

فصل اول:

کلیات

۱-۱- مقدمه و بیان مسئله

در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی مثل مطبوعات، رادیو، تلویزیون، اینترنت و ... با انتقال اطلاعات، معلومات جدید و مبادله افکار، عقاید عمومی در راه پیشرفت فرهنگ، تمدن بشری و ارتقای امنیت جامعه نقشی بزرگی به عهده گرفته‌اند به طوری که بسیاری از دانشمندان، عصر کنونی را عصر ارتباطات نام گذاشته‌اند. شبکه‌های وسیع ارتباطی که در تمام مدت ۲۴ ساعته شبانه‌روز فعالیت دارند، به هرکس آنچه را که مایل است و حتی بیشتر از آن می‌آموزند رسانه‌های جمعی به عنوان پدیده‌های زنده، فعال و موثر با یکدیگر در رقابت داخلی و همچنین همکاری‌های متقابل هستند، شناخت این تاثیر و اثر در انطباق وسایل ارتباطی با شرایط و تامین هماهنگی خانواده ارتباطات حائز اهمیت است. بنابراین وظیفه و نقش اساسی وسایل ارتباطی انتشار جریان رویدادهای اجتماعی است و همین امر به انسان امکان می‌دهد محیط زندگی را بهتر بشناسد و با توجه به آن احتیاجات فردی یا جمعی خود را مرتفع سازد و به عنوان عضوی از اعضای جامعه با آگاهی کامل به حقوق و مسئولیت‌های خویش و آزادی و آسایش به زندگی ادامه دهد.

این تحقیق با عنوان " بررسی نقش راهبردی رسانه‌های جمعی بر امنیت ملی؛ بدین معنا است که رسانه‌های جمعی از جمله: رادیو، تلویزیون، روزنامه، ماهواره و اینترنت قدرت عظیم و فوق‌العاده‌ای (منظور قدرت نرم) را در اختیار بازیگران عمده صحنه سیاست یعنی دولت‌ها قرار داده است، به گونه‌ای که به خوبی با به کارگیری اهرم‌های خبری و اطلاعاتی توانسته به تغییر یا تقویت باورها و نگرش‌ها و یا شکل‌دهی به افکار عمومی داخلی و خارجی، امنیت ملی، ثبات سیاسی، انسجام ملی، فرهنگ‌سازی، اعتمادسازی جامعه پردازند.

جرج جربنز: «ارتباط را به مفهوم کنش متقابل اجتماعی بر اساس پیام می‌داند»، دنسلانگلی و میشل شین ارتباط را چنین تعریف می‌کنند: «ارتباط عبارت از فراگرد انتقال اطلاعات با وسایل ارتباطی گوناگون از یک نقطه، یک شخص یا یک دستگاه به دیگری» (دادگران، ۱۷: ۱۳۹۱).

وسایل ارتباط جمعی آن دسته از وسایلی هستند که در تمدن جدید به وجود آمده و مورد استفاده‌اند و ویژگی اصلی آنها قدرت و شعاع عمل گسترده است، ارتباط جمعی^۱ مشخص کنند آن نوع ارتباط است که هدف برقراری رابطه با جمعی را در نظر دارد. رسانه‌های جمعی به معنی آن است که جریان اطلاعات از طرف یک منبع روابط عمومی می‌تواند به شکلی کارا و به سرعت به میلیون‌ها نفر برسد (دنيس ال و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۷۱).

امنیت ملی عبارت است: ایجاد شرایطی که دولت در آن دولت - ملت با اطمینان خاطر از فقدان هرگونه تهدید یا اقدامی علیه منافع و ارزش‌های مادی و معنوی خود که آنها را حیاتی قلمداد می‌کند یا داشتن توانایی مقابله با این تهدیدها و اقدامها، به زندگی ادامه دهد (عیوضی، ۱۳۸۰: ۳۱۰).

^۱.Mass media

اهمیت خاص وسایل ارتباط جمعی در دنیایی که هر روز بیش از روز پیش به گسترش این وسایل می‌انجامد و باعث بسط تاثیر و نفوذ بیشتر آنان می‌شود؛ باعث شده با تعمق و تفکر بیشتری به این وسایل بپردازیم. در جوامع امروز، انسان تنها موقعی می‌تواند از بهترین و مطمئن‌ترین امکانات استفاده کند که دارای معلومات و اطلاعات کافی، ختمی‌های صحیح و افکار و عقاید سالم باشد. بنابراین وسایل ارتباط جمعی نقش بسیار مهمی را برعهده دارند، چرا که دارای بیشترین تاثیر سیاسی - اجتماعی در جامعه هستند (Thompson, ۱۹۹۵:۴۵). این وسایل در پیدایی عادات تازه، تکوین فرهنگی جهانی، تغییر در خلق و خوی انسان‌ها سهمی شگرف بر عهده دارند.

باید خاطر نشان ساخت که کارکرد رسانه‌های جمعی نقشی اساسی بر امنیت ملی، ثبات سیاسی، هویت و فرهنگ، هنجارها، افکار عمومی، ارزش‌ها و عقاید اساسی هر جامعه در ابعاد داخلی و خارجی دارند، و تاکنون تحقیقی در این زمینه که نقش راهبردی رسانه‌ها را بر امنیت ملی در داخل کشور بررسی نماید با این ویژگی و خصوصیات انجام نشده است، لذا ضروریست محققان و صاحب‌نظران به بررسی علمی موضوع و تولید دانش در این عرصه اقدام نمایند، که این پژوهش در صدد است؛ نقش راهبردی رسانه‌های جمعی (قدرت نرم) از دیدگاه خوش‌بینانه بر ابعاد و مولفه‌های امنیت ملی را بررسی نماید.

بی‌گمان در مورد همه مسائل جهان، بزرگترین رسالت اطلاع‌رسانی بر دوش رسانه‌های جمعی است. افزایش روزافزون شبکه‌های خبری ماهواره‌ای و سایبری، روزنامه‌ها، کمسیون‌های خبری، نشریات و... از نقش مهم رسانه‌های جمعی در " اطلاع‌رسانی " حکایت دارد. امروزه رسانه‌ها با گسترش مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی؛ امنیت و هویت انسان معاصر را تحت تاثیر قرار داده‌اند و ابزار موثر و نیرومندی برای تسخیر هویت، افکار و اذهان عمومی محسوب می‌شوند، بطوری که می‌توان هویت انسان مدرن را هویت رسانه‌ای نام گذاشت. در این میان وسایل ارتباط جمعی از آن حیث که بطور مستقیم و غیرمستقیم به هنجارپذیر نمودن، هدایت افکار عمومی و جامعه‌پذیری افراد می‌پردازند، نقش خاص و راهبردی در این حول و امنیت‌سازی و گفتمان حاکم بر جامعه دارند.

در دنیای فراصنعتی امروز همچنان که هجوم دشمنان صرفاً نظامی نیست، مقابله با دشمن یا دشمنان و یا رقیبان نیز صرفاً دفاعی نظامی نیست، بلکه دفاعی فرهنگی، هویتی و توسعه‌ای خواهد بود. به همین خاطر است که عده‌ای دیگر از نظریه‌پردازان قدرت و امنیت ملی (رابرت مک نامارا) بر این باورند که در جوامع در حال مدرن، امنیت سخت افزاری نیست گرچه ممکن است آن را در بر بگیرد.

