

نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در پیشبرد اهداف امریکا در جمهوری اسلامی ایران (بررسی موردی صدای امریکا)

مهدی باقری‌هشی*

مرتضی جاویدکار**، محسن آقامحمد***

چکیده

شناخت دقیق و درست تهدیدهای شبکه‌های رسانه‌ای متخاصم حریف و تدوین راهبردهای مناسب برای مقابله با آنها، نقشی مؤثر و مهم در ختشی سازی فعالیت‌های رسانه‌ای دشمنان جمهوری اسلامی ایران خواهد داشت که تعلق در آن، ضمن به هدر دادن وقت، انرژی و منابع مالی، می‌تواند آثار زیانبار و خطرناکی را به همراه داشته باشد. این پژوهش به بررسی نقش شبکه ماهواره‌ای صدای امریکا در پیشبرد اهداف امریکا در جمهوری اسلامی ایران طی سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۱۱ می‌پردازد.

هدف این مقاله، بررسی شبکه صدای امریکا و نقش آن در پیشبرد اهداف امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران بوده و پرسش اصلی که نویسندگان در این پژوهش درصدد پاسخ‌گویی به آن بوده این است که شبکه رسانه‌ای صدای امریکا در پیشبرد اهداف امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران چه نقشی دارد.

بر این اساس، به ابعاد گوناگون آن و نقش‌هایی که این شبکه رسانه‌ای برای پیشبرد اهداف امریکا در کشورمان ایفا می‌کند، اشاره می‌شود، با این فرضیه که شبکه رسانه‌ای صدای امریکا با برجسته‌سازی اختلافات و مسائل داخلی، مشکلات ناشی

* مربی گروه علوم سیاسی، دانشکده علوم و فنون فارابی (نویسنده مسئول) meso_al@yahoo.com

** کارشناس ارشد علوم سیاسی، دانشکده علوم و فنون فارابی javidkar@ihcs.ac.ir

*** کارشناس مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه جامع علمی کاربردی mohsenaghamohammad1@iran.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۳/۲۷، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۶/۱۲

از تحریم اقتصادی، مسئله هسته‌ای، حقوق بشر و تروریسم، زمینه مساعدی را برای پیشبرد اهداف ایالات متحده علیه جمهوری اسلامی ایران فراهم کرده است.

کلیدواژه‌ها: رسانه، شبکه رسانه‌ای، دیپلماسی رسانه‌ای، صدای امریکا، اهداف امریکا.

۱. مقدمه

به طور کلی، کارکرد ویژه رسانه‌ها در جامعه کنونی اهمیتی انکارناپذیر یافته و شرایط خاص ملی، منطقه‌ای و جهانی و پیچیدگی اوضاع سیاسی بر اهمیت این کارکرد افزوده است. جهان امروز شاهد انقلابی بی‌سابقه در تولید و پخش تصاویر و میزان استفاده از آنهاست. این انقلاب با پخش و گسترش استفاده از فرستنده‌های ماهواره‌ای به‌خصوص در حوزه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغات، از نیمه دهه گذشته به اوج خود رسیده است. افزایش رقابت در اطلاع‌رسانی و تبلیغات در حوزه‌های استراتژیک با استفاده از تعداد روزافزون ماهواره‌ها، به انتشار و گسترش فزاینده تبلیغات و اطلاع‌رسانی ماهواره‌ای کمک بسیاری کرده است، به‌ویژه آنکه در مقایسه با انواع دیگر تبلیغات و اطلاع‌رسانی، ارزان و کم‌هزینه به‌شمار می‌آید. بر این اساس، انسان‌ها شاهد گسترش بی‌سابقه رسانه‌ها و وسایل ارتباطات جمعی مدرن و نوین هستند. طبعاً، آنها در معرض شدیدترین امواج تبلیغی رسانه‌ها قرار دارند. در استفاده از ماهواره‌ها برای پخش برنامه‌های تبلیغاتی و اجرایی عملیات روانی، شبکه‌های امریکایی از پیشگامان این روش محسوب می‌شوند. ایالات متحده از پایان جنگ جهانی دوم به اهمیت پخش تبلیغات، عملیات روانی و ارتباطات برای حاکمیت بر جامعه تبلیغاتی و اطلاعاتی که جامعه قرن آینده خواهد بود، پی برد و تلاش کرد از بُعد مالی، سیاسی و دیپلماتیک در این حوزه نفوذ کند، زیرا آن را به مثابه راهبرد حفظ حاکمیت و نفوذ استکباری خویش بر جهان تلقی می‌کرد.

بر این اساس، به‌نظر می‌رسد نقش شبکه‌های رسانه‌ای به‌منظور پیشبرد اهداف امریکا در کشورمان در حال تشدید بوده و رسانه‌ها می‌توانند بستر مناسبی بدین منظور ایجاد کنند. پس، شناخت و مقابله با چنین تهدیدهایی ضروری به‌نظر می‌رسد.

برابر بررسی‌های به‌عمل آمده و با وجود تلاش و زحمات کارشناسان و محققان در این زمینه، در میان پژوهش‌های انجام‌شده، پژوهشی که توانسته باشد نیاز اساسی کشور را در مقابل تهدیدهای شبکه‌های رسانه‌ای به‌ویژه صدای امریکا تأمین کند، مشاهده نمی‌شود.

از طرفی، فقدان راهبرد برای برخورد با تهدیدهای شبکه‌های رسانه‌ای، باعث شده است بخش‌های مختلف کشور که در ارتباط با مسائل رسانه‌ای هستند، سردرگم بوده و هر یک به سلیقه خود با موضوع برخورد کرده و تصمیمات منسجم و یکپارچه اتخاذ نگردد. فقدان این راهبردها در عین حال موجب هدررفتن زمان و هزینه شده و به شدت کارایی تصمیمات را زیر سؤال برده است، زیرا در نبود راهبرد، مسئولان مجبور به اتخاذ تصمیمات مقطعی و ناکارآمد شده و همین تصمیمات نیز با تغییر سیاست‌گذاران، تغییر می‌کند. از این رو، انجام این پژوهش کمک خواهد کرد تشنگی و سردرگمی در برخورد با تهدیدات شبکه‌های رسانه‌ای به‌ویژه شبکه مورد بررسی کاهش یافته و اقداماتی که در این رابطه صورت خواهند گرفت، منسجم‌تر و در نتیجه با هزینه کمتر و کارایی بیشتر باشد.

این پژوهش ضمن بررسی مفاهیم کاربردی، یاریگر ما در رسیدن به چند هدف است: نخست، با شناخت شبکه صدای امریکا، مقوله‌های موردتوجه آن را در پیشبرد اهداف امریکا علیه کشورمان بررسی خواهیم کرد و در نهایت با تعیین و مشخص کردن نقاط ضعف و آسیب‌پذیر جمهوری اسلامی ایران برای مقابله با تهدیدات آن، راهکارهای عملی معرفی می‌گردد.

۲. بیان مسئله

هرساله در عرصه علم و فناوری جهانی، با پدیده‌های نوینی مواجه هستیم که به‌رغم مفیدبودنشان برای اجتماعات انسانی، مضراتی نیز به دنبال دارند؛ از جمله این پدیده‌های نوین، فعالیت شبکه‌های ماهواره‌ای با کارکردی البته دوسویه است و می‌تواند استفاده مفید یا مضر داشته باشد. پروفیسور حمید مولانا، دانشمند ایرانی، بر این نظر است که: «شبکه‌های ماهواره‌ای در مقایسه با امکانات زمینی، انعطاف‌پذیری بیشتری دارند و در هزینه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی باعث صرفه‌جویی می‌شوند. در عین حال، این پدیده به‌عنوان بزرگ‌ترین و بانفوذترین و مؤثرترین رسانه گروهی، دگرگونی‌های بزرگی را در اقتصاد، سیاست و فرهنگ دنیا به‌وجود آورده است»؛ مثلاً، امروزه شاهد تبلیغات و جنگ روانی وسیعی از سوی برخی کشورهای غربی علیه کشورمان هستیم که اهداف مشخصی را دنبال می‌کنند.

طراحان اولیه شبکه‌های ماهواره‌ای انگیزه خود را از ساخت آن، ایجاد ارتباط آسان بین انسان‌ها و کشف ناشناخته‌ها اعلام کرده‌اند. هرچند این پدیده می‌توانست در خدمت انسان‌ها باشد، کشورهای صاحب‌قدرت از این وسیله برای کنترل بیشتر جهان و به نفع

اغراض سیاسی و فرهنگی خود استفاده می‌کنند. تأثیر مثبت و منفی این شبکه‌ها بر افکار عمومی مردم کشورها بر هیچ‌کس پوشیده نیست، به‌طوری که امروزه تهدید رسانه‌ای شبکه‌های ماهواره‌ای از مهم‌ترین روش‌ها و تاکتیک‌های روانی در تغییر افکار عمومی و متقاعدسازی مردم کشورها به‌شمار می‌رود؛ به تعبیری دیگر، تأثیر امپریالیسم تبلیغاتی و رسانه‌ای کمتر از امپریالیسم نظامی و سلطه بر مردم و کشورهای جهان نیست. این رسانه‌ها با استفاده از قواعد، مقررات و تکنیک‌های خاص خود از جمله تصویرسازی، افکارسازی، تحریف، دستکاری اطلاعات، بمباران خبری، جعل اخبار، مرعوب‌سازی، شایعه‌سازی، تبلیغات و جنگ روانی، بزرگ‌نمایی و ... همان کاری را می‌کنند که نیروهای نظامی با هزینه‌های هنگفت و زمان طولانی و تلفات و ضایعات فراوان انجام می‌دهند، چه بسا تأثیرات آن در مواردی مخرب‌تر از جنگ نظامی است (حسینی، ۱۳۸۸: ۶۳).

