

# Designing a Comprehensive Indigenous Model for the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB) to Counter the Psychological Operations of Hostile Persian-Language Media against the Nation and the Leadership of the Islamic Revolution

**Shahabeddin Alemi**

PhD in Educational Management, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: [alemi@iran.ir](mailto:alemi@iran.ir)

 0000-0003-2844-3041

## Abstract

The psychological operations of hostile Persian-language media, such as BBC Persian, Iran International, and Amade News, are designed to weaken national beliefs, undermine the position of the Leader of the Islamic Revolution, and create a rift between the nation and the system of the Islamic Republic of Iran. This applied study was conducted using a descriptive-survey method. Data were collected through a localized standard questionnaire from 137 experts in soft war and media at the Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB) in Tehran. Content analysis of 200 media samples revealed that rumor-spreading (45%), distortion of statements (35%), and character assassination (20%) are the main techniques employed by these media. The results of the T-test and Delphi analysis indicate the limited impact of these operations in the short term and their failure in the long term, owing to the nation's deep bond with the Guardianship of the Jurist. The proposed indigenous model, with its emphasis on planning, content production, promotion of media literacy, and knowledge management, provides operational solutions for IRIB. This model can neutralize the threats of psychological warfare by strengthening national cohesion.

**Keywords:** Psychological Operations; Media Warfare; External Media Influence; National Leadership Discourse; National Broadcasting.

Doi: [10.22034/qjir.2026.516646.1102](https://doi.org/10.22034/qjir.2026.516646.1102)

Creative Commons Attribution 4.0 International CC BY 4.0



# طراحی مدل بومی جامع مقابله با عملیات روانی رسانه‌های فارسی‌زبان معاند علیه ملت و رهبری انقلاب اسلامی برای رسانه ملی<sup>۱</sup>

شهاب الدین عالمی

دکتری مدیریت آموزشی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: alemi@iran.ir

0000-0003-2844-3041

## چکیده

عملیات روانی رسانه‌های فارسی‌زبان معاند، نظیر بی‌بی‌سی فارسی، ایران اینترنشنال و آمدنیوز، با هدف تضعیف باورهای ملی، تخریب جایگاه رهبری انقلاب اسلامی و ایجاد شکاف میان ملت و نظام جمهوری اسلامی ایران طراحی شده‌اند. این پژوهش با هدف طراحی مدل بومی جامع برای رسانه ملی به منظور خنثی‌سازی این تهدیدات و تقویت همبستگی ملی انجام شد. مطالعه از نوع کاربردی و با روش توصیفی-پیمایشی اجرا گردید. داده‌ها از طریق پرسشنامه استاندارد بومی‌سازی شده از ۱۳۷ نفر از کارشناسان جنگ نرم و رسانه سازمان صداوسیما در تهران جمع‌آوری شد. تحلیل محتوای ۲۰۰ نمونه رسانه‌ای نشان داد که شایعه‌پراکنی (۴۵٪)، تحریف بیانات (۳۵٪) و تخریب شخصیت (۲۰٪) از تکنیک‌های اصلی این رسانه‌هاست. نتایج آزمون T و تحلیل دلفی حاکی از تأثیر محدود این عملیات در کوتاه‌مدت و ناکامی آن‌ها در بلندمدت به دلیل پیوند عمیق ملت با ولایت‌فقیه است. مدل بومی پیشنهادی با تأکید بر برنامه‌ریزی، تولید محتوا، ارتقای سواد رسانه‌ای و مدیریت دانش، راهکارهایی عملیاتی برای رسانه ملی ارائه می‌دهد. این مدل می‌تواند با تقویت انسجام ملی، تهدیدات جنگ روانی را خنثی کند.

**واژگان کلیدی:** عملیات روانی، جنگ رسانه‌ای، رسانه‌های معاند، رهبری انقلاب اسلامی، رسانه ملی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۱۲

فصلنامه رهنمون انقلاب اسلامی، سال ۳، شماره ۲ (پیاپی)، تابستان ۱۴۰۵، صص ۸۷-۱۰۵

دسترسی به مقالات نشریه علمی رهنمون انقلاب اسلامی (Open Access) است.

Creative Commons Attribution 4.0 International CC BY 4.0

نشریه علمی «رهنمون انقلاب اسلامی» تحت مجوز بین‌المللی

Doi: 10.22034/rir.2026.516646.1102

مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرات مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه رهنمون انقلاب اسلامی نمی‌باشد.

<sup>۱</sup> این مقاله از اثر پژوهشی نویسنده اول مربوط به دوره چهارم گروه هنر و رسانه دوره پژوهشگری معارف انقلاب اسلامی با عنوان «عملیات روانی رسانه‌های فارسی‌زبان علیه ملت و رهبری جمهوری اسلامی ایران: طراحی مدل بومی جامع مقابله برای رسانه ملی» استخراج شده است.

## مقدمه

در عصر انفجار اطلاعات، رسانه‌ها به ابزارهای کلیدی در نبردهای روانی تبدیل شده‌اند. عملیات روانی، به‌عنوان علمی برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتارهای جوامع، از طریق فناوری‌های ارتباطی-اطلاعاتی اجرا می‌شود (ایروانی و افقاری، ۱۴۰۱). نظام سلطه جهانی، با درک نقش محوری انقلاب اسلامی ایران در بیداری جوامع آزاده، به‌ویژه مسلمانان، از رسانه‌های فارسی‌زبان معاند نظیر بی‌بی‌سی فارسی، صدای آمریکا، ایران اینترنشنال و کانال‌های تلگرامی مانند آمدنیوز برای تضعیف نظام جمهوری اسلامی استفاده کرده است (مولانا، ۱۳۹۸). این رسانه‌ها با بهره‌گیری از تکنیک‌هایی مانند شایعه‌پراکنی، تحریف واقعیت‌ها و تخریب شخصیت، به‌ویژه جایگاه رهبری انقلاب اسلامی، تلاش دارند اعتماد عمومی به نهاد ولایت‌فقیه را مخدوش کرده و انسجام ملی را تضعیف کنند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹).

