

رسانه‌ها و جنگ نرم

تدوین و گردآوری: اکرم امامی

کارشناس کتابداری و اطلاع‌رسانی و پژوهشگر اداره کل پژوهش‌های رادیو

گشوده‌شدن آتش، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد. جنگ نرم نوعی اعمال قدرت نرم است. اولین کسی که روی این مسئله کار کرده است، «سان تزو» است. تزو در کتاب هنر جنگ می‌گوید: «می‌شود جنگید، اما مهم‌ترین کار این است که شما در یک نبرد بدون جنگ، پیروزی را به‌دست بیاورید!» چیزی که او مدنظر قرار داده، همان عملیات روانی و جنگ نرم است.

جنگ نرم یک اقدام پیچیده و پنهان متشکل از عملیات‌های سیاسی، فرهنگی و اطلاعاتی از سوی قدرت‌های بزرگ جهان برای ایجاد تغییرات دلخواه و مطلوب در کشورهای هدف است و هدف از این جنگ، ایجاد تغییر در ارزش‌ها و فرهنگ‌های ملت‌هاست تا علاقه و نوع رفتار آنها را - چه از نظر سیاسی، فرهنگی و اجتماعی - به‌سمت رفتار مطلوب خود تغییر دهند تا ملت‌های هدف درست همان چیزی را بخواهند که مدنظر قدرت‌های بزرگ است.

تعاریفی دیگر از جنگ نرم

- جنگ نرم، جنگ تغییر باورهاست!
- جنگ نرم، جابه‌جایی دیدگاه‌ها با نگاه‌های رسانه‌های استکباری است!!
- جنگ نرم، جنگ مغزهاست، نه مرزها!
- جنگ دیدگاه‌هاست، نه قرارگاه‌ها!
- جنگ نرم، جنگ تقدس‌زدایی از ارزش‌ها و شبهه‌افکنی در اذهان است!
- جنگ نرم، جنگ تغییر گروه‌های مرجع و شکل‌دهی تضادهای جدید اجتماعی است!
- جنگ نرم، جنگ تخریب اعتمادهاست!
- جنگ نرم، جنگ تغییر و جابه‌جایی مفاهیم زشت و زیباست!
- جنگ نرم، جنگ هنجارشکنانه و ترویج نافرمانی‌های مدنی است!
- جنگ نرم، جنگ تغییر ذائقه‌ها و شکاف‌بخشی کاذب فرهنگی میان نسل‌هاست!

جنگ نرم مترادف اصطلاحات بسیاری در علوم سیاسی و نظامی است. در علوم نظامی از واژه‌هایی مانند: جنگ روانی یا عملیات روانی استفاده می‌شود و در علوم سیاسی می‌توان به واژه‌هایی چون: «براندازی نرم، تهدید نرم، انقلاب مخملین» و اخیراً به واژه «انقلاب رنگین» اشاره کرد.

جنگ نرم به تعریف گروهی عبارت است از: «استفاده طراحی‌شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با توسل به شیوه‌هایی که برای پیشرفت مقاصد امنیت ملی، طرح‌ریزی و اجرا می‌شود. گروهی نیز جنگ نرم را استفاده دقیق و طراحی‌شده از تبلیغات و دیگر اعمالی می‌دانند که منظور اصلی آن تأثیرگذاری بر تمایلات، احساسات، عقاید و رفتار دشمن، گروه بی‌طرف و یا گروه‌های دوست است؛ به‌نحوی که پشتیبان اهداف و مقاصد ملی باشد».

معروف‌ترین تعریف را به «جوزف نای» نسبت می‌دهند. پژوهشگر برجسته آمریکایی در سال ۱۹۹۰ میلادی قدرت نرم را توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران تعریف کرد. تعریفی که قبل از وی دکتر سیدحمید مولانا در سال ۱۹۸۶ به آن اشاره کرده بود. جنگ نرم را می‌توان هرگونه اقدام نرم، روانی و تبلیغات رسانه‌ای تلقی کرد که جامعه هدف را نشانه گرفته، بدون درگیری و استفاده از زور و اجبار به انفعال و شکست وامی‌دارد.

