

واکاوی ساز و کارها و اهداف جنگ نرم

شهره جلال پور^۱
کیانوش پای فرد^۲
محمد فلاح^۳

چکیده

انقلاب اطلاعاتی و ظهور رسانه‌های نوین به زندگی امروز ما شتابی بی‌سابقه داده است که موجب جایگزینی فرهنگ رسانه‌های نوین با فرهنگ رسانه‌های سنتی مانند کتاب، روزنامه و ... شده است و از آنجایی که رسانه‌های نوین مبتنی بر دیدار و شنیدار (و نه تفکر عمیق) هستند و نحوه ساخت برنامه در آنها نیاز به تفکر عمیق را منتفی کرده است، با اقبال گسترده جهانی رو به رو شده‌اند، همچنین فناوری‌های رسانه‌ای جنبه‌های مختلف زندگی بشر امروزی را تحت تاثیر خود قرار داده است؛ از طرفی نیز جنگ و نزاع به عنوان جزئی جدایی‌ناپذیر از نهاد جوامع بشری نیز دستخوش دگرگونی عمیق شده است و با توجه به امکانات گسترده موجود در رسانه‌های نوین، از جنگ کلاسیک و نبرد واقعی به سمت جنگ نرم در عرصه مجازی سوق یافته است. جنگ نرم در واقع جنگی است کم هزینه مبتنی بر نرم افزار رسانه و غیرمستقیم که در آن هدف تغییری نکرده است و فروپاشی از درون و استحاله در حاکمیت

۱. استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد شهرضا

shohrehjalalpoor@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد علوم سیاسی دانشگاه خوارزمی تهران

۳. کارشناس ارشد روابط بین‌الملل دانشگاه آزاد شهرضا

دولت‌های مخالف است، ولی ابزارها تغییر بنیادین کرده و رسانه‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار به کار گرفته می‌شوند؛ پرسشی که به ذهن متبادر می‌شود این است که چرا رسانه‌های نوین به عنوان ابزاری برای جنگ نرم انتخاب شده‌اند و هدف از جنگ نرم چیست. تحقیق حاضر به روش توصیفی - تحلیلی گردآوری شده است و نتایج آن نشان‌دهنده آن است که رسانه‌های نوین دارای خصوصیتی برتر نسبت به دیگر ابزارها هستند از این رو از طرف دولت‌های مختلف بستر مناسبی برای تغییر نگرش و فروپاشی از درون گروه‌ها و کشورهای مخالف قرار گرفته‌اند. در این میان رسانه‌های نوین را به عنوان ابزار جنگ نرم انتخاب کرده تا به اهداف خود از قبیل: مرجع سازی، جایگزینی فرهنگ دنیایی به‌جای فرهنگ‌های ملی، رواج مادی‌گرایی، بازتعریف روابط اجتماعی و خواسته‌های شهروندان، تردید افکنی در کارایی نظام‌های سیاسی و ... برسد.

کلیدواژه‌ها: جنگ نرم، رسانه‌های نوین، نابودی تفکر، فروپاشی از درون.

Archive of SID

مقدمه

عصر کنونی در بردارنده پیشرفت‌های فناورانه فراوان در تمام زمینه‌ها بوده است؛ جنگ‌ها نیز به عنوان جزو جدایی‌ناپذیر جوامع متأثر از فناوری‌های نوین است. در گذشته منازعات و جنگ‌ها در میدانها و جبهه‌های جنگ و به صورت رو در رو بین طرفین محاصمه درمی‌گرفت و با خونریزی‌های فراوان و شکست یکی از طرفین و یا عقب‌نشینی طرفین پایان می‌گرفت که البته به راه‌اندازی جنگ و اداره آن به این صورت بسیار پرهزینه و طاقت‌فرسا بود. در قرن حاضر رویکرد دولت‌ها و ابرقدرت‌ها نسبت به جنگ‌ها نیز تغییر کرده است، به شکلی که دولت‌ها با تکیه بر قدرت رسانه‌های نوین و همه‌گیری آن در سطح جهانی عرصه نبرد علیه یکدیگر را به سمت جنگی پیش می‌برند که بسیار متفاوت با نبردهای کلاسیک گذشته است و به عنوان جنگ نرم معروف است. باید گفت رسانه‌ها پس‌زمینه همیشگی بازی سیاست و حوزه‌ای عمومی هستند که در آن قدرت به نمایش درمی‌آید و درباره‌اش داوری می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۴۱).

نقش رسانه‌ها در سده معاصر هرروزه بیش از پیش برجسته شده است. رسانه‌ها امروزه به واسطه به‌کارگیری فناوری‌های پیشرفته ارتباطی تا عمق جوامع نفوذ کرده و از تاثیر بسزا و تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی به افکار عمومی و نحوه نگرش افراد به جامعه، سیاست، اقتصاد، فرهنگ... برخوردار گشته‌اند. انسان قرن بیست و یکم در حاله‌ای از امواج و دریایی از اطلاعات است و این طلیعه عصر جدیدی است که بر پایه «اطلاعات» و «ارتباطات» شکل خواهد گرفت. تنها افراد یا ملت‌هایی قادر به بهره‌گیری بهینه از عصر جدید خواهند بود که از قدرت و توان لازم برای «پالایش امواج» و سازمان‌دهی اطلاعات برخوردار باشند. (معتمد نژاد، ۱۳۷۹: ۶۸).

تعریف مفاهیم

رسانه‌های نوین

رسانه‌ها در طول تاریخ ابزاری فناورانه بوده‌اند و در زندگی بشر تاثیرگذار بوده‌اند و مفاهیم مهم جوامع انسانی را متحول کرده‌اند. با انقلاب فناورانه که در زمینه رسانه‌ها به وجود آمد، عرصه‌های مختلف زندگی بشر متحول گردید، همان‌گونه که اختراعات بشر در حال پیشرفت هستند رسانه‌ها نیز در طول تاریخ در حال پیشرفت بوده و هستند زمانی گل‌نوشته، پایروس... رسانه‌ای در دست مردم بود و زمانی هم امواج ماهواره‌ای ولی به هر ترتیب رسانه کماکان مفهوم اصلی خود یعنی «رساننده» پیام را دارد. در واقع وجه

ممیزه رسانه‌های نوین از جمله ماهواره‌ها و اینترنت با رسانه‌های سنتی، قابلیت‌های آنها در سرعت انتقال داده‌ها و ارزانی و حجم بالای انتقال داده‌ها و دسترسی آسان به آنهاست و این تفاوت‌های عمده بوده است که موجب انقلاب رسانه‌ای در چند دهه اخیر شده است. در واقع باید گفت که رسانه‌های جدید به دلیل ماهیت ذاتی‌شان به راحتی در دسترس مخاطبان با هر سن و جنس و نژادی قرار می‌گیرند و در واقع سواد رسانه‌ای خاصی برای دسترسی به داده‌های آنها نیاز نیست؛ در صورتی که در چند سده گذشته که رسانه‌های سنتی رسانه غالب بوده‌اند، دسترسی به آنها برای همگان مقدور نبود، حجم آن رسانه‌ها به ازای هر نفر بسیار ناچیز بود، گرانی رسانه‌های سنتی نیز از خصوصیات آنها بود از این رو گسترش آنها به کندی و سختی صورت می‌گرفت؛ با مقایسه‌ای ساده بین خصوصیات رسانه‌های سنتی با رسانه‌های نوین درمی‌یابیم که علت همه‌گیر و جهان‌شمول شدن رسانه‌های نوین به چه علت است.

جنگ نرم

اصطلاح جنگ نرم^۱ برای اولین بار توسط استادان برجسته علوم سیاسی و مدیران سابقه‌دار سازمان سیا و پنتاگون به وجود آمد. نخستین بار جوزف نای^۲، در مقاله‌ای در "نشریه آتلانتیک"^۳ مفهوم قدرت نرم را به شکل نظریه مطرح کرد (Nye, 1990:12) و در آثار متعددی به تفصیل، آن را مورد بررسی و پردازش قرار داد. از نظر نای، قدرت نرم توانایی جذب کردن است که اغلب به رضایت منجر می‌شود. در حالی که قدرت سخت، توانایی تاثیرگذاری بر رفتار دیگران از راه اثرگذاری بر اولویت‌های آنهاست (Nye, 2002:5).

جنگ نرم، جنگ ایده‌هاست. به باور برخی صاحب‌نظران مانند گولدستین^۴ و کوهن^۵، ایده‌ها یکی از هدایت‌گران رفتار راهبردی بازیگران می‌باشند. توضیح آنکه به اعتقاد آنها ایده‌ها در شرایط عدم قطعیت به مثابه یکی از ویژگی‌های محیط راهبردی کنونی، بازیگران را به سوی راهبردهایی برای نیل هدف‌ها و کسب منافعشان هدایت می‌کنند. در واقع ایده‌ها دارای چنان ظرفیتی هستند که می‌توانند «نقشه‌های راه» دستیابی به مطلوبیت‌ها را برای بازیگران ترسیم کنند (Goldstein & Keohane, 1993:41).

