

جایگاه بازدارندگی رسانه‌ای در صدا و سیما و مولفه‌های قدرت نرم

مریم رئیسی^۱، اکبر نصراللهی کاسمانی^۲، عبدالکریم خیّامی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۰۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۱۲

چکیده:

بازدارندگی در عرصه نظامی بیشتر معنا دارد و در زمینه رسانه کمتر استفاده می‌شود و مفاهیمی مانند قدرت نرم معمولاً در ادبیات رسانه‌ای بیشتر تکرار شده‌اند. با این وجود بازدارندگی در دو سطح در این مقاله مورد تحلیل واقع شد: سطح داخلی که پیشنهاد می‌کند تا صداوسیما از خلاقیت و تولید محتوای به‌روز بهره برد تا مخاطبین داخلی را از دست ندهد و در سطح خارجی، آنچه درباره بازدارندگی مهم است توجه به کارکرد درست شبکه‌های برون‌مرزی است که تا چه اندازه تعدد آن‌ها دال بر خروجی درست آن بازدارندگی می‌تواند باشد. مهم‌ترین راهبرد مقابله با جنگ رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران را می‌توان افزایش اعتماد مخاطبان رسانه ملی از طریق پاسخگویی به نیازهای آن‌ها در زمینه اطلاعات، رویدادهای مختلف و افزایش اعتماد مخاطبان رسانه ملی دانست. صداوسیما با اتخاذ سیاست ایمن‌سازی مخاطبان در برابر اثرات نامطلوب شبکه‌های ماهواره‌ای، به‌جای تلاش برای دور انداختن یا آزاد گذاشتن کامل آن‌ها، می‌تواند بهتر عمل کند. از مهم‌ترین راهکارها می‌توان به افزایش اعتماد مخاطبان نسبت به رسانه ملی با ارائه اخبار و اطلاعات جامع دقیق، بی‌طرفانه و پاسخگویی به نیازهای اخیر مخاطبان با ارزیابی مستمر نیازمندی‌های گروه‌های مختلف اجتماعی اشاره کرد. روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده است.

واژگان اصلی: بازدارندگی، صداوسیما، رسانه، راهبرد، قدرت نرم.

۱. گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات و مدیریت رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. گروه مدیریت رسانه، دانشکده علوم ارتباطات و مدیریت رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
(نویسنده مسئول) Akbar.nasrollahi@gmail.com
۳. گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، تهران، ایران

مقدمه

در طول جنگ سرد بود که بازدارندگی چارچوب مفهومی قانع‌کننده‌ای پیدا کرد. اگرچه ایده بازدارندگی سابقه طولانی داشت اما خاستگاه آن در جرم‌شناسی نهفته است. جرمی بتام، فیلسوف فایده‌گرا، تصور می‌کرد که مجرمان به اندازه کافی منطقی و منفعت‌طلب هستند که بتوانند محاسبه کنند که چه زمانی هزینه‌های مجازات بر مزایای بالقوه جرم بیشتر است. بر این اساس، او اصطلاح «بازدارندگی» را پیشنهاد کرد. همین ایده در امور بین‌الملل حتی زمانی که از این کلمه استفاده نمی‌شد، قابل درک بود و در قرن بیستم خاصه در زمان جنگ سرد، که دو قطب غرب و شرق به دلیل جلوگیری از نبرد هسته‌ای از نوعی بازدارندگی استفاده می‌کردند بیش‌ازپیش مورد توجه قرار گرفت.

اینکه بازدارندگی در رسانه‌ها به چه شکلی می‌تواند وجود داشته باشد نیازمند بررسی است زیرا نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به سیاست و جامعه برای دهه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است، اما تغییرات در محیط رسانه‌ای در قرن بیست‌ویکم توجه فوری برای تحلیل و تفسیر مجدد این فضا را نشان می‌دهد. برداشت‌های علمی متعارف از تأثیر رسانه‌ها بر این باور است که رسانه‌های خبری سه کارکرد اصلی اجتماعی می‌توانند داشته باشند: (الف) نظارت، گزارش رویدادها و ارائه‌ی اطلاعات به مردم؛ (ب) تفسیر، ارائه زمینه و معنای مسائل و رویدادها؛ و (ج) جامعه‌پذیری، پرورش ارزش‌ها، باورها و هنجارهای جامعه (Gross, 2003: 411). بر این مبنای مفهوم بازدارندگی حدود هفت دهه است که بر تفکر استراتژیک غرب مسلط بوده است و هیچ نشانه‌ای از کاهش قدرت خود را در راهکارهای دیپلماسی نشان نمی‌دهد. چه اینکه در مواجهه با هر تهدید امنیتی جدید، مانند تروریسم یا حملات سایبری، یکی از اولین سؤالاتی که باید پرسیده شود این است که "آیا می‌توان از این موضوع جلوگیری کرد؟" حتی زمانی که پاسخ چندان دلگرم‌کننده نیست، تمایل به استقامت تا زمانی است که راه‌حلی پیدا شود و اینجاست که بازدارندگی خود را نشان می‌دهد. چراکه از طریق نوعی بازدارندگی، تهدید کاهش پیدا می‌کند. در واقع هنگامی که یک دولت استراتژی بازدارندگی را اتخاذ می‌کند، نشان می‌دهد که به دنبال مبارزه نظامی نیست، اما همچنان برخی از منافع را آن‌قدر حیاتی می‌داند که ارزش جنگیدن غیرنظامی را دارند. در این بین رسانه و خاصه صداوسیما در جمهوری اسلامی در مقابل تبلیغات رسانه‌هایی که چارچوب نظام حاکم و اسلامی را زیر سؤال می‌برند می‌تواند با زبان رسانه وارد شود و در نقش بازدارنده عمل کند. در این مقاله پس از اشاره به تئوری بازدارندگی و دیگر مفاهیم مرتبط، به کارکردهای صداوسیما پرداخته شده است و پس‌از آن در دو سطح داخلی و خارجی به راهبرد بازدارندگی رسانه‌ای در صداوسیما پرداخته‌ایم.

۱- چارچوب نظری

در این بخش، دو چارچوب بازدارندگی و قدرت نرم مورد مذاقه قرار می‌گیرد.

۱-۱- تئوری بازدارندگی

تئوری بازدارندگی^۱ به دانش و عملکردی اشاره دارد که چگونه تهدید یا زور محدود، توسط یک طرف می‌تواند طرف دیگر را متقاعد کند که از شروع برخی اقدامات دیگر خودداری کند. "این موضوع به‌عنوان یک استراتژی نظامی در طول جنگ سرد با توجه به استفاده از تسلیحات هسته‌ای برجستگی بیشتری پیدا کرد و با مفهوم تخریب تضمین‌شده متقابل که ماهیت پیشگیرانه حمله هسته‌ای تمام‌مقیاس را که هر دو را ویران می‌کند، مرتبط است، اما متمایز است. در جنگ هسته‌ای مشکل اصلی بازدارندگی حول این موضوع است که چگونه می‌توان هم تهدید هسته‌ای را عمل نکرد و هم از منافع ملی کشور در مقابل جنگ هسته‌ای به شیوه‌ای بازدارنده دفاع کرد." (Lindsay et al, 2019: 2).