امنیت ملی مفهومی است که بدون اقتدار ملی دست یافتنی نخواهد بود برخی از محققان مانند مورگنتا در کنار توانایی‌های جغرافیایی، طبیعی، نظامی و سیاسی به مشخصات جمعیتی، خصایل ملی، ارزش‌های مشترک ایدئولوژیک، میزان همبستگی اجتماعی، وفاق و وحدت ملی به عنوان مولفه‌های اقتدار ملی اشاره می‌کند؛ اما با فروپاشی نظام‌ها و ساختارهای سنتی اجتماعات عشایری و روستایی و گسترش شهرنشینی، تحرکات اجتماعی و جمعیتی و تشدید تعاملات

بین فرهنگی، اقوام و ملل متفاوت، اغلب مردم به ویژه جوانان در برابر الگوی محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارض قرار گرفته‌اند. در چنین شرایط آنومی یا نابسامانی اجتماعی زمینه لازم را برای پیدایش بحران هویت، سرخوردگی روانی، فردگرایی خودخواهانه، جمع‌گرایی خاص‌گرایانه، بی‌تعهدی، فساد اخلاقی، هنجارشکنی، تخریب منافع و پایمال شدن منافع ملی، خشونت و احساس عدم امنیت و برون‌گرایی پدید می‌آورد. مقابله با این گونه مسائل و تحقق وحدت ملی، ثبات سیاسی، وفاق ملی و ایجاد هویتی یکپارچه و منسجم، نیازمند تقویت احساس تعلق و همبستگی اجتماعی، تعهد و وفاداری مردم و اقشار مختلف جامعه به ویژه نخبگان جوان نسبت به تاریخ و فرهنگ، ملت، دولت و.. است که رسانه‌های جمعی می‌توانند در تحقق بخشیدن به این امر نقش مهم و اساسی ایفا نمایند. هویت و آگاهی اجتماعی مثل اکثر حوزه‌های اجتماعی بر ساخته مدل‌های نظم فرهنگی و اجتماعی، کدها و چهارچوب عام هستی‌شناختی است که در چهارچوب آنها پنداشتها و تصورات رایج در باب نظم اجتماعی، حوزه‌های عمده تعامل اجتماعی، ساختار ترجیحات و مرزبندی‌های هویتی تعریف و تصریح می‌گردد. مطابق نظر آیزنشتات، مدل نظم فرهنگی و اجتماعی در نهایت با فرایند منازعه و رقابت بر سر کنترل و تخصیص منافع و منازعه بر هژمونی‌گفتمانی در ارتباط است؛ لذا رسانه‌های جمعی نقش برجسته‌ای در تقویت این هژمونی‌گفتمان ارتباطی دارند. در فضای مدرن جدید، که به قول کیلفورد کیرتز اساساً هرمنوتیکی است، "پیام رسانه‌ای" - چه در قالب مطبوعات و یا به شکل متأثرتر چون تلویزیون و اینترنت - در واقع به بخشی از فرایند رو به گسترش از هویت-طلبی و هویت‌سازی در جهت "خودهای جدید" تبدیل شده‌اند در این "دگرش" و به مناسبت شکل‌گیری فضای زیست‌سیرننتیکی می‌توان پرسش‌های فلسفی مطرح ساخت و به پشتوانه آن به ابرانسان شدن و فرا انسان‌تر شدن اندیشید.. جهان رسانه‌ای، جهانی بی‌همتا در تاریخ انسانهاست؛ هرگز در تاریخ حیات انسانی، تحول، چنین گسترده و پرشتاب نبوده و از آن روست که تکنولوژی ارتباطات نه تنها جهان را کوچک، بلکه هر روز را روزی دیگر ساخته است (ساروخانی: ۱۳۹۱: ۱۰). لذا این پژوهش در صدد بررسی و پاسخ‌گویی به سوالات زیر می‌باشد:

۱-۲- سوالات تحقیق

۱-۲-۱- سوال اصلی

- رسانه‌های جمعی چه نقشی بر امنیت ملی کشورها در ابعاد داخلی و خارجی دارند؟

۱-۲-۲- سوالات فرعی

- رسانه‌های جمعی چه نقشی می‌توانند در تقویت و یا تضعیف ابعاد و شاخص‌های امنیت ملی ایفا بنمایند؟

- رسانه‌های جمعی چه نقشی بر ثبات سیاسی، همبستگی ملی، هویت ملی، فرهنگ راهبردی، آزادی، افکار عمومی و ... دارند؟

۱-۳- ضرورت انجام تحقیق

الف- ضرورت نظری: تحقق امنیت ملی و ایجاد هویتی یکپارچه و منسجم، نیازمند تقویت احساس تعلق و همبستگی اجتماعی، تعهد و وفاداری مردم و افشار مختلف جامعه به ویژه نخبگان جوان نسبت به تاریخ و فرهنگ، ملت، دولت و... است که رسانه‌های جمعی می‌توانند در تحقق بخشیدن به این امر نقش مهم و اساسی ایفا نمایند و هویت و آگاهی اجتماعی مثل اکثر حوزه‌های اجتماعی بر ساخته مدل‌های نظم فرهنگی و اجتماعی، کدها و چهارچوب عام هستی‌شناختی است که در چهارچوب آنها پنداشت‌ها و تصورات رایج در باب نظم اجتماعی، حوزه‌های عمده تعامل اجتماعی، ساختار ترجیحات و مرزبندی‌های هویتی تعریف و تصریح می‌گردد. مطابق نظر آیزنشتات، مدل نظم فرهنگی و اجتماعی در نهایت با فرایند منازعه و رقابت بر سر کنترل و تخصیص منافع و منازعه بر هژمونی گفتمانی در ارتباط است؛ که رسانه‌های جمعی نقش برجسته‌ای در تقویت این هژمونی گفتمان ارتباطی دارند.

ب- ضرورت اجتماعی: امروزه امنیت ملی به عنوان یکی از عمده‌ترین اولویت‌های فراروی دولت‌ها مطرح بوده و بالا بودن ضریب آن از طریق شناسایی و رفع تهدیدهای موجود یکی از دغدغه‌های نخبگان و حاکمان سیاسی در جوامع مختلف به شمار می‌رود. هم‌اینک ارتباطات جهانی و پیشرفت‌های روز افزون تکنولوژی‌های نوین اطلاعات و ارتباطات با پراکندن اقتدار میان بازیگران متعدد، افزایش حضور و تاثیر جامعه مدنی جهانی، و رهبری جریان توسعه جهانی امور مالی و تجاری؛ روند سنتی روابط بین‌الملل را با چالش نوین مواجه ساخته‌اند، ما اکنون در آستانه یک انقلاب اطلاعاتی قرار داریم که رسانه‌های جمعی در فرایند تداخل ضروریات اجتماعی و فرهنگی که از شتابزدگی تاریخ در عصر ما نشأت می‌گیرد، می‌تواند نقش سازنده‌ای داشته باشند. آنها می‌توانند از طریق تحکیم و تعمیق پیوندهای مذهبی، ملی، فرهنگی و تاریخی به تقویت توسعه و همبستگی اجتماعی کمک نمایند. روشن است در یک جامعه پیشرفته، متمدن و توسعه‌یافته، شاخصه‌های پایداری در حوزه‌های توسعه، همبستگی و همگرایی ملی، امنیت پایدار، دیپلماسی کارآمد و پویا و... مدنظر است که وجود یک نظام هماهنگ رسانه‌ای می‌تواند نقش مهم و استراتژیکی در نیل به اهداف فوق ایفا نماید و در پیشبرد اهداف و سیاست‌های داخلی و بین‌المللی یک کشور موثر است.

۱-۴- اهداف تحقیق

الف- هدف اصلی: با توجه به تحولات و پیشرفت‌های شگرف جامعه بشری در دهه‌های اخیر و خصوصاً ظهور انقلاب اطلاعاتی و ارتباطی و حرکت به سوی جامعه معرفتی و توسعه دانایی محور، نقش و رسالت رسانه‌های جمعی بر ماهیت این تحولات و پیشرفت‌ها در عرصه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کاملاً مشهود و اساسی بوده و تاثیرات شگرفی بر شیوه و روش زندگی، ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی و روند هویت‌سازی جامعه، تقویت و یا تضعیف شاخصه‌های امنیت ملی کشورها گذاشته است. هدف این تحقیق بررسی نقش راهبردی رسانه‌های جمعی (از دیدگاه مثبت) بر روند

شکل‌گیری امنیت ملی و جهت‌دهی به آن، تاثیر در بحران زدایی امنیتی و ارائه و تدوین راهبردهای اساسی و مناسب در جهت تقویت و نهادینه نمودن انسجام مبانی فکری، فرهنگی، اجتماعی، و ارزشی جامعه حول منافع و امنیت ملی است.

ب- اهداف فرعی:

- تبیین نظری رسانه و کارکردهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن؛

- بررسی نقش رسانه‌های جمعی بر ثبات سیاسی، مشارکت عمومی، فرهنگ راهبردی، انسجام ملی، همبستگی اجتماعی، آزادی، جامعه پذیری و....

