

## بررسی تاکتیک‌های جنگ روانی امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران پس از ترور سردار شهید قاسم سلیمانی

علی باقری دولت‌آبادی<sup>۱</sup>

محسن شفیعی سیف‌آبادی<sup>۲</sup>

تأیید مقاله: ۱۳۹۹/۰۳/۲۳

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۱/۰۲

### چکیده

از زمان به‌قدرت‌رسیدن دونالد ترامپ، امریکا به شیوه‌های مختلف کوشید تا جمهوری اسلامی ایران را به میز مذاکره درخصوص مسائل هسته‌ای، موشکی و منطقه‌ای بازگرداند. این گزینه‌ها از تهدید و تشویق شروع و به گزینه تحریم و نهایتاً ترور سردار شهید قاسم سلیمانی - که نوعی اعلام آشکار جنگ بود - ختم شد. اقدامات خصمانه امریکا پس از ترور سردار شهید قاسم سلیمانی نیز تداوم یافت و این بار شکل و قالب جنگ روانی به خود گرفت. سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که ترامپ در جنگ روانی اخیر علیه جمهوری اسلامی ایران از چه شیوه‌ها و تاکتیک‌هایی استفاده نمود؟ برای پاسخ به سؤال فوق از دو روش تحلیل محتوای کیفی و نیز روش توصیفی - تحلیلی استفاده شد. بدین صورت که ابتدا با مطالعه کتابخانه‌ای، شیوه‌های جنگ روانی شناسایی شد. سپس با انتخاب واحد تحلیل جمله، به‌صورت هدف‌مند و تمام‌شمار مصادیق با الگوها انطباق داده شد (براساس راهبرد قیاسی). یافته‌های پژوهش نشان داد مهم‌ترین تاکتیک‌های جنگ روانی امریکا عبارت بودند از: دشمن‌سازی، برجسب‌زدن، اهریمن‌سازی، تفرقه‌افکنی، فرافکنی، دروغ بزرگ، بزرگ‌نمایی، کوچک‌نمایی، تحقیر و تضعیف‌سازی، انتشار اطلاعات به‌صورت قطره‌چکانی، چپش خبری، اسطوره‌سازی و تظاهر به یکپارچگی. به‌نظر می‌رسد ناکامی امریکا در دستیابی به تمامی اهداف در نظر گرفته‌شده برای ترور سردار سلیمانی ازجمله عوامل روی‌آوردن ترامپ به این جنگ روانی بوده است.

### کلیدواژه‌ها

جمهوری اسلامی ایران؛ سردار شهید سلیمانی؛ ترامپ؛ جنگ روانی؛ امریکا

## مقدمه

اگرچه در قرن بیست و یکم کاربرد خشونت و جنگ دیگر به آسانی قرن هجدهم و نوزدهم نیست، اما نمی‌توان گفت گزینه جنگ به پایان راه خود رسیده و دولت‌ها در آینده از راه‌های حل و فصل مسالمت‌آمیز اختلافات سود خواهند جست. از قضا باید گفت جنگ همچنان جزء گزینه‌های اصلی دولت‌ها - حداقل در مورد امریکا - باقی مانده است و هیچ جنگی را نمی‌توان در قرن بیست و یکم سراغ گرفت که امریکا مستقیم یا غیرمستقیم در آن حضور نداشته باشد. با این حال حتی امریکا نیز می‌کوشد تا به خاطر کاهش هزینه‌ها، حفظ وجهه و پرستیژ و کارآمدی بیشتر در رسیدن به مقصود، به جای جنگ سخت حتی المقدور از اشکال جدید جنگ - جنگ اقتصادی (تحریم)، جنگ سایبری، جنگ نرم، جنگ روانی و... - استفاده نماید. ترور سردار شهید قاسم سلیمانی، فرمانده سپاه قدس جمهوری اسلامی ایران، در سوم ژانویه سال ۲۰۲۰ (۱۳ دی ماه ۱۳۹۸) نخستین مورد کاربرد زور در سال جدید میلادی از سوی امریکا بود. اقدامی که پس از یک دوره افزایش تنش بین کاخ سفید و ایران و در نهایت ناامیدی دونالد ترامپ از امکان نشستن بر سر میز مذاکره برای انعقاد توافق هسته‌ای جدید در آستانه انتخابات پیش روی امریکا شکل گرفت. این ترور در شرایطی انجام شد که به جز تعداد انگشت‌شماری از دولت‌ها، سایر کشورها از تأیید آن خودداری کردند و در داخل امریکا نیز موجی از انتقادات و اعتراضات را برانگیخت؛ زیرا نقض صریح همه قوانین بین‌المللی و مصداق بارز تروریسم دولتی آن هم از سوی یکی از مدعیان حقوق بشر و حقوق بین‌الملل در جهان بود. ماری ایلن اوکونل<sup>۱</sup>، استاد حقوق دانشگاه نوتردام، در رد توجیه ترامپ برای این جنایت و نامیدن آن به عنوان «دفاع از خود» گفت: «امریکا هیچ دلیل قانع‌کننده‌ای برای انجام این حمله ندارد. این حمله‌ای آشکارا، پرابهام و پرسش‌برانگیز است؛ زیرا بدون رضایت دولت عراق انجام شد و ما حق حمله به خاک یک دولت دیگر را نداریم.» دیوید بوسکو<sup>۲</sup>، استاد دانشگاه ایندیانا نیز گفت «قوانین بین‌المللی کشورها را برای دفاع از خود در برابر حمله آینده مشروط به

---

1. Mary Ellen O'Connell  
2. David Bosco

قرب‌الوقوع بودن تهدید کرده است... ما هنوز نمی‌دانیم چه شواهدی دال بر فوری بودن تهدید تاکنون جمع‌آوری شده است!» (Johnson, 8 Jan 2020).

اقدامات ضدایرانی ترامپ محدود به جنایت فوق نگردید و پس از آن یک سلسله عملیات روانی برای کاهش اثرات مخرب این ترور، حفظ وجهه و پرستیژ امریکا، مشروعیت‌بخشی به اقدام صورت گرفته و کسب همراهی دیگر دولت‌ها درپیش گرفته شد. این عملیات روانی به‌طور خاص در توییت‌هایی که دونالد ترامپ در فضای مجازی آن را نشر داد و نیز در مصاحبه‌هایی که پیرامون دلایل دست‌زدن به این ترور انجام داد، پی گرفته شد. سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که در این توییت‌ها و مصاحبه‌ها از کدام یک از شیوه‌های جنگ روانی و به چه صورت استفاده شد؟ برای پاسخ به سؤال فوق به مهم‌ترین و پرکاربردترین شیوه‌های جنگ روانی مراجعه شد و این تاکتیک‌ها با محتوای متن توییت‌ها و اظهارات ترامپ انطباق داده شد. برخی از مهم‌ترین تاکتیک‌های جنگ روانی که جهت آزمون استفاده شدند عبارت بودند از: برجسب‌زنی، شایعه، دروغ بزرگ، فرافکنی، تحریک، انتقال، دشمن‌سازی، اهریمن‌سازی، استهزاء و تمسخر، تفرقه‌افکنی، تظاهر به یکپارچگی، چینش خبری، کوچک‌نمایی، ارائه اطلاعات گزینش‌شده، پلیس خوب و بد، تعمیم افراطی، انتقال، نام‌گذاری معکوس و... . برای انجام پژوهش از دو روش تحلیل محتوای کیفی و روش توصیفی - تحلیلی استفاده شد. برای این کار بازه زمانی یک‌ماهه پس از انجام عملیات ترور که بیشترین توجهات به‌سوی آن جلب شده و نیز کل مصاحبه‌ها و توییت‌ها در آن زمان انجام شده بود، انتخاب گردید. شیوه انتخاب نمونه‌ها به‌صورت هدف‌مند و تمام‌شمار و براساس واحد نمونه جمله در نظر گرفته شد. همچنین در تحلیل جملات هم ظاهر و هم مضمون جمله مورد توجه قرار گرفت و در نهایت نمونه‌ها با راهبرد قیاسی با الگوها انطباق داده شد. درباره پیشینه پژوهش نیز لازم به ذکر است اگرچه بررسی عملیات روانی آمریکا علیه ایران در موضوعات مختلف در پژوهش‌های افتخاری (۱۳۹۳)، محبی و دیگران (۱۳۹۳)، رضا باقی‌زاده (۱۳۹۲) و پورهادی و نوری (۱۳۹۴) مورد اهتمام قرار گرفته است، اما درباره جنگ روانی اخیر امریکا هیچ مقاله‌ای به فارسی و انگلیسی منتشر نشده است. لذا مقاله حاضر از هر نظر، دارای نوآوری است.

### مفهوم‌شناسی جنگ روانی

پیشینه جنگ روانی به دوران قدیم بازمی‌گردد. از لحظه آغاز نخستین درگیری‌ها بین افراد و گروه‌ها بر سر آب، زمین و مرتع یکی از راه‌های پیروزی بر دشمن دست‌زدن به مجموعه‌ای بود که روحیه و توان مقابل را تضعیف ساخته و آن را به هدفی آسان برای پیروزی تبدیل سازد. این هنرها و تاکتیک‌ها پس از گذشت مدت زمانی طولانی، برای نخستین بار در کتاب «هنر جنگ» اثر سن تزو به رشته تحریر درآمد و همچنان به‌عنوان یک اثر کلاسیک در دانشکده‌های نظامی آموزش داده می‌شود. وی در این کتاب نوشت: «دشمن را تحریک و نگران کنید و طرح کلی تحرکات وی را کشف کنید» (تزو، ۱۳۶۴: ۸۶) «در کارزار شبانه، از تعداد زیادی مشعل و طبل استفاده کنید و برای نبرد روزانه، تعداد زیادی پرچم و بیرق را به کار گیرید تا بر چشم‌ها و گوش‌های لشکریان اثر گذارد» (تزو، ۱۳۶۴: ۹۷). اینها نمونه‌هایی از شیوه‌های بسیار جنگ روانی هستند که در این کتاب برای ایجاد ترس در دل دشمن و یا کسب پیروزی آسان به آن اشاره شده است.

