

## بررسی تهدیدات نرم علیه ج.ا.ا. با تأکید بر تهدیدات رسانه‌ای

دکتر محمدجواد سبحانی فر\*  
سید ابوالحسن بتولی\*\*

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۱/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۴/۱۸

### چکیده

هدف این مقاله شناسایی تهدیدات نرم علیه ج.ا.ا. با تأکید بر تهدیدات نرم رسانه‌ای است. به منظور رسیدن به این هدف، این پژوهش از روش توصیفی - پیمایشی استفاده شده است. ۱۲۰ نفر از کارشناسان و نخبگان انتخاب شدند که تهدیدات نرم رسانه‌ای علیه ج.ا.ا. از دید آنها در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و امنیتی مورد بررسی قرار گرفته است. برای تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج از نظر کل پاسخگویان حاکی از ضریب آلفای کرونباخ ۸۹٪ است که گویای پایایی خوب پرسشنامه است. به منظور مقایسه میزان تأثیر تهدیدات نرم رسانه‌ای علیه ج.ا.ا. در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و امنیتی و رتبه‌بندی آنها از آزمون دوجمله‌ای فریدمن استفاده شده است که نتایج نشان می‌دهد تهدیدات رسانه‌ای در حوزه سیاسی در تسلیم ناخودآگاه ملت‌ها و تمکین آنها به خواست قدرت‌های سلطه‌گر، در حوزه اقتصادی در چگونگی توانایی دولت در تأمین نیازها و رفاه اقتصادی مردم، در حوزه اجتماعی تصرف اراده و فکر و اندیشه ملت، در حوزه فرهنگی تشدید اختلافات داخلی و در حوزه امنیتی براندازی آرام، تدریجی، خنثه و خاموش بیشترین تأثیر را دارد.

**کلیدواژه‌ها:** تهدیدات نرم دشمن در ج.ا.ا.، حوزه اقتصاد و تهدیدات نرم، حوزه سیاست و تهدیدات نرم، رسانه‌ها و تهدیدات نرم علیه ج.ا.ا.؛ تهدیدات نرم در حوزه فرهنگ در ج.ا.ا.

\* - دانشیار دانشگاه جامع امام حسین (ع)

\*\* - نویسنده مسئول: دانشجوی دوره دکتری

## ۱. مقدمه

تحولات سیاسی و اجتماعی، هر از گاهی مفهوم جدیدی را در ادبیات سیاسی و استراتژیک کشور رواج می‌دهد و آن را به کانون مباحثه و نظریه‌پردازیهای محافل روشنفکری و نخبگان تبدیل می‌کند؛ مفاهیمی همچون تهدید نرم، جنگ نرم، براندازی نرم و... از این گونه به شمار می‌رود. در مباحث ادبیات تهدید نرم، می‌توان چهار برداشت مختلف را تشخیص داد: اول، تهدید نرم به عنوان عملیات روانی دشمن علیه افکار عمومی خودی که از این دیدگان تهدید نرم شامل مجموعه روانی تبلیغاتی کشورها می‌شود. دوم، تهدید نرم شامل اقدامات پنهان و توطئه‌آمیز دستگاه‌های امنیتی حریف است که در این صورت تهدید نرم مجموعه عملیات پنهانی تلقی می‌شود که توسط دستگاه‌های اطلاعاتی به اجرا در می‌آید. سوم تهدید نرم به عنوان هدف قرار گرفتن بنیادهای ذهنی و اعتقادی سامانه‌های سیاسی خودی از سوی محافل روشنفکری است و چهارم تهدید نرم به عنوان ناآرامیهای اجتماعی گسترده با هدف براندازی سامانه سیاسی خودی است (بتولی، ۱۳۹۲: ۱۲).

عملیات روانی در تمامی جنگها و بحرانها نقش مهمی داشته است. تاریخ شواهد متعددی از تلاش بشر برای تأثیرگذاری بر افکار، نگرشها و اهداف انسانها را تجربه کرده که از اهداف مهم آن تحمیل اراده بر کشور یا جمعیت هدف به منظور تأمین منافع است. استکبار جهانی با گرایش به عملیات روانی به دنبال این است که سرزمینها را بدون تلفات و جنگ فیزیکی تصاحب کند. ملت مسلمان ایران پس از انقلاب شکوه‌مند اسلامی همواره مورد تعرض، تهاجم فرهنگی، عملیات روانی و تهدیدات نرم استکبار جهانی بوده و تهدیدات رسانه‌ای نیز از ابزارهای قوی اجرایی آنها است؛ زیرا تهدیدات رسانه‌ای و یا به اصطلاح جنگ رسانه‌ای، جنگ بدون خونریزی، جنگ آرام و جنگ تمیز تلقی می‌شود. جنگی که بر صفحات روزنامه‌ها، میکروفون رادیوها، صفحات تلویزیون و ماهواره‌ها جریان دارد و هدف آنها نیز از تهدیدات رسانه‌ای اگر چه در نهایت تغییر کارکرد و عملکرد دولتها است به طرز ملموس به جای هدف قرار دادن مستقیم دولتها ملتها را هدف بمباران خود قرار می‌دهند (ضیایی پرور، ۱۳۸۳: ۱۳).

امروزه وسایل جمعی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را ایفا می‌کنند و این نقش در زمینه‌های مختلف از جمله سیاسی و فرهنگی از حساسیت و اهمیت بیشتری برخوردار بوده و به

نوعی با امنیت ملی کشورها مرتبط است.

الوین تافلر معتقد است که در بحرانهای سیاسی آینده نقش اول را شیوه‌های رسانه‌ای ایفا می‌کنند (سلطانی فر، ۱۳۸۴: ۳۰). از دید او عرصه نبرد آینده را گستره فرستنده‌ها، پیام‌گیران و پیام‌سازان شکل خواهند داد.

برخی هم خطر بروز جنگ جهانی فرهنگی - اطلاعاتی را گوشزد کرده‌اند که به دنبال گسترش فناوریهای رسانه‌ای در سراسر جهان و مقاومت ملت‌ها، قومیت‌ها، فرهنگ‌ها و ادیان متعدد و مختلف در برابر هجوم رسانه‌ای جهانی، روز به روز نزدیکتر می‌شود. البته رسانه‌ها همان گونه که در تضعیف پایه‌های امنیتی مؤثرند، می‌توانند در ایجاد و تحکیم آن نیز کارآمد باشند. رسانه‌ها می‌توانند به جای بحرانی‌نمایی و بحران‌افزایی به مهار بحران کمک، و با کمک به دولت‌ها برای اتخاذ تدابیر درست، همه نیروهای مردمی را در جهت حاکمیت آرامش بسیج کنند (سلطانی فر، ۱۳۸۴: ۲۸).