در مقطع جنگ سرد و در پی اصلاحات گورباچف مبنی بر ایجاد فضای باز سیاسی و تغییر در قوانین اقتصادی (پرسترویکا) سیاستمداران آمریکایی جنگ سخت و کلاسیک با اتحاد جماهیر شوروی را کنار گذاشتند و تنها راه به زانو درآوردن بلوک شرق را جنگ نرم و فروپاشی از درون دانستند. سیاست‌گذاران

1. *Soft war*
2. *Joseph Nye*
3. *Atlantic*
4. *Goldstein*
5. *Keohane*

پنتاگون و سیا با سه راهبرد دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی نافرمانی مدنی اتحاد شوروی را به فروپاشی و شکست واداشتند؛ اما در تعریف جنگ نرم باید گفت جنگ نرم در برابر جنگ سخت^۱ در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و لشکر کشی، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد. جنگ روانی، جنگ مجازی، جنگ رسانه‌ای برای ایجاد تصویرسازی و کنترل اذهان و فکر مردم، از اشکال جنگ نرم هستند. جنگ نرم در پی 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 تزریق کند. به‌طور کلی جنگ نرم در روش نرم افزاری و در پیامد غیر کشنده است. در جنگ نرم تلاش می‌شود که به مراکز ثقل موضوعات مرجع امنیت نرم یعنی مشروعیت نظام سیاسی، وحدت و تمامیت ملی کشور، اعتماد ملی، وفاق ملی - سیاسی که خود از منابع بسیار مهم سرمایه اجتماعی هستند صدمه وارد شود. در جنگ نرم عامل تهدید به دنبال فراهم کردن الگوهای افشایی است و تلاش می‌کند که مخاطب را به گونه‌ای تحت تاثیر قرار دهد که ترجیحات و اولویت‌های خود را مطابق خواسته‌های عامل تهدید فهم و درک کند (نای، ۱۳۸۳: ۲۳)؛ بنابراین می‌توان گفت که جنگ نرم عبارت است از هرگونه اقدام غیر خشونت‌آمیز که ارزش‌ها و هنجارها را مورد هجوم قرار داده و در نهایت منجر به تغییر در الگوهای رفتاری و خلق الگوهای جدیدی شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعارض داشته باشد. لازم به ذکر است که زمینه‌های تهدید نرم افزاری مانند موانع ساختاری مشروعیت یا بحران مشروعیت می‌تواند منجر به شکل‌گیری یا تشدید تهدیدات نرم افزاری و یا حتی سخت‌افزاری مانند حمله نظامی شود.

جنگ نرم در صورتی شکل می‌گیرد که کسانی که جامعه هدف هستند و بانیان جنگ در پی نفوذ بر آنان هستند اساساً احساس و ادراک تهدید از آن نداشته باشند، بلکه آن را مطلوب خود و تسلیم شدن در برابر آن را اولویت خود بدانند. این اولویت می‌تواند به‌عمد یا ترغیب، آموزش و پرورش و فرهنگ‌سازی انجام شود. این گونه از تهدید نرم که در واقع نقطه مقابل قدرت شرطی است، با تغییر اعتقادات افراد و ملت‌ها، اساسی‌ترین کارکردها را در حکومت، اقتصاد، سیاست و... کشورها ایفا می‌کند. (گالبرایت، ۱۳۸۱: ۳۷).

توجه به این نکته بسیار بااهمیت است که از آنجایی که جنگ نرم در مراحل تکوین به دلیل ماهیت ذهنی و انتزاعی آن چندان جلب توجه نمی‌کند و در واقع جمعی از کارگزاران نظام سیاسی اساساً وضعیت موجود را وضعیتی کاملاً عادی تلقی می‌کنند، لذا تهدید نرم به‌صورت خفته و مستور در حوزه مورد نظر پیشروی کرده و در جایگاه‌های نرم نظام از قبیل هویت، فرهنگ، مشروعیت، مشارکت سیاسی، کارآمدی و... به‌اندازه‌ای پیشرفت کرده که در موقع تجلی و نمودار شدن تهدید، به دلیل اینکه زیرساخت‌های نرم

1. Hard war

افزاری مدیریت امنیت ملی را به چالش کشیده، امکان مدیریت تهدید را در عرصه‌های نرم و سخت در حد قابل توجهی کاهش می‌دهد. موثرترین هدف جنگ نرم، متقاعد کردن هرچه بیشتر مردم برای عدم حمایت از نظم موجود به واسطه مخالفت فعالانه یا رد برخورد منفعلانه است (Schutt, 2006:34).

با توجه به تعاریفی که از جنگ، قدرت و امنیت نرم و اهداف و روش‌های آن ارائه شد، باید به این نکته مهم توجه کرد که امروزه رسانه‌های سنتی و مدرن و همچنین شبکه‌های اجتماعی ابزارهای بسیار مهمی هستند که می‌توانند هم در راه جنگ نرم و هم در زمینه امنیت سازی نرم به کار گرفته شوند.

کارکردهای جنگ نرم رسانه‌ای

در الگوی مدرن امنیت، رسانه‌ها با ایجاد تحول در باورها، ارزش‌ها، اعتقادات، تصاویر، ادراکات و ذهنیات جامعه، زمینه را برای اقناع و پذیرش خواسته‌ها و تفکرات بنیان جنگ نرم فراهم می‌کنند. این وضعیت باعث شده تا پیام‌ها، نمادها، اخبار و اطلاعات اهمیت خاص پیدا کند. رسانه‌ها با توجه به نفوذ بسیار بالا در جوامع و همچنین در اختیار بودنشان و اینکه به عنوان مرجعی برای آگاهی و شناخت هستند، نه تنها واقعیت بلکه حتی مهم‌تر از آن ادراک مردم از واقعیت را نیز تغییر می‌دهند؛ به گونه‌ای که برخی از اندیشمندان معتقدند که رسانه‌ها حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت انسانها را از آنان سلب و در اختیار خود گرفته‌اند و بر اندیشه، ادراک و احساس افراد مسلط شده‌اند (دانسی، ۱۳۸۷: ۳۹). امروزه و در عصر اطلاعات، رسانه‌ها مهم‌ترین نقش را در پوشش خبری رخدادها و به تبع آن تاثیرگذاری بر افکار عمومی ایفا می‌کنند. انواع رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، اینترنتی و دیجیتالی می‌توانند بر نوع شکل‌گیری افکار عمومی موثر بوده و روندهای سیاسی و اجتماعی هر جامعه را به سمت و سوی خاص هدایت کنند. به طور کلی رسانه‌ها با ظرفیت‌های خاص خود این قابلیت را دارا هستند که به منبعی برای تهدید در فضای سایبر علیه امنیت ملی کشورها تبدیل شوند. در جنگ نرم، رسانه‌های جدید و سنتی با قدرت بالای تصویرسازی ذهنی می‌توانند عامل ایجاد و تشدید کننده جنگ نرم باشند (که این جنبه از آنها بیشتر مورد توجه ابرقدرت‌های رسانه‌ای غرب است). در اینجا به دنبال شناختن ماهیت رسانه‌های نوین و ساز و کارهای آنان هستیم و این که مشخص کنیم چرا رسانه‌های نوین ابزار جنگ هستند؟ به گمان آنچه واریا^۱ جنگ ایده‌ها، برخورد و مواجهه چشم اندازها، مفاهیم، تصورات و انگاره‌هاست، البته تفاسیر آنها نیز با اهمیت هست؛ چراکه مهم‌تر از تصورات و انگاره‌ها، شیوه درک آنهاست به گمان او این جنگ، واقعی است؛ زیرا این جنگ، در خدمت یک هدف است که معمولاً اقتصادی، اجتماعی یا سیاسی است. این جنگ می‌تواند شامل نیات یا اقدامات

1. Echevarria

خصمانه باشد. هر چند این اقدامات دربرگیرنده خشونت‌های فیزیکی نیست. به باور او بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد که این جنگ‌ها، به چهار مقوله و دسته کلی تقسیم می‌شوند:

الف. مباحث و مناظره‌های روشنفکرانه؛

ب. جنگ‌های ایدئولوژیکی؛

ج. جنگ بر سر اصول و عقاید مذهبی؛

د. کمپین تبلیغاتی؛

این چهار مقوله در راستای قدرت و نفوذ اعمال می‌شوند و ممکن است به جنگ‌های واقعی مبدل شوند؛ چرا که برخی از این جنگ‌ایده‌ها به عنوان بخشی از مناقشه‌های فیزیکی بزرگ‌تر رخ می‌دهند. یکی از انگیزه‌های اساسی برای جنگ‌ایده‌ها، ناشی از این ترس است که دیگران به موفقیت دست یابند و بر بعضی از اشکال قدرت فیزیکی و یا ثروت‌های مادی، کنترل یابند (Echevarria, 2008:4).

رسانه‌ها به عنوان عرصه و ابزار جنگ نرم

همه ما با اسطوره نارسیس^۱ آشنایی داریم، اسطوره‌ای که نشان‌دهنده وجود جنبه‌هایی از علل شیفتگی نسبت به وجود فرد به خویشتن است. اسطوره نارسیس به عنوان نمادی از خودشیفتگی تلقی می‌شود، لذا می‌توان آن را تجسمی از یک جهت‌گیری فیزیولوژیکی و به شدت فناورانه، در نتیجه مسحورکننده، تلقی کرد. از نظر فیزیولوژی، دلایلی حاکی بر این امر وجود دارد که هر امتداد وجود انسان، حالتی کرخت و تخدیر شده برای او به وجود می‌آورد، مثلاً تماشای بیش از حد تلویزیون قوه بینایی فرد را تخدیر می‌کند (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۸-۴۷). در این حالت از میزان حساسیت حس‌های دیگر او کاسته می‌شود به نوعی که شاید خستگی اعضای بدنش که حاصل تماشای بیش از حد تلویزیون است را احساس نکند، یا مثلاً کسی که بیش از حد از قوه شنوایی خود استفاده می‌کند ممکن است میزان ادراک بینایی‌اش از محیط به حدی پایین بیاید که متوجه تاریک شدن هوا و وقایع اطرافش نگردد، ... این‌ها فقط مثال‌هایی بود برای اینکه موضوع شفاف‌تر گردد.

