بررسی تهدیدات نرم علیه ج. 1.1
با تأکید بر تهدیدات رسانهای

دکتر محمدجواد سیحانی

سید ابوالحسن بتولی

چکیده
هدف این مقاله شناسایی تهدیدات نرم علیه ج. 1.1 با تأکید بر تهدیدات نرم رسانهای است.

به منظور رسیدن به این هدف، این پژوهش از روش توصیفی- پیشینی استفاده شده است.

۱۴۰۰ تکرار کارشناسان و نخبگان انتخاب شده که تهدیدات نرم رسانهای علیه ج. 1.1 از دید آنها در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و امنیتی مورد بررسی قرار گرفته است. برای تعیین پیامدهای پدیده از ضرایب آلفا کرابیخ ایجاد استفاده شده که نتایج از نظر کل پاسکو ویکس مناسب است.

از ضرایب آلفا کرابیخ ۰/۸ است که می‌گوید پایایی حبیب پرسش‌نامه است، به منظور مقایسه میزان تأثیر تهدیدات نرم رسانهای علیه ج. 1.1 در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و امنیتی و رفتاری آنها از آزمون دو جمله‌ای فردی ارایه استفاده شده است که نتایج نشان می‌دهد تهدیدات رسانهای در حوزه سیاسی در تقلید ناخودآگاه می‌باشد و نمکین آنها به هر دوحویست قدرت دارد.

سلامت گر در حوزه اقتصادی در چگونگی نویسندگی در تألیف نیازهای رفاه اقتصادی تهیه، در حوزه اجتماعی در صرف ایده و فکر و اندیشی ملت، در حوزه فرهنگی تشدید اختلافات داخلی و در حوزه امنیتی برنازی آرام، تدریجی، خرد و خاموش بیشتری تأثیر را دارد.

کلیدواژه‌های تهدیدات نرم در حوزه اقتصاد، تهدیدات نرم، تهدیدات نرم، تهدیدات نرم در حوزه فرهنگی در ج. 1.1

* - دانشیار دانشگاه جامع امام خمینی
** - نویسنده مسئول: دانشجو دوره دکتری
1. مقدمه

تحولات سیاسی و اجتماعی، هر از گاهی مفهوم جدیدی را در ادیبات سیاسی و اجتماعی‌کار کشور را به دنیای جدیدی باز می‌دارند. این نکته که مقام‌های همچنین تهدید نرم، جنبه تهدید نرم و... این گونه به شمار می‌روند. در مباحث ادیبات تهدید نرم، می‌توان چهار برداشت مختلف را تشخیص داد: اول، تهدید نرم به عنوان عملیات روانی دشنعلی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین تهدید نرم شهری افکار عمومی افکار عمومی خودی و در دوم گوینده تهدید نرم شهری مجموعه روانی تبلیغاتی کششکار می‌شود. همچنین T

عملیات روایی در تمامی جنگها و بحرانها نقش مهمی داشته است. تاریخ شواهد متعددی از تلاش برای تاثیرگذاری بر افکار، تغییر در افکار و بازسازی افکار و تغییر در افکار است. استکبار جهانی با گرایش بر عملیات روایی به دنبال این است که سه‌هم‌ها را بدن تلفات و جنگ زیبا تصحح کند. ملت مسلمان ایران پس از انقلاب شکوه‌مند اسلامی همواره مورد تعرض، تهیه خون‌گری، عملیات روایی و تهدیدات تهدید جهانی بوده و تهدیدات رسانه‌ای از ابزارهای نمای اجرایی آنها است. زیرا تهدیدات رسانه‌ای و یا به اصطلاح جنگ رسانه‌ای، جنگ یادون خوشنویزی، خون‌زد و جنگ جنگ به‌طور متقابل می‌شود. جنگی که بر صفحات روزنامه‌ها و بودن خود را و تلویزیون و ماهوردها جریان دارد و این آنها نیز از تهدیدات رسانه‌ای از ناحیه‌ای از جمله عملیات سیاسی و اجتماعی و انتقال افکار عمومی به دنبال تغییر برادری و عملکرد دولت است به طرز ملیموم به جای هدف قرار دادن مستقیم انتقال ملی‌ها را هدف مبارزان خود قرار می‌دهد (ضیا‌الدین 1383، صفحه 13). اموزه و سیاست جمعی در تمامی کشورها نقش حساس و مهمی را ایفا می‌کنند و این نقش در مظم‌های مختلف از جمله سیاسی و فرهنگی از حساسیت و اهمیت بیشتر برخوردار بوده و به

182
بررسی تهدیدات نرم علیه ج.1.1 با تأکید بر تهدیدات رسانهای

نوعی با امتنع میل کشورها مرتبط است.

الوین تأکید معقد است که در بحران‌های سیاسی آینده، نقص اول را شیوه‌های رسانه‌ای ایفا می‌کند (سالمندی فر، 1384: 30). از دید او عرصه نبرد آینده را گسترش فشرده‌های، پیام‌های و

پیامران شکل‌گیری داد.

برخی از خطر بروز جنگ جهانی فرهنگی – اطلاعاتی را گویش‌های کردستان که به دنبال گسترش فناوریهای رسانه‌ای در سراسر جهان و مقاومت ملت‌ها، قوم‌ها، فرهنگ‌ها و ادیان متعدد و مختلف در پرداخت هجوم رسانه‌ای جهانی، روز به روز زندگی‌ریزی می‌شود. اینه رسانه‌ها همیشه گونه‌گردی در تضییف یافته‌ای امتنع مؤثریند، می‌توانند در ابجاد و تفکیک آن نیز کاربرد باشند. رسانه‌ها می‌توانند به چالش برخی رانی کم‌دبیر و برخی آزادی بی‌مهار برخان کمک، و با کمک به دولت هربار

انتقاد نمایند. همه نیروهای موردی را در جهت حاکمیت آرامش به سیاست کننده (سالمندی فر، 1384: 28).

2. بیان مسئله

تهدید علیه امتنع میل کشور در تمامی دوره‌ها و پروپگاندا وضعیت فعلی با استفاده از شیوه‌های مختلف از جهت دشمنان داخلی و خارجی عليه ج.1.1 ایران مشترک است. بدون شک از جمله اقداماتی که در چنین حالتی طرح‌ریزی و اجرایی می‌شود؛ تهدیدات نرم و بخصص از طریق وسایل ارتباط جمعی با همان رسانه‌ها است.

مقام معظم رهبری و فرامرزی معظم کل قوا در خصوص مهارت و چیستی تهدید نرم می‌فرماند: "جنگ نرم، یعنی جنگ به مبنای ابزارهای فرهنگی به وسیله نفوذ به وسیله دروغ، شایعه پراکنی با استفاده از فن واگذاری که امرور وجود دارد. ابزارهای ارتباطی که هدی سال بیل و پانزده سال قبل و سال قبل نیز، امروره گسترش ییدا کرده ... جنگ نرم یعنی ابجاد تردید در دلها و فرهنگ‌های مرمود" (مامام خامه‌ای، 1389: 10).

