بررسی اجمالی پیرامون سایت‌های اصلی منتسب به وی می‌پردازیم:

سایت کلمه و قلم نیوز:

این سایتها به آدرس www.kaleme.com و www.ghalamnews.com به نشر افکار و عقاید آقای میر حسین موسوی می‌پردازند. بخشی از این فعالیت‌های غیرقانونی این سایت‌ها به زمان قبل از انتخابات برمی‌گردد که در آنها به طور گسترده دولت و شخص ریاست محترم جمهوری را مورد بی‌احترامی و هتک حرمت قرار داده و سیاه‌نمایی، تخریب، ترویج شایعات و... به منظور رسیدن به قدرت پرداخته است. و بعد از انتخابات نیز با انتشار بیانیه‌ها و دعوت مردم به آشوب و اغتشاش و القای بحث‌تقلب در انتخابات و گسترش ناآرامی‌ها و نافرمانی مدنی و بی‌اعتمادی نسبت به سران نظام به طور گسترده فعالیت خود را در اینترنت و دنیای مجازی ادامه داد.

از دیگر سایتهای حامی این کاندیدا را می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱) سایت هم‌میهن نیوز به آدرس www.hammihannews.com

۲) سایت نواندیش به آدرس www.noandish.com

۳) سایت یاری نیوز به آدرس www.yaari.ir

۴) سایت موج سوم به آدرس www.mowj3.ir



- ۵) سایت جمهوری به آدرس www.jomhoriyat.com
- ۶) سایت سلام نیوز به آدرس www.salamnews.com
- ۷) سایت برخیز به آدرس www.barkhiz.com
- ۸) سایت اصلاحات نیوز به آدرس www.eslaaat.com
- ۹) سایت خرداد نو به آدرس www.khordadeno.com

ب) مهدی کروبی

از دیگر کاندیداهای اصلی این دوره انتخابات ریاست جمهوری، آقای مهدی کروبی معروف به شیخ اصلاحات بود. وی علاوه بر فعالیت‌ها و تبلیغات مکتوبی که در روزنامه خود یعنی اعتماد ملی داشت، از تبلیغات در فضای مجازی نیز غافل نماند. از جمله فعالیت‌های مجازی این کاندیدا می‌توان به دو پایگاه خبری «تغییر» و «سحام نیوز» اشاره نمود. که به طور گسترده‌ای در آنها به ارائه افکار و آرا و عقاید خود پرداخته است. در زیر به طور اجمالی گذری بر برخی از این سایت‌ها داریم:

سایت سحام نیوز:

این سایت که پایگاه اطلاع‌رسانی حزب اعتماد ملی بوده و به آدرس www.etemademelli.orgsp می‌باشد. علیه دولت نهم و عملکردهای آن می‌پرداخت. رستم فرد تهرانی می‌گوید (مسئله‌ای که ما در جریان انتخابات اخیر دنبال می‌کردیم این بود که با برگزاری تجمعات بگوییم که در انتخابات تقلب صورت گرفته است. وی در ادامه می‌افزاید که ما از سه طریق سایت، ایمیل و تلفن زمان و مکان تجمعات را به اطلاع اعضای شبکه رای خود می‌رساندیم. نمونه‌ای مطالب درج شده در این سایت را در زیر خواهیم دید.



«وجود انقلاب مخملی، کودتای سیاسی و توطئه براندازی علیه نظام جمهوری اسلامی در جمع نامزدهای انتخاباتی و هموطنان ایرانی زاینده توهمات ذهنی و کج اندیشی مدعیان تحلیلگری و هوشمندی سیاسی توصیف شده.»

«اسلامیت نظام با وجود ادعای دروغین دفاع از آن در معرض خطرهای جدی است با تضعیف دو بال جمهوریت و اسلامیت نظام، ایرانیت ما نیز در معرض تهدید است. ایرانیت مفهومی فراتر از ملیت و ملی گرایی است.»

«انقلاب اسلامی با وجود همه اقتضائات ذاتی انقلاب ها، هرگز ایران را در چنان معرض ماجراجویی ها قرار نداد که در چهار سال اخیر با آن مواجه شده و از آن آسیب دیده ایم. اظهار نظرهای نامرتبب به منافع ملی و حتی باورهای اسلامی ما نه تنها کمکی به منافع ملی و مذهبی ما در لبنان و فلسطین و عراق نکرده، بلکه سبب شکل گیری اجماع علیه ایران در خاورمیانه به سود رژیم صهیونیستی شده است. سیاست دولت درباره مسئله هسته ای هم سبب شد به جای آن که بتوانیم جهان را درباره حق خویش قانع کنیم، پرونده ایران به شورای امنیت که تحت نفوذ دشمنان ایران است، فرستاده شود و این همان تهدید خارجی علیه ایرانیت است.»

سایت تغییر:

سایت دیگری که منتسب به آقای مهدی کربوسی بوده و در جریان فعالیت های انتخاباتی و بعد از آن به فعالیت مشغول بوده سایت تغییر به آدرس www.tagheer.net می باشد که در آن به هنجار شکنی گسترده ای پرداخته که در نتیجه آن فیلتر شده است. آدرس دیگری که این سایت با آن به ارائه مطالب و اشاع افکار هادی خوب می پردازد www.tagheer.co.cc می باشد. در حال حاضر این سایت به عنوان پایگاه



خبری حزب اعتماد ملی نیز مشغول به خبرپراکنی می باشد. در ادامه نمونه ای از اخبار درج شده در این سایت را می آوریم:

« به گزارش تغییر در تماس تلفنی آیت ا... منتظری با مهدی کروبی ضمن احوال پرسی و دلجویی از آقای کروبی، ادامه داده است که تعجب می کنم این چه سیاستی است که حتی در راهپیمایی ۱۳ آبان هم با مردم چنین برخوردی می کنند و معلوم نیست پس از انتخابات که برگزار شد اینها می خواهند کشور را به کجا ببرند. »

« در گزارش دیگری که از این سایت در جریان دیدار موسوی با کروبی بعد از ۱۳ آبان آمده است آورده شده که موسوی از برخوردی که لباس شخصی ها در ۱۳ آبان با کروبی داشته اند متأثر شده و از چنین رفتارهایی انزجار طلبیده است؟»

به طور کلی می توان گفت که مهم ترین تریبون شناسنامه دار مهدی کروبی، روزنامه اعتماد ملی و سایت مربوط به آن بود یعنی www.etemademelli.orgsp. از دیگر سایت های وابسته به این کاندیدا می توان به سایت های :

۱) سایت تریبون به آدرس www.trebon.com

۲) سایت نخستین به آدرس www.nokhostion.com

۳) سایت مشروطه نیوز به آدرس www.mashrootenews.com

۴) و سایت های دیگری چون صدای زنان، فوتولند و... اشاره کرد.

ج) محسن رضایی

کاندیدای دیگر این دوره ریاست جمهوری آقای محسن رضایی بوده این کاندیدا خود را کاندیدای اصولگرا معرفی کرده و با اندیشه ها و افکار خاص خود وارد عرصه داغ انتخابات گردید. وی نیز مانند کاندیداهای



دیگر از رقابت در دنیای مجازی جا نمانده و دست به اقداماتی در این عرصه زد که از آن جمله می توان به سایت شخصی وی به آدرس www.rezeae.ir اشاره کرد که به طور مشخص از طرف وی به روز می شد. اما از مهم ترین امتیازات محسن رضایی در دنیای مجازی را شاید در اختیار داشتن پربازدیدترین سایت تحلیلی خبری ایران یعنی سایت تابناک به آدرس اینترنتی www.tabnak.ir دانست. این سایت که بیشترین بازدید کننده خود را مدیون سابقه سایت بازتاب است، پس از فیلتر شدن جایگزینش گردید.

از دیگر سایت های حامی این کاندیدا در جریان انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری که از طرف برخی از حامیان ایشان راه اندازی گردید، سایت ایفنانیوز به آدرس اینترنتی www.ifnanews.com بوده است. این سایت در کنار سایت تابناک و برخی دیگر از سایت هایی که تلویحاً از محسن رضایی حمایت می کردند بضاعت اینترنتی این کاندیدا را در فضای مجازی نشان می داد.

د) محمود احمدی نژاد

اما در نهایت به چهارمین و اصلی ترین کاندیدای این دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران یعنی آقای محمود احمدی نژاد می رسیم. شاید رئیس دولت نهم تنها کاندیدایی بود که ترجیح داد بیش از آن که متکی به تبلیغات اینترنتی باشد، به تبلیغات چهره به چهره در سفرهای استانی، رسانه های مکتوب و صدا و سیما اکتفا نماید. البته این به مفهوم نادیده گرفتن فضای اینترنت و دنیای مجازی نبود. بلکه نسبت به سایر کاندیداها سرمایه گذاری کمتری صورت گرفت. در این میان می توان به برخی از سایت های اینترنتی که به طور ویژه از این کاندیدا حمایت می



نمودند به سایت رجا نیوز به آدرس www.rajaneews.com که پیشاپیش سایر سایت ها بود اشاره کرد در ادامه به برخی دیگر از سایت های همسو اشاره می کنیم.

۱) سایت انصار نیوز به آدرس اینترنتی www.ansarnews.com

۲) سایت جهان نیوز به آدرس اینترنتی www.jahannews.com

۳) سایت سحر نیوز به آدرس اینترنتی www.saharnews.com

۴) سایت ثانیه نیوز به آدرس اینترنتی www.saniyehnews.com

۵) و سایت های دیگری چون امتداد مهر، شبکه حمایت های مردمی و... اشاره کرد.

از جمله اقدامات تاکتیکی که از طرف برخی حامیان و طرفداران دولت نهم صورت گرفت راه اندازی سایت هایی بود که دارای تشابه اسمی با سایت های انتخاباتی نامزدهای اصلاح طلب بود. و صدای آنها را بلند کرد. که از آن جمله می توان به سایت هایی چون قلم پرس نیوز، کلمه نیوز و.. اشاره کرد.

اینترنت و سایر ارگان ها و نهادها

در اینجا نیز برخی از مهم ترین سایت های خبری و سایت های ارگانی اصلی تأثیر گذار بر انتخابات را مورد توجه قرار داده و به معرفی آنها می پردازیم.

۱) پایگاه های اطلاع رسانی رسمی حکومتی

سایت وزارت کشور به آدرس اینترنتی www.moj.ir

سایت شورای نگهبان به آدرس اینترنتی www.irisn.com



۲) وب سایت های اینترنتی مهم ترین روزنامه ها

- سایت انتخابات در کیهان به آدرس اینترنتی www.kahannews.ir
- سایت انتخابات در ایران به آدرس اینترنتی www.iraninstitue.com
- سایت انتخابات در اعتماد به آدرس اینترنتی www.etemad.ir
- سایت انتخابات در اعتماد ملی به آدرس اینترنتی www.etemademelli.orgsp
- سایت انتخابات در اطلاعات به آدرس اینترنتی www.ettelaat.com
- سایت انتخابات در رسالت به آدرس اینترنتی www.resalat_news.com
- سایت انتخابات در جام جم به آدرس اینترنتی www.jamejamdaily.net
- سایت انتخابات در مردم سالاری به آدرس اینترنتی www.mardomsalari.com
- سایت انتخابات در ابتکار به آدرس اینترنتی www.ebtecar.net
- سایت انتخابات در همشهری به آدرس اینترنتی www.hamshahri.net
- سایت انتخابات در ابرار به آدرس اینترنتی www.abrarnews.com
- سایت انتخابات در حیات نو به آدرس اینترنتی www.hayateno.info
- سایت انتخابات در مردم سالاری به آدرس اینترنتی www.mardomsalari.com
- سایت انتخابات در حمایت به آدرس اینترنتی www.hemayat.net
- سایت انتخابات در هموطن سلام به آدرس اینترنتی www.hamvatansalam.com
- سایت انتخابات در روزنامه تایمز به آدرس اینترنتی www.tehrentimes.com
- سایت انتخابات در روزنامه دیلی (انگلیس) به آدرس اینترنتی www.IRAN-DAILY.com
- سایت انتخابات در روزنامه آفتاب یزد به آدرس اینترنتی



www.AFTABYAZD.COM

سایت انتخابات در روزنامه توسعه به آدرس اینترنتی

www.TOSEHNEWS.COM

سایت انتخابات در روزنامه همبستگی به آدرس اینترنتی

www.tehrentimes.com

سایت انتخابات در روزنامه تایمز به آدرس اینترنتی

www.HAMBASTEGIDAILY.COM

۳) پایگاه های اینترنتی خبرگزاری ها

سایت انتخابات در خبرگزاری فارس به آدرس اینترنتی

www.FARSNEWS.COM

سایت انتخابات در خبرگزاری مهر به آدرس اینترنتی

www.MEHRNEWS.COM

سایت انتخابات در خبرگزاری ایرانیوز به آدرس اینترنتی

www.IRANNEWS.ORG

سایت انتخابات در خبرگزاری امیرکبیر به آدرس اینترنتی

www.AUTNEWS.US

سایت انتخابات در خبرگزاری ایلنا به آدرس اینترنتی

www.ILNA.IR

سایت انتخابات در خبرگزاری پانا به آدرس اینترنتی

www.PANA.IR

سایت انتخابات در خبرگزاری ایسنا به آدرس اینترنتی

www.ISNA.IR

سایت انتخابات در خبرگزاری ایرنا به آدرس اینترنتی

www.IRNA.IR

سایت انتخابات در خبرگزاری گویا به آدرس اینترنتی

www.GOOYA.IR

سایت انتخابات در خبرگزاری دریچه به آدرس اینترنتی

www.DARECHEH.ORG

سایت انتخابات در خبرگزاری شریف نیوز به آدرس اینترنتی

www.SHARIFNEWS.COM



سایت انتخابات در خبرگزاری انتخابات به آدرس اینترنتی

www.ENTEKHAB.IR

سایت انتخابات در خبرگزاری ایسکانیوز به آدرس اینترنتی

www.ESCANNEWS.IR

سایت انتخابات در خبرگزاری آنا به آدرس اینترنتی

www.ANA.IR

انتخابات در خبرگزاری جام جم به آدرس اینترنتی

www.jamejamdaily.net

سایت انتخابات در خبرگزاری جام جم به آدرس اینترنتی

www.jamejamdaily.net

اینترنت، احزاب و آشوب‌ها

در جریان دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران نه تنها اشخاص بلکه احزاب نیز خود را ملزم به ورود به این عرصه دیدند و در راستای آن اقدام به فعالیتهای گسترده ای نمودند. در این میان احزابی که به دنبال قدرت طلبی و منافع بیشتری بودند و در سالهای اخیر دست خود را کوتاه از صحنه سیاست دیدند با اقداماتی گسترده تر از وارد عرصه کارزار گردیده و سعی بر تسلط آوردن افکار عمومی جامعه داشتند. در اینجا به برخی از احزاب شاخص و کلیدی غیر همسو با مبانی نظام که در جریان انتخابات اخیر فعالیت گسترده ای داشتند اشاره می کنیم.

