

Threats of foreign Persian language media for Iran's national security in the media dimension

Zaker Taimuri*, Fatemeh Azizabadi Farahani**

Afsana Mozafari***

Abstract

In today's era, the influence of the media on the national security of countries seems obvious due to the direction of public opinion and information on a large scale. In Iran, the national media (IRIB) plays the most important role in producing, promoting and maintaining the official national and religious discourse. However, in recent years, foreign Persian language media have influenced domestic audiences in various ways and as a result, created threats to national security in the competitive environment. The current article raises this main question: In the media dimension, what are the threats from foreign Persian language media to Iran's national security? The hypothesis that is presented following this question: The threats of foreign Persian language media are primarily aimed at the IRIB and they especially affect media management and news management. According to the findings of the research, the delegitimization of the IRIB at different levels is considered one of the most important consequences of foreign Persian-language media on the country's national security. The present article is written with a descriptive-analytical method and the data was collected by scanning library resources.

Keywords: National security, Persian language media, IRIB, news management, audience.

* Ph.D.Candidate of Cultural Management and Planning, Islamic Azad University, Science and Research Unit, Tehran, Iran, zr.teimoury@gmail.com

** Associate Professor, Department of Cultural Affairs Management, School of Economics and Management, Islamic Azad University, Science and Research Unit, Tehran, Iran (Corresponding Author), f-azizabadi@asrbiau.ac.ir

*** Associate Professor, Department of Communication, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Unit, Tehran, Iran, a.mozaffari@asrbiau.ac.ir

Date received: 05/08/2024, Date of acceptance: 21/09/2024



Introduction

The presence of international and competing media that present different narratives with different news discourses of events and the Iranian audience also has access to the news discourses of the official and domestic media, the pressures It affects the audience a lot and from a more general point of view, it affects the national security; Because it is directly and strongly related to the category of identity. Among the most important effective media in the mentioned process are the Persian-language networks abroad, which have gone beyond neutrality and by producing different news, try to inject special and often confusing ideas of They have the state of the country. Since these news channels produce and broadcast news in Persian, they have been able to attract different audiences. Among these media, we can mention Voice of America, BBC Persian, Iran International, etc. The current article, emphasizing on media threats to the category of national security at different levels, tries to study the role of Persian foreign language media in a pathological framework with a more detailed knowledge. The threats that these media pose to the national security, in addition to various political, social and cultural aspects, especially on the national media as the main producer and promoter of the country's official discourse, have an undeniable effect. As the findings of the research show, they have a great impact on media and news management.

Materials & Methods

The present article is written in a descriptive-analytical method and the data was collected by taking note from library resources.

Discussions and results

Delegitimization in the media dimension means inducing the ineffectiveness of existing institutions within the political-social system in the direction of society's management and welfare. The threats caused by foreign Persian language media on Iran's national security in the media dimension include a wide range, which according to the content produced by these media, can be classified under the category of the delegitimization of radio and television or the national media. Media visualization is one of the techniques of soft power in its media dimension, according to which, foreign language Persian media try to use new technologies and media techniques. Invent virtual reality and influence public opinion in this way. Represented images of Iranian society (inducing crisis, chaos, insecurity, instability, civil disobedience, etc.) are part of this media portrayal. Some of the most important threats in the form of soft war led by Persian-

language media abroad are inducing the political inefficiency of the regime, delegitimizing government actors inside and outside the country, undermining internal cohesion, and instilling discontent. Weakening the rejection of public opinion from the domestic media channel, especially the national media, and making it look powerless in the said matter, showing the non-acceptance of social values and norms. In this research, in addition to the general levels of delegitimization of the national media, the process of delegitimization at the level of media and news management has been specially investigated. The delegitimization of the national media by foreign Persian language media at the level of media and news management includes threats that are aimed at several key themes: First-hand narration of events, deepening of investigative journalism, targeted media policies, local media recognition, identification of audience information gaps, news making and timely news delivery, crowdsourced and interactive. Creating news gatekeeping.

Conclusion

From the beginning of the Islamic Revolution until today, due to the identity-oriented, value-oriented and idealistic discourse of the Islamic Republic of Iran, this political system has been exposed to threats, some of which have been directed by the media. These threats have been repeated in every period, at different levels and degrees, and sometimes they have entered a new phase. In the meantime, the role of foreign language Persian media should be emphasized. These media, by using up-to-date technologies, diversifying content production, exploiting the conditions and problems in the country, attract audiences and thus affect different levels of national security; Because national security is closely related to categories such as identity, culture, lifestyle, sense of security, social satisfaction and trust, and sense of belonging. In recent years, the audience of the aforementioned media has increased, and this has reduced the influence and influence of the national media; So that we can mention the delegitimization of the national media by these competing media. The delegitimization of the national media can be seen especially in the issue of media and news management, which is one of the important components in highlighting and framing the production contents. In fact, the media try to minimize the influence of competing media by managing the structure and strategic management of news. In Iran, in recent years, we have witnessed the expansion of the influence of Persian-language foreign media in the direction of influencing and creating an information gap among the audience. These media try to destroy the interaction between the national media and the audience by presenting false news,

rumors or encouraging the audience to create anxiety. In this situation, mistrust of the national media has increased and this media does not have first-hand narration when facing the events. As a result, audiences turn to alternative sources to satisfy their curiosity and information needs. Therefore, the de-legitimization of the national media in the matter of news and media management manifests itself in the form of threats to the first-hand narration of events, the deepening of investigative journalism, and targeted media policies, recognition of local media, identification of audience information gaps, news making and timely news delivery, crowdsourcing and interactive news gatekeeping. The result of this process is the weakening of the influence of the national media, the lack of trust in it and the loss of the authority of this institution, the consequences of which are undeniable for national security in the short and long term.

Bibliography

- Aminian, Bahadur and Timurpour, Noushin (2012), "Media, national identity and national security; With an emphasis on Iranian society", *Basij strategic studies*, 15th year, number 57, winter 2013, pp. 63-78. [in Persian]
- Asadzadeh, Mehtab (2018), "Looking at the reasons and justifications for the tendency to watch satellite channels in Iran", *New Research Quarterly in Humanities*, number 18, summer 2018, pp. 29-41. [in Persian]
- Colbjørnsen, T (2021). "The streaming network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol. 27(5) 1264–1287.
- Collins, Alan (2022). *Contemporary Security Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Fatahi, Ali and Amin-Bidekhti, Ali-Akbar. (2021). "Presenting the model of social media management in managing social crises; Subject of study: television", *Crisis management*. Number 19. [in Persian]
- Fazalali, Reza (2019), "Comparison of the effectiveness of the national media of J.A. Iran and the Persian-language media of Maand in the events of November 2018 (based on James Rosenau's theory)", *International Journal of Nations Research*, No. 52, Ardibehesht 2019. [in Persian]
- Hajipoursardoui, Marzieh, Taghipour, Faezeh, Pradehian Khawaresgani, Akbar. (2019). "Investigation of political and media influencing factors on the news management of the executive branch in the newsroom of the Voice of the Islamic Republic of Iran", *Journal of Political Science*, year 16, number 1. [in Persian]
- Hajipour-Sardoui, Marzieh, Taghipour, Faezeh, Pradeyan, Akbar. (2022). "The role of internal communications in the management of the broadcasting organization of the Islamic Republic of Iran". *Iranian Association for Cultural Studies and Communication*. Online publication. pp. 1-29. [in Persian]

69 Abstract

- Hoshiar, Mehdi and Mehdizadeh, Seyyed Mohammad. (2019). "Media framing and discourse creation in news coverage (analysis of news discourse in BBC Farsi and IRNA news sites covering Middle Eastern and North African events)". *Interdisciplinary studies of communication and media*. third year, Number 1. pp. 163-125. [in Persian]
- Kainat (2019), "Sada and Sima are at the bottom of the Farsi-speaking Instagram table", *Kaenat*, Tuesday, November 27, 2019, number 3784. [in Persian]
- Keyes, Ralph (2004). *The Post-truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. St. Martin's Press.
- Ministry of Culture and Islamic Guidance (2003), *Values and Attitudes of Iranians: The Second Wave*, Tehran: National Plans Publishing Office. [in Persian]
- Moghadamfar, Attaullah (2018), "A Framework for Estimating and Measuring Cultural Security in the Islamic Republic of Iran", *National Security Watch*, No. 89. [in Persian]
- Mohajeri, Zahra; Melabi, Masoud (2022), "Recognition of Saudi Media Diplomacy in West Asia; A case study of the performance of Iran International Network", *Political Studies*, Year 14, Number 56, Summer 1401, pp. 69-83. [in Persian]
- Motaghi, Ebrahim (2010), "Typology of threats to the national security of the Islamic Republic of Iran", *Security Horizons*, third year, number 8, pp. 5-28. [in Persian]
- Mousavi, Seyed Sadruddin; Qorbi, Seyyed Mohammad Javad (2012), "Methods of realizing cultural security in Imam Khomeini's intellectual system", *Cultural Guard of the Islamic Revolution*, No. 8, pp. 60-29. [in Persian]
- Nasralhi, Akbar and Ashubi, Fatemeh. (2016), "Comparative investigation of the news coverage of the second stage of targeting subsidies in Fars News Agency and IRNA News Agency", *Communication Culture*. No. 13. pp. 1-24. [in Persian]
- Nemati Far, Nosrat Elah, Bagherzadeh, Hassan and Kazemi, Hajar. (2017), "Study of the media literacy level of social media users (a case study of Telegram social network users)", *New Media Studies*, Year 4, Number 16. [in Persian]
- Nemati-Anarki, Daoud (2012), "Expert analysis of Sima news in order to provide competitive strategies". *Communication Research*. Year 20. Number 1. pp. 129-154. [in Persian]
- Nye, Joseph (2004). *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Oghahi, Ismail; Mirzamani, Azam; Hamidzadeh, Ali; Sharafuddin, Seyyed Hossein. (2021), "Attracting and retaining audience for news media in Iran using lifestyle theory", *Lifestyle Research Journal*, Year 7, Number 12, pp. 59-82. [in Persian]
- Ostgaard, E (2017). "Factors Influencing the Flow of News". *Journal of Peace Research*. 2 (1); 32-45
- Qaysari, Noorullah and Hosseini, Seyed Mehdi (2013), "Dimensions and indicators of sustainable security: based on the national convergence engineering model", *Security Horizons*, 5th year, 20th issue, autumn 2013, pp. 71-107. [in Persian]
- Radmehr, Iraj (2005), "The evolution of the concept of national security", *Quarterly Journal of Military Sciences and Techniques*, second year, number 4, pp. 115-122. [in Persian]

