

جستاری توصیفی از نقش رسانه های ارتباط جمعی به عنوان خطوط دوم آفندی و پدافندی بر اساس مطالعات حوزه امنیت و جنگ ترکیبی در نظام بین الملل

سیدمحمد رضا موسوی فرد

عضو هیئت علمی گروه حقوق کیفری و جرم شناسی،

واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران

mr.mousavifard@iau.ac.ir

چکیده

در مواجهه با تهدیدات نوین امنیتی که عمدتاً در قالب جنگ‌های ترکیبی و شناختی بروز می‌یابند، این پژوهش با هدف بررسی نقش رسانه‌ها به عنوان خط دوم آفند و پدافند در ساختار دفاعی کشور انجام شده است. زمینه تحقیق، تحول در مفهوم امنیت ملی و افزایش اهمیت روایت‌سازی و عملیات روانی در تقابل‌های بین‌المللی است. روش تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و مطالعات تطبیقی صورت گرفته است. پرسش اصلی پژوهش آن است که رسانه‌ها چگونه می‌توانند در قالب خط دوم دفاعی و تهاجمی، به مقابله با تهدیدات ترکیبی و تقویت انسجام ملی کمک کنند؟ فرضیه تحقیق بر این مبناست که رسانه‌ها، در صورت برخورداری از راهبردهای مشخص، زیرساخت‌های مناسب و تعامل مؤثر با نهادهای مسئول، قادرند نقش تعیین‌کننده‌ای در مدیریت جنگ‌های شناختی ایفا نمایند. یافته‌ها نشان می‌دهد رسانه‌ها در نقش آفندی، با تولید محتواهای هدفمند و تضعیف گفتمان‌های معارض، به تقویت مشروعیت سیاسی و انسجام اجتماعی کمک می‌کنند؛ و در نقش پدافندی، با مقابله با شایعات، تحریف اطلاعات و عملیات روانی دشمن، نقش مهمی در حفظ امنیت روانی جامعه دارند. همچنین، رسانه‌ها در بازسازی اعتماد عمومی و تقویت حافظه جمعی نیز مؤثرند. در پایان، دو پیشنهاد ارائه شده است: نخست، تشکیل مرکز تخصصی رسانه و امنیت شناختی برای تدوین سیاست‌های هماهنگ و رصد تهدیدات نرم؛ دوم، طراحی برنامه ملی ارتقاء سواد رسانه‌ای با هدف افزایش تاب‌آوری شناختی جامعه. این پژوهش تلاش دارد تا با نگاهی راهبردی، جایگاه رسانه را در حفظ ثبات ملی بازتعریف کند.

کلمات کلیدی: رسانه، جنگ ترکیبی، امنیت شناختی، خط دوم دفاعی، سواد رسانه‌ای

مقدمه و بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، تحولات ژرف در عرصه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، موجب دگرگونی بنیادین در شیوه‌های مواجهه با تهدیدات امنیتی شده است. دیگر نمی‌توان جنگ را صرفاً در قالب نبردهای نظامی کلاسیک تعریف کرد؛ بلکه امروز با پدیده‌ای چندوجهی مواجهیم که در آن ابزارهای نرم، از جمله رسانه‌های جمعی، نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی به روندهای امنیتی ایفا می‌کنند. رسانه‌ها، با قدرت نفوذ در افکار عمومی و توانایی جهت‌دهی به ادراک جمعی، به یکی از عناصر کلیدی در طراحی و اجرای جنگ‌های ترکیبی بدل شده‌اند؛ جنگ‌هایی که در آن مرز میان عملیات نظامی، روانی، اطلاعاتی و فرهنگی به‌طرز فزاینده‌ای در هم تنیده است.

به زعم نگارنده در چنین شرایطی، رسانه‌های ارتباط جمعی صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی نیستند، بلکه در مقام خطوط دوم آفندی و پدافندی عمل می‌کنند. در نقش آفندی، رسانه‌ها می‌توانند با تولید و انتشار محتوای هدفمند، اجرای عملیات روانی و مدیریت روایت‌ها، به تضعیف موقعیت دشمن و تقویت انسجام داخلی کمک کنند. در نقش پدافندی نیز، این رسانه‌ها قادرند با مقابله با شایعات، تحریف اطلاعات و جنگ روایت‌ها، از امنیت روانی جامعه صیانت کرده و ثبات اجتماعی را حفظ نمایند. این نقش دوگانه، رسانه‌ها را به بازیگرانی راهبردی در معادلات امنیتی تبدیل کرده است که عملکردشان می‌تواند به‌طور مستقیم بر قدرت بازدارندگی، مشروعیت سیاسی و انسجام ملی کشورها اثرگذار باشد. می‌توان گفت اینجاست که با گسترش دامنه جنگ‌های ترکیبی و پیچیدگی تهدیدات نوین، بازنگری در جایگاه رسانه‌های ارتباط جمعی در ساختار دفاعی کشورها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. در حالی که تاکنون تمرکز اصلی بر جنبه‌های فرهنگی و اطلاع‌رسانی رسانه‌ها بوده، مطالعات امنیتی اخیر نشان می‌دهد که این نهادها می‌توانند در شرایط بحران، نقش مکملی برای نهادهای نظامی و امنیتی ایفا کرده و در مواجهه با تهدیدات نرم، به عنوان سپر دفاعی عمل کنند.

ضرورت انجام این تحقیق از آن‌جا ناشی می‌شود که با افزایش تهدیدات ترکیبی در سطح منطقه‌ای و جهانی، و نقش فزاینده رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی و امنیت روانی جامعه، شناخت دقیق کارکردهای رسانه در این حوزه، ضرورتی انکارناپذیر برای سیاست‌گذاران، نهادهای امنیتی و فعالان رسانه‌ای است. این پژوهش می‌تواند به تدوین سیاست‌های رسانه‌ای مؤثر در مواجهه با تهدیدات نوین کمک کرده و زمینه‌ساز ارتقاء تاب‌آوری ملی در برابر جنگ‌های ترکیبی باشد.

روش تحقیق در این مطالعه، توصیفی-تحلیلی است. در مرحله نخست، مفاهیم بنیادین مرتبط با جنگ ترکیبی و نقش رسانه‌ها استخراج و طبقه‌بندی می‌شود؛ سپس با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، اسناد راهبردی، مطالعات موردی و مقالات علمی، کارکردهای رسانه در چارچوب جنگ ترکیبی مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد. داده‌ها از منابع معتبر فارسی، عربی و انگلیسی گردآوری شده و با رویکردی انتقادی و تطبیقی تحلیل می‌شوند.

پژوهش حاضر در پی آن است که به این پرسش پاسخ دهد که رسانه‌های ارتباط جمعی چگونه می‌توانند در چارچوب جنگ ترکیبی، به عنوان خطوط دوم آفندی و پدافندی ایفای نقش کنند و تحقق این نقش مستلزم چه الزامات راهبردی است؟

مبانی نظری

تحلیل نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در بستر جنگ‌های ترکیبی، مستلزم بهره‌گیری از چارچوبی نظری است که بتواند ابعاد چندگانه این پدیده را از منظر امنیتی، ارتباطی و جرم‌شناختی تبیین کند. جنگ شناختی به عنوان یکی از ابزارهای نوین در تأثیرگذاری بر افکار عمومی و تغییر نگرش، اهمیت زیادی یافته است (رحیمی، ۱۴۰۰: ۶۱).

در این پژوهش، چهار نظریه کلیدی به عنوان پایه مفهومی انتخاب شده‌اند که هر یک از زاویه‌ای خاص، کارکرد رسانه‌ها را در منازعات نوین روشن می‌سازند.

