

پدافند غیرعامل و جنگ رسانه (قسمت اول)؛

جنگ رسانه : استفاده از رسانه ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه ها، به منظور دفاع از منافع ملی می باشد .

در الگوی مدرن امنیت ، رسانه ها با ایجاد تحول در باورها ، ارزش ها، اعتقادات ، تصاویر ، ادراک و ذهنیات جامعه زمینه را برای اقلان و پذیرش فراهم می کند . این وضعیت باعث شده تا پیام ها ، نمادها ، اخبار و اطلاعات اهمیت خاص پیدا کند . رسانه ها نه تنها واقعیت را بلکه حتی مهمتر از آن ادراک مردم از واقعیت را نیز تغییر می دهد ،

بگو نه ای که بر خی از اندیشمندان معتقدند که رسانه ها، حاکمیت و قدرت تعیین سر نوشت انسان ها را از آنان سلب و در اختیار خود قرار گرفته اند و بر اندیشه ، ادراک و احساس افراد مسلط شده اند .

اهمیت رسانه ها در تبلیغات

در میان صاحب نظران علوم سیاسی این نکته روشن است که اگر چه رسانه ها نمیتوانند به مردم بگویند چگونه بیندیشند اما به مردم میگویند که به چه بیندیشند آنچه توسط رسانه ها گزارش میشود و در دستور کار مردم قرار میگیرد آنچه مسکوت گذاشته میشود گرچه ممکن است برای همیشه فراموش نشود اما ممکن است در موقعی که سخت مورد نیاز است در دسترس عموم مردم قرار نگیرد .

امروزه رسانه ها ارزشهای اجتماعی را دیکته می کنند فرد کمکم به این ارزش اجتماعی یا سیاسی که ریشه آن را نمی بیند روبه رو می شود ریشه ای که در تبلیغات منظم رسانه های همگانی نهفته است. اعتقادات جدید این است که واقعیتی جز، واقعیتی که توسط وسایل ارتباط جمعی خلق می شود وجود خارجی ندارد و یا اگر وجود خارجی دارد مفهومی ندارد و این مفاهیم بر اساس مرادفات و ارتباطات در جامعه بصورت قراردادی حاکم می شود یعنی آن چیزی که به آن زشت، زیبا، خوب و بد میگوییم چیزهای قراردادی است که بر اثر ارتباطات در جامعه بوجود می آید

مهمترین دستاورد وسایل جدید ارتباطی برای تبلیغ، سرعت، مداومت پیامهای تبلیغی و فراگیر بودن آن برای مخاطبانی در سطح جهان و بالاخره فراهم آمدن شکل ها و قالب های کاملاً متنوع برای بیان و القای یک مطلب واحد می باشد

برنامه دفاع غیر عامل در رسانه ها

رسانه ها در دفاع غیر عامل نقش اساسی دارند و رسانه ها بایستی برای انجام وظیفه مهمی که در دفاع غیر عامل بعهده دارند برنامه ریزی اجرایی داشته باشند. همچنین داشتن آموزشهای منظم و مداوم برای کارکنان رسانه ها و گذراندن دوره های آموزشی برای دست اندرکاران رسانه ها امری جدی و ضروری است تا در راستای اهداف اصول و مبانی دفاع غیر عامل نقش موثر خویش را ایفا نمایند.

رسانه ها در دفاع غیر عامل نیازمند داشتن آمادگی اطلاعاتی و عملیاتی هستند. دفاع غیر عامل کلیه اقدامات محسوب می شود که بدون بکارگیری ابزار نظامی برای کاهش صدمات و خسارات و تهدیدات دشمن خارجی و افزایش پایداری ملی بکار برده می شود. در شرایط تهدید، (قبل هنگام و بعد از تهدید) رسانه ها رسالت متعددی بعهده دارند:

۱. شناخت تهدیدات دشمن
۲. ارزیابی از خطرات و خسارات کشور در صورت بروز تهدید
۳. راهکارهای مقابله با تهدیدات دشمن
۴. پایدار کردن جریان اطلاع رسانی به مردم در هر شرایط ممکن
۵. پیش بینی و بکارگیری تمهیدات ارتباطی لازم در شرایط اضطراری
۶. تقویت و حفظ انسجام ملی در برابر دشمنان
۷. افزایش آگاهی های عمومی مردم پیرامون دفاع غیر عامل
۸. بکارگیری شیوه های اطلاع رسانی در شرایط بحران