- Rao, T, Babu, M. (2018). "News Coverage on Media and Social Media by National & International Press: A Content Analysis with Special References to World Nations". *Mediascape in 21st Century: Emerging Perspectives*. Kanishka Publishers, pp. 339-351.
- Research Institute of Culture, Art and Communication (2015), *Values and Attitudes of Iranians: A Country Report*, Tehran: National Plans Publishing Office. [in Persian]
- Rogi Fasaei, Ali Shahryar and Jahangiri, Saeed (2021), "Analysis of the internal and external national security threats of the Islamic Republic of Iran and its impact on public policymaking", *Political Research*, Volume 8, Number 22, Fall 1400, pp. 1-21. [in Persian]
- Safdari, Salman (2014), "Cultural security; Foundations, components and challenges", *Security Watch*, No. 24 and 25, pp. 91-98. [in Persian]
- Sawari, Karim (2015), "Investigation of some factors of tendency towards foreign satellite networks", *Social Psychology Research*, Volume 6, Number 21, Spring 2015, pp. 1-14. [in Persian]
- Shafii, Jamal; Rahmani Saed, Hadi (2022), "The concept and components of cultural security in the discourse of Islamic Iran", *National Security Quarterly*, twelfth year, number 44, summer 1401, pp. 299-333. [in Persian]
- Shams, Morteza; Minavand, Mohammad Qoli; Sabouri, Shahabuddin. (2018), "How to cover the crisis in Sed and Sima television news (a case study of Plasko crisis in Khabar network)", *Media*, year 30, number 4, pp. 29-47. [in Persian]
- Soltani, Hanif. (2017). *Pathology of the news of protests in the winter of 2016, the Islamic Republic of Iran Television*. Master's thesis, IRIB University. [in Persian]
- Suwanaa, F.L. (2017). "Empowering Indonesian women through building digital media literacy". *Kasetsart Journal of Social Sciences*, Vol 38, No 3.
- Tedin, Hossein; Hosni, Hossein (2023), "Disappointment as a tool of psychological operations: a study of Iran International's Instagram page", *International Media Research Journal*, Eighth year, number one, spring and summer 1402, pp. 83-107. [in Persian]
- Tileaga, Cristian (2008). "National Commemoration, Collective Memory and Managing Authenticity in the Representation of a Political Event", *Discourse & Society*, Vol.19.
- Yousefi-Sarkhni, Maitham; Mehrzadeh, Kausar (2021), "The difference between management and leadership in the media". *New Research Approaches in Management and Accounting*. Year 5, Number 77. pp. 91-107. [in Persian]
- Zulfiqari, Abulfazl; Pourmohammadi, Mojdeh (2016), "Study of the conflict between two legitimizing and legitimizing approaches in Iranian cinema (2011-2013)", *Culture Strategy*, No. 39, Fall 2016. [in Persian]

تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی برای امنیت ملی ایران

ذاکر تیموری*

فاطمه عزیزآبادی فراهانی**، افسانه مظفری***

چکیده

در عصر حاضر، نفوذ رسانه‌ها بر امنیت ملی کشورها با توجه به جهت‌دهی افکار عمومی و اطلاع‌رسانی در سطح وسیع، امری بدیهی به نظر می‌رسد. در ایران رسانه‌ی ملی در تولید، ترویج و حفظ گفتمان ملی و دینی رسمی مهم‌ترین نقش را بر عهده دارد. با این حال، در سال‌های اخیر رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی به طرق گوناگون بر مخاطبان داخل کشور تاثیر گذاشته و در نتیجه در فضای رقابتی ایجادشده، تهدیداتی را برای امنیت ملی شکل داده‌اند. مقاله‌ی حاضر این سؤال اصلی را مطرح می‌کند: در بُعد رسانه‌ای، چه تهدیداتی از جانب رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی متوجه امنیت ملی ایران است؟ فرضیه‌ای که متعاقب این سؤال ارائه می‌گردد: تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی در وهله‌ی نخست معطوف به رسانه‌ی ملی بوده و به خصوص بر مدیریت رسانه‌ای و مدیریت اخبار تاثیرگذارند. بر طبق یافته‌های تحقیق، مشروعیت‌زدایی از رسانه‌ی ملی در سطوح مختلف یکی از مهم‌ترین پیامدهای رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی بر امنیت ملی کشور محسوب می‌شود. مقاله‌ی حاضر به روش توصیفی - تحلیلی نوشته شده و داده‌ها با فیش‌برداری از منابع کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده‌اند.

کلیدواژه‌ها: امنیت ملی، رسانه‌های فارسی‌زبان، رسانه‌ی ملی، مدیریت اخبار، مخاطب.

* دانشجوی دکترای مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران،

zr.teimoury@gmail.com

** دانشیار گروه مدیریت امور فرهنگی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات،

تهران، ایران (نویسنده مسئول)، f-azizabadi@asrbiau.ac.ir

*** دانشیار گروه ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران،

ایران، a.mozaffari@asrbiau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۳۱



۱. مقدمه

امروزه رسانه‌ها در دنیای مدرن به بخش مهمی از جریان سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و تبلیغاتی دولت‌ها و گروه‌های ذی‌نفوذ تبدیل شده‌اند. نفوذ رسانه‌ها به نحوی است که برخی از اندیشمندان از دنیای امروز به عصر «شهروندی شبکه‌ای» تعبیر می‌کنند. لذا رسانه‌ها با قدرتی که در بر ساخت واقعیت‌ها، دروازه‌بانی، کاشت و برجسته‌سازی رویدادها و رخدادها دارند، توانسته‌اند به ابزار مهمی برای دولت‌ها تبدیل شده تا از این طریق به افکار عمومی جهت بدهند و در مقابل بتوانند در برابر نفوذ رسانه‌ای دیگران مقابله به مثل کنند. افزون بر این، رسانه‌ها کانال‌های ارتباطی ویژه‌ای هستند که افراد از به‌واسطه‌ی آنها اطلاعات مختلفی دریافت کرده و از طریق آن می‌توانند نیازهای مختلف خود را تامین کنند. لذا در دنیای امروزی «رسانه مجموعه‌ای خدماتی - تولیدی است» (نعمتی‌انارکی، ۱۳۹۲: ۱۳۰). اما در شرایط ظهور رسانه‌های رقیب، نوعی ساخت و تولید معنا انجام می‌گیرد؛ معنایی که در قلمروی یک ایدئولوژی یا گفتمان رسانه‌ای قوام و ظهور می‌یابد (سلطانی، ۱۳۹۷: ۲۲) در این شرایط، رسانه‌ی صاحب گفتمان می‌کوشد تا به هر نحو مفاهیم و نیت ایدئولوژیک خود را به خواننده، شنونده یا بیننده‌ی غایب منتقل سازد.

حضور رسانه‌های جهانی و رسانه‌های رقیب که روایت‌های متفاوتی با گفتمان‌های خبری متفاوت از رویدادها مطرح می‌کنند و مخاطب ایرانی نیز در کنار دسترسی به گفتمان خبری رسانه‌های رسمی و داخلی، به آن گفتمان‌ها هم دسترسی دارد، فشارهای زیادی بر مخاطب وارد می‌کند و از نقطه‌نظری کلی‌تر، بر امنیت ملی تاثیر می‌گذارد؛ زیرا با مقوله‌ی هویت در ارتباط مستقیم و محکم قرار دارد. از مهمترین این رسانه‌ها، شبکه‌های فارسی‌زبان در خارج از کشور هستند که با استقرار در کشورهای مختلف غربی، گام را از بی‌طرفی فراتر نهاده و با تولید اخبار مختلف، سعی در تزریق و کاشت تصورات خاص و اغلب مخدوش‌کننده‌ای از وضعیت کشور هستند. از آنجایی که این شبکه‌های خبری با زبان فارسی به تولید و پخش اخبار مبادرت می‌کنند، توانسته‌اند مخاطبان مختلفی جذب کنند. از جمله این رسانه‌ها می‌توان به صدای امریکا، بی‌بی‌سی فارسی، ایران اینترنشنال و غیره اشاره کرد.

مقاله‌ی حاضر، با تاکید بر تاثیرات و تهدیدهای رسانه‌ای بر مقوله‌ی امنیت ملی در سطوح مختلف، تلاش دارد تا با شناخت دقیق‌تر رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، نقش آنها را در یک چارچوب آسیب‌شناسانه مورد مطالعه قرار دهد. تهدیداتی که از جانب این رسانه‌ها متوجه امنیت ملی می‌شوند، علاوه بر ابعاد سیاسی - اجتماعی و فرهنگی مختلف، به خصوص بر

تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی برای امنیت ملی ایران (ذاکر تیموری و دیگران) ۷۳

رسانه‌ی ملی به عنوان تولیدکننده و مروج و مدافع اصلی گفتمان رسمی کشور تأثیر غیر قابل انکاری دارند که این امر، چنانچه یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند، بر امر مدیریت رسانه و اخبار تأثیر زیادی گذاشته و می‌گذارند.

۲. پیشینه پژوهش

در بین تحقیقات صورت گرفته با مضامین مشابه مقاله‌ی حاضر، آثاری در داخل و خارج از کشور به رشته‌ی تحریر درآمده است که به جهت سهولت در خواندن، به بعضی از مهم‌ترین آنها در جدول ذیل اشاره می‌شود:

جدول پیشینه تحقیق (مطالعات داخلی و خارجی)

نویسنده، سال و عنوان	روش‌شناسی و یافته‌ها
حاجی‌پور ساردویی و همکاران (۱۴۰۱)، «نقش ارتباطات داخلی در مدیریت خبر سیمای سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران»	روش: کیفی یافته‌ها: ساختار و فرهنگ سازمانی، انگیزه و رضایت شغلی، سبک‌ها و شیوه‌های مدیریتی و رهبری، و از همه مهمتر، فن‌آوری‌های جدید بر مدیریت ارتباطات اتاق خبر تلویزیون تأثیرگذار هستند و با تغییر ارتباطات، شیوه تولید و مدیریت خبر بر شیوه و سرعت مدیریت خبر تأثیر گذاشته‌اند.
فناحی و همکاران (۱۴۰۰)، «ارائه الگوی مدیریت رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران‌های اجتماعی»	روش: کیفی یافته‌ها: مدیریت رسانه‌های جمعی در بحران‌های اجتماعی در چهار طبقه مدیریت، جلب اعتماد، بحران و مخاطبان طبقه‌بندی می‌شود؛ به طوری که مقوله‌های مرتبط با هر یک از طبقات شامل مدیریت راهبردی و روانی، مخاطبان عام و خاص، رقابت فضای مجازی و اطلاع‌رسانی معتبر، نوع بحران و شدت بحران در الگوی ارائه‌شده تنظیم شده است.
حاجی‌پور ساردویی و همکاران (۱۳۹۹)، «بررسی عوامل سیاسی - رسانه‌ای تأثیرگذار بر مدیریت اخبار قوه مجریه در اتاق خبر سیمای جمهوری اسلامی ایران»	روش: کیفی یافته‌ها: به دلیل زمینه‌های ایدئولوژیک، نظام وابسته رسانه ملی به دولت از نظر بودجه، فقدان رسانه صوتی - تصویری خصوصی - حزبی و انحصار پخش تلویزیونی اخبار، عدم امکان رقابت در سطح داخلی و سلطه روزنامه‌نگاری انتقادی و خصمانه، انتظار می‌رود مدیریت اخبار رسانه‌محور نوع اصلی ارتباطات راهبری در اتاق خبر صدا و سیما باشد.
هوشیار و مهدی‌زاده (۱۳۹۹)، «چهارچوب‌سازی و گفتمان‌سازی رسانه‌ها در	روش: کیفی