عللی که انسان به سمت رسانه‌های نوین نظیر اینترنت و ماهواره کشیده می‌شود و آنها را به عنوان ابزار شناخت و مرجع تصمیم‌گیری قرار می‌دهد، بسیار زیاد هستند ولی ما به طور مختصر به چند مورد آن اشاره خواهیم کرد.

یکی از دلایل گرایش انسان به وسایل فناورانه به حالت روانی و روحی فرد برمی‌گردد که سبب می‌شود انسان در زمینه‌های خاص به ابزارهای فناورانه احساس وابستگی کند، در این میان می‌توان احساس

1. *Myth Narcissus*

نیاز عمیق انسان امروز به وسایل ارتباطی نوین را دید که هر چه بیشتر به سمت شیفتگی و وابستگی به این ابزارها (مخصوصاً اینترنت و تلویزیون) می‌رود (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۵۱). عشق به دانستن یا به اصطلاح «*Epistemophilia*» تنها می‌تواند گوشه‌ای از بحث را روشن کند. در اینجا به این پرسش بر می‌خوریم که چرا مردم برای آگاهی یافتن از اخبار، ترجیح می‌دهند سراغ تلویزیون بروند و چرا حتی آنانی که از قبل هم از اخبار آگاه‌اند (از طریق دیگر رسانه‌ها) باز هم از تماشای اخبار تلویزیون غافل نمی‌شوند.

کریستیان متز^۱ به عنوان نظریه پرداز در این زمینه در مقاله «دال خیالی» به تبیین این موضوع می‌پردازد. او در اینجا نشان می‌دهد که تماشاگر تلویزیون و سینما پیش از هر چیز از عمل نگاه کردن، اخذ هویت می‌کند؛ از خود، «همچون نوعی عمل خالص ادراک (در مقام بیدار بودن، هوشیار بودن)؛ به منزله شرط امکان مدرکات و در نتیجه به منزله قسمی سوژه استعلایی، مقدم بر هر چیزی که آنجا در فیلم است» پس در هویت یابی اولیه، تماشاگر نه از وقایع یا شخصیت‌های به تصویر کشیده شده بر روی پرده بلکه از عمل ادراک اخذ هویت می‌کند که این، هویت یابی‌ها اصطلاحاً همزادپنداری‌های ثانویه را ممکن می‌سازد؛ عمل ادراکی که به وسیله نگاه مقدم دوربینی و پروژکتوری که جایگزین آن (نگاه) به شمار می‌رود هدایت می‌شود و قوام می‌یابد و در تماشاگر این توهم را پدید می‌آورد که از حضور دائمی سوژه دارای ادراک مطلق برخوردار است. سیستم تلویزیون جدای از روال تنظیم برنامه‌اش، به تماشاگر لذاتی به مراتب متنوع و چند شاکله‌تر از لذات حاصل از تماشای فیلم در سینما و یا در دیگر رسانه‌ها می‌بخشد؛ چرا که تماشاگر و مخاطب تلویزیون از امکانات متنوع و بیشتری بهره می‌برد (با توجه به ماهیت و شکل تلویزیون) امکانات به مراتب وسیع‌تری از دوربین‌ها و نگاه‌ها اخذ هویت می‌کند، زیرا قابلیت دیدن صحنه‌های از دست‌رفته و قدرت برگرداندن صحنه چندین و چند بار را به عقب را می‌دهد، کم و زیاد کردن صدای فیلم بر اساس خواسته مخاطب، تمرکز بر صحنه خاص توسط فناوری تلویزیون،... از جمله خصوصیات تلویزیون است که حس برتر بودن و قادر بودن را در مخاطب برمی‌انگیزد (استم، ۱۳۸۸: ۵۷۰).

استفاده متعارف از رسانه‌های دیداری - شنیداری خود دارای خطرات سیاسی و فرهنگی است و این موضوع به این واقعیت بازمی‌گردد که تصویر، دارای این ویژگی است که چیزی بیافریند که منتقدان ادبی به آن تاثیر واقعی می‌گویند یعنی تصویر می‌تواند چیزهایی را نشان دهد و نسبت به چیزهایی که نشان می‌دهد، باور ایجاد کند. این قدرت دارای اثرات بسیج کننده است؛ به صورتی که می‌تواند افکار و بازنمودها و حتی گروه‌هایی به وجود بیاورد. حوادث غیر مترقبه، اتفاقات و تصادفات روزمره، می‌توانند دارای بارهای سیاسی و قومی و بیگانه ترسی، ترس و نفرت از بیگانه شود اما حتی عمل ساده گزارش دهی همواره ساخت اجتماعی خاص را به وجود می‌آورد که قادر است اثرات اجتماعی بسیج کننده (بسیج زدایی) را ایجاد کند (استریت، ۱۳۸۴: ۱۵۵).

1. Christian Metz

در باب قدرت تاثیر گذاری شبکه‌های ماهواره‌ای به شرحی مختصر از اعتصاب دانش آموزان و دانشجویان در سال ۱۹۶۸ م، می‌پردازیم و در طول آن می‌بینیم که چگونه خبرنگاران ماهواره‌ها می‌توانند در کمال حسن نیت و ساده انگاری و صرفاً با سپردن خویش به دست علاقه‌مندی‌ها، برداشت‌ها و قضاوت‌ها و انتظارات ناخود آگاهشان سبب ایجاد اثرات واقعی و تاثیر گذار بر واقعیات شوند. تاثیراتی که شاید هیچ کس خواهان آنها نیست، اما در برخی موارد فاجعه‌بار می‌شوند. ژورنالیست‌ها، در فکر خود یک ماه مه ۱۹۶۸ م، دیگر داشتند و طبعاً نمی‌خواستند این «۶۸ جدید» را از دست بدهند. این در حالی بود که اعتصابات توسط بچه‌های نوبالغی انجام می‌شد که چندان هم سیاسی نبودند و خود نمی‌دانستند که به درستی چه می‌خواهند بگویند، در حالی که سخنگویان آنها تحریک می‌شدند (سخنگویانی که بی‌شک سیاسی‌ترین آنها بودند) خبرنگاران آنها را جدی گرفتند و آنها هم خودشان را جدی گرفتند. به این ترتیب آرام آرام تلویزیون که ادعا می‌کرد ابزاری برای ثبت واقعیت است، بدل به ابزاری برای ایجاد واقعیت می‌شود (بورديو، ۱۳۸۴: ۳۱)؛ یعنی هر چه پیش از پیش ماجراها به سوی فضایی سوق می‌یابند که در تلویزیون جهان اجتماعی را توصیف و توصیه می‌کند؛ بنابراین تلویزیون بدل به واحد دسترسی به هستی اجتماعی و سیاسی می‌شود و قدرت بسیج‌کنندگی و همراهی افراد بیشتری را دارا است، این جنبه رسانه‌ها بیشتر مورد توجه جنگ نرم علیه گروه‌ها و کشورها قرار می‌گیرد و از طریق این توانایی‌های رسانه‌ها، در پی کسب اهداف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، ... خود هستند.

۱ - ظهور تلویزیون افول صنعت چاپ

ظهور تلویزیون چرخشی در نگرش انسانها به آموختن دانش را سبب شد، این اختراع، انقلابی در نحوه یادگیری و شناخت بود که برداشت سنتی از شیوه‌های شناخت را که مبتنی بر فرهنگ کتابت بود به یکباره به سمت فرهنگ دیداری تلویزیون متمایل کرد و مبدا شناخت را به ترکیبی از دیداری - شنیداری تغییر شکل داد. این انقلاب با ظهور خود سقوط و زوال عصر صنعت چاپ و کتاب را رقم زد. این دگرگونی، جابجایی غم‌انگیز و غیرقابل جبرانی را در معنا و مفهوم و محتوای افکار عمومی و نیز گفتگوها و محاورات مردم سبب شده است، زیرا که این وسایل ارتباطی یا رسانه‌ای که تفاوت‌های زیادی در شکل و فرم با یکدیگر دارند، یعنی کتاب و تلویزیون، نمی‌توانند نه حامل و نه شامل ایده‌ها و اندیشه‌های یکسان باشد. به همان میزان که از توانایی و تاثیر و کارایی کتاب و صنعت کتابت کاسته می‌شود، محتوا و مایه‌های سیاست و مذهب و آموزش نیز دگرگون می‌گردد و متناسب با فرم و کارایی رسانه دیگر یعنی تلویزیون تغییر شکل می‌یابد (دانسی، ۱۳۸۷: ۲۷).

در این میان فرهنگ (با تمام جزئیات متشکله‌اش) مبتنی بر تصویر (فرهنگ دیداری) با فرهنگ «شنیداری» مبتنی بر کلام جایگزین می‌شود. در این شرایط محتمل است که ابزارهای تبادل اطلاعات و

رسانه‌هایی که در خدمت یک فرهنگ قرار دارند تأثیری جامع و تعیین کننده بر جهت گیری‌های روشنفکران و تلاش‌های اجتماعی انسانهای درون آن فرهنگ و اجتماع بر جای می‌گذارند (پست من، ۱۳۷۵: ۷۶).