بازدارندگی به‌طور گسترده به‌عنوان "هرگونه استفاده از تهدید (ضمنی یا صریح) یا نیروی محدود باهدف منصرف کردن یک بازیگر از انجام یک اقدام (یعنی حفظ وضعیت موجود) تعریف می‌شود" (Lindsay et al, 2019: 5). بازدارندگی برخلاف اجبار است، که تلاش برای واداشتن یک بازیگر (مانند یک دولت) به انجام یک عمل (یعنی تغییر وضعیت موجود) است. اجرای موفقیت‌آمیز نیروی نظامی و سخت معمولاً دشوارتر از بازدارندگی است. لذا "بازدارندگی همچنین از دفاع یا استفاده از نیروی کامل در زمان جنگ متمایز می‌شود" (Art et al, 2015: 3-5).

قدرت بازدارندگی از سه جزء تشکیل شده است: ظرفیت (فیزیکی)، مفاهیم (استراتژی، برنامه‌ها، رویه‌های تصمیم‌گیری) و اراده (اخلاقی، عزم، جسارت). در صورتی که یکی از این اجزا توسعه‌نیافته یا در جای خود قرار نگیرد، قدرت (اجباری) از کار می‌افتد. "فن‌آوری‌های مدرن (مانند فناوری اطلاعات و ارتباطات، هوش مصنوعی) و بینش‌های استراتژیک (مثلاً استفاده از قدرت نرم و هوشمند) نیاز به تفسیر مجدد مؤلفه «فیزیکی» دارند و شامل ظرفیت‌های سایبری و همچنین فرهنگ، دانش یا قواعد مرتبط با آن به‌عنوان ظرفیت می‌شوند" (اسکندری، ۱۳۹۰: ۱۴-۲۴).

^۱ Deterrence theory

بازدارندگی زمانی اتفاق می‌افتد که **A** با متقاعد کردن **B** به اینکه هر چه سود پیش‌بینی شده باشد، هزینه‌های احتمالی بالاتر خواهد بود، **B** را متقاعد می‌کند که گام خاصی در تقابل با طرف مقابل (به‌طور خاص نظامی) بر ندارد. هنگامی که **A** تهدیدی را مطرح می‌کند، اثربخشی آن به درک **B** برمی‌گردد که به میزان قصد **A** بستگی دارد که چه راهبردی را می‌خواهد پیش بگیرد. در اینجا اگر **B** تهدید **A** را جدی نگیرد و به این نتیجه برسد که می‌توان با خیال راحت از آن چشم‌پوشی کرد، بازدارندگی با شکست مواجه خواهد شد. یا در حالت دیگر **A** ممکن است از طریق سهل‌انگاری نتواند مانع تنش‌زایی **B** شود. ذکر این نکته لازم است که یک فرمول استاندارد برای استفاده در هر موقعیتی که نیاز به بازدارندگی ضروری و شدنی جلوه کند؛ وجود ندارد. چه اینکه تهدیدهای جدی **A** ممکن است زمانی که **B** بر بازدارندگی طرف مقابل متمرکز شده است شکلی عملی بگیرد (Freedman, 2021: 4). از آنجایی که بازدارندگی به حفظ وضعیت موجود بستگی دارد، زمانی که هیچ‌چیز تغییر چندانی نکند، چگونه می‌توان گفت این حفظ وضعیت با بازدارندگی ارتباط دارد؟ پاسخ پیچیده است و قطعی نیست. بنابراین، بازدارندگی در اصل ساده است و اتخاذ یک استراتژی طبیعی است، اما در اجرای آن چندان ساده نیست. این یک چالش مفهومی و عملی است.

هرچند استراتژی بازدارندگی در حوزه‌های رسانه‌ای نمی‌تواند همانند حوزه‌های نظامی کارآیی داشته باشد، اما ظرفیت زیادی برای محافظت از منافع و امنیت ملی کشورها دارد. رسانه‌های ایران هم می‌توانند و هم باید با ایجاد ظرفیت‌های جدید، استفاده حرفه‌ای و مسئولانه از ظرفیت‌های موجود و توانمندسازی و ارتقای سواد رسانه‌ای در حوزه‌ها و سطوح مختلف، قدرت بازدارندگی خود را در قبال بازیگران رسانه‌ای دیگر کشورها افزایش دهند و مانع هرگونه اقدام فرهنگی و سیاسی و نظامی دشمن می‌شود و یا آن‌ها را بی‌اثر و کم‌اثر کنند. استراتژی بازدارندگی حفظ وضع موجود، توقف عملیات دشمن و انصراف از اقدامات خصمانه در حوزه‌های مشخص است که یکی از این حوزه‌ها رسانه‌ها هستند (نصرالهی، ۱۳۹۸). در این بین بازدارندگی در خصوص مدیا و رسانه موضوعی مهم است. مفهوم جنگ دستخوش دگرگونی معنایی گسترده‌ای شده است و امروزه قدرت نرم از جمله رسانه، سینما و شناسه‌های فرهنگی نقش مهم و اساسی در سیاست بازدارندگی هر کشور ایفا می‌کند. خیامی معتقد است که تهاجم رسانه‌ای دنیا علیه جمهوری اسلامی ایران در جهان بی‌نظیر است و اکنون ۱۳۷ شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان علیه نظام فعالیت می‌کنند که ۴۴ شبکه آن فقط فیلم و سریال می‌سازند تا مرجعیت صداوسیما را بگیرند (میزان، ۱۳۹۷). رسانه‌های تلویزیونی در جمهوری اسلامی

ایران به قدری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند که امام خمینی (ره) آن را یک نظام آموزشی و تربیتی بزرگ در قالب «دانشگاه دولتی» می‌دانند که در سراسر کشور گسترش یافته است.

۱-۲- چارچوب نظری قدرت نرم

قدرت، توانایی تأثیرگذاری بر دیگران برای به دست آوردن نتایجی است که فرد ترجیح می‌دهد، و این می‌تواند با اجبار، پرداخت، یا جذب و متقاعد کردن انجام شود. قدرت نرم توانایی به دست آوردن نتایج مطلوب با جذب به جای اجبار یا پرداخت است. این اظهار نظر، خاستگاه این مفهوم را به عنوان یک ابزار تحلیلی، و توسعه تدریجی آن را به عنوان یک مفهوم ابزاری مورد استفاده بازگو می‌کند. جوزف نای بر این باور است که قدرت نرم هر کشوری به سه منبع اصلی بستگی دارد: اول: فرهنگ عمومی و این که آیا جذاب و یا توهین آمیز به دیگران است، دوم: ارزش های سیاسی و جدی بودن تعهد به آنها در داخل و خارج از کشور در زمان صلح یا جنگ، سوم: سیاست خارجی به کار گرفته شده و میزان مشروعیت و پذیرش داوطلبانه آن توسط کشورها مختلف جهان و مردمان آنهاست. تغییر مفهوم قدرت کلاسیک به صورتی که آن قدرت تنها از خلال عوامل مادی مانند جنگ و به کارگیری نیروی نظامی یا تهدید به آن درک می‌شود. یا از خلال ابزارهای اقتصادی همچون مجازات یا کمک رسانی، بنابراین جنبه های اکره و اجبار قدرت رنگ باخته؛ بلکه آن قدرت دارای نرم و تنوعی است که جنبه های فرهنگی، روانی و شناختی را در برمی گیرد و افزایش نقش قدرت نرم و تأثیرگذاری آن و سپس تکیه دولت ها و وحدت بین المللی بر قدرت نرم در برابر به کارگیری قدرت سخت، منجر گردیده است. (مهرنیا، ۱۳۹۳: ۳۹۲)