اولاً: نظریه «جنگ به مثابه جرم» با نگاهی انتقادی به ماهیت جنگ، آن را نوعی کنش سازمان‌یافته با ویژگی‌های مجرمانه تلقی می‌کند. در این چارچوب، رسانه‌ها می‌توانند در خدمت مشروع‌سازی خشونت یا تحریف واقعیت قرار گیرند و به ابزار تبلیغاتی طرف متخاصم بدل شوند. در مقابل، همین رسانه‌ها قادرند در مقام افشاگر، با انتشار اطلاعات مستند، نقش بازدارنده در برابر خشونت ایفا کنند. این دوگانگی عملکرد، اهمیت راهبردی رسانه‌ها را در مدیریت بحران‌های امنیتی برجسته می‌سازد. مثلاً یکی از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای مدیریت بحران است. هرچه میزان هماهنگی و انسجام میان نیروهای مسئول در فضای مجازی بیشتر باشد، روند مدیریت بحران با دقت و سرعت بیشتری انجام می‌گیرد. این بسترها امکان تحلیل رفتارهای خاص در شرایط حساس را برای تصمیم‌گیران فراهم می‌سازند و به آن‌ها در ارزیابی موقعیت‌ها یاری می‌رسانند. بهره‌برداری از ظرفیت‌های ارتباطی شبکه‌های اجتماعی، زمینه‌ساز واکنش‌های مؤثر و به موقع در برابر بحران‌هاست (سهرابی و دیگران، ۱۳۹۴: ۹).

ثانیاً: نظریه «امنیت انتقادی» امنیت را نه یک وضعیت عینی، بلکه مفهومی اجتماعی و وابسته به گفتمان می‌داند. بر اساس این دیدگاه، آنچه به عنوان تهدید یا خطر شناخته می‌شود، نتیجه فرآیندهای رسانه‌ای و گفتگویی است که در سطح جامعه جریان دارد. رسانه‌ها در این نگاه، نه

صرفاً ناقلان اطلاعات، بلکه کنشگرانی فعال در شکل‌دهی به ادراک عمومی از امنیت هستند. بنابراین، آن‌ها می‌توانند با برجسته‌سازی یا کمرنگ‌سازی موضوعات خاص، بر سیاست‌گذاری امنیتی کشورها تأثیر مستقیم بگذارند. این امر تا جایی به نظر پیش رفته است که در برخی مواقع می‌توان در وضعیت انواع بحران‌ها به ایده مدیریت رسانه‌ای بحران دست‌یازی کرد (افتخاری، ۱۳۸۷: ۳۱).

ثالثاً: نظریه «پنجره اورتون»^۱ به چگونگی تغییر تدریجی مرزهای قابل قبول در گفتمان عمومی می‌پردازد. رسانه‌ها با تنظیم روایت‌ها، انتخاب واژگان و تکرار هدفمند پیام‌ها، می‌توانند افکار عمومی را به سمت پذیرش اقدامات خاص امنیتی یا نظامی به نوعی تغییرات سوق دهند (Bobric, 2021:20). این فرآیند، به‌ویژه در شرایط بحران، زمینه‌ساز مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های سخت‌گیرانه یا مداخله‌گرایانه می‌شود و نقش رسانه‌ها را در عملیات روانی و مدیریت ادراک جمعی تقویت می‌کند.

رابعاً: نظریه «ارتباطات راهبردی در بحران» بر طراحی و انتشار پیام‌های هدفمند در شرایط بحرانی تأکید دارد. رسانه‌ها با تنظیم دقیق محتوا، زمان‌بندی انتشار و انتخاب کانال‌های مناسب، می‌توانند بر رفتار مخاطبان و تصمیم‌گیری نهادهای سیاسی اثرگذار باشند. مثلاً براساس این نظریه دولت سنگاپور در بحران‌های داخلی‌اش توانسته است با ارتباطات گسترده از طریق رسانه‌های خبری، نقش غالبی در مدیریت چگونگی درک بحران توسط مخاطبان متعدد خود ایفا کرده است (Pang et al, 2006). در بستر جنگ‌های ترکیبی، این نوع ارتباطات بخشی از خطوط آفندی و پدافندی محسوب می‌شود که در هماهنگی با نهادهای امنیتی عمل می‌کند و توان رسانه‌ها را در مقابله با تهدیدات نرم و تقویت انسجام ملی افزایش می‌دهد. این نظریه پیشنهاد می‌کند که مدیران بحران باید پاسخ‌های استراتژیک به بحران را با سطح مسئولیت بحران و تهدید شهرت ناشی از بحران مطابقت دهند (Coombs, 2004: 265).

نتیجتاً عقیده نویسنده بر این انگاره می‌نگرد که چارچوب نظری این پژوهش بر این اصل استوار است که رسانه‌های ارتباط جمعی، در منازعات نوین، نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت، بلکه سازنده آن هستند. آن‌ها با ایفای نقش در تولید گفتمان، مدیریت ادراک و اجرای عملیات روانی، به یکی از ابزارهای کلیدی در ساختار امنیتی کشورها تبدیل شده‌اند. بهره‌گیری از نظریات فوق، امکان تحلیل چندبعدی نقش رسانه‌ها را فراهم می‌سازد و زمینه‌ساز ارائه راهکارهای راهبردی برای تقویت جایگاه آن‌ها در مواجهه با تهدیدات ترکیبی خواهد بود.

¹ Overton window

پیشینه پژوهش

با بررسی های صورت گرفته در خصوص موضوعات متعدد مرتبط، در این خصوص کارهای متفاوت و متنوعی صورت پذیرفته است ولی تا آنجایی که جستجو شد درباره نقش رسانه ها در جنگ های ترکیبی اثری یافت نشد علی ایحال به رسم آثار کلاسیک دانشگاهی به برخی از منابع اشاره مختصر می گردد:

جدول ۱- خلاصه پژوهش های مرتبط^۱

ردیف	موضوع	مشخصات ناشر	یافته ها
۱	ماهیت و ابعاد جنگ رسانه مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات در دفاع ملی و دفاع همه جانبه	مسلمی و دیگران (۱۳۹۱)	جنگ رسانه مبتنی بر شفاف سازی و ابهام زدایی افکار عمومی در پشتیبانی از مسایل دفاعی و حفظ سرمایه های اجتماعی و معنوی محیط داخلی ج.ا. ایران است.
۲	رسانه، ابزار جنگ نرم؛ مطالعه موردی جنگ رسانه ای علیه ایران	قربی و دیگران (۱۳۹۰)	امروزه کاربرد جنگ، تنها به استفاده از ابزارهایی با ابعاد سخت و ملموس محدود نیست، بلکه ابزارهای محیط عملیاتی شده اند.
۳	مدیریت تهدیدات رسانه ای در جنگ نرم	جمشیدیان و دیگران (۱۳۹۰)	مدیریت تهدیدات رسانه ای مستلزم همکاری هماهنگ و نزدیک بخش های نظامی، سیاسی، اطلاعاتی، امنیتی، رسانه ای و عملیات روانی- تبلیغاتی در کشور است

یافته های تحقیق

فلسفه جنگ های ترکیبی و شناختی

در دوران کنونی، ماهیت جنگ های ترکیبی و شناختی در چارچوب مطالعات راهبردی بر این پایه استوار گردیده که عرصه نبردها دیگر در قالب رویارویی های متعارف محدود نمی ماند. این پارادایم نوین، دربرگیرنده شبکه پیچیده ای از اقدامات نظامی و غیرنظامی است که به شکلی هماهنگ و هدفمند به کار گرفته می شوند تا بیشترین تأثیر ممکن را بر دشمن وارد آورند. البته

^۱ دیگر آثار این حوزه مرتبط با جنگ رسانه ای وجود داشت، ولی به خاطر رعایت اصل اختصار از ذکر آن صرف نظر گردید.