رسانه‌های فرامرزی و استفاده گسترده از ماهورها با توجه به وسعت پرخور نکته ممکن در

عرصه دیلماسی عمومی و قدرت‌های جهانی ایفا کرده و به ابراز مهمی در دست دشمنان تبدیل شده است تا از طریق بحران سازی در ج.1. منافع آن را به چالش یک‌سانند. به هر حال مطابقه با این

183
3. سوالات پژوهش

1- سوال اصلی

تهدیدهای رسانهای علیه نظام جمهوری اسلامی ایران کدام است؟

2- سوالات فرعی

- شاخه‌های تهدیدات رسانهای در حوزه سیاسی کدام است؟
- شاخه‌های تهدیدات رسانهای در حوزه اقتصادی کدام است؟
- شاخه‌های تهدیدات رسانهای در حوزه اجتماعی کدام است؟
- شاخه‌های تهدیدات رسانهای در حوزه تکنولوژی کدام است؟
- شاخه‌های تهدیدات رسانهای در حوزه امنیتی کدام است؟

4. هدف پژوهش

هدف این مقاله شناخت ماهیت تهدیدات رسانهای و شاخه‌های آنها در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و امنیتی است.

5. روش شناختی پژوهش

در این مقاله از روش توصیفی- تحلیلی استفاده شده است. جامعه آماری شامل تمامی کارشناسان و خبرگان ناجا و اعضای مدیران و کارشناسان سازمان‌ها و ارگان‌های خارج هستند. ناجا که به گونه‌ای با موضوع تحقیق مرتبط، که از میان آنها 120 نفر به تجربه مثبت بیان کرده‌اند.
بررسی تهدیدات نرم علیه چ.۱. با تأکید بر تهدیدات رسانه‌ای

نمونه آماری به مجموعه ۱۰ نفر از ستاد ناجا و ۴۰ نفر هم از سازمان‌های مختلف کشور قیادت، سازمان بارزرسی کل کشور، صدا و سیما، بخش از این آگاهانه‌ها و پنجاه دیگر انتخاب شده‌اند. برای تدوین ایده‌گیری موضوع و مباحث نظری پژوهش هم جمع آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و بررسی اسکن و هم‌چنین از مصاحبه با سوالات شهریوری و باز افتاده شده است. از آن‌ها می‌شود که به علم اشراف پژوهشگر به موضوع به لحاظ کاری و مسئولیت و سهولت در دسترسی به کارشناسان مرتبط و صحیح‌نظر در آن، جامعه و نمونه آماری ذکر شده می‌باشد. برای پاسخگویی برای آن دیده شده است.

برای اینکه پژوهش، مسئولیت صحیح خود را پذیرفته و از این‌جای سنجش بتواند صفات جامعه و نمونه مورد نظر را انداده گیری کند، شاخص‌های انداده‌گیری هر فرضیه تبعیش شد و یا حدود ۴۰ نفر از افراد خبره و کارشناسان در امروز مرتبط با موضوع پژوهش ملاحظات و بعد از مصاحبه نسبت به تعیین شاخص‌های مربوط اقدام شدند در نهایت پس از جمع‌بندی نظرات آن‌ها به نظر استندان راهنمای مشاور و ده نفر دیگر از همان افراد خبره مناسب با هر جدول تعدادی گویه نیز انتخاب شدند و در هر مشاوری با پنج بعد اصلی شامل ۳۶ سوال (شاخص) تنظیم گردید. برای تعیین پایبندی پرسشنامه پژوهش، از روش محاسبه ضربه‌ای آلفای کرابانخ استفاده شد. این روش بر تعیین اعتبار بر هم‌سانی درونی تأکید دارد. داده‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرابانخ در خصوص ابعاد مورد نظر محاسبه شد که با این قرار است:

با توجه به ضرایب جدول نتیجه گرفته می‌شود که پرسشنامه از فرضی ای که پرسشنامه از پایبندی خوبی برخوردار بوده است.

جدول ۱. داده‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرابانخ

<table>
<thead>
<tr>
<th>ضریب آلفا کرابانخ</th>
<th>تعداد گویه‌ها</th>
<th>عوامل</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۰/۹۱</td>
<td>۷</td>
<td>سیاسی</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۸۸</td>
<td>۵</td>
<td>اقتصادی</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۹۰</td>
<td>۹</td>
<td>اجتماعی</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۸۹</td>
<td>۷</td>
<td>فرهنگی</td>
</tr>
<tr>
<td>۰/۸۹</td>
<td>۶</td>
<td>امینی</td>
</tr>
</tbody>
</table>

185
6. تعریف مفاهیم

1- تهدید: هر وضاحتی که اقدامی است که اهداف ارزش‌های جامعه و امینت ملی کشور از سوی دشمن خارجی و یا عوامل داخلی آن بخیه افتاده. هدف اصلی تهدید، تغییرات اساسی در نظام سیاسی کشور است؛ به عبارت دیگر، موقعیت تهدید، حالتی است که موجب آن باید کشور و نظام ارزش‌های آن به مخاطره افتاده باشد. تهدید را از جهت شدت، شکل، هدف، موضوع و... در سه طبقه ساخت، نیمه ساخت و نرم دسته‌بندی کرده‌اند (ناتیسی، 1384:28).

2- تهدید ساخت: هر گاه به موجب اقداماتی، استقلال و تمامیت اراضی کشور در خطر (بالفعل یا بالقوه) هجوم نیروهای نظامی کشور دیگری با اتحادی از کشورهای خارجی یا گروه‌های معارض مسلح داخلی قرار گرفد، تهدید ساخت واقع شده است. تهدیدات ساخت به روش‌های فیزیکی، اعمال و رفتارهای خشونت آمیز، برنامه‌ریزی آشکار، حذف دعیه و همراه با خون‌ریزی و اعمال سرزمین ملی است (ناتیسی، 1384:37-38).

3- تهدید نرم: تمامی اقداماتی که موجب شدن در اهداف، ارزش‌های جامعه و اصیل هر نظام سیاسی و امینت ملی کشور از لحاظ فرهنگی به خطر انداز یا ساختارهای تغییر و تحول اساسی در باور و ارزش‌های اصلی نظام (استحالت فرهنگی) شود، تهدید نرم می‌گویند. تهدید نرم همان برنامه‌ریزی خودنه و خاموش است. تغییرات ناشی از تهدید نرم به‌ویژه آرام و تدریجی است. این تهدید نرم هر چه با آرامش و خالی از روش‌های فیزیکی و به شکل قانوی و با استفاده از ابزارهای تبیینات، ارائه، اخبار، شکل‌های صنعتی و فشی اعمال می‌شود (الکاوتی، 1377:85).