نظام جمهوری اسلامی ایران بنا بر ماهیت و موقعیت خود دشمنان بی‌شماری دارد. آنها با هم‌دستی یکدیگر خطوط گوناگونی را در تاریخ ۳۳ ساله انقلاب اسلامی طراحی و پیگیری کرده‌اند. در سال‌های اخیر، کشورهای خارجی برای جنگ نرم و رسانه‌ای در مقابله با جمهوری اسلامی ایران اولویت بیشتری قائل شده‌اند. فقط شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان با بهره‌گیری از ۴۰ کانال فعال که در ایران قابل دریافت است، همسو با سایر رسانه‌ها به پخش برنامه برای مخاطبان داخلی می‌پردازند. مسئله تأمل‌برانگیز این است که این شبکه‌ها تلاش کرده‌اند با پخش برنامه‌های متنوع و سرگرم‌کننده به جذب مخاطب بپردازند و با طرح مسائل سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشورمان به هدف جهت‌دهی به ذهن مخاطب، دست یابند. این شبکه‌ها بیشتر اهداف سیاسی را در قالب رویکرد سرگرم‌کننده ارائه می‌کنند. از طرفی، افزایش میزان مخاطبان شبکه‌های یادشده در سال‌های گذشته به‌خصوص در سه یا چهار سال اخیر که سیر صعودی بیشتری نیز داشته، همراه با افزایش نگرانی‌های داخلی، اهمیت بررسی مسئله شبکه‌های ماهواره‌ای را دوچندان می‌کند. بنابراین، موضوع اهداف شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و نقش آنها در پیشبرد اهداف کشورهای غربی خصوصاً امریکا در ایجاد فاصله بین مردم و مسئولان نظام، مسئله قابل توجهی است که تلاش می‌شود در قالب این پژوهش به آن بپردازیم. از طرفی، یقیناً به سبب گستردگی بیش‌ازحد تعداد رسانه‌های اشاعه‌دهنده مطالب تهدیدکننده علیه نظام جمهوری اسلامی ایران و عدم امکان تحلیل محتوای آنها به شکل مرسوم، در این پژوهش صرفاً به تهدیدهای یکی از آنها، «شبکه رسانه‌ای صدای امریکا» می‌پردازیم.

۳. اهمیت موضوع

انسان معاصر به‌منظور انجام فعالیت‌های فردی و اجتماعی خود به اطلاعات و اخباری نیاز دارد که محیط زندگی و دنیای وی را احاطه کرده است. انسان همواره نیاز دارد در جهانی که در آن زندگی می‌کند و از محیطی که در آن در تکاپوست، آگاهی کسب کند و نیازهای اطلاعاتی خود را چون دیگر نیازهای زندگی تأمین کند. به‌عبارت دیگر، انسان برای زندگی بهتر و اینکه در صحنه فعالیت‌های اجتماعی راه مناسب‌تری را انتخاب کند و با آگاهی بیشتر به مسئولیت‌های فردی و اجتماعی بپردازد، باید همواره در جریان حوادث و اتفاقاتی که در دنیای او روی می‌دهد، قرار داشته باشد.

اهمیت این پژوهش بدان معناست که امروزه تحولات شگرف در فناوری‌های مربوط به وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها و فرآیند جمع‌آوری، تولید، فرآوری و توزیع اطلاعات که از آن به انفجار اطلاعات، انقلاب ارتباطی، انقلاب رسانه و عصر تأثیر رسانه‌ها بر شکل‌گیری افکار عمومی جهان تعبیر می‌شود از یک‌سو و تسلط معدودی از صاحبان قدرت و بازیگران عمده و اصلی صحنه سیاست و روابط بین‌الملل یعنی دولت‌ها و گروه‌های برخوردار از رسانه‌ها با همه توانمندی‌های آن از سوی دیگر، موجب شده است که بسیاری از اصول، مفروضات، تعاریف و مفاهیم همچون حاکمیت و مرزهای سیاسی و حکومت دولت‌ها و ملت‌ها، هویت ملی و فرهنگی، استقلال، امنیت ملی و بین‌المللی و ... با تعاریف سنتی، مفهوم اولیه خود را از دست داده و تعریف و بررسی مجدد این مفاهیم ضرورتی بیش از پیش بیابد.

در حال حاضر، می‌توان گفت که رسانه‌های جمعی و تجهیزات و امکانات مرتبط با آنها به مهم‌ترین منبع قدرت نرم کشورها تبدیل شده‌اند. نقش مسلط رسانه‌ها در شکل‌دهی، جهت‌دادن و مدیریت افکار عمومی، امروزه بر هیچ‌کس پوشیده نیست. از این رو، رسانه‌های جمعی منبع مهم قدرت در جهت منافع افراد، گروه‌ها و کشورها به‌شمار می‌روند. وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها، هم ابزار قدرت غیرمادی و هم منبع قدرت‌اند (گالبرایت، ۱۳۷۱: ۵۸). از آنجاکه این تحولات عظیم از لحاظ کمی و کیفی در رسانه‌های جمعی، بیشترین تأثیر را در پیشبرد اهداف کشورهای استکباری به‌ویژه امریکا علیه سایر کشورهای هدف داشته و «انقلاب اسلامی ایران» با هویت «اسلامی و دینی» و زیرسؤال‌بردن نظام سلطه - جهانی فعلی، باعث ایجاد چالشی اساسی برای آن شده و سبب خیزش فرهنگی اسلامی در مناطق وسیعی از دنیا گردیده است (برگر، ۱۳۸۰: ۲۳)، با ادعای طرحی

نو و بدیل، اسلام را راه‌حل نهایی معرفی می‌کند (هانتینگتون، ۱۳۸۰: ۶۰). این طرح با مبانی توحیدی، آشکارا با اساس غیرتوحیدی و اومانستی غرب در تقابل است. اصرار غرب به‌ویژه امریکا در بسط هژمونی همه‌جانبه خود و استقرار نظم نوین مبتنی بر ارزش‌های غربی و امریکایی از یک‌سو و تلاش جمهوری اسلامی ایران برای حفظ فرهنگ و هویت اسلامی و تعهد به اهداف و منافع کلان خود از سوی دیگر، آن را در معرض آماج تهدیدهای نرم به‌ویژه تهدیدهای رسانه‌ای قرار داده است؛ تهدیدهایی که به علت ماهیت جدید خود ابعاد پنهان فراوانی دارد که مستلزم مطالعات گسترده‌ای در مورد آن است. مهم‌ترین ضرورت مطالعه پژوهش حاضر این است که امروزه با گرایش جامعه به‌ویژه جوانان به شبکه‌های ماهواره‌ای و تبعات ناشی از آن، مانند تأثیرگذاری از طریق اشاعه فرهنگ غربی، پیگیری راهبرد شکاف با برجسته‌سازی اختلافات و آسیب‌پذیری‌های داخلی، القای یأس و ناامیدی، مداخله در امور سیاسی و اجتماعی، ایجاد التهاب، تأکید بر عدم‌همراهی مردم با مسئولان و ... زمینه مساعدی برای پیشبرد اهداف کشورهای غربی به‌ویژه امریکا در منطقه خصوصاً کشورمان ایجاد شده است. بر این اساس، نقش صدای امریکا که یکی از مهم‌ترین آنهاست، با اولویت ویژه‌ای بررسی خواهد شد.

۴. اهداف تحقیق

۱.۴ هدف اصلی

شناخت شبکه رسانه‌ای صدای امریکا و نقش آن در پیشبرد اهداف امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران.

۲.۴ اهداف فرعی

۱. بررسی مقوله‌های مورد توجه شبکه رسانه‌ای صدای امریکا در پیشبرد اهداف امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران؛
۲. تعیین نقاط ضعف و آسیب‌پذیر جمهوری اسلامی ایران در مقابله با شبکه رسانه‌ای صدای امریکا؛
۳. ارائه راهکارهای مقابله‌ای با اقدامات شبکه رسانه‌ای صدای امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران.

۵. پرسش تحقیق

شبکه رسانه‌ای صدای امریکا در پیشبرد اهداف امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران چه نقشی دارد؟

۶. فرضیه

شبکه رسانه‌ای صدای امریکا با برجسته‌سازی اختلافات و مسائل داخلی، مشکلات ناشی از تحریم اقتصادی، مسئله هسته‌ای، حقوق بشر و تروریسم، زمینه مساعدی را برای پیشبرد اهداف ایالات متحده علیه جمهوری اسلامی ایران فراهم کرده است.

۷. تعریف مفاهیم

۱.۷ رسانه (Media)

واژه رسانه بار محتوایی ویژه‌ای دارد. اصولاً یک رسانه، ابزار کارآمدی برای برقراری ارتباطات است. به تعبیری دیگر، رسانه‌ها محصول فرهنگ صنعتی‌اند، هرچند در معنای عام آن قدرت بیشتری نیز دارند. رسانه‌ها عمدتاً به سه دسته شنیداری، دیداری و شنیداری - دیداری تقسیم می‌شوند (امینی، ۱۳۸۳: ۸۴).

۲.۷ جنگ رسانه‌ای (Media War)

استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور، هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها را اعم از رسانه‌های نوشتاری، دیداری - شنیداری و به‌کارگیری اصول تبلیغات و عملیات روانی به منظور کسب منافع، جنگ رسانه‌ای گویند (حاذق نیک‌رو، ۱۳۸۵: ۱۴).

۳.۷ دیپلماسی رسانه‌ای (Media Diplomacy)

دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به‌کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است. راماپراساد (Ramaprasad)، محقق امریکایی، آن را به‌عنوان نقشی که رسانه‌ها در فعالیت‌های دیپلماتیک میان کشورها بازی می‌کنند، تعریف کرده است. برای تشریح دیپلماسی رسانه‌ای از واژه‌های خاصی مانند دیپلماسی روزنامه‌ای، دیپلماسی رادیو و تلویزیون، دیپلماسی ماهواره‌ای و دیپلماسی اینترنتی نیز استفاده می‌شود (بخت‌ور، ۱۳۸۱: ۶).

۴.۷ بحران (Crisis)

وضعیتی که در کل جامعه یا بخشی از آن اختلال یا تهدیداتی را پدید آورد و تعادل عمومی اجتماع و امنیت آن را به مخاطره افکند؛ به عبارت دیگر، ظهور حوادثی سریع که توانایی برهم‌زدن تعادل نیروها در کل نظام را داشته باشد، بحران نامیده می‌شود (گروه مطالعات تهدید، ۱۳۸۹: ۳۲).

۵.۷ مدیریت بحران (Crisis Management)

به‌کارگیری مجموعه‌ای از ابزارها، وسایل، شیوه‌ها و تدابیری است که با آنها، کنش و تهدید ایجادشده را تقلیل می‌دهند و در نهایت از بین می‌برند (قانع‌بصیری، ۱۳۷۲: ۷۲).

۶.۷ فرصت (Opportunitie)

به مجموعه اقداماتی که با در نظر گرفتن عوامل محیطی (داخلی و خارجی) در مقابله با تهدیدها، آسیب‌پذیری‌ها و عوامل مترتب بر آنها در حوزه امنیتی با هدف خنثی‌سازی هر کدام یا ترکیبی از هر دو به‌کار گرفته می‌شود، فرصت گویند (ساوه‌درودی، ۱۳۸۱: ۲۳).