- بررسی نقش رسانه‌های جمعی بر سیاست خارجی و مسائل دیپلماتیک

- تبیین اهداف اصلی امنیت و معمای آن در سیستم بین الملل

۱-۵- پیشینه و سوابق

نخستین مباحث فلسفی- سیاسی در عرصه مقولات امنیتی را شاید بتوان در آرای فلاسفه‌ای همچون ارسطو و افلاطون یافت. اما بر اساس اطلاعات موجود از اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به ویژه در آلمان تحقیقاتی فراوانی درباره نقش رسانه‌های جمعی بر موضوعات امنیت ملی انجام شده است. چنین بررسی‌های را می‌توان در آثار کینز، تونیس و بلوخر مشاهده نمود. در ایران هم پژوهش‌های و تالیفات متعددی در زمینه نقش رسانه‌ها و تاثیرگذاری آنها انجام شده است. به هر روی به برخی از تحقیقات و پژوهش‌های انجام پذیرفته در این راستا اشاره می‌گردد:

کاستلز (۱۳۸۰) در کتاب سه جلدی خود تحت عنوان (عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ) بر این باور است که همه جهان جدید به صورت یک شبکه در آمده است. شبکه عظیمی که بافت اصلی تار و پود آن را اطلاعات و نظام ارتباطات الکترونیکی تشکیل می‌دهد. به عقیده وی سرمایه‌داری مدرن از رهگذر نظام شبکه‌ای به نقطه اوجی دست یافته است که در آن سرمایه بر سرمایه‌داران حکومت می‌کند و تقابل تازه‌ای را در قالب تقابل میان شبکه و فرد ایجاد کرده است. در نهایت کاستلز بر توزیع متعادlane معرفت تاکید زیادی می‌کند و بر این باور است که در غیاب توزیع مناسب معرفت خطر سلطه قدرت‌های مافیایی افزایش می‌یابد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۶۱).

بهرام پور (۱۳۸۲) معتقد است که رسانه‌های ارتباطی دارای ساختاری دوگانه هستند که در نهایت این دوگانگی ساختاری، منجر به دوگانگی ساختار اجتماعی می‌شود. در جامعه اطلاعاتی رسانه‌های نوین از یک طرف وحدت و یکپارچگی را به ویژه در اجتماعات مجازی تقویت می‌کنند و از طرف دیگر سبب هویت‌های ناپایدار، متغیر و بی‌ثبات می‌شوند و با تکرار خود تمایزبخشی، پاره‌پاره شدن و بخشی شدن جوامع را بیشتر می‌کند (بهرام پور، ۱۳۸۲: ۴). ساندرز (۱۳۸۲) در تحقیق خود به

طور آشکاری تاثیر شدید وسایل ارتباطی بر نحوه رفتار و حالت روحی و روانی افراد را نشان می دهد. یعنی اینکه استفاده از اینترنت با پیوند ضعیف اجتماعی مرتبط است و رابطه معنی داری حاکم است (ساندرز، ۱۳۸۲: ۵).

روضیان پیری پایان نامه کارشناسی ارشد خود را تحت عنوان « نقش تلویزیون در جامعه پذیر کردن جوانان (مطالعه موردی در استان ایلام جوانان ۱۵-۲۹ ساله) در سال ۱۳۷۸ در دانشگاه آزاد اسلامی واحد آشتیان نوشته است، هدف اصلی این تحقیق بررسی نقش تلویزیون در جامعه پذیر کردن جوانان بوده است و اهداف فرعی آن تعیین میزان سهم و نقش برنامه های علمی آموزشی، مذهبی، سیاسی و برنامه های متنوع و سرگرم کننده تلویزیون در جامعه پذیر کردن جوانان بوده است. چهارچوب نظری تحقیق براساس نظریات مکتب فرانکفورت و نظریه های انتقادی رسانه و همچنین نظریه مارکسیسم کلاسیک، گلوله جادویی، کاشت، یادگیری اجتماعی و نظریات مارشال مک لوهان بوده است.

روش تحقیق اسنادی، پیمایشی بوده ابزار تحقیق پرسش نامه محقق ساخته بوده است که به همراه مصاحبه حضوری تکمیل گردیده است. جامعه آماری جوانان ۱۵-۲۵ سال بوده است حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۰ نفر تعیین شده است و شیوهی نمونه گیری، روش نمونه گیری خوشه ای بوده است. نتایج حاکی از آن بوده که تلویزیون با پخش برنامه های علمی و آموزشی و برنامه های متنوع و سرگرم کننده و سیاسی و مذهبی توانسته است جوانان را در مسیر ارزش های رایج در جامعه قرار دهد و نقش اساسی در جامعه پذیری آنها دارد.

مجید ملکی تبار پایان نامه کارشناسی ارشد خود را تحت عنوان « بررسی نقش راهبردی - امنیتی تاثیرات ماهواره بر باورهای جوانان » در سال ۱۳۸۶ دانشگاه تهران انجام داده است. هدف اصلی پژوهش، شناخت وضعیت باورهای دینی و عقیدتی، پایبندی به ارزش های دینی و عقیدتی و ملی گرایی دو گروه از جوانان ۱- آنهايي که بیننده برنامه ماهواره ای هستند ۲- آنهايي که بیننده برنامه ماهواره ای نمی باشند، روش تحقیق در این پژوهش همبستگی - همخوانی - موردی و زمینه ای است. جمعیت نمونه در این بررسی ۱۰۲۲ نفر از جوانان شهر تهران با میانگین ۲۲/۵ سال می باشد. متغیرهای وابسته « میزان باورهای دینی و عقیدتی»، « میزان پایبندی به ارزش های دینی» و « میزان ملی گرایی» بوده است. متغیرهای وابسته با متغیرهای مستقل، برگرفته از چهارچوب نظری پژوهش و همچنین با تعدادی متغیرهای زمینه ای در ارتباط گذارده شده اند. این مقاله با اتخاذ یک الگو و مدل ترکیبی، در کنار عامل رسانه، به مخاطب و متغیرهایی که مرتبط با خود مخاطب بوده توجه نموده است تا نشان دهد که در کنار عامل رسانه ماهواره، عوامل دیگری از جانب مخاطب، تاثیر پذیری از این رسانه را شدت و یا ضعف می بخشد. بررسی روابط متغیرها نشان می دهد که: ۱- میزان باورهای دینی، پایبندی به ارزش های دینی و ملی گرایی کسانی که برنامه های ماهواره ای را تماشا می کنند متفاوت از کسانی است که بیننده برنامه های ماهواره ای نیستند ۲- در میان کسانی که بیننده برنامه های ماهواره هستند، در کنار عامل ماهواره، عوامل دیگری وجود دارند که تاثیر پذیری از ماهواره را شدت و یا ضعف می بخشد و به منظور حفظ امنیت جمهوری اسلامی ایران در مقابل برنامه های ماهواره ای راهکارهای اجرایی برای دستیابی به اهداف کلی و سیاست های کلی برنامه های جمهوری

اسلامی ایران عبارت است از: تمرکز سیاست‌گذاری و ارائه سیاست‌های روشن و مشخص در ارتباط با مسایل اجتماعی و فرهنگی در جهت مقابله با تهدیدات برنامه‌های مآهواره‌ای دشمنان علیه جمهوری اسلامی ایران.

محمد قاسمی در طرح پژوهشی خود با عنوان بررسی نقش رسانه‌ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار (با تاکید بر همگرایی مرزنشینان استان آذربایجان غربی) در سال ۱۳۸۹ در آذربایجان غربی انجام داده است. این پژوهش با هدف بررسی نقش رسانه‌ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار (با تاکید بر نقش رسانه‌های استانی آ. غربی در ایجاد همگرایی در بین مرزنشینان این استان) ارائه گردیده است. میزان این تاثیر از دیدگاه خبرگان مرزنشین جویا شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که تلویزیون در ایجاد همگرایی (چهار عامل جامعه‌پذیری، تقویت همبستگی و جلوگیری از واگرایی، تقویت ارزش‌های ملی و تقویت ارزش‌های اسلامی، رادیو فقط بر دو عامل تقویت ارزش‌های ملی و تقویت ارزش‌های اسلامی اثر معنی‌داری دارند و مطبوعات بر هیچ یک از این عوامل اثر معنی‌داری ندارند. بیشترین تاثیر رسانه‌ها در این زمینه، بر مرزنشینان شهر سلماس و کمترین تاثیر بر مرزنشینان شهر پیرانشهر بوده است (قاسمی، ۱۳۸۹). از بین برنامه‌های مختلف رسانه‌ای تهیه و پخش فیلم‌ها و سریال‌های پلیسی و پخش گزارش‌های خبری از قبیل حوادث مرزی و ... بیشترین تاثیر را داشته‌اند.