رسانه ها در دفاع غیر عامل برنامه مقابله با تهدیدات دشمن و افزایش پایداری ملی را با پیش بینی قبلی به اجرا می گذارند. در چنین شرایطی مدیریت رسانه، با سه رأس مثلی که خود در درون آن قرار گرفته ارتباط مداوم دارد: رهبری، مدیریت و مردم

وظیفه رسانه تشخیص تهدید و ارزیابی از خطرات آن در جامعه است. رسانه ها با مفهوم تهدید علیه منافع ملی آشنایی نزدیک دارند و همواره یکی از دغدغه های دست اندرکاران مسئول و دلسوز هر رسانه ای مقابله با تهدیدات دشمنان است. تهدید شناسی امر روزانه رسانه هاست و رسانه ها بصورت مداوم با وقایع و حوادثی روبرو هستند که میتواند توسط دشمنان طراحی و یا به نفع دشمن نتیجه گیری شود.

در دنیای امروز تهدیدات به اشکال گوناگون و بیسابقه و غافلگیرکننده در آمده است. جنگ رسانه ای - جنگ اقتصادی - جنگ فرهنگ - جنگ روانی از جمله تهدیدات نرم هستند که رسانه ها بصورت

مستقیم و غیر مستقیم در آن حضور دارند و وظیفه مقابله نیز در همین چارچوب و ابزار نهفته است. در چنین شرایطی رسانه ها با تهدید و بحران آشنایی نزدیک دارند

از منظر دفاع غیر عامل یکی از نخستین مشخصه های "دفاع در برابر تهدیدات دشمن" ضرورت آمادگی و به روز بودن دست اندرکاران رسانه است، آشنایی با جنگ نرم و ابعاد گسترده آن و بکارگیری راه های مقابله برای حفظ امنیت کشور از جمله کارهای اساسی در حوزه رسانه ها محسوب می شود.

دومین مشخصه مورد انتظار دفاع غیر عامل از رسانه ها عدم قطع ارتباطی رسانه با مردم در شرایط بحران است. به این معنی که رسانه ها همواره بایستی بتوانند ارتباط خود را با مردم حفظ کرده و در هنگام حمله دشمن ضربه پذیر نبوده و دچار قطع ارتباطی و اختلال در اطلاع رسانی نشوند.

همچنین پیش بینی ابزارها و امکانات لازم برای تداوم اطلاع رسانی از طریق پیش بینی کانال های ارتباطی متعدد و موازی، بسیج کردن دست اندرکاران و تعیین مأموریت آنها در شرایط ویژه، تهیه مواد محتوایی برای شرایط بحران و تهیه برنامه های الگو و نمونه شرایط بحران و تهدید، پیش بینی امکانات و ابزارهای فنی لازم، سرعت عمل و مانورهای آمادگی خبر رسانی و اطلاع رسانی در شرایط بحران.

رسانه ها تهدیدات را از چند زاویه مورد بررسی قرار می دهند:

- ۱- ماهیت تهدیدات
- ۲- آرایش امکانات و عوامل انسانی
- ۳- آمادگیها و پیش بینی های لازم و ضروری
- ۴- عوامل تهدید
- ۵- درجه بندی بحران و تهدید
- ۶- واکنش های مردم و مسئولین