در سیاست (و به ویژه در سیاست بین الملل)، قدرت نرم توانایی مشارکت به جای اجبار (در تضاد با قدرت سخت) است. به عبارت دیگر، قدرت نرم شامل شکل دادن به ترجیحات دیگران از طریق ابزاری غیر از ابزار نظامی است. ویژگی بارز قدرت نرم این است که اجباری نیست. ابزار قدرت نرم شامل فرهنگ، ارزش های سیاسی و سیاست های خارجی است که می تواند بخشی از آن با کمک رسانه ها در ابعاد مختلف خود را نمایان کند. جوزف نای^۱، یکی از سرشناس ترین نظریه پردازان قدرت نرم است. از نظر نای، «اگر یک کشور بدون استفاده از قدرت نظامی، اراده و خواسته هایش را به کشور دیگر تحمیل کند و کشور دوم، این خواسته ها را عملیاتی کند این امر، قدرت نرم است که

^۱ Joseph Nye

در مقابل قدرت سخت قرار می‌گیرد که نظامیان به دیگران دستور می‌دهد آنچه را که می‌خواهد انجام دهند» (Nye, 2012: 4).

قدرت نرم نه تنها توسط دولت‌ها بلکه توسط همه بازیگران در سیاست بین‌المللی مانند سازمان‌های غیردولتی یا نهادهای بین‌المللی قابل استفاده است. به گفته نای، قدرت نرم یک کشور بر سه منبع استوار است: «فرهنگ آن (در وضعیتی که برای دیگران جذاب است)، ارزش‌های سیاسی آن (زمانی که انتظارات داخل و خارج از کشور را به دلیل مولفه‌هایی که دارد برآورده می‌کند)، و سیاست‌های خارجی آن (زمانی که دیگران آنها را مشروع و دارای اقتدار اخلاقی می‌دانند)» (Nye, 2011: 84). در این بین، قدرت نرم یک ضعف اساسی دارد. در واقع قدرت نرم زمانی با مشکل مواجه می‌شود که سیاست‌ها، فرهنگ یا ارزش‌ها به جای جذب دیگران، آنها را دفع می‌کنند. در این راستا می‌توان از دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای به عنوان ابزار قدرت نرم جمهوری اسلامی برای نمایش مثبت و واقعی افکار عمومی در جهان استفاده کرد. قدرت نرم یکی از شاخص‌های اصلی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی بوده است (رجبی، ۱۴۰۱: ۲۶۰).

۳- رسانه‌های جمعی و بازدارندگی

رسانه‌های جمعی و فضای مجازی ممکن است به طرق مختلف مورد استفاده قرار گیرد. اول از همه، رسانه‌های برای اطلاعات و ارتباطات ارائه می‌دهد. ثانیاً، مستلزم ظرفیت‌هایی است که ممکن است به عنوان ابزار قدرت استفاده شوند. از جمله: داده‌ها، برنامه‌ها، رویه‌ها. ثالثاً این ابزارها ممکن است به سمت سایر بازیگران در فضای مجازی هدایت شوند یا بتوانند با آنها درگیر شوند. به عبارت کلی: ظرفیت‌های سایبری ممکن است به عنوان ابزاری برای تعامل با سایر ظرفیت‌های سایبری در فضای سایبری یا از طریق آن استفاده شود. براین اساس جای تعجب نیست که فضای سایبری به پنجمین حوزه عملیات تبدیل شده است. (Delerue, 2019: 295) در واقع، قدرت فضای سایبری به تهدید یا استفاده از نیروی (نظامی) و همچنین به تضعیف عمدی درک و تصمیم‌گیری مستقل بازیگران مربوط می‌شود. از این رو ابزار اطلاعاتی، قدرت است.

در این بین سؤالی که می‌تواند مطرح شود این است که آیا بازدارندگی در فضای مجازی امکان‌پذیر است؟ در پاسخ می‌توان گفت که فضای مجازی «عرصه» تعاملی شبیه به حوزه زمینی یا هوایی است. باین حال، برخلاف زمین، دریا و هوا، مردم در فضای مجازی غایب هستند و «فقط»

بازتاب‌های مجازی انسان‌ها - هویت‌های سایبری - در فضای مجازی درگیر هستند. تفکر آکادمیک غالب به این نتیجه می‌رسد که فضای سایبری برای بازدارندگی به‌عنوان یک کارکرد استراتژیک برای دولت‌ها مناسب نیست. دیدگاهی که با تأثیرات واقعی فعالیت‌های آنلاین تهدیدات پیشرفته^۱ متعدد (با حمایت دولت) یا ملاحظات فرماندهی سایبری کشورهایی مانند ایالات متحده در تضاد است. (US DOJ, 2018: 1)

با این وجود فراقنی قدرت در فضای مجازی، چه برای اهداف بازدارنده یا غیر آن دیگر صرفاً بر قدرت نظامی متمرکز نیست، بلکه بر همه ابزارهای قدرت از جمله ابزارهای دیپلماسی، اطلاعاتی، فرهنگی، مالی یا حقوقی متمرکز است. استفاده از ابزارهای قدرت، از جمله قدرت نظامی، (در زمینه‌های بازدارندگی) مستلزم ظرفیت برای انجام و اراده برای عمل است، اما علاوه بر این، به شیوه‌ای برای هدایت این ظرفیت‌ها نیاز دارد. (Ducheine et al, 2010: 29-41). در واقع ایجاد قدرت، وجود و اثربخشی این سه جزء را فرض می‌کند. در صورتی که یکی از این اجزا توسعه نیافته یا در جای خود قرار نگیرد، نمود قدرت از کار می‌افتد.

۴- کارکردهای صدا و سیما

در خصوص کارکردهای رسانه‌ای تقسیم‌بندی‌های مختلفی صورت گرفته است. پژوهشگر با مطالعه‌ی رویکردهای مختلف سعی کرده است تا در ذیل آن‌ها کارکردهای صدا و سیما را در سه سطح مورد تدقیق قرار دهد. ذکر این نکته لازم است که اساس این تقسیم‌بندی از نظریه کارکردگرایی در جامعه‌شناسی گرفته شده است:

۴-۱ نظارت

اولین کارکرد خبری کلاسیک، نظارت^۲ است. ما این اصطلاح را به‌عنوان گزارش رویدادها و ارائه اطلاعات در مورد مسائل اجتماعی و سیاست‌گذاری مرتبط به کار می‌بریم. بنابراین یکی از نقش‌های اصلی رسانه‌های خبری تعیین دستور کار عمومی است. رسانه‌های خبری با گزارش در مورد برخی رویدادها و نه رویدادهای دیگر، به مردم و سیاست‌گذاران درباره مهم‌ترین موضوعات روز سیگنال می‌دهند. (Dunaway et al, 2022: 3)

