

بازدارندگی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران؛ ضرورت و راهکارها

محسن محمدی خانقاهی^۱ | صفیه رضایی^۲

چکیده

به دلیل تقابل نظام جمهوری اسلامی ایران با نظام لیبرال غرب، یک تهاجم عظیم و پیچیده رسانه‌ای علیه ایران عملیاتی می‌شود و به این علت، نیاز است تا جهت حفاظت از قلمرو روانی جامعه ایرانی و توسعه تاب‌آوری نرم، به ایجاد و توسعه بازدارندگی رسانه‌ای اندیشید. هدف اصلی از بازدارندگی رسانه‌ای، کاهش یا از میان برداشتن تهاجم روانی رسانه‌ای یا اثرات و پیامدهای آن از طریق افزایش هزینه‌هاست تا طرف مقابل را بدین نتیجه برساند که هزینه‌های حمله از منافع آن پیشی می‌گیرد. از این‌رو هدف اصلی این نوشتار بررسی ضرورت بازدارندگی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران است. در راستای تدوین داده‌های پژوهش از روش کیفی، تحلیل-اسنادی و از ابزار فیش‌برداری استفاده شده است. در راستای تحقق بازدارندگی رسانه نظام ج.ا.ایران نیز، راهکارهایی چون توسعه سواد رسانه‌ای جامعه و شهروندان، عملیاتی شدن شبکه ملی اطلاعات و حکمرانی مؤثر بر فضای مجازی، ایجاد مرکزی واحد برای رصد، پیشگیری، مقابله و پاسخ به اخبار جعلی و شایعات و همچنین، تقویت مرجعیت رسانه ملی پیشنهاد می‌شود.

کلمات کلیدی: رسانه، بازدارندگی رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، جمهوری اسلامی ایران

شماره ۱(۱)

سال ۱

فصل تابستان ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

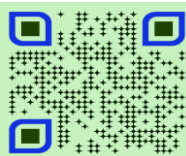
تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۵/۲۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۶/۱۵

صص: ۱۲۵-۱۰۶



^۱دکتری تخصصی آینده پژوهی انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

mohamadihi@gmail.com

^۲دانش آموخته دکتری مطالعات سیاسی انقلاب اسلامی دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

استناد: خانقاهی، محسن محمدی و رضایی، صفیه. (۱۴۰۳). بازدارندگی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران؛ ضرورت و راهکارها. شناخت پژوهی

مطالعات سیاسی، ۱(۱)، ۱۲۵-۱۰۶. doi: 10.20241403/CRPS.2408.1003.1.1.1

Khanghahi, M. M., rezaee, S. (2024). media inhibition of the Islamic Republic of Iran; Necessity and solutions. *Cognitive research of political studies*, 1(1),106-125. doi: 10.20241403/CRPS.2408.1003.1.1.1



مقدمه

در عصر کنونی، فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی به پیشران بسیاری از دگرگونی‌ها بدل شده‌اند و رسانه‌ها به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی انسان نفوذ کرده و آن را از خود متأثر ساخته‌اند. بی‌تردید امروزه رسانه‌ها نقش بی‌بدیلی در تولید قدرت و امنیت برای کشورها دارند و در پیشبرد سیاست‌ها و منافع ملی، نقش جدی و ویژه‌ای ایفا می‌کنند. از سوی دیگر به باور کارشناسان، امروزی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در نبردها به مثابه سلاح بکار گرفته شده و به‌عنوان مکمل بخش‌های نظامی، اقتصادی و... عمل می‌کنند. آن‌گونه که در اعمال راهبرد تحریم و فشار حداکثری علیه ملت ایران در دوره پسابرجام، رسانه‌های غربی اصلی‌ترین بازیگران در پیشبرد اهداف تعیین شده بوده و فشار حداکثری را در حریم روانی ایران عملیاتی می‌کنند. به‌گونه‌ای که می‌توان گفت اثرات و پیامدهای تهاجم روانی رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران در پسابرجام و در سال‌های اخیر به‌ویژه آشوب‌های ۱۴۰۱، بیش از فشارهای اقتصادی و سیاسی بوده و این نشان از آن دارد که دشمنان توجه ویژه‌ای به این حوزه داشته و بر اساس نظرات کارشناسی، میزان آسیب‌پذیری کشور نیز در این زمینه بیش از سایر حوزه‌هاست. بنابراین در گام دوم انقلاب اسلامی و در راستای توسعه و نهادینه‌سازی کلان راهبرد مقاومت فعال، کسب توانمندی رسانه‌ای برای پیشبرد منافع و دستیابی به بازدارندگی در برابر تهاجم عظیم و گسترده رسانه‌ای طرف مقابل، ضرورتی راهبردی است و بدون دستیابی به این مهم، راهبرد مقاومت فعال به نتیجه مطلوب نخواهد رسید. ناظر به این مسئله، پژوهش کنونی در پی تبیین ضرورت و تدوین راهکارهای کسب بازدارندگی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران می‌باشد و بر این اساس، سؤال اصلی پژوهش این‌گونه صورت‌بندی می‌شود: ضرورت و راهکارهای کسب بازدارندگی رسانه‌ای توسط جمهوری اسلامی ایران چیست؟ برای پیشبرد این پژوهش و پاسخ به سؤال اصلی، از روش کتابخانه‌ای و تحلیل اسنادی بهره گرفته شده است.

۱- مبانی نظری و مفهومی

۱-۱- پیشینه پژوهش

سام بند و همکاران (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای با عنوان قدرت بازدارندگی رسانه‌ای تلویزیون و کاربست دفاعی آن با تأکید بر توانمندسازی فردی اشاره دارد که عوامل محیطی، انسانی، تلویزیون، برنامه‌ریزی و ویژگی‌های مخاطب می‌توانند متغیر توانمندسازی فردی را پیش‌بینی کنند. آزمون مدل

نیز نشان می‌دهد مدل پیشنهادی ۶۲/۷ درصد از تغییرات مربوط به توانمندسازی فردی را تبیین می‌کند. بر اساس نتایج نهایی پژوهش، تلویزیون ج.ا.ایران بر توانمندسازی فردی اثر مستقیم دارد. زابلی زاده و وهاب‌پور (۱۳۹۷)، در مقاله خود با عنوان قدرت بازدارندگی در فضای سایبر اشاره دارند که هر چند استراتژی بازدارندگی نمی‌تواند همانند دوران جنگ سرد در فضای مجازی نیز کارآیی داشته باشد، اما پتانسیل زیادی برای محافظت از منافع و امنیت ملی کشورها دارد. سه مؤلفه اساسی برای کارآمدی این استراتژی نیز شناسایی شدند که عبارت‌اند از قدرت دفاعی زیاد، قابلیت شناسایی مهاجم و توانمندی انجام اقدامات تلافی جویانه سخت. شناسایی مؤلفه کلیدی و اساسی نظریه بازدارندگی در حوزه سایبری هست چرا که شناسایی موفق، متضمن مؤثر و مفید بودن اقدامات تلافی جویانه است و باعث می‌شود که تهدیدات واقعی از بین بروند. همچنین یافته‌های این مقاله نشان می‌دهند که استراتژی بازدارندگی بدون اقدامات تلافی جویانه، موفق نخواهد بود. در نبود اقدامات تلافی جویانه، مهاجمان بالقوه هم انگیزه‌ای برای خودداری از حمله ندارند.

۱-۲- قدرت و جنگ نرم

قدرت نرم از مقوله‌ها و مباحث کلیدی در دانش سیاست و مورد تأمل جدی در آثار سیاسی است. این وضعیت به علت اهمیت ملموس و عینی قدرت در دو حوزه سیاست خارجی و داخلی در راستای عملیاتی کردن خط مشی‌ها، اجرای برنامه‌ها و نیز دستیابی به اهداف ملی است. در دهه‌های گذشته به صورت معمول، عناصر عینی و ملموس قدرت را به عنوان ارکان اساسی قدرت یک دولت تلقی می‌کردند، اما تغییر و تحولات پس از پایان جنگ سرد و پیشرفت‌های شتابان در حوزه فناوری به‌ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات، سبب کاهش اهمیت ابزارها و عناصر عینی و سخت قدرت و برجسته شدن عناصر نرم و اقبال فزاینده بازیگران مختلف به کاربرد قدرت نرم در راستای تحمیل اراده به همدیگر شده است (Mayeli & Motiee, 2016: 190).

قدرت نرم مفهومی است که در دانش و نظریه‌های روابط بین‌الملل و برای وصف ظرفیت و قابلیت یک دولت یا مجموعه سیاسی برای نفوذ غیرمستقیم بر علائق یا رفتار دیگر مجموعه‌های سیاسی به وسیله ابزارهای فرهنگی استفاده می‌شود. این مفهوم برای اولین بار توسط ژوزف نای در ۱۹۹۰ مطرح شد؛ وی لازمه موفقیت و پیروزی در سیاست‌های جهانی را بهره‌گیری از قدرت سخت به همراه قدرت نرم می‌داند. از نظر نای، قدرت نرم توانایی جذب کردن است که اغلب به رضایت منجر می‌شود؛ در واقع قدرت نرم شیوه غیرمستقیم دستیابی به نتایج مطلوب و دلخواه است. در مقابل، قدرت سخت که بر تهدید یا پاداش مبتنی می‌باشد، قدرت نرم بر اقناع متکی بوده و بدون

تهدید و پاداش اعمال می‌شود (Askari, 2009: 67). از منظر نای در عصر ارتباطات و اطلاعات، کشورهای دارای قدرت و نفوذ هستند که ایده‌های محوری و فرهنگ آنان به هنجارهای جهانی بدل شود؛ بر این اساس، سیاست‌های مقبول داخلی و خارجی، کنترل ابزارهای ارتباطاتی و فرهنگ، از مؤلفه‌های کلیدی قدرت نرم می‌باشند (Mayeli & Motiee, 2016: 191).

از سوی دیگر، مفهوم جنگ نرم از جمله مفاهیم چندان توسعه نیافته در ادبیات مطالعات امنیتی و روابط بین‌الملل است که به اشکال گوناگونی تعریف می‌شود؛ برخی بر مبنای ابزارها و مصادیق، نبرد نرم را بر اساس جنگ رسانه‌ای، عملیات روانی، جنگ فرهنگی و... تعریف می‌کنند. بعضی دیگر نیز نبرد نرم را بکارگیری قدرت نرم جهت شکل‌دهی به خواسته‌ها و انتظارات یک جامعه تعریف می‌کنند (dehghani firooz abadi, 2011: 7). باید گفت که جنگ نرم جنگ ایده‌هاست و ایده‌ها از اصلی‌ترین هدایت‌گران راهبردی بازیگران می‌باشند. نبرد ایده‌ها مواجهه و برخورد مفاهیم، تصورات، انگاره‌ها و چشم‌اندازهاست؛ هرچند که تفاسیر آنان نیز خود دارای اهمیت است؛ چرا که مهم‌تر از انگاره‌ها و تصورات، شیوه درک آن‌ها می‌باشد (Jalalpoor, Paifard, & Falah, 2016: 132). این جنگ در سطوح بنیادین به معنی فروپاشی از درون است که دربرگیرنده هر نوع اقدام تبلیغاتی، روانی و رسانه‌ای است که جامعه هدف را نشانه گرفته و بدون درگیری نظامی و خشونت، رقیب و طرف مقابل را به شکست یا انفعال می‌کشاند. این جنگ با هدف قرار دادن اندیشه و فکر ملت‌ها و جوامع، نقش کلیدی در تزلزل بنیان‌ها و حلقه‌های فرهنگی و فکری ملت‌ها بازی می‌کند و این جهت، صاحب‌نظران بر این باورند که کلیدی‌ترین ابزار در این نبرد پنهان، رسانه‌ها می‌باشند (Khashei, 2009: 130).

در این جنگ سعی بر آن است تا به مراکز ثقل موضوعات مرجع امنیت، یعنی وحدت و تمامیت ملی یک کشور، وفاق ملی - سیاسی، مشروعیت نظام سیاسی، اعتماد ملی و... که از منابع اساسی سرمایه اجتماعی می‌باشند، صدمه و خدشه وارد شود. واضح است که کاهش رضایت شهروندان می‌تواند نقش کلیدی در فروکاست حساسیت سیاسی و انعطاف‌پذیری ملی داشته باشد. در جنگ نرم، عامل تهدید در پی فراهم آوردن الگوهای اقناعی است و سعی دارد تا مخاطب را به گونه‌ای تحت تأثیر قرار دهد که اولویت‌ها و ترجیحات خود را بر اساس خواسته‌های عامل تهدید درک و فهم کند. بخشی از این اهداف با اثرگذاری بر افکار به وسیله «الگوپذیری» و «باورسازی» کسب می‌شود و بخشی دیگر مسخ الگوهای رایج و «باورسوزی» است (Shirmia & ZaidiNazar, 2015: 7).

بر این اساس می‌توان گفت جنگ نرم هر نوع اقدام غیرخوشنوت آمیز است که از طریق هنجارها و ارزش‌ها، منجر به تغییر و تحول در الگوهای رفتاری و ایجاد الگوهای نو و معارض با الگوهای رفتاری نظام حاکم شده و در حالت شدید، قادر است با شکل دادن به بحران مشروعیت، به اقدامات سخت نیز منجر شود. هدف‌های دشمن در جنگ نرم هنگامی تحقق می‌یابد که در جامعه هدف، نه تنها ادراک و احساسی از تهدید نباشد، بلکه آن را مطلوب خود تلقی کرده و پذیرفتن آن را اولویت خود بدانند. این اولویت می‌تواند به شکل آموزش و پرورش، فرهنگ‌سازی و ترغیب صورت گیرد. تهدید نرم به شکل پنهان و خفته در زمینه موردنظر پیشروی کرده و حوزه‌های نرم همانند فرهنگ، هویت، مشارکت، مشروعیت، کارآمدی، مدیریت و امنیت ملی را به چالش کشیده و سپس امکان مدیریت تهدید در عرصه‌های سخت و نرم را به میزان زیادی کاهش می‌دهد (Qudsi, 2018: 82). جنگ نرم که اکنون به‌عنوان پروژه‌ای بزرگ علیه جمهوری اسلامی ایران در حال طراحی و اجرایی شدن است، در شاخص‌هایی همانند شکل دادن به نارضایتی، ناامیدی، عملیات رسانه‌ای و نبرد روانی، القای ناکارآمدی و... متبلور می‌شود. در برآیند جنگ نرم، عوامل براندازی یا از زمینه‌های موجود در جامعه برای پیشبرد هدف‌های خود استفاده می‌کنند یا به صورت مجازی سعی در تولید نارضایتی در شهروندان و بهره‌برداری از آن را دارند (Khashei, 2009: 132).

۳-۱- رسانه‌های اجتماعی، افکار عمومی و نبرد ترکیبی

اگر در برداشتی موسع، امنیت را پایداری و پویایی هنجارها و ارزش‌ها در اشکال انضمامی و انتزاعی آن تلقی کنیم، با توجه به اثر مستقیم و غیرمستقیم اطلاعات و اثر آشکار یا پنهان رسانه در تحول و شکل‌دهی ارزش‌ها و هنجارها، به سادگی می‌توان از آثار ناشی از تولد رسانه‌های نوین بر امنیت ملی صحبت کرد (Qudsi, 2018: 79). به عبارتی در الگوی نوین از امنیت، رسانه‌ها با ایجاد تحول و تغییر ارزش‌ها، اعتقادات، باورها، ادراکات تصاویر و ذهنیات جامعه، بستر را برای پذیرش و اقبال تفکرات و خواسته‌های بنیان و طراحان نبرد ترکیبی ایجاد می‌کنند. در این نوع از نبرد، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی با قدرت بالای تصویرسازی می‌توانند عامل ایجاد و همچنین تشدید کننده نبرد باشند (Jalalpoor, Paifard & Falah, 2016: 134). رسانه‌ها و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، با تخریب بنیان‌های فکری و اعتقادی، ایجاد اختلاف و فضای قطبی، ایجاد ابهام و تردید و... پروژه نبرد ترکیبی را در راستای به انفعال و پیروی کشاندن جامعه هدف (Ebrahimi & Mohammadi, 2012: 54) و اختلاف افکنی بین احزاب سیاسی، نژادها، مذاهب، بین یک ملت و دولت آن و... عملیاتی می‌کنند (Mohammadi Khanqahi & Azadi, 2019: 62).

انتشار و پوشش برخط اخبار و تحولات، حجم بالای تولید محتوا و همچنین تعاملی بودن و باورپذیری این شبکه‌ها برای کاربران، نقش شبکه‌های اجتماعی در هدایت افکار عمومی را راهبردی ساخته است. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی با قابلیت ارتباطی ویژه، زمینه‌ساز شکل‌گیری و رشد جنبش‌های نوین فکری-اجتماعی، هویت‌های به حاشیه رفته و گفتمان‌های غیررسمی شده‌اند. این جنبش‌های نوپدید، متکثر و متفاوت اجتماعی، در ساختار این شبکه جهانی رشد می‌کنند و در فرایند ارتباطات جهانی، در صحنه مبارزات فکری قابل باور می‌شوند (khaniki & Babaei, 2010: 89-90). از سوی دیگر، فرایند هویت‌سازی ناشی از ارزش‌های لیبرال دموکراسی، در زمان وقوع بحران، زمینه‌ساز کارکردهای عملیات روانی توسط شبکه‌های اجتماعی می‌شود؛ «تلاشی هدفدار که قصد نهایی آن شکل دادن به عقاید، ارزش‌ها، افکار و رفتار مردم در جهت خاص سیاسی می‌باشد» (Fathi-Ashtiani, 1998: 39). در مجموع می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی در نبرد هیبریدی به مثابه «سلاح» به کار گرفته می‌شوند و در مواردی چون جمع‌آوری اطلاعات، هدف‌گیری، اطلاع‌رسانی و تأثیر، عملیات سایبری، فرماندهی و کنترل، دفاع و نفوذ، نقش کلیدی بازی می‌کنند (svetoka, 2016: 13-15). در این میان می‌توان به قابلیت جمع‌آوری اطلاعات و داده‌پردازی در بستر رسانه‌های اجتماعی اشاره کرد. این قابلیت می‌تواند زنجیره تکمیل، تحلیل اطلاعات و عملیات روانی را در نبرد ترکیبی تقویت کند. در واقع این رسانه‌ها چارچوب مؤثری برای خبرچینی و نفوذ هستند که از ارکان اصلی جنگ ترکیبی به شمار می‌آیند. به علاوه این که قابلیت اطلاع‌رسانی در بستر رسانه‌های اجتماعی زمینه جنبش‌های اجتماعی جدید را رقم زده است. در واقع رسانه‌های اجتماعی، به‌طور فزاینده‌ای، «سلاح انتخابی» برای بازیگران دولتی و غیردولتی هستند. همچنین حوادث مهر و آبان ۱۴۰۱ نشان داد که بدون توان کنترل شبکه‌های اجتماعی و تعاملات کاربران فضای مجازی، امکان مدیریت افکار عمومی و کنترل مؤثر و کم‌هزینه تحولات سیاسی اجتماعی مقدور نیست و بایستی مقوله حکمرانی بر فضای سایبر و بومی‌سازی شبکه‌های اجتماعی را مورد توجه قرار دارد.

۱-۴- بازدارندگی رسانه‌ای؛ تأملی مفهومی

بازدارندگی به معنای افزایش پیشگیری از حمله حریف به وسیله اقناع او به غیر مؤثر و غیر مفید بودن حمله یا فزونی میزان تهدیدی است که در واکنش بدان محتمل خواهد شد. بازدارندگی به‌عنوان یکی از مفاهیم اساسی در تحلیل واقع‌گرایانه از قدرت، چهره دیگری از مفهوم سنتی توازن قدرت و شکلی از نفوذ در روابط و مناسبات بین‌المللی و جامعه آنارشیستیک جهانی، جلوه‌ای از آمادگی و جهتگیری سیاست‌های ملی در خودیاری می‌باشد که بر اساس بدیهی بودن روابط قطبی

و وجود دشمن، حفظ وضع موجود و توازن قدرت را به مثابه امری حیاتی می‌شمارد که جدا از کار ویژه نظامی، پشتیبان سیاست خارجی و دیپلماسی می‌باشد (Saed, 2010: 97). با توجه به تحول در ماهیت قدرت، امنیت و تهدید در دهه‌های اخیر، در کنار بازدارندگی سخت می‌توان از بازدارندگی نرم و به صورت خاص بازدارندگی رسانه‌ای نیز صحبت کرد. در واقع به دلیل برجسته شدن نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به تحولات سیاسی اجتماعی و قدرت ملی و یا در نقطه مقابل، ایجاد تهدید علیه منافع و امنیت کشورها و جوامع، بحث بازدارندگی رسانه‌های به‌عنوان امری مهم و راهبردی، مورد توجه قرار گرفته است.

در واقع عصر جدید امتیاز ویژه و خاصی برای آشکارسازی، گشودگی، اقناع و ایجاد ائتلاف در مقابل استفاده از زور و توحش به ارمغان آورده و امروز اهداف سیاسی و دیپلماتیک، بیش از آن که بر دست‌یابی به توافق مبتنی باشد بر تولید جاذبه و آفریدن پیروان با انگیزه و تمایل بالا، توجه و تأکید دارد. پیش از این، هرگز مرزها به این میزان بر روی تصاویر و عقاید باز و گشوده نبود. با گسترش سرعت انتقال اطلاعات و توسعه دسترسی آن، توان دولت‌ها جهت ترویج دیدگاه‌هایشان به افکار عمومی بیگانه، به مشخصه اساسی دیپلماسی بدل شده است؛ چرا که شهروندان تحصیل کرده و آگاه‌تر می‌شوند و از این‌رو می‌توانند در مقابل پروپاگاندا، واکنش نشان دهند. این وضعیت، رقابت‌های جدیدی را در زمینه‌های سیاست خارجی و دیپلماسی برانگیخته است، بر این اساس که برای جلب اعتماد اذهان و افکار شهروندان، رویکردی با دامنه جهانی اتخاذ کنند.

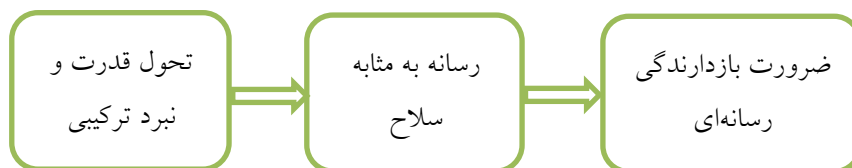
در متن بازی‌ها و سیاست‌های برآمده از استراتژی‌ها و طرح‌های مبتنی بر ارزش‌ها و اصول رایج و مردم‌سالار امروز در دنیا، دسترسی به دیپلماسی مؤثر، به توان و ظرفیت بسیج بخش عمده افکار شهروندان و به خصوص مخاطبان دولت در حوزه جهانی و بین‌المللی دارد؛ چرا که در جوامع کنونی شهروندان به وسیله رسانه‌ها به ویژه تلویزیون و اخیراً شبکه‌های اجتماعی، به کسب اطلاعات پرداخته و عقیده سیاسی خود را شکل می‌دهند (KharaziAzar, 2014: 121). از این جهت است که حکمرانی به ارزیابی‌های روزانه از اثرات بالقوه تصمیم‌گیری‌های حکومت بر افکار عمومی وابستگی یافته و رسانه‌ها با توسعه پوشش فراملی و عمدتاً جهانی، اصلی‌ترین تغذیه‌کننده‌های اذهان شهروندان می‌باشند (Farhangi, Samband, Salehi Sedghyani & Ghaedi, 2021: 62).

عموم شهروندان و اصحاب رسانه از حکومت‌ها انتظار دارند تا قبل از رخ دادن مسائل، موقعیت‌ها را مشخص کرده و تصمیمات لازم را اتخاذ نمایند. این که دولت‌ها در محیط بیرونی و فراملی در باب چه چیزی تصمیم بگیرند، در مورد چه مسائلی صحبت کرده و چه چیزی را انجام دهند به

سرعت بدل به مناظره‌ها و بحث‌های عمومی داخلی شده و در نقطه مقابل نیز، این که دولت‌ها در باب چه چیزی صحبت کرده و چه اقداماتی را انجام دهند، با شتاب به عملیات رسانه‌ای در عرصه فراملی بدل می‌شود (KharaziAzar, 2014: 122). از این منظر است که رسانه‌ها می‌توانند کارکرد بازدارندگی داشته باشند. در حوزه امنیت و دفاع ملی، هر چند که اکنون اهمیت و اثربخشی بازدارندگی رسانه‌ای همانند زمینه‌های نظامی و دفاعی ملموس نیست، با این وجود ظرفیت و توان بالایی جهت حفاظت از امنیت و منافع ملی دارد.

نظرات کارشناسی و واقعیات موجود نیز حاکی از آن است که با گسترش فناوری ارتباطی و اطلاعاتی، دامنه و شدت تهدیدات نیز در عرصه روانی در حیات فردی و ملی روندی فزاینده را طی می‌کند؛ از این جهت حیاتی است تا دولت‌ها تدابیر و اقدامات جدیدی را برای مقابله با آن‌ها در پیش گیرند و به ایجاد بازدارندگی در این حوزه به صورت جدی بیاورند. این امر به ایجاد نوعی قابلیت و توانمندی منجر می‌شود تا ضمن صیانت از «قلمرو روانی جامعه» و مصون ساختن آن در برابر تهدیدات نرم و حملات رسانه‌ای، در برابر تهدیدات مطرح و نوین در این زمینه از سوی بیگانگان و دشمنان، مقابله به مثل کرد و آنان را از توسعه تهاجم و تهدید، بازدارند.

بنابراین هدف از بازدارندگی در این زمینه، ایجاد تمایز میان شروع و انجام اقدامات خصمانه است. دولتی که از قابلیت بازدارندگی در فضای رسانه‌ای و مجازی برخوردار است، تهدید می‌کند که کنش‌ها و رفتارهای خصمانه و نامناسب در این زمینه را مجازات می‌کند. در واقع هدف اصلی از بازدارندگی رسانه‌ای، کاهش یا از میان برداشتن امکان و خطر حملات روانی رسانه‌ای یا اثرات و پیامدهای آن از طریق افزایش هزینه‌هاست تا طرف مقابل را بدین نتیجه برساند که هزینه‌های حمله از منافع آن پیشی می‌گیرد. به‌ویژه این پدیده در فضای سایبر برجسته‌تر و پررنگ‌تر است؛ چراکه شناسایی منبع حمله موضوع مهمی است و از این جهت بازدارندگی در این زمینه، سه حوزه دفاع (صیانت از زیرساخت‌های ارتباطی کشور)، شناسایی (توانایی مرتبط ساختن حمله به منبع یا بازیگری خاص) و تلافی کردن را در برمی‌گیرد (zabolizadeh, 2018: 81). در مجموع باید گفت بازدارندگی رسانه‌ای به وضعیتی اطلاق می‌شود که یک نظام سیاسی «توان صیانت از حریم و قلمرو روانی جامعه و همچنین جریان داده و اطلاعات داخلی خود را داشته و از امکان پاسخ مؤثر به تهدیدات و نبردهای روانی رسانه‌ای» برخوردار باشد. در راستای مطالب اشاره شده، الگوی مفهومی پژوهش به شرح ذیل تشریح می‌گردد:



۲- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است؛ هدف تحقیقات کاربردی، توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص است. به عبارت دیگر، تحقیقات کاربردی به سمت کاربرد عملی دانش هدایت می‌شود (Hijazi, Sarmad & Bazargan, 2023) و از نظر ماهیت، پژوهشی کیفی است. روش تحقیق حاضر نیز، تحلیل اسنادی می‌باشد. به کارگیری روش پژوهش اسنادی یکی از ویژگی‌های عمده روش‌شناختی در پژوهش‌های علوم انسانی، به‌ویژه مطالعات جامعه‌شناختی با بُرد کلان، به‌شمار می‌رود. استفاده نظام‌یافته و هدف‌مند از روش اسنادی، مستلزم آگاهی از زمینه معرفت‌شناختی و جنبه‌های تکنیکی آن است. منابع و اسناد مطالعاتی به‌مثابه ابزاری برای پی‌بردن به معانی، مقاصد و انگیزه‌های کنش‌های عاملان اجتماعی و اطلاع از پدیده‌های اجتماعی تلقی می‌شوند (Sadeqi & Erfanmanesh, 2015: 3). راهبرد اصلی پژوهش، استقرایی و قلمرو موضوعی آن، پژوهش در حوزه بازدارندگی رسانه‌ای است. ابزار گردآوری داده‌ها نیز فیش‌برداری از منابع و پژوهش‌های مرتبط می‌باشد.

۳- تأملی بر بازدارندگی رسانه‌ای ج.ا.ایران؛ ضرورت و راهکارها

بررسی و تأمل در رهنامه دفاعی کشور و سند چشم‌انداز توسعه ایران ۱۴۰۴ نشان از آن دارد که بازدارندگی همه‌جانبه امری مورد توجه و تأکید است و دیگر اسناد بالادستی دفاعی کشور نیز چنین رویکردی از دفاع ملی را مورد توجه و پذیرش قرار داده‌اند. بی‌تردید بازدارندگی نرم و به صورت خاص بازدارندگی رسانه‌ای، از اجزای اصلی و حیاتی برای تحقق این بازدارندگی همه‌جانبه است (Saed, 2010: 90). آن‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، منبع اصلی تولید قدرت نرم و نیز ابزار اصلی در ترکیبی، رسانه‌ها و به صورت خاص، رسانه‌های اجتماعی است و سایر برنامه‌ها و اقدامات سیاسی، دفاعی، اقتصادی و... در نسبت با این ابزار اصلی، ساماندهی و جایابی می‌گردد. در نقطه مقابل، دفاع هوشمندانه و همه‌جانبه در برابر تهاجم نرم و ترکیبی دشمنان و ایجاد تاب‌آوری حداکثری و کاهش آسیب‌ها و پیامدها، نیازمند توجه ویژه به رسانه و شبکه‌های اجتماعی است. به عبارتی، بدون

دست‌یابی به قابلیت راهبردی در حوزه رسانه و شکل‌دهی به بازدارندگی در این حوزه، نمی‌توان به شکل مؤثری در برابر اعمال قدرت و تهاجم دشمنان، تاب‌آوری داشت و به کنشگری فعال پرداخت. در زمینه بازدارندگی رسانه‌ای، رسانه‌های داخلی و متعلق به نظام جمهوری اسلامی ایران می‌توانند با بهره‌گیری مسئولانه و حرفه‌ای از ظرفیت‌های کنونی و ارتقای توانمندی شهروندان به ویژه از طریق آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای، قدرت بازیگری‌شان را در برابر رسانه‌های بیگانه و متخاصم افزایش داده و هر نوع اقدام سیاسی، نظامی و فرهنگی دشمن را کم‌اثر یا خنثی سازند. البته برای دست‌یابی به این هدف، نیاز است تا رسانه‌های داخلی به اتخاذ راهبرد فعال و فوق‌فعال روی آورند (Farhangi, Samband, Salehi Sedghyani & Ghaedi, 2021: 62). از این جهت نیاز است تا رسانه‌های داخلی از رویکرد انفعالی و تدافعی خارج شده و خود را به راهبرد فوق‌فعال تجهیز نمایند و بر این اساس به جای اثرپذیری حداکثری از شرایط موجود و دیپلماسی رسانه‌ای بیگانگان، به اثرگذاری حداکثری بر سایر بازیگران و شرایط محیطی و انطباق حداکثری آن با اهداف و مطلوبیت‌های خود بپردازند (Mohammadi Khanqahi & Dadgaran, 2014: 22).

آگاهی یافتن از شیوه‌ها و ابزارهای رسانه‌ای دشمنان و جبهه معارض و ظرفیت‌ها، خدمات، فرصت‌ها و تهدیدات، نیازمندی‌های اصلی و اولویت‌دار برای تحقق بازدارندگی رسانه‌ای است. همچنین، آگاه کردن و اطلاع دادن از ظرفیت‌ها، خدمات، فرصت‌ها و تهدیدات داخلی، تعامل پیوسته و آگاهانه‌ی سازمان‌ها و نهادها با رسانه‌ها، پیشتازی در خبر و تأمین صحیح، جامع و سریع نیازهای آتی و آنی آموزشی، سرگرمی و خبری شهروندان و جلوگیری از ایجاد خلاء سرگرمی، آموزشی و خبری، ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان و مسئولان و اصحاب رسانه، جریان‌سازی رسانه‌ای، تحلیل محوری و هم‌افزایی، پیش‌شرط‌ها و پیش‌نیازهای موفقیت در این راهبرد می‌باشد (Farhangi, Samband, Salehi Sedghyani & Ghaedi, 2021: 62). در ادامه ضمن بررسی وضعیت کنونی، برخی از مهم‌ترین راهکارها برای دست‌یابی نظام جمهوری اسلامی ایران به بازدارندگی رسانه‌ای در برابر تهاجم گسترده و فراگیر دشمنان و بیگانگان مورد اشاره و بحث قرار می‌گیرد.

۳-۱- ضرورت‌های دست‌یابی به بازدارندگی رسانه‌ای، وضعیت کنونی و چالش‌های مطرح

جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان نظامی برآمده از انقلاب اسلامی دارای زاویه و شکاف هویتی با نظام لیبرال سرمایه‌داری می‌باشد و از این جهت، این دو بازیگر واجد تهدیدات هویتی و نرم برای

هم‌دیگر هستند. به باور کارشناسان غربی، ایران به دلیل پایبندی به اصول و ارزش‌های الهی و انسانی و دارا بودن گفتمان اصیل، جامع و به‌روز برای بسیاری از ملت‌ها، به‌ویژه ملل مظلوم، الهام‌بخش بوده و از این جهت پروژه مهار و محدودسازی آن به‌ویژه در فضای روانی رسانه‌های دنبال می‌شود. اظهارات کارشناسان و برآوردهای میدانی نیز حاکی از آن است که یک نبرد عظیم و فراگیر رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران در جریان است و هر روز از نظر کمی و کیفی بر ابعاد آن افزوده می‌شود. واقعیت‌های میدانی نیز این گزاره را تأیید می‌نماید؛ چراکه امروزه حجم رسانه‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان که علیه جامعه ایرانی فعالیت می‌کنند، قابل قیاس با دیگر کشورها نیست و نشانگر تمرکز ویژه کشورهای غربی بر پیشبرد نبرد رسانه‌ای علیه ایران دارد.

اما در نقطه مقابل واقعیت آن است که وضعیت رسانه‌ای و روانی جامعه در برابر این حجم از عملیات رسانه‌ای پرفشار، هماهنگ و پیوسته، دارای آسیب‌پذیری جدی بوده و این امر هزینه‌های زیادی را در پی داشته است. به عبارتی باید گفت که وضعیت ایمنی و دفاع روانی جامعه ایرانی در برابر این تهاجم سنگین روانی، بسیار شکننده است و جامعه ایرانی عملاً محروم از سازوکارهای مؤثر بازدارنده در این زمینه می‌باشد و بر این اساس، در برابر تهاجم نامبرده در وضعیتی بی‌دفاع قرار گرفته و توازی در این زمینه برای ایجاد بادارندگی مشاهده نمی‌شود.

از سویی دیگر، وضعیت جبهه رسانه‌ای داخلی برای ایجاد بادارندگی روانی و حفاظت از قلمرو روانی و افکار عمومی داخلی، بسیار ضعیف، از هم گسیخته و رها شده است. به‌ویژه فضای مجازی کشور که بستر اصلی عملیات روانی رسانه‌ای بیگانگان و اپوزیسیون علیه جامعه ایرانی است، کاملاً در وضعیت آناارشی و رها شده قرار دارد. به گونه‌ای که حجم تولید و نشر اخبار منفی و جعلی در فضای مجازی کشور چندین برابر کشورهای دیگر است در واقع تولید و نشر محتوای جعلی و منفی در جامعه ایران وضعیت پیچیده‌تر و خاص‌تری دارد و به دلایلی چون فرهنگ سیاسی و بدبینی تاریخی جامعه ایرانی به سپهر سیاسی، گستردگی و انگیزه بالای دشمنان، وضعیت رهاشده‌ی فضای مجازی، شکاف‌ها و گسل‌های متعدد و متراکم و... حجم تولید و توزیع اخبار جعلی بسیار بالا است (Mohammadi Khanqahi, 2019: 10).

هر چند که بایستی اشاره کرد زوال و مخدوش شدن مرجعیت اجتماعی رسانه‌های رسمی و جمعی و انفعال آنان در برابر تحولات و رویدادهای مختلف و سطح حرفه‌ای‌گری پایین، به‌ویژه در یک دهه اخیر، نقش مؤثری در رشد تولید و مصرف اخبار جعلی در جامعه ایرانی داشته است. موارد متعددی را می‌توان در این باره مثال زد؛ به‌عنوان مثال در حوادث آبان‌ماه ۱۴۰۰ که به گزارش برخی

مسئولان رقم کشته‌ها حدود ۲۳۰ نفر بوده است (ISNA, 2020)، اما اخبار جعلی و شایعات متعددی در باب چند صد تا چند هزار نفر کشته منتشر شد و متأسفانه افکار عمومی را تحت تأثیر قرار داد. یا در ماجرای بحران کرونا، حجم زیادی از خبر جعلی در باب میزان مبتلایان به ویروس کرونا در ایران و همچنین تعداد فوتی‌های این بیماری، تولید و توزیع می‌شد که گاه چند ده برابر آمارهای رسمی و واقعی بود، اما متأسفانه گردش و باورپذیری نسبتاً بالایی در میان جامعه داشت و قضاوت‌های منفی و ناراضی‌های زیادی را در پی داشت که بخشی از توان جریان اطلاع‌رسانی رسمی کشور صرف روشنگری و مقابله با این موج گسترده می‌شد. این وضعیت در درجه اول، سبب به حاشیه رفتن حقایق شده و فضایی ابهام آلود و غیرشفاف را در افکار عمومی رقم می‌زند. از مهم‌ترین پیامدها و تبعات نشر خبر جعلی، فروکاست سرمایه اجتماعی و کاهش سطح اعتماد عمومی و اعتمادزدایی از جامعه و شهروندان نسبت به نظام سیاسی، دیگر گروه‌ها و شهروندان است. این امر می‌تواند ضمن فروکاست اعتماد سیاسی، به توسعه و فعال شدن شکاف‌های متعدد در جامعه ایرانی همچون شکاف دولت-ملت، شکاف قومی و مذهبی و... یاری رساند.

همچنین بررسی‌های کارشناسی نشان از آن دارد که فضای روانی و رسانه‌ای کشور به میزان بسیار بالایی متأثر از بازیگری بیگانگان و جریان‌های معاند است و عملاً این فضا خارج از کنترل و مدیریت نیروهای داخلی و همسو می‌باشد (Mohammadi Khanqahi, 2019: 10). چنین وضعیتی سبب شده تا حجم شکل‌گیری بحران‌ها و شوک‌های روانی در فضای افکار عمومی ایرانیان نسبت به سایر کشورها بسیار بالا باشد. این وضعیت به شکلی است که فضای روانی کشور به شیوه پیوسته و بدون وقفه، درگیر چالش و فشار است و عملاً بیگانگان و اپوزیسیون امکان تبدیل هر مسئله و پدیده‌ی حاشیه‌ای و جزئی به یک بحران روانی در سطح ملی را دارند و این امر مستمراً بازتولید می‌شود و فشار روانی بسیار سنگینی را به جامعه وارد آورده که حتی برخی از آن با عنوان نوعی فروپاشی روانی نام می‌برند. برآیند چنین وضعیتی از نقطه نظر سیاسی و اجتماعی، توسعه آناش‌ی و تزلزل در سطوح مختلف فرهنگی، اجتماعی و... است. بنابراین فضای روانی و فضای عینی جامعه ایرانی در برهم‌کنش با یک‌دیگر، روند بی‌ثباتی را تقویت و توسعه می‌بخشند.

وضعیت تشریح شده ضمن برهم زدن توازن روانی رسانه‌ای به نفع دشمنان، می‌تواند مقاومت فعال و مؤثر را در گام دوم به‌ویژه در فضای اجتماعی، با چالش جدی مواجه سازد. به عبارتی رویکرد مقاومت فعال و پیشبرد آن بدون ایجاد نوعی توازن نسبی و بازدارندگی روانی رسانه‌ای، چندان موفقیت‌آمیز نخواهد بود. تجربه نیز نشان داده است که ضعف رسانه‌ای و فقدان توازن در این زمینه

بازدارندگی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران؛ ضرورت و راهکارها

سبب شده تا حتی دستاوردهای ج.ا.ایران در زمینه مقاومت و پیشرفت در این ارتباط، با وارونه‌نمایی رسانه‌ای توسط دشمنان و بیگانگان، به ضد خود بدل شده و در فضای اجتماعی بازتاب منفی از آن شکل می‌گیرد. یعنی در فقدان توان رسانه‌ای و با وارونه‌نمایی آن توسط طرف مقابل، حتی دستاوردها و نقاط قوت از منظر افکار عمومی با عنوان نقطه منفی تلقی و به حساب می‌آید. بی‌تردید در راهبرد فشار حداکثری علیه ایران، تأکید و توجه دشمن بیشتر بر شکستن مقاومت روانی در جامعه ایرانی است تا در نتیجه آن، در فضای عملیاتی نیز به اهداف مدنظر و مطلوب خود دست یابد. بنابراین دشمن فراتر از نتایج واقعی و عینی تحریم، بر بهره‌برداری روانی رسانه‌ای از تحریم و ایجاد ذهنیت کم‌یابی و هراس از آن در جامعه ایرانی متمرکز است. بر این اساس باید گفت، حداکثرسازی مقاومت در برابر راهبرد فشار حداکثری در درجه اول، نیازمند استحکام بخشی به ساخت روانی جامعه است و این مهم بدون بازنگری جدی در ساختار و نظام رسانه‌ای کنونی، ممکن نخواهد بود.

۲-۳- بایسته‌ها و راهکارهای دست‌یابی به بازدارندگی رسانه‌ای

بازطراحی نظام تبلیغاتی و رسانه‌ای و ایجاد ساختار قدرتمند رسانه‌ای برای پاسداری و حفاظت مؤثر از مرز و حریم روانی جامعه و افکار عمومی شهروندان ایرانی، الزام اصلی برای تثبیت و توسعه الگوی مقاومت فعال در فضای اجتماعی در گام دوم انقلاب اسلامی است. ساختار و مکانیسم اشاره شده ضمن حداکثرسازی تاب‌آوری روانی جامعه ایرانی، بایستی جبهه قدرتمندی را برای دفاع پایدار و مؤثر از منافع ملی و پیشبرد اهداف مقاومت در گام دوم شکل دهد. از الزامات این امر، بازیابی مرجعیت رسانه ملی و توسعه نفوذ اجتماعی آن است؛ متأسفانه در شرایط کنونی مرجعیت رسانه‌های رسمی و شبکه‌های بومی به شدت مخدوش شده و این رسانه و شبکه فاقد توانمندی لازم برای ایجاد بازدارندگی و شکل دهی به توازن در برابر تهاجم سنگین و گسترده رسانه‌ای طرف مقابل است. مهم‌تر از این امر، پایان دادن به وضعیت رها شده فضای مجازی و اعمال حکمرانی مؤثر بر چنین فضای است که نیازمند طراحی و عملیاتی سازی توأمان ابعاد سه‌گانه زیرساخت، سرویس و محتوای شبکه ملی اطلاعات و همچنین حمایت مؤثر از شبکه‌های اجتماعی داخلی و ارائه دهندگان سرویس‌ها و خدمات مجازی است. همچنین توسعه سواد رسانه‌ای جامعه ایرانی در سطوح و لایه‌های مختلف بایستی در دستور کار قرار گیرد که متأسفانه اکنون در وضعیت مناسبی قرار ندارد (Mosivand & Mohammadi Khanqahi, 2021: 35) و این امر مؤثرترین راهکار برای

مصون‌سازی افکار عمومی و و ارتقای «تاب‌آوری روانی» و بازدارندگی رسانه‌ای در جامعه ایرانی است. در ادامه این سه راهکار اصلی مورد بحث قرار می‌گیرد:

الف. توسعه سواد رسانه‌ای

با گسترش تلویزیون‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های اجتماعی دیگر ابزار نظارت و کنترل سنتی بر محتواهای رسانه‌ای پاسخگوی عملیات گسترده رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران نیست و دروازه‌بانی خبر، سال‌هاست که مفهوم خود را از دست داده است و باید از روش‌های نوین در این زمینه استفاده کرد. در این میان مجهز کردن مخاطبان و افراد جامعه به تفکر انتقادی و «سواد رسانه‌ای» می‌تواند آن‌ها را در برابر حملات رسانه‌ای دشمن واکسینه و ایمن کند. بر اساس تعریفی که کارشناسان حوزه ارتباطات ارائه داده‌اند، سواد رسانه‌ای «توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به گونه‌های مختلف است. متأسفانه طبق تحقیقاتی که صورت گرفته است وضعیت سواد رسانه‌ای در ایران مطلوب نیست و به میزان ۱۲٪ از ۱۰۰ اعلام شده است (Mosivand & Mohammadi Khanqahi, 2021: 20) پایین بودن سواد رسانه‌ای در جامعه ایرانی دارای پیامدهایی چون: استثناء‌سازی از شرایط ایران، برجسته‌سازی و تحریف وضعیت پیش از انقلاب و تخریب حافظه تاریخی جامعه ایجاد حس ناامیدی و خودکم‌بینی نسبت به توانایی و دستاوردهای داخلی، سطحی‌نگری و عوام‌زدگی در تحلیل مسائل مختلف با استفاده از تریبون و ظرفیت شبکه‌های اجتماعی، واکنش‌های هیجانی و رادیکال نسبت به مسائل مختلف، به حاشیه رفتن مطالبات و مشکلات اصلی مردم و درگیر شدن در فضا‌سازی دشمن و... می‌باشد.

با توجه به کاهش سن کاربری در کشور به‌ویژه پس از مجازی شدن برگزاری کلاس‌های مقاطع مختلف تحصیلی و دسترسی کودکان و نوجوانان به فضای مجازی، ضرورت دارد تا آموزش سواد رسانه‌ای در مقاطع ابتدایی و راهنمایی نیز دنبال شده و توسعه یابد. همچنین تولید محتوا در باب سواد رسانه‌ای در قالب‌های مختلف و آموزش هدفمند آن برای عموم شهروندان بایستی در دستور کار قرار گیرد.

ب. تحقق کامل شبکه ملی اطلاعات و حکمرانی مؤثر بر فضای مجازی

شبکه ملی اطلاعات، شبکه‌ای بومی است که متشکل از زیرساخت‌های ارتباطی، مراکز داده ملی و سرویس‌های نرم‌افزاری بوده و در تمامی کشور مستقر خواهد شد و خدمات مربوط به دولت الکترونیکی و سرویس‌های اجتماعی و رفاهی را به وسیله فیبر نوری به شهروندان ایرانی ارائه خواهد کرد. این شبکه، متصل به اینترنت است، اما مستقل از آن عمل می‌کند تا شهروندان در کسب خدمات

ملی از طریق شبکه ملی، قادر باشند از خدمات اینترنت نیز استفاده کنند. وجود چنین شبکه‌ای علاوه بر «تضمین دسترسی امن و پایدار به سرویس‌های ملی» (مانند شبکه ملی بانکداری و...)، کاربران را از «پهنای باند بسیار بالایی برای ارتباط و انتقال اطلاعات» بهره‌مند خواهد کرد (Namdarian, 2017: 55-56). در وضعیت کنونی از مهم‌ترین چالش‌ها و موانع جدی در فرآیند طراحی و عملیاتی شدن شبکه ملی اطلاعات، نبود فهم مشترک و اجماع نظری پیرامون آن در بین مسئولان، نهادهای متولی و مجریان است. با این حال و طبق دیدگاه مقام معظم رهبری و برخی دیگر از صاحب‌نظران، تحقق شبکه ملی اطلاعات در سه طرح زیرساخت، سرویس و محتوا می‌تواند بستر حکمرانی مؤثر جمهوری اسلامی ایران بر فضای مجازی را فراهم آورد (Mohammadi Khanqahi, 2019: 62). در شرایط کنونی به دلیل عدم تحقق شبکه ملی اطلاعات در ایران، حجم بالایی از «داده‌های» کشور در حوزه‌های مختلف و کلیدی، از کشور خارج شده و در اختیار دشمنان اصلی ایران، همچون ایالات متحده آمریکا قرار می‌گیرد. از سویی دیگر همزمان با اشغال پهنای باند قانونی کشور توسط شبکه‌های اجتماعی بیگانه، به نوعی تهدیدات و حملات سایبری علیه ایران طی سال‌های اخیر، روندی فزاینده را طی کرده و خسارات جدی را ایجاد کرده و خواهد کرد. در ادامه برخی از مهم‌ترین انتظارات امنیتی از شبکه ملی اطلاعات در راستای ارتقای توان بازدارندگی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران مورد اشاره قرار می‌گیرد:

- برخوردار از قابلیت خدمات‌رسانی به نیازهای ملی به صورت پایدار و مستقل از شبکه جهانی اینترنت؛
- ساختاری منعطف، ایمن، پویا و پایدار از منظر خدمات رسانی و فناوری و دارای امکان توسعه جهت برآورده کردن نیازهای آینده کشور در فضای سایبر؛
- تأمین امنیت و مصون‌سازی ذخایر اطلاعات ملی در مقابل آسیب‌های محتمل در تعامل با شبکه اینترنت و فقدان اشراف اطلاعاتی دشمنان و بیگانگان بر محتوا؛
- پایش، پیشگیری، دفاع و ارتقای توان بازدارندگی در برابر هر نوع آسیب و تهدید احتمالی در زمینه فناوری ارتباطی و اطلاعاتی؛
- برخوردار از توان بالای مقابله با تحریم‌های احتمالی و همچنین آسیب‌پذیری پایین؛
- رعایت الزامات پدافند غیرعامل؛
- توان بروزرسانی امنیت در برابر آسیب‌ها و تهدیدات با تقویت و توانمندی در اشراف کامل اطلاعاتی - فنی بر تجهیزات، فناوری و گردش اطلاعات؛

- دارای ظرفیت حراست از آزادی‌های مشروع و حریم خصوصی و سرمایه‌های معنوی و مادی (Mohammadi Khanqahi, 2019: 62).

ج. بازیابی و تقویت مرجعیت رسانه ملی

مرجعیت اجتماعی یک رسانه به اثرگذاری اجتماعی آن و نقش آفرینی‌اش در شکل‌دهی به تحولات سیاسی اجتماعی و مدیریت افکار عمومی بستگی دارد. به هر میزان مخاطبان یک رسانه از نظر کمی بیشتر باشد و به هر میزان یک رسانه در اثرگذاری بر مخاطبان خود قدرتمندتر و ماندگارتر ظاهر شود، مرجعیت اجتماعی آن قوی‌تر است. در یک دهه اخیر با توجه به توسعه و فراگیری شتابان شبکه‌های اجتماعی در جامعه ایرانی و همچنین، توسعه کمی و کیفی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، میزان اثرگذاری و نفوذ اجتماعی رسانه ملی کاهش محسوسی را تجربه کرده است.

از این جهت بازیابی مرجعیت این رسانه‌ها در میان مدت و همسوسازی رسانه‌های داخلی در کوتاه مدت می‌تواند تاحدی ایجاد کننده توازن باشد. رسانه ملی دارای منابع انسانی و مادی گسترده‌ای می‌باشد که این توانمندی در فضای مجازی بازتاب و اثرگذاری جدی و ملموسی ندارد، در حالی که در بسیاری از عوامل و خبرنگاران رسانه‌های مطرح و ضدایرانی همچون بی‌بی‌سی فارسی، رادیو فردا، اینترنشنال و... در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی حضور فعال و جدی دارند و بخشی از فعالیت و اهداف رسانه‌ای خود را در چنین فضایی به پیش می‌برند.

علاوه بر کنش و فعالیت در فضای مجازی، از بازخوردهای کاربران برای اصلاح و تدقیق سیاست‌ها و راهبردهای رسانه‌ای خود بهره می‌گیرند. همچنین آنان در چنین فضایی دست به شبکه‌سازی زده و به تولید و توزیع محتوا و شکل‌دهی به گفتمان در فضای اجتماعی کشور اقدام می‌کنند که نتایج مؤثری برای آنان در پی داشته است. بر این اساس رسانه ملی نیز بایستی به بسیج نیروهای خود در فضای مجازی اقدام کند و ضمن تولید و توزیع محتوا متناسب با چنین فضایی، به شبکه‌سازی و گفتمان‌سازی در فضای مجازی اقدام نماید.

از سویی رسانه‌های همسوی داخلی بایستی برای توسعه و تثبیت مقاومت فعال در جامعه ایرانی، جبهه قدرتمندی را شکل داده و با بهره‌گیری از اتاق فکر و طراحی راهبردی، توان اثرگذاری و روایت‌سازی خود در نبرد رسانه‌ای را ارتقاء دهند.

آرمان‌گرایی واقع‌بینانه، بهره‌گیری از اصول حرفه‌ای، چابک‌سازی و اصلاحات ساختاری، بازتاب تکررها و درک نیازهای مخاطبان، توجه راهبردی به ایده‌پردازی و مدیریت دانش‌بنیان، حضور جدی در فضای مجازی، بهره‌گیری مؤثر از پدیده شهروند خبرنگاری، خبررسانی حرفه‌ای

و لحظه‌ای در بحران‌ها، توسعه مطالبه‌گری و نظارت فراقوه‌ای، ارتقای مهارت و بهسازی نیروی انسانی، مردم‌محوری و نقد مؤثر سیاست‌ها و نهادهای داخلی و... از مهم‌ترین مواردی است که می‌تواند سبب تقویت مرجعیت اجتماع رسانه‌ها داخلی برای ایجاد بازدارندگی و دفاع از حریم روانی جامعه شود.

د. ایجاد مرکزی واحد برای رصد، پیشگیری، مقابله و پاسخ به اخبار جعلی و شایعات در رسانه‌ها و فضای مجازی

نظرات کارشناسی حاکی از آن است که اخبار جعلی نقشی تعیین کننده در چند بحران سیاسی اجتماعی اخیر کشور (از جمله آشوب‌های ۱۴۰۱) داشته و حجم تولید و عرضه اخبار جعلی و شایعات در فضای مجازی کشور به صورت میانگین، چند برابر سایر کشورهاست (Mohammadi Khanqahi & Azadi, 2019: 15) و این امر در کنار فقر سواد رسانه‌ای جامعه، آسیب‌ها و تهدیدات زیادی را متوجه کشور می‌کند. در کشورهای دیگر نیز اخبار جعلی به نگرانی ویژه‌ای تبدیل شده است به گونه‌ای که کمیسیون اروپا از شرکت‌های فیس‌بوک، گوگل، توئیتر و... خواسته است تا ضمن شفاف سازی اقدامات صورت گرفته در مقابله با خبرهای جعلی، اقدامات مقابله‌ای خود را در راستای صیانت از انتخابات ماه مه ۲۰۱۹ پارلمان اروپا و انتخابات‌های پیش‌رو در کشورهای اروپایی گسترش دهند. بر همین اساس، شرکت گوگل بیان داشته که سرمایه‌گذاری گروه‌های سیاسی برای اثرگذاری بر انتخابات پارلمان اروپا را فاش می‌کند. فیس‌بوک نیز اعلام کرده که «مقابله با خبر جعلی یک حرکت مداوم است و ما باید با شرکت‌های مختلف فن‌آوری، مقامات و دولت‌ها کار کنیم تا به نتایج بهتری دست یابیم». توئیتر نیز در بیانیه‌ای یادآور شده که سیاست‌های افزایش ایمنی، سخت‌گیری در تبلیغات، افزایش شفافیت برای ادراک عمومی و بکارگیری ابزارها و منابع مختلف برای ردیابی و خنثی‌سازی فعالیت‌های مخرب بر بستر پلتفرمش را در دستور کار دارد (Mohammadi Khanqahi & Azadi, 2019: 85). بنابراین باید گفت در کنار افزایش سواد رسانه-ای جامعه به‌عنوان راهبرد اصلی و بلندمدت، جهت تکمیل زنجیره بازدارندگی در این زمینه، بایستی در کوتاه‌مدت برای ایجاد مرکزی واحد و چابک برای رصد و مقابله با اخبار جعلی و شایعات اقدام کرد. این مرکز ضمن دارا بودن اختیارات ویژه و تعامل با سایر نهادها (اطلاع‌رسانی درونی، دریافت پاسخ و...)، متولی اصلی ایجاد بازدارندگی در این زمینه است و وضعیت نابسامان کنونی را مدیریت خواهد کرد. برخی دیگر از راهکارهای ایجاد بازدارندگی و مصون‌سازی رسانه‌ای عبارت‌اند از:

نشریه شناخت پژوهی مطالعات سیاسی

- ارتقای کمیت و کیفیت تولید محتوای بومی در بستر شبکه‌های اجتماعی بومی از طریق تسهیل و به‌ورز رسانی قوانین و مقررات، تأمین مالی پایدار و مؤثر، اعتمادزایی و سیاست‌های اثربخش در حفاظت از حریم خصوصی، انعطاف‌پذیری برای کنشگری کاربران با سلايق مختلف و...؛

- پرهیز از تکثر شبکه‌های اجتماعی بومی و ایجاد مرجعیت برای یک یا دو شبکه اجتماعی برای تحقق بزرگی شبکه و فربه شدن سرمایه اجتماعی آن؛

- تقویت بعد فنی و جذابیت شبکه‌های اجتماعی بومی از طریق توجه جدی به بعد خلاقیت و نوآوری و تحقیقات اثربخش برای رقابت مؤثر با شبکه‌های اجتماعی رقیب و بیگانه.

نتیجه‌گیری

امروزه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در تمام ابعاد حیات بشری رخنه کرده و تحولات بنیادین و فراگیری در را در عرصه‌های مختلف قدرت، امنیت، سیاست و... شکل داده‌اند؛ جامعه شبکه‌ای و شهروندان برخط، خود محصول چنین پدیده‌ای است. درهم‌تنیدگی رسانه و شبکه‌های اجتماعی با ابعاد مختلف جامعه، در کنار فرصت‌های بسیار، بستر شکل‌گیری آسیب‌ها و تهدیدات پر دامنه‌ای در عرصه نرم شده است و این تهدیدات، روندی فزاینده را طی می‌کند. با توجه به چالش‌های سیاسی و هویتی نظام جمهوری اسلامی ایران با غرب، جریان اصلی رسانه‌ای جهانی حجم گسترده‌ای از عملیات روانی را علیه نظام جمهوری اسلامی ایران طراحی و عملیاتی می‌کند و این امر پیامدهای جدی و منفی در پی داشته است و فشار بسیار بالایی را بر فضای روانی داخلی وارد می‌آورد. بررسی‌های کارشناسی نشان از آن دارد که فضای روانی و رسانه‌ای کشور به میزان بسیار بالایی متأثر از بازیگری بیگانگان و جریان‌های معاند است و چنین وضعیتی سبب شده تا حجم شکل‌گیری بحران‌ها و شوک‌های روانی در فضای افکار عمومی ایرانیان نسبت به سایر کشورها بسیار بالا باشد. برآیند چنین وضعیتی از نقطه نظر سیاسی و اجتماعی، توسعه آنا رشی و تزلزل در سطوح مختلف فرهنگی، اجتماعی و... است.

از این جهت در گام دوم انقلاب اسلامی در راستای توسعه و تعمیق راهبرد مقاومت فعال و همچنین دفاع از قلمرو روانی جامعه ایرانی، کسب بازدارندگی رسانه‌ای بایستی در دستور قرار گیرد. هدف اصلی از بازدارندگی رسانه‌ای، کاهش یا از میان برداشتن خطر حملات روانی رسانه‌ای یا اثرات و پیامدهای آن از طریق افزایش هزینه‌هاست تا طرف مقابل را بدین نتیجه برساند که هزینه‌های تهاجم از منافع آن پیشی می‌گیرد. در راستای دستیابی به بازدارندگی رسانه‌ای، راهکارهایی چون

توسعه سواد رسانه‌ای جامعه و شهروندان، عملیاتی شدن شبکه ملی اطلاعات و حکمرانی مؤثر بر فضای مجازی، ایجاد مرکزی واحد برای رصد، پیشگیری، مقابله و پاسخ به اخبار جعلی و شایعات و همچنین، تقویت مرجعیت رسانه ملی پیشنهاد می‌گردد.

Translated References to English

- Askari, M. (2009). A critical approach to the theory of soft power. *Defense Strategy*, 8(28), 61- 86. [In Persian]
- Dehghani firooz abadi, S. J. (2011). Power Technologies in Soft War. *Strategic Studies Quarterly*, 14(51), 5-30. [In Persian]
- Ebrahimi, S., Mohammadi, M. (2012). Culture, a platform for soft war. *Cultural Engineering*, 6(65), 62-41. [In Persian]
- Farhangi, A. A., Samband, M., Salehi Sedghyani, J., & Ghaedi, M. R. (2021). Television's Power of Media Deterrence and Its Defense Application With Emphasis on Individual Empowerment. *Defense Policy*, 29(113), 53-84. [In Persian]
- Fathi-Ashtiani, A. (1998). *An Introduction to Political Psychology*. Tehran: Ba'ath. [In Persian]
- Hijazi, E., Sarmad, Z., Bazargan, A. (2023). *Research Methodology in Behavioral Sciences*. Tehran: Age Publications. [In Persian]
- Jalalpoor, S., Paifard, K., Falah, M. (2016). Analysis of Mechanisms and Objectives of the Soft War. *Soft power Studies*, 6(1), 128-151. [In Persian]
- Khashei, V. (2009). An Introduction to Media Politics for Coping with Soft Warfare. *Rasaneh*, 20(2), 127-151. [In Persian]
- khaniki, H., Babaei, M. (2010). Cyber Space and Social Networks. *Information Society*, 1(1),.-. [In Persian]
- KharaziAzar, Z. (2014). Understanding the Concept of Media Diplomacy: Media as New Diplomatic Actors. *Political Science*, 11(32), 117-135. [In Persian]
- Mohammadi Khanqahi, M. (2019). *Cyber Governance and National Security*. Tehran: National Defense University. [In Persian]
- Mohammadi Khanqahi, M., Azadi, M. H. (2019). *Fake news and social cyber security*. Tehran: National Defense University. [In Persian]
- Mohammadi Khanqahi, M., Dadgaran, S.M. (2014). *The role of mass media environmental monitoring in predicting ethnic crises*. Tehran: Allameh Tabatabai University. [In Persian]
- Mosivand, A., Mohammadi Khanqahi, M. (2021). *Identifying and prioritizing the harms and threats of media literacy poverty in Iranian society*. Tehran: National Defense University. [In Persian]
- Mayeli, M., Motiee, M. (2016). Soft power in Foreign Policy of the Islamic Republic of Iran. *Research Letter of International Relations*, 9(35), 190- 207. [In Persian]
- Namdarian, L. (2017). Providing a Model for Strengthening the Economic Impacts of the National Information Network. *Iranian Journal of Information Processing and Management*, 33(1), 53-74. [In Persian]
- Qudsi, A. (2018). The role of national media in creating soft power and countering soft war. *Soft Power Studies*, 2(4), 75-103. [In Persian]

- Sadeqi Fasai, S., Erfanmanesh, I. (2015). Methodological Principles of Documentary Research in Social Sciences; Case of Study: Impacts of Modernization on Iranian Family. *Strategy for Culture*, 8(29), 61-91. [In Persian]
- Svetoka, S. (2016). *social media as a tool of hybrid warfare*. nato strategic communication centre of excellence.
- Saed, N. (2010). Soft deterrence; Its defense principles and application. *Defense Strategy*, 8(28), 115-87. [In Persian]
- Shirnia, M., Zaidi Nazar, M. (2015). The role of culture in dealing with soft war. *an article presented at the International Conference on Socio-Cultural Studies and Religious Research: Tehran*. [In Persian]
- Zabolizadeh, A. (2018). The Deterrence Power in Cyberspace. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 8(1), 61-88. [In Persian]