## ۲. بیان مسئله

تهدید علیه امنیت ملی کشور در تمامی دوره‌ها و بویژه وضعیت فعلی با استفاده از شیوه‌های مختلف از جانب دشمنان داخلی و خارجی علیه ج.ا.ا. ایران متصور است. بدون شک از جمله اقداماتی که در چنین حالتی طرح‌ریزی و اجرا می‌شود؛ تهدیدات نرم و بخصوص از طریق وسایل ارتباط جمعی یا همان رسانه‌ها است.

مقام معظم رهبری و فرماندهی معظم کل قوا در خصوص ماهیت و چیستی تهدید نرم می‌فرمایند: "جنگ نرم، یعنی جنگ به وسیله ابزارهای فرهنگی به وسیله نفوذ به وسیله دروغ، شایعه پراکنی با ابزارهای پیشرفته‌ای که امروز وجود دارد. ابزارهای ارتباطی که ده سال قبل و پانزده سال قبل و سی سال قبل نبود، امروزه گسترش پیدا کرده ... جنگ نرم یعنی ایجاد تردید در دل‌ها و فرهنگ‌های مردم" (امام خامنه‌ای، ۸۸/۹/۴).

رسانه‌های فرامرزی و استفاده گسترده از ماهواره‌ها با توجه به وسعت برخورد نقش مهمی در عرصه دیپلماسی عمومی و قدرتهای جهانی ایفا کرده و به ابزار مهمی در دست دشمنان تبدیل شده است تا از طریق بحران سازی در ج.ا.ا. منافع آن را به چالش بکشانند. به هر حال مقابله با این

تهدیدات و بحران سازی رسانه‌ای در مرحله نخست مستلزم شناخت و بررسی ابعاد گوناگون تهدیدات نرم و رسانه‌ای است و سپس داشتن راهکارهای مناسب با لحاظ نمودن قوتها و آسیب پذیریه‌های خود و بهره‌برداری از فرصتهای موجود است؛ لذا مسئله این مقاله، شناخت ماهیت تهدیدات نرم با تأکید بر تهدیدات رسانه‌ای علیه ج.ا.ا. و تدوین راهکارهای مناسب برای مقابله با آنها است.

### ۳. سؤالات پژوهش

#### ۳-۱. سؤال اصلی

تهدیدهای رسانه‌ای علیه نظام جمهوری اسلامی ایران کدام است؟

#### ۳-۲. سؤالات فرعی

- شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه سیاسی کدام است؟
- شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی کدام است؟
- شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اجتماعی کدام است؟
- شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی کدام است؟
- شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی کدام است؟

### ۴. هدف پژوهش

هدف این مقاله شناخت ماهیت تهدیدات رسانه‌ای و شاخصهای آنها در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی است.

### ۵. روش شناسی پژوهش

در این مقاله از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. جامعه آماری، شامل تمامی کارشناسان و خبرگان ناجا و هم‌چنین مدیران و کارشناسان سازمانها و ارگانهای خارج هستند از ناجا که به گونه‌ای با موضوع تحقیق مرتبطند که از میان آنها ۱۲۰ نفر به طور تخمینی به عنوان

نمونه آماری یعنی ۸۰ نفر از ستاد ناجا و ۴۰ نفر هم از صاحب‌نظران خارج از آن مثل وزارت کشور، قوه قضاییه، سازمان بازرسی کل کشور، صدا و سیما، برخی از استادان دانشگاه‌ها و چند نهاد دیگر انتخاب شده‌اند. برای تدوین ادبیات موضوع و مباحث نظری پژوهش هم، جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و بررسی اسنادی و هم چنین از مصاحبه با سؤالات تشریحی و باز اقدام شده است. یادآور می‌شود که به علت اشراف پژوهشگر به موضوع به لحاظ کاری و مسئولیتی و سهولت در دسترسی به کارشناسان مرتبط و صاحب‌نظر در آن، جامعه و نمونه آماری ذکر شده مناسبتر برای پاسخگویی برای قوت آن دیده شده است.

برای اینکه پژوهش، مسیر صحیح خود را طی، و ابزارهای سنجش بتواند صفات جامعه و نمونه مورد نظر را اندازه‌گیری کند، شاخصهای اندازه‌گیری هر فرضیه تعیین شد و با حدود ۲۰ نفر از افراد خبره و کارشناس در امور مرتبط با موضوع پژوهش ملاقات، و بعد از مصاحبه نسبت به تعدیل شاخصهای مربوط اقدام شد و در نهایت پس از جمع‌بندی نظریات آنان با نظر استادان راهنما و مشاور و ده نفر دیگر از همان افراد خبره متناسب با هر حوزه تعدادی گویه نیز انتخاب شد، و سرانجام پرسشنامه با پنج بعد اصلی شامل ۳۴ سؤال (شاخص) تنظیم گردید. برای تعیین پایایی پرسشنامه پژوهش، از روش محاسبه ضریب آلفای کرانباخ استفاده شد. این روش بر تعیین اعتبار بر همسانی درونی تأکید دارد. داده‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرانباخ در خصوص ابعاد مورد نظر محاسبه شد که به این قرار است:

با توجه به ضرایب جدول نتیجه گرفته می‌شود که پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار بوده است.

جدول ۱. داده‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرانباخ

عوامل	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرانباخ
سیاسی	۷	۰/۹۱
اقتصادی	۵	۰/۸۸
اجتماعی	۹	۰/۹۰
فرهنگی	۷	۰/۸۹
امنیتی	۶	۰/۸۹

## ۶. تعریف مفاهیم

۱-۶. **تهدید:** تهدید، هر وضعیت یا اقدامی است که اهداف، ارزشهای حیاتی جامعه و امنیت ملی کشور از سوی دشمن خارجی و یا عوامل داخلی آن به خطر افتد. هدف اصلی تهدید، تغییرات اساسی در نظام سیاسی کشور است؛ به عبارت دیگر موقعیت تهدید، حالتی است که به موجب آن حیات کشور و نظام ارزشی آن به مخاطره افتاده باشد. تهدید را از جهت شدت، شکل، هدف، موضوع و ... در سه طیف سخت، نیمه سخت و نرم دسته‌بندی کرده‌اند (تاجیک، ۱۳۸۴: ۲۸).

۲-۶. **تهدید سخت:** هر گاه به موجب اقداماتی، استقلال و تمامیت ارضی کشور در خطر (بالفعل یا بالقوه) هجوم نیروهای نظامی کشور دیگر یا اتحادی از کشورهای خارجی یا گروه‌های معارض مسلح داخلی قرار گیرد، تهدید سخت واقع شده است. تهدیدات سخت به روشهای فیزیکی، اعمال و رفتارهای خشونت آمیز، براندازی آشکار، حذف دفاعی و همراه با خونریزی و اشغال سرزمین متکی است (نائینی، ۱۳۸۸: ۲۷ تا ۳۱).