یافته‌ها: متن‌های هر دو پایگاه خبری از لحاظ سبک واژگانی، افراد و نهادهای مطرح‌شده در متن، غیرسازی، استنادها، پیش‌فرض‌ها، تلقین و تداعی‌ها، مؤلفه‌های اجماع و توافق و گزاره‌های اساسی در ابتدا، میانه و انتهای وقایع و حوادث رخ داده در این چهار کشور عربی، با هم اختلاف‌های بسیار و شباهت‌های اندکی دارند.	پوشش اخبار (تحلیل گفتمان اخبار در پایگاه‌های خبری بی.بی.سی فارسی و ایرنا به پوشش وقایع خاورمیانه و شمال آفریقا)
روشن: کیفی یافته‌ها: تجزیه و تحلیل داده‌ها روابط نامتقارن بین کاربران و ارائه‌دهندگان محتوا، از یک سو و ارائه‌دهندگان جریان و سازندگان دستگاه و نرم افزار از سوی دیگر را برجسته می‌کند. هیچ بازیگر واحدی در شبکه قادر به اعمال کنترل کامل نیست، اما کاربران و تولیدکنندگان محتوا آسیب‌پذیر هستند.	کولبورنسن (Colbjornsen) (۲۰۲۱)، «جریان‌سازی شبکه‌ای: مفهوم‌سازی اقتصاد توزیع، فناوری و قدرت در جریان‌سازی خدمات رسانه‌ای» ^۱
روشن: کیفی یافته‌ها: چهار روزنامه منتخب تواتر و فضای بیشتری را به کشورهای جهان اول و سوم دادند. دلیل پوشش بالا در این کشورها، توسعه فناوری و استفاده از رسانه‌ها و رسان‌های اجتماعی است و چهار روزنامه منتخب اولویت بیشتری به انتشار اخبار، اخبار و مقالات دادند. یافته جالب این است که پوشش خبری جهان اول و جهان سوم در چهار روزنامه هندو و تایمز بیشتر از نیویورک تایمز و تایمز هند منتشر شده است	راو و بابو (Rao and Babu) (۲۰۱۸)، «پوشش خبری رسانه‌ها و مدیریت رسانه‌های اجتماعی در مطبوعات ملی و بین‌المللی: تحلیل محتوا» ^۲
روشن: کمی یافته‌ها: مجموعه‌ای از عوامل، بخشی از ماهیت سیاسی و بخشی از جنبه اقتصادی، در مدیریت فرآیند خبری تعریف می‌شوند: ساده‌سازی، شناسایی، هیجان‌گرایی و اختلال خبری.	آستگارد (News Coverage on Media and Social Media by National & International Press) (۲۰۱۷)، «عوامل مؤثر بر جریان‌دهی به اخبار» ^۳

نوآوری تحقیق حاضر در بررسی انتقادی تهدیدات ناشی از رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی بر امنیت ملی ایران با تأکید بر بُعد رسانه‌ای این تهدیدات به ویژه بر رسانه‌ی ملی و نحوه‌ی مدیریت برنامه و خبر توسط آن است. به عبارت دیگر، اهمیت رسانه از طریق تأثیر آن بر مقوله‌ی امنیت ملی مورد بررسی قرار گرفته است.

۳. چهارچوب نظری و مفهومی: ابعاد نرم و رسانه‌ای امنیت ملی

در این بخش از تحقیق، ابتدا در قالب چند مبحث نظری، به چپستی مفهوم امنیت ملی پرداخته خواهد شد. در وهله‌ی دوم، ابعاد نرم امنیت ملی یا همان نسبت امنیت ملی با امنیت فرهنگی و رابطه‌ی متقابل بین آنها مورد مطالعه قرار خواهد گرفت. در وهله‌ی سوم، قدرت نرم رسانه‌ها به

بحث گذاشته خواهد شد و در وهله‌ی چهارم نیز چرایی و ضرورت آسیب‌شناسی امنیتی ابعاد نرم قدرت رسانه‌ای تبیین خواهد گردید.

۱.۳ واکاوی مفهوم امنیت ملی

علی‌رغم این که ارائه‌ی تعریف دقیق از مفاهیم «امنیت» و «امنیت ملی» دشوار به نظر می‌رسد، اما به طور کلی می‌توان با باری بوزان (Barry Buzan) هم‌نظر بود و امنیت را محافظت در برابر خطرات (امنیت عینی)، احساس ایمنی (امنیت ذهنی) و رهایی از شک و تردید (اعتماد به دریافت‌ها و برداشت‌های شخصی) دانست (منطقی فسایی و جهانگیری، ۱۴۰۰: ۴).

مفهوم امنیت ملی به دنبال پیمان وستفالی (۱۶۴۸) و تشکیل دولت - ملت‌های اروپایی شکل گرفت و چند قرن بعد، یعنی در قرن بیستم و بعد از پایان جنگ سرد که با تغییر فضای امنیتی در سطح بین‌المللی همراه بود، مطالعات امنیتی و مرتبط با امنیت ملی را متحول نمود. از این تاریخ به بعد، شاهد توجه فزاینده به ابعاد غیر نظامی و نقش آنها در تعیین جایگاه کشورها در نظام بین‌الملل هستیم که بر مفهوم امنیت ملی تاثیرگذارند و شاهد مولفه‌های اقتصادی، زیست‌محیطی، فرهنگی، علمی - تکنولوژیک و غیره می‌شوند. مکتب کپنهاگ و نظریه‌های متفکرانی مانند باری بوزان، جاپ دو ویلد (Jaap de Wilde) و اولی ویور (Ole Wæver) که تاکید صرف بر ابعاد نظامی امنیت را ناکارآمد خوانده و بر ابعاد اجتماعی و فرهنگی امنیت ملی تاکید دارند، بر رویکردهای اخیر در قبال مفهوم امنیت ملی تاثیر زیادی گذاشته‌اند (Collins, 2022: Part 3, 29).

امروزه بین صاحب‌نظران اتفاق نظر وجود دارد که در سطح جمعی و ملی، بدون داشتن امنیت، امور مهم برنامه و برنامه‌ریزی در سطوح مختلف کشوری قابلیت اجرا نخواهد داشت (رادمهر، ۱۳۸۴: ۱۱۷-۱۱۶). به عبارت دیگر، فضای آرام اجتماعی، بهره بردن نرمال از زندگی فردی و جمعی، رشد و توسعه‌ی اقتصادی، سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی و صدها برنامه و طرح کوتاه‌مدت و بلندمدت دیگر، به امنیت و آرامش نیاز دارند تا امکان تحقق پیدا کنند. علاوه بر این، مفهوم امنیت ملی با مقوله‌ی ارزش‌های بنیادین هر ملت و کشوری ارتباط مستقیم و تفکیک‌ناپذیر دارد؛ به همین دلیل است که والتر لیپمن (Walter Lippmann) اعتقاد دارد که وقتی می‌توان ادعا کرد یک ملت واجد امنیت است که در صورت ممانعت از جنگ و درگیری، قادر باشد ارزش‌های بنیادین خود را حفظ نموده و در صورت وقوع جنگ نیز بتواند ارزش‌های مزبور را به جلو ببرد (Suwanaa, 2017: 150). بنابراین، با تاکید بر این نکته‌ی مهم که

یک کشور با تامین امنیت (امنیت ملی) به صیانت و بقای خود مبادرت می‌ورزد، این امر صرفاً منحصر به حفظ جان شهروندان یا نظام سیاسی یا تمامیت ارضی نیست؛ بلکه به عوامل دیگری از جمله ارزش‌ها، هنجارها، اصول و مولفه‌های فرهنگی و عقیدتی نیز مرتبط است. اینجاست که باید به امنیت فرهنگی و قدرت نرم و ارتباط خاص و پیچیده‌ی آنها با امنیت ملی اشاره کرد تا بعد از آن، به بحث رسانه‌ها که موضوع این تحقیق است ورود نمود.

۲.۳ امنیت فرهنگی یا بُعد نرم امنیت ملی

امنیت فرهنگی در وهله‌ی نخست، تاکید بر عناصر فرهنگی - ارزشی امنیت ملی است که شامل بُعد نرم و رسانه‌ای آن (که موضوع مقاله‌ی حاضر است) می‌شود. به عبارت دیگر، امنیت فرهنگی، مجموعه‌ای از مولفه‌های عمده‌ی فرهنگی (ارزش‌ها، باورها، هنجارها و غیره) است که سطوح مهمی از امنیت ملی را تشکیل می‌دهند. امنیت فرهنگی، با این که نامحسوس‌ترین وجه امنیت ملی محسوب می‌شود (شفیعی و رحمانی‌ساعد، ۱۴۰۱: ۳۰۴) اما تأثیرات آن از سایر مولفه‌ها و عوامل تشکیل‌دهنده‌ی امنیت ملی بیشتر است؛ زیرا با هویت فردی و اجتماعی شهروندان مرتبط است و هویت، مجموعه و ترکیب تمام ارزش‌های بنیادینی محسوب می‌شود که با یکدیگر قابل جمع می‌باشند (صفدری، ۱۳۹۳: ۹۲-۹۱) و تضمین‌کننده‌ی وحدت و همبستگی ملی در عین کثرت هستند، زیرا همبستگی ملی به معنی بین‌اجزای تشکیل‌دهنده‌ی کل نظام اجتماعی می‌باشد (قیصری و حسینی، ۱۳۹۲: ۷۷).

