

تدوین الگوی مطلوب پدافند غیر عامل رسانه‌های در ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۰

نوشته

علیرضا محمدی*

ابوالفضل دانایی**

چکیده

امروزه با پیشرفت و گسترش فناوری‌های ارتباطی، شاهد افزایش روزافزون استفاده اقشار جامعه از رسانه‌های ارتباطی و رسانه‌های جمعی هستیم و دولت‌ها با مغتنم شمردن این فرصت و بستر مناسب، سعی در گسترش قلمرو خود در حوزه رسانه دارند. زیرا موفقیت در میدان جنگ رسانه‌ای، به معنای حفظ هویت، فرهنگ و اقتدار کشور است که در نهایت موجب حفظ امنیت ملی می‌شود. هدف از پژوهش حاضر شناسایی ابعاد مختلف پدافند غیر عامل بر بستر رسانه است که از نوع توصیفی-کاربردی بوده و با استفاده از روش داده‌بنیاد، پس از مطالعات کتابخانه‌ای، استخراج و کدگذاری داده‌ها و همچنین مصاحبه عمیق و تخصصی با خبرگان، به منظور ارائه یک الگوی راهبردی از پدافند غیر عامل رسانه‌ای انجام شده است. جامعه آماری شامل ده نفر از کارشناسان خبره سازمان‌های نظامی و رسانه‌ای و متخصص در حوزه جنگ نرم و رسانه بوده است که در فرایندهای کدگذاری، طبقه‌بندی مفاهیم، شناسایی مؤلفه‌ها و ابعاد و استخراج الگوی اولیه مشارکت داشته‌اند. الگوی پدافند غیر عامل بر بستر رسانه، بر اساس یافته‌های این تحقیق در سه بعد اصلی و نه مؤلفه اصلی، استخراج و جمع‌بندی شد. ابعاد اصلی شامل: زمان اجرای اقدام‌ها، مجریان و نوع اقدام‌ها است، که کارآمدترین و کم‌هزینه‌ترین، در عین حال مؤثرترین نوع دفاع در حفظ امنیت ملی یک کشور در برابر تهدیدهای عملیات روانی رسانه‌ای دشمن است. الگوی استخراج شده می‌تواند مورد توجه محققان و مجریان برنامه حوزه دفاع نرم رسانه‌ای قرار گیرد.

کلیدواژه: جنگ نرم، پدافند غیر عامل، جنگ رسانه‌ای، پدافند غیر عامل رسانه‌ای، داده‌بنیاد.

* استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه علوم دریایی امام خمینی نوشهر (نویسنده مسئول)، نوشهر، ایران
alireza1350 mmm@gmail.com

** دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران
a.danaei@semnaniau.ac.ir

مقدمه

پدیده پدافند غیرعامل به مجموعه اقدام‌هایی اطلاق می‌شود که با اجرای آن، بدون به‌کارگیری جنگ افزار، می‌توان از خسارت‌های مالی به تجهیزات و تأسیسات حیاتی و حساس نظامی و غیرنظامی و تلفات انسانی جلوگیری کرد، یا میزان این خسارت‌ها و تلفات را، به حداقل ممکن کاهش داد. همچنین پدافند غیرعامل عبارت است از مجموعه اقدام‌های غیرمسلحانه که موجب افزایش بازدارندگی، کاهش آسیب‌پذیری، تداوم فعالیت‌های ضروری، ارتقای پایداری ملی و تسهیل مدیریت بحران، مقابل تهدیدها و اقدام‌های نظامی دشمن می‌شود (اسکندری، ۱۳۹۰: ۱۲).