۲- استیلای سرگرمی بجای آموختن

سیستم ساختاری یک برنامه و بخش خبری در شبکه‌های ماهواره‌ای این واقعیت را به ما آموخته است که قیافه شایسته مهرورزی گوینده خبر، شوخی‌ها، موزیک همراه، عناوین خبر، تیتراژ آغاز و پایان گزارش‌های تصویری، پیام‌های بازرگانی پرجاذبه همه و همه، گویی به آن منظور عرضه می‌شوند که با آنچه شنیده‌ایم و دیده‌ایم، دلیلی برای نگرانی و افسردگی و آه و ناله وجود ندارد. خلاصه این که برنامه‌های تلویزیونی و برنامه‌های خبری چارچوبی است برای سرگرمی و نه آموزش و آگاهی و به فکر فرورفتن و اندیشیدن. در واقع از این جنبه شباهت عجیبی بین رسانه‌های تلویزیون و اینترنت و فضای مجازی شبکه‌های جهانی وجود دارد که باعث می‌شود حالتی از غیر واقعی بودن وقایع، ایجاد شود که مطالب نه آنقدر مهم و نه آنقدر ناچیز باشند و فضای عمومی را به وجود می‌آورد که هر کس با هر تجربه‌ای و هر سطح سواد بی‌عنوان ناظر آگاه اجازه اظهار نظر می‌یابد و برای هر چیز نسخه‌ای می‌پیچد، اما در واقع هیچ تعهدی به عهده نمی‌گیرد (معمد نژاد، ۱۳۷۹: ۸).

شیوه جنگ نرم به گونه‌ای است که اطلاعات انبوه و درعین حال سطحی که ماهواره در اختیار بیننده‌اش قرار می‌دهد (اطلاعات هم سطح شده) که از هر نوع و هر صنفی است سبب می‌شود فضایی در جامعه ایجاد شود که افراد جامعه با دست‌یابی به این اطلاعات غیر تخصصی و عمدتاً سطحی، فضایی از همسانی و افکار عمومی را پدید می‌آورند که تا حدودی از بین برنده تخصص‌گرایی و سلسله‌مراتبی اجتماعی می‌شود؛ زمانی هم که این گونه شد ارزش‌های جامعه هدف، کم رنگ‌تر و کم اهمیت‌تر می‌شوند به نوعی که دیگر مانند سابق حساسیت افراد بر ارزش‌ها زیاد نیست و نسبت به آنها کم اهمیت شده‌اند، لیکن هدف جنگ نرم نیز حمله خاموش به ارزش‌های جامعه هدف و تهی کردن افراد جامعه از ارزش است تا بتواند هر گونه که می‌خواهد و هر ارزشی را که به نفع منافع خود درست می‌پندارد را به آن جامعه و مخاطبان خود القا کند.

۳- ربایش تفکر مخاطبان

برنامه‌های ماهواره‌ای به گونه‌ای تهیه می‌شوند که به مخاطب اجازه تدبیر و تفکر و تعمق را نمی‌دهد. برنامه‌های متنوعی که به لحاظ شکل و محتوا هیچ ربطی به هم ندارد و پشت سر هم از شبکه‌ای خاص

پخش می‌شوند از برنامه‌ای فکاهی، به برنامه‌ای تراژیک و از گزارش ورزشی به نمایشگاه هنری... و به عبارتی این برنامه‌ها کمترین وجه مشترکی را با فرهنگ و عرف و ارزش‌های جوامع مختلف ندارند و این برنامه‌ها هیچ وجه اشتراکی به لحاظ عاطفی و احساسی با برنامه‌های قبل و بعد از خود ندارد یکی از دلایل این امر این است که تلویزیون وقت را برحسب ثانیه و دقیقه می‌فروشد، مضافاً این که تلویزیون باید از عکس و تصویر سود جوید نه از کلمات و بالاخره به این دلیل که بینندگان برحسب میل و حوصله خود هر زمانی مایل باشد تلویزیون را روشن کنند و یا از آن رو برگردانند. لذا برنامه‌ها طوری ساخته شده‌اند که در هر فاصله چند دقیقه‌ای برای خود موضوعی مجزا دارد و به مخاطب اجازه نمی‌دهد برای مدت مدیدی به یک موضوع متمرکز شده و درباره آن تعمق کند (بورديو، ۱۳۸۴: ۳۶).

در پس پرده برنامه‌سازی ماهواره‌ای تنها و تنها این مطلب نهفته است که «تلویزیون خوب» با آنچه از دیدگاه بحث مناظره یا فکر و عقل سلیم و دیگر اشکال ارتباط و مرادوه فرهنگ گفتار «خوب» توصیف و ارزیابی می‌شود سر و کاری ندارد، بلکه برعکس یک «تلویزیون خوب» تنها با نوع و کیفیت و تاثیر خوب سر و کار دارد (بورديو، ۱۳۸۴: ۳۹). البته باید خاطر نشان کرد که در زمینه فرهنگ‌سازی و معنا بخشی و ارائه زبان و بیان منسجم و همگون یا طرح افکار و آرای منطقی و به هم پیوسته که در شرف شکل‌گیری و در معرض ایجاد است، در تلویزیون دور از دسترس و دور از ذهن است. چون همان‌گونه که گفتیم در قاموس تلویزیون توجه به تفکر و تعمق وجود ندارد و با توجه به ساختار ذاتی آن از همان ابتدا تلویزیون و کار ویژه‌اش به شکلی ارائه شده است که اصلی را رعایت کند و آن اصل این است که مردم آن را تماشا کنند و بدان بنگرند. به همین دلیل است که به آن نام تلویزیون (تله ویزون = از دور نگرستن) می‌گویند، به گونه‌ای عجیب آنچه را که مردم می‌خواهند بدان بنگرند و می‌نگرند با این خصوصیات همخوانی دارد. در نگاه به ذات برنامه‌های ماهواره‌ای درمی‌یابیم که تلویزیون محتوی و مفاد یک اندیشه و فکر را باید حذف کند و توقعات و پذیرش‌های نیروی جاذبه بصری را برآورده سازد. علت اهمیت تلویزیون نسبت به رادیو، سینما... در شعاع تاثیرگذاری آن در تمام شاخه‌ها و موضوعات و جوانب و شعور و آگاهی جامعه است (استم، ۱۳۸۸: ۵۷۲).

امروزه تلویزیون بیشترین تاثیر را در نحوه خودسازی، خودآگاهی و فرهنگ‌سازی در زندگی ما دارد. بدین ترتیب چهره‌ای که از تلویزیون در برنامه‌های تلویزیونی ترسیم می‌شود الگو و نمونه‌ای می‌شود برای تصویر کلی خود جهان به عبارت دیگر، جهان آن‌گونه دیده می‌شود که تلویزیون آن را در صحنه‌های تلویزیونی نشان داده است. مسئله‌ای که مهم به نظر می‌رسد این است که تاثیر و دامنه نفوذ برنامه‌های تلویزیون به ویرای صفحه تلویزیون نیز کشیده می‌شود، هر جا که در گذشته کتاب، راه و روش برخورد با سیاست، دین، اقتصاد، آموزش، قانون، حق و دیگر مقوله‌های مهم اجتماع را شکل می‌داد و تبیین می‌کرد، امروزه تلویزیون آن نقش را برعهده گرفته است. تلویزیون به صورت ساختاری آشکار و پنهان در

حال نقش دهی به جهان ماست که با توجه به روز افزون شدن طرفداران تلویزیون و گسترش برنامه‌های آن از طرف دیگر سبب گسترش نفوذ آن شده است.

در واقع تلویزیون با بیان اندیشه چندان سر و کاری ندارد و با آن ساز و کاری هم ندارد. در اینجا ما رابطه‌ای منفی بین اضطرار و اندیشه را مطرح می‌کنیم؛ که یکی از نکات اساسی گفتمان فلسفی است. تقابلی که افلاطون میان فلسفه‌ای که از زمان برخوردار است و مردمی که در آگورا یعنی میدان عمومی جمع شده‌اند و در موقعیتی اضطراری (دست به تفکر و تصمیم گرفتن می‌زنند)، بیان می‌کنیم زیرا در موقعیت اضطرار فرد قادر به تفکر فلسفی و عمیق نیست به عبارت دیگر در موقعیت اضطرار فکر کردن ناممکن است (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۷۱).

میان اندیشه و سرعت است آیا انسان می‌تواند در سرعت بیندیشد؟ آیا تلویزیون با سپردن کلام به متفکرانی که گمان می‌رود می‌توانند با سرعت شتاب یافته بیندیشند، خود را محکوم نمی‌کند که صرفاً از اندیشمندان فوری مانند غذاخوری و از متفکرانی که سریع‌تر از سابه‌شان فکر می‌کنند برخوردار است؟ به راحتی می‌توان نتیجه گرفت و فهمید چه کسانی می‌توانند در سرعت فکر کنند و بیندیشند، پاسخ مشخص است کسانی که قبلاً به موضوعی که مورد بحث قرار گرفته اندیشیده و زوایای آنها را سنجیده‌اند یا بجای آنها فکر شده است، متفکران تلویزیون به طور قطع حاصل تفکرات از پیش مشخص شده در شبکه خاص خود را بیان می‌کنند و با توجه به ساختار تلویزیون از مخاطب انتظار دارند که این تفکرات را بپذیرد (بورديو، ۱۳۸۴: ۴۲). به طور کلی اگر تلویزیون به گروهی از «متفکران فوری» اولویت دهد که «غذاهای فوری» فرهنگی، یعنی غذاهای فرهنگی جویده شده و از پیش اندیشیده شده‌ای را به مردم عرضه کنند، دلیلش این نیست که برای این کار تلویزیون همیشه آدم‌های مخصوص را در نظر دارد بلکه همیشه کسانی پیدا می‌شوند که اصولاً جستجو برای یافتن آدم‌هایی که واقعا حرفی برای گفتن دارند را از میان می‌برند.

