

## نقش مطبوعات در مدیریت بحران سیاسی ایران

(مطالعه موردی روزنامه اعتماد ملی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸)

سید حسین حسینی \*

دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۱۰

حمیدرضا حاتمی \*\*

تأیید مقاله: ۱۳۹۶/۰۱/۲۸

محمد عاشور \*\*\*

---

### چکیده

این مقاله با رویکرد واکاوی و گذشته‌نگر و در زمره پژوهش‌های کاربردی است که بر اساس مصداق‌ها و مضمون‌های روزنامه اعتماد ملی به تحلیل محتوای کیفی مضمون پرداخته است. این مهم در چهار مقوله معرف، مضمون، محور القا و مقصد روانی مورد واکاوی قرار گرفته است. روزنامه اعتماد ملی با روش‌ها و شیوه‌های عملیات روانی با تهییج و تحریک احساسات گروه آماج و با مدیریت افکار عمومی نه تنها بحران‌زدایی در انتخابات ۱۳۸۸ نکرد بلکه نظام و حکومت را دچار بحران ساخت و بدین‌وسیله با تأکید و پافشاری سعی در قانع کردن نظام به تجدید انتخابات و سلب حمایت مردم و نهادهای امنیتی از رهبری، و در پایان با اصرار، نظام را به عقب‌نشینی از مشروعیت انتخابات مجبور کرد که به‌رغم تبلیغات مسموم در هدف خودش ناکام ماند.

کلیدواژه‌ها: مطبوعات، بحران، افکار عمومی و انتخابات.

---

\* دانشیار دانشگاه جامع امام حسین (ع)

\*\* دانشیار دانشگاه جامع امام حسین (ع)

\*\*\* دانش‌آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت بحران

## مقدمه

نقش مطبوعات در آگاهی، هموارسازی و گسترش بحرانها برجسته است. مطبوعات، همان‌گونه که در تضعیف پایه‌های امنیتی مؤثرند، می‌توانند در ایجاد و تحکیم آن نیز سهم بسزایی داشته باشند. مطبوعات می‌توانند با دور کردن احساس ناامنی، بی‌اعتمادی و ناامیدی فضای ذهنی افراد در جامعه به گونه‌ای عمل کنند که ضمن انعکاس واقعیت‌ها از بزرگنماییها و کاستیها خودداری کنند و به جای بحران‌نمایی و بحران‌افزایی به بحران‌زدایی، مهار، کنترل و کاهش خسارت بحران سهم مهمی داشته باشند؛ چرا که ثبات و امنیت ملی و تحکیم آن، تابع مستقیمی از رویکرد افکار عمومی و رضایت و نارضایتی مردم و واکنش آنها در مواقع بحرانی است.

از این دیدگاه، مطبوعات در حفظ و تحکیم وفاق ملی، چه به لحاظ سخت‌افزاری و چه به لحاظ نرم‌افزاری و افزایش توان انتخاب جامعه، افزایش مشارکت، رقابت و پویایی شهروندان و ارتقای سطح دانش در برقراری وحدت و یا تمایز و یکپارچگی مدد رسانند تا وفاق ملی و درنهایت، امنیت ملی پایدار بماند. مطبوعات هم می‌توانند منبع و منشأ بسیاری از بحرانها در سطوح مختلف باشند و هم می‌توانند تحدید و تدبیر کننده بحرانها باشند. مطبوعات حتی می‌توانند از نیست، هست بسازند و بر قامت بحرانی که تولد نیافته است، جامه هستی بپوشانند (و بالعکس)؛ به بیان دیگر، مطبوعات هم می‌توانند مشروعیت، مشارکت، مقبولیت، اعتماد و ثبات‌ساز باشند و هم می‌توانند جامعه را در متن و درون بحرانهای مشروعیت، مشارکت و... قرار دهند. تحلیل محتوای کیفی مطبوعات به‌عنوان شیوه‌ای عینی و عملی، ما را نسبت به آنچه داریم و انجام داده‌ایم و مقایسه آن با گذشته، آگاه و هوشیار می‌کند و کمبودها، ضعف‌ها و نارساییها را نیز آشکار می‌سازد. به اعتقاد بیشتر نظریه‌پردازان ارتباطات، جهان در دست کسی است که

رسانه‌ها را در اختیار دارد. دیگر، آرزومندان قدرت فقط به پدید آوردن و بالنده کردن نیروهای نظامی و سرمایه‌گذاری در سازمانهای تجاری و صنعتی پویا و سودآور بسنده نمی‌کنند؛ بلکه برای حفظ وضع موجود و بقای خود، اطلاعات و کنترل آن را لازم می‌دانند که رسانه‌ها این کار را براحتی برای آنان انجام می‌دهند (بگویگیان. بن اچ، ۱۳۷۴: ۵). در این پژوهش نقش و شیوه نوشتاری روزنامه اعتماد ملی، که در پیدایش و گسترش بحران در بعد از انتخابات ۸۸ اثرگذار بود، تشریح می‌شود و به همین دلیل، سؤال مقاله این است:

"نقش روزنامه اعتماد ملی در مدیریت بحران سیاسی و عملکرد آن در انتخابات سال ۸۸ چگونه بوده است"

### ویژگیهای مطبوعات

از طریق مطبوعات می‌توان نوعی همدردی، همفکری، یکسانی و یکدلی در میان مردم به وجود آورد. در دنیای امروز مطبوعات علاوه بر وظیفه اصلی خود، که خبررسانی است با مطالب و موضوعات مختلف در زمینه‌های گوناگون و حتی قصه، داستان، عکس، کاریکاتور و مطالب طنز و غیره می‌توانند به گونه‌ای برجسته تأثیرات عمیق بر افکار مردم یعنی خوانندگان برجای گذارند. هم‌چنین در بیشتر موارد، صحنه‌ها، شخصیت‌ها، حوادث، عبارات و جملات درج و یا منعکس شده در مطبوعات به‌صورت زنده و روشن حتی پس از گذشت سالها به‌عنوان جزئی از خاطره‌ها در یادها باقی می‌ماند. (رستگار، ۱۳۷۶).

از ویژگیهای دیگر مطبوعات می‌توان به وسعت، دوام و تنوع اخبار اشاره کرد. برخلاف فرستنده‌های رادیویی و تلویزیونی، که حداکثر بیست تا سی دقیقه اخبار کوتاه پخش می‌کنند، روزنامه‌ها با استفاده از زمان کافی در مرحله تهیه و انتشار می‌توانند در صفحات متعدد خود صدها خبر مختلف درج کنند و با استفاده از اطلاعات آرشویی و بررسی تمام اطراف و جوانب وقایع، تجزیه و تحلیل و تفسیر لازم به خوانندگان عرضه کنند (معمد نژاد، ۱۳۷۱).

هم‌چنین مطبوعات به لحاظ آزادی خوانندگان در انتخاب، وقت استفاده از پیام‌های ارتباطی و انتخاب مطالب مورد استفاده بر دیگر وسایل ارتباطی برتری دارند. از سوی دیگر، مطبوعات با مشکلات و محدودیتهایی نیز روبه‌رو هستند. در رسانه‌های نوشتاری، خبرها همواره به‌طور کامل انتشار نمی‌یابد و این امر به دلیل کمبود وقت و نیز صفحه‌های محدود و معدود است؛ هرچند برخی از مطبوعات بیشترین تعداد صفحه‌ها را دارا باشند. هم‌چنین، مطبوعات از مشکل زمانی رنج می‌برند. این رسانه‌ها عمر کوتاهی دارند که به ۲۴ ساعت هم نمی‌رسد و به همین دلیل امکان بهره‌گیری از تمام رویدادها را ندارند. محدودیت مکانی، یعنی مشکل توزیع همزمان در همه نقاط یک کشور یا حتی یک شهر بزرگ نیز از جمله مشکلات رسانه‌های نوشتاری است (قاسمی، ۱۳۷۴).

#### ویژگی‌های مخاطبان مطبوعات

در هر ارتباطی اعم از شخصی یا جمعی دو طرف متکلم و مخاطب یا فرستنده و گیرنده پیام وجود دارد. آنچه ارتباط جمعی را از ارتباط شخصی متمایز می‌کند، تعداد مخاطبان وسایل ارتباط جمعی بویژه مطبوعات است. مخاطبان وسایل ارتباط جمعی سه ویژگی خاص دارند: وسیع و پرشمارند؛ مخلوط و نامتجانس، و تا حدودی ناآشنا و غیر مشخص هستند (سبزیان، ۱۳۷۶).

#### مطبوعات در ایران

تاریخ مطبوعات و روزنامه‌نگاری را به‌طور اخص و به مفهوم اروپایی آن باید از سال ۱۲۵۳ قمری یعنی همزمان با انتشار نخستین شماره روزنامه میرزا صالح شیرازی به نام «کاغذ اخبار» دانست. تحولاتی که در آستانه انتشار نخستین روزنامه به زبان فارسی در ایران، آسیا و جهان بویژه در دوران سلطنت فتحعلی شاه قاجار رخ داد، زمینه آغاز یک رشته فعالیتهای گوناگون اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را فراهم کرد (طباطبایی، ۱۳۷۵).