۸. پیشینه مطالعاتی پژوهش

با وجود تلاش‌ها و زحمات کارشناسان و محققان در زمینه رسانه، بررسی‌های انجام‌شده حاکی از آن است که موردی که مستقیم به موضوع پژوهش پرداخته باشد، وجود ندارد و یا دست‌کم، محقق در بررسی‌های خود به مورد مشخصی در این زمینه برخورد نکرده است؛ ولی از آنجا که لازم است در تولید ادبیات تحقیق، به‌صورت استنباطی از پژوهش‌های مرتبط استفاده شود، محقق در تلاش است از آنها بهره‌برداری کند، که به نمونه‌هایی از آنها به شرح زیر اشاره می‌گردد:

۱. بسطامی، حسن (۱۳۸۸). بررسی مقایسه‌ای تصویر زنان در سه سایت خبری «واحد مرکزی خبر»، بی‌بی‌سی فارسی و صدای امریکا» بر اساس نظریه برجسته‌سازی.
۲. علیپور، کریم (۱۳۸۷). بررسی تطبیقی اخبار مرتبط با تروریسم در دو سایت «خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا)» و «بخش فارسی صدای امریکا (VOA)» طی ۲۰۰۲-۲۰۰۷.

۳. زینوند لرستانی، خیرالله (۱۳۸۸). بررسی بازتاب اخبار انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸ آمریکا در وبسایت‌های خبری ایرنا و بخش فارسی صدای آمریکا.
۴. ناظم، محمدعلی (۱۳۸۶). بررسی تطبیقی مدیریت ساختار پخش «اخبار ۲۱:۳۰ شبکه جام جم یک سیما» و برنامه «خبرها و نظرها» از شبکه تلویزیونی صدای آمریکا (VOA).
۵. رضاقلی‌زاده، بهنام (۱۳۸۶). برجسته‌سازی اخبار انرژی هسته‌ای در بخش‌های فارسی سایت‌های بی‌بی‌سی و صدای آمریکا (VOA) (۱۳۸۳-۱۳۸۵).
۶. امیرحسینی، حمید (۱۳۸۶). بررسی تطبیقی میزان اعتماد مردم نسبت به اخبار شبکه ماهواره‌ای (تلویزیونی) صدای آمریکا بخش فارسی (VOA) و شبکه خبر سیما با تأکید بر چهار موضوع: «انرژی هسته‌ای، اوضاع فلسطین، اوضاع داخلی ایران و اوضاع عراق» از دیدگاه کارشناسان رسانه‌ها (رادیو، تلویزیون، مطبوعات).

۹. ادبیات نظری

امروزه، تغییرات نظام بین‌الملل متأثر از کارکردهای رسانه‌هاست. در دهه‌های اخیر، تقریباً تمامی جنگ‌ها، نزاع‌ها و مداخلات اقتصادی و سیاسی، با زمینه‌سازی‌های رسانه‌ای همراه بوده است. اگر کشوری بخواهد علیه کشور دیگری اقدام کند، نخست باید دولت‌ها و عمده کشورهای جهان را متقاعد سازد که این عمل، عملی مشروع، قانونی، اخلاقی و به نفع بشریت است و در مرحله بعد، باید افکار عمومی جهانیان یا همان شهروندان جهانی را برای فعالیت خود آماده کند تا رفتار وی غیرعاطفی، مداخله‌جویانه و جنگ‌افروزانه تلقی نشود و در نهایت باید از ابزارها و فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای برای پیشبرد اهداف خود بهره جوید (سبیلان اردستانی، ۱۳۸۳: ۸۴).

تهدیدهای رسانه‌ای از جمله تهدیدهایی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیررسمی ادامه داشته و هر کشوری از حداکثر توان برای پیشبرد اهداف خود با استفاده از رسانه‌ها، بهره می‌گیرد.

در نیم‌قرن گذشته، نظریه‌پردازان و پژوهشگران فعال در قلمرو رسانه‌های ارتباط جمعی، تلاش کرده‌اند تا به قواعدی دست یابند که با به‌کار بستن آنها بتوانند دامنه اثر بخشی و اثرگذاری رسانه‌ها را افزایش دهند. حاصل این تلاش‌ها فرمول‌بندی چند نظریه و مدل نظری در قلمرو ارتباطات جمعی و روان‌شناسی مخاطب و تراکم حجم گسترده‌ای از ادبیات پژوهشی در این قلمرو است. در هر یک از نظریه‌ها و مدل‌های ارائه‌شده در این

قلمرو، حیطه کارکرد رسانه‌های جمعی و دامنه آثار آنها، مورد علاقه و کنکاش نظام‌مند و عالمانه قرار گرفته است. محققان با بهره‌گیری از مبانی آن مدل‌های نظری، اصول و قواعدی را طراحی کرده‌اند که با استفاده از آنها می‌توان گستره تأثیرات یک رسانه را در دستکاری اذهان مخاطب، تعدیل و تغییر کنش‌های مختلف آن، به‌طور ملموسی افزایش داد. وسایل ارتباط 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. اهمیت رسانه‌ها تا حدی است که دانشمندان در تقسیم‌بندی مراحل تاریخی تمدن بشر، آن را لحاظ کرده‌اند. الوین تافلر (Alvin Toffler) تمدن بشری را به سه مرحله تقسیم می‌کند که شامل مرحله کشاورزی، مرحله صنعتی و مرحله فراصنعتی یا عصر ارتباطات و اطلاعات است. در عصر فراصنعتی، قدرت در دست کسانی است که شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را در اختیار خود دارند.

۱۰. دیدگاه جبرگرایی رسانه‌ای (Media determinism)

مارشال مک‌لوهان (McLuhan) در سال ۱۹۶۴ با بیان رمزآلود «رسانه پیام است»، رویکرد و تعاریف جدید را فرا روی اندیشمندان ارتباطات و رسانه قرار داد. اما، اینکه منظور او از اینکه «رسانه پیام است» چیست، در کتاب کلاسیک وی، درک رسانه‌ها، نسبتاً روشن است. او نوشته است: «اثر فناوری در سطح عقاید یا مفاهیم رخ نمی‌دهد، بلکه نسبت‌های حسی (Sense Ratios) یا الگوی درک را به‌طور مداوم و بدون مقاومت عوض می‌کند». به نظر مک‌لوهان، مهم‌ترین اثر رسانه‌ها این است که بر عادات درک و تفکر ما اثر می‌گذارند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۳).

مفهوم «نسبت‌های حسی» به تعادل حواس ما اشاره می‌کند. مردم ابتدایی بر تمام پنج حس تأکید داشتند (بویایی، لامسه، شنوایی، بینایی، چشایی)، اما فناوری و به‌ویژه وجود رسانه‌ها موجب شده است افراد یک حس را بیشتر از سایر حواس مورد تأکید قرار دهند. مک‌لوهان می‌گوید چاپ بر دیدن تأکید داشت و بر تفکر ما اثر داشت و آن را خطی، سلسله‌وار، منظم، تکراری و منطقی می‌ساخت. چاپ به انسان اجازه می‌داد فکر را از احساس جدا کند. چاپ به تخصصی‌شدن و فناوری منتهی شد، ولی به احساس از خودبیگانگی و فردگرایی نیز منجر شد. در سطح اجتماعی، چاپ امکان ظهور ملت‌ها و ملی‌گرایی را فراهم کرد.

تلویزیون در مقایسه با چاپ بر حواس بیشتری تأکید کرد. مک‌لوهان تلویزیون را رسانه‌ای بصری، سمعی و لامسه‌ای (Tactile) توصیف می‌کند. این رسانه بیشتر از چاپ، درگیرکننده و مشارکتی است. فرض مک‌لوهان این بود که تلویزیون تعادل نسبت‌های حسی را که چاپ از میان برده بود، برقرار خواهد کرد. در یک مقیاس بزرگتر، مک‌لوهان اظهار داشت تلویزیون ما را مجدداً به صورت قبیله در خواهد آورد. ما از دولت - ملت‌های مجزا دور می‌شویم و یک «دهکده جهانی» خواهیم شد.

یکی از چیزهایی که وی می‌گفت این است که محتوای رسانه مثل تکه گوشت تازه‌ای است که سارق با خود دارد تا نگهبان ذهن را منحرف کند؛ یعنی، اثرهای مهم رسانه از شکل آن ناشی می‌شود نه از محتوای آن (همان: ۳۹۴). وی بر آن است که در این روزگار به دلیل وجود تلویزیون و دیگر رسانه‌های جدید، بچه‌ها دیگر مثل والدین خود فکر نمی‌کنند. پژوهشگران کوشیده‌اند برخی از افکار مک‌لوهان را آزمون کنند، اما از مشکلات این کار این است که تصورات وی متضمن اثرهایی چنان دوراز دسترس و فراگیر است که آزمون آنها را دشوار می‌سازد. بعضی از مطالعات از این جهت دچار مشکل شدند که به اثرهای فوق‌العاده کوتاه‌مدت پرداختند، درحالی که بدیهی است مک‌لوهان راجع به اثرهایی سخن می‌گفت که زمان دراز طول می‌کشد تا رخ نشان دهند. مک‌لوهان همچنین به استقبال بحث نقش‌های متفاوت نیمکره‌های راست و چپ مغز رفته است که بخش زیادی از آن از زمان انتشار درک رسانه‌ها در سال ۱۹۶۴ صورت گرفته است. این کتاب حکایت از این دارد که قسمت چپ مغز منطقی، عقلانی و زبان محور (Language Oriented) و قسمت راست شهودی، غیرعقلانی و تصویرمحور (Picture Oriented) است. جاشوا میروویتز (J. Meyrowitz, 1985) تفکر مک‌لوهانی را پیگیری کرده و با وی در خصوص آثار اجتماعی رسانه‌های الکترونیک جدید هم‌عقیده است. اما، او احساس کرد برداشت مک‌لوهان از نسبت‌های حسی و تعادل حسی، تبیینی کافی از چگونگی تأثیر تلویزیون بر افراد فراهم نمی‌کند. میروویتز کوشید تفکر مک‌لوهان را با اندیشه اروینگ گافمن (Erving Goffman) جامعه‌شناس ترکیب کند. گافمن درباره چگونگی تأثیر «تعریف موقعیت» (Definition of the Situation) بر رفتار مطالبی نوشت، اما تأکید وی بر کنش و واکنش چهره‌به‌چهره بود و رسانه‌ها را نادیده گرفت. استدلال اصلی میروویتز این است که رسانه‌های الکترونیکی با گردآوری انواع متفاوت افراد در یک «مکان» بسیاری از نقش‌های قبلاً متمایز را تیره و درهم کرده‌اند. بعضی از نتایج این امر اختلاط نقش‌های

مردانه و زنانه، تیرگی و عدم وضوح کودکی و بزرگسالی و تنزل رهبران سیاسی به سطح افراد عادی است (همان: ۳۹۵).