۴۴

الف) سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی

این سازمان که در ۱۶ فروردین ۱۳۵۸ با به هم پیوستن هفت گروه اسلام گرا که تا پیش از پیروزی انقلاب ارتباط تشکیلاتی چندانی با هم نداشتند شکل گرفت. ولی دیری نگذشت که با بروز اختلافاتی در میان اعضای این سازمان بر سر مسائلی همچون صدور بیانیه در مناسبت های



مختلفی چون «روز کارگر، ترور شهید مطهری و ...» و به ویژه مخالفت جناح راست گرای سازمان و گروه منصورون با سیاستهای اقتصادی محمدسلامتی و بهزاد نبوی در دولت میر حسین موسوی، این سازمان به ۲ و سپس به ۳ جناح تقسیم گردید و به فعالیت پرداختند.^۱

این سازمان در جریان انتخابات اخیر به طور گسترده وارد عرصه شده و از آقای میر حسین موسوی به عنوان کاندیدای دهمین دوره ریاست جمهوری حمایت کرده و اقدام به فعالیتها در این راستا نموده است.

امیر حسین مهدوی عضو ارشد ستاد انتخاباتی میر حسین موسوی و سر دبیر روزنامه اندیشه نو با اشاره به نقش سران اصلی سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی در ستاد میر حسین موسوی تاکید کرد که مصطفی تاج زاده یکی از اعضای ارشد این سازمان فکر دهنده اصلی ستاد ۸۸ بود که بعد از دستگیری وی ارتباط اعضای این ستاد که در کل کشور پراکنده بودند با فکر دهنده اصلی آنان قطع گردید. وی در ادامه با اشاره به نقش بهزاد نبوی - دبیر اجرایی سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی - در خط دهی و سازمان دهی سایت های خبری و روزنامه های اصلاح طلب حامی موسوی اظهار داشت^۲

این سازمان که به طور گسترده در این دوره از انتخابات وارد عرصه گردید از طریق وب سایت اصلی خود به آدرس اینترنتی (www.mojahedin-enghelab.net) وارد عرصه انتخاباتی در دنیای مجاز گردید و در آن با انتشار بیانیه ها و افکار و آرای اعضای اصلی خود اقدام به سیاه نمایی، تخریب، تهمت و افتراء و ... بر علیه دولت و سران آن و دیگر نهادهای اجرایی نظام نمود. پس از انتخابات ریاست جمهوری

۱. www.wikipedia.com

۲. منبع سایت ایرنا



احزاب دوم خردادی اطلاعیه و بیانیه های تندی را بر علیه روند انتخابات صادر نمودند. که این بیانیه ها را می توان واضح ترین سندی دانست که آنان اعلام می کنند علاقه ای به سیاست ورزی قانونی در چهار چوب قانون اساسی جمهوری اسلامی ندارند. در ادامه قسمتهایی از برخی بیانیه های هنجار شکنانه این سازمان که در سایت رسمی آنها ارائه گردیده می پردازیم:

الف/۱) در بیانیه موسوم به بیانیه اعلام حمایت سازمان مجاهدین انقلاب اسلامی ایران از نامزدی مهندس میرحسین موسوی در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری که در مورخ ۸۸/۱/۲۱ منتشر گردید. سازمان مجاهدین همسو با ضد انقلاب و دشمنان صریحا و با قطعیت اما بدون ارائه سند و مدرکی، سلامت انتخابات ریاست جمهوری دهم را پیشاپیش نفی می کند که تا این لحظه قادر به اثبات مدعای خود نبوده است. در بخشی از این بیانیه آمده است: "دیگر تقریبا اعتمادی به آمارهای انتخابات از جمعیت واجد حق رای گرفته تا آراء شرکت کنندگان و تا آراء کاندیداها وجود ندارد."

در بیانیه دیگری تحت عنوان "هشدار مجاهدین انقلاب نسبت به خرید رای در انتخابات ریاست جمهوری دهم که در مورخ ۸۸/۲/۲۸ منتشر و آن را سومین بیانیه انتخاباتی خود عنوان نموده است نویسندگان بیانیه در تطبیقی ناصواب سعی نموده اند انتخابات را بعد از رحلت امام(ره) فرمایشی و مشابه انتخابات زمان ستم شاهی القاء نمایند. در این رابطه بیانیه مذکور چنین اشاره می دارد: "نقش حاکمیت ستم شاهی در برپایی انتخابات نمایشی و تهیه فهرست هایی از اسامی نامزدهای مورد نظر و ابلاغ آن به مجریان انتخابات نیز به عنوان عامل مهم دیگری در مسخ و بلاموضوع شدن انتخابات واقعی و آزاد غیر قابل انکار است که



نهایتاً با تمسک مجریان به رای سازهای متقلبان و دخل و تصرف های غیر قانونی، نوعاً منجر به بیرون آمدن نام همان افراد از صندوق ها و تشکیل مجالس فرمایشی می شد.

بلافاصله در ادامه تصریح می گردد: "در سالهای پس از رحلت امام، در کنار تلاش برخی جریانهای سیاسی برای محدود کردن قدرت انتخاب مردم و تبدیل انتخابات به انتخاباتی دو وجهی، که در آن گروهی خود را محق می دانند که قبل از مردم، فهرست داوطلبان را بر اساس معیار ها و سلايق فردی و جناحی غربال کنند و با کمال تاسف باید اذعان نمود این تلاش در برخی از ادوار اخیر منجر به ایجاد انحراف در مسیر تحقق انتخابات واقعی در کشور شده است"

بیانیه مورخ ۸۸/۳/۲۴ به مناسبت نتایج انتخابات ریاست جمهوری دهم سند دیگری است که نقش این سازمان را در بحران سازی و تشویش اذهان با هدف تشکیک در سلامت انتخابات و مخدوش نمودن مشروعیت نظام نشان می دهد. در بخشی از این بیانیه آمده است: "آنچه در این انتخابات رخ داده علاوه بر تقلبات و تخلفات گسترده و بی سابقه در صندوق های رای، سوء استفاده حد اکثری از تمامی امکانات و فرصت های در اختیار برای مهندسی آراء و رای سازی بود.

ب) حزب کارگزاران سازندگی

در بهمن ماه سال ۱۳۷۴ شانزده تن از وزیران، معاونان و نزدیکان هاشمی رفسنجانی، رئیس جمهور وقت ایران در بیانیه ای به عنوان خدمتگزاران سازندگی اعلام کردند در انتخابات مجلس پنجم حضور فعال خواهند داشت. و فهرستی از کاندیداهای مورد حمایت خود را معرفی خواهند کرد. این اقدام با واکنش منفی شدید جناح راست که این اقدام را دخالت



قوه مجریه در قوه مقننه قلمداد کرده و تهدید به استیضاح وزیر امور خارجه امضا کننده بیانیه و حتی طرح بررسی کفایت رئیس جمهور در مجلس رو به رو شد. که در نهایت با فرمان رهبر معظم جمهوری اسلامی، مبنی بر عدم حضور وزیران در این جمع قائله فروکش کرد. و به یک جمع شش نفره کاهش یافت. که شامل پنج معاون رئیس جمهور و شهردار وقت تهران یعنی کرباسچی می شدند و بدین ترتیب حزب کارگزاران سازندگی ایران تأسیس گردید.

این حزب از ابتدا همانند یک کلپ سیاسی پا به عرصه کار حزبی گذاشت. و هسته اولیه آن در خانه یکی از همبستگان هاشمی رفسنجانی یعنی حسین مرعشی پا گرفت. این حزب بیش از هر چیزی بر پیوندهای خویشاوندی و رفاقتی تکیه دارد تا اشتراکات فکری. این حزب را می توان حزب خاندان هاشمی رفسنجانی دانست. چرا که در رأس آن می توان از افرادی چون حسین مرعشی، فائزه هاشمی (دختر آیت الله هاشمی رفسنجانی) و محمد هاشمی (برادر آیت الله هاشمی رفسنجانی)، علی هاشمی (برادرزاده آیت الله هاشمی رفسنجانی) محسن هاشمی (پسر ارشد آیت الله هاشمی رفسنجانی)، و... اشاره کرد.^۱

در این دوره از انتخابات ریاست جمهوری، این حزب به همراه وابستگان و حامیان خود به طور گسترده وارد عرصه گردیده و سعی بر آن داشتند تا به هر نحوی که گردیده قدرت را بار دیگر به سمت خویش متوجه کنند. و از رویه ای که در دولت نهم در پیش گرفته شده خود داری گردد. و به همین منظور هزینه های هنگفتی در راستای تحقق اهداف خود نمودند. این حزب به طور مستقیم به حمایت از میر حسین



موسوی پرداخته و به منظور کسب آرا برای این کاندیدا فعالیت های متعددی را برنامه ریزی نمود که از آن جمله می توان به راه اندازی سایت ها و وبلاگ های متعدد به منظور همراهی اذهان عمومی با خ و د نمود. که در آنها به تخریب، قانون شکنی، افترا و تهمت و... بر علیه دولت و سردمداران آن اقدام نمودند.

وبگاه رسمی این حزب که در آن افکار عمومی خود را به انتشار می رساند به آدرس اینترنتی www.amanzadeh.ir می باشد. این سایت که به منظور ارتباط هر چه بیشتر حزب کارگزاران با مخاطبان خود و جذب نیروهای همسو راه اندازی شده توسط وحید امین زاده تهیه شده و توسط بابک دوره بیگی مدیریت می گردد.

علاوه بر این سایت می توان به وبگاه تحلیلی خبری جوانان این حزب به آدرس اینترنتی www.javanfarda.com اشاره کرد. سایت سخن گوی این حزب یعنی آقای مرعشی نیز به آدرس اینترنتی www.marashi.ir در ادامه گوشه ای از مطالب مندرج در این سایت ها را به روشنی مؤید دیدگاه سردمداران آن می باشد را ارائه می دهیم.

سید حسن مرعشی در ۱۸ اردیبهشت ماه ۸۸ در گفتگو با خبرنگاران پارسینه می گوید که میر حسین موسوی با اقتدار تمام در مرحله اول پیروز می شود.^۱

در سایت جوانان این حزب آمده است که: پارادایم اقتدارگرایی نوظهور که چهار سال است در ایران افسار قدرت را در اختیار دارد، فاقد هر گونه منطق اولیه برای شکل گیری گفتمان در بین پارادایم های موجود دیگر در جامعه است. نئو اصولگرایان گسست مفهومی بین دیگر



پارادایم‌ها واقفند. از همین رو به گفتگو با آنان نمی‌نشینند. حتی اگر پارادایمی از جنس و نزدیک به خودشان باشد. پارادایم‌نویس‌ان اصولگرایی رقابت‌پراتیک بین پارادایم‌ها را نمی‌پذیرد و برای بسط آنچه که به آن می‌اندیشد و اعتقاد دارد، چاره‌ای جز خشونت‌طلبی و تفکر صفر و یکی ندارد. سرنوشت محتوم این پارادایم شکست است. حتی اگر همه اجزا و عناصر قدرت و ثروت را داشته باشد. آقای احمدی‌نژاد به جای این همه تندروری، کمی تأمل، کمی به بزرگان انقلاب گوش کنید. انسانی که امروز توسط رسانه‌ها و حامیانتان به همه چیز متهم است، زمانی که شما تازه محاسن روی صورتتان سبز شده بود نخست وزیر این مملکت و فرد مورد اعتماد امام بود.^۱

ج) جبهه مشارکت ایران اسلامی

از دیگر احزاب فعال در این دوره از انتخابات ریاست جمهوری می‌توان به حزب مشارکت اشاره کرد. این حزب در مرداد ماه سال ۱۳۷۹ شکل گرفت. و با توجه به حمایت‌های گسترده دولت وقت (دولت خاتمی) توانست به سرعت خود را به جامعه بشناساند.

استراتژی دائمی این حزب همواره آشوبگرانه بوده و شعار محوری آنها «فشار از پایین و چانه زنی از بالا» بوده است که در سال‌های گذشته کراراً به مرحله اجرا گذاشته شده است. در این راستا با ایجاد سازمان‌ها و گروه‌های غیرقانونی بدون ثبت در وزارت کشور اقدام به فعالیت می‌نمودند. در جریان انتخابات اخیر نیز این حزب تشکیلاتی با اقتباس از روش گلد کوئستی به نام سازمان رأی، موج سوم، گروه ۸۸ و... راه



اندازی گردید. که طرح آن توسط میردامادی، دبیر کل حزب، ارائه گردید. (اسناد خیانت و جنایت، ۹۶) و سعی بر آن شد که در دنیای مجازی و عرصه اینترنت نیز گام‌هایی اساسی برداشته شود. چرا که محدودیت‌های موجود در دنیای واقع را ندارد. در این راستا سایت نوروز به آدرس اینترنتی www.norooznews.ir را به وبگاه‌های خبری - تحلیلی تبدیل نموده و آن را به دو زبان انگلیسی و فارسی انتشار می‌دهد. و از طریق این سایت اخبار مورد نظر خود را به کاربران و مخاطبان‌شان می‌رسانند. در جریان‌ات و حوادث بعد از انتخابات این سایت همگام با سایت‌های بیگانگان به شبهه‌پراکنی، تهمت و افترا و... بر علیه نظام و سران آن می‌پردازد. و در راستای آن گام بر می‌دارد. در ادامه گزیده‌ای از بیانیه‌ها و اطلاعیه‌های صادره از سوی این حزب که در آن به وضوح القای جعل و تقلب در انتخابات و تشویق و تحریک به آشوب و بلوا و ایجاد فتنه مطرح گردیده است و در سایت آنها موجود می‌باشد را به عنوان نمونه مطرح می‌کنیم.

بیانیه مورخه ۸۸/۳/۲۵ این حزب: در این بیانیه جبهه مشارکت انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری را تماماً مخدوش و غیرقابل دفاع دانسته و خواستار ابطال آن شده‌اند.

