



Media Diplomacy of the Israel Regarding Iran After the Al-Aqsa Storm

zahrashahbazi¹ | Mohammad Mahdi Mostofi Sharbiyani²

Abstract

Given the epic of the Al-Aqsa Storm and the events of 2024, as well as the direct and indirect conflicts between the Islamic Republic of Iran and the Israel, the confrontations have not been limited to the military sphere but have also spilled over into other arenas, resulting in a sophisticated hybrid war between the two fronts. One aspect of this battle is the media activities in which both sides and their allies have played a role. The media diplomacy of the Israel, targeting the people of Iran and Persian speakers, is also a significant part of this media war. Therefore, this article utilizes qualitative content analysis of the headlines from the daily Times of Israel published in Persian to examine the overarching themes and propaganda patterns of this media outlet during the one-year period following the Al-Aqsa Storm (October 2023 - October 2024). The findings indicate that Israel shapes national identity and seeks international support through emotional language, highlighting common enemies, creating adversaries, labeling Iran, and issuing threats. These approaches, based on propaganda principles, aim to enhance the credibility and legitimacy of security policies and advance Israel's strategic objectives in a challenging environment.

Keywords: Propaganda; Media Diplomacy; Iran; Israel; Al-Aqsa Storm.

1. Master's student in Cultural and Media Studies, Imam Hossein University, Tehran, Iran

Zahrashahbazi@ihu.ac.ir

2. PhD in Culture and Communication, Department of Communication and Media, Imam Sadeq University, Tehran, Iran

mahdi.mostofi@isu.ac.ir

DOR: 20.1001.1.25381857.1404.18.66.3.3



مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۷
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۲/۱۱
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۲/۳۱

شاپا چاپی: ۱۸۵۷-۲۵۳۸
الکترونیکی: ۵۲۵۰-۳۶۴۵



دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پس از طوفان الاقصی (با تکیه موردی بر تایمز اسرائیل)

زهرا شهبازی^۱ | محمد مهدی مستوفی شریبانی^۲

چکیده

با توجه به حماسه طوفان الاقصی و رخداد‌های سال ۲۰۲۴ و منازعات مستقیم و غیر مستقیم جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی با یکدیگر، درگیری‌ها صرفاً محدود به محیط نظامی نبوده و به دیگر عرصه‌ها نیز سرایت داشته و جنگ ترکیبی هوشمندی بین دو جبهه رخ داده است. یکی از ساحت‌های این نبرد، فعالیت‌های رسانه‌ای است که هر دو جبهه و متحدانشان در آن به ایفای نقش پرداخته‌اند. دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی با مخاطب قراردادن مردم ایران و فارسی‌زبانان نیز از بخش‌های مهم این جنگ رسانه‌ای است. از همین رو مقاله حاضر با بهره‌گیری از تحلیل محتوای کیفی تیر اخبار روزانه تایمز رژیم صهیونیستی (Times of Israel) که به زبان فارسی منتشر شده است، به مضامین کلان و الگوهای پروپاگاندای این رسانه در بازه زمانی یک سال پس از طوفان الاقصی (اکتبر ۲۰۲۳- اکتبر ۲۰۲۴) پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که رژیم صهیونیستی از طریق زبان احساسی، برجسته‌سازی دشمنان مشترک، دشمن سازی، برجسب زنی بر ایران و تهدید؛ به شکل‌دهی هویت ملی و جلب حمایت بین‌المللی می‌پردازد. این رویکردها، که بر پایه اصول پروپاگاندا بنا شده‌اند، در پی افزایش اعتبار و مشروعیت‌بخشی سیاست‌های امنیتی و پیشبرد اهداف استراتژیک رژیم صهیونیستی در محیطی چالش‌برانگیز است.

کلیدواژه‌ها: پروپاگاندا؛ دیپلماسی رسانه‌ای؛ ایران؛ رژیم صهیونیستی؛ طوفان الاقصی.

۱. دانشجو کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه جامع امام حسین^(ع)، تهران، ایران
Zahrashahbazi@ihu.ac.ir

۲. دکتری فرهنگ و ارتباطات، گروه ارتباطات و رسانه دانشگاه امام صادق^(ع)، تهران، ایران
mahdi.mostofi@isu.ac.ir

DOR: 20.1001.1.25381857.1404.18.66.3.3



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه جامع امام حسین (ع)

این مقاله تحت لایسنس آفرینندگی مردمی (Creative Commons License- CC BY) در دسترس شما قرار گرفته است.

مقدمه و بیان مسئله

امروز مؤثرترین سلاح بین المللی علیه دشمنان و مخالفین، سلاح تبلیغات و سلاح ارتباطات رسانه‌ای است. (خامنه‌ای، سیدعلی، سخنرانی دیدار اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۳۸۸/۰۷/۰۲)

نقش عجیب و اعجاب‌آور رسانه‌ها بر ابعاد مختلف زندگی در جهان امروزی غیرقابل انکار است. (کرم‌زاده و تفنگچی، ۱۳۹۶: ۱۱۸) رسانه‌ها در حال حاضر به وسیله‌ی تسلط بر افکار بدل شده که می‌توانند سازنده و انتقال دهنده پیام باشند. آن‌ها در جوامع مدرن نقشی اساسی در شکل‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کنند و تنها به عنوان ابزارهای انتقال پیام عمل نمی‌کنند، بلکه خود نیز سازندگان پیام و معنا هستند. رسانه‌های جمعی، به‌ویژه رسانه‌های جهانی، به دلیل دسترسی گسترده و قدرت تأثیرگذاری بر مخاطبان بزرگ، قادر به تعریف و جهت‌دهی به گفتمان‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی هستند. تأثیر رسانه‌های جهانی بر افکار عمومی فراتر از انتقال اطلاعات است و شامل خلق چارچوب‌های تفسیری، برجسته‌سازی مسائل خاص، و حتی تحریف واقعیت‌ها بر اساس منافع خاص می‌شود. رسانه‌ها اغلب به عنوان ابزارهایی در اختیار قدرت‌های سیاسی عمل می‌کنند و با استفاده از تکنیک‌های مختلف پروپاگاندا به شکل‌دهی به ادراکات و نگرش‌های عمومی کمک می‌کنند. رسانه‌ها به طور سیستماتیک روایت‌هایی را به مخاطبان القا می‌کنند که مطابق با منافع قدرت‌های سیاسی است. (چامسکی و هرمان، ۱۳۹۱: ۵۶)

جنگ‌های رژیم صهیونیستی با فلسطینیان، به‌ویژه در نوار غزه، یکی از برجسته‌ترین نمونه‌های بهره‌گیری از پروپاگاندا و سیاست رسانه‌ای پیچیده به شمار می‌آید. رژیم صهیونیستی پس از حماسه طوفان الاقصی با تکیه بر رسانه‌ها و استفاده از فنون پیشرفته ارتباطی، به نظر می‌رسد در تلاش است تا با کنترل روایت‌های غالب پیرامون این منازعه، تصویر خود را به عنوان کشوری دفاعی و قربانی حملات "تروریستی" معرفی کند.

تیت‌های خبری، به عنوان یکی از تأثیرگذارترین اجزای محتوای رسانه‌ای، قدرت زیادی در جلب توجه، هدایت افکار عمومی و شکل‌دهی به درک مخاطبان از رویدادها دارند. بر اساس نظریه «برجسته‌سازی» (McCombs & Shaw, 1972)، رسانه‌ها با انتخاب اینکه کدام موضوعات و چگونه آن‌ها را برجسته کنند، در ساختاردهی به اولویت‌های ذهنی و نگرش‌های

مردم نقش مهمی ایفا می‌کنند. در واقع، رسانه‌ها با برجسته کردن روایتی خاص می‌توانند به آسانی تهدیدات، خطرات و فرصت‌های خاصی را به مخاطبان خود القا کنند. در این راستا، مطالعه‌ی تیتز اخبار تایمز رژیم صهیونیستی به ویژه در خصوص بازنمایی نقش ایران و فعالیت‌های منطقه‌ای آن در سال ۲۰۲۴ می‌تواند به آشکارسازی سیاست‌های رسانه‌ای رژیم صهیونیستی بپردازد. تایمز رژیم صهیونیستی یکی از مراجع بزرگ و مهم خبری است که بیش از مد نظر قراردادن مخاطبین ساکن در اراضی اشغالی، توجه مخاطبینی از نقاط مختلف جهان را به خود معطوف ساخته است. این رسانه خبری اطلاعات و اخبار روزانه خود را به چند زبان مختلف منتشر می‌کند که یکی از این زبان‌ها فارسی است. این پژوهش به بررسی تیتزهای خبری سایت تایمز رژیم صهیونیستی (به فارسی) پرداخته است که درباره ایران تدوین و منتشر شده است.