نباید در چنین وضعیتی فراموش کنیم که نوعاً تدوین راهبردهای کلان جنگ ترکیبی مهم است (کلاتری، ۱۳۹۵: ۶۹).

این رویکرد با درهم آمیختن ابعاد گوناگون از عملیات روانی و جنگ سایبری تا اقدامات اطلاعاتی، اقتصادی و رسانه‌ای، در پی دستیابی به اهداف سیاسی و راهبردی با بازدهی بیشتر و هزینه کمتر است. جنگ ترکیبی طیف گسترده‌ای از ابزارها به شیوه همگون یا ناهمگون است که در این نوع جنگ‌ها که نبردی غیرخطی به‌شمار می‌رود، مورد استفاده قرار می‌گیرد (ریاضی و دیگران، ۱۴۰۰: ۳۷).

جنگ ترکیبی به عنوان شکل تکامل یافته رویارویی‌های مدرن، بهره‌گیری همزمان از روش‌های متعارف و نامتعارف، نظامی و غیرنظامی، سایبری، روانی، اطلاعاتی، دیپلماتیک و اقتصادی را در بر می‌گیرد. غایت این راهبرد، اعمال فشار همه‌جانبه و تضعیف هوشمندانه دشمن از طریق ابعاد چندگانه است. در این چارچوب، از نیروهای رسمی و غیررسمی، حملات سایبری، عملیات اطلاعاتی، جنگ رسانه‌ای و همچنین پشتیبانی از ناآرامی‌های داخلی بهره گرفته می‌شود تا بی‌ثباتی ایجاد گردد، مشروعیت نهادهای هدف تضعیف شود و نارضایتی اجتماعی تشدید گردد. در قلب این جنگ ترکیبی، جنگ شناختی به عنوان عنصری راهبردی و اثرگذار عمل می‌کند که بر نفوذ و تأثیرگذاری بر افکار، نگرش‌ها و فرآیندهای تصمیم‌گیری افراد و جوامع متمرکز است.

یکی از مهم‌ترین نکات برای فهم دقیق جنگ شناختی، تمایز آن از جنگ روانی است. جنگ روانی عمدتاً بر نیروهای نظامی دشمن در میدان نبرد متمرکز است و تلاش دارد روحیه آن‌ها را تضعیف کند. در مقابل، جنگ شناختی گستره‌ای وسیع‌تر دارد و تمامی لایه‌های جامعه، به‌ویژه غیرنظامیان، را هدف قرار می‌دهد. جنگ شناختی را شکلی متمایز از درگیری اطلاعاتی می‌داند که در آن نهادها و بازیگران سیاسی، عامدانه افراد غیرنظامی را هدف قرار می‌دهند تا نهادهای سیاسی و اجتماعی هدف را تضعیف یا تقویت کنند. مسئله مشروعیت اخلاقی جنگ شناختی، به‌ویژه زمانی که از سوی دولت‌های دموکراتیک استفاده می‌شود، به یکی از جدی‌ترین دغدغه‌ها تبدیل شده است. برای نمونه، در جریان جنگ جهانی اول، بریتانیا با هدف تخریب وجهه آلمان، به پروپاگاندا متوسل شد. این اقدام بعدها موجب شد که افکار عمومی جهان، در مواجهه با واقعیت‌هایی چون هولوکاست در دوران نازی، دچار تردید و انکار شوند (Henschke, 2024: 209-210).

هدف نهایی آن، ایجاد دگرگونی در الگوهای تحلیل اطلاعات، تغییر رفتارهای فردی و جمعی و در نهایت تسلط بر ذهن و اراده دشمن است. این جنگ با به کارگیری فناوری‌های دیجیتال،

رسانه‌ها، تبلیغات و عملیات روانی، مستقیماً بر شیوه پردازش اطلاعات توسط مغز انسان اثر می‌گذارد و با تضعیف مقاومت فکری و روانی، زمینه را برای تحقق اهداف کلان بدون درگیری مستقیم نظامی فراهم می‌آورد.

ویژگی‌های برجسته این فلسفه نظامی را می‌توان در موارد زیر برشمرد:

- جنگ ترکیبی مستلزم به کارگیری همزمان ابزارهای متعارف و نامتعارف، کلاسیک و نوین است:

از نظر مصداقی بخواهیم ساخت دقیق تری به دست آوریم جنگ ترکیبی به عنوان ترکیبی از ظرفیت‌های نظامی متعارف، شورش‌ها، تروریسم، جنگ چریکی، جنایت‌های سازمان‌یافته، جنگ نرم‌افزاری و فناوری‌های نظامی توصیف می‌شود.

- جنگ شناختی با هدف هدایت و تغییر ذهنیت جامعه هدف، به تضعیف روحیه و اراده دشمن می‌پردازد:

از تکنیک‌های روان‌شناسی، داده‌کاوی، و هوش مصنوعی برای تغییر مدل تحلیل اطلاعات در ذهن افراد استفاده می‌شود این نوع جنگ، شکل تکامل‌یافته‌ای از جنگ روانی و اطلاعاتی است و در دنیای امروز، به‌ویژه با گسترش فضای مجازی، به یکی از ابزارهای اصلی تقابل بین کشورها و گروه‌ها تبدیل شده است

- هر دو شکل جنگ از تلفیق اقدامات نظامی، اقتصادی، روانی و سایبری استفاده می‌کنند
- پیچیدگی و چندبعدی بودن این جنگ‌ها موجب ایجاد ابهام و کاهش توان پاسخگویی دشمن می‌شود. با به وجود آمدن چنین شرایطی است که می‌توان این ادعا را مطرح کرد بررسی علل و عوامل بروز جنگ یکی از مهم‌ترین موضوعات در مطالعه جنگ است (پرتوی و دیگران، ۱۴۰۰: ۹۳).

جنگ شناختی به دلیل تأثیر عمیق بر فرآیندهای ذهنی، جایگاه ویژه‌ای در جنگ ترکیبی یافته است. این جنگ مستقیماً با تغییر نگرش‌ها، باورها و رفتارهای جامعه هدف در ارتباط است و از طریق ایجاد تردید، کاهش توان تصمیم‌گیری و تضعیف انسجام داخلی، بدون نیاز به درگیری فیزیکی، به تسلط بر اراده دشمن کمک می‌کند. توانایی هماهنگی با دیگر ابزارهای جنگ ترکیبی و اثرگذاری بر توازن قدرت ژئوپلیتیک، آن را به عاملی تعیین‌کننده در تحقق اهداف راهبردی تبدیل کرده است. باید دانست مفهوم جنگ با پیچیده‌تر شدن شرایط اجتماعی و ابزارهای ارتباطی به تدریج دچار تحولات بسیار زیادی شده است. شناخت و تبیین این موضوع برای جوامع مختلف از اهمیت زیادی برخوردار است. (راجی و دیگران، ۱۳۹۸: ۷۵)

در جهان به هم پیوسته و دیجیتال امروز، تغییر افکار عمومی^۱ و تأثیرگذاری شناختی می‌تواند حتی بیش از حملات نظامی سنتی در تضعیف دشمن مؤثر باشد. از این رو، جنگ شناختی به عنوان ابزاری راهبردی در جنگ ترکیبی، امکان دستیابی به اهداف گسترده‌تر را با کارایی بالاتر فراهم آورده و نشان‌دهنده دگرگونی بنیادین در الگوی جنگ‌افروزی مدرن به شمار می‌رود. این تحول در عرصه رقابت‌های بین‌المللی، ضرورت بازنگری در راهبردهای امنیت ملی و تدابیر دفاعی را برای کشورها بیش از پیش آشکار ساخته است. درک عمیق این تغییرات و تطبیق با واقعیت‌های نوین راهبردی، برای حفظ امنیت و منافع ملی در فضای پرابهام کنونی اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد.

