



# اولین همایش ملی پدافند غیرعامل در حوزه دریای خزر آبان ماه ۱۳۹۵، دانشگاه کیلان



## بررسی تهدیدات نوین با رویکرد تهدیدات فضاهای مجازی و تهدیدات رسانه ای

### فرهاد کیانی فلاورجانی<sup>۱</sup> و زکریا مهربان<sup>۲</sup>

۱- عضو اتاق فکر شورای پدافند غیرعامل استانداری هرمزگان- دانشگاه صنعتی مالک اشتر-

مجتمع دانشگاهی مواد و فناوری های ساخت پژوهشکده هرمزگان (نویسنده مسئول)

۲- دانش آموخته رشته پدافند غیرعامل دانشگاه صنعتی مالک اشتر- حراست برق منطقه ای هرمزگان

Aerospace\_۶۲@yahoo.com

#### خلاصه

امروزه با توجه به هزینه های سرسام آور جنگ برای کشورهای متخاصم، تغییرات فراوانی در ماهیت و نحوه انجام جنگ ها روی داده است. دور شدن از جنگ های سخت و درگیرانه و استفاده از روش های نرم و پنهان به علت مزایایی چون: افزایش احتمال پیروزی قبل از انجام جنگ سخت، تحقق اهداف بدون تلفات و غیره سیاستمداران را به خود جذب نموده است. در این نوع جنگ، تهاجم به صورت فرهنگی انجام می گیرد. این نوع جنگ، خطر ناک ترین ابزار برای استعمار به شیوه نوین است، یعنی کشورهای مهاجم با حمله به روح و روان جامعه هدف، ارزش های نهادینه شده در آن جامعه را تغییر و ارزش های دیگر را جایگزین می نماید تا بتوانند بحران هویت را ایجاد و آن را ترویج نمایند. در ادامه افراد آن جامعه با پذیرش ارزش های دیگران، پشت کردن به سنت ها و باورهای خود، زمینه پیروزی کشور مهاجم را مساعد می سازد. از ابزارهای جنگ نرم که علیه کشورها مطرح میگردد، ابزارهای صوتی، تصویری و فضای مجازی وغیره را می توان نام برد. تسلط بر رسانه ها و خبرگزاری ها، قدرت بسیار زیادی به برخی بازیگران صحنه های سیاسی و دولتی داده است، به گونه ای که با به کارگیری اهرم های خبری و اطلاعاتی، می توانند نسبت به تغییر باورها و نگرش های جمعی یا شکل دهی به افکار عمومی، ملی و فرا ملی اقدام کنند. سوءاستفاده گروهی به عنوان امپراتور رسانه ای آنها را نسبت به شکل دهی استبداد اطلاعاتی توانمند ساخته است. آنچه مسلم است در تهدید و تهدیدات رسانه ای، مدیریت تهدیدات رسانه ای در خنثی سازی و رویارویی با آن از اهمیت بسزایی برخوردار است و باید همکاری هماهنگ و نزدیک بخش های نظامی، سیاسی، اطلاعاتی، امنیتی، رسانه ای و عملیات روانی و تبلیغی یک کشور را در پی داشته باشد. با شناخت تهدیدات (موضوع تهدید، عامل تهدید، حوزه تهدید) و ابزارهای رسانه ای با ایجاد ساز و کار مناسب در سه جبهه حوزه خودی، حوزه حریف (عامل تهدید) و حوزه بیطرف همزمان به تهدید رسانه ای تهاجمی پرداخت و تأثیر تهدیدات رسانه ای دشمن را به حداقل رساند. فراگیری رسانه های جمعی گوناگون و پیشرفته در عصر کنونی که اذهان و افکار مخاطبان دشمن، خودی و بی طرف را هدف قرار داده، همراه با ویژگی دو سویه بودن آن، آثار منفی و مثبت فراوانی را به دنبال داشته است. بهره گیری نظام سلطه از ابزارها و فنون تهدید رسانه ای در جهت کسب و حفظ منافع به کشف و اختراع و ساخت ابزارهای فرامدرن منجر شده است به گونه ای که طرفهای درگیر به جای تهدید سخت و نظامی به تهدید نرم، عملیات روانی و تهدید رسانه ای گرایش پیدا کرده اند. بنابراین تهدید رسانه ای را در جهت تضعیف کشور هدف و بهره گیری از توان و ظرفیت رسانه ها برای به دست آوردن منافع تعریف می کنند. تهدید رسانه ای از برجسته ترین عوامل تهدید نرم به شمار می رود. با وجود اینکه تهدید رسانه ای بیشتر در میدان های نبرد نظامی کاربرد دارد از اهمیت آن در دیگر زمان ها کاسته نمی شود؛ زیرا هدف تهدید رسانه ای کنترل و تغییر اذهان و افکار عمومی مردم و تحت تأثیر قراردادن مخاطبان است.

کلمات کلیدی: تهدیدات نوین، فضای مجازی، نفوذ، جنگ نرم

رسانه های جمعی در خصوص گسل ها و شکاف های اجتماعی، نقشی دوگانه دارد. همان طوری که گفته شد از یک طرف با کمک باز تولید طبقات اجتماعی به حفظ وضع موجود می پردازند و از طرف دیگر، شکل، عمق و چگونگی این شکاف ها را دستکاری کرده و در مقطعی با تحریک یا نادیده گرفتن آن ها نقشی اساسی در تغییر بافت اجتماعی و تحول ساختارهای موجود جامعه به عهده می گیرند. این گسل ها که عموماً در بخش های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ... مشاهده می شوند، باعث تشکیل یک نوع تفکیک اجتماعی بر اساس طبقات و گروه های تعریف شده می گردند که این جدایی به وضوح در سبک زندگی و رفتار اجتماعی افراد نمایان می شود. رسانه های جمعی به دلیل قابلیت های فراوانی نظیر قدرت مرز نوردی و نفوذ معنویت زیاد، بر بسیاری از مولفه های نظام اجتماعی تاثیر می گذارد. با ورود رسانه های جمعی نوین، نسبت بین قدرت نمادین و قدرت اجباری به نفع قدرت نمادین به هم خورده است. با پیش گرفتن کاربرد قدرت نمادین، نهادهای اعمال کننده قدرت اجباری نقش جانبی تری به عهده گرفته و پایه های اصلی نظم و امنیت به میزان نمادهای مشترک بین افراد جامعه و نظام سیاسی حاکم وابسته شده است.

### هدف از انجام پژوهش

به طور کلی کارکرد امنیتی رسانه ها در جامعه کنونی، اهمیت انکارناپذیر یافته و شرایط خاص ملی، منطقه ای و جهانی و پیچیدگی اوضاع سیاسی بر اهمیت این کارکرد افزوده است. با توجه به این امر و با نگرش به دشمنی استکبار با جمهوری اسلامی ایران و برخورد امریکا و غرب با پیشرفت های هسته ای ایران، به نظر می رسد تهدیدات رسانه ای علیه امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران در حال تشدید بوده و رسانه ها می توانند بستر مناسبی برای تهدیدهای روانی و تهدیدات دشمنان باشند. مشاهده مخاطبان رسانه های خارجی نظیر ماهواره ها و اینترنت، که به شدت متاثر از طراحان و پیاده سازان تهدیدهای رسانه ای هستند، ما را بر آن می دارد تا با درک آسیب پذیری های خود و تهدیدات خارجی، بهترین راهبردها را برای مقابله با تهدیدات و استفاده از فرصت ها استخراج کنیم. با توجه به آنچه گفته شد، مسئله این است که امروزه رسانه ها به ابزار مهمی در دست دشمنان تبدیل شده اند تا از آن راه امنیت جمهوری اسلامی ایران را تهدید کنند. مقابله با این تهدیدات در وهله اول نیازمند شناختن آن ها و سپس داشتن راهبردهای مناسبی است که ما اکنون فاقد آن می باشیم. لذا مسئله ای که این تحقیق به دنبال آن می باشد، شناخت تهدیدهای رسانه ای علیه امنیت ملی کشور است. برای بررسی نقش تهدید آمیز رسانه های حریف بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران باید به برقرار کردن ارتباط میان رسانه و امنیت توجه کرد و در ابتدا در صدد یافتن متغیر واسطی بود که تاثیر رسانه را به امنیت پیوند دهد (ساری، ۱۳۸۸، ص ۶۰). این متغیر واسط همان اذهان و افکار بازیگران صحنه امنیت ملی است. در یک برداشت کلی این بازیگران را باید عبارت دانست از، نخبگان و تصمیم گیران امنیتی خودی، مردم خودی، نهادهای امنیت ملی و شخصیت های خارج از قدرت که بر امنیت ملی موثرند و در طرف مقابل رهبران حریف، نهادهای تصمیم گیر امنیت ملی و مانند این ها و همچنین همین بازیگران در طرف ثالث مانند کشورهای بی طرف و متحدان خودی و حریف. به طور کلی برای موفقیت و تأثیرگذاری بیشتر در تهدید رسانه ای، هر کشوری که بتواند از ابزارهای بیشتر، پر حجم تر، مدرن تر و فناوری های جدید رسانه ای و ارتباطی استفاده کند، خواهد توانست موفقیت بیشتری را برای عرصه تهدید رسانه ای تضمین کند. گرچه نسبت میان هر کدام از ابزارها و تأثیرگذاری حاکم بر آن و برد و جذایب هر یک در جوامع مختلف متفاوت است و برای وزن دهی آن باید پژوهش جداگانه ای صورت پذیرد، صرفاً عمده ابزارهای شناخته شده و قابل دسترس به شرح ذیل معرفی می شود (الیاسی، محمد حسین، ۱۳۸۳، ص ۵).