انقلاب اسلامی ایران با بنیان‌های الهی و تأکید بر استقلال فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، از بدو تأسیس به‌عنوان سدی در برابر نظام سلطه شناخته شده است. رهبری انقلاب اسلامی، به‌عنوان محور انسجام ملی و نماد مقاومت در برابر استعمار فرانو، هدف اصلی این عملیات روانی قرار گرفته‌اند. آیت‌الله خامنه‌ای فرمودند: «امروز جنگ دنیا، جنگ رسانه‌هاست. پیشرفت کارها و سیاست‌های بین‌المللی به‌وسیله تبلیغ، خبرسازی و تبیین‌های درست و نادرست انجام می‌گیرد» (خامنه‌ای، بیانات: ۱۳۸۳/۰۹/۱۱). این دیدگاه بر ضرورت هوشیاری در برابر جنگ رسانه‌ای و طراحی راهبردهای مقابله‌ای تأکید دارد.

رسانه ملی، به‌عنوان بازوی رسانه‌ای نظام جمهوری اسلامی، وظیفه خطیری در خنثی‌سازی این تهدیدات و تقویت پیوند میان ملت و رهبری انقلاب اسلامی بر عهده دارد. با این حال، فقدان مدل بومی جامع برای مقابله با عملیات روانی، خلأیی جدی در عملکرد صداوسیما ایجاد کرده است. برای درک بهتر منطق پژوهش، ترسیم روابط میان مفاهیم کلیدی ضروری است: رسانه‌های فارسی‌زبان معاند با بهره‌گیری از تکنیک‌هایی نظیر شایعه‌پراکنی، تحریف بیانات و تخریب شخصیت، عملیات روانی طراحی‌شده‌ای را اجرا می‌کنند که هدف غایی آن تضعیف جایگاه رهبری انقلاب اسلامی و در نتیجه ایجاد شکاف میان ملت و نظام جمهوری اسلامی ایران است. در

این زنجیره، رسانه ملی به عنوان تنها بازوی رسمی رسانه‌ای نظام، نقشی کلیدی در خنثی‌سازی این تهدیدات ایفا می‌کند. مدل بومی پیشنهادی در این پژوهش، با تمرکز بر چهار مؤلفه برنامه‌ریزی، تولید محتوا، ارتقای سواد رسانه‌ای و مدیریت دانش، درصدد است این نقش خنثی‌کننده را عملیاتی سازد. داده‌های این پژوهش عمدتاً بر بازه زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ متمرکز است که دوره اوج‌گیری عملیات روانی رسانه‌های معاند با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی نوین محسوب می‌شود.

سؤال اصلی پژوهش این است: مدل بومی جامع مقابله با عملیات روانی رسانه‌های فارسی‌زبان معاند علیه ملت ایران و رهبری انقلاب اسلامی چیست؟ اهداف پژوهش شامل تحلیل اقدامات این رسانه‌ها، بررسی تأثیر آن‌ها بر نگرش‌های مردم و ارائه راهکارهای عملیاتی برای رسانه ملی است. فرضیات پژوهش نیز بر هدفمند بودن اقدامات معاندین، تأثیر محدود این عملیات در بلندمدت و کارآمدی مدل بومی پیشنهادی تأکید دارند. این مطالعه با تکیه بر داده‌های میدانی و مبانی نظری جنگ نرم، گامی در راستای تقویت توان رسانه‌ای کشور در برابر تهاجم فرهنگی برمی‌دارد.

### مرور ادبیات و پیشینه پژوهش

#### مفاهیم کلیدی

**عملیات روانی:** عملیات روانی به مجموعه فرآیندهای ذهنی و روانی اطلاق می‌شود که با هدف پردازش اطلاعات، تصمیم‌گیری و تأثیر بر رفتارها طراحی می‌شوند (ایروانی و افقاری، ۱۴۰۱). این عملیات شامل تکنیک‌هایی نظیر تبلیغات، شایعه‌پراکنی و تحریف است که برای کنترل اذهان عمومی به کار می‌روند.

**جنگ رسانه‌ای:** جنگ رسانه‌ای به نبرد اطلاعاتی در فضای رسانه‌ای اشاره دارد که با هدف شکل‌دهی به افکار عمومی و تأثیر بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی و اجتماعی اجرا می‌شود (امیرانی و همکاران، ۱۴۰۱). چامسکی و هرمن (۱۹۸۸) در کتاب ساخت رضایت نشان دادند که رسانه‌ها با کنترل جریان اطلاعات، نگرش‌های جوامع را هدایت می‌کنند.

**جنگ نرم:** جنگ نرم، برخلاف جنگ سخت که مبتنی بر نیروی نظامی است، از ابزارهای فرهنگی، اجتماعی و رسانه‌ای برای تغییر باورها و رفتارها استفاده می‌کند

(حسن‌کاوایی و آبنیکی، ۱۴۰۰). این نوع جنگ با ایجاد جذابیت و مدیریت احساسات، به تدریج بر جامعه هدف تأثیر می‌گذارد (شیرملکی و همکاران، ۱۴۰۰).  
**استعمار فرانزو:** استعمار فرانزو، مرحله نوین استعمار است که بر سلطه فرهنگی و نفوذ در افکار عمومی از طریق رسانه‌ها متمرکز است (فانون، ۱۹۶۳؛ نکرومه، ۱۹۶۵). این شکل از استعمار با ابزارهای غیرنظامی، مانند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، اهداف خود را پیش می‌برد (باستانی و همکاران، ۱۳۹۹).

### پیشینه تاریخی استعمار و جنگ روانی

استعمار در طول تاریخ سه مرحله را طی کرده است:

۱. **استعمار کهن** (قرن ۱۶ تا اواسط قرن ۲۰): مبتنی بر اشغال نظامی و غارت مستقیم منابع بود (فانون، ۱۹۶۳).
۲. **استعمار نو** (پس از جنگ جهانی دوم تا انقلاب اسلامی): با نصب حاکمان دست‌نشانده، سلطه غیرمستقیم را حفظ می‌کرد (نکرومه، ۱۹۶۵).
۳. **استعمار فرانزو** (پس از انقلاب اسلامی): با استفاده از رسانه‌ها و نفوذ فرهنگی، به تغییر باورها و رفتارها می‌پردازد (چامسکی و هرمن، ۱۹۸۸). پس از پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷، نظام سلطه جهانی با درک نقش محوری رهبری انقلاب اسلامی به‌عنوان ستون نظام، عملیات روانی خود را بر تضعیف جایگاه ایشان متمرکز کرد (امیری و کاظمی، ۱۴۰۰). رسانه‌های فارسی‌زبان معاند با تکنیک‌هایی نظیر شایعه‌پراکنی (مانند شایعات سلامت آیت‌الله خامنه‌ای در سال ۱۴۰۰)، تحریف بیانات و تخریب شخصیت، به دنبال ایجاد شکاف میان ملت و رهبری انقلاب اسلامی هستند (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹).