ادبیات نظری

دیپلماسی رسانه‌ای

"راما پراساد" محقق آمریکایی، دیپلماسی رسانه‌ای را به عنوان نقشی که رسانه‌ها در فعالیت‌های دیپلماتیک میان کشورها بازی می‌کنند تعریف کرده است. (پراساد، ۱۲۲: ۲۰۰۲)

در تعریفی "ابو" دیپلماسی رسانه‌ای را هرگونه استفاده از رسانه‌ها در جهت بیان و ترویج سیاست خارجی توصیف می‌کند. (ابو، ۱۹۹۶: ۴۴) به عبارتی دیپلماسی رسانه‌ای به مجموعه سازوکارهایی اطلاق می‌شود که از طریق آن می‌توان بخشی از سیاست‌ها را بر مردم، احزاب، سیاستمداران، گروه‌ها، نهادها، سازمان‌های بین‌المللی و حتی دیگر دولت‌ها اعمال نمود. دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است. به عبارتی دیپلماسی رسانه‌ای کاربرد رسانه‌ها به طور ویژه در ترقی و روان سازی سیاست خارجی است. (گیلوآ، ۲۰۰۲)

طوفان الاقصی

واژه «طوفان الاقصی» نخستین بار در تاریخ ۷ اکتبر ۲۰۲۳ (۱۵ مهر ۱۴۰۲) توسط محمد ضیف، فرمانده کل گردان‌های عزالدین قسام، شاخه نظامی حماس، در یک پیام صوتی اعلام شد. این پیام

از طریق رسانه‌های وابسته به حماس، به‌ویژه شبکه‌های تلویزیونی و وبسایت‌های رسمی این جنبش، منتشر گردید. در این پیام، ضیف آغاز عملیات گسترده‌ای علیه اسرائیل را با نام «طوفان الاقصی» اعلام کرد. این عملیات در واکنش به جنایات مداوم رژیم صهیونیستی، به‌ویژه هتک حرمت مسجدالاقصی و کشتار فلسطینیان، طراحی و اجرا شد. (شبکه العالم، ۲۰۲۳)

این نخستین بار بود که رزمندگان فلسطینی با عبور از دیوار مرزی غزه، به شهرک‌های اطراف نفوذ کردند و در کنار کشته شدن ۶۰۰ رژیم صهیونیستی و مجروح شدن حداقل ۲۰۰۰ نفر، ۷۵۰ نفر نیز به اسارت نیروهای حماس درآمدند. این عملیات از طرف حماس، به عنوان «طوفان الاقصی» نامگذاری شد (خبرگزاری ایسنا، ۱۴۰۲)

رهبر انقلاب اسلامی در رابطه با عملیات طوفان الاقصی روز ۱۸ مهرماه در واکنش به این وقایع فرمودند: «در این قضیه‌ی پانزدهم مهر به این طرف، رژیم غاصب صهیونیستی، هم از لحاظ نظامی، هم از لحاظ اطلاعاتی، یک شکست غیر قابل ترمیم خورده؛ شکست را همه گفتند، تأکید من به غیر قابل ترمیم بودن است.» (خامنه‌ای، سیدعلی، سخنرانی در دانشگاه افسری امام علی علیه السلام، ۱۴۰۲/۰۷/۱۸)

تایمز اسرائیل (The Times of Israel)

یک روزنامه آنلاین رژیم صهیونیستی است که در سال ۲۰۱۲ بنیان نهاده شد. دیوید هورویتس سردبیر و از بنیانگذاران آن است. تایمز آو ایزرائل مستقر در اورشلیم، پایتخت کشور رژیم صهیونیستی است و به زبان‌هایی همچون انگلیسی، فرانسوی، عربی و فارسی فعالیت می‌کند. (گروندز وایک، ۲۰۱۲)

این روزنامه آنلاین با هدف ارائه اخبار پیرامون منازعات، اقدامات و فعالیت‌های رژیم صهیونیستی و تبیین عملکردهای این رژیم روزانه به انتشار اخبار مختلفی می‌پردازد که بخش عمده‌ای از آن مربوط به موضع‌گیری‌های رژیم صهیونیستی نسبت به جمهوری اسلامی ایران است. میزان تولید و انتشار اخبار با موضوعیت ایران و رژیم صهیونیستی در این خبرگزاری به گونه‌ای است که در صفحه تایمز رژیم صهیونیستی (به فارسی) بخش مجزا و ویژه‌ای قرار دارد که عنوان آن (ایران و رژیم صهیونیستی) است که این امر اهمیت پرداختن به مسائل و موضوعات پیرامون

جمهوری اسلامی ایران را نشان می‌دهد. همچنین در بخش‌هایی از این خبرها، مخاطب مردم ایران قرار گرفته‌اند که محتوای آن‌ها عموماً در پی ایجاد حس همدلی و برانگیختگی احساسات عمومی مردم ایران‌اند که به نوعی به دنبال همراه‌سازی مردم ایران با اقدامات صهیونیست و مشروعیت بخشی به آن است.

نظریه پروپاگاندا (Propaganda Theory)

تبلیغات پیشینه تاریخی غنی دارد، به ویژه در قرن بیستم، جایی که به عنوان ابزاری قدرتمند برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و حاکمیت بر ایدئولوژی‌ها ظهور کرد. (اسدی، ۱۳۷۱: ۱۹۱)

این در دوران پاپ گریگوری پانزدهم بود که جماعت مقدس برای تبلیغ ایمان را تأسیس کرد. این سازمان برای انتشار ایمان کاتولیک و به چالش کشیدن اصلاحات پروتستان تأسیس شد. هدف اصلی آن هدایت و تأثیرگذاری بر اعتقادات مذهبی بود. در نتیجه، تبلیغات از آغاز آن ذاتاً با تلاش‌های مبلغی و اهداف سیاسی مرتبط بوده است. با پیشرفت زمان، به ویژه در طول قرن بیستم، تبلیغات در طول منازعات جهانی، از جمله جنگ‌های جهانی و درگیری‌های نظامی بعدی، به یک مکانیسم حیاتی تبدیل شد. در جنگ جهانی اول، مقامات دولتی به طور گسترده‌ای از تبلیغات برای جلب حمایت عمومی استفاده می‌کردند، در حالی که در طول جنگ جهانی دوم، آلمان نازی تحت هدایت جوزف گوبلز، از تبلیغات برای تبلیغ برنامه ایدئولوژیک خود استفاده کرد. گوبلز تصریح کرد که تبلیغات باید به گونه‌ای طراحی شود که واکنش‌های عاطفی از مردم را برانگیزد و دشمنان را در نوری نامطلوب به تصویر بکشد (علی‌عسگری، ۱۳۸۸: ۸۲). برای ساختن یک چارچوب نظری دقیق و تخصصی برای مقاله‌ای که مدل تبلیغاتی و استراتژی‌های رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در مورد فلسطین را تحلیل می‌کند، ضروری است که نظریه‌ها و مفاهیم ذاتاً مرتبط با تبلیغات، سیاست‌های رسانه‌ای و نمایش اختلافات سیاسی را در نظر بگیرید. این چارچوب باید تلفیق نظریه‌های تبلیغاتی کلاسیک، مطالعات ارتباطات و رسانه‌ها را در کنار نظریات قدرت و هژمونی در بر بگیرد. هدف کلی این چارچوب ارائه یک مدل تحلیلی برای بررسی استراتژی‌های رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در چارچوب مناقشه رژیم صهیونیستی و فلسطین است.

واژه پروپاگاندا از ریشه لاتین *propogare* مشتق شده است. واژه پروپاگاره به معنای «پخش کردن»، «نشا کردن» و «چیزی را شناساندن» است که در واقع سه مرحله کاشت، داشت و برداشت را نشان می‌دهد. (محسنیان راد، ۱۳۸۴: ۳۲۴)

پروپاگاندا به عنوان یک فکر که خاصیتا در قرن بیستم و بیست و یکم به یکی از وسایل قوی در شکل دادن به افکار مردم و کنترل فکرها شده است، تاریخچه‌ای طولانی دارد. این واژه ریشه در زبان لاتین دارد و به معنای "انتشار" است و اولین بار در سال ۱۶۲۲ توسط کلیسای کاتولیک استفاده شد. زمانی که پاپ گریگوری پانزدهم "مجمع مقدس برای تبلیغ یک ایمان" را تأسیس کرد. این نهاد برای گسترش دین کاتولیک و مقابله با اصلاحات پروتستانی به وجود آمده بود. هدف آن هدایت باورهای مذهبی می‌باشد. بنابراین، پروپاگاندا از ابتدا با مقاصد دینی و سیاسی پیوند نزدیکی داشت (آنتونی و آرنسون، ۱۳۸۰: ۱۸)

در طول زمان، به خصوص در قرن بیستم، تبلیغات به عنوان یک ابزار مهم در جنگ‌های جهانی و سپس در دوره جنگ سرد استفاده شد. در جنگ جهانی اول، دولت‌ها از تبلیغات زیاد برای جذب حمایت مردم بهره بردند و در جنگ جهانی دوم، آلمان نازی به رهبری جوزف گوبلز به طور وسیع از تبلیغات برای پیشبرد افکار خود استفاده کرد. گوبلز فکر می‌کرد که تبلیغات باید طوری طراحی شود که احساسات مردم را تحریک کرده و تصویر بدی از دشمن نشان دهد.