- ۱- رادیو
- ۲- تلویزیون
- ۳- سایت های اینترنتی
- ۴- مطبوعات
- ۵- خبرگزاری های بین المللی
- ۶- ماهواره ها
- ۷- سایر وسایل ارتباط جمعی

## ۱. مفهوم شناسی

### ۱.۱. مفهوم ارتباط

واژه ارتباط از باب افتعال که در فارسی به معنای پیوند دادن، ربط دادن و پیوستن چیزی به چیز دیگر آمده معادلی برای واژه communication در زبان انگلیسی است. این واژه به طور کلی ناظر بر فرایندی است که در آن پیام از پیام دهنده منتقل می‌شود. به علت همین مفهوم کلی است که این واژه به معنای متعددی از جمله گزارش دادن، بیان کردن، منتقل کردن، پیوند دادن، تماس گرفتن و منتشر کردن... به کار رفته است. در تعریف دیگر از ارتباطات جنبه‌های هنری و علمی ارتباطات مشخص و معین است، مثلاً کلودشون و وارن ویور در کتاب خود با عنوان تئوری ریاضی ارتباط می‌گویند "کلمه ارتباط معرف تمام جریان‌هایی است که به وسیله آنها یک اندیشه می‌تواند اندیشه دیگر را تحت تاثیر قرار دهد (گروه مطالعاتی دانشکده امنیت ملی، ۱۳۸۸ ص ۳۵-۳۷). به عبارت دیگر ارتباط سبب می‌شود که وجدان انسان در وجدان دیگران تصاویر، مفاهیم، تمایلات، رفتارها و آثار روانی گوناگون پدید آورد". میشل شین ارتباط را "فراگرد انتقال اطلاعات با وسایل ارتباط جمعی گوناگون از یک نقطه یا شخص به نقطه یا شخص دیگری" می‌داند. در هر دو تعریف شون و شین، فرایندی و تاثیرگذاری با رویکرد قدرت مشهود است، به گونه‌ای که با پیروی از اصول معین قابل اثبات، می‌توان این فرایند و نیز خلاقیت پیام را اثر بخش تر و تاثیر گذارتر منتقل کرد. همانگونه که در تعاریف با تاکید بر انتقال یا فرآیند آمد، می‌توان گفت ارتباط منشاء همه تعاملات و نهایتاً فرهنگ و تمدن است. لذا دقت در مفاهیم و اصول ارتباطات و وسایل و ابزارهای آن، یعنی وسایل ارتباطی، به ویژه وسایل ارتباط جمعی و رسانه، اهمیت فوق العاده‌ای در شکل‌گیری، انسجام، پاسداری و انتقال فرهنگ دارد.

### ۱.۲. تعریف تهدیدات رسانه‌ای

تهدیداتی هستند که ابزار اعمال آن‌ها، رسانه‌های مختلف نظیر اینترنت، رادیو، تلویزیون، و ماهواره‌ها و مطبوعات و امثالهم می‌باشند. تهدید رسانه‌ای یکی از انواع تهدیدات نرم به شمار می‌رود (گروه مطالعات و تحقیقات راهبردی مجمع، ۱۳۸۸، ص ۵۶). از دید کلی و گونه شناسی تهدید، همانطور که باری بوزان می‌گوید یکی از اساسی‌ترین تهدیدها علیه امنیت و منافع ملی هر کشوری، تهدیدهای فرهنگی است. به همان میزان که تهدیدهای نظامی، بروز و ظهور و چهره‌های آشکار دارد، تهدیدهای فرهنگی، پوشیده و با چهره‌های پنهان و با بهره‌گیری از روشهای پیچیده به کار می‌رود و تا جایی پیش می‌رود که در عصر کنونی بدون لشکر کشی، کشورگشایی امکانپذیر شده و این امکان برای صاحبان قدرت از طریق فرهنگ سازی و همسان سازی فرهنگی، شکل‌دهی و مدیریت افکار عمومی ایجاد شده است. در این میان رسانه‌ها مرکز ثقل است و نقش اول را ایفاء می‌کند. تهدیدزایی رسانه‌ها از طریق نقش این وسایل ارتباطی در تبلیغات، تهدید روانی و تهدید رسانه‌ای بویژه با استفاده از انگاره‌سازی در شکل‌دهی افکار عمومی ملموس تر و ابعاد آن موضوعیتی بیشتری یابد.

### ۱.۳. امنیت ملی

امنیت ملی تعریف‌های گوناگونی را به خود اختصاص داده است. در تعریف کلاسیک، امنیت ملی عبارت است از "توانایی کشور در دفع تهدیدهای خارجی علیه حیات سیاسی یا منافع ملی". والتریسپن در تعریف امنیت ملی می‌گوید "ملتی دارای امنیت است، که در صورت اجتناب از تهدید بتواند ارزش‌های اساسی خود را حفظ کند و در صورت اقدام به تهدید بتواند آن را به پیش ببرد". دیگری از اندیشمندان فراتر از ابعاد نظامی، سیاسی و اقتصادی رفته و از امنیت ملی تعریفی جامع‌تر ارائه کرده اند "ولفرز" امنیت ملی را بطور عینی به معنای فقدان تهدید نسبت به ارزش‌های مکتسبه و به طور ذهنی به مفهوم فقدان ترس از حمله به این گونه ارزش‌ها می‌داند. پیترسون، امنیت ملی را "حفاظت جامعه از لطمه خوردن به نهادها و ارزش‌های بنیادی آن تلقی کرده است". همانگونه که ملاحظه می‌شود تعریف امنیت ملی توسعه یافته و از بعد نظامی به ابعاد سیاسی- اقتصادی و در نهایت به بعد ارزشی که در واقع در برگیرنده تمامی امور سیاسی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی است می‌پردازد (افتخاری، اصغر ۱۳۷۷، ص ۷۲). این تنوع تعریف در باب امنیت ملی ویژگی‌های خاصی به این مقوله بخشیده است که مهمترین ویژگی‌های آن نسبی بودن و متغیر بودن است. نسبی بودن امنیت ملی، به این معنا است که در جهان واقعی دستیابی به امنیت مطلق غیرممکن است. امنیت، ارزش و موقعیتی است که یک کشور به میزان کمتر یا بیشتر می‌تواند از آن برخوردار باشد. اما هیچگاه هیچ کشوری نمی‌تواند از امنیت کامل برخوردار شود. متغیر بودن امنیت ملی نیز ویژگی دیگر این مقوله مهم است. متغیر بودن امنیت ملی به این معنا است که کمیت و کیفیت امنیت یا عدم امنیت همواره دارای نوسان و مشمول فراز و نشیب‌ها و تحولات نظام بین‌الملل است. با تغییر نظام بین‌الملل و یا حتی تحولات درونی در کشورهای بزرگ و روی کار آمدن دولت‌های متفاوت، احساس امنیت یا احساس عدم امنیت نیز دچار تحول و تغییر می‌شود. در یک برهه زمانی امنیت نظامی و در برهه دیگر امنیت اقتصادی اولویت پیدا کرده و برجسته می‌شود. به همین دلیل شناخت ابعاد امنیت ملی ضرورت می‌یابد. امنیت ملی در تعریف کلاسیک لغوی عمدتاً جنبه نظامی داشت اما با گذشت زمان و تحولات جهانی،

امنیت ابعاد دیگری نیز به خود گرفت و مقولاتی نظیر امنیت اقتصادی، امنیت سیاسی و امنیت فرهنگی نیز مورد توجه قرار گرفت. گرچه امنیت نظامی همچنان دارای اهمیتی بسیار زیاد است، اما دیگر ابعاد امنیت نیز از اهمیت بسزایی برخوردارند.

#### ۴.۱. اهداف امنیت ملی

هدف ملی عبارت است از، وضع نوبنی که مطلوب اکثریت مردم بوده، دولت آن را به دست می‌گیرد و برای وصول به آن از ملت یاری می‌طلبد. بنابراین اولاً هدف ملی باید با یک نوع پذیرش و مقبولیت اکثریت آحاد یک جامعه توأم باشد، و ثانیاً باید از رهگذر دستگاهی متمرکز و رسمی بنام دولت به نمایندگی از سوی مردم تعقیب شود.

#### ۵.۱. تعریف رسانه های جمعی

از رسانه‌های جمعی معانی گوناگونی ارایه شده است " فرید اینگلس " در کتاب نظریه رسانه ها در این باره می‌نویسد: " یک رسانه عبارت است از هر ابزاری برای برقراری ارتباطات. رسانه یا واسطه پیام است و یا به نام خود صحبت نمی‌کند بلکه از طریق او منظور و هدف خود را بیان می‌کند. از این تعریف چنین به نظر می‌رسد که رسانه‌ها تنها به انتقال محتوای نمادین پیام‌ها می‌پردازند و نقشی فراتر از این نمی‌توانند به عهده بگیرند اما در مقابل نظریه پردازانی دیگر، از واسطه بودن صرف رسانه‌ها در حمل و انتقال پیام فراتر رفته و مانند مک لوهلن رسانه را معادل پیام می‌دانند.

