



درآمدی بر جنگ رسانه‌ای

ابزارها و راهکارهای مقابله با آن

علی ایلخانی پور و امید عبداللہی

ایلمخانی پور، علی، ۱۳۵۹ -

درآمدی بر جنگ رسانه‌ای: ابزارها و راهکارهای مقابله با آن / علی ایلمخانی پور، امید
عبداللهی؛ تهیه کننده: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. -- قم: دفتر عقل، ۱۳۸۶.
۱۳۶ ص. -- (مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما؛ ۱۳۲۲)

ISBN 978-964-2761-05-0 ۱۲۰۰۰ ریال:

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

کتابنامه: ص. [۱۳۳] - ۱۳۶؛ همچنین به صورت زیر نویس.

۱. رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های سیاسی. ۲. تبلیغات -- جنبه‌های سیاسی. ۳. تبلیغات ضد
ایرانی. ۴. تبلیغات ضد اسلامی. ۵. جنگ روانی -- ایران. الف. عبداللهی، امید. ب. صدا و سیما
جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. ج. عنوان.

۳۰۲ / ۲۳

۹۵/۸ الف / P ۷۷



دفتر عقل



مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما

درآمدی بر جنگ رسانه‌ای

کد: ۱۱۳۲

نویسنده: علی ایلمخانی پور و امید عبداللهی

ویراستار: ذوالفقار ناصرپور

تهیه کننده: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما

ناشر: دفتر عقل

چاپ: نگارش

توبت چاپ: اول / ۱۳۸۶

شمارگان: ۱۴۰۰

بها: ۱۲۰۰۰ ریال

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

نشانی: قم، بلوار امین، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما

پست الکترونیکی: Email: IRC@IRIB.ir

تلفن: ۲۹۱۹۶۷۰-۲۵۱-۲۹۱۵۵۱۰ دورنگار:

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۶۱-۰۵-۰ ISBN: 978-964-2761-05-0

فهرست

۱	دیباچه
۳	پیش‌گفتار
۵	● فصل اول: جنگ روانی
۶	۱. مفهوم‌شناسی
۸	۲. تاریخچه جنگ روانی
۱۱	۳. ابزارهای جنگ روانی
۱۲	الف) تهدید
۱۳	ب) فریب
۱۳	ج) تکرار
۱۳	د) شایعه‌پراکنی
۱۴	۴. جنگ رسانه‌ای و اهداف آن
۱۸	۵. جداسازی جنبه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جنگ رسانه‌ای
۲۰	● فصل دوم: ابزارهای جنگ رسانه‌ای
۲۱	۱. رادیو
۲۴	الف) تاریخچه کاربرد رادیو به عنوان ابزار سیاست خارجی
۲۶	ب) دسته‌بندی رادیوها

۲۷	 (ج) انواع رادیوها.
۲۷	 (د) رادیوهای بین‌المللی
۲۸	 یک - بی بی سی (بنگاه خبرپراکنی بریتانیا)
۲۹	 دو - رادیو بریتانیا.
۲۹	 سه - صدای آمریکا
۳۰	 (ه) دسته‌بندی درون مایه‌ای رادیوهای بین‌المللی
۳۰	 (و) اتحادیه‌های رادیو - تلویزیونی
۳۱	 (ز) رادیوهای فارسی‌زبان برون مرزی
۳۲	 (ح) بررسی جنگ روانی رادیو آزادی (رادیو فردا) علیه ایران و اسلام‌گرایی
۳۶	 (ط) نمونه‌های جنگ رادیویی علیه ایران.
۳۹	 ۲. تلویزیون
۴۰	 (الف) پیشینه شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان
۴۴	 (ب) دسته‌بندی درون مایه‌ای شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای
۴۴	 فارسی زبان
۴۷	 (ج) رویکرد کارگزاران فرهنگی و رسانه‌ای در برابر شبکه‌های
۴۷	 تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان.
۴۸	 (د) آشنایی با شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان
۴۸	 یک - شبکه تلویزیونی این. آی. تی. وی (NITV)
۴۹	 دو - تلویزیون ایران (ITN)
۵۰	 سه - تلویزیون پارس
۵۰	 چهار - جام جم
۵۱	 پنج - تلویزیون شبکه یک
۵۱	 شش - شبکه آزادی
۵۱	 هفت - تلویزیون تپش
۵۲	 هشت - صدای آمریکا.
۵۳	 نه - شبکه آی. تی. سی (ITC)
۵۴	 ده - شبکه پی. ام. سی (pmc)
۵۴	 یازده - شبکه آی. سی. سی (ICC)
۵۴	 دوازده - تلویزیون سیمای آزادی

