

ماهواره ها در عملیات روانی امریکا

www.ketab.ir

دانشگاه عالی دفاع ملی

تهران ۱۳۸۹

ملکی تبار-مجید

ماهواره ها در عملیات روانی آمریکا/ملجید ملکی تبار / تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی، انتشارات داعا، ۱۳۸۹، ۱۳۷ ص

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۹۱-۶۴-۰

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیا-ماهواره، جمهوری اسلامی ایران - رسانه - آمریکا - عملیات

روانی - تلویزیون

پشت جلد به انگلیسی: Satelites in the Americans operation war



انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

عنوان: ماهواره ها در عملیات روانی آمریکا

مؤلف: مجید ملکی تبار

ویراستار ادبی: امیر ضیغمی و مصطفی عزیز آبادی

صفحه آرا و حروف نگار: مسعود عابدی

طرح جلد: مهدی احمدی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۹۱-۶۴-۰

ناشر: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

چاپ اول: ۱۳۹۰

تیراژ: ۵۰۰ جلد

بها: ۲۸۰۰۰ ریال

چاپ و صحافی: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

نشانی انتشارات: تهران. ضلع شمالی بزرگراه شهید بابایی، بعد از اتوبان هنگام، دانشگاه عالی

دفاع ملی، انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی تلفن ۲۲۹۷۰۳۴۳

نشانی اینترنتی: www.sndu.ac.ir

ناشر: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی (داعا)

فهرست

صفحه

عنوان

سخن ناشر

پیشگفتار

فصل اول : کلیات

- ۱۸ مفاهیم اساسی
- ۳۴ رسانه‌های جمعی و امنیت ملی

فصل دوم

- ۳۹ دیدگاه‌های نظری پیرامون تأثیرات وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها
- ۵۴ راهبرد اهداف و سیاست‌های امنیت ملی آمریکا در برابر ج. ا. ا.
- ۵۸ سیاست‌های راهبرد امنیت ملی آمریکا
- ۵۹ اختصاص کمک‌های بلاعوض
- ۵۹ مقابله‌ی ایدئولوژیک
- ۶۰ جلوگیری از دستیابی کشورهای مخالف به دانش و فناوری پیشرفته
- ۶۱ نظارت بر سایت‌های تجاری، علمی فرهنگی

فصل سوم : عملیات روانی

- ۶۷ مفهوم عملیات روانی
- ۷۰ انواع عملیات روانی

فصل چهارم

- ۱۱۴ تلویزیون‌های ماهواره‌ای
- ۱۱۶ ویژگی‌ها و قابلیت‌های تلویزیون‌های ماهواره‌ای
- ۱۱۹ مخاطب‌شناسی تلویزیون‌های ماهواره‌ای
- ۱۲۰ جمهوری اسلامی ایران و پدیده ماهواره
- ۱۲۰ ویژگی دسترس‌پذیری در ایران
- ۱۲۱ شبکه‌های تلویزیونی فارسی زبان ماهواره‌ای

سخن پایانی

- ۱۲۶ منابع و مآخذ
- ۱۲۱ منابع و مآخذ

سخن ناشر

دانشگاه عالی دفاع ملی به عنوان سازوکاری علمی و سازمانی در توسعه ادبیات راهبردی و آموزش مدیران عالی کشور در حوزه مسایل راهبردی، دفاعی، امنیتی، با بهره‌گیری از بنیان‌ها و نظریه‌های بومی، در صدد تدوین راهبردهای تعالی‌بخش به منظور تحقق اهداف منبعث از رسالت و مأموریت علمی خویش است.