بیانیه مورخه ۸۸/۴/۲۷ جبهه مشارکت: مردم انتظاری جز این ندارند که مشروعیت دولت برآمده از تقلب در ارکان نظام به رسمیت شناخته نشود.

بیانیه مورخه ۸۸/۵/۱۴ جبهه مشارکت: نظام جمهوری اسلامی در آستانه ورود به دهه چهارم عمرش عملکردهایی را از خود به نمایش گذاشته است که نه تنها هیچ غرابتی با این ارزش‌های الهی و اخلاقی ندارد بلکه فقط به رفتار حکومت طاغوتی استبدادی شباهت دارد.



قابل توجه می باشد که براساس گزارش سایت بارش آدرس اینترنتی جدید این حزب www.norooznews.com می باشد. از دیگر سایت هایی که به انتشار اخبار و اطلاعات این حزب از جمله مطالب کنگره سوم ان اقدام نموده است سایت امروز بوده به آدرس اینترنتی www.archive.iran_emrooz.net

۴) حزب اعتماد ملی

این حزب که بعد از انتخابات دور نهم ریاست جمهوری و به دنبال عدم موفقیت مهدی کروبی در به دست آوردن رای حداکثری توسط ایشان راه اندازی گردید و به دنبال ان روزنامه اعتماد ملی را به عنوان ساپرت کننده خبری این حزب راه اندازی گردید. این حزب از همان آغاز کار با رویه ای انتقادی - تخریبی با دولت نهم روبه رو گردید و همواره به دنبال گرفتن نقطه ضعف از این دولت بود.

در جریان انتخابات دور دهم ریاست جمهوری نیز این حزب با معرفی مهدی کروبی به عنوان کاندیدای خود پای خود را به عرصه انتخابات باز نمود. و سعی نمود به هر نحوی که شده قدرت را به دست بگیرد. بنابراین در این راستا عملکرد دولت نهم را مورد حمله مستقیم قرار داده و تیرهای خود را با دیدی تخریبی به سمت آن نشانه رفت. پایگاه خبری تحلیلی رسمی این حزب سحام نیوز به آدرس اینترنتی www.etemademelli.orgsp بود. که در ان به انتشار اخبار و بیانیه های و سایر مطالب تحلیلی - تخریبی خود می پرداخت. این حزب در جریان این انتخابات از فضای مجازی بسیار استفاده نمود. و تنها به این سایت اکتفا نمود و در راستای رسیدن به اهداف خود و همراهی اذهان عمومی



با خود سایت های دیگری چون سایت تغییر و نخستین و... را نیز با خود همگام و همراه ساخت.

این سایت ها در جریانات اخیر به طور گسترده ای سعی بر آن نمودند که بحث تقلب در انتخابات و ناسالم جلوه دادن آن را ترویج دهند و نهادهای مرتبط با آن را زیر سؤال ببرند.

۵) مجمع روحانیون مبارز

از دیگر احزاب فعال در عرصه انتخابات این دوره ریاست جمهوری، می توان به مجمع روحانیون مبارز اشاره نمود. این مجمع که در سال ۱۳۶۶ به دنبال گسترش اختلاف در بین اعضای تشکیل دهنده جامعه روحانیت مبارز خود را به جامعه معرفی کرد ابتدا با جدا شدن سه تن از اعضای شورای مرکزی آن از جامعه روحانیت مبارز یعنی حجه الاسلام مهدی کروی، محمود دعایی و جلالی خمینی، استارت اولیه آن خورده شد و با پیوستن افراد دیگری چون محمد خاتمی، محمد حسین رحیمیان، و خوئینی ها، محتشمی پور و... رسماً تشکیل گردید.^۱

با توجه به اهمیت و انتظار روحانیت در اذهان عمومی جامعه و نقش مؤثر آنان در هدایت این افکار باید به این مسئله اذعان داشت که در جریانات اخیر بعد از انتخابات اقدامات این مجمع در گسترش تشنجات و آشوبهای روی داده کم نبوده و قابل توجه می باشد. مؤید این سخن مراجعه به سایتها و وبلاگهای متعددی می باشد که در دنیای مجازی شکل گرفته و در بسیاری از آنها به حرف و سخنان اعضای اصلی این مجمع استناد گردیده و به تبلیغ افکار آنها پرداخته است.



علاوه بر این سایتها و وبلاگهای خود این مجمع نیز دارای وبگاه رسمی به آدرس www.rouhaniioon.com در دنیای مجازی می باشد که در آن به انتشار افکار و عقاید و بیانیه‌های خود که در حوادث اخیر کم جنجال برانگیز نبوده است می پردازند. بیشتر مطالب این سایت گرد موسوی و کروی و بیانیه‌ها و مسائلی از این قبیل می پردازد. در ادامه نمونه‌ای از مطالب ارائه شده توسط اعضای اصلی این مجمع را ارائه می دهیم.

محتشمی پور: متأسفانه شورای نگهبان آنجایی که موضوع مردم و حاکمیت مردم مطرح است و با دیدگاههای شورای نگهبان مخالفت دارد برخلاف آنچه در نظر تصویب کنندگان این قانون بوده، قانون را تفسیر کرده و به اصطلاح چارچوب مردم سالاری را می شکند. نمونه آن اصل ۹۹ و نظارت شورای نگهبان است که از آن به نظارت استصوابی تفسیر کرده است که این نظارت استصوابی به منزله پایمال کردن خواست و نظرو اندیشه مردم و شکستن مردم سالاری است. و در واقع صدای شکسته شدن ستون فقرات مردم سالاری زیر چرخ دنده‌های این تفسیر شورای نگهبان و سپس قانون نظارت استصوابی درمجلس شنیده می شود. چگونه می توانیم بپذیریم که مردم رای شان هیچ تاثیری بر سرنوشت کشورشان نداشته باشد مگر اینکه شورای نگهبان تصویب کند! و اگر شورای نگهبان رای مردم و انتخاب مردم را رد کند این رای کان لم یکن است. این رویکرد با روح قانون اساسی و اسلام مغایرت دارد که ۶ نفر فقیه و ۶ نفر حقوقدان بتوانند بر سرنوشت و مال و جان و ناموس و رای مردم حاکم باشند

صانعی در شیوه مبارزه گفته: "امروز اگر چه یک عده در دروغ گویی هنرمند شده اند اما در نقطه مقابل عده ای هم هنرشان در مبارزه است یاران امام امت دارای هنر مبارزه اند و با شناختی که من از آنها دارم هیچ



گاه در اعتقاداتشان عقب نشینی نخواهند کرد هرچند ممکن است در برخی موارد و مسائل کاستی‌هایی هم باشد.»

او در ادامه سخنان خود یکی دیگر از نشانه‌های ضعف را اعمال فشار بر افراد جامعه تحت عناوین مختلف عنوان کردند و افزودند: «فشار زیاد نشانه ضعف است، بازداشت و زندان و شکنجه نشانه ضعف است، در برخی روایات در باب قتل آمده است: فقط شش روز می‌شود متهم به قتل را بازداشت کرد حالا برخی‌ها تعبیر به یکسال هم کرده‌اند که من نمی‌خواهم وارد آن بحث بشوم اما امروز برای جرم‌های تعزیری سه ماه و پنج ماه و بیشتر طرف را بازداشت می‌کنند، ممنوع‌الملاقات می‌کنند، در سلول انفرادی نگه‌داری می‌کنند و بعد هم اظهار می‌دارند شکنجه‌ای در کار نبوده است.»

اینترنت و رسانه‌های غربی

استفاده از رسانه‌ها برعکس استفاده از امور نظامی و حتی تحریم اقتصادی، ارزان‌ترین و کم‌خطرترین راه برای براندازی یک نظام است. زیرا در این راه مردم یک کشور، خودشان حکومت را ساقط می‌کنند و خودشان نیز آسیب دیده و متحمل خسارات جانی می‌شوند. ولی براندازی یک نظام توسط رسانه‌ها و شیوه‌های به اصطلاح قدرت نرم کار مشکلی می‌باشد. عملکرد دولتمردان و رسانه‌های غرب از سی سال گذشته تا امروز در قبال ایران مؤید این جریان است.^۱

به گزارش فارس، لرد بالتیمور نویسنده غربی طی مقاله‌ای تحلیلی که در پایگاه خبری «خانه شفاف‌سازی اطلاعات» در رابطه با دخالت



رسانه های غربی در وقایع پس از انتخابات ایران نوشت: رسانه های غربی به طور روشن در قضایای اخیر ایران موضع گیری کرده توانسته اند مخاطبان از همه جا بی خبر خود را به وسیله گزارش های خبری مربوط به اعتراضات خیابانی بعد از انتخابات ایران به نتیجه دلخواه خود برسانند و تصریح کنند که «مخالفان در یک اقدام بی سابقه از زمان انقلاب ۱۹۷۹ ایران، شجاعت، مقاومت و قدرت مردمی را علیه دولت نشان دادند.»

مؤید این مطالب را می توان در سخنان وزیر خارجه آمریکا یعنی هیلاری کلینتون که به نقش شبکه مجازی توئیتر (twitter) و بهره گیری دولت متبوعش از این شبکه در کنترل و هدایت آشوبهای خیابانی پس از انتخابات ایران اعتراف کرد، جستجو کرد. وی اذعان داشته که در ایام انتخابات ایران از طریق توئیتر و اینترنت به افراد می فهمانند که کجا بروند، چه اتفاقی قرار است رخ دهد.^۱

به دنبال این سخنان عده ای چون «کلی شیرکلی» نویسنده امریکایی از چیزی به نام «انقلاب توئیتری در ایران» سخن می راند. و می خواهند به ما این گونه بفهمانند که در ایران یک «انقلاب توئیتری» جریان یافته است. در حالی که چنین چیزی وجود ندارد. این به رخ کشیدن قدرت توئیتر به طور کامل اغراق آمیز است و در حقیقت از یک توافق از پیش صورت گرفته برای گرامیداشت و تحسین توئیتر توام با برنامه ریزی برای اعتراضات خیابانی تهران حکایت می کند. در حقیقت تعداد افرادی که ایرانی نامیده می شوند و در توئیتر به عنوان نویسنده در موضوع اعتراضات شناخته می شوند تنها ۴۵ نفر است. محل سکونت بسیاری از



آنها نامعلوم است و اکثر آنان به زبان انگلیسی مطلب می نویسند. با این حال، در یک دقیقه شما می توانید ۲۵۰۰ مطلب بروز رسانی شده تنها در کانال iranelection دریافت کنید و عمده این مطالب تکراری غیر قابل استفاده است. و به کسی غیر از خیل کثیر کاربران امریکایی توئیتر نمی رسد. در نهایت تنها یک سوم مردم ایران به اینترنت دسترسی دارند و نکته جالب توجه اینکه جوانانی که در اعتراضات شرکت کردند و همچنین از توئیتر استفاده می کنند، گروه ۱۸ تا ۲۴ ساله هایی هستند که در بردارنده مهم ترین گروهی که به احمدی نژاد رای داده اند، است.^۱

اسوشیتد پرس تحلیل مشابهی را منتشر کرده است که بیان می دارد « استفاده از اینترنت در ایران هنوز به صورت تجمعی قشر جوان و ساکنین شهرهاست. این بدان معناست که استفاده از توئیتر مختص جوانان و قشر محقق است و نادیده گرفتن احساسات سیاسی محافظه کارانه می تواند گمراه کننده باشد.^۲

اگرچه نمی توان این مطلب را رد کرد که دولت امریکا در مخیله خود انقلاب توئیتری را در ایران دنبال می نمود، چرا که از توئیتر خواست تا قطع سرویس خود را به دلیل تغییرات عقب بیاندازد تا در اخبار رسیده در مورد ایران تأخیری نیفتد، ولی در عمل چنین انقلابی نه تنها صورت نگرفت بلکه در نطفه خفه شد.

ولی اقدامات دولت های غربی تنها به توئیتر خلاصه نگردید و به طور گسترده سعی بر آن نمود که اوضاع را وخیم نشان داده و مردم را به سمت مقابله با نظام و مبانی آن هدایت سازند. در این راستا می توان به شبکه هایی چون بی بی سی فارسی، CNN، VOA، و سایر شبکه های

۱. سایت الف، ۹ تیر ۸۸

۲. همان



ضد انقلاب به طور گسترده ای در دنیای مجازی و اینترنت که ثبات پذیری بسیار بالایی نسبت به سایر رسانه ها دارند اشاره نمود. در ادامه به بررسی برخی از شبکه های اصلی و تأثیر گذار بر جریانات جنگ نرم در ایران می پردازیم. که در راس آنها باید BBC, Voa را قرار داد.

۱) BBC اتاق فکر آشوب های ایران

BBC یا پایگاه سخن پراکنی بریتانیا با مسئولیت محدود، در سال ۱۹۲۲ بنیان گذاشته و در سال ۱۹۲۷ پس از دریافت پروانه سلطنتی تبدیل به یک شرکت دولتی شد. در حال حاضر نیز بی بی سی یک شرکت دولتی نیمه خود مختار است که توسط یک هیئت امنا اداره می شود. و سردبیر سایت و رادیو فارسی بی بی سی جمشید برزگر می باشد. ادعای گردانندگان بی بی سی این است که این شرکت تحت هیچ گونه نفوذ تجاری و سیاسی نیست و تنها به مخاطبان خود پاسخگو است. زیرا کل بودجهی بخش جهانی آن توسط دولت و وزارت خارجه بریتانیا تامین می شود. زمینه فعالیت این بخش، رادیو، تلویزیون و اینترنت می باشد.