جان مطلب در این است که ما از کتاب و دیگر وسایل ارتباط جمعی ثبات و قوامی آن‌چنان در طنین و تداوم و انسجامی آن‌چنان در محتوای آنها انتظار داریم که چنین توقع و انتظاری را از تلویزیون، خصوصاً از برنامه‌های خبری آن نداریم. باید خاطر نشان کرد که در برنامه‌های خبری گویندگان اصلی شبکه‌های ماهواره‌ای که به سوپرستارهای اخبار تشبیه می‌شوند، طبق قانون نانوشته باید مرد باشند و با تفاسیری که ذکرش رفت با قدرتی نامحسوس و نامرئی که مخاطب همیشه قادر به درکش نیست، تحت نفوذ آنها که به صفحه تلویزیون و در برنامه مجری خود مانند فرمانده کل قوا، پدر نمادین، رئیس گروه فضا و زمان هستند، قرار می‌گیرد (سون ویندال و دیگران، ۱۳۸۷: ۵۰). بیان رایج در اجرای اخبار از قسمی کم‌نمایی و ملایم‌نمایی دوپهلو بهره دارد که به ابهام دامن می‌زند، بر برهانی واضح ولی انکار کردنی دلالت می‌کند و به طیف بس وسیعی از گروه‌ها با ایدئولوژی‌ها و آرزوهای متناقض می‌قبولاند که گویندگان خبر آنقدرها با باورهای خود آنها مخالف نیستند (تولسون، ۱۳۸۸: ۹۳).

مجموعه ساختار اخبار تلویزیون بر این شالوده استوار است که «لقمه باید به اندازه دهان باشد». از پیچیدگی در مطلب و عبارات باید اجتناب کرد. تعدد معانی باید حذف شود و پیام باید رسا و ساده و بدون قید باشد زیرا تحریکات بصری جایگزینی است برای اندیشیدن و دقت و ظرافت بیان. ما با گفتن این مثال نمی‌خواهیم بگوییم که اخبار تلویزیون به‌طور آگاهانه بر آن شده است تا درک و فهم منسجم و هماهنگ و دارای نظام و چارچوب و هدف‌دار از جهان را از اذهان بریاید. بلکه منظور ما این است که تا زمانی که اخبار به مثابه یک سرگرمی تلقی و ارائه گردد، داشتن چنین ثمراتی اجتناب‌ناپذیرند؛ ولی این است که تلویزیون مدل و الگو و تصور و برداشت ما را از اطلاعات عمومی و استنباط عمومی مردم را از اطلاعات ارائه می‌دهد: آن‌گونه که در گذشته، ماشین چاپ قدرت تعیین‌کننده و نحوه ارائه اخبار بود، امروزه تلویزیون این قدرت را به دست آورده است (پست من، ۱۳۷۵: ۲۷۵).

اهداف جنگ نرم:

به‌طور کلی در خصوص فلسفه وجودی جنگ نرم می‌بایست گفت که نظریه پردازان و بانیان آن از ابتدا نیز اهداف خاصی را برای آن در نظر گرفته بوده‌اند که می‌بایست با توسل به وسایل مورد نظر و مورد استفاده در این جنگ به آن دست یافت؛ اهداف جنگ نرم در کنه خود تفاوت عمده‌ای با اهداف جنگ سخت ندارند تنها جنس آنها نامحسوس‌تر و بی‌خطرتر (از نظر ظاهری) گردیده است، در ادامه مهم‌ترین این اهداف مورد بررسی قرار می‌گیرند؛

۱- جایگزینی فرهنگ مادی به جای فرهنگ‌های ملی

فرهنگ به مثابه یکی از اجزای اصلی زیست جمعی بشر، چنان ظرفیتی دارد که می‌توان از آن با عنوان «جعبه ابزاری نام برد» که قادر است به اقدامات و رفتارها، شکل و سازمان دهد. اثرگذاری پیچیده و قابل توجه فرهنگ باعث ورود آن به رشته‌های مختلفی همچون مدیریت، روابط بین‌الملل و... می‌گردد و توجه اندیشمندان این حوزه را به موضوع یادشده جلب می‌کند. تعامل فراوان مباحث فرهنگی و روابط بین‌الملل برخی از محققان را به سوی این ایده سوق داد که ملت، یک نظام فرهنگی است و روابط بین‌الملل نیز چیزی جز تعامل میان نظام‌های فرهنگی نیست (Kolodziej, 2005: 259-304).

کن بوث^۱ معتقد است فرهنگ راهبردی به سنن^۱، ارزش‌ها^۲، ایستارها^۳، الگوهای رفتاری، عادات، سمبل‌ها، دستاوردها و شیوه‌های خاص انطباق با محیط و حل مسائل و تهدیدها با استفاده از زور، اشاره دارد (Booth, 1990: 121).

1. Ken Booth

به این ترتیب جنگ نرم عبارت از «هرگونه تلاش برنامه‌ریزی شده با اتکا بر ابزارها و روش‌های تبلیغاتی، رسانه‌ای، سیاسی و روانشناسانه به منظور تحت تاثیر قرار دادن حکومت‌ها، گروه‌ها و مردم کشور هدف در راستای تغییر دیدگاه‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای آنها» (Fazio, 2007: 19).

با این تفاسیر باید گفت یکی از آسیب‌های فناوری مدرن (مورد استفاده در جنگ نرم) آسیب‌های فرهنگی است که در حوزه‌های مختلف، زندگی فرهنگی و اجتماعی فرد را تهدید می‌کند و آداب و رسوم، عقاید و سنت‌های بومی و ملی را دچار چالش می‌سازد. رسانه‌های نوین که پیامد مدرنیته غرب است و به تبع آن فرهنگ و ارزش‌های غربی را در خود دارد، با ورود به عرصه جنگ نرم و هدف قرار دادن خانواده‌ها، فرهنگ حاکم بر خانواده‌ها را دگرگون و کارکردهای خانواده را به کلی دچار تعارض و دوگانگی می‌سازد.

هدف اصلی جنگ نرم، دگرگونی و از بین بردن تدریجی ارزش‌های معنوی و دینی و جایگزینی ارزش‌های حاکم بر نظام‌های (سیاسی- فرهنگی) غربی است. پیامد این دگرگونی، دنیایی شدن و غیردینی شدن جوامع مدنظر است. بی‌اعتباری تدریجی هنجارها، اصول اخلاقی و اعتقادات مذهبی، با سقوط خانواده و کم ارزش شدن آن همراه است. حمید مولانا در این باره می‌نویسد "مسئله اصلی در جریان رواج فناوری‌های مدرن، ایدئولوژی یا ارزش‌های نهفته در توسعه و زیرساخت این فناوری‌ها و استفاده‌های سیاسی و اقتصادی از آنهاست. به عبارت دیگر، بزرگراه‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به خودی خود بی‌طرف و خالی از ارزش‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی نیستند (چه رسد به این که ابرقدرتی از آنها به عنوان ابزاری برای جنگ نرم استفاده کند). اهداف اصلی توسعه جهانی این گونه نظام‌های صنایع فرهنگی و اطلاعاتی که مخصوصاً با بازاریابی و روش‌های اقتصادی همراه هستند، این روزها دقیقاً مورد مطالعه و تحقیق قرار گرفته و آگاهی از آنها، شرط اول و لازم در هرگونه برنامه‌ریزی ملی است" (مولانا، ۱۳۸۰: ۲۱۵).

با ورود رسانه‌ای نوین، خانواده به عنوان نهادی کلیدی در تولید نسل و تربیت نسلی، تحت تاثیر ارزش‌های موجود در آن قرار می‌گیرد؛ فضای امن و صمیمی خانواده با نادیده گرفتن ارزش‌ها و باید و نبایدهای دینی و اخلاقی، از بین می‌رود و کانون ثبات و آرامش گذشته، به فضای پراضطراب و بی‌ثبات، نامناسب برای رشد و تربیت اخلاقی و دینی فرزندان تبدیل می‌شود. این شرایط خانواده را به فضایی برای فعالیت‌های شخصی و فردی تبدیل می‌کنند که فردگرایی و توجه و تمرکز بر فرد و تمایلات او و جدایی از زندگی خانوادگی، لذت طلبی و حاکمیت اکثریت بر آن چیره می‌شود (صادقی گیوی، ۱۳۸۱: ۱۷۱). در این مرحله از جایگزینی ارزش‌ها، خانواده ارزش و جایگاه خود را در تربیت فرد از دست می‌دهد و

1. Traditions
2. Values
3. Attitudes

آمادگی این را دارد که هر گونه فرهنگ و هنجار را جایگزین فرهنگ‌ها و ارزش‌های گذشته خود کند و به این نحو ساختار خانواده و کارکردهای اجتماعی‌اش به نوعی در اختیار رسانه‌های نوین که پیشروان جنگ نرم هستند، قرار می‌گیرد.