در جریان حمله ۱۱ سپتامبر به برجهای نیویورک، رسانه های آمریکایی و اروپایی نقش ویژه ای را بعهده داشتند و پس از آن نیز بحث های مهمی پیرامون ابعاد مسئولیت و وظایف رسانه ها انجام شد. تبدیل واقعه به یک تهدید جدی و چگونگی مقابله با آن در حوزه رسانه ها صورت پذیرفت. آمریکا با کمک رسانه ها پوشش خبری و تفسیری کم نظیری را به اجرا گذاشت و در یک برنامه دفاع غیر عامل وارد میدان امنیتی کشورها شد و توانست تهدید ایجاد شده را به یک برنامه عملیاتی حمله بر علیه دشمنان تبدیل نماید. (اگرچه برنامه حمله نیز توسط آمریکاییان طراحی شده بود اما اگر بخواهیم نظریه آنها را بپذیریم که این یک حمله تروریستی علیه امنیت ملی آمریکا بوده است باز میتوانیم شاهد باشیم که آمریکاییان به کمک رسانه ها یک برنامه تهدید علیه خود را به یک برنامه دفاع غیر عامل با پشتیبانی افکار عمومی جهان فراهم کرده و بعد از آن نیز بصورت یک برنامه حمله به دشمنان تبدیل شد. جهت گیری آشکار در انتقال اخبار و دفاع از امنیت ملی آمریکا و هماهنگ سازی افکار عمومی و بسیاری از نتایج حاصل از این واقعه همه در رسانه های آمریکا شکل گرفت.

رفتار رسانه های آمریکایی جزئی از برنامه های از قبل پیش بینی شده است که در نقش ووظایف رسانه ها ی خود از قبل تعریف شده است این واقعیت که رسانه ها می توانند وفاق و همبستگی در سطح جامعه را تقویت نمایند و برای تقویت اهداف و جریان های مورد نظر تلاش نمایند ، برای همه ملتها یا کشورها، امکان پذیر میباشد و برنامه های تنظیم شده قبلی میتواند مسیر آینده را روشن نماید.

ضرورت داشتن برنامه دفاع غیر عامل در هر یک از رسانه های گروهی امری ضروری است و چنین برنامه ای با آموزش دست اندرکاران و پرسنل رسانه تکمیل می شود. همراهی با مردم و خدمت به کشور در موقعیت های بحرانی و تهدید علیه امنیت ملی از جمله ضرورت های این برنامه ریزی است. همچنین تنظیم دستورالعملها برای شرایط تهدید و بحران و روشن بودن وظیفه هر یک از همکاران رسانه امری ضروری است.

در هنگام پدیدار شدن بحرانها، هماهنگی با اداره کنندگان حکومت و اطلاع از سیاست های دولتمردان و جلوگیری از تعارض و تعدد آراء ضرورتی اساسی است و در برنامه دفاع غیر عامل انتظار می رود چگونگی این هماهنگی با مسئولین و رهبران جامعه پیش بینی شده باشد.

حفظ اعتماد عمومی مردم به رسانه ها در شرایط تهدید و بحران از دیگر اهداف برنامه دفاع غیر عامل در رسانه هاست. اگر اعتماد مردم به رسانه های خودی کاسته شود آنگاه رسانه های دشمن فرصت می یابند با شایعه سازی و دروغ پردازی اذهان عمومی را دچار اختلال و آسیب نمایند. مخاطبین در بحران ها باید به رسانه ها اعتماد داشته باشند .

رسانه ها بایستی از یک بانک اطلاعاتی منسجم حمایتی برخوردار باشند و اطلاعات مورد نیاز در زمینه تهدیدات ایجاد شده دشمن و مواد تصویری و صوتی و مکتوب و تحلیل ها و اخبار و گزارش های لازم به صورت هماهنگ و با پوشش مناسب در اختیار رسانه ها قرارداشته باشد تا رسانه ها بتوانند در برنامه دفاع غیر عامل بخوبی عمل نمایند.

در بحران ها، رسانه ها ابتکار عمل را در دست می گیرند و مردم و مسئولین بیش از گذشته به رسانه ها نیازشان افزایش می یابد. لذا برنامه دفاع غیر عامل در رسانه ها به ظرفیتهای و قابلیتهای حرفه ای بالایی نیاز دارد

در شرایطی تهدید نظم اجتماعی کاسته شده و عدم ارتباط مناسب افراد و کاسته شدن کارایی نهادها و سردرگمی های مختلف موجب می شود هیچ چیز در جای خود قرار نداشته باشد اما داشتن برنامه پیش بینی قبلی لازم نیست آزمون و خطاهای متعدد صورت گیرد.