۳-۶. **تهدید نرم:** تمامی اقداماتی را که موجب شود تا اهداف، ارزشهای حیاتی و اصیل هر نظام سیاسی و امنیت ملی کشور از لحاظ فرهنگی به خطر افتد یا موجب ایجاد تغییر و تحول اساسی در باور و ارزشهای اصلی نظام (استحاله فرهنگی) شود، تهدید نرم می‌گویند. تهدید نرم همان براندازی خزنده و خاموش است. تغییرات ناشی از تهدید نرم ماهوی، آرام و تدریجی است. این تهدید نرم همراه با آرامش و خالی از روشهای فیزیکی و به شکل قانونی و با استفاده از ابزارهای تبلیغات، رسانه، احزاب، تشکل‌های صنفی و قشری اعمال می‌شود (افتخاری، ۱۳۸۰: ۸۵).

تهدید مفهومی انتزاعی است که با مفهوم امنیت ملی در هم تنیدگی عمیقی دارد. تهدید نرم نیز همانند خیلی از مفاهیم دیگر، ویژگیهایی دارد که به ابزارها و اهداف مورد هجوم در تهدید نرم مربوط می‌شود؛ از جمله تهدید نرم در حالتی شکل می‌گیرد که کسانی که به آن تن در می‌دهند اساساً احساس و ادراک تهدید از آن نداشته باشند. هم‌چنین تهدید نرم در مراحل تکوین به دلیل ماهیت ذهنی و انتزاعی آن چندان جلب توجه نمی‌کند و براین اساس، تهدید نرم به صورت خفته و مستور پیشروی می‌کند (گروه تحقیق و مطالعه، ۱۳۸۷). براساس آنچه گفته شد، تهدید نرم را می‌توان هرگونه اقدام غیرخشونت آمیزی دانست که ارزشها و هنجارها را مورد هجوم قرار می‌دهد

و در حد نهایی به تغییر در الگوهای رفتاری و خلق الگوهای جدیدی منجر می‌شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعارض دارد. در این تعریف، دو اصطلاح «الگوهای رفتاری» و «غیرخشونت‌آمیز» نیز به تعریف نیاز دارد تا براساس آن، تعریف تهدید نرم آشکارا مشخص شود. اگرچه تهدید نرم نیز همانند تهدید سخت در ابعاد مختلفی می‌تواند شکل گیرد، تجلی و نمود آن در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و امنیتی بیشتر است که در این مقاله به تبیین آنها به عنوان ابعاد و شاخصهای مرتبط به هر یک از آنها پرداخته شده است.

## ۷. رسانه

منظور از رسانه هر نوع ابزار انتقال پیام و معنی است به شرطی که دارای حداقل چند نفر مخاطب و تداوم فعالیت باشد. از این رو و براساس این برداشت، علاوه بر رسانه‌های مدون و مکتوب، می‌توان بسیاری از مجالس سخنرانی و مکانهای ثابت، که در آنها پیوسته جلسات سخنرانی و گفتگو برگزار می‌شود به عنوان رسانه به شمار آورد. هم‌چنین با این تعریف می‌توان تاریخچه بسیار طولانی برای حیات رسانه در طول تاریخ جستجو کرد و می‌توان گفت که تقریباً رسانه همزاد زندگی اجتماعی و سیاسی بشر بوده است (ارونسون، ۱۳۷۷:).

تعریف دیگری رسانه را نوعی فناوری می‌داند که با نمادها سر و کار دارد. از نظر وی «رسانه فناوری (نه الزاماً ماشینی) برای اطلاع دادن، ضبط کردن، اشتراک در نمادها و توزیع نمادها که معمولاً به حواسی خاص و همراه با نوعی شکل‌گیری اطلاعات محدود است؛ نظیر چاپ، انواع طراحی، ضبط صوت، تلویزیون و مانند آن» (اریسکلاو، ۱۳۸۷: ۲۱).

### ۷-۱. نقش و کارکرد رسانه

رسانه‌ها در معنی اعم کارکردها و کارویژه‌های گوناگونی دارند. اولین تعریف از نقشها و کارکردهای ارتباطات از سوی هارولد لاسول طبقه‌بندی، و سپس از سوی دیگر اندیشمندان کامل شد و روی هم رفته می‌توان آنها را از چهار بعد اساسی به شرح زیر تقسیم‌بندی کرد:

الف) نظارت بر محیط (نقش خبری)

ب) ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی (نقش تشریحی)

پ) انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی)

ت) ایجاد سرگرمی (نقش تفریحی)

غیر از کارکرد چهارم یعنی تفریح و سرگرمی به نظر می‌رسد سه کارکرد اول رسانه‌ها در یک راستا و از یک جنس است؛ از این رو مشاهده می‌شود در مورد هر پدیده، که رسانه‌ها نقش آفرین بوده‌اند، تقریباً کمابیش هر سه کارکرد آموزشی، اطلاع رسانی و تفریحی مؤثر بوده است؛ لذا به نظر می‌رسد برای شناخت میزان تأثیرگذاری رسانه‌ها بر تحولات پیرامونی نگاهی به این سه کارکرد سودمند باشد.

در تعریف نقش رسانه اظهار کرده‌اند: « نهاد رسانه با تولید، بازتولید و توزیع معرفت در وسیعترین معنای مجموعه‌های نمادها سرو کار دارد که این مجموعه نمادها ارجاع معناداری به تجربه در جهان اجتماعی دارد. این شناخت ما را توانا می‌سازد تا به تجربه‌مان معنا ببخشیم؛ ادراکاتمان را درباره آن شکل بدهیم و در ذخیره کردن معرفت گذشته و تداوم فهم کنونی سهیم شویم» (اریسکلاو، ۱۳۸۷: ۲۱).

## ۲-۷. روشها و فنون رسانه‌ای در دستکاری اذهان

در این بخش، سه رویکرد برجسته سازی، تبلیغات و شکاف آگاهی به اختصار مورد بحث قرار می‌گیرد.

### ۲-۷-۱. برجسته‌سازی

در فرضیه برجسته سازی باور بر این است که رسانه‌های خبری با ارائه و انتشار اخبار و اطلاعات دلخواه خود، اندیشه مردم را در مورد موضوعات معین شکل می‌دهند (کازنون، ۲۰۰۳). با بررسی و مرور پژوهشها در مورد برجسته سازی در تلویزیون، نشان داده‌اند که پوشش تلویزیون، آگاهی عمومی در زمینه یک مسئله را افزایش می‌دهد؛ اما آنان تأکید کرده‌اند که تلویزیون تنها زمانی می‌تواند آگاهی و توجه مردم درباره یک مسئله را به صورت ناگهانی افزایش دهد که به صورت گسترده و اغراق آمیز آن مسئله را پوشش دهد (الیاسی، ۱۳۸۶).