اخبار این شبکه در اینترنت به زبان های مختلف از جمله انگلیسی و فارسی انتشار می یابد. سایتی که به انتشار اخبار فارسی می پردازد به ادرس اینترنتی www.BBCPersian.com می باشد. اهمیت اینترنت از طرف گردانندگان بی بی سی برای کاربران فارسی زبان به زمان گسترده شدن امکانات فضای مجازی در ایران و اقبال عمومی مردم از آن بر می گردد. در حالی که این سایت در مدت فعالیت خود هیچ گاه آن چنان که انتظار داشت با استقبال گسترده کاربران ایرانی مواجه نشد. در سال ۱۳۸۷ نسخه جدیدی از این سایت با ویژگی های ظاهری، فنی و محتوایی به روزتر و جذاب تر ارائه شد و سعی می نمود تا جایی که



امکان دارد اذهان جامعه را به سمت خود هدایت نماید. تا در زمان‌های مورد نیاز آنها را به صحنه کشانده و در جهت تحقق اهداف خود از آنها استفاده نماید. نمونه بارز این امر وقایع بعد از انتخابات دور دهم ریاست جمهوری ایران بود که در جریان آن می‌توان این شبکه را یکی از اصلی‌ترین آتش‌باران آشوبها دانست. این شبکه به همراه سایت خود با ادعای اطلاع‌رسانی لحظه به لحظه انتخابات دور دهم ریاست جمهوری عملاً به پایگاه انتشار تحلیل‌های ساختگی و برانگیختگی اجتماعی در ایران تبدیل شد. و در قبل از آن نیز با رویکردی که در پیش گرفته بود استراتژی مقابله با دولت نهم را دنبال می‌نمود که به منظور تحقق این هدف ابتدا فعالیت‌های خود را در جهت فضا سازی متناسب با تحولات صحنه شکل دادند. اما جهت اصلی، سوق دادن مردم به سمت بی‌تفاوت سازی و عدم اهمیت برگزاری انتخابات سیر می‌نمود. این روند تا گرم شدن فضای انتخاباتی در کشور ادامه داشت اما در این مقطع تغییر روند داده و در نقش سخنگویی مشارکت مردمی و استقبال عمومی ظاهر شد. و از طریق کمپ دو نامزد، هماهنگی سیاسی - روانی بخشی از جامعه را بر عهده گرفتند. جالب اینجاست که اهمیت انتخابات ایران برای لندن تا آن حد پیش رفت که مجموعاً ۵۵ خبرنگار از رسانه‌های انگلیس تحت عنوان پوشش انتخابات به ایران سفر کردند. این گروه ۵۵ نفره رسانه‌ای بعد از پایان برگزاری انتخابات به دلیل این که نتیجه آن چه که آنها انتظارش را داشتند نبود، سخنگویی جریان تعرض و سپس اغتشاش را بر عهده گرفتند.

در این مقطع بی‌بی‌سی فارسی با استفاده از تصاویر دوربین‌های غیرحرفه‌ای اغتشاشگران که به سرعت از طریق اینترنت ارسال می‌گردید، دامنه تبلیغات آنها را به حوزه‌های بین‌المللی کشاندند و زمینه را



برای اظهار نظر مقامات انگلیسی که همه امور رسانه ای را در پنهان مدیریت می کردند هموار ساختند.

شبکه فارسی و انگلیسی بی بی سی به عنوان سردمداران موج جدیدی که هدفش مشوش نشان دادن انتخابات و ضربه به مشروعیت نظام و انتخابات بود زمام انتشار اخبار کذب و تحریک کننده را به دست گرفت و دور جدید جنگ روانی سیاسی را آغاز نمودند.^۱

BBC که در طول دوره فعالیت خود همواره از تنظیم و پخش خبر به شیوه فیجونیوز (شبه خبر) و تلفیق هارد نیوز (سخت خبر) و سافت نیوز (نرم خبر) پیروی کرده است، در آستانه انتخابات و از جمله طول جمعه شب (۲۲ خرداد) به این سو، دقیقاً و دائماً با سوئیچ کردن این شیوه های خبری به یکدیگر، اهداف شبهه سازی، بحران افکنی، و هدایت افکار عمومی به انگیختگی و نضج اشوب را هدایت کرد.

BBC از ماه‌ها قبل خود را آماده بحران سازی اجتماعی کرده بود. پیشاپیش در اخبار و تحلیل های به اصطلاح کارشناسان سیاسی مسائل ایران، بحث تقلب را تئوریزه و قاطعانه بر آن پای می فشرد. این سایت خبری - تحلیلی استعمارگر پیر، بلافاصله پس از اعلام آمارهای غیر رسمی از منابع داخل ایران پروژه تقلب در انتخابات را کلید زد و پس از آن به تناوب انتشار خبرهایی از ایران و اعلام آرای احمدی نژاد بر حملات و تثبیت و تلقین تقلب در انتخابات افزودند به صورتی که تا ظهر شنبه (۲۳ خرداد) گزارشات آن با هدف اغتشاش و افزایش نا آرامی انجام می گرفت.



مجموعه فعالیت های بی بی سی پس از خاتمه رأی گیری یک هدف را تعقیب می کرد: حتی اگر موسوی و کروبی کوتاه آمدند، و برای مطالبات شما به خیابان نیامدند، شما کوتاه نیاید و خیابان را ترک نکنید. در واقع مهندسی و بزرگ نمایی نا آرامی ها در دستور کار این رسانه قرار داشت تا آنجا که تشنج طلبی چند تن از اوباش را جدی ترین ناآرامی های یک دهه اخیر در تهران عنوان کرد.

بی بی سی با عنوان این که موج گسترده ای از اعتراض به وجود آمده و بسیاری از مردم می خواهند بدانند که رأی آنها به کاندیدای محبوبشان چه شده است. سعی در القای سرخوردگی و ایجاد یأس در مردم را داشت. غافل از این که مردم ایران با بازخوانی عملکرد گذشته این شبکه می دانستند در پس این دلسوزی ها چه اهداف شومی قرار دارد.

عملکرد این شبکه و سایت اینترنتی آن تا حدی مداخله جویانه بود که روزنامه انگلیسی ایندپندنت می نویسد: قدرت انگلیس در حال نابودی است. زیرا برای پاسخ به اقدام ایران در بازداشت کارمندان سفارتش دست به دامن اتحادیه اروپا شد. ما تاوان آشفتگی روابط با ایران را فقط به خاطر بی بی سی و بخش فارسی آن می پردازیم. (ویژه نامه دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری روزنامه ایران) به طور کل راهکارهایی را بیگانگان و در رأس آن بی بی سی چه در شبکه تلویزیونی خود و چه در سایت اینترنتی و فضای سایبرنتیک درخصوص استمرار اعتراضات به نتیجه انتخابات دور دهم ریاست جمهوری ارائه می داد می توان به این شرح بر شمرد.

۱) تاکید بر استمرار روند اعتراضات و عدم پذیرش نتایج

انتخابات تا حصول نتایج مورد نظر



- ۲) بزرگ‌نمایی اختلاف در سطوح مختلف جامعه، تاکید بر عدم حمایت برخی از نخبگان از نتایج انتخابات
- ۳) تاکید بر حمایت برخی از نخبگان و چهره‌های سرشناس از مخالفین و معترضین
- ۴) تشدید فشارها با هدف استعفای رئیس‌جمهور منتخب ملت
- ۵) ایجاد تمایز میان حوزه‌ها و عرصه‌های مذهبی و غیرمذهبی
- ۶) معرفی سپاه و بسیج به عنوان عناصر کودتای نظامی و ضرورت حذف و خروج نیروهای مذکور از صحنه^۱

۲) VOA از نگاهی دیگر

شبکه تلویزیونی صدای آمریکا که به طور گسترده تری در فضای مجازی و دنیای اینترنت خود را جای داده است، یکی از مهم‌ترین رسانه‌های معاند با انقلاب و مبانی آن می‌باشد. این شبکه در دنیای مجازی با بیش از ۴۰ زبان برنامه ارائه می‌دهد. و طبق اساسنامه VOA (ماده ۹۴ تا ۳۵۰ قانون عمومی) این برنامه‌ها باید

- ۱) صحیح، بی‌طرف و جامع باشد.
 - ۲) مظهر تمامی بخش‌های جامعه آمریکا بوده و نظری جامع و مبسوط درباره افکار و سازمانهای مهم آمریکا ارائه دهند.
 - ۳) سیاست‌های آمریکا را به طور روشن منعکس نمایند.
- سایت اینترنتی VOA به‌طور دائم آخرین اخبار و اطلاعات روز را همراه با عکس، صدا و تصویر ارائه می‌کند. آدرس اینترنتی این سایت www.voanews.com می‌باشد. از مهم‌ترین افراد بخش فارسی VOA می‌توان



به «احمد رضا بهارلو، شیلا گنجی، کامبیز محمودی، امیر فخرآور، آوی داویدی، لونا شاد، بهروز صور اسرافیل و ...» اشاره کرد که البته تعدادی از این افراد به علت کارشکنی و تخلف در سال‌های اخیر برکنار شده‌اند. این رسانه، شیطان بزرگ که بودجه خود را از دولت امریکا دریافت می‌کند، در مطالب و برنامه‌هایی که در سایت خود ارائه می‌دهد، همواره ایران را مورد حمله و حمله قرار می‌دهد. این نقش در وقایع بعد از انتخابات دور دهم ریاست جمهوری رنگ و روی مشخص تری به خود گرفت و به رسانه‌ای تبدیل گردید که از اصلی‌ترین آتش‌بیاران آشوب‌های ایران و به ویژه تهران گردید و در طول این ایام با ادعای اطلاع‌رسانی لحظه‌به‌لحظه از انتخابات عملاً به پایگاه انتشار تحلیل‌های ساختگی تبدیل گردید، و از این طریق اذهان عمومی را به سمت آشوب و اغتشاش هدایت می‌نمود. و سعی بر آن داشت که القای بحث‌تقلب در انتخابات را نسبت به نظام و سران آن بی‌اعتماد سازد. غافل از این که مردم ایران در طی چند دهه انقلاب به درستی به اهداف پلید و مغرضانه سران استکبار و در رأس آن آمریکای جهان‌خوار پی برده‌اند. و به این راحتی‌ها فریب و دروغ‌ها، شایعه‌پراکنی‌ها، تهمت‌ها، افتراها و تهدیدات را نمی‌خورند.



۳) نقش فیس‌بوک و توئیتر در جنگ روانی سایبرنتیک علیه ایران
شبکه‌های خبری مانند سی‌ان‌ان با اجرای سیاست "اسب‌تروا" مطالب جعلی خود را در پوشش افراد حقیقی بر روی سایت‌های ارتباطات اجتماعی از جمله توئیتر منتشر و به ارتباط‌گیری با مخاطبان قبلی اقدام می‌کنند. در هفته‌های منتهی به انتخابات و جریان‌های بعدی، ایران شاهد

هجمه تبلیغی و جنگ روانی بود که توسط سایت های ارتباطات اجتماعی مانند فیس بوک و توئیتر صورت گرفت.

این در حالی است که عقبه طراحی کننده این اقدامات که در حوزه جنگ روانی سایبرنتیک قرار دارد، همچنان در حال پیگیری اهداف از پیش تعیین شده خود است.

سایتهای ارتباطات اجتماعی در ظاهر به منظور ایجاد فضایی برای حضور الکترونیکی افراد در جامعه چند صدایی غربی و بیان دیدگاه ها، پیدا کردن دوست، ارتباط با دوستان و فرستادن پیام های گروهی عمل می کنند اما در باطن اغلب این وبگاه ها در خدمت بنگاه های خبری و اطلاعاتی قرار داشته و با جمع آوری اطلاعات شخصی از افراد اقدام به پرونده سازی و بعضاً عضوگیری برای سازمان های جاسوسی و تروریستی غربی می نمایند .

هر چند عضویت در این سایت ها مجانی است ولی هیچ چیزی واقعاً مجانی نیست و در ازای استفاده مجانی از سرویس های الکترونیکی این وبگاه ها، افراد بخش عمده اسرار زندگی خود را به راحتی در اختیار آن ها قرار می دهند. کارکرد دیگر این وبگاه ها، خبر رسانی از نوع شایعه است. از آنجا که خبر رسانی از نوع شایعه و غوغا سالارانه اگر ابتدا از یک بنگاه خبری بزرگ صورت بگیرد، پس از معلوم شدن عدم صحت سبب تخریب شدید وجهه آن خبر گذاری می شود، استفاده از شخصیت های حقیقی ساختگی بر روی اینگونه سایت ها تا حدود زیادی از هزینه شایعه پراکنی برای بنگاه های پروپاگاندا می کاهد.

بسیاری از شبکه های خبری همچون بی بی سی، سی ان ان، فاکس نیوز و العربیه با اجرای سیاست "اسب تروا" و دوباره بسته بندی کردن (REPACKAGING) مطالب جعلی شان در پوشش افراد حقیقی بر روی



سایت های ارتباطات اجتماعی اقدام به ارتباط گیری با مخاطبان قبلی خود می کنند.

در هفته های اخیر، به خصوص هفته بعد از انتخابات ریاست جمهوری، سایت فیس بوک نقش اساسی در آموزش حملات مخرب به خصوص حملات اینترنتی داس (SERVICE DOS - DENIAL OF) به سایت های ایرانی به خصوص سایت های مخالف آمریکا را داشت. در همین زمان بنگاه های دروغ پراکنی غربی به طور دائم این ادعا را مطرح می کردند که دولت ایران اقدام به کند کردن و قطع اینترنت در داخل کشور نموده و اینگونه وانمود می کردند که حکومت جمهوری اسلامی در سدد ایجاد اختناق است.

همچنین صفحات زیادی به اعلامیه های عناصر گروهک های اپوزیسیون اختصاص یافته و تلاش شده بود که مردگان سیاسی را هر گونه که هست زنده کرده و به ایشان شخصیت ببخشید. این عمل سایت فیس بوک با سوت و کف کشورهای غربی همراه بود، این حرکت ها در حالی است که چند ماه قبل در جریان حملات ناجوانمردانه رژیم اشغالگر قدس به مردم مظلوم غزه همین سایت اقدام به خاموش کردن معدود صداهایی نمود که تلاش در خبر رسانی در مورد مظلومیت مردم فلسطین می نمودند.

تویتر در کنار فیس بوک

سایت دیگری که در کنار فیس بوک در خدمت امپراطوری خبری دشمن فعالیت جدی را دنبال می نماید تویتر است.

عملکرد تویتر به صورت یک وبلاگ خلاصه و شبیه به پیامک های اس ام اس بوده و در طول هفته های اخیر به صورت جدی در اختیار



سازمان های خارجی برای تهییج و هماهنگی با اعضا و هوادارانش در داخل کشور برای تجمع و اغتشاش قرار گرفت. بدین ترتیب تویتر نقش بی‌سیم و شبکه ارتباطی نیروهای اپوزیسیون را بازی می‌کند بطوریکه در کنار حرکت این سایت‌ها شاهد فشار دستگاه حکومتی آمریکا بر تویتر بودیم که حتی تعمیرات ماهیانه خود را انجام ندهد تا اینکه ارتباط آشوبگران لحظه‌ای قطع نشود. این عملیات با همکاری و سرمایه‌گذاری کشورهای غربی همراه بوده و با ایجاد و ارسال نرم افزارهای فیلترشکن مانند PSIPHON که محصول دانشگاه تورانتو کانادا است، دیش‌های ارسال و دریافت ماهواره‌ای دوربین‌های قلمی و مواردی دیگر حمایت شد.