توجه به دفاع غیرعامل در مقابله با تهدیدها و تقلیل خسارت‌های ناشی از حمله‌های کشورهای مهاجم، امر بسیار ضروری و مهمی است و باید جهت جلوگیری از آسیب‌پذیری‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و امنیت مراکز حیاتی کشور از جمله مراکز ارتباطی، به دفاع غیرعامل روی آورد (موحدی نیا، ۱۳۸۳: ۷). ظهور رسانه‌های نوین در عصر اطلاعات، به همراه تحولاتی که با گسترش حوزه تأثیرگذاری آن‌ها حاصل شده است، بسیاری از مفروضات و اصول پیشین را به چالش طلبیده است. شرایط ایجاد، کاهش و گسترش بحران‌ها نیز، متأثر از انقلاب اطلاعاتی - رسانه‌ای، چارچوب‌های نوینی یافته است که ماهیتی بسیار متفاوت از گذشته دارند و این، نیاز به تعیین مرزهای جدید را روزه‌روز بیشتر می‌کند (سلطانی فر، ۱۳۸۴: ۲۸). تلویزیون و شبکه‌های ملی و فراملی، می‌کوشند با متقاعد کردن مردم جهت همسویی فکری با خود، در جذب مخاطب و تغییر افکار عمومی به‌ویژه در کشورهای جهان سوم تأثیرگذار باشند. کشورهای پیشرفته از رسانه‌ها به عنوان ابزاری برای در دست گرفتن اذهان عمومی استفاده و تلاش می‌کنند با برنامه‌های خود آن‌ها را همراهی کنند. این موضوع در کشور ما نیز صدق می‌کند. در سال‌های اخیر شبکه‌های خارجی توانسته‌اند به سرعت میان افراد و جامعه نفوذ و جایگاه مناسبی برای خود پیدا کنند (سرابی و همکاران، ۱۴۰۱: ۵).

سوء استفاده از قدرت رسانه‌ها، زمینه ایجاد و افزایش بحران‌های فردی، ملی و فراملی را فراهم ساخته است. فعالیت‌های جاسوسی، افشای اسرار شخصی و دولتی، تهدید به هتک حیثیت، ترویج خشونت و بی‌بندوباری جنسی، تبلیغات براندازانه علیه نظام‌های سیاسی مخالف، هضم کردن خرده فرهنگ‌ها و سرانجام نابود کردن آن‌ها، شایعه‌سازی و راه انداختن جنگ روانی، دروغ‌پردازی و نشر اکاذیب، توهین و افترا و ده‌ها مورد مشابه، نمونه‌هایی از سوء استفاده‌های رسانه‌ها است (نقیب‌السادات، ۱۳۸۷: ۱۲۱). به این ترتیب رسانه‌ها تبدیل به صحنه جنگ تمام‌عیاری بین دولت‌ها، نظام‌های حاکم و گروه‌های مختلف شده است و در چنین شرایطی، همان‌گونه که پدافند غیرعامل نظامی حائز اهمیت است، پدافند غیرعامل در بستر رسانه نیز اهمیت زیادی دارد و ضامن سلامت هویت فرهنگی، اقتدار و امنیت ملی کشور است.

رسانه‌ها در دفاع غیرعامل نقش اساسی دارند و بایستی، برای وظیفه مهمی که در دفاع غیرعامل به عهده دارند، برنامه‌ریزی اجرایی داشته باشند (اسکندری، ۱۳۹۰: ۳۲). به این ترتیب، امروزه پدافند غیرعامل رسانه‌ای در کشور از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و مطالعه در این زمینه، جهت استخراج ابعاد مختلف آن ضرورت دارد. پژوهش حاضر با توجه به اهمیت این موضوع، با استفاده روش داده‌بنیاد، پس از مطالعات کتابخانه‌ای، استخراج و کدگذاری داده‌ها و همچنین مصاحبه عمیق و تخصصی با خبرگان، به منظور ارائه یک الگوی راهبردی از پدافند غیرعامل بر بستر رسانه، در نهایت به دنبال شناسایی ابعاد مختلف پدافند غیرعامل بر بستر رسانه است؛ زیرا موفقیت در میدان جنگ رسانه‌ای به معنای حفظ هویت، فرهنگ و اقتدار کشور است که موجب حفظ امنیت ملی می‌شود.