### ۲-۲-۷. فرضیه شکاف آگاهی

فرضیه شکاف آگاهی اساساً فرضیه بدینانه‌ای در زمینه کارکرد رسانه‌ها در افزایش آگاهی اقشار و طبقات مختلف جامعه است. این فرضیه تأکید می‌کند که طبقات پایین اجتماع در مقایسه با طبقات بالای اجتماع با تأخیر می‌توانند از اطلاعات رسانه‌ها بهره‌گیرند. از همین رو شکاف و فاصله سطح دانش و آگاهی آنان روز به روز عمیقتر می‌شود (الیاسی، ۱۳۸۶).

### ۳-۲-۷. تبلیغات

برخی صاحب‌نظران بر این باورند که امروزه نقش تبلیغاتی رسانه‌ها از نقش آموزشی آنها برجسته‌تر است؛ چه به باور آنان رسانه‌های مختلف بیش از اینکه در پی افزایش دانش مردم باشند در پی توجیه ایدئولوژیک آنان و القای باورها و نگرشهای سیاسی خاص به آنان هستند. پژوهشگران نشان داده‌اند که رسانه‌ها برای افزایش تأثیر پیامهای خود بر مخاطبان از عناصر، اصول و روشهای معینی استفاده می‌کنند (ارونسون، ۱۳۷۷).

### ۸. تهدیدات رسانه‌ای و نرم علیه ج.ا.ا.

با بیانی که گذشت در تأثیر گذاری رسانه‌ها بر افکار عمومی هیچ گونه تردیدی نیست. از آنجا که انقلاب اسلامی ایران با نظام سلطه و استکبار در تعارض است و قریب به اتفاق رسانه‌ها چه مستقیم و چه غیر مستقیم از طریق استکبار جهانی مدیریت می‌شود، بیشترین حمله آنها هم به لحاظ حجم و هم به لحاظ محتوا علیه جمهوری اسلامی ایران معطوف شده است. محور بعضی از بسترهایی که رسانه‌ها از طریق آنها به تأثیر گذاری می‌پردازند و به طور یقین جمهوری اسلامی ایران از اهداف اصلی استکبار در آنها است و از تهدیدهای رسانه‌ای می‌توان تلقی نمود، مواردی به اختصار طرح می‌شود:

۱- غیر قابل کنترل بودن اطلاع رسانی: به این مفهوم که شهروندان از راه دریافت اطلاعات از شبکه‌های رسانه‌ای به تولید اطلاعات می‌پردازند و در اختیار مخاطبان خود قرار می‌دهند. با ظهور و وجود رسانه‌های الکترونیک، مرزهای اطلاعاتی درهم شکسته و اطلاعات برای متولیان داخلی غیر قابل کنترل شده است.

- ۲- **ظهور انسانهایی با تابعیت بین‌المللی:** به این معنی که مصرف کنندگان اطلاعات با جهان و افراد محیط جهانی ارتباط ایجاد می‌کنند و بتدریج از فرهنگ بومی خود فاصله می‌گیرند و خود را در فرهنگ جهانی و بین‌المللی احساس می‌کنند (ضیایی پرور، ۱۳۸۳: ۲۷۹).
- ۳- **ترویج فرهنگ و سبک زندگی غربی:** برونداد و مظاهر رفتاری امروزی بخش قابل توجهی از شهروندان حاکی است که آداب و معاشرت‌ها، مد لباس، موی سر و مصرف گرایی و... به فرهنگ غربی گرایش یافته و این تهدید جدی است که بیشتر تحت تأثیر رسانه‌هاست.
- ۴- **رخنه در تغییر هویت نزد جوانان:** نفوذ سریع و گسترده وسایل الکترونیکی جدید رسانه‌ای باعث شده است که نوعی حدوث تغییر هویت نزد جوانان احساس شود. بسیاری از کاربران این وسائل بویژه جوانان منش و رفتارهای غریبها را ظاهر می‌نمایند (همان: ۲۸۰).
- ۵- **رواج فردگرایی و انزوا طلبی:** بیشتر کاربران رسانه‌ها بویژه رسانه‌های الکترونیکی وقت بسیار زیادی را با این گونه وسائل سپری می‌کنند. در گوشه‌ای با خیالپردازی و به دور از هر گونه فکر و تحرکی در دنیای خود سیر می‌نمایند که خود موجب رفتارهای اجتماعی خاصی را در آنها می‌شود و افراد منزوی، گوشه گیر، کم تحرک و منفعل ظهور خواهد کرد.
- ۶- **ایجاد چالشهای جهتدار:** رسانه‌ها در درجه اول روی گروه‌های مرجع و نخبگان فکری، فرهنگی و... تأثیر می‌گذارند و از طریق آنها جامعه تأثیر می‌پذیرد و در نتیجه الگوهای مورد نظر رسانه‌ها بسیار سریع رواج پیدا می‌کند و منتشر می‌شود و الگوهای موجود را در تمامی زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... دچار چالش، و جامعه را دچار مشکل می‌کند (همان: ۲۸۲).
- تردیدی نیست که پیامدهای فرهنگی و اجتماعی رسانه‌ای الکترونیکی جدید در ایران را می‌توان با ذکر موارد دیگری نیز برشمرد ولی آنچه در این نوشتار مورد توجه بوده، بیشتر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی است. این امر بویژه در وضعیتی که فرهنگ به کالا تبدیل شده و مرزها را درنوردیده است و هر کجا که تقاضا برای آن باشد، وارد می‌شود، حساسیت خاصی را موجب شده است. مسئله از اینجا ناشی شده که جهان وارد عرصه جدیدی گردیده است که در آن رسانه‌های الکترونیکی جدید حاکمیت پیدا کرده اند. رسانه‌ها، مرزها را شکسته‌اند و هر جا که بخواهند وارد می‌شوند. هم‌چنین آنها کالای دیگری جز کالاهای فرهنگی و اطلاعاتی عرضه

نمی‌کنند. رسانه‌های جدید در تمام کشورهای جهان در درجه نخست روی گروه‌های مرجع و نخبگان فکری، فرهنگی و ... تأثیر می‌گذارند و آنها هم پیروان خود را تحت تأثیر الگوی‌ها قرار می‌دهند؛ به این ترتیب، فرهنگی که رسانه‌های جدید در صدد ترویج آن هستند، بسیار سریع در تمام کشورها و از جمله در کشور ما رواج می‌یابد و فرهنگ ما را به چالش می‌کشد؛ بنابراین راه درست رویارویی با رسانه‌های جدید و ورود بی وقفه آنها، شناخت آنها و برخورد علمی و آگاهانه و مواجهه هوشمندانه با آنها و مظاهر آنها است.