جنگ نرم باعث کوتاه‌ترشدن جنگ‌ها و برخورد‌های فیزیکی و در نتیجه کمترشدن هزینه‌های مالی ارتش‌ها و جنگ‌ها شده است. در نهایت برنده جنگ، بازیگرانی هستند که بیشترین بهره را از ابزارهای جنگ نرم و شیوه‌های آن ببرند. جنگ نرم در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و

اشاره

«جنگ نرم» از دو قسم کلمه «جنگ» که خود معنا و مختصات و استاندارد خود را داشته و نیز کلمه «نرم» که شابلون مختص به خود را دارد، تشکیل می‌شود. جنگ نرم یا به مفهومی «قدرت نرم»، قدرتی است برای رسیدن به نتایج مطلوب بدون تهدید و یا پاداش ملموس. مفهوم جنگ نرم که در مقابل جنگ سخت مورد استفاده واقع می‌شود، دارای تعریفی واحد نیست که مورد پذیرش همگان باشد. بنابراین تا حدی تلقی و برداشت افراد، جریان‌ها و دولت‌های گوناگون از آن متفاوت است. شاخص جنگ نرم، استفاده از ابزارهای فکری و فرهنگی است.

- جنگ نرم، جنگ توسعه مکاتب کاذب اجتماعی، عرفانی، اقتصادی و ... است!

- جنگ نرم، جنگ سامان‌دهی جدید نیروهای اجتماعی و بهره‌برداری سیاسی از آنهاست!

اگر دیروز ابزار جنگ، توپ و تانک بود، در جامعه امروزی قلم و رسانه مهم‌ترین ابزار جنگ نرم هستند و باید تقویت شوند.

جنگ نرم، نوع جدیدی از جنگ‌هاست که در حوزه رسانه‌ها اتفاق می‌افتد و رسانه مهم‌ترین ابزار جنگ نرم است.

مارشال مک لوهان می‌گوید: «جنگ‌هایی که در آینده رخ خواهند داد به وسیله تسلیحات جنگی و در میدان‌های نبرد نخواهند بود، بلکه این جنگ‌ها به دلیل تصویری رخ خواهند داد که رسانه‌های جمعی به مردم القا می‌کنند.

رسانه‌ها در تولید، کنترل و مهار بحران‌ها نقش کلیدی ایفا می‌کنند و همچنین رسانه‌ها به شیوه‌های گوناگون می‌کوشند فضای ذهنی گروه‌های هدف را در جهت اهداف و خواسته‌های حاکمان شکل دهند.

جنگ رسانه‌ای از تاریخ باستان تا امروز وجود داشته و جزء لاینفک سیاست ابرقدرت‌ها بوده است و آنچه امروز کمیت و کیفیت این جنگ‌ها را عوض کرده است، توسعه زیرساخت‌های رسانه‌ای و فناوری در یک قرن اخیر است. از جنگ جهانی دوم به بعد، این جنگ رسانه‌ای به یک رشته علمی و استراتژیک تبدیل شد که شاخه اصلی قدرت نظامی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشورها را تشکیل می‌دهد.

از اهداف جنگ رسانه‌ای می‌توان تغییر و آلودگی محیط به نفع مهاجم، نفوذ در افکار عمومی و گمراهی آن، بسیج فکری مردم، شخصیت‌کشی و شخصیت‌سازی، کوشش در شکست اراده مقاومت، نفاق و تفرقه‌انگیزی میان نخبگان و جناح‌های مختلف، مشغول کردن دولتمردان و سردمداران و روزنامه‌نگاران به مسائل جزئی و منحرف کردن آنها از مسائل اساسی و فراهم کردن محیط برای زد و خورد‌های داخلی و خارجی را نام برد که نتیجه این جنگ، هم دارای ابعاد خارجی است و هم داخلی.

دنیای امروز عرصه جنگ بین رسانه‌هاست. رسانه کارکردی دوسویه دارد، ولی در عمل رسانه‌های امروزی در خدمت نظام سلطه‌اند. رسانه در حوزه‌های مختلف کارکردهایی متفاوت دارد. با استفاده از رسانه‌ها می‌توان در

جامعه انگیزه و حرکت ایجاد کرد و یا فرهنگ عمومی را پایه‌ریزی نمود و آن را گسترش داد و همین‌طور افکار عمومی را در ارتباط با موضوع خاصی تبیین کرد. رسانه می‌تواند ارتباط دوسویه را میان افراد یک جامعه و حتی جامعه جهانی برقرار کند؛ گرچه قدرت‌های استکباری از رسانه برای گسترش نفوذ خود در جامعه جهانی استفاده می‌کنند.

استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها؛ اعم از رسانه‌های نوشتاری، شنیداری و دیداری با استفاده از شیوه‌های جنگ روانی، به‌منظور کسب منافع را جنگ رسانه‌ای می‌گویند. آنچه مسلم است آن‌که جنگ رسانه‌ای از برجسته‌ترین مؤلفه‌های جنگ نرم و جنگ‌های مدرن در جهان کنونی محسوب می‌شود.

اصطلاح «جنگ رسانه» جنگ میان نخبگان است. بنابراین، میزان تخریب زیاد است تا حدی که شهروندان عادی کشور هدف، متوجه حجم سنگین این جنگ بر فضای روحی و روانی خود و اطرفیان‌شان نمی‌شوند. در جنگ رسانه‌ای از روش‌ها و تاکتیک‌های مختلفی متناسب با شرایط و جغرافیای عمومی استفاده می‌شود. گاه با بمباران اطلاعات و یا ارائه اطلاعات نادرست و یا مشابه‌سازی و ... گروه هدف را مجبور می‌کنند تا منافع مهاجم را بر منافع ملی ترجیح دهند. همه تاکتیک‌های جنگ رسانه‌ای بر پایه ایجاد ترس در مخاطب استوار است.

رسانه در یک دید کلی از ابزارهای جنگ روانی است و همان اهداف جنگ روانی را هم دنبال می‌کند؛ یعنی هدف جنگ رسانه‌ای تغییر رفتار در دولت‌ها و ملت‌هاست تا بدینوسیله کشور مهاجم اراده خود را بر گروه هدف تحمیل کند. اولین هدف، ملت‌ها هستند؛ چرا که ملت‌ها در خط مقدم مبارزه با هر مهاجمی قرار دارند و از طرفی دولت‌ها هم به اتکای ملت‌ها می‌توانند در برابر بیگانگان ایستادگی کنند.

عملکرد مثبت رسانه‌ها

- غنی‌سازی ادبیات و فرهنگ گفت‌وگو در جامعه؛

- نهادینه‌کردن فرهنگ پرسشگری و پاسخگویی؛

- اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه، شفاف و مستند؛

- جهت‌دهی به احساسات و هیجانات؛

- مشارکت در تصمیم‌گیری‌های ملی؛
- ارتقای سطح آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی جامعه؛

- تعمیق قانون‌مداری و احترام به قانون در جامعه؛

- مشارکت در تولید فکر و اندیشه؛

- ایجاد ارتباط منطقی بین مردم و مسئولان؛
- انتقال مشکلات مردم به مسئولان با رعایت بی‌طرفی؛

- حمایت از عملکرد منطقی دولت و تشویق مردم به همراهی با برنامه‌های دولت؛

- آرام‌سازی مردم و تعمیق بهداشت روانی مردم؛

- تعمیق آزادی‌های فردی و اجتماعی؛

جنگ نرم قابلیت ذائقه‌سازی عمیقی در افکار، احساسات و رفتار عمومی دارد که عبارتند از:

- شبکه عصبی؛ فضای مجازی

نگاه آلین تافلر سومین موج دگرگون‌کننده زندگی بشری پس از موج‌های کشاورزی و صنعتی، موج الکترونیک و دیجیتال است. این موج به قدری غنی است که تمامی زندگی بشر را تحت تأثیر خود قرار داده است. فضای مجازی فرزند عصر دیجیتال، الکترونیک و اطلاعات است. زندگی و شیوه زندگی امروز و فردای بشر، تحت تأثیر فضای مجازی به‌صورت جامعه مجازی است.

- رسانه

ارتباطات بشر براساس زبان، پیام و مخاطب صورت می‌پذیرد. اساس وسیله ارتباطی بشر که از آن به «رسانه» یاد می‌شود نیز بر همین مبنا شکل گرفته و دست‌بندی می‌شود؛ مانند: روزنامه، رادیو، تلویزیون، اینترنت، رسانه‌های چهره به چهره و ...