تهدید مفهومی انرژی است که با مفهوم امینت ملی در هم تبدیل و عمیقی دارد. تهدید نرم نیز همانند خیلی از مفاهیم دیگر، پیچیده‌ای دارد که از ابزارهای ابزار درون‌های هجوم در تهدید نرم مربوط می‌شود از جمله تهدید نرم در حالتی شکل می‌گیرد که کسانی که به آن تا در مهند اساساً احساس و ادراک تهدید از آن نداشته باشند. همچنین تهدید نرم در مراحل تکرار به دلیل اینکه می‌توان اقدامات حشرهامی که ارزش‌ها و هم‌ارگانی از این مرکز تهدید نرم را می‌توان هر گونه انرژی و خشونت آمیزی دانست که ارزش‌ها و هم‌ارگانی از این مرکز تهدید نرم را
و در حد نهایی به تغییر در الگویی رفتاری و خلق الگوهای جدیدی منجر می شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعادل می دارند. در این رفتار، و دو اصطلاح الگوهای رفتاری، و اگر به نظر می رسد که نیاز دارد تا بررسی آن، تعیین نمودن تأثیرگذار مشخص شود. اگرچه تأثیر نیز همانند تأثیر سخت در ابعاد مختلف می توانند شکل گیرد، تجربی و نمود آن در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و آموزشی بیشتر است که در این مقاله به تبیین آنها به عنوان ابعاد و شاخصهای مرتبط به هر یک از آنها پرداخته شده است.

7. رسانه

مظهر از رسانه هر نوع اثر انتقال پیام و معنی است به شرط که دارای حداقل چند نفر مطالب و تداوم فعالیت باشد. از این روند بررسی از این دیدگاه، علاوه بر رسانه های مدون و مکثوب، می توان به سیاست کناره و مکانهای ثابت، چون در آنها به همسایه جلسات سیاستی و گفتگوی گزار می شود به عنوان رسانه به شمار آورده می شود. همچنین بر این تعریف می توان تاریخچه سیاست طولانی برای حیات رسانه در طول تاریخ جنگ کرد و می توان گفت که تقریباً رسانه همزاد زندگی اجتماعی و سیاسی بشر بوده است (ارونسون، ۱۳۷۷:۱۸). تعریف دیگری رسانه نویس فناری می داند که به ماشین سر کار دارد. از نظر وی رسانه فناوری (به ازای ماشینی) برای اطلاع دادن، ضبط کردن اشکال در نمایه و توزیع نمایه که معمولاً به نحوی خاص و همراه با نوعی شکل گیری اطلاعات محدود است، نظیر چاپ، انواع طراحی، نمایش صوت، تلویزیون و مانند آن (مارکلر، ۱۳۸۷:۱۸).

7-1. نقطه و کارکرد رسانه

رسانه دارای معنی اعم کارکردها و کاربردهای گوناگونی است. ولی تعریف از نطفه و کارکرد ارتباطات از سوی هارولد لاسول طبقه بندی، و میان از سوی دیگر انگیزه‌نام‌دان کامل شد و روی هم هنگام می توان آنها را از چهار بعد اساسی به شرح زیر تقسیم بندی کرد:
الف) نظارت بر میان رفتار (نقش خیری)
ب) ایجاد و توسیع همبستگی های اجتماعی (نقش تشریحی)
ب) انتقال میراث فرهنگی (نقش آموخت)
دوفصلانه علمی-پژوهشی پاسداشی در رفتارهای فرهنگی اقلیم اسلامی، سال سوم، شماره 10، پاییز و زمستان 1392

ت(ایجاد سرگرمی (نقش تفریحی)

اغیر از کارکرد چهارم برای تریل و سرگرمی به نظر می‌رسد که کارکرد اول رسانه‌ها در یک راستا و از یک جنس است؛ از این رو مشاهده می‌شود در مورد هر یادگیری که رسانه‌ها نقش آفرین بوده‌اند، تقیی‌ها کماپیشی هر یک کارکرد آموزشی، اطلاع رسانی و تشریح مؤثر بوده است.

اگرچه به نظر می‌رسد برای شناخت میزان تأثیر گذاری رسانه‌ها بر تحولات برنامه‌ریزی کناری به این سه کارکرد سودمند باشد.

در تعريف نقض رسانه اظهار كرده‌اند: "نهاد رسانه با توليد، بازتويليد، و توزيع معرفت در وسيع‌ترین معنای مجموعه‌هاي نمادها سرو كار دارد كه اين مجموعه نمادها ارجاع معنادری به تجربه در جهان اجتماعي دارد. اين شناخت ما را توانا مي‌سازد تا به تجربه‌مان معنا ببخشيم؛ ادراک كه اندازه‌ها آن شكل يدهم و در ذخیره كردن معرفت گذشت و تداوم فهم كونی اسمهم شود"م (آریسملاو، 1378: 31).

2- روشي‌ها و فنون رسانه‌ای در دستگاهی اذهان

در این بخش، سه روشکرد برجهت سازی، تهیه‌گاه و شکاف اگهی به اختصاص مورد بحث قرار می‌گیرد.

2-1. برجهت سازی

در فرضی برجهت سازی باید بر این است که رسانه‌های جبری با ارائه و انتشار اخبار و اطلاعات دلخواه خود، اندیشه مورد را در مورد موضوعات معین شکل می‌دهند (کازنون، 2002). به‌طوری‌که پوسته و می‌پرده دعویه در مورد برجهت سازی در تلویزیون، نشان داده‌اند که پوسته تلویزیون، آگاهی عمومی در زمینه یک منظوره را افزایش می‌دهد؛ اما آن‌ها تأکید کرده‌اند که تلویزیون کم‌زمانی می‌تواند آگاهی و توجه مورد درباره یک مسئله را به صورت قطعی افزایش دهد که به صورت گسترده و اغراق آمیز آن مسئله را پوشش دهد (البایس، 1386).

188
2-7 تهیه‌ساز شکاف آگاهی

فرزی شکاف آگاهی اساساً فرزی به‌دیسانهای در زمینه کارکرد رسانه‌ها در افراشتر آگاهی افشار و طیف‌های مختلف جامعه است. این فرزی تأکید می‌کند که طبقات باین اجتماع در مقایسه با طبقات بالایی اجتماع با تأخیر می‌توانند از اطلاعات رسانه‌ها بهره‌گیرند. از همین روه شکاف و فاصله م-horizontal دانش و آگاهی آنان روز به روز عمق‌تر می‌شود (البایس، 1386).

7-2 تبیینات

برخی صاحب‌نظران یا این‌چگونه تبیین‌ها بانی رسانه‌ها از نظر آموزشی آنها بر جست‌ر است؛ چه به باور آنان رسانه‌های مختلف بیش از اینکه در پی افراش دانش مردم باشند در پی توجه‌ی ایدئولوژیک آنان و نقش‌بندی باورها و نگرش‌های سیاسی خاصی به آنان محدود. پژوهشگران نشان داده‌اند که رسانه‌ها برای افراشتر تأثیر پیام‌های خود را در مباحثی از عناصر، اصول و روش‌های معنی‌دار استفاده می‌کنند (ارونسون، 1377).