### تعاریف مفهومی

**عملیات روانی:** عملیات روانی به مجموعه اقدامات برنامه‌ریزی‌شده‌ای گفته می‌شود که با هدف تأثیرگذاری بر نگرش‌ها، باورها و رفتارهای مخاطبان، از طریق ابزارهای رسانه‌ای و ارتباطی انجام می‌شود. این عملیات معمولاً با استفاده از تکنیک‌های تبلیغاتی، مانند شایعه‌پراکنی، تحریف و تخریب، اهداف سیاسی و فرهنگی را دنبال می‌کند (مولانا، ۱۳۹۸).

**جنگ رسانه‌ای:** جنگ رسانه‌ای به استفاده هدفمند از رسانه‌ها برای پیشبرد اهداف سیاسی، فرهنگی و اجتماعی، به‌ویژه در تضعیف دشمنان و تقویت جایگاه خود، اطلاق می‌شود. این جنگ شامل دروازه‌بانی اخبار، چارچوب‌بندی و پروپاگاندا است (اسدی و رافع دریب، ۱۴۰۰).

**رهبری انقلاب اسلامی:** آیت‌الله خامنه‌ای، به‌عنوان رهبر انقلاب اسلامی، محور انسجام ملی و نماد مقاومت در برابر نظام سلطه هستند. جایگاه ایشان در قانون اساسی و فرهنگ ایرانی-اسلامی، نقشی کلیدی در حفظ استقلال و هویت ملی دارد (امیری و کاظمی، ۱۴۰۰).

**رسانه‌های معاند:** رسانه‌های فارسی‌زبان معاند، مانند بی‌بی‌سی فارسی، ایران اینترنشنال و آمدنیوز، با حمایت مالی و سیاسی نظام سلطه، به دنبال تضعیف نظام جمهوری اسلامی از طریق عملیات روانی هستند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹).

**رسانه ملی:** سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان رسانه رسمی نظام، وظیفه تبیین ارزش‌های انقلاب، تقویت انسجام ملی و مقابله با تهدیدات رسانه‌ای را بر عهده دارد.

### پیشینه نظری

نظریه‌های متعددی در حوزه عملیات روانی و جنگ رسانه‌ای وجود دارند که چارچوب نظری این پژوهش را تشکیل می‌دهند:

**نظریه پروپاگاندا (چامسکی و هرمان، ۱۹۸۸):** این نظریه استدلال می‌کند که رسانه‌ها با گزینش هدفمند اخبار و چارچوب‌بندی، افکار عمومی را به سمت اهداف سیاسی هدایت می‌کنند. رسانه‌های معاند با استفاده از این تکنیک، روایت‌های منفی علیه رهبری ترویج می‌کنند.

**نظریه قدرت نرم (نای، ۲۰۰۴):** قدرت نرم به توانایی تأثیرگذاری بر دیگران از طریق جذابیت فرهنگی و رسانه‌ای اشاره دارد. رسانه‌های معاند با تولید محتوای جذاب، مانند مستندهای تحریف‌شده، به دنبال نفوذ در افکار عمومی ایران هستند.

**نظریه چارچوب‌بندی (کنویفر و انتمن، ۲۰۱۸):** چارچوب‌بندی به انتخاب و برجسته‌سازی جنبه‌های خاصی از واقعیت برای شکل‌دهی به ادراک مخاطب اشاره

دارد. رسانه‌های معاند با چارچوب‌بندی منفی، مانند تخریب جایگاه رهبری، به دنبال تضعیف اعتماد عمومی هستند.

**دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای:** ایشان جنگ رسانه‌ای را مهم‌ترین ابزار استعمار فرانو می‌دانند و بر نقش رسانه ملی در خنثی‌سازی آن تأکید دارند. ایشان فرمودند: «رسانه ملی باید با هوشمندی و خلاقیت، توطئه‌های دشمن را خنثی کند (خامنه‌ای، بیانات: ۱۳۹۵/۰۷/۲۷). این دیدگاه، محور اصلی چارچوب نظری پژوهش است.

### پیشینه تجربی

#### مطالعات داخلی

ابراهیمی و محمودی (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش رسانه‌های معاند در مدیریت تهدیدات رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران با رویکرد جرم‌شناسی فرهنگی» نشان دادند که رسانه‌های معاند با استفاده از تکنیک‌های شایعه‌پراکنی و تحریف، به دنبال تضعیف انسجام ملی هستند. آن‌ها تأکید کردند که این عملیات بخشی از راهبرد استعمار فرانو است.

اسدی و رافع دریب (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «دروازه‌بانی اخبار جنگ»، به نقش رسانه‌ها در گزینش هدفمند اخبار پرداختند و نشان دادند که رسانه‌های غربی، از جمله رسانه‌های Us Persian-language با انتخاب و بازنمایی خاص اخبار، روایت‌های دلخواه خود را ترویج می‌کنند.

اسماعیلی و ملانکه (۱۳۹۷) در پژوهشی به سیاست‌گذاری رسانه‌ای آمریکا علیه روسیه پرداختند و نشان دادند که رسانه‌های غربی چگونه از ابزارهای فرهنگی برای تضعیف دشمنان استفاده می‌کنند. این الگو در مورد ایران نیز صادق است، جایی که رسانه‌های معاند با تحریف واقعیت‌ها، به دنبال ایجاد شکاف میان مردم و نظام‌اند.

آقامحسینی و همکاران (۱۳۹۸) به راهبردهای بازاریابی رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی اشاره کردند و نشان دادند که این شبکه‌ها به ابزاری کلیدی برای عملیات روانی تبدیل شده‌اند، به‌ویژه در انتشار شایعات و اخبار جعلی.