با توجه به مطالب فوق، اگر دولت‌ها قادر نباشند هویت فرهنگی، ملی و دینی - ارزشی خود را در طول تاریخ و در برخورد با دیگر فرهنگ‌ها و موانع حفظ نمایند و نتوانند به نیازهای فرهنگی اتباع خود پاسخ بدهند و ارزش‌ها و هنجارها را به درستی ترویج کنند، با تزلزل و حتی بحران هویتی مواجه خواهند شد و ممکن است ثبات و حتی بقای آنها به خطر بیفتد. در این زمینه، رسوخ فرهنگ‌ها و ارزش‌های بیگانه و غیر ملی که بعضاً با نظام ارزشی ملی و بومی در تضاد هستند، عاملی تأثیرگذار است و بنابراین می‌توان از نقطه‌نظر امنیتی، به شناسایی تهدیدات ناشی از آنها مبادرت نمود (شفیعی و رحمانی‌ساعد، ۱۴۰۱: ۳۰۶). با این حال، بر طبق گفتمان سلبی امنیت ملی (موسوی و قربی، ۱۳۹۲: ۳۳)، شناسایی تهدید فقط شرط لازم است، اما کافی نیست؛ بلکه شرط کافی، بر طبق گفتمان ایجابی امنیت ملی (مقدم‌فر، ۱۳۹۸: ۲۳)، کسب رضایتمندی نسبی شهروندان از سیاست‌های فرهنگی و امنیتی دولت است. بنابراین در صورت به خطر افتادن امنیت ملی در بستر فرهنگی، نه تنها کشور از تحقق فرهنگ مطلوب و آرمانی

دور خواهد شد، بلکه هویت آن نیز آسیب‌پذیر خواهد شد و حتی این امکان وجود دارد که از همگرایی ملی به سمت واگرایی ملی سوق پیدا کند که نشانه‌های آن عبارتند از تضعیف همبستگی اجتماعی در ساختارهای اجتماعی و قدرت سیاسی جامعه، تضعیف حس تعلق ملی، کاهش مشروعیت نظام اجتماعی - سیاسی، کاهش وفاداری و افزایش عدم رضایت شهروندان و نیز عدم توانایی دولت در بسیج منابع مادی و غیر مادی (انسانی) در هنگام وقوع بحران‌های اجتماعی (قیصری و حسینی، ۱۳۹۲: ۷۷-۷۸).

۳.۳ نقش رسانه‌ها در امنیت ملی و قدرت نرم آنها

جوزف نای (Joseph Nye) که نظریه‌پرداز اصلی قدرت نرم محسوب می‌شود، اعتقاد دارد که استفاده از قدرت نرم مثل این است که «توانایی چیزی را که می‌خواهیم داشته باشیم با جذب و جلب توجه به دست آوریم، بیشتر از آن که با اجبار آن را کسب نماییم» (Nye, 2004: 5). همچنین به اعتقاد وی، وقتی سیاست‌های یک دولت در نگاه دیگران مشروع جلوه کند، قدرت نرم آن دولت هم توسعه یافته است (Nye, 2004: 9). بنابراین قدرت نرم با اشکال سخت‌افزاری قدرت مانند ارباب، بازدارندگی و تهدید متفاوت است و می‌توان آن را در بعضی از موارد مانند نوعی نفوذ فرهنگی در نظر گرفت. اگر این گزاره را قبول کنیم، بنابراین قدرت نرم از انحصار دولت‌ها به عنوان بازیگران اصلی خارج می‌شود و در عصر جهانی شدن، بازیگران غیر دولتی دیگری از جمله رسانه‌ها که بر فرهنگ مردم نفوذ دارند نیز دارای ابعاد قدرت نرم هستند.

اصطلاح رسانه به هر وسیله‌ای برای توزیع، اشاعه یا ارتباط بین‌افردی، جمعی یا گروهی اعم از آثار، اسناد، پیام‌های نوشتاری، دیداری، صوتی یا سمعی و بصری (مانند رادیو، تلویزیون، سینما، اینترنت، مطبوعات، مخابرات و غیره) اطلاق می‌شود. منظور از اصطلاح رسانه‌های جمعی نیز رسانه‌هایی است که برای پاسخ سریع به تقاضای اطلاعات از سوی مخاطبان زیادی (که در بسیاری از موارد با تقاضاهای مبتنی بر سرگرمی تکمیل می‌شود)، تیراژ وسیعی پیدا کرده‌اند. اکثر شرکت‌های به اصطلاح رسانه‌ای، روزنامه‌نگاران و مجریان سرگرمی و برنامه‌های سرگرمی‌ساز را استخدام می‌کنند. آنها ابتدا اطلاعات و داده‌ها را از منابع اطلاعاتی جمع‌آوری می‌کنند و حتی المقدور سعی می‌کنند تا از صحت و سقم منابع اطلاعاتی اطمینان پیدا کنند - این امر به آنها امکان می‌دهد تا مخاطبان خود را به دست آورند - و ثانیاً به فروش فضاهای تبلیغاتی می‌پردازند. در کنار این مدل غالب، کانال‌های تله‌شاپ و نشریات دوره‌ای که فقط

آگهی‌ها و آگهی‌های طبقه‌بندی شده را پخش می‌کنند نیز رسانه محسوب می‌شوند. در کشورهای صنعتی، رسانه‌ها که به طور گسترده توسعه یافته‌اند عمدتاً متعلق به گروه‌های صنعتی بزرگی هستند که رهبران آن‌ها، با نزدیکی به قدرت سیاسی، مرتباً به دلیل بهره‌برداری از اطلاعات برای اهداف حزبی و جناحی کم و بیش شناخته شده، مورد انتقاد قرار می‌گیرند. اما ظهور اینترنت و فناوری اطلاعات و ارتباطات، نشانه‌ی ظهور رسانه‌های جایگزین (وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و غیره) است (Keyes, 2004).

رسانه می‌تواند در فرایندهای سریع امروزی که به مدد فناوری پیشرفته کسب شده است، برای افراد و گروه‌ها هویت‌های مجازی به وجود آورد؛ بدون این که به مرزهای سیاسی تعدی نموده یا هویت‌های ملی را تخریب کند. به این طریق، بحران‌های اجتماعی و ملی در داخل مرزهای ملی و سرزمینی افزایش پیدا کرده و جریان‌های هویت‌خواهی تشدید می‌شوند (قیصری و حسینی، ۱۳۹۲: ۸۷). در واقع در عصر دیجیتال، بازتولید و نیز بازتعریف هویت اجتماعی می‌تواند بسیار متأثر از رسانه‌ها باشد. این امر زمانی بهتر درک می‌شود که بدانیم هویت اجتماعی معاصر و کنونی، ترکیبی و پیچیده و حتی در بعضی موارد متناقض است. در این بین، رسانه‌ها با عرضی‌اشکال جدید و متفاوت از سبک‌های زندگی و با تبلیغ وسیع کالاها، اشیاء، ایده‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و عقاید جدید، مردم را به قبول تغییرات ترغیب می‌کنند. در نتیجه هویت‌های جدیدی به وجود می‌آیند و در تضاد با هویت قبلی قرار می‌گیرند و به شرایط بحرانی (بحران هویت) دامن می‌زنند. در این بستر فراملی و مجازی، هویت ملی و عناصر تشکیل‌دهنده‌ی آن می‌توانند توسط الگوهای معرفی شده توسط رسانه‌ها، تهدید شوند.

۴.۳ مدیریت رسانه

مدیریت رسانه، مدیریت بر رسانه است و نحوه‌ی ارتباط نظام سیاسی و دولت با رسانه‌ها و کنترلی که از سوی آنها بر رسانه‌ها اعمال می‌شود. به عبارت دیگر، مدیریت رسانه، نحوه‌ی تعامل سازمان‌ها با رسانه‌های مختلف به نیروهای ساختاری و نهادی در اتاق‌های خبر است و در نتیجه به معنی هنر سازماندهی و تنظیم بهینه و موثر ارتباط بین سازمان با رسانه‌های جمعی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای در راستای اهداف و سیاست‌های اطلاع‌رسانی سازمان (یوسفی سرخنی و مهرزاده، ۱۴۰۰: ۵).

۵.۳ آسیب‌شناسی امنیتی با تاکید بر قدرت نرم رسانه‌ای

آسیب‌شناسی امنیتی مستلزم شناسایی فضای حاکم بر محیط امنیتی در هر دو بُعد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است. در رهیافت معطوف به امنیت ملی، شناخت تهدیدات امنیتی، سطوح تهدیدات و گونه‌شناسی آنها بر طبق نشانه‌های محیط امنیتی صورت می‌گیرد (متقی، ۱۳۸۹: ۱۰). در واقع هر چیزی که قادر باشد به صورت عینی و ذهنی، نظام ارزشی و منافع ملی یک کشور را تهدید نموده یا بر سر راه آنها مانع ایجاد نماید، در عداد تهدیدات علیه امنیت ملی محسوب می‌شود و باید آن را آسیب‌شناسی کرد. تهدیدات معطوف به امنیت ملی نیز به طور کلی به سه گروه تقسیم می‌شوند: سخت، نیمه‌نرم و نرم. در رویکردهای نوین به امنیت ملی، تهدیدات نیمه‌نرم و نرم که عمدتاً در حوزه‌ی فرهنگی بروز پیدا می‌کنند، در اولویت قرار می‌گیرند (منطقی فسایی و جهانگیری، ۱۴۰۰: ۸). به اعتقاد باری بوزان، «امنیت مقوله‌ای است که از یک سو، در رابطه با تهدید و آسیب‌پذیری و از سوی دیگر، با امکانات مقابله قابل محاسبه است» (بوزان، ۱۳۷۸: ۱۲).

۴. رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی و تاثیرات آنها بر جامعه ایرانی

منظور از رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، رسانه‌های برون‌مرزی هستند (تدین و حسنی، ۱۴۰۲: ۸۵) که به زبان فارسی اجرا می‌شوند و به صورت سیستماتیک در حال تولید اخبار و اطلاعاتی می‌باشند که به طور مستقیم و غیرمستقیم، شرایط داخلی کشور را از حیث فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و امنیتی مورد بررسی، نقد و بعضاً هجمه قرار می‌دهند. این رسانه‌ها می‌توانند به صورت رسانه‌های رسمی و یا غیررسمی باشند که توسط گروه‌ها یا سازمان‌های رسانه‌ای اداره و کنترل می‌شوند. رسانه‌های فارسی‌زبان شامل طیف وسیعی از وسایل ارتباط جمعی هستند، مانند شبکه‌های ماهواره‌ای (بی‌بی‌سی فارسی، صدای آمریکا، ایران اینترنشنال، رادیو فردا، من و تو)، کانال‌های تلگرام و واتساپ، سایت‌ها و وبلاگ‌ها و غیره. تاثیر این رسانه‌ها بر مخاطبان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران یا اصلی‌ترین رسانه‌ی ملی، امری بدیهی است. محتوای تولیدشده توسط این رسانه‌ها، با ارائه‌ی الگوهای سمعی و بصری متفاوت از یک طرف و ترویج تنوع‌طلبی و برجسته‌سازی ارزش‌ها و هنجارها از طرف دیگر، بر جریان‌ات فرهنگی و فرایند جامعه‌پذیری به ویژه در بین نسل جدید تاثیر زیادی داشته و در نتیجه با رسانه‌ی ملی رقابت می‌کند (اسدزاده، ۱۳۹۸: ۳۰).