8 تهیه‌ساز رسانه‌ای و نرم‌افزار

با بیانی که گذشت در نظر گذاری رسانه‌ها بر افکار عمومی هر گونه تردیدی نیست. از آنجا که انقلاب اسلامی ایران با نظام سلطه و استکبار در تاریخ است و هیچ به اتفاق رسانه‌ها جهت سطح و چه غیر منظم از طریق استکبار جهتی مقررات می‌شود، به‌شترين همه آنها هم به لحاظ حجم و چه به نظر می‌بهای، جمهوری اسلامی ایران مطروح شده است. محوری پس از بستری‌ها که رسانه‌ها از طریق آنها به تأثیر گذاری می‌پردازند و به‌طور پیش‌گیری جمهوری اسلامی ایران از اهداف اصلی استکبار در آنها است و از تهیه‌ساز رسانه‌ای می‌توان تلقی نمود، مواردی به اختصار طرح می‌شود:

1- غیر قابل کنترل بودن اطلاعات رسانی: به این مفهوم که شهردانان از راه دیده اطلاعات رسانه‌ای به‌طور تلفیقی اطلاعات می‌پردازند و در اختیار محققین خود قرار می‌دهند. با ظهور و وجود رسانه‌های الکترونیکی، مرزهای اطلاعاتی درهم شکسته و اطلاعات برای متلی‌سازان داخلی غیر قابل کنترل شده است.
دوستداران علی، پژوهش بررسی فرهنگهای اقلاب اسلامی، سال سوم، شماره 101، پاییز و زمستان 1392

۲- ظهور انسانهایی با تابعیت ابنالملکی: به این معنی که مصرف کنندگان اطلاعات با
جهان و افراد محیط جهانی ارتباط ایجاد می‌کنند و بدون نیاز به فرهنگ بومی خود فاصله می‌گیرند و
خود را در فرهنگ جهانی و ابنالملکی احساس می‌کنند (ضیاء‌البیور، 1382، 27). ۳- ترویج فرهنگ و
سبک زندگی غربی: برندگان و مصرف‌کنندگان امروری خشک قابل
توجهی از شهره‌دان حاکم است که آداب و معاشرت‌ها، مد لباس، موسیقی و مصرف غربی و...
به فرهنگ غربی گراشی یافته و این تهدید جدی است که بیشتر تحت تأثیر رسانه‌هاست.
۴- رخنه در تغییر هزینه جوانان: نفوذ سریع و گسترده و سالیانه‌ای که جوانان احساس شد.
سپاری از کاربران این وسایل بوریژ جوانان مشق و رفتار، غربی را ظاهر می‌نمایند (همن: ۲۸۰).
۵- رواج فردگرایی و آزادی طلبی: بیشتر کاربران رسانه‌ها بوریژ رسانه‌های الکترونیکی
وقت به‌صورت زیادی را با این گونه وسایل سپری می‌کنند. در گوشه‌ای با خیال‌پردازی و به دوچرخه هر
گونه فکر و تحرکی در دنیای این سیر می‌نمایند که هم‌مرجعی رفتار، اجتماعی خاصی را در
آنها می‌شود و افراد مشاهدی می‌گویند که از هم‌مرجعی خواهند کرد.
۶- امکان جالب‌های جهانی: رسانه‌ها در کنار اول روز گروه‌های مرحل و نخیگان فکری،
فرهنگی و ...تأثیر می‌گذرانند و از طریق آنها جامعه تأثیر می‌بیاید و در نتیجه الگوهای مورد نظر
رسانه‌ها سیار فرمی روی رابطه می‌کند و منشی می‌شود که الگوهای موجود را در نمای زمینه‌های
سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... دنیای جالب و جامعه را مدار مشکل می‌کند.
(همن: ۲۸۲).

تبریک نیست که بام‌ده‌های فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های الکترونیکی جدید در ایران را
می‌توان با ذکر موارد دیگری نیز برترد ولی آنچه در این نوسان‌ها مورد توجه بوده، بیشتر پیامدهای
فرهنگی و اجتماعی است. این مروری به وضوحی که فرهنگی به کلاه نبوده و مرزها را
درنوردیده است و هر چگونه تأثیری بر آن باشد، وارد می‌شود، حساسیت خاصی را موجب
شده است. منتهی اینجا ناشی شده که جهان وارد عرصه جدیدی گردیده است که در آن
رسانه‌های الکترونیکی جدید حاکمیت پیدا کرده است. رسانه‌ها، مرزها را شکستگی و هر چا که
بخواهند وارد مشهد بین آنها کالای دیگری جز کالاها فرهنگی و اطلاعاتی عرضه

190
بررسی تهدیدات نرم علیه ج. 1.1 با تأکید بر تهدیدات رسانه‌ای

نمی‌کند. رسانه‌های جدید در تمام کشورها جهان در درجه نخست روز گروه‌های مرجع و نهجی‌گان فکری، فرهنگی و ... تأثیر می‌گذارند و آنها هم یپرون خود را تحت تأثیر اگر چگونه قرار می‌دهدند به این ترتیب، فرهنگی که رسانه‌های جدید در صدد ترویج آن هستند، بسیار سریع در تمام کشورها و از جمله در کشور ما رواج می‌یابد و فرهنگ ما را به چالش می‌کشد؛ بنابراین راه درست روابط‌بین رسانه‌های جدید و ورود یابن وقفه آنها، شناخت آنها و برخوردهای علمی و آگاهانه و مواجه‌های نوسان‌ها آنها و مظاهر آنها است.

9. تجزیه و تحلیل داده‌ها

9-1. بررسی توصیفی ویژگی‌های جامعه آماری

جدول ۲. آمار توصیفی ویژگی‌های جامعه آماری

<table>
<thead>
<tr>
<th>جامعه آماری</th>
<th>تعداد</th>
<th>میانگین</th>
<th>مدل</th>
<th>سن</th>
<th>سابقه خدمت</th>
<th>دیپلم و</th>
<th>کاردارانی</th>
<th>تحقیقی</th>
<th>تعداد</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>کارشناسان و خ</td>
<td>120</td>
<td>۴۴/۹۷</td>
<td>۴۵</td>
<td>۴۶</td>
<td>۴۶</td>
<td>فوق لیسانس</td>
<td>کاردارانی</td>
<td>تحقیقی</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>&quot;</td>
<td>120</td>
<td>۴۳/۷۱</td>
<td>۴۶</td>
<td>۴۶</td>
<td>۴۶</td>
<td>فوق لیسانس</td>
<td>کاردارانی</td>
<td>تحقیقی</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

جدول (۲) بیانگر این است که سن پایین دهده‌ها بیش از ۴۰ سال، سابقه خدمت آنها بیشتر از ۲۵ سال و حداقل تحصیل آنها هم کارشناسی بوده است.