- هنر

آنچه مسلم است آن‌که به دلیل کار ویژه هنر، یعنی تبدیل یک پیام به «حس» که خود منشأ تولید رفتار است، نمی‌توان نقش آن را در حوزه جنگ نرم نادیده گرفت.

- رفتارشناسی و رفتارسازی

بر دو بخش هوش هیجانی و عزت نفس استوار است. هوش هیجانی، توانایی فرد و افراد در کنترل و مدیریت احساسات و هیجانات، منشأ رفتارهای فرد است. در عزت‌نفس، مؤلفه‌هایی چون: خودآگاهی، خودباوری، احترام به آداب

و رسوم، سنن، اعتقادات، ارزش‌ها، کشور و... موضوعیت دارند.

- زبان کاربردی

زبان مهم‌ترین وسیله ارتباطی است. زبان، راهبردی‌ترین ابزار ارتباط افراد با یکدیگر، ارتباط با گذشته به وسیله ادبیات و همچنین ارتباط با آینده به وسیله تولیدات تکوینی ادیبانی است.

- قانون

در این حوزه تنظیمات رفتارهای اجتماعی و نهادهای سیاسی بر اساس قراردادهای اجتماعی شکل گرفته و اجرا می‌شود.

- سه گانه‌های اطلاعات

در عصر اطلاعات، کنترل و هدایت اطلاعات چه از لحاظ امنیتی و چه به لحاظ افکار عمومی دارای اهمیتی ویژه است. اطلاعات، برای تحقق امر فوق، به لحاظ تخصصی و کاربردی، از حیث جمع‌آوری، پردازش و تحلیل، اقدام پنهان، ضد اطلاعات و میزان توجه به افکار عمومی به سه دسته اطلاعات کاربردی، اطلاعات تحقیقاتی و اطلاعات هوشمند تقسیم می‌شود.

- ورزش

در حوزه ورزش، گرچه در ظاهر بنا بر سلامت است، اما مینا تفریح و سرگرمی است. در این حوزه ورزش از بطن و مکمل زندگی خارج شده و به صورت حرفه درمی‌آید، همچنین مفهوم پهلوآنی رنگ باخته و جای آن را قهرمانی می‌گیرد. ورزش به دلیل جذابیت‌های هیجانی خود، تبدیل به مرجع هیجانی مخاطب می‌شود.

- گردشگری

به عنوان ناقل و تعبیردهنده مؤلفه‌های فرهنگی دارای اهمیتی ویژه است.

- اخلاق، روابط و معاشرت

این فرایند در حوزه سرمایه اجتماعی استراتژیک نیز تأثیر مستقیم و مؤثری دارد.

- علم و علم‌گرایی

این حوزه به‌طور ویژه مبتلا به خوص و نخبگان است. از همین رو، رهبر فرزانه انقلاب اسلامی حتی در همین ایام با تأکید بر جنبش نرم‌افزاری و تولید مفاهیم بومی، دهه چهارم نظام جمهوری اسلامی ایران را دهه نهضت تولید علم و نرم‌افزار می‌داند.

باید دانست که برد مفید حوزه‌های یادشده در تعبیر مدل زندگی و برد نهایی آن تغییر ارزش‌ها، باورها و اعتقادات، سرمایه اجتماعی کشور هدف است. پس از انطباق تعاریف فرهنگ استراتژیک

و جنگ نرم این نکته بارز می‌شود که زمین منازعات نرم، یک زمین فرهنگی است.

بهره‌وری کشورها از جنگ نرم، اطلاعات و دانایی، آمال، ارزش‌ها و فرهنگ هدف اصلی کشور مهاجم است؛ تأثیرگذاری بر افکار عمومی و توانایی تغییر انتخاب و ترجیحات دیگران است. رهبر فرزانه انقلاب اسلامی، در تبیین ماهیت جنگ نرم گفته‌اند: «جنگ نرم، یعنی جنگ به وسیله ابزار فرهنگی، به وسیله نفوذ، به‌وسیله دروغ، به‌وسیله شایعه‌پراکنی، با ابزارهای پیشرفته‌ای که امروز وجود دارد، ابزارهای ارتباطی که ده سال قبل و پانزده سال قبل و سی سال قبل نبود.»

ابزارهای جنگ نرم

- ایجاد اختلاف، بدبینی و تفرقه از نکات اساسی در جنگ نرم است.