از جمله کارکردهای عمده‌ی این رسانه‌ها که باید به آن توجه خاصی داشت، بازنمایی رسانه‌ای (Media representation) است که به صورت گفتاری، نوشتاری یا از طریق تصاویر متحرک محقق می‌گردد. در واقع باید گفت که بازنمایی، یک کنش دلالتمند است و انعکاس واقعیت بیرونی است. در این فرایند معناسازی، رسانه‌ها بی‌طرف و خنثی نیستند، زیرا در ایدئولوژی و گفتمانی خاص ریشه دارند و واقعیت را بر اساس ارزشها و هنجارهای مربوطه، بازنمایی می‌کنند و بنابراین حاکی از مناسبات قدرت هستند (۶۸). همچنین رسانه‌ها، با القای روایات خاصی از واقعیت، تصورات و انتظارات مردم را در راستای منافع و خواسته‌های خودشان هدایت می‌کنند. خبررسانی، ارائه‌ی گزارش، پخش فیلم و مستند با استفاده از روش‌ها و فنون حرفه‌ای، برجسته‌سازی بعضی از امور، گزینش، بزرگنمایی، زنده کردن خاطرات گذشته و غیره، از جمله کنش‌هایی هستند که رسانه‌ها به منظور تأثیرگذاری بر مخاطبان انجام می‌دهند (Tileaga, 2008: 359-382).

تاریخ رسانه‌های فارسی‌زبان غیر رسمی با تاریخ ماهواره در ایران گره خورده است و نفوذ ماهواره و مشتقات آن امروزه نیز بیشتر از سایر دوران، به چشم می‌خورد و همین امر باعث شده است تا سیاستمداران و تصمیم‌گیرندگان کشور نسبت به این پدیده‌ی فرهنگی، حساسیت زیادی نشان دهند که تصویب «قانون ممنوعیت به کارگیری تجهیزات دریافت از ماهواره» و نیز جمع‌آوری دیش‌های ماهواره‌ای از پشت‌بام منازل طی چندین دهه یا ارسال پارازیت بر روی فرکانس‌های ماهواره‌ای، شاهدی بر این امر محسوب می‌شوند. با این حال، وجود بیش از بیست و نه دستگاه ماهواره در کشور با پخش نزدیک به دو هزار شبکه، رقم بسیار بالایی بوده و حاکی از افزایش روزافزون مخاطبان این شبکه‌هاست. در بین این شبکه‌ها، چهار ماهواره‌ی «هات برد»، «نیل ست»، «ترک ست» و «عرب ست»، با صد و بیست شبکه مخصوص مخاطبان فارسی‌زبان و همچنین سایر اقوام ایرانی، از جایگاه خاصی در تولید برنامه برخوردار هستند (اسدزاده، ۱۳۹۸: ۳۱) و به تدریج در کمرنگ کردن نفوذ رسانه‌ی ملی در بین ایرانیان داخل کشور نقش داشته‌اند.

آمار حاکی از آن است که اعتماد به رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی که از طریق فناوری ماهواره به جذب مخاطبان ایرانی می‌پردازند، در طی چند دهه‌ی اخیر افزایش تصاعدی داشته است که در زیر به بعضی از آنها اشاره می‌شود:

۱. بر طبق آمار ارائه‌شده توسط «پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان»، در حالی که در سال ۱۳۸۲، اعتماد بالای مخاطبان به برنامه‌های مزبور ۱۲٪ بود، این رقم در

تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی برای امنیت ملی ایران (ذاکر تیموری و دیگران) ۸۱

سال ۱۳۹۴ افزایش پیدا کرد و به رقم ۲۵.۲٪ رسید (پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ۱۳۸۲: ۲۷۹؛ ۱۳۹۴: ۳۵۷).

۲. بر طبق یکی از مطالعات انجام گرفته در سال ۱۳۹۳، حدود ۷۰٪ شهروندان تهرانی، در کنار برنامه‌های رسانه‌ی ملی، از برنامه‌های ماهواره‌ای با میانگین چهار ساعت در شبانه‌روز بهره می‌برند (سواری، ۱۳۹۵: ۵).

۳. آمار جدیدتری که در سال ۱۳۹۹ به رسانه‌های صفحات بالای ۵۰۰ هزار دنبال‌کننده در اینستاگرام پرداخته است، دال بر آن می‌باشد که صدا و سیما در مقایسه با رسانه‌های مزبور تا حد چشمگیری با ریزش مخاطب مواجه بوده است:

اینستاگرام رسانه	تعداد دنبال‌کنندگان
بی‌بی‌سی فارسی	۱۰ میلیون
من و تو	۵ میلیون
ایران اینترنشنال	۳ میلیون
رادیو فردا	۲ میلیون
صدای آمریکا	۲ میلیون
خبرگزاری صدا و سیما	۳۰۰ هزار
شبکه خبر صدا و سیما	۶۰ هزار

(منبع: کائنات، ۲۷ آبان ۱۳۹۹)

در زیر به بعضی از علل گرایش روزافزون مخاطبان ایرانی به رسانه‌های فارسی‌زبان اشاره می‌شود:

۱. تنوع‌طلبی در محتوای تولیدی: در حال حاضر رسانه‌ی ملی با داشتن بیشتر از چهل شبکه‌ی ماهواره‌ای از ظرفیت‌های کمی قابل توجهی برای برنامه‌سازی برخوردار است، اما عدم وجود تنوع در برنامه‌های تولیدشده به معنی بی‌توجهی به این ظرفیت‌هاست. این در حالی است که رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی با استفاده از فناوری‌های ماهواره‌ای به تولید و پخش صدها برنامه‌ی متنوع (سرگرمی، فرهنگی، ورزشی، علمی، تخصصی، سیاسی، فیلم و سریال، مارکتینگ و غیره) می‌پردازند و مخاطبین بیشتری را به سمت خود جذب می‌کنند.

۲. صنعت سرگرمی: در راستای تنوع محتوای تولیدی، رسانه‌های فارسی زبان خارجی که محدودیت‌ها و موضع‌گیری‌های رسانه‌ی ملی را ندارند، به یکی از عرصه‌های اصلی برای پر کردن اوقات فراغت و سرگرم ساختن مخاطبان، به ویژه نسل جدید، تبدیل شده‌اند. پخش انواع فیلم‌ها و سریال‌ها (زبان اصلی یا دوبله) - ساختار نمایشی به منظور ارائه‌ی پیام رسانه‌ای - از جمله مهم‌ترین راهکارها برای سرگرمی و فراغت محسوب می‌شوند و در نتیجه در سال‌های اخیر، با علاقه‌ی بیشتری (نسبت به فیلم‌ها و سریال‌های صدا و سیما) دنبال شده‌اند که در این مورد، مقایسه‌ی برنامه‌های شبکه‌هایی مانند «فارسی وان» یا «جم تی وی» یا مستندها و سریال‌های دوبله‌شده و پخش‌شده توسط «من و تو» با آنها می‌تواند گویا باشد.

۳. بازنمایی چندگانگی و تنوع فرهنگی: در مقایسه با رسانه‌ی ملی که دارای فضای بسته‌ای بوده و تقریباً از یک گفتمان فرهنگی واحد تبعیت می‌کند و نسبت به سایر فرهنگ‌ها چندان باز نیست، رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، علی‌رغم این که در برنامه‌سازی خود دارای اغراض و اهداف خاصی هستند، اما بر تنوع و تفاوت‌های فرهنگی تاکید کرده و از این طریق القا می‌کنند که به همه‌ی سلیقه‌ها احترام می‌گذارند و در نتیجه طیف وسیعی از مخاطبان با سلیقه‌های متفاوت را به خود جذب می‌کنند. علاوه بر این، نباید بستر فرهنگی غالب این شبکه‌ها که همان کشورهای غربی می‌باشند و از چندگانگی فرهنگی برخوردارند را فراموش نمود.

۴. خبررسانی و تحلیل متفاوت یا جانبدارانه از رویدادهای سیاسی - اجتماعی: از زمان انقلاب اسلامی تا امروز، یک گفتمان سیاسی که ایدئولوژیک و مبتنی بر ارزش‌ها و آرمان‌های دینی و ملی بوده است بر کشور مسلط گردیده و علاوه بر آن، به نام مصلحت و امنیت، خبررسانی و نیز تحلیل رویدادهای سیاسی و اجتماعی را از دریچه‌ای خاص انجام داده است و در آن کمتر صداهای مخالف شنیده شده‌اند. این امر شاید در ابتدا مجاب‌کننده بود و انتقادات کمی به آن وارد بود، اما به مرور که عصر انفجار اطلاعات توسعه‌ی بیشتری پیدا کرد و مزرهای ملی از طریق دسترسی آزاد همگان به اینترنت و ماهواره و شبکه‌های اجتماعی کمرنگ شد، باعث گردید تا اعتماد نسبت به رسانه‌ی ملی و گزینش اخبار توسط آن افت پیدا کند. این در حالی است که رسانه‌های فارسی‌زبان خارج کشور، از عدم وجود این خط قرمزها بهره‌برداری کرده و با القای دموکراسی‌خواهی و پخش بی‌طرفانه‌ی اخبار سیاسی و اجتماعی، مخاطبان را به سمت

تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی برای امنیت ملی ایران (ذاکر تیموری و دیگران) ۸۳

خود کشانده و علاوه بر آن، در بخش‌هایی از برنامه‌های خود، نظرات و آرای هموطنان داخل کشور را پخش می‌کنند.

۵. تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی بر امنیت ملی در بُعد رسانه‌ای

تهدیدات ناشی از رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی بر امنیت ملی ایران در بُعد رسانه‌ای، دامنه‌ی وسیعی را شامل می‌شود که با توجه به محتوای تولیدی این رسانه‌ها، می‌توان تهدیدات نامبرده را تحت مقوله‌ی مشروعیت‌زدایی از صدا و سیما یا همان رسانه‌ی ملی (به عنوان مهم‌ترین رسانه‌ی رسمی که مولد و توزیع‌کننده و مبلغ گفتمان رسمی جمهوری اسلامی ایران است) مورد مطالعه قرار داد. در واقع اگر مشروعیت « متضمن ظرفیت سیستم در ایجاد این باور است که نهادهای سیاسی موجود، مناسب‌ترین نهادهای ممکن برای جامعه هستند » (ذوالفقاری و پورمحمدی، ۱۳۹۶: ۱۲)، بنابراین مشروعیت‌زدایی در بُعد رسانه‌ای به معنی القای نامناسب بودن و ناکارآمدی و ضعف نهادهای موجود در درون سیستم سیاسی - اجتماعی در راستای مدیریت و رفاه و بهبودی جامعه است. در ادامه، علاوه بر سطوح کلی مشروعیت‌زدایی از رسانه‌ی ملی، روند مشروعیت‌زدایی در سطح مدیریت رسانه و خبر به صورت ویژه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱.۵ ماهیت و چگونگی مشروعیت‌زدایی از رسانه ملی

در بدو امر باید به تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی در حوزه‌ی فرهنگ اشاره کرد. ظرفیت رسانه‌ای در ایجاد تغییرات فرهنگی را می‌توان به همان قدرت نرم رسانه تعبیر نمود که برخلاف قدرت سخت دارای اضلاع نیست، خصلت دایره‌ای دارد و به روابط رسمی و از قبل تعریف شده منحصر نمی‌شود. به همین دلیل

قدرت نرم توصیف‌کننده‌ی ماهیت نرم‌افزاری قدرت ملی است و تهدید نرم که مبین ماهیت نقاط آسیب‌پذیر و تهدیدساز در ابعاد فرهنگی و اجتماعی است که جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون حمله‌ی نظامی رقیب را به انفعال یا شکست وا می‌دارد (فضلعلی، ۱۳۹۹: ۶۲).