9-2. آمار تحلیلی داده‌ها

9-2-۱. پایه بررسی اول: شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه سیاسی چکیده است؟
این نتایج در حوزه سیاسی در جدول (۳) نشان داده شده است. برای جدول در تمرین شاخص‌های تهدیدات نرم رسانه‌ای در حوزه سیاسی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال
آزمون بزرگ‌تر و مقدار Z جدول (1/495) برگیر است و پر ضیب به H_0، یعنی شدید لذا در سطح اطمینان 95٪ و سطح 2/5 می‌توان اظهار کرد که به نظر تمام کارشناسان شاخص‌های تهدیدات نرم رسانه‌ای در حوزه سیاسی مهم و تأثیر گذار بوده است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فردی اولویت ترتیبی از آنها را نشان می‌دهد. هم‌چنین ترتیب آزمون آماره خی‌دو، که 25/71 بایده می‌باشد آزمون آماره خی‌دو، که در جدول آزادی 6 و سطح معنی‌داری (0.00) است، یک‌گان این است که در سطح 0/025 معنی‌دار، و با اطمینان 99٪ شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه سیاسی تأثیر گذار است.

جدول ۳. شاخص‌های مهم و تأثیر گذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه سیاسی و رتبه آنها

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه سیاسی</th>
<th>احتمال مشاهده شده</th>
<th>ترتیب</th>
<th>رتبه‌بندی</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۰۱ تأثیر در تسلیم ناخودآگاهی‌ها و ترمین‌کردن آنها به وزارت فقره‌های سلیقه</td>
<td>H_0</td>
<td>رد</td>
<td>25/71</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۲ زرف ساختن و گسترش مکانی ملاقات و گفتگوی رسانه‌ای با پارلمان سیاسی با رسانه‌های عناصری</td>
<td>H_0</td>
<td>رد</td>
<td>19/32</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۳ سست کردن مراحل و تحقیقات حکومت منابع دیگر</td>
<td>H_0</td>
<td>رد</td>
<td>23/96</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۴ ایجاد تردید در مشروطه‌های تبت به نظام</td>
<td>H_0</td>
<td>رد</td>
<td>18/17</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۵ تأثیر رسانه‌ها در جهانگیری دهی سیاست‌های مالی و انرژی کشور</td>
<td>H_0</td>
<td>رد</td>
<td>20/42</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۶ ایجاد نقش نبودن تصمیم‌گیری و یا تصمیم‌گیری به حجوم</td>
<td>H_0</td>
<td>رد</td>
<td>17/85</td>
</tr>
<tr>
<td>۰۷ ایجاد تحقیق و گسترش مکانی میان نخبگان اصلی تصمیم‌گیری</td>
<td>H_0</td>
<td>رد</td>
<td>16/53</td>
</tr>
</tbody>
</table>

۱-۲-۳. پاسخ به پرسش دوم: شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی کدامند؟

این نتایج در حوزه اقتصادی در جدول (4) نشان داده شده است. برآورد جدول در تمامی
پرسی تهیه‌داده‌‌ها نمایش‌گر چیزی با تأکید بر تهیه‌داده‌دان‌های رسانه‌ای

شخصیات‌های تهیه‌داده‌‌ها در حوزه اقتصادی، احتمال مشاهده‌‌های شده در آزمون از احتمال آزمون پژوهش و مقدار Z جدول (1495) برگزار است و فرضیه H0 و می‌شود لذا در سطح اطمینان 95٪/ حداکثر 1٪/ می‌توان اظهار کرد که به نظر تمام کارشناسان شخصیات‌های تهیه‌داده‌‌ها در حوزه اقتصادی مهم و تأثیرگذار است و در بیانی‌های آنها بر اساس آزمون واریانس فردی اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. همچنین نتیجه‌‌آزمون آماره خی دو که 14/89 با درجه آزادی 12 و سطح معنی‌داری (100) است، بیانگر این است که در سطح 0/1٪ معنی‌دار، و با اطمینان 99٪/ شخصیات‌های تهیه‌داده‌‌ها رسانه‌ای مورد نظر در حوزه اقتصادی تأثیرگذار است.

جدول 4- شخصیات مهم و تأثیر گذار تهیه‌داده‌‌ها در حوزه اقتصادی و رتبه‌آنها

<table>
<thead>
<tr>
<th>میانگین رنگ‌ها</th>
<th>بافت اولویت</th>
<th>نتیجه آزمون</th>
<th>مقدار Z</th>
<th>احتمال مشاهده شده</th>
<th>نش رسانه‌ها در چگونگی توانایی دولت را در تأمین نیازها و رفاه اقتصادی</th>
<th>حاکم ساختن النگی توسعه غیرمومی</th>
<th>نش رسانه‌ها در شکاف بین وعده و عمل</th>
<th>تنویزی و توسعه</th>
<th>نش رسانه‌ها در چگونگی اولویت‌بندی</th>
<th>مشکلات عمومی توسط مردم</th>
<th>نش رسانه‌ها در حوزه اقتصادی و رتبه آنها</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2/3/43</td>
<td>اول</td>
<td>H0</td>
<td>19/34</td>
<td>94/82</td>
<td>0/19/93</td>
<td>85/39</td>
<td>18/12</td>
<td>87/53</td>
<td>91/47</td>
<td>91/61</td>
<td>19/63</td>
</tr>
<tr>
<td>4/5/67</td>
<td>چهارم</td>
<td>H0</td>
<td>19/34</td>
<td>94/82</td>
<td>0/19/93</td>
<td>85/39</td>
<td>18/12</td>
<td>87/53</td>
<td>91/47</td>
<td>91/61</td>
<td>19/63</td>
</tr>
<tr>
<td>2/3/456</td>
<td>سوم</td>
<td>H0</td>
<td>19/34</td>
<td>94/82</td>
<td>0/19/93</td>
<td>85/39</td>
<td>18/12</td>
<td>87/53</td>
<td>91/47</td>
<td>91/61</td>
<td>19/63</td>
</tr>
<tr>
<td>2/3/495</td>
<td>دوم</td>
<td>H0</td>
<td>19/34</td>
<td>94/82</td>
<td>0/19/93</td>
<td>85/39</td>
<td>18/12</td>
<td>87/53</td>
<td>91/47</td>
<td>91/61</td>
<td>19/63</td>
</tr>
</tbody>
</table>

9-2- پاسخ به پرسش سوم: شخصیات تهیه‌داده‌‌ها در حوزه اجتماعی کدام است؟

این نتایج در حوزه اجتماعی در جدول (5) نشان داده شده است. برای جدول در تمامی شخصیات تهیه‌داده‌‌ها در حوزه اجتماعی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال آزمون بزرگتر، و مقدار Z جدول (1495) برگزار است و فرضیه H0 و می‌شود لذا در سطح اطمینان 95٪/ حداکثر 1٪/ می‌توان اظهار کرد که به نظر تمام کارشناسان شخصیات تهیه‌داده‌‌ها در حوزه اجتماعی مهم و تأثیرگذار است و در بیانی‌های آنها بر اساس آزمون واریانس فردی اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. همچنین نتیجه آزمون آماره خی دو که 12/43/68 با
درجه آزادی ۵ و سطح معنی‌داری (۰۰۰) است، بنابراین در این مطالعه با استفاده از رسانه‌های مورد نظر در حوزه اقتصادی تأثیر گذار است.