امروزه به‌جای مفهوم جنگ روانی بیشتر از مفهوم «عملیات روانی» استفاده می‌شود. مفهومی که بسیار مبهم و پیچیده و رسیدن به اجماع بر سر آن دشوار است (رفیع و قربی، ۱۳۹۰: ۱۵۶) برخی از پژوهش‌ها از زاویه تبلیغات به تعریف آن پرداخته (لین‌بارگر<sup>۱</sup>، ۱۹۷۵: ۲۵) و گروهی دیگر از زاویه نقشی که در مجاب‌سازی طرف مقابل دارد (یزدان‌فام، ۱۳۸۲: ۲۴). هنگام تعریف عملیات روانی از چهار رویکرد سخن به میان آورده می‌شود: براساس رویکرد اول، عملیات روانی مجموعه اقداماتی است که برای تأثیر بر آماج‌های خارجی، طراحی و اجرا می‌شود. براساس رویکرد دوم، عملیات روانی معادل اقدامات ایذایی، ترور، آدم‌ربایی، کنش‌های جمعی خشونت‌آمیز، براندازی و... تعریف می‌شود و در رویکرد سوم، عملیات روانی آن دسته از اقدامات اقناعی است که به‌منظور ایجاد تغییرات بنیادی و ژرف در شخصیت و نظام باورهای آماج‌ها صورت می‌گیرد و سرانجام به باور ویلیام داقرتی<sup>۲</sup> پیروان رویکرد چهارم، عملیات روانی را به‌عنوان مجموعه اقدامات تبلیغی و سیاسی تعریف می‌کنند

1. Linebarger
2. William Daqrty

که هدف آن دستکاری و تغییر نگرش‌های مخاطبان، اعم از دوست و دشمن است (مرادی، امیری و موگویی، ۱۳۹۵: ۴۹). در واقع طراحی این عملیات به‌گونه‌ای است که با انتقال اطلاعات گزینشی به مخاطب، احساسات، انگیزه، استدلال و نهایتاً رفتار سازمان‌ها، گروه‌ها و افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد (الیاسی، ۱۳۸۲: ۲۳۸).

در این مقاله مقصود از جنگ روانی همین معنای اخیر یعنی دستکاری اطلاعات و انتقال اخبار گزینش‌شده به مخاطبین به‌منظور تأثیر بر علائق، افکار و نهایتاً رفتار آنها در جهت تأمین منافع و اهداف ملی به‌کارگیرنده است. بنابراین، ما عملیات روانی و جنگ روانی را به یک معنا به‌کار برده و تاکتیک‌های آن را بررسی خواهیم کرد.

یکی از دلایل عمده استفاده از این روش به این دلیل است که هزینه جنگ روانی بر کشور تحمیل‌کننده، کمتر از جنگ مستقیم می‌باشد و بر افکار ملت طرف مقابل بسیار تأثیرگذار است. براین‌اساس جوامع متمدن به‌جای جنگ سخت در اندیشه جنگ نرم و به‌دست‌آوردن راه‌های تسلط بر قلوب و اذهان هستند تا به‌جای بردگی، بندگی را به‌دست آورند (سهرابی، میرزائی و میاندار باسمنجی، ۱۳۹۳: ۳۸) و هرکجا در جنگ نرم ناکام گردند، جنگ روانی را درپیش می‌گیرند.

در جنگ روانی از ابزارهای مختلف بهره گرفته می‌شود. مهم‌ترین و پرکاربردترین ابزار در این خصوص رسانه است که می‌توان آن را در دو گروه دیداری و شنیداری جای داد. در گذشته تمرکز بر انتشار اعلامیه، تریبون، رادیو، بلندگو، شعار، موسیقی و... بود که فراگیری عام داشت. پس از آن فیلم، سینما، انیمیشن و رسانه‌های تصویری به مجموعه ابزارهای فوق اضافه شد. با افزایش میزان تحصیلات و سواد در جوامع مختلف رسانه‌های نوشتاری همچون کتاب، مجله، مقاله و... نیز به جمع فوق اضافه شد. درحال‌حاضر نسل جدیدی از رسانه به‌وجود آمده است که جنبه تلفیقی دارد. رسانه‌های برخط (آنلاین) که در فضای مجازی نشر پیدا می‌کنند (بازی‌های مجازی، اینستاگرام، تلگرام، واتس‌آپ، یوتیوب، فیس‌بوک، توییتر و...) نمونه‌ای از این نسل جدید هستند که جای تلفن همراه و پیامک را پر کرده و هر روز مخاطبان بیشتری را به‌سوی خود جلب می‌نمایند (چشمه‌نور و پوریانی، ۱۳۹۴: ۱ - ۳۴). این فناوری‌های ارتباطی جدید و بزرگ و راه‌های اطلاعاتی آن به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، منجر به تحول در شدت و

میزان ارتباط انسان‌ها در اقصا نقاط جهان شده‌اند و تحولی کیفی در نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده‌اند؛ به‌این‌معناکه امروزه با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و با حضور این بزرگراه‌ها، امکان بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کم‌ترین زمان ممکن و برقراری ارتباط گفتاری، نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای به نسبت کم فراهم آمده است. این شبکه‌ها با عضوگیری رایگان از کاربران، توانسته‌اند در جریان‌سازی‌های مختلف نقش اساسی ایفا کنند. مهم‌ترین این شبکه‌ها فیس بوک و توییتر است (سلطانی‌فر، بخشی و فرامرزیانی، ۱۳۹۲: ۱۷۲).

توییتر، شبکه اجتماعی اینترنتی است که این امکان را برای کاربران خود ایجاد می‌کند تا پیام‌هایی را در قالب نوشتاری و تصویری به یکدیگر ارسال و دریافت کنند. توییتر با بیش از ۳۳۵ میلیون کاربر فعال در ماه و پشتیبانی بیش از ۴۰ زبان مختلف، یکی از قدرتمندترین و اثرگذارترین شبکه‌های اجتماعی در دنیا بوده و از ابزارهای عالی بازاریابی دیجیتال محسوب می‌شود. قدرت، میزان اثرگذاری و قابلیت موج‌سازی آن در حدی است که بسیاری از شرکت‌های بزرگ ایرانی، سیاست‌مداران از تمامی طیف‌ها و سلبریتی‌های فراوانی از آن به‌عنوان رسانه‌ای برای معرفی، تبلیغات و کمپین‌های خود استفاده می‌کنند. محتوای توییتر معمولاً آن‌قدر فراگیر می‌شود که سر از شبکه‌های اجتماعی دیگر از جمله اینستاگرام و پیام‌رسان‌ها هم درمی‌آورد. در آمریکا توییتر تبدیل به ابزاری در دست رئیس‌جمهور برای انتقال مستقیم پیام خود به میلیون‌ها مخاطبی است که او را در این شبکه مجازی دنبال می‌کنند. متن این پیام‌ها که عموماً با استفاده از نظر مشاوران رسانه‌ای مختلف تنظیم می‌شود، به نحوی است که می‌تواند ذهن مخاطبان را درگیر کرده و آن را به سمت و سوی مطلوب توییت‌کننده سوق دهد. به‌نحوی‌که برخی پژوهشگران این رسانه‌ها را ابزاری تحقق «استعمار نو» تلقی کرده‌اند.

«در استعمار مجازی که از سازوکارهای قدرت نرم استفاده می‌شود، هدف اصلی، ازین‌بردن استقلال رأی کاربران است و عضویت آنها در جامعه فرهنگی کشورهای مبدأ است. گامی که باید به آن توجه کرد، طبیعت قدرت و سلطه است. در کشورهای ناتوان و کمترتوسعه‌یافته، ابرقدرت‌هایی که قصد دارند از طریق جنگ نرم و فضای مجازی آنها را زیر سلطه خود بگیرند، با راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی افراد جامعه را به عضویت می‌پذیرند، تا دیدگاه و افکارشان را تحت کنترل دریاورند» (سلطانی‌فر، بخشی و فرامرزیانی، ۱۳۹۲: ۱۷۴).

## چارچوب نظری

درخصوص تأثیر رسانه‌ها بر ذهن مخاطبان، دو دسته نظریه قابل بررسی است: دسته نخست نظریاتی که نقشی منفی برای رسانه قائل شده و آن را موجب بی‌علاقگی، بدبینی و بی‌اعتمادی سیاسی بین شهروندان نسبت به مسئولان و نظام سیاسی می‌دانند؛ دسته دوم نظریاتی که نقش رسانه را مثبت و سازنده دانسته و آن را عامل بسیج سیاسی می‌دانند. مهم‌ترین نظریه در گروه نخست نظریه رخوت سیاسی است<sup>۱</sup>. اصطلاح رخوت رسانه‌ای را نخستین بار کورت و گلادیس در سال ۱۹۶۹ به‌کار بردند. مطابق دیدگاه این دو محقق بین افزایش استفاده از اخبار پخش شده از طریق رسانه‌های جمعی در آمریکا و احساس بی‌علاقگی شهروندان به سیاست در این کشور ارتباط وجود دارد. این دو پژوهشگر همچنین این دیدگاه را مطرح نمودند که برنامه‌های تلویزیونی با تأکید بیش‌ازحد بر منازعات سیاسی و زیرسؤال‌بردن فرایند سیاست‌گذاری موجب نوعی بدبینی سیاسی عمومی شده‌اند. باین‌حال، نظریه رخوت رسانه‌ای تنها با اثر میشل روینسون در سال ۱۹۷۶ در کانون توجهات قرار گرفت. روینسون واژه «رخوت ویدئویی» را ابداع کرد تا از طریق آن ارتباط میان گسترش استفاده از تلویزیون و افزایش احساس بدبینی، عدم اعتماد اجتماعی و احساس عدم اثربخشی را در شهروندان توضیح دهد (Ejaz, 2018: 7).