جایگاه رسانه‌ها در عصر حاضر

در عصر حاضر، رسانه‌ها به مثابه رکنی اساسی در ساختار ارتباطات اجتماعی، نقش‌آفرینی می‌کنند. این تحول کیفی، ماهیت سنتی رسانه را از حالت انتقال یک‌سویه پیام به عرصه‌ای پویا و دوسویه تبدیل کرده است. در این فضای نوین، مخاطب از حالت انفعال خارج شده و به عامل فعالی مبدل گشته که در تولید، بازتولید و تفسیر محتوا مشارکت می‌جوید. اگر در خصوص خطرات و سوء استفاده بخواهیم صحبت کنیم در دوران معاصر تروریسم با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به یکی از نگران‌کننده‌ترین مسائل در سراسر جهان معاصر تبدیل شده است (Hossain, 2018: p106).

شبکه‌های دیجیتال با قابلیت انتشار فوری و دسترسی نامحدود، اثرگذاری بی‌سابقه‌ای در انتقال اطلاعات و جهت‌دهی به افکار عمومی یافته‌اند. این پدیده از سویی بستر گفت‌وگوی اجتماعی و مشارکت مدنی را گسترش داده و از سوی دیگر، با چالش‌هایی چون اشاعه اخبار نادرست و ضرورت تربیت رسانه‌ای مواجه است. در این میان، تاب‌آوری نهادهای رسانه‌ای به عنوان توانایی مقابله با بحران‌های فناورانه و حفظ اعتبار عمومی، اهمیتی راهبردی یافته است. رسانه‌ها نقش محوری در آگاه‌سازی مردم از اتفاقات جهان، به‌ویژه در حوزه‌هایی که مخاطبان دانش یا تجربه مستقیمی در آنها ندارند، ایفا می‌کنند (Philo et al, 2013: 321).

با این حال مسئله اعتماد همچنان به عنوان چالشی محوری در عرصه رسانه‌ای باقی است. شکاف فزاینده میان رسانه‌های رسمی و افکار عمومی، ناشی از رویکردهای تبلیغاتی و عدم توجه به دغدغه‌های واقعی جامعه، موجبات کاهش سرمایه اجتماعی را فراهم آورده است. هنگامی که رسانه به عنوان بازوی اطلاع‌رسانی جریان‌های خاص سیاسی تلقی گردد، طبیعی

¹ Changing Public Opinion

است که با بدگمانی افکار عمومی مواجه خواهد شد. مخاطبان امروز بر پایه تجربیات عینی و عملکرد واقعی، به ارزیابی رسانه‌ها می‌پردازند. عدم انعکاس دقیق واقعیت‌های اجتماعی و پیامدهای آن، موجب مهاجرت مخاطبان به سمت پلتفرم‌های جایگزین می‌گردد که خود به تشدید بی‌اعتمادی و گسترش اطلاعات غیرموثق می‌انجامد. یک محرک قدرتمند برای تغییر اجتماعی، رسانه‌ها هستند.

رسانه‌های جمعی که ادعا می‌کنند جامعه و عوامل اجتماعی مهمترین سلاح‌ها برای الهام بخشیدن و دلسرد کردن مردم هستند، بدون شک به عنوان ستون چهارم دموکراسی در نظر گرفته می‌شوند. رسانه‌ها در عصر جهانی شدن رسانه، که همه چیز در نتیجه اطلاعات عمل می‌کند، همه اشکال تغییرات را هدایت می‌کنند و آنها را توسط افکار عمومی اجرا می‌کنند. آگاهی عمیق عمومی توسط آن ایجاد می‌شود. رسانه‌ها مطمئناً توسعه و تحول اجتماعی را تسریع می‌کنند. رسانه‌ها نقش کاتالیزوری در تغییر جامعه در دنیای جهانی‌شده ایفا می‌کنند (Paul et al, 202).

در مقابل، رسانه‌هایی که توانسته‌اند با ارائه تصویری متعادل و عینی از رویدادها، بازتاب‌دهنده دغدغه‌های واقعی جامعه باشند، موفق به جلب اعتماد مخاطبان شده‌اند. این امر نشان می‌دهد که تحول دیجیتال همزمان که چالش‌های جدیدی پدید آورده، فرصت‌های بی‌بدیلی نیز برای ارتقای کیفیت ارتباط رسانه‌ای فراهم کرده است. حال مدیریت هوشمندانه این تحولات، مستلزم درک عمیق تغییرات اجتماعی، احترام به خرد جمعی و پایبندی به اصول حرفه‌ای رسانه‌ای است. تنها از این رهگذر می‌توان به تقریب میان رسانه و جامعه امید بست و از رسانه به عنوان محرک توسعه اجتماعی بهره جست. با چنین پیش فرضی می‌توان گفت: در جنگ‌های ترکیبی، رسانه‌ها به ابزاری راهبردی برای اثرگذاری بر اندیشه و سست کردن اراده دشمن تبدیل می‌شوند. آن‌ها با پخش هدفمند داده‌ها و روایت‌سازی، در راستای دگرگونی ادراک و جهت‌دهی به افکار همگانی گام برمی‌دارند. همچنین رسانه‌ها با دستکاری واقعیت‌ها و گسترش روایت‌های سودمند، به پیشبرد اهداف جنگی در بُعد نرم کمک می‌کنند.

نقش رسانه‌ها به منزله خط دوم پدافندی

رسانه‌ها در عصر جنگ ترکیبی، که آمیزه‌ای از جنگ سخت و نرم است، به مثابه جبهه دوم پدافند غیرعامل، نقشی حیاتی و راهبردی در صیانت از منافع ملی ایفا می‌کنند. در این میدان پیچیده، رسانه‌ها با مقابله با عملیات روانی دشمن، رویارویی با شایعات، مبارزه با تحریف اخبار و ارائه روایتی دقیق و مستند، از افکار عمومی حراست کرده و به تقویت امیدواری و تاب‌آوری ملی مدد می‌رسانند. در خصوص این نقش و تاثیر گذاری آن بر محیط داخلی براساس نتایج

تحقیقات صورت پذیرفته درک پیامدهای جنگ اطلاعات را برای گفتمان عمومی، نهادهای دموکراتیک و امنیت جهانی غنی می‌کند (Gombar, 2025:1).

آنان با پاسداری از مرزهای روانی جامعه و اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع، مانع از گسترش اضطراب و تردید در جامعه می‌شوند. همچنین، تولید محتوای تصویری انگیزه‌بخش و نمایش اقتدار ملی، از دیگر کارکردهای ضروری رسانه‌ها در چنین فضایی به شمار می‌آید. دو انگاره بنیادین در عرصه اندیشه‌ورزی نظامی غرب، بر فضای فکری دهه نخستین سده بیست و یکم میلادی سیطره داشت:

- نخست «رویکرد جامع» بود که بر ادغام و هماهنگی اقدامات نظامی و غیرنظامی به مثابه راهبردی کل‌نگر برای ارتقای پیامدهای مدیریت بحران و عملیات مداخله‌گرانه تأکید می‌نمود.

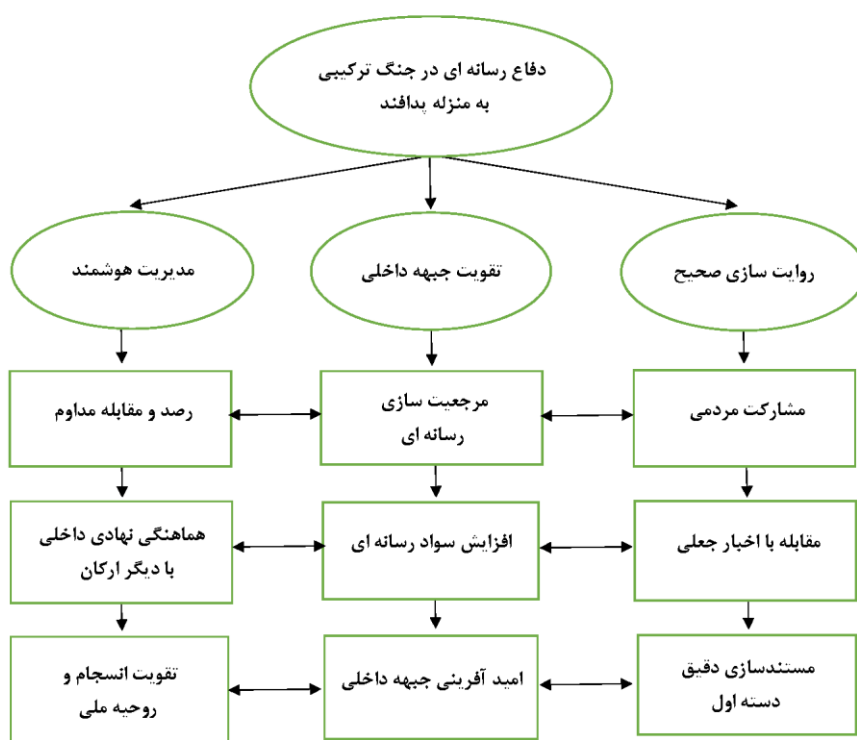
- دوم «ارتباطات راهبردی» بود که بر ضرورت تلفیق نظام‌مند و برنامه‌ریزی‌شده ابزارهای ارتباطی با گستره‌ای وسیع و دربرگیرنده در دل سازوکارها و توانمندی‌های نیروهای مسلح تصریح داشت (Techau, 2011).

رسانه‌ها می‌توانند در جنگ ترکیبی، نقشی همچون ستون فقرات دفاع روانی یک کشور بازی کنند؛ ستونی که با سرعت و دقتی مثال‌زدنی به مقابله با جنگ روانی دشمن می‌پردازد. در این مسیر، تثبیت مرجعیت رسانه ملی و تقویت رسانه‌های داخلی، به‌ویژه در مقابل رسانه‌های معاند خارجی، از وظایف پررنگ آنان است. رسانه‌ها باید به هم‌افزایی برسند تا در برابر هجمه‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی دشمن مقاومت کنند و از بروز نارضایتی، سرخوردگی و انشقاق داخلی بکاهند. اگر بخواهیم به یک الگوی مصداقی بپردازیم می‌توان روسیه را مثال زد که چنین به تصویر کشیده شده است: استراتژی اطلاعات نظامی این کشور برای خدمت به این وظایف طراحی شده است و جبهه‌های نبرد متعددی از جمله امور داخلی و خارجی، جبهه اطلاعات-روانشناسی، فضای مجازی و سایر حوزه‌ها را در نظر می‌گیرد. پیامدهای قابل مشاهده آن شامل نظامی شدن زبان سیاست و تبلیغات، تحمیل روایت جنگ اطلاعاتی علیه روسیه بر افکار عمومی و تغییر اساسی تصویر ارتش روسیه است. امروزه روسیه با قاطعیت از سایر کشورها می‌خواهد که به حوزه‌های نفوذ آن در همسایگی احترام بگذارند. نویسنده این مقاله تحلیلی در ادامه آورده است این کشور (روسیه) ادعا می‌کند که ضامن فرآیندهای صلح است، حتی در حالی که معماری امنیتی اروپا و جهان را نابود می‌کند، و خود را به عنوان مرکز قدرت معرفی می‌کند و حق تصمیم‌گیری مشترک در مورد مسائل امنیت جهانی را برای خود محفوظ می‌دارد (Kaczynski, 2016).

در جنگ ترکیبی، رسانه‌ها به‌درستی هم‌تراز فرماندهان نظامی و شاید حتی فراتر از آن در عملیات‌های جنگی اثرگذارند و باید چونان سنگری استوار از افکار عمومی دفاع کنند. مثلاً در خصوص برنامه ارتش آمریکا در منابع آمده است: ورود اصطلاح «برتری اطلاعاتی» به واژگان دکتترین، هفتمین تغییر در اصطلاحات عملیات اطلاعاتی ارتش را در کمتر از چهار دهه نشان داده است. ارتش با شروع از «اقدامات متقابل فرماندهی، کنترل و ارتباطات» در سال ۱۹۸۱ و گذار از «جنگ فرماندهی و کنترل»، «جنگ اطلاعاتی»، «عملیات اطلاعاتی»، «فعالیت‌های اطلاع‌رسانی و نفوذ» و «برتری اطلاعاتی»، بخش عمده‌ای از ۴۰ سال گذشته را صرف تلاش برای تعیین اینکه اطلاعات چیست و چه معنایی برای جنگیدن دارد، کرده است (White, 2022:51).

علی‌ایحال در بحران‌های ناشی از جنگ ترکیبی، رسانه‌ها از رهگذر اطلاع‌رسانی درست، امیدآفرینی و تبیین دقیق شرایط و منافع ملی، نقش بازدارنده‌ای مهم بازی می‌کنند که به تقویت انسجام ملی و مقاومت در برابر تهاجمات روانی دشمن می‌انجامد. هم‌زمان، رسانه‌ها باید با مسئولیتی آگاهانه در برابر تحریف و انتشار اطلاعات نادرست بایستند و با ارائه روایت اولیه‌ای دقیق، به مقابله با عملیات‌های روانی سازمان‌یافته دشمن برخیزند. از این رو، رسانه‌ها نه تنها ابزاری برای اطلاع‌رسانی، که سلاحی کلیدی در جنگ ترکیبی به شمار می‌روند؛ سلاحی که با مدیریت خردمندانه اطلاعات، روایت‌سازی هدفمند و ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه، می‌تواند منافع ملی کشورها را در این عرصه پاس بدارد. علی‌ایحال رسانه می‌تواند به مثابه سلاح عمل کند در عصر دیجیتال یافته‌ها نشان می‌دهد که دوربین‌ها دیگر ناظران منفعل نیستند، بلکه شرکت‌کنندگان فعال در درگیری هستند و این امر مستلزم بازنگری انتقادی در هنجارهای اخلاقی در روزنامه‌نگاری جنگ، پاسخگویی پلتفرم‌های دیجیتال و شکل‌دهی به برداشت‌های جهانی است (Kumar Panda, 2025).

هرچند نقش‌های دیگری در این حوزه برای رسانه‌های جمعی می‌تواند موثر باشد و مورد بازتعریف قرار گیرد اما علی‌ایحال به عقیده نگارنده سیاست‌های دفاعی رسانه‌ای را می‌توان در قالب نمودار ذیل به‌طوری‌همپای جبهه نظامی در بخش پدافندی عمل کند چنین می‌توان به تصویر کشید.