یکی از بنیان‌گذاران مطالعات پروپاگاندا، لاسول (۱۹۲۷) معتقد بود که پروپاگاندا ابزاری است که از طریق آن دولت‌ها و بازیگران قدرتمند، افکار عمومی را به نفع اهداف سیاسی خود هدایت می‌کنند. در این چارچوب، سیاست‌های رسانه‌ای رژیم صهیونیستی به عنوان ابزاری برای مدیریت افکار عمومی داخلی و بین‌المللی تبیین می‌شود. لاسول سه عنصر کلیدی پروپاگاندا را مطرح می‌کند: فرستنده پیام، مخاطب، و ابزارهای ارتباطی که در مورد رسانه‌های رژیم صهیونیستی به خوبی قابل انطباق هستند. رسانه‌های رژیم صهیونیستی و بین‌المللی به عنوان فرستنده‌های اصلی پیام در چارچوب سیاست‌های دولت، از رسانه‌ها برای شکل‌دهی به روایت‌های خاص استفاده می‌کنند. این جاست که تعریف پروپاگاندا معنی می‌یابد: «ایجاد تغییرات مطلوب در افکار عمومی به منظور رسیدن به اهداف مشخص» (محمد حسن زورق، ۱۳۶۸: ۴۴).

مدل پروپاگاندا هرمان و چامسکی: چارچوب نظری رسانه‌ها به عنوان ابزار قدرت

مدل پروپاگانداي هرمان و چامسکی، که در کتاب ساخت رضایت معرفی شد، یکی از مهم‌ترین منابع نظری برای تحلیل پروپاگاندا و بررسی سیاست‌های رسانه‌ای است. این مدل به ما کمک می‌کند تا درک کنیم چگونه رسانه‌ها در خدمت نهادهای قدرت قرار گرفته و به انتشار پیام‌هایی می‌پردازند که منافع دولت‌ها یا شرکت‌ها را تأمین می‌کند.

مدل مذکور چارچوبی مناسب برای درک این سیاست رسانه‌ای ارائه می‌دهد. طبق این مدل، رسانه‌ها به عنوان نهادهایی که در خدمت منافع نخبگان اقتصادی و سیاسی قرار دارند، به شکل‌گیری افکار عمومی در راستای اهداف قدرت‌های مسلط کمک می‌کنند. این رسانه‌ها، با فیلتر کردن اطلاعات و تأکید بر مسائل خاصی که مطابق با منافع قدرت‌های مسلط است، روایتی منحرف از واقعیت ارائه می‌دهند. به نظر می‌رسد با توجه به سیاست‌های رژیم صهیونیستی، آنان در تلاشند تا با بهره‌گیری از این مدل روایت‌های خود را از جنگ با غزه به عنوان "دفاع مشروع" در برابر حملات "تروریستی" حماس به مخاطبان جهانی تحمیل کنند و همه این‌ها در حالتی است که رژیم صهیونیستی تا به حال بارها سعی در قتل دسته جمعی، حمله به افراد غیرنظامی و کودکان، حمله به مراکز درمانی و... را داشته است.

مدل پروپاگاندا هرمان و چامسکی بر پنج فیلتر اصلی تمرکز دارد:

۱. مالکیت رسانه‌ها: رسانه‌های متعلق به نهادهای خصوصی یا دولتی اغلب پیام‌هایی را منتشر می‌کنند که در راستای منافع این نهادها باشد.
۲. تأمین مالی از طریق تبلیغات: رسانه‌ها به دلیل وابستگی به درآمدهای تبلیغاتی ممکن است از بازتاب پیام‌های نامطلوب برای تبلیغ‌دهندگان خودداری کنند.
۳. منابع خبری: رسانه‌ها به منابع خاصی از اطلاعات وابسته‌اند، از جمله نهادهای رسمی دولتی و غیردولتی، که این منابع نیز بر محتوای خبری تأثیر می‌گذارند.
۴. انتقادهای مخالفان: رسانه‌ها معمولاً برای محافظت از خود در برابر انتقادات، از ارائه پیام‌های مغایر با نگرش‌های غالب خودداری می‌کنند.
۵. ایدئولوژی مبارزه با تروریسم: این فیلتر به تمرکز بر تهدیدها و خطرات خارجی اشاره دارد که رسانه‌ها اغلب آن‌ها را به عنوان تهدیدی برای امنیت عمومی معرفی می‌کنند. (چامسکی و هرمان، ۱۳۹۱: ۶۴)

این مدل به‌ویژه در تحلیل رسانه‌های رژیم صهیونیستی که ایران را به‌عنوان تهدیدی برای امنیت ملی خود بازنمایی می‌کنند، مفید است. این رسانه‌ها با استفاده از فیلترهای پروپاگاندای مدل، ایران را به‌عنوان "تهدید" بازنمایی کرده و از این طریق به تقویت روایات خود پرداخته‌اند.

نظریه چارچوب‌بندی رسانه‌ای (Framing Theory)

این مفهوم را ابتدا گافمن در پژوهش‌های خود در حوزه جامعه‌شناسی به کار برد. به باور او، ما از «طرح‌های تفسیری» برای سازماندهی و دسته‌بندی تجربه‌های زندگی خود استفاده می‌کنیم تا معنادار شوند. این طرح‌های تفسیری چارچوب نام دارند و افراد را قادر می‌سازند تا «تعیین، درک و شناسایی کرده، برجسته‌بزنند». در تعریف گافمن، چارچوب «لگویی پیشینی در ذهن است که افراد با استفاده از آن می‌توانند تجربه‌های زندگی خود را با قرار دادن در این قاب‌ها معنادار سازند. با این تعبیر، چارچوب به مفهوم زمینه نزدیک می‌شوند. (روث و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۰ و پارک، ۲۰۰۳: ۱۴۷-۱۴۶).

براساس نظریه‌های گافمن و انتمن (۱۹۷۴)، چارچوب‌بندی رسانه‌ها به معنی انتخاب برخی از جنبه‌های واقعیت و حذف دیگر جنبه‌ها برای جهت‌دهی به برداشت مخاطبان است. چارچوب‌بندی جنگ و صلح در تحلیل تیت‌های خبری به شناسایی موارد زیر کمک می‌کند:

۱. چارچوب تهدید: تیت‌هایی که ایران را به‌عنوان تهدید امنیتی معرفی می‌کنند.
۲. چارچوب دفاع: تیت‌هایی که اقدامات رژیم صهیونیستی را مشروع و دفاعی جلوه می‌دهند.
۳. چارچوب مظلومیت: بازنمایی رژیم صهیونیستی به‌عنوان قربانی و در معرض خطر.
۴. چارچوب تهاجم: بازنمایی اقدامات ایران به‌عنوان تهاجمی و غیرقانونی (گافمن و انتمن، ۱۹۷۴).

پیشینه پژوهش

* کاظم موذن (۱۴۰۳) در مقاله‌ای با عنوان دیپلماسی عمومی اسرائیل از طریق رسانه در قبال ایران در جریان عملیات طوفان الاقصی و حملات اسرائیل به نوار غزه در پی پاسخ به این سوال است که رسانه‌های اسرائیلی چگونه جنگ غزه و کنش‌گران درگیر در آن را برای مخاطبان ایرانی چارچوب‌بندی کرده و این چارچوب‌های رسانه‌ای چه نسبتی با اهداف و اغراض دیپلماسی

عمومی اسرائیل در قبال ایران داشته‌است. در این مسیر پنج کانال تلگرامی فارسی زبان که از داخل اسرائیل سیاست‌های این کشور را پیگیری می‌کنند، از ابتدای وقوع عملیات طوفان الاقصی تا ۴ ماه بعد، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی تحلیل و بررسی شده‌اند.

* میثم فرخی و محمدمهدی سمنون (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی؛ مورد مطالعه: خبرگزاری‌های هاآرتص، اورشلیم‌پست و اسرائیل هیوم به دنبال بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی اند تا بتوانند با توجه به اهمیت این مسئله رویکردهای دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران را احصا کرده و به بررسی تحلیلی آن پردازد. کوشش محقق بر آن بوده است تا با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی رسانه‌های تاثیرگذار رژیم صهیونیستی رامورد تحلیل قرار دهند.

* زهرا سلیمانی و علی محمد صالحی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان نقش آفرینی رژیم صهیونیستی در بحران یمن و بایسته‌های رسانه‌ای کوشش کرده‌اند تا علل و ابعاد مداخله و نقش آفرینی رژیم صهیونیستی در بحران یمن را، بررسی و میزان انطباق فعالیت رسانه‌های همسو و مدافع ملت یمن در این بحران با حجم تحرکات خصمانه رژیم صهیونیستی در آن ارزیابی کنند. بر این اساس، هدف اصلی مقاله، تبیین علل و مستندسازی مداخلات رژیم صهیونیستی در جنگ یمن و مطالعه میزان کفایت فعالیت‌های رسانه‌ای محور مقاومت و رسانه‌های همسو با حجم مداخلات رژیم صهیونیستی در این بحران است. در انتهای مقاله، راهکارهای رسانه‌ای برای بهبود فعالیت‌های رسانه‌ای شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما در بازتاب این جنگ ارائه شده است.