جدول ۵: شاخص‌های مهم و تأثیر گذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه اقتصادی و رتبه آنها

<table>
<thead>
<tr>
<th>رتبه</th>
<th>شاخص‌های مهم در حوزه اقتصادی</th>
<th>رتبه</th>
<th>گزارش‌های مربوطه</th>
<th>رتبه</th>
<th>شاخص‌های مهم در حوزه اقتصادی</th>
<th>رتبه</th>
<th>گزارش‌های مربوطه</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۱</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۱</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۱</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۲</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۲</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۲</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۲</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۳</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۳</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۳</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۳</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۴</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۴</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۴</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۴</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۵</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۵</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۵</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۵</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۶</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۶</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۶</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۶</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۷</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۷</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۷</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۷</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۸</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۸</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۸</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۸</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
<tr>
<td>۹</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۹</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۹</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
<td>۹</td>
<td>۱/۵۰۲۷ افزایش مصرف قیمتی</td>
</tr>
</tbody>
</table>
پاسخ به پرسش چهارم: شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی کدام است؟

این نتایج در حوزه فرهنگی در جدول (۶) نشان داده شده است. برای جدول در نمایش شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال آزمون نرمال و مقادیر Z جدول (۶/۴۵) برگر است و فرضه ه_0 رد می‌شود، لذا در سطح اطمینان ۹۵/۰% و خطای ۵/۰% می‌توان اظهار نمود که به نظر تمام کارشناسان شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی مهم و تأثیرگذار است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فرآیند اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. هم چنین نتیجه آزمون آماره خی دو، که ۱/۸/۸۸ با درجه آزادی ۳ و سطح معنی داری (۱/۰۰۰) است، بیانگر این است که در سطح P=۱/۰۰۰ منعی دارد، و با اطمینان ۹۹% شاخص‌های تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه اقتصادی تأثیر گذار است.

جدول ۱. شاخص‌های مهم و تأثیرگذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه فرهنگی و رتبه آنها

<table>
<thead>
<tr>
<th>شاخص‌های تهدیدات نرم رسانه‌ای در حوزه فرهنگی</th>
<th>تپی‌های هرا</th>
<th>نتیجه اولویت</th>
<th>تپی‌های نرد</th>
<th>مقدار مشاهده</th>
<th>احتمال مشاهده</th>
<th>شده</th>
<th>مقدار Z</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>تغییر فرهنگ حاکم بر جامعه به گونه‌ای مغابر با سبای ارزشی کشور</td>
<td>۲/۸۸</td>
<td>۱</td>
<td>۶</td>
<td>۹۵/۵۲</td>
<td>۱/۰۱</td>
<td>۲۰/۸۷</td>
<td>۶/۴۵</td>
</tr>
<tr>
<td>بی‌اعنا ساخت مردم نسبت به فرهنگ و هویت ملی</td>
<td>۲/۳۳</td>
<td>۳</td>
<td>۳</td>
<td>۹۴/۳۸</td>
<td>۰/۳۳</td>
<td>۱۹/۳۸</td>
<td>۶/۴۵</td>
</tr>
<tr>
<td>حفظ باروری جامعه و بارداری و روحیه مقاومت و اعتقادات مردم</td>
<td>۱/۷۸</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۹۸/۸۲</td>
<td>۱/۰۹</td>
<td>۲۱/۶۶</td>
<td>۶/۴۵</td>
</tr>
<tr>
<td>تصریح اراده و فکر و ادیبی ملت است</td>
<td>۲/۸۸</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۹۸/۸۲</td>
<td>۱/۰۷</td>
<td>۲۳/۷۶</td>
<td>۶/۴۵</td>
</tr>
<tr>
<td>رسانه‌ها، احجاب، نشکنی رنگ‌های صنفی و قهرمانی سازمان‌های مردم‌نهاد، مراکز فرهنگی و هنری، آموزش و تربیت، کتاب و مطبوعات و هر چیزی از ابزارها، روش‌ها و سیره‌های فرهنگی</td>
<td>۲/۳۸</td>
<td>۱</td>
<td>۱</td>
<td>۹۳/۸۸</td>
<td>۱/۰۱</td>
<td>۱۸/۹۲</td>
<td>۶/۴۵</td>
</tr>
<tr>
<td>کمک‌مک رسانه‌ها به تضعیف افتخارات دیگر</td>
<td>۲/۸۸</td>
<td>۴</td>
<td>۴</td>
<td>۹۷/۵۸</td>
<td>۱/۰۷</td>
<td>۲۴/۸۱</td>
<td>۶/۴۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>
شامخائی از دستگیری‌های به‌روش‌های مختلفی در جدول (۷) نشان داده شده است. برای جدول در تمامی شامخائی‌های اعلامیه رسانه‌ای در حوزه فرهنگی، احتمال مشاهده شده در آزمون از احتمال آزمون زبرگر، و مقدار Z جدول (۱/۵) برگر است و وضعیه H۰ رد می‌شود؛ لذا در سطح اطمینان ۹۵٪ و خطای ۵٪ می‌توان اظهار کرد که به نظر سیاسی کارشناسان شامخائی‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی مهم و تأثیرگذار است و رتبه‌بندی آنها بر اساس آزمون واریانس فردی اولویت هر یک از آنها را نشان می‌دهد. هم‌چنین نتیجه آزمون آماره خی دو که ۱۴/۷۳۸ با درجه آزادی ۵ و سطح معنی‌داری (۰/۰۵) است، بیانگر این است که در سطح ۱/۰۰۰ معنی‌دار نبوده و به اطمینان ۹۹٪ شامخائی‌های تهدیدات رسانه‌ای مورد نظر در حوزه انتقال، تأثیر گذار است.

جدول ۷. شامخائی‌های مهم و تأثیرگذار تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی و رتبه آنها

<table>
<thead>
<tr>
<th>رده</th>
<th>شامخائی‌های تهدیدات رسانه‌ای در حوزه امنیتی</th>
<th>مقدار Z</th>
<th>احتمال مشاهده شده</th>
<th>ترتیب</th>
<th>میانگین رتبه‌ها</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>۱</td>
<td>خشنی کردن تأثیر رسانه‌های ملی و غربی به رسانه‌های خارجی</td>
<td>۱</td>
<td>۶۵/۳۳</td>
<td>۲۰/۱۹</td>
<td>۲/۱۸</td>
</tr>
<tr>
<td>۲</td>
<td>بحران عدم هماهنگی اجتماعی بین گروه‌های مختلف قومی و فرهنگی ملی</td>
<td>۲</td>
<td>۹۴/۳۷</td>
<td>۱۹/۸۳</td>
<td>۲/۷۳</td>
</tr>
<tr>
<td>۳</td>
<td>در معرض خطر قرار دادن نظام سیاسی کشور</td>
<td>۳</td>
<td>۹۶/۴۶</td>
<td>۲۲/۳۳</td>
<td>۴/۷۵</td>
</tr>
<tr>
<td>۴</td>
<td>پیش‌بینی آزمایش، تجدیدی، نفی‌الوجود و خاموشی</td>
<td>۴</td>
<td>۹۸/۴۴</td>
<td>۳۳/۷۷</td>
<td>۶/۹۳</td>
</tr>
<tr>
<td>۵</td>
<td>رسانه به عنوان استفاده آیاز برای فشار و شاتاز</td>
<td>۵</td>
<td>۹۴/۲۷</td>
<td>۱۸/۶۱</td>
<td>۹/۸۳</td>
</tr>
<tr>
<td>۶</td>
<td>اجرای انسداد شناسی و مخدوش کردن ارزش‌های اصولی اقلام و نظام</td>
<td>۶</td>
<td>۹۶/۳۳</td>
<td>۲۱/۴۹</td>
<td>۴/۷۵</td>
</tr>
</tbody>
</table>