## نقش و کارکرد مطبوعات

پنج نقش و کارکرد مطبوعات عبارت است از:

الف - کارکرد همبستگی ب - تنویر افکار عمومی ج - کارکرد نظارتی د - از طریق آگهی‌های تبلیغاتی ه - کارکرد تفریحی و سرگرمی (وردی نژاد، ۱۳۹۲).

### افکار عمومی

اولین بار آلفرد سووی بود که تعریف جامعی از افکار عمومی ارائه کرد و عوامل مؤثر شکل‌گیری آن را برشمرد. وی روشهایی برای بررسی و سنجش آن معرفی، و ضرورت توجه به آن را یادآوری کرد. او معتقد بود «همه کسانی که در زندگی اجتماعی، دارای موقعیتی هستند، باید شنا کردن بلد باشند». منظور او از «شنا کردن» آگاهی از افکار عمومی بود (حاتمی، ۱۳۹۰: ۲۰).

### تعریف افکار عمومی

نوعی آگاهی اجتماعی است که به‌صورت آگاهی غیر رسمی در میان عامه خاص که دارای منافع مشترک هستند، بروز می‌کند و جنبه عاطفی و ادراکی دارد و از تعصب نیز برکنار نیست (حاتمی ۱۳۹۰: ۲۰)

فرایند شکل‌گیری افکار عمومی: در فرایند شکل‌گیری افکار عمومی سه عامل اصلی وجود دارد: ۱ - راه‌های ارتباطی (رسانه‌های جمعی و میان فردی) ۲ - موضوعات و مسائل اساسی ۳ - عامه مردم.

کارکردهای ویژه رسانه‌ها: به‌طور کلی رسانه‌ها برای تأثیر بر افکار عمومی مردم از سه کارکرد ویژه استفاده می‌کنند:

- ۱ - عرضه اطلاعات مربوط به موضوعات سیاسی از طریق پخش اخبار
- ۲ - انتقال دامنه وسیعی از پیامهای تبلیغاتی از مقامات حکومتی و سیاستمداران به توده‌های مردم
- ۳ - مورد بحث و بررسی قرار دادن موضوعات مهم سیاسی روز در تفسیرهای خبری (حاتمی ۱۳۹۰: ۲۰).

## شیوه‌های تأثیرگذاری بر افکار عمومی

شیوه‌های رایج مدیریت و هدایت افکار عمومی، که در غرب مورد استفاده قرار می‌گیرد و تحت عناوین پروپاگاندا یا تبلیغات سیاسی شناخته می‌شود، عبارت است از:

۱ - برچسب زدن: با استفاده از این شیوه به شخص، یک فکر یا یک گروه، که هدف حمله است، برچسب توهین‌آمیزی زده می‌شود. این شیوه با این هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد که فکری رد، و یا محکوم شود؛ بدون اینکه درصدد یافتن دلیلی باشد. از این شیوه در سیاست و بویژه ایام انتخابات بسیار استفاده می‌شود.

۲ - تعمیم جذابیت: در استفاده از این شیوه، سعی می‌شود که بین یک چیز با چیزی دیگر، که معرف خوبی، درستی، پاکی و امثال آنها است، ارتباط، و بدین‌وسیله صفات نیک آن چیز به چیز اول تعمیم داده شود. هدف اصلی در اینجا تشویق پیامگیر به پذیرش و تأیید چیز اول است بدون اینکه دلیل آن را بداند. این شیوه بیشتر تحت تأثیر نظریه نیاز جویی، استفاده و رضایتمندی است.

۳ - انتقال: هدف این شیوه، انتقال اقتدار، ضمانت قانونی و اعتبار چیزی است که مورد احترام همگان است به چیز دیگری به‌منظور کسب اعتبار و عزت بیشتر برای آن؛ به‌عبارت دیگر ساختار انتقال بر اساس فرایند ارتباط بین دو عامل عمل می‌کند به‌جای اینکه از ارتباط یا مراوده بین این دو عامل، احساس گناه پدید آید.

۴ - شهادت دادن: شهادت دادن یا تصدیق در تبلیغات انتخاباتی در حالتی است که شخص مورد اعتماد و یا شخص غیر قابل اعتماد و منفوری درباره درستی یا نادرستی یک فکر، یک برنامه، یک محصول یا فردی ابراز عقیده می‌کند.

۵ - شیوه مردم عوام: شیوه مردم عوام، تمهیدی است که فرستنده یا گوینده سعی می‌کند به مخاطبان خویش این پیام را القا کند که نظریات و اندیشه‌های او به این دلیل صحت دارد که برخاسته از فرهنگ و اعتقادات مردم کوچه و بازار است. این شیوه در حوزه سیاست و تبلیغات انتخاباتی زیاد مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۶- جمع‌آوری کارتهای یکدست: به معنی انتخاب جزئیات و تکه‌های پراکنده‌ای از یک موضوع یا یک واقعه که میان انبوهی از اطلاعات واقعی و غیر واقعی دست‌چین شده است به‌گونه‌ای که با یکدیگر مطابقت می‌کند. این جزئیات یا تکه‌ها ممکن است واقعیاتی مربوط به یک موضوع و یا یک واقعه، و یا ممکن است انتخابی از سخنان و مدارک دروغین، و یا تهیه مدارک انحرافی از جریان خاص باشد.

۷- شیوه هجوم برای سوارشدن به واگن: جوهر اصلی این شیوه، جمله «عجله کنید تا به واگن برسید»، بیان این نکته است که همه ما قصد سوارشدن به واگن راداریم؛ پس عجله کنیم تا زودتر به آن برسیم؛ به عبارت دیگر سعی بر این است که دیگران را متقاعد سازد که همگان که ما هم جزو آنها هستیم، برنامه‌های او را پذیرفته‌اند؛ لذا ما هم باید هر چه سریعتر به آنها بپیوندیم و خود را به واگن برسانیم (حاتمی، ۱۳۹۰: ۴۵).

#### افکار عمومی و بحران

با پیشرفت فناوری ارتباطات و از بین رفتن فاصله‌های مکانی، جهانی به وجود آمده است که ویژگیها، ملاکها و معیارهای متفاوتی نسبت به دوران گذشته دارد. در جهان کنونی دیگر روابط بین کشورها همچون گذشته نیست که تنها دولتها و حاکمیت‌ها از یکدیگر تأثیر بپذیرند، بلکه در عرصه جدید، علاوه بر دولتها، افکار عمومی کشورها یا به تعبیر بهتر افکار عمومی جهانی نیز به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار شناخته، و در برنامه‌ریزیهای روابط بین‌الملل منظور می‌شود. بنابراین در عصر کنونی، روابط بین کشورها را تنها حاکمیت‌ها تعیین نمی‌کنند، بلکه دولتها، افکار عمومی و فناوریهای اطلاعاتی ارتباطی در مجموع، ملتها را می‌سازند (مانروی، ۱۹۹۸).

#### کارکرد افکار عمومی در تحولات سیاسی

به‌طورکلی رسانه‌های همگانی بیشتر به تقویت و تثبیت جهت‌گیریهای موجود

کمک می‌کنند تا به تغییر جهت‌گیریهای قدیمی با ایجاد جهت‌گیریهای تازه. به گفته «وی. او. کی»، تأثیر اصلی رسانه‌ها بر گرایشها و جهت‌گیریهای سیاسی عمدتاً تثبیت و تقویت وضع موجود است (علوی، ۱۳۷۵).

به اعتقاد صاحب‌نظران علوم سیاسی، گرچه رسانه‌های نوشتاری نمی‌توانند به مردم بگویند چگونه بیندیشند به مردم می‌گویند که به چه بیندیشند. دارندگان اصلی اخبار و اندیشه‌ها از قدرت سیاسی افشا یا پنهان‌سازی برخوردارند با اعلام بخشی از مطالب و خودداری از افشای قسمت‌های دیگر، دست نگهداشتن از افشای اخبار تا فرارسیدن لحظه مناسب و تعیین پیشاپیش تفسیر آنچه فاش می‌شود. در واقع، آنچه توسط رسانه‌ها گزارش می‌شود در دستور کار مردم قرار می‌گیرد (هنسون و رولا، ۱۳۷۳).

#### نقش مطبوعات در مدیریت افکار عمومی

مطبوعات نقش ارگان و تربیونی را برای احزاب، جمعیت‌های سیاسی و گروه‌های فشار و ذی‌نفوذ به عهده دارند و طرفداران، اعضا و مخاطبان آنان را به سوی اهداف و خط‌مشی‌های از پیش تعیین‌شده رهنمون می‌سازند (کتبی، ۱۳۷۶)؛ با این حال می‌توان ادعا کرد که مطبوعات اینکه زبان ملت هستند، نقش و اثر آنها بر افکار عمومی پیچیدگیها و نکات مثبت و منفی فراوان دارد. مطبوعات با بهره‌مندی از راهبردها و فرا راهبردهای جدید در عصر حاضر در ایجاد موقعیت بحرانی (شایعه) می‌توانند در تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در سطح وسیع و گسترده نقش‌آفرینی خاصی بکنند و موجب شکل‌دهی مناسب و نامناسب بر اساس ساختار نظام سیاسی و اجتماعی، افکار عمومی گردند (زارعی، ۱۳۹۱).