- بنیان‌های معنوی و باورهای ارزشی جامعه، از اهداف دیگر جنگ نرم است.

رهبر فرزانه انقلاب اسلامی، در

تبیین ماهیت جنگ نرم گفته‌اند:

«جنگ نرم، یعنی جنگ به

وسيله ابزار فرهنگي، به وسيله

نفوذ، به وسيله دروغ، به وسيله

شایعه‌پراکنی، با ابزارهای

پیشرفته‌ای که امروز وجود دارد،

ابزارهای ارتباطی که ده سال قبل

و پانزده سال قبل و سی سال قبل

نبود.»

- دشمنان در جنگ نرم می‌کوشند شخصیت سالم جامعه را نابهنجار کنند. بنابراین تلاش می‌کنند که ویژگی‌هایی مانند اعتماد به نفس، امید، مثبت‌نگری و... را در هم ریزند.

- یکی دیگر از کارکردهای مهم در جنگ نرم، ایجاد جنگ‌های زرگری و غفلت از دشمن است. این اهداف و کارکردها با ابزارهای گوناگون اتفاق می‌افتند؛ اما در این میان، در جنگ نرم، رسانه‌های ارتباطی نقش ویژه‌ای یافته‌اند. می‌توان گرانگه‌گاه جنگ نرم را، نبردهای رسانه‌ای دانست. با تکامل فناوری‌های ارتباطی و تنوع رسانه‌ای، اهمیت این ابزار، بیش از پیش، خود را می‌نماید.

به گفته رهبر فرزانه انقلاب، «امروز مؤثرترین سلاح بین‌المللی علیه دشمنان و مخالفان، سلاح تبلیغات است؛ و سلاح ارتباطات رسانه‌ای است.

امروز این سلاح است و از بمب اتم هم بدتر و خطرناک‌تر است.»

تاکتیک‌های جنگ نرم

بی‌تردید در این میان، سیاستگذاران داخلی رسانه‌ای که با برنامه‌سازی هدایت افکار عمومی را در اختیار دارند، با توجه به ظرافت‌های جنگ نرم باید سریع‌تر خود را به ابزار جنگ نرم مجهز کنند؛ زیرا رسانه مهم‌ترین ابزار جنگ نرم است و باید این ابزار را بیش از پیش مورد توجه قرار داد و از آن به نفع کشور بهره‌برداری کرد:

برچسب‌زدن

رسانه‌ها، براساس این تاکتیک، واژه‌های مختلف را به صفات مثبت و منفی تبدیل کرده، آنها را به آحاد یا نهادهای مختلف نسبت می‌دهند. برچسب‌زنی برای تحریک به رد اندیشه و فکر بدون بررسی شواهد مورد استفاده قرار گیرد.

تلطیف و تنویر

از تلطیف و تنویر استفاده می‌شود تا چیزی را بدون بررسی شواهد بپذیریم و تصدیق کنیم.

انتقال

اقتدار استفاده از نمادهای مذهبی و یا ملی و انتساب به اشخاص و جریان‌هایی که مورد احترام توده‌های عمومی مردم هستند، انتقال نامیده می‌شود.

تصدیق

تصدیق یعنی اینکه شخصی که مورد احترام یا منفور است، بگوید فکر، برنامه یا محصول یا شخص معینی خوب یا بد است. تصدیق فنی رایج در تبلیغ، مبارزات سیاسی و انتخاباتی است.

شایعه

شایعه در فضایی تولید می‌شود که امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات موثق امکان‌پذیر نباشد. هر شایعه می‌تواند دربرگیرنده بخش قابل توجهی از واقعیت باشد. ولی ضریب نفوذ آن بستگی به درجه ابهام و اهمیت آن دارد. در جنگ احد دشمنان با شایعه کشته‌شدن پیامبر (صلی‌الله علیه و آله) تلاش کردند تا موجب اختلاف و فرار، و ازهم‌پاشیدگی ارتش اسلام شوند.

کلی‌گویی

تاکتیک کلی‌گویی، تاکتیکی است که سعی می‌شود ذهن مخاطب متوجه حواشی و شاخ و برگ شده و در رابطه با هسته مرکزی پیام حساسیت نداشته، و آن را بدون بررسی و کنکاش بپذیرد که به همین دلیل برخی این تاکتیک را «بی‌حس‌سازی مغزی» نیز می‌گویند.