چارچوب مفهومی و پیشینه تحقیق

پدافند غیرعامل

پدافند غیرعامل، عبارت از کلیه اقدام‌های احتیاطی، بدون استفاده از جنگ‌افزار و تسلیحات، برای به حداقل رساندن تأثیر عملیات خصمانه دشمن است (موحدی‌نیا، ۱۳۸۳: ۱۹). یا به عبارتی، پدافند غیرعامل به مجموعه اقدام‌هایی اطلاق می‌شود، که به جنگ‌افزار نیاز ندارد و با اجرای آن (اقدام‌های غیرمسلحانه) می‌توان از خسارت‌های مالی تجهیزات و تأسیسات حیاتی و حساس نظامی و غیر نظامی و تلفات انسانی (افزایش بازدارندگی) جلوگیری کرد و یا میزان این خسارت‌ها و تلفات را به حداقل ممکن کاهش داد. پدافند غیرعامل، جهت مقابله با حوادث غیر طبیعی یا انسان‌ساخت، در تمام حوزه‌های زندگی بشری قابل تعریف است که شامل برنامه‌ها و اقدام‌ها، جهت کاهش آسیب‌پذیری‌ها و افزایش پایداری و خدمات و هوشیاری مردم در مقابل تهدیدها است (اخباری، ۱۳۹۳: ۴۳). پدافند غیرعامل، جهت رسیدن به اهداف خاصی اجرا می‌شود که بیشتر شامل این موارد است:

- کاهش قابلیت و توانایی سامانه‌های شناسایی، هدف‌یابی و دقت هدف‌گیری تسلیحات آفندی دشمن؛
- بالا بردن قابلیت بقا، استمرار عملیات و فعالیت‌های حیاتی و خدمات‌رسانی مراکز حیاتی، حساس و مهم نظامی و غیر نظامی کشور در شرایط وقوع تهدید، بحران و جنگ؛
- تقلیل آسیب‌پذیری و کاهش خسارت‌ها و صدمه‌های تأسیسات، تجهیزات و نیروی انسانی مراکز حیاتی و مهم نظامی و غیر نظامی کشور در برابر تهدیدها و عملیات دشمن؛
- سلب آزادی و ابتکار عمل از دشمن؛
- صرفه‌جویی در هزینه‌های تسلیحاتی و نیروی انسانی؛
- فریب و تحمیل هزینه بیشتر به دشمن و تقویت بازدارندگی؛

- افزایش آستانه مقاومت مردم و نیروهای خودی در برابر تهاجم‌های دشمن؛
- حفظ روحیه و انسجام وحدت ملی و حفظ سرمایه‌های ملی کشور؛
- حفظ تمامیت ارضی، امنیت ملی و استقلال کشور (باغ‌شیخی، ۱۳۸۸: ۱۳).

رسانه و تأثیرهای آن

آغاز تحول‌های تاریخی مربوط به مطالعه مفهوم ارتباطات را، می‌توان از جنگ جهانی دوم دانست. در این دوره، به ارتباطات از نظر اقتناع، تبلیغات، تأثیرگذاری و درنهایت، نقش ایجاد ارتباط برای رسیدن به اهداف مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی توجه شد (بشیر، ۱۳۸۷: ۱۳۵).

با ورود وسایل ارتباط جمعی به جامعه، خرده‌فرهنگ‌ها، فرهنگ‌های خاص و مجزا ناپدید می‌شوند و به‌نوعی تمام ساکنان یک جامعه و در سبک زندگی، علایق و خواست‌ها از الگوهای مشابهی پیروی می‌کنند که وسایل ارتباط جمعی به آنها می‌دهد، (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۶۹). از آنجاکه ارتباطات، اعم از فردی و اجتماعی، سنتی یا مدرن، نقش بسزایی در شکل‌گیری هویت دارند، بالطبع تحول در نظام‌های ارتباطی می‌تواند دگرگونی‌های عمده‌ای را در روند تکوین هویت ایجاد کند. به طور کلی، رسانه‌های نوین ارتباطی، فرصت‌های نوینی را در جهت تعامل خود و شبکه و فرایند شکل‌گیری هویت به وجود آورده‌اند. قرار گرفتن در معرض رسانه‌های نوین جهانی، موجب گرایش به ارزش‌های جهانی می‌شود که پیامد آن، تضعیف هویت ملی و تقویت هویت جهانی افراد است (بیات و آزادواری، ۱۳۸۹: ۹۹).

این‌گونه است که بشریت نوین، نسبت به هم‌نوعان خود در گذشته، برای تفکر، انتخاب سبک زندگی، هویت و نوع عقاید و فرهنگ استقلال و آزادی کمتری دارد؛ چراکه تمام این موارد تحت تأثیر رسانه‌هایی است که روزانه مدت زیادی را در معرض آن‌ها سپری می‌کند و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد.

