

عنوان مقاله:

شبکه های اجتماعی: ستادهای فرماندهی جنگ های رسانه ای (جنگ نرم رسانه ای)

محل انتشار:

پنجمین کرسی آزاد اندیشی پدافند رسانه ای و بیست و پنجمین نشست تخصصی اقتصاد و رسانه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 43

نویسنده:

سیده مهناز حسینی - گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و هنر، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی دماوند، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه، کاربرد جنگ، تنها با استفاده از ابزارهایی با ابعاد سخت و ملموس محدود نیست. بلکه ابزارهای کاربردی جدیدی وارد محیط عملیاتی شده اند که دارای ماهیتی نرم افزارانه و تأثیرگذاری بیشتر هستند. یکی از ابزارهایی که امروزه در زمان جنگ و حتی پیش از آن، به کمک استراتژیست ها و جنگ سالاران آمده است، نظام رسانه است. رسانه ها به مثابه یک تیغ دولبه اند که از یک سو با بُعد مثبت و اجابای کار ویژه ای (همچون اطلاع رسانی، آگاهی و آموزش های مدنی) را تسهیل می کنند و از سوی دیگر با بعدسلبی در جنگ نرم رسانه ای و جنگ های نوین بین المللی برای بحران سازی، تنش و تفوق بر اذهان و تسخیر قلب های ملت ها به کار می روند. با ورود به عصر "امپریالیسم رسانه ای" و "هژمونی کارتل های رسانه ای"، بر اهمیت رسانه ها در دستیابی به اهداف، دوچندان افزوده شده است. این توانایی روبه پیشرفت، با اهداف نظامی همنشین شده است و بُعدی جدید از جنگ را تحت لوای "مدیاوار" یا جنگ رسانه ای پدید آورده است. در جنگ نرم اگر رسانه، زبان، قلم یا هر وسیله و ابزاری در حفظ فرهنگ، آرمان و ارزش های اخلاقی جامعه خود بکوشد، توطئه های دشمن را خنثی کرده و اگر برخلاف آن باشد (یعنی ارزش ها و باورهای غیرملی و فرهنگی غربی را تبلیغ و ترویج کند)، ناخواسته سرباز دشمن شده است. مهمترین عامل انتقال پیام به عموم مردم و واسطه تأثیر رسانه های همگانی بر مردم و نخبگان می باشد. لذا می توان نخبگان هر جامعه را شمشیر دولبه ای دانست که هم می توانند نقش فرماندهی جنگ نرم علیه کشور را ایفا کنند و هم در صف فرماندهان، برای دفاع از کشور و مقابله، در این ستیز قرار گیرند. از این رو، شناسایی آنها و به کارگیری توانمندی هایشان در صف ستیز با دشمن بسیار مهم و ضروری است.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی، جنگ نرم، جنگ رسانه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1136961>