^۱ APTs

^۲ Surveillance

یکی از پیامدهای تنظیم دستور کار - فراتر از جلب توجه به برخی از موضوعات، بر روی سایر موضوعات این است که مخاطبان تمایل دارند برای قضاوت از اطلاعاتی که اخیراً در دسترس است؛ استفاده کنند. به طور خلاصه، "اگر موضوعی بدون توجه به محتوا، حجم بالایی از توجه اخبار تلویزیونی را به خود جلب کند، آن موضوع از نظر شناختی برای مخاطبان قابل دسترسی تر خواهد بود، که ممکن است ادغام نگرش‌های مربوط به موضوع را در قضاوت‌های سیاسی بعدی افزایش دهد (مفهومی که به عنوان پرایمینگ^۱ شناخته می‌شود)" (Gollust et al, 2015: 1115). به عنوان مثال، بحران بین‌المللی ابولا در پاییز ۲۰۱۴ مورد توجه رسانه‌های ایالات متحده قرار گرفت (SteelFisher et al, 2015: 789). یک مطالعه استدلال می‌کند که نگرانی در مورد ابولا (ناشی از نمایش رسانه‌های گسترده) ممکن است آرای آمریکایی‌ها را در انتخابات ۲۰۱۴ شکل داده باشد. (Beall et al, 2016: 569) اطلاعات ناقص و گاهی نادرست به نگرانی در مورد کیفیت پوشش تلویزیونی محلی کمک می‌کند. ارتباط اشتباه پیام‌های اصلی، اطلاعات ناقص و کمبود جزئیات زمینه‌ای گسترده‌تر بسیار رایج‌تر است. از این جهت نظارت، رکنی مهم در گستره‌ی کارکردهای صداوسیماست که باید در زمینه بازدارندگی مورد توجه واقع شود.

۴-۲ تفسیر

دومین کارکرد اصلی رسانه‌های خبری، نقش تفسیری آن است که زمینه و معنا پیرامون موضوعات و رویدادهای ارزشمند را فراهم می‌کند. هنگامی که خبرنگاران انتخاب می‌کنند که کدام موضوعات را پوشش دهند (مثلاً تنظیم دستور کار)، با تصمیم‌گیری‌های دشواری در مورد نحوه پوشش این موضوعات روبرو می‌شوند. این انتخاب‌ها در میان محدودیت‌های زمان محدود خبرنگار (تولید داستان در ضرب‌الاجل‌های کوتاه) و زمان پخش (بخش‌های خبری کوتاه و بخش‌ها) انجام می‌شوند. یک ادبیات قوی درباره راه‌هایی بحث می‌کند که داستان‌های خبری موضوعات و رویدادها، از جمله موارد مرتبط با مسائل روز و کلیدواژه‌های اصلی در زمینه‌ی جنگ رسانه‌ای را شکل می‌دهند. این مسئله در بازدارندگی بسیار مهم است چراکه معیار هر تفسیر، داشتن مخاطب بالقوه است و اگر تفسیری تکراری به مخاطب از طریق صداوسیما عرضه شود بی‌شک مخاطب، تمایلی به دنبال کردن رسانه‌ی فوق را ندارد. در این بین در گستره‌ی تفسیر، چارچوب‌بندی (یا کادربندی)^۲ به روش‌هایی

^۱ priming

^۲ framing

اشاره دارد که از طریق آن داستان‌های خبری (الف) یک موضوع یا رویداد اجتماعی را تعریف می‌کنند، (ب) دلایل آن را بیان می‌کنند، (ج) قضاوت‌های اخلاقی ارائه می‌کنند، و یا پیشنهاد می‌کنند که چه کاری می‌توان انجام داد (Chong et al, 2007: 105). چارچوب‌بندی، که در روان‌شناسی و اقتصاد توسعه‌یافته است، به شرایطی مربوط می‌شود که (از نظر ریاضی) اطلاعات معادل به‌عنوان سود یا زیان نشان داده می‌شود. چارچوب‌بندی تأکیدی - که تمرکز ما در اینجا است - به تفاوت‌های گسترده‌تری در انتخاب کلمات و استعاره‌ها و محتوای داستان (مثلاً ارائه راه‌حل‌های فردی یا جمعی) مربوط می‌شود. (Patton et al, 2017: 100)؛ یعنی دقیقاً جایی که باید کلمات و تحلیل‌ها با نهایت دقت و خلاقیت انتخاب و بیان شوند.

یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی، نقش حیاتی در افزایش مشارکت، انسجام، اعتماد و تمایل مخاطب به رسانه داخلی است که صدا و سیما مدیریت آن را در جمهوری اسلامی بر عهده دارد (شاداب و همکاران، ۱۴۰۱: ۳). یک مسئله حیاتی برای خط‌مشی‌بازدارندگی، تمایل اخبار صدا و سیما و به طور کلی تلویزیون به تأکید بر استراتژی و رقابت سیاسی بر بحث‌های اساسی در مورد مسائل مربوط به خود خط‌مشی است. این گرایش در موضوعات مختلف سیاسی به‌خوبی ثبت شده است (Pedersen, 2012: 226) و با بدبینی فزاینده در مورد انتخابات و نامزدهای سیاسی، و همچنین بدبینی در مورد کارایی فرآیند سیاسی برای ایجاد نتایج منصفانه مرتبط است. چارچوب بازی استراتژی بیشتر در طول دوره‌های انتخابات ملی و دوره‌هایی که قانون‌گذاران در بحث‌های سیاسی درگیر هستند ظاهر می‌شود. اخبار تلویزیون نیز از این روند مصون نیست.

۴-۳ اجتماعی شدن

سومین نقش عمده رسانه‌ها، برای پرورش ارزش‌ها، باورها و هنجارهای مخاطب پیرامون مسائل اجتماعی، اجتماعی شدن^۱ است. شواهد نشان می‌دهد که رسانه‌ها ممکن است به هر دو روش مثبت و منفی به اجتماعی شدن کمک کنند. از جنبه مثبت، اخبار تلویزیون می‌تواند هنجارهای خاص برای جذب مخاطب را ایجاد کند، احساس اجتماعی و ارتباط اجتماعی شهروندان را تقویت کند و مشارکت مدنی آن‌ها را افزایش دهد. پوشش خبری منفی موضوعاتی مانند سوء‌مصرف الکل، دخانیات یا سوء‌مصرف مواد افیونی نیز می‌تواند باورهای عمومی را در مورد این محصولات به‌عنوان

^۱ Socialization

مضر تقویت کند که صداوسیما جمهوری اسلامی نیز در این راه تلاش کرده است. "احساس تعلق و ارتباط اجتماعی نیز با باور مخاطب به رسانه مرتبط است" (Berkman et al, 2000: 854). تحقیقات نشان می‌دهد کسانی که اخبار را تماشا یا مطالعه می‌کنند، احساس قوی‌تری از یکپارچگی جامعه و مشارکت مدنی دارند. (McGinty et al, 2018: 186) در واقع مصرف اخبار به دانش سیاسی و شرکت در رویدادهایی مانند انتخابات کمک می‌کند. باین حال، این کار پتانسیلی برای اخبار تلویزیون برای تقویت ارتباط جامعه نشان می‌دهد.