#### ۲. وسایل ارتباط جمعی و حکومت

رسانه‌های گروهی، بخشی از زندگی سیاسی و جزء جدایی ناپذیر آن‌اند. این وسایل چنان که یکی از ابزارهای اصلی حکومت‌اند، بر تصمیم‌های سیاسی حکام و زمام داران نیز اثر می‌نهند. اما رسانه‌های گروهی بیش از آن که بر تصمیم‌های هیات حاکمه تاثیر بگذارند، یکی از ابزارهای مهم آن‌اند. این وسایل از عوامل اصلی جامعه‌پذیری سیاسی‌اند و حکومت‌ها از آنها برای پدید آوردن همگونی و نیز جهت دهی افکار عمومی و هماهنگی نظریه‌های توده‌ی مردم نسبت به نظم سیاسی سود می‌جویند. امروزه وسایل ارتباط جمعی در انواع و شکل‌ها گوناگونش، از کارآمدترین ابزارهای تهدید فرهنگی‌اند (ایرانی، ایدا، ۱۳۸۳، ص ۱۹). تکاپوی مراکز نشر کتاب، بنگاه‌های خبرپراکنی، شبکه‌های رادیویی، و تلویزیونی برای نشر و ترویج عقاید الحادی در پوشش مسلک‌هایی همچون بهائیت، وهابیت، مصداقی از کاربرد رسانه‌های گروهی در تهدید فرهنگی استکبار با اسلام و کشورمان می‌باشند.

#### ۱.۲. رسانه‌ها و تهدید روانی

با استفاده طراحی شده از وسایل ارتباط جمعی، می‌توان به طور موثری دیگران را تحت تاثیر قرار داد. تجربه نشان می‌دهد که دیدگاه‌های افراد درباره‌ی موضوعات مورد مجادله (مانند، تهدید، مذهب و سیاست) را می‌توان با فرستادن پیام از راه گفتگوی مستقیم، تلویزیون، بلندگو، عکس یا مطبوعات، تحت تاثیر قرار داد و یا اصلاح کرد. با این حال، این نکته نیز آشکار است، که تغییر نگرش افراد در دوران تهدید بویژه در زمینه‌ی موضوعات مورد مجادله، دشوارتر است. سبب این دشواری از سویی، نبود امکان رقابت با وسایل ارتباط جمعی دشمن است و از سوی دیگر نبود امکان ارزیابی و اندازه گیری آثار مستقیم تبلیغات خودی به شیوه علمی است (رسولی، محمد رضا، ۱۳۸۲، ص ۵۱-۵۲). ترنس کوالتر<sup>۱</sup> تبلیغات روانی را تلاش عمومی برخی افراد یا گروه‌ها با بهره‌گیری از وسایل ارتباط جمعی برای کنترل، تغییر یا شکل دادن نگرش دیگر گروه‌ها می‌داند تا عکس‌العمل آن‌ها در یک موقعیت ویژه به اندازه‌ای که مطلوب تبلیغ‌گر است، تحت تاثیر قرار گیرد. عبارت تلاش عمومی در این جمله آن را از غیر تبلیغات جدا می‌کند. الکساندر اسکناسی<sup>۲</sup> استاد و محقق دانشگاه کلمبیا نیز اهداف تهدید روانی را نه انهدام فیزیکی، بلکه تغییر رفتار مخاطب مطابق اراده‌ی تبلیغ‌گر می‌داند که دیگر با منافع ملی تبلیغ‌گر مخالفت نکند و چنان بر مغز مخاطب اثر بگذارد که دیگر نیاز به ضربه زدن به بازویش نباشد، می‌داند. (همسویی، ۱۳۷۷، ص ۷ تا ۹)

<sup>۱</sup> T.Qualter

<sup>۲</sup> A.Eskenas

## ۲.۲. کارکردها و نقش‌های رسانه‌های جمعی

اندیشمندان علوم ارتباطات و رسانه درباره نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های جمعی مطالعات گسترده‌ای کرده‌اند مثلاً هارولد لاسول که از پیشگامان مطالعات ارتباطات در رسانه‌های جمعی است، در مقاله‌ای با عنوان "ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه"، سه کارکرد اصلی برای رسانه قائل است که عبارتند از (شاه محمدی، عبدالرضا، ۱۳۸۲، ص ۳۷)

- نظارت و حراست از جامعه
  - ایجاد همبستگی در بخش‌های جامعه به منظور واکنش در برابر محیط
  - انتقال میراث فرهنگی - اجتماعی از یک نسل به نسل دیگر
- محققانی چون چالز رایت در سال ۱۹۵۹ به کارکردهای اساسی فوق‌الذکر کارکرد سرگرمی تفریح و فرار از واقعیت را نیز افزودند. بعدها نیز دنیس مک کویل کارکرد دیگری تحت عنوان "بسیج اجتماعی" را به مجموعه کارکردهای اساسی رسانه‌های جمعی افزود.

## ۳.۲. نظریه سلطه رسانه‌ها در مقابل نظریه تکثر رسانه‌ها

بعد قدرت معیار افتراق و تفکیک دو دسته نظریه سلطه و تکثر رسانه‌هاست. در نظریه سلطه رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی وسیله و ابزار سلطه قلمداد می‌شوند که طبقه و یا کشور سلطه‌گر از طریق آن بر جوامع مسلط می‌شود و جریان سلطه را جاری و تسهیل می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها در کنترل و انحصار گروه قدرتمند جوامع و یا کشورهای قدرتمند در عرصه بین‌المللی قرار دارند. از دیدگاه نظریه سلطه مشخصات رسانه‌های جمعی این گونه تعریف می‌شود:

- تمرکز این وسایل در دست گروه‌های خاص است.
- کنترل آنها را عده معدودی در دست دارند که این گروه می‌تواند یک طبقه سرمایه‌دار یا یک کشور سلطه‌گر باشد.
- رسانه‌ها استاندارد و تک بعدی‌اند.
- جذبه و پرستیژ آنها برای توده‌ها و جوامع تحت سلطه است.

در نظریه سلطه اگر چه عوامل اقتصادی و ساختاری ناشی از ایدئولوژی اهمیت دارد، اما تاکید اصلی بر خود ایدئولوژی و نحوه بیان موضوعاتی است که به آنها اهمیت می‌بخشد و مکانیسم‌هایی که ایدئولوژی به وسیله آن به حیات خود ادامه می‌دهد و با صدور آن به دیگران موفقیت‌های خود را تضمین می‌کند. در دیدگاه نظریه سلطه ایدئولوژی تصویری مخدوش از واقعیت‌ها و یا روابط طبقاتی به دست می‌دهد. به قول آلتوسر ایدئولوژی روابط در نظر گرفته شده خیالی و ذهنی افراد در برابر وضع واقعی و موجود است. از نظر او ایدئولوژی از این جنبه که از طرف طبقات حاکم و با استفاده از زور بر دیگران تحمیل شده باشد سلطه محسوب نمی‌شود، بلکه از این نظر که به صورت یک تاثیر فرهنگی که از روی قصد و برنامه‌ریزی شده و در جامعه گسترش یافته و بر اساس آن تجربیات ما از واقعیت شکل می‌گیرد و در خدمت طبقات یا گروه و کشورهای حاکم قرار گیرد سلطه محسوب می‌شود. در همین زمینه استوارت هال معتقد است که رسانه‌های گروهی مهم‌ترین بخش ابزار ایدئولوژیک در سرمایه‌داری معاصر است.

## ۲.۴. امپریالیسم رسانه‌ای

تقریباً کلیه تحقیقات در مورد جریان تولید و انتشار اطلاعات و اخبار، نشان دهنده آن است که جریان بین‌المللی خبری و رسانه‌ای زیر سلطه معدودی از کشورهای غربی و آژانس‌های خبری و غول‌های رسانه‌ای آنان است. آمارها نشان می‌دهد که نود درصد از اخبار بین‌المللی منتشره در رسانه‌های جهان از چهار غول رسانه‌ای و خبرگزاری غربی یونایتدپرس، اسوشیتدس پرس، فرانس پرس و رویترز است. اخبار آنها را غول‌های رسانه‌ای چند ملیتی تکمیل می‌کنند. این همان امپریالیسم رسانه‌ای و یا کامل‌تر امپریالیسم انحصار رسانه‌ای است. امپریالیسم رسانه‌ای در واقع انتقال جهان بینی یک ملت یا کشور از طریق رسانه‌هاست. مفاهیم امپریالیسم رسانه‌ای و جهان شمولی فرهنگ از لحاظ تاثیر به نحو تفکیک‌ناپذیری با هم ارتباط دارند، ارتباط جهانی منحصراً تحت مالکیت و کنترل منافع مشترک غرب و عمدتاً آمریکایی است (گرم، لین، ۱۳۸۲، ص ۹).