* رها خرازی (۱۳۹۴) آذر در مقاله‌ای با عنوان دیپلماسی رسانه‌ای، توان نوین استراتژیک کشورها ضمن بررسی مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای به بررسی نقش رسانه‌ها در امور دیپلماتیک و چالش‌های حضور رسانه‌ها در فرایندهای دیپلماتیک می‌پردازد. او در بررسی‌ها و ارائه تعریفی مشخص از دیپلماسی رسانه‌ای بیان می‌دارد که

دیپلماسی رسانه‌ای را با تأثیرات بینهایت گسترده به صورت کلی کاربری رسانه‌ها از سوی رهبران و دیپلمات‌ها به منظور تحلیل و پیشبرد دیپلماسی و سیاست خارجی است که به طور ویژه امتداد دیپلماسی و سیاست خارجی هر کشور با هر نظام رسانه‌ای و در هر نظام سیاسی-حاکمیتی است.

* سیدمحمد شفیع و امیررضا گل محمدی (۱۴۰۳) در پژوهش خود با عنوان بررسی نتایج عملیات ۷ اکتبر در رقابت هژمون‌ها و نقش بازیگران منطقه‌ای در خاورمیانه، ه دنبال پاسخگویی به این سوال‌اند که چگونه عملیات ۷ اکتبر (طوفان الاقصی) توانسته موقعیت آمریکا را در جنگ روسیه-اوکراین و در قبال چین و هم‌منظور معادلات ارتباطی آن با متحدان منطقه‌ای در خاورمیانه و ایران را تحت الشعاع قرار دهد و سیاست‌های آمریکا برای کنترل چالش‌ها مثبت بوده است یا خیر. یافته‌های پژوهش نشان دهنده آن است که برنامه آمریکا در زمین‌گیری روسیه در اوکراین، درگیر کردن چین در تایوان و عادی‌سازی روابط عربستان و اسرائیل و فشار بر ایران با شکست یا توقف موقت روبرو گردیده است.

* هانان تومر (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان "The Framing of the Israeli-Palestinian Conflict in Israeli Media" به این نکته اشاره می‌کند که رسانه‌های رژیم صهیونیستی از تکنیک‌های چارچوب‌سازی برای معرفی رژیم صهیونیستی به عنوان قربانی حملات فلسطینیان و مشروعیت‌بخشی به اقدامات نظامی این کشور استفاده می‌کنند.

* دنی روبینسون (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان "Discourse and Power in Israeli Media: A Critical Analysis" به بررسی نحوه استفاده از قدرت و گفتمان در رسانه‌های رژیم صهیونیستی می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌ها از زبان برای تقویت گفتمان‌های امنیتی و تهدیدسازی استفاده می‌کنند.

با توجه به آنچه که ذکر شد، نوآوری پژوهش حاضر در بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی با مخاطب قراردادن مردم ایران و فارسی‌زبانان از طریق یکی از رسانه‌های خبری بین‌المللی خود یعنی تایمز رژیم صهیونیستی است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های کیفی قرار دارد و پس از جمع‌آوری داده‌های مدنظر پژوهش از طریق مطالعه سایت خبری تایمز رژیم صهیونیستی، داده‌های گردآوری شده به روش تحلیل محتوای کیفی مورد بررسی قرار گرفتند. تحلیل محتوای کیفی ابزاری تحلیلی برای بررسی داده‌های متنی، شناسایی الگوها و مضامین معنایی، و مطالعه پیام‌های رسانه‌ای است. کریپندورف (2004) تحلیل محتوای کیفی را به‌عنوان روشی برای استخراج معانی ضمنی و کشف فرآیندهای پیچیده در متن معرفی می‌کند (Krippendorff, 2004).

این روش با بهره‌گیری از کدگذاری و دسته‌بندی محتوای متنی، امکان مطالعه جامع پیام‌های رسانه‌ای را فراهم می‌کند. در این راستا، مایلز و هابرم (1994) بر اهمیت تحلیل داده‌های کیفی در شناسایی الگوهای روایی و ساختارهای معنایی تأکید دارند که به تفسیر دقیق‌تر پیام‌ها منجر می‌شود (Miles & Huberman, 1994).

در گام اول، چارچوب نظری و سؤالات پژوهش باید به‌صورت روشن و متناسب با اهداف تحقیق تعیین شود. در این پژوهش، سؤالاتی نظیر «چگونه رژیم صهیونیستی در رسانه‌های خود ایران را بازنمایی می‌کند؟» و «چه الگوهای معنایی در پیام‌های رسانه‌ای رژیم صهیونیستی نسبت به ایران وجود دارد؟» مورد توجه هستند. گلیزر و استراوس (1967) تأکید می‌کنند که پرسش‌های تحقیق باید دقیق و در چارچوب نظری پژوهش تدوین شوند تا نتایج معتبرتر و شفاف‌تری به دست آید (Glaser & Strauss, 1967).

داده‌ها شامل تیتراهای خبری وب‌سایت تایمز رژیم صهیونیستی (به فارسی) یک‌سال اخیر از زمان عملیات طوفان الاقصی (هفتم اکتبر ۲۰۲۳) تا اکتبر سال ۲۰۲۴ است که دلیل انتخاب این بازه زمانی اتفاقات و وقایع اخیر در منازعات فلسطین و رژیم صهیونیستی و بالا رفتن تنش‌ها و درگیری‌های میان موافقان و مخالفان این دو کشور بوده است. در این میان نقش ایران را به‌عنوان پشتوانه حزب الله و فلسطین نمی‌توان نادیده گرفت و همه این منازعات در حالتی است که صهیونیست، ایران را یکی از دشمنان اصلی خود می‌داند.

پتینگرو (2016) و مک کواری (2001) بر اهمیت انتخاب داده‌های متنوع از منابع معتبر و هدفمند در تحقیقات کیفی تأکید دارند تا بتوان به تحلیلی جامع دست یافت. (Patton, 2016; McQuail, 2001)

در اقدام اولیه تمامی تیتراهای اخبار روزانه وبسایت خبری تایمز رژیم صهیونیستی جمع آوری و بر اساس ماه انتشارشان دسته بندی شد. سپس با استفاده از نرم افزار MAXQDA، داده‌ها مورد تحلیل و بررسی قرار گرفتند.

سؤالات پژوهش

پژوهش درصدد پاسخگویی به این پرسش است که «دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پس از طوفان الاقصی به چه صورت است؟»

و در این راستا سؤالات فرعی ذیل را مطرح کرده و درصدد پاسخ به آنان است:

- هدف رژیم صهیونیستی در دیپلماسی رسانه‌ای خود از طریق تایمز رژیم صهیونیستی کدام است؟
- رژیم صهیونیستی از چه روش‌های اهداف دیپلماسی رسانه‌ای خود را از طریق تایمز رژیم صهیونیستی پیگیری می‌کند؟
- رسانه تایمز رژیم صهیونیستی چه مضامین کلانی را در خصوص ایران به کار می‌گیرد؟
- ابزارها و تکنیک‌های به کار گرفته شده توسط تایمز رژیم صهیونیستی ذیل کدام یک از نظریه‌های رسانه قرار می‌گیرد؟

یافته‌های پژوهش

در کدگذاری اولیه تیتراها ۱۳۵ مضمون اولیه کدگذاری شده‌اند که در ۱۰ عنوان اولیه بر حسب سیاست‌های رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در خصوص ایران، دسته‌بندی شدند. کدها براساس تکنیک‌ها و سیاست‌های رسانه‌ای به کار گرفته شده توسط دولت رژیم صهیونیستی و بر حسب تحریک احساسات عمومی انجام شده است که در جدول شماره یک قابل مشاهده است.

جدول ۱. مضامین اولیه

کدها	تیترها
حمایت‌های بین‌المللی	ایالات متحده بطور خصوصی راجع به فعالیت مشکوک هسته‌ای به ایران هشدار داد آرژانتین با استناد به ۷ اکتبر و روابط نزدیک با ایران، حماس را گروه تروریستی اعلام کرد قربانیان ۷ اکتبر گالانت به آستن گفت وقت آن است که ایالات متحده به وعده ممانعت از دستیابی ایران به تسلیحات هسته‌ای وفا کند مقامات ایالات متحده برای جلوگیری از درگیری منطقه‌ای، با ایران در عمان مذاکرات غیرمستقیم برگزار کردند قدرت‌های بزرگ غربی رگبار موشک ایران را محکوم کردند، اما خواهان تنش زدایی، و خویشتن داری شدند در سازمان ملل، غرب ایران را متهم به آزمون غیرقانونی موشکی، غنی‌سازی درجه بالای اورانیوم کرد بایدن دفاع «شگرف» رژیم صهیونیستی علیه ایران را تحسین کرد، گفت مخالف پاسخ نظامی است ایالات متحده و بریتانیا بیش از ۳۰ هدف ایران را زدند وزارت خارجه ایالات متحده گفت نه ما و نه اسرائیل در انفجار ایران که بیش از ۸۰ تن در آن کشته شدند دست نداشتیم قبرس در عملیات مشترک با موساد توطئه رژیم ایران برای قتل رژیم صهیونیستی‌ها را خشی کرد
حملات نظامی	موساد در ماه مه مأموران IRGC را اجیر کرد تا بمبی که هتیه را کشت را کار بگذارند اسرائیل در حمله به سامانه‌های دفاعی S-۳۰۰ نزدیک سایت هسته‌ای نطنز از موشک رادار ریز استفاده کرد اسرائیل به سنگر هواداران رژیم ایران در نزدیکی دمشق حمله هوایی کرد
زبان احساسی و تحریک آمیز	نتانیاهاو به مردم ایران گفت «رژیم صهیونیستی در کنار شما است» ایران «زودتر از آنکه مردم گمان دارند» آزاد خواهد شد گفته شد رهبری رژیم ایران عمیقاً به لرزه افتاده ایالات متحده و بریتانیا از احتمال کمک روسیه به ایران حول برنامه تسلیحات هسته‌ای نگران‌اند رئیس‌جمهور جدید رژیم ایران موضع ضداسرائیل کشور را از نو تأیید، و از «مقاومت» پشتیبانی کرد قربانیان ۷ اکتبر رئیس‌جمهوری رژیم ایران در صورت وقوع حمله بزرگ تهدید به نابودی رژیم صهیونیستی کرد گفت ایران قصد دارد «رژیم صهیونیستی را برای همیشه نابود کند»