۲- خود بیگانگی فرهنگی

به‌طور کلی می‌توان گفت خود آگاهی و توانایی شناخت هویت هر فرد و اجتماعی به میزان خود آگاهی آنها از فرهنگ و تاریخ و ارزش‌های آن جامعه برمی‌گردد. به گونه‌ای که شناخت و فهم و جامعه‌پذیر شدن این عوامل سبب تداوم فرهنگ جوامع می‌گردد. جانسون^۱ از جمله اندیشمندان است که در تبیین تحولات بنیادین جامعه، تأکید فراوانی بر ارزش‌ها دارد. به گمان وی، ارزش‌های حاکم در جامعه از چنان اهمیتی در پایداری و مانایی یک نظام برخوردارند که هر گونه بی‌توجهی به آنها می‌تواند زمینه‌ساز بروز یک تحول عمده باشد. بی‌توجهی به ارزش‌ها، مشروعیت و مقبولیت یک نظام را مخدوش می‌کند. این پدیده به نوبه خود موجب یک ناهماهنگی غیر کارکردی بین نظام اجتماعی و دولت یا نظام حاکم خواهد شد و این پدیده‌ها، در مجموع بسترساز تحول بنیادین خواهد گردید. از نظر او یک نظام اجتماعی، زمانی گرفتار بحران و بی‌ثباتی می‌شود که ارزش‌های اجتماعی «سینکرونیزه»^۲ نشوند، به عبارتی مانند چرخ‌دنده‌ها جا نروند. این ناهماهنگی‌ها هنگامی پیش می‌آید که ارزش‌های جدید و نامناسب با نظام اجتماعی وارد جامعه شوند (Janson, 1964: 54).

از این رو باید گفت جوامعی که فرهنگ بیگانه را بدون در نظر گرفتن سنت‌ها و باورهای جامعه خود به جای فرهنگ خودی می‌نشانند و در واقع، همه تار و پود فرهنگ خودی را از هم می‌گسلند، دچار یک سردرگمی و آشفتگی فرهنگی می‌شوند؛ زیرا همه نهادهای فرهنگی اصیل آن جامعه قدرت تأثیرگذاری و فرهنگ‌سازی خود را از دست می‌دهند. چنین جوامعی به جای تعامل فعال با سایر فرهنگ‌ها منفعل می‌شوند و به جای انتخاب و اقتباس عناصر مفید از سایر فرهنگ‌ها، از فرهنگ بیگانه کپی‌برداری می‌کنند. علاوه بر آنچه بیان شد، به طور خلاصه می‌توان گفت: انحرافات اخلاقی و سقوط ارزش‌ها، خودباختگی، علم‌زدگی، انسان‌مداری، اصالت دادن به مادیات، فروپاشی نهادهای اجتماعی، به ویژه نهاد خانواده و خلاصه کردن پیشرفت و توسعه در رشد و پیشرفت فناوری، از پیامدها و از مظاهر نوین از خود بیگانگی جوامع انسانی در خلال تهاجم فرهنگی غرب است.

1. Janson

۲. Synchroniz: سینکرونیزه کردن در عکاسی به معنای هماهنگی بین نور و شاتر هست و در این متن به‌عنوان همگام‌سازی و هماهنگ کردن ارزش‌های اجتماعی میان افراد مختلف جامعه هست.

۳- رواج مادی گرایی

گرایش به رفاه افراطی، از پیامد قرار گرفتن در فضای رسانه‌های نوین است و از آن طریق خانواده را از عواطف و احساسات معنوی دور کرده و به دل‌مشغولی‌های مادی و گرایش به سرگرمی و خوشی در لحظه دعوت می‌کند. زمانی که ارزش‌ها و نگرش‌ها و باورهای حاکم بر روابط افراد خانواده بر اساس گرایش‌های مادی باشد، لذت طلبی و سود طلبی، روابط انسانی را از معنویت تهی می‌کند. تغییر ارزش‌های معنوی و اعتقادی، سبب تغییر نگرش خانواده‌ها و فرزندان به مسائل اقتصادی، اجتماعی و سیاسی می‌گردد و ارزش‌های اصیل انسانی نادیده گرفته می‌شود.

در چنین وضعیتی، خانواده دیگر کانون پرورش احساسات و عواطف معنوی و انسانی نیست و انحصار خود را در برآوردن نیازهای جنسی و عاطفی از دست می‌دهد. در نتیجه، تعهد و مسئولیت‌پذیری اعضا در مقابل خانواده سست می‌شود و آنها را برای برآوردن نیازهای خود، به فضایی غیر از خانواده فرامی‌خواند؛ در اینجا است که مرجعی مانند شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت به عنوان جایگزینی برای کار ویژه‌های عاطفی و اجتماعی فرد عمل می‌کند و خانواده به کناری نهاده می‌شود و رسانه‌های نوین نقش و کارکرد جامعه‌پذیری فرد را به عهده می‌گیرد؛ در این میان بانیان جنگ نرم می‌توانند با مهندسی برنامه‌های ماهواره‌ای و دستکاری محتوای شبکه‌های اینترنتی آنچه را که برای کمرنگ کردن هویت و فرهنگ کاربران خود مفید می‌دانند، به عنوان خوراک فکری و رسانه‌ای در اختیار مخاطبان خود که عموماً جوانان و کودکان هستند، قرار دهند.

باید گفت که معنویت و باورها و آداب و رسوم مذهبی، در خانواده‌ها جایگاه ویژه‌ای دارد و میان آنها با سلامت اخلاقی و رفتاری اعضای خانواده، ارتباط مستقیمی برقرار است. کارل گوستاو یونگ^۱ روانشناس و محقق برجسته معتقد است "دو سوم از بیماری‌هایی که از سراسر جهان به من مراجعه کرده‌اند، افراد تحصیل کرده و موفقی هستند که درد بزرگ، یعنی پوچی و نامفهومی و بی‌معنا بودن زندگی، آنها را رنج می‌دهد" (نصری، ۱۳۸۷: ۱۹۴).

۴- بازتعریف روابط اجتماعی

رسانه‌ها به عنوان نهادی اثرگذار و فراگیر، نقش مهمی در تغییرات اجتماعی دارند. دیوید رایزمن^۲ در کتاب «انبوه تنها» سیر دگرگونی و تحول ارتباطات و وسایل ارتباطی را بسیار موثر در شکل‌دهی به دنیای انسانها می‌داند. وی بر اساس یافته‌های خود در این کتاب سه دوره را برای تحول رسانه‌ها و به تبع آن تغییر در دنیای انسانها برمی‌شمرد که به‌طور مختصر در زیر بدان پرداخته شده است:

1. Carl Gustav Jung
2. David Riesman

دوره اول، دوره سنت راهبر است که در این زمان رسانه روابط چهره به چهره است و آداب و سنن از طریق تعامل رو در رو صورت می‌گیرد. (رابرتسون، ۱۳۷۴: ۱۳۱). دوره دوم، دوره درون راهبر است، این دوره با ظهور چاپ و فرهنگ کتابت (فرهنگ و دانش کتاب و نوشتار محور) متمایز می‌گردد که در آن روابط رو در رو کمتر می‌گردد و به جای آن ارتباط از طریق رسانه‌های نوشتاری مانند کتاب صورت می‌گیرد که از درون این فرهنگ فردگرایی سر برون می‌آورد (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۶).

دوره سوم که بسیار با اهمیت‌تر از دوره‌های قبل است، دوره دگر راهبر است. این دوره، دوره ظهور وسایل ارتباط جمعی است و هدایت از راه دور و بحران هویت، از ویژگی‌های آن است. در این دوره عده‌ای با استفاده از قدرت جادویی وسایل ارتباط جمعی، مردم را تحت تاثیر قرار می‌دهند. گردانندگان رسانه‌های نوین در این دوره در پی نابود کردن روابط سنتی و پابرجای خانوادگی، خویشاوندی، همسایگی و وسایل ارتباطی و دوستی‌های قدیم هستند و در برابر رسانه‌ها و گردانندگان قدرتمندش و همچنین وسوسه‌های آن، بسیار آسیب‌پذیر هستند. به عقیده رایزن این دوره از تاریخ انسان، با عنوان دوره‌ای ثبت خواهد شد که در آن، رسانه‌ها و گردانندگان آنها الگوهای حیات اجتماعی افراد را می‌سازند. (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۱۳۲). به عبارتی این دوران، ناشی از تمدن ارتباط جمعی و پیدایش ابزار سالاری است. در این دوره ذهنیتی جدید در انسان به وجود می‌آید که موجب از خودیگانگی وی می‌شود. در این مرحله فرهنگ بلعیده می‌شود (مهدی زاده، ۱۳۸۰: ۲۴). رسانه‌ها هویت افراد را می‌سازند؛ آن‌هم نه در میان جمع خانواده یا در گوشه عزلت، بلکه در میان گروه دوستانی که ماهواره‌ها و اینترنت به ارمان آورده است. تاثیر آموزشی رسانه‌ها در تمام طول حیات انسان تداوم می‌یابد و ماهواره‌ها و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، ... پیوسته افراد کلیشه‌ای و یک‌شکل تنها را هدایت می‌کنند و رفتار آنها را نظم می‌بخشند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۷-۸۶).

۵- بازتعریف خواسته‌های شهروندان

با جایگزینی شتاب‌گیرنده رسانه‌های نوین به جای منابع شناخت سنتی مانند کتاب و روزنامه میزان تاثیرگذاری این رسانه‌ها بر جهت‌گیری‌ها و تعیین اولویت در خواسته‌ها و مسائل مورد علاقه مخاطبان رسانه‌ها نیز شتاب بی‌سابقه‌ای داشته است. رشد و افزایش اعتماد به اخبار تلویزیون و ثبات اعتماد به مطبوعات نشان می‌دهد که رسانه‌های همگانی به گونه‌ای فزاینده تبدیل به واسطه‌هایی می‌شوند یا شده‌اند که افراد به قضاوت آنها اعتماد می‌کنند (کلمن، ۱۳۷۷: ۹۶).