رسانه و پدافند غیرعامل رسانه‌ای

در عصر جهانی‌شدن، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به طور گسترده رشد و توسعه یافته و جهان را با حجم وسیعی از اطلاعات و داده‌های گوناگون و متنوع روبه‌رو ساخته است (حاتمی، ۱۳۸۸: ۹۱). با توجه به نقش بی‌بدیل رسانه در جهت‌دهی مسیر فرهنگی و نظام اندیشه و تفکر مردم در جامعه، به‌ویژه در فضای انقلاب اطلاعاتی و جهانی‌شدن، نقش رسانه نزد هر ملت، مهم‌تر از گذشته شده است. لذا رسانه‌های کشور در فرایند جهانی‌سازی، علاوه بر اطلاع‌رسانی داخلی به جامعه، در قبال منافع ملی و صیانت از فرهنگ و ارزش‌های پایه آن کشور در فضای بین‌المللی نیز مسئول‌اند (سلطانی‌فر و روشندل‌اربطانی، ۱۳۹۰: ۸۸).

در حقیقت، زمانی که کشورهای بیگانه، با استفاده از نفوذ رسانه‌ها در افکار مردم جهان،

سعی در فرهنگ‌سازی، آموزش، جلوه دادن حقیقت به نفع خود، شبیخون فرهنگی دارند و در کل به دنبال افزایش سطح نفوذ خود برای رسیدن به اهدافی مانند بازنمایی دلخواه اخبار، تخریب روحیه حریف، بازنمایی قدرت خودی جهت حفظ اقتدار، ایجاد ترس و وحشت، کسب سهم بیشتر بازار، فرهنگ‌سازی قشر کودک، نوجوان و جوان، توجیه سیاست‌های خود و ... هستند؛ رسانه‌ها در یک کشور نیز، باید اقدام‌های لازم را جهت حفظ استقلال و اقتدار نظام حاکم در فضای رسانه‌ای، انجام دهند.

در اصل یکی از ارکان پیشبرد جنگ نرم و عملیات روانی در طول تاریخ، ابزار و وسایل ارتباطی، اطلاعاتی بوده است، به طوری که جنگ جهانی اول را جنگ روزنامه‌ای، جنگ جهانی دوم را جنگ رادیویی، جنگ ویتنام را جنگ تلویزیون‌های سیاه و سفید، جنگ دوم خلیج فارس را جنگ تلویزیون‌های ماهواره‌ای و جنگ سوم خلیج فارس را جنگ رسانه‌های مدرن نامیده‌اند. نقش فناوری‌های ارتباطی-اطلاعاتی جدید، در عملیات روانی و جنگ نرم، به‌گونه‌ای گسترش یافته که صاحب‌نظران، اصطلاح جنگ رسانه‌ای را مورد استفاده قرار می‌دهند و در شرایط فعلی استراتژیست‌های نظامی در عملیات روانی به جنگ رسانه‌ای متوسل می‌شوند. رسانه‌ها، در پدافند غیرعامل، نقش اساسی دارند و بایستی برای انجام وظیفه مهمی که در پدافند غیرعامل به عهده دارند، برنامه‌ریزی اجرایی داشته باشند. همچنین، آموزش‌های منظم و مداوم کارکنان رسانه‌ها، امری جدی و ضروری است تا در راستای اهداف اصول و مبانی پدافند غیرعامل نقش مؤثر خویش را ایفا کنند (اسکندری، ۱۳۹۰: ۳۳).

رسانه‌ها در پدافند غیرعامل نیازمند آمادگی اطلاعاتی و عملیاتی هستند. پدافند غیرعامل کلیه اقدام‌هایی است که بدون به‌کارگیری ابزار نظامی، برای کاهش صدمه‌ها، خسارت‌ها، تهدیدهای دشمن خارجی و افزایش پایداری ملی به‌کار برده می‌شود. در شرایط تهدید (قبل، حین و بعد از تهدید) رسانه‌ها رسالت متعددی به عهده دارند.

رسانه‌ها در پدافند غیرعامل، برنامه‌مقابله با تهدیدهای دشمن و افزایش پایداری ملی را، با پیش‌بینی قبلی به اجرا می‌گذارند. در چنین شرایطی مدیریت رسانه، با سه رأس مثلثی، که خود درون آن قرار گرفته، ارتباط مداوم دارد: رهبری، مدیریت و مردم (رحمان‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۸).