طبق این دیدگاه هر رسانه سعی در تخریب سیاست‌مدارانی که با خط‌مشی فکری آن رسانه همخوان نیستند، خواهد داشت و این امر موجب بدبینی سیاسی می‌شود. در مجموع، نوع اخباری که رسانه‌ها پوشش می‌دهند نوعی احساس بدبینی، عدم اعتماد و سوءظن نسبت به سیاست و سیاست‌مداران ایجاد می‌کند. ازسوی دیگر، انتشار مداوم اخبار و اطلاعات سطحی و خلاصه‌شده ازسوی رسانه‌ها که ممکن است در مواردی با هم تعارض هم داشته باشند، موجب سردرگمی، خستگی، بیگانگی و عدم اطمینان در میان بسیاری از شهروندانی که فاقد اطلاعات، درک و انگیزه کافی برای فهم اخبار هستند، خواهد شد (Newton, 1999: 577 - 578).

«پاتنام» استدلال می‌کند که فناوری و رسانه‌های اجتماعی بیشترین اثرات نابودکننده را بر اعتماد اعمال می‌کنند. همچنان‌که اثر تلویزیون به مناطق روستایی و محلات کم‌درآمد مناطق

### 1. Media Malaise Theory

شهری گسترش یافته است، شکل جدیدی از سرگرمی ظهور کرد که منجر به کاهش راه‌های ارتباطی چهره‌به‌چهره و بدون واسطه شد. برای برخی از افراد تلویزیون به‌گونه افزایشی میزان بیشتری از زمان را به‌خود اختصاص می‌دهد و تقریباً تبدیل به جایگزینی برای کنش متقابل چهره‌به‌چهره شده است. در نتیجه، می‌توان چنین بیان کرد که از نظر «پاتنام»، تلویزیون به خصوصی‌سازی اوقات فراغت کمک کرده و افراد را از شرکت در اجتماعات گوناگون و فعالیت‌های مدنی باز می‌دارد (ظهیری‌نیا و دیگران، ۱۳۹۷: ۵۹).

در مقابل دیدگاه فوق، نظریه بسیج رسانه‌ای<sup>۱</sup> بر این اعتقاد است که رسانه‌های جمعی نه تنها باعث کاهش علاقه شهروندان به فعالیت‌های سیاسی نمی‌شوند، بلکه برعکس موجب بسیج سیاسی شهروندان نیز می‌گردند. برای مثال، پپا نوریس بر این اعتقاد است که هرچند تماشای تلویزیون به‌طور کلی موجب بی‌علاقگی به سیاست می‌شود، اما برعکس دیدگاه نظریه رخوت رسانه‌ای، شواهد حاکی از آن است که در معرض برنامه‌های سیاسی تلویزیون قرار گرفتن موجب افزایش تمایل افراد برای مشارکت در فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی می‌شود. همچنین کنت نیوتون در بررسی‌های خود به این نتیجه دست یافته است که مطالعه روزنامه و همچنین تماشای اخبار تلویزیون توسط شهروندان بریتانیایی باعث افزایش دانش، علاقه و درک آنها نسبت به مسائل سیاسی افراد شده است (Ejaz, 2018: 8).

وجه اشتراک هر دو نظریه این است که می‌پذیرند شهروندان تحت تأثیر رسانه‌ها قرار گرفته و شناخت و ذهنیت آنها در حوزه مسائل سیاسی با گذشت زمان عوض می‌شود. درخصوص اینکه چگونه رسانه این نقش را ایفا می‌کند، سه نظریه گلوله، اثر محدود و نظریه کاشت ارائه شده است.

برخی از نظریات همچون نظریه گلوله<sup>۲</sup> که از آن با عنوان نظریه کمر بند انتقال یا سوزن تزریقی نیز یاد می‌شود، بر این اعتقادند که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبانی که در معرض آن قرار می‌گیرند، اثرات قوی و کمابیش یکسانی برجای می‌گذارند (سوربن و تانکار، ۱۳۸۱). گویی پیام‌ها کلمه به کلمه در ذهن مخاطب - یعنی محل ذخیره احساسات و

- 
1. Media Mobilization Theory
  2. Ball Theory

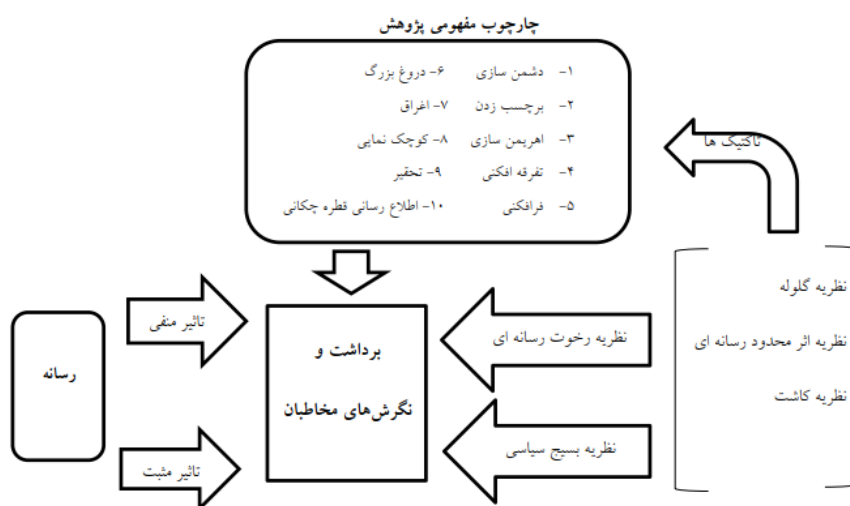


نگرش‌ها - می‌نشینند و این احساسات و نگرش‌ها رفتاری را که مطلوب منبع پیام بوده است، ایجاد می‌کنند (عیوضی، ۱۳۸۸: ۱۶۳).

اما برخی نظریات دیگر چنین ادعایی را زیرسؤال برده معتقدند رسانه‌ها به صورت مستقیم بر ذهن مخاطبان تأثیر نمی‌گذارند، بلکه اثر خود را از طریق عوامل واسطه‌ای برجای می‌نهند. ازسوی دیگر عوامل واسطه‌ای رسانه را تبدیل به یک عامل ثانویه و نه یک عامل علی می‌سازند. این دیدگاه که ازسوی جوزف کلایپر<sup>۱</sup> در اثری تحت عنوان اثرات ارتباط جمعی تشریح شد و تحت عنوان «اثر محدود رسانه‌ها» از آن یاد می‌شود، اثر محدود رسانه را تابع خواست مخاطب قرار می‌دهد. درمقابل این دو نظریه، نظریه سومی وجود دارد که به نظریه کاشت معروف شده است. این نظریه که ازسوی گرینر و دیگران (۱۹۸۰) طرح شده است این ایده را مطرح می‌کند که رسانه‌ها با نفوذ فراگیر میان خانواده‌ها مبادرت به کاشت جهان‌بینی، نقش‌ها و ارزش‌های رایج در ذهن آنها می‌کنند. (باصری و حاجیانی، ۱۳۸۹: ۸۳). آنچه از مجموعه بحث‌های نظری می‌توان برداشت کرد این است که رسانه می‌تواند به شکل مستقیم و غیرمستقیم کارکردهایی همچون شکل‌دهی آگاهی عمومی، ارزش‌گذاری، نمادسازی، متقاعدسازی و بسیج و انسجام‌بخشی را ایفا نماید (باقری دولت‌آبادی، ۱۳۹۵: ۱۱۹) و آمریکا با در نظر گرفتن کارکردهای فوق و توسل به دو رسانه مجازی (تویتر) و نیز رسانه تصویری (مصاحبه تلویزیونی) به شکل تلفیقی از هر دو ابزار در جنگ روانی علیه ایران استفاده نموده است.

---

1. J. Klapper



شکل ۱. چارچوب مفهومی پژوهش

### تاکتیک‌های جنگ روانی

مهم‌ترین تاکتیک‌های جنگ روانی امریکا علیه ایران به قرار ذیل است:

#### دشمن‌سازی<sup>۱</sup>

اولین مرحله در جنگ روانی علیه مخالفین این است که تصویری خصومت‌آمیز از آنان خلق شود. به نحوی که ناظران و مخاطبان به این نتیجه برسند که جنگیدن با آن یک امر واجب و ضروری است. به گفته روفن «همیشه داشتن یک دشمن فرضی می‌تواند اقدامات طرف مقابل را مُحقق و معتبر جلوه دهد و زمینه را برای هر نوع اقدامی فراهم آورد. استفاده از این شیوه خود می‌تواند برای متحدکردن افراد داخل یک کشور نیز مفید واقع شود» (روفن، ۱۳۷۱). در واقع، در تاکتیک دشمن‌سازی «ابتدا ما دشمن را به وجود می‌آوریم حتی قبل از اینکه به فکر اسلحه برای جنگیدن باشیم. ابتدا به کشتن آن‌ها فکر می‌کنیم، سپس اسلحه یا موشک‌های بالستیک را می‌سازیم تا بتوانیم به واقع آن‌ها را از بین ببریم» (برادن و شلی، ۱۳۸۳: ۱۳۲). این مرحله‌ای بود که از مدت‌ها قبل از ترور سردار شهید سلیمانی امریکا به آن توسل جست. واشنگتن با خلق واژه‌هایی همچون «بی‌ثبات‌سازی خاورمیانه»، «اقدامات مخرب» و

1. To Make a supposed Enemy

«مداخله در امور حاکمیتی کشورهای همسایه» تلاش کرد ذهن‌ها را برای قرارداد نام سپاه پاسداران در فهرست گروه‌های تروریستی آماده سازد. در مرحله بعد این نهاد نظامی در فهرست تحریم‌های امریکا قرار گرفت. در فاز سوم به اقدام نظامی توسل جسته شد و بالاترین مقام نظامی ایران که نقش پیش‌برنده سیاست‌های ایران در بعد منطقه‌ای را برعهده داشت ترور شد. نحوه چینش جمله‌های دونالد ترامپ<sup>۱</sup> در نشست خبری او در فلوریدا به‌خوبی این تاکتیک را مشخص می‌سازد: «تصمیم دیروز ما [ترور سردار شهید سلیمانی] نه با هدف آغاز جنگ، بلکه با هدف جلوگیری از وقوع جنگ اتخاذ شد. با وجود خشونت‌های ایران در منطقه ازجمله اقداماتش از طریق گروه‌های نیابتی برای بی‌ثبات کردن کشورهای همسایه» (Chalfant, 2020).