از این رو است که سردمداران جنگ نرم سرمایه‌گذاری‌های کوتاه مدت و بلند مدت خود را بر روی این رسانه‌ها گذاشته‌اند؛ باید گفت که رسانه‌ها به خودی خود در شکل دادن به دنیای مخاطبان و تعیین ملاک‌ها برای زندگی ایده‌آل و سبک زندگی بسیار موثرند؛ حال با در نظر داشتن این که در پس برنامه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اینترنتی که ابزار تهاجم فرهنگی قرار گرفته‌اند، برنامه‌هایی برای تغییر

درونی جامعه بدون دخالت مستقیم و به عبارتی فروپاشی از درون را در نظر دارند که بخشی از آن از طریق جایگزینی نیازها و خواسته‌های تحمیلی القا شده توسط ابزارهای رسانه‌ای آنهاست؛ البته یکی از اهداف اصلی در کارزار رسانه‌ای جدید ایجاد فاصله و شکاف بین مردم یک کشور و دولت‌های حاکم بر آنهاست و در این زمینه نیز دست به اقدامات گسترده می‌زنند.

این رسانه‌ها می‌کوشند که با مشاهده حتی یک کاستی کوچک در کارکردهای دولت‌ها (که در خصوص دولت‌ها یک امر عادی است) سعی در برجسته کردن و نمایاندن آن به عنوانهای مختلف شکافی بین خواست مردم و دولت به وجود بیاورند؛ این درحالی است که در صورت وجود کاستی در نظام سیاسی شکاف بین خواست‌ها و کار ویژه‌ها بیشتر می‌شود و می‌تواند مشروعیت و ثبات سیاسی و به تبع آن امنیت ملی را به مخاطره بیندازد. علاوه بر این رسانه‌ها می‌توانند با ارائه تصویر نامناسب از کارآمدی دولت، توانایی دستگاه‌های دولتی در انجام درست و موثر وظایف قانونی و مورد انتظار جامعه، توانایی حکومت در حل مسئله‌های مردم، توانایی حکومت در بسیج منابع، امکانات و ظرفیت‌ها در حل مسئله‌ها یا اجرای برنامه‌ها و تصمیمات مشخص، توان تصمیم‌گیری‌های جامع، منسجم و استوار از سوی حکومت و توان اجرایی انعطاف‌پذیر، قاطع، مستمر و سریع حکومت، گام مهمی در راستای ضربه زدن به امنیت ملی بردارند. علاوه بر این رسانه‌ها می‌توانند با تهیه برنامه‌هایی دست به مقایسه‌های بی‌جا بین پیشرفت‌های فنی، اقتصادی، اجتماعی، ... جوامع غربی پیشرفته با کشورهای در حال توسعه بزنند و مخاطبان خود را ناخواسته وادار به مقایسه وضعیت همزمان خود با شهروندان کشورهای غربی کنند و این امر (که از اساس مقایسه به خاطر سابقه تاریخی و فناوریانه غیرمستترک بین کشورها غیرمعقول است) به افزایش میزان خواسته‌های مختلف شهروندان از دولت‌ها می‌انجامد. بدیهی است کاهش یا حفظ سطح خواست‌ها در جامعه می‌تواند شکاف بین خواست‌ها و کار ویژه‌ها را کم سازد و یا حداقل از تعمیق آنها جلوگیری کند و همچنین می‌تواند بر شکاف خواست‌ها و کار ویژه‌ها غلبه کند و آن را به حداقل ممکن برساند و زمینه بی‌ثباتی درونی کشورها را از بین ببرد. اندی بارتن^۱ از این عملکرد به مثابه فرایند تاسیس دولت خوب یاد می‌کند که در پی اصلاح عملکردها و نهادها حاصل می‌شود (افتخاری، ۱۳۸۳: ۱۱۲).

اما رسانه‌های غربی در گزارش‌های تحلیلی خود برای تاثیرگذاری بر مخاطب، همزمان با پیوند زدن موضوعات مختلف می‌کوشند با بهره‌گیری از شیوه‌های القای غیرمستقیم، موضوع و نهاد مورد نظر خود را به عنوان الگو به مخاطب معرفی کنند. در طول تاریخ مصداق‌های گوناگونی از جنگ روانی و روش‌های آن وجود دارد که امروز علمی‌تر شده و به دلیل توانایی رسانه، با قدرت بیشتری از آن استفاده می‌شود. یکی از مواردی که در دنیای مجازی رسانه‌ای که امروزه در آن زندگی می‌کنیم اهمیت دارد، الگوسازی است؛ به عنوان مثال، رادیوهای آمریکا با معرفی و تبلیغ الگوهای مطلوب خود (مانند معرفی هنرپیشه‌های

1. Andy Barton

هالیوودی، خوانندگان لس آنجلسی و افرادی که پس از انقلاب از ایران مهاجرت کرده‌اند و مصاحبه‌های پی‌درپی با آنها) در صددند زمینه همانندسازی نوجوانان و جوانان ایرانی با این الگوها را میسر سازند و زمینه وفاداری و اعتماد آنها به دولت جمهوری اسلامی ایران را کاهش دهند.

۶- تردید افکنی در الگوی ثبات سیاسی

جنگ نرم در حوزه مشروعیت زدایی ساختاری از نظام سیاسی کشور هدف، از یکسو معطوف به خصوصیات نظام سیاسی به عنوان زمینه و بستر ساختاری مشروعیت سیاسی و از سوی دیگر، معطوف به خصوصیات شهروندی است (Weatherford, 1992: 7).

بر اساس قاعده‌ای کلی، تعامل میان ساختار سیاسی و نیروهای اجتماعی به الگوهای رفتاری جوامع تعیین می‌بخشد. شکل‌گیری هرگونه کنش جمعی اعم از حمایت‌گرانه یا مخالفت‌گرانه، انعکاس نوع متعادل شده است. امر واقع اجتماعی بازتابی از روحیه عمومی شهروندان در حمایت از سیاست‌های دولت یا مخالف آن است (Ritzer, 1998: 13).

جنگ نرم، جامعه و امنیت اجتماعی را به حوزه نشانگایی جنگ نرم تبدیل نموده که هدف مرجع آنها، ((هویت)) جامعه است. به تعبیر بوزان، هرگونه رویداد یا عاملی که ظرفیت و توان یک ملت را در استمرار شیوه‌های مرسوم زندگی در چارچوب حفظ فرهنگ، زبان، مذهب، آداب و رسوم و هویت خود به چالش بکشد، تهدیدی در بعد اجتماعی امنیت به شمار می‌آید (Buzan, 1998: 119).

شاید مهم‌ترین کاری که در جنگ نرم انجام می‌شود این است که شخص را نسبت به دیدگاه‌های خود دچار شک و تردید کنند. به‌ویژه تشکیک در کارآمدی و نتیجه‌بخشی یک رفتار. تشکیک، در واقع نرم‌سازی ذهن مقابل برای عملیات بعدی است. شک، فرد را دچار خلا فکری و منطقی می‌کند و او آماده می‌شود تا چیزهای دیگری را در ذهن بپذیرد؛ بنابراین ابتدا فرد باید نسبت به منابع فکری خود شک کند. در مرحله دوم، مخاطب باید منابعی که اطلاعات در آن ریخته می‌شود را بپذیرد. لیدل هارت^۱ نیز در تفکرات خود به نوعی در پی تشریح این شرایط بوده است. وی کارآمدترین و اقتصادی‌ترین شیوه برای درگیری را، خلع سلاح دشمن می‌داند، خلع سلاح به روشی جنگ نرم و با کمترین هزینه مدنظر وی بوده است (Hart, 1991: 22). زمانی که مخاطبان از طریق شک و تردید افکنی اولیه خلع سلاح شدند، می‌توان به راحتی با اطلاعات از پیش تعیین‌شده بر رفتار آنها تأثیرات عمیق نهاد و این امر از طریق رسانه‌های نوین بسیار در دسترس هست.

برای نمونه در خصوص تردید افکنی و خلع سلاح با کمترین هزینه، در رسانه‌ها این‌گونه عنوان می‌شود که رسانه‌های حریف دروغ می‌گویند یا همه واقعیت را نمی‌گویند و بر اساس منافع خودشان این کار را

1. Liddle Hart

می‌کنند. در نتیجه نسبت به صحت عمل رسانه‌های خودی شک پیدا می‌شود؛ ولی همچنان نیاز هست که منابع اطلاعاتی دیگری جایگزین آن شود. آنگاه سریعاً منابع رقیب از سوی دشمنان معرفی می‌شوند. تزریق اطلاعات این گونه صورت می‌پذیرد.

نحوه برخورد رسانه‌ها با باورها و اعتقادهای شهروندان و کارگزاران تاثیر بسزایی در نتیجه معادله مشروعیت و ثبات سیاسی در هر جامعه دارد. هر گونه برخوردی که در نهایت به بی‌اعتمادی مردم به ارزش‌ها و روی گردانی آنها منجر شود، می‌تواند تلاش‌های رسمی دولت را از ارزش واقعی‌اش عاری سازد و حتی دولت‌های کارآمد را با خطر بی‌ثباتی و ناامنی مواجه کند. بالعکس تقویت انسجام ایدئولوژیک و طرح مناسب و متناسب با زمان باورها، می‌تواند به جبران کاستی‌های احتمالی کمک کرده و ثبات و امنیت را در جامعه حفظ کند (Nye, 2004: 32).