برای آگاهی بیشتر از نحوه عمل و دلایل پشت صحنه این ماجرا لازم است اندکی به قبل بازگردیم و نگاهی به گردانندگان این سایت‌ها، ارتباط ایشان با کابینه اوباما و سابقه خدمتشان به تشکیلات حاکم به غرب بیاندازیم.

سایت فیس بوک و گردانندگان آن

مارک زوکربرگ (MARK ZUCKERBERG)، متولد ۱۹۸۴ میلادی در شهر نیویورک آمریکا مؤسس و گرداننده رسمی شرکت فیس بوک است. بنابر سایت ویکی‌پدیا، این یهودی زاده که به گفته خود ملحد (ATHEIST) می‌باشد، نسخه نرم افزاری فیس بوک را در سال ۲۰۰۴ میلادی، در زمان تحصیل در دانشگاه هاروارد به نام خود ثبت نمود اما این سایت در پایین توضیح می‌دهد که سه همکلاسی زوکربرگ از او شکایت کردند که او در واقع نرم‌افزار (CONNECTU) را از آنها ربوده و در نهایت پس از سه سال تلاش در سال ۲۰۰۸ میلادی با قرار دادگاه زوکربرگ مجبور به پرداخت غرامتی معادل ۶۵ میلیون دلار به آنها شد.



فیس بوک در طول عمر نه چندان بلند خود شاهد چندین رسوایی بزرگ بوده که شامل جریانات مربوط به مزاحمت های الکترونیکی ناشی از سرویس خوراک خبری (NEWS FEED) در سال ۲۰۰۶ میلادی و حفره های امنیتی ناشی از نرم افزار برج مراقبت فیس بوک (FACEBOOK BEACON) در سال ۲۰۰۷ می باشد.

در کنار این رسوایی ها، معرفی سکوی فیس بوک (FACEBOOK PLATFORM) در سال ۲۰۰۷ میلادی به عنوان پایه ای برای ساخت نرم افزارهای جانبی سبب جذب تعداد زیادی برنامه نویس شد و تا به امروز بیش از چهار صد برنامه نویس در دنیا حداقل یک بار برای سکوی فیس بوک اقدام به تولید برنامه جانبی نموده اند.

هرچند این گونه به نظر می رسد که این موفقیت بی ارتباط با کمک ۲۴۰ میلیون دلاری مایکروسافت در سال ۲۰۰۷ به ازای دریافت سهم نا چیز ۱٫۶ درصد از سهام شرکت فیس بوک نباشد. مایکروسافت همچنین متعهد شد که به فروش تبلیغات برای فیس بوک دست بزند.

فیس بوک از سال ۲۰۰۷ به بعد شاهد تغییرات جدی شد و در سال ۲۰۰۸ به همراه سی ان ان و توئیتر به عنوان بنگاه سخن پراکنی نقش عمده ای در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا بازی کرد.

گزارش های نیویورک تایمز، ام اس ان بی سی، استار تریبون و بسیاری از بنگاه های اطلاع رسانی غربی حاکی از استفاده جدی اوباما و همراهانش از این سایت های اینترنتی برای جذب و هدایت آراء مردم آمریکا بود و به طور جدی از طریق بانک اطلاعاتی توئیتر برای ارتباط گیری با افراد بهره برداری شد.^۱



ستاد تویتر و گردانندگان آن

جک دورسی (JACK DORSEY)، اسحاق استون (ISSAC STONE) و اون ویلیامز (EVEN WILLIAMS) در سال ۲۰۰۶ میلادی اقدام به راه اندازی شبکه تویتر نمودند.

این سرویس با سه هدف اصلی شروع به کار کرد:

۱) ایجاد روش ارزانتر و آسانتری برای فرستادن پیامک به تعداد زیادی از افراد به منظور استفاده در تبلیغات، ارتباطات اجتماعی و در کنار آن تشویق به استفاده بیشتر از سرویس پیامک و در نتیجه درآمد زایی برای شرکت های ارتباطات.

۲) استفاده از فرهنگ دنبال کردن دیوانه وار افراد معروف (CELEBRITY OBSESSION) که در کشورهای غربی به صورت هدفمند تبلیغ می شود به منظور جلب توجه تبلیغات چی های هالیوودی.

۳) در راستای فرهنگ عربانگری غربی که در چند سال اخیر موج جدید آن در ساختمان سازی های با پنجره های بلند و بدون پرده و مدهای لباس جدید غربی روزافزون می شود، به منظور عادت دادن مردم به این کارهای خود را لحظه به لحظه گزارش داده و چیزهایی که توسط سایر سایت های ارتباطات اجتماعی غیر قابل اکتشاف بود بدین وسیله از مردم استخراج نموده و در اختیار سازمان های اطلاعاتی غربی قرار دهند.

این مطلب را تا حدودی خود دورسی در یک وب سایت در ۳۰ سپتامبر ۲۰۰۷ در سایت یوتیوب اعتراف نمود و اذعان داشت: برتری سایت ما بر دیگر سایت های ارتباط اجتماعی در این است که مردم تشویق می شوند کارهای معمولی خود را به هم اطلاع دهند، کاری که به دلیل ساختار سایر سایت ها صورت نمی گیرد به این ترتیب شما می توانید لحظه به لحظه از یکدیگر مطلع باشید.



در سال ۲۰۰۸ میلادی توئیتر به عنوان یک بخش مهم از تبلیغات انتخاباتی اوباما در کنار سی ان ان و فیس بوک قرار گرفت و نقش اساسی در استفاده از رأی خاموش در به قدرت رساندن اوباما داشت .
در ژانویه سال ۲۰۰۹ توئیتر به عنوان سریعترین روش اطلاع رسانی عرض اندام نمود و در حادثه سرنگونی یک فروند هواپیمای US AIRWAYS در رود هادسون نیویورک سرویس توئیتر به عنوان منبع اصلی اطلاع رسانی توسط رسانه های آمریکایی مورد استفاده قرار گرفت.

۴) سازمان دهی و تولید اخبار در فضای مجازی

پیرامون این امر باید اذعان داشت که چهارگروه در این راستا فعالیت داشته اند که به ترتیب اهمیت میتوان آنها را به شرح زیر برشمرد:

۱. افراد وابسته به سفارت خانه های بیگانه:

اهمیت این اخبار به این دلیل است که تولید این اخبار توسط افراد نفوذی با دقت و توجه عمیق به مسائل تهیه شده و به سرعت به سازمانهای اطلاعاتی و مراکز پژوهشی پیرامون مسائل بحران و آشوب مثل (سوروس، سیا و...) در خارج از کشور فرستاده می شد و به دنبال آن به سرعت به سازماندهی و برنامه ریزی به منظور هدایت و سازماندهی آشوبها پرداخته می شد.

از سفارتخانه دولت هایی که در این راستا اقدام می کردند می توان به سفارتخانه انگلیس، سفارتخانه آمریکا و دولت غاصب صهیونیسم در کشورهای حاشیه خلیج فارس و سفارتخانه فرانسه سفارتخانه عربستان که همگی از سابقه ی دیرینه ای در دشمنی با ایران برخوردارند اشاره کرد.



فعالیت گسترده اطلاعاتی انگلیسی ها در راستای انتخابات دور دهم ریاست جمهوری از چند ماه قبل از انتخابات با رصد اخبار خبرگزاریها، وب سایتها و وبلاگها و... آغاز گردیده بود که با برگزاری انتخابات و اعلام نتایج ان این فعالیت ها گسترده گردید به طوری که این سفارتخانه به طور دائم کارمندان محلی خود را به صحنه های درگیری گسیل می نمود و به دنبال جمع آوری اطلاعات از ناآرامی ها و اغتشاشات و نیز برقراری ارتباط با احزاب سیاسی بود. و از این طریق مبادرت به خط دهی و انتشار اخبار کذب مبنی بر تقلب در انتخابات نموده و ضمن اعلام ساختگی و جعلی بودن آراء، اغتشاشات و تجمعات غیرقانونی را به عنوان حق مردم مطرح نمود و آن را به طور گسترده در رسانه های وابسته به خود (مثل BBC...) انتشار داد. (در این زمینه اعترافات حسین رسام از اعضای سفارت قابل توجه می باشد) سفارتخانه های دیگری که در این راستا اقدام می نمودند سفارتخانه های امریکا و دولت غاصب صهیونیسم در کشورهای حاشیه خلیج فارس بود. در همین راستامی توان به تاسیس دفتر امور ایران در دبی (مستقر در کنسولگری امریکا) از سوی وزارت امور خارجه امریکا که از پایگاه ریگا در لتونی در زمان جنگ سرد باهدف فروپاشی شوروی سابق نسخه برداری شده است اشاره کرد که پروژه «exchange» (تبادل افراد و گروه ها) رادر دستور کار خود قرار داد. در این پروژه مسافرت افراد و نخبگان از لایه های مختلف جامعه در قالب گروه های ۱۵ نفره به ایالت های مختلف امریکا طراحی و اجرا گردید (این پروژه باضربه ای که وزارت اطلاعات در سال ۸۷ بر عوامل ان وارد نمود ناکام ماند) از جمله اهداف این پروژه میتوان به جریان سازی و تاثیرگذاری در قالب میتینگ ها و



تجمعات اعتراض امیز و نفوذدر لایه های اجتماعی و سو استفاده از نخبگان جامعه و کسب اطلاعات از آنها اشاره کرد.

از جمله اقدامات دیگر دولت امریکا در راستای به دست آوردن اخبار و هدایت افکار در ایران تاسیس دفتری به نام گروه فرارسی دیجیتال بود که از طریق آن وارد چت روم ها و وبلاگها شده و به صورت مستقیم با مردم ارتباط برقرار کرده و به تبادل اطلاعات می پرداختند تا راهبرد ایجاد شکاف میان دولت و مردم ایران را پیش ببرند (اسنادخیانت و جنایت: ۵۴،۱۳۸۸)

از دیگر اقدامات این دولت که خود را در قالب «موسسه واشنگتن برای سیاست های خاور نزدیک» که یک موسسه اسرائیلی است نمودار گردید. این موسسه در راستای تحریک آشوبگران ایرانی چندین مقاله منتشر کرد از جمله این مقاله ها، مقاله ای از «مهدی خلجی» پژوهشگر ایرانی الاصل و تحت عنوان «تقلب در انتخابات ایران» بود که در پایگاه های ایرانی منتشر و به زبان فارسی نیز ترجمه شد و اسرائیل و دستگاه های اطلاعاتی امریکا و انگلیس آن را در بوق و کرنا کردند و خلاصه این مقاله را با پیام های کوتاه و پایگاه های اینترنتی «فیس بوک و...» ارسال کردند تا به یک موضوع قابل بحث و بررسی تبدیل شود و سخن از تقلب در انتخابات پیش بیاید و میرحسین موسوی پیروز انتخابات مطرح شود.

(www.gerdab.ir/fak) این موسسه که یکی از مراکز انعکاس دیدگاه های لابی و ایپک می باشد ۴۸ ساعت قبل از انتخابات صحت اخبار ایران را زیر سوال برد و از این طریق تلاش کرد تا احتمال تقلب در انتخابات را تشدید کند (www.edalatkahi.ir) از دیگر مراکز تحت حمایت امریکا موسسه البرت انیشتین می باشد که دارای وب سایت



مخصوص به خود می باشد و با انتشار اخبار و جزوه های آموزشی به روی سایت خود به دنبال سناریوی کودتای مخملی بودند (اسناد خیانت و جنایت: ۱۳، ۱۳۸۸)

اسرائیلی ها تنها به این اقدام اکتفا نکرده و با آغاز اعتراضات در ایران بیش از ۲۰۰۰۰ پایگاه اینترنتی ایجاد کردند تا جوانان ایرانی را مخاطب قرار داده و از طریق این پایگاه ها اخبار و خواسته های خود را قالب کنند (www.edalatkhahi.ir) و همچنین همواره به امریکا توصیه می کند که برای از بین بردن مشروعیت حاکمیت ایران از سایتهای اجتماعی استفاده کرده و با ارائه اخبار و اطلاعات خاص آشوبها را هدایت نماید (www.gerdab.ir).

سفارت فرانسه در تهران:

از دیگر سفاراتی که در جریان اغتشاشات بعد از انتخابات سعی نمود تا بر وضعیت اغتشاشات و اعتراضات تسلط پیدا کند سفارت فرانسه بود و به این منظور سعی می نمود با گسیل افراد و نفوذ در جمعیت معترض اخبار دست اول را جمع آوری نماید. در این راستا میتوان به فعالیتهای کلوتید ریس ۲۴ ساله تبعه فرانسه اشاره کرد که سعی می نمود برای موسسه وابسته به سفارت فرانسه گزارش تهیه نماید.

www.jamjamonline.ir

۲. منافقین، سلطنت طلبان و اپوزسیون داخلی

دومین گروهی را که می توان به عنوان تولید کننده اخبار و انتقال و انتشار آن در سطح گسترده معرفی نمود و منافقین و سلطنت طلبان بودند که توانسته بودند با نفوذ خود در بدنه و بطن جامعه معترضین تاحدزیادی نیز سکان داری آشوبها را بر عهده گیرند. برخی از این افراد با گرفتن هزینه های هنگفت از خبرگزاریها نقش یک خبرنگار را نیز برای آنها



بازی میکردند و با تهیه فیلم و عکس و خبر و فرستادن آنها به این وظیفه خود عمل می‌نمودند از جمله این افراد میتوان به عماد بهاور فرزند محمدحسین مسئول شاخه جوانان گروهک نهضت آزادی تشکیل دهنده ستاد جوانان میرحسین موسوی در ستاد قیطریه اشاره کرد که با درج مقالات، مصاحبه‌هایی کذب در روزنامه‌ها و سایت‌های خبری اقدام به سیاه نمایی از اوضاع جاری کشور تخریب اقدامات نظام و تشویش اذهان عمومی ایراد افترا به مسئولین برگزارکننده انتخابات و گسترش فضای یاس و ناامیدی در جامعه می‌نمود. از دیگر اقدامات وی راه اندازی تلویزیون اینترنتی موج در ستاد قیطریه بود. از افرادی دیگری که در این راستا اقدام می‌نمود ناصح فریدی فرزند محمد بود که از طریق اینترنت و تلفن به گروهک منافقین وصل می‌شد و اقدام به تهیه و ارسال عکس فیلم و اخبار گروهک نفاق می‌نمود. از دیگر افراد میتوان به مجید سعیدی فرزند ناصر که در میادین انقلاب، آزادی، هفت تیر، ولی عصر و بهارستان اقدام به عکسبرداری از تجمعات نموده و سپس آنها را از طریق خانه‌ای تجهیز شده در حوالی میدان هفت تیر به گروهک ضد انقلابی مرزپرگهر در امریکا، به آژانس ایمیج در انگلیس و دفتر سیپا در فرانسه ارسال می‌نمود.