شکل ۱- دفاع رسانه‌ای در جنگ ترکیبی (منبع: محقق)

رسانه به منزله خط دوم افندی

رسانه‌ها در منظومه امنیت ملی به عنوان خط مقدم جبهه فرهنگی و رسانه‌ای عمل نموده و دارای نقش راهبردی در هدایت افکار عمومی و مقابله با تهدیدات می‌باشند. این نهادها با فراتر رفتن از کارکرد متعارف اطلاع‌رسانی، به بازوی توانمند نیروهای مسلح در مدیریت جنگ روانی تبدیل گردیده‌اند در چنین وضع موجودی می‌توان دریافت فشار بر رسانه‌ها و جهانی شدن رسانه‌ها، که منجر به تغییر در نحوه تبلیغات مقامات سیاسی و نظامی شده است (Mercier, 2005:649).

از طریق تولید محتوای هدفمند و روایت‌گری دقیق، رسانه‌ها قادر به تقویت روحیه ملی، تحکیم انسجام اجتماعی و ساماندهی افکار عمومی در مسیر منافع ملی هستند. همچنین با اتخاذ رویکردی فعال و تهاجمی، توانایی تضعیف گفتمان معارض و به حاشیه راندن رسانه‌های رقیب را دارا می‌باشند. رسانه‌ها نوعاً با بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، رسانه‌ها امکان جریان‌سازی و هدایت افکار عمومی را فراهم می‌آورند. این نهادها از طریق روایت‌سازی هدفمند،

مقابله با شایعات و تقویت سرمایه اجتماعی، نقش تعیین کننده‌ای در تأمین امنیت روانی جامعه ایفا می‌نمایند. به صورت مصداقی صحبت کنیم مثلاً در جنگ بین روسیه و اوکراین مطالعه حاضر نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی روسیه از فناوری‌های ارتباطی دستکاری شده و روش‌هایی چون استفاده از واسطه‌ها، انسداد اطلاعات، تحریف تاریخ، تغییر جهت گفتمان، جنجال‌آفرینی و شوک روانی بهره می‌برند. یکی از روش‌های رایج، ایجاد واقعیت مجازی از طریق افسانه‌پردازی، ساخت تصاویر ذهنی، برچسب‌زنی و شبیه‌سازی‌های مختلف است. نشانه‌های معمول دستکاری رسانه‌ای خصمانه شامل توسل به احساسات، استناد به منابع مشکوک یا ناشناس، تحریف حقایق، اغراق و بیان غیرواقع‌گرایانه است. همچنین، فرهنگ زبانی نازل این قبیل پیام‌ها شامل خطاهای املائی، نقض هنجارهای زبانی و سبکی، کاربرد اصطلاحات روسی و نادرستی‌های واژگانی، منطقی و واقعی گواهی بر دستکاری شدن آن‌هاست. در پایان، روش‌های بررسی صحت اخبار برای مقابله با اطلاعات نادرست پیشنهاد شده است (Iryna et al, 2023: 24).

فی الحال مهم‌ترین وظایف رسانه‌ها شامل ارائه روایت‌های مستند و شفاف، حفظ وحدت ملی، مقابله با پروپاگاندا و شایعات، ایجاد فضای اعتماد و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای کسب برتری رسانه‌ای می‌باشد. این نهاد به عنوان رکن مکمل عملیات نظامی، در جنگ ترکیبی و از طریق عملیات روانی نقشی حیاتی ایفا می‌نماید. این نقش شامل پشتیبانی روایی، مقابله با تهاجم روانی دشمن و تأمین امنیت روانی نیروهای خودی می‌باشد. در جنگ‌های نوین که ویژگی اصلی آن تلفیق جنگ رسانه‌ای، روانی و شناختی است، رسانه‌ها هم نقش آفندی و هم پدافندی بر عهده داشته و امکان کسب برتری اطلاعاتی و خنثی‌سازی تهدیدات را فراهم می‌آورند. بدین ترتیب، رسانه‌ها به عنوان بازوی توانمند نظامی، نقشی غیرقابل انکار در دفع تهدیدات امنیتی ایفا می‌نمایند. در عصر حاضر که به عصر اطلاعات موسوم گشته، رسانه‌ها به مثابه سلاحی استراتژیک در عرصه منازعات بین‌المللی عمل می‌نمایند. این نهادها با ایفای نقش پیشقراول در عرصه جنگ روایی، قادرند با به کارگیری فنون پیشرفته ارتباطی، زمینه‌سازی لازم برای ایجاد تغییرات راهبردی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی را فراهم آورند. بهره‌گیری از ظرفیت‌های دیپلماسی عمومی و ارتباطات بین‌المللی، امکان اثرگذاری بر نهادهای تصمیم‌ساز جهانی و جهت‌دهی به روندهای بین‌المللی را در راستای منافع ملی میسر می‌سازد. همچنین، رسانه‌های ملی با ایجاد پلتفرم‌های چندزبانه و بین‌المللی، توانایی عرضه گفتمان انقلابی و ارزش‌های ملی در عرصه جهانی را دارا می‌باشند. این امر از طریق تولید محتوای سازنده، مستند و جذاب برای مخاطبان بین‌المللی محقق می‌گردد که خود موجب ارتقای جایگاه هر کشوری در نظام بین‌الملل خواهد شد.

عمده رویکرد دفاعی و تهاجمی رسانه ها در اوضاع جنگی

در عصر حاضر، پیروزی در صحنه نبرد تنها از طریق برتری نظامی محقق نمی‌شود، بلکه تسلط بر عرصه رسانه و مدیریت افکار عمومی دارای نقشی تعیین‌کننده است. جنگ رسانه‌ای به مثابه جبهه‌ای موازی در کنار نبرد نظامی، با بهره‌گیری از ظرایف روانشناختی و رسانه‌ای، درصدد است پیش از شکست فیزیکی دشمن، اراده و روحیه آن را در این زمینه، رسانه‌ها به ابزاری راهبردی تبدیل گشته‌اند که با مهارت کامل، واقعیات را در قالب روایت‌های هدفمند عرضه می‌کنند. یکی از بنیادی‌ترین تمهیدات این عرصه، «دیگرسازی» حریف است؛ فرآیندی که طی آن با ارائه تصویری تحریف‌شده و غیرانسانی از دشمن، زمینه‌های روانی لازم برای مقبولیت‌یافتن خشونت علیه آنان فراهم می‌آید. این رویکرد هوشمندانه، همزمان توجه‌کننده اقدامات خودی بوده و هم با تزریق احساس حقارت و بی‌پناهی، مبانی روانی مقاومت در جبهه مقابل را تضعیف می‌کند. امروزه جنگ رسانه‌های اجتماعی به موضوع مطالعه در علوم نظامی تبدیل شده و مسلماً نقش بزرگتری در نبردهای آینده ایفا خواهد کرد. همه انواع سازمان‌های نظامی و غیرنظامی نیازمند آن هستند که نحوه استفاده دشمنان خود از رسانه‌های اجتماعی را رصد کرده، در برابر حملات در حال وقوع رسانه‌های اجتماعی، آماده دفاع شده و از رسانه‌های اجتماعی به عنوان سلاح‌هایی در نیل به اهداف خود استفاده نمایند (کریمی قهرودی و دیگران، ۱۴۰۰: ۶۹).