فاطمه جواهری و قادر بالاخانی در طرح پژوهشی خود با عنوان رسانه و اعتماد: بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر اعتماد اجتماعی (مطالعه موردی شهر تهران) در سال ۱۳۸۵ در شهر تهران انجام داده‌اند. اعتماد اجتماعی یکی از عناصر اساسی نظم جامعه است. اعتماد اجتماعی تحت تاثیر عوامل مختلفی تقویت و یا تضعیف می‌شوند که یکی از آنها رسانه‌های جمعی است. تحقیق حاضر در چارچوب روش پیمایشی با نمونه‌ای ۴۰۰ نفری از شهروندان تهرانی و به منظور بررسی تاثیر رسانه‌های جمعی بر اعتماد اجتماعی انجام گرفته است. در این راستا رابطه‌ی استفاده از سه نوع رسانه جمعی (تلویزیون داخلی، تلویزیون ماهواره‌ای و روزنامه) با سه نوع اعتماد میان فردی، عام و نهادی بررسی شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که میزان استفاده از رسانه‌های جمعی با اعتماد میان فردی رابطه‌ی معنی‌داری ندارد، اما با اعتماد عام رابطه دارد؛ دیگر آنکه نوع مالکیت و شیوه مدیریت بر رسانه، با اعتماد اجتماعی ارتباط دارد.

آرمان قیسوندی و فردین مصطفایی در سال ۱۳۹۰ پژوهشی با عنوان "بررسی تاثیرات ماهواره بر گرایش‌ها و باورهای مردم (موردی: شهرستان سقز)" انجام داده‌اند. در این تحقیق که از نوع پژوهش‌های پیمایشی و روش مورد استفاده در آن، تلفیقی از روش توصیفی و همبستگی بوده، آمده است: رسانه‌های جمعی و خصوصاً ماهواره به مثابه کانال‌های نوین ارتباطی - فرهنگی از طرفی می‌تواند نقش مهمی در فرایند اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی به افراد جامعه، تثبیت هنجارها و الگوهای رفتاری و... داشته و یکی از مهمترین اهرم‌های آموزشی، تبلیغی، فرهنگ‌سازی، سازنده افکار عمومی و اجرایی و نیز از مولفه‌های اصلی هویت و مدنیت‌ساز می‌باشند از سوی دیگر می‌تواند بعنوان ابزاری برای تهاجم فرهنگی غرب، بد

آموزی اخلاقی، تخریب باورهای ملی، دینی و ارزش‌های اجتماعی، گسترش مصادیق بی‌بندوباری، تضعیف اعتماد اجتماعی، عادی سازی هنجار شکنی، وابسته و مصرفی بار آوردن جوامع و.. مورد استفاده قرار بگیرد.

تحلیل نظریات و مبانی پژوهش نشان می‌دهد که بدلیل ازدیاد گرایش مردم به برنامه‌های ماهواره‌ای مثل برنامه‌های موسیقی، سریال، فیلم و...، این مسئله روی رفتار و فرهنگ مردم منطقه و همچنین عدم استقبال آنان از شبکه‌های داخلی بدلیل کیفیت نامناسب برنامه‌ها، موثر بوده است (قیسوندی و مصطفایی، ۱۳۹۰).

همچنین آقای مهدی مظاهری در طرح پژوهشی خود با عنوان بررسی تاثیر رسانه‌های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان در سال ۱۳۹۰ انجام داده است. این پژوهش در راستای تبیین تاثیر رسانه‌های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان، نخست مفهوم جهانی شدن و فرایند آن تشریح و سپس به مفهوم هویت اشاره نموده و دیدگاه جامعه‌شناسان معاصر در این رابطه شرح داده شده است. در ادامه ضمن توصیف رسانه‌های جهان و ترسیم وضعیت کنونی آن در ایران و جهان، نقش رسانه‌های جهانی در هویت فرهنگی جوانان تشریح و در خاتمه با توجه به نظر سنجی به عمل آمده از دانشجویان رشته ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق در خصوص موضوع، این نتیجه عاید گردیده که جهانی شدن در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگ و سیاسی تحولات شگرفی را موجب شده است و از طریق شکستن محدودیت‌های جغرافیایی، هرگونه محدودیت رسانه‌های جهان و اینترنت را شکسته و موجبات مشارکت مدنی هر انسان در دور افتاده‌ترین نقاط جهان را فراهم نموده است.

در موارد ذکر شده بالا هیچکدام به صورت مستقیم به بررسی نقش رسانه‌های جمعی بر امنیت ملی نپرداخته است. در این پژوهش سعی بر این است که نقش راهبردی رسانه‌های جمعی بر مولفه‌های اصلی امنیت ملی به وضوح بررسی شود و با آگاهی از این موضوع بتوان ضریب ایمنی و ثبات سیاسی جامعه را بهبود بخشید و در پایان با ارائه راهکارهای اساسی برای رسیدن به امنیت پایدار و تحقق آن که دارای اهمیت اساسی است؛ دست یافت.

۱-۶- چهارچوب نظری تحقیق

عصر کنونی را "عصر ارتباطات و عصر سلطه پدیده رسانه‌ها" بر زندگی انسان‌ها است. جهان امروز، بی‌هیچ شبهه، جهان ارتباطات است؛ تحول تاریخی جوامع در این جهت نه پیوسته، گسسته و جهشی است. منظور آن است که جهان ارتباطات در امتداد دوره‌های پیشین تاریخ حیات بشری تکوین نیافت، بلکه خود دنیایی خاص، متمایز و جهش یافته است. انسانی که هر روز در معرض تاثیر رسانه‌هاست؛ نگاه او نیز نگاه رسانه‌ای است، جزء کوچک از جهان را مستقیماً لمس می‌کند (کوچه، اتاق، مسیر به سوی محل کار و ...) اقصی نقاط جهان را از طریق رسانه می‌بیند. «ارتباط جمعی، عبارت از رساندن اطلاعات، ایده‌ها و برداشت‌ها از طریق وسایل ارتباطی و دریافت این اطلاعات به وسیله عده زیادی از انسان‌ها در یک زمان» (محسنیان راد، ۱۳۸۹: ۶۲). وسایل ارتباط جمعی آن دسته از وسایلی هستند که در تمدن جدید بوجود آمده و مورد استفاده‌اند و ویژگی اصلی آنها قدرت و شعاع عمل گسترده است، اصلاح ارتباط جمعی مشخص‌کننده آن نوع ارتباط

است که هدف برقراری رابطه با جمعی را در نظر دارد (علوی، ۱۳۸۶: ۴۳). وسایل ارتباطی همچون مطبوعات، تلویزیون، شبکه‌های ماهواره‌ای، رادیو، خبرگزاری و اینترنت، بخش جدایی‌ناپذیر تمدن نوین صنعتی‌اند و عامل نیرومند جامعه‌پذیری هستند. ارتباطات، حاصل تکنولوژی نوین است و از آن مهمتر اینکه جامعه و بویژه حکومت‌ها را برای انجام ساده‌ترین وظیفه خود نیز به این وسایل شدیداً وابسته‌اند. ارتباطات همگانی، در شیوه کسب اطلاعات، درباره جهان، انقلابی ایجاد کرده است و در القای نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی نقش بسیار مهمی دارد (دفلور و دنیس، ۱۳۸۶: ۴۱). ارتباطات جمعی، فرایندی است که توسط یک سازمان، رسانه‌ها پیام‌هایی را برای افراد زیادی تولید و منتقل می‌کنند؛ و فرایندی است که به وسیله آن، این پیام توسط یک سازمان، رسانه‌ها پیام‌هایی را برای افراد زیادی تولید و منتقل می‌کنند و فرایندی است که به وسیله آن، این پیام توسط مخاطبان جستجو، استفاده و فهمیده می‌شوند و همچنین تحت تاثیر قرار می‌گیرند (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۲۷).

امنیت مفهومی چند وجهی است و به همین جهت درباره‌ی معنای آن اختلاف نظر زیادی وجود دارد. مفهوم کلی امنیت «احساس آزادی از ترس» یا «احساس ایمنی» (ماندل، ۱۳۷۷: ۴۴) و «رهایی از تردید» (بوزان، ۱۳۷۸: ۵۲) ذکر شده است. در همین راستا، ماندل، امنیت ملی را «توانایی جامعه برای تداوم بخشیدن به ویژگی‌های سیاسی و فرهنگی بنیادی خود، تحت شرایط متحول و در مقابل تهدیدهای احتمالی یا واقعی» می‌داند. «امنیت ملی» از مفاهیم مهمی است که در عرصه روابط بین‌الملل و استراتژی‌های سیاسی - نظامی کاربرد موثری دارد. این واژه گاهی به داخل کشورها معطوف بوده و گاهی به حیطه نظام بین‌الملل تسری می‌یابد.