#### برچسب‌زدن

در شیوه برچسب‌زنی تلاش می‌شود تا واژه‌های مختلف به صفات مثبت و منفی تبدیل شده و به افراد و نهادهای مختلف نسبت داده شود. گاهی هدف از این عملکرد آن است که ایده، فکر و یا گروهی محکوم شوند؛ بی‌آنکه استدلالی در محکومیت آنها آورده شود (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۹۰). صرف‌نظر از اینکه امریکا برچسب‌های مختلفی را علیه سپاه پاسداران ایران به‌کار بست، درمورد شخص شهید قاسم سلیمانی نیز این تاکتیک پیاده شد. درمورد نخست و برای توجیه عملیات ترور، ترامپ در توییتی در ۱۳ دی ماه ۱۳۹۸ درباره شهید سردار سلیمانی نوشت: «او مسئول مستقیم و غیرمستقیم مرگ میلیون‌ها نفر بود، ازجمله شمار زیادی از معترضان که در خود ایران کشته شدند» (Trump, 3 Jan 2020).

وی بدون توضیح اینکه چگونه سپاه قدس که نقش هدایت و اجرای عملیات‌های برون مرزی ایران را برعهده دارد در اعتراضات داخلی ورود کرده و یا چه شاهد و سندی در دست است که این ادعا را اثبات نماید، تلاش نمود کشته‌شدن برخی شهروندان ایرانی در اعتراضات آبان‌ماه ۹۸۱۳ را به سردار شهید سلیمانی نسبت دهد! همچنین ترامپ توضیح نمی‌دهد میلیون‌ها نفری که مستقیم و غیرمستقیم توسط وی کشته شده‌اند کی، کجا، چگونه و چطور

1. Donald Trump

کشته‌اند؟ درحقیقت، ترامپ کوشید تا برچسب «قاتل» را برای سردار شهید سلیمانی به کار برده و بدین ترتیب اقدام خود را مشروعیت بخشد.

### اهریمن‌سازی

در فن اهریمن‌سازی هریک از طرفین منازعه در عملیات روانی خویش می‌کوشند تا تصویری غیرانسانی از حریف ارائه نمایند. به تصور آنها این اقدام هم از مشروعیت دشمن می‌کاهد و هم اعمال خشن و تند خود علیه او را توجیه می‌کند (الیاسی، ۱۳۸۵: ۱۵).

واژه‌هایی که ترامپ درباره شهید قاسم سلیمانی به کار برد، واژه «هیولا»<sup>۱</sup>، «تروریست»<sup>۲</sup>، «قصاب»<sup>۳</sup> و اقدامات وی «جنایات شیطانی»<sup>۴</sup> بود (Kolhatkar, 2020).

واژه‌هایی که پیشتر و در دوره بوش پسر برای توجیه حملات امریکا علیه افغانستان و عراق و در خطاب به طالبان، القاعده و صدام استفاده شده بود. درحقیقت، با این واژگان ترامپ جهان را به دو طیف «خیر و شر» تبدیل کرد و خود را منجی جهان برای رهایی از «شر» معرفی نمود. او در این باره گفت: «او یک هیولا بود. او دیگر یک هیولا نیست؛ او مرده. او در حال طراحی حمله‌ای بسیار بزرگ و حمله‌ای بسیار بد برای ما و دیگران بود و ما او را متوقف کردیم» (The Washington Post, 7 Jan 2020).

«او تروریست است و توسط رئیس‌جمهور او باما به‌عنوان تروریست شناخته شد، اما او باما هیچ کاری درباره او نکرد. البته به‌جز اینکه به آنها ۱۵۰ میلیارد دلار داد و حتی ۱/۸ میلیون دلار پول نقد به آنها داد. رئیس‌جمهور جورج بوش (پسر) هم باید او (سردار شهید سلیمانی) را هدف قرار می‌داد. ما فرصت هدف قراردادن او را پیدا کردیم و این کار را کردیم و اکنون به‌خاطر این کار، خیلی امن‌تر شده‌ایم» (Brennan, 2020).

«او تروریست بود، اما حالا دموکرات‌ها دارند تلاش می‌کنند که از او یک انسان خارق‌العاده بسازند، فقط به این دلیل که من کاری را که باید برای ۲۰ سال انجام می‌شد، انجام دادم.» (The News week, 2020).

1. Monster
2. Terrorist
3. Depraved butcher
4. Soleimani's evil crimes

به‌کاربردن لفظ تروریست علاوه بر اینکه برای شنوندگان یادآور حوادثی همچون ۱۱ سپتامبر، شارلی ابدو، مترو لندن و... است، به نوعی اقدامات داعش را نیز تداعی می‌کند. بدین ترتیب پیش از اینکه گوینده نیاز به توضیح بیشتر داشته باشد، مجوز و مشروعیت اقدام خود را از سوی شنونده دریافت می‌نماید. در اینجا شنونده نه فرصت این را پیدا می‌کند که دست به تحقیق مستقل درباره شخص موردنظر زده و نه اگر چنین قصدی داشته باشد رسانه‌ها با بمباران‌های خبری جعلی به وی اجازه می‌دهند به اصل ماجرا پی‌برد.

ترامپ کوشید به دروغ به جهانیان این پیام را بدهد که «اکنون جهان امن‌تر شده است». حال آنکه سپاه قدس و سردار شهید سلیمانی هیچگاه تهدیدی علیه صلح و امنیت جهان نبودند. وی در سخنرانی کوتاه ۵۲۲ کلمه‌ای خود در فردای پس از ترور هشت‌بار نام سردار شهید سلیمانی را به‌کار برد و در هر بار استفاده، سعی کرد آن را با کلماتی که قدرت آمریکا را به‌نمایش می‌گذارد و یا چهره‌ای زشت از طرف مقابل ترسیم می‌نماید، جمله خود را تمام نماید. «سلیمانی در حال طراحی حملات قریب‌الوقوع و شرورانه به دیپلمات‌ها و نظامیان امریکایی بود، ما او را گیر انداختیم و به کارش پایان دادیم. سیاست آمریکا تحت رهبری من واضح است: به تروریست‌هایی که صدمه می‌زنند یا قصد آسیب‌رساندن به هر امریکایی را دارند، [می‌گویم] ما شما را پیدا خواهیم کرد. ما شما را از بین خواهیم برد... سلیمانی باعث مرگ انسان‌های بی‌گناه برای رضایت‌خاطر خودش بود. در توطئه‌های تروریستی از لندن تا دهلی‌نو دست داشت. امروز ما قربانیان بسیاری از جنایت‌های سلیمانی را به‌یاد می‌آوریم و به آنها احترام می‌گذاریم و می‌دانیم که سلطنت ترور او به پایان رسیده است» (The White House, 3 Jan 2020).

در این اظهارات سه تاکتیک مختلف جنگ روانی هم‌زمان استفاده شده است: از یک سو آمریکا از تاکتیک «اسطوره‌سازی» برای خود در امر مبارزه با تروریسم استفاده می‌نماید و تلاش می‌کند این‌گونه وانمود نماید که کاری بزرگ و اساسی انجام داده است. از سوی دیگر با جمع‌بستن بین آمریکا و سایر شهروندان جهان و استفاده از کلمه «ما» و «افعال جمع» از تاکتیک «تظاهر به یکپارچگی» استفاده نموده است تا این‌گونه وانمود نماید که همه مردم جهان با ما هستند و از اقدام ما پشتیبانی می‌کنند (لازار، ۱۳۸۰: ۱۲۵ - ۱۲۶).

همچنین با قراردادن تکنیک چینش خبری<sup>۱</sup> و قراردادن چندین موضوع مختلف تلاش نموده است نتیجه مطلوب خود را به ذهن مخاطب القا نماید (جنیدی، ۱۳۸۹: ۱۷۵). اشاره به حوادث تروریستی لندن که کار گروه داعش و بمب‌گذاری در دهلی‌نو که کار گروه‌های افراطی مذهبی در هند و در دو زمان و مکان مختلف است و انتساب آن به ایران و سردار شهید سلیمانی؛ اولاً چهره قربانی این ترور را به بدترین شکل ممکن مخدوش و ثانیاً احساسات مخاطب را برای همذات‌پنداری با قربانیان حوادث گذشته در سراسر جهان برمی‌انگیزد.

#### تفرقه‌افکنی

تفرقه‌افکنی، یکی از شناخته‌ترین شیوه‌های جنگ روانی است که در آن تلاش می‌شود بین جامعه مخاطبان با مرزبندی و جناح‌بندی‌هایی که در اکثریت موارد کاذب هم می‌باشد، مطالبی پخش گردد تا ظرفیت‌ها و توان آنها کاهش یابد (شهبازی و شهابی، ۱۳۹۰: ۱۱۴).

به‌عنوان مثال، ترامپ در سخنرانی نخست خود در صبح روز انجام عملیات تروریستی در مصاحبه با اصحاب رسانه اظهار داشت: «او مسئول مستقیم و غیرمستقیم مرگ میلیون‌ها نفر بود، از جمله شمار زیادی از معترضان که در خود ایران کشته شدند... ایران نمی‌تواند این را اذعان کند اما او در ایران مورد نفرت بود و از او می‌ترسیدند. ایرانیان اصلاً به اندازه‌ای که رهبرانشان می‌خواهند به جهان نشان بدهند؛ سوگوار نیستند. او باید سال‌ها پیش کشته می‌شد» (Trump, 3 Jan 2020).