در سطحی عمیق‌تر، جنگ رسانه‌ای با «بازی با زمان» به عرصه می‌آید. از یکسو با ترسیم آینده‌ای تاریک و اجتناب‌ناپذیر، امید را در دل حریف می‌زداید و از سوی دیگر با تکرار برنامه‌ریزی‌شده پیام‌های کلیدی، آنها را به عنوان «حقایق مسلم» در ناخودآگاه جمعی می‌کند. این تکرار هدفمند، مکانیسمی ظریف است که بی‌آنکه مخاطب متوجه شود، باورهايش را شکل می‌دهد. شایعه‌پراکنی حساب‌شده و ایجاد ابهام، از دیگر ابزارهای مؤثر در این میدان است. با انتشار اطلاعات نادرست و متناقض، فضای بی‌اعتمادی و سردرگمی ایجاد می‌شود که تصمیم‌گیری منطقی را مختل می‌سازد. این تکنیک به ویژه زمانی تأثیرگذار است که با پخش مستمر اخبار منفی و پیش‌بینی‌های شوم همراه گردد؛ زیرا ترس و ناامیدی، توانایی تحلیل و ارزیابی واقع‌بینانه را از مخاطب سلب می‌کند. نقش رسانه‌ها در حوزه آفندی و پدافندی بدون تردید در جنگ‌های مدرن جایگاهی بی‌بدیل دارد براساس نتایج تحقیقات به عمل آمده نقش رسانه‌های جمعی و فناوری در جنگ مدرن قابل توجه است، زیرا آنها به روش‌های اصلی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و شکل‌دهی به حوزه اطلاعات تبدیل می‌شوند (Velchev, 2025).

سال‌ها پیش دانشمندان جنگ شبکه‌ای در قرن ۲۱ میلادی پیش‌بینی کرده بودند بدین کیفیت که این پدیده برای اولین بار بیش از ۲۰ سال پیش توصیف شد. در آن زمان، دانشمندان توسعه «جنگ شبکه‌ای» را در قرن بیست و یکم پیش‌بینی کردند. این، برخلاف جنگ سایبری، قرار نبود بر حمله به سیستم‌های فناوری اطلاعات یا ارتباطات تمرکز کند. بلکه هدف جنگ شبکه‌ای دستکاری عمدی ادراک یک گروه خاص و در نتیجه آسیب رساندن به هدف حمله بود. این مفهوم در ذات یک رویکرد خاص به درگیری‌ها در عصر اطلاعات نهفته است. در عصر دیجیتال، دیگر نیازی به ریختن خون برای حذف رقیب و پیروزی در جنگ نیست، زیرا خود اطلاعات به قدرتمندترین سلاحی تبدیل می‌شود که می‌تواند توسط دولت‌ها، شرکت‌ها، گروه‌های کوچک و افراد به طور یکسان مورد استفاده قرار گیرد.^۱

در بعدی کلان‌تر، جنگ رسانه‌ای با «بازتعریف واقعیت» به صحنه می‌آید. با تحریف هوشمندانه حقایق و ارائه روایت‌های جایگزین، نه تنها ادراک کنونی مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بلکه حتی حافظه جمعی و برداشت از گذشته را نیز دگرگون می‌سازد. این رویکرد، به ویژه با استفاده از فناوری‌های نوین رسانه‌ای، عمق و گستره بی‌سابقه‌ای یافته است. نوعاً، تفرقه‌افکنی و دامن‌زدن به اختلافات درونی، حلقه نهایی این زنجیره راهبردی است.

جنگ اطلاعاتی، همانطور که توسط آژانس سیستم‌های اطلاعاتی دفاعی ایالات متحده^۲ تعریف شده است، «اقداماتی است که برای دستیابی به برتری اطلاعاتی در حمایت از استراتژی نظامی ملی با تأثیرگذاری بر اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی دشمن و در عین حال بهره‌گیری و محافظت از اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی ما انجام می‌شود» (Jones et al, 2006:23).

با شناسایی و تحریک شکاف‌های قومی، مذهبی و اجتماعی در جامعه هدف، انسجام ملی تضعیف شده و زمینه برای پذیرش شکست فراهم می‌شود. پیروزی در چنین فضای پیچیده‌ای، مستلزم درکی عمیق از مکانیسم‌های اثرگذاری رسانه‌ای و روانی است. تنها با هماهنگی دقیق بین عملیات رزمی و جنگ رسانه‌ای می‌توان هم در میدان نبرد و هم در عرصه اذهان عمومی به برتری دست یافت. این همان نقطه عطف جنگ مدرن است که در آن، تسلط بر رسانه به اندازه تسلط بر میدان نبرد اهمیت می‌یابد.

نتیجه‌گیری

در شرایطی که تهدیدات امنیتی از شکل سنتی خود فاصله گرفته و به عرصه‌های شناختی، روانی و اطلاعاتی کشیده شده‌اند، نقش رسانه‌ها بیش از پیش اهمیت یافته است. دیگر نمی‌توان

¹ See: Author Group (2024): Insights What is Social Media Warfare?

² DISA

رسانه را صرفاً ابزاری برای اطلاع‌رسانی دانست؛ بلکه باید آن را به‌عنوان یکی از عناصر مؤثر در ساختار دفاعی کشور تلقی کرد. رسانه‌ها با توانایی شکل‌دهی به افکار عمومی، روایت‌سازی و مقابله با جریان‌های معارض، می‌توانند در خط دوم آفند و پدافند نقش‌آفرینی کنند و به حفظ انسجام ملی کمک نمایند.

در حوزه آفند، رسانه‌ها با تولید محتواهای هدفمند، برجسته‌سازی ارزش‌های فرهنگی و تضعیف گفتمان‌های معارض، زمینه را برای تقویت وحدت اجتماعی و مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های کلان فراهم می‌کنند. در سوی دیگر، نقش پدافندی آن‌ها در مقابله با شایعات، تحریف اطلاعات و عملیات روانی دشمن، حیاتی و غیرقابل چشم‌پوشی است. تحقق این نقش‌ها نیازمند برخورداری رسانه‌ها از استقلال حرفه‌ای، زیرساخت‌های فناورانه و نیروی انسانی متخصص است که بتوانند در تعامل مؤثر با نهادهای مسئول عمل کنند.

در همین راستا، پیشنهاد می‌شود مرکزی تخصصی با محوریت رسانه و امنیت شناختی تشکیل شود تا ضمن رصد تهدیدات نرم، به تدوین سیاست‌های هماهنگ در حوزه روایت‌سازی و مقابله با جنگ‌های ترکیبی بپردازد. چنین مرکزی می‌تواند نقش اتاق فکر را ایفا کرده و ظرفیت‌های رسانه‌ای کشور را به‌صورت هدفمند ساماندهی کند. همچنین اجرای یک برنامه ملی برای ارتقاء سواد رسانه‌ای در سطح جامعه ضروری به نظر می‌رسد. این برنامه باید با هدف توانمندسازی شهروندان در تحلیل محتوا، تشخیص اخبار جعلی و مقابله با عملیات روانی طراحی شود و با بهره‌گیری از ابزارهای نوین آموزشی، تاب‌آوری شناختی جامعه را در برابر تهدیدات نرم افزایش دهد.

افزون بر این، رسانه‌ها نقش مهمی در بازسازی اعتماد عمومی و تقویت حافظه جمعی ایفا می‌کنند. بازنمایی رویدادهای تاریخی، برجسته‌سازی نمادهای فرهنگی و تقویت روایت‌های مشترک، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به تحکیم انسجام اجتماعی کمک کند. در شرایطی که دشمنان تلاش دارند با ایجاد شکاف‌های هویتی، جامعه را دچار فرسایش روانی کنند، رسانه‌های داخلی باید با هوشمندی و مسئولیت‌پذیری، در جهت تقویت روحیه ملی گام بردارند. نوعاً موفقیت رسانه‌ها در ایفای نقش دفاعی و تهاجمی در جنگ‌های ترکیبی، نیازمند نگاهی فرابخشی و آینده‌نگر است. باید رسانه را نه صرفاً به‌عنوان ابزار اطلاع‌رسانی، بلکه به‌عنوان نهادی راهبردی در سیاست‌گذاری امنیتی و فرهنگی تلقی کرد. این امر مستلزم تربیت نیروهای متخصص، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فناورانه، و ایجاد فضای تعامل میان رسانه، دانشگاه و نهادهای حاکمیتی است. تنها در چنین بستری می‌توان انتظار داشت که رسانه‌ها به‌طور مؤثر در حفظ ثبات ملی و مقابله با تهدیدات نوظهور ایفای نقش کنند.

