

عنوان : خبر و جنگ نرم

مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی

دوره ۸، شماره ۱، شماره پیاپی ۱۵، صفحات: ۱۳۹-۱۶۶

منتشر شده در بهار و تابستان ۱۳۹۲

مقاله دانشجویی (این مقاله داوری نشده و فاقد اعتبار علمی - پژوهشی است.)

تاریخ دریافت : ۱۳۹۱/۶/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۲/۱

خبر و جنگ نرم

مهدي صباغیان بيدگلي

دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت رسانه، دانشکده صدا و سیما

mehdi.sabaqian@yahoo.com

مهدي هوشيار

دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه تحقیق در ارتباطات، دانشکده صدا و سیما

mehdihooshiar@yahoo.com



مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی

مجله علمی پژوهشی الکترونیک در حوزه ارتباطات و رسانه

منتشر شده توسط دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

www.gmj.ut.ac.ir

چکیده

هدف این مقاله، مطالعه کارکرد اخبار در ایجاد و ادامه جنگ نرم است. بدین ترتیب، این مطالعه اهمیت خبر، به عنوان کالایی که هر روز از طریق رسانه های وابسته به قدرت های بزرگ با اهداف مختلف تولید و در اختیار مردم گذاشته می شود را نشان می دهد. جنگ نرم، به عنوان یکی از مهمترین فرآیندهای اقناع بشر در قرن حاضر است. در سال های اخیر این جنگ به صورت کاملاً جدی، مورد استفاده قدرت های بزرگ و رسانه های وابسته به آنها قرار گرفته است. رسانه های وابسته به قدرت های جهانی، تمام توان خود را به کار گرفته اند تا از مقوله جنگ نرم بهترین استفاده را ببرند. جنگ نرم از طرق مختلف فرهنگی، سیاسی، علمی و ایدئولوژیک جهت تغییر ساختار های گوناگون یک جامعه، بدون درگیری و خشونت، اعمال می شود. یکی از مؤثرترین شیوه هایی که قدرت ها می توانند از طریق آن بر افراد بشری تأثیر فراوان بگذارند و قدرت های رقیب را به زانو در بیاورند، خبر می باشد. در این راستا، برنامه ریزان خبری، با فردی کردن خبر، که یکی از مهمترین اصول نرم کردن خبر است، مخاطبان خود را به پذیرش اخبار ارائه شده از سوی خود ترغیب می کنند. در این راستا، با استفاده از شیوه های مختلف، نظیر تولید خبر، ارائه اخبار گزینشی و ... افکار عمومی جامعه را تحت کنترل و اختیار خود در می آورند، به صورتی که بدون کمترین هزینه بتوانند تصمیمات و اهداف خود را با رضایت و پذیرش آحاد مردم، به مرحله عمل برسانند.

کلید واژه ها: جنگ نرم، تاکتیک های جنگ نرم، خبر، تحلیل گفتمان، مصر، بحرین

مقدمه و بیان مساله

جنگ نرم امروزه با بهره‌گیری از حوزه‌هایی چون دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی مجازی (تصویرسازی)، تجربه‌ی کاملاً متفاوتی از رویارویی کشورها را به منصفی ظهور رسانده است (احمدزاده کرمانی، ۱۳۸۸، ص. ۵). از جمله مظاهر قدرت نرم توان ساختن دیپلماسی بااخلاق است که در دوران معاصر بسیاری از سیاستمداران تلاش می‌نمایند حدودی از آن را به منظور تسهیل در اعمال قدرت خود بر گروه‌های هدف رعایت کنند. در این رهگذر دولت‌ها تلاش می‌نمایند در کنار دیپلماسی معمول به بسط روابط بین فرهنگی گسترده که مهم‌ترین عامل مولد قدرت نرم است اقدام کنند (فلاح‌پیشه، ۱۳۸۵، ص. ۳۲).

امروزه، قدرت‌های جهانی از عنصر خبر، در جنگ نرم به وفور استفاده می‌کنند. چرا که به قدرت جادویی آن، در همراه کردن مخالفان خود، بدون جنگ و خون‌ریزی پی برده‌اند. در چنین فضایی، خبرگزاری‌های بزرگ دنیا که در سیطره‌ی کامل صهیونیست‌ها و کشورهای غربی هستند، به روشی اخبار تولید می‌کنند که با سیاست‌های توسعه طلبانه‌ی آنها هم‌سو باشد. آنها علیرغم این که می‌دانند چنین خبرهایی هیچ سودی برای مردم کشورهای جهان سوم ندارد؛ اما با این حال جهت اعمال سیاست‌ها و تحت تأثیر قرار دادن مردم این کشورها، به آنها القا می‌کنند که امروز چه اخباری مهم است و باید به چه مسائلی فکر کنند. مردم را از توجه به مسائل مربوط به خودشان منحرف می‌کنند و انسان‌هایی منفعل می‌سازند و به آنها تلقین می‌کنند که تمدن و فرهنگ، فقط متعلق به کشورهای غربی است و برای تمدن شدن باید از سیاست‌های غرب پیروی کنند و در یک کلام، به استحاله سیاسی، علمی، فرهنگی، اقتصادی و ... این کشورها می‌پردازند.

این امر، هر روز و هر ساعت توسط بمباران خبری خبرگزاری های بزرگ کشورهای غربی صورت می گیرد. این فعالیت های خبری، نشان از اهمیت فوق العاده خبر در جنگ نرم دارد و کشورهای توسعه یافته به خوبی، به آن واقفند و هر لحظه از آن استفاده می کنند. بنابراین، صدا و سیما و سایر خبرگزاری ها در کشور نیز باید خود را در مقابل هجمه نرم دشمنان قسم خورده این مرز و بوم، آماده کنند و در ارائه اخبار دقیق و صحیح به مردم خود و سایر نقاط جهان کوشا باشند و از اثرات ویرانگر جنگ نرم دشمنان که بیشتر در قالب اخبار در سطح رسانه های دنیا منتشر می شوند به شدت بکاهند.

مبانی نظری

جنگ نرم چیست؟

جنگ نرم نوعی جدید از جنگ است که در آن به جای استفاده از زور و سلاح و قدرت نظامی از ابزارها و تکنیک های غیر خشونت آمیز در تقابل با رقیب یا دشمن برای برتری جویی و یا کسب منافع ملی استفاده می شود. جنگ های رسانه ای، جنگ های رایانه ای، جنگ الکترونیک، جنگ روانی، جنگ اطلاعاتی و جنگ سایبری از جمله مصادیق جنگ نرم هستند (ضیایی پرور، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۰). بنابراین اگر ما بتوانیم بدون استفاده از ابزار تطمیع یا تهدید و با استفاده از ابزارهای فرهنگی و شگردهای اجتماعی و سیاسی و رسانه ای، طرف مقابل را با رضایت و تسلیم به عضوی از اعضای گروه خود تبدیل کنیم و او را مجذوب اهداف و برنامه های خود نمائیم، قدرت ما از سنخ قدرت نرم خواهد بود. در قدرت سخت یا جنگ سخت، مبنای کار به تعبیر جوزف نای اجبار است اما در قدرت نرم یا جنگ نرم، مبنای فعالیت اقناع است (شریفی، ۱۳۸۹، ص. ۲۹). لذا در فرآیند اقناع، ارتباط میان فردی نقش تعیین کننده ای ایفا می کند هدف اقناع تغییر رفتار دیگری است (ژودیت لازار، کتبی، ۱۳۸۰، ص. ۱۱۱). بنابراین هر اندازه رسانه ای در جهت اقناع افکار عمومی به موفقیت بیشتری نائل

گردد پیروز میدان جنگ نرم خواهد بود و به اهداف خود چه مثبت و چه منفی سریعتر، آسان تر و ارزان تر خواهد رسید.