#### کارکرد مطبوعات در بحران

نیل پستمن معتقد است: در واقع، این وسایل ارتباط جمعی هستند که در بعد گسترده از یک‌سو نقش روزافزون خود را به آنچه بدان آگاهی می‌یابند، گسترش می‌دهند و آنچه را به‌عنوان تجربه می‌اندوزند به‌عنوان دانش توسعه می‌دهند و



آن‌گونه که دانسته‌های خود را می‌سازند، شکل می‌دهند؛ از سوی دیگر به‌گونه‌ای در قالب کنایه به ما تحمیل می‌کنند که به چه بیندیشیم، چگونه بیندیشیم، چگونه و چرا احساس می‌کنیم (نیل پستمن، ۱۳۷۵: ۱۵).

ژان کازنو درباره همین طرز اندیشه می‌نویسد: این اندیشه در نظر مردم تحصیل‌کرده رواج یافت که وسایل ارتباط‌جمعی قدرتی فوق تصور دارند و می‌توانند افکار فلسفی و سیاسی را منقلب کنند و شکل تازه‌ای بدان بخشند و به اختیار، تمامی رفتارها را هدایت کنند (سارو خانی، ۱۳۸۱: ۹۸).

لاسول در مقاله معروف خود، ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه (۱۹۴۸) را این‌گونه تصریح می‌کند که کارکردهای ارتباطات اجتماعی به سه دسته ذیل تقسیم می‌شود:

الف - نظارت: جمع‌آوری اطلاعاتی که جامعه درباره نیازها و مخبرات دارد باید بداند که خودش به مسائش پاسخگو باشد.

ب - همبستگی: به کار بستن پاسخ جامعه در مورد اطلاعات مربوط به سیاست‌گذاری، خودسازماندهی و متحول ساختن الگوها به‌گونه‌ای که مورد نیاز است.

پ - جامعه‌پذیری: به نظر لاسول با گذر از دانش و ارزشهای جامعه، به درونگری و بی‌اطلاعی می‌توان معنی بخشید؛ بنابراین در جامعه، کودکان بزرگ می‌شوند تا در آینده شهروندان مسئول و مفید باشند و بزرگسالان نیز اطراف یک شبکه از علوم و عقاید با یکدیگر هم‌پیمان خواهند شد (ویلبر شرام، ۸۸).

### تعریف بحران

بحران یعنی تهدیدی جدی نسبت به ساختهای زیر بنایی و یا ارزشها و هنجارهای اساسی هر سامانه که مورد ادراک ذی‌نفعان است و تحت فشار زمانی و محدودیت گزینه‌ها در موقعیت عدم قطعیت شدید و احساس کاهش کنترل، اتخاذ تصمیمات حیاتی، دقیق و پرهزینه‌ای را الزامی می‌سازد (حسینی، ۱۳۸۵: ۴۷).

## عملیات روانی

پیش‌فرض طرح‌ریزی شده هدفمند برای تغییر نگرش گروه آماج یا جامعه هدف با استفاده از شیوه‌ها و ابزارهای عملیات روانی به‌منظور دستیابی به اهداف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی عملیات روانی هر اقدام است که با استفاده از پیش‌فرض انجام می‌شود؛ بنابراین پیش‌فرض دارای هدف، شیوه، ابزار و جامعه هدف است (حاتمی، ۱۳۹۰: ۲۰).

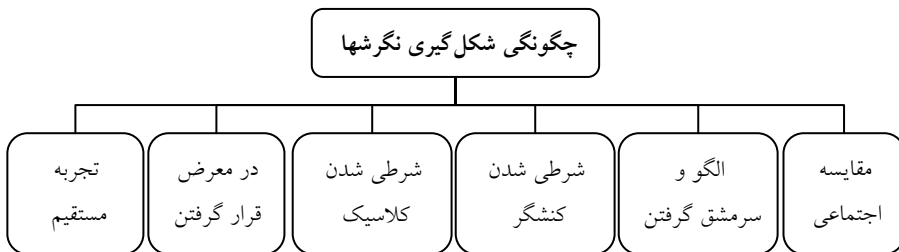
تغییر نگرش: عصاره عملیات روانی، تغییر نگرش است. تغییر نگرش سه عنصر دارد: شناختی، احساسی و رفتاری (آمادگی برای عمل) که به ترتیب، اول شناختی، سپس احساسی و نهایتاً رفتاری شکل می‌گیرد (حاتمی ۱۳۹۰: ۲۰).

### چگونگی شکل‌گیری نگرشها

آیا ما با نگرش‌هایمان به دنیا می‌آییم؛ به‌عبارت دیگر، آیا داشتن نگرشهای خاص، ذاتی است؟ بیشتر افراد بر این باورند که نگرشها از طریق تجربه کسب می‌شود؛ یعنی آموختنی است.

نظریه پردازان نگرش معتقدند که نگرشها به چندین شیوه آموخته می‌شود که عبارت است از:

تجربه مستقیم، صرف قرار گرفتن در معرض محرکها، شرطی شدن کلاسیک، شرطی شدن کنشگر، یادگیری مشاهده‌ای یا الگو و سرمشق گرفتن، مقایسه اجتماعی، حرکات ماهیچه‌ها و عوامل ژنتیکی (حاتمی، ۱۳۹۰: ۲۰).



نمودار ۱: چگونگی شکل‌گیری نگرشها

## روزنامه اعتماد ملی

صاحب‌امتیاز: مهدی کروی؛ مدیر مسئول: محمدجواد حق‌شناس؛ سردبیر: محمد قوچانی. دفتر روزنامه: تهران، خیابان کریم‌خان زند، و شماره تلفن آن ۸۸۳۲۲۹۱۶ و ۸۸۳۲۲۹۱۵ و ۰۲۱ است.

این روزنامه معمولاً در ۲۰ صفحه رنگی روی کاغذ معمولی روزنامه‌ها منتشر می‌شد و زمان انتشار آن صبح و گستره توزیعش سراسر کشور بود. ساختار روزنامه با دیگر روزنامه‌های همدریف آن تفاوتی اساسی نداشت و شامل صفحات سیاسی، بین‌الملل، داخلی، اقتصادی، ورزشی، سینمایی، ادبی و عمومی بود. شیوه روزنامه‌نگاری مبتنی بر درگیر کردن مخاطب به کمک عنوان و تصویر بود و مطالب عمدتاً با حجم کم و گوناگون تهیه و ارائه می‌شد.