۳. خبرنگاران رسمی

گروه سومی که به عنوان خبرساز و جریان ساز در دنیای مجاز و دنیای سایبری می‌توان از آنها نام برد خبرنگارانی بودند که در جریان انتخابات (چه قبل و چه بعد از آن) اقدام به تهیه و انتشار اخبار می‌نمودند. برای نمونه می‌توان به مازیار بهاری خبرنگار هفته نامه نیوزویک اشاره نمود که در جریان آشوبهای بعد از انتخابات دو مقاله برای مجله نیوزویک به رشته



تحریر درآورد و در آن به دفاع از آشوبگران و حمله به نظام پرداخت وی برای فعالیت خود در نیوزویک روزانه ۲۰۰ دلار دریافت می‌کرد.

از دیگر اقدامات خبرساز وی ارسال فیلم حمله به پایگاه بسیج در خیابان محمد علی جناح برای شبکه ۴ انگلیس از طریق اینترنت بود که به دنبال آن مسئولان این شبکه متعهد شدند برای ارسال این فیلم ۲ دقیقه‌ای ۲۱۰۰ پوند به وی پرداخت نمایند. (اسناد جنایت و خیانت ۱۳۸۸:۳۸)

از دیگر افرادی که در این زمینه فعالیت می‌کردند میتوان به الفرد یعقوب زاده از عکاسان دفتر سیپا فرانسه اشاره کرد.

۴. خبرنگاران خیابانی

این گروه شامل آن دسته از خبرنگاران غیر حرفه ای می شود که به تهیه اخبار یا جويا شدن نظر مردم می پردازند و به دو شیوه خود را نشان میدهد: یکی اینکه این گروه گزارشها تصاویر فیلم ها و اطلاعات خود را به سایتهای خبری مشهور می فرستند تا به صورت حرفه ای ویرایش و تدوین گردد. مثلا فاکس نیوز و مای اسپیس وب سایتهایی دارند به اسم «شما گزارش میدهید» که افراد با ورود به این سایتها اخبار خود را در آن قرار می دهند.

به گزارش mediaweek از ۱۳ تا ۱۷ ژوئن (۲۳ تا ۲۷ خرداد) سایت Ireport.vom (که توسط سی.ان.ان اداره می‌شود اما در بالای سایت این مساله تکذیب شده است)، ۱۶۰۰ گزارش از شهروندان ایرانی دریافت کرده است؛ در این مدت ۳ هزار نفر دیگر هم در این سایت عضو شدند. خبرنگار خیابانی موجب مخالفت مردم با حکومت و افزایش



نارضایتی اجتماعی در ایران شد. این نوع خبرنگاری ساعتی پس از سخنرانی احمدی نژاد به مناسبت پیروزی در انتخابات آغاز شد.

و دوم اینکه خبرنگاری در شکل خبرنگاری شهروندی بروز می کند که در آن مضامین خبری از سوی پدیدآورندگان در سایتهای و وبلاگهای شخصی «یاغیررسمی» ارائه می گردد و افراد می توانستند به راحتی به آنها دسترسی پیدا کنند. www.paydarymelli.ir

۵) نمونه‌ای از تهمت و افترا

از جمله اتفاقات تأسف برانگیز و اندوهناکی که در جریان اشوبهای بعد از انتخابات صورت گرفت کشته و مجروح شدن تعدادی از مردم (چه بسیجی و چه معترض) بود. در این میان کشته شدن دانشجویی به نام خانم ندا آقا سلطان که به طوری کاملاً مشکوک به قتل رسید به وسیله ای برای حمله و هجمه به نیروهای ارزشی و مدافع نظام که در رأس آن سپاه و بسیج می باشد تبدیل گردید. فیلم تهیه شده از این جنایت به سرعت در سایت ها و وبلاگ های اینترنتی به نمایش در آمد. و با پوشش خبرگزاری ها و شبکه های معاند رنگ و روی جهانی به خود گرفت. با انتشار خبر و تصاویر این جنایت فضای مجازی و اینترنت به عرصه ای برای هجمه به نظام تبدیل گردید و سعی شد که از طریق فریب افکار عمومی به برانگیختن احساسات مردم اقدام نمایند تا زمینه رسیدن به هدف خود یعنی برچیدن نظام و در رأس آن ولایت را فراهم سازند. جا دارد که برای رفع این نسبت که به ارزشی ترین نیروهای نظام زده به مواردی اشاره کنیم که به مشکوک بودن این جنایت و قیحانه دلالت دارد.



- (۱) سوژه مورد نظر، نزدیک به یک ساعت تحت نظر بوده و از طریق فیلمبردار تعقیب می شده.
- (۲) با توجه به اینکه قاتل خانم ندا آقاسلطان از نزدیک به آن تیر اندازی کرده است، چگونگی فیلمبردار که مداوم در حال فیلم گیری و ضبط تصویر ایشان بوده موفق به گرفتن تصویر قاتل نگردیده.
- (۳) محل تیر خوردن، از محل آشوب های عصر سه شنبه ۳۰ خرداد بسیار دور بوده است.
- (۴) نیروی انتظامی و بسیج مستقر در تهران برای مقابله با آشوبگران اصولاً سلاح گرم به همراه نداشتند
- (۵) بعد از بلند شدن صدای تیر و اصابت گلوله به یک نفر در خیابان معمولاً اطرافیان بلافاصله بر روی زمین دراز می کشند و سعی در نجات دادن خود از اصابت تیرهای بعدی دارند. اما در این فیلم بعد از تیر خوردن این خانم جوان چندین عکاس و فیلم بردار با خونسردی به فیلم برداری مشغول هستند.
- (۶) سوژه قتل طوری انتخاب شده که تا حد امکان افکار عمومی بسیاری را تحت تأثیر قرار دهد. خانم جوان، دانشجو، خوش رو.
- (۷) فیلم و خبر کشته شدن این مرحومه با آب و تاب از نحوه کشته شدن و حتی اطلاعاتی از قاتلان بلافاصله در اینترنت پخش شده و هواداران مجاهدین خلق در اروپا و امریکا بلافاصله با چاپ عکس های بزرگی از این مرحومه تظاهرات راه انداختند و نیروهای امنیتی کشورمان را خشن و خونخوار معرفی کردند.
- (۸) فیلم تکان دهنده این جنایت، شنبه شب در اینترنت قرار گرفت و روز یک شنبه بسیاری از کاربران اینترنتی و بینندگان ماهواره آن را دیدند. زمان انتخاب شده برای پخش فیلم هم بسیار مشکوک است. چرا



که از روز یکشنبه ۳۱ خرداد با حضور مؤثر پلیس و نیروهای بسیجی در میدان و چهارراه های تهران، آشوبها فروکش کرد و سازمان دهندگان آشوب برای گرم نگه داشتن فضا، به شدت به یک شوک روانی برای تهییج مجدد معترضان نیاز داشتند.

حال قضاوت با شماست. قاتل کیست؟

مهم ترین بهره برداری های اینترنتی در جریان انتخابات اخیر

در این دوره از انتخابات که دنیای مجازی به یک عرصه انتخاباتی مبدل گردیده بود و از آن به عنوان یک ابزار برای پیش بردن اهداف استفاده گردید اقدامات گسترده ای در آن صورت گرفت که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد.

- ۱) فعال شدن سایت های اینترنتی و رسانه ای با هدف اطلاع رسانی و ساماندهی افکار براساس اهداف و برنامه های مورد نظر در همین راستا وزارت امور خارجه امریکا با تأسیس دفتری به نام گروه فرارسی دیجیتال وارد پلت فرم ها و وبلاگ ها شده و به صورت مستقیم با مردم ارتباط برقرار نموده و به نوعی تنظیم رابطه میان مردم ایران و دولت امریکا را بر عهده دارد. بنابراین محافل سیاسی امریکا از طریق دیپلماسی اینترنتی به دنبال پیشبرد راهبرد ایجاد شکاف میان دولت و مردم ایران و ایجاد تاکتیک های همسو با علایق جوانان ایرانی برآمدند.
- ۲) تمرکز بر عملیات روانی، شایعه پراکنی، جریان سازی و تبلیغ ناکارآمدی نظام اسلامی از طریق سایت های اینترنتی و وبلاگ نویسی، فرستادن ایمیل، چت کردن و...



۳) تاکید بر بروز تقلب و عدم اطمینان به سلامت برگزاری انتخابات در ایران (حدوداً ده روز قبل از روز رای گیری) و تلاش جهت القا موضع از طریق سایت های مربوط به وزارت امور خارجه

۴) فعال نمودن شبکه های رسانه ای و اینترنتی و ایجاد محیط سایبری و مجازی جهت القا اخبار مورد نظر، تحریک مردم به حضور در تجمعات غیرقانونی و اغتشاشات، انتشار اخبار مجهول و غیر واقعی در مورد آمار کشته ها و..

۵) سرویس دهی از سوی شرکت توئیتر (twitter) برای مخاطبان ایرانی

۶) ارائه برنامه های فیلتر شکن قوی متناسب با ساختار شبکه ایران

۷) آموزش عبور از فیلترینگ و مقابله با راه های شناسایی در اینترنت

۸) ارتباط یکی از عناصر فعال ستاد ۸۸ (آقای رضا رفیعی) با دفتر ویژه امور ایرانیان در دبی و خانم جیلیان برنز به عنوان افسر اطلاعاتی امریکا از طریق ارسال اخبار و گزارش های مربوط به اغتشاشات از طریق سایت های اینترنتی و همکاری با سرویس اطلاعاتی یکی از کشورهای عربی منطقه

۹) قرار گرفتن جزوه آموزشی بر روی سایت البرت انیشتین به نام موقعیت دشوار که از مهم ترین روش های استراتژیک است و حکومت ها را در شرایطی قرار می دهد که نتوانند با معترضین برخورد کنند. در آن آمده که اعتراضات باید زیر پوشش عادت های مذهبی قرار گیرد. در انتهای این جزوه آموزشی اشاره ای به چند حلقه فیلم آموزشی شده که پیرامون انقلاب صربستان است و حتی فیلم ها به زبان فارسی دوبله شده و بر روی وب سایت ها قرار گرفته است.

۱۰) استفاده از این ابزار به عنوان وسیله ای برای حمله به جایگاه رهبری نظام اسلامی و ولایت مطلقه فقیه



۱۱) مهمترین اقدامات صورت گرفته بعد از انقلاب

۱۲) پس از محدودیت دسترسی به شبکه‌های ماهواره ای، جریان اطلاعات به سمت اینترنت سوق داده شد و به منظور تسهیل استفاده از مطالب اینترنتی، نرم افزار پیشرفته ترجمه انگلیسی به فارسی و بالعکس را برای استفاده عمومی در اختیار کاربران ایرانی قرار دادند به گونه‌ای که با استفاده از این نرم افزار کاربران می توانند مطالب سایت‌های انگلیسی را به فارسی برگردانده و مطالعه کنند. این اقدام به منظور دسترسی کاربران ایرانی به حداکثر اطلاعات به زبان انگلیسی (خصوصاً سایت bbc) مرتبط با بحران تمهید شده هرچند که دارای کاستی‌های جدی می‌باشد.

۱۳) ارائه پیشرفته ترین امکانات نرم افزاری به گونه ای که امکان دیدن فیلم از طریق یک رایانه با خطوط تلفنی و مودم اینترنت با سرعت پایین را فراهم کردند تا مرتب‌ترین خود با حد اقل امکانات از فیلم‌های مورد نظر در خصوص اغتشاشات استفاده کنند.

۱۴) هک سایت‌های متعلق به هردو جریان موجود در کشور و همچنین سایت‌های مربوط به مسئولین نظام، سایت‌های متعلق به برخی کاندیداها و ... توسط بیگانگان جهت تشدید جو بدبینی داخلی. در این مورد در برخی موارد از طریق مجاری داخلی (شرکت شاتل و ...) اقدام به هک نموده تا نشانه ای از عوامل خارجی به چشم نخورد و کاملاً به نزاع داخلی تبدیل شود.

۱۵) فعال نمودن شرکت آمریکایی فیس بوک در راستای تسهیل ارتباطات میان کاربران ایرانی و سایر کشورها در خصوص ایران. این شرکت با استناد به اینکه بسیاری از مردم جهان از فیس بوک برای مبادله اطلاعات درباره سرنوشت انتخابات ایران استفاده می کنند، نسخه



آزمایشی زبان فارسی خود را ارائه کرده تا فارسی زبانان از آن به زبان مادری استفاده کنند.

۱۶) در دوره اغتشاشات، برخی سایت های وابسته به بیگانه شماره تلفن ها، نام های کاربری و واژه های رمز را به صورت مجانی در اختیار کاربران قرار دادند تا در صورت قطع کامل خدمات اینترنتی در ایران، مرتبطن و افراد، از طریق این تلفن ها بتوانند از اینترنت دایل آپ استفاده کنند.

۱۷) در راستای افزایش آموزش دادن اطلاعات مربوط به مبارزات خشونت آمیز و مبارزات مسالمت آمیز، حجم عظیمی از این آموزش ها در ایام اغتشاشات، بر روی اینترنت به زبان فارسی منتشر نمودند. در این راستا دو دسته مطالب قابل دستیابی است:

الف) مطالب مربوط به آموزش روش های اعتراض خشونت بار مانند: ساخت بمب دارای کنترل از راه دور و بمب های ساعتی، روش مبارزه با نیروهای ضد شورش، روش های مضروب ساختن پلیس، ساخت اسپری های گاز اشک آور در خانه، جمع آوری و انتشار مشخصات کامل افراد بسیجی.