۵۶	سیزده - تلویزیون رنگارنگ
۵۷	چهارده - تلویزیون ایرانیان (IRTV)
۵۷	هـ) ویژگی‌های عمومی شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای فارسی‌زبان
۵۹	و) پیدایش و اهداف پروژه دلتا در مقابله با نظام اسلامی
۶۲	ز) برخورد رسانه‌های غربی با اسلام
۶۸	● فصل سوم: ماهواره
۶۹	۱. پیدایش ماهواره‌ها
۷۰	۲. کاربردهای ماهواره‌ها
۷۱	۳. دسته‌بندی ماهواره‌ها از نظر منطقه زیر پوشش
۷۱	۴. ماهواره‌های مخابراتی
۷۱	۵. ماهواره‌های رادیویی
۷۲	۶. ماهواره‌های تلویزیونی
۷۲	۷. ماهواره‌های قابل دریافت در ایران
۷۳	۸. تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان
۷۴	۹. کارکردهای منفی ماهواره علیه نظام اسلامی
۷۵	۱۰. آسیب‌شناسی ماهواره
۷۶	الف) آسیب‌های اقتصادی
۷۶	ب) آسیب‌های سیاسی
۷۶	ج) آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی
۸۰	د) آسیب‌های نظامی
۸۲	۱۱. جنگ رسانه‌ای آمریکا علیه ایران
۸۳	۱۲. بررسی آماری برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای اروپایی
۹۱	۱۳. قانون ممنوع بودن دریافت از ماهواره
۹۳	۱۴. رویکرد ایرانیان به رسانه‌های بیگانه و ماهواره‌ها
۹۷	● فصل چهارم: راهکارهای مقابله با تهاجم رسانه‌ای
۹۷	۱. افزایش کمتی و بهبود کیفی برنامه‌ها
۱۰۰	۲. استفاده حداکثری از ظرفیت‌های اتحادیه رادیو - تلویزیون‌های آسیا

۳. ساخت ماهواره اسلامی	۱۰۲
۴. تقویت باورهای دینی مردم و اصلاح رویکرد رسانه به دین	۱۰۳
۵. تقویت جایگاه طنز بومی	۱۰۶
۶. افزایش سواد رسانه‌ای مردم	۱۰۸
۷. لزوم اعتمادسازی	۱۱۰
۸. تقویت شیوه‌های سنتی تبلیغ و آشنایی با محیط دیجیتالی	۱۱۱
۹. استناد به مبانی و منابع حقوق ماهواره در سطح بین‌الملل	۱۱۲
بررسی و نقد تجربه دیگر کشورهای آسیایی	۱۱۳
سخن پایانی	۱۲۲
تعداد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی ماهواره‌های جهان	۱۲۳
کتاب‌نامه	۱۳۳

دیباچه

با وقوع انقلاب اسلامی در ایران، جهان معاصر شاهد ورود گفتمان جدیدی به عرصه سیاست گشت. این گفتمان در تقابل با کمونیسم و لیبرالیسم و بر پایه نفی سلطه‌گری و استکبارستیزی بنا شد. نظام جمهوری اسلامی به همین جهت از آغاز حیات سیاسی خود همواره مورد تهاجم دشمنان بوده و هست. این تهاجم‌ها با یک هدف و آن براندازی نظام اسلامی و در قالب و شکل‌های گوناگون صورت می‌گیرد. یکی از مهم‌ترین و پایدارترین آنها که هنوز نیز ادامه دارد، تهاجم و جنگ روانی است که با ابزارهای پیشرفته رسانه‌ای صورت می‌گیرد.

جنگ روانی به باور برخی از کارشناسان از جنگ فیزیکی به مراتب کارآمدتر و اثرگذارتر است. هدف در این نوع جنگ، ایجاد تحول ذهنی و به تعبیر دیگر تبدیل روحیه مقاومت به تسلیم و پذیرش رضایت‌مندانه می‌باشد. در واقع، جنگ روانی را می‌توان «جنگ عقیده» نامید که به صورت‌های آشکار و پنهانی با مخاطبان ارتباط عاطفی و احساسی برقرار می‌کند تا بتواند باورها و عقاید آنان را تسخیر کند. این نوع تهاجم با ویژگی‌هایی مانند: طراحی شده، نظام‌مند، خطابی و تبلیغی و در خدمت جنگ بودن و همچنین شیوه‌هایی از قبیل تهدید، فریب، تکرار مطالب و شایعه‌پراکنی شناخته می‌شود.

به کارگیری جهت‌دار رسانه‌های گروهی برای اثرگذاری مستقیم و غیرمستقیم بر مخاطبان از ابزارهای اصلی جنگ روانی به شمار می‌روند، به گونه‌ای که برخی جنگ روانی را جنگ رسانه‌ای دانسته که برای القای دیدگاه‌های سیاسی، ایجاد بحران و آشوب‌های اجتماعی و تحریف واقعیت به کار گرفته می‌شوند.