والتر لیپمن نخستین کسی است که امنیت ملی را تعریف کرده می‌گوید: «یک ملت وقتی دارای امنیت است در صورت اجتناب از جنگ بتواند ارزش‌های اساسی خود را حفظ کند و در صورت اقدام به جنگ بتواند آن را پیش ببرد» (روشندل، ۱۳۸۸: ۸۸). برخی، امنیت ملی را احساس آزادی کشور در تعقیب هدف‌های اساسی و فقدان ترس و خطر جدی از خارج نسبت به منافع سیاسی و اساسی و حیاتی کشور می‌دانند (آقابخشی، ۱۳۶۳: ۱۷۲). برخی دیگر نیز امنیت ملی را حالت فارغ بودن ملت نسبت به تهدید از دست دادن تمام یا بخشی از جمعیت، دارایی و خاک خود می‌دانند (رحیمی، ۱۳۸۸: ۳۵).

وسایل ارتباط جمعی به عنوان یکی از نظام‌های مدرن جامعه، متاثر از نظام اجتماعی و موفقیتشان در جلب مشارکت مردم در چهارچوب نظام حاکم بر این وسایل قابل ارزیابی است. آگاه کردن و آموزش‌های فکری و فرهنگی مردم از وظایف اصلی رسانه‌های جمعی است (پائولو، ۱۳۵۸: ۱۵۵). وسایل ارتباطی نقش و اهمیت روز افزونی در جهت جامعه‌پذیری سیاسی - اجتماعی افراد جامعه، ارتقاء و بهبود بخشی ارزش‌ها و احساسات ملی ایفا می‌نمایند، همچنین بر اندیشه و رفتار عمومی تاثیرات آشکاری می‌گذارند. آشکار است رسانه‌ها هم در یادگیری دوران کودکی و هم در یادگیری بزرگسالی نقش مهمی و موثری دارند.

با ورود وسایل ارتباط جمعی به همه زوایای یک جامعه، همبستگی ملی گسترش و قوام می‌پذیرد، افراد از تعلق خود به یک واحد ملی آگاهی می‌یابند و تبادل جریان اطلاعات بین آنان سبب توسعه این همبستگی بین آنان را فراهم می‌آورد (کیا، ۱۳۸۵: ۴۷).

رسانه‌ها همچنان که جرج گرینر اشاره می‌کند در جامعه دارای اهمیت اساسی‌اند «این اهمیت "عمومی سازی" رسانه‌های گروهی ارتباطات - توانایی عمومی‌سازی، تعریف موضوعات، فراهم ساختن واژگان مشترک اشاره، و بنابراین بهره‌گیری از توجه و قدرت - کمک‌های نظری وسیعی را باعث شده است». در تمامی مطالعات ارتباط جمعی، رسانه‌ها نقش اصلی دارند. سازمان‌های رسانه‌ای پیام‌ها را پخش می‌کنند که فرهنگ جامعه را تحت تاثیر قرار می‌دهند؛ که این رسانه‌های جمعی را به بخشی از نیروهای اصولی و نهادی جامعه تبدیل می‌سازد (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۲۷). اینیس و مک لوهان رسانه‌های جمعی را به عنوان عصاره تمدن می‌شناسند و هر دو نفر معتقدند تاریخ توسط رسانه‌های غالب در هر عصر و زمانی هدایت می‌شود و اینیس هم معتقد است رسانه‌های ارتباطی توسعه ذهن انسان هستند و علاقه اولیه و اصلی هر دوره تاریخی نوعی تعصب است که از رسانه‌های غالب مورد استفاده ناشی می‌شود. به عبارت دیگر رسانه‌ها آنچه در یک دوره تاریخی اتفاق می‌افتد و با اهمیت به نظر می‌رسد اطلاع‌رسانی می‌کنند. فلذا ارتباطات می‌تواند به عنوان وسیله مهمی در جهت تحقق، امنیت پایدار، هوشیارسازی، سازماندهی، سیاست‌ورزی و تکنیک‌دهی به افراد جامعه به کار رود.

برای اینکه ارتباطات بتواند چنین وظیفه‌ای را ایفا کند، تمام نهادهای دست‌اندر کار برای تحقق این اهداف، باید از دیدگاه فلسفی و روش شناختی ارتباطی مناسب و موزون پیروی کنند (مک لوهان، ۱۳۸۴: ۷۲۷). در جوامع معاصر مردم اساساً از طریق رسانه‌ها اطلاعات کسب می‌کنند و عقیده سیاسی خود را شکل می‌دهند. به علاوه، دست کم در ایالات متحده آمریکا، تلویزیون مهمترین منبع خبری است و اعتبار آن در طول زمان افزایش یافته است بنابراین مواضع سیاسی متضاد که به شکل احزاب و نامزدهای آنها متجلی می‌شوند برای اثرگذاری بر ذهن و اراده‌ی مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند که ابزارهای اساسی آنها در ایجاد ارتباط، تاثیر و ترغیب است، زمانی که رسانه‌ها مستقل از قدرت سیاسی باشند می‌توان گفت رسانه‌ها شکل دهنده و چهارچوب سیاست هویتی می‌باشند (کاستلز، ۱۳۸۴: ۳۷۷).

در سه دهه اخیر در سرتاسر جهان انفجار ارتباطات به وقوع پیوسته است به نظر می‌رسد که الگوی رفتاری مسلط در سرتاسر جهان این باشد که در جوامع شهری، بهره‌گیری از رسانه‌ها بعد از کار، بزرگترین فعالیت محسوب می‌شود و مسلماً در خانه بزرگترین گروه فعالیت است (کاستلز، ۱۳۸۴: ۳۸۷). ما به همراه رسانه‌ها و به کمک رسانه‌ها زندگی می‌کنیم. مک لوهان از عبارت رسانه تکنولوژیک همچون قدرت روزانه یا منابع طبیعی استفاده می‌کند که رسانه‌ها به محیط دیداری و شنیداری تبدیل شده‌اند که به گونه‌ای بی‌پایان و خودکار با آن ارتباط متقابل برقرار می‌کنیم (کاستلز، ۱۳۸۴: ۳۹۸). و با توجه به افزایش خانوارهای تک نفری و هسته‌ای روز به روز شاهد افزایش نقش رسانه‌ها در زندگی روزمره و متاثر نمودن اعتقادات، ارزش‌ها و هویت فردی می‌باشیم و می‌توان چنین تصور کرد که این حضور گسترده و قدرتمند پیام‌های صوتی و تصویری که به گونه‌ای ناخودآگاه احساسات ما را بر می‌انگیزانند تا تاثیرات شدیدی بر رفتار اجتماعی داشته باشیم پس باید

توجه داشت ما در محیط رسانه‌ای زندگی می‌کنیم و بیشتر محرک‌های نمادین ما از رسانه‌هاست که چهارچوب زبان ارتباطی اجتماعی ما را تعیین می‌کنند.

رسانه‌ها به دلیل اینکه تار و پود زندگی نمادین زندگی ما هستند، همچون تجاری واقعی که بر رویاها و رفتار ما تاثیر می‌گذارند و مواد خامی را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند. گویی دنیای رویاهای تصویری (اطلاعات-سردرگمی که تلویزیون و ... تهیه می‌شود) قدرت انتخاب، ترکیب مجدد و تفسیر تصاویر و صداهایی را که از طریق کنش جمعی یا سلیقه‌های فردی ما ایجاد شده‌اند، به ضمیر خودآگاه ما باز می‌گرداند. این سیستمی از انعکاس در آینه‌هایی است که تصاویر را کج و کوله می‌کنند: رسانه‌ها تجلی فرهنگ ما هستند و فرهنگ ما عمدتاً از طریق مواد و عناصری که رسانه‌ها فراهم کرده‌اند کار می‌کنند (کاستلز، ۱۳۸۴: ۳۹۲). همچنان که پاول اف. لازار سفلد و همکاران در یک طرح تحقیقاتی با عنوان رادیو و مطبوعات به مثابه عوامل شکل‌گیری افکار سیاسی و رای‌گیری به تاثیر رسانه و مطبوعات بر افکار و عقاید مردم اشاره نموده‌اند (ساروخانی، ۱۳۸۳: ۹۰)، می‌توان خاطر نشان ساخت قدرت نسبی رسانه‌های جمعی، حقیقت مهمی را درباره‌ی فضای ارتباطات سیاسی قرار گرفتن به ما نشان می‌دهند، افرادی که بیشترین زمان به گوش فرا دادن به رسانه‌ها و تبلیغاتشان وقت می‌گذرانند تاثیر ناپذیرترین افراد در برابر هر جریان فکری که ممکن باشد که نظرشان در مورد گرایش فکری - ارزشی و عقیدتی‌شان که رسانه‌ها القاء نموده‌اند تغییر بدهند؛ می‌باشند. که حاکی از نقش اساسی رسانه‌های جمعی است. در مورد تاثیر وسایل ارتباطی بر ارزش‌های هویتی و رفتاری افراد پژوهش‌های زیادی صورت گرفته است که نشان می‌دهد در فرایند یادگیری اجتماعی، مشاهده و تقلید جنبه‌ای مهم و حیاتی را تشکیل می‌دهد و هر برنامه رسانه‌ای (مخصوصاً تلویزیون) می‌تواند تاثیر بالقوه نیرومندی از جهت تاثیر گذاری داشته باشد (علوی، ۱۳۸۶: ۱۳۸). و همچنین با ارائه اطلاعات تازه و شخصیت‌پردازی و چهره‌سازی جدید از رهبران سیاسی - اجتماعی جهت‌گیری‌های سیاسی، هویتی و عقیدتی را شکل بخشند و در جایی که توافق جمعی وجود ندارد می‌توانند آن را ایجاد کنند.