وظیفه رسانه تشخیص تهدید و ارزیابی خطرهای آن در جامعه است. رسانه‌ها، با مفهوم تهدید علیه منافع ملی، آشنایی نزدیک دارند و همواره یکی از دغدغه‌های دست‌اندرکاران مسئول و دلسوز هر رسانه‌ای، مقابله با تهدیدهای دشمنان است. تهدیدشناسی، امر روزانه رسانه است؛ آن‌ها مداوم با وقایع و حوادثی روبه‌رو هستند، که می‌تواند توسط دشمنان طراحی و یا به نفع دشمن نتیجه‌گیری شود.

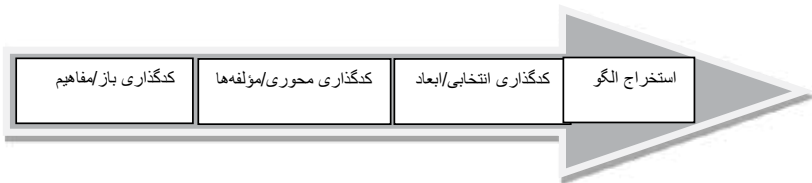
در دنیای امروز، تهدیدها به اشکال گوناگون و بی‌سابقه و غافلگیرکننده در آمده است. عملیات روانی، رسانه‌ای، جنگ اقتصادی، جنگ فرهنگ، جنگ روانی از جمله تهدیدهای نرم هستند

که رسانه‌ها، مستقیم و غیر مستقیم در آن حضور دارند و وظیفه مقابل نیز در همین چارچوب و ابزار نهفته است؛ در چنین شرایطی رسانه‌ها، با تهدید و بحران آشنایی نزدیک دارند (همان) از منظر پدافند غیرعامل، یکی از نخستین مشخصه‌های دفاع در برابر تهدیدهای دشمن، آمادگی و به‌روز بودن دست‌اندرکاران رسانه است، آشنایی با جنگ نرم و ابعاد گسترده آن و نیز به کارگیری راه‌های مقابله برای حفظ امنیت کشور از جمله کارهای اساسی در حوزه رسانه‌ها محسوب می‌شود. دومین مشخصه مورد انتظار پدافند غیرعامل از رسانه‌ها، ارتباط رسانه با مردم در شرایط بحران است. به این معنی که رسانه‌ها همواره، بایستی بتوانند ارتباط خود را با مردم حفظ کنند، هنگام حمله دشمن، ضربه‌پذیر نباشند و دچار قطع ارتباط و اختلال در اطلاع‌رسانی نشوند. همچنین پیش‌بینی ابزارها و امکانات لازم برای تداوم اطلاع‌رسانی از طریق پیش‌بینی کانال‌های ارتباطی متعدد و موازی، بسیج دست‌اندرکاران و تعیین مأموریت آنها در شرایط ویژه، تهیه مواد محتوایی برای شرایط بحران و تهیه برنامه‌های الگو برای شرایط بحران و تهدید، پیش‌بینی امکانات و ابزارهای فنی لازم، سرعت عمل و مانورهای آمادگی خبررسانی و اطلاع‌رسانی در شرایط بحران از ویژگی‌های دیگر پدافند غیرعامل رسانه‌ها است (رحمانزاده، ۱۳۸۶: ۱۸).

شیوه اداره رسانه‌ها، در شرایط بحران و بهره‌گیری از آن جهت انتقال هدفمند پیام‌ها از اهمیت زیادی برخوردار است. در بحران‌ها، رسانه‌ها ابتکار عمل را در دست می‌گیرند و نیاز مردم و مسئولان، به رسانه‌ها، بیش از گذشته افزایش می‌یابد. لذا برنامه پدافند غیرعامل در بستر رسانه، به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های حرفه‌ای بالایی نیاز دارد که مستلزم آشنایی کامل با ابعاد این نوع دفاع و همچنین آموزش کارکنان و آحاد جامعه، جهت مشارکت در اجرای برنامه‌های منسجم پدافند غیرعامل در بستر رسانه است.