## ۹. تجزیه و تحلیل داده‌ها

### ۹-۱. بررسی توصیفی ویژگی‌های جامعه آماری

جدول ۲. آمار توصیفی ویژگی‌های جامعه آماری

جامعه آماری	تعداد	میانگین	میانه	مد	
کارشناسان و خ	۱۲۰	۴۴/۹۷	۴۶	۴۵	سن
" "	۱۲۰	۲۷/۳۱	۲۶	۲۶	سابقه خدمت
جمع	دکتری	فوق لیسانس	لیسانس	دیپلم و کاردانی	مدرک تحصیلی
۱۲۰	۱۷	۴۲	۶۱	-	تعداد

جدول (۲) بیانگر این است که سن پاسخ دهنده‌ها بیش از ۴۰ سال، سابقه خدمت آنها بیشتر از ۲۵ سال و حداقل تحصیل آنها هم کارشناسی بوده است.

### ۹-۲. آمار تحلیلی داده‌ها

۹-۲-۱. پاسخ به پرسش اول: شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه سیاسی کدام است؟ این نتایج در حوزه سیاسی در جدول (۳) نشان داده شده است. برابر جدول در تمامی شاخصهای تهدیدات نرم رسانه‌ای در حوزه سیاسی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال

آزمون بزرگتر، و مقدار Z از Z جدول (۱/۶۴۵) بزرگتر است و فرضیه  $H_0$  رد می‌شود؛ لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۵٪ می‌توان اظهار کرد که به نظر تمام کارشناسان شاخصهای تهدیدات نرم رسانه‌ای در حوزه سیاسی مهم و تأثیرگذار بوده است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فردمن اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. هم‌چنین نتیجه آزمون آماره خي دو، که ۲۵/۷۱ با درجه آزادی ۶ و سطح معنی‌داری (۰۰۰) است، بیانگر این است که در سطح  $P < ۰/۰۱$  معنی‌دار، و با اطمینان ۹۹٪ شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه سیاسی تأثیرگذار است.

جدول ۳. شاخصهای مهم و تأثیرگذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه سیاسی و رتبه آنها

رتبه	شاخصهای تهدیدات نرم رسانه‌ای در حوزه سیاسی	احتمال مشاهده	مقدار Z مشاهده شده	نتیجه آزمون	اولویت	میانگین رتبه‌ها
۱	تأثیر در تسلیم ناخودآگاه ملتها و تمکین آنها به خواست قدرتهای سلطه‌گر	۹۲.۷	۱۸.۱۲	$H_0$ رد	اول	۲۵/۴۲
۲	ژرف ساختن و گسترش شکاف میان گفتمانها و بازیگران سیاسی جامعه	۸۰.۲	۱۵.۷۹	$H_0$ رد	ششم	۱۷/۴۹
۳	سست کردن مشروعیت و حقانیت حکومت دینی	۸۱.۳۵	۱۶.۱۱	$H_0$ رد	پنجم	۱۸/۳۳
۴	ایجاد تردید در مشروعیت نسبت به نظام	۷۶.۵	۱۶.۵۳	$H_0$ رد	هفتم	۱۶/۱۷
۵	تأثیررسانه‌ها در جهتگیری ذهنی سیاستمداران، مدیران و رهبران کشور	۸۸.۹	۱۶.۵۳	$H_0$ رد	چهارم	۱۹/۳۲
۶	ایجاد وضعیت نبودن تصمیم‌گیری و یا تصمیم‌سازیهای جهتدار	۹۱.۶	۱۷.۶۵	$H_0$ رد	دوم	۲۳/۹۶
۷	ایجاد، تعمیق و گسترش شکاف میان نخبگان اصلی تصمیم ساز کشور	۹۰.۳	۱۶.۹۷	$H_0$ رد	سوم	۲۰/۴۴

۹-۲-۲. پاسخ به پرسش دوم: شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی کدامند؟ این نتایج در حوزه اقتصادی در جدول (۴) نشان داده شده است. برابر جدول در تمامی

شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال آزمون بزرگتر، و مقدار Z از Z جدول (۱/۶۴۵) بزرگتر است و فرضیه  $H_0$  رد می‌شود؛ لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۵٪ می‌توان اظهار کرد که به نظر تمام کارشناسان شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی مهم و تأثیرگذار است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فردمن اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. هم‌چنین نتیجه آزمون آماره خی دو که ۱۴/۸۹ با درجه آزادی ۱۲ و سطح معنی داری (۰۰۰) است، بیانگر این است که در سطح  $P < 0.01$  معنی‌دار، و با اطمینان ۹۹٪ شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه اقتصادی تأثیرگذار است.

جدول ۴. شاخصهای مهم و تأثیرگذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی و رتبه آنها

رتبه	شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی	احتمال مشاهده شده	مقدار Z مشاهده شده	نتیجه آزمون	اولویت	میانگین رتبه‌ها
۱	نقش رسانه‌ها در چگونگی توانایی دولت را در تأمین نیازها و رفاه اقتصادی	۹۴.۸۲	۱۹.۳۴	$H_0$ رد	اول	۲۷/۶۳
۲	حاکم ساختن الگوی توسعه غیربومی	۸۵.۳۹	۱۷.۹۳	$H_0$ رد	چهارم	۲۳/۶۷
۳	نقش رسانه‌ها در شکاف بین وعده و عمل نوسازی و توسعه	۸۷.۵۲	۱۸.۱۲	$H_0$ رد	سوم	۲۴/۵۶
۴	نقش رسانه‌ها در چگونگی اولویت‌بندی مشکلات عمومی توسط مردم	۹۱.۴۷	۱۸.۵۱	$H_0$ رد	دوم	۲۵/۹۳

۹-۲-۳. پاسخ به پرسش سوم: شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اجتماعی کدام است؟

این نتایج در حوزه اجتماعی در جدول (۵) نشان داده شده است. برابر جدول در تمامی شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اجتماعی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال آزمون بزرگتر، و مقدار Z از Z جدول (۱/۶۴۵) بزرگتر است و فرضیه  $H_0$  رد می‌شود؛ لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۵٪ می‌توان اظهار کرد که به نظر تمام کارشناسان شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اجتماعی مهم و تأثیرگذار است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فردمن اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. هم‌چنین نتیجه آزمون آماره خی دو، که ۱۲/۴۳۸ با

درجه آزادی ۵ و سطح معنی داری (۰۰۰) است، بیانگر این است که در سطح  $P < ۰/۰۱$  معنی دار، و با اطمینان ۹۹٪ شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه اقتصادی تأثیر گذار است.