### ۳. تهدید شناسی و رسانه ۱,۳. تهدید در فضای اجتماعی

شناخت موضوعات و پدیده‌ها، معمولاً پس از ظهور عینی‌شان مورد توجه خاص قرار می‌گیرد، اما تنها راه شناخت و شرط لازم و کافی شناخت، عینیت یافتن پدیده نیست، به عبارتی موضوعات قبل از مقطع ظهور عینی حضور دارند و تاثیر گذارند، به همین علت در جامعه شناسی، مفهوم "پدیده اجتماعی" بر عینیت اجتماعی مقدم است. از این منظر "پدیده اجتماعی" در تحلیل‌های امنیتی بررسی می‌شود و اهمیت بسیاری دارد، چرا که قبل از ظهور تهدید عینی، از دوره تکوینی و شکل‌گیری آن سخن می‌گویند و راه را برای طراحی و اجرای مدیریت‌های پیشگیرانه هموار می‌سازد. تهدید در فضای اجتماعی رابطه مستقیمی با زمینه‌های ساختاری و کنش‌های مسلط در فضای اجتماعی دارد. اینکه تهدیدهای مبتنی بر کنش‌های عقلانی معطوف به هدف باشد یا به ارزش، اینکه تهدیدهای مبتنی بر کنش‌های غیرعقلانی معطوف به عاطفه باشد یا به سنت، درسخ شناسی تهدید موثر است. برای مثال نظام‌های عقلانی معطوف به ارزش به موازات تهدیدهای بیرونی در معرض تهدیدهای داخلی نیز خواهد بود. به طور اجمال می‌توان گفت هر تهدید عینی‌ای هویتی نامحسوس در گذشته دارد، که در صورت درک و مدیریت آن می‌توان با هزینه‌ای به مراتب کمتر به نتایج کاربردی تری برای تامین منافع بازیگر دست یافت. برای مثال می‌توان به رشد بی‌رویه جمعیت و نیازها و مطالبات دهک‌های جمعیتی در آینده و تدبیر برای آن اشاره کرد. همچنان که اصل پیشگیری ساده‌تر و ارزان‌تر از درمان است، قاعده‌های عقلایی و پذیرفته در این حوزه است. تهدیدهای اجتماعی و فرهنگی از دیگر تهدیدهایی است که می‌تواند به امنیت ملی نزدیک شود و به آن آسیب برساند. مسائل گوناگون همچون مسائل مربوط به زبان، مذهب، فرهنگ محلی و قومی و طیفی از این دست در فهرست مسائل یاد شده جای می‌گیرد. استیلای فرهنگی وسیله‌ای برای ایجاد ساختارهای فرهنگی مشابه در جوامع دیگر و از آن طریق ایجاد نخبگان اجتماعی که برای حفظ منافع مشترک خود و سرزمین فرهنگ سلطه‌جو وارد یک ائتلاف می‌شوند از جمله مواردی است که به ساخت امنیت ملی خلل وارد می‌کند و از آنجا که رابطه فرهنگ و قدرت، رابطه‌ای چشمگیر است، این تهدید به تهدیدی مهم تبدیل می‌شود. ویژگی مهم این تهدید نسبت به تهدیدهای دیگر، عامل فراگیری و استمرار آن است و این گسترش فیزیکی و زمانی، تهدید اجتماعی - فرهنگی را به تهدیدی اساسی مبدل می‌کند.

### ۲,۳. تهدید در فضای سیاسی

دومین گونه از تهدیدها در گونه‌شناسی تهدیدها، تهدید سیاسی است. این نوع تهدید نیز مانند تهدید نظامی، بر روی طیفی قرار می‌گیرد که می‌تواند از فشارهای عادی سیاسی بر یک حکومت گرفته تا تقاضاهای جدی با مضمون جدایی طلبی و برهم زدن بافت و ساختار سیاسی یک دولت ادامه پیدا کند. تهدیدهای سیاسی معمولاً مقدمه‌ای برای حمله نظامی محسوب می‌شود. تهدید سیاسی به طور عمده متوجه دولت‌ها است اما دامنه آن می‌تواند با بسامدهای سیاسی و اجتماعی گوناگون مجموعه ملت را تهدید کند. این نوع تهدیدها از این لحاظ سیاسی تلقی می‌شود که امنیت ملی یک کشور را از جنبه سیاسی با خطر روبه رو می‌کند. "به عبارت دیگر تهدید سیاسی متوجه ثبات سازمانی دولت است. هدف آنها از فشار بر حکومت در مورد سیاست خاصی گرفته تا واژگونی حکومت، جدایی طلبی و برهم زدن بافت سیاسی دولت برای تضعیف آن پیش از تهاجم نظامی، متفاوت باشد. ایده دولت بخصوص هویت ملی و ایدئولوژی سازمان دهنده آن و نهادهایی که نمود آن هستند، اهداف عادی تهدیدات سیاسی هستند. چون دولت اصولاً یک موجودیت سیاسی است." در ورای تمام تعابیری که از سیاست شده است و خصوصاً در تعاریف و تعبیر واقع گرایان از قدرت، آنچه مشهود است ارتباط تنگاتنگ "سیاست" و "قدرت" است، به گونه‌ای که قرار گرفتن یک موضوع یا پدیده در شبکه روابط قدرت، آن را به پدیده‌ای سیاسی تبدیل می‌کند. پدیده‌های سیاسی، متاثر از اوضاع و مقتضیات زمانی و مکانی و ارزش امنیتی آنها، می‌تواند به دو صورت فرصت یا تهدید تجلی یابد، براین اساس یک پدیده سیاسی با گذر از دوره فترت احتمال آن را می‌یابد تا در دو فرآیند "امنیتی شدن" و یا "غیر امنیتی شدن" قرار گیرد.

### ۳,۳. تهدیدهای نظامی

تهدید نظامی به طور سنتی، مرکز ثقل انواع تهدیدهایی است که می‌تواند امنیت ملی را در معرض خطر خود قرار دهد. اقدام نظامی نه تنها همه اجزای دولت را تهدید می‌کند و قادر است موجبات اختلال یا نابودی نهادهای ناشی از دولت را به بار آورد همچنین می‌تواند در حوزه‌های اجتماعی و فردی نیز انواع منافع گوناگون را در معرض خطر جدی قرار دهد. این نوع از تهدیدها که با ابزار نظامی و به صورت خشونت آمیز شکل می‌گیرد، به طور سنتی کانون اصلی نگرانی‌ها مربوط به امنیت ملی است، به طوری که عده ای هنوز هم از لحاظ نظری این برتری را در تفکر امنیتی حفظ کرده‌اند و معتقدند تا زمانی که سیاست بین‌المللی با ساختار آنارشی همراه است، اهمیت آن ادامه خواهد داشت. در همین زمینه باری بوزان معتقد است که اقدام

نظامی معمولاً همه اجزاء دولت را تهدید کند و همین کار را نیز می‌کند. پایه‌های مادی دولت تحت فشار قرار می‌گیرد و احتمال بروز خسارت به وجود می‌آید و حتی می‌تواند به شدت بر اکوسیستم اثر بگذارد. تهدیدهای نظامی همچنین ممکن است منجر به ایجاد اختلال یا نابودی نهادها شود و تفکر مربوط به دولت را سرکوب، تخریب یا محو کند. کارکرد تهدید نظامی که مستقیم با عامل زور در ارتباط است موجب شده است که تهدید نظامی یعنی توسل به زور مستقیم می‌تواند موجب تحولاتی گسترده از تغییر ساختار حکومت گرفته تا کشتار وسیع مردم را به دنبال داشته باشد.

### ۴.۳. تهدیدهای اقتصادی

گونه سوم از تهدیدهایی که می‌تواند خود را تا مرزهای امنیت ملی بکشانند تهدید اقتصادی است که در عصر حاضر، به پدیده‌ای پیچیده و مبهم تبدیل شده است و از آنجا که حیات دولت‌ها در رابطه‌ای تنگاتنگ با اقتصاد قرار دارد، تهدید اقتصادی می‌تواند حتی تا سقوط کامل یک دولت پیش رود. این پدیده به ویژه از زمانی که بحث جهانی شدن اقتصاد جلوه‌ای جدی به خود گرفت و به صورت عملیاتی مطرح شد، اهمیتی دو چندان یافت. تهدیدهای اقتصادی اشکال متنوعی دارند که هر کدام با میزان و درجه خاصی امنیت ملی یک کشور را به خطر می‌اندازد. مثلاً موافقان خودکفایی اقتصادی استدلال می‌کنند که امنیت ملی زمانی به مخاطره می‌افتد که کشور از کنترل سرنوشت خود ناتوان باشد یا برای هیچ یا همه امکانات و دارایی‌هایش به دیگران متکی باشد. بنابراین آنان می‌گویند که این امر فراتر از سایر جنبه‌ها مستلزم حراست و محافظت است زیرا به عنوان تهدید خارجی برای به خطر انداختن امنیت ملی بهره‌برداری می‌شود. وجود فقر شدید نیز که به دنبال خود بحران‌های اقتصادی را به همراه دارد یکی دیگر از تهدیدهای اقتصادی است که بخش عمده کشورهای آسیایی و افریقایی را در دام خود گرفتار کرده است. کاهش شدید پول رایج کشور، معاملات غیرقانونی ارز، تورم شدید، خروج سرمایه، وابستگی شدید در تولید کالاهای اساسی به سایر کشورها، نفوذ و سیطره سرمایه داران خارجی و شرکت‌های چند ملیتی بر نظام اقتصادی از تهدیدهای اقتصادی هستند که اگر چه همه آنها مستقیماً امنیت ملی هر کشوری را تهدید نمی‌کنند، ولی می‌توان از آنها در سایر تهدیدها بهره برداری کرد.