در این جملات تاکتیک تفرقه‌افکنی به‌خوبی خود را در سه مرحله به نمایش می‌گذارد: نخست اینکه به دروغ ادعا می‌شود سردار شهید سلیمانی در سرکوب اعتراضات مردمی دست داشته است و «همه مردم از او می‌ترسیدند». باتوجه‌به اینکه اعتراضات آبان‌ماه ۱۳۹۸ به نگرانی‌های مردم درباره عواقب گرانی بنزین بازمی‌گشت و ماهیتاً به اقرار خود مسئولان دولتی درست و صحیح بوده است، قراردادن سردار شهید سلیمانی در جبهه مقابل مردم، القای این دروغ است که او از جنس مردم نیست و بین دغدغه‌های وی با مردم فاصله است. حال آنکه کنش و گفتار سردار شهید سلیمانی خلاف این مطلب را نشان می‌دهد و از حضور گسترده

---

1. Broadcasting the chosen information

مردم در مراسم تشییع شهید و اظهارنظرهای آنها در این باره، دروغ بودن این ادعا به خوبی اثبات می‌شود. در مرحله دوم از تاکتیک «ایجاد ابهام و شائبه» استفاده شد. روش ابهام، برگرفته از نظریه روان‌شناسی گشتالت است. به باور پیروان این نظریه، ذهن آدمی ابهام را بر نمی‌تابد. از همین روی هنگام احساس ابهام، در پی رفع آن برمی‌آید. چه تنش برخاسته از ابهام، آدمی را به تکاپو وامی‌دارد و او را تا رفع آن فعال نگه می‌دارد (مرادی، ۱۳۸۹: ۱۹۰).

طرح شائبه حضور نیروهای قدس و سردار سلیمانی در جریان اعتراضات آبان‌ماه ذهن برخی از شهروندان را ممکن است مخدوش ساخته و از مردمی بودن و مقبولیت سپاه بکاهد. بدین ترتیب، گام دوم تفرقه‌افکنی برداشته شده است. سوم اینکه از تاکتیک «دروغ بزرگ» استفاده شد و به دروغ ادعا شد سردار شهید سلیمانی در ایران فردی محبوب نبوده است تا جنایت صورت‌گرفته از سوی آمریکا امری عادی و ضروری جلوه داده شود. در ادامه این تاکتیک و برای شکاف‌افکنی بین دولت و ملت ایران اظهاراتی صورت می‌گیرد که در ظاهر گویای احترام آمریکا به تاریخ، فرهنگ و تمدن ایران و همراهی آمریکا با معترضان است. «من احترام زیادی برای مردم ایران قائلم. آنها مردمی قابل توجه، با میراث باورنکردنی و ظرفیت نامحدود هستند. ما به دنبال تغییر رژیم نیستیم. باین حال، تجاوز رژیم ایران در منطقه، از جمله استفاده از جنگجویان نیابتی برای بی‌ثبات کردن همسایگان، باید پایان یابد و اکنون باید پایان یابد. آینده متعلق به مردم ایران است - کسانی که به دنبال همزیستی و همکاری مسالمت‌آمیز هستند - نه جنگ‌سالاران تروریستی که ملت خود را برای تأمین مالی خونریزی در خارج از کشور غارت می‌کنند» (The White House, 3 Jan 2020).

#### فراقکنی

در حالی که آمریکا با ترور سردار شهید سلیمانی شروع‌کننده بازی خطرناکی در منطقه شد، در اظهاراتی فراقکنانه در فردای ترور از صلح در جهان و اینکه آمریکا هیچگاه شروع‌کننده جنگ نبوده است سخن گفت: «ما دیشب برای متوقف کردن جنگ اقدام کردیم؛ ما برای شروع جنگ اقدامی نکردیم» (The White House, 3 Jan 2020).

ترامپ با این جملات نه تنها کوشید به اقدام خود مشروعیت داده و از خود دفاع نماید، بلکه ذهن مخاطبین را از اصل موضوع که حضور آمریکا در غرب آسیا و واکنش‌های منفی به

آن از سوی شهروندان این کشورهاست، دور کرده و به موضوعی بی‌ربط هدایت نماید. وی بار دیگر در سخنرانی خود در ایالت میامی برای کاهش نگرانی‌ها از اقدام تلافی‌جویانه ایران و واکنش متقابل امریکا گفت «ما به دنبال جنگ نیستیم؛ ما خواستار صلح هستیم». «امریکا به دنبال صلح، هماهنگی و دوستی با همه ملت‌های جهان است» (The White House, 3 Jan 2020).

حال آنکه مخالفین ترامپ معتقد هستند وی شروع‌کننده این بازی خطرناک بوده است. نانسی پلوسی رئیس مجلس نمایندگان امریکا اقدام ترامپ را عامل «خطر تحریک بیشتر خشونت‌ها» و سناتور تام اودال دستور ترامپ را به منزله قرارداد امریکا در «آستانه یک جنگ غیرقانونی با ایران» خواند. سناتور کریس مورفی نیز از قرارگرفتن امریکا در یک «جنگ بالقوه بزرگ منطقه‌ای» به دست ترامپ سخن گفت. «جنگی که علت آن معلوم نیست و برای آن از کنگره هیچ مجوزی اخذ نشده بود» (Sheth and Perper, 2020).

**دروغ بزرگ<sup>۱</sup>**

تاکتیک قدیمی دروغ که هنوز هم رسانه‌ها به‌طور فراوان از آن استفاده می‌کنند، عمدتاً برای مرعوب کردن حریف و یا حتی برای مرعوب کردن افکار عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد. بدین‌معناکه پیامی را که به‌هیچ‌وجه واقعیت ندارد، بیان می‌کنند. معروف‌ترین استفاده این تاکتیک، در زمان هیتلر و توسط گوبلز بوده است. «گوبلز می‌گوید: دروغ هرچه بزرگ‌تر باشد، باور آن برای مردم راحت‌تر است» (سلطانی‌فر، ۱۳۸۶: ۲۵).

پس از آنکه امریکا دست به ترور سردار شهید سلیمانی زد، در چند مرحله اقدام به استفاده از تاکتیک دروغ بزرگ کرد. نخست اینکه کوشید به مخاطبان القا نماید شهروندان ایرانی از شهادت فرمانده نظامی خود ناراحت نیستند. وی در این‌باره گفت: «سلیمانی هم در کشورش منفور بود و هم ترس ایجاد کرده بود. مردم ایران آن‌قدر غمگین نیستند که رهبران‌شان می‌خواهند به جهان خارج بقبولانند. او باید سال‌ها پیش از میان برداشته می‌شد»، دوم اینکه؛ ادعا نمود سردار شهید سلیمانی «تروریست شماره یک در هر نقطه از جهان» بوده و امریکا در یک حمله «بی‌عیب و نقص» موفق شده او را بکشد (The White House, 3 Jan 2020).

## 1. Big Lie Tactic



«سلیمانی در ۲۰ سال گذشته مرتکب اعمال ترور و بی‌ثباتی در غرب آسیا شده است. کاری که آمریکا دیروز انجام داده بود، باید مدتها قبل انجام می‌شد. [در صورت انجام این کار] جان آدم‌های زیادی نجات می‌یافت» (The White House, 3 Jan 2020).

سوم اینکه سردار شهید سلیمانی درصدد اقدامی بوده است که امنیت و منافع آمریکا را به‌خطر می‌انداخته است و وی با پیشدستی در ترور، مانع تحقق این اقدام شده است. ترامپ در این‌باره اظهار داشت: «رسانه‌های خبری دروغ‌پرداز و همکاران دموکرات آنها تلاش می‌کنند تا مشخص کنند که آیا حمله [احتمالی] آینده توسط سلیمانی تروریست قریب‌الوقوع بوده است یا نه و آیا تیم من با این کار موافق بوده‌اند. جواب هر دو سؤال بله بسیار قوی است، اما این به‌دلیل گذشته هولناک او واقعاً مهم نیست!» (Trump, 13 Jan 2020).

چهارم اینکه؛ به دروغ مدعی شد با ترور سردار شهید سلیمانی به مردم آمریکا و کشورهای زیادی منفعت بزرگی رسانده است و پنتاگون نیز آن را «اقدام قاطع دفاعی<sup>۱</sup>» خواند (Toosi, Lippman and Morgan, 2020).

حال‌آنکه این ترور جز کمک به تحقق اهداف آمریکا در منطقه و دلایل شخصی ترامپ هیچ منفعت جهانی نداشت و حتی از نظر ۵۲ درصد آمریکایی‌ها باعث شده تا احساس امنیت کم‌تری نمایند. (ABC News, 12 Jan 2020).

از دید برخی تحلیل‌گران سیاسی «مجموعه‌ای از توجیهات شرم‌آور و متناقض» برای انجام آن ارائه و باعث شد تا دو کشور در ۱۵ سال گذشته به یک رویارویی خشونت‌آمیز نزدیک شوند (kolhatkar, 2020).

### اغراق و بزرگ‌نمایی

مقصود از اغراق و بزرگ‌نمایی اظهار دروغین توان نظامی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی یک کشور در مقابل خطر احتمالی به‌منظور بازداشتن طرف مقابل از هرگونه اقدام خطرناک است. در این تاکتیک دولت‌ها، افراد، گروه‌ها مدعی توانمندی‌هایی می‌شوند که در عمل ممکن است وجود نداشته باشد و یا به اندازه‌ای که اظهار نموده‌اند، کارایی و اثربخشی ندارد. پس از

---

## 1. Decisive Defensive Action

ترور سردار شهید سلیمانی یکی از احتمالات بسیاری که مطرح می‌شد، این بود که ایران پاسخ اقدام نظامی امریکا را خواهد داد. در مقابل ترامپ می‌کوشید نشان دهد توان نظامی امریکا به حدی است که جلوی اقدام تلافی‌جویانه جمهوری اسلامی ایران را خواهد گرفت و اساساً ایرانی‌ها دارای چنین شهامت و شجاعتی نیستند. وی در توییتی در این باره نوشت: «امریکا اخیراً دو تریلیون دلار خرج تجهیزات نظامی کرده است. ما بزرگترین ارتش و با اختلاف، بهترین در جهان هستیم. اگر ایران به یک پایگاه امریکایی حمله کند یا به یک (شهروند) امریکایی ضربه زند، ما بدون تأمل برخی از این تجهیزات زیبا و جدید را به سمت آنها ارسال می‌کنیم» (Trump, 5 Jan 2020).

«ما بهترین سرویس اطلاعاتی را در جهان داریم و اگر یک امریکایی در هر نقطه‌ای از جهان مورد تهدید قرار گیرد، ما از قبل اهداف خود را [برای حمله] مشخص کرده‌ایم و من آماده‌ام که هر اقدامی لازم باشد، انجام دهم» (The white House, 3 Jan 2020). «اگر ایران اهداف امریکا را هدف قرار دهد این کشور با هدف‌قراردادن ۵۲ هدف از جمله اهداف فرهنگی واکنش نشان خواهد داد» (Trump, 4 Jan 2020).

همه این اظهارات درحالی انجام شد که ایران دو پایگاه نظامی امریکا را در عراق موشک‌باران نمود و امریکا هیچ واکنشی نشان نداد.

### کوچک‌نمایی

تاکتیک کوچک‌نمایی که نقطه مقابل اغراق و بزرگ‌نمایی است، از جمله فنونی است که هنگام بروز تهدید از سوی رقبا و مخالفین برای کوچک‌نشان‌دادن توان آنها و بزرگ‌نشان‌دادن امکانات و قدرت خود به کار بسته می‌شود. از این شیوه، زمانی استفاده می‌شود که کارکنان عملیات روانی نتوانند تبلیغات دشمن را رد، بی‌اعتبار و یا در برابر آن سکوت کنند و یا زمانی که کارکنان عملیات روانی بخواهند اعتبار خود را حفظ کنند (کریمی‌نیا، ۱۳۸۴: ۲۷).

در این فن، تبلیغات دشمن بدون هیچ‌گونه تأکید بر محتوای آن، تأیید می‌شود. نمونه عینی این تاکتیک را در اظهارات ترامپ درخصوص عملیات تلافی‌جویانه ایران در مقابل ترور سردار شهید سلیمانی می‌توان مشاهده نمود. اشاره رئیس‌جمهور امریکا به دو تریلیون دلار تجهیزات نظامی امریکا مقایسه آن با بودجه نظامی ایران بود که رقمی بسیار کم‌تر از بودجه

دفاعی امریکاست. همچنین امریکا پس از انجام عملیات نظامی ایران علیه امریکا کوشید با اشاره به زخمی و کشته‌نشدن هیچ سرباز امریکایی آن را کوچک و بی‌ارزش جلوه دهد. «همه چیز خوب است. موشک‌های شلیک‌شده از سوی ایران به دو پایگاه نظامی در عراق اصابت کرده است. ارزیابی از زخمی‌ها و خسارت‌ها اکنون داشتم. تا الان همه چیز خوب بوده است. ما قدرتمندترین و مجهزترین نیروی نظامی را در هر نقطه از جهان داریم» (Trump, 8 Jan 2020).

### تحقیر و ضعیف‌سازی

در تاکتیک تحقیر و ضعیف‌سازی تلاش می‌شود تا از یک‌سو روحیه نیروهای خودی تقویت و از سوی دیگر روحیه حریف خراب شود. این کار از طریق مجموعه‌ای از شیوه‌های روان‌شناختی انجام می‌شود. برای مثال، ترامپ در اولین واکنش به ترور سردار شهید سلیمانی تصویری از پرچم امریکا را در صفحه توئیتر خود به‌نمایش گذاشت (Trump, 3 Jan 2020). تصویری که بیانگر غرور و سربلندی ملت امریکا باشد. در سلسله توئیتهای بعدی که انجام داد، کوشید تا ایرانی‌ها را تحقیر سازد که اگرچه مذاکره‌کنندگان خوبی هستند، اما در میدان جنگ به‌ویژه در مقابل امریکا کارآمدی ندارند. «ایران در هیچ جنگی پیروز نشده است، اما در هیچ مذاکره‌ای هم بازنده نبوده است» (Trump, 3 Jan 2020).

مقصود وی از این عبارت که پیشتر نیز آن را در توئیتر نشر داده بود این بود که ایرانی‌ها هیچ‌کاری نمی‌توانند به‌لحاظ نظامی انجام دهند و نهایتاً باید برای مذاکره به سراغ کاخ سفید بیایند! وی در توئیتهای بعدی خود ایران را تهدید کرد: «اگر آنها به ما حمله کنند ما آنها را به عقب خواهیم راند. اگر آنها دوباره حمله کنند، که من اکیداً به آنها توصیه می‌کنم چنین کاری نکنند، ما به آنها سخت‌تر از آنچه که قبلاً ضربه زده شده بود ضربه خواهیم زد!» (Trump, 5 Jan 2020). در همین رابطه مایک پمپئو وزیر امور خارجه امریکا نیز هشدار داد که «به هرگونه حمله آتی به آمریکایی‌ها یا متحدین امریکا با تصمیمی قاطع پاسخ داده خواهد شد» (Calia, 2020). با همه تحقیرها و نیز تهدیدهایی که صورت گرفت، ایران دست به انتقام زد و امریکا نتوانست هیچ واکنشی نشان دهد. به‌گونه‌ای که رهبر انقلاب ضربه متقابل سپاه پاسداران ایران و درهم‌کوبیدن موشکی پایگاه امریکایی‌ها را موجب لگدمال‌شدن ابهت و آبروی دولت امریکا

دانستند و حتی متذکر شدند که تنبیه اصلی آنها اخراجشان از منطقه است (امام خامنه‌ای، ۱۳۹۸/۱۰/۲۷).

#### انتشار اطلاعات به صورت قطره‌چکانی

هنگامی که افراد جامعه آمادگی و زمینه مساعد برای پذیرش پیامی را ندارند، کارشناسان عملیات روانی به‌خوبی می‌دانند که در این شرایط، هرگز نمی‌توانند موضوع و پیامی را به یک‌باره به مخاطبان انتقال دهند. براین‌اساس، داده‌ها، اطلاعات و دانش به‌جای آنکه در سندی واحد نوشته شود، دسته‌بندی شده و در زمان‌های گوناگون و به مقدار بسیار کم ارائه می‌شود تا هم مخاطب نسبت به منبع خبر اعتماد پیدا کرده و هم نسبت به آن اعتیاد پیدا کند و منتظر پخش اخبار از مجرای موردنظر شود. در این شیوه، الگوی رخدادها تجزیه می‌شود و از دید گیرنده مخفی می‌ماند (جنیدی، ۱۳۸۹: ۲۱۰).

الگوی اطلاع‌رسانی امریکا درخصوص موشک‌باران پایگاه عین‌الاسد در ۸ ژانویه ۲۰۲۰ شیوه اطلاع‌رسانی قطره‌چکانی بود. درابتدا ترامپ اعلام کرد «هیچ امریکایی در حملات شب گذشته ایران آسیب ندیده است، ما تلفاتی نداشتیم». چند روز بعد سخنگوی وزارت دفاع امریکا، جاناتان هافمن اعلام کرد ۸ سرباز امریکا دچار آسیب مغزی شده‌اند (Hoffman, 24 Jan 2020). ۹ روز بعد اعلام شد ۱۱ نفر در اثر موج انفجارها دچار آسیب مغزی احتمالی شده‌اند که به مراکز درمانی آلمان و کویت منتقل شده‌اند. پس از آن دونالد ترامپ در یک کنفرانس خبری در داووس در سوئیس گفت: «من شنیده‌ام که آنها سردرد و چند چیز دیگر دارند، اما من می‌گویم و می‌توانم گزارش دهم که چیز خیلی جدی نیست. من آنها را نسبت به سایر آسیب‌هایی که [در دیگر سربازان] دیده‌ام، صدمات بسیار جدی نمی‌دانم. من افرادی را دیده‌ام که پا و بازو ندارند» (The Middle East Monitor, 23 Jan 2020). این رقم در مرتبه بعد به ۳۴ مورد (Welna, 24 Jan 2020) و بعد به ۶۴ مورد افزایش پیدا کرد. آخرین بیانیه‌ای که پنتاگون منتشر کرد حاکی از این بود که پزشکان برای ۱۰۹ نفر از نظامیان امریکایی، آسیب‌دیدگی مغزی خفیف گزارش کرده‌اند. البته همین گزارش اذعان می‌کرد «انتظار می‌رود تعداد آنها در هفته‌های بعد از حمله افزایش یابد، زیرا برخی از علائم برای آشکار شدن نیاز به گذر زمان دارد و حتی سربازان ممکن است به تدریج اظهار درد و بیماری کنند» (Ali and

(Stewart, 2020). این شیوه اطلاع‌رسانی درحالی درپیش گرفته شد که برخی منابع ایرانی حداقل کشته‌های امریکایی را ۷۰ و تعداد زخمی‌ها را حدود ۲۰۰ نفر اعلام کردند (Iran Front Page, 25 Jan 2020) و برخی منابع دیگر ادعا کردند که «در این حمله ۱۴۳ نظامی کشته و ۵۳۸ نفر زخمی شده‌اند» (Shakdam, 2020).

برخی تحلیل‌گران سیاسی خارجی گمانه‌زنی کرده‌اند که آمریکا در یک بازه زمانی طولانی‌تر و با رویکردی اطمینان‌بخش‌تر به‌صورت قطره‌چکانی اطلاعات بیشتری را منتشر خواهند کرد؛ چراکه انتشار اخبار تلفات به‌صورت یکجا می‌تواند علاوه‌بر اینکه جایگاه و موقعیت آمریکا در منطقه و جهان را به‌خطر اندازد، برای آینده سیاسی ترامپ نیز خطرناک باشد و او را به سرنوشت کارتر دچار کند (Ahmed, 2020).

### تجزیه و تحلیل

برخلاف آنچه که درظاهر ممکن است به‌نظر رسد، جنگ روانی صرفاً مربوط به زمان جنگ و یا قبل و بعد از آن نیست بلکه شیوه‌ای برای مقابله با دشمنان در همه زمان‌ها و مکان‌هاست. پیگیری این نوع جنگ به‌واسطه ظهور فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی امروزه پیچیده‌تر و درعین‌حال آسان‌تر شده است. پیچیده از این نظر که فهم تاکتیک‌ها و تکنیک‌های به‌کارگرفته‌شده در آن برای بسیاری از شهروندان عادی امکان‌پذیر نیست و آسان از این نظر که تقریباً می‌توان گفت دولت‌ها در قرن بیست‌ویکم انحصار خود بر رسانه را تا حد زیادی از دست داده‌اند و حاکمیت آنها فرسایش یافته است. دراین‌میان، آن دسته از دولت‌هایی که فناوری‌های جدید (اینترنت پرسرعت 4G و 5G، دسترسی به تلویزیون‌های اینترنتی و...) و ملحقات آن (ازجمله گوشی‌های تلفن همراه هوشمند با دسترسی به انواع اپلیکیشن‌ها) را برای شهروندان خود فراهم نموده، اما قوانین فعالیت در فضای مجازی را تنظیم و به‌روزرسانی نکرده و یا درصورت داشتن قوانین مناسب، نظارت و کنترلی بر این فضا ندارند، بیشتر در معرض آسیب‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی قرارخواهند گرفت. وجود این خلأها در ایران باعث شده تا آمریکا به‌خوبی از این فضا در جنگ روانی علیه ایران استفاده نماید. نکته قابل تأمل این است که درحالی‌که جمهوری اسلامی ایران مشمول همه نوع تحریم

شده است، اما در بحث اطلاع‌رسانی و ارتباطات ابزارهای این امر (از جمله انواع گوشی‌های تلفن همراه و اپلیکیشن‌ها) به‌آسانی در اختیار ایرانیان قرار می‌گیرد و حتی بسیاری از خدماتی که در خارج از ایران برای شهروندان دیگر کشورها مستلزم پرداخت هزینه است، برای ایرانیان رایگان است. توجه به دو نکته فوق به‌خوبی نشان می‌دهد که دشمنان جمهوری اسلامی ایران چگونه به جنگ روانی علیه ایران و سودمند بودن آن دل بسته و روی آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند. مرور حوادث دی‌ماه ۱۳۹۶، آبان‌ماه ۱۳۹۸ و نیز ترور سردار شهید قاسم سلیمانی در دی‌ماه ۱۳۹۸ نشان می‌دهد که در هر سه رویداد از جنگ روانی قبل، حین و پس از حوادث استفاده شده است. در وضع مطلوب قراردادن آگاهی سیاسی شهروندان (باقری دولت‌آبادی، ۱۳۹۵)، ضعف در فرهنگ سیاسی جامعه (سریع‌القلم، ۱۳۸۹)، فشار مشکلات اقتصادی ناشی از تحریم‌ها بر جامعه، خلأ قوانین و نبود نظارت کافی بر فضای مجازی، کوتاهی در تولید محتوا به زبان‌های مختلف و نشر آن در فضای مجازی، اطلاع‌رسانی‌های ضعیف و ناقص در خصوص تصمیم‌گیری‌های دولتی و... از جمله عواملی است که دشمن را در استفاده از این جنگ حریص ساخته است. کمالینکه در نمونه بررسی‌شده در این پژوهش نشان داده شد که چگونه امریکا می‌کوشد جای متهم و شاکی را عوض نموده و حتی خود را در مقام قاضی جهان نشانده و از عمل قبیح خود دفاع نماید. بنابراین، بالابردن سطح سواد رسانه‌ای شهروندان و آگاه‌ساختن آنها به اهداف، برنامه‌ها و روش‌های جنگ روانی از جمله ضرورت‌های پیش روی جامعه ایران است.

### نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که امریکا صرفاً به ترور سردار شهید قاسم سلیمانی اکتفا نکرده و پس از انجام این ترور، مجموعه‌ای از تاکتیک‌ها را برای اعمال جنگ روانی به کار گرفته است. مهم‌ترین این تاکتیک‌ها عبارتند از: دشمن‌سازی، برچسب‌زنی، اهریمن‌سازی، تفرقه‌افکنی، فرافکنی، دروغ بزرگ، بزرگ‌نمایی، کوچک‌نمایی، تحقیر و تضعیف‌سازی، انتشار اطلاعات به صورت قطره‌چکانی، چینش خبری، اسطوره‌سازی و تظاهر به یکپارچگی. در همه این تاکتیک‌ها با استفاده از سه نظریه تأثیر گلوله‌ای، نظریه کاشت و نظریه تأثیر محدود تلاش

شده است تا به صورت مستقیم و غیرمستقیم برداشت‌ها و ذهنیت‌های مخاطب درخصوص شخصیت سردار شهید قاسم سلیمانی تحت تأثیر قرار داده شود. درواقع، همان‌گونه که در نظریه رخوت سیاسی توضیح داده شد، امریکا با به‌کارگیری هر دو دسته رسانه تصویری و مجازی (به‌ویژه توییتر) تلاش کرده است راه و هدفی را که سردار شهید قاسم سلیمانی در آن قدم برداشته است، زیرسؤال برده و از اقدامات وی و مجموعه تحت امر او به‌عنوان «اقدامات تروریستی» نام ببرد. با این تاکتیک علاوه بر مشروعیت‌بخشی به اقدام قبلی خود در قرارداد نام سپاه پاسداران در فهرست تحریم‌ها به بهانه واهی اقدام خرابکارانه و تروریستی، سیاست‌گذاری‌های منطقه‌ای ایران نیز زیر سؤال برده شده است. بدین ترتیب آنچه را که «میشل رابینسون»، نظریه‌پرداز نظریه رخوت سیاسی، ایجاد حس بدبینی یا بی‌اعتمادی سیاسی می‌خواند، از راه رخوت سیاسی دنبال شده است. اینکه این سیاست تاچه‌حد مؤثر بوده است، نیاز به پژوهش مستقل دیگری دارد؛ اما یک نکته روشن و واضح است و آن اینکه دقیقا در راستای آنچه نیوتن دیگر طرفدار نظریه رخوت سیاسی اشاره کرده است، رسانه غربی در خدمت تخریب چهره نظامیان و سیاست‌مدارانی که با خط‌مشی فکری آن رسانه همخوان نیستند، ایفای نقش کرده است. تداوم این تاکتیک‌ها و انفعال جامعه رسانه‌ای در برابر آن می‌تواند سایر هدف‌هایی که نظریه رخوت سیاسی بر آن تأکید دارد؛ یعنی بدبینی سیاسی عمومی، عدم اعتماد اجتماعی، سوءظن نسبت به سیاست و سیاست‌مداران را در جامعه دامن زند. لذا انتظار می‌رود درجهت خنثی‌سازی این‌گونه تبلیغات منفی به‌ویژه علیه سردار شهید قاسم سلیمانی، تولید محتوای رسانه‌ای به زبان‌های مختلف و زنده دنیا صورت گرفته و از طریق رسانه‌های مجازی که قابلیت نشر بیشتری دارند، نشر داده شود. همچنین آگاه‌سازی مخاطبان داخلی و جهانی نسبت به تاکتیک‌های دشمن در عملیات روانی (از طریق تولید برنامه‌های تلویزیونی و یا مجازی کوتاه) می‌تواند این حربه را از دست آنها خارج و خنثی سازد.

## فارسی

## منابع

۱. امام خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸)، تنبیه اصلی، قابل بازیابی در: <https://farsi.khamenei.ir/photo-album?id=44792>.
۲. افتخاری، اصغر (۱۳۹۳)، الگوی مدرن عملیات روانی امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مجلس و راهبرد، دوره ۲۱، شماره ۷۸: ۲۲۳ - ۲۰۱.
۳. الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۵)، عملیات روانی ضد شورشگری سپاه در بحران کردستان (دهه ۶۰)، فصلنامه عملیات روانی، سال سوم، ش ۱۲: ۷۳ - ۴۴.
۴. الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۲)، عملیات روانی رسانه‌ای برای کنترل اذهان، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال ۱۰، شماره ۳۴: ۲۴۹ - ۲۳۶.
۵. باصری، احمد و حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۹)، کارکرد رسانه‌های ماهواره‌ای در تصویرسازی ذهن مردم، فصلنامه روان‌شناسی نظامی، سال ۱، ش ۴: ۹۱ - ۸۱.
۶. باقری دولت‌آبادی، علی (۱۳۹۵). تاکتیک‌های جنگ روانی داعش، پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۳، شماره ۱: ۱۳۱ - ۱۱۵.
۷. باقری دولت‌آبادی، علی (۱۳۹۵)، آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه یاسوج درخصوص موضوعات روابط بین‌الملل و عوامل مؤثر بر آن، فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره ۱، شماره ۱۹: ۲۱۲ - ۱۷۷.
۸. برادن، کتلین و فرد شلی (۲۰۰۰)، ژئوپولیتیک فراگیر، ترجمه علیرضا فرشچی (۱۳۸۳)، تهران: انتشارات دوره عالی جنگ.
۹. پورهادی، ابراهیم و نوری، قباد (۱۳۹۴)، تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر امنیت سیاسی - اجتماعی: مطالعه موردی نظامیان مستقر در غرب کشور، راهبرد دفاعی، دوره ۱۳، شماره ۲: ۱۴۵ - ۱۱۷.
۱۰. تزو، سون (۱۹۸۰)، هنر جنگ، ترجمه حسن حبیبی (۱۳۶۴)، چاپ دوم. تهران: قلم.
۱۱. جنیدی، رضا (۱۳۸۹)، تکنیک‌های عملیات روانی و شیوه‌های مقابله، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
۱۲. چشمه‌نور، مرتضی و پوریانی، جابر (۱۳۹۴)، ابزارهای عملیات روانی (رسانه‌های ابزاری)، تهران: مرکز آموزشی و پژوهشی شهید صیاد شیرازی.
۱۳. رضاباقری‌زاده، بهنام (۱۳۹۲)، عملیات روانی باناآکیدبر اسلام‌ستیزی و ایران‌هراسی در رسانه‌های برجسته غرب، عملیات‌روانی، سال ۲، ش ۵: ۱۲۶ - ۱۰۹.
۱۴. رفیع، حسین و قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۰)، بازخوانی قدرت نرم: مطالعه موردی عملیات روانی، فصلنامه مطالعات سیاسی، سال ۳، ش ۱۲: ۱۷۳ - ۱۳۹.



۱۵. روفن، ژان کریستف (۱۹۸۹)، *نظم نوین جهانی امپراطوری و بربرهای جدید شمال - جنوب*، ترجمه هوشنگ لاهوتی (۱۳۷۱)، تهران: پازنگ.
۱۶. سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۶)، *از جنگ روانی بیشتر بدانیم*، دوهفته‌نامه بشری، سال دوم، ش ۳۱.
۱۷. سلطانی‌فر، محمد؛ بخشی، شیرزاد و فرامرزبانی، سعید (۱۳۹۲)، *بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توئیتر بر گرایش اعضا به این شبکه‌ها*، پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۰، ش ۴: ۱۹۰ - ۱۷۱.
۱۸. سریع‌القلم، محمود (۱۳۸۹)، *فرهنگ سیاسی ایران*، چاپ دوم، تهران: فرزانه روز.
۱۹. سورین، ورنر و جیمز دلبلیو تانکارد (۲۰۰۱)، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علی‌رضا دهقان (۱۳۸۱)، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۰. سهرابی، روح‌الله؛ میرزائی، وحید و میاندار باسمنجی، فهیمه (۱۳۹۳)، *واکاوی تأثیر محورهای عملیات روانی خارج از کشور بر پیامدهای اقتصادی در دیدگاه رهبر انقلاب اسلامی*، پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سال ۳، ش ۱۲: ۵۷ - ۳۷.
۲۱. شهبازی، عزیزاله و شهابی، روح‌الله (۱۳۹۰)، *کاربرد شیوه‌های تبلیغی در روند اجرای عملیات روانی و نقش روحیه ملی کشور موردهجوم در کارایی یا عدم کارایی آن*، فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، سال ۹، ش ۱: ۳۸۵ - ۳۴۸.
۲۲. ظهیری‌نیا، مصطفی و دیگران (۱۳۹۷)، *بررسی تأثیر الگوهای مصرف تلویزیون داخلی و ماهواره‌ای بر میزان اعتماد اجتماعی در میان شهروندان*، پژوهشنامه فرهنگی هرمزگان، سال هشتم، ش ۱۵: ۷۵ - ۵۰.
۲۳. عبوضی، محمدرحیم (۱۳۸۸)، *تأثیر رسانه بر رفتار انتخاباتی*، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال ۱۶، ش ۱: ۱۷۴ - ۱۷۵.
۲۴. کریمی‌نیا، پریسا (۱۳۸۴)، *تجزیه و تحلیل تبلیغات و ضدتبلیغات در عملیات روانی*، فصلنامه عملیات روانی، سال سوم، ش ۱۰.
۲۵. محبی، محمدباقر و دیگران (۱۳۹۳)، *بررسی میزان بهره‌گیری شبکه‌های ماهواره‌ای بی.بی.سی فارسی از روش‌های عملیات روانی در انتخابات ۱۳۸۸*، مطالعات عملیات روانی، دوره ۱۰، ش ۳۹: ۱۷۷ - ۱۵۳.
۲۶. مرادی، حجت‌الله؛ امیری، ابوالفضل و موگویی، روح‌الله (۱۳۹۵)، *بررسی عملیات روانی رسانه‌های بیگانه در ایجاد بحران‌های امنیتی در خصوص بازاریان*، فصلنامه مدیریت بحران، سال ۸، ش ۲۹: ۸۰ - ۴۷.
۲۷. مرادی، حجت‌الله (۱۳۸۹)، *قدرت و جنگ نرم از نظریه تا عمل*، تهران: نشر ساقی.
۲۸. مهرداد، هرمز (۱۳۸۰)، *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*، تهران: فاران.
۲۹. یزدان‌فام، محمود (۱۳۸۲)، *فرایند اثرگذاری عملیات روانی*، فصلنامه عملیات روانی، سال اول، ش ۱: ۲۷۰ - ۲۴۶.

1. ABC News. (2020). "Majority of Americans disapprove of Trump's handling of Iran Feel Safe'. 12 Jan 2020, Available at: [https://abcnews.go.com/Politics/majority-americans-disapprove-trumps-handling-iran-feelsafe/story?id=68219819&cid=social\\_twitter\\_abcn](https://abcnews.go.com/Politics/majority-americans-disapprove-trumps-handling-iran-feelsafe/story?id=68219819&cid=social_twitter_abcn).
2. Ahmed, Omar. (2020). "The truth about US casualties in the Iran attack is slowly coming out". The Middle East Monitor, 24 Jan 2020, Available at: <https://www.middleeastmonitor.com/20200124-the-truth-about-us-casualties-in-the-iran-attack-is-slowly-coming-out/>
3. Ali, Idrees and Phil Stewart. (2020). "More than 100 U.S. troops diagnosed with brain injuries from Iran attack". The Reuters, 10 Feb 2020, Available at: <https://www.reuters.com/article/us-usa-pentagon-tbi-exclusive/exclusive-more-than-100-u-s-troops-diagnosed-with-brain-injuries-from-iran-attack-officials-idUSKBN2041ZK>
4. Brennan, David. (2020). "Trump Says Obama Designated Qassem Soleimani a Terrorist but did Nothing about it". The News Week, 7 Jan 2020, Available at: <https://www.newsweek.com/donald-trump-barack-obama-designated-qassem-soleimani-terrorist-iran-did-nothing-1480771>
5. Calia, Mike. (2020). "Trump Tweet after US Kills Iranian General: He should have been Taken out many Years Ago". CNBC Agency, 3 Jan 2020, Available at: <https://www.cnn.com/2020/01/03/trump-tweets-iran-never-won-a-war-but-never-lost-a-negotiation.html>
6. Chalfant, Morgan. (2020). "Trump says Iranian Commander was killed to Stop a War". The Hill, 3 Jan 2020, Available at: <https://thehill.com/homenews/administration/476700-trump-says-iranian-commander-was-killed-to-stop-a-war>
7. Iran Front Page. (2020). "At Least 70 Americans Killed in Iran Missile Attack: Senior General". 25 Jan 2020, Available at: <https://ifpnews.com/at-least-70-americans-killed-in-iran-missile-attack-senior-general>
8. Hoffman, Jonathan. (2020). Defense Department Briefing. S-SPAN Agency, 24 Jan 2020, Available at: <https://www.c-span.org/video/?468516-1/pentagon-34-us-troops-diagnosed-concussions-tbi-iran-missile-strike-iraq>
9. Johnson, Kevin. (2020). "Assassination or legitimate act in the war on terror? Legal debate rages as Iran retaliates against US for Soleimani killing". The USA Today, 8 Jan 2020, Available at: <https://www.usatoday.com/story/news/politics/2020/01/08/soleimani-killing-assassination-legitimate-act-war-terror/2831498001/>
10. Kolhatkar, Sonali. (2020). "Three Reasons Why Trump Ordered Soleimani's Killing". The Command Dream, 17 Jan 2020. Available at: <https://www.commondreams.org/views/2020/01/17/three-reasons-why-trump-ordered-soleimanis-killing>
11. Linebarger, Paul M.A. (1975). Psychological warfare. New York: Duell, Sloan and Pearce.
12. Shakdam, Catherine. (2020). "Iran Still Claiming It Killed Over 100 US Soldiers in Iraq Attack". Citizen Truth, 16 Jan 2020, Available at: <https://citizentruth.org/iran-still-claiming-it-killed-over-100-us-soldiers-in-iraq-attack/>

13. Sheth, Sonam and Rosie Perper .(2020), "Trump: Iranian Military Leader Qassem Soleimani was 'hated and feared within the Country' and 'should have been taken out many Years Ago!'", Business Insider, 3 Jan 2020, Available at: <https://www.businessinsider.com/trump-tweets-statement-iran-qassem-soleimani-airstrike-2020-1>
14. The Washington Post. (2020). "Trumps Team Offers Mixed Messages about Imminent Attack from Iran as Justification for Killing Soleimani". 7 Jan 2020, Available at: <https://www.washingtonpost.com/national-security/trumps-team-offers-mixed-messages-about-imminent-attack-from-iran-as-justification-for-killing-soleimani/2020/01/07/story.html>
15. The News Week. (2020). "Trump Accuses Democrats of Casting Qassem Soleimani as a "Wonderful Human Being", 7 Jan 2020, Available at: <https://www.newsweek.com/donald-trump-accuses-democrats-casting-qassem-soleimani-wonderful-human-being-assassination-1480736>
16. The White House. (2020). "Remarks by President Trump on the Killing of Qasem Soleimani". 3 Jan 2020, Available at: <https://www.whitehouse.gov/briefings-statements/remarks-president-trump-killing-qasem-soleimani/>
17. The Middle East Monitor. (2020). "More US Troops Leave Iraq over Potential Injuries as Trump Downplays Brain Risk". 23 Jan 2020, Available at: <https://www.middleeastmonitor.com/20200123-more-us-troops-leave-iraq-over-potential-injuries-as-trump-downplays-brain-risk/>
18. Trump, Donald J. (2020). Tweet in Twitter, (@realDonaldTrump). 3, 4, 5, 8 and 13 Jan 2020, Available at: <https://twitter.com/realDonaldTrump>
19. Toosi, Nahal; Lippman, Daniel; Morgan, Wesley. (2020). "Trump Takes Massive Gamble with Killing of Iranian Commander". The Politico, 3 Jan 2020, Available at: <https://www.politico.eu/article/trump-takes-massive-gamble-with-killing-of-iranian-commander/>
20. Welna, David. (2020). "Pentagon Says 34 U.S. Troops Suffered Brain Injuries from Iranian Missile Strike". 24 Jan 2020, NPR Agency, Available at: <https://www.npr.org/2020/01/24/799342078/pentagon-says-34-u-s-troops-suffered-brain-injuries-from-iranian-missile-strike>
21. Ejaz, Waqas. (2018). Investigating Malaise and Mobilization Effects of Media Use on European Identity before and after the Eurozone Crisis. *Global Media Journal*, Vol. 8, No. 1, pp 1-23.
22. Newton, K. (1999). Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise? *British Journal of Political Science*, Vol. 29, No.4.