روش‌شناسی تحقیق

رویکرد تحقیق حاضر، کیفی است که با روش داده‌بنیاد انجام شده است. از این رو در فرایند بهره‌گیری بررسی موضوع از جزء آغاز و در نهایت به کل می‌رسد (رویکرد استقرایی)، (استراوس و کوربین، ۱۹۹۸). روش داده‌بنیاد معمولاً به سه شیوه اجرا می‌شود: شیوه سامان‌مند، شیوه نوحاسته و شیوه سازگارا. در این تحقیق از روش سامان‌مند برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است که به استراوس و کوربین نسبت داده می‌شود. روش سامان‌مند، دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. در این پژوهش، با استفاده از روش داده‌بنیاد، به دنبال آن هستیم تا با رویکرد استقرایی، پس از جمع‌آوری، طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل داده‌ها و ارتباط بین آن، در نهایت به یک الگوی اولیه پدافند غیرعامل عملیات روانی رسانه‌ای دست‌یابیم (شکل ۱).



شکل ۱. مراحل اجرای تحقیق با روش داده‌بنیاد

برای اجرای این پژوهش، پس از تعمق در مبانی نظری و تجربی مرتبط و بررسی‌های کتابخانه‌ای موضوع پژوهش، با جامعه آماری مورد نظر (خبرگان) مصاحبه عمیق و باز انجام شد. از مصاحبه پنجم به بعد، اطلاعات دریافتی تکرار و از مصاحبه هفتم به بعد، داده‌ها به اشباع نظری رسید؛ اما برای اطمینان، تا مصاحبه دهم ادامه یافت. مصاحبه‌های عمیق، با طرح سؤال‌هایی در مورد «مفاهیم، مؤلفه‌ها و ابعاد پدافند غیرعامل عملیات روانی رسانه‌ای»، «روش‌ها، اهداف و پیامدهای این نوع از عملیات» همچنین «ابعاد، زمینه‌ها و شرایط پدافند غیرعامل عملیات روانی رسانه‌ای» انجام شد. محقق در هر مرحله، پس از مشورت و خرد جمعی، میزان تأیید و توافق خبرگان را در داده‌ها و اطلاعات استخراجی اخذ کرده است.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش، متشکل از افراد متخصص و خبره، در پدافند غیرعامل و عملیات روانی و رسانه است. روش نمونه‌گیری از نوع نمونه‌گیری تحقیق‌های کیفی است که به صورت نمونه‌گیری هدفمند - معیار (نوعی نمونه‌گیری که بر اساس یک سری معیار و استاندارد باشد) انجام شد. در این پژوهش، معیار انتخاب افراد، داشتن تجربه و تخصص لازم در زمینه پدافند غیرعامل، عملیات روانی و رسانه بود. به این منظور پس از بررسی و تحقیق کامل، ۱۰ نفر (۴ نفر مدیرکل روابط عمومی و رسانه‌ای سازمان، ۴ نفر مدیر جنگ‌های نوین، ۲ نفر مدیرکل عملیات روانی) از افراد خبره، در زمینه عملیات روانی و رسانه که شاغل در سطوح راهبردی سازمان‌های نظامی و رسانه‌ای بوده‌اند، به عنوان نمونه آماری پژوهش، در مصاحبه و فرایندهای کدگذاری، طبقه‌بندی مفاهیم، شناسایی مؤلفه‌ها و استخراج ابعاد و الگوی نهایی مشارکت داشتند. چراکه امروزه، در سازمان‌های نظامی، بخشی مربوط به عملیات روانی و جنگ‌های نوپدید وجود دارد و شاغلان آن بخش، نسبت به مباحث مربوط به رسانه و عملیات روانی آگاهی کامل و تجربه بالایی دارند.

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این تحقیق، مراحل کدگذاری بر اساس نظریه داده‌بنیاد، در پنج گام اصلی به این شرح انجام شد: گام نخست، کدگذاری باز؛ گام دوم، کدگذاری محوری؛ گام سوم، کدگذاری انتخابی و گام چهارم، استخراج الگو و گام پنجم، ارائه الگوی پیشنهادی به خبرگان و تجزیه و تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های استخراج شده.

در گام نخست (کدگذاری باز) با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد، در دو بخش بررسی اسناد کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان، با مشاهده هر مطلب مستند از اسناد و مدارک و مرتبط کتابخانه‌ای، مفاهیم اولیه را یافته، برچسب‌های مناسب را انتخاب و برای آن‌ها کدگذاری شد. در گام دوم، با ترکیب مفاهیم اولیه مرتبط، برای استخراج مفاهیم اصلی و مؤلفه‌ها و کدگذاری محوری اقدام شد. در گام سوم، با کدگذاری انتخابی و تلفیق مؤلفه‌ها، ابعاد پدافند غیرعامل روانی رسانه‌ای استخراج و در گام آخر، با نظر و تعامل خبرگان، نتیجه تحقیق در یک فلوچارت (الگوی اولیه) ارائه شد. لذا یافته‌ها و نتایج تجزیه و تحلیل این تحقیق، در پنج بخش به این شرح جمع‌بندی و ارائه شده است:

بخش اول: جدول کدگذاری باز با کدهای اولیه استخراجی از اسناد و مدارک کتابخانه‌ای (جدول ۱)؛

بخش دوم: خلاصه مصاحبه‌ها و کدگذاری مصاحبه‌ها (جدول ۲)؛

بخش سوم: کدگذاری محوری با طبقه‌های استخراج شده از کدها و مفاهیم اولیه به همراه استخراج مفاهیم و مؤلفه‌ها (جدول ۳)؛

بخش چهارم: کدگذاری انتخابی با تلفیق مفاهیم و مؤلفه‌ها و استخراج ابعاد مهم آن (شکل ۱)؛

بخش پنجم: ارائه الگوی پیشنهادی پدافند غیرعامل عملیات روانی رسانه‌ای با نشست‌های تخصصی با خبرگان و تجزیه و تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های استخراج شده (شکل ۲)؛

شایان ذکر است، به علت حجم بالای مطالب و کدگذاری‌های باز و مصاحبه‌ها، فقط بخشی از آن به صورت نمونه (جدول‌های ۱ و ۲) در این تحقیق ارائه و نتیجه و خلاصه آن، در کدگذاری محوری و انتخابی (جدول ۳) درج شده است.

بخش اول: جدول کدگذاری باز با کدهای اولیه استخراجی از اسناد و مدارک کتابخانه‌ای

یافته‌های گام نخست این تحقیق، در مرحله کدگذاری باز با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد در بخش بررسی اسناد کتابخانه‌ای، با مشاهده هر مطلب مستند از اسناد و مدارک مرتبط کتابخانه‌ای مفاهیم اولیه را یافته و برچسب‌های مناسب را انتخاب و برای آن‌ها کدگذاری کردیم که با تلفیق آن، با کدگذاری بخش مصاحبه‌های خبرگان، مفاهیم اولیه استخراج و در

کدگذاری محوری بهره جستیم. نمونه‌ای از آن در جدول ۱ ارائه می‌شود.