روشن است که بازدارندگی در عرضه رسانه مانند عرصه‌ی نظامی نیست و نخواهد بود اما تمرکز بر این راهبرد می‌تواند در تقویت منافع ملی جمهوری اسلامی کارساز افتد. براین مبنای نظارت، تفسیر و اجتماعی شدن به عنوان کارکردهای صداوسیما در زمینه‌ی بازدارندگی می‌تواند بیشتر مورد مطالعه قرار گیرند. آگاه شدن از برنامه‌ای که جبهه‌ی معارض خارجی برای جذب مخاطب داخلی صورت می‌دهد و تدقیق در طراحی راهبردی بازدارندگی در جذب مخاطب داخلی و خارجی در مقابل جبهه‌ی متخاصم، می‌تواند باعث تقویت منافع ملی و امنیت آن شود که کمتر به آن توجه شده است و بیشتر تأکید بر بُعد نظامی در زمینه‌ی بازدارندگی بوده است. در ذیل به بازدارندگی رسانه‌ای و نقش صداوسیما پرداخته می‌شود.

۵- بازدارندگی رسانه‌ای و نقش صداوسیما

بازدارندگی را به‌طور کلی در خصوص قدرت سخت و نظامی به کار گرفته‌اند؛ لیکن می‌توان این مفهوم را در گستره‌ی رسانه‌ها نیز تا حدودی به کار برد؛ کما اینکه در دنیای رسانه، بحث قدرت نرم، سالهاست که مورد استفاده قرار گرفته است و در زمینه‌ی دیپلماسی عمومی و فرهنگی این مفهوم مورد پذیرش اصحاب رسانه قرار گرفته است. از این جهت بازدارندگی رسانه‌ای باید در دو سطح مورد تدقیق واقع شود؛ اول سطح داخلی و دوم سطح خارجی:

۵-۱- سطح داخلی

قدرت و نفوذ جمهوری اسلامی ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی با ترکیب مکمل عوامل داخلی و خارجی افزایش چشمگیری یافته است. تقویت یکپارچگی و خودآگاهی هویتی، تجدید حیات و بیداری اسلامی، توسعه گفتمان مقاومت و مقابله با نظام سلطه و ارائه الگوهای حرکت‌های چندگانه اسلامی را می‌توان از مظاهر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در بازدارندگی دانست. اما در

حوزه‌ی رسانه می‌توان گفت که بدون شک مخاطب، به دنبال برنامه‌ای می‌گردد که جذابیت بصری و شنیداری بیشتری داشته باشد و مخاطب ایرانی نیز اگر صداوسیما نتواند این جذابیت را به وجود آورد از دنبال کردن برنامه‌های آن سرباز می‌زند. رسانه و صداوسیما مهم‌ترین پایگاه ارائه و دریافت اطلاعات مردم نسبت به پیرامون خویش و شرایط موجود است. "مردم به صداوسیما اعتماد کرده و در صورت پابندی به آن، اخبار و طرح‌واره‌های مورد تأکید آن را در برنامه و اصول اساسی زندگی خویش قرار می‌دهند. پس مؤلفه‌های درگیر در این رسانه و موفقیت رقابتی آن در تقابل با دیگر رسانه‌ها بسیار مهم و حائز اهمیت است. عوامل بسیاری رقابت‌پذیری صداوسیما را مورد اثر قرار می‌دهند که مهم‌ترین عامل آن تنوع اجرایی و به‌کارگیری از نیرو و منابع انسانی نوآور و خلاق است و همچنین توانایی رقابت‌پذیری صداوسیما عاملی بسیار مهم در جذب مخاطب و انتقال فرهنگ می‌باشد" (رضازاده و شجاع، ۱۳۹۷: ۱). به عقیده‌ی برخی از محققان، عوامل محیطی، انسانی، تلویزیون، برنامه‌ریزی و ویژگی‌های مخاطب می‌توانند متغیر توانمندسازی فردی را پیش‌بینی کنند و صداوسیمای ایران بر توانمندسازی فردی اثر مستقیم دارد که می‌تواند شکلی بازدارنده و دفاعی رسانه‌های دیگر باشد (سام بند و همکاران، ۱۳۹۹: ۴). از طرف دیگر برخی دیگر از پژوهشگران، گستره‌ی قدرت صداوسیما را در «جامعه‌پذیری»، «تقویت ارزش‌های اسلامی»، «تقویت ارزش‌های ملی» و «تقویت همبستگی ملی و جلوگیری از واگرایی اقوام» تعریف کرده‌اند که می‌تواند به نوعی با تقویت پتانسیل اقوام مختلف و پخش دغدغه‌های آن‌ها، قدرت بازدارندگی را در مقابل رسانه‌های بیگانه ایجاد کند (کاوایی و همکاران، ۱۴۰۱: ۲) در این زمینه به نظر می‌رسد که ارائه‌ی راهکارهای جامع و بهره‌گیری از افراد خلاق و متخصص می‌تواند در اعتمادسازی مخاطب داخلی به صداوسیما مؤثر افتد و همین امر نگاه مخاطب داخلی را به رسانه‌های متخاصم کمتر کند. کما اینکه برنامه‌سازان شبکه‌ها و رسانه‌های خارجی، از تنوع و خلاقیت در آثار خود برای جذب مخاطب و تولید محتوای به‌روز بهره می‌گیرند.

۲-۵ سطح خارجی

صداوسیمای ایران، شعباتی متعدد در کشورهای مختلف دارد و از بزرگ‌ترین سازمان‌های رسانه‌ای در منطقه آسیا و اقیانوسیه است که خدمات رادیویی و تلویزیونی داخلی و خارجی را به چندین زبان ارائه می‌دهد. سرویس جهانی صداوسیما در حال حاضر به ۳۲ زبان پخش می‌شود: از جمله زبان‌های آلبانیایی، عربی، ارمنی، آشوری، آذربایجانی، بنگالی، بوسنیایی، چینی، دری،

انگلیسی، فرانسوی و... در این بین معاونت برون مرزی صداوسیما وظیفه‌ی پخش و مدیریت رسانه‌های برون مرزی وابسته به جمهوری اسلامی ایران را بر عهده دارد. شبکه‌های تلویزیونی برون مرزی جمهوری اسلامی را می‌توان در لیست ذیل جای داد:

در این گستره می‌توان به شبکه جهانی جام جم (برای ایرانیان مقیم اروپا، آمریکا، آسیا و اقیانوسیه)، شبکه سحر ۱، سحر ۲، سحر ۳ و سحر ۴ اشاره کرد که هر کدام به زبان‌های مختلف، فعالیت می‌کنند. همچنین شبکه العالم (شبکه خبری عربی)، شبکه الکوثر (شبکه معارف به زبان عربی)، پرس تی وی (شبکه خبری انگلیسی)، هیسپان تی وی (شبکه اسپانیایی)، آی فیلم عربی (شبکه فیلم و سریال به زبان عربی)، آی فیلم انگلیسی (شبکه فیلم و سریال به زبان انگلیسی)، آی فیلم ۲ (شبکه فیلم و سریال به زبان فارسی دری) و نهایتاً شبکه تقلین (شبکه مذهبی و دینی به زبان عربی) همه در ذیل صداوسیما جمهوری اسلامی ایران قرار دارند. اینکه تا چه اندازه این شبکه‌ها و رسانه‌ها توانسته‌اند که در مقابل رسانه‌های خارجی مخالف ایدئولوژی جمهوری اسلامی ایران، فعالیت هوشمندانه و بازدارنده داشته باشند بحثی جدی است اما باید این نکته را در نظر داشت که در زمینه‌ی فعالیت‌های رسانه‌ای برون مرزی، مشکلات زیادی وجود دارد. یکی از این مشکلات قطع مداوم شبکه‌های ایرانی بین‌المللی است که دلیل آن به دسیسه‌ی خارجی بر نمی‌گردد بلکه عدم مدیریت درست داخلی است. چنانکه پس از قطع برخی از شبکه‌های بین‌المللی جمهوری اسلامی، در سال ۲۰۲۰ پیمان جبلی معاون سازمان صداوسیما گفته بود که «پرس تی وی، العالم، آی فیلم انگلیسی و عربی نیز از روی ماهواره حذف خواهند شد» که دلیل این مسئله دریافت نکردن «حتی یک دلار از سهمیه ارزی» است (نظری، ۱۳۹۹: ۲). از این جهت، ضعفی اساسی در مدیریت رسانه‌های برون مرزی احساس می‌شود که نیازمند بررسی بیشتر است.