**جدول ۵. شاخصهای مهم و تأثیر گذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اجتماعی و رتبه آنها**

ردیف	شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اجتماعی	احتمال مشاهده شده	مقدار Z مشاهده شده	نتیجه آزمون $H_0$	اولویت	میانگین رتبه‌ها
۱	سست کردن پایه‌های وحدت ملی	۹۶.۱۲	۲۱.۳۴	رد $H_0$	دوم	۱۹/۴۲
۲	تشدید اختلافات داخلی	۹۷.۶۲	۲۲.۶۷	رد $H_0$	اول	۲۰/۶۱
۳	خبرخواه جلوه دادن استعمارگران در افکار عمومی	۹۵.۸۹	۲۱.۱۱	رد $H_0$	سوم	۱۸/۹۶
۴	الگوهای رفتاری ملت یا هویت فرهنگی و نظام سیاسی آن کشور را به گونه‌ای در معرض خطر قرار دهند.	۹۲.۱۱	۱۹.۵۶	رد $H_0$	ششم	۱۶/۱۵
۵	نقش رسانه‌ها در اقدامی اجتماعی به خلق جامعه‌ای پیردازد که در آن شهروندان با نیازهایی مشخص و با اولویت‌بندی‌ای متفاوت از آنچه در عالم واقع وجود دارد اقدام کنند	۸۸.۷۵	۱۷.۵۵	رد $H_0$	هشتم	۱۴/۵۸
۶	حاشیه زدایی و وارد متن کردن هویتهای فردی و جمعی سیاسی فراموش شده. با پنهانکاری از طریق حذف	۸۷.۶۲	۱۶.۱۴	رد $H_0$	نهم	۱۳/۳۷
۷	رسانه‌ها به روش حمله و انهدام به هدف زود هنگام روی می‌آورند تا موضوع را بی‌اعتبار و افکار عمومی را از موضوع مورد نظر منحرف سازند.	۸۹.۴۱	۱۸.۶۲	رد $H_0$	هفتم	۱۵/۷۲
۸	رسانه‌ها با استفاده از برجسبهای مثبت یا منفی تلاش می‌کنند دیدگاه‌ها و نظر درباره موضوعی معین را از پیش تعیین کنند.	۹۴.۳۱	۲۰.۴۵	رد $H_0$	چهارم	۱۸/۲۲
۹	فضایی که در آن مرز بین حقیقت و غیرحقیقت، واقعیت و کذب مخدوش می‌شود.	۹۳.۱۹	۲۰.۸۷	رد $H_0$	پنجم	۱۷/۳۶

۹-۲-۴. پاسخ به پرسش چهارم: شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی کدام

است؟

این نتایج در حوزه فرهنگی در جدول (۶) نشان داده شده است. برابر جدول در تمامی شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال آزمون بزرگتر، و مقدار Z از Z جدول (۱/۶۴۵) بزرگتر است و فرضیه  $H_0$  رد می‌شود؛ لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۵٪ می‌توان اظهار نمود که به نظر تمام کارشناسان شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی مهم و تأثیرگذار است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فردمن اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. هم‌چنین نتیجه آزمون آماره خی دو، که ۱۲/۸۸ با درجه آزادی ۳ و سطح معنی داری (۰۰۰) است، بیانگر این است که در سطح  $P < ۰/۰۱$  معنی دار، و با اطمینان ۹۹٪ شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه اقتصادی تأثیرگذار است.

جدول ۶. شاخصهای مهم و تأثیرگذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی و رتبه آنها

رتبه	شاخصهای تهدیدات نرم رسانه‌ای در حوزه فرهنگی	احتمال مشاهده شده	مقدار Z مشاهده شده	نتیجه آزمون	اولویت	میانگین رتبه‌ها
۱	تغییر فرهنگ حاکم بر جامعه به گونه‌ای مغایر با مبانی ارزشی کشور	۹۵.۵۲	۲۰.۲۷	رد $H_0$	چهارم	۲۲/۸۹
۲	بی‌اعتنا ساختن مردم نسبت به فرهنگ و هویت ملی	۹۴.۸۸	۱۹.۳۸	رد $H_0$	پنجم	۲۱/۲۳
۳	حذف باورمندی جامعه و سلب اراده و روحیه مقاومت و اعتقادات مردم	۹۶.۸۲	۲۱.۶۶	رد $H_0$	سوم	۲۳/۶۸
۴	تصرف اراده و فکر و اندیشه ملت است.	۹۸.۳۶	۲۳.۷۶	رد $H_0$	اول	۲۶/۸۲
۵	رسانه‌ها، احزاب، تشکلهای صنفی و قشری، سازمانهای مردم نهاد، مراکز فرهنگی و هنری، آموزشی، ورزشی، کتاب و مطبوعات و غیره از ابزارها، روشها و بسترهای فرهنگی	۹۳.۷۸	۱۸.۹۲	رد $H_0$	ششم	۲۰/۳۸
۶	کمک رسانه‌ها به تضعیف اقتدار دینی	۹۷.۵۹	۲۲.۸۱	رد $H_0$	دوم	۲۴/۵۵

۹-۲-۵. پاسخ به پرسش پنجم: شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی کدام است؟ این نتایج در حوزه امنیتی در جدول (۷) نشان داده شده است. برابر جدول در تمامی شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال آزمون بزرگتر، و مقدار Z از Z جدول (۱/۶۴۵) بزرگتر است و فرضیه  $H_0$  رد می‌شود؛ لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۵٪ می‌توان اظهار کرد که به نظر مام کارشناسان شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی مهم و تأثیرگذار است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فردمن اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. هم‌چنین نتیجه آزمون آماره خی دو، که  $12/738$  با درجه آزادی ۵ و سطح معنی‌داری (۰۰۰) است، بیانگر این است که در سطح  $P < 0.1$  معنی‌دار، و با اطمینان ۹۹٪ شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه اقتصادی تأثیرگذار است.

جدول ۷. شاخصهای مهم و تأثیرگذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی و رتبه آنها

ردیف	شاخصهای تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی	احتمال مشاهده شده	مقدار Z مشاهده شده	نتیجه آزمون	اولویت	میانگین رتبه‌ها
۱	خنثی کردن تأثیر رسانه‌های ملی و گرایش به رسانه‌های خارجی	۹۵.۲۳	۲۰.۱۹	$H_0$ رد	چهارم	۲۱/۶۸
۲	بحران عدم همکاری اجتماعی بین گروه‌های مختلف قومی و فرهنگی ملی	۹۴.۲۷	۱۹.۸۳	$H_0$ رد	پنجم	۲۰/۲۷
۳	در معرض خطر قرار دادن نظام سیاسی کشور	۹۷.۴۶	۲۲.۳۹	$H_0$ رد	دوم	۲۳/۴۷
۴	براندازی آرام، تدریجی، خزننده و خاموش	۹۸.۴۴	۲۳.۷۷	$H_0$ رد	اول	۲۴/۸۵
۵	رسانه به عنوان استفاده ابزاری برای فشار و شانتاژ	۹۴.۲۷	۱۸.۶۱	$H_0$ رد	پنجم	۲۰/۲۷
۶	ایجاد انشقاق ملی و مخدوش کردن ارزشهای اصولی انقلاب و نظام	۹۶.۸۳	۲۱.۶۲	$H_0$ رد	سوم	۲۲/۴۹