پیشینه تاریخی جنگ نرم

به نظر می رسد جنگ نرم و مفاهیم همسان از قبیل عملیات روانی، جنگ روانی، قدرت نرم و ... قدمتی به اندازه حیات بشری دارد. نوع نگاه، زاویه دید، ارتباطات چهره به چهره و غیر کلامی، ساده ترین و البته قدیمی ترین روش های عملیات روانی و جنگ نرم است. برخی قدیمی ترین روایت پیرامون جنگ نرم را به نبرد کیدئون با مادها نسبت می دهند که در این جنگ، سپاهیان کیدئون با افزایش چندین برابری مشعل های لشکریان، باعث فریب و ترس مادها شدند و در نتیجه بدون هیچ درگیری به پیروزی دست یافتند (محمدی، ۱۳۸۹، ص. ۱۶). با این وجود جنگ نرم با مختصات تئوریک جدید خود بعد از شروع جنگ سرد و در اوج آن یعنی در دهه ۱۹۷۰م با مشارکت اساتید برجسته علوم سیاسی و علوم ارتباطات از جمله جوزف نای، هارولد لاسول، جان کالینز، اعضای برجسته آژانس اطلاعات مرکزی آمریکا (سیا) و فرماندهان ارشد پنتاگون با تأسیس مرکزی تحت عنوان کمیته خطر جاری طراحی، تدوین و عملیاتی شد که مهمترین هدف آن بمباران تبلیغاتی علیه بلوک شرق به ویژه شوروی بود که ظاهراً بعد از فرو پاشی اتحاد جماهیر شوروی این کمیته به کمیته صلح جاری تغییر کرده و همچنان فعال است و کانون تهاجمات روانی آن جهان اسلام و به ویژه جمهوری اسلامی و هواداران منطقه ای آن از جمله حزب الله، حماس و کشورهای دوست ایران است (همان، ص. ۱۶).

تاکتیک های جنگ نرم

در حوزه جنگ نرم ما با چهار مفهوم کلیدی مواجه هستیم که به نظر می رسد در تحلیل تاکتیک های آن به ما کمک خواهد کرد. ۱. مدیریت ادراکات ۲. مدیریت احساسات ۳. پلورالیسم (تکثر گرایی) ۴. هژمونی به

معنای میل به برتری و استیلاجویی. یعنی اساساً دشمن از طریق مدیریت ادراکات، یعنی تبدیل یقین ها به شک ها و ایجاد انواع شک در حوزه حاکمیتی باورهای اعتقادی-اجتماعی، ارزشی و اخلاقی زمینه واگرایی اجتماعی را در بدنه نظام فراهم می کند. از سوی دیگر با استفاده از مدیریت احساسات، یعنی تبدیل حب ها به بغض ها و عملیات روانی، اذهان وافکار مخاطبین را به سمت یک واگرایی روانی می برد. یعنی با محصول واگرایی شناختی در جامعه و واگرایی روانی یک نوع محصول تکثرگرایی در حوزه های مختلف به وجود خواهد آمد آن وقت مردم در مورد هویت و اعتقادات دینی و مذهبی و ملی خود منفعل خواهند شد که نتیجه این نوع رخوت فرهنگی، مذهبی و سیاسی نوعی سلطه نسبت انگاری اخلاقی، اباحه گری مذهبی و سکولاریسم مصرف گرایی اقتصادی خواهد بود. برای رسیدن به این هدف دشمن از تاکتیک های زیادی استفاده می کند (محمدی، ۱۳۸۹، ص. ۲۳). در جدول شماره ۱ به طور تیتروار این تاکتیک ها را نام می بریم:

جدول ۱. تاکتیک های جنگ نرم

۱- دروغ بزرگ	۲- کلی گویی	۳- شایعه	۴- برجسب زدن
۵- جنگ روانی(رسانه ای)	۶- حذف(سانسور)	۷- جاذبه های جنسی	۸- پاره حقیقت گویی
۹- انسانیت زدایی و اهریمن سازی	۱۰- ارائه پیش گویی های فاجعه آمیز	۱۱- ایجاد تفرقه و تضاد	۱۲- ترور شخصیت
۱۳- تکرار	۱۴- توسل به ترس و ایجاد وحشت	۱۵- مبالغه	۱۶- مغالطه

گروه های هدف در جنگ نرم

جنگ نرم در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی اجتماعی حاکم تزلزل و بی ثباتی تزریق کند. جنگ نرم دو پیکارگاه دارد، یکی قلب و دیگری مغز، تصرف قلب ها و مغزها و تصرف دل ها و ذهن ها هدف منازعات نرم است. براندازی نرم، فروپاشی و استحاله در حاکمیت از اهداف کلی جنگ نرم است. علاوه بر این گفتمان

سازی، مرجع سازی، تغییر الگوی مصرف رسانه ای، نخبه سازی مصنوعی و سلطه اطلاعاتی از مهمترین اهداف میان برد و واسطه ای در جنگ نرم است. عملیات روانی، عملیات ادراکی، دیپلماسی عمومی، فریب استراتژیک، برگزاری اجتماعات، عدم همکاری با دولت، جذب مخالفان حکومت، ایجاد نا آرامی های مدنی (نافرمانی مدنی، تجمعات نمایشی، تجمعات اعتراضی) استفاده از جنبش های سیاسی- مدنی، شکل دادن به انقلاب های رنگی و استفاده گسترده از شبکه های اجتماعی از اصلی ترین روش هایی است که تا کنون در جنگ نرم و در سطح بین المللی مورد استفاده قرار گرفته است (ماه پیشینیان، ۱۳۸۸، صص. ۲۳۴-۲۳۵).