شیوه اداره رسانه ها در شرایط بحران و تهدید از تجربیات زیادی بهرمنند است و بصورت شناخته شده ای در جهان مورد توجه قرار دارد. در ایران اسلامی کمتر به این مهم پرداخته شده است اما تجربه بحران های انقلاب اسلامی و جنگ ها و تهدیدات گوناگون دشمنان در طول سی سال گذشته برای اداره کنندگان روزنامه ها قابل بازیابی و بررسی است.

رسانه ها در شرایط بحران به طرق زیر میتوانند عمل نمایند:

• انتشار دستورالعملها و اطلاعات مرتبط با آمادگی مردم برای رویارویی با تهدیدات و بحران های پیش آمده

- آموزش عمومی برای مقابله با تهدیدات و بحران ها
- انتشار اطلاعات صحیح درباره شدت و میزان رویداد و کاهش اضطراب و افزایش آرامش فکری مردم
- حمایت از اقدامات دولت و دولتمردان به منظور ایجاد وفاق اجتماعی
- تسریع در عملیات نجات و رسیدگی به وضعیت آسیب دیدگان
- پایدار نمودن مردم به زندگی جمعی و ترغیب روحیه ملی
- ایجاد انسجام اجتماعی
- عدم بزرگنمایی مشکلات و حوادث
- تداوم برنامه اطلاع رسانی و ارتباط با مردم
- فعالیت اطلاع رسانی قبل از وقوع تهدید و بحران
- ارتباط مستقیم با مردم و مسئولین و انتقال نظرات طرفین برای کاهش مشکلات
- تهیه طرح تهدید نمونه و مثالی در رسانه ها آمادگی برنامه دفاع غیر عامل را افزایش می دهد.
- سازماندهی گروه های خبری و اطلاع رسانی برای شرایط بحران

ابزارهای رسانه ای

ابزارهای رسانه ای همان رسانه های مورد استفاده در عملیات روانی جهت انتقال پیام هستند که به پنج دسته عمده شامل تلویزیون (عادی، خبری و ویژه)، رادیو (عادی و ویژه)، خبرگزاریها، مطبوعات (نوشتاری) و اینترنت تقسیم میشوند و هر کدام قابلیت‌های مؤثری در امر انتقال پیام دارند و به طور مجزا قادر به اجرای بخش‌های تأثیرگذار هستند .

این ابزارها به دلیل برد زیاد و فراگیر بودن، در تلقین و القای تحلیل‌ها، اخبار سیاسی و اجتماعی هدفمند، بیشترین تأثیرگذاری را بر طرز فکر و اراده مخاطبان دارند .

رسانه ها با انبوه اطلاعاتی که انتقال میدهند به یکی از ابزارهای شاخص تأثیرگذار بر افکار عمومی تبدیل گشته و پیچیدگی و فراگیر بودن آنها، مقابله با تأثیراتشان را دشوار ساخته است. از اینرو کشورها به خصوص قدرتهای بزرگ با شناخت این کارکرد و دیگر کارکردهای جذاب رسانه ها، در به کارگیری آنها تردید به خود راه نمیدهند .

جنگ های نوین، بشدت نیازمند تأیید افکار عمومی می باشند بهمین دلیل در طراحی عملیات های روانی ، رسانه ها کارکرد ویژه ای پیدا کرده اند. در جنگ های نوین، استراتژی رسانه ای، کم اهمیتتر از استراتژی های نظما می بشمار نمی آیند؛ در واقع پس از جنگ سرد، مفاهیم و استراتژی ها تغییر یافته اند دیگر هر آنچه تحت عنوان جنگ سرد ، جنگ روانی ، پروپاگاندا و می باشد اشاره ای مستقیم به کاربرد رسانه ها دارد و این بدلیل ظرفیت بالایی است که در رسانه ها برای تغییر وجود دارد. نورمن دنزین و داگلاس کلنر، اعتقاد دارند که رسانه های جمعی نظیر تلویزیون، اندیشه ها و کنش های افراد را همانند مناسک و اسطوره های سنتی، نظم می بخشند و افراد را در یک بافت اجتماعی که شامل ارزش ها و هنجارها و نقش های اجتماعی می باشد قرار می دهند و آنها را یک پارچه می سازند در اقتصاد، فرهنگ و سیاست، افراد، هویت خود را از طریق وسایل ارتباط جمعی بدست می آورند.