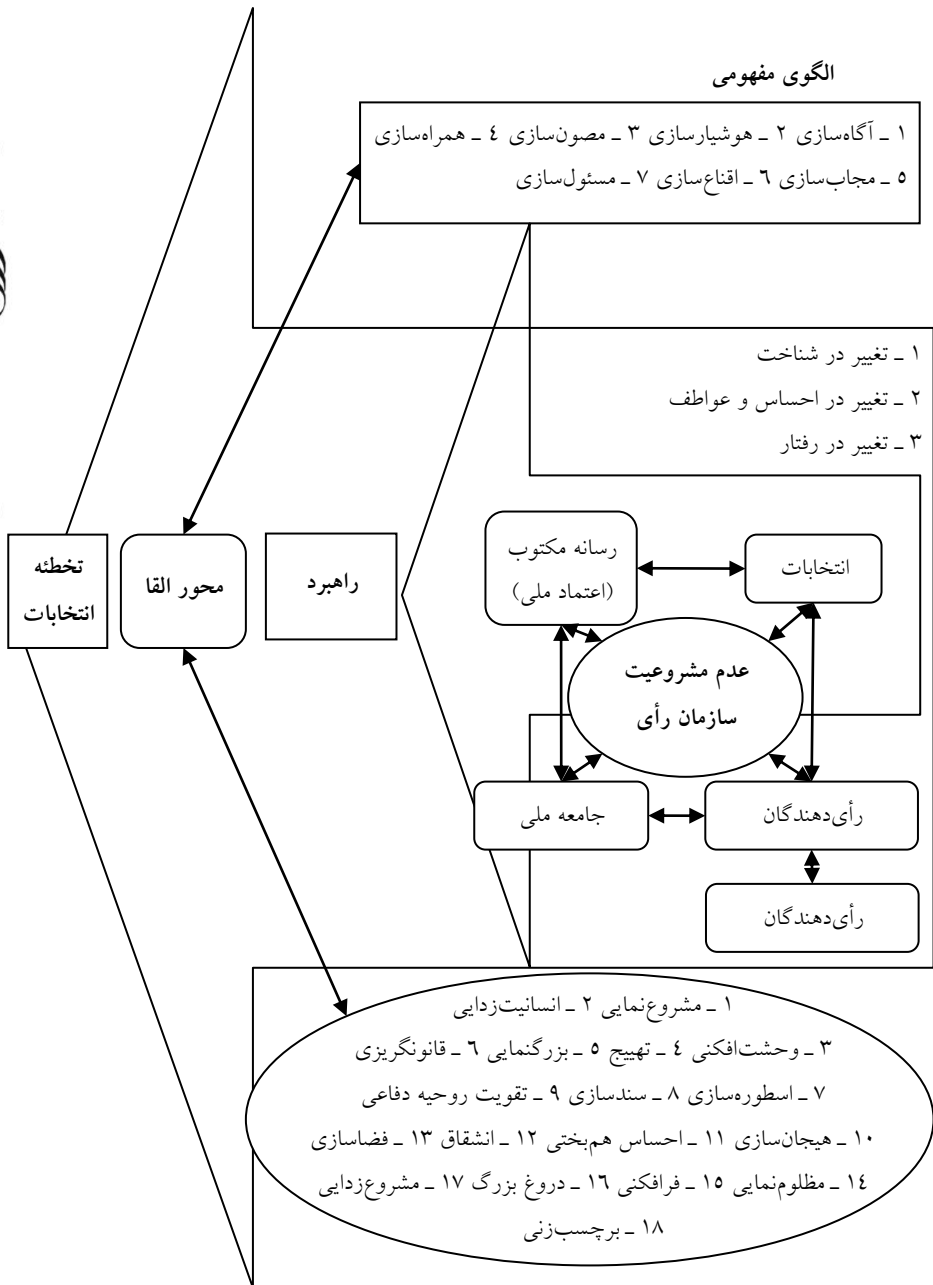
### توقیف روزنامه اعتماد ملی

بازپرس شعبه سیزدهم دادسرای کارکنان دولت در ۲۵ مرداد ۱۳۸۸ طی نامه‌ای از معاونت مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد خواست که از انتشار روزنامه اعتماد ملی جلوگیری کند. نامه وی، که دربردارنده دلایل توقیف نیز هست به شرح ذیل است:

«احتراماً با توجه به اینکه روزنامه اعتماد ملی به مدیرمسئولی آقای جواد حق‌شناس بر اساس شکایات متعدد خصوصی و عمومی تحت تعقیب، و علی‌رغم کثرت شکایت و موارد اتهامی و تذکرات دادسرا و احضارهای مکرر کماکان به انتشار مطالب خلاف قانون و مجرمانه اصرار ورزیده است به‌نحوی که در شماره‌های اخیر به چاپ مطالبی پرداخته که برخلاف امنیت ملی و مصالح عمومی کشور است، لذا در راستای پیشگیری از وقوع جرائم مذکور مستنداً به بند ۵ اصل ۱۵۶ قانون اساسی و تبصره ۲ ماده ۶ قانون مطبوعات به لحاظ اصرار آن نشریه بر انتشار مطالب مجرمانه دستور فرمایید تا اطلاع ثانوی از انتشار نشریه فوق ممانعت به‌عمل آمده و نتیجه به این شعبه اعلام شود.»

در پی این نامه، روزنامه اعتماد ملی به‌طور موقت توقیف شد و دیگر هیچ‌گاه منتشر نشد. اعضای تحریریه و کارکنان روزنامه اعتماد ملی در تاریخ ۱ شهریور ۱۳۸۸ با نگارش نامه‌ای به آیت‌الله صادق لاریجانی رئیس قوه قضائیه، خواستار رفع توقیف روزنامه اعتماد ملی و تداوم فعالیت آن در چارچوب قوانین نظام جمهوری اسلامی شدند؛ لیکن نتیجه‌ای نداشت.

الگوی مفهومی پژوهش: سعی می‌کند که به تحلیل روزنامه اعتماد ملی بپردازد.



نمودار ۲: الگوی مفهومی پژوهش

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

بر اساس مصداقها و مضمونهای روزنامه اعتماد ملی به تحلیل محتوای کیفی پرداخته شده است. این مهم در چهار مقوله معرف، مضمون، محور القا و مقصد روانی مورد واکاوی قرار گرفته است که به شرح زیر ارائه می‌شود:

جدول ۱: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۲ و ۹۴۶ و ۹۹۶

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	فیلترینگ ۵ سایت اصلاح طلب در روز انتخابات	بسته شدن سایت‌ها به دلیل اعلام واقعیت‌های انتخاباتی	مشروع نمایی	تخطئه انتخابات
۲	کروبی پاسخ خطیبان جمعه را داد.	دادن تربیون نماز جمعه به خطیبان با توجه به سوابق و مفسد بودن آنها		
۳	استاندار تهران حامیان موسوی را باعث این حادثه دانست.	عدم مدیریت مناسب		

بر اساس معرفها و مضمونها و دال مرکزی محور القا یعنی مشروع‌نمایی بر اساس گزاره‌های "کروبی پاسخ خطیبان جمعه را داد، غربالگری و فیلترینگ سایت اصلاح‌طلبان" از جمله حرکات احساسی، عاطفی گروه مخالف با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر روی عنصر احساسی و عاطفی گروه آماج است. بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدید آیی مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفهایی است که حسگرهای احساسی، عاطفی و رفتاری طیف ۳۰ - ۱۵ ساله گروه آماج را تحریک، و آماده پذیرش هرگونه ذائقه‌ای می‌کند که ادراک آنها را مدیریت می‌کند.

جدول ۲: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۲، ۹۸۵،

۹۸۳، ۹۸۲، ۹۸۶، ۹۸۷، ۹۸۸

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	مردم تلاش بدخواهان را برای ایجاد تنش ناکام بگذارند.	درخواست حضور مردم برای مقابله با حامیان نامردها	انسانیت زدایی از حاکمیت	تخطئه انتخابات
۲	پیگیری مرگ علیرضا در مجلس	وجود کشته‌سازی و مرگ در نظام سیاسی		
۳	باید از آسیب دیدگان حمایت کرد.	وجود خشونت و ضرب و شتم در نظام سیاسی		
۴	تذکر کتبی وزارت ارشاد به اعتماد ملی	وجود تهدید در جامعه سیاسی		
۵	اعترافات تأثیر زیادی در رأی دادگاه ندارد.	وجود شکنجه و ضرب و شتم در نظام سیاسی		
۶	اقرار یا اعتراف	وجود شکنجه و ضرب و شتم در نظام سیاسی		
۷	بازداشت مهدی یزدانی خرم منتقد ادبی و روزنامه‌نگار	بازداشت چهرهای ادبی و روزنامه‌نگار		
۸	جوانان بی‌عدالتی و ظلم را تحمل نمی‌کنند.	نبودن عدالت و برابری و ظلم و ستم در نظام سیاسی		
۹	آقای جنتی آیا قاتل عمار، علی است؟	وجود خشونت و قتل در نظام سیاسی		
۱۰	پس از تحلیف سر آنها را به سقف می‌چسبانیم.	تهدید پس از تحلیف		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۲ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای انسانیت‌زدایی از حاکمیت حرکات احساسی - عاطفی گروه مخالف با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر روی عنصر احساسی و عاطفی گروه آماج است. بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدید آیی مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفیایی است که با

استفاده از راهبرد اقناع‌سازی (مجاب‌سازی) گروه آماج و با تأکید بر شیوه‌های عملیات روانی از جمله بزرگنمایی احساسی یعنی پیگیری مرگ علیرضا در مجلس و در درگیریها و تأثیرات اعترافات در جمله از گروه آماج با استفاده از روشهای تحریک عواطف و هیجان و افزایش حسگرهای احساسی، عاطفی و رفتاری طیف ۳۰ - ۱۵ ساله می‌شود و آماده پذیرش هرگونه تحریکی می‌کند که ادراک آنها را مدیریت کند.

جدول ۳: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۸۲ و ۹۸۳ (۱۳۸۸)

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	دوربین خاموش است اما...	عدم روشنگری در جامعه	وحشت‌افکنی	تخطئه انتخابات
۲	تا دیر نشده است.	خطرناک بودن حاکمان سیاسی		
۳	اعترافات بی‌اعتبار است.	وجود شکنجه و آزار و اذیت در زندان		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۳ و دال مرکزی محور القا و مضمونها وحشت‌افکنی حرکات احساسی - عاطفی گروه مخالف با مقصد روانی تخطئه انتخابات با تأکید بر جملات ناتمام تحریک‌کننده احساسی - عاطفی و هیجانی گروه نوجوان آماج از جمله: "دوربین خاموش است اما... تا دیر نشده است، اعترافات بی‌اعتبار است"، سعی می‌کند حسگرهای ارکان احساس و عاطفه گروه آماج را آماده پذیرش هرگونه کنش اعتراض‌آمیز نسبت به ارکان حکومت سازد.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدایی مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفی‌هایی است که حسگرهای احساسی و عاطفی و رفتاری طیف ۳۰ - ۱۵ ساله گروه آماج را تحریک و آماده پذیرش هرگونه تحریکی کند که ادراک آنها را با خود همراه می‌کند.