جدول ۱. مضامین اولیه

کدها	تیترها
	ایالات متحده و بریتانیا از احتمال کمک روسیه به ایران حول برنامه تسلیحات هسته‌ای نگران اند رژیم صهیونیستی اکنون معتقد است ایران در چند روز آتی قصد حمله دارد در بحبوحه تشدید نگرانی از بروز جنگ رئیس جمهور جدید رژیم ایران موضع ضداسرائیل کشور را از نو تأیید، و از «مقاومت» پشتیبانی کرد
ایجاد حس هویت جمعی و دشمن مشترک	دو سوم رژیم صهیونیستی ها در صورت ادامه حملات حزب‌الله با بمباران ایران موافق اند عربستان سعودی کشتن هتیه را «نقض آشکار» حاکمیت ایران می خواند گسترش تولیدات موشک بالستیک رژیم ایران یهودی ایرانی که در تهران به مرگ تهدید شده بود ایران حمله حماس به رژیم صهیونیستی را جشن گرفت و «عملیات غرورآفرین» خواند رئیس جمهوری رژیم ایران در صورت وقوع حمله بزرگ تهدید به نابودی رژیم صهیونیستی کرد هنرمند ایرانی در رژیم صهیونیستی، با بزرگداشت پیوند ایرانیان و یهودیان، از دیوارنگاری با الهام از ۷ اکتبر رونمایی کرد خامنه‌ای از حمله حماس به رژیم صهیونیستی تقدیر کرد، بار دیگر مشارکت در حمله را انکار کرد ۵۰۰ تروریست عضو حماس و جهاد اسلامی ماه گذشته در ایران برای تهاجم ۷ اکتبر آموزش دیدند
جلوه دادن به سیاست های پیشگیرانه	اسرائیل نقاطی در ایران که احتمال دارد بمباران کند را معین میکند رژیم ایران سراسیمه قصد بازگرداندن نظم قدیم به منطقه را داشت اما رژیم صهیونیستی در موقعیت پاتک بود ترس از گسترش جنگ رژیم صهیونیستی و حماس غرب را از حمله به برنامه هسته‌ای ایران بازداشت ایران گفت اگر برای جنگ غزه راه حلی یافت نشود «دیگر فردا دیر خواهد بود»، نسبت به «گسترش» هشدار داد شاباک گفت اخیراً توطئه سوء قصد ایران به مقامات رژیم صهیونیستی را خنثی کرد
پیشگیری از تهدیدات خارجی	اکنون ممانعت کامل از انتقال تسلیحات ایران به حزب‌الله اولویت اول است گلانت در مرکز فرمان گفت نیروی هوایی رژیم صهیونیستی برای «انتقال سریع به تهاجم» آماده می‌شود جلوگیری از درگیری منطقه‌ای، با ایران

جدول ۱. مضامین اولیه

کدها	تیترها
امنیت داخلی	یک اسرائیلی که در ازای دریافت ۱۰۰ هزار دلار از ایران توطئه قتل دانشمند بومی را ریخت، دستگیر شد دو رژیم صهیونیستی به علت خرابکاری و توطئه ترور برای ایران دستگیر شدند گالانت در پی اصابت موشک های ایران به پایگاه گفت: حمله حتی «خراش» به نیروی هوایی وارد نکرد لاشه موشک بالستیک ایران که در دریای مرده سقوط کرد را نشان می دهد شاباک، سازمان اطلاعات و امنیت رژیم صهیونیستی از توطئه رژیم ایران برای فریب رژیم صهیونیستی ها و دریافت اطلاعات پیرامون مقامات اطلاعاتی پرده برداشت
امنیت نظامی	سربازان رژیم صهیونیستی به انبار تسلیحات سپاه پاسداران در سوریه یورش بردند، تجهیزات و اسناد را ربودند نیروهای دفاعی رژیم صهیونیستی به محموله تسلیحاتی ایران در نزدیکی دمشق حمله هوایی کرد مقامات ایران گفتند در صورت حصول آتش-بس غزه، برنامه انتقام لغو خواهند کرد موساد در ماه مه مأموران IRGC را اجیر کرد تا بمبی که هتیه را کشت را کار بگذارند ارتش رژیم صهیونیستی بیش از ۱۰۰ پهپاد را که از ایران به سمت رژیم صهیونیستی شلیک شده اند، ردیابی می کند شاباک، سازمان اطلاعات و امنیت رژیم صهیونیستی گفت توطئه رژیم ایران برای قاچاق تسلیحات پیشرفته به تروریستهای کرانه باختری را خنثی کرد گرچه حمله-های اخیر ایران نشان از ضعف دارد در آخرین درگیری مرزی لبنان، حزب الله ۳۰ خمپاره شلیک کرد، نیروهای دفاعی رژیم صهیونیستی تیم ضد تانک را زد قبرس در عملیات مشترک با موساد توطئه رژیم ایران برای قتل رژیم صهیونیستی ها را خنثی کرد
تهدید	ایران گفت در صورت حمله رژیم صهیونیستی پاسخ «قاطع» خواهد داد حملات سایبری ایران علیه رژیم صهیونیستی اسرائیل در فکر بمباران سکوهای نفتی، تأسیسات هسته-ای ایران است نخست وزیر رژیم صهیونیستی هشدار داد ایران بهای «اشتباه بزرگ» را خواهد داد به ایران علیه حمله هشدار داد

جدول ۱. مضامین اولیه

کدها	تیترها
	فرمانده ارشد سپاه پاسداران بر اثر جراحات وارده اخیر در حمله هوایی در سوریه کشته شد مقام ارشد رژیم صهیونیستی: اگر رهبران رژیم ایران قصد گسترش مناقشه را داشته باشند، از روی زمین محوشان می‌کنیم نخست وزیر رژیم صهیونیستی با تشبیه حماس به «وحشی‌ها» داعش سوگند یاد کرد در جنگ برای «حفظ موجودیت» پیروز خواهیم بود مسکو پذیرای هیئت حماس و معاون وزیر خارجه ایران شد، خشم رژیم صهیونیستی را برانگیخت همزمان که اسرائیل برای حمله ایران و حزب الله کمین می‌کشد، فرمانده نیروهای دفاعی طرح نبرد چند-جبهه‌ای را تصویب کرد ایالات متحده بطور خصوصی راجع به فعالیت مشکوک هسته‌ای به ایران هشدار داد وزیر خارجه رژیم صهیونیستی: نتایج انتخابات ایران «پیامی روشن» به آیت الله‌ها، قول پاسخ به حمله ایران داد کابینه جنگ رژیم صهیونیستی، موافق حمله متقابل به ایران است نتانیاهو در لفافه به انتقام در صورت حمله ایران اشاره کرد رژیم صهیونیستی تهدید کرد اگر ایران از خاک خود حمله کند «پاسخی محکم» در قلمرو ایران خواهد داد فرمانده رده بالای سپاه پاسداران که در حمله هوایی در دمشق کشته شد نتانیاهو هشدار داد «به آنها که به ما آسیب برسانند آسیب می‌رسانیم» هلاکت فرمانده ارشد سپاه پاسداران در حمله هوایی منتسب به اسرائیل در دمشق در دور جدید حمله هوایی به گروه‌های تحت حمایت ایران بدنبال حمله مرگبار پهبادی، ایالات متحده ۸۵ سایت مرتبط با سپاه پاسداران و شبه-نظامیان را در عراق و سوریه بمباران کرد هشدار جهانی به تهران خامنه‌ای [ولی فقیه ایران] به رهبر حماس در سفر وی به تهران گفت «وعده محو رژیم صهیونیستی قابل تحقق است» حساب کاربری رهبر رژیم اسلامی ایران از فیس‌بوک، و اینستاگرام حذف شد
دشمن سازی و	حماس تهاجم ۷ اکتبر را عقب انداخت تا ایران و حزب الله را نیز شریک کند رئیس جمهور رژیم صهیونیستی، مردم ایران و لبنان را به «خیزش» علیه محور رژیم

