

نقش رسانه در جنگ نرم با نگاهی به جمهوری اسلامی ایران

علی صادقی^۱

زهرا هادیان^۲

چکیده

پایان جنگ سرد و اولویت‌های امنیتی کشورها، مطرح شدن بازیگران جدید و اهمیت نهادهای غیردولتی در جهان، موجب شده کشورها در جهت تامین منافع ملی خود ابزار و راه‌های جدیدی را بکار گیرند که مهمترین آنها را می‌توان بهره‌گیری از جنگ نرم و عملیات روانی دانست. کشورهای استکباری به این نتیجه رسیده‌اند همان‌گونه که استعمار به شیوه‌های قدیم، جواب‌گوی نیازها و اقتضات امروزه نیست و باید در قالب استعمار نو وارد برخی از کشورها شد، از طریق جنگ سخت نیز چندان نمی‌توان موفقیت‌های مورد نظر را کسب کرد؛ بنابراین سعی می‌کنند با تمرکز بر مسائل فکری، ایدئولوژیک و فرهنگی و در واقع با جنگ نرم و عملیات روانی به اهداف خود برسند. جنگ نرم با هدف تسخیر فکر و اندیشه ملت‌ها، نقش مهمی در سست نمودن حلقه‌های فکری و فرهنگی جوامع ایفا می‌کند. جنگ نرم که شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است، جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی، رقیب را به انفعال یا شکست وا می‌دارد. از آنجایی که در جنگ نرم برای همه مخاطبان و همه سطوح سنی و لایه‌های اجتماعی برنامه‌ریزی شده؛ از همه شگردها، هنرهای تبلیغی مدرن و از همه امکانات و توانمندی‌ها استفاده می‌شود. بنابراین جمهوری اسلامی ایران با توجه به موقعیت حساس استراتژیک و ژئوپلیتیک خود ناگزیر است ضمن تقویت عرصه‌های فکری، فرهنگی و سیاسی، به بهره‌گیری بهینه از ظرفیت رسانه‌ای خود همت گمارد.

واژگان کلیدی: جنگ نرم - عملیات روانی - فضای مجازی - رسانه - ج.ا. ایران

۱. مقدمه

امروزه برخی از کشورهای جهان در عین نیاز به همگرایی و تعامل، به دلایل مختلف با یکدیگر در حالت مخاصمه و جنگ قرار دارند. جنگ‌هایی که یا از نوع نظامی است و از وسایل و ادوات نظامی در آن استفاده می‌شود، به جنگ سخت^۳ مشهور است. یا جنگ‌هایی که از وسایل و ادوات و کالاهای فکری و فرهنگی استفاده شود، اصطلاحاً به آن

^۱ - استادیار دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید چمران و نویسنده عهده دار مطالب : Sadeghi173@yahoo.com

^۲ - کارشناس پژوهش دانشگاه فرهنگیان، پردیس شهید مفتاح شهرری z.hadian1392@gmail.com

جنگ نرم^۴ و یا عملیات روانی اطلاق می‌کنند. بنابراین شاخصه‌ی عملیات روانی، استفاده از ابزارهای فکری و فرهنگی است.

کشورهای استکباری به این نتیجه رسیده‌اند که همان‌گونه که استعمار به شیوه‌های قدیم، دیگر جواب‌گوی نیازها و اقتضات امروزه نیست و باید در قالب استعمار نو وارد برخی از کشورها شد، از طریق جنگ سخت نیز چندان نمی‌توان موفقیت‌های مورد نظر را کسب کرد؛ بنابراین سعی می‌کنند با تمرکز بر مسائل فکری، ایدئولوژیک و فرهنگی و در واقع با عملیات روانی، به اهداف خود برسند.

نگاهی به تغییر و تحولات اخیر در قرن بیست و یکم، بیانگر آن است که تفکر و تعاملات انسانی تا حد زیادی به ابزارهای ارتباطی از زبان بعنوان نخستین رسانه ارتباطی تا ابزارهای پیچیده انتقال اطلاعات مانند ماهواره‌های ارتباطی و بهره‌گیری از فضای مجازی^۵ مدیون است. نقش رسانه‌ها در همه امور فردی، اجتماعی، اقتصادی فردی، سیاسی فراگیر شده است تا جایی که می‌توان گفت دنیایی که ما در آن زندگی می‌کنیم بیش از آنکه دنیایی واقعی، فردی، عقلانی و منطقی باشد؛ دنیایی مجازی، تخیلی و احساسی است که رسانه‌ها برایمان ساخته‌اند. بنابراین می‌توان ارتباطات بشر را از نوع ساده آن که با شکل و زبان بیان می‌شد تا امروزه که به موازات پیچیده شدن جوامع انسانی ارتباطات پیچیده‌تری شکل گرفته‌اند، دسته‌بندی و تبیین نمود.