۱۱. نظریه گلوله

نظریه گلوله (Hypodermic Theory) نامی است که محققان ارتباطی به نخستین فرضیاتی که درباره تأثیر رسانه‌های همگانی ارائه شد، نهادند. به نظریه گلوله نظریه «سوزنی» یا «تزریقی» نیز گفته می‌شود. در این نظریه سطحی و ساده‌لوحانه ادعا شده است که قادر است تأثیر قوی و همگانی پیام رسانه‌های همگانی را به روی تمام افرادی که در معرض چنین پیامی قرار می‌گیرند، صرف‌نظر از نوع پیام، پیش‌بینی کند.

اساس نظریه گلوله را دو عامل «محرک» و «عکس‌العمل» تشکیل می‌داد که جنبه شرطی داشت و نظریه‌ای بود که از رشته روان‌شناسی گرفته شده بود. مشخصات اساسی این مدل را می‌توان به شکل زیر نمایش داد:

عکس‌العمل → دریافت‌کننده → محرک (پیام)

این نظریه در مورد اثرگذاری «با قصد» و «بدون قصد» دارای کاربرد برابر است، هرچند که تفاوت بین یک پاسخ (که بر وجود تعامل با دریافت‌کننده پیام دلالت می‌کند) و یک عکس‌العمل (بدین معنی که در آن دریافت‌کننده پیام هیچ‌گونه انتخاب و کنش و واکنشی ندارد) را نشان نمی‌دهد.

مک‌گوایر با استفاده از فرآیند اساسی همین مدل، دیدگاه پیچیده‌تری را پیشنهاد کرده است، که به شکل زیر نمایش داده شده است:

اثر به رفتار → نگاهداری → پذیرش → درک → توجه → ارائه

تحلیل مک‌گوایر گویای این مسئله است که مدل «عامل محرکه - پاسخ» ناگزیر به ایجاد تغییراتی در ساختار نظری بود تا به نحوی بتواند جنبه‌هایی چون «انتخاب توجه»، «تعبیر»، «پاسخ» و «نگاهداری» را به اصل نظریه اضافه کند و ظاهر پیچیده‌تری بدان دهد. نظریه بالا بسیار واقع‌گرا و دارای قدرت پیش‌بینی‌کننده است و وقوع هرگونه پاسخ (شفاهی یا اقدام رفتاری) را موقوف به حضور یک عامل محرکه مناسب (پیام) می‌داند. با وجود این، فرض اساسی در این مدل کم و بیش همان تأثیرگذاری مستقیم است که مطابق با قصد فرستنده پیام انجام می‌شود.

دی‌فلور (DeFleur. M. L.) در نقد نظریه گلوله مطالبی را یادآور شده است: نخست اینکه تفاوت‌های فردی حتی زمانی که عکس‌العمل پیش‌بینی شده نیز صورت گرفته است باید مد نظر قرار گیرد، زیرا موارد عکس‌العمل‌ها با توجه به تفاوت در شخصیت‌ها، نگرش‌ها، ضریب هوشی، منافع و غیره کاملاً متفاوت است؛ دوم اینکه پاسخ‌ها به‌طور نظام‌مند بر اساس رده‌ها و گروه‌های اجتماعی که دریافت‌کننده پیام در آن جای می‌گیرد، با توجه به عوامل سن، جنس، شیوه زندگی، مذهب و نظایر آنها متفاوت خواهد بود. دی‌فلور همچنین با تأکید بیش‌ازحد، یادآور شده است که اعضای هر گروه اجتماعی کم و بیش محتوای ارتباطی مشابهی را انتخاب می‌کنند و نسبت به آن نیز عکس‌العمل تقریباً مشابهی نشان می‌دهند (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۶۰).

شرایط و عواملی که در فرآیند تأثیرگذاری رسانه‌ها نقش واسطه را بازی می‌کنند، سبب شد که در مدل عامل محرکه - عکس‌العمل در نظریه گلوله تجدیدنظر شود. مک‌گوایر در یکی از تحقیقات خود به بعضی از این عوامل واسطه‌ای نظیر منبع، محتوا، کانال، دریافت‌کنندگان و مقصد اشاره داشته است. دلایلی موجود است که نشان می‌دهد پیام‌هایی که از یک منبع مسئول و معتبر ارسال می‌شود، معمولاً از تأثیر بیشتری برخوردار است؛ همچنین، منابعی که برای دریافت‌کننده دارای جذابیت است یا به او نزدیک می‌باشد، تأثیر بیشتری دارد. با توجه به محتوا، مؤثر بودن یک پیام به عوامل تکرار، هماهنگی و عدم حضور انتخاب‌های دیگر (برای نمونه وضعیت انحصاری) بستگی دارد. همچنین، در مواردی که پیام شفاف و واقعی است، احتمالاً پیام از تأثیر بیشتری برخوردار خواهد بود.

۱۲. نظریه کاشت

پژوهشگر ارتباطات، جورج گرینر (George Grebner)، با کمک همکاران در مدرسه ارتباطات دانشگاه پنسیلوانیا با استفاده از تحقیقی پیرامون تأثیرات تلویزیون، نظریه کاشت را پرورش داد. گرینر یادآوری می‌کند که بیننده عادی چهار ساعت در روز تلویزیون تماشا می‌کند؛ افراد پرمصرف از این هم بیشتر تماشا می‌کنند. گرینر می‌گوید: از نظر تماشاگران پرمصرف، تلویزیون عملاً دیگر منابع اطلاعات، افکار و آگاهی‌ها را به انحصار درمی‌آورد و یک کاسه می‌کند. اثر این مواجهه با پیام‌های مشابه، چیزی را تولید می‌کند که گرینر آن را کاشت می‌خواند، یا آموزش جهان‌بینی رایج، نقش‌های رایج و ارزش‌های

رایج. گرنبر پژوهش‌هایی را عرضه می‌کند که مؤید نظریه کاشت و مبتنی بر مقایسه تماشاگران پرمصرف (Heavy Viewers) و کم‌مصرف (Light Viewers) تلویزیون است. گرنبر پاسخ به پرسش‌های مطرح‌شده را در بررسی‌های پیمایشی تحلیل کرد و به این نتیجه رسید که تماشاگران پرمصرف و کم‌مصرف تلویزیون، نوعاً پاسخ‌های متفاوتی می‌دهند. گذشته از این، تماشاگران پرمصرف تلویزیون اغلب پاسخ‌هایی می‌دهند که به نحوه تصویر دنیا در تلویزیون نزدیک‌تر است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۰). تلویزیون ممکن است تماشاگران پرمصرف را به درک دنیایی پست (Mean World) سوق دهد. به نظر گرنبر، این امر می‌تواند یکی از آثار عمده و گسترده کاشت به واسطه تلویزیون باشد. گرنبر نشان داده است که تفاوت میان تماشاگران پرمصرف و کم‌مصرف حتی در شماری دیگر از متغیرهای مهم از جمله سن، تحصیلات، مطالعه خبر و جنسیت نیز ظاهر می‌شود. گرنبر تصدیق می‌کند که رابطه میان تماشای تلویزیون و نظرهای مختلف درباره دنیا، در واقع ممکن است به سبب متغیرهای دیگر باشد. وی تلاش کرد آن متغیرها را کنترل کند. پل هیرش (Paul Hirsch) به این دلیل که گرنبر کار کنترل سایر متغیرها را به خوبی انجام نداده، از پژوهش انتقاد کرده است. تحلیل هیرش (۱۹۸۰) نشان داد که اگر شخص متغیرهای دیگری را هم‌زمان کنترل کند، تغییر باقیمانده که بتوان آن را به تلویزیون نسبت داد، خیلی کم است. گرنبر در واکنش به انتقادات هیرش، نظریه کاشت را مجدداً بازنگری کرد. وی دو مفهوم دیگر متداول‌سازی (Mainstreaming) و تشدید (Resonance) را اضافه کرد. با این مفاهیم، این واقعیت در نظر گرفته می‌شود که تماشای بیش‌ازحد تلویزیون نتایج متفاوتی برای گروه‌های اجتماعی مختلف دارد.

گرنبر می‌گوید، متداول‌سازی هنگامی روی می‌دهد که تماشای بیش‌ازحد به تقارن دیدگاه‌ها در گروه‌ها منجر می‌شود؛ مثلاً، تماشاگران پرمصرف در هر دو دسته کم‌درآمد و پردرآمد در این نظر شریک‌اند که ترس از جنایت مشکل شخصی جدی است. اما، تماشاگران کم‌مصرف در این دو دسته نظرشان مثل هم نیست. تماشاگران کم‌مصرف و کم‌درآمد با تماشاگران پرمصرف کم‌درآمد و پردرآمد اتفاق نظر دارند که ترس از جنایت یک مشکل جدی است؛ حال آنکه تماشاگران کم‌مصرف ولی پردرآمد این نظر را قبول ندارند که ترس از جنایت مشکلی جدی است. تشدید زمانی روی می‌دهد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر می‌شود؛ مثلاً، تماشاگران پرمصرف اعم از مردان و زنان، بیشتر از تماشاگران کم‌مصرف احتمال دارد بپذیرند که ترس از جنایت مشکلی جدی است.

اما، گروهی که با تأکید بیشتری این نظر را قبول دارند، گروه زنان از تماشاگران پرمصرف است، زیرا به نظر می‌رسد شکنندگی خاص آنها در برابر ترس از جنایت، با تصویر جهان پرجنایتِ عرضه‌شده در تلویزیون همساز و تشدید می‌شود.

نظریه کاشت اکنون داعی این نظریه است که تلویزیون با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد، به گونه‌ای که تماشای تلویزیون بر بعضی از گروه‌های فرعی اثری قوی خواهد گذاشت و بر بعضی دیگر تأثیری نخواهد داشت. رابین (Rubin)، پرس (Perse) و تیلور (Tylor) (۱۹۸۰) نظریه کاشت را به عنوان اثری کلی و همه‌جانبه ناشی از تماشای زیاد و آیین‌آور (Ritualistic) تلویزیون، بیشتر مورد تردید قرار می‌دهند. در مطالعه این سه نفر در مورد تماشاگران، اثرهایی از تماشای تلویزیون بر درک واقعیت اجتماعی به دست آمد. اما این آثار، اثرهای خاص برنامه (Program Specific) بود؛ یعنی، تماشاگران سریال‌هایی که در روز پخش می‌شد از نظر تصور نوع‌دوستی و اعتماد به دیگران نمره پایین می‌گرفتند. تماشاگران نمایش‌های شبانه‌گاهی (که اغلب به کنترل دیگران از جانب شخصیت‌های قدرتمند مربوط می‌شوند)، احساس ضعیف‌تری در مورد خود اثربخشی سیاسی دارند و تماشاگران نمایش‌های حادثه‌ای و مهیج راجع به امنیت خویش بیشتر احساس نگرانی می‌کنند. این محققان همچنین به این نتیجه رسیدند که سن، جنس، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، قصد تماشا (Viewing Intention) و واقع‌گرایی متصور (Perceived Realism) (در مورد محتوای تلویزیون) بهتر از متغیر مواجهه با تلویزیون (Television Exposure)، اعتماد به دیگران را پیش‌بینی می‌کردند. این نتایج شواهدی است مبنی بر اینکه مخاطب تلویزیون مخاطبی فعال است (سوروین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۹۲ - ۳۹۳).

نظریه دیگری که معتقد به تأثیر قوی رسانه‌های همگانی بر مخاطبان است، نظریه سلطه رسانه‌هاست. سلطه رسانه‌ها در افکار اقتصاددانان مارکسیست ریشه دارد. نظریه سلطه رسانه‌ها بر این باور است که افکار طبقه حاکم در جامعه به صورت افکار حاکم درمی‌آید، رسانه‌های جمعی تحت کنترل طبقه مسلط در جامعه درمی‌آیند و پشتیبان اعمال نظارت آن طبقه بر باقی جامعه می‌شوند.

استدلال نظریه سلطه رسانه‌ها این است که اخبار و سایر محتوای رسانه‌ها در امریکا مطابق نیازهای ایدئولوژیک سرمایه‌داری یا شرکتی شکل داده شده است. آزمون اندیشه سلطه رسانه‌ها از راه تحقیق دشوار است. با وجود این، آلتاید (Altheide, 1984) کوشیده است اندیشه سلطه رسانه‌ها را، حداقل در ارتباط با پوشش خبری ارزیابی کند. آلتاید

می‌گویند، اگر به نوشته‌های مربوط به سلطه رسانه‌ها نگاه کنید، به نظر می‌رسد آنها حداقل سه تصور را دربر می‌گیرند که باید آنها را با شواهد آزمود. این تصورات عبارت‌اند از:

۱. اجتماعی‌شدن روزنامه‌نگاران دربرگیرنده راهنمایی، رویه‌های کار و جهت‌گیری‌هایی است که با ایدئولوژی حاکم انباشته شده‌اند؛

۲. روزنامه‌نگاران میل دارند موضوعاتی را پوشش دهند و گزارش‌های خبری‌ای را ارائه کنند که محافظه‌کارانه و پشتیبان وضعیت موجود است؛

۳. روزنامه‌نگاران میل دارند پوشش کشورهای خارجی به‌ویژه ملت‌های جهان سوم را به‌صورت موافق امریکا و منفی عرضه کنند (همان: ۳۹۹).

آلتاید با جمع‌آوری مدارک و بررسی آنها متوجه شد که هیچ‌یک از سه پیش‌فرض بالا با واقعیت تطبیق نمی‌کند؛ مثلاً، در رابطه با پیش‌فرض نخست به مطالعاتی اشاره می‌کند که نشان می‌دهد گزارشگران مسائل خارجی، در ارتباط با موضوع «تنش‌زدایی» (détente) و پوشش خبری آن شیوه‌های متفاوتی را درپیش گرفتند. از نظر وی، زمینه‌ها و پیشینه‌های فردی نقش مهمی در تهیه گزارش‌های خبری بازی می‌کند. زمینه‌های فردی ژورنالیست‌ها نیز از نظر او، یک‌شکل نیست و متفاوت است. با توجه به پیش‌فرض دوم، آلتاید به مطالعات متعددی اشاره می‌کند که یکی از آنها مسئله «واترگیت» است. از نظر آلتاید، گزارش‌هایی که روزنامه‌نگاران درباره جریان واترگیت مخابره کردند، هیچ‌گاه طرفداری از وضع موجود نبود. در ارتباط با پیش‌فرض سوم، آلتاید به نظرخواهی‌هایی که با روزنامه‌نگاران انجام گرفته بود، اشاره می‌کند. این نظرخواهی‌ها نشان می‌دهند که روزنامه‌نگاران با توجه به موقعیت کشورهای جهان سوم، بر سر بسیاری از مسائل با یکدیگر توافق ندارند. همچنین، تحقیق درباره پوشش تلویزیونی حوادث نیکاراگوا در زمان شورش ساندنیست‌ها، نشان داد که این تلویزیون‌ها واقعه شورش را حتی با جزئیات آن نشان دادند و این جریان‌ات‌هایی نبودند که بتواند بر جانبداری از وضع موجود دلالت کند (مهرداد، ۱۳۸۰: ۱۶۹ و ۱۶۸).

با توجه به موضوع مقاله حاضر و بررسی دیدگاه‌های نظری بالا، تأثیرات شبکه‌های رسانه‌ای به‌عنوان زمینه‌ساز جنگ‌ها، نزاع‌ها، مداخلات سیاسی، پیشبرد اهداف کشورها در موقعیت‌های خاص و ... انکارناپذیر است و بیشتر صاحب‌نظران آن را تصدیق می‌کنند. با وجود این، با استناد به نظریه سلطه رسانه‌ها، اقدامات شبکه رسانه‌ای صدای امریکا در پیشبرد اهداف امریکا در کشورمان توجیه منطقی پیدا می‌کند. با کمی تأمل در

این نظریه، می‌توان دریافت که افکار طبقه حاکم در جامعه باید به صورت افکار حاکم درآید و چون اغلب رسانه‌های جمعی از جمله این رسانه، تحت کنترل و پشتیبانی طبقه مسلط در دنیا (سیاست‌مداران امریکایی و لابی صهیونیستی) هستند؛ در نتیجه، این رسانه‌ها تحت کنترل طبقه مسلط در جامعه درآمده و پشتیبان اقدامات آن طبقه به‌منظور پیشبرد اهداف خاص آنان باقی می‌مانند. با بررسی شبکه رسانه‌ای صدای امریکا در صفحات بعدی این نوشتار، وابستگی سیاسی و سازمانی آن به طبقه حاکم اشاره شده مشخص خواهد شد.

۱۳. شبکه رسانه‌ای صدای امریکا

منظور از شبکه رسانه‌ای صدای امریکا در این پژوهش، بخش فارسی صدای امریکا (Voice of America Persian News Network) VOAPNN است که به‌عنوان شبکه خبری فارسی صدای امریکا شناخته می‌شود (<http://fa.wikipedia.org/wiki>).

در مارس ۱۹۴۲، رادیوی دولتی ایالات متحده امریکا با عنوان «رادیوی عمومی ملی» (National Public Radio) NPR و چندی بعد، بخش بین‌المللی آن با عنوان «صدای امریکا» نیز آغاز به کار کرد. هدف اولیه از تأسیس این بخش، بهبود چهره امریکا در جهان و گسترش آزادی و دموکراسی مورد نظر در کشورهای دیگر بود. «صدای امریکا» در واقع ابزاری بود برای اجرای سیاست‌های وزارت امور خارجه ایالات متحده و همچنین تأثیر بر افکار مردم جهان نسبت به این کشور که از طریق زبان رسانه دنبال می‌شد.

مجموعه صدای امریکا دارای ۴۴ پخش‌کننده رادیویی به زبان‌های مختلف و ۲۴ پخش‌کننده تلویزیونی است. این مجموعه از بدو تأسیس با هدف استفاده و بهره‌گیری از ابزار دیپلماسی عمومی پایه‌گذاری و تأسیس شد که گستره پخش آن، آسیا، اروپا و شمال آفریقا را شامل می‌شود (<http://www.rasanenews.com>).

رادیوی عمومی ملی و مجموعه صدای امریکا هر دو زیرمجموعه «هیئت مدیره رسانه‌های خارجی دولت ایالات متحده امریکا» (Broadcasting Board of Governors) (BBG) هستند و زیر نظر این هیئت مدیره که اعضای آن متشکل از شورای روابط خارجی امریکا و نمایندگان منصوب دستگاه وزارت امور خارجه ایالات متحده است، اداره می‌شود. ریاست این هیئت نیز با رأی مجلس سنای امریکا انتخاب و زیر نظر «تیم بازرسی ویژه ایالات متحده امریکا» فعالیت می‌کند و این تیم گزارش‌های خود را به مجلس سنای

ایالات متحده و وزارت خارجه ارائه می‌دهد. هم‌اکنون، بودجه سالیانه صدای امریکا ۸۰۰ میلیون دلار است که از محل مالیات‌های مردم امریکا تأمین می‌شود. در آوریل ۱۹۷۹ یعنی بلافاصله پس از وقوع انقلاب اسلامی در ایران، بخش فارسی رادیو صدای امریکا نخست با هدف جهت‌دهی به انقلاب ایران و در پی ناکامی، با هدف مقابله با انقلاب اسلامی و به‌چالش کشیدن آن، با ۳۰ دقیقه برنامه روزانه راه‌اندازی شد. آلن هایت (Alen Haite) در کتاب *تاریخ صدای امریکا*، زمان تأسیس تلویزیون فارسی صدای امریکا را سال ۱۹۹۶ عنوان می‌کند. بنابراین، در تاریخ ۱۸ اکتبر ۱۹۹۶، نخستین امواج تلویزیون فارسی صدای امریکا برای تمام دنیا پخش شد (زینوند لریستانی، ۱۳۸۸: ۱۴).

صدای امریکا هر هفته در حدود ۹۶ میلیون نفر مخاطب دارد. به علاوه، کاربران کامپیوتری برای استفاده از اخبار و اطلاعات، به سایت اینترنتی آن متصل می‌شوند. رادیو صدای امریکا نیز بیشتر بر روی کشورهایی که فاقد رسانه‌های گروهی قوی و مستقل هستند، تمرکز می‌کند.

تلویزیون صدای امریکا برنامه‌های خود را به ۲۴ زبان دنیا تولید می‌کند که شامل گزارش‌های خبری، برنامه‌های تحلیلی و برنامه‌های زنده تلفنی است. برنامه‌های تلویزیونی شامل برنامه‌هایی هستند که یا برای نخستین بار پخش می‌شوند و یا از جایی تهیه شده‌اند. اکنون بخش فارسی صدای امریکا به یکی از مهم‌ترین ابزار پیشبرد اهداف سیاست‌مداران امریکایی در ایجاد بی‌ثباتی برای نیل به بحران ایران مبدل شده است (<http://www.rasanenews.com/negahimokhtasarbetarikhcheyevoa>).

۱۴. شیوه‌های تبلیغی صدای امریکا

آنچه امروزه سرزمین اسلامی و مبانی ارزشی ما را به وسیله شبکه‌های ماهواره‌ای به‌ویژه صدای امریکا مورد هجوم و شبیخون فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و ... قرار داده است، شیوه‌های تبلیغی متفاوتی است که به‌اختصار به آن اشاره می‌شود:

اخبار و مصاحبه‌ها و گزارش‌هایی که عمدتاً از این شبکه پخش می‌شود، به‌دنبال اهداف خاص بحران‌سازی، در محورهای زیر است:

بزرگ‌نمایی آسیب‌پذیری‌ها و مشکلات کوچک در جهت اختفای واقعیت و حقیقتی بزرگ‌تر؛

تهییج و تحریک افکار عمومی؛

حمایت و پشتیبانی از نافرمانی‌های مدنی و اجتماعی؛
تحریف یا انکار بعضی از موضوعات و واقعیت‌ها؛
اظهار یک حقیقت در راستای اهداف خاص خود با تحلیل‌های ویژه و هدفمند سیاسی؛
بیان و به‌کارگیری واژه‌های منفی برای قلب حقایق و جلوگیری از جاذبه‌های ارزشی آن
و ایجاد دافعه در مخاطبان نسبت به موضوع؛
ترور شخصیت‌های مفید و ارزشمند؛
ترویج طرفداری از عناصر فاسد و نامطلوب؛
ترویج بی‌بندوباری‌های اخلاقی و مفساد اجتماعی؛
ایجاد جوّ بی‌اعتمادی و بدبینی بین مردم و مسئولان نظام حکومتی؛
ایجاد التهاب، اغتشاش، بی‌ثباتی به منظور نیل به بی‌ثباتی و بحران.

۱۵. تاکتیک‌های مورد استفاده صدای امریکا

۱. تاکتیک حذف و انکار
۲. حمله و انهدام هدف
۳. لقب‌سازی
۴. پیش‌فرض‌سازی
۵. ترویج مفاهیم صوری
۶. محتوای دایی
۷. نابرابر‌سازی
۸. جهت‌دار کردن
۹. عرفی‌سازی
۱۰. نکوهش اجتماعی
۱۱. مستندسازی
۱۲. انگاره‌سازی
۱۳. برجسته‌سازی
۱۴. برجسب‌زنی
۱۵. کلی‌گویی یا کلی‌بافی

علاوه بر روش‌ها و تکنیک‌های گفته شده بالا، این شبکه از سایر روش‌ها نیز مانند: تکرار، بیان بخشی از واقعیت، طرح عناوین و تیترهای گمراه‌کننده، سوگیری از طریق تصاویر، سانسور، کنایه و اشاره متناسب با نوع هدف استفاده می‌کند.

۱۶. روش‌های مورد استفاده شبکه صدای امریکا در جمهوری اسلامی ایران

در این قسمت به بررسی دیدگاه‌ها و نظرهای برخی کارشناسان و طرح‌های ارائه شده در مورد روش‌های مورد استفاده شبکه صدای امریکا در جمهوری اسلامی ایران اشاره می‌شود.

الف) مراحل تدارک و اجرای جنگ رسانه‌ای صدای امریکا به منظور تعدیل افکار

عمومی

۱. مرحله مقدماتی: شامل ارائه دلیل و توجیه مردم به منظور افزایش فقر، استبداد،

هرج و مرج؛

۲. مرحله توجیه: با انعکاس اخبار مهم و تجزیه و تحلیل مقدمات مداخله نظامی

فراهم می‌شود؛

۳. مرحله اجرا: بسیج منابع و سانسور به منظور ایجاد زمینه مهار پوشش خبری؛

۴. مرحله پس از جنگ: عادی‌سازی وضعیت و کاهش ضایعات خبری.

ب) روش آماده‌سازی

۱. بحران‌سازی از طریق گزارش‌های رسانه‌ای به گونه‌ای که مهار بحران عملی نیست؛

۲. بدگویی نسبت به رهبران و مقایسه آنها با افرادی چون هیتلر با توجه به ذهنیت منفی

مردم نسبت به این گونه افراد؛

۳. شیطان جلوه‌دادن افراد حریف به عنوان انسان‌های ضد اخلاقی و ناسالم؛

۴. تحریک افکار عمومی در قالب وحشی‌سازی و وحشی‌نمایی برای تحریک

احساسات و افکار مخاطب.

ج) انحصاری کردن رسانه‌ها توسط نظام سلطه

میشل پرنٹی (Michael Parenti)، نویسنده و دانشمند علوم سیاسی، در خصوص

انحصار رسانه‌ای روشی را به شرح زیر ارائه کرده و عنوان می‌کند به‌رغم اینکه رسانه‌های

عمده امریکا ادعا می‌کنند آزاد، همگانی و واقع‌گرا هستند، تکنیک‌هایی به کار می‌بندند که

نتیجه آگاهانه و ناآگاهانه آن این است که با ادعاهای آنها تعارض‌های بنیادینی دارد. این روش‌ها عبارت‌اند از:

۱. پنهان‌کاری از طریق حذف؛
۲. فرض و تصور پیشگیرانه؛
۳. پخش برنامه‌هایی با ارزش اسمی (به صورت ظاهری)؛
۴. کوچک‌شمردن محتوا؛
۵. توازن نادرست؛
۶. خودداری از پیگیری.

۱۷. پیشبرد اهداف امریکا (Developing America Objectives)

راهبرد «براندازی دولت‌ها» و «استقرار حکومت‌های مورد نظر»، اهداف سیاسی امریکا را در مورد کشورهای موسوم به «جهان سوم» به مدت طولانی تشکیل داده است (مولانا، ۱۳۷۵: ۵).

امریکا در سال ۲۰۰۲ راهبرد امنیت ملی جدیدی برگزید که ضرورت آن ناشی از چالش بزرگی بود که در حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ پدید آمد. در عین حال، امریکا یکی از اهداف خود را از انتخاب این راهبرد «ایجاد تغییر برای ثبات» با برقراری دموکراسی در کشورهای ناهماهنگ با سیاست‌های خود اعلام کرد. در اسناد راهبرد امنیت ملی ۲۰۰۲ و ۲۰۰۶ امریکا سه هدف عمده را می‌توان استنباط کرد:

۱. فروپاشی حکومت‌های به اصطلاح مستبد و نافرمان؛
 ۲. ارتقای دموکراسی‌های کارآمد و همسو با امریکا؛
 ۳. تثبیت و تقویت قدرت هژمونی امریکا.
- از آنجا که در این پژوهش، منظور از پیشبرد اهداف امریکا، اهداف این کشور در قبال جمهوری اسلامی ایران مد نظر است، بنابراین، تبیین اهداف فعلی این کشور در تقابل با کشورمان ضروری به نظر می‌رسد که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:
۱. مدرنیته‌کردن ایران از طریق اشاعه فرهنگ غربی، به‌ویژه در میان نسل جوان که سطح آسیب‌پذیری نسبت به مظاهر و ابزارهای فرهنگی غربی دارند؛
 ۲. دموکراتیزه کردن ظاهری ایران با الگوی غربی؛ این روش با تحت‌فشار قراردادن

- حکومت‌ها به منظور اعمال دموکراسی، آزادی بیان، گفتار و دین و با اصرار بر رعایت حقوق بشر، تلاش می‌کند زمینه را برای نفوذ اندیشه و فرهنگ غربی در کشورها هموار سازد؛
۳. پیگیری راهبرد شکاف با برجسته‌سازی اختلافات جزئی میان مسئولان طراز اول نظام و قوای سه‌گانه؛
۴. تضمین امنیت رژیم اشغال‌گر قدس با اعمال فشارهای اقتصادی و سیاسی و تضعیف چندجانبه ایران؛
۵. پیشبرد فرآیند صلح خاورمیانه از طریق فشار به ایران؛
۶. پیگیری استراتژی مهار و انزوا علیه نظام جمهوری اسلامی ایران؛
۷. تضمین امنیت صدور نفت با اعمال فشار و کنترل ایران (بیگدلی، ۱۳۸۷: ۲۴).

۱۸. روش تحقیق و تحلیل داده‌ها

روش تحقیق مورد استفاده در این مقاله روش «تحلیل محتوا» است. کرلینگر می‌گوید: «تحلیل محتوا روشی برای مطالعه و تحلیل ارتباطات به شیوه‌ای نظام‌مند، عینی و کمی با هدف اندازه‌گیری متغیرها است». تحلیل محتوا روشی نظام‌مند است؛ به این معنا محتوایی که قرار است تحلیل شود، بر اساس قواعدی روشن و ثابتی انتخاب می‌شود. در انتخاب نمونه باید از رویه مناسبی پیروی کرد و هر مورد باید احتمال برابر برای گنجانده شدن در تحلیل را داشته باشد. به علاوه، فرآیند ارزشیابی باید نظام‌مند باشد؛ با همه متون مورد بررسی باید به شیوه‌ای یکسان برخورد شود. در مورد کدگذاری و رویه‌های تحلیل و در زمینه مدت‌زمانی که کدگذاران متون را در اختیار دارند، بایستی یکسان برخورد شود.

۱.۱۸ نحوه گردآوری داده‌ها

برای گردآوری داده‌های این تحقیق، نخست با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای، بررسی اسناد و مدارک، پویش در بولتن‌های معاونت سیاسی صداوسیما و جست‌وجو در شبکه اینترنت، مستندات لازم جمع‌آوری شده و سپس دستورالعمل کدگذاری موضوعات ارائه‌شده در صدای امریکا با توجه به تعاریف مورد نظر مشخص گردیده و کدگذاری شده است. عمل کدگذاری بر روی برگه‌های کدگذاری انجام شده و در نهایت با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبات آماری آن انجام گرفته است.

۲.۱۸ محیط تحقیق

محیط این تحقیق، موضوعات منتشره مرتبط با اهداف امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران در صدای امریکا است که از طریق روش‌های کتابخانه‌ای، بررسی اسناد و مدارک، پویش در بولتن‌های معاونت سیاسی صداوسیما و جست‌وجو در شبکه اینترنت به صورت گزینشی و یا جامع به بیان و انعکاس دیدگاه‌های رسانه‌ای شبکه موصوف می‌پردازد.

۳.۱۸ ابزار جمع‌آوری داده‌ها

۱. فیش‌برداری

۲. ثبت مشاهدات (جمع‌آوری مستندات از طریق منابع کتابخانه‌ای، اسناد و مدارک ارائه‌شده از طریق بولتن‌های معاونت سیاسی صداوسیما و پویش اینترنتی شبکه به مدت ۲۴ ماه).

۴.۱۸ جامعه آماری

کلیه موضوعات مرتبط با اهداف منتشره امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران در صدای امریکا طی سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۱۱ که در آرشیو موجود است، جامعه آماری محسوب می‌شود که در مجموع ۲۲۲۰ مورد بوده است.

۵.۱۸ حجم نمونه

از میان کلیه موضوعات مربوط به اهداف منتشره امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران در صدای امریکا از تاریخ ۲۰۰۹ الی ۲۰۱۱، اخبار ۱۲۰ روز به‌عنوان نمونه انتخاب شده که در مجموع ۳۴۸ مورد انتخاب شده است.

۶.۱۸ روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری در این پژوهش به‌صورت روش تصادفی سیستماتیک است. برای انتخاب نمونه‌ها، روش عمل بدین صورت است که در یک سال بررسی از هر ماه، موضوعات ۵ روز به‌عنوان نمونه انتخاب شده است؛ بدین صورت که ماه اول ۵ روز اول و به ترتیب ماه‌های بعدی ۵ روز دوم و به همین روش ادامه پیدا کرده است.

۷.۱۸ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های تحقیق

در این تحقیق به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

جدول ۱. توزیع فراوانی مقوله‌های آسیب‌پذیری مورد تأکید رسانه

ردیف	کد	مقوله (آسیب‌پذیری)	فراوانی	درصد F	رویکرد مورد تأکید رسانه
۱	O	اپوزسیون خارج‌نشین	۱۲۷	٪۳۹/۴۹	بی‌اعتمادی و خفقان سیاسی
۲	P	برنامه‌ریزی	۵۳	٪۱۵/۲۲	القای فقدان راهبرد
۳	I	اطلاع‌رسانی	۶۰	٪۱۷/۲۵	سانسور شدید
۴	G	اقتصاد دولتی	۷۵	٪۲۱/۵۵	بیمار
۵	T	فناوری	۳۳	٪۹/۴۹	ناکارآمدی
		جمع	۳۴۸	٪۱۰۰	نیل به بی‌ثباتی

بر اساس جدول بالا، بیشترین آسیب مورد توجه و تأکید رسانه با ٪۳۹/۴۹ فراوانی اپوزسیون خارج‌نشین و کمترین آن با ٪۹/۴۹ فراوانی، موضوع فناوری است. با وجود این، به هر کدام از آسیب‌پذیری‌های برنامه‌ریزی با ٪۱۵/۲۲ فراوانی، اطلاع‌رسانی با ٪۱۷/۲۵ فراوانی و اقتصاد دولتی با ٪۲۱/۵۵ فراوانی پرداخته شده است. به‌طور کلی، رویکرد مورد توجه رسانه در بزرگ‌نمایی آسیب‌پذیری‌ها، بی‌اعتمادی و خفقان سیاسی، القای فقدان راهبرد، سانسور شدید رسانه‌ای، اقتصاد بیمار دولتی، ناکارآمدی فناوری و در نهایت نیل به بی‌ثباتی در جمهوری اسلامی ایران در راستای پیشبرد اهداف امریکا بوده است.

جدول ۲. آزمون χ^2 ۲ مقوله‌های آسیب‌پذیری مورد تأکید رسانه (تحلیل کلی استنباطی ۱)

ارزش	O	E	O-E	(O-E) ²	$\frac{(O-E)^2}{E}$
۱	۱۲۷	۶۹/۶	۵۷/۴	۳۲۹۴/۱۶	۴۷/۳۳
۲	۵۳	۶۹/۶	-۱۶/۶	۲۷۵/۵۶	۴/۹۵
۳	۶۰	۶۹/۶	-۹/۶	۹۲/۱۶	۱/۳۲
۴	۷۵	۶۹/۶	۵/۴	۲۹/۱۶	۰/۴۱
۵	۳۳	۶۹/۶	-۳۶/۶	۱۳۳۹/۵۶	۱۹/۲۴
	$\sum O: ۳۴۸$				$\sum \chi^2: ۷۲/۲۵$

$$df = k-1 \quad 5-1=4$$

جدول ۳. توزیع فراوانی برجسته‌سازی مقوله‌های مورد تأکید شبکه رسانه‌ای صدای امریکا

ردیف	کد	مقوله	فراوانی	F درصد	رویکرد مورد تأکید رسانه
۱	I	مسائل داخلی	۱۷۵	۵۰/۳۰٪	نیل به بی‌ثباتی
۲	H	حقوق بشر	۶۷	۱۹/۲۵٪	فشار و ایجاد التهاب
۳	N	مسئله هسته‌ای	۵۰	۱۴/۳۶٪	فشار
۴	E	اقتصادی	۴۰	۱۱/۴۹٪	بی‌اعتمادی و ایجاد التهاب
۵	T	تروریسم	۱۶	۴/۶۰٪	بی‌اعتمادی و فشار
		جمع	۳۴۸	۱۰۰٪	پیشبرد اهداف امریکا

براساس جدول بالا، بیشترین موضوع مورد توجه این شبکه رسانه‌ای با ۵۰/۳۰٪ در بزرگ‌نمایی مسائل داخلی ایران و کمترین توجه آن در موضوع تروریسم با ۴/۶۰٪ در محدوده این تحقیق بوده است. با وجود این، به هر کدام از سایر مقوله‌های اقتصادی ۱۱/۴۹٪، حقوق بشر ۱۹/۲۵٪ و مسئله هسته‌ای ۱۴/۳۶٪ پرداخته شده است.

به‌طور کلی، رویکرد مورد توجه رسانه بی‌اعتمادی عمومی، ایجاد التهاب در جامعه، نیل به بی‌ثباتی، فشار درونی و خارجی به نظام در راستای پیشبرد اهداف امریکا در جمهوری اسلامی ایران بوده است.

جدول ۴. آزمون χ^2 مقوله‌های برجسته‌سازی مورد تأکید رسانه (تحلیل کلی استنباطی ۲)

ارزش	O	E	O-E	(O-E) ²	$\frac{(O-E)^2}{E}$
۱	۴۰	۶۹/۶	-۲۹/۶	۸۷۶/۱۶	۱۲/۵۸
۲	۱۷۵	۶۹/۶	۱۰۵/۴	۱۱۱۰۹/۱۶	۱۵۹/۶۱
۳	۶۷	۶۹/۶	-۲/۶	۶/۳۶	۰/۰۹
۴	۵۰	۶۹/۶	-۱۹/۶	۳۸۴/۳۶	۵/۵۱
۵	۱۶	۶۹/۶	-۵۳/۶	۲۸۰۹/۳۶	۷۸/۲۷
	$\sum O: 348$				$\sum \chi^2: 219.08$

$$df = k-1$$

$$5-1=4$$

۸.۱۸ نتایج تحلیل داده‌ها

براساس تحلیل صورت گرفته از مجموع داده‌های جداول استنباطی در محدوده فرضیه ۱

فرعی این تحقیق، نتیجه آزمون کای اسکوتر نشان می‌دهد که ارزش خسی ۲ مشاهده‌شده (۷۲/۲۵) در درجه آزادی ۴ از ارزش بحرانی (۹/۴۹) در سطح $P < ۰/۰۵$ بزرگ‌تر و تفاوت بین فراوانی‌های مشاهده‌شده تأیید می‌شود. در نتیجه، فرض صفر رد و فرض خلاف پذیرفته و فرضیه فرعی یک تأیید می‌شود.

همچنین، بر اساس تحلیل صورت‌گرفته از مجموع داده‌های جداول استنباطی در محدوده فرضیه ۲ فرعی، نتیجه آزمون کای اسکوتر نشان می‌دهد که ارزش خسی ۲ مشاهده‌شده (۲۱۹/۰۸) در درجه آزادی ۴ از ارزش بحرانی (۹/۴۹) در سطح $P < ۰/۰۵$ بزرگ‌تر و تفاوت بین فراوانی‌های مشاهده‌شده تأیید می‌شود. در نتیجه، فرض صفر رد و فرض خلاف پذیرفته و به‌طور کلی فرض فرعی دو نیز تأیید می‌شود.

از طرفی، ضعف راهبردها برای برخورد با تهدیدات رسانه‌ای باعث شده است تا بخش‌های مختلف کشور که در ارتباط با مسائل رسانه‌ای هستند، هر یک به سلیقه خود با موضوع برخورد کرده و تصمیمات منسجم و یکپارچه‌ای نگیرند و در عین حال موجب هدررفتن زمان و هزینه‌ها گشته و کارآیی تصمیمات را آسیب‌پذیر کنند، زیرا در صورت بروز این ناکارآمدی، مسئولان مجبور به گرفتن تصمیمات مقطعی و گاه ضعیف شده که همین تصمیمات نیز با تغییر سیاست‌گذاران تغییر می‌کند. نتیجه این بررسی نیز نشان می‌دهد که کمبود امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مناسب، محدودیت‌های مالی و بودجه‌ای، یکنواختی در ارائه برنامه‌ها، ناهماهنگی بین دیپلماسی و صداوسیما از مهم‌ترین نقاط ضعف و آسیب‌پذیر جمهوری اسلامی ایران برای مقابله با اقدامات رسانه‌ای شبکه صدای امریکا بوده و فرض فرعی سوم نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. از آنجایی که فرضیه‌های فرعی منبعث از فرضیه اصلی این کار پژوهشی است با تأیید فرضیه‌های فرعی، فرضیه اصلی تحقیق نیز با قطعیت تأیید می‌گردد. بنابراین، شبکه رسانه‌ای صدای امریکا با برجسته‌سازی اختلافات و مسائل داخلی، مشکلات ناشی از تحریم اقتصادی، مسئله هسته‌ای، حقوق بشر و تروریسم زمینه مساعدی را برای پیشبرد اهداف ایالات متحده علیه جمهوری اسلامی ایران فراهم کرده است.

۱۹. نتیجه‌گیری

به‌طور کلی، فعالیت‌های شبکه رسانه‌ای صدای امریکا ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و امنیتی را دربرداشته که در عرصه سیاسی، زیرسؤال‌بردن سه رکن

مشروعیت نظام جمهوری اسلامی، کارآمدی نظام دینی در اداره جوامع امروزی و توانایی و صلاحیت دولت‌مردان مسلمان از مهم‌ترین اهداف رسانه یادشده بوده است که با شیوه‌ها و برپایه دست‌آویزهای مختلف و متنوع مورد توجه واقع شده است. طرح شبهات مختلف در زمینه حقوق بشر، تروریسم، آزادی سیاسی و بیان حقوق اقلیت‌ها و صلح و ثبات منطقه، موضوعات مهمی به‌شمار می‌رود که برای زیرسؤال‌بردن سیاست‌های جمهوری اسلامی و اعمال فشار بر آن مورد بهره‌برداری این رسانه قرار گرفته است.

در بُعد اقتصادی نیز تلاش برای زیرسؤال‌بردن سیاست‌ها، برنامه‌ها و مدیریت اقتصادی کشور به منظور سلب اعتماد عمومی به نظام جمهوری اسلامی و القای ناامیدی نسبت به آینده کشور را مورد توجه قرار داده است. تلاش برای بزرگ‌نمایی و طرح مکرر مسئله احتمال تشدید تحریم اقتصادی ایران و طرح انزوای اقتصادی ایران و القای موضوع ناامنی سرمایه‌گذاری از دیگر اقدامات این رسانه به‌منظور اعمال فشار بر جمهوری اسلامی ایران بوده است. دست‌آویز قراردادن موضوعاتی همچون تورم، بیکاری، شکاف اقتصادی و مسائل معیشتی مردم به منظور القای حس نارضایتی نسبت به نظام از دیگر اقدامات این رسانه در حوزه اقتصاد محسوب می‌شود.

در بُعد اجتماعی، تلاش آن بر زیرسؤال‌بردن ارزش‌های اجتماعی حاکم بر جامعه ایران متمرکز شده است. همچنین، بزرگ‌نمایی مسائل و مشکلات اجتماعی با بهره‌گیری از زمینه‌های آسیب‌هایی همچون اعتیاد، بیکاری، حاشیه‌نشینی و فقر از دیگر اقدامات آن در جهت اعمال فشار بر جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شود. این شبکه رسانه‌ای در این زمینه القای ناکارآمدی نظام جمهوری اسلامی را در جهت حل مشکلات جامعه هدف خود قراردادده است. علاوه بر آن، توجه به قشرهایی که زمینه‌های بیشتری دارند همچون زنان و جوانان و بزرگ‌نمایی مسائل و مشکلات آنها، از دیگر راهکارهای آن برای جلب مخاطب بیشتر و تأثیرگذاری بر فضای سیاسی داخلی ایران محسوب می‌شود. القای وجود محدودیت‌های اجتماعی و ناامنی اجتماعی از دیگر سیاست‌های آن در زمینه اجتماعی محسوب می‌شود. در این زمینه، تلاش این رسانه در جهت احساس ناامیدی نسبت به آینده کشور و سلب اعتماد عمومی از نظام متمرکز است.

در بُعد فرهنگ، تلاش بر کم‌رنگ کردن ارزش‌های اسلامی و انقلابی در جامعه ایران، زیرسؤال‌بردن دستورها و احکام دینی در زمینه‌های مختلف از جمله حجاب، حقوق زن و مرد و موسیقی و ... از دیگر اقدامات این شبکه رسانه‌ای است. از دیگر فعالیت‌های آن،

تبلیغ آیین مسیحیت و فرقه‌های ضالّه همچون بهائیت، غیرمستقیم در حوزه فرهنگ به‌شمار می‌رود و همچنین تبلیغ ماهواره، اینترنت و سایت‌های اینترنتی خاص و کتب و مجلات با گرایش‌های ضد دینی از جمله دیگر اقدامات این رسانه است. در این زمینه، تأکید بر القای تفاوت میان فرهنگ ایرانی و ارزش‌های اسلامی از جمله سیاست‌های آن به منظور اثرگذاری بر فضای فرهنگی کشور به‌شمار می‌رود.

در حوزه دفاعی و امنیتی نیز از یک‌سو بر القای ناامنی و بزرگ‌نمایی مسائل و مشکلات امنیتی توجه داشته و از سوی دیگر تلاش می‌کند تا جمهوری اسلامی ایران را قدرت تهدیدکننده صلح و ثبات منطقه جلوه دهد 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 جنگ‌طلب است و منافع ملی کشور را فدای سیاست‌های خاص خود می‌کند، از سیاست‌های مهم آن است. طرح اتهامات واهی در زمینه مداخله جمهوری اسلامی ایران در امور دیگر کشورها و ارتباط تهران با گروه‌های تروریستی از سیاست‌های دیکته‌شده این رسانه در حوزه امنیت جهت اعمال فشار بر جمهوری اسلامی ایران است.

همچنین، القای وجود فضای امنیتی، وجود خشونت در اداره کشور از یک‌سو و از سوی دیگر، تلاش برای بزرگ‌نمایی مسائل کشور از اقدامات دیگری است که شبکه رسانه‌ای صدای امریکا در حوزه امنیت مرتکب می‌شود؛ با این هدف که به مخاطب خود به لحاظ روانی، احساس ناامنی و یأس و ناامیدی را نسبت به آینده کشور القا کند و در مجموع اعتماد آنها را نسبت به توانایی جمهوری اسلامی در اداره آرام کشور و توسعه آن سلب نمایند.

در پایان، برای فایق آمدن در مقابل حجم گسترده فعالیت و تهدید رسانه‌ای شبکه‌های یادشده به‌ویژه صدای امریکا پیشنهادها و راهکارهای مقابله‌ای، رصد کردن کلیه تهدیدهای نرم این رسانه‌ها و تعیین راهبردهای مقابله با آن توسط شورای عالی امنیت ملی کشور، تدوین راهبرد کلان رسانه‌ای و تبلیغی کشور توسط ارکان نظام مانند شورای عالی امنیت ملی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، شورای عالی انقلاب فرهنگی به موازات سند چشم‌انداز با توجه به اهمیت تهاجم و شبیخون و ناتوی فرهنگی دشمنان، معرفی چهره واقعی اسلام و ایران اسلامی به افکار عمومی داخلی و جهان، بررسی و مطالعه موضوع تهدیدات رسانه‌ای در دانشگاه‌های مرتبط با موضوع امنیت و قدرت و رسانه با توجه به نقش بی‌بدیل ارتباطات جمعی و رسانه‌ها در ساختار قدرت و استمرار تهدیدات بیگانگان،

ارتقای روحیه ملی از طریق آگاهی‌بخشی در خصوص هویت ملی و ارزش‌های ملی از طریق رسانه‌ها به‌ویژه صداوسیما، اطلاع‌رسانی صحیح، خوب و به‌موقع از امور کشور و اخبار و وقایع داخلی از طریق رسانه‌های ملی و در راستای بی‌نیازکردن مخاطبان از رسانه‌های بیگانه، آموزش و تعمیق اعتقادات و معارف اسلامی از طریق حوزه‌های علمیه، دانشگاه‌ها، مدارس، رسانه‌ها و واکنش‌کردن مخاطبان در مقابل شبهات و القائات منفی، مقابله سخت‌افزاری با تهدیدات رسانه‌ای به‌وسیله پارازیت و فیلترکردن، انتخاب مدیران لایق و شایسته برای مدیریت بهینه امور کشور به منظور جلوگیری از سوءاستفاده دشمن در القای ناتوانی نظام اسلامی و مسئولان آن و اجرای راهبردهای پیشنهادی با تداوم انحصار دولت بر رسانه‌های ملی صداوسیما و ماهواره طبق اصول مختلف قانون اساسی، به دستگاه‌های مهم مرتبط اجرایی ارائه می‌گردد.

منابع

- امینی، محمد (۱۳۸۳). *رسانه و فرهنگ*، تهران: دانشکده علوم و فنون فارابی.
- بخت‌ور، محمدرضا (۱۳۸۱، ۱۸ خرداد). «دیپلماسی رسانه‌ای (قسمت اول)»، *روزنامه همشهری*، ش ۲۷۴۳.
- برگر، پیتزال (۱۳۸۰). *افول سکولاریسم*، ترجمه افشار امیری، تهران: پنگان.
- حاذق نیکرو، حمید (۱۳۸۵). «جنگ رسانه‌ای»، *فصلنامه عملیات روانی*، ش ۱۴.
- حسینی، حسین (۱۳۸۸). *تهدیدات رسانه‌ای و راهبردهای مقابله‌ای*، تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی.
- زینوند لرستانی، خیرالله (۱۳۸۸). *بررسی بازتاب اخبار انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸ آمریکا در وبسایت‌های خبری ایرنا و بخش فارسی صدای آمریکا*، تهران: دانشکده صداوسیما.
- ساوه‌درودی، مصطفی (۱۳۸۱). *مدیریت بحران‌های امنیتی*، تهران: مرکز مطالعات فارابی.
- سیلان اردستانی، حسن (۱۳۸۳). «عملیات روانی و دیپلماسی رسانه‌ای»، *فصلنامه عملیات روانی*، ش ۷.
- سورین و تانکاراد (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
- قانع‌بصری، محمدحسین (۱۳۷۲). *عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران*، تهران: مرکز مطالعات کاربردی فارابی.
- گالبرایت، جان (۱۳۷۱). *آنتومی قدرت*، ترجمه محبوبه مهاجر، تهران: سروش.
- گروه مطالعات تهدید (۱۳۸۹). *مدیریت بحران‌های داخلی*، تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*، تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی فاران.
- مولانا، حمید (۱۳۷۵). «رسانه‌ها و انگاره‌سازی»، *فصلنامه رسانه*، س ۷، ش ۱.
- هانتینگتون، ساموئل (۱۳۸۰). *تمدن‌ها و بازسازی نظام جهانی*، ترجمه مینو احمدی سرتیب، تهران: کتاب‌سرا.

<http://www.rasanenews.com/negahimokhtasarbetarikhcheyeVOA>

<http://www.rasekhoon.net/article/show-84048.aspx>

<http://boltan.iribnews.ir/Archive.aspx>

<http://www.psir.ir/modules/article/view.article.php/24>

<http://najaf.parsiblog.com/Posts/136>

<http://aboozar.blogfa.com/post-1723.aspx>

<http://www.psyop.ir/p=1318>

<http://www.sokhane-ashena.com/maghaleh/89/8/magh38.php>

<http://iranbazgoo.persianblog.ir/post/79>

http://newdic.mart.ir/persian_sats.html

<http://forum.bidari-andishe.ir/thread-3150.html>

<http://forum.bidari-andishe.ir/thread-3150.html>

<http://najaf.parsiblog.com/Posts/136>

<http://www.gseis/ucla.edu/courses>

<http://www.stat.at/cgi-bin/presstext.pl?INDEX=2005008379>

<http://www.stat.at/cgi-bin/presstext.pl?INDEX=2005008379>