استراتژی‌های متمایز یک جنگ نرم: "وادار کردن سیستم به تجزیه از درون" است. این استراتژی‌ها بر ارزش‌ها و اعتقادات یک جامعه و هویت آن متمرکز است. این استراتژی تلویحی یکی از تشویق‌ها برای از هم پاشیدگی حمایت از دولت با تضعیف سیستم ارزش مرکزی در هویت ملی است (انصاری، ۱۳۹۶: ۲۷-۳۶). در اینجا یکی از مهم‌ترین عوامل، برای جذب مخاطب به سوی صداوسیما، شفافیت در اخبار و اطلاعات است. مخاطب امروز، به واسطه‌ی فضای مجازی، قدرت انتخاب بیشتری دارد و اگر اطلاعات شفاف و مورد اعتماد را از صداوسیما نگیرد قاعدتاً به سمت شبکه‌های برون مرزی خبری تمایل پیدا می‌کند (ذکریا پور سورکوهی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳). می‌توان

گفت که مداخله کننده خارجی -در این مورد، به‌طور خاص ایالات متحده و به‌طور کلی غرب- به دنبال "بی‌اثر بودن و بی‌اعتبار بودن" مدل سازماندهی و شکل مدیریت سیاسی ایران است. راهبرد فوق، یک استراتژی است که تردید ایجاد می‌کند تا "ایده‌های اصلی یک سیستم سیاسی" در معرض پرسش و تحلیل مداوم قرار گیرد. برای انجام این کار نیاز به هدف‌گیری مداوم "لایه‌های مختلف فکری، ذهنی و معنوی جامعه" است که اعتماد عمومی را در هر مرحله تضعیف می‌کند. براین اساس مفهوم جنگ نرم و فعالیت رسانه‌های خارجی با امنیت جمهوری اسلامی گره می‌خورد. در واقع در رویکرد جنگ نرم، رویه رسانه‌ای فرهنگی غرب در مقابل سیاست و ایدئولوژی جمهوری اسلامی تقابل محور تعریف می‌شود و در رابطه با فعالیت رسانه‌های برون‌مرزی با امنیت همین بس که تلاش برای مقابله با آن را مبارزه با "ناتوی فرهنگی" می‌دانند. طرح "ناتوی فرهنگی" که توسط رهبر انقلاب اسلامی آیت‌الله خامنه‌ای تأکید شده است، شامل مبارزه با خط حمله دشمن برای ورود به عرصه‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای است.

غرب مفهومی بحث‌برانگیز برای ایرانیان در قرن اخیر بوده است. گفتمان‌های هویتی مختلف سعی در تولید و تثبیت دلالت‌های متفاوتی برای غرب داشته‌اند و هر دلالتی پیامدهای اجتماعی خاص خود را داشته است. با توجه به موقعیت منحصربه‌فرد تلویزیون دولتی (صداوسیما) جمهوری اسلامی ایران) در ایران، بازنمایی غرب در برنامه‌های پرمخاطب می‌تواند از یک گفتمان هویتی خاص حمایت کند یا آن را از بین ببرد. علاوه بر این، از آنجایی که صداوسیما یک رسانه دولتی است، تحلیل تصویر غرب در متون آن می‌تواند جایگاه کلیدی مفهوم غرب را در سیاست هویتی گفتمان حاکم بر دولت نشان دهد. اگرچه رویکرد گفتمان حاکم بر دولت در برابر غرب بر شکل‌گیری هر دو مجموعه تأثیرگذار است، اما همچنان می‌توان شاهد حضور گفتمان‌هایی بود که غرب را تحسین می‌کنند.

برای ایجاد نگاه راهبردی در بازدارندگی رسانه‌ای، براساس قدرت نرم، یک چارچوب اسناد چهار لایه موردنیاز است. (Bijleveld, 2018: 1) ابتدا، تهدیدها یا حوادث سایبری مضر باید شناسایی شوند. بدون شناسایی کافی، کشورها از تهدیدها یا موقعیت‌های آسیب‌رسان واقعی در فضای سایبری بی‌اطلاع هستند و بنابراین اصلاً قادر به پاسخگویی یا بازدارندگی نیستند. ظرفیت‌های تشخیص نیز قبل از ظهور قابلیت‌ها، به پشتوانه مفهومی (یعنی قانونی) نیاز دارند. از این رو، باید مشخص شود که چه کسی وظیفه کشف یا نظارت را بر عهده دارد و همچنین نحوه رسیدگی به کشف و ابلاغ بر عهده‌ی کدام نهاد خاص است. به همین دلیل، اختیارات نظارتی و تحقیقاتی باید در

اختیار خدمات مربوطه باشد. دوم، تخصیص فنی مورد نیاز است: یک تحقیق قانونی فنی برای ارزیابی مورد نیاز است. از چه بدافزاری استفاده شده است، چگونه کار می‌کند، از کدام آدرس IP یا هویت سایبری آمده است، چه مسیری را دنبال کرده است و چه کسی آن را نویسنده و ارسال کرده است و بعد در جهت شناسایی و برنامه‌سازی و معرفی این بدافزارها در صداوسیما اقدام شود. بدیهی است که این امر مستلزم اختیارات تحقیقاتی است. ثالثاً، از طریق انتساب قانونی، ممکن است عواملی که مسئولیت حادثه را بر عهده دارند، تعیین شوند. این به بار اثبات و وابستگی به مرتکب مربوط می‌شود. بخش پایانی انتساب سیاسی است که در آن باید افرادی باسواد و تجربه‌ی رسانه‌ای بالا در مقابل رسانه‌های متخاصم، در جایگاه درست در صداوسیما قرار بگیرند؛ افرادی که مفهوم بازدارندگی را بشناسند. (1: Finnemore, 2019)

غرب مفهومی بحث‌برانگیز برای ایرانیان در قرن اخیر بوده است. گفتمان‌های هویتی مختلف سعی در تولید و تثبیت دلالت‌های متفاوتی برای غرب داشته‌اند و هر دلالتی پیامدهای اجتماعی خاص خود را داشته است. با توجه به موقعیت منحصربه‌فرد تلویزیون دولتی (صداوسیما) جمهوری اسلامی ایران) در ایران، بازنمایی غرب در برنامه‌های پرمخاطب می‌تواند از یک گفتمان هویتی خاص حمایت کند یا آن را از بین ببرد. علاوه بر این، از آنجایی که صداوسیما یک رسانه دولتی است، تحلیل تصویر غرب در متون آن می‌تواند جایگاه کلیدی مفهوم غرب را در سیاست هویتی گفتمان حاکم بر دولت نشان دهد. اگرچه رویکرد گفتمان حاکم بر دولت در برابر غرب بر شکل‌گیری هر دو مجموعه تأثیرگذار است، اما همچنان می‌توان شاهد حضور گفتمان‌هایی بود که غرب را تحسین می‌کنند.