رضایی و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل عملیات روانی در فتنه ۸۸»، نشان دادند که رسانه‌های معاند، مانند بی‌بی‌سی فارسی، با انتشار اخبار جعلی و فضا سازی هدفمند، تلاش کردند جایگاه رهبری را تضعیف کنند.

امیری و کاظمی (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی استعمار فرانو و جنگ رسانه‌ای پرداختند و بر ضرورت طراحی راهبردهای بومی برای مقابله با این تهدیدات تأکید کردند. آن‌ها استدلال کردند که جایگاه رهبری به‌عنوان محور انسجام ملی، هدف اصلی این عملیات است.

### مطالعات بین‌المللی

کنویفر و انتمن (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «چارچوب‌بندی تعارضات در محیط‌های رسانه‌ای دیجیتال»، به نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به ادراک عمومی پرداختند و نشان دادند که چارچوب‌بندی اخبار می‌تواند نگرش‌ها را به‌طور قابل‌توجهی تغییر دهد.

اولانیران و ویلیامز (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای به تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر دموکراسی و تعامل مدنی پرداختند و هشدار دادند که این پلتفرم‌ها می‌توانند به ابزارهای جنگ روانی تبدیل شوند، به‌ویژه در انتشار اخبار جعلی.

پترنکو و همکاران (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «روان‌معناشناسی قدرت نرم در ژئوپلیتیک»، به بررسی نقش رسانه‌ها در تغییر نگرش‌ها پرداختند و نشان دادند که عملیات روانی با هدف تضعیف هویت ملی و باورهای فرهنگی اجرا می‌شود.

شافی (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای به جنگ رسانه‌ای در حوزه دیپلماسی عمومی پرداخت و نشان داد که رسانه‌های اجتماعی چگونه با تحریف واقعیت‌ها، بر سیاست‌های بین‌المللی تأثیر می‌گذارند.

### خلا پژوهشی

با وجود مطالعات گسترده در حوزه جنگ روانی، پژوهش‌های موجود کمتر به طراحی مدل بومی جامع برای رسانه ملی در مقابله با عملیات روانی علیه رهبری انقلاب اسلامی پرداخته‌اند. اکثر مطالعات بر تحلیل تهدیدات متمرکز بوده و راهکارهای عملیاتی محدودی ارائه داده‌اند. این پژوهش با طراحی مدلی بومی، این خلأ را پر کرده و چارچوبی عملیاتی برای رسانه ملی ارائه می‌دهد.

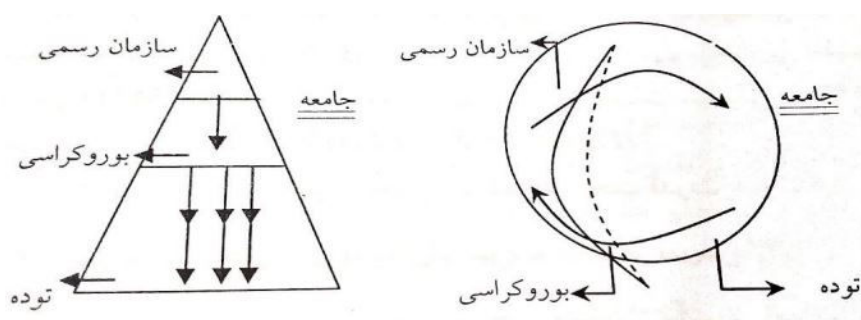
## مبانی نظری

### روابط مفهومی پژوهش

پیش از پرداختن به مفاهیم، ترسیم روابط میان متغیرهای کلیدی پژوهش سودمند است: رسانه‌های فارسی‌زبان معاند (بی‌بی‌سی فارسی، ایران اینترنشنال، آمدنیوز) با بهره‌گیری از تکنیک‌های شایعه‌پراکنی، تحریف بیانات و تخریب شخصیت، عملیات روانی طراحی شده‌ای را اجرا می‌کنند. هدف غایی این عملیات، تضعیف جایگاه رهبری انقلاب اسلامی و ایجاد شکاف میان ملت و نظام جمهوری اسلامی ایران است. در مقابل، رسانه ملی به عنوان بازوی رسمی رسانه‌ای نظام، با اتخاذ مدلی مبتنی بر برنامه‌ریزی، تولید محتوای هدفمند، ارتقای سواد رسانه‌ای مخاطبان و مدیریت دانش، می‌تواند این تهدیدات را خنثی کرده و انسجام ملی را تقویت کند. مدل پیشنهادی این پژوهش در همین چارچوب طراحی شده است.

### مفاهیم و تعاریف کلیدی

۱. **جنگ روانی و عملیات روانی:** عملیات روانی با استفاده از تکنیک‌های شناختی و عاطفی، رفتارهای جامعه هدف را تغییر می‌دهد (ایروانی و افقاری، ۱۴۰۱).
۲. **جنگ نرم و قدرت نرم:** قدرت نرم با ایجاد جذابیت فرهنگی و مدیریت احساسات، به تدریج باورها را تغییر می‌دهد (حسن‌کاوایی و آب‌نیک، ۱۴۰۰). شکل ۱، جریان اعمال قدرت نرم را نشان می‌دهد:



شکل ۱: جریان اعمال قدرت (رستمی، ۱۴۰۱)

۳. نقش رهبری در انسجام ملی: نهاد ولایت فقیه، به عنوان رکن اصلی نظام، نقشی بی‌بدیل در حفظ استقلال و مقاومت در برابر استعمار فرانو دارد (قانون اساسی، ۱۳۵۸).

آیت‌الله خامنه‌ای در بیانات متعدد بر ضرورت مقابله با جنگ روانی تأکید کرده‌اند. ایشان در ۲۷ مهرماه ۱۳۹۵ فرمودند: «رسانه‌ی ما، هم باید ناظر باشد به خنثی کردن کار دشمن در داخل، هم باید ناظر باشد به ضربه زدن به دشمن در فضای عمومی» (خامنه‌ای، بیانات: ۱۳۹۵/۰۷/۲۷). این دیدگاه، چارچوب نظری پژوهش را شکل می‌دهد.