دروغ بزرگ

این تاکتیک قدیمی هنوز هم مورد استفاده فراوان است. گوبلز می‌گوید: «دروغ هرچه بزرگ‌تر باشد، باور آن برای مردم راحت‌تر است.»

پاره حقیقت‌گویی

خبر هنگامی کامل است که عناصر خبری در آن، به شکلی کلی مطرح شوند. اما چنانچه یکی از عناصر خبری شش‌گانه (که، کجا، کی، چرا، چه، چگونه) در خبر بیان نشود، خبر ناقص است. در تاکتیک پاره حقیقت‌گویی حذف یکی از عناصر به عمد صورت می‌گیرد و بیشتر اوقات عنصر «چرا» حذف می‌شود.

انسانیت‌زدایی و اهریمن‌سازی

یکی از مؤثرترین شیوه‌های توجیه حمله به دشمن به هنگام جنگ «انسانیت‌زدایی» است. در این تاکتیک با استفاده از برچسب‌زنی صفات منفی به حریف از جمله دزد، قاتل، دروغگو و... به توجیه حملات و تهاجمات علیه رقیب می‌پردازند.

ارائه پیشگویی‌های فاجعه‌آمیز

در این تاکتیک با استفاده از آمارهای ساختگی و سایر شیوه‌های جنگ روانی به ارائه پیشگویی‌های مصیبت‌بار می‌پردازند که بتوانند حساسیت مخاطب را نسبت به آن افزایش داده، براساس میل و هدف خویش افکار وی را هدایت کنند.

ایجاد تفرقه و تضاد

از جمله اموری که در فرایند جنگ نرم مورد توجه واقع می‌شود، تضعیف از طریق تزییق تفرقه در جامعه هواداران و حامیان حریف است. ایجاد و القای وجود تضاد و تفرقه در جبهه رقیب باعث فقدان انسجام و یکپارچگی شده، رقیب را مشغول مشکلات درونی جامعه حامیان خود می‌کند و از این طریق از اقتدار و اثرزوی آن کاسته و قدرتش فرسوده می‌شود. ایجاد تفرقه و تضاد موجب ایجاد گسست شده و در جامعه‌ای که به لحاظ طبیعی این گسست‌ها وجود داشته باشند، تقویت می‌شوند؛ از قبیل گسست قومیت، مذهب، دین، جنسیت، زبان، نژاد و... .

مهم‌ترین هدف، ایجاد گسست میان مردم و نظام سیاسی است که باعث تزلزل و تنزل اعتماد عمومی مردم و مقبولیت و پذیرش رژیم سیاسی می‌شود.

ترور شخصیت

در جنگ نرم، ترور فیزیکی جای خود را به

ترور شخصیت داده است. در زمانی که نمی‌توان و یا نباید فردی مورد ترور فیزیکی قرار گیرد با استفاده از نظام رسانه‌ای و انواع تاکتیک‌ها از جمله بزرگ‌نمایی، انسانیت‌زدایی و اهریمن‌سازی، پاره حقیقت‌گویی و... وی را ترور شخصیت می‌کنند و از این طریق باعث افزایش نفرت عمومی و کاهش محبوبیت وی می‌شوند.

توسل به ترس و ایجاد رعب

متخصصان جنگ نرم، ضمن تهدید و ترساندن مخاطبان به طرق مختلف به آنان چنین القا می‌کنند که خطرات و صدمه‌های احتمالی و حتی فراوانی بر سر راه آنها قرار دارد و از این طریق، آینده‌ای مبهم و توأم با مشکلات و مصائب برای افراد ترسیم می‌کنند.

مبالغه

مبالغه یکی از روش‌هایی است که با اغراق کردن و بزرگ‌نمایی یک موضوع، سعی در اثبات یک واقعیت دارد. کارشناسان جنگ روانی، از این فن در مواقع و وقایع خاص استفاده می‌کنند.

وظیفه رسانه‌های داخلی

مأموریت و وظیفه رسانه‌های داخلی، آگاه‌سازی مخاطبان از پشت صحنه جنگ نرم است و رسانه‌های داخلی باید پیچیدگی جنگ امروز را به مخاطب بشناسانند و او را نسبت به پشت صحنه اقداماتی که بسیاری از آنها در ظاهر و قالب خیرخواهانه و با نیت جنگ نرم طراحی می‌شوند، آگاه سازند.