جدول ۱. مضامین اولیه

کدها	تیترها
برچسب گذاری	صهیونیستی-ستیزی به سرکردگی تهران فراخواند خامنه-ای گفت ایران عقب نخواهد نشست، عمر اسرائیل دیری نخواهد پایید حمله موشکی رژیم ایران رئیس جمهوری ایران در سازمان ملل گفت «تروریسم دولتی رژیم صهیونیستی در لبنان نمیتواند بدون پاسخ بماند» رئیس جمهوری رژیم ایران ایران گزارش انتقال موشک به روسیه را تکذیب کرد؛ مسکو بطور مشخص انکار نمیکند ریس زوجی را متهم کرد که در توطئه رژیم ایران علیه یهودیان در فرانسه و آلمان دست داشته-اند سپاه پاسداران انقلاب اسلامی گفت انتقام ایران از رژیم صهیونیستی «ممکن است دوره انتظار این پاسخ طولانی شود» رئیس جمهوری رژیم ایران از حمله به رژیم صهیونیستی پشتیبانی کرد و با رهبران تروریسم غزه به مذاکره پرداخت مرد رژیم صهیونیستی بخاطر گماشتگی برای مأمور ایرانی محکوم شد ممکن است دست ایران، حزب الله، در کار باشد رئیس جمهوری رژیم ایران عادی سازی روابط با اسرائیل را «حرکت ارتجاعی و قهقرایی» خواند و محکوم کرد رژیم صهیونیستی اکنون معتقد است ایران در چند روز آتی قصد حمله دارد عاملان رژیم ایران برای جذب و بکارگماری رژیم صهیونیستیها خود را رژیم صهیونیستی معرفی میکردند بلینکن گفت ایران یکی دوهفته با تولید مواد کافی برای سلاح هسته-ای فاصله دارد رئیس جمهور جدید رژیم ایران گسترش تولیدات موشک بالستیک رژیم ایران خبر می-دهد هیئت رژیم ایران در سازمان ملل تهدید کرد ایران در حال افزایش ذخیره اورانیوم نزدیک درجه تسلیحاتی خود است یهودی ایرانی که در تهران به مرگ شده بود خامنه-ای [ولی فقیه] رژیم ایران، عادی-سازی روابط اعراب با رژیم صهیونیستی را مورد حمله و تمسخر قرار داد

جدول ۱. مضامین اولیه

کدها	تیترها
	ایران تا مقدار مکفی اورانیوم برای ساخت یک بمب «چند هفته» فاصله دارد نه چند ماه خامنه-ای به پاسدارانش گفت «شناخت روشهای دشمن» ادامه یابد ایران نسبت به احتمال تجدید نظر در «سیاست هسته-ای» خود هشدار داد؛ تهدید به بمباران سایتهای هسته ای رژیم صهیونیستی کرد سپاه پاسداران بر سر قتل فرمانده ارشد خود رژیم صهیونیستی را تهدید به «اقدام مستقیم» کرد ایران در پی کشته شدن افسر ارشد سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در حمله هوایی متناسب به رژیم صهیونیستی در سوریه سوگند انتقام خورد ایران تهدید کرد در صورت پشتیبانی واشنگتن از حمله متقابل رژیم صهیونیستی، پایگاههای ایالات متحده را مورد حمله قرار دهد در دو سال گذشته ایران سیل اسلحه به کرانه غربی روانه کرده، قصد دارد ناحیه را به نقطه اغتشاش بعدی تبدیل بکند رأس ستاد سایبری رژیم صهیونیستی گفت حمله های سایبری ایران و حزب الله در طول جنگ سه برابر شده است وزیر خارجه رژیم ایران قول «آسیب حداکثری» داد رژیم صهیونیستی رژیم ایران را متهم به «پاشیدن بذر آشوب» در کرانه باختری کرد رژیم ایران و گروه تروریستی حزب الله توطئه رژیم ایران برای قاچاق تسلیحات پیشرفته به تروریستهای کرانه باختری ایران از بنادر اروپایی برای اختفای محموله های تسلیحاتی به مقصد حزب الله استفاده می کند گرچه حمله های اخیر ایران نشان از ضعف دارد توطئه رژیم ایران برای فریب رژیم صهیونیستی ها کشتی جنگی ایران «وارد دریای سرخ می شود» نیروهای دفاعی رژیم صهیونیستی گفت شواهدی یافته که نشان می دهد حماس به کمک ایران دارای توانایی تولید موشک کروز شده است
مشروعیت بخشی	هفت یهودی رژیم صهیونیستی بخاطر جاسوسی پیرامون چهره های امنیتی، پایگاه های IDF برای ایران دستگیر شدند رژیم صهیونیستی عهد بست رژیم ایران برای حمله حزب الله به خانه نتانیاهو تقاص دهد؛

جدول ۱. مضامین اولیه

کدها	تیترها
	تهران اجتناب می کند اداره سایبری رژیم صهیونیستی از حمله ۰ فیشینگ اسکواد هک در ایران هشدار داد رژیم صهیونیستی حق و وظیفه دارد حمله موشکی ایران را پاسخ دهد و چنین خواهد کرد سربازان رژیم صهیونیستی به انبار تسلیحات سپاه پاسداران در سوریه یورش بردند، تجهیزات و اسناد را ربودند نیروهای دفاعی رژیم صهیونیستی «در آماده باش کامل» است و بایدن عهد کرد در مقابل «تمامی تهدیدات ایران» از رژیم صهیونیستی دفاع کند نمایندگان کنست رژیم صهیونیستی به مرگ رئیسی واکنش سرد نشان دادند، «ما اشکی نمی ریزیم دولت سکوت کرده است» همزمان که هکرهای ایرانی ماهرتر می-شوند، رژیم صهیونیستی برای محافظت از خود «گنبد سایبری» می سازد حمله «محدود» تلافی جویانه رژیم صهیونیستی خلبان هایی که حمله ایران را دفع کردند بایدن دفاع «شگرف» رژیم صهیونیستی علیه ایران را تحسین کرد، گفت مخالف پاسخ نظامی است نیروهای دفاعی رژیم صهیونیستی گفت با احتمال حمله ایران در آماده باش کامل است رژیم صهیونیستی برای واکنش رژیم ایران آماده می-شود نتانیا هو هشدار داد «به آنها که به ما آسیب برسانند آسیب می-رسانیم» حمله هوایی به لبنان شبه-نظامیان ایرانی که در شلیک راکت به شمال دست داشتند هدف گرفته شدند

کدگذاری به عنوان مرحله ای کلیدی در تحلیل محتوای کیفی، به شناسایی مضامین و دسته بندی داده ها کمک می کند. بویر و هولشتاین بیان می کنند که کدگذاری باید به صورت سیستماتیک انجام شود و با تحلیل دقیق مضامین و ترکیب داده ها، چارچوب معنایی مشخصی ارائه کند (Boeijs & Holstein, 2003).

به عنوان مثال به بررسی چند عنوان می‌پردازیم:

• **مثال‌ها:**

- * ایران تهدید کرد اگر رژیم صهیونیستی وارد غزه شود، «هیچکس قادر به تضمین کنترل وضعیت نخواهد بود».
- * ایران گفت در صورت حمله رژیم صهیونیستی پاسخ «قاطع» خواهد داد، از سازمان ملل خواست مداخله کند.
- تحلیل: تیتیهایی که شامل هشدارها و تهدیدها هستند اغلب برای بازنمایی دشمنی طرف مقابل و ایجاد حس خطر قریب‌الوقوع به کار می‌روند. این ساختارها نشان می‌دهند که طرف مقابل در حال آماده‌سازی اقدامات خصمانه است و به نوعی رژیم صهیونیستی را در موقعیت دفاع مشروع قرار می‌دهند.

• **مثال‌ها:**

- * نتانیاهو هشدار داد ایران بهای «اشتباه بزرگ» را خواهد داد.
 - * گالانت به خلبانانی که حمله ایران را دفع کردند: «کار ما از این به بعد بیشتر می‌شود».
 - تحلیل: این تیتیه‌ها رژیم صهیونیستی را در جایگاه قربانی نشان می‌دهند که به طور ناعادلانه مورد حملات و تهدیدات قرار گرفته است. در عین حال، رژیم صهیونیستی به عنوان قهرمانی معرفی می‌شود که از مردم خود و ارزش‌های ملی دفاع می‌کند. این استراتژی به نوعی تلاش دارد تا مشروعیت اقدامات نظامی رژیم صهیونیستی را افزایش دهد.
- در بررسی اخبار و تیتیه‌های خبری، نام خبرنگاران و نویسندگان اخبار پیرامون مسائل ایران و رژیم صهیونیستی تنها محدود به ۳-۵ نفر است و در بخش عمده‌ای از اخبار نام نویسندگان به صورت «تحریریه تایمز رژیم صهیونیستی» قید شده است. بخش زیادی از اخبار نیز توسط نویسندگانی چون امانوئل فابیان و دیوید هورویتز، در رابطه با منازعات ایران و رژیم صهیونیستی انجام شده است که در میان همه این اخبار، نقاط مشترک زیادی به چشم می‌خورد. به نوعی که کاربست سیاستی خاص در تدوین و ارائه اخبار، کاملاً مشهود است.

اعتبار و پایایی نتایج از مؤلفه‌های اساسی در تحلیل محتوای کیفی هستند. **لینکلن و گوبا** بر اهمیت استفاده از تکنیک‌های مثلث‌سازی (Triangulation) برای افزایش اعتبار یافته‌ها تأکید می‌کنند. استفاده از مثلث‌سازی و ارزیابی داده‌ها از دیدگاه‌های مختلف، به ایجاد نتایج دقیق‌تر و اعتمادپذیرتر منجر می‌شود. (Lincoln & Guba, 1985) همچنین، **اسکار کیسین** به اهمیت بازبینی داده‌ها توسط همکاران علمی و استفاده از چند روش تحلیل برای افزایش اعتبار نتایج اشاره می‌کند (Schwartz-Shea & Yanow, 2000).