### روش‌شناسی

این پژوهش از نوع کاربردی و با روش توصیفی-پیمایشی اجرا شد. جامعه آماری شامل ۲۱۳ نفر از کارشناسان جنگ نرم و رسانه سازمان صداوسیما در تهران بود. با استفاده از روش نمونه‌گیری ساده، ۱۳۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد بومی‌سازی شده بود که در چهار دسته (برنامه‌ریزی، تولید، ارزیابی، انتشار) طراحی شد.

روایی پرسشنامه با نظر ۱۰ نفر از خبرگان تأیید شد و پایایی آن با آلفای کرونباخ (۰.۸۷) محاسبه گردید. داده‌ها در بازه زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ جمع‌آوری شد. برای تحلیل داده‌ها از آزمون T استفاده شد. همچنین، تحلیل محتوای ۲۰۰ نمونه رسانه‌ای از شبکه‌های معاند (آمدنیوز، بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنشنال) برای شناسایی

تکنیک‌های عملیات روانی انجام گرفت. روش دلفی برای تحلیل پاسخ‌های خبرگان به کار رفت.

به منظور طراحی مدل بومی، از مدل‌های استاندارد جنگ روانی دیکسون و دانهام و مدل ساختمان دانش پروبست، روب و رمهارد استفاده شد. نرم‌افزار Rational Rose با متد UML برای شبیه‌سازی مدل عملیاتی به کار رفت.

### منطق به کارگیری روش‌های آماری و تحلیلی

در این پژوهش از چهار روش آماری و تحلیلی استفاده شده است که هر یک نقش مشخصی در پاسخ به سؤالات پژوهش ایفا می‌کنند:

- **آزمون T:** به منظور مقایسه میانگین تأثیر عملیات روانی در کوتاه‌مدت در برابر بلندمدت و آزمون معناداری آماری تفاوت‌های مشاهده‌شده در پاسخ‌های خبرگان به کار رفت.
  - **تحلیل دلفی:** برای دستیابی به اجماع نظر خبرگان درباره تکنیک‌های اصلی رسانه‌های معاند (شایعه‌پراکنی، تحریف، تخریب شخصیت) و همچنین اولویت‌بندی راهکارهای مقابله از دیدگاه ایشان استفاده شد. این روش در دو مرحله اجرا گردید.
  - **تحلیل AHP (فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی):** به منظور وزن‌دهی به متغیرهای چهارگانه مدل پیشنهادی (برنامه‌ریزی، تولید محتوا، انتشار، ارزیابی) بر اساس قضاوت خبرگان و تعیین اهمیت نسبی هر یک به کار گرفته شد.
  - **آنتروپی شانون:** به عنوان روش مکمل AHP برای تأیید اولویت‌بندی نهایی و کاهش سوگیری ذهنی ناشی از قضاوت‌های فردی در وزن‌دهی استفاده گردید.
- توالی استفاده از این روش‌ها به این صورت است: ابتدا تحلیل محتوای ۲۰۰ نمونه رسانه‌ای (شناسایی و دسته‌بندی تکنیک‌های عملیات روانی)، سپس توزیع پرسشنامه و اجرای دلفی (اولویت‌بندی تکنیک‌ها و راهکارها از نظر خبرگان) و در نهایت AHP و آنتروپی شانون (وزن‌دهی نهایی متغیرهای مدل).

## نتایج

### یافته‌های تحلیل محتوای رسانه‌های معاند

تحلیل محتوای ۲۰۰ نمونه رسانه‌ای در بازه ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ نشان داد که تکنیک‌های اصلی عملیات روانی شامل موارد زیر است:

- **شایعه‌پراکنی (45%)**: مانند شایعه سلامت رهبری در ۱۴۰۰ که در کمتر از یک هفته ۱۲ هزار بار بازنشر شد.
- **تحریف بیانات (35%)**: مانند تحریف سخنان آیت‌الله خامنه‌ای در فتنه ۱۳۸۸ برای ایجاد شکاف میان مردم و نظام.
- **تخریب شخصیت (20%)**: مانند ادعاهای کانال آمدنیوز در ۱۳۹۷ علیه جایگاه رهبری.

این یافته‌ها تأیید می‌کند که عملیات روانی به‌صورت هدفمند علیه رهبری انقلاب اسلامی طراحی شده است. نمونه‌های رسانه‌ای تحلیل‌شده در این پژوهش عمدتاً متعلق به بازه زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ هستند که دوره اوج‌گیری عملیات روانی رسانه‌های معاند با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی نوین محسوب می‌شود.

### یافته‌های حاصل از نظرات خبرگان

نتایج آزمون T و تحلیل دلفی نشان داد که عملیات روانی در کوتاه‌مدت (مانند بازنشر ۱۵ هزار توییت در ۱۴۰۰) تأثیر محدودی داشته، اما در بلندمدت به دلیل اعتماد عمیق مردم به رهبری انقلاب اسلامی (۹۰٪ نظر خبرگان) ناکام مانده است. حضور گسترده مردم در رویدادهایی مانند ۹ دی ۱۳۸۸، شکست این عملیات را تأیید می‌کند.

تحلیل AHP و آنالیز شانون نشان داد که متغیرهای برنامه‌ریزی و تولید محتوا بالاترین اولویت را در مقابله با جنگ روانی دارند.