تصویرسازی رسانه‌ای از جمله شگردهای قدرت نرم در بُعد رسانه‌ای آن است که بر طبق آن، رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی تلاش می‌کنند تا با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و

تکنیک‌ها و تخصص رسانه‌ای، به ابداع واقعیت مجازی دست بزنند و از این طریق بر افکار عمومی تاثیر بگذارند. تصاویر بازنمایی شده از واقعیت جامعه‌ی ایرانی که شامل القای بحران، آشوب، ناامنی، بی‌ثباتی، نافرمانی مدنی و غیره می‌شود، بخشی از این تصویرسازی رسانه‌ای است که رسانه‌های مذکور به آن مبادرت ورزیده‌اند. تصویرسازی رسانه‌ای را می‌توان بخشی از جنگ نرم دانست که بر تهاجمی بودن قدرت نرم دلالت دارد و هدف آن، تضعیف روحیه‌ی ملی است که از جمله عوامل قدرت ملی محسوب شده و در نتیجه می‌تواند شروع فروپاشی روانی در سطح وسیع باشد (فضلعلی، ۱۳۹۹: ۶۵). بعضی از مهم‌ترین تهدیدات صورت گرفته در قالب جنگ نرم به رهبری رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور عبارتند از القای ناکارآمدی سیاسی رژیم، مشروعیت‌زدایی از بازیگران حکومتی در داخل و خارج از کشور، خدشه‌دار کردن انسجام داخلی، تلقین نارضایتی، تضعیف امتناع‌سازی افکار عمومی از مجرای رسانه‌های داخلی به ویژه رسانه‌ی ملی و ناتوان جلوه دادن آن در امر مزبور، نشان دادن عدم مقبولیت ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی. مثال شبکه‌ی ایران اینترنت‌شنال که در چند سال اخیر به مناقشات زیادی منجر شده است، می‌توان گویا باشد؛ زیرا ایران‌هراسی، تحریم آخرین انتخابات مجلس شورای اسلامی و انجام عملیات‌های روانی متعدد علیه منافع ملی و روحیه‌ی شهروندان در برهه‌های حساس تاریخی (تدین و حسنی، ۱۴۰۲: ۸۵-۸۴) را باید به عنوان مصادیق جنگ نرم و تهدید رسانه‌ای شبکه‌ی مزبور تلقی نمود. ضمناً باید بهره‌برداری بعضی از دولت‌ها (که با ایران داری تضاد منافع هستند) از رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی را از همین نقطه‌نظر مورد بررسی قرار داد. برای مثال ایران اینترنت‌شنال برای عربستان سعودی، بی‌بی‌سی فارسی برای انگلستان و صدای آمریکا برای ایالات متحده‌ی آمریکا نقش دیپلماسی رسانه‌ای را ایفا کرده و در نتیجه قادرند برای منافع ملی ایران چالش‌آفرین باشند (مهاجری و مطلبی، ۱۴۰۱: ۷۳-۷۲).

۲.۵ مشروعیت‌زدایی از رسانه ملی در سطح مدیریت رسانه و خبر

مشروعیت‌زدایی از رسانه‌ی ملی توسط رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی در سطح مدیریت رسانه و خبر، شامل تهدیداتی می‌شود که معطوف به چند مضمون کلیدی هستند: روایت‌گری دست اول وقایع، عمق‌بخشی به خبرنگاری تحقیقی، سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای هدفمند، شناخت زیست‌رسانه‌ای بومی، شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی مخاطبان، خبرسازی و خبررسانی به موقع، جمع‌سپاری و تعاملی‌سازی دروازه‌بانی اخبار.

۱.۲.۵. تهدید سواد رسانه‌ای

مضمون اصلی سواد رسانه‌ای از پنج مقوله فرعی تشکیل شده است: ارزیابی اخبار، تفکر انتقادی، دروازه‌بانی چندلایه، توجه به فرستنده و منبع خبر و عبور از ظاهر متن و اخبار. سواد رسانه‌ای از مهمترین ابزارهایی است که مخاطبان و کاربران رسانه‌ای می‌توانند از طریق آن محیط رسانه‌ای را ارزیابی و از رسانه به بهترین وجه ممکن استفاده کنند (نعمتی‌فر و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۷). سواد رسانه‌ای دانشی است که عمدتاً از طریق اتاق فکر تیم‌های متخصص تولید می‌شود و از طریق مختلف به افراد آموزش داده می‌شود که در مواجهه با شرایط مختلف (مثلاً بحران‌های همچون کرونا) چگونه از اخبار جعلی و شایعات دوری جسته و به آنچه رسانه ملی تدارک دیده توجه کنند. به کمک این امر، مدیران و برنامه‌ریزان مخاطبان را به سمت و سویی سوق می‌دهند تا ضمن بهره‌مندی آنها از اخبار و اطلاعات صحیح، از اختلال در نظم موجود جلوگیری کرده و از گرفتار شدن در دام رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی که بیشتر رویه‌ی معارض و رقیب دارند، در امان بمانند. تهدید رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی در قبال سواد رسانه‌ای، در وهله‌ی نخست با فقدان ارزیابی انتقادی همراه است که فضای تولید اخبار و سپس مخاطبان را هدف قرار می‌دهد. در اینجا، مخاطب با عدم عبور از لایه‌های ظاهری اخبار و پیام‌ها، از نقش دروازه‌بان خبری خارج می‌شود. مدیران رسانه‌ی ملی نیز قادر نخواهند بود در مقابل رسانه‌های رقیب و معارض صف‌آرایی کرده و در مقابل اخبار جعلی آنها مقاومت کنند.

۲.۲.۵. تهدید روایت‌گری دست‌اول وقایع

مضمون اصلی روایت‌گری دست‌اول وقایع، از چهار مضمون فرعی تشکیل شده است: توجه به تازگی خبر، توجه به شکاف زمانی رخدادها، خبرسازی دست‌اول و بدیع‌سازی و برساخت نو. رسانه باید بر اساس مسئولیت اجتماعی خود در بطن رخدادها بوده و با حضور اجتماعی خود بتواند روایت اصلی و واقعی از رخدادها و وقایع ارائه کند. ارائه روایت اصیل و واقعی از رویدادهای خبری از مهمترین مولفه‌های مدیریت اخبار است. رسانه زمانی می‌تواند اخبار و رویدادها را مدیریت کند که راوی دست‌چندم نباشد. در غیر این صورت، از تحولات عقب مانده و افکار عمومی تحت تاثیر سایر رسانه‌های رقیب قرار می‌گیرند. مسئولیت اجتماعی رسانه ایجاب می‌کند که با ورود به موقع در بطن تحولات روزمره، پوشش خبری لازم را ارائه کند و برجسته‌سازی و دروازه‌بانی اخبار، مانع از انحراف افکار عمومی به سمت و سویی شود که شرایط را آشوب‌زا و ملتهب می‌سازد. اگر رسانه‌ی ملی نتواند به راوی رخدادهای روزمره

تبدیل شود، در این حالت رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی با تزریق اخبار نادرست، مدیریت اخبار را مخدوش می‌سازند و مرجعیت رسانه‌ی ملی را به خطر می‌اندازند. مثال اخبار بحران کرونا یا ناآرامی‌های سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱، حاکی از این امر است. بعلاوه، زمانی که روایت‌کننده وقایع رسانه ملی نباشد، شکاف اطلاعاتی از طریق کاشت اخبار رخ می‌دهد؛ به این معنا که رسانه‌های رقیب با کاشت آن چیزی که ممکن است واقعی نباشد و یا اینکه واقعی باشد، فضا را برای پیگیری اخبار از طریق رسانه‌ی ملی محدود می‌سازند که با نوعی اعتمادزدایی و تزلزل جایگاه رسانه‌ی ملی همراه است.

۳.۲.۵ تهدید عمق‌بخشی به خبرنگاری تحقیقی

مضمون عمق‌بخشی به خبرنگاری تحقیقی شامل پنج مضمون فرعی است: اجتناب از تولیدات شتاب‌زده، اجتناب از روایات مقطعی و کوتاه‌مدت، تاکید بر پژوهش در تولید اخبار، ریشه‌یابی رویدادها و توجه به فرایند تولید و توزیع خبر. این مقوله به معنای توجه به عمق و ریشه‌ی رخدادها بر اساس پژوهش‌های دقیق است تا از این طریق تمامی زوایای پدیده مکشوف گردد و بر اساس آن مخاطبان بدانند که آنچه واقعاً رخ داده چه بوده و چرا رخ داده است. در اینجا، مداخلات مقطعی جای خود را به مداخلات بلندمدت مبتنی بر کشف پدیده‌های رخ‌داده می‌دهد و اخبار چارچوب‌سازی می‌شود (شمس و همکاران، ۱۳۹۸). امروزه مخاطبان رسانه‌ی ملی با توجه به علائق و کنجکاوی که دارند سریع نسبت به اخبار و تحولات روز واکنش نشان داده و در صورت بروز بحران‌ها و رخداد‌های خاص (برای نمونه پلاسکو) سعی دارند دلایل و چگونگی آن را بفهمند. زمانی که با پیگیری اخبار بدانند که عمق واقعه چندان مکشوف نشده و یا مدیران رسانه‌ای علاقه چندانی به بررسی آن از زوایای مختلف را ندارند، به رسانه‌های رقیب گرایش پیدا کرده و سعی می‌کنند اطلاعات لازم را از آنها بدست بیاورند. در نتیجه اخبار فیک و شایعات بی‌اساس فضای رسانه‌ای را دربرگرفته و شرایط را برای بروز التهاب و چالش‌های اجتماعی فراهم می‌سازند که در این مورد، نقش رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی بسیار مهم به نظر می‌رسد.