حال رسانه‌های غربی با توجه به قدرت و میزان گسترششان در جوامع در کنار سایر بازیگران سیاسی، با توسل به ابزارهای مختلف در زمینه تغییر و تزلزل در الگوهای ثبات سیاسی در کشورهای مدنظرشان هستند. به عبارت دیگر، اگر این رسانه‌ها بتوانند به مخاطبان خود بقولانند که الگوی سیاسی حاکم بر کشورشان دچار نارسایی است و دچار بد کارکردی است و شهروندان باید برای اصلاح آن چاره‌ای خارج از قانون بیندیشند، در واقع به هدف واقعی خود که به وجود آوردن بی‌ثباتی سیاسی و از بین بردن اعتماد مردم به دولت‌هاست، رسیده‌اند. در این حالت است که ما با تزلزل و بی‌ثباتی درونی مواجه هستیم و رسانه‌های غربی می‌توانند با تکیه بر ناآرامی‌های داخلی دست به حمله رسانه‌ای گسترده‌ای بزنند و در جهت همسو کردن افکار عمومی دنیا با خود گام بردارند؛ با به راه انداختن جنگ نرم زمینه را برای اقدامات بعدی و به راه انداختن جنگ سخت و حمله نظامی آماده کنند، چنانکه در مورد جنگ افغانستان و عراق تقریباً آمریکا از این چنین الگویی استفاده کرد و قبل از حمله نظامی دست به طراحی جنگ نرم رسانه‌ای گسترده‌ای زد و توانست افکار عمومی جهانی را تا حدودی هم جهت با خود در حمله نظامی به این دو کشور کند.

نتیجه‌گیری

امروزه به هیچ عنوان نمی‌توان از نقش رسانه‌های نوین و بستر ساز بودن آنها در رشد سرمایه‌های اجتماعی در نظام‌های اجتماعی چشم پوشید. افزایش آگاهی عمومی، حساسیت مردم نسبت به مسائلی از جمله انتخابات و یا حوادث ملی و افزون شدن میل به همگرایی، از مولفه‌ها و مصادیق تاثیر رسانه بر جوامع مختلف است. بنا بر آنچه گفته شد رسانه‌ها در دوران کنونی می‌توانند با تاثیر بر سرمایه اجتماعی و قدرت نرم دولت‌ها نقش بسیار مهمی را در جهت امنیت ملی کشورها ایفا کنند. در این میان نکته قابل توجه این است که چرا رسانه‌های نوین به عنوان ابزاری برای جنگ نرم مدنظر کشورهای مختلف قرار گرفته‌اند؟ نتایج تحقیق حاضر نشان از آن دارد که رسانه‌ها ابزارهای بسیار مناسب، کم‌هزینه و قابل دسترسی، آسان برای تاثیر گذاری بر افراد جوامع مختلف هستند، از طرفی هم در چند دهه اخیر تغییر نگرشی در نگاه به جنگ‌ها صورت گرفته است و با توجه به انقلاب فناوریانه که در زمینه رسانه‌ها رخ داده است کشورهای مختلف دنیا، جنگ نرم را برای رسیدن به اهداف خود مناسب دیده‌اند، هر چند که در کنار آن همواره از جنگ سخت نیز بهره گرفته‌اند. به هر ترتیب رسانه‌های نوین به عنوان برجسته‌ترین ابزارها در زمینه جنگ نرم محور قرار گرفته‌اند؛ از دیگر نتایج تحقیق به موارد بعدی می‌توان اشاره کرد، امروزه رسانه‌های نوین خواسته یا ناخواسته به عنوان مرجعی برای تفکر و جهان‌بینی تبدیل شده‌اند و تا حدودی کارکردهای اجتماعی کردن افراد که پیشتر در اختیار خانواده و نهادهای آموزشی دولتی بوده‌اند را برعهده گرفته است؛ به عبارتی یعنی کارکرد انتقال ارزش‌ها و هنجارها از نسلی به نسل بعد را دارا شده است و از این رو نظام تربیتی گذشته را با چالشی جدی مواجه ساخته است. در حال حاضر به دلیل فراملی شدن رسانه‌ها و دسترسی و رویارویی با فرهنگ‌های مختلف محلی و جهانی (مخصوصا فرهنگ سرمایه‌داری جهانی) فرهنگ و ارزش‌های سنتی جامعه دچار دگرگونی می‌شود؛ همین امر آن عاملی است که استفاده کنندگان از جنگ نرم با وقوف بر میزان گستردگی و اقبال نسبت به رسانه‌های نوین از آنها برای رسیدن به مقاصد خود یعنی از بین بردن ارزش‌های جوامع مخالف خود و جایگزینی آنها با فرهنگ و ارزش‌های مدنظر خود، ایجاد بی‌ثباتی در درون این کشورها، رواج مادی‌گرایی، یعنی فروپاشی نظام‌های سیاسی مخالف از درون و جایگزینی آنها با نظام‌های همخوان با منافع آنان، سود جست‌اند. در این راه جنگ نرم ابزاری کم‌هزینه و راحت‌تر از جنگ‌های کلاسیک و سنتی برای رسیدن به این اهداف تشخیص داده شده است.

فهرست منابع

- استریت. جان، (۱۳۸۴)، رسانه‌های فراگیر سیاست و دموکراسی، ترجمه حبیب‌الله فقیهی نژاد، تهران، نشر روزنامه ایران چاپ اول.
- استم. رابرت، (۱۳۸۸)، اخبار تلویزیون و تماشاگر آن، ترجمه صالح نجفی، جستارهایی در رسانه، گردآورنده، سید حمیدرضا قادری و حسین عمید، جلد اول، ترجمه، جمعی از نویسندگان، تهران، نشر، دانشگاه ادیان و مذاهب.
- افتخاری. اصغر، (۱۳۸۳)، مراحل بنیادین اندیشه در مطالعات امنیت ملی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- بوردیو. پیر، (۱۳۸۴)، درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، نشر آشیان.
- پست من. نیل، (۱۳۷۵)، زندگی در عیش مردن در خوشی، ترجمه صادق طباطبایی، تهران، نشر اطلاعات.
- تولسون. اندرو، (۱۳۸۸)، گفت‌وگوهای رسانه‌ای، ترجمه پروین حیدری، چاپ اول، تهران، نشر دفتر پژوهشهای رادیو.
- دادگران. سیدمحمد، (۱۳۸۴)، مبانی ارتباط جمعی، تهران، نشر مروارید و فیروزه.
- دانسی. مارسل، (۱۳۸۷)، نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمه، گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران، نشر آنسی نما، چاپ اول.
- رابرتسون. یان، (۱۳۷۴)، درآمدی بر جامعه (با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی). ترجمه حسین بهروان، مشهد، نشر آستان قدس رضوی.
- ساروخانی. باقر، (۱۳۷۷)، جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران، چاپ هفتم، نشر اطلاعات.
- کاستلز. امانوئل، (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات؛ قدرت و هویت، ترجمه حسن چاوشیان، جلد دوم، تهران، انتشارات طرح نو.
- گالبرایت. جان کنت، (۱۳۸۱)، آناتومی قدرت، ترجمه محبوبه مهاجر، تهران، نشر سروش.
- کلمن. جیمز، (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشرنی.
- مک لوهان. مارشال، (۱۳۷۷)، برای درک رسانه، ترجمه سعید آذری، تهران، نشر، مرکز تحقیقات صداوسیما.
- معتمد نژاد. کاظم، (۱۳۷۹)، وسایل ارتباط جمعی، جلد یک، چاپ سوم، تهران، نشر دانشگاه علامه طباطبایی.
- مولانا. حمید، (۱۳۸۰)، ظهور و سقوط مدرن. تهران: نشر کتاب صبح.

- مهدی زاده. سید محمد، (۱۳۸۰)، نظریه‌های ارتباط جمعی، تهران، جزوه درسی دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

- ویندال. سون، بنوسیگنالیترز. جین اولسون، (۱۳۸۷)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، چاپ دوم، نشر جامعه شناسان.

مقالات

- صادقی گیوی. فاطمه، ۱۳۸۱، «اخلاق اصالت». نشریه حوزه دانشگاه. بهار، ش ۳۰.
- نای. جوزوف، ۱۳۸۳، «قدرت نرم»، ترجمه محمود عسگری، نشریه راهبرد دفاعی، سال دوم، شماره ۶.

- نصری. عبدالله، ۱۳۸۷. «علل گرایش به بدبینی و بوج گرای»، نشریه معارف، شماره ۶۴.

منابع لاتین

-Booth, Ken (1990), *The Concept of Strategic culture Affirmed*, in Carl Jacobsen (ed), *Strategic Power: USA/USSR*, London, Macmillan.

-Buzan, Bary, Ole Waever Jaap de Wilde (1998), *Security: A new Framework for Analysis*, Boulder, Lynne Rienner Co.

-Echevarria, Antulio (June 2008), *Wars of Ideas and the War of Ideas*, available at [www. Strategic studies institute.army.mil](http://www.Strategic studies institute.army.mil).

-Fazio, R (2007), "Social Change and Population", *The Journal of Social Science*, No.9.

-Goldstein, J& Robert Keohane (1993), *Ideas and Foreign Policy*, New York, Cornell University Press.

-Janson, Chalmers (1964), *Revolution and Social System*, New York, Stanford.

-Kolodziej, Edward (2005), *Security and International Relations*, London, Cambridge Universite press.

-Liddel, Hart, Basil (1991), *Strategy*, New York, Penguing Book.

-Ney, Joseph (March 1990), *The Misleading Metaphor of Decline*, *The Atlantic*.

-Ney, Joseph (2002), *The Paradox of American Power: Why the World s Only Superpower Cant Go it alone*, New York, Oxford University Press.