گروه های هدف در جنگ نرم، رهبران، نخبگان و توده های مردم هستند. نخبگان نیرو های میانی این نبرد را تشکیل می دهند و می توانند به عنوان تصمیم گیران و تصمیم سازان یک حکومت مطرح باشند. نخبگان جامعه مدنی مانند رهبران احزاب با آشفته گی ذهنی خود، می توانند ترس را به ذهن مردم انتقال دهند، وحشت ایجاد کنند و روحیه مردم را در هم بشکنند. از این رو این گروه به عنوان یک هدف همواره مورد توجه دشمن است. چرا که دگرگون کردن و نفوذ فکری نخبگان بی بصیرت، به صورت خودکار، انحراف فکری بسیاری از مردم را در پی دارد و هزینه های دشمن را کاهش می دهد. از دیگر گروه های مورد هدف در جنگ نرم همواره دانشجویان و دانشگاهیان بوده اند، چرا که جنب و جوش، تحرک و بی پروایی این گروه به دلیل برخورداری از عنصر جوانی، کرسی علمی، نفوذ کلام و گستردگی جغرافیایی حضور آنان در کشور هدف، می تواند ضمن کم کردن هزینه ها، دستگاه تبلیغی مناسبی نیز برای دشمن فراهم کند. به همین دلیل بزرگان کشور همواره از جنبش های دانشجویی حمایت و آنان را به گسترش فعالیت در زمینه عدالت خواهی تشویق و آنان را به تفکر، تدبر و دوری از افراط و تفریط و پرهیز از اقدامات عجولانه دعوت کرده اند (خاشعی، ۱۳۸۸، صص. ۱۳۱-۱۳۰).

هدف رسانه های خبری از پخش اخبار نرم در طول جنگ نرم همانا اقناع تام و تمام مخاطبان جامعه ی هدف می باشند. در چنین اوضاعی اگر رسانه ای نتواند مخاطبان خود را اقناع کند بی شک باید گفت که تمام هزینه ها را به هدر داده و در این امر شکست جدی خورده است. رسانه های خارجی با استفاده از تمام امکانات خود در ارائه پیام ها و اخبار و با تغییر ساختار و شکل اخبار و تبدیل آن به خبر نرم سعی در اقناع و متقاعد کردن هرچه بیشتر مخاطبان خود دارند و در این راه از هیچ تاکتیکی دریغ نمی کنند چرا که سرمایه ی اصلی در رسانه مخاطب است و برای جذب مخاطب به ناچار شبکه های خبری ملزم به ارائه بهترین اخبار و اطلاعات می باشند تا بینندگان و شنوندگان خود را راضی، متقاعد و در نهایت اقناع کنند در غیر این صورت مخاطب با زدن یک دکمه در معرض اخبار و اطلاعات گروهی دیگر از رسانه ها که در انتقال و ارائه اخبار توانمند هستند و در راستای بر طرف کردن نیازهای وی حرکت می کنند، روی خواهد آورد. رهبران نیز یکی از گروه های هدف در جنگ نرم هستند. سران کشورهای توسعه یافته، برای آنکه رهبران سایر کشورها را تحت تأثیر سیاست های خود قرار دهند، از روش دیپلماسی رسانه ای، استفاده می کنند.

با ورود رسانه های جمعی در قرن بیستم به عرصه روابط بین الملل، به ویژه پس از جنگ دوم جهانی، چهره دیپلماسی سنتی به کلی دگرگون شده، با پدیده ای به نام دیپلماسی رسانه ای مواجه می شویم که در نوع خود در تاریخ بی سابقه است، زیرا رسانه ها بویژه شبکه های ماهواره ای تصویری، در عمل کارهایی را انجام می دهند که وزارت امور خارجه و هیأت های دیپلماتیک به طریق سنتی به انجام آنها مبادرت می نمودند و حتی در اغلب موارد آنها به مراتب قوی تر، مؤثرتر و نیز کارآمدتر از نهادهای مزبور عمل می کنند تا آنجا که هنوز امروز بسیاری از سیاستمداران اعتقاد دارند که یکی از عوامل شکست آمریکا در ویتنام، پوشش منفی تلویزیونی بود. زمانی راس پرو، کاندیدای ریاست جمهوری آمریکا در سال ۱۹۹۲ خاطرنشان کرد که اصولاً سفارت خانه ها یادگار ایام

کشتی های بادبانی هستند که سفرا به نمایندگی از سوی دولت متبوع خویش سخن می گفتند، درحالی که با گسترش شگفت آور رسانه ها در اقصی نقاط جهان، در عمل سفیر در حد ایفای نقش اجتماعی تنزل کرده است (همان، صص. ۱۴-۱۳).

دولت ها با بزرگ جلوه دادن برخی رویدادها و اخبار و برجسته کردن آنها در رسانه ها، سبب ایجاد فشار از طرف مردم این کشورها و سایر نقاط جهان، به سمت رهبران شان می شوند تا در سایه ی این فشارها، رهبران یا کناره گیری کنند و یا سیاست هایشان را با سیاست کشورهای استعمارگر، هم راستا کنند.

به هر حال، دولت ها از طریق دیپلماسی با یکدیگر ارتباط برقرار کرده، وارد فرآیند چانه زنی می شوند، یکدیگر را تحت تأثیر قرار داده و سرانجام نیز اختلاف خویش را حل و فصل می کنند. بدین ترتیب، کار اصلی دیپلماسی مذاکره، بحث، اقناع، تحبیب و تهدید براساس شناخت منافع مشترک و حوزه های اختلاف و تعارض میان طرف های ذی نفع است. بر این اساس، دیپلماسی وسیله ای است که از طریق آن، یک دولت خواست های خود را تعیین نموده، نگرانی های خویش را نسبت به جهان ابراز می کند. در ضمن ابزاری است برای مصالحه میان منافع ملی رقیب. بنابراین، در چهارچوب دیپلماسی، پیوسته باید موازنه ای میان حمایت از منافع ملی و اجتناب از تعارض با دیگران برقرار کرد (قوام، ۱۳۸۴، ص. ۹).

خبر محصول با ارزش و جوشان رسانه و عامل معنا بخش به پدیده هاست. این فعالیت رسانه ای از چنان اهمیتی برخوردار است که آن را طبیعی ترین کارکرد رسانه دانسته اند و بخش عمده ای از توان فکری، منابع مالی و امکانات هر رسانه ای اعم از دیداری، شنیداری، مکتوب و سایبر به آن اختصاص می یابد (نقبنائی لنگرودی، ۱۳۸۳، ص. ۷).

فردی کردن خبر

فردی کردن خبر، یکی از مهمترین اصول نرم کردن خبر سخت است. اخبار مدرن عمدتاً به شکل نرم ارائه می شوند؛ ولی این به معنای مطالعه نکردن مسائل کلان اجتماعی نیست. این مسائل را می توان از طرق مختلف همچون فردی کردن خبر به شکلی نرم ارائه داد. اپستین مطرح می کند که فرد نمادی است از همه کسانی که در شرایطی مشابه قرار دارند. پرورش خبر از طریق فردی کردن آن، به مخاطب کمک می کند تا عواقب یا به عبارت بهتر نتایج اجتماعی خبر را لمس کند. فردی کردن خبر در جلب توجه مخاطب به برنامه خبری بسیار مؤثر است (میرفخرایی، ۱۳۸۸، ص. ۵۵). ملموس یا نزدیک کردن خبر به مخاطب، تنها به معنای مجاورت خبر و نزدیکی فیزیکی آن نیست، بلکه به معنای نزدیک بودن خبر به منافع و مسائل روزمره زندگی مخاطب است (همان، ص. ۷۳). که در این زمینه شبکه های مختلف خبری نظیر بی بی سی فارسی برای رسیدن به این منظور بین برنامه های سیاسی و اصطلاحاً سخت خود، برنامه هایی با محتوای اجتماعی، فرهنگی و نیز علمی را گنجانده است که به ظاهر نرمند و لایه های القایی آن بسیار مخرب تر از برنامه های جدی خبری یا تفسیری هستند، چرا که مخاطب عادی اغلب بر لایه های زیرین متن های نرم این شبکه پی نمی برد (بیچرانلو، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۱).