جنگ رسانه در فضای سایبر

اینترنت شش سرویس اصلی به نام های ایمیل (پست الکترونیکی)، وب سایت ، وبلاگ، تالار گفتگو (چت)، فروم و یوز نت دارد. سایر سرویس ها از ترکیب این شش فناوری ایجاد شده اند. هر یک از فناوری های اینترنتی قابلیت های ویژه ای برای بهره برداری در جنگ های اینترنتی و براندازی نرم دارند. یک محیط تالار گفتگو همه امکانات چند رسانه ای را برای جاسوسی اینترنتی را دارد .

وبلاگ

وبلاگ ها از رسانه های مورد توجه سازمان های جاسوسی از جمله سیا هستند ، مسئولان اطلاعات امریکا وبلاگ ها را ابزار کارآمدی برای ارتقای فعالیت های جاسوسی می دانند و بر این باورند که وبلاگ ها نقش مهمی در ارتقای فعالیت های اطلاعاتی و امنیتی دارند .

شبکه جاسوسی اشلون

اشلون نام اختصاری یک سیستم نظارت جهانی بر ارتباطات بین المللی است، پنج کشور امریکا ، انگلیس ، کانادا، استرالیا و نیوزلند عضو این شبکه عظیم جاسوسی الکترونیکی در جهان هستند. شبکه اشلون حدود ۱۲۰ ماهواره ارتباطی ، اکتشافی و نظارت، در مدار های ثابت دور زمین دارد. شنود همه وسایل ارتباطی اعم از انواع تلفن ، فکس ، اینترنت و ایمیل در سطح جهانی جزء مأموریت های این شبکه است. اطلاعات به دست آمده به حافظه مدرن ترین رایانه های قوی در امریکا ارسال می شود. این اطلاعات از «دیکشنری های اشلون» عبور کرده که شامل پایگاه داده کلمات کلیدی مرتب است. این واژه ها شامل نام افراد ، سازمان ها و اصطلاحات ویژه هستند. شماره تلفن و فکس آدرس ایمیل در اینترنت ، حکم کلید رمز را دارند. تجهیزات ویژه اشلون قادر است بطور خودکار اطلاعات دریافتی را طبقه بندی و پردازش نموده و گزارش تهیه نماید . سیستم نظارت جهانی بر ارتباطات موسوم به اشلون را آژانس امنیت ملی امریکا اداره می کند.

دیدگاه مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در خصوص جنگ رسانه ای

مقام معظم رهبری شهریور ماه سال ۱۳۹۷ در خصوص جنگ رسانه ای دشمن هشدار داده و اعلام نمودند: «براساس اطلاعاتی که در اختیار داریم، دستگاه های جاسوسی آمریکا و رژیم صهیونیستی با حمایت مالی قارون های منطقه اطراف کشور ما، تشکیلاتی را برای این جنگ رسانه ای راه اندازی کرده اند و به طور جدی در حال برنامه ریزی و تلاش برای آلوده کردن فضای تبلیغاتی و فکری جامعه هستند.»

با هشدار فرمانده کل قوا (مدظله العالی) ، تردیدی باقی نمی ماند که بدانیم در حال حاضر در شرایط جنگ رسانه ای قرار گرفته ایم و بنابراین بایستی با ابزار و شیوه های این جنگ و راهکارهای مقابله با آن بیش از پیش آشنا شویم.

تعریف جنگ رسانه ای

جنگ رسانه‌ای به معنی استفاده از توان و ظرفیت رسانه‌ها اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های پیام‌رسان مجازی به منظور تضعیف یک کشور است. با این شرایط، جنگ رسانه‌ای تنها جنگی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیررسمی ادامه داشته و هر کشوری از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی‌اش از رسانه‌ها بهره‌گیری می‌کند.