### ۵.۳. تهدیدهای گوناگون علیه امنیت کشور

در خصوص تهدید نظامی که آشکارترین تهدید علیه امنیت ملی یک کشور تلقی می‌شود، جمهوری اسلامی ایران در بطن فرایند جهانی شدن به ویژه پس از حوادث یازدهم سپتامبر با ادعاهای دنیای غرب مواجه شده که تهدیدهایی بالقوه علیه امنیت ایران را آشکار می‌کند. تلاش دنیای غرب برای نزدیک کردن دیدگاه‌های خویش به یکدیگر روندی نیست که به تازگی آغاز شده باشد، در واقع، مدت‌هاست که بر سر بسیاری ارزش‌ها و عقاید خویش به اجماع رسیده و آنچه وجود دارد شبهه‌ای است که بر سر مصادیق دیده می‌شود. مسائل چهارگانه‌ای که در طی چند سال گذشته در خصوص ایران مطرح شده یعنی حمایت از تروریسم، تلاش برای دستیابی به سلاح‌های هسته‌ای، مخالفت با روند صلح خاورمیانه، و مسئله حقوق بشر از جمله مواردی است که می‌تواند در صورت به خطر افتادن منافع جهان غرب در منطقه به تهدید جدی نظامی علیه ایران تبدیل شود. در خصوص تهدید سیاسی به رهبری امریکا علیه کشورمان موضوع بحران در حاکمیت می‌تواند مهم‌ترین مسئله در این زمینه باشد. غرب در این مورد با طرح ادعاهایی جمهوری اسلامی ایران را در زمینه رعایت نکردن اصول دموکراسی و بی‌توجهی به استانداردهای موجود در این زمینه و در زمینه‌های مرتبط همچون آزادی و حقوق بشر، در معرض این گونه از تهدیدها قرار می‌دهد. سرانجام یکی از پنهان‌ترین ابعاد تهدیدها، یعنی تهدید فرهنگی در ارتباط با ادغام هویت‌های فردی محلی در هویت جهانی مطرح است. در این عرصه خاص، جمهوری اسلامی به دلیل دارا بودن هویت مذهبی تعیین‌کننده آمیخته با ارزش‌ها و اعتقادات ملی و سنتی، به گونه‌ای آشکار در معرض این نوع تهدید قرار می‌گیرد.

### ۴. منابع اصلی تهدیدات رسانه‌ای

شکل‌های مختلف رسانه‌ها به سرعت در حال گسترش بوده و به مدد فناوری‌های نوین، هر از چند گاهی شکل جدیدی از رسانه بروز می‌کند. زمانی کتاب و مطبوعات مهم‌ترین رسانه محسوب می‌شدند. به تدریج رادیو، سینما، و تلویزیون ابداع شدند. سپس ویوئو و رایانه بروز کردند. در این تحقیق با توجه به محدودیت‌های مختلف و نیز با توجه به اهمیت و میزان اثر هر یک از رسانه‌ها در تهدیدات امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، چهار رسانه عمده‌ی عصر ما یعنی مطبوعات، رادیو، تلویزیون و اینترنت مورد توجه واقع شده و تهدیدات رسانه‌ای با تاکید بر این چهار رسانه مورد بررسی و انعان نظر قرار گرفته‌اند.

#### ۱.۴. مطبوعات و تهدید روانی

یکی از پدیده‌های ارتباطی گسترده در عصر ارتباطات که عمری طولانی‌تر از دیگر فناوری‌های ارتباطی دارد و در عصرها پیشین به شکلی محدود به کار می‌رفته، مطبوعات می‌باشند. مقوله وسیع مطبوعات شامل، روزنامه، مجلات، کتاب، و غیره می‌شود به دلیل کارکدهای و تاثیرگذاری‌های فراوانی که در حوزه‌های مختلف فرهنگ، اخلاق، سیاست دارد از مقامی والا و رفیع در میان وسایل ارتباطی برخوردار است، تا آن جا که وضعیت مطبوعات هر کشور شاخصی برای محک زدن میزان دموکراسی و آزادی اندیشه در آن کشور است. امروزه نقش مطبوعات از وسیله‌ی اطلاع‌رسانی و منبع خبر فراتر رفته است و مطبوعات به کانون‌های قدرتمند تبدیل شده‌اند که در شکل‌گیری جریان امور کشور نقش دارند.

#### ۲.۴. خصوصیات مطبوعات

رسانه‌ها به طور کلی و مطبوعات به طور خاص در حوادث غیرمترقبه و بحران‌ها می‌توانند دو نوع نقش مثبت و یا منفی ایفاء کنند. در ابعاد مثبت، مطبوعات می‌توانند از راه دادن آگاهی‌های به موقع مدیران بحران را از مشکلات و نارسای‌ها مطلع کنند و آن‌ها را در اولویت‌بندی اقدامات یاری کنند. همچنین مطبوعات می‌توانند با بازتاب اوضاع در عرصه داخلی کشورها و در خارج پشتیبانی‌های مردمی و بین‌المللی را در حوادث غیرمترقبه جلب کنند. رسانه‌ها می‌تواند منبع اطلاعاتی قابل اعتماد مردم باشند و هشدارهای رسانه‌های جمعی می‌توانند به کاستن از اثرات حوادث غیرمترقبه کمک کنند. این نوع از رسانه‌ها در برخی از موارد نیز در مواقع بحران نقش منفی ایفاء می‌کنند. طرح درخواست‌های غیرممکن، تحریف و آگراندیسمان حقایق، دامن زدن به مشکلات و نارسایی‌ها، کمک به کوتاه کردن دوره بحران، جلوگیری از یاری‌گیری عوامل بحران‌ها از داخل و خارج، جلوگیری از عمق‌یابی بحران، حساسیت زدایی از جمعیت‌های ذینفع نسبت به بحران، دادن اخبار به موقع و حساب شده، تلقین آرامش و جمع کردن دامنه بحران، غیرامنیتی کردن و بیان اهمیت واقعی موضوع بحران، تاکید بر وحدت و یکپارچه‌گی ملی، قومی، زبانی و مذهبی و تاکید بر وحدت و همدلی میان سران نظام و مردم از دیگر اقدامات این رسانه می‌باشد.

#### ۳.۴. اعداد نشریات و شمارگان مطبوعات در ایران

در حال حاضر حدود ۴۵۶ عنوان نشریه اعم از روزنامه، هفته‌نامه، ماهنامه، و... در ایران منتشر می‌شود که روزنامه شمارگان آنها بیش از نیم میلیون نسخه در روز می‌باشد. با توجه به آمار تعداد نشریات از سال ۱۳۷۵ به بعد و حتی سال‌های پیش از آن سیر صعودی قابل ملاحظه‌ای داشته است. این امر نشان دهنده‌ی آن است که مراجعه مردم به مطبوعات برای دریافت اخبار، تحلیل‌ها و تفسیرها نسبتاً زیاد بوده است که به نوبه‌ی خود نشان دهنده‌ی اهمیت مطبوعات و نقش آن در ساخت و توسعه افکار عمومی است. نتیجه‌ی یک نظرسنجی محدود در مورد "وضعیت نظام اطلاع‌رسانی در کشور" حاکی است که اکثر مخاطبان (۴۸ درصد) این وضعیت (میزان اعتماد مردم به مطبوعات) را متوسط و یا ضعیف دانسته‌اند و عمده‌ترین علت این ضعف را ناشی از بی‌اعتمادی مردم به رسانه‌ها (۲۷ درصد) عنوان کرده‌اند. (روزنامه ایران، ۱۳/۸/۱۳۷۵)

#### ۴.۴. رادیو و تهدید روانی

رادیو و تلویزیون معمولاً در خانه و خانواده مورد استفاده قرار می‌گیرد و فرستنده از رفتار و واکنش مخاطب مطلع نیست و یک جانبه است. بر عکس سینما و تئاتر که در جمع عمومی عرضه می‌شود و واکنش مخاطب قابل مشاهده و بررسی می‌باشد و رادیو و تلویزیون از شیوه سمعی و بصری برخوردار است. برعکس کتاب که فقط مکتوب است. رادیو و تلویزیون هر دو دارای خصوصیات هستند که آنها را به صورت کامل‌ترین وسایل ارتباطی در آورده‌اند. این خصوصیات که با سینما و با مطبوعات هیچ‌گونه وجه اشتراکی ندارند، رادیو و تلویزیون را بسیار به هم نزدیک ساخته‌اند، به طوری که هر دو عضو یک خانواده محسوب می‌شوند. برنامه‌های رادیویی از ترکیب سه عنصر کلام، موسیقی و صدا پدید می‌آیند و نیروی بیانی و ارتباطی خاصی تشکیل می‌دهند که از بیان مکتوب مطبوعاتی و بیان تصویر سینمایی یا تلویزیونی متمایز است. رادیو از لحاظ سرعت و مداومت انتشار و همچنین وسعت حوزه‌ی انتشار برترین وسیله ارتباط جمعی است. گیرنده‌های رادیو دارای قابلیت تحرک و حمل و نقل فراوان می‌باشند. کوچک شدن گیرنده‌های رادیویی که با پیشرفت دستگاه‌های ترانزیستوری توسعه بیش‌تری یافته است، در افزایش این قابلیت نقش مهمی دارد. رادیو تنها وسیله ارتباط جمعی است که استفاده از آن فعالیت دیگر انسانی را مختل نمی‌نماید و به همین جهت بیش‌تر از دیگر وسایل ارتباطی می‌تواند مورد بهره‌برداری قرار بگیرد.