رسانه‌ها مهمترین مجرای تبادل اطلاعات میان حکومت، مدیران و مردمنده؛ هر قدر این کانال‌ها بیشتر و محتوای آنها به زندگی واقعی مردم نزدیکتر باشد، تبادل اطلاعات بهتر صورت می‌گیرد و این امر بر توسعه فرهنگی و گسترش مشارکت اجتماعی اثر مطلوب دارد.

جای ای. آر. لی با توجه به اهمیت رسانه‌های جمعی به عنوان کانال‌های ارتباطی بین حکومت، مدیران و مردم می‌نویسد «حکومت نمی‌تواند بدون ارتباط با شهروندان به طور کلی و با اجرای سازمانی خود در سطوح مرکزی و محلی عمل کند. یکی از ویژگی‌های اساسی ارتباط، فراهم آوردن مجراهایی است که جریان مداوم اطلاعات، دستورالعمل، عقاید و مشارکت فعالانه را از حکومت به مردم و بالعکس و نیز میان ادارات مختلف حکومتی فعالانه تامین کند» (ساروخانی، ۱۳۷۶: ۹۱). رسانه‌های جمعی نقش اساسی در ایجاد بستر روانی برای گسترش آگاهی عمومی در خصوص حقوق و مطالبات شهروندی،

مشارکت سیاسی - اجتماعی و هویت‌یابی فکری - فرهنگی در ساختار سیستمی جامعه دارند و همچنین توده‌های جامعه خصوصاً جوانان را جهت پذیرش و آشنایی با اندیشه‌ها و تکنیک‌های مدرن آشنا می‌سازد.

والیهوکنز و پل لازارسفلد می‌گویند محتوای رسانه‌ها دستور کار و موضوع اصلی مورد بحث عموم مردم را تعیین می‌کند (دنيس ال و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۶). فلذا با توجه به پیشرفت‌های تکنولوژی ارتباطی و سست شدن ساختارهای اجتماعی سنتی، رسانه‌ها به عنوان عنصر حیاتی جامعه نوین در شکل دادن به جهت‌گیری‌های هویتی، فرهنگی و اجتماعی جوانان اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده‌اند (علوی، ۱۳۸۶: ۱۳۶). رسانه‌های جمعی به مثابه کانال‌های نوین ارتباطی و فرهنگی نقش مهمی در فرایند اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی به افراد جامعه دارند و یکی از مهمترین اهرم‌های آموزشی، تبلیغی، فرهنگ سازی، سازنده افکار عمومی و اجرایی و نیز از مولفه‌های اصلی هویت و مدنیت‌ساز می‌باشند.

مک لوهان معتقد است آنچه در زندگی مردم تغییر ایجاد می‌کند رسانه‌های مسلط و غالب زمان است، نه محتوا؛ رسانه‌ها آنقدر پیام‌ها و نتایج فردی، سیاسی، اجتماعی حوادث و اتفاقات در جامعه به طور وسیع که نقش محوری و اساسی جهت دهی به امنیت دارند، ثابت شده و مطابق نظر ایزنشتات، مدل نظم فرهنگی و اجتماعی در نهایت با فرایند منازعه و رقابت بر سر کنترل و تخصیص منابع و منازعه بر هژمونی گفتمانی در ارتباط است؛ که رسانه‌های جمعی نقش برجسته‌ای در تقویت این هژمونی گفتمان ارتباطی دارند (Eisenstadt, ۱۹۹۸: ۲۳۰).

باید خاطر نشان ساخت؛ مبانی و چهارچوب تئوریک این پژوهش با بهره‌گیری از نظریه کارکردگرایی انجام گرفته است که در زیر به تشریح آن می‌پردازیم:

نظریه کارکردگرایی

تعریف نقش‌ها و کارکردهای فردی و اجتماعی پیام‌های ارتباطی، منبعث از نظریه کارکردگرایی است. این نظریه ضمن بنیادی انگاشتن ارزش‌ها و هنجارهای مشترک برای جامعه، بر نظم و ثبات سیاسی - اجتماعی مبتنی بر توافق‌های ضمنی تاکید می‌کند و دگرگونی‌های اجتماعی را دارای آهنگی کند و سامانمند می‌داند. کارکردگرایی در تبیین پدیده‌های اجتماعی، به خدمتی که این پدیده‌ها در نظم و تعادل چهارچوب اجتماعی دارند توجه و همه رخدادهای و فعالیت‌های نهادینه شده را براساس نیازهای جامعه توجیه می‌کند. بنابراین نقش و کارکردهایی که برای رسانه‌ها در جامعه تعریف می‌کند، رفع نیازهایی چون تداوم، نظم و یکپارچگی، هدایت و سازگاری است. از این دیدگاه، جامعه از عناصر مختلفی تشکیل می‌شود که به یکدیگر متکی هستند و به صورت یک نظام در محیط خود فعالیت می‌کنند. رسانه‌ها یکی از عناصر زیر مجموعه نظام محسوب می‌شوند که بخش‌های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می‌سازند و ضمن تامین نظم و یکپارچگی درونی نظام، ظرفیت پاسخگویی آن را در بحران‌ها بر اساس واقعیت افزایش می‌دهند.

امیل دورکیم با نگاهی کارکردی به جامعه و تشبیه آن به ارگانیسم موجود زنده، ضمن تاکید بر نظم و انسجام اجتماعی، بر اهمیت ارتباط در فرایند حفظ و تحول جامعه و نقشی که این ارتباط در تولید و بازتولید اجماع و توافق در مورد مسائل و حفظ تعادل در جامعه ایفا می‌کند، اشاره دارد. بنابراین، تجزیه و تحلیل کارکرد رسانه‌های جمعی بر نقش رسانه در حفظ نظم و ساختار اجتماعی تمرکز دارد و به بررسی این امر می‌پردازد که رسانه‌ها چگونه برای حفظ تعادل در جامعه، نقش معینی را انجام می‌دهند.

کوبین ویلیامز، مشخصه‌های کارکردگرایی و کارکرد رسانه‌ها را چنین بر می‌شمارد:

۱- کارکردگرایی به جامعه به عنوان نظامی از عناصر و بخش‌های به هم پیوسته با فعالیت‌های مرتبط به هم، مداوم و از پیش تعریف شده می‌نگرد.

۲- چنین جامعه‌ای به سمت تعادل پویا تمایل دارد و اگر ناهماهنگی در آن رخ دهد، نیروهای درون جامعه برای اسقرار دوباره‌ی نظم دخالت می‌کنند.

۳- تمامی فعالیت‌های مرتبط به هم، مداوم و از پیش تعریف شده جامعه، در حفظ تعادل سیستم هستند.

۴- بعضی از فعالیت‌های از پیش تعریف شده و مداوم جامعه، برای بقای آن ضرورت دارند.

۵- رسانه‌های ارتباط جمعی یکی از فعالیت‌های از پیش تعیین شده و مداوم هستند و در حفظ ثبات و تعادل جامعه نقش دارند.

۶- ارتباط جمعی یکی از عناصر لازم و ضروری ساختار جامعه است و جامعه بدون آن نمی‌تواند به حیات خود ادامه دهد.

۷- وسایل ارتباط جمعی در صورت خلق بی‌نظمی و ناهماهنگی، دارای کژ کارکردی می‌شوند (ویلیامز، ۱۳۸۶: ۶۲).