پس از کدگذاری و تحلیل داده‌ها، مرحله تفسیر نتایج آغاز می‌شود. این مرحله شامل شناسایی معانی پنهان و تبیین الگوهای معنایی است. ۵ مضمون کلان از دسته‌بندی و کدگذاری اولیه به دست آمده که شامل ایجاد و تقویت احساس تهدید، تقویت اتحاد و هویت جمعی، برجسته‌سازی قدرت و توان نظامی، مشروعیت بخشی به اقدامات نظامی و تحریک عاطفی و ترس افزایشی است که در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است.

تایمز رژیم صهیونیستی با به کارگیری سیاست رسانه‌ای خصمانه‌ای علیه ایران و به کاربندی پروپاگانداي رسانه‌ای در منازعات خود با ایران سعی بر این دارد تا اعمال و موجودیت خود را توجیه کند. این رسانه در پی آن است که علاوه بر مشروعیت بخشی با اعمال رژیم صهیونیستی، به اقدامات ایران علیه خود نیز برجسب زنی کند و ایران را ستیزه‌جو قلمداد کند. همچنین تایمز رژیم صهیونیستی با انتشار مطالب و اخبارهایی با محتوای نجات ایران به دست رژیم صهیونیستی و یا همدردی با مردم ایران در مشکلات، سعی بر آن دارد که بخشی از جامعه ایران را با خود همراه سازد.

جدول ۲. مضامین کلان

مضمون کلان	کدهای مرتبط	توضیح و هدف پروپاگاندا
ایجاد و تقویت احساس تهدید	تهدید، حملات نظامی، امنیت داخلی، امنیت نظامی	با برجسته‌سازی تهدیدهای داخلی و خارجی، سیاست‌های رسانه‌ای رژیم صهیونیستی تلاش می‌کند حس آسیب‌پذیری و نیاز به دفاع و حملات پیشگیرانه را در میان مخاطبان تقویت کند. این رویکرد به جلب حمایت عمومی برای اقدامات امنیتی و نظامی کمک می‌کند.
تقویت اتحاد و هویت جمعی	ایجاد حس هویت جمعی و دشمن مشترک، زبان	ایجاد همبستگی و اتحاد ملی در برابر تهدیدات مشترک، با استفاده از زبان احساسی و تحریک‌کننده برای تأکید بر ضرورت

مضمون کلان	کدهای مرتبط	توضیح و هدف پروپاگاندا
	احساسی و تحریک‌آمیز، مشروعیت‌بخشی	یکپارچگی و حمایت از سیاست‌های دفاعی و امنیتی رژیم صهیونیستی. این سیاست‌ها به مخاطبان القا می‌کنند که اتحاد داخلی برای مقابله با تهدید ضروری است.
برجسته‌سازی قدرت و توان نظامی	حملات نظامی، امنیت نظامی، جلوه دادن به سیاست‌های پیشگیرانه	تأکید بر قدرت نظامی و بازدارندگی رژیم صهیونیستی در برابر تهدیدات، که باعث افزایش اعتماد مخاطبان به توان دفاعی رژیم صهیونیستی می‌شود و به توجیه حملات پیشگیرانه و اقدامات نظامی کمک می‌کند.
مشروعیت بخشی به اقدامات نظامی	حمایت‌های بین‌المللی، مشروعیت‌بخشی، پیشگیری از تهدیدات خارجی، دشمن سازی و برچسب‌گذاری	تأکید بر حمایت بین‌المللی و مشروعیت اقدامات دفاعی برای تأیید و مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های نظامی و امنیتی رژیم صهیونیستی. همچنین با برچسب‌گذاری بر روی مخالفان به عنوان تهدید، به کاهش مشروعیت آن‌ها و تقویت تصویر مثبت اقدامات رژیم صهیونیستی کمک می‌کند.
تحریک عاطفی و ترس افزایشی	تهدید، زبان احساسی و تحریک‌آمیز، دشمن‌سازی و برچسب‌گذاری	استفاده از زبان احساسی برای تحریک عاطفی مخاطبان و ایجاد ترس از تهدیدات خارجی و داخلی، که به تقویت حمایت از اقدامات نظامی و افزایش آمادگی روانی مخاطبان برای پذیرش اقدامات دفاعی و امنیتی کمک می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با تحلیل محتوای کیفی تیتراژ اخبار تایمز رژیم صهیونیستی (Times of Israel) که در سایت این خبرگزاری به زبان فارسی در بازه اکتبر ۲۰۲۳ تا اکتبر ۲۰۲۴ منتشر شده است به دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران در بازه زمانی مذکور پرداخته است. بر اساس مضامین کلان بدست آمده طبق اصول روش تحلیل محتوای کیفی، می‌توان به این نتیجه رسید که تایمز رژیم صهیونیستی با استفاده از تکنیک‌های پروپاگاندا و گفتمان‌های تکراری، ایران را به عنوان تهدیدی مداوم و مشروعیت‌بخش برای سیاست‌های امنیتی رژیم صهیونیستی نمایش می‌دهد. این تیتراژها به تقویت گفتمان‌های قدرت و دشمن‌سازی از ایران کمک کرده و به نوعی مخاطب را به پذیرش مواضع امنیتی و سیاست‌های نظامی رژیم صهیونیستی ترغیب می‌کنند.

در نهایت، تحلیل تیرهای رسانه‌ای رژیم صهیونیستی نشان می‌دهد که این رسانه از تکنیک‌های مختلفی برای جهت‌دهی افکار عمومی استفاده می‌کند که اکثریت آن‌ها براساس پروپاگاندا رسانه‌ای به کار گرفته می‌شود. این تکنیک‌ها با بازنمایی ایران به عنوان تهدیدی دائمی و رژیم صهیونیستی به عنوان قربانی‌ای مقاوم، درصدد تأمین مشروعیت برای سیاست‌های دفاعی و امنیتی رژیم صهیونیستی هستند. این گفتمان نه تنها باعث هم‌افزایی حس میهن‌پرستی و اتحاد در جامعه می‌شود، بلکه با ایجاد حس ترس و خطر، زمینه را برای پذیرش اقدام‌های نظامی و حتی جنگی برای مردم سرزمین اشغالی و حامیان آن فراهم می‌آورد. این امر نشان می‌دهد که رسانه تایمز رژیم صهیونیستی به عنوان ابزاری در خدمت ایدئولوژی و منافع سیاسی عمل می‌کند و در ترویج سیاست‌های دولت و ایجاد اجماع عمومی به ایفای نقش می‌پردازد.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، به تحلیل دیگر رسانه‌های رژیم صهیونیستی و عبری زبان در خصوص منازعات و کنش‌های رژیم صهیونیستی با دیگر کشورها به خصوص کشورهای حوزه مقاومت پرداخته شود.

فهرست منابع

- آذری، سید حسن (۱۳۹۱). «تحلیل گفتمان انتقادی پروپاگاندای بی بی سی فارسی و صدای امریکا علیه ایران، مطالعات ماهواره و رسانه های جدید پاییز ۱۳۹۱ - شماره ۱.
- آقا گلزاده، فردوس (۱۳۸۵). تحلیل گفتمان انتقادی، تهران: علمی و فرهنگی با همکاری دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.
- هرمان، ادوارد اس و چامسکی، نوآم. (۱۳۹۱). فیلترهای خبری: اقتصاد سیاسی رسانه‌های جمعی (تژا میرفرخایی). انتشارات مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران. (اثر اصلی منتشر شده در ۱۹۸۸)
- آنتونی، پراتکانیس و آرنسون، الیوت (۱۳۸۰). عصر تبلیغات؛ استفاده و سوء استفاده روزمره از اقناع، ترجمه کاووس سید امامی و محمد صادق عباسی، تهران: سروش.
- تامپسون، جان. بی (۱۳۸۰). رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها، ترجمه مسعود اوحدی، تهران: سروش.
- شفیعی، سیدمحمد و گل محمدی، امیررضا (۱۴۰۳). بررسی نتایج عملیات ۷ اکبر در رقابت هژمون ها و نقش بازیگران منطقه ای در خاورمیانه، آفاق علوم انسانی مرداد ۱۴۰۳ - شماره ۸۸ (جلد دوم)، (صفحه از ۴۱ تا ۵۴)
- جنیدی، رضا (۱۳۸۹). تکنیک‌های عملیات روانی و شیوه‌های مقابله، تهران: به نشر.
- خرازی آذر، رها (۱۳۹۴). دیپلماسی رسانه ای، توان نوین استراتژیک کشورها. مطالعات رسانه ای، ۱۰ (۲۹)، ۱۱۳-۱۲۲.
- روستا، احمد و خویه، علی (۱۳۸۶). تکنیک‌ها و تاکتیک‌های تبلیغات، تهران: سیتة.
- سیالان اردستانی، حسن (۱۳۸۷). تبلیغات سیاسی (با رویکرد فنون تبلیغات)، تهران: مهربان نشر.
- سقای بی‌ریا، حکیمه (۱۳۹۷). «نقش پروپاگاندا در کوتای ۲۸ مرداد براساس اسناد دیپلماتیک آمریکا، معرفت سیاسی بهار و تابستان ۱۳۹۷ - شماره ۱۹.
- سلیمانی، زهرا و صالحی، علی محمد (۱۴۰۰). «نقش‌آفرینی رژیم صهیونیستی در بحران یمن و بایسته‌های رسانه‌ای». پژوهشنامه رسانه بین الملل پاییز و زمستان ۱۴۰۰، شماره ۸، (صفحه - از ۳۳ تا ۵۵).
- شیرازی، محمد (۱۳۸۳). جنگ روانی و تبلیغات، مفاهیم و کاربردها، تهران: سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.
- صدوقی و دیگران (۱۳۹۰). جنگ روانی (۴) (عملیات روانی و فریب استراتژیک)، تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران.
- علی عسگری، زهره (۱۳۸۸). «تحلیل های پروپاگاندا»، کتاب ماه علوم اجتماعی دوره جدید، شهریور ۱۳۸۸ - شماره ۱۸ (از ص ۷۸ تا ۸۷).
- فرخی، میثم و سمون، محمد مهدی (۱۴۰۱)، «دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی؛ مورد مطالعه: خبرگزاری‌های ه‌آرتص، اورشلیم‌پست و رژیم صهیونیستی هیوم»، مطالعات راهبردی بسیج پاییز ۱۴۰۱ - شماره ۹۶، (صفحه - از ۵ تا ۴۰)