۴.۲.۵ تهدید سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای هدفمند

سیاست‌گذاری هدفمند شامل این مضامین است: نقشه‌ی راه رسانه‌ای، تمرکز در تصمیم‌گیری، توجه به نیازهای آتی مخاطبان، توجه به تحولات و تجارب روز و توجه به نرم‌افزار و

سخت‌افزار رسانه. در حوزه‌ی رسانه، مدیریت اخبار نیازمند برنامه‌های مدون، رفع نقایص قانونی و اتخاذ سیاست‌هایی است تا بتواند از تصمیمات آنی و مقطعی جلوگیری کرده و از این طریق مسیر را برای مواجهه منطقی و عقلانی با چالش‌های این حوزه فراهم سازد (افقهی و همکاران، ۱۴۰۰: ۶۰). مدیریت اخبار مستلزم مواجهه عقلانی با نیازها و تدارک الزامات قانونی در جهت به‌کارگیری راهبردهای بلندمدت در خصوص اخبار و گزارش‌های خبری به منظور اقناع مخاطبان است. از آنجایی که مدیریت اخبار در لوای ساختارهای سازمانی انجام می‌شود، بدون داشتن سیاست‌های مدون و هدفمند نمی‌توان راهبردهای مطلوبی در جهت مدیریت اخبار داشت. مداخلات مقطعی و کوتاه‌مدت بدون اینکه ریشه در سیاست‌گذاری‌های هدفمند داشته باشند، رسانه‌ی ملی را به جولانگاه تصمیمات شخصی، سلیقه‌ای و کوتاه‌مدت تبدیل می‌کنند و عرصه را برای سوء استفاده‌ی رسانه‌های رقیب فراهم می‌سازد.

۵.۲.۵ تهدید شناخت زیست‌رسانه‌ای بومی

شناخت زیست‌رسانه‌ای بومی شامل توجه به نیازهای روانی و جنسیتی مخاطبان، تعامل‌گرایی و مردم‌محوری، توجه به اخبار روزمره و خیابانی، توجه به لایه‌های قومیتی خبر و انطباق خبر با لایه‌های فرهنگی جامعه است. رسانه ملی باید بر بسترهای اجتماعی و فرهنگی و نیز علائق و ارزش‌های گروه‌های مختلف جامعه توجه داشته باشد تا هم بتواند مخاطب را جذب کند و هم از نظر با توجه به بوم و ارزش‌های موجود بتواند سیاست‌گذاری‌های هدفمندی داشته باشد. زمانی که رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی چنین القا می‌کنند که رسانه‌ی ملی الزامات درونی جامعه را نشناخته یا آنها را از منظر گزینشی و محدود خود ارائه می‌دهد، بازنمایی‌های نامتعادل از اقوام، گروه‌ها، اتفاقات روزمره و غیره صورت می‌گیرد و گروه‌های قومی، سنی، جنسی و فرهنگی این احساس را خواهند داشت که دیده نمی‌شوند و از نظر رسانه‌ای دارای صدای خاص خود نیستند. در این شرایط، رسانه‌های مزبور می‌توانند به راحتی در بین این گروه‌ها نفوذ کرده و صدای آنها بشوند. بنابراین عدم اطمینان شکل گرفته و مخاطبان به منظور تکمیل اطلاعات خاص خود به سایر شبکه‌ها پناه می‌برند.

۶.۲.۵ تهدید شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی مخاطبان

مضمون اصلی شکاف‌های اطلاعاتی مخاطبان عبارت است از توجه به نیت مخاطبان، اقناع و رضایت مخاطبان، تامین نیازهای اطلاعاتی مخاطبان و توجه به ارزش‌های خبری مخاطبان. این

مضمون به معنای شکاف‌ها و فهم نیازمندی‌هایی است که بین مخاطبان و رسانه‌ی ملی وجود دارد که اگر به هر دلیل برآورده نشود، منجر به ریزش مخاطب، بی‌اعتمادی او و گرایش آنها به سمت رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی می‌شود. از مهمترین مولفه‌هایی که بر اساس آن می‌توان فهمید که آیا رسانه‌ی ملی توانسته اخبار را مدیریت کند یا نه، مضمون شکاف‌های اطلاعاتی است؛ یعنی رسانه ملی نتوانسته مدیریت اخبار مطلوبی داشته باشد؛ زیرا شکاف‌ها ناشی از ایجاد فاصله و بی‌اعتمادی است. چالش‌های شکاف اطلاعاتی مخاطبان نشان می‌دهد که رسانه‌ی ملی در انطباق با نیازهای روزمره مخاطبان نیست. از آنجایی که بخش زیادی از مخاطبان از سواد رسانه‌ای چندانی برخوردار نیستند، بی‌درنگ به انتخاب جایگزین‌های رسانه‌ای، به مصرف اخباری می‌پردازند که رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی در اختیار آنها قرار می‌دهند. این اخبار که با هدف و بر اساس سازوکارهای مشخص طراحی شده‌اند، به راحتی در شرایط بحرانی و حساس منجر به تاثیرگذاری بر آنها شده و با تقویت شایعات، فضا را برای تنش‌های ساختاری فراهم می‌سازند. افزون بر این، از طریق خبررسانی و خبرسازی سریع و هدفمند، مانع از روشنگری و دسترسی مخاطبان به اخبار درست و واقعی می‌شوند. در این هنگام، رسانه‌های خارجی فارسی‌زبان خود را در بطن شکاف ایجادشده بین مخاطبان و رسانه‌ی ملی قرار داده و آنها را سوی خود جذب می‌کنند.

۷.۲.۵ تهدید خبرسازی و خبررسانی به موقع

مضمون خبرسازی و خبررسانی به موقع شامل مکمل‌سازی اخبار، همگامی خبررسانی و خبرسازی، پوشش واقعی اخبار، تهیه روایت اول از رویدادها و دروازه‌بانی چندلایه‌ی اخبار می‌شود (صفایی‌نژاد، ۱۳۹۵). رسانه باید با حضور فعال اجتماعی خود، در بطن تحولات قرار گرفته و با خبرسازی درست و دقیق از رویدادها، با ارائه یک روایت قوی و دست اول، خبررسانی را در اسرع وقت انجام بدهد. از مهمترین مولفه‌های مدیریت اخبار، توجه به مولفه‌ی سرعت است. اخبار باید به سرعت تولید و پخش شوند تا بتوانند اثرگذاری داشته و مخاطبان را جذب کنند. اگر این اصل مهم مورد توجه قرار نگیرد، نمی‌توان شاهد این بود که رسانه ملی مدیریت درستی از اخبار داشته باشد. سرعت عمل رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی در پخش اخبار به روز، باعث القای کُندی رسانه‌ی ملی شده است. این امر خبرسازی و خبررسانی را از اصل سرعت خارج ساخته و باعث می‌شود که رسانه‌های مزبور، بدون درک درستی از رویدادها یا به دلایل جانبدارانه، سریع به ارائه روایت خاص خود از وقایع بپردازند. در این

حالت، آنها واقعیت را به شکلی برساخت می‌کنند که ممکن است فاصله‌ی زیادی با خود واقعیت داشته باشد.

۸.۲.۵. تهدید جمع‌سپاری و تعاملی‌سازی دروازه‌بانی اخبار

مضمون جمع‌سپاری دروازه‌بانی اخبار از چهار مضمون فرعی تشکیل می‌شود: توجه به لایه‌های اجتماعی اخبار، جلوگیری از رویه‌های از بالا به پایین، توجه به عاملیت گروه‌های فشار رسانه‌ای و عبور از رویکردهای سنتی تولید اخبار. این مضمون به معنای توجه به گروه‌های مختلف و مشارکت لایه‌های مختلف نخبگانی، سازمانی و مردمی در جهت مدیریت اخبار است، به نحوی که اخبار از حالت تک‌بعدی سازمانی خارج شده و حالتی مشارکتی به خود بگیرد (نصراللهی و آشویی، ۱۳۹۶: ۹-۱۰). تهدید جمع‌سپاری و تعاملی‌سازی دروازه‌بانی خبر با گسترش بی‌سوادی رسانه‌ای به سطوح مختلف سازمانی، اجتماعی و کارشناسی همراه است. در اینجا، مواجهه با رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی جای خود را به اقبال افکار عمومی به این رسانه‌ها می‌دهد. به عبارت دیگر، افکار عمومی حساسیت خود را آنها نسبت به مسئولیت اجتماعی در قبال رسانه‌های مزبور و در مقابل، در معرض بمباران اطلاعاتی از طریق اخبار و برنامه‌های تولیدشده از سوی آنها می‌شوند.

۶. نتیجه‌گیری

از بدو انقلاب اسلامی تا به امروز، با توجه به گفتمان سیاسی و اجتماعی - فرهنگی هویت‌محور، ارزش‌گرا و آرمانی جمهوری اسلامی ایران، این نظام سیاسی در معرض تهدیدات و حمله‌هایی بوده که بخشی از آنها توسط رسانه‌ها هدایت و برنامه‌ریزی شده است. این تهدیدات، در هر دوره‌ای، در سطوح و درجات مختلف، تکرار شده و بعضاً وارد فاز جدیدی شده‌اند. در این بین، باید بر نقش رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی تاکید نمود. این رسانه‌ها، با استفاده از فناوری‌های به روز، تنوع‌سازی در تولید محتوا، بهره‌برداری از شرایط و مشکلات موجود در کشور، به جذب مخاطبان پرداخته و در نتیجه به صورت مستقیم و غیر مستقیم بر سطوح مختلف امنیت ملی تاثیر می‌گذارند؛ زیرا امنیت ملی با مقولاتی مانند هویت، فرهنگ، سبک زندگی، حس امنیت، رضایت و اعتماد اجتماعی و حس تعلق در ارتباط تنگاتنگ قرار دارد. چنانچه با اتکا به بعضی از آمار موجود دیده شد، در سال‌های اخیر مخاطبان رسانه‌های

مزبور افزایش پیدا کرده و همین امر باعث کاهش نفوذ و تاثیرگذاری رسانه‌ی ملی شده است؛ به طوری که می‌توان از مشروعیت‌زدایی از رسانه‌ی ملی توسط این رسانه‌های رقیب نام برد. مشروعیت‌زدایی از رسانه‌ی ملی به ویژه در موضوع مدیریت رسانه و اخبار که یکی از مولفه‌های مهم در برجسته‌سازی و چارچوب‌بندی محتویات تولیدی می‌باشد، مشاهده می‌گردد. در واقع رسانه‌ها با مدیریت ساختار و مدیریت استراتژیک اخبار سعی دارند نفوذ رسانه‌های رقیب را به کمترین میزان ممکن برسانند. در ایران نیز در سال‌های اخیر شاهد گسترش نفوذ و دایره‌ی عمل رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی در جهت تاثیر و ایجاد شکاف اطلاعاتی در بین مخاطبان بوده‌ایم. این رسانه‌ها سعی می‌کنند با ارائه‌ی اخبار کذب، شایعه و یا تشویق مخاطبان به ایجاد تشویش، تعامل بین رسانه‌ی ملی و مخاطبان را از بین ببرند. در این وضعیت، بی‌تفاوتی و بی‌اعتمادی به رسانه‌ی ملی افزایش یافته است و این رسانه در مواجهه با وقایع، روایت‌گری دست اول ندارد. در نتیجه مخاطبان جهت حس کنجکاوی و ارضای نیازهای اطلاعاتی خود به منابع جایگزین رجوع می‌کنند. بنابراین مشروعیت‌زدایی از رسانه‌ی ملی در موضوع مدیریت خبر و رسانه، خود را در قالب تهدیداتی بروز می‌دهد که متوجه روایت‌گری دست اول وقایع، عمق‌بخشی به خبرنگاری تحقیقی، سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای هدفمند، شناخت زیست‌رسانه‌ای بومی، شناسایی شکاف‌های اطلاعاتی مخاطبان، خبرسازی و خبررسانی به موقع، جمع‌پساری و تعاملی‌سازی دروازه‌بانی اخبار می‌شوند. نتیجه‌ی این روند، کمرنگ شدن نفوذ رسانه‌ی ملی، عدم اعتماد به آن و از دست دادن مرجعیت این نهاد است که تبعات و پیامدهای آن برای امنیت ملی در کوتاه‌مدت و بلندمدت، غیر قابل انکار هستند.