۲. روش تحقیق

این پژوهش سعی دارد با رویکردی توصیفی-تحلیلی به چیستی جنگ نرم و ضرورت‌های توجه ایران به این مقوله بویژه رویکرد رسانه‌ای در جهت مقابله با آن، بپردازد. در این راستا از منابع کتابخانه‌ای، سایت‌ها و نظرات مندرج در منابع مختلف، بهره‌گیری شده است.

۳. مبانی نظری تحقیق

۳.۱. جنگ نرم

در جنگ‌ها، تاثیرگذاری بر اذهان نیروها و مردم کشور هدف یکی از مهمترین عناصر پیروزی است؛ موضوعی که با طراحی عملیات روانی مناسب، استفاده از تبلیغات و وسایل ارتباطی-اطلاعاتی تحقق می‌پذیرد(صالحی امیری، ۱۳۸۷: ۱۷). جنگ نرم^۶ بدنبال از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی-اجتماعی حاکم تزلزل و بی‌ثباتی بوجود آورد. جنگ نرم را می‌توان نوعی جنگ روانی دانست، یعنی مجموعه اقداماتی که یک گروه، سازمان و کشور برای اثرگذاری و

4- Soft War
5 - Cyber Space
6- Soft War

تغییر عقاید و رفتار شهروندان و دولتمردان دانست که در جهت منافع گروه مهاجم بوده و می‌تواند دارای ماهیت نظامی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی باشد؛ اما با ابزارهایی غیر از ابزارهای نظامی صورت می‌گیرد. مهمترین اهداف جنگ نرم را می‌توان: از بین بردن امید در گروه مقابل، ایجاد بی‌اعتمادی در شهروندان نسبت به دولتمردان و نیز شکاف و تفرقه در گروه مخاطب دانست (نای، ۲۰۰۴: ۱۴).

جنگ نرم همانند هر اقدام خصمانه دیگری یک هدف اساسی را دنبال می‌کند: «تحمیل اراده بر حریف و یا تسلط همه جانبه بر آن». مهمترین خواسته در این تسلط، انجام رفتار مطلوب و مورد نظر کشور تهدیدکننده است. به نظر می‌رسد امروزه بهترین راه اثرگذاری و تسلط بر افکار و دل‌ها باشد.

مارک پالمر نویسنده‌ی گزارش ایران- آمریکا، صراحتاً با ایده‌ی تهاجم نظامی علیه جمهوری اسلامی ایران مخالفت کرده و اعلام نموده ایران به لحاظ وسعت سرزمینی، کمیت جمعیت، کیفیت نیروی انسانی، امکانات نظامی، منابع طبیعی سرشار و موقعیت جغرافیایی ممتاز در منطقه‌ی خاورمیانه و نظام بین‌الملل به قدرتی کم‌مانند تبدیل شده که دیگر نمی‌توان با یورش نظامی و جنگ سخت آن را سرنگون کرد. تنها راه مبارزه با نظام جمهوری اسلامی، پیگیری مکانیسم‌های جنگ نرم و استفاده از تکنیک‌های عملیات روانی تبلیغاتی با استفاده از ۳ تاکتیک دکترین "مهار"، "نبرد رسانه‌ای" و "ساماندهی و پشتیبانی از نافرمانی مدنی" است (<http://banoblog.parsiblog.com/Posts>).