### جدول ۱: اولویت‌نهایی عملیات مقابله با جنگ روانی بر اساس نظر خبرگان

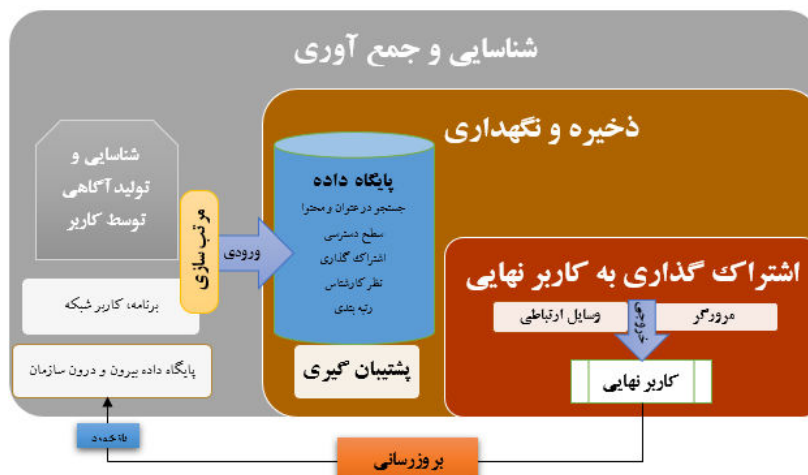
| اولویت‌نهایی | متغیرها     |
|--------------|-------------|
| ۱            | برنامه‌ریزی |
| ۲            | تولید       |
| ۳            | انتشار      |

| متغیرها | اولویت نهایی |
|---------|--------------|
| ارزیابی | ۴            |

### مدل بومی پیشنهادی

مدل بومی در چهار مرحله طراحی شد:

۱. شناسایی و جمع‌آوری دانش: گردآوری دانش صریح (مستندات) و ضمنی (تجارب کارشناسان) از طریق کارگروه جنگ روانی.
  ۲. ذخیره‌سازی و نگهداری دانش: ثبت دانش در پایگاه‌های اطلاعاتی با فرمت‌های دیجیتال (مانند دیسک‌های نوری و فایل‌های متنی).
  ۳. تسهیم و به‌کارگیری دانش: ایجاد موتور جستجوی داخلی برای دسترسی کاربران به دانش و تسهیم آن از طریق جلسات و کنفرانس‌ها.
  ۴. به‌روزرسانی دانش: پایش مستمر دانش و به‌روزرسانی آن بر اساس بازخوردهای کاربران و پیشرفت‌های جهانی.
- این مدل با استفاده از نرم‌افزار Rational Rose شبیه‌سازی شد و اولویت‌های فرهنگ سازمانی، استراتژی و یادگیری را برجسته کرد.
- مدل عملیاتی نهایی در شکل زیر ارائه شده است:



شکل ۲: مدل بومی مقابله با عملیات روانی

(مأخذ: یافته پژوهش)

این مدل با تأکید بر فرهنگ سازمانی، استراتژی و یادگیری، مسیر جامعی برای مقابله با جنگ روانی ارائه می‌دهد.

### بحث

#### نوآوری مدل پیشنهادی در مقایسه با مطالعات پیشین

مدل بومی ارائه شده در این پژوهش در مقایسه با مطالعات پیشین دارای سه نوآوری اصلی است: نخست، تلفیق رویکرد مدیریت دانش با جنگ روانی در قالب یک مدل عملیاتی چهار مرحله‌ای (شناسایی، ذخیره‌سازی، تسهیم، به‌روزرسانی) که پیش از این در پژوهش‌های داخلی دیده نمی‌شود. دوم، اولویت‌بندی کمی متغیرهای مدل بر اساس نظر خبرگان با استفاده از روش‌های ترکیبی AHP و آنتروپی شانون که امکان تصمیم‌گیری دقیق‌تر را فراهم می‌کند. سوم، قابلیت پیاده‌سازی مستقیم مدل در کارگروه جنگ روانی صداوسیما بدون نیاز به زیرساخت‌های جدید فناورانه که آن را از مدل‌های صرفاً نظری متمایز می‌سازد.

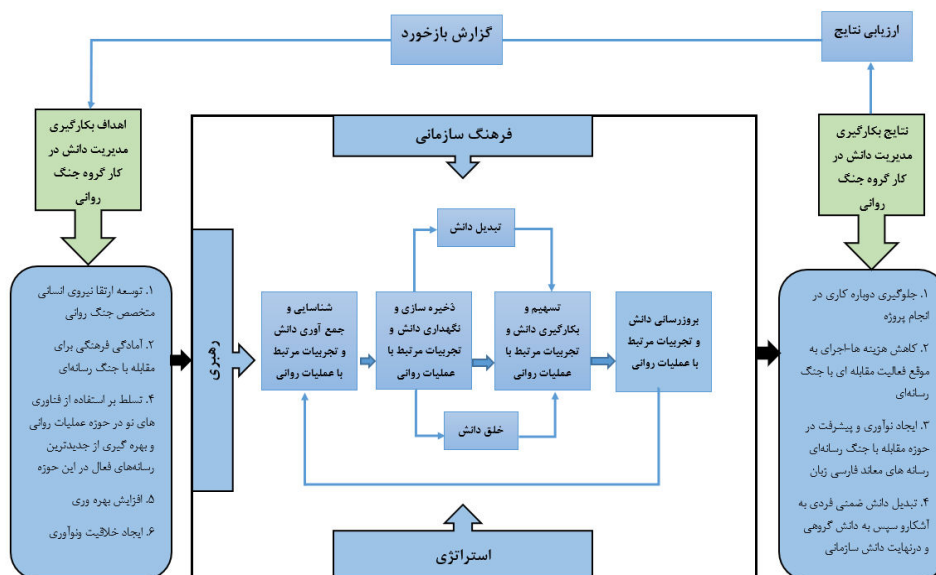
#### تحلیل تهدیدات رسانه‌های معاند

یافته‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌های معاند با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی، سرعت و دامنه تأثیرگذاری خود را افزایش داده‌اند. برای مثال، شایعه سلامت آیت‌الله خامنه‌ای در ۱۴۰۰ در کمتر از یک هفته ۱۲ هزار بار بازنشر شد که نشان‌دهنده قدرت نفوذ این رسانه‌هاست. با این حال، فقدان اسناد معتبر و پاسخ‌گویی سریع (مانند سخنرانی‌های آیت‌الله خامنه‌ای) این تأثیر را محدود کرد. این نتیجه با مطالعه کریمی و انعامی (۱۴۰۰) هم‌خوانی دارد که مقاومت فرهنگی را سپر اصلی در برابر جنگ روانی می‌دانند.

تحلیل محتوای رسانه‌ها نشان داد که شایعه‌پراکنی، تحریف و تخریب شخصیت، تکنیک‌های اصلی معاندین هستند. این یافته‌ها با مطالعات رحیمی و همکاران (۱۳۹۹) هم‌راستاست که معتقدند این عملیات بخشی از راهبرد بلندمدت تضعیف انسجام ملی است. حضور گسترده مردم در رویدادهایی مانند ۹ دی ۱۳۸۸، نشان‌دهنده شکست این تکنیک‌ها در برابر اعتماد عمومی است (رستمی و همکاران، ۱۴۰۱).