ب) مطالب مربوط به آموزش روش های اعتراض مسالمت آمیز مانند: تلاش برای تهیه سی دی ویا بلوتوث صحنه های موردنظر پاشیدن رنگ سبز بر روی عکس ها و تبلیغات حکومتی، روشن نمودن چراغ اتومبیل ها در ساعات اولیه غروب به نشانه اعتراض، توسعه و تداوم شعار دهی بر پشت بام ها.)

بنیاد هریتیج با اذعان به هدایت انقلاب های رنگین توسط آمریکا و انتقاد از اوپاما به سبب استفاده کمتر از اینترنت در هدایت آشوب های ایران، چهار پیشنهاد عملی در این خصوص به وی ارائه داد.



یادداشت‌های هل سی. دال رئیس (مرکز مطالعات سیاست خارجی داگلاس و سارا آلیسون) و معاون (بخش مطالعات دفاعی و خارجی) بنیاد هریتیج، در پایگاه اینترنتی این بنیاد، با اذعان به این نکته آغاز می‌شود که انتخابات ایران در ماه ژوئن و حوادث متعاقب آن فرصتی برای دولت اوپاما پدید آورد تا عناصر کلیدی در استراتژی "دیپلماسی عمومی" دولت را وارد عمل سازند.

نویسنده که معتقد است اوپاما باید در این حوزه فعال‌تر وارد عمل می‌شد، وضعیت فعلی اوپاما را از این جهت قابل انتقاد می‌داند که به زعم وی اوپاما خود را با دقت، در خط میانی بین رئیس‌جمهور احمدی‌نژاد، برنده انتخابات، و میر حسین موسوی، نامزدی که حمایت صد هزار معترض را با خود دارد، نگه داشته و از همین رو خط مشی دولت آمریکا در این حوزه ساکن مانده است. انت پژوهشگر آمریکایی سپس با اشاره به تکنولوژی web2 در حوزه اینترنت، اهمیت توجه به این ابزار برای اوپاما را تبیین می‌کند.

وب ۲ نسل دوم ارتباطات اینترنتی با امکان تشکیل شبکه‌های گسترده اجتماعی در فضای مجازی با مشارکت کاربران است و نویسنده معتقد است این تکنولوژی می‌توانست نقشی به مانند دستگاه‌های فکس در انقلاب لهستان در دهه ۱۹۸۰ و موبایل‌ها در انقلاب نارنجی اوکراین، ایفاء نمایند اما دولت آمریکا کاری برای آنچه در این یادداشت جنبش دموکراسی خواهانه در حال رشد ایران خوانده شد انجام نداد و فرصتی طلایی برای نجات مردمی که در یک نظام سیاسی قرون وسطایی گرفتار آمده‌اند از دست رفت.

وی در ادامه به تشریح تحرکات دولت آمریکا تنها محدود به درخواست وزارت خارجه از وب سایت "تویتر" قرار بود خدمات خود را



به منظور برخی اصلاحات فنی تعلیق نماید اما در روزهای بعد از انتخابات ایران وزارت خارجه از مسئولین این وب سایت خواست که به دلیل وابستگی زیاد ایرانیان معترض به خدمات ارتباطی این وب سایت اصلاحات فنی را به تعویق اندازد، برخی حتی اعلام نموده اند که اعتراضات اخیر را باید اعتراضات تیوتری نامید. نویسنده ضمن اشاره به اینکه اینترنت تنها وسیله ای نیست که دولت آمریکا می تواند بوسیله آن به مردم کشورهای خارجی از جمله ایران دسترسی داشته باشد، عملکرد دولت آمریکا در بخش های دیگر را نیز رضایت کننده ندانسته و به تبیین پیشتازی اروپا در بهره گیری از رسانه ها برای دخالت در امور خارجی ایران می پردازد: در فضای امواج، رادیو آزاد اروپا از طریق نماینده اش رادیو فردا بصورت ۲۴ساعته اخبار فارسی را در اختیار ایرانیان قرار می دهد. رادیو فردا فضایی را برای ژورنالیست های تبعید شده ایرانی فراهم آورده تا از طریق آن اطلاعات مورد نظر این رادیو را در اختیار شنوندگان موج کوتاه قرار دهند.

بنیاد سوروس و اینترنت (دنیای مجازی)

از سالها پیش بنیادها و مؤسسات متعددی توسط سرویس های جاسوسی و دیگر نهادهای حکومتی کشورهای غربی به ویژه آمریکا به وجود آمده که طبق یک تقسیم کار سازمانی و متمرکز مأموریت های مختلفی را با هدف مشترک در اجرای پروژه کودتای مخملی به عهده گرفته اند. مهم ترین این مؤسسات و بنیادها عبارتند از بنیاد سوروس، (OSI) در سال ۱۹۹۳ توسط جورج سوروس بنیان گذاشته شد. وی شخصیتی سرمایه دار و سیاستمدار و یک یهودی مجار امریکایی تبار می باشد. وی یکی از سه بنیانگذار اصلی مرکز پیشرفت آمریکا و عضو



هیئت امنای بنیاد سوروس دومین سازمان رسانه ای جهان می باشد. که بیشترین شبکه های تلویزیونی، سایت اینترنتی، روزنامه ها، خبرگزاری ها و خبرنگارها را در سطح جهان مدیریت و هدایت می کند.

هدف این بنیاد در کشورهای مختلف چیزی جز «براندازی نرم و خاموش» نیست و دیگر فعالیت های آن نظیر کمک های انسان دوستانه ی بهداشت عمومی، اصلاحات اقتصادی و... جنبه پوشش و انحرافی دارد. سوروس در بیش از ۳۰ کشور جهان از جمله جمهوری های آذربایجان، ارمنستان، اوکراین، قرقیزستان، ازبکستان، روسیه، گرجستان، مولداوی و... دارای نمایندگی های فعال است. این بنیاد از ایران نیز غافل نبوده و آخرین تحرکات برای انقلاب رنگی در آن را با واسطه افرادی چون هاله اسفندیاری، کیان تاجبخش، رامین جهانبگلو را هدایت کرد. در این راستا این بنیاد همواره از مؤسسات و مراکزی که به دنبال ایجاد «نافرمانی مدنی» در جمهوری اسلامی ایران هستند حمایت می کنند. مهم ترین مورد آن، حمایت این بنیاد از مرکز امریکایی ویلسون است که هاله اسفندیاری (همسر شائول بخاش، یهودی معروف) از مدیران بخش خاورمیانه ای آن می باشد.

کیان تاجبخش مدیر و نماینده بنیاد امریکایی سوروس در ایران نیز اجرایی کردن اهداف بنیاد سوروس را از طریق راه اندازی کارگاه های مطالعاتی با حضور دانشجویان و جوانان و تدریس اصول و مبانی شبکه سازی اجتماعی به مثابه اصلی ترین مبنای براندازی نرم حکومت ها دنبال نمود.^۱



این بنیاد علی رغم کمک های متعددی که به مؤسسات، ان جی او ها و ... داشت از فضای مجازی و دنیای اینترنت نیز غافل نبوده است و سعی کرده است که در دنیای مجاز نیز مانند سایر رسانه ها تسلط و حاکمیت ویژه خود را اعمال نماید. و در راستای آن به ایجاد سایت های متعددی اقدام نموده و به مؤسسات مختلفی که در راستای اهدافش حرکت کرده کمک های مالی قابل توجهی نموده است. که از جمله این مؤسسات می توان به مؤسسه براندازی نرم «برکمن» اشاره کرد. این پروژه از سال ۲۰۰۴ آغاز شده و هدف ان تمرکز بر تمام وبلاگ‌های دنیا به ویژه کشورهای مخالف امریکا از جمله ایران است تا بتواند به هدف خود که ایجاد جنگ روانی در این کشورهاست برسد.

منابع مالی این پروژه را بنیاد سوروس تأمین می کند. مدیر ارشد این پروژه فردی به نام «اتان زوکرمن» است. او یک امریکایی است که قبلاً در بنیاد سوروس فعالیت داشته. او بر روی استفاده از اینترنت، برای براندازی نرم بسیار کار کرده و با نهادهای اطلاعاتی امنیتی امریکا نیز در ارتباط می باشد.^۱

اما این بنیاد به این قانع نبوده و خود مستقیم وارد عرصه مجازی شده و در راستای براندازی نرم، وب سایت خود را به ادرس اینترنتی www.soros.org راه انداخته در آن به آموزش متون و روش های مبارزه مسالمت آمیز به ۲۰ الی ۳۰ زبان زنده دنیا پرداخته است. البته این زبان ها آلمانی، فرانسوی و یا اسپانیایی نیست. بلکه به زبان های برمه ای، چینی، عربی، فارسی و... است. یعنی کشورهایی که امریکا دوست دارد در آنها انقلاب و دگرگونی صورت گیرد.^۲



۱. اسناد خیانت و جنایت، ۱۳۸۸: ۸

۲. همان

در نهایت با تمام تلاش هایی که از طرف سران غربی و وابستگان به آن از جمله بنیاد سوروس به منظور انقلاب مخملی در ایران صورت گرفت، به نتیجه قابل قبول دست نیافته و در جنگی دیگر سر تسلیم فرود آوردند. ولی این پایان کار نیست بلکه آغازی است برای نبردی دیگر.

نقش اینترنت در براندازی نرم در سایر کشورها (۱) صربستان

حضور فعال رسانه ها و اهمیت آنها در این انقلاب را از آن جایی می توان درک کرد که نام این انقلاب را بولدوزر هم گذاشتند. بولدوزری که مردم با آن دیوارهای اداره مرکزی رادیو و تلویزیون دولتی را خراب کردند. در جهت دهی افکار عمومی به ویژه جوانان در این کشور، اینترنت و رسانه های فعال در آن نقش بسیار مؤثر و فعال توجهی داشتند در این میان سه رسانه بی بی سی به آدرس اینترنتی www.bbc.co.uk و CNN به آدرس اینترنتی www.cnn.com و Euronews به آدرس اینترنتی www.euronews.com در میان رسانه ها نقش مؤثری داشتند.

از طرفی استفاده از sms و اینترنت در ارسال و انتقال پیام ها و برقراری ارتباط با دیگر اعضای گروه ها، حاکی از نقش فعال رسانه ها و فناوری های نوین ارتباطی در این انقلاب است.

دانشجویان عضو جنبش مقاومت از طریق تلفن و اینترنت در شهرهای مختلف یوگسلاوی شاخه هایی بدون ریاست، نامتمرکز و بدون خشونت تشکیل دادند. به طوری که وقتی مامورین میلوسویچ دریافتند. جنبش دانشجویی در حال ساماندهی یک مقاومت است به یکی از اماکن ملاقات آنها حمله کردند و فریاد زدند « این اینترنت لعنتی کجاست؟ » آنها فکر می کردند با خراب کردن یک کامپیوتر و یک محل می توانند این



شبکه گسترده ارتباطی را از بین ببرند و ارتباط احزاب و جنبش های جوان را قطع کند.^۱

۲) گرجستان

در انتخابات پارلمانی نوامبر ۲۰۰۳ در گرجستان ائتلاف «گرجستان نو» به رهبری ادوارد شوآرد نازده از یک سو و ائتلاف «تئوریکای گرجستان» شامل میخائیل سکا شوویلی زوراب ژوا ینار رئیس (قبلی پارلمان) گرجستان و نینو یورجا نازده (رئیس پارلمان) از سوی دیگر با هم به رقابت پرداختند.

در دوران رقابت انتخاباتی بنیاد سوروس که مسئولیت پشتیبانی از انقلاب مخملی در گرجستان را بر عهده گرفته بود، از طریق انیستیتو جامعه باز و با استفاده از افکار سنجی، پیروزی ائتلاف تروئیکا را پیشاپیش اعلام نمود. اما پس از انتخابات نتایج شمارش آرا بر پیروزی ائتلاف برای گرجستان نو دلالت می کرد. با اعلام نتایج اولیه انتخابات اعتلاف تروئیکای گرجستان به نتیجه انتخابات اعتراض نمود و دولت را متهم به تقلب در انتخابات کرد که در نهایت با گسترش اعتراضات و نافرمانی مدنی و اهداء گل رز به مأمورین امنیتی و غیره توانستند به پیروزی برسند و ساکاشویلی انتخاب گردد.^۲

اما در این میان نقش رسانه ها در این موفقیت قابل توجه و تأمل بود، که در این میان رسانه های cnn به آدرس اینترنتی (www.cnn.com) و BBC به آدرس اینترنتی (www.bbc.co.uk) و یورو نیوز به آدرس



(WWW. EURONEWS.COM) نقش فعال و مؤثرتری در سازماندهی جریانات و اعتراضات داشتند.^۱

البته باید از عان داشت که گرجستانی ها استفاده از رسانه هابه ویژه اینترنت را خیلی قبل تر از بروز جریانات سیاسی کشور آغاز کرده بودند به طوری که قبل از سقوط شوارد نادزه، جوانان و فعالان گرجی ایمیلی برای اتپورهای صربستانی ارسال کرده بودند با این مضمون «دوستان عزیز، ما در اینجا در موقعیت پیش از انقلاب به سر می بریم، شما یک حکومت فاسد را با موفقیت از میان بردید، ما نیز همین را می خواهیم، آیا می توانید به ما بگویید چگونه این کار را انجام دهیم؟» صرب ها هم انتقال پیام را آغاز کردند و فیلم «دیکتاتور را سرنگون کنید» پیتراکرمان که گزارش سرنگونی میلوسویچ بود را برای جوانان گرجی فرستادند.^۲

نمونه هایی چون رد و بدل ایمیل، عکس، نمادها و فیلم و ... تنها نمونه کوچکی از تاثیر و استفاده از این رسانه بر شکل گیری انقلاب رنگی در گرجستان بود.

۳) اوکراین

از دیگر انقلاب های رنگی که با موفقیت به سرانجام رسید انقلاب نارنجی اوکراین بود. برای ساماندهی این انقلاب کاخ سفید تلاشی مضاعف را از خود نشان داد به طوری که پس از به سرانجام رسیدن انقلاب، نیویورک تایمز فاش نمود که: بوش دست کم ۶۵ میلیارد دلار برای این انقلاب خرج کرد.