یکی از محققانی که به طور جدی به نقش و کارکرد پیام ارتباطی در جامعه توجه کرده است، هارولد لاسول محقق ارتباطات و استاد حقوق در دانشگاه ییل است. وی سه کارکرد « نظارت بر محیط»، « همبستگی اجتماعی» و «انتقال میراث فرهنگی» را برای مطبوعات و رسانه‌ها بر می‌شمارد (لاسول، ۱۳۸۳: ۵۹). که چارلز رایت کارکرد تفریحی را به آن افزوده است.

کوبین ویلیامز (۱۳۸۶) تحلیل کارکردگرایانه وسایل ارتباط جمعی را مبتنی بر این باور می‌داند که تمامی عناصر جامعه از جمله رسانه‌ها، چنان شکل گرفته و سازماندهی شده‌اند که حافظ و حامی ثبات جامعه باشند.

جان گیبینز و بوریمر به چهار نقش رسانه‌ها در زندگی روزمره اشاره می‌کنند:

- رسانه‌ها به فرایند ساختن هویت کمک می‌کنند.

- فراورده‌های زیبا شناختی و فرهنگی رسانه‌ها برای فرایند هویت سازی، اهمیت اساسی دارند. مردم با مصرف تولیدات رسانه‌ای، زندگی معمولی‌شان را برای مدتی رها می‌کنند و به چیز دیگری روی می‌آورند. بنابراین تجربه زیبا شناختی و فرهنگی امکانات ویژه برای خود اندیشی فراهم می‌کند.

- رسانه‌ها به فرایند معنا سازی کمک می‌کنند.

- در جهان پیچیده‌ای که حوادث و رویدادهای گوناگون در آن رخ می‌دهد رسانه‌ها با شکل دادن به الگوی ذهنی مخاطبان، رویدادها را برای آن‌ها معنادار و قابل فهم می‌سازند و از این طرق به شکل‌گیری نگرش‌های آنها کمک می‌کنند.

- رسانه‌ها برای مردم لذت بخش هستند.

- رسانه‌ها به ساختن شدن زندگی روزمره کمک می‌کنند.

زندگی روزمره مبتنی بر عادات است و از رسانه‌ها برای عادات بخشیدن به زندگی استفاده می‌شود.

مردم هنگام صرف صبحانه روزنامه می‌خوانند، در اتومبیل هنگام رفتن به محل کار به رادیو گوش می‌دهند و هر شب تلویزیون تماشا می‌کنند.

یک نقش مهم رسانه‌ها در ساختن کردن زندگی روزمره این است که آنها حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. با کمک رسانه‌ها، حوزه‌های خصوصی می‌توانند عمومی شوند و بالعکس. شخصی در اتاق خود می‌تواند از طریق اینترنت با جهان در ارتباط باشد. به همین ترتیب، استفاده از واکمن در اتوبوس، یک حوزه عمومی می‌تواند خصوصی شود (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۱: ۷۳-۷۰).

لذا در محیط راهبردی نوظهور، ترکیب افزایش سرعت، توانمندی و انعطاف‌پذیری گردش اطلاعات همراه با افزایش دسترسی به انواع اطلاعات از جمله برتری فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی پیشرفته است. پس می‌توان در این فضا با بهره‌گیری موثر و مفید از رسانه‌ها و هدایت‌سازی آنها در راستای تامین امنیت و همبستگی ملی، قومی و یکپارچه‌سازی فرهنگی جامعه گام مهمی برداشت.

۱-۷- روش تحقیق

روش انجام این تحقیق با توجه به ماهیت و اهداف پژوهش بررسی از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی می‌باشد، توصیف خوب اساس کار تحقیق و پژوهش است، شناخت و آگاهی درباره‌ی شکل و ماهیت جامعه فراهم می‌آورد، که می‌تواند عینی یا انتزاعی باشد، توصیف خوب منجر به طرح پرسش‌هایی (چرایی) تحقیق تبیینی می‌شود. در کل محقق مشاهده می‌کند و به توصیف مشاهداتش می‌پردازد. در این پژوهش رسانه و کارکردهای آن در سطح داخلی و خارجی توصیف و تبیین شده است تا بتوان نقش آنها را بر امنیت ملی به وضوح فهمید. و مطالب مربوط با هدف بکارگیری مناسب در امر تحقیق مورد توصیف، تبیین و تفصیر قرار گرفته‌اند و با رویکردی ترکیبی تدوین گشته است.

۱-۸- روش و ابزار گردآوری تحقیق

روش‌های اسنادی در زمره روش‌ها یا سنجه‌های غیرمزاحم و غیرواکنشی به شمار می‌آید به این دلیل که هنگام استفاده از دیگر روش‌ها نظیر مشاهده، مصاحبه و ... مشکل اساسی جمع‌آوری اطلاعات است و حال آنکه به هنگام کاربردهای روش‌های اسنادی اطلاعات موجودند. علاوه بر آن، این روش‌ها از مشکلات بزرگی که در تحقیقات آزمایشی یا حتی مصاحبه پیش می‌آید مبری هستند. در این پژوهش روش جمع‌آوری اطلاعات منابع کتابخانه‌ای، اسنادی و آرشیوی است که در آن با مروری جامع بر ادبیات، کتاب و منابع معتبر به جمع‌آوری اطلاعات در خصوص موضوعات رسانه‌های جمعی، امنیت ملی و مولفه‌های اصلی امنیت پرداخته شده است.

۱-۹- فرضیه‌های تحقیق

۱- فرضیه اصلی

- رسانه‌های جمعی نقش راهبردی بر امنیت ملی دارند.

۲- فرضیه‌های فرعی

- رسانه‌های جمعی با کارکردهای متنوع خبری، تشریحی، آموزشی، تفریحی و ... که دارند نقش برجسته‌ای بر هژمونی گفتمانی حاکم بر جامعه دارند.

- رسانه‌ها نقشی اساسی بر ثبات سیاسی، افکار عمومی، هنجارها، ارزش‌های، هویت، فرهنگ، ارزش‌های اساسی حاکم بر جامعه و ... دارند.

۱-۱۰- چه کاربردی از انجام تحقیق متصور است؟

بدون تردید هر جامعه و حکومتی در تلاش برای رسیدن به اهداف و دکترین سیاسی، پیشبرد اهداف و استراتژی‌های خود در ابعاد داخلی و خارجی، تقویت منافع و قدرت ملی، دستیابی به توسعه و جامعه آرمانی مورد نظر خود می‌باشد. دستیابی به این اهداف و مولفه‌ها در گرو تامین و تقویت امنیت ملی است. تحلیل مبانی و نظریات پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی از طریق " تقویت و نهادینه ساختن ثبات سیاسی، هویت ملی، افکار عمومی، جامعه پذیری سیاسی، فرهنگ راهبردی، قدرت ملی، مشارکت سیاسی- اجتماعی، وفاق ملی، آزادی و... پیشبرد اهداف دیپلماتیک کشور و مقابله با تهدیدات خارجی نقش استراتژیک و راهبردی در تقویت، جهت دهی و بحران زدایی امنیت ملی دارند و می‌توانند فضای همبستگی، وحدت و انسجام ملی را فراهم نمایند.

۱-۱۱- مراجع استفاده کننده از نتایج پایان نامه

نتایج حاصل از این تحقیق می‌تواند مورد بهره‌برداری و استفاده محققین، صاحب‌نظران و متولیان امور رسانه‌ای، سیاسی و روابط بین‌الملل قرار بگیرد و از پتانسیل و ظرفیت رسانه‌ها در جهت دستیابی به اهداف و استراتژی‌های امنیت ملی استفاده موثری گردد.

۱-۱۲- جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه آماری مورد استفاده پژوهش کلیه اسناد و مدارک علمی، کلیه اسناد و مدارک مرتبط با موضوع نقش راهبردی رسانه‌های جمعی بر امنیت ملی در ابعاد سیاسی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، دفاعی و امنیتی بوده که با تکنیک و ابزار یادداشت برداری توصیفی- تحلیلی، اطلاعات مورد نظر بررسی و مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. پژوهش در سطح وسیع ملی تدوین گشته تا نقش رسانه‌ها بر امنیت ملی در ابعاد داخلی و خارجی به خوبی تفهیم شود و در این پژوهش کل جامعه ملی مورد مطالعه قرار گرفته و نمونه خاصی مد نظر ندارد.