### کارآمدی مدل بومی پیشنهادی

مدل بومی پیشنهادی، با تکیه بر برنامه‌ریزی، تولید محتوای هدفمند و ارتقای سواد رسانه‌ای، می‌تواند تهدیدات جنگ روانی را خنثی کند. فرهنگ سازمانی صداوسیما، به‌عنوان بستری برای اشتراک دانش، نقش کلیدی در اجرای این مدل دارد. شکل ۳ مدل مفهومی پیشنهادی را نشان می‌دهد:



شکل ۲: مدل مفهومی مقابله با عملیات روانی

استراتژی‌های پیشنهادی شامل موارد زیر است:

- **افشای تکنیک‌های معاندین:** تولید مستندهای تحلیلی برای افشای شایعات (مانند شایعه ۱۴۰۰) و تحریف‌ها (مانند فتنه ۱۳۸۸).
- **تقویت روایت رسمی:** پخش منظم بیانات رهبری انقلاب اسلامی با تحلیل کارشناسان برای تثبیت جایگاه ایشان.
- **ارتقای سواد رسانه‌ای:** طراحی کمپین‌های آموزشی برای شناسایی اخبار جعلی.

- پاسخ‌گویی سریع: ایجاد واحد واکنش سریع در صداوسیما برای تکذیب فوری شایعات.

این راهکارها با بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در ۱۱ آذرماه ۱۳۸۳ هم‌راستا است که بر ضرورت مقابله فعال با جنگ رسانه‌ای تأکید دارند.

### مقایسه با مطالعات بین‌المللی

مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال در ایجاد روایت‌های جعلی نقش دارند (کنوپفر و انتمن، ۲۰۱۸). استرایسکی و شاخوفسکا (۲۰۲۳) روش‌هایی برای شناسایی تبلیغات پنهان ارائه کردند که می‌تواند در پایش رسانه‌های معاند به کار رود. با این حال، پیوند عمیق فرهنگی و دینی مردم ایران، مانع موفقیت این عملیات شده است که با یافته‌های وان‌باول و پریرا (۲۰۱۸) درباره مقاومت هویت‌های گروهی هم‌خوانی دارد.

### محدودیت‌ها و چالش‌ها

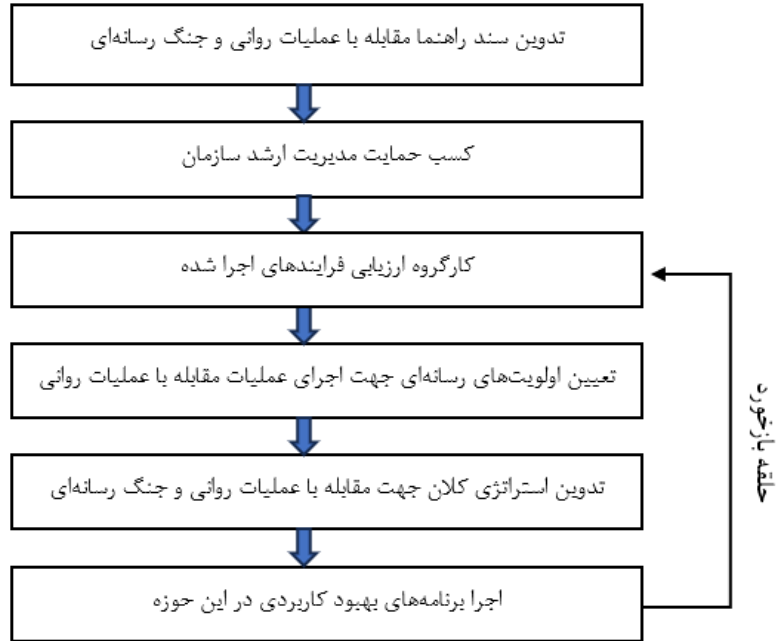
محدودیت‌های پژوهش شامل تمرکز بر تهران، بازه زمانی ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱، عدم بررسی تمامی شبکه‌های اجتماعی و تولیدات رسانه‌ای آن‌ها و خصوصاً عدم بررسی گروه‌های سنی خاص در این پژوهش است. این محدودیت‌ها نشان‌دهنده نیاز به مطالعات گسترده‌تر با داده‌های متنوع‌تر است. چالش‌های اجرای مدل نیز شامل مقاومت سازمانی در صداوسیما و نیاز به زیرساخت‌های فناوری پیشرفته است.

### نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد که عملیات روانی رسانه‌های فارسی‌زبان معاند، اگرچه با تکنیک‌های پیچیده‌ای مانند شایعه‌پراکنی و تحریف اجرا می‌شود، به دلیل ریشه‌های عمیق اعتماد مردم به رهبری انقلاب اسلامی و ضعف مستندات این رسانه‌ها، در بلندمدت ناکام مانده است. تحلیل داده‌ها تأیید کرد که ۹۰٪ خبرگان معتقدند این تهدیدات در صورت واکنش فعال رسانه ملی بی‌اثر خواهد بود.

مدل بومی پیشنهادی، با تمرکز بر چهار مرحله (شناسایی، ذخیره‌سازی، تسهیم و به‌روزرسانی دانش) و اولویت‌بندی برنامه‌ریزی و تولید محتوا، راهکارهایی عملیاتی

برای رسانه ملی ارائه می‌دهد. این مدل با تکیه بر فرهنگ سازمانی، استراتژی و یادگیری، می‌تواند انسجام ملی را در برابر تهدیدات جنگ روانی حفظ کند. شکل ۴ متدولوژی پیشنهادی برای پیاده‌سازی مدل را نشان می‌دهد:



شکل ۴: متدولوژی پیشنهادی برای پیاده‌سازی مدل بومی  
(مأخذ: یافته‌های پژوهش)

پیشنهادهای پژوهش شامل موارد زیر است:

- تولید برنامه‌های مستند برای افشای تکنیک‌های معاندین.
- پخش منظم گزیده‌های بیانات رهبری انقلاب اسلامی با تحلیل کارشناسان.
- طراحی کمپین‌های آموزشی برای ارتقای سواد رسانه‌ای.
- ایجاد واحد واکنش سریع در صداوسیما برای تکذیب شایعات.
- اجرای مدل بومی با تمرکز بر بازه‌های بحرانی.