- کرم زاده، رنگین نگار و تنگ چلی، سینا (۱۳۹۶). نقش رسانه ملی در شکل‌گیری افکار عمومی نسبت به ارزش های دینی. مطالعات رسانه ای، ۱۲(۳۸)، ۱۱۷-۱۳۵.
- کرمی فرد، محمد رضا؛ بزرگمهری، مجید؛ قاسمی، حاکم؛ رجائی، غلامعلی و درویشی سه تالانی، فرهاد (۱۳۵۸-۱۳۶۷). «تحلیل بافت سیاست‌های تبلیغاتی در جنگ، پروپاگاندا یا جنگ روانی مورد مطالعه: جنگ ایران و عراق، سیاست جهانی» زمستان ۱۴۰۰ - شماره ۳۸
- لاسول، هارولد (۱۹۲۷). تکنیک پروپاگاندا در جنگ جهانی (چاپ ۱۹۲۷ و تجدید چاپ شده در سال ۱۹۷۱).
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۴). ایران در چهار کهنکشان ارتباطی، جلد دوم، تهران: سروش، چاپ اول.
- موذن، کاظم (۱۴۰۳). «دیپلماسی عمومی اسرائیل از طریق رسانه در قبال ایران در جریان عملیات طوفان الاقصی و حملات اسرائیل به نوار غزه». پژوهشنامه دیپلماسی فرهنگی تابستان ۱۴۰۳، سال اول - شماره ۲ (صفحه - از ۱۲۲ تا ۱۵۰).
- یورگنسن، ماریان و فیلیپس، لوئیز (۱۳۸۹). نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- «أنصار الله»: "طوفان الاقصی" كشفت ضعف العدو.. ودعوات إلى الاحتشاد دعماً للعملية، سایت شبکه المیادین، تاریخ درج مطلب: ۷ اکتبر ۲۰۲۳ م.
- Azari, Seyed Hassan (2012). Critical discourse analysis of propaganda by BBC Persian and Voice of America against Iran. Satellite and New Media Studies, Fall 2012, No. 1. (IN PERSIAN)
- Agha Golzadeh, Ferdos (2006). Critical Discourse Analysis. Tehran: Elmi va Farhangi in cooperation with Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University. (IN PERSIAN)
- Herman, Edward S., & Chomsky, Noam (2012). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media (T. Mirfakhraei, Trans.). Iran Cultural and Press Institute. (Original work published 1988. IN PERSIAN)
- Pratkanis, Anthony, & Aronson, Elliot (2001). Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion (K. Seyed Emami & M. Sadegh Abbasi, Trans.). Tehran: Soroush. (IN PERSIAN)
- Thompson, John B. (2001). Media and Modernity: A Social Theory of the Media (M. Ohadi, Trans.). Tehran: Soroush. (IN PERSIAN)
- Shafiei, Seyed Mohammad, & Golmohammadi, Amir Reza (2024). Assessment of the October 7 Operation in Hegemonic Rivalry and the Role of Regional Actors in the Middle East. Afagh-e Oloum-e Ensani, Aug. 2024, No. 88(2), 41-54. (IN PERSIAN)
- Joneidi, Reza (2010). Psychological Operations Techniques and Countermeasures. Tehran: Behnashr. (IN PERSIAN)
- Kharazi Azar, Raha (2015). Media Diplomacy: The New Strategic Power of Nations. Media Studies, 10(29), 113-122. (IN PERSIAN)
- Roosta, Ahmad, & Khoei, Ali (2007). Techniques and Tactics of Advertising. Tehran: Sitteh. (IN PERSIAN)
- Seyyalan Ardestani, Hassan (2008). Political Advertising: A Technique-Based Approach. Tehran: Mehraban Nashr. (IN PERSIAN)
- Saghaei Bi-Ria, Hakimeh (2018). The Role of Propaganda in the 1953 Iranian Coup Based on U.S. Diplomatic Documents. Political Knowledge, Spring & Summer 2018, No. 19. (IN PERSIAN)

- Soleimani, Zahra, & Salehi, Ali Mohammad (2021). The Role of the Zionist Regime in the Yemen Crisis and Media Considerations. *International Media Journal*, Fall & Winter 2021, No. 8, 33–55. (IN PERSIAN)
- Shirazi, Mohammad (2004). *Psychological Warfare and Propaganda: Concepts and Applications*. Tehran: Islamic Revolutionary Guard Corps. (IN PERSIAN)
- Sadooghi, et al. (2011). *Psychological Warfare (4): Psychological Operations and Strategic Deception*. Tehran: Center for Strategic Studies of Abrar-e Mo'aser. (IN PERSIAN)
- Ali Asgari, Zohreh (2009). *Propaganda Analyses*. Ketab-e Mah-e Oloum-e Ejtemaei, Sep. 2009, No. 18, 78–87. (IN PERSIAN)
- Farrokhi, Meysam, & Samnon, Mohammad Mahdi (2022). Israel's Media Diplomacy Regarding Iran and the Martyrdom of Qassem Soleimani: A Study of Haaretz, The Jerusalem Post, and Israel Hayom. *Strategic Studies of Basij*, Fall 2022, No. 96, 5–40. (IN PERSIAN)
- Karamzadeh, Rangin Negar, & Tofangchi, Sina (2017). The Role of National Media in Shaping Public Opinion on Religious Values. *Media Studies*, 12(38), 117–135. (IN PERSIAN)
- Karami Fard, Mohammad Reza, Bozorgmehri, Majid, Ghasemi, Hakem, Rajaei, Gholamali, & Darvishi Se-Telani, Farhad (2021). Analysis of the Propaganda Policies in the Iran-Iraq War: Propaganda or Psychological Warfare. *Global Politics*, Winter 2021, No. 38. (IN PERSIAN)
- Lasswell, Harold (1927/1971). *Propaganda Technique in the World War*. (IN PERSIAN)
- Mohsenian Rad, Mehdi (2005). *Iran in the Four Communication Galaxies*, Vol. 2. Tehran: Soroush. (IN PERSIAN)
- Moazzen, Kazem (2024). Israel's Public Diplomacy Through Media Regarding Iran During Operation Al-Aqsa Storm and Attacks on Gaza. *Journal of Cultural Diplomacy*, Summer 2024, Vol. 1, No. 2, 122–150. (IN PERSIAN)
- Jorgensen, Marianne, & Phillips, Louise (2010). *Discourse Analysis as Theory and Method* (H. Jalili, Trans.). Tehran: Ney Publishing. (IN PERSIAN)
- Al-Mayadeen Network (2023). Ansar Allah: 'Al-Aqsa Storm' revealed the enemy's weakness... Calls to mobilize in support of the operation. Retrieved from <https://www.almayadeen.net> (October 7, 2023). (IN PERSIAN)
- Bernays, E. (1928). *Propaganda*. H. Liveright.
- Chomsky, N., & Herman, E. S. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2001). *Language and Power*. Pearson Education.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Taylor, P. M. (2003). *Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*. Manchester University Press.
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283.
- Van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. Palgrave Macmillan.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*. SAGE Publications.
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press.

- Carruthers, S. L. (2000). The Media at War: Communication and Conflict in the Twentieth Century. Palgrave Macmillan.
- Carruthers, S. L. (2011). The Media at War: Communication and Conflict in the Twentieth Century. Macmillan International Higher Education.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books.
- Kalb, M. (2007). The Israeli-Hezbollah War of 2006: The Media as a Weapon in Asymmetrical Conflict. Harvard Kennedy School.
- Wolfsfeld, G. (2004). Media and the Path to Peace. Cambridge University Press.
- Ebo, E. (1996). Media diplomacy and foreign policy: Toward a theoretical frameworks. In A. Malek (Ed), News media and foreign relations.
- Gilboa, E. (1998). Media Diplomacy: Conceptual divergence and application. Hansard International journal of press.