## ۱۰. نتایج آزمون واریانس فریدمن برای رتبه‌بندی و نتایج آزمون خی دو برای بیان سطح معنی‌داری

به منظور مقایسه میزان تأثیر تهدیدات رسانه‌ای و رتبه‌بندی آنها از آزمون فریدمن استفاده شد. این آزمون وضعیت هر متغیر را در چند وضعیت وابسته به هم ارزیابی می‌کند. آزمون تحلیل واریانس فریدمن از توزیع کای دو پیروی می‌کند که برای محاسبه آن، ابتدا مقادیر برای هر شاخص، که بر اساس پاسخ کارشناسان به دست آمده است رتبه‌بندی، و سپس رتبه میانگین، محاسبه و اولویت‌بندی می‌شود. این آزمون معادل ناپارامتری تحلیل واریانس یکطرفه برای اندازه‌های تکراری است که علاوه بر مقایسه وضعیت هر متغیر می‌توان آنها را رتبه‌بندی کرد که در جدول‌های (۳) تا (۷) آورده شده است. هم‌چنین نتایج آزمون خی دو برای نشان دادن سطح معنی‌داری و میزان تأثیر شاخصها که در جدول (۸) نمایش داده شده، در توضیح هر یک از حوزه‌ها به صورت جداگانه بیان شده است.

جدول ۸. نتایج آزمون خی دو در هر یک از حوزه‌های پنجگانه

سطح معنی‌داری	درجه آزادی	خی دو	تعداد شاخصها	حوزه
.۰۰۰	۶	۲۵/۷۱	۷	حوزه سیاسی
.۰۰۰	۱۲	۱۴/۸۹	۴	حوزه اقتصادی
.۰۰۰	۵	۱۲/۴۳۸	۹	حوزه اجتماعی
.۰۰۰	۳	۱۲/۸۸	۶	حوزه فرهنگی
.۰۰۰	۵	۱۲/۷۳۸	۶	حوزه امنیتی

## ۱۱. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

### ۱۱-۱. تهدیدات رسانه‌ای در بعد سیاسی

تسلیم ناخودآگاه ملتها و تمکین آنها به خواست قدرتهای سلطه‌گر و گسترش شکاف میان گفتمانها و بازیگران سیاسی جامعه و تأثیر رسانه‌ها در جهتگیری ذهنی سیاستمداران، مدیران و رهبران کشور و شکاف میان نخبگان اصلی تصمیم ساز کشور و طرح شبهات مختلف در زمینه حقوق بشر، تروریسم، آزادی سیاسی و بیان حقوق اقلیتها و صلح و ثبات منطقه، به وجود آوردن

اختلاف میان قومیتها، جریان‌ات سیاسی، صنوف گوناگون از یک سو و از سوی دیگر ایجاد شکاف میان مردم و حاکمیت در کنار تلاش برای تخریب چهره مقامات کشور، بزرگنمایی مشکلات از جمله دستاویزهای این رسانه‌ها در جهت القای ناکارآمدی و سست کردن مشروعیت و حقانیت حکومت دینی جمهوری اسلامی ایران از روشهای تهدید جنگ نرم است.

### ۱۱-۲. تهدیدات رسانه‌ای در بعد اقتصادی

تلاش برای زیر سؤال بردن سیاستها، برنامه‌ها و مدیریت اقتصادی کشور به منظور سلب اعتماد عمومی به نظام جمهوری اسلامی و القای ناامیدی نسبت به آینده کشور مورد توجه رسانه‌های بیگانه بوده است. بزرگنمایی مسائل و مشکلات اقتصادی کشور در جهت القای نارضایتی و ناموفق نشان دادن این نظام در دستیابی به اهدافش، تلاش برای بزرگنمایی و طرح مکرر مسئله احتمال تحریم اقتصادی ایران و طرح انزوای اقتصادی ایران و القای موضوع ناامنی سرمایه‌گذاری، بزرگنمایی نابرابریهای اقتصادی، ریخت و پاشها و فسادهای احتمالی اقتصادی، دستاویز قرار دادن موضوعاتی همچون تورم، بیکاری، شکاف اقتصادی و مسائل معیشتی مردم به منظور القای حس نارضایتی نسبت به نظام از دیگر اقدامات رسانه‌های بیگانه در حوزه اقتصادی به‌شمار می‌رود.

### ۱۱-۳. تهدیدات رسانه‌ای در بعد اجتماعی

تلاش رسانه‌های بیگانه در به زیر سؤال بردن ارزشهای اجتماعی حاکم بر جامعه ایران متمرکز شده است. هم‌چنین بزرگنمایی مسائل و مشکلات اجتماعی با بهره‌گیری از زمینه‌های آسیب‌هایی همچون اعتیاد، بیکاری، حاشیه نشینی و فقر از دیگر اقدامات این رسانه‌ها در جهت اعمال فشار بر جمهوری اسلامی ایران است. این رسانه‌ها در این زمینه القای ناکارآمدی نظام جمهوری اسلامی در جهت حل مشکلات جامعه را هدف خود قرار داده‌اند. علاوه بر این توجه به اقشار خاص همچون زنان و جوانان و بزرگنمایی مسائل و مشکلات آنان از دیگر محورهای رسانه‌های بیگانه در جهت جلب مخاطب بیشتر و تأثیرگذاری بر فضای سیاسی داخلی ایران به‌شمار می‌رود. القای بودن محدودیتهای اجتماعی و ناامنی اجتماعی از دیگر سیاستهای رسانه‌های بیگانه در زمینه اجتماعی است که در این زمینه تلاش رسانه‌های بیگانه در جهت احساس ناامیدی نسبت به آینده کشور و سلب اعتماد عمومی از نظام متمرکز است.

#### ۱۱-۴. تهدیدات رسانه‌ای در بعد فرهنگی

تلاش رسانه‌های بیگانه بر کمرنگ کردن ارزشهای اسلامی و انقلابی در جامعه ایران، زیر سؤال بردن دستورها و احکام دینی در زمینه‌های مختلف از جمله حجاب، حقوق زن و مرد، تبلیغ آیین مسیحیت و فرقه‌های ضاله همچون بهائیت بطور مستقیم و یا غیرمستقیم، هم‌چنین تبلیغ ماهواره، اینترنت و سایتهای اینترنتی خاص و کتابها و مجلات با گرایشهای ضد دینی، تأکید بر القای تعارض میان فرهنگ ایرانی و ارزشهای اسلامی از جمله سیاستهای بیگانه به منظور اثرگذاری بر فضای فرهنگی کشور به‌شمار می‌رود.