پی‌نوشت‌ها

1. The streaming network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services
2. News Coverage on Media and Social Media by National & International Press
3. Factors influencing the flow of news

کتاب‌نامه

اسدزاده، مهتاب (۱۳۹۸)، «نگاهی بر دلایل و توجیهات گرایش به تماشای کانال‌های ماهواره‌ای در ایران»، فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی، شماره ۱۸، تابستان ۱۳۹۸، صص ۲۹-۴۱.

تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی برای امنیت ملی ایران (ذاکر تیموری و دیگران) ۹۱

افقهی، اسماعیل؛ میرزمانی، اعظم؛ حمیدی‌زاده، علی؛ شرف‌الدین، سیدحسین. (۱۴۰۰)، «جذب و حفظ مخاطب برای رسانه خبری در ایران با استفاده از نظریه سبک زندگی»، پژوهشنامه سبک زندگی، سال ۷، شماره ۱۲، صص ۵۹-۸۲.

امینیان، بهادر و تیمورپور، نوشین (۱۳۹۱)، «رسانه، هویت ملی و امنیت ملی؛ با تأکید بر جامعه ایران»، مطالعات راهبردی بسیج، سال پانزدهم، شماره ۵۷، زمستان ۱۳۹۱، صص ۶۳-۷۸.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات (۱۳۹۵)، ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان: گزارش کشوری، تهران: دفتر انتشارات طرح‌های ملی.

تدین، حسین؛ حسنی، حسین (۱۴۰۲)، «مایوس‌سازی به مثابه ابزار عملیات روانی: مطالعه صفحه اینستاگرام ایران اینترنشنال»، پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، سال هشتم، شماره اول، بهار و تابستان ۱۴۰۲، صص ۸۳-۱۰۷.

حاجی‌پورساردویی، مرضیه، تقی‌پور، فائزه، اعتباریان خوارسگانی، اکبر. (۱۳۹۹). «بررسی عوامل تأثیرگذار سیاسی-رسانه‌ای بر مدیریت اخبار قوه مجریه در اتاق خبر صدای سیمای جمهوری اسلامی ایران»، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال شانزدهم، شماره ۱.

حاجی‌پورساردویی، مرضیه، تقی‌پور، فائزه، اعتباریان، اکبر. (۱۴۰۱). «نقش ارتباطات داخلی در مدیریت خبر سیمای سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران». انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. انتشار آنلاین. صص ۱-۲۹.

ذوالفقاری، ابوالفضل؛ پورمحمدی، مژده (۱۳۹۶)، «بررسی تقابل دو رویکرد مشروعیت‌بخش و مشروعیت‌زا در سینمای ایران (۱۳۹۲-۱۳۹۰)»، راهبرد فرهنگ، شماره ۳۹، پاییز ۱۳۹۶.

رادمهر، ایرج (۱۳۸۴)، «سیر تحول در مفهوم امنیت ملی»، فصلنامه علوم و فنون نظامی، سال دوم، شماره ۴، صص ۱۱۵-۱۲۲.

سلطانی، حنیف. (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی اخبار اعتراضات زمستان ۱۳۹۶ سیمای جمهوری اسلامی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صداوسیما.

سواری، کریم (۱۳۹۵)، «بررسی برخی از عوامل گرایش به شبکه‌های ماهواره‌ای خارجی»، پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، دوره ۶، شماره ۲۱، بهار ۱۳۹۵، صص ۱-۱۴.

شفیعی، جمال؛ رحمانی ساعد، هادی (۱۴۰۱)، «مفهوم و مولفه‌های امنیت فرهنگی در گفتمان ایران اسلامی»، فصلنامه امنیت ملی، سال دوازدهم، شماره ۴۴، تابستان ۱۴۰۱، صص ۲۹۹-۳۳۳.

شمس، مرتضی؛ میناوند، محمدقلی؛ صبوری، شهاب‌الدین. (۱۳۹۸)، «نحوه پوشش خبری بحران در خبر تلویزیونی صدا و سیما (مطالعه موردی بحران پلاسکو در شبکه خبر)»، رسانه، سال ۳۰، شماره ۴، صص ۲۹-۴۷.

صفدری، سلمان (۱۳۹۳)، «امنیت فرهنگی؛ بنیان‌ها، مولفه‌ها و چالش‌ها»، *دیده‌بان امنیت*، شماره ۲۴ و ۲۵، صص ۹۱-۹۸.

فتاحی، علی و امین‌بیدختی، علی‌اکبر. (۱۴۰۰). «ارائه الگوی مدیریت رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران‌های اجتماعی؛ مورد مطالعه: تلویزیون». *مدیریت بحران*. شماره ۱۹.

فضلعلی، رضا (۱۳۹۹)، «مقایسه تاثیرگذاری رسانه ملی ج.ا.ایران و رسانه‌های فارسی‌زبان معاند در حوادث آبان ۹۸ (بر مبنای نظریه آشوب جیمز روزن)»، *مجله بین‌المللی پژوهش ملل*، شماره ۵۲، اردیبهشت ۱۳۹۹.

قیصری، نورالله و حسینی، سیدمهدی (۱۳۹۲)، «ابعاد و شاخص‌های امنیت پایدار: مبتنی بر مدل مهندسی همگرایی ملی»، *آفاق امنیت*، سال پنجم، شماره بیستم، پاییز ۱۳۹۲، صص ۷۱-۱۰۷.

کائنات (۱۳۹۹)، «صدا و سیما در قعر جدول فارسی‌زبانان اینستاگرام»، *کائنات*، سه شنبه ۲۷ آبان ۱۳۹۹، شماره ۳۷۸۴.

متقی، ابراهیم (۱۳۸۹)، «گونه‌شناسی تهدیدهای امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران»، *آفاق امنیت*، سال سوم، شماره ۸، صص ۵-۲۸.

مقدم‌فر، عطالله (۱۳۹۸)، «چارچوبی برای برآورد و سنجش امنیت فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران»، *دیده‌بان امنیت ملی*، شماره ۸۹.

منطقی‌فسایی، علی‌شهریار و جهانگیری، سعید (۱۴۰۰)، «واکاوی تهدیدات امنیت ملی داخلی و خارجی جمهوری اسلامی ایران و تاثیر آن بر سیاست‌گذاری عمومی»، *سیاست‌پژوهی*، دوره ۸، شماره ۲۲، پائیز ۱۴۰۰، صص ۱-۲۱.

موسوی، سید صدرالدین؛ قربی، سید محمدجواد (۱۳۹۲)، «روش‌های تحقق امنیت فرهنگی در منظومه فکری امام خمینی»، *پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی*، شماره ۸، صص ۶۰-۲۹.

مهاجری، زهرا؛ مطلبی، مسعود (۱۴۰۱)، «بازشناسی دیپلماسی رسانه‌ای عربستان در غرب آسیا؛ مطالعه موردی عملکرد شبکه ایران اینترنشنال»، *مطالعات سیاسی*، سال چهاردهم، شماره ۵۶، تابستان ۱۴۰۱، صص ۶۹-۸۳.

نصرالهی، اکبر و آشوبی، فاطمه. (۱۳۹۶)، «بررسی تطبیقی چگونگی پوشش خبری مرحله دوم هدفمندی یارانه‌ها در خبرگزاری فارس و خبرگزاری ایرنا»، *فرهنگ ارتباطات*. شماره ۱۳. صص ۱-۲۴.

نعمتی‌فر، نصرت‌اله، باقرزاده، حسن و کاظمی، هاجر. (۱۳۹۷)، «مطالعه سطح سواد رسانه‌ای کاربران رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی تلگرام)»، *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال ۴، شماره ۱۶.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۸۲)، *ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان: موج دوم*. تهران: دفتر انتشارات طرح‌های ملی.

تهدیدات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی برای امنیت ملی ایران (ذاکر تیموری و دیگران) ۹۳

نعمتی‌انارکی، داود (۱۳۹۲)، «تحلیل کارشناسی اخبار سیما به منظور ارائه راهبردهای رقابتی». پژوهش‌های ارتباطی. سال ۲۰. شماره ۱. پیاپی (۷۳). صص ۱۲۹-۱۵۴.

هوشیار، مهدی و مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۹). «چهارچوب‌سازی و گفتمان‌سازی رسانه‌ها در پوشش‌اخبار (تحلیل گفتمان اخبار در پایگاه‌های خبر بی.بی.سی فارسی و ایرنا به پوشش وقایع خاورمیانه و شمال آفریقا)». مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه. سال سوم. شماره ۱ (پیاپی ۷). صص ۱۶۳-۱۲۵.

یوسفی‌سرخنی، میثم؛ مهرزاده، کوثر (۱۴۰۰)، «تفاوت مدیریت و رهبری در رسانه». رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. سال ۵، شماره ۷۷. صص ۹۱-۱۰۷.

Colbjørnsen, T (2021). "The streaming network: Conceptualizing distribution economy, technology, and power in streaming media services". **Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies**. Vol. 27(5) 1264–1287.

Collins, Alan (2022). **Contemporary Security Studies**. Oxford: Oxford University Press.

Keyes, Ralph (2004). **The Post-truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life**. St. Martin's Press.

Nye, Joseph (2004). Soft Power. **The Means to Success in World Politics**. New York: Public Affairs.

Ostgaard, E (2017). "Factors Influencing the Flow of News". **Journal of Peace Research**. 2 (1); 32-45

Rao, T, Babu, M. (2018). "News Coverage on Media and Social Media by National & International Press: A Content Analysis with Special References to World Nations". **Mediascape in 21st Century: Emerging Perspectives**. Kanishka Publishers, pp. 339-351.

Suwanaa, F.L. (2017). "Empowering Indonesian women through building digital media literacy". **Kasetsart Journal of Social Sciences**, Vol 38, No 3.

Tileaga, Cristian (2008). "National Commemoration, Collective Memory and Managing Authenticity in the Representation of a Political Event", **Discourse & Society**, Vol.19.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی