**پژوهش‌نامه رسانه و جنگ نرم**

نویسنده: محمد سلطانی‌فر
ناشر: تهران: پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک
تعداد صفحات: 263
شابک: 1-024-290-600-978
سال چاپ: 1391
قیمت: 80000 ریال

جنگ رسانه‌ای یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های جنگ نرم و جنگ‌های جدید بین‌المللی است. از این منظر، اگر چه جنگ رسانه‌ای عمدتاً به هنگام جنگ‌های نظامی کاربرد بیشتری پیدا می‌کند، اما این به آن مفهوم نیست که در سایر مواقع، جنگ رسانه‌ای در جریان نبوده و یا مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. بنابراین، بنیادی‌ترین تعریف از جنگ رسانه‌ای، استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت و اصول تبلیغات به منظور دفاع از منابع ملی است. تحت این شرایط، جنگ رسانه‌ای تنها جنگی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیررسمی ادامه داشته و هر کشوری از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی‌اش از رسانه‌ها بهره‌گیری می‌کند.

در این پژوهش‌نامه، تحت عنوان "رسانه و جنگ نرم"، سعی شده است به تبیین و تحلیل جنگ نرم رسانه‌ای از منظرهای مختلف پرداخته شود.

مقاله اول این پژوهش‌نامه اختصاص دارد به مقاله "پدیده جهش ارتباطی در جنگ رسانه‌ای براساس واکاوی مدل وایت" نوشته دکتر ایرج رستگار. به اعتقاد نویسنده، بزرگ‌ترین تفاوت جنگ‌های رسانه‌ای با سایر جنگ‌هایی که آدمی تا کنون با آنها دست به گریبان بوده، در این است که سربازان جنگ‌های رسانه‌ای همانا نیروهای رقیب هستند. این سربازان در واقع مخاطبان رسانه‌ها به شمار می‌روند. مقاله مذکور بر آن است تا براساس مدل دروازه‌بانی دیوید منینگ وایت به ارائه پدیده جهش در فراگردهای ارتباطی بپردازد. مدل وایت به تمامی کارکردهای دروازه‌بانان خبری نمی‌پردازد، این در حالی است که در انتقال پیام ممکن است جهش‌های گوناگونی شکل بگیرد که بازتاب‌های متفاوتی را در جامعه ایجاد کنند. بارتاب‌های فوق حداقل اثر نامطلوبی که دارند، مخاطب‌سازی برای رسانه‌های خارجی است و این امر یعنی در موقعیت برتر قرار دادن رسانه‌های خارجی در جنگ رسانه‌ای.

"جنگ سایبری امریکا و رژیم صهیونیستی با ایران" عنوان مقاله بعدی است که توسط دکتر حمید ضایی‌پرور به رشته تحریر درآمده است. به اعتقاد نویسنده، هدف اصلی انتشار ویروس استاکس‌نت در ایران، زیرساخت‌های صنعتی و نیروگاهی ایران بوده است. این ویروس باعث شده تا برخی از آغاز جنگی سایبری از سوی امریکا و رژیم صهیونیستی علیه ایران خبر دهند. اما واقعیت ماجرا چیست؟ تا چه حد می‌توان طراحی و انتشار این ویروس را اقدامی از سوی امریکا و رژیم صهیونیستی علیه ایران قلمداد کرد؟ قدرت تخریبی این ویروس تا چه حد است؟ ایران برای مقابله عملی با این حمله رایانه‌ای چه اقداماتی انجام داده است؟ جمهوری اسلامی ایران باید چه راهبردهایی در زمینه دفاع سایبری اتخاذ نماید؟ هدف اصلی این نوشتار، پاسخ به سؤالات مطروحه فوق است.

مقاله سوم اختصاص دارد به مقاله‌ای تحت عنوان "تأثیر رسانه‌ها بر کاهش محرمانگی تاکتیک‌های نظامی در جنگ رسانه‌ای" نوشته دکتر محمد سلطانی‌فر و شهرود امیرانتخابی. مفروض نوشتار حاضر این است که تاکتیک‌های نظامی تحت تأثیر عملکرد رسانه‌ها قرار گرفته است؛ به طوری که می‌توان ادعا کرد رسانه‌های نوین انحصار اطلاعات نظامی را شکسته‌اند و محرمانگی تاکتیک‌های نظامی متأثر این روند کاهش یافته است. در این شرایط سیاست‌گذاری رسانه‌ها در امور نظامی به "رقابت تصاویر" در جنگ‌های نظامی تبدیل شده است. تأثیرگذاری رسانه‌ها بر تاکتیک‌های نظامی و سیاست‌های دفاعی و خارجی از یک‌سو توجه سیاست‌مداران، مقام‌های حکومتی، روزنامه‌نگاران و دانشمندان را به خود جلب کرده است و از سوی دیگر، واقعیت‌سازی و چارچوب‌سازی اولیه جنگ و تاکتیک‌های نظامی توسط رسانه‌ها انجام می‌شود. این روش ریشه در فهم رسانه‌ها به عنوان مهم‌ترین واسط قدرت در سیاست در جهان کنونی دارد. با این رویکرد، سؤال اصلی این نوشتار آن است که رسانه‌ها چگونه موجب کاهش محرمانگی تاکتیک‌های نظامی شده‌اند؟ برای پاسخ به سؤال مطرح شده، به بررسی تأثیر تکامل رسانه‌ها بر پوشش خبری به مثابه ابزاری مؤثر بر کاهش محرمانگی تاکتیک‌های نظامی پرداخته و سپس ضمن بررسی دیدگاه‌های موجود به بازبینی نقش رسانه‌ها و دولت‌ها در جنگ پرداخته می‌شود. نتایج حاکی از آن است که رسانه‌های نوین انحصار رسانه‌ای را شکسته‌اند و محرمانگی تاکتیک‌های نظامی دیگر معنایی ندارد؛ سیاست‌گذاری نیز به چیزی تبدیل شده است که بسیاری از کارشناسان آن را "رقابت تصاویر" می‌نامند.