#### ۱۱-۵. تهدیدات رسانه‌ای در بعد امنیتی

رسانه‌های بیگانه از یک سو بر القای ناامنی و بزرگنمایی مسائل و مشکلات امنیتی توجه دارند و از سوی دیگر تلاش می‌کنند جمهوری اسلامی ایران را قدرت تهدید کننده صلح و ثبات منطقه جلوه دهند که در واقع دو روی سکه این سیاست، ایجاد بدبینی نسبت به نظام در داخل و خارج کشور است. القای اینکه جمهوری اسلامی ایران در سطح منطقه ماجراجو و جنگ طلب است و منافع ملی کشور را فدای سیاستهای خاص خود می‌کند. طرح اتهامات واهی در زمینه مداخله جمهوری اسلامی ایران در امور دیگر کشورها و ارتباط تهران با گروه‌های تروریستی، هم‌چنین القای وجود فضای امنیتی، وجود خشونت در اداره کشور از اقدامات دیگری است که رسانه‌های بیگانه در حوزه امنیت انجام می‌دهند مرتکب با این هدف که به مخاطبان خود به لحاظ روانی، حالت، احساس ناامنی و یأس و ناامیدی نسبت به آینده کشور القا، و در مجموع اعتماد آنها را نسبت به توانایی جمهوری اسلامی در اداره آرام کشور و توسعه آن سلب کنند. همان‌طور که جدولهای این فصل نشان می‌دهد، فعالیتهای رسانه‌های ضد انقلاب ابعاد مختلف سیاسی اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و امنیتی را در برداشته است در عرصه سیاسی زیر سؤال بردن سه رکن مشروعیت نظام جمهوری اسلامی، کارآمدی نظام دینی در اداره جوامع امروزی و توانایی صلاحیت دولتمردان مسلمان از مهمترین اهداف این رسانه‌ها بوده که با شیوه‌ها و بر پایه دستاویزهای مختلف و گوناگون مورد توجه واقع شده است.

## ۱۲. پیشنهادها

- استمرار، تحکیم و تقویت حاکمیت نظام و مدیریت کلان رهبری بر رسانه ملی به منظور تقویت استحکام و انسجام ملی در تثبیت و پیگیری موضوعات کلان کشور بویژه انرژی هسته‌ای
- تقویت روحیه وفاق ملی و ارزشهای دینی و تأکید بر موقعیت‌های ملی و بین‌المللی و چشم‌انداز روشن آینده کشور به منظور اقدامات پیشگیرانه و مقابله با بحران‌سازی رسانه‌های غربی
- ایجاد و تقویت شبکه رسانه‌های همسو و همگرا در منطقه و جهان به منظور استحکام بخشی باورها و اعتقادات مخاطبان نسبت به سیاست‌های ج.ا.ا. از طریق پیمانهای دو یا چند جانبه منطقه‌ای
- تعمیق اندیشه و بصیرت دینی اسلامی آحاد مردم بویژه جوانان در مقابله با تهاجم فرهنگی و رسانه‌ای امریکا و هم‌پیمانانش با بهره‌گیری از ابزارها و شیوه‌های نوین رسانه‌ای و نیز ارتقای سواد رسانه‌ای مردم
- بازگویی و افشاگری و برجسته‌سازی اقدامات امریکا و متحدانش در راستای جلوگیری از استقلال و توانمندی ج.ا.ا. (از جمله فناوری هسته‌ای و فناوری‌های نوین) در چارچوب راهبرد اسلام ستیزانه غرب
- طراحی و ساماندهی اقدامات رسانه‌ای ج.ا.ا. در مقابل بحران‌سازی رسانه‌های بیگانه و با اتکا به پیشینه ملی، فرهنگی و دینی ایرانیان و موقعیت ژئوپولیتیک کشور
- توسعه رسانه‌های ملی و منطقه‌ای در راستای اهمیت بخشی به اقوام و ارزشهای قومی آنان با محوریت تأکید بر نقاط و منافع مشترک و تعلقات ملی در موضوعات کلان کشور
- هوشیار سازی و ایجاد اعتماد از طریق تنویر افکار عمومی مردم و نخبگان در مورد موفقیت‌ها و پیشرفت‌های فرهنگی، علمی، اقتصادی و شفاف‌سازی علت داخلی و خارجی نارساییها
- تأکید رسانه ملی بر سرمایه‌های اجتماعی و ارزشهای دینی برای تأمین نیازهای واقعی

جامعه با رویکرد امید به آینده با بهره‌مندی از منافع کلان انرژی هسته‌ای در موضوعات اقتصادی، اجتماعی و ...

- تقویت روحیه نشاط، امید به آینده در بین مخاطبان و مردم به منظور مقابله با القای ناکارآمدی نظام و بحران سازی از سوی رسانه‌های امریکا و متحدانش



## فهرست منابع

۱. امام خامنه‌ای، سید علی (۱۳۸۸).
۲. اریسکلانو، مایکل (۱۳۸۷). **جنگ اطلاعات**. ترجمه علی ناصری و عبدالمجید ریاضی. تهران: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی.
۳. ارونسون، الیوت (۱۳۷۷). **روان‌شناسی اجتماعی**. ترجمه حسین شکر کن. تهران: انتشارات رشد.
۴. افتخاری، اصغر و همکاران (۱۳۸۰). **قدرت نرم، فرهنگ و امنیت**. چ دوم. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).
۵. الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۶). مبانی نظری و عملی رسانه اثربخش و کارآمد. **فصلنامه عملیات روانی**، س ۵. ش ۱۷. تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین(ع).
۶. بتولی، سید ابوالحسن (۱۳۹۲). **بررسی ماهیت تهدیدات نرم علیه ج.ا.ا. با تأکید بر تهدیدات نرم رسانه‌ای**. پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت دفاعی. دانشگاه جامع امام حسین(ع).
۷. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۱). **مقدمه‌ای بر استراتژیهای امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران**. تهران: مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.
۸. سلطانی فر، محمد (۱۳۸۴). **پوشش خبری**. انتشارات سیمای شرق.
۹. ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۳). **جنگ نرم، ویژه جنگ رسانه‌ای**. تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
۱۰. کازنون، ژان (۱۳۸۴). **جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی**. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات.
۱۱. گروه تحقیق و پژوهش فصلنامه عملیات روانی (۱۳۸۷). **بازخوانی مفاهیم قدرت نرم**. **فصلنامه عملیات روانی**، س ۵. ش ۲۰. تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین(ع).
۱۲. مطالعات گروهی دانشجویی (۱۳۸۶). **اقدامات رسانه‌ای امریکا و متحدانش در بحران‌سازی علیه جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر رادیو در زمینه فناوری هسته‌ای**. تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی.
۱۳. نائینی، علی محمد (۱۳۸۷). **ابعاد تهدید نرم در استراتژی امنیت ملی امریکا**. **فصلنامه عملیات روانی**، س ۶. ش ۲۱. تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین(ع).