

عنوان مقاله:

کارکرد جنگ رسانه ای آمریکا علیه ایران در مدیریت ادراک اثرگذاری تحریم های اقتصادی ایران

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد جهانی و تحریم ها (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محسن جودکی - کارشناس ارشد اقتصاد و کارشناس موسسه گروه پژوهشی تحلیل گران فناور (ایتان)

فرهنگ مجاهد - کارشناس ارشد اقتصاد و کارشناس موسسه گروه پژوهشی تحلیل گران فناور (ایتان)

خلاصه مقاله:

در سالیان اخیر راهبرد ایالات متحده آمریکا برای مقابله با نظام جمهوری اسلامی ایران از جنگ نظامی به جنگ اقتصادی تغییر کرده است. تحریم های اقتصادی مهمترین ابزار این جنگ می باشد. آمریکا همزمان با به کارگیری تحریم ها، با اعمال نفوذ در عرصه فناوری و ارتباطات، از آن به عنوان پیوست جنگ اقتصادی خود علیه ایران استفاده می کند که در این پژوهش تحت عنوان جنگ رسانه به آن پرداخته شده است. نبردی که تکمیل کننده پازل آمریکا برای مواجهه نرم، تغییر رفتار و در نهایت براندازی نظام جمهوری اسلامی ایران است. در این تحقیق با استفاده از روش تحلیلی به کمک مطالعات اسنادی کتابخانه ای و منابع اینترنتی به بررسی راهبرد و ابزارهای دشمن در جنگ رسانه ای و راهکارهای مقابله با آن پرداخته می شود. نتایج پژوهش نشان می دهد که آمریکا با استفاده از ابزارهای رسانه ای مانند پیام رسان ها و شبکه های اجتماعی دارای سرور خارجی و شبکه های خبری و ماهواره ای به راهبرد آدرس غلط- وارونه نمایی و ارتباط دادن ریشه مشکلات اقتصادی به تحریم ها- اقدام می کند. در ادامه به لزوم تدوین نظام حکمرانی مجازی بومی و توسعه شبکه ملی اطلاعات و تقویت رویکرد فعال صدا و سیما در تبیین راهکارهای مقابله با تحریم ها پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

جنگ اقتصادی، جنگ رسانه ای، تحریم ها، ایران، آمریکا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/988811>