جدول ۴: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۳ و ۹۸۸

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	درباره نتایج انتخابات مهدی کروبی و میرحسین موسوی دو نامزد اصلاح طلب بیانیه‌هایی صادر کردند که روزنامه از چاپ آنها معذور است.	وجود نیم‌صفحه خالی سفید بیانگر تحریک احساسات و نتیجه ناامنی است.	تهییج	تخطئه انتخابات
۲	عدالت در اجرای مجازات	مجازات کردن نیروهای مدعی و طرفدار برقراری عدالت		
۳	کروبی در دوره گذشته بیش از ۵,۳ میلیون از آرای مردم را کسب کرد.	یادآوری سابقه رأی گذشته و مقایسه آن با رأی جدید متقلب بودن		
۴	سعی می‌کنیم زمین نخوریم.	با حمله به خبرگزاری فارس و روزنامه کیهان سعی بر پیروزی انتخاباتی میرحسین دارد.		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول شماره ۴ و دال مرکزی محور القا و مضامین تهییج در حوزه معرفیها با استفاده از کلمات ارزشی و جذاب مانند "کروبی در دوره گذشته بیش از ۵/۳ میلیون از آرای مردم را کسب کرد، سعی می‌کنیم زمین نخوریم" سعی شده است صفاتی را که تهییج کننده گروه آماج باشد، انتخاب کند و با استفاده از شیوه‌های تاکتیکی حرکات احساسی - عاطفی گروه مخالف با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر روی عنصر احساسی و عاطفی گروه آماج حرکت کند.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدیده ایی مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفیهایی است که حسگرهای احساسی - عاطفی و رفتاری گسل‌های ملی و شکافهای گروه آماج را تحریک، و آماده پذیرش هرگونه تحریکی کند که ادراک آنها را با خود همراه می‌کند.

جدول ۵: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۳ و ۹۷۵ و ۹۸۲

ردیف	معرف	مضمون	محور القاء	مقصد روانی
۱	مشارکت ۸۵ درصدی در انتخابات	با وجود مشارکت گسترده مردم نتیجه انتخابات قابل تأیید نیست.	بزرگ‌نمایی	تخطئه انتخابات
۲	مشارکت گسترده مردم یک جشن واقعی است.	دخالت مقام ولایت در امور انتخابات		
۳	فصل اعترافات	شکجه در زندانها و ناکارامدی اجتماعی		
۴	موافقت مقام معظم رهبری (با عفو و تخفیف مجازات تعدادی از محکومان)	نا به حق بودن مجازاتها		
۵	گزارش مهدی کروبی از حوادث بهشت زهرا	کشته شدن و خاکسپاری در بهشت زهرا		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القاء، جدول ۵ و دال مرکزی محور القاء و مضمونهای بزرگنمایی و بیان تحقیق معرف فصل اعترافات، گزارش مهدی کروبی از حوادث بهشت زهرا سعی در ایجاد کنشهای هیجانی در گروه آماج شده است که این کنشها حرکات رفتاری گروه مخالف را با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر روی عنصر رفتاری گروه آماج تشکیل می‌دهد. بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدید آبی مقصد روانی گروه آماج در عنصر تغییر رفتار گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفهایی است که از قدرت رفتاری لازم برخوردار، و با تحریک مناسب، پذیرش هنجاری و رفتاری گروه آماج را داشته باشد.

## جدول ۶: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی

شماره‌های ۹۷۵ و ۹۸۳ و ۹۸۲ و ۹۸۸

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	تمامیت و عمومیت قانون	استفاده ابزاری از بخشی از قانون	قانون‌گزینی	تخطئه انتخابات
۲	قانون اساسی با شرایط کنونی کشور چه نسبتی دارد؟	نبودن قانون اساسی		
۳	ایرادات حقوقی به دادگاه دیروز	پایبند نبودن به حقوق اساسی		
۴	عدالت در اجرای مجازات	بی‌عدالتی و پایبند نبودن به قانون		
۵	اصول دادرسی عادلانه	ناعادلانه بودن دادرسی در دادگاه		
۶	پنج اصل قضایی در دادگاه دیروز	نبود امنیت قضایی		

بر اساس معرف‌ها و مضمونها و محور القا، جدول ۶ و دال مرکزی محور القا و مضامین قانون‌گزینی با بیان معرف‌های تحقیق (عدالت در اجرای مجازات، اصول دادرسی عادلانه، قانون اساسی با شرایط کنونی کشور چه نسبتی دارد). سعی بر این دارد میزان واقعی و ارضای نیازهای گروه آماج کاهش و در عین حال میزان مورد توقع از قانون ارضای نیازها همچنان در حال صعود باقی بماند؛ در این صورت شکاف وسیعی به وجود می‌آید و این شکاف میان آنچه گروه آماج می‌خواهد و آنچه به دست آورد، غیر قابل تحمل می‌شود؛ لذا باعث ایجاد ناهنجاری‌های اجتماعی با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر روی عنصر شناختی گروه می‌شود.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که شکل‌گیری مقصد روانی گروه آماج در عنصر شناختی تغییر نگرش، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرف‌ها و مضمونهایی است که از گونه‌شناسی لازم برخوردار، و واجد پذیرش ناهنجاری‌های اجتماعی گروه آماج باشد.

جدول ۷: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۶ و ۹۷۵ و ۹۸۲ و ۹۸۶ و ۹۸۵ و ۹۸۷

ردیف	معرف	مضمون	محور القاء	مقصد روانی
۱	راهپیمایی حامیان احمدی‌نژاد	اردوکشی خیابانی و یکه‌تازی طرفداران نامزد متقلب	اسطوره سازی	تخطئه انتخابات
۲	وحدت برای حفظ یا تعالی نظام	استبداد در نظام سیاسی		
۳	انقلاب مخملی در ایران امکان‌پذیر نیست.	عدم دگرگونی سیاسی و تغییر در نظام سیاسی		
۴	دیگری هم حق دارد.	خودخواهی و خودرأیی در نظام سیاسی		
۵	کدام انقلاب مخملین؟ چگونه؟	اعتراض به انتخابات		
۶	گناه با امام بودن	همراه بودن با آرمانهای امام راحل		
۷	وظیفه سنگین نمایندگان	وظیفه‌شناس نبودن نمایندگان و اعمال قانون		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القاء، جدول ۷ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای اسطوره‌سازی با اعتبار بخشیدن و ایجاد اعتماد و همدلی با نیازهای گروه آماج به‌وسیله معرفیهایی مثل "دیگری" هم حق دارد، وظیفه سنگین نمایندگان سعی در تحکیم بخشیدن رابطه و تحریک گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر روی عنصر احساسی - عاطفی گروه آماج است. بر اساس تجزیه و تحلیل جدول می‌توان چنین استنباط کرد که پدید آیی مقصد روانی گروه آماج در عنصر احساسی - عاطفی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفیهایی است که از قدرت اعتمادسازی و همدلی احساسی - عاطفی لازم برخوردار است و با تحریک مناسب پذیرش هنجاری را در گروه آماج داشته باشد.

### جدول ۸: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی

شماره‌های ۹۴۲ و ۹۴۳ و ۹۸۵ و ۹۸۶ و ۹۸۷ و ۹۸۸

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	ضرورت تشکیل شورای حکمیت	با متوقع دانستن نتیجه انتخابات در افکار عمومی با نظر یک نامزد، نامزد دیگر رأی می‌آورد.	سندسازی	تخطئه انتخابات
۲	شکست انتخاباتی مدیران احمدی نژاد	عدم مدیریت در نظام اسلامی		
۳	خروج ۱۸/۵ میلیارد دلار ارز و طلا تکذیب شد.	وجود دزدی در نظام اسلامی		
۴	احمدی نژاد با بالگرد به مجلس آمد.	استفاده سرخود از بیت‌المال		
۵	نامه کروی به هاشمی رفسنجانی	با تکذیب شایعه آن طرف، حضور خود را برپایی سلامت انتخابات می‌داند.		
۶	افشای تخلفات گسترده در بازار پول - به افراد ۲ تا ۱۰ ساله وابسته به هیأت مدیره وامهای ۷۰ میلیون تومانی داد.	فساد اقتصادی بین مسئولان		
۷	تحریم شرکتهای تأمین کننده بنزین ایران	عدم برقراری ارتباط با شرکتهای اقتصادی		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۸ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای سندسازی به وسیله سازوکار نگرش گروه آماج مانند "ضرورت تشکیل شورای حکمیت، احمدی نژاد با بالگرد به مجلس آمد، افشای تخلفات گسترده در بازار پول - به افراد ۲ تا ۱۰ ساله وابسته به هیأت مدیره وامهای ۷۰ میلیون تومانی داد"، این تغییر رفتاری گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات را در پی داشته است.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول می‌توان چنین استنباط کرد که پدید آبی مقصد روانی گروه آماج در عنصر احساسی - عاطفی و رفتاری گروه آماج، که همان

تخته انتخابات است، نیازمند معرفیهایی است که از قدرت احساسی - عاطفی لازم برخوردار است و با تحریک مناسب پذیرش هنجاری و رفتار متناسب را در گروه آماج داشته باشد.

جدول ۹: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۶ و ۹۸۸ و ۹۹۶

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	تاوان نبوغ	عدم خرد و اندیشه	تقویت روحیه دفاعی	تخته انتخابات
۲	اصلاح طلب زندانی امید مردم	وجود حامیان مردم در زندان		
۳	اعتراض در عین آرامش	اعتراض بدون خشونت		

بر اساس معرفها و مضمونها و محور القا، جدول ۹ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای تقویت روحیه دفاعی با ترغیب و متقاعدسازی گروه آماج با معرفهای "تاوان نبوغ، اعتراض در عین آرامش" با قصد ایجاد مقصد روانی تخته انتخابات به نتیجه مطلوب خود دست یابند. بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که شکل‌گیری مقصد روانی گروه آماج در عنصر شناختی تغییر نگرش گروه آماج، که همان تخته انتخابات می‌شود، نیازمند معرفها و مضمونهایی است که از صبغه شناختی لازم برخوردار، و پذیرش هنجارهای اجتماعی گروه آماج را داشته باشد.