ماهیت جنگ رسانه ای

جنگ رسانه‌ای، جنگی بدون خونریزی، جنگی آرام و جنگ نرم تلقی می‌شود؛ جنگی که بر صفحات روزنامه‌ها و میکروفون رادیوها، صفحات تلویزیون‌ها و عدسی دوربین‌ها جریان دارد. در این جنگ ملت‌ها تحت شدیدترین بمباران خبری و رسانه‌ای قرار می‌گیرند.

جنگ رسانه در دو حوزه رفتاری و ساختاری در حال رخداد است و دشمن با واگرایی درونی، واگرایی اعتقادی، مدیریت احساسات و مدیریت ادراکات سعی بر تغییر ماهیت مباحثی همچون شک، یقین، حب و بغض داشته، تا بتواند مفاهیمی چون پلورالیزم و هژمونی را در ملت هدف نهادینه کند. این جنگ در سطوح متفاوت راهبردی، میانی، عملیاتی و تاکتیکی شکل گرفته است و از ابزارهای متفاوتی همچون انواع رسانه (دیداری، نوشتاری، گفتاری، ابزاری، نهادی، فرانهادی و...) بهره می‌برد. رسانه به کارکردهایی چون نظارت بر محیط (توزیع و جمع‌آوری اطلاعات)، همبستگی و انتقال اطلاعات در زندگی روزمره و همچنین در انتقال مفاهیم نیز توانسته نسبت به بقیه ابزارهای جنگی پیشی بگیرد و مورد توجه جدی جهت بهره‌برداری بهتر و مؤثرتر قرار بگیرد.

جنگ رسانه در فلج‌سازی راهبردی که جزئی از فرهنگ به شمار می‌آید عملکرد قابل قبولی داشته است. فرهنگ‌ها از ارکان اصلی زیست بشر به حساب می‌آیند که شامل اقدامات و رفتارهای هر فرد در آن جامعه می‌باشند. رسانه‌های غربی به صورت کاملاً سازمان‌یافته در تلاش برای انتقال شیوه‌های فکری فرهنگ نو می‌باشند، این انتقال فرهنگی سبب به چالش کشیده شدن هویت در عرصه‌های متفاوت شده است و بحران هویت را در سطوح مختلف به دنبال داشته است و دگرگونی‌های بنیادین و ظاهری را به وجود آورده است.

از آنجایی که کشور‌های سلطه‌جو نمی‌توانند مستقیم، فرهنگ‌های غربی را به ما القا کنند به جای تحمیل ارزش‌های مطلوب خود، می‌کوشند از طریق رسانه‌ها و اقدامات فرهنگی، نظام‌های جاری کشور ما را به سمت مطلوب خود تغییر دهند. در قرن بیست و یکم ملت‌هایی خواهند توانست ارزش‌های خود را در جهان

گسترش دهند که حرفی برای گفتن داشته باشند که به رسانه‌ها اهمیت دهند و به ارتباطات و مفهوم جنگ رسانه همچون مفهومی اساسی در راهبرد خود اهمیت دهند. برای خنثی سازی جنگ رسانه هم باید افکار عمومی و هم نخبگان تاثیر گذار بر شکل گیری افکار عمومی مد نظر قرار گیرند.

نقش اینترنت در جنگ رسانه ای

نظام سلطه عرصه اینترنت را محل تاخت و تاز بر علیه تمامی ارزش های انقلاب اسلامی یافته و در هر فرصتی سعی دارد از آن برای رسیدن به اهداف خود استفاده کند به همین منظور دشمن از چند سال پیش با ایجاد زیرساخت های مورد نیاز و برآورد امکانات و منابع انسانی زمینه را برای زمان مورد نظر فراهم ساخت. راه اندازی شبکه های سرویس دهنده، شبکه های اجتماعی، پایگاه های اینترنتی، وبلاگستان ها ، فیلترشکن ها و . . . از جمله اقدامات دشمن در جنگ رسانه ای خود علیه نظام جمهوری اسلامی ایران با استفاده از بستر اینترنت بود.