#### ۱،۴،۴. امتیازات رادیو

- رادیو نسبت به دیگر رسانه‌ها امتیازات خاصی دارد و به همین جهت در زندگی اجتماعی معاصر نقش‌های برجسته‌ای ایفاء می‌کند:
- رادیو به سبب امکانات فنی بی‌نظیر خود از نیروی اقناع و نفوذ فراوانی برخوردار است.
  - برنامه‌های رادیویی دارای نیروی ضربتی و غافلگیرکننده‌ی شدیدی می‌باشند که در هیچ کدام از وسایل ارتباطی دیگر مخصوصاً مطبوعات و سینما وجود ندارد.

#### ۲،۴،۴. محدودیت‌های رادیو

- با وجود مزایای فوق رادیو محدودیت‌ها و معایبی نیز دارد که مهم‌ترین آنها بدین قرارند:
- برنامه‌های رادیویی فقط به کمک یکی از حواس، یعنی حس شنوایی مورد استفاده قرار می‌گیرند و به همین جهت ادراک آن‌ها کامل نیست.
  - برنامه‌های رادیویی اغلب در شرایط ناقص و نامساعد شنیده می‌شوند
  - شنیدنی بودن پیام رادیویی ایجاب می‌کند که انسان با تمرکز کامل حس شنوایی از آنها استفاده کند و به همین جهت اگر هنگام دریافت این پیغام‌ها کوچکترین صدایی بلند شود یا کسی انسان را مخاطب قرار دهد، تمرکز حس شنوایی از میان می‌رود و از ادراک آن‌ها باز می‌ماند.
  - فررار بودن پیام‌های رادیویی که از سرعت پخش و عدم ثبات آنها ناشی می‌شود نیز یکی از معایب مهم رادیوست.
  - امکان تحریف و دگرگون شدن پیام‌های رادیویی نیز از معایبی است که به سبب شنیدنی بودن و فررار بودن آنها پدید می‌آید. (معمد نژاد، ۱۳۷۹، ص ۲۴۰ تا ۲۴۶)

#### ۳،۴،۴. فراگیر بودن مصرف رادیو در ایران و جهان

در کشور ایران هر هزار نفر ۲۳۰ دستگاه رادیو یعنی به طور متوسط هر خانواده یک دستگاه رادیو دارد که در مقایسه با انگلستان و ژاپن که به طور متوسط هر فرد بیش از یک رادیو دارد مقدار کم‌تری است. (فصلی در باب فرهنگ تهاجم، ص ۷۰۶)

#### ۵،۴. تلویزیون و تهدید روانی

حدود هفتاد سال از ظهور رادیو و در حدود نیم قرن از پیدایش تلویزیون می‌گذرد. این دو رسانه به دلیل شرایط خاص خود، شاید امروزه عام‌ترین رسانه‌های جهانی باشند. عمومیت این دو و بویژه تلویزیون در حدی است که نظر متفکران بسیاری را به خود جلب کرده است. امروزه زبان تصویر، زبان گویایی است که اغلب مردم جهان با آن آشنایی دارند و بسیاری از پیام‌های دریافت شده آن را در زندگی روزمره خود به کار می‌برند. (پژوهش و سنجش، ۱۳۸۱، ص ۲۸۹ تا ۲۹۰)

#### ۱،۵،۴ ویژگی‌های تلویزیون

- ماندگاری تمامی ۶ عنصر پیام را دارد (نوشته، تصویر، حرکت، صدا، کلام و موسیقی)
- ماندگاری پیام آن بسیار کم است در صورتی که در کتاب خیلی زیاد است.
- تامین کننده نیازهای فوری است.
- شکل دریافت پیام آن دیدنی، شنیدنی، و خواندنی است.
- سرعت انتشار آن زیاد است.
- برای تولید پیام زمان نسبتاً زیادی است.
- هزینه استفاده از پیام بر مبنای واحدی استاندارد از زمان در مقایسه با اکثر وسایل دیگر کم است.
- قدرت گزینش پیام تا حدی است.
- قابلیت بازبینی و تکرار پیام‌ها وجود ندارد ولی در کتاب و روزنامه این امکان وجود دارد.

#### ۶.۴. ماهواره و قابلیت‌ها و توانایی‌ها (ماهواره و تاثیر بر امنیت جامعه)

در دسامبر ۱۹۶۹ کنفرانس عمومی یونسکو اصولی را برای استفاده از ماهواره تصویب کرد که عبارتند از:

- ماهواره‌ها باید جریان اخبار دیداری را در جهان متوازن تر سازند.
  - امکانات ماهواره‌ها باید در اختیار همه کشورها، بویژه کشورهای کوچک در حال توسعه قرار گیرد.
  - ماهواره‌ها باید برای پوشش، جمع‌آوری، ارسال و اشاعه‌ی اخبار در دسترس همه‌ی عاملان ارتباطی دنیا باشند.
- ماهواره‌ها باید شرایطی را فراهم آورند که رسانه‌های گروهی جهان را در تبادل اخبار و پوشش وقایع جاری، قادر به همکاری کنند. ماهواره نیز مانند دیگر رسانه‌ها اگر آن را رسانه‌ای مستقل فرض کنیم مزیت و ضعف‌هایی دارد. ماهواره، رسانه‌ی مدرن و مقتدری است که توانمندی‌های قابل ملاحظه‌ای دارد، از جمله (جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۰)
- سرعت: مانند تلگراف که در سده نوزدهم، امکان تبادل پیام و خبر را فراهم آورد، مانند تلفن که انتقال صدا را به بشر هدیه داد و مانند تلویزیون که تصویر را از جایی به جای دیگر فرستاد. ماهواره به انتقال فوری صدا و تصویر معنا بخشید. ماهواره رسانه‌ای است که سرعت اطلاع‌رسانی به اضافه‌ی پوشش وسیع را ممکن ساخت.
- پوشش گسترده: امواج تلویزیونی نمی‌توانند از موانع بگذرند. در سطح‌های بدون عارضه هم باید جابه‌جا این امواج را در سطح تقویت کرد. امواج تلویزیونی‌های سرزمینی را غیر از نوارهای مرزی، در سرزمین دیگر نمی‌توان دریافت کرد امواج رادیویی هم بدون تقویت‌کننده، امکان برد دور را ندارد. در مورد امواج ماهواره چون از فضا تابانیده می‌شوند، این مشکل وجود ندارد.
- زبان: برای استفاده از ماهواره، از وسایل ورود به دهکده کوچک جهانی باید به زبان فرستنده آشنا بود درست مانند کار با شبکه‌های رایانه‌ای زبان ماهواره محلی و سرزمینی نیست و فرامرزی است.
- زمان: در تلویزیون زمین سرزمینی است و می‌توان وقت را میان زمان‌های کم مخاطب، زمان میانه از نظر حضور مخاطب در برابر رسانه و درجه اول تقسیم کرد.
- هزینه: استفاده از ماهواره به نسبت تلویزیون نیاز به صرف هزینه‌ی بیش‌تری دارد و تامین آنتن و گیرنده مبدل امواج که به هر حال هزینه‌ای اضافی را الزام آور می‌کند، برای مردم همه‌جای دنیا میسر نمی‌شود.

#### ۷.۴. اینترنت و تهدید روانی

- اینترنت یک پدیده مولتی مدیا یا همان چند رسانه‌ای چند کاره بوده و به کارگیری نرم افزارهای خاص به استفاده کنندگان از آن امکان می‌دهد تا به طور همزمان از تصویر، صدا و نوشتار استفاده کنند. علاوه بر آن اینترنت بر خلاف رسانه‌های قبلی یک رسانه‌ی تعاملی و دو طرفه بوده و از این نظر تفاوت اساسی با رسانه‌های پیش از خود را دارد. با توجه به این موضوع، اینترنت برای انتقال هر نوع پیامی مناسب است. اینترنت به جهت دارا بودن ویژگی‌هایی در مقایسه با دیگر وسایل ارتباط جمعی، می‌تواند به عنوان حوزه‌ی مجازی تلقی شود. این ویژگی‌ها را می‌توان چنین برشمرد:
- تمرکززدایی: تمرکززدایی نه تنها توزیع اطلاعات؛ بلکه همچنین شیوه‌ی ارتباط را تغییر می‌دهد. هر مصرف‌کننده اطلاعات، همزمان تولیدکننده‌ی اطلاعات نیز هست.
  - مجازی بودن: یکی از مفاهیم اصلی در جامعه‌ی معاصر و تاثیر از اینترنت، مجازی بودن و تغییر ماهیت زمان و مکان است.
  - جهانی بودن: در اینترنت یک موضوع یا رویداد که توجه افراد و گروه‌های وسیع انسانی را جلب می‌کند می‌تواند در دسترس همگان قرار بگیرد، چنان که حتی رسانه‌ای خبری توده وار نمی‌تواند به این تعداد دسترسی داشته باشد.
  - نفوذ سریع بر افکار عمومی: میزان پشتیبانی و حمایت مردم از رفتار حکومت به میزانی بسیار، تابع توان تاثیر نهادن و هدایت کردن افکار عمومی از گذر رسانه‌های گروهی است و اینترنت در این میان از نقشی بسیار چشمگیر برخوردار است. این وسیله ارتباطی، ابزار خوبی برای جلب مشارکت و پشتیبانی ملی از برنامه‌ها و طرح‌های بزرگ، اعم از سیاسی، اقتصادی و دفاعی است. دولت‌ها با استفاده از اینترنت، نظریه‌ها، تصمیم‌ها و برنامه‌ها خود را برای افکار عمومی تبیین می‌کنند.
  - نفوذ پذیری از سیاست: یکی دیگر از جنبه‌های سیاسی اینترنت کاربردش در خدمت سیاست خارجی کشورهاست. اینترنت مرز نمی‌شناسد و به راحتی می‌تواند مرزها را بی‌هیچ مانعی پشت سر گذاشته و به درون کشورها نفوذ کند. این وسیله همان گونه که می‌تواند وسیله‌ای برای نزدیکی و تفاهم ملت‌ها با یکدیگر و عاملی برای مبادله‌ی برنامه‌های فرهنگی باشد، دارای این توانایی نیز هست که به عنوان وسیله‌ای موثر برای تهاجم به افکار دیگر ملت‌ها و وسیله تبلیغاتی یک دولت در میان دیگر ملت‌های جهان به کار رود. (معمد نژاد، ۱۳۷۹، ص ۲۴۰ تا ۲۴۶)

## ۵. مدیریت تهدیدات رسانه‌ای

با عنایت به اینکه رسانه‌ها به مثابه یکی از مهمترین عوامل و ابزارهای قدرت نرم، همواره نقش اساسی را عهده دار هستند با هدف تغییر نگرش افراد و مهندسی ادراک و افکار آنان، اولویت موضوعات مورد نظر خود و تبدیل آن به رفتار مورد نظر صاحبان قدرت با به کارگیری شیوه‌های اقناع و متقاعدسازی از همه ابزارهای تبلیغ و تهدید رسانه‌ای و روانی همچون اغراق و بزرگمایی، تحریف اخبار، فریب، و برجسته‌سازی و انگاره‌سازی و برجسب‌زنی و... بهره می‌گیرد. بنابراین نقش مؤثر مدیریت تهدیدات رسانه‌ای در دو جبهه حوزه خودی و حوزه حریف لازم و ضروری به نظر می‌رسد. به طور کلی برای اعمال مدیریت تهدیدات رسانه‌ای، اقدامات اساسی و راهبردی برای پیشگیری و رویارویی با آن عبارت است از:

الف) شناخت تهدیدات (موضوع تهدید، عامل تهدید و حوزه تهدید)

ب) اولویت بندی تهدیدات براساس درجه اهمیت و حساسیت آن در امنیت ملی کشور

ج) ایجاد سازوکار مناسب، هوشمند و دائمی برای رصد و رویارویی با تهدیدات رسانه‌ای

د) تدوین استراتژی کلان تبلیغی و رسانه‌ای در برخورد تهاجمی با تهدید رسانه‌ای دشمن و ارتقای سواد رسانه‌ای در برخورد با حوزه ملی

ه) طراحی سیستم مدیریت جامع رسانه‌ای با مشارکت تمام حوزه‌های مرتبط در جهت تقویت قدرت نرم در کشور و رویارویی با تهدید

نرم دشمن (رفع تهدیدات و تولید فرصتها)

### ۵.۱. مدیریت تهدیدات رسانه‌ای به مثابه مدیریت عمومی

البته در یک نگاه دیگر می‌توان مدیریت تهدیدات رسانه‌ای را به مثابه مدیریت عمومی سازمان رسانه‌ای به شمار آورد که مانند سایر سازمانها نیازمند اعمال مدیریت به منظور دستیابی به اهدافی چون رشد، بقا، بهره‌وری و... باشد. هر آنچه در خصوص اصول، فنون، مهارت‌های مدیریت در ادبیات مدیریت وجود دارد در اینجا نیز مصداق پیدا می‌کند. این رویکرد به اعمال، کارکردها و وظایف اساسی مدیریت نظیر برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل و... به منظور تحقق اهداف سازمان رسانه‌ای تلقی می‌شود.

### ۵.۲. مدیریت تهدیدات رسانه‌ای به مثابه کارکردی

در این رویکرد مدیریت تهدیدات رسانه‌ای بر مبنای نوع تهدید و اولویت بندی آن می‌باید در صدد پیشگیری و مقابله با تهدیدات اقدام کند و با کارکردهای مؤثر در اعمال مدیریت رسانه‌ای خود به تهدید رسانه‌ای حریف بپردازد و تلاش‌های آن را بموقع خنثی کند. در واقع در این رویکرد، مدیریت تهدیدات رسانه‌ای، خود به عنوان مدیریت رسانه نقش آفرین است و با شناخت تهدیدات و آسیب پذیری‌ها و اتکاء به ظرفیت و توانمندی‌های رسانه‌ای خود در تقابل با تهدیدات رسانه‌ای برمی‌خیزد و با اعمال شیوه‌ها و روشهای مؤثر و بهره‌گیری کامل از ابزارهای رسانه‌ای خود علاوه بر مقابله با تهدیدات رسانه‌ای، فرصت‌سازی (تولید تهدید برای دشمن) می‌کند.

### ۵.۳. مدیریت تهدیدات رسانه‌ای به مثابه تهاجمی

در این رویکرد مدیریت تهدیدات رسانه‌ای در رویارویی با آن در واقع، وارد مرحله مبارزه و کارزار با تهدیدات رسانه‌ای با ترکیبی از اهداف کنترل و خنثی سازی یا مقابله با تهدیدات در میدان عمل می‌شود. در واقع با درک صحیح از تهدیدات و شناسایی آن، دسته‌بندی و اولویت‌بندی آن با اتخاذ استراتژی‌های مقابله، زمینه‌های لازم را در برخورد با آن انجام می‌دهد و قبل از اینکه تهدیدات رسانه‌ای اثر خود را بگذارد، ضمن برگرداندن آن، زمینه تهدیدات رسانه‌ای را خود ایجاد می‌کند. این نوع مدیریت به منزله تولید تهدید برای عامل تهدیدکننده است تا در نهایت به بازدارندگی تهدید رسانه‌ای تبدیل شود و عامل تهدید در صورت تشدید تهدیدات خود، چنان ضربه‌ای خواهد خورد که نه تنها به هدف نمی‌رسد، بلکه برای خودش تهدیدزا می‌شود و مجبور است عقب نشینی کند.

#### ۴.۵. مدیریت تهدیدات رسانه‌ای به مثابه تدافعی

در این رویکرد مدیریت تهدیدات رسانه‌ای به جای مقابله به مثل و تهاجمی برخورد کردن تهدیدات رسانه‌ای به دفاع برمی‌خیزد و با افشاگری و تنویر افکار عمومی در حوزه خودی، تلاش‌های حریف را خنثی می‌کند و با موضع دفاعی و مصون سازی و بعضاً با ایجاد محدودیت‌های قانونی و فنی در صدد نرسیدن پیام و جریان اطلاعات از سوی رسانه‌های تهدید کننده بر می‌آید و مبارزه خود را در ایجاد حصار و حفاظت کامل از عدم دسترسی رسانه‌های تهدید کننده به خودی از سر می‌گیرد. گرچه با گسترش روز افزون فناوری اطلاعات و عدم کنترل کامل فضای سایبری در دنیای امروز این نوع مدیریت کارساز نیست، هنوز برخی از کشورها از جمله کره شمالی این نوع مدیریت تهدیدات رسانه‌ای را اعمال می‌کند و نمونه بارز این اقدامات تدافعی را در سطح اتحاد جماهیر شوروی قبل از فروپاشی شوروی شاهد بوده ایم.

#### ۵.۵. مدیریت تهدیدات رسانه‌ای به صورت ترکیبی

چنانچه هر کدام از رویکردهای مدیریت اعم از عمومی، کارکردی، تهاجمی و تدافعی نقاط قوت و وضعی داشته باشد با بهره‌گیری از نقاط قوت و کاهش ضعف‌های آن، می‌توان به نوعی مدیریت اقتضایی به صورت ترکیبی در برخورد با تهدیدات رسانه‌ای اقدام کرد که ضمن بهره‌گیری از الگوهای مدیریت و علمی با برنامه‌ریزی و سازماندهی صحیح، شناخت تهدیدات رسانه‌ای اعم از موضوع تهدید، حوزه تهدید و عامل تهدید و ایجاد زمینه‌های تدافعی در مقابل هجوم تبلیغات و تهدید رسانه‌ای با جسارت و ابتکار لازم از فرصت جریان اطلاعات آزاد و بستری آن مثل اینترنت، ماهواره در رسانه‌ها، تهدید رسانه‌ای برای عامل تهدید در حوزه قلمرو خودش به وجود آورد و با همان شیوه‌ها و روشها، تهدید رسانه‌ای را علیه عامل تهدید تدارک دید و با هنر و خلاقیت جلب مخاطب به مبارزه عملی علیه آنها برآمد. در این صورت مدیریت تهدیدات رسانه‌ای و سه جبهه همزمان باید اعمال مدیریت کند:

الف) در حوزه خودی برای خنثی سازی تهدیدات رسانه‌ای دشمن با تنویر افکار عمومی، افشاگری، بی اعتبار کردن رسانه‌های آنها  
ب) در حوزه حریف با بهره‌گیری از شیوه‌ها و روش‌های تبلیغاتی و تهدید رسانه‌ای و به چالش کشیدن سیاست‌ها و اقدامات دشمن  
ج) در حوزه بیطرف و یا به عبارتی در حوزه‌هایی که حریف برای خودش هدف تبلیغاتی قرار داده و همانند حوزه خودی در صدد اعمال تهدیدات رسانه‌ای، علیه دولت و ملت‌های آن است که در این صورت ضمن ورود حوزه سوم مدیریت رسانه‌ای، عامل تهدید را بسیار آزار می‌دهد و به عنوان رقیب به شمار می‌آید.