این دانشگاه از مراکز علمی کلیدی و حساس در عرصه مسایل راهبردی است که از بدو تشکیل و راه‌اندازی آن پس از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی در صحنه‌ی آموزش مسایل دفاعی - امنیتی به منظور کادرسازی متناسب با اهداف مقدس جمهوری اسلامی در سطوح مدیران عالی کشوری و لشکری پیش‌قدم بوده و وظیفه خطیر خود در جهت آموزش فرماندهان و مدیران عالی‌رتبه کشور را سرلوحه تمامی برنامه‌ها قرار داده است. این امر هنگامی مهم‌تر می‌نماید که نگاهی پژوهشی و عمیق به پیرامون کشور، منطقه و جهان داشته باشیم؛ چراکه با ظهور تهدیدات نوین در عرصه‌ی بین‌الملل، لزوم داشتن چنین کانونی برای به هنگام نگاه داشتن دانش مدیران عالی و فرماندهان نظامی کاملاً ملموس خواهد بود. از سوی دیگر ایده‌ی ایجاد تمدنی بزرگ موجب می‌شود تا این تلاش و تعهد موجب توسعه همکاری‌ها و ترغیب سازمان‌هایی گردد که برای پیروی از این هدف تعالی و ایجاد تحول در برنامه‌ها و فعالیت‌ها تولید و توزیع ادبیات راهبردی را یاری نمایند.

با نگرش به این رویکرد و اهمیت موضوع، لزوم تولید و توزیع ادبیات راهبردی در دانشگاه که ماحصل تلاش اساتید و فرهیختگان متخصص در علوم راهبردی و دانش آموختگانی است که با نهایت تلاش و کوشش مدت زمان مفیدی از دوران زندگی خود را جهت فراگیری مفاهیم و اصول علوم راهبردی و تدوین رساله‌ی دکتری در دانشگاه طی نموده‌اند، نمایان می‌گردد. در این راستا انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی در سه حوزه‌ی مدیریت راهبردی، دفاع ملی و امنیت ملی با اهتمام به برنامه‌ها و در چارچوب اهداف و مفاهیم عالیه نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و تدابیر رهبر معظم انقلاب اسلامی و فرماندهی کل قوا حضرت

آیت الله العظمی خامنه‌ای، سعی در انتقال مفاهیم و آموزه های خود به سطوح مختلف مدیران و ارکان جامعه داشته و در این بستر دستهای پرتوانی که نیل به این اهداف را تسهیل می نمایند به گرمی می فشارد. مجموعه حاضر، امید دارد بتواند ارتقای قابلیت ها و ظرفیت تصمیم گیری را برای خوانندگان خود به همراه داشته و آثار مبارکی را در توسعه کشور و تحقق سند چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی ایران به ارمغان بیاورد.

و ما توفیقی الا بالله

انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی

www.ketab.ir

پیشگفتار

عصر حاضر را «عصر ارتباطات» نامیده‌اند. یعنی در حال حاضر به دلیل وجود و کاربرد وسایل ارتباط جمعی که وسعت، نفوذ و تأثیر آن بسیار زیاد است، ارتباط جمعی شکل نوینی یافته و تحولات جوامع بشری را تحت الشعاع قرار داده است، به طوری که امروزه وسایل ارتباط جمعی برای حفظ و تحکیم سلطه فرهنگی و سیاسی قدرتهای استعماری حتی بر نیروهای نظامی برتری دارد و ابزاری نیرومند برای تسخیر افکار و اذهان عمومی محسوب می‌شوند. (گروه مطالعات حقوقی سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۱: ۱۱۱)

به بیان دیگر وسایل ارتباط جمعی تأثیر شگرفی در پیدایش عادات تازه، تکوین فرهنگ جهانی، تغییر در خلق و خوی انسانها و بالاخره کوچک شدن کره زمین و همسایگی ملل دوردست دارند. با جایگاهی که رسانه‌های گروهی و وسایل ارتباط جمعی از تولد تا مرگ در زندگی امروزی بشر پیدا کرده‌اند، می‌توان آنها را در زمره نهادهای اجتماعی و یکی از عوامل عمده مؤثر بر فرایند پذیرش هنجارها و ارزشهای اجتماعی یا اجتماعی شدن قلمداد نمود. افراد معمولاً ارزشها، اعتقادات، گرایشها و رفتارها را از دیگران و از خلال روند تربیت اجتماعی و جامعه پذیری فرا می‌گیرند. در این میان وسایل ارتباط جمعی از آن حیث که بطور غیر رسمی و غیر مستقیم به جامعه پذیری افراد می‌پردازند نقش خاص برعهده دارند. رسانه‌ها همچنین نقش مهمی در جامعه پذیری مذهبی افراد دارند. حتی از آنجا که آنها به ناگزیر از میان واقعیت‌های بی‌انتهای اجتماعی دست به انتخاب می‌زنند و آن واقعیت را آنچنان که خود می‌خواهند به نمایش می‌گذارند و بخش‌هایی از آن را به میل خود بزرگتر و برجسته‌تر و بخش‌هایی را کم اهمیت‌تر و کوچکتر جلوه می‌دهند، می‌توانند در جامعه پذیری بویژه جامعه پذیری مذهبی نقشی فراتر از یک رسانه ایفا کنند. (جوادی یگانه، ۱۳۸۰: ۱۲۶)