شاید بتوان فردی کردن خبر را به خودمانی کردن خبر تعبیر کرد. یک شبکه خبری زمانی می تواند سیاست فردی کردن خبر را اجرا کند که نگاه از بالا به سوی مخاطب را حذف کند و مخاطب را دوست و رفیق خود بداند. بنابراین می توان به این نتیجه رسید که فردی کردن خبر یک روش بسیار مؤثر در اجرای سیاست های جنگ نرم در رسانه های خبری دنیا است. لذا از خبر به عنوان بازده و محصول رسانه، همانند یک گلوله

جادویی، که ذهن و دل مخاطب را، هدف قرار می دهد، استفاده می کنند تا سیاستگذاران جنگ نرم را در رسیدن به اهداف خود که همان استحاله سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و ایدئولوژیک است یاری کنند.

در این زمینه، تلویزیون و قدرتمندترین برنامه هایش که در قالب ارائه اخبار و گزارش و گفت و گوها ارائه می شود با بهره برداری از عناصر زیبایی شناختی در طراحی استودیوها، انتخاب رنگ ها، نورپردازی های خیره کننده و مجری هایی حرفه ای می کوشد بیشترین تأثیر را بر مخاطب بگذارد (آیدین مهر، ۱۳۸۹، ص. ۱۲).

اهمیت خبر در جنگ نرم

خبر، محصول جهان سیاسی و اجتماعی است که آن را گزارش می کند (شکرخواه، ۱۳۷۹، ص. ۶). همچنین، والتر لیپمن می گوید که "وظیفه خبر این است که حادثه ای را مطرح کرده و سر زبان ها بیندازد" (قاسمی، ۱۳۷۸، ص. ۱۴). به نظر نگارنده خبر از دیر باز دارای اهمیت زیادی بین مردم و به ویژه حاکمان آنها بوده است و امروزه نیز از این امر مستثنی نمی باشد و بر اهمیت آن روز به روز افزوده می شود. در این راستا به وجود آمدن هزاران خبرگزاری و شبکه های خبری در جهان، خود، دلیلی بر این مدعی است. امروزه، قدرت های جهانی از عنصر خبر، در جنگ نرم به وفور استفاده می کنند؛ چرا که به قدرت جادویی آن، در همراه کردن مخالفان خود، بدون جنگ و خون ریزی پی برده اند.

ما در پروتکل های فلاسفه صهیونیسم این عبارات را می خوانیم: "لازم است هیچ خبری در اختیار جامعه قرار نگیرد، مگر اینکه با موافقت و تأیید ما باشد. تحقق این امر جز با سلطه بر خبرگزاری ها- که اخبار از همه نقاط جهان در آن جا متمرکز می گردد- امکان پذیر نیست. تنها با این زمینه ها می توان ضمانت کرد که هیچ خبری منتشر نشود مگر اینکه ما آن را برگزیده و با آن موافقت کرده باشیم" (الرفاعی، ۱۳۷۷، ص. ۱۵). یهود چگونه توانست مردم جهان به ویژه اروپائیان و آمریکائیان را شستشوی مغزی دهد و یهودی را که در نظر آنان

انسانی بخیل، خبیث، نیرنگ باز، حيله گر، خونریز، خودبین و ترسو بود به عنوان انسانی زیرک، شجاع، نابغه، خوددار، مخترع، دانشمند و بلنداندیش معرفی نماید؟ در جواب باید گفت این پیروزی که به وسیله یهودیان حاصل شد، تصادفی نیست بلکه سال ها نقشه کشیده اند و طراحی نموده اند تا بدین نتیجه مطلوب دست یابند. آنها به این نتیجه رسیدند که موفق ترین وسیله ای که می توانند توسط آن ذهن مردم جهان را نسبت به خود تغییر دهند، سیطره و نفوذ بر رسانه های خبری جهان است (همان، صص. ۸-۷).

روش تحقیق

با توجه به انعکاس اخبار تحولات کشورهای مصر و بحرین در وب سایت بی.بی.سی فارسی، پس از شرح توضیحاتی در خصوص روش تحقیق تحلیل گفتمان، تعداد دو خبر به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شده و با توجه به رویکرد گفتمان کاوی تئون ای ون دایک مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد تا در نهایت تکنیک های به کار برده شده جنگ نرم این سایت خبری مورد شناخت، ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار گیرند.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات در تحلیل گفتمان با رویکرد گفتمان کاوی تئون ای ون دایک:

دیوید کریستال روش تحلیل گفتمان را در حقیقت زبان شناسی انتقادی تعریف می کند، او می گوید که تحلیل گفتمان رویکردی است که به تجزیه و تحلیل زبان که هدف آن آشکارسازی روابط قدرت پنهان فرایندهای ایدئولوژیکی در زبان شناسی است، می پردازد (آقاگل زاده، ۱۳۸۵).

در رهیافت تحلیل گفتمانی تئون ای ون دایک، هشت کارویژه از متون استخراج شده و سپس عوامل متنی استخراج شده را با توجه عوامل فرامتنی مثل عوامل سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و... مورد توجه و تحلیل قرار می دهند. این کارویژه ها، که از طریق آنها می توان نظام گفتمانی حاکم بر خبرها همچنین شناسایی مقولات متنی و درون متنی متون خبری را بدست آورد، عبارتند از؛ سبک واژگان (مثبت و منفی)، افراد و نهادهای

مطرح شده در متن (مثبت و منفی)، قطب‌بندی یا غیرسازی، استنادها، پیش‌فرض‌ها، تلقین و تداعی‌ها و گزاره‌های اساسی متن‌های خبری.

عملیاتی کردن یا مقوله‌سازی

متغیرها و مقوله‌های مورد استفاده به شرح ذیل خواهند بود :

(۱) واژگان

اینکه واژگان اصلی و کانونی متن کدامند و موضوع یا مفهوم مورد نظر را مثبت یا منفی توصیف کرده‌اند، معرف گفتمان حاکم در مورد عملیات روانی و تبلیغاتی است که در متون خبری اعمال شده است. این مقوله می‌تواند محقق را در تحلیل واقع‌بینانه متن و زمینه‌های بافتاری متن مدد رساند (فرقانی، ۱۳۸۲، ص. ۵۰).