در سال ۲۰۰۴ و در جریان انتخابات ریاست جمهوری اوکراین هیچ یک از نامزدهای انتخاباتی نتوانستند حد نصاب لازم را در مرحله اول کسب نمایند و لذا انتخابات به مردم دوم کشیده شد که در نتیجه آن بانوکویچ با کسب ۴۹/۴۶ درصد را بریو شچنکو که ۴۶/۶۱ آرا را کسب کرده بود پیروز شد. اما این نتیجه از سوی یوشچنکو و طرفدارانش مورد قبول قرار نگرفت و آنان دولت یانوکویچ را به تقلب در انتخابات متهم کردند و اقدام به تظاهرات و تحصن در خیابانهای کیف نمودند و نافرمانی مدنی را گسترش دادند که نهایتاً یوشچنکو با کمک تبلیغات رسانه های غربی ۵۲/۶۲ درصد آرا را کسب نمود و رئیس جمهور گردید.^۱

نقشی که اینترنت در انقلاب رنگی در اوکراین داشته می توان از گزارشی که مرکز مطالعاتی «برشمن» ارائه داده است، به خود فهمید. در ادامه بخشهایی از این گزارش که به خوبی اهمیت این پدیده را در جنگ نرم و انقلاب مخملی نشان می دهد را ارائه می دهیم.

«یکی از دلایل موفقیت انقلاب نارنجی در اوکراین توانایی انتشار موفقیت آمیز جک ها و شعرهای مسخره کننده در جامعه بود. بسیاری از این جک ها در اوکراین به «هنری جنکیز» محقق امریکایی و مدیر مرکز رسانه ای «ام ای تی» برمی گشت که به یک دغدغه عمومی تبدیل شد. یکی از دلایل موفقیت انقلاب نارنجی در اوکراین توانایی انتشار موفقیت آمیز جک ها و شعرهای مسخره کننده در جامعه بود.

بسیاری از این جک ها در اوکراین به «هنری جنکینز» محقق امریکایی و مدیر مرکز مطالعات رسانه ای «ام آی تی» برمی گشت که به یک دغدغه عمومی تبدیل شد و شعرهای تمسخر آمیز از یک موضوع



فرهنگی به یکی از موثرترین ابزارهای سیاسی تبدیل شد و نشان داد با استفاده از این ابزار می‌توان ریسک‌های سیاسی را کاهش داد و زبان سیاست‌ها را تغییر داد. اینترنت در انتشار وسیع این ابزار فرهنگی شتاب بخشید و در فراهم آوردن فضای تخریب و همچنین تأثیر بر روی افکار رهبران جنبش سیاسی اوکراین نقش بسزایی داشت.

هر جک و شعر تمسخر آمیزی که توسط فعالان سیاسی اوکراین و در راستای تمسخر یانکوویچ ساخته می‌شد تفاوت‌ها بین یوشنکو و یانکوویچ را بیشتر جلوه می‌داد.

اما اینترنت در تنظیم و تشدید اعتراضات به نظام کوچما در اوکراین را تشدید بخشید.

در حالی که شهروندانی که به اینترنت دسترسی داشتند و همچنین روزنامه‌نگاران حرفه‌ای از اینترنت برای خلق فضای رسانه‌ای جایگزین موثر برای به چالش کشیدن نظام کوچما استفاده می‌کردند اما فعالان سازمان‌های اجتماعی، از اینترنت و حتی سامانه پیام کوتاه برای هماهنگ کردن تمامی فعالیت‌ها همانند آموزش نظارت بر انتخابات تا بحث‌های سیاسی و هماهنگ کردن تظاهرات اعتراض آمیز استفاده می‌کردند.

این گونه فعالیت‌ها نقش بسیار چشمگیری در وقوع انقلاب نارنجی در اوکراین داشته است.

دو سازمان بسیار برجسته نظیر "میدان" و "پورا" با استفاده از این ابزار، اهداف حامیان انقلاب نارنجی را پیش بردند.

سازمان [بر گرفته شده از نام یکی از میدادین اصلی شهر کیف اوکراین بود] که از فضای اینترنت برای هماهنگی، سندسازی، سخنرانی جنبش «اوکراین بدون کوچما» به خوبی استفاده می‌کرد.



این جنبش فعالیت خود را در دسامبر سال ۲۰۰۰ و با تظاهرات خیابانی کم جمعیتی آغاز کرد.

این تظاهرات اندک اندک توسعه یافت و در نهم مارس سال ۲۰۰۱ به اوج خود رسید. در واقع این تظاهرات در سالروز تولد "تاراس شوچنکو" شاعر اوکراینی برگزار شد. در این تظاهرات بین پلیس و معترضین درگیری‌هایی روی داد و چند تظاهرات کننده دستگیر شد و این اقدام آتش اعتراضات عمومی را برانگیخت.

سازمان میدان یکی از میراث‌های جنبش بدون کوچما بوده است. این سازمان در ۲۰ دسامبر سال ۲۰۰۰ روی کار آمد و از اینترنت به عنوان یکی از کارآمدترین ابزار برای پیش‌برد مقاصد خود استفاده کرد. این گروه توسط چندین کارشناس ماهر و شهروندان منتقد ایجاد شد و شعار آنها این بود "شما می‌توانید جهانی را که در آن زندگی می‌کنید تغییر دهید و شما می‌توانید هم اکنون آن را انجام دهید. در اوکراین". "میدان" در اوکراین به معنای میدان عمومی بزرگ است و جایی است که مردم به طور سنتی در روزهای تعطیل و در جشن‌ها در آن حضور پیدا می‌کردند و یا آنکه در فعالیت‌های اجتماعی حضور پیدا کردند.

یکی از مهمترین فعالیت‌های سازمان میدان نظارت بر انتخابات و ایجاد ارتباط با دیگر سازمان‌های حامی دموکراسی در سراسر شرق اروپا بوده است.

سازمان میدان همچنین نشست دو روزه‌ای با اتحاد جوانان "کمارا" گرجستان برگزار کرد.

در سال منتهی به انتخابات در اوکراین، سازمان میدان بیش از ۵۰۰ اوکراینی را برای نظارت بر انتخابات آموزش داد. بر اساس اطلاعاتی که



افراد آموزش داده شده سازمان میدان ارائه دادن، تقلب گسترده در انتخابات اوکراین آشکار شد.^۱

علاوه بر این می توان به نقش رسانه هایی چون رسانه BBC به آدرس اینترنتی (www.BBC.co.uk) و CNN به آدرس (www.cnn.com) و EURONEWS به آدرس (WWW.EURONEWS.COM) اشاره کرد که با برانگیختن احساسات و با گسترش فضای تشنج در این کشور و دامن زدن به مسئله تقلب در انتخابات حکم یک کاتالیزور را به خوبی بازی کردند.^۲

اهمیت اینترنت برای این شبکه ها به علت ثبات پذیری بالاتر و دسترسی ۲۴ ساعته بسیار قابل اهمیت بوده و هست.

۴) قرقیزستان

قرقیزستان به واسطه موقعیت استراتژیکی هم مرزی با چین و افغانستان دارای اهمیت قابل توجهی برای آمریکا بود بنا بر این در سال ۲۰۰۵ با رد صلاحیت نامزدهای مخالف دولت در پارلمان رقه های این انقلاب زده شد. پس از برگذاری دو مرحله انتخابات پارلمان و اعلام نتایج آن ، دو مخالف عسکر آقایف یعنی کولوف و باقی اف با یکدیگر متحد گردیدند و با پیوستن خانم اتونیا با نامزد رد صلاحیت شده به صفوف مخالفان آقایف شرایط برای انقلاب مخملی در این کشور فراهم گردید . در چنین شرایطی جنبش مقاومت جوانان کلکل عهده دار آغاز انقلاب رنگی یا گلی در این کشور شدند و با تجمع در میداین اصلی



شهر اوش، فرودگاه و اماکن دولتی را محاصره کردند و با پوشش رسانه‌ها توانستند توانستند این جنبش را به سرعت به تمام مناطق قرقیزستان گسترش دهند. نهایتاً با تصرف اماکن دولتی و دفتر ریاست جمهوری توسط مخالفان آقایف، وی مجبور به فرار گردید و سرانجام باقی‌اف توانست قدرت را در دستان خود گیرد و بر کرسی ریاست جمهوری بنشیند.

در این میان نقش رسانه‌های در این انقلاب مانند سایر انقلاب‌های قبلی بسیار پررنگ و قابل توجه بود، که در این بین می‌توان به سه رسانه اصلی که در انقلاب‌های قبلی نیز نقش کلیدی داشتند اشاره کرد که در راس آنها باید به bbc به آدرس اینترنتی (www.bbc.co.uk) اشاره نمود. در مرحله بعد باید به cnn به آدرس اینترنتی (www.cnn.com) و euronews به آدرس اینترنتی (www.euronews.com) اشاره نمود (منصوری، ۱۳۸۸: ۱۲۵) که توانستند با انتشار اخبار اعتراضات و آشوبها در وب سایت‌های خود با قابلیت دسترسی ۲۴ ساعته برای کاربران به سرعت موج اختلافات و آشوبها را به سراسر کشور کشانند.



منابع

- ۱- نظریور، مهدی- لطیفی، لطفعلی، جریان شناسی، معاونت آموزش نیروی مقاومت بسیج، ۱۳۸۳
- ۲- منصوری، محمد، انقلاب مخملی چیست، ویژه نامه انتخابات ریاست جمهوری، مهر ۸۸
- ۳- اسناد خیانت و جنایت، مرکز مطالعات و پژوهش های مجمع سازمان بسیج دانشجویی کل کشور
- ۴- مولانا، حمید، رسانه های بین الملل، ابزار سیاست خارجی قدرت، ویژه نامه انتخابات ریاست جمهوری، مهر ۸۸
- ۵- بیابان نورد، علیرضا، انقلاب اطلاعات و مجازی سازی فرصت ها و چالش ها، با مروری بر وضعیت پدیده اینترنت در ایران، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۵، تابستان ۱۳۸۳
- ۶- ماه پیشانیان، مهسا؛ گفتمان جنگ مجازی و رسانه های گروهی، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۶، پاییز ۱۳۸۳
- ۷- قربانی، محمد، جنگ نرم؛ تبیین مفهومی، پیشینه تاریخی و تاکتیک ها
- ۸- جزوه آموزشی جنگ نرم، انتشارات معاونت سیاسی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه ها
- ۹- جزوه بازخوانی نقش دولت ها و رسانه های غربی در آشوب های اخیر، انتشارات معاونت سیاسی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه ها
- ۱۰- ویژه نامه رویای کودتای مخملی، معاونت پژوهشی و تربیت بدنی وزارت آموزش و پرورش

11) www.rajanews.com/detail.asp?id=35913

12) www.cbo.ir/detail.asp



- 13) www.irna.ir/view/full_story/?newsid=768180
- 14) www.irdc.ir/fa/content/7198/default.aspx
- 15) www.farsnews.net/newstext.php?nn=8807250812
- 16) www.arnet.ir/?lang=fa&state=show_body-news&row-id=11191
- 17) www.medianews.ir/fa2008/06/18/internet-us-election.html
- 18) www.itiran.com/?type=news&id=7723
- 19) www.dw-world.de/dw/article/o;;4292461,oo.html
- 20) www.reporter.ir/archives/86/11/005456.php
- 21) www.enabz.com/articles/art026.html
- 22) www.itiran.com/2type=article&id=4386
- 23) www.daneshju.ir/forum/archive/t-60815.html
- 24) www.blognews.mihanblog.com/post/947
- 25) www.khabaronline.ir/fa/2009/06/17/iran-election-ddos.html
- 26) www.medianews.ir/fa/2009/06/17/iran/ election-ddos.html
- 27) www.fa.wikipedia.org/wiki
- 28) www.rahamnews.com/vdcb9fbz.rahba9piuur.html
- 29) www.daneshju.irforum/archive-it-61201.html
- 30) www.kargozaran.com
- 31) www.iranamerica.com/forum/showthread.php?=-10250
- 32) www.hranews.org/news/8965.aspx
- 33) www.etemadmelli.orgsp
- 34) www.zamaaneh.com/analysis/2009/11
- 35) www.tebyan.net/weblog/bah1359/post.aspx



عصر هوشیاری

زدنیایی پر از آشوب و بلوا
سیه بودن بسی آسان و سهل است
پلیدانی به دنبال ریاست
یکی دنبال دنیایی مجازی
یکی مست از خیال و ساده اندیش
همه دنبال خویش و طعنه انداز
که بی پرده کلامم را بخوانم
ز غفلت غافل و بیدار باشید
علی زین ماجرا در اضطراب است
ولایت تا ابد پاینده گردد
امان از انتقام فتنه هایش
خیانت ها شود بر عزت ما
عمل کن گفته های رهبرت
و این مکتب، از آن مکتب سوانیست
رسالت، بی ولایت، ناتمام است
عدالت بی علی معنا ندارد
حضور آن ثبات انقلاب است
گل فرمایشاتش این کلام است
پی آسایش کشور نباشید

دروغم شکوه ای دارم ز دنیا
زدنیایی که رنگش رنگ جهل است
جهانی با هزاران نوع سیاست
یکی غرق فساد و حقه بازی
یکی محو خیانت کاری خویش
هزاران مدعی، اما سخن باز
قسم بر خاک جبهه من بر آنم
الا ای مردمان هشیار باشید
که دشمن در کمین انقلاب است
اگر فرهنگ جبهه زنده گردد
امان از دشمن و از رخنه هایش
اگر سستی شود در نهضت ما
بیا پس پیروی کن حیدرت را
که این رهبر، از آن سرور جدا نیست
نظام بی ولایت بی نظام است
نظام بی ولی، معنا ندارد
وجود او نجات انقلاب است
ولایت حاصل عمر امام است
اگر همواره با رهبر نباشید



تمام کوشش او حفظ دین است
حکومت را کسی محور نباشد
چنین روزی به کشور پا گذارند
کجا کشور به این احوال می گشت
علی آواره در هر کوچه گردد
وطن را غرق در ذلت نماید
که پیغام شهیدان را رساند
بیا بیعت نما با او و قرآن
علی هرگز دمی تنها نماند
که فتنه می کنند در کشور ما
برای شادی روح خمینی

وحید قاسمیان

سخن هایش صلاح مسلمین است
در این برهه اگر رهبر نباشد
یقیناً دشمنان چشم انتظارند
اگر هر گفته اش اعمال می گشت
اگر اینجا مثال کوفه گردد
عدو رخنه در این ملت نماید
علی باید در این برهه بماند
علی باید بماند ای مسلمان
بیا تا دشمنت این را بداند
بیا تا کوری چشم همان ها
بیا در نهضت سرخ حسینی