منابع

- افتخاری، اصغر. (۱۳۸۷). مدیریت رسانه‌ای بحران. فصلنامه علمی پژوهش‌های ارتباطی، ۱۵(۵۵)، ۳۱-۵۳.
- راجی، محمدهادی؛ افتخاری، اصغر. (۱۳۹۸). جنگ ترکیبی غرب در برابر جمهوری اسلامی ایران (تحلیل ابعاد و روش‌ها). سیاست دفاعی، ۲۸(۱۰۹)، ۷۵-۱۱۱.
- رحیمی، صالح. (۱۴۰۳). جنگ‌شناختی و تهدیدهای ترکیبی در چشم‌انداز آینده: مفاهیم، ابزارها و راهکارهای پیشگیرانه. آینده‌پژوهی دفاعی، ۹(۳۵)، ۶۱-۹۱.
- رستمی، علی؛ پرتوی، محمدتقی؛ زرین کلاه، حسین. (۱۴۰۰). عوامل امنیتی مؤثر در بروز جنگ ترکیبی توسط گروه‌های تروریستی در غرب آسیا. فصلنامه مطالعات جنگ، ۳(۹)، ۹۳-۱۱۷.
- ریاضی، وحید؛ اکبری، علی؛ باجلانی، صفدر؛ اکبری، حسن رضا. (۱۴۰۰). معرفی مؤلفه‌ها و ابزارهای جنگ ترکیبی آمریکا علیه ج.ا.ایران. راهبرد دفاعی، ۱۹(۱)، ۳۷-۶۷.
- سهرابی، محمد؛ مسلمی، سیاوش. (۱۳۹۴). راهبردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کنترل بحران امنیتی. امنیت ملی، ۵(۱۵)، ۳۲-۹.
- کریمی قهرودی، محمدرضا؛ انعامی، ندا. (۱۴۰۰). واکاوی جنگ رسانه‌های اجتماعی: مفاهیم، ابعاد و تاکتیک‌های آفندی و پدافندی. فصلنامه مطالعات جنگ، ۳(۹)، ۶۹-۹۲.
- کلانتری، فتح‌الله. (۱۳۹۵). تحلیلی در تدوین راهبردهای کلان جنگ ترکیبی. راهبرد دفاعی، ۱۴(۳)، ۶۹-۱۰۰.
- Author Group. (2024). Insights: What is social media warfare? Prevenecy. <https://prevenecy.com/en/what-is-social-media-warfare>
- Bobric, G. D. (2021, February). The Overton window: A tool for information warfare. In ICCWS 2021: 16th International Conference on Cyber Warfare and Security (pp. 20-27). Academic Conferences Limited. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=819524>
- Coombs, W. T. (2004). Impact of past crises on current crisis communication: Insights from Situational Crisis Communication Theory. Journal of Business Communication, 41(3), 265-289. <https://doi.org/10.1177/0021943604265607>
- Gombar, M. (2025). Algorithmic manipulation and information science: Media theories and cognitive warfare in strategic communication. European Journal of Communication and Media Studies, 4(2). <https://doi.org/10.24018/ejmedia.2025.4.2.41>
- Happer, C., & Philo, G. (2013). The role of the media in the construction of public belief and social change. Journal of Social and Political Psychology, 1(1), 321-336. <https://doi.org/10.5964/jspp.v1i1.96>
- Henschke, A. (2025). Cognitive warfare: Grey matters in contemporary political conflict. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003126959>
- Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2006). Strategic communication in crisis governance: Analysis of the Singapore management of the SARS crisis. The

- Copenhagen Journal of Asian Studies, 23(1), 81-104.
<https://doi.org/10.22439/cjas.v23i1.693>
- Kaczyński, P. S. (2016, June 27). Russia's armed forces on the information war front: Strategic documents (OSW Studies No. 60). Centre for Eastern Studies (OSW).
<https://www.osw.waw.pl/en/publikacje/osw-studies/2016-06-27/russias-armed-forces-information-war-front-strategic-documents>
- Konstankevych, I., Kostusiak, N., Shulska, N., Stanislav, O., Yelova, T., & Kauza, I. (2023). Media manipulation as a tool of information warfare: Typology signs, language markers, fact checking methods.
<https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/22040>
- Kovacich, G. L., & Jones, A. (2006). High-technology crime miscreants: Profiles, motives, and philosophies. In Establishing and managing a high-technology crime prevention program (pp. 255-282). Butterworth-Heinemann.
<https://doi.org/10.1016/B978-075067929-9.50046-4>
- Mercier, A. (2005). War and media: Constancy and convulsion. International Review of the Red Cross, 87(860), 649-659.
<https://doi.org/10.1017/S1816383100184486>
- Panda, J. K. (2025). Visual warfare and strategic communication: Case studies from Ukraine, Israel, and India. Journal of Media and Communication Studies, 17(3).
<https://doi.org/10.5897/JMCS2025.0858>
- Paul, S., & Rai, M. (2021). Social media and terrorism. In S. Romaniuk, M. Thapa, & P. Marton (Eds.), The Palgrave encyclopedia of global security studies. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74336-3_277-1
- Sazzad Hossain, M. (2018). Social media and terrorism: Threats and challenges to the modern era. South Asian Survey, 22(2), 136-155.
<https://doi.org/10.1177/0971523117753280>
- Techau, J. (2011). What makes communication strategic? Preparing military organizations for the battle of ideas. NATO Defense College.
<http://www.jstor.org/stable/resrep10370>
- Ve, A. (2025). The role of media and technology in contemporary warfare. Journal of Information Policy, 15. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.15.2024.0007>
- White, S. P. (2022/2023). The organizational determinants of military doctrine: A history of Army information operations. The Scholar, 6(1).
<http://dx.doi.org/10.26153/tsw/44440>

A Descriptive Search of the Role of Mass Media as Second Lines of Offense and Defense Based on Studies in the Field of Security and Combined Warfare

Seyed Mohammad Reza Mousavi Fard

Faculty Member, Department of Criminal Law and Criminology, Semnan
Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

mr.mousavifard@iaau.ac.ir

Abstract

In response to emerging security threats primarily manifested through hybrid and cognitive warfare this study investigates the role of media as the second line of offense and defense within the national defense architecture. The research is situated within the broader transformation of the concept of national security and the growing importance of narrative construction and psychological operations in international confrontations. Employing a descriptive-analytical method, the study draws upon library resources and comparative analyses to explore its central question: how can media, as a secondary offensive and defensive force, contribute to countering hybrid threats and reinforcing national cohesion? The research is founded on the hypothesis that media, when equipped with well-defined strategies, robust infrastructure, and effective collaboration with relevant institutions, can play a decisive role in managing cognitive warfare. The findings indicate that, in its offensive capacity, media contributes to strengthening political legitimacy and social cohesion through the production of targeted content and the weakening of adversarial narratives. In its defensive role, media plays a critical part in safeguarding the psychological security of society by countering rumors, disinformation, and enemy psychological operations. Moreover, media is instrumental in rebuilding public trust and reinforcing collective memory. The study concludes with two strategic recommendations: first, the establishment of a specialized center for media and cognitive security to formulate coordinated policies and monitor soft threats; second, the development of a national media literacy program aimed at enhancing the cognitive resilience of society. Through a strategic lens, this research seeks to redefine the role of media in preserving national stability.

Key words: Media, combined WAR, Cognitive Security, second line of Defense, Media Literacy