#### ۶. جمع بندی و نتیجه گیری

مقابله با هر نوع تهدید رسانه‌ای مستلزم درک عمیق و گستره ابعاد و ماهیت آن است. به همین سبب، جمهوری اسلامی ایران نیز برای مقابله مؤثر با تهدیدهای نرم دنیای غرب، ناگزیر باید انواع، ابعاد، گستره و دامنه تأثیر آن را بشناسد. پرواضح است، چنین شناختی جز با بهره‌گیری از روش شناسی (متدولوژی) دقیق علمی حاصل نخواهد شد. پیداست که جمهوری اسلامی ایران، برای مقابله با تهدیدهای نرم دشمن ابزارهای لازم را در دستور کار قرار دهد و با عنایت به منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی که تاکنون توانمندبهایش را بروز داده است، تهدیدهای نرم دشمن را خنثی نماید. از سوی دیگر، باید به این موضوع اذعان نمود که تغییر راهبردها از جمله هماهنگی آنلاین که به تعبیر صحیح باید گفت توطئه آنلاین قبل از آنکه به مثابه تغییر استراتژیها جهت بالا بردن کارایی آنها باشد، ناشی از استیصال و شکست تصمیمهای گذشته دولتمردان آمریکاست. در قرن بیست و یکم ملت‌هایی قادر خواهند بود ارزش‌های خود را در جهان گسترش دهند و حرفی برای گفتن داشته باشند که به رسانه‌ها اهمیت دهند و ارتباطات و مفهوم جنگ نرم همچون مفهومی اساسی در استراتژی کلی و نه به عنوان مفهومی تاکتیکی و محدود اهمیت دهند. برای خنثی سازی جنگ نرم هم باید افکار عمومی نخبگان تأثیر گزار بر شکل‌گیری افکار عمومی مدنظر داده شوند. تأثیر مثبت و منفی رسانه‌ها بر افکار عمومی مردم کشورها بر هیچ کس پوشیده نیست، بطوری که امروزه تهدید رسانه‌ای از مهمترین روش‌ها و تاکتیک‌های تهدیدی در تغییر افکار عمومی و متقاعد سازی مردم کشورها به شمار می‌رود و تعبیری دیگر تأثیر امپریالیسم تبلیغاتی و رسانه‌ای با استفاده از قواعد، مقررات و تکنیک‌های خاص رسانه‌ای، از جمله تصویرسازی، افکارسازی، تحریف، دست‌کاری اطلاعات، بمباران خبری، جعل اخبار، مرعوب‌سازی، شایعه‌سازی، تبلیغات و تهدید روانی، بزرگ‌نمایی و... و همان کاری را می‌کنند که نیروهای نظامی با هزینه هنگفت و زمان طولانی و تلفات فراوان انجام می‌دهند، چه بسا تأثیرات تهدید رسانه‌ای در مواردی مخربتر از تهدید نظامی می‌باشد. همان طوری که بیان شد، تهدید رسانه‌ای یکی از انواع تهدیدهای نرم است که در آن سربازان

میدان نبرد خبرنگاران، گزارشگران، سردبیران و نویسندگان رسانه‌ها اعم از رادیو، تلویزیون، اینترنت، و ماهواره می‌باشند. ضمن اینکه بر تعداد آن‌ها روز به روز افزوده می‌شود شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و اینترنت نیز به دلیل جذابیت‌های خاص خود بویژه از لحاظ بصری، به جذب مخاطب از نسل جوان توجه کرده‌اند که به دلیل اهمیت نقش جوانان و درصد بالای جمعیت آنان در کشورمان، این رسانه‌ها نیز در بررسی تهدیدات رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران از اهمیت بالایی برخوردارند. آنچه مسلم است در تهدید رسانه‌ای، مدیریت تهدیدات رسانه‌ای در خنثی‌سازی و رویارویی با آن از اهمیت بسزایی برخوردار است و باید همکاری هماهنگ و نزدیک بخش‌های نظامی، سیاسی، اطلاعاتی، امنیتی، رسانه‌ای و عملیات روانی و تبلیغی یک کشور را در پی داشته باشد. با شناخت تهدیدات (موضوع تهدید، عامل تهدید، حوزه تهدید) و ابزارهای رسانه‌ای با ایجاد ساز و کار مناسب در سه جبهه حوزه خودی، حوزه حریف (عامل تهدید) و حوزه بیطرف همزمان به تهدید رسانه‌ای تهاجمی پرداخت و تأثیر تهدیدات رسانه‌ای دشمن را به حداقل رساند. در این راستا وظیفه دستگاه‌های مسئول نظام مقدس جمهوری اسلامی در اجرا و رویارویی با تهدید رسانه‌ای، که با حجم سنگینی از تهدیدات رسانه‌ای رو به رو هستند، باید اقدامات زیر را در دستور کار خود قرار دهند:

- ۱- برنامه ریزی میان مدت و بلند مدت درمورد رویارویی با تهدید رسانه‌ای نظام سلطه و اجرای تهدید رسانه‌ای علیه آن
- ۲- توسعه کمی و کیفی دستگاه‌های مرتبط و امکانات و تجهیزات مورد نیاز
- ۳- شناسایی عوامل و امکانات داخلی و منطق‌های مرتبط و امکانات و تجهیزات مورد نیاز
- ۴- شناسایی عوامل و امکانات داخلی، منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای این تهدید
- ۵- آموزش، توجیه و تربیت متخصصان مورد نیاز این نبرد
- ۶- برگزاری همایش، نشست‌های تخصصی و هم اندیشی و ارتقای سطح فعالیت‌های رسانه‌ای
- ۷- بهره‌گیری از فناوری برتر رسانه‌ای و امکانات نوین ارتباطی در جهت رویارویی با هجوم رسانه‌ای

#### ۷. منابع

۱. ساری، حسین، "تهدید رسانه‌ای رادیوهای بیگانه فارسی زبان"، تهران، انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی، ۱۳۸۸
۲. گروه مطالعاتی دانشکده امنیت ملی، "تهدیدات رسانه‌ای و راهبردهای مقابله"، تهران، انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی، ۱۳۸۸
۳. گروه مطالعات و تحقیقات راهبردی مجمع، "فناوری و قدرت ملی چالش‌ها و راهبردها"، تهران، انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی، ۱۳۸۸
۴. الیاسی، محمد حسین، "عملیات روانی رسانه‌ای برای کنترل اذهان"، فصلنامه پژوهش و سنجش، ویژه تهدید رسانه‌ای، تهران شماره ۳۴، ۱۳۸۳
۵. افتخاری، اصغر، "امنیت ملی، رهیافت‌ها و آثار"، فصلنامه مطالعات راهبردی، تابستان ۱۳۷۷، پیش شماره دوم
۶. ایرانی، ایدا، "امپریالیسم رسانه‌ای و استثمار مضاعف"، ۱۳۸۳
۷. رسولی، محمد رضا، "مخاطب شناسی تلویزیون‌های ماهواره‌ای"، باشگاه اندیشه، ۱۳۸۲
۸. همسوئی، "تحلیل محتوای مطبوعات داخلی و رسانه‌های بیگانه"، مرکز ملی مطالعات و سنجش افکار عمومی، زمستان، ۱۳۷۷
۹. شاه محمدی، عبدالرضا، "وسایل ارتباطی سربازان اصلی میدان تهدید های نوین"، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دهم، شماره ۳۴، ۱۳۸۲
۱۰. اخوان کاظمی، مسعود، "نظم نوین رسانه‌ای ضرورتی در راستای گسترش صلح و امنیت، اندیشه، ۱۳۸۲
۱۱. ال کارترز، سورن، "تبلیغات در صلح و تهدید"، ترجمه محمد حسن زاده، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دهم ۱۳۸۲
۱۲. گرم، لین، "رسانه‌ها تهدید و روابط بین الملل"، ترجمه عالیه شکرپیگی، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال ۱۰ شماره ۳۴، تابستان ۱۳۸۲
۱۳. روزنامه ایران، ۱۳/۸/۱۳۷۵
۱۴. جمعی از نویسندگان، رسانه‌های و ثبات سیاسی، انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۰
۱۵. حسینی، حسین، "مجموعه مقالات تبلیغات و تهدید روانی"، پژوهشکده علوم دفاعی دانشگاه امام حسین (ع)
۱۶. مقاله بررسی نقش رسانه‌های جمعی بر امنیت عمومی، دانشگاه علوم انتظامی دانشکده دافوس، نوشته خدابخش کنولی نژاد، ۱۳۸۴
۱۷. معتمد نژاد، کاظم، "وسایل ارتباط جمعی"، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ سوم، ۱۳۷۹
۱۸. فصلی در باب فرهنگ و تهاجم فرهنگی، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۶