نقش شبکه های اجتماعی در جنگ رسانه ای

یکی از مهمترین ابزارهای جنگ رسانه ای دشمن استفاده از شبکه های اجتماعی است. "جی کارفانو" پژوهشگر ارشد مطالعات امنیت ملی مؤسسه تحقیقاتی "هریتج" آمریکا که سرهنگ ارتش آمریکا هم است در خصوص کارکرد شبکه های اجتماعی چنین عنوان می کند: «شبکه های اجتماعی می توانند فعالیت های اعتراض آمیز را سازماندهی کرده و در اطلاع رسانی رویدادها نقش آفرینی نمایند.»

کارکردهای شبکه های اجتماعی در جنگ رسانه ای

امکان سلب حاکمیت سیاسی، امنیتی، اقتصادی و قضائی کشور بر شهروندان، امکان استفاده گروه های تروریستی، معاند و ضد انقلاب از پوشش امنیتی شبکه های اجتماعی جهت راهبری عملیات های میدانی، امکان راهبری افکار عمومی و تغییر هویت و ارزش های جامعه اسلامی ایرانی، امکان ترویج مفاسد اخلاقی، الگوهای مصرف، ترویج سبک زندگی غربی، امکان اختلال در فرایند اطلاع رسانی عمومی و رسمی کشور با انتشار اخبار کذب، محرمانه و ... امکان پیاده سازی عملیات های روانی، ترویج یاس و ناکارآمدی نظام در سطح عموم جامعه، مکان راهبری و مدیریت شورش های شهری و امکان تشدید درگیری های قومی، اختلافات استانی بر سر مسائلی همچون آب و ... با نفوذ خبری را می توان از جمله کارکردهای شبکه های اجتماعی در جنگ رسانه ای برشمرد.

راه اندازی شهروند خبرنگارها

یکی از ابزارهای جنگ رسانه ای استفاده از شهروند خبرنگاران است. این خبرنگاران که عمدتاً غیر حرفه ای هستند گزارش ها، تصاویر، فیلم ها و اطلاعات خود را به سایت های خبری مشهور می فرستند تا به صورت

حرفه ای ویرایش و تدوین شوند. این سایت ها هم با ایجاد ظرفیت هایی، فضا را برای فعالیت مخالفان مهیا می کنند.

براساس اطلاعات به دست آمده در ناآرامی های فتنه سال ۸۸ و آبان ۹۸ برخی از خبرنگاران از قبل شناسایی شده و وصل شده بودند و به صورت مستمر خبر، گزارش، عکس و فیلم تهیه و به سایت ها و شبکه های معاند ارسال می کردند و در قبال این فعالیت ها نیز دستمزد دریافت می کردند. تعداد زیادی از آنها از بین افراد معترض، معاند، مخالف بصورت تحریک شده اقدام به فعالیت های غیر حرفه ای خبری می کردند. این اقدامات منجر به تشدید اغتشاشات، تحریک احساسات، افزایش شایعات، ایجاد تردید و در نوع خودش دلگرمی عوامل دست اندر کار دشمن می شد. برخی از این گونه فعالیت ها به عنوان «میدان نبرد اینترنتی» یاد کردند.

مهمترین اقدامات جنگ رسانه ای دشمن

برخی از مهمترین اقداماتی که دشمن در جنگ رسانه ای علیه نظام جمهوری اسلامی انجام داده می توان به ارائه تصویری سیاه و نامطلوب از کشور و اداره آن در اذهان مردم با استفاده از تکنیک های رسانه ای و تاکتیک های اقناع سازی، تخریب و ترور شخصیت چهره های موجه و دلسوز کشور با انواع و اقسام تهمت ها و برچسب ها، تحریف گذشته با هدف پشیمان سازی ملت از انقلاب علیه حکومت فاسد پهلوی اشاره کرد. اختلاف افکنی و قرار دادن گروه های مختلف از مردم در مقابل نظام و نهادهای انقلابی، زمینه سازی برای نافرمانی های مدنی و ایجاد آشوب و شورش، ارائه راه حل های منحرف کننده در قالب راه های میانبر و سهل الوصول به نخبگان و افراد نفوذی خود، به منظور منحرف کردن مسیر انقلاب و کشور را می توان از دیگر اقدامات دشمن در جنگ رسانه ای علیه مردم ایران دانست.