نتیجه‌گیری

بازدارندگی یکی از مسائلی است که بیشتر آن را با توجه به جنگ سرد و نبرد دو قطب امریکا- شوروی می‌شناسند. باین حال در سال‌های اخیر برخی از پژوهشگران به این نکته اشاره داشته‌اند که می‌توان بازدارندگی را در عرصه‌ی رسانه نیز بکار گرفت. باین‌وجود هنوز، پژوهشی جامع در این گستره انجام نشده است و محور این بحث بیشتر در قالب سخنرانی‌ها مورد توجه واقع شده است. این در حالی است که بحث بازدارندگی رسانه‌ای سالهاست که به شکلی دیگر در گستره‌ی قدرت نرم مورد مذاقه‌ی پژوهشگران داخلی قرار گرفته است. اگرچه مفهوم بازدارندگی رسانه‌ای را هیچکدام از این پژوهشگران به طور خاص، به کار نبرده‌اند و به همین دلیل، نویسنده مقاله حاضر، در اندیشه تبدیل مفهوم بازدارندگی به رهیافتی قابل اعتنا در عرصه‌ی منافع ملی و سیاست داخلی و

خارجی برآمده است. در این مقاله سعی شد با کمک نظریه قدرت نرم، و تدقیق در چندین پژوهش نسبتاً مرتبط به نتایجی در خصوص راهبرد بازدارندگی در حوزه‌ی رسانه و خاصه صداوسیما جمهوری اسلامی پرداخته شود. نتایج حاکی از آن است که اگرچه نمی‌توان به وضوح راهبردی به‌عنوان بازدارندگی رسانه‌ای را مانند بازدارندگی در عرصه‌ی نظامی و سیاسی در رسانه در نظر گرفت اما برای مقابله با جنگ نرم رسانه‌های خارجی می‌توان به این قائل بود که تأکید بر رویکرد بازدارندگی نیازمند تحقیق و مدیریت درست در صداوسیماست و یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های عملی این راهبرد، همانا مخاطب‌شناسی و احترام به سلیق مخاطب داخلی و خارجی است. لذا صداوسیما اگر به دنبال پیشبرد راهبرد بازدارندگی باشد نیازمند مخاطب‌شناسی با بهره‌گیری از مدیریت کارآمد و متخصص است. چه اینکه بازدارندگی صداوسیما و رسانه مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که توسط دولت یا بازیگران منطقه‌ای و بین‌المللی باهدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی داخلی و خارجی، ارتقای تصویر خارجی یا جلب حمایت از یک سیاست خاص طراحی می‌شود که از طریق تمامی ابزارهای موجود و فناوری‌های جدید اجرا می‌شود. بازیگران غیردولتی نیز نقش مؤثر و مهمی در این دیپلماسی دارند. درواقع می‌توان گفت که صداوسیما برای گسترش قدرت خود و مدیریت افکار عمومی باید مخاطب داخلی را جدی انگارد و اعتمادسازی را پیش بگیرد تا مخاطب داخلی به دنبال رسانه‌های متخاصم، نرود و در سطح خارجی نیز صداوسیما باید نوعی مدیریت کاربردی را برای شبکه‌های برون‌مرزی در تولید محتوا، خلاقیت و انتخاب افرادی باسواد و تجربه رسانه‌ای بالا پیش گیرد تا بتواند افکار مخاطب خارجی را به سمت خود متمایل کند.

پیشنهادات

- در خصوص بازدارندگی رسانه‌ای، خلأ پژوهشی در ایران وجود دارد. این در حالی است که در جهان امروز که رسانه‌ها، ابزاری بسیار قدرتمند در دیپلماسی عمومی به حساب می‌آیند تمرکز بیشتر بر بازدارندگی رسانه‌ای می‌تواند هم در شناخت دشمن در جبهه‌ی رسانه‌ها و هم مدیریت و چارچوب‌بندی مفاهیم کارساز افتد. لذا پیشنهاد می‌شود که سازمان‌هایی چون صدا و سیما و البته وزارت امور خارجه، کارگروهی برای تمرکز بر مطالعات بازدارندگی رسانه‌ای تعریف کنند.
- فضای مجازی را به‌عنوان چاقویی دو لبه در نظر می‌گیرند که استفاده‌ی درست از آن می‌تواند بخشی از منافع ملی را در گستره‌ی رسانه‌ها و بازدارندگی در مقابل رسانه‌های

رقیب، تأمین کند. لذا پیشنهاد می‌شود که پژوهشگرانی برای شناخت سلايق مخاطبان فضای مجازی دست به کار کمی-کیفی بزنند تا با شناخت حاصل از فضای مجازی، برنامه‌سازی درست برای مدیریت مفاهیم ضد ایدئولوژیکی نظام حاکم صورت بگیرد.

منابع

- ابراهیمی، محسن (۱۳۹۹). «ترازنامه انرژی»، دانش اقتصاد، دوره سوم، شماره ۱.
- اسکندری، حمید (۱۳۹۰). جنگ روانی و جنگ رسانه، تهران: نشر بوستان حمید.
- انصاری، باقر، (۱۳۹۶). حقوق ارتباط جمعی، چاپ دوم، سمت، تهران
- خیامی، عبدالکریم (۱۳۹۷). «مرجعیت صداوسیما در داخل کشور حفظ شده است»،
[/https://www.mizan.news/484456](https://www.mizan.news/484456)
- ذکریاپور سورکوهی، سعید؛ علویان، مرتضی و عباس تبار، رحمت (۱۴۰۱). «قدرت نرم در حکمرانی شایسته مبتنی بر اندیشه امام خمینی (ره) با تأکید بر شفافیت»، فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، دوره ۱۲، شماره ۲.
- رجبی، محمد (۱۴۰۱). «شناسایی مؤلفه‌های قدرت نرم سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در قبال ایالات متحده آمریکا»، فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، دوره ۱۲، شماره ۱.
- رضازاده، محمد و شجاع، پرهام (۱۳۹۷). «بررسی عوامل تأثیرگذار بر رقابت‌پذیری صداوسیما»، کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت و مهندسی صنایع.
- زابلی‌زاده، اردشیر (۱۳۹۷). «قدرت بازدارندگی در فضای سایبر»، مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، دوره ۸، شماره ۱.
- سام‌بند، میثم؛ فرهنگی، علی‌اکبر؛ صالحی صدقیانی، جمشید و قائدی، محمدرضا (۱۳۹۹). «قدرت بازدارندگی رسانه‌های تلویزیون و کاربست دفاعی آن؛ با تأکید بر توانمندسازی فردی»، سیاست دفاعی، دوره ۲۹، شماره ۱۱۳.
- شاداب، زهرالسادات؛ نصراللهی کاسمانی، اکبر و رسولی، محمدرضا (۱۴۰۱). «رسانه‌های خبری و جنگ نرم بررسی ساختار سازمان خبری صدا و سیما در مدیریت جنگ نرم»، فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، دوره ۱۲، شماره ۲.
- علوی‌وفا، سعید و جلالی فراهانی، غلامرضا (۱۳۹۸). «طراحی و تدوین ارکان جهت‌ساز پدافند غیرعامل در رسانه ملی»، مطالعات دفاعی استراتژیک، دوره ۱۷ شماره ۷۸.