(۲) افراد و نهادهای مطرح شده در متن

بر اساس این مقوله، می‌توان پی برد که نهادها، ارگان‌ها یا مؤسساتی که در خبرها نام برده شده‌اند به صورت مثبت مطرح گردیده‌اند یا در جایگاه منفی قرار گرفته‌اند. این مقوله یا کار ویژه حاوی داوری متن و کنشگر آن در مورد افراد و نهادهای ذکر شده در متن خبر است. در نهایت به تحلیل مرزبندی‌های متن یاری می‌رساند. بخشی از کارکرد غیر سازی متن در این مقوله مشخص می‌شود (فرقانی، ۱۳۸۲، ص. ۵۰).

(۳) قطب بندی یا غیرسازی (ارزش‌های منتسب به «خود» و «دیگری»)

این مقوله یا کار ویژه دارای دو زیر مقوله شخص است؛ نحوه توصیف و معرفی خود یا ارزش‌های منتسب به «خود» و نیز توصیف و معرفی دیگری یا ارزش‌های منتسب به دیگری در متن خبر است. در حوزه جنگ نرم و تبلیغات سیاسی، غیرسازی یا قطب‌بندی اهمیت اساسی دارد. اینکه رسانه‌های حامی غرب و سیاست‌های امپریالیستی آن، دیگر را چگونه توصیف می‌کنند و چه نهادها و افرادی را در جبهه خود و کدام را در جبهه

دیگری قرار می‌دهد. این امر می‌تواند در تحلیل بینش‌ها و نگرش‌های رسانه‌ها و بررسی کنشگران بین‌المللی آن‌ها یاری رسان باشد (فرقانی، ۱۳۸۲، صص. ۵۱-۵۰).

۴) استناد یا ذکر شواهد در متن

اینکه متن به کدام منابع مشروعیت ساز یا مورد پذیرش از سوی دیگران برای اثبات یا تأیید گفته‌های خود استناد می‌کند، می‌تواند در قابل قبول یا غیر قابل قبول جلوه دادن استدلال‌ها مؤثر باشد (فرقانی، ۱۳۸۲، صص. ۵۱-۵۲).

۵) پیش فرض‌ها

"پیش فرض‌ها، افکار قالبی و پیش‌داوری‌ها، زیرساخت استدلال و استنتاج نویسنده یا گوینده را شکل می‌دهد. بنابراین، شناخت پیش‌فرض‌ها، تحلیل‌گر را قادر می‌سازد به لایه‌های زیرین یا اهداف واقعی صاحب اثر پی ببرد" (فرکلان، ۱۳۷۹، ص. ۵۲).

دلالت‌های ضمنی متن (تلقین و تداعی)

در مرحله تحلیل و تفسیر متن، شناخت مفاهیم و دلالت‌های ضمنی به محقق کمک می‌کند تا در تحلیل خود به این مطلب برسد که در فلان گزاره چه معانی غیر صریح و غیر آشکاری وجود داشته است. این که کنشگر متن از به کار بردن چنین معانی‌ای چه نیتی داشته و کاربرد آن‌ها چه معانی یا دلالت‌هایی را در پی دارد. محقق، معانی خاصی را به گزاره‌ها یا برخی جملات مهم متن نسبت می‌دهد تا مشخص کند که عبارات یا متن مذکور چه قواعدی را در بر می‌گیرند. در این حوزه، تلقین چیزهایی را شامل می‌شود که متن به وسیله آن‌ها در صدد ذهنیت‌سازی است. تداعی، یادآوری مفاهیم و تعابیر ناگفته در یک متن است. در تلقین و تداعی،

کنشگر به شکلی غیرمستقیم، افکار و ایده‌های ذهنی خاصی را در ذهن مخاطب ایجاد و با بیان ناگفته‌های مورد نظر خود، ذهنیت او را متأثر می‌کند (فرقانی، ۱۳۸۲، صص. ۵۳-۵۲).

۷) مؤلفه های اجماع و توافق در متن

این مؤلفه‌ها شامل گزاره‌ها، مفاهیم و استعاره‌هایی هستند که متن از طریق آن‌ها در صدد ایجاد توافق و اجماع در مخاطبان بر می‌آید. برخی از این تعابیر ممکن است صادقانه به کار گرفته شوند و پاره‌ای دیگر صرفاً در خدمت مشروعیت‌سازی و ساکت کردن مخالفان و از میدان بیرون کردن گفتمان رقیب باشند (فرقانی، ۱۳۸۲).

۸) گزاره‌های اساسی متن

گزاره‌ها کانون متن هستند. به عبارتی، گزاره‌ها عبارات یا جمله‌هایی هستند که معنای اساسی متن بر آن‌ها تکیه دارد و ممکن است مدت‌ها پس از مطالعه متن در خاطر خواننده یا مخاطب باقی بماند. در واقع یک متن از گسترش و بسط گزاره‌های اصلی آن بدست می‌آید. گزاره‌ها، پیام اصلی متن را در خود دارند (فرقانی، ۱۳۸۲، ص. ۵۴).

در این قسمت به تحلیل گفتمان دو خبر مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی می‌پردازیم:

الف - نمونه خبر مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی - تحولات کشور مصر

عنوان متن: هشدار شیخ الازهر نسبت به 'دخالت ایران در امور اعراب'

۱) واژگان

جدول ۲. واژگان مثبت و منفی مطرح شده در متن

واژگان مثبت مطرح شده در متن	واژگان منفی مطرح شده در متن
موضوعی داخلی، کسب آزادی و عدالت، مربوط به ملت‌های همین منطقه، توجه به خواست ملت‌ها	دخالت ایران، هشدار، خصمانه، روابط رو به تیرگی، دخالت در امور داخلی، تهدید ایران، تیرگی روابط، اخراج دیپلمات، شبکه جاسوسی

۲) افراد و نهادهای مطرح شده در متن

جدول ۳. افراد و نهادهای مثبت و منفی مطرح شده در متن

افراد و نهادهای مثبت مطرح شده در متن	افراد و نهادهای منفی مطرح شده در متن
احمد محمد الطیب، شیخ الازهر مصر، کشورهای عربی خلیج فارس، شورای امنیت مجامع بین‌المللی، اخوان المسلمین	ایران، صدام حسین، آیت الله علی خامنه ای، حسنی مبارک

۳) قطب بندی یا غیر سازی

جدول ۴. ارزش های منتسب به خود و دیگری

ارزش‌های منتسب به «خود» (بی.بی.سی، اعراب و مردمان عرب)	ارزش‌های منتسب به «دیگری» (ایران)
پان عربیست (متحد)، مصلحت‌اندیش، نقشی پدران	مداخله‌گر، سوء استفاده‌گر، جاسوس

۴) استناد یا ذکر شواهد در متن

احمد محمد الطیب شیخ الازهر مصر، حسیب عمار، خبرنگار بی.بی.سی، برخی از کارشناسان امور دیپلماتیک در

منطقه خلیج فارس، ادعای کویت

(۵) پیش فرض‌ها

اعتقادات مذهبی ایران تهدیدی برای کشورهای سنی مذهب منطقه است.

تحولات ایران در کشورهای منطقه پیرو سیاست صدور انقلاب اسلامی به منطقه است.

(۶) دلالت‌های ضمنی متن**جدول ۵. دلالت‌های ضمنی خبر**

تلقین‌های موجود در متن	تداعی‌های موجود در متن
<p>(الف) آنچه که در کشورهای عربی می‌گذرد موضوعی داخلی است و فقط به ملت‌های همین منطقه مربوط می‌شود و هشدار نسبت به دخالت ایران در امور کشورهای عربی : ایران در پی مدیریت اعتراضات منطقه و استفاده به مطلوب به نفع خود است.</p> <p>(ب) اشاره به جنگ ایران و عراق و سابقه خصومت بین کشورهای عربی : سیاست انتقام‌جویانه ایران در پی مصادره انقلاب‌های منطقه است.</p> <p>(ج) اشاره به دخالت ایران در بحرین و دفاع عربستان و امارات از بحرین : متن کوشیده است با ادعای دخالت ایران در بحرین و حمایت از شیعیان بحرین، سرکوب مردم بحرین توسط دولت و عربستان و امارات را سرپوش گذاشته و آن را توجیه کند.</p>	<p>بازتاب دهنده نگرانی کشورهای سنی از نقش ایران در تحولات منطقه است و اشاره به اینکه رسانه‌های دولتی و نزدیک به حکومت در ایران اظهارات او را "خصمانه" توصیف کرده‌اند: تداعی اختلافات مذهبی بین شیعه و سنی</p>
<p>دیدگاه کلی متن: متن به طور کلی در پی ایجاد موضع ایران هراسی و در نگاهی جزئی‌تر شیعه هراسی در منطقه بوده و ضمن اشاره به دخالت ایران در تحولات منطقه (بحرین، مصر و کویت) می‌کوشد با تقابل شیعه و سنی از مصادره انقلاب‌ها به نفع ایران خودداری کند. متن در تلاش برای مردمی نشان دادن و غیر اسلامی نشان دادن تحولات منطقه بوده و در پی این موضوع است که اتحاد کشورهای عربی منطقه را برای مدیریت تحولات ایجاد سازد و با همین استدلال بر سرکوب تحولات بحرین توسط دولت‌های بحرین امارات و عربستان سرپوش می‌گذارد و آن را توجیه می‌سازد.</p>	

(۷) مؤلفه های اجماع و توافق در متن

متن ذهن مخاطبان خود را در رابطه با دخالت‌های ایران در تحولات منطقه، با طرح موارد ذیل همراه می‌سازد : دخالت ایران در امور کشورهای عرب، طرح دخالت ایران در بحرین و کشف شبکه جاسوسی برای ایران در کویت

(۸) گزاره‌های اساسی متن

- شیخ الازهر در مصر که بالاترین مقام مذهبی سنی مذهب‌ان محسوب می‌شود درباره آنچه "دخالت ایران در امور کشورهای عربی خوانده، به این کشور هشدار داده است.
 - گفته های شیخ الازهر به عنوان بالاترین مقام مذهبی اهل سنت، بازتاب دهنده نگرانی کشورهای سنی از نقش ایران در تحولات منطقه است.
 - اظهارات شیخ الازهر در حالی بیان می‌شود که روابط ایران با کشورهای عربی خلیج فارس رو به تیرگی گذاشته است.
 - بحرین می‌گوید تا زمانی که تهدید ایران ادامه داشته باشد، نیروهای خارجی برای حفاظت از این کشور در بحرین حضور خواهند داشت.
 - پیش از این کویت ادعا کرده بود که یک شبکه جاسوسی برای ایران را کشف کرده است.
- موضع گیری ایران در برابر تحولات کشورهای عربی از زمان اعتراض‌ها در تونس آغاز شد. مقام‌های ایرانی تحولات تونس را الهام گرفته از انقلاب اسلامی توصیف کردند اما رهبران معترض در این کشور بلافاصله این موضوع را رد کردند.

جمع بندی

با توجه به مقوله‌های گفتمانی متون خبری سایت بی.بی.سی فارسی در مورد رویدادهای مصر این متن، با طرح هشدار شیخ‌الازهر نسبت به دخالت ایران در امور اعراب، در خواست از کشورهای عربی برای توجه به خواسته‌های مردمانشان، نگرانی کشورهای سنی از نقش ایران در تحولات منطقه، دخالت ایران در امور بحرین، عنوان کردن ایران به نام تهدید، کشف شبکه جاسوسی ایران در کویت، رد تأثیرپذیرفتن انقلاب تونس از انقلاب اسلامی ایران و واکنش‌های متفاوت اخوان المسلمین به سخنرانی آیت‌الله خامنه‌ای، کوشیده است از *گفتمان ایران هراسی* و به خصوص *گفتمان شیعه هراسی* برای زنده کردن اختلافات مذهبی به خصوص شیعه و سنی استفاده کند. متن با استفاده از انگاره‌های *اغتشاش گرانه* و *بحران آفرین* از ایران سعی کرده است اتفاقات کشورهای عربی و اعتراضات شکل گرفته در آنها را به عواملی خارجی ربط داده که مهم‌ترین بازیگر آن ایران است. متن با ذکر سابقه اختلافات ایران و اعراب که به جنگ ایران و عراق برمی‌گردد، کوشیده است نوعی *گفتمان تنش‌زا* را ایجاد نموده و با برجسته ساختن نقش ایران به عنوان یک کشور شیعی، ایران را متهم به راه‌اندازی جنگ و درگیری‌های فرقه‌ای - مذهبی نماید. متن کوشیده است از *گفتمان مردم‌انگیزی* استفاده کند تا هیجانات عمومی را در توده‌های مخاطبان خود (مردم کشورهای عربی) علیه کشور ایران برانگیزد.

ب- نمونه خبر مربوط به سایت بی.بی.سی فارسی - تحولات کشور بحرین

عنوان متن: پادشاه بحرین از 'خنثی کردن یک توطئه خارجی' خبر داد.

(۱) نظام واژگانی

جدول ۶. واژگان مثبت و منفی مطرح شده در متن

واژگان مثبت مطرح شده در متن	واژگان منفی مطرح شده در متن
بحرین بزرگ‌تر و با قدرت‌تر، آرامش	توطئه خارجی، براندازی، متهم، اقدام تلافی‌جویانه، اخراج، گزارش‌های تحریک‌آمیز، سرکوب

(۲) افراد و نهادهای مطرح شده در متن

جدول ۷. افراد و نهادهای مثبت و منفی مطرح شده در متن

افراد و نهادهای مثبت مطرح شده در متن	افراد و نهادهای منفی مطرح شده در متن
کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس، عربستان سعودی، رهبران سنی بحرین، شرکت ماهواره ای عرب ست	ایران، العالم شبکه تلویزیونی عربی زبان ماهواره ای ایران

(۳) استناد یا ذکر شواهد در متن

خبرگزاری دولتی بحرین به نقل از حمد بن عیسی آل خلیفه پادشاه بحرین، خبرنگاران، یک سیاستمدار حزب

وفاق، رویترز

(۴) قطب بندی یا غیرسازی

جدول ۸. ارزش‌های منتسب به "خود" و "دیگری"

ارزش‌های منتسب به «خود» (کشورهای عربی و بحرین)	ارزش‌های منتسب به «دیگری» (ایران)
اتحاد کشورهای عربی بزرگ‌تر و با قدرت‌تر	مداخله‌گر و بحران‌آفرین

(۵) پیش‌فرض‌ها

- دولت بحرین چاره ای جز سرکوب مخالفان ندارد.
- متشنج شدن اوضاع بحرین به عوامل داخلی بستگی ندارد.
- متشنج شدن اوضاع بحرین یک تسویه حساب تاریخی است.
- ایران به قصد حمایت از شیعیان بحرین در امور داخلی بحرین دخالت می‌کند.
- ایران در پی تفرقه بین شیعه و سنی در منطقه است.

(۶) دلالت‌های ضمنی متن

جدول ۹. دلالت‌های ضمنی متن

تلقین‌های موجود در متن	تداعی‌های موجود در متن
<p>الف) متن می‌کوشد دخالت عربستان را در بحرین توجیه نماید و آن را نوعی دفاع از بحرین سنی و در واقع نوعی دفاع در برابر نفوذ شیعیان و در نگاهی کلی‌تر صدور انقلاب اسلامی بداند.</p> <p>ب) متن بحرین را در کنار کشورهای حوزه خلیج فارس مطرح می‌کند تا نوعی اتحاد را نشان دهد که نتیجه آن قدرت هرچه بیشتر بحرین است.</p> <p>ج) متن این قدرت را به رخ خواننده می‌کشد و در واقع می‌کوشد از آن به عنوان نوعی عامل بازدارنده در مقابل گسترش یافتن اعتراضات بحرین استفاده کند.</p>	<p>متن می‌کوشد جدایی بحرین از ایران، حادثه انقلاب اسلامی ایران و اعتراضات سال ۱۳۷۵ در بحرین که در آن این اعتراضات به دخالت ایران در بحرین ربط داده شد را در ذهن تداعی کند که با هدف صدور انقلاب به منطقه می‌کوشد اوضاع کشور عمدتاً شیعه نشین بحرین را هم به لحاظ گرایش‌های مذهبی و هم به لحاظ برگرداندن بحرین به خاک ایران اوضاع این کشور را متشنج نماید.</p>
<p>دیدگاه کلی متن: به طور کلی متن می‌کوشد ضمن بیان دست داشتن ایران در حوادث بحرین و حمایت ایران از شیعیان این کشور در واقع تسویه حسابی را مطرح کند که ایران شیعه مذهب و عرب‌های سنی مذهب در آن درگیر هستند. متن می‌کوشد با متشنج شدن اوضاع بحرین توسط شیعیان این کشور و بی‌تقصیر بودن دولت و مابقی مردم بحرین، سرکوب معترضان شیعی بحرین را امری ناچار قلمداد نماید. قسمت عمده متن می‌کوشد نوعی ایران‌هراسی و شیعه‌هراسی را ترویج دهد.</p>	

۷) مؤلفه‌های اجماع و توافق در متن

متن می‌کوشد ارتباط اوضاع و درگیری‌های بحرین با دخالت‌های ایران را با ذکر این مطالب : زمینه این توطئه خارجی از بیست تا سی سال پیش با هدف براندازی فراهم آمده بوده تا در فرصت مناسب عملی شود، رهبران سنی بحرین، ایران را به دخالت در امور داخلی کشورشان متهم کرده بودند، در پی افزایش تنش بین ایران و بحرین، هفته پیش این دو کشور در یک اقدام تلافی‌جویانه دیپلماتیک، سفرای خود را فراخواندند و اشاره به متشنج کردن اوضاع در بحرین توسط شبکه خبری العالم در ذهن مخاطبان به اشتراک گذارد.

۸) گزاره‌های اساسی متن

- پادشاه بحرین از خنثی کردن "توطئه ای" که "یک دولت خارجی" در آن دست داشته خبر داد اما به جزئیات بیشتری در این باره اشاره نکرد.
- پادشاه بحرین به طور ضمنی به ایران اشاره کرده است.
- ایران که اکثر جمعیت آن شیعه مذهب هستند بحرین را به دلیل کشتن تظاهر کنندگان خواهان دموکراسی محکوم کرده است.

جمع بندی

با توجه به مقوله‌های گفتمانی متن خبری سایت بی‌بی‌سی فارسی در مورد رویدادهای بحرین، این متن با طرح موضوع خنثی کردن یک توطئه خارجی در بحرین و ربط دادن آن به ایران، شکایت بحرین از شبکه العالم و اخراج دیپلمات‌های هر دو کشور می‌کوشد از گفتمان آشوب‌سازی و توطئه‌چینی علیه ایران استفاده کرده و ضمن برجسته ساختن گفتمان قدیمی ایران هراسی و به ویژه شیعه هراسی در منطقه و جهان، از ایران و شیعیان ایرانی و منطقه انگاره‌های توطئه‌گر، آشوب‌طلب، اغتشاش‌گر و خواهان جنگ فرقه‌ای یاد کند. متن

می کوشد در قالب /مکان بروز جنگ نیابتی در بحرین(جنگ فرقه‌ای شیعیان علیه سنی‌ها)، اعتراض‌های رخ داده

تحوالات	اخبار	گفتمان‌های ساخته‌شده	انگاره‌های ساخته شده	تکنیک های خاص جنگ نرم
مصر	ایران هراسی و شیعه‌هراسی تنش‌زایی و مردم‌انگیزی علیه ایران	اغتشاش گرانه و بحران آفرین	شایعه برچسب‌زدن اهریمن سازی ایجاد تفرقه و تضاد مبالغه و مغالطه	
بحرین	آشوب سازی و توطئه‌چینی ایران هراسی و شیعه هراسی	توطئه‌گر، آشوب‌طلب، اغتشاش‌گر و خواهان جنگ فرقه‌ای		

در بحرین را نوعی درگیری فرقه‌ای با عاملیت یک توطئه‌گر خارجی همچون ایران شیعی قلمداد کند.

در پایان ، تکنیک های جنگ نرم به کار گرفته شده توسط سایت بی.بی.سی فارسی در مورد تحولات دو کشور مصر و بحرین در قالب انواع گفتمان‌ها و انگاره‌های ساخته‌شده، به صورت جدول ۱۰ ارائه می‌گردد تا این یافته‌ها ملموس‌تر و روشن‌تر درک شوند.

جدول ۱۰. تکنیک‌های جنگ نرم(انواع گفتمان‌ها و انگاره‌های ساخته شده در مورد ایران)

نتیجه گیری

در پایان باید اشاره کرد که جنگ نرم، در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه های فکری و فرهنگی آن را سست کند، با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی اجتماعی حاکم تزلزل و بی ثباتی تزریق کند و در این میان سایت های خبری، رسانه ها و به ویژه تلویزیون و قدرتمندترین برنامه هایش که در قالب ارائه اخبار و گزارش و گفت و گوها ارائه می شود با بهره برداری از عناصر زیبایی شناختی در طراحی استودیوها، انتخاب رنگ ها، نورپردازی های خیره کننده و مجری هایی حرفه ای، می کوشد بیشترین

تأثیرگذاری را بر مخاطب بگذارد که در این راستا، برنامه ریزان خبری با فردی کردن خبر که یکی از مهمترین اصول «نرم کردن» خبر است، مخاطبان خود را به پذیرش اخبار ارائه شده از سوی خود، ترغیب می کنند و با استفاده از شیوه های مختلف نظیر تولید خبر، ارائه اخبار گزینشی و... افکار عمومی جامعه را تحت کنترل و اختیار خود در می آورند، به صورتی که، بدون کمترین هزینه، بتوانند تصمیمات و اهداف خود را با رضایت و پذیرش آحاد مردم، به مرحله عمل برسانند. رسانه های خارجی و سایت های خبری خارجی با استفاده از تمام امکانات خود در ارائه پیام ها و اخبار و با تغییر ساختار و شکل اخبار و تبدیل آن به خبر نرم، سعی در اقناع و متقاعد کردن هرچه بیشتر مخاطبان خود دارند و در این راه از هیچ تاکتیکی، دریغ نمی کنند؛ چرا که سرمایه اصلی در رسانه، مخاطب است و برای جذب مخاطب، به ناچار، شبکه ها و سایت های خبری ملزم به ارائه بهترین اخبار و اطلاعات می باشند تا بینندگان و شنوندگان خود را راضی، متقاعد و در نهایت اقناع کنند؛ در غیر این صورت مخاطب با زدن یک دکمه در معرض اخبار و اطلاعات گروهی دیگر از رسانه ها که در انتقال و ارائه اخبار توانمند هستند و نیازهای وی را بر طرف می کنند، روی خواهد آورد.

بنابراین، توصیه می شود تا مراکز اطلاعاتی، دانشگاه ها، صدا و سیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تمام راه هایی که از طریق آنها رسانه های غربی به صورت نامحسوس می توانند به فرهنگ و هویت جامعه آسیب برسانند را شناسایی و به مردم معرفی کنند. همچنین پیشنهاد می گردد تا راه های مقابله با هجمه های رسانه ای غرب که در قالب اخبار و در بسته بندی های خاص و جهت دار ارائه می گردد، به اعضای جامعه، خصوصاً جوانان آموزش داده شود که در این زمینه، نقش صدا و سیما به عنوان پرچم دار مبارزه با جنگ نرم، بسیار مهم و حیاتی خواهد بود.

منابع

منابع فارسی

- آقاگل‌زاده، ف. (۱۳۸۵). *تحلیل گفتمان انتقادی*، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی با همکاری دانشگاه تربیت مدرس.
- الرفاعی، ف. (۱۳۷۷). *نفوذ صهیونیسم بر رسانه های خبری و سازمان های بین المللی*، (ح. سرو قامت، مترجم). تهران: سازمان انتشارات کیهان.
- احمدزاده کرمانی، ر. (۱۳۸۸). *در آمدی بر ماهیت شناسی جنگ نرم پس از انقلاب اسلامی*. *فصلنامه مطالعات بسیج*، سال دوازدهم، شماره ۴۳.
- بیچرانلو، ع. (۱۳۸۸). *کارکردهای شبکه های تلویزیونی ماهواره ای در جنگ نرم*. *فصلنامه رسانه*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سال ۲۰، شماره ۲.
- خاشعی، و. (۱۳۸۸). *درآمدی بر سیاست های رسانه ای مقابله با جنگ نرم*. *فصلنامه رسانه*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سال ۲۰، شماره ۲.
- ساروخانی، ب. (۱۳۸۳). *اقناع، غایت ارتباط. نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۳.
- شکرخواه، ی. (۱۳۷۲). *ارتباطات در خدمت جنگ روانی*. *فصلنامه رسانه*، شماره ۱۳.
- شکرخواه، ی. (۱۳۸۴). *خبر نویسی مدرن (چاپ دوم)*، تهران: انتشارات خجسته.
- شکرخواه، ی. (پاییز ۱۳۷۹). *خبر، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی*.
- شریفی، ا. (۱۳۸۹). *جنگ نرم، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی*.

عنوان : خبر و جنگ نرم

ضیایی پرور، ح. (۱۳۸۸). جنگ نرم سایبری در فضای شبکه های اجتماعی. *فصلنامه رسانه*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سال ۲۰، شماره ۲. عیوضی، م. و هراتی، م. (۱۳۸۹). *درآمدی تحلیلی بر انقلاب اسلامی*، قم: دفتر نشر معارف.

فرقانی، م. (۱۳۸۲). *راه دراز گذار- تحول گفتمان توسعه سیاسی در ایران*، تهران: فرهنگ و اندیشه. فلاحی پیشه، ش. (۱۳۸۵). *دیپلماسی عمومی و قدرت نرم هندوستان در گستره روابط بین فرهنگی*. *مجله چشم انداز ارتباطات فرهنگی*، شماره ۲۷.

قوام، ع. (۱۳۸۴). *از دیپلماسی مدرن به دیپلماسی رسانه ای*. *مجله پژوهش حقوق و سیاست*، شماره ۱۷. قاسمی، ف. (۱۳۷۸). *روزنامه نگاری حرفه ای (مجموعه مقالات)*، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

لازار، ژ. (۱۳۸۰). *افکار عمومی*، (م. کتبی، مترجم). تهران: نشر نی.

ماه پیشانیان، م. (۱۳۸۸). *امنیت نرم و چهره ژانوسی رسانه ها*. *فصلنامه رسانه*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سال ۲۰، شماره ۲.

مداحی، م. (۱۳۷۳). *جنگ روانی و اثرات روانشناختی آن*. *فصل نامه مطالعات بسیج*، شماره های ۳ و ۴. محمدی، غ. (۱۳۸۹). *پنبه ای که هنوز داغ است*. *ویژه نامه دبیرخانه همایش ملی جنگ نرم*، تهران: مؤسسه علمی فرهنگی طلوع سبز کار آفرین، سال اول، شماره ۱.

میرفخرایی، ت. (۱۳۸۵). *مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی*، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات صداوسیما.

میرفخرایی، ت. (۱۳۸۸). *مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی*، تهران: انتشارات سروش.

نوروزپور، م. (۱۳۸۵). *نرم خبر و سخت خبر؛ خبرنگاری پیشرفته*، تهران: انتشارات ثانیه.

عنوان : خبر و جنگ نرم

نقبائی لنگرودی، ر. (۱۳۸۳). *اصول خبرنگاری مطبوعاتی و پخش (چاپ اول)*، تهران: انتشارات کتیبه گیل.
ون دایک، ت. (۱۳۸۲). *مطالعاتی در تحلیل گفتمان؛ از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی* (ترجمه گروه مترجمان). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.