۱-۱۳- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

این پژوهش به بررسی مفاهیم امنیت ملی و رسانه‌های جمعی، بررسی رابطه بین آنها و نقش اساسی که رسانه‌های جمعی بر امنیت ملی در ابعاد داخلی و خارجی دارند پرداخته است. این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی است و اطلاعات جمع‌آوری شده را با توجه به مبانی نظری پژوهش باید تجزیه و تحلیل شده است که مبانی تئوریک طرح با استفاده از نظریات رسانه‌ای کاشت (تاثیر قدرتمند رسانه‌ها)، نظریه گلوله جادویی، نظریه وابستگی، نظریه ماریپیچ سکوت و وابستگی انجام گرفته است؛ که رسانه‌ها نقش راهبردی بر مولفه‌های اصلی امنیت ملی در ابعاد داخلی و خارجی، گفتمان حاکم بر جامعه و افکار عمومی و ثبات سیاسی جامعه دارند.

۱-۱۴- ادبیات تحقیق

هدف مبانی و چهاچوب نظری پژوهش که بر اساس نظریات رسانه‌ای کاشت (تاثیر قدرتمند رسانه‌ها)، نظریه گلوله جادویی، نظریه برتری طلبی، نظریه وابستگی و مکتب فرانکفورت انجام شده؛ بررسی نقش راهبردی رسانه‌های جمعی بر امنیت ملی کشورها است که با تاکید بر نقش رسانه‌ها (از دیدگاه مثبت) بر مولفه‌های اصلی امنیت ملی در ابعاد داخلی (نقش رسانه‌های جمعی بر هویت ملی، انسجام و وفاق ملی، افکار عمومی، فرهنگ راهبردی، آزادی، رفتار انتخاباتی، جامعه-پذیری سیاسی، اعتماد سازی و ...)، و خارجی (نقش رسانه‌های جمعی بر روابط دیپلماتیک و سیاست خارجی) است و این روابط را توصیف، تحلیل و تبیین نماید، تا بتوان فرضیات مورد نظر را سازماندهی نمود. و همچنین ارائه راهکارها و راهبردهای اساسی در راستای تقویت مبانی فکری، فرهنگی، اجتماعی و ارزشی جامعه حول منافع و امنیت ملی پایدار می-باشد.

۱-۱۵- تعریف عملیاتی مفاهیم

۱- رسانه‌های جمعی:

وسایل ارتباط جمعی آن دسته از وسایلی هستند که در تمدن‌های جدید به وجود آمده و مورد استفاده‌اند و ویژگی اصلی آنها قدرت و شعاع عمل گسترده است، اصلاح ارتباط جمعی مشخص کنند آن نوع ارتباط است که هدف برقراری رابطه با جمعی را در نظر دارد (علوی، ۱۳۸۶: ۴۳). رسانه‌های جمعی به معنی آن است که جریان اطلاعات^۱ از طرف یک منبع روابط عمومی می‌تواند به شکلی کارا و به سرعت به میلیون‌ها نفر برسد (دنيس ال و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۷۱).

۲- امنیت ملی:

برخی، امنیت ملی را احساس آزادی کشور در تعقیب هدف‌های اساسی و فقدان ترس و خطر جدی از خارج نسبت به منافع سیاسی، اساسی و حیاتی کشور می‌دانند (آقابخشی، ۱۳۶۲: ۱۷۲). برخی دیگر نیز امنیت ملی را حالت فارغ بودن ملت نسبت به تهدید از دست دادن تمام یا بخشی از جمعیت، دارایی و خاک خود می‌دانند (رحیمی، ۱۳۸۸: ۳۵).

امنیت ملی عبارت است: ایجاد شرایطی که در آن دولت - ملت با اطمینان خاطر از فقدان هرگونه تهدید یا اقدامی علیه منافع و ارزش‌های مادی و معنوی خود که آنها را حیاتی قلمداد می‌کند یا داشتن توانایی مقابله با این تهدیدها و اقدامها، به زندگی ادامه دهد (عیوضی، ۱۳۸۸: ۳۱۰).

^۱. Information

تعریف‌های فراوانی از امنیت و امنیت ملی در منابع آمده است. بسیاری از این تعریف‌ها بر حفظ تمامیت ارضی یک کشور در مقابل تهدیدهای خارجی تاکید دارند؛ در حالی که چهره‌ی متحول جهان امروز، چهارچوب‌های امنیت ملی را نیز دستخوش تحول ساخته است. عدم ثبات و سیال بودن شکلی و ماهوی امنیت ملی است (کاوایی راد، ۱۳۸۳: ۶۷۰)،

۳- ثبات سیاسی:

ثبات سیاسی و پایداری، همواره یکی از مهمترین اهداف حکومت‌هاست و اندیشمندان سیاسی نیز همواره نخستین هدف و کارکرد نظام سیاسی را عبارت از ثبات سیاسی و استقرار امنیت می‌دانند (گار، ۱۳۷۶: ۲۴). ثبات سیاسی حالتی است که ضمن فقدان تعارضات و شکاف‌های سیاسی و ساختاری، گسست‌های اجتماعی و ناامنی؛ بر حفظ تعادل سیستم سیاسی - اجتماعی و همبستگی عمومی و وفاق همگانی متکی است و با عواملی نظیر فرصت‌های سیاسی، محرومیت و توسعه، عوامل خارجی و ساختار بین‌المللی، آنوی سیاسی، مشروعیت، تنوع قومی و مذهبی، ساختار حاکمیت، جنبش‌های اجتماعی و فکری، فرهنگ سیاسی دگرساز و مسایل اقتصادی در ارتباط می‌باشد (محمدی، ۱۳۹۰: ۱۵۳).

۴- نقش راهبردی:

نقش به روابط و رویکردی اطلاق می‌شود که یک فرد، سازمان و نهاد خاصی برای نیل به اهداف یا منزلت اجتماعی برقرار می‌نماید. راهبرد، معادل استراتژی است که به مفهوم هنر و فن طرح‌ریزی، ترکیب و تلفیق عملیات نظامی برای رسیدن به هدف مشخص جنگی به کار برد. ولی از اوایل قرن بیستم، آلفرد ماهان و هانس دلبروک در کاربرد جدید بر ارتباط نزدیک جنگ و سیاست تاکید کردند و مفهوم کنونی آن، راه و روش رسیدن به هدف‌هاست و اموری، استراتژی شمرده می‌شود که بلندمدت و در محیط رقابتی بوده و جنبه حیاتی داشته باشد (طیبی، ۱۳۸۲: ۱۰۹ - ۱۱۱). استراتژی بزرگ، به معنی هدایت مدیریت تمامی منابع یک ملت و یا گروهی از ملت‌ها، برای کسب راهنمایی و هدف‌های سیاسی است (بیلیس، ۱۳۸۳: ۲۳). نقش راهبردی به معنای راه و روش رسیدن و راهنمایی برای کسب هدف‌های اساسی است. نقش راهبردی دارای شاخصه‌هایی نظیر: بلندمدت بودن، رقابتی، جامع‌نگری، دارای اهداف حیاتی و ملی و ... است. در مباحث حاکمیتی و امنیت ملی، منظور از نقش راهبردی، استفاده از ظرفیت‌ها، تجمیع توانمندی‌های مادی و معنوی و هدایت آنها در بستری مناسب برای تقویت منافع ملی و همراهی افکار عمومی با سیاست‌ها و آرمان‌های جامعه می‌باشد، که به نظر می‌رسد رسانه‌ها در بستر سازی برای تحقق این امر مهم، جایگاهی ویژه دارند.

۱-۱۶- نتیجه

رسانه‌ها در دوران کنونی به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم تبدیل شده‌اند. مردم در طول شبانه‌روز، از محتواهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی و سرگرمی رسانه‌ها استفاده می‌کنند. نسل کنونی جامعه که از ابتدای حیات همراه با رسانه‌ها رشد کرده است، در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز، بخش عظیمی از فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه‌ها دریافت می‌کنند.

از این رو نباید نقش رسانه‌ها را بر امنیت پایدار جامعه و کارکردهای مثبت آنها در عرصه آموزش، اطلاع‌رسانی و ترویج دانش‌های نوین و رفتارهای اصلاح شده هدفمند را نادیده گرفت بلکه باید با شناخت جایگاه رسانه‌ها در جامعه‌پذیری سیاسی و ارائه و انتقال محتوای فرهنگی به جامعه، به تدوین و سیاستگذاری مناسب از آنها پرداخت و در راه تقویت و پالایش عناصر فرهنگی، ارتقای فرهنگ امنیت و انتقال میراث فرهنگی به نسل آینده کوشش کرد.