جدول ۱۰: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۶ و ۹۴۴

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	درخواست ستاد موسوی از وزارت کشور برای مجوز راهپیمایی	زیر سؤال بردن نتیجه انتخابات با راهپیمایی	هیجان سازی	تخطئه انتخابات
۲	بیانیه دوم کروبی درباره نتیجه انتخابات... مردم از راه‌های قانونی و در چارچوب‌های مدنی مطالبات خود را پیگیری کنند.	عدم چاپ بیانیه‌های کروبی در روزنامه مردم، و افکار عمومی را نسبت به نتیجه انتخابات دچار تردید کرد و هدایتگر اعتراض مردمی شد.		
۳	اعتراض در عین آرامش - عکس‌های راهپیمایی آرام روز دوشنبه اصلاح‌طلبان.	به خیابان کشاندن معترضان بدون درگیری		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۰ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای هیجان‌سازی و قرار دادن نمادهایی که موجب پذیرش محتوای آن توسط گروه آماج شده است مانند "بیانیه دوم کروبی درباره نتیجه انتخابات... مردم از راه‌های قانونی و در چارچوب‌های مدنی مطالبات خود را پیگیری کنند...، اعتراض در عین آرامش - عکس‌های راهپیمایی آرام روز دوشنبه اصلاح‌طلبان" که این معرفیها در تحریک احساسات و عواطف گروه و بهره‌گیری از منابع و شواهدی که توسط آنها معتبر است با مقصد روانی تخطئه انتخابات را درگیر کنند.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدار گشتن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفیهایی است که با مجاب‌سازی و برانگیختن احساسات و تکرار پیام و گروه آماج باعث تحریک و افزایش عنصر احساسی و عاطفی و رفتاری گروه آماج، و آماده پذیرش هرگونه تحریک و واکنشی می‌شود که بتواند فکر و ذهن آنها را مدیریت کند.

جدول ۱۱: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره ۹۴۶

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	چرا پلمپ؟	زیر سؤال بردن کارآمدی نظام	احساس هم‌بختی	تخطئه انتخابات
۲	اتهام یا اسم رمز؟	قبول نکردن واقعیت توسط نیروهای طرفدار نظام		
۳	شجریان: صدای مرا از صداوسیما پخش نکنید.	نارضایتی هنرمندان و موسیقیدانان		
۴	نگاهی به حوادث کوی دانشگاه: بر شاخه نشستن و بن بریدن	بی‌منطق بودن نظام سیاسی		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۱ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای احساس هم‌بختی حرکات احساسی - عاطفی گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر روی عنصر احساسی و عاطفی گروه آماج است.

روزنامه به منظور پذیرش و تغییر ترجیحات گروه آماج سعی کرده است معرفیها را به صورت گزاره‌های استفهامی تأثیرگذار از جمله "چرا پلمپ؟ اتهام یا اسم رمز؟ نگاهی به حوادث کوی دانشگاه: بر شاخه نشستن و بن بریدن" مطرح کند. این‌گونه گزاره‌ها از آنجا که برای اقناع و جذب طیف ۳۰ - ۱۵ ساله به کار می‌رود، حسگرهای احساسی - عاطفی آنها را تحریک و آماده پذیرش هرگونه کنشی اعتراض‌آمیز یا کنشهای آسیب‌رسان به زیرساختهای شهری و... خواهد کرد.

از تجزیه و تحلیل جدول می‌توان چنین استنباط کرد که به‌وجود آمدن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفیهایی است که با هم‌راه‌سازی گروه آماج باعث تحریک و افزایش عنصر احساسی و عاطفی و رفتاری گروه آماج، و آماده پذیرش هرگونه تحریک و واکنشی می‌شود که بتواند فکر و ذهن آنها را مدیریت کند.



## جدول ۱۲: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی

شماره‌های ۹۴۴ و ۹۷۵ و ۹۸۲ و ۹۸۶ و ۹۹۶

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	تلاش برای تغییر	بسته بودن نظام سیاسی و مستبد بودن آن	انشقاق	تخطئه انتخابات
۲	وحدت برای حفظ و تعالی نظام	عدم اتحاد		
۳	جایگاه حوزه در برابر دولت	غیر دینی بودن نظام سیاسی		
۴	دوست واقعی و حقیقی	سودجویی و همدستی ارکان نظام		
۵	گناه با امام بودن	همراه بودن با آرمانهای امام راحل		
۶	وظیفه سنگین نمایندگان	وظیفه‌شناسی نمایندگان و اعمال قانون		

بر اساس معرف‌ها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۲ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای انشقاق به هم بافتن و آمیختن مطالب گوناگون در معرفها همچون "تلاش برای تغییر، گناه با امام بودن، وحدت برای حفظ و تعالی نظام" که باعث می‌شود گروه آماج قدرت تشخیص خود را نداشته باشد و تحت تأثیر این معرفها و اظهارات نسبت به نظام بی‌اعتماد شود با قصد روانی تخطئه انتخابات روی گروه تأثیر می‌گذارد. بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که به وجود آمدن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفهایی است که با همراه‌سازی گروه آماج باعث تحریک و افزایش عنصر شناختی، و آماده پذیرش هرگونه تحریک و واکنشی می‌شود که بتواند فکر و ذهن آنها را مدیریت کند.

جدول ۱۳: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی  
 شماره‌های ۹۴۶ و ۹۸۸ و ۹۴۴ و ۹۹۶

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	راهپیمایی حامیان احمدی‌نژاد	اردوکشی خیابانی و یکه‌تازی طرفداران کاندیدای متقلب	فضاسازی	تخطئه انتخابات
۲	سه زن در لیست انتظار احمدی‌نژاد	حذف محرومیت زنان در نظام سیاسی		
۳	کارکرد نظام سیاسی	افزایش تنش در نظام سیاسی		
۴	انجمن صنفی روزنامه‌نگاران پلمپ شد.	عدم آزادی قلم و بیان		
۵	اعترافات تأثیر زیادی در رأی دادگاه ندارد.	گرفتن اعتراف از متهمان خلاف مقررات و قوانین		
۶	حمله حسینیان به هاشمی رفسنجانی	خشونت‌طلب بودن مسئولان نظام نسبت به هاشمی		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۳ و دال مرکزی محور القا و مضمونها فضاسازی حرکات احساسی - عاطفی گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر عنصر احساسی و عاطفی گروه آماج است.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدار گشتن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند معرفه‌هایی است که با آگاه‌سازی و اعتراف اذهان، که موضوعات مهم اصلی را به موضوعات فرعی و غیر مهم همچون "حمله حسینیان به هاشمی رفسنجانی، سه زن در لیست انتظار احمدی‌نژاد" تبدیل می‌کند و باهدف خطا به اشتباه انداختن گروه آماج باعث تحریک و افزایش عنصر احساسی - عاطفی می‌شود، که پس از مدت کوتاهی گروه آماج دچار توهمات بصری گوناگون و کم اطلاعاتی می‌گردد و به هرگونه تحریک و واکنشی دست می‌زند و ذهن آنها را از طریق فضای حاکم مدیریت کند.

جدول ۱۴: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی

شماره‌های ۹۴۶ و ۹۴۳ دوران بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	شجریان: صدای مرا از صداوسیما پخش نکنید.	نارضایتی هنرمندان و موسیقیدانان از نتیجه انتخابات	مظلوم‌نمایی	تخطئه انتخابات
۲	وزارت کشور مهدی کروی را پنجم اعلام کرد.	کمتر بودن رأی نامزد از آرای باطله سعی در عدم صیانت از آرا را دارد.		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۴ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای مظلوم‌نمایی حرکات احساسی - عاطفی گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر عنصر احساسی و عاطفی گروه آماج است.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدار گشتن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند اطمینان‌بخشی و قوت قلب دادن و سعی در فرونشاندن ترس و هراس گروه آماج با معرفیهایی مانند "شجریان: صدای مرا از صداوسیما پخش نکنید، وزارت کشور مهدی کروی را پنجم اعلام کرد"، می‌شود که باعث تحریک و افزایش عنصر احساسی - عاطفی می‌گردد و هرگونه تحریک و تغییر رفتار را که باعث روحیه گرفتن و آرامش مردم شود تا در صحنه حضور داشته باشند که بتواند فکر و ذهن فضای حاکم را مدیریت کند.

جدول ۱۵: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۴۴ و ۹۴۶ و ۹۹۶

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	سردار رادان: ۱۷۰ نفر در تهران بازداشت شدند.	احیاکننده خشونت‌طلبی بین نیروهای پلیس است.	فرافکنی	تخطئه انتخابات
۲	استاندار تهران و صداوسیما خبر دادند: ۷ کشته و ۲۹ زخمی در میدان آزادی	بیانگر خشونت‌طلبی بین نیروهای حامی نظام و نامزد برنده		
۳	فرمانده انتظامی استان فارس خبر داد: بازداشت ۱۰۰ نفر در فارس	بیانگر بازداشت گسترده مردمی		
۴	پیشرفت جبهه بی‌اخلاقی	پایند نبودن به ارزشهای اخلاقی و دینی در طیف وابسته به قدرت		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۵ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای فرافکنی و سوار شدن بر موج نگرش گروه آماج و تحریک به اقدام عمل با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر عنصر رفتاری گروه آماج است.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدار گشتن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند تحریک احساسات و ایجاد خشم و نفرت نگرانی و هراس و ایجاد انگیزه مقابله با معرفیهایی مانند "سردار رادان: ۱۷۰ نفر در تهران بازداشت شدند، ۷ کشته و ۲۹ زخمی در میدان آزادی، بازداشت ۱۰۰ نفر در فارس" است که با همراه‌سازی و اقناع گروه آماج باعث تحریک و افزایش عنصر رفتاری گروه می‌گردد و آماده پذیرش هرگونه هیجان و کنش رفتاری تحریک‌آمیز و واکنشی می‌سازد که به حضور در صحنه منجر شود تا بتواند با سوار شدن بر موج احساسات، رفتار آنها را از طریق فضای حاکم مدیریت کند.

## جدول ۱۶: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی

شماره‌های ۹۴۲ و ۹۴۳ و ۹۴۶ و ۹۸۷

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	باوجود مشارکت گسترده مردم برخی حامیان نامزدها نگران صیانت از آرا هستند.	بیانگر مخدوش بدون رأی‌ها و مصون نبودن صندوقها در ذهن	دروغ بزرگ	تخطئه انتخابات
۲	وعده انتخاباتی که یک ماه دوام آورد.	پایبند نبودن به وعده و وعیدهای قبل از انتخابات		
۳	ضرورت تشکیل شورای حکمیت	با متوقع دانستن نتیجه انتخابات در افکار عمومی با نظر یک کاندیدا، کاندیدای دیگر رأی می‌آورد.		
۴	پیشنهاد تشکیل کمیته حقیقت‌یاب با حضور نمایندگان مراجع تقلید	مراجع تقلید نسبت به انتخابات دچار شبهه هستند.		
۵	ماجرای خودکارهای نامرئی	زیر سؤال بردن نتیجه انتخابات به وسیله خودکارهایی نامرئی		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۶ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای دروغ بزرگ گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر عنصر احساسی - عاطفی گروه آماج است.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدار گشتن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند تلقین بیانهای غیر واقعی و دور کردن و به انحراف کشیدن اذهان گروه آماج همچون معرفیها "باوجود مشارکت گسترده مردم برخی حامیان نامزدها نگران صیانت از آرا هستند، ضرورت تشکیل شورای حکمیت، ماجرای خودکارهای نامرئی" که با هوشیار سازی و مجاب کردن گروه آماج باعث تحریک و افزایش عنصر احساسی - عاطفی گروه می‌گردد و آماده پذیرش هرگونه هنجارشکنی و غیر عقلانی بودن و تحریک و واکنشی می‌شود که به حضور در صحنه منجر شود تا بتواند از طریق ادراک آنها

فضای حاکم را مدیریت کند.

### جدول ۱۷: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی

شماره‌های ۹۴۲ و ۹۴۳ و ۹۴۶ و ۹۸۷

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	فتوای انتصاب غیر شرعی معاون اول	غیر دینی بودن انتصابات	مشروعیت زدایی	تخطئه انتخابات
۲	کمیته پیگیری وضعیت بازداشت شدگان در آستانه انحلال	عدم همکاری مسئولان قضایی و امنیتی در رابطه با بازداشت‌شدگان		
۳	امام زمان و امام مهربانی	عدم تقید به امام زمان (عج)		
۴	جهالت و رفاقت	احمق بودن (دوستی خاله خرسه)		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۷ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای مشروعیت‌زدایی گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر عنصر شناختی گروه آماج است.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدار گشتن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند به دوگانگی ایجاد کردن، تفرقه انداختن و جلوه دادن بی‌دینی و ایجاد نگرش عدم تقید به مباحث دینی همچون معرفهای "فتوای انتصاب غیر شرعی معاون اول، امام زمان و امام مهربانی" که با مسئول‌سازی و تغییر در ادراک گروه آماج باعث تحریک و افزایش عنصر شناخت شد و آماده پذیرش هرگونه تحریک و واکنشی گردید که به عدم پذیرش دین و مشروعیت منجر شود تا بتواند تغییر ادراک آنها را از طریق فضای حاکم مدیریت کند.

### جدول ۱۸: تحلیل محتوای کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی شماره‌های ۹۸۵ و ۹۸۷

ردیف	معرف	مضمون	محور القا	مقصد روانی
۱	قطعه‌ای از بهشت	عدم وجود امنیت	برچسب‌زنی	تخطئه انتخابات
۲	حزب و روزنامه اعتماد ملی منتقد دولت می‌ماند	عدم وجود امنیت		

بر اساس معرفیها و مضمونها و محور القا، جدول ۱۸ و دال مرکزی محور القا و مضمونهای برجسبزی گروه آماج با مقصد روانی تخطئه انتخابات بر عنصر شناختی گروه آماج است.

بر اساس تجزیه و تحلیل جدول، می‌توان چنین استنباط کرد که پدیدار گشتن مقصد روانی گروه آماج، که همان تخطئه انتخابات است، نیازمند القای ناامنی و نبودن احساس امنیت و آزادی بیان مانند معرفهای "قطعه‌ای از بهشت، حزب و روزنامه اعتماد ملی منتقد دولت می‌ماند" که با ترس و هراس و همراه‌سازی گروه آماج باعث تحریک می‌شود و آماده پذیرش هرگونه تحرک و واکنشی می‌گردد که به حضور در صحنه اجتماع منجر شود تا بتواند بر تغییر ادراک و انگیزه مضاعف برای هنجارشکنی آنها از طریق فضای حاکم مدیریت کند.

### نتیجه‌گیری

۱ - بر اساس جدول ۱ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با سه (۳) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸  
- دال مرکزی محور القا در این سه شماره مشروع‌نمایی است.  
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.

- مضمون شماره‌های ذکرشده «تریون نماز جمعه به خطیبان با توجه به سوابق و مفسد بودن آنها»

- هدف رفتاری بیطرف‌سازی نیروهای حامی نظام در انتخابات ۱۳۸۸

۲ - بر اساس جدول ۲ مبتنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با هفت (۷) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸  
- دال مرکزی محور القا در این هفت شماره انسانیت‌زدایی از حاکمیت است.

- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «وجود کشته‌سازی و مرگ در نظام سیاسی، وجود شکنجه و ضرب و شتم در نظام سیاسی»
- هدف رفتاری تحریک مردم به حضور در خیابان
- ۳ - بر اساس جدول ۳ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با دو (۲) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این دو شماره وحشت‌افکنی است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «عدم روشنگری در امور جامعه»
- هدف رفتاری تحریک مردم به حضور در خیابان
- ۴ - بر اساس جدول ۴ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با دو (۲) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این دو شماره تهییج است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «وجود نیم‌صفحه خالی سفید بیانگر تحریک احساسات و نتیجه ناامنی است».
- هدف رفتاری تحریک مردم به حضور در خیابان و اعمال فشار به نظام
- ۵ - بر اساس جدول ۵ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با سه (۳) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این سه شماره بزرگنمایی است.



- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.

- مضمون شماره‌های ذکر شده «شکنجه» در زندانها و ناکارآمدی اجتماعی، دخالت مقام ولایت در امور انتخابات

- هدف رفتاری بیطرف سازی تحریک مردم به حضور در خیابان و اعمال فشار به نظام

۶- بر اساس جدول ۶ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با چهار (۴) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸

- دال مرکزی محور القا در این چهار شماره قانونگریزی است.

- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.

- مضمون شماره‌های ذکر شده «نبودن قانون اساسی، ناعادلانه بودن دادرسی در دادگاه»

- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام

۷- بر اساس جدول ۷ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با شش (۶) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸

- دال مرکزی محور القا در این شش شماره اسطوره سازی است.

- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.

- مضمون شماره‌های ذکر شده «اردوکشی خیابانی و یکه تازی طرفداران کاندیدای متقلب، خودخواهی و خودرأیی در نظام سیاسی، استبداد در نظام سیاسی»

- هدف رفتاری همراه سازی مردم

۸- بر اساس جدول ۸ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی

- با شش (۶) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این شش شماره سندسازی است.
  - مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
  - مضمون شماره‌های ذکرشده «عدم مدیریت در نظام اسلامی، فساد اقتصادی بین مسئولان»
  - هدف رفتاری همراه‌سازی مردم
  - ۹ - بر اساس جدول ۹ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با سه (۳) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
  - دال مرکزی محور القا در این سه شماره تقویت روحیه دفاعی است.
  - مقصد روانی بازیگران سیاسی تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
  - مضمون شماره‌های ذکرشده «اعتراض بدون خشونت»
  - هدف رفتاری اعمال فشار به نظام
  - ۱۰ - بر اساس جدول ۱۰ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با دو (۲) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
  - دال مرکزی محور القا در این دو شماره هیجان‌سازی است.
  - مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
  - مضمون شماره‌های ذکرشده «به خیابان کشاندن معترضین بدون درگیری»
  - هدف رفتاری تحریک مردم به حضور در خیابان و اعمال فشار به نظام
  - ۱۱ - بر اساس جدول ۱۱ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با دو (۲) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸

- دال مرکزی محور القا در این دو شماره احساس هم‌بختی است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «بی‌منطق بودن نظام سیاسی»
- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام
- ۱۲ - بر اساس جدول ۱۲ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با پنج (۵) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این پنج شماره انشقاق است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «غیر دینی بودن نظام سیاسی، بسته بودن نظام سیاسی و مستبد بودن آن»
- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام
- ۱۳ - بر اساس جدول ۱۳ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با چهار (۴) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این چهار شماره فضا سازی است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «عدم آزادی قلم و بیان، حذف محرومیت زنان در نظام سیاسی»
- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام
- ۱۴ - بر اساس جدول ۱۴ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با دو (۲) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸

- دال مرکزی محور القا در این دو شماره مظلوم‌نمایی است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «نارضایتی هنرمندان و موسیقی‌دانان از نتیجه انتخابات»
- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام
- ۱۵ - بر اساس جدول ۱۵ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با سه (۳) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این سه شماره فرافکنی است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «احیاکننده خشونت‌طلبی در بین نیروهای پلیس است»
- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام
- ۱۶ - بر اساس جدول ۱۶ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با چهار (۴) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸
- دال مرکزی محور القا در این چهار شماره دروغ بزرگ است.
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.
- مضمون شماره‌های ذکرشده «عدم پابندی به وعده و وعیدهای قبل از انتخابات، مراجع تقلید نسبت به انتخابات دچار شبهه هستند.»
- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام
- ۱۷ - بر اساس جدول ۱۷ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد

ملی با چهار (۴) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸  
- دال مرکزی محور القا در این چهار شماره مشروعیت زدایی است.  
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.

- مضمون شماره‌های ذکرشده «غیر دینی بودن انتصابات، عدم تقید به امام زمان (عجیب)»

- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام

۱۸ - بر اساس جدول ۱۷ مبنی بر تجزیه و تحلیل کیفی مضمون روزنامه اعتماد ملی با دو (۲) شماره بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸  
- دال مرکزی محور القا در این دو شماره برچسب‌زنی است.  
- مقصد روانی بازیگران سیاسی، تغییر نگرش گروه آماج و تخطئه انتخابات است.

- مضمون شماره‌های ذکرشده «عدم وجود امنیت»

- هدف رفتاری اعمال فشار به نظام

با توجه به بررسیها روزنامه اعتماد ملی با روشها و شیوه‌های عملیات روانی بر اساس جدولهای ۲ و ۴ و... باعث تهییج و تحریک احساسات گروه آماج شد و با مدیریت افکار عمومی نه تنها بحران‌زدایی در انتخابات ۱۳۸۸ نکرد بلکه نظام و حکومت را دچار بحران ساخت و بدین‌وسیله با تأکید و پافشاری سعی در قانع کردن نظام به تجدید انتخابات و سلب حمایت مردم و نهادهای امنیتی از رهبری و در پایان با اصرار داشت نظام را مجبور به عقب‌نشینی از مشروعیت انتخابات کند.

## منابع

۱. ابو ترابیان، حسین (۱۳۶۶). *مطبوعات ایران از شهریور ۱۳۲۰*. تهران: انتشارات اطلاعات.
۲. بگوئیگان، بن اچ (۱۳۷۴). *انحصار رسانه*. ترجمه داوود حیدری. تهران: مرکز مطالعات رسانه‌ها.
۳. بدیعی، نعیم. ساختار اخبار خارجی در روزنامه‌های تهران. *فصلنامه علوم اجتماعی*: ۲۹ تا ۳۳.
۴. شریفی، پاشا؛ نجفی زند، حسن (۱۳۷۷). *روشهای آماری در علوم رفتاری*. چ نهم. تهران: انتشارات سخن.
۵. تافلر الوین، هایدی (۱۳۷۴). *به سوی تمدن جدید*. ترجمه محمدرضا جعفری. تهران: نشر سیمرغ.
۶. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۴۶). *لغت‌نامه*. تهران: دانشگاه تهران.
۷. رستگار، لیلا (۱۳۷۶). *رسانه‌ها و افکار عمومی*. *فصلنامه رسانه*. س هشتم. ش ۲: ۱۰.
۸. رضوی زاده، سید نورالدین (۱۳۷۵). *بررسی موضوعی انتظارات مردم از دولت در روزنامه‌های کثیرالانتشار*. *فصلنامه رسانه*. س هفتم. ش ۲.
۹. سبزیان، سعید (۱۳۷۶). *شناخت مخاطب گام اول در هدایت افکار عمومی*. *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی*. س هشتم. ش ۲.
۱۰. طباطبایی، محیط (۱۳۷۵). *تاریخ تحلیلی مطبوعات ایران*. تهران: انتشارات بعثت.
۱۱. علوی، پرویز (۱۳۷۵). *ارتباطات سیاسی*. تهران: مؤسسه نشر علوم نوین.
۱۲. *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی* (۱۳۷۶). س هشتم. ش ۲.

۱۳. کتبی، مرتضی (۱۳۷۶). افکار عمومی با نیروی سیاسی کم شناخته. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه. س هشتم. ش ۲.
۱۴. معتمد نژاد، کاظم (۱۳۷۳). بازانديشی نقش اجتماعی وسایل ارتباط جمعی. فصلنامه مطالعات و تحقیقات رسانه. ویژه‌نامه آموزشی. ش ۱: ۱۴.
۱۵. معتمد نژاد، کاظم (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی. علامه طباطبایی. تهران.
۱۶. معتمد نژاد، کاظم (۱۳۷۳). مقام و مسئولیت روزنامه‌نگاران ایران در پیشرفت جامعه. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی. ویژه‌نامه آموزشی.
۱۷. دادگر، سید محمد (۱۳۷۱). نگاه اجمالی پیرامون نظریه تحلیل محتوای کیفی.
۱۸. موسوی، احمد (۱۳۷۱). جزوه درسی تاریخ روزنامه‌نگاری و مطبوعاتی ایران و جهان. تهران: دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز.
۱۹. محمدی، مجید (۱۳۷۶). مدیریت رسانه‌ها. فصلنامه مطالعات و تحقیقات رسانه. س هشتم. ش ۳.
۲۰. هولستی، آار (۱۳۷۳). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی. ترجمه نادر سالار زاده امیری. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
۲۱. وردی نژاد، فریدون (۱۳۹۲). نقش و کارکرد مطبوعات. وبلاگ اختصاصی دکتر ریدونوردین زاد. ۹۲/۴/۲۵.
۲۲. ورنسورینوجیمزتانکار (۱۳۹۰). کتاب نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. چ پنجم. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۲۳. کریتنس، ریو؛ امومک ویلیامز، رابرت او (۱۳۶۵). صدای مردم. ترجمه محمود عنایت. تهران: کتاب‌سرا.

۲۴. هنسون، کریسورولا (۱۳۷۳). تکنولوژی‌های ارتباطی در کشورهای در حال توسعه. ترجمه داود حیدری. تهران: مرکز تحقیقات رسانه.
۲۵. زارعی، احمدرضا (۱۳۹۱). مهندسی افکار عمومی و بحران شایعه در رسانه. وبلاگ مدیریت رسانه امروز.
۲۶. شاه‌محمدی، عبدالرضا (۱۳۸۲). وسایل ارتباطی سربازان اصلی میدان جنگ‌های نوین. فصلنامه پژوهش و سنجش. س دهم. ش ۳۴: ۴۴.
۲۷. هیلزگری، کریس (۱۳۸۱). جنگ پست‌مدرن، سیاست نوین درگیری. ترجمه احمدرضا تقاء. تهران: انتشارات دوره عالی جنگ سپاه.
۲۸. سوری، جواد (۱۳۸۵). نقش فناوری‌های نوین ارتباطی در عملیات روانی. فصلنامه عملیات روانی. ش ۱۲.
۲۹. کاروثر، سوزان (۱۳۸۱). رسانه‌ها و فناوری ارتباطات؛ مسائل سیاست جهانی، مجموعه مقالات، ویراست هبرایان وایت، مایکل اسمیت و ریچارد لیتل. ترجمه سید محمد کمال سروریان. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۳۰. کمال پور، یحیی (۱۳۸۶). جنگ، رسانه‌ها و تبلیغات. ترجمه عباس آردان و حسن سعید کلاهی خیابان. تهران: مؤسسه ابرار معاصر.
۳۱. مولانا، حمید (۱۳۸۴). اطلاعات و ارتباطات جهانی. ترجمه اسدالله آباد و همکاران. تهران: نشر کتابدار.
۳۲. حاتمی، حمیدرضا (۱۳۹۰). دانشگاه عالی دفاع ملی دانشکده مدیریت راهبردی عملیات روانی (مفاهیم، اصول، تاکتیک‌ها و تکنیک‌ها).
۳۳. مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی. ترجمه حسین حسینی. پژوهشکده علوم دفاعی دانشگاه امام حسین(ع)
۳۴. ساندرز، دیوید (۱۳۸۰). الگوهای بی‌ثباتی سیاسی. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.