اطلاع‌رسانی مناسب و صحیح، اعلام اخبار از منابع اصلی، اعتمادسازی در افکار عمومی، توجه به رویکردهای اجتماعی و همچنین، پرهیز مسئولان خبری و فرهنگی از جهت‌گیری مشخص درباره موضوعات برای ایجاد مصونیت روانی در جامعه و مقابله با جنگ روانی دشمن ضروری هستند.

اعتمادسازی، امیدآفرینی، آگاهی، تلاش برای حفظ وحدت، جلوگیری از تفرقه میان مردم و پرهیز از اطلاق و به‌کارگیری عناوینی همچون جناح‌های دشمن و دوست و آگاه‌سازی مخاطبان از پشت صحنه جنگ نرم و پیچیدگی‌های جنگ امروز، مهم‌ترین وظایف رسانه‌های کشور در فرایند مقابله با جنگ نرم دشمن است. قدرت نرم هر کشوری رسانه‌های آن هستند و رسانه در هر کشور آینه تمام‌نمای قدرت نرم آن کشور به حساب می‌آید. غرب از ابتدا تلاش کرد تا با

تکیه بر ابزار رسانه، افکار عمومی را تحت تأثیر قرار داده، باورهای مردم را متناسب با آنچه خود می‌خواهد تغییر دهد.

مهم‌ترین هدف دشمن، شکستن باورهای مردم است. بنابراین دفاع از باورهای مردم و مقابله با باورهای وارداتی وظیفه رسانه‌هاست. جنگ نرم متوجه اذهان و قلوب است و تلاش دارد بر ذهن یا قلب یک جامعه یا فرد هدف تأثیر بگذارد و بدین جهت اگر دیروز ابزار جنگ، توپ و تانک بود، در جامعه امروزی قلم و رسانه مهم‌ترین ابزار جنگ نرم هستند. تبیین جنگ نرم برای رسانه‌های ما یک ضرورت محسوب می‌شود.

یکی از شیوه‌های جنگ نرم، توسعه بخش عملیاتی آفندی جنگ رسانه‌ای و گسترش هدفمند شبکه‌های ماهواره‌ای است. تهاجم رسانه‌ای در زمان ثبات سیاسی، اقتصادی و نظامی یک ایدئولوژی صورت گرفته یا در شرایط بحرانی آن و بررسی تقویم تاریخی، سیاسی، زمان و شرایط بحرانی به‌وجودآمده در مدیریت رسانه است.

تردید نیست که رسانه‌ها تأثیرگذاری عمیق و سریع در شکل‌گیری باورها و نگرش‌ها نسبت به مسائل داخلی و بین‌المللی دارند و این مهم با حضور مثبت و فعال در عرصه‌های جهانی با درک موقعیت منطقه‌ای و جهانی و روی‌آوری رسانه‌ها به برخورد حرفه‌ای و رویکرد تولیدی بدون تأثیرپذیری از تبلیغات محقق خواهد شد.

به گفته قائم‌مقام وقت رئیس سازمان صداوسیما: «در جنگ نرمی که علیه کشورمان جریان دارد، رسانه ملی در خط مقدم قرار گرفته است». دبیر شورای عالی امنیت ملی هم با اشاره به اینکه دشمن قصد دارد جنگ سخت را به جنگ نرم علیه انقلاب اسلامی تبدیل کند، یادآور شد: «باید تلاش کنیم ورود دشمن به جنگ نرم را به یک فرصت برای انقلاب تبدیل کنیم؛ زیرا مزیت، امتیاز و قدرت ما در حوزه جنگ نرم است.»

رسانه می‌تواند ارتباط دوسویه را میان افراد یک جامعه و حتی جامعه جهانی برقرار کند. آنچه مسلم است آن‌که جنگ رسانه‌ای از برجسته‌ترین مؤلفه‌های جنگ نرم در جهان کنونی محسوب می‌شود. جنگ نرم به مثابه راهبرد و استراتژی انتخابی نظام سلطه برای تسلط بر افکار و اراده ملت‌ها طراحی و تدوین شده است.