۱۹۶
10. نتایج آزمون واریانس فردی‌متر برای رتبهبندی و نتایج آزمون خی دو برای بان مطلع معنی‌داری

به منظور مقایسه میزان تأثیر تهدیدات رسانه‌ای و رتبهبندی آنها از آزمون فردی‌متر استفاده شد. این آزمون وضعیت فردی را در چند وضعیت وابسته به هم ارزیابی می‌کند. آزمون تحلیل واریانس فردی‌متر از توزیع کای دو پیرامون می‌کند که برای محاسبه آن، ابتدا مقادیر برای هر شاخص، که بر اساس پاسخ گزارش‌نامه به دست آمده است رتبهبندی و سپس رتبه میانگین‌گیری محاسبه و اولویت‌بندی می‌شود. این آزمون معادل نابارانی تحلیل واریانس یک‌طرفه برای اندازه‌گیری تکراری است که علاوه بر مقایسه وضعیت هر متغیر می‌توان آنها را رتبهبندی کرد که در جدول ۸ (۳) از آورده شده است. همچنین نتایج آزمون خی دو برای نشان‌دادن سطح معنی‌داری و میزان تأثیر شاخص‌ها که در جدول (۸) نمایش داده شده، در توضیح هر یک از حوژه‌ها به صورت جداگانه بیان شده است.

جدول ۸: نتایج آزمون خی دو در هر یک از حوژه‌های پنجگانه

<table>
<thead>
<tr>
<th>سطح معنی‌داری</th>
<th>درجه آزادی</th>
<th>خی دو</th>
<th>تعداد شاخص‌ها</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>حوزه سیاسی</td>
<td>6</td>
<td>25/17</td>
<td>۷</td>
</tr>
<tr>
<td>حوزه اقتصادی</td>
<td>12</td>
<td>14/89</td>
<td>۴</td>
</tr>
<tr>
<td>حوزه اجتماعی</td>
<td>5</td>
<td>19/478</td>
<td>۹</td>
</tr>
<tr>
<td>حوزه فرهنگی</td>
<td>3</td>
<td>12/78</td>
<td>۶</td>
</tr>
<tr>
<td>حوزه انتی‌بینی</td>
<td>5</td>
<td>19/78</td>
<td>۶</td>
</tr>
</tbody>
</table>

11. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

11-1. تهدیدات رسانه‌ای در بعد سیاسی

تسنیم ناخودآگاه ملت نا بتواند به خواست فردنهای سلطه گر و گسترش شکاف‌های میان گفتارها و بازیگران سیاسی جامعه و تأثیر رسانه‌ها در جهت‌گیری ذهنی می‌سازد و فرد بتواند رهبران کشور و شکاف میان نخست‌گان اصلی تصمیم ساز کشور و طرح شهرهای مختلف در زمینه حقوق بشر، ترویج، آزادی، سیاسی و میان حقوق اقلیت‌ها و صلح و تبادل منطقه، به وجود آوردن
اختلاف میان قومیت‌ها، جنبش‌های سیاسی، صنوف گوناگون از یک سو و از سوی دیگر ایجاد شکاف میان مردم و حاکمیت در کنار تلاش برای تخریب بهره‌مندی مقامات کشور. برخی مشکلات از جمله استقبال‌های این رسانه‌ها در جهت اقتصاد ناکام می‌تواند و حتی کردن مشروطیت و حفایت حکومت دینی جمهوری اسلامی ایران از روش‌های تهیه‌گر جنگ نرم است.

11-2. تهدیدات رسانه‌ای در بعد اقتصادی
تلاش برای زیر سوال بردن سیاست‌ها، برنامه‌ها و مدیریت اقتصادی کشور به منظور سلب اعتماد عمومی به نظام جمهوری اسلامی و القای نامیدی نسبت به آن‌ها. کشور مورد توجه رسانه‌های بی‌گناه بوده است. برخی گفتاری‌های منفی و مشکلات اقتصادی کشور در جهت القای ناراضیتی و ناموفق نشان‌دادن این نظام در دستیابی به اهداف، تلاش برای بزرگ‌سازی و طرح مکرر مسئله احتمال تحریم اقتصادی ایران و طرح انرژی اقتصادی ایران و القای موضوع نامی سرمایه‌گذاری به گسترش اقتصادی ایران، به‌خصوص ایرانی‌های اقتصادی، ریخت و پاشیده و یافته‌ها احتمال اقتصادی، دستاویز قرار دادن موضوعی همچون تورم، بیکاری، شکاف اقتصادی و مشکلات معیشتی مورد به منظر القای حسن ناراضیتی نسبت به نظام از دیگر اقدامات رسانه‌های بی‌گناه در حوزه اقتصادی به شمار می‌رود.

11-3. تهدیدات رسانه‌ای در بعد اجتماعی
تلاش رسانه‌های بی‌گناه در به‌بیان‌بردن ارزش‌های اجتماعی حاکم بر جامعه ایران متمرکز شده است. هم‌چنین بر گفتاری‌های منفی و مشکلات اجتماعی با بهره‌گیری از زیمت‌های آسیب‌پذیر همچون انتقاد، بیکاری، حاشیه‌نشینی و تفاوت از دیگر اقدامات این رسانه‌ها در جهت اعمال فشار بر جمهوری اسلامی ایران است. این رسانه‌ها در این زمینه القای ناکام می‌کنند تا به‌طور خاص زمینه‌های جمهوری اسلامی در جهت حل مشکلات جامعه را به‌روز به‌روز قرار داده‌اند، با استفاده از این توجه به اشکال حاکمیت و مسائل آن‌ها در دیگر محورهای رسانه‌های بی‌گناه در جهت جلب مخاطب بیشتر و تأثیرگذاری بر پیش‌بینی سیاست‌های داخلی ایران به‌منظور مورد استفاده. القای بودن موضوع ارزش‌های اجتماعی و نامی اجتماعی از دیگر سیاست‌های رسانه‌های بی‌گناه در زمینه اجتماعی است که در این زمینه تلاش رسانه‌های بی‌گناه در جهت احکام نامیدی نسبت به آن‌ها کشور و سلب اعتماد عمومی از نظام متمرکز است.
11-۴. تهدیدات رسانه‌ای در بعد فرهنگی
تلاش‌های اجتماعی برگزاری کردن ارزش‌های اسلامی و استقلالی در جامعه ایران، زیر سوی تهدیدات اجتماعی اسلامی ایران و فعالیت‌های فرمان و سازمان‌های فرانسه، سوی حمایت از جمله حجاب زنان و مردان بیشتر، تبلیغ آین سیاسی و فرهنگی ضاحیه‌های اسلامی مورد سیاست‌های بنیادی عمده ماهوراب، اینترنت و ساختارهای ایمنی خاص و کنترل و ساختارهای بنیادی و اداری با ساختارهای ضاد دیپی، تأکید بر الفای تعارض میان فرهنگ ایرانی و ارزش‌های اسلامی زیر حفظ سیاست‌های ایران به منظور اثرگذاری بر فضای فرهنگی کشور بشرمای مورد.

11-۵. تهدیدات رسانه‌ای در بعد امنیتی
رسانه‌های اجتماعی از یک سو ب رقابت نامنی و بنگمای مسائل و مشکلات امنیتی توجه دارند و از سویی دیگر نیز کشورها این انسان اسلامی ایران علیه تهدیدات امنیتی صلح و نهاد منطقه جلدهند که در واقع دو روی این سیاست، ایجاد بودن ضعف به نظام در داخل و خارج کشور است. این انسان اسلامی ایران در سطح منطقه‌ای اجرای و ضعف طلب است و ضعف ملی کشور را فراهم سیاست‌های خاص خود می‌کند. طرح احتیاطات امنیتی در زمینه مداخله جمهوری اسلامی ایران در امور دیگر کشورها و ارتباط‌های با گروه‌های تروریستی، همچنین انتقاد و وجود فضای امنیتی، وجود خشونت در این کشور از اقدامات دیگری است که رسانه‌های ایران در حوزه امنیت انجام می‌دهد مربوط به آن هدف که به مداخلات خود به لحاظ روانی، حالات، احساس نامنی و تأثیر آن‌ها نسبت به آینده کشورهای نامنی و در مجموع اعتراض آنها را نسبت به توانایی جمهوری اسلامی در اداره آن کشور و توجه آن سبب مردم است. همان‌طور که جدول‌های این فصل نشان می‌دهد، قطعیت‌های رسانه‌های ضد انتقال ابتکاری مختلف سیاسی اقتصادی فرهنگی، اجتماعی و امنیتی را در برداشتی است در عرصه سیاسی زیر سوال بردن سه رکن مشروطه نظام جمهوری اسلامی، کارآمدی نظام دینی در اداره جوامع اسلامی و توانایی صلاحیت دولت‌سازان مسلمان از مهم‌ترین اهداف این رسانه‌ها بوده که با شیوه‌ها و روش‌های دستورالعمل مختلف و گوناگون مورد توجه واقع شده است.
12. پیشنهادها

- اجرای نقش‌آفرینی به منظور ایجاد روابط در تاریخچه‌بانگشایی و توسعه حاکمیت نظام و مدیریت کلان رهبری بر رسانه‌های متعدد می‌تواند منجر به تقویت استحکام و انسجام ملی در ثبات و پیگیری موضوعات کلان کشور بوزه‌انرژی هسته‌ای شود.
- تقویت روحیه واقع‌سازی‌های دینی به منظور بهبود ادراک‌های مردم از ارزش‌های اسلامی و یک قدم به حفظ سازی رسانه‌های غربی افتاده و ایجاد شکاف با رسانه‌های همسو و همگرایی در منطقه و جهان به منظور استحکام بخشی باید و اعتقادات مخاطبان نسبت به سیاست‌های ج.1.1 از طریق پیمان‌های دو یا چند جانبه منطقه‌ای تعمیق نماید.
- تعمیق اندیشه و بصری دینی اسلامی آحاد مردم به جوانان در مقابل با تهیه کردن فرهنگی و ساختار، بهبود یافتن از اثرات و شیوه‌های نوین رسانه‌ای و تبادل اثباتی سود رسانه‌های دیجیتالی بازگیری و افشاگری و برجهست سازی اقدامات امریکا و منابع رسانه‌های دیجیتالی از استقلال و توانمندی ج.1.1. (از جمله فناوری هسته‌ای و فناوری‌های نوین) در خارج، راهبرد اسلام سنتی، غرب طراحی و ساماندهی اقدامات رسانه‌های ج.1.1. در مقابل جهان سازی، رسانه‌های بین‌المللی و با اکتاپی پخش‌های ملی، فرهنگی و دنبال ایرانی و موضوعات منطقه‌ای پولیتیکی کشور توسعه رسانه‌های ملی و منطقه‌ای در راستای اهمیت بخشی به افтвор و ارزش‌های قومی آنان با محوریت تأکید بر نقاط و مناطق مشترک و تعلق‌های متعدد ملی در موضوعات کلان کشور
- هوشمار سازی و ایجاد اعتماد از طریق توزیع افكار عمومی مردم و نخبگان در مورد موضوعات و پیشرفت‌های فرهنگی، اقتصادی و شفاف‌سازی عمل دادی و خارجی نارساییها
- تأکید رسانه‌های بر سرمایه‌های اجتماعی و ارزش‌های دینی برای تأمین نیازهای واقعی
بررسی تهدیدات نرم علیه ج ۱/۱ با تأکید بر تهدیدات رسانه‌ای

جامعه با روش‌های ایمن به آینده با پره‌مندی از منافع کلان انرژی هسته‌ای در موضوعات اقتصادی، اجتماعی و ...

• تقویت روحیه نشاط، ایمن به آینده در بین مخاطبان و مردم به منظور مقابله با القای ناکام‌های نظام و بحران سازی از سوی رسانه‌های اریکا و متحدانش

۲۰۱
فهرست منابع


3. انتخابی، ناصر و همکاران (۱۳۸۰). قدرت نرم، فرهنگ و امنیت. ج. دوم. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).


5. برونو، سید ابوالحسن (۱۳۹۲). بررسی مهیت تهیه‌سازی نرم علیه ج. ۱. با تأکید بر تهیه‌سازی نرم سیاسی. تهران: انتشارات دانشگاه امام سجاد (ع).

6. تاج‌نگه، محمد رضا (۱۳۸۱). مقدمه‌ای بر استراتژی‌های امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران. تهران: مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.

7. سلطانی فر، محمد (۱۳۸۴). یوش خبری. انتشارات سیمای شرق.

8. ضیاءی پرور، حمید (۱۳۸۳). جنگ نرم، ویرج و جنگ سیاسی. تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ایثار معاصر تهران.

9. کاظمی، زن (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی و سیاست ارتباط جمیعی. ترجمه بهار ساروخاری و منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات.


11. مطالعات گروهی دانشجویی (۱۳۸۶). اقدامات رسانه‌ای آمریکا و متعدّدان در بحران‌سازی علیه جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر رادیو در زمینه فتاوی هسته‌ای. تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی.


۲۰۲