دست‌اندرکاران جنگ روانی می‌کوشند با رسانه‌های گروهی افکار عمومی را به‌طور غیرمستقیم به تسخیر درآورند و باورهای سیاسی و فرهنگی خود را جای‌گزین عقاید مردم کشور مورد تهاجم کنند. در این راستا، صاحبان رسانه‌های سلطه‌گر در کشورهای جهان سوم اندیشه‌هایی همچون مصرف‌گرایی، فردگرایی افراطی، خشونت‌طلبی و نخبه‌گرایی را گسترش می‌دهند که از عوامل غیرمستقیم سلطه استعمار جدید به شمار می‌روند.

پژوهش حاضر کاری است از آقایان علی ایلخانی‌پور و امید عبداللهمی در جهت آشنایی مخاطبان با ابزارها و اهداف جنگ رسانه‌ای و آرایه راهکارهای مقابله با آن. با سپاس از این دو پژوهشگر ارجمند امید است به کار اصحاب رسانه بیاید و بهره لازم را از آن ببرند.

اِنَّهٗ وَلِیُّ التَّوْفِیْقِ

اداره کل پژوهش

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما

پیش‌گفتار

استکبار می‌داند که سرچشمه مقاومت ملت‌ها و دولت‌های مسلمان، اسلام و تعالیم رهایی‌بخش آن است. از این رو، جنگ روانی گسترده‌ای را بر ضد اسلام و مسلمانان آغاز کرده است.^۱

انقلاب اسلامی ایران به عنوان نخستین انقلاب مذهبی در میان انقلاب‌های بزرگ جهان، با ویژگی برجسته فرهنگی‌اش در سال ۱۹۷۹م. در حالی به پیروزی رسید که تصور می‌شد با فروپاشی کمونیسم، لیبرالیسم و گفتمان سکولاریسم در حوزه‌های سیاست، فرهنگ و اقتصاد تنها گفتمان‌های مسلط دنیای معاصر باشند.

انقلاب اسلامی ایران از همان آغاز شکل‌گیری و سپس در دوران تثبیت و استمرار خود، با نفی هرگونه سلطه‌گری در عرصه روابط بین‌الملل و اثرگذاری گسترده بر جنبش‌های اسلامی و عدالت‌خواه، چنان لرزه‌ای بر پیکر ابرقدرت‌های جهانی افکند که آنها در یک حرکت هماهنگ، جنگ روانی و رسانه‌ای گسترده‌ای را علیه این انقلاب نوپا به راه انداختند. در این نوشتار، کوشیده‌ایم جنبه‌های مختلف نظری و عملی جنگ روانی و رسانه‌ای غرب علیه نظام جمهوری اسلامی ایران را بررسی کنیم.

۱. پیام مقام معظم رهبری به کنگره عظیم حج، روزنامه اطلاعات، ۱۳۸۱/۱۱/۲۱.

امروزه فن‌آوری‌های ارتباطی جدید، امکان پخش برنامه‌های ماهواره‌ای رادیو و تلویزیونی را به صورت گسترده فراهم آورده و به ابزاری نیرومند برای تهاجم و جنگ رسانه‌ای تبدیل شده است. این تهاجم رسانه‌ای، پی‌آمدهای منفی فراوانی برای جامعه ما به ویژه نسل جوان داشته است. در کنار پرداختن به این موضوع، راهکارهای مقابله با اثرگذاری منفی ماهواره را نیز در حوزه نرم‌افزاری و سخت‌افزاری بررسی می‌کنیم.

در حوزه روابط بین‌الملل نیز متفکران انتقادی در مکتب‌های مختلف از جمله سازنده‌گرایی (constructivism) و پست مدرنیسم (Post modernism) به خوبی به شیوه برساخته شدن (Construct) «واقعیت» و نقش هویت، نشانه‌ها، انگاره‌ها، زبان، گفتمان و تصویرسازی رسانه‌ای پرداخته‌اند. در این میان، رسانه‌ها از جمله تلویزیون‌های ماهواره‌ای در برساختن «واقعیت» نقش بسیار مهمی ایفا می‌کنند که این اثر، تلاش دارد برخی ابعاد آن را بررسی کند. در این راستا، کتاب حاضر در سه فصل سامان‌دهی شده است و با پرداختن به ابعاد مفهومی و نظری جنگ روانی، جنگ رسانه‌ای و... به بررسی و معرفی انواع شبکه‌های رادیو و تلویزیونی می‌پردازد و به آسیب‌های اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و سیاسی آنها توجه می‌کند. در پایان، اثر نگارنده به ارائه راهکارهایی برای استفاده حداکثری از ظرفیت‌های موجود در حوزه رسانه‌ای می‌پردازد و راهکارهایی را برای تقویت رسانه ملی و توسعه پوشش رسانه‌ای مطرح می‌کند.