به نظر محققانی که درباره رسانه‌ها و کارکرد آنها مطالعه کرده‌اند، رسانه‌ها قدرت اثرگذاری بسیاری دارند، بنابراین یکی از مباحث مهم در حوزه رسانه‌ها، بحث تأثیر آنان بر جوامع کنونی بطور عام و بر باورها، عقاید، ارزشها، گرایشها و رفتار انسانها بطور خاص است. به دنبال این امر یکی از دغدغه‌ها و حساسیت‌های کارگزاران و دولتمردان جوامع کنونی بحث تأثیرات رسانه‌ها بر عرصه‌های مختلف اجتماعی، از جمله شخصیت و رفتار مخاطبان است. این موضوع با گسترش استفاده از رسانه‌ها ارتباط مستقیم داشته و میزان اهمیت آن،

بیشتر شده است. در کشور ما هم، چنین دغدغه و حساسیتی از جانب دولتمردان و کارگزاران مملکتی وجود دارد. به تبع این دغدغه و حساسیت است که رسانه‌های داخلی با اعمال سیاست‌های مدیریتی علاوه به انجام کارکردهایی که اصولاً بر آنها مترتب است به انجام مأموریتی، مهم در انتقال فرهنگ و ارزشهای دینی و ملی به افراد جامعه موظف شده‌اند.

جهت دستیابی به این مهم می‌توان با اعمال سیاستهای مدیریتی درست و کارآمد محتوای رسانه‌های مختلف جامعه را طوری تنظیم و هدایت کرد که در این جهت گام بردارند. اما امروزه فناوری‌های ارتباطی جدیدتر در حوزه اطلاع رسانی ظاهر شده‌اند که در مورد آنها، هم دغدغه‌ها و حساسیت‌هایی که پیشتر به آن اشاره کردیم وجود دارد و هم اینکه توانایی و قدرت اعمال سیاستهایی جهت هدایت آنها متناسب با اهداف و آرمانهای دینی و ملی ما وجود ندارد. لذا حساسیت و نگرانی‌ها پیرامون این فناوریها شدیدتر است و دولتمردان در قبال آنها به عکس‌العمل وا داشته شده‌اند. البته نقش رسانه‌ها به موضوعات پیش گفته ختم نمی‌شود و بدلیل نقش بی‌بدیل آن در مدیریت افکار عمومی و بسط حوزه نفوذ و در حال حاضر به بزرگترین و کاراترین ابزار قدرت تبدیل شده و جایگاه ویژه‌ای در مولفه‌های قدرت نرم افزار یافته است. به همین دلیل کشورهای غربی و به ویژه قدرت‌های بزرگ و استعماری در پی انحصار و بهره‌گیری حداکثری از آن هستند. در حال حاضر نیز امریکا در برخورد با کشورها و جوامع غیر همسوی خود، استفاده گسترده از رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی را در دستور کار خود قرار داده است کما اینکه شاهدیم با تشکیل و بسیج امکانات گسترده رسانه‌ای خود جنگ رسانه‌ای عظیمی را علیه جمهوری اسلامی ایران به راه انداخته است.

نویسنده امید دارد که مطالعه این کتاب بتواند فراز مطلوبی را در ارتقاء و اعتلاء سازمان‌های راهبردی کشور فراهم آورد.

جا دارد در این جایگاه از ریاست محترم دانشگاه عالی دفاع ملی و معاونت محترم پژوهش و تولید علم دانشگاه و دیگر همکارانشان در بخش تولید و نشر علم که موجب تبدیل این تلاش علمی به کتاب گردید کمال قدردانی و تشکر را نموده و از خداوند متان، توفیقات روز افزون این عزیزان را خواستار باشم.