"مبانی جنگ نرم در علوم ارتباطات" عنوان مقاله بعدی پژوهش‌نامه است که توسط دکتر علی‌محمد مزیدی و مهدی اسماعیل‌تبار نوشته شده است. هدف اصلی این نوشتار، بررسی مبانی جنگ نرم در علوم ارتباطات است. برای تبیین این مبانی، نقطه عزیمت در نوشتار حاضر، جایگاه نقش رسانه‌هایی چون مطبوعات، رادیو، تلویزیون و اینترنت در قدرت نرم است. بدین‌منظور ابتدا جنگ رسانه‌ای به عنوان برجسته‌ترین جنبه جنگ نرم مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس به تحلیل ابعاد رسانه‌های جهانی در جنگ رسانه‌ای پرداخته و در ادامه، به جایگاه رسانه‌ها (اینترنت، رادیو و تلویزیون) در قدرت نرم پرداخته می‌شود.

مقاله بعدی اختصاص دارد به "رسانه، ابزار جنگ نرم اطلاعاتی" نوشته مستوره عزت‌زاده. به اعتقاد نویسنده، امروزه رسانه‌ها در ایجاد روابط در جوامع کاربرد بسیاری پیدا کرده و در زمینه‌های مختلف از جمله فرهنگ، سیاست، قدرت، عرصه نظامی و... در تمام جنگ‌های قرن بیستم به عنوان ابزاری برای جنگ روانی و تبلیغاتی از سوی کشورهای درگیر جنگ مورداستفاده قرار گرفته‌اند. نقش رسانه‌ها از جنبه صرفاً تولید و توزیع خبر به ابعاد وسیع‌تر و کاربردی‌تر گسترش یافته؛ تا جایی که در دست دولتمردان کشورها و در عرصه سیاست خارجی و داخلی و ایجاد جو اعتمادسازی، میانجی‌گری، بسیج افکار عمومی و... یک ابزار قدرتمند هستند. گسترش و تولید رسانه‌های الکترونیکی نیز مؤید همین مطلب است؛ به‌گونه‌ای که طرف‌های درگیر جنگ‌های مدرن از ابزارهای فرامدرن و رسانه‌های الکترونیکی استفاده می‌کنند تا ابزارهای جنگ سرد. رسانه‌ها از برجسته‌ترین مؤلفه‌های جنگ‌های امروزی یا همان جنگ نرم هستند که در همه شرایط حتی شرایط صلح هم کاربرد دارند.

"بررسی تأثیر روش‌های پوشش خبری رادیو صدای امریکا بر دیدگاه مخاطبان" مقاله‌ای است که توسط علیرضا تلخابی علیشاه، دکتر حمیدرضا حسین و رضا بهمنی به رشته تحریر درآمده است.

این مقاله با هدف بررسی تأثیر روش‌های پوشش خبری رادیو صدای امریکا بر روی دیدگاه مخاطبان صورت گرفته است. برای این منظور با استفاده از مبانی نظری و پژوهش‌های پیشین فهرستی از مواردی که به نظر می‌رسید بر روی دیدگاه مخاطبان تأثیر داشته باشد شناسایی شد و با طراحی پرسش‌نامه‌ای، نظر صد دانشجوی رشته علوم ارتباطات- روزنامه‌نگاری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده بودند پرسیده شد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین به روز بودن خبر و هم‌زمانی با وقوع رویداد، پخش اخبار به صورت روشن و صحیح، شیوه‌های بیان خبر، گفت‌وگوی زنده با مخاطبان و استفاده از اطلاعات، بی‌پرده بیان کردن خبر و عدم جانبداری، بین به‌کارگیری نظرات کارشناسان متخصص و شکل‌دهی دیدگاه مخاطبان رابطه معنادار وجود دارد.

مرضیه جان‌بزرگی در مقاله‌ای تحت عنوان "منابع قدرت در جنگ نرم رسانه‌ای" به تبیین مفهوم جنگ نرم رسانه‌ای پرداخته است. به اعتقاد نویسنده، هدف از این نوع جنگ، یکدست کردن بشر امروز بنا به خواست قدرت‌های حاکمه بر جهان است. در جنگ نرم، دشمن با واقعیت‌ کاری ندارد، بلکه او واقعیت را برای مخاطب می‌سازد. دشمن از ادبیات سیاه بهره می‌گیرد و براساس خواست خود نظام یک کشور را مرعوب می‌نماید و با فرسایشی کردن فضای سیاسی، نیروهای اصلی نگهدارنده را خسته می‌نماید. محیط‌های جوان "میدان مناسب" این جنگ ارزیابی می‌شوند.

"استراتژی خبرپراکنی برای پیروزی در جنگ‌های رسانه‌ای" نوشته ادوارد کافمن مقاله‌ای است که توسط خانم نیلوفر صمیمی برگردان شده است. همچنین مقاله دیگری تحت عنوان "جنگ رسانه‌ای علیه تروریسم" نوشته فیلیپ هاموند توسط خانم نرگس بهرامی و فاطمه توحیدی اردهایی برگردان شده است.