کاوینی، محمد؛ امیری، علی؛ مطلبی، مسعود و مهکویی، حجت (۱۴۰۱). «سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و کاربست قدرت نرم در همگرایی اقوام ایرانی؛ مورد مطالعه شبکه تلویزیونی شما»، فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، دوره ۱۲، شماره ۲.

مهرنیا، حسینعلی (۱۳۹۹). «قدرت نرم و کارکرد سازمان ملل متحد در سیاست خارجی آمریکا پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱»، دو فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، سال دهم، شماره ۱۱، بهار و تابستان.

نصرالهی، اکبر (۱۳۹۸). «راهبرد بازدارندگی رسانه‌ای ایران در جنگ رسانه‌ای با غرب»،

<https://farhikhtegandaily.com/news/33326>

نظری، علیرضا (۱۳۹۹). «چرا شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما تعطیل می‌شوند؟!»، پایگاه خبری الف،

<https://www.alef.ir/news/3990329023.html>

- Ajir, M., & Vailliant, B. (2018). Russian Information Warfare: Implications for Deterrence Theory.
- Art, Robert J.; Greenhill, Kelly M. (2015). The Use of Force: Military Power and International Politics. Rowman & Littlefield Publishers. p. 3.
- Beall, A. T., Hofer, M. K., & Schaller, M. (2016). Infections and elections: Did an Ebola outbreak influence the 2014 US federal elections (and if so, how)?. *Psychological Science*, 27(5), 595-605.
- Berkman LF, Glass T, Brissette I, Seeman TE. (2000). From social integration to health: Durkheim in the new millennium. *Soc. Sci. Med.* 51: 843-57
- Bijleveld A (2018) We have to steer the cyber domain, before it steers us (keynote speech). *Militair Rechtelijk Tijdschrift*. https://puc.overheid.nl/mrt/doc/PUC_248478_11/1/. Accessed 23 April 2020
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual review of political science*, 10(1), 103-126.
- Ding, X., Zhang, X., Fan, R., Xu, Q., Hunt, K., & Zhuang, J. (2022). Rumor recognition behavior of social media users in emergencies. *Journal of Management Science and Engineering*, 7(1), 36-47.
- DeLuca, J. B., Mullins, M. M., Lyles, C. M., Crepaz, N., Kay, L., and Thadiparthi, S. (2008). Developing a comprehensive search strategy for evidence based systematic reviews. *Evid. Based Libr. Inf. Pract.* 3, 3-32.
- Delerue F (2019) Reinterpretation or contestation of international law in cyberspace? *Israel Law Review*, 52.3, pp 295-326
- Duchene P A L, Van der Meulen J, Moelker R (2010) Legitimacy and Surveillance: Shifting Patterns of External Control. In: Soeters J, van Fenema P C, Beeres R (eds) *Managing Military Organizations: Theory and Practice*. Routledge, London, pp 29-41

- Dunaway, J., & Graber, D. A. (2022). *Mass media and American politics*. Cq Press.
- Finnemore M, Hollis D B (2019) *Beyond Naming and Shaming: Accusations and International Law in Cybersecurity*. <https://ssrn.com/abstract=3347958>. Accessed 1 May 2020
- Freedman, L. (2021). Introduction—The Evolution of Deterrence Strategy and Research. In: Osinga, F., Sweijs, T. (eds) *NL ARMS Netherlands Annual Review of Military Studies 2020*. NL ARMS. T.M.C. Asser Press, The Hague.
- Fingfeld-Connett, D., and Johnson, E. D. (2013). Literature search strategies for conducting knowledge-building and theory-generating qualitative systematic reviews. *J. Adv. Nurs.* 69, 194–204.
- Haby, M. M., Chapman, E., Clark, R., Barreto, J., Reveiz, L., and Lavis, J. N. (2016). What are the best methodologies for rapid reviews of the research evidence for evidence-informed decision making in health policy and practice: a rapid review. *Health Res. Policy Syst.* 14:83.
- Government of The Netherlands (2020)e.g. The Netherlands considers Russia's GRU responsible for cyber-attacks against Georgia, at <https://www.government.nl/ministries/ministry-of-foreign-affairs/documents/diplomatic-statements/2020/02/20/the-netherlands-considers-russia%E2%80%99s-gru-responsible-for-cyber-attacks-against-georgia>.
- Ganann, R., Ciliska, D., and Thomas, H. (2010). Expediting systematic reviews: methods and implications of rapid reviews. *Implementation Sci.* 5, 56–56.
- Gollust, S. E., & Rahn, W. M. (2015). The bodies politic: chronic health conditions and voter turnout in the 2008 election. *Journal of health politics, policy and law*, 40(6), 1115-1155.
- Gross, K., & Aday, S. (2003). The scary world in your living room and neighborhood: Using local broadcast news, neighborhood crime rates, and personal experience to test agenda setting and cultivation. *Journal of communication*, 53(3), 411-426.
- Haq, Ehsan-Ul; Tyson, Gareth; Braud, Tristan; Hui, Pan (2022). "Weaponising Social Media for Information Divide and Warfare". *Proceedings of the 33rd ACM Conference on Hypertext and Social Media*. HT '22. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery: 259–262
- Lindsay, Jon R.; Gartzke, Erik (2019). *Introduction: Cross-Domain Deterrence, from Practice to Theory*. Oxford University Press.
- Kostyuk, Nadiya; Zhukov, Yuri M. (2019). "Invisible Digital Front: Can Cyber Attacks Shape Battlefield Events?". *Journal of Conflict Resolution*. 63 (2): 317–347.
- Nye, Joseph (8 May 2012). "China's Soft Power Deficit To catch up, its politics must unleash the many talents of its civil society". *The Wall Street Journal*.
- Nye, Joseph S. (2011). *The Future of Power*. New York: PublicAffairs.

- Nye, Joseph S. (2017). "Deterrence and Dissuasion in Cyberspace". *International Security*, 41 (3): 44–71.
- McGinty EE, Goldman HH, Pescosolido BA, Barry CL. (2018). Communicating about mental illness and violence: balancing stigma and increased support for services. *J. Health Politics Policy Law* 43: 185–228
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., and Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *PLoS Med*.
- Patton, E. W., Moniz, M. H., Hughes, L. S., Buis, L., & Howell, J. (2017). National network television news coverage of contraception—a content analysis. *Contraception*, 95(1), 98-104.
- Pedersen, R. T. (2012). The game frame and political efficacy: Beyond the spiral of cynicism. *European Journal of Communication*, 27(3), 225-240.
- Schneider, Jacquelyn G. (2019), "Deterrence in and through Cyberspace", *Cross-Domain Deterrence*, Oxford University Press.
- SteelFisher, G. K., Blendon, R. J., & Lasala-Blanco, N. (2015). Ebola in the United States—public reactions and implications. *New England Journal of Medicine*, 373(9), 789-791.