در جنگ نظامی توانایی متکی به قدرت سخت مثل ابزارآلات، ادوات، تجهیزات و غیره است ولی در جنگ نرم، توانایی متکی به قدرت نرم است. قدرت نرم^۷ عبارت است از توانایی رسیدن به اهداف و خواسته‌ها بدون اعمال فشار و ایجاد اجبار و اکراه. در واقع با قدرت نرم، خواسته‌ها و اهداف از طریق جذب و متقاعد کردن طرف مقابل به دست می‌آید. جنگ نرم یا تهدید نرم^۸ به لحاظ مفهومی ارتباط تنگاتنگ دارد. تهدید نرم، تهدیدی است نامحسوس، بدون منازعه مستقیم و استفاده از ابزار فیزیکی که به دنبال تغییر باورها، افکار و رفتارها می‌باشد. با توجه به واژه-های جنگ، قدرت نرم و تهدید نرم می‌توان گفت که جنگ نرم، روشی برای جنگ و غلبه بر طرف مقابل بدون استفاده از ابزار و زور نظامی اولیه و به صورت جذبی و اقناعی است. در این جنگ دشمن تلاش می‌کند با اقدامات نرم افزاری و روانی، حوزه افکار و باورهای جامعه را به منظور تحقق اهداف خود اشغال کند. باید گفت اهمیت جنگ نرم همان ویژگی غیرخشونت‌آمیز بودن آن می‌باشد (<http://www.jangnarm.com/index>).

یکی از ویژگی‌های مهم جنگ نرم، آسیب محور بودن آن است. آسیب‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، میدان مانور جنگ نرم است. دشمنان در جنگ نرم با شناسایی نقاط آسیب جامعه هدف در حوزه‌های ذکر شده، فعالیت‌های خود را سامان داده و با خلق آسیب‌های جدید، بر دامنه تحرکات خود می‌افزایند. اغراق نیست

که ترویج ارتباطات دختر و پسر، ترویج مدل‌های جدید لباس و موی سر پسران، تاکید روی عشق (ویرانگر) و شکست‌های عشقی، گسترش اعتیاد به مواد مخدر، انتشار تصاویر و فیلم‌های مبتذل، تضعیف بنیان خانواده، افزایش طلاق، کمک به ترویج پرخاشگری در عرصه اجتماعی، رواج مصرف‌گرایی و معرفی نمودن آن به عنوان ارزش، تضعیف جایگاه میراث فرهنگی-دینی، حمله به معنویات و اخلاق و هزاران مورد دیگر را از موضوعات مورد علاقه دشمنان برای جنگ نرم، بنامیم. همچنین اشاره به گفته میشل هولباک، اسلام ستیز فرانسوی در مورد مسلمانان، نشان از توجه دشمنان به آسیب‌های اجتماعی و موارد به ظاهر جزئی برای پیروزی خود دارند: " برای غلبه بر مسلمانان باید آنها را به فساد کشید، از راه زور نمی‌توانیم دین را متوقف کنیم. جنگ بر ضد مسلمانان و کشتن آنها فایده‌ای ندارد باید به جای بمب، دامن‌های کوتاه بر سر آنان فرو بریزیم ! " (<http://www.jangnarm.com/index>). از آنجایی که یکی از مهمترین ابزارهای جنگ نرم رسانه‌ها می‌باشند، بنابراین ضرورت دارد به ویژگی‌های این بخش بپردازیم:

۳، ۲. رسانه‌های ارتباطی اثرات آن

در طول تاریخ رسانه‌های ارتباطی گوناگونی مورد استفاده جوامع بشری واقع شده‌اند. برخی از این رسانه‌ها مانند زبان، رسانه ارتباطی طبیعی و برخی مانند نشانه‌ها و نمادهای گوناگون (صدای طبل، دود و یا مشعل) جنبه قراردادی دارند و برخی نظیر مطبوعات، تلویزیون و سینما که امروزه به آنها رسانه‌های ارتباط جمعی^۹ گفته می‌شود، چون ساخته دست انسان می‌باشند- مصنوعی محسوب می‌گردند (اشرفی‌ریزی، ۱۳۸۶: ۷۹). این گروه شاید از آن جهت رسانه‌های ارتباط جمعی نامیده شده‌اند که درای ویژگی‌هایی چون قدرت و توانایی زیاد، شعاع عمل و کاربرد وسیعی از جنبه زمانی و مکانی می‌باشند.

ملوین دفلور در زمینه تاثیرات و نفوذ وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها بر مخاطبان، معتقد است، کارکرد روابط سه جانبه رسانه‌ها، مخاطبان و جامعه دارای تاثیرات شناختی، عاطفی و رفتاری بر مخاطبان است که بطور خلاصه آنها را در جدول زیر می‌توان ارائه داد (صبری، ۱۳۸۱: ۱۰۱ و اشرفی‌ریزی، ۱۳۸۶: ۱۱۱):

<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد ابهام در مخاطبان - برخورد اطلاعات متناقض - رفع ابهام از مخاطبان - شکل دهی به نگرش‌ها - برجسته‌سازی اخبار - گسترش نظام‌های عقیدتی مردم - بعد آموزشی رسانه‌ها - تاثیر گذاری ارزش‌ها 	<p>تاثیرات شناختی رسانه‌ها</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد انفعال در افراد - افزایش نفوذ پذیری - ایجاد حس یا تاثیر پذیری ارتباطات در بلند مدت - بی عاطفگی و فقدان علاقه - افزایش حس نگرانی - افزایش عدم امنیت اجتماعی در مردم - بی‌خوبشینی حاصل از ضعف روابط اجتماعی 	<p>تاثیرات عاطفی رسانه‌ها</p>
<ul style="list-style-type: none"> - فعال ساختن مخاطبان - ایجاد نگرش‌های جدید و یا مبهم جلوه دادن شرایط - منفعل ساختن مخاطبان 	<p>تاثیرات رفتاری رسانه‌ها</p>

کارکرد روابط سه جانبه رسانه - مخاطب و جامعه از نظر ملوین دفلور

می‌توان گفت امروزه رسانه‌ها تا آنجا پیش رفته‌اند (کاربرد رسانه‌ها گسترش یافته است) که بعنوان یکی از چالش‌های دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها درآمده‌اند؛ بصورتی که گسترش اطلاعات از طریق فناوری‌های نوین ارتباطات و رسانه‌ها، روابط بین دولتها را (در عرصه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی) که پیشتر توسط دیپلمات‌ها انجام می‌گرفت به روابطی چند جانبه تبدیل کرده‌اند که در آن بیشترین تلاش دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی برقراری روابط با ملت‌ها آن هم از طریق رسانه‌ها در فضای مجازی حاصل از بکارگیری آنها شده است (صالحی امیری، ۱۳۸۷: ۱۸).

خدماتی که سیستم‌های الکترونیک اطلاع رسانی و در راس آنها اینترنت ارائه می‌دهند به مباحث سیاست خارجی الزاماتی را تحمیل کرده‌اند. دسترسی آزاد، کم هزینه، سرعت و گستره اطلاعات و انعکاس رویدادها، تفسیرها و تبلیغات سیاسی به نفع گروه‌های خاص؛ به گونه‌ای مفهوم حاکمیت دولت‌ها را به تحلیل کشانده‌اند که دیگر دولت‌ها نمی‌توانند نسبت به آنها بی‌تفاوت باشند. در این فضا، مرزهای ژئوپلیتیک به تدریج اهمیت پیشین

خود را از دست می‌دهند و ژئوکالچرها جای آنها را می‌گیرند (صالحی امیری، ۱۳۸۷: ۱۹). بطور خلاصه گونه‌شناسی ابزارهای عملیات روانی و جنگ نرم در دو- سه قرن گذشته تاکنون را می‌توان بشرح زیر خلاصه کرد (امامزاده فرد، ۱۳۸۴: ۸) و ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۶۰):

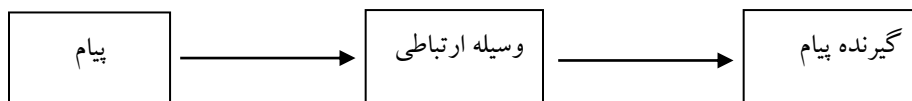
دوره تاریخی	ابزارهای عملیات روانی
از عصر جدید تا پیش از جنگ جهانی دوم	کتاب ها، مجلات و روزنامه ها
سال های جنگ جهانی دوم	کتاب ها، مجلات و روزنامه ها، تلفن و رادیو
دوران جنگ سرد	کتاب ها، مجلات و روزنامه ها، تلفن، رادیو و تلویزیون
دوران پس از جنگ سرد	کتاب ها، مجلات و روزنامه ها، تلفن، تلفن همراه، رادیو و تلویزیون، نامه های الکترونیک، CD و اینترنت

ابزارهای عملیات روانی

۳، ۳. ارتباط

ادوین امری^{۱۰}، از متخصصان علوم ارتباطات معتقد است: ارتباط عبارتست از فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر (معتدزاده، ۱۳۷۱: ۲۶). لانبرگ عقیده دارد: ارتباط آن شکل از کنش متقابل است که از طریق نمادها صورت می‌گیرد. این نمادها ممکن است نمادهای اشاره‌ای، تصویری، تجسمی، لفظی یا هر نماد دیگری باشد که به منزله محرک رفتار عمل می‌کنند، رفتاری که به وسیله خود نماد و بدون وجود شرایط ویژه آن کس که واکنش نشان می‌دهد، بروز نمی‌کند (اشرفی ریزی، ۱۳۸۶: ۱۶). همچنین می‌توان گفت ارتباط عبارت است از هرگونه انتقال پیام بین فرستنده از یک طرف و گیرنده از طرف دیگر؛ خواه فرستنده انسان باشد و خواه یک دستگاه مکانیکی (خاتون آبادی، ۱۳۷۴: ۴۴).

در مجموع می‌توان ارتباط را به معنای انتقال پیام از یک منشا به مخاطب با استفاده از روشهای متنوع تعبیر کرد.



در مراحل بعدی نوع واکنش گیرنده پیام و عکس‌العمل او بر ارسال نوع پیام و نیز نوع وسیله انتقال آن اثرگذار است و آنرا تحت تاثیر قرار می‌دهد. انسان امروزی بدون شک برای تکوین مراحل رشد و کمال خود و نیز اعتلای

¹⁰- Edwin Emery

مادی و معنوی جامعه خود ناگزیر از بهره‌برداری از وسایل ارتباط جمعی شده است، وسایلی که با ارائه پیام‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی خود نقش مهمی در تحولات جوامع و دستاوردهای مادی و معنوی آنها دارد.



نمودار: اثر عوامل مختلف جنگ نرم

۴. یافته‌های تحقیق

با توجه به اینکه امنیت همواره یکی از دغدغه‌های بشر بوده و انسان همیشه سعی داشته برای کاهش تهدیدات پیرامون خود چاره‌اندیشی کند (ماندل، ۱۳۷۷: ۱۹)، در دوره فرامدرن (حاضر) امنیت تحت تاثیر تغییرات گسترده در نظام بین‌الملل، توسعه ارتباطات، پیشرفت‌های تکنولوژیک و نزدیکی بی‌سابقه جوامع به یکدیگر قرار گرفته است. اگر تا چندی قبل استقلال و تمامیت ارضی کشورها با تهاجم نظامی، گروه‌های مسلح داخلی یا اقدامات اقتصادی مورد تهدید قرار می‌گرفت (تهدید سخت)؛ امروزه تهدید نرم یعنی دگرگونی و تغییر در هویت فرهنگی و ارزش‌های پذیرفته شده یک نظام سیاسی بسیار اهمیت یافته است. زیرا درکنا تغییر هویت ملی و فرهنگی، کشور مهاجم بدون منازعه و تهاجم؛ ارزش‌ها و هویت‌های مورد نظر خود را بر یک ملت تحمیل می‌کند.

در تهدید سخت هدف تخریب و حذف فیزیکی حریف و تصرف و اشغال سرزمین است (که با عکس‌العمل مقابل همراه خواهد شد) در حالی که در تهدید نرم، هدف تاثیرگذاران بر انتخاب‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و الگوهای رفتاری و در نهایت سلب هویت‌ها و ارزش‌های فرهنگی است و به دلیل غیر عینی بودن عکس‌العمل (سریع و روشنی) ندارد (حجازی، ۱۳۸۷: ۶).

تهدیدهای نرم را می توان تحولاتی دانست که موجب دگرگونی در هویت فرهنگی و الگوهای رفتاری مورد قبول یک نظام سیاسی می شود. تهدید نرم نوعی سلطه کامل در ابعاد سه گانه حکومت، اقتصاد و فرهنگ است که از طریق استحاله الگوهای رفتاری ملی در این حوزه ها و جایگزینی سایر الگوها محقق می شود. با این نگرش، تمامی اقداماتی که موجب شود تا اهداف و ارزش‌های حیاتی یک نظام سیاسی شامل زیرساخت‌های فکری، باورها و الگوهای رفتاری در حوزه اقتصاد، فرهنگ و سیاست به خطر افتد، یا موجب ایجاد تغییر و دگرگونی اساسی در عوامل تعیین کننده هویت ملی یک کشور شود، تهدید نرم به شمار می‌آید.

از سوی دیگر، امروزه انسان‌ها شاهد فراگیری بی‌سابقه رسانه‌ها و وسایل ارتباطات جمعی مدرن و نوین هستند. بالطبع آن‌ها در معرض شدیدترین امواج رسانه‌ها قرار دارند. گرچه رسانه‌ها ذاتاً کارکردی دوطرفه و دو سویه دارند، اما بیشترین حجم بهره‌گیری از آن در دست نظام سلطه قرار دارد؛ چنانچه می‌توان با جرأت گفت حفظ و گسترش قدرت استکباری نظام سلطه به حضور و ظهور رسانه‌ها وابسته است. رسانه‌ها پل ارتباطی و بلکه وسیله‌ی تسلط بر افکار، اراده و احساسات بشر دوران معاصر به شمار می‌آیند. مراکز رسانه‌ای استکبار که به مدرن‌ترین فناوری جهانی مجهزند، از یک سو ابزاری برای اجرای "عملیات روانی" قدرت‌ها علیه ملت‌ها و دولت‌های مستقل هستند و از سوی دیگر وسیله‌ای برای کنترل، تضعیف، جهت‌دهی و هدایت جوانان در سراسر جهان محسوب می‌شوند (<http://banoblog.parsiblog.com/Posts>).

بنیادی‌ترین تعریف از «جنگ رسانه‌ای»^{۱۱} استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه (اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت و اصول تبلیغات) به منظور دفاع از منافع ملی است. در این نبرد هدف اصلی کاهش آستانه تحمل ملی و کاستن از پایداری مردم کشور هدف است و در عین حال با ایجاد جاذبه فکری، تغییر ذائقه، باورها و هنجارهای حاکم مدنظر می‌باشد. جنگ رسانه‌ای یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های «جنگ نرم» و «جنگ‌های جدید بین‌المللی» است. 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 سیاسی خویش با استفاده از رسانه‌ها، بهره‌گیری می‌کند (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۷: ۱۱). هر چند به هنگام جنگ‌های نظامی (جنگ سخت) کاربرد و نمود بیشتری پیدا می‌کند.

جنگ رسانه‌ای ظاهراً میان رادیو و تلویزیون‌ها، مفسران مطبوعاتی، خبرنگاران خبرگزاری‌ها، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد، اما واقعیت آن است که در پس این جدال ژورنالیستی، چیزی به نام «سیاست

11- Media War

رسانه‌های^{۱۲} یک کشور» نهفته است که مستقیماً توسط بودجه‌های رسمی مصوب پارلمان‌ها یا بودجه‌های سری سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی تغذیه می‌شود. همچنین در این نوع جنگ می‌توان از سربازان جنگ رسانه‌ای نام برد که: خبرنگاران، متخصصان اطلاعات، استراتژیست‌های تبلیغات بین‌المللی و کارگزاران رسانه‌ها می‌باشند (همان: ۱۲).

۵. جمهوری اسلامی ایران و مقابله با جنگ نرم

واضح است که امروزه قدرت، بخش ملموس و ظرفیت نظامی ناشی از آن نیست و عناصر غیر ملموس چون دین، اعتقادات، آموزش و پرورش و ارتباطات منابع عظیمی از قدرت را تشکیل داده‌اند. بصورتی که امروزه در سطح بین‌الملل اثرگذاری قدرت نرم بیشتر از قدرت سخت درآمد است. در همین رابطه در مورد ایران می‌توان گفت، آنچه غرب و دشمنان انقلاب اسلامی از آن هراس دارند، قدرت نظامی یا قدرت اقتصادی آن نیست بلکه از قدرت نرمی هراس دارند که در صدد معرفی الگوی جدیدی برای اداره جوامع و حکومت‌هاست. اما آنچه بعنوان مهمترین اقدام دولت ج.ا.ی در راستای افزایش قدرت نرم و اثرگذاری بر سایر جوامع و دولت‌ها باید مورد توجه دولتمردان ما قرار گیرد، دستیابی به قدرت از طریق افزایش ظرفیت‌های سیاسی، علمی، اقتصادی، صنعتی، فرهنگی و اجتماعی در داخل کشور و ارتقای سطح رفاه و رضایت شهروندان می‌باشد. بنابراین لزوم توجه بیشتر دولتمردان به این بخش‌ها را می‌طلبد. در نهایت، مهمترین علل بکارگیری قدرت نرم را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

۱ - برخلاف راهبردهای نظامی و اقتصادی که تابع شرایط متحول میدان جنگ و عرصه رقابت‌آمیز بازار است، راهبردهای فرهنگی و اجتماعی به دلیل ثبات نسبی حوزه‌های فرهنگ و اجتماع، نسبتاً ثابت و پایدار می‌مانند. بنابراین تصور می‌شود عناصر اصلی این راهبرد کمتر دچار تغییر گردد و تا مدت مدیدی به عنوان محور فعالیت‌های فرهنگی - اجتماعی باقی بماند.

۲- این راهبرد، برای طراحی نیازمند مساله شناسی است و شناخت محیط فرهنگی و مذهبی جوامع را به همراه دارد که می‌تواند در آینده مورد بهره برداری قرار گیرد، یعنی شرایط استفاده از قدرت‌های دیگر را معلوم می‌نماید.

۳- وجهه‌ی صلح دوست و بشردوستانه دارد (با توجه به زبردتی، ۱۳۸۷: ۱۱۰).

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

افزایش اقتدار ملی و بین‌المللی در گرو ستیز با قدرت‌های بین‌المللی نیست. زیرا اگر چنین شود، کشور همواره یا در حالت جنگی است و یا در حالت نه جنگ و نه صلح به سر می‌برد و این روند زیان‌های جبران ناپذیری را بر پیکر امکانات و بسترهای توسعه کشور وارد می‌کند و ظرفیت‌های دیپلماتیک و سیاست خارجی نیز هزینه مقابله با بحران‌هایی می‌شود که توسط قدرت‌های بزرگ برای کشور ایجاد می‌گردند. بنابراین به باور پژوهشگران این مقاله،

اگر ایران بخواهد به یک قدرت برتر تبدیل شود، نیازمند جلب اعتماد دیگر بازیگران عرصه‌های نظام بین‌الملل است. در عصر اطلاعات بازیگری می‌تواند سردمدار دنیای سیاست باشد که در عرصه اعتمادسازی در دنیا پرچمدار باشد. چرا که مشروعیت یک پیام، بخش مهمی از قدرت نرم آن را تشکیل می‌دهد و جذابیت آن به قدرت قطعی آن می‌افزاید. در این میدان پیروزمند کسی است که دارای اعتبار است و بتواند با بهره‌گیری از قدرت نرم و تصویرسازی و ارائه وجهه‌ای مطلوب و مناسب به انتقال درست پیام با تکیه بر ساختارهای غیرمادی از جمله اجتماعی، هنجاری و ارزشی و نهادی و عوامل زمینه‌ای چون دین، فرهنگ، تاریخ و هویت اجتماعی مبادرت ورزد.

در عصر جهانی شدن ارتباطات و اطلاعات که جذابیت و مقبولیت، عنصری اساسی و لازم برای همه کشورها درآمده است تا بتوانند از این طریق به نتایج مورد نظر در رابطه با سایر کشورها دست یافته و زمینه همکاری‌های مشترک را فراهم آورند. امری که بدون شک افزایش توانمندی و اقتدار کشورها را بدنبال خواهد داشت. همچنین با توجه به اینکه قدرت نرم ریشه در فرهنگ و ارزش‌های یک کشور و نیز سیاست خارجی کشورها دارد، ضرورت دارد با توسعه شبکه‌های اطلاع‌رسانی و رسانه‌هایی چون رادیو، تلویزیون و ماهواره و نیز رسانه‌های الکترونیکی، به تولید و پخش برنامه‌های اقدام نمود که ضمن تنوع و توجه به جذابیت‌های لازم برای شنوندگان و بینندگان، بتوانند به الگوسازی ارزش‌های مورد نظر در گستره جهانی دست یابند.

از آنجایی که عملیات روانی و فریب دشمن یا سازمان‌های اطلاعاتی و سیاسی آنها و نیز رسانه‌های مرتبط با آنها که در راستای گمراه کردن افکار عمومی برنامه‌ریزی می‌کنند و به طور طبیعی به تسخیر افکار عمومی و حتی رسانه‌های یک کشور علاقه‌مند هستند، بنابراین شناخت این اقدامات و تشریح و تبیین منطقی آنها (متناسب با منافع ملی) توسط رسانه‌های داخلی می‌تواند این حربه را خنثی نماید. یعنی کشور ما باید بتواند ظرفیت استفاده از رسانه‌ها و سربازان رسانه‌ای را افزایش دهد. همچنین جنگ رسانه‌ای هماهنگی و همکاری نزدیک بخش‌های نظامی، سیاسی، اطلاعاتی - امنیتی و تبلیغاتی یک کشور را می‌طلبد پس این امر باید در سیاست‌گذاری‌ها توسط دولتمردان لحاظ گردد تا بهترین نتیجه حاصل آید. جنگ رسانه‌ای، نوعی جنگ آرام و بدون خونریزی است که گاهی ممکن است مردمی که تحت بمباران این جنگ قرار می‌گیرند خود از وجود جنگ سنگینی که بر فضای جامعه‌شان حاکم است، بی‌اطلاع باشند. جنگی که بجای دولتمردان، ملت‌ها و شالوده فرهنگی و اجتماعی‌شان را نشانه می‌رود. برای پیروزی و اثرگذاری در جنگ رسانه‌ای، هر کشوری که بتواند از ابزارهای متنوع‌تر، بیشتر، پرحجم‌تر، مدرن‌تر و تکنولوژی‌های جدید ارتباطی آنها با محتوای اثرگذار بر مخاطبان، استفاده کند؛ قادر خواهد بود موفقیت بیشتری را از آن خود نماید.

منابع

- اشرفی‌ریزی، حسن و زهرا کاظم پور (۱۳۸۶)، جغرافیای سیاسی اطلاعات (فاصله‌های بی فاصله)، تهران، نشر چاپار.
- امامزاده فرد، پرویز (۱۳۸۴)، عملیات روانی در دوران جنگ سرد و سالهای پس از آن، فصلنامه عملیات روانی (پاییز)، شماره ۱۰.
- ابراهیمی‌خوسفی، منصور، نادعلی بای و مرادعلی صدوقی (۱۳۸۷)، عملیات روانی و فریب استراتژیک، تهران، موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، چاپ دوم.
- جونز، والتر (۱۳۷۳)، منطبق روابط بین‌الملل، ترجمه داود حیدری، تهران، دفتر مطالعات سیاسی بین‌المللی.
- حجازی، سید حسین، ظرفیتهای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در مقابله با تهدیدات نرم آمریکا، گزارش جمهور، مرکز پژوهش و اسناد ریاست جمهوری، فصلنامه تخصصی نامه دولت اسلامی، شماره ۲۶-۲۷ فروردین ۱۳۸۷
- خاتون‌آبادی، احمد (۱۳۷۴)، رادیو و ارتباط توسعه‌ای، تهران، نشر سروش.
- زبردی، اصغر (۱۳۸۷)، قدرت نرم و انقلاب‌های مخملین، مجموعه مقالات همایش تهدیدات نرم و هویت نظامی، دانشگاه افسری امام علی (ع).
- صالحی‌امیری، رضا (۱۳۸۷)، مجموعه مقالات دیپلماسی رسانه‌ای، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- صبری، حمید (۱۳۸۱)، آشنایی با دانش ارتباطات، تبریز، نشر مولف.
- ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۷ خردادماه)، جنگ نرم ۲ ویژه جنگ رسانه‌ای، موسسه فرهنگی و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، چاپ سوم.
- عباسی، علی و محسن مرادیان (۱۳۸۶)، قدرت نرم ج.ا.ا، مجموعه مقالات همایش تهدیدات نرم و هویت نظامی، دانشگاه افسری امام علی (ع).
- ماندل، رابرت (۱۳۷۷)، امنیت ملی در جهان متغیر، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۹)، وسایل ارتباط جمعی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی، جلد ۱.
- Nye, Joseph S. Soft power: The means to success in World Politics. Public Affairs. 1st Edition. 2004
- <http://www.jangnarm.com/index>
- <http://banoblog.parsiblog.com/Posts>