تحقیقات آینده می‌توانند تأثیر این عملیات بر گروه‌های سنی خاص، مقایسه آن با سایر کشورها و استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی برای پایش جنگ روانی را بررسی کنند. این پژوهش گامی در راستای تحقق منویات آیت‌الله خامنه‌ای برای خنثی‌سازی جنگ رسانه‌ای و تقویت رسانه ملی است.

### پیشنهادهای پژوهش‌های آینده

بر اساس یافته‌های این پژوهش و محدودیت‌های ذکرشده، مسیرهای زیر برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود:

- آزمون تجربی مدل بومی پیشنهادی در یکی از شبکه‌های صداوسیما (مانند شبکه خبر یا یک شبکه استانی) و اندازه‌گیری اثربخشی آن در بازه زمانی شش‌ماهه.
- طراحی مطالعه طولی برای بررسی تغییر سبک مصرف رسانه‌ای جامعه ایران در دو دهه اخیر و تطبیق مدل با تحولات آن.
- استفاده از روش‌های داده‌کاوی و هوش مصنوعی برای پایش خودکار تکنیک‌های عملیات روانی در رسانه‌های معاند.
- انجام پژوهش مشابه در شهرهای دیگر ایران (اصفهان، مشهد، شیراز) برای افزایش قابلیت تعمیم نتایج.
- بررسی تفاوت میزان اثرپذیری از عملیات روانی در گروه‌های سنی مختلف (نوجوانان، جوانان، میان‌سالان و سالمندان).

## فهرست منابع

- ابراهیمی، حسین و محمودی، محسن. (۱۴۰۱). بررسی نقش رسانه‌های معاند در مدیریت تهدیدات رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران با رویکرد جرم‌شناسی فرهنگی. پژوهش ملل، ۷(۷۹)؛ ۱۰۷-۱۲۳.
- اسدی، عباس و رافع دریب، بشار. (۱۴۰۰). دروازه‌بانی اخبار جنگ از منظر متخصصان رسانه‌ای سوریه. جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۴(۲). ۴۸-۷۲.
- اسماعیلی، بشیر و ملائکه، سید حسن. (۱۳۹۷). سیاست‌گذاری رسانه‌ای آمریکا علیه روسیه؛ هالیوود، جنگ سرد نوین و احیای روسیه‌هراسی. تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، دوره ۱۰، شماره ۳۶، ۱۰۰-۷۵.
- آقامحسینی، وحید، اسفیدانی، محمدرحیم، شریفی، سیدمهدی و عباسیان، عزت‌اله. (۱۳۹۸). راهبردهای بازاریابی سازمان‌های رسانه‌ای از طریق رسانه‌های اجتماعی. مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی، ۱۴(۲)، ۱-۲۱.
- باستانی، سوسن، خانیکی، هادی و ارکان‌زاده یزدی، سعید. (۱۳۹۹). نظام رسانه‌ای ایران: جانشینی ناکامل رسانه‌های نوین. مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۱(۴۹)، ۷-۳۱.
- حسن‌کاویانی، احمدرضا و آب‌نیک، حسن. (۱۴۰۰). نقش رسانه‌ها در جنگ‌های بین‌المللی از منظر ژان بودریار (مطالعه موردی: حمله آمریکا به عراق در ۲۰۰۳). پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، ۶(۱)، ۱۸۳-۲۰۴.
- خامنه‌ای، سید علی. (۱۴۰۴-۱۳۶۸). بیانات از سال‌های ۱۳۶۸ الی ۱۴۰۴.
- رحیمی، کاظم، رضاپورسردره، مجتبی و بدیعی، حسین. (۱۳۹۹). جنگ رسانه‌ای آمریکا علیه ایران. مطالعات حقوق، ۶، ۷۷-۸۹.
- رستمی، محسن، کیانی مقدم، امیرسام، مسجدی آرانی، عباس، جهانشاهی، علی و بختیاری، مریم. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر جنگ روانی بر اضطراب و ناکامی. راهبرد دفاعی، ۲۰(۸۰)، ۴۰-۶۰.
- کریمی، محمدرضا و انعامی، ندا. (۱۴۰۰). واکاوی جنگ رسانه‌های اجتماعی مفاهیم، ابعاد و تاکتیک‌های آفندی و پدافندی. مطالعات جنگ، ۹، ۶۹-۹۲.
- مولانا، حمید. (۱۳۹۸). جنگ نرم و رسانه‌های معاند. تهران: انتشارات سروش.
- Chomsky, N. & Herman, E. S. (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Books.
- Fanon, F. (1963). The Wretched of the Earth. Grove Press.

- Knüpfer, C. B. & Entman, R. M. (2018). Framing conflicts in digital and transnational media environments. *Media, War & Conflict*, 11(4), 476-488.
- Nkrumah, K. (1965). *Neo-Colonialism: The Last Stage of Imperialism*. Thomas Nelson & Sons.
- Olaniran, B. & Williams, I. (2020). Social media effects: Hijacking democracy and civility. In *Platforms, Protests, and the Challenge of Networked Democracy*. Palgrave Macmillan.
- Petrenko, V. F. Mitina, O. V. & Korneeva, A. I. (2018). Psychosemantics of soft power in geopolitics. *Psychology in Russia: State of the Art*, 11(2), 75-89.
- Shafie, R. S. (2022). The psychosemantic realm of social media warfare affecting public diplomacy. In *Proceedings of the International Academic Symposium of Social Science 2022* (Vol. 82, No. 1, p. 97). MDPI.
- Strubytskyi, R. & Shakhovska, N. (2023). Method and models for sentiment analysis and hidden propaganda finding. *Computers in Human Behavior Reports*, 12, 100328.
- Van Bavel, J. J. & Pereira, A. (2018). The partisan brain: An identity-based model of political belief. *Trends in Cognitive Sciences*, 22(3), 213-224.