جدول ۱. نمونه‌ای از کدگذاری باز (اولیه) کتابخانه‌ای

شناسه	یک نمونه متن استخراج شده از اسناد و مدارک کتابخانه‌ای (داده)	منبع	کد اولیه / مفهوم
A1	هر گاه سطح سواد، آگاهی و دانش رسانه‌ای برای مردم، به عنوان کسانی که در معرض پیام‌ها و داده‌های متعدد هستند، در درجه بالایی قرار داشته باشد، سطح اعتماد آنها به بدنه حاکمیت، کارگزاران و نحوه حکمرانی به واسطه قدرت و مهارتی که در شناخت، ارزیابی، تجزیه و تحلیلی که کسب کرده‌اند، بیشتر است.	اسدیور (۱۳۹۹)	سواد و دانش رسانه‌ای، سطح اعتماد به حاکمیت، قدرت و مهارت شناخت رسانه، ارزیابی و تجزیه و تحلیل رسانه
A2	تعامل کودکان و رسانه‌ها، زمانی با اطمینان خاطر همراه است که کودکان به‌طور تصادفی از تلویزیون استفاده نکنند، بلکه برنامه‌های خاصی را برای تماشا انتخاب کنند. همچنین هر آنچه را در برنامه‌ها می‌بینید، به سادگی نپذیرند و درباره مطالب برنامه‌ها سؤال کنند و بتوانند میان درست و غلط واقعی و ساختگی بودن آنها تفاوت قائل شوند. این فعالیت‌ها و قابلیت‌ها از طریق آموزش نحوه تماشای برنامه‌ها و قابلیت‌ها از طریق آموزش نحوه تماشای برنامه‌ها و تماشای نقادانه آنها افزایش می‌یابد.	سپاسگر شهری (۱۳۸۶)	کنترل عملکرد و نظارت والدین، بهبود تفکر انتقادی مخاطب
A3	نقش رسانه‌ها در ارتقای امنیت ملی، استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف دشمن و بهره‌گیری از توان و ظرفیت آنها اعم از مطبوعات خبرگزاری‌ها رادیو و تلویزیون اینترنت و اصول تبلیغات، به منظور دفاع از منافع ملی است.	اباذری و همکاران (۱۳۹۵)	ارتقای امنیت ملی، تضعیف دشمن، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت، اصول تبلیغات
A4	این پدافند، میزان تأثیرگذاری حمله‌های نرم را کاهش داده و قدرت بازپروری افکار را در مدت کوتاهی، پس از آن افزایش می‌دهد.	فروزنده و شادمان فخرآبادی (۱۳۹۲)	کاهش تأثیر حمله‌های روانی، بازسازی اندیشه‌ها
A5	تلویزیون و شبکه‌های ملی و فراملی می‌کوشند با متقاعد کردن مردم جهت همسویی فکری با خود در جذب مخاطب و تغییر افکار عمومی، به‌ویژه در کشورهای جهان سوم تأثیرگذار باشند. کشورهای پیشرفته از رسانه‌ها، به عنوان ابزاری برای در دست گرفتن اذهان عمومی استفاده و تلاش می‌کنند با برنامه‌های خود آنها را همراهی کنند.	سرابی و همکاران (۱۴۰۱)	تلویزیون و شبکه‌های ملی و فراملی، متقاعد کردن مردم، تغییر افکار عمومی، رسانه‌ها برای در دست گرفتن اذهان عمومی
A6	پدافند غیرعامل وظیفه دارد شکاف‌های ایجادشده بین مردم را به‌سرعت، حتی موقتی، بازسازی کرده و آنها را از ازمگ‌گسیختگی نجات دهد.	پایداری ملی (۱۳۹۲)	از بین بردن شکاف میان مردم

بخش دوم: خلاصه مصاحبه‌ها و کدگذاری مصاحبه‌ها

پس از استخراج کدهای اولیه که با روش کتابخانه‌ای فراهم شده بود، فرایند تحقیق با مصاحبه و همکاری با کارشناسان خبره در امور پدافند غیر عامل و عملیات روانی - رسانه‌ای (۴ نفر مدیرکل روابط عمومی و رسانه‌ای سازمان، ۴ نفر مدیر جنگ‌های نوین، ۲ نفر مدیرکل عملیات روانی) ادامه یافت. در این بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج مفاهیم اصلی تحقیق انجام شد. نمونه‌ای از مصاحبه‌ها و کدگذاری آن ارائه شده است.

سؤال ۱: به نظر شما عوامل و زمینه‌های جنگ رسانه‌ای شامل چه مواردی است؟

یکی از خبرگان پاسخ داد، عوامل مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌تواند زمینه‌ساز و دست‌مایه تهاجم رسانه‌ای دشمن باشد، که بستگی به میزان آسیب‌پذیری و شکنندگی و عدم انسجام این عوامل در شرایط مختلف دارد؛ برای نمونه امروزه بحران‌های اقتصادی، زمینه جنگ رسانه‌ای دشمن بر علیه کشور است. یکی دیگر از خبرگان عقیده داشت که علاوه بر این عوامل، اختلاف‌های قومیتی و مذهبی هم امروزه مورد توجه تهاجم رسانه‌ای دشمن است.

سؤال ۲. پدافند غیرعامل رسانه‌ای در چه زمانی اجرا شود، بهتر است؟

یکی از خبرگان پاسخ داد، پدافند غیرعامل رسانه‌ای در زمان صلح لازم است، اما بهترین زمان اجرای آن، قبل از تهاجم رسانه‌ای دشمن است. یکی دیگر از خبرگان پاسخ داد، پدافند رسانه‌ای باید در سه مرحله برنامه‌ریزی و اجرا شود: قبل از بحران، حین جنگ رسانه‌ای و بعد از جنگ رسانه‌ای که برنامه‌ریزی باید قبل از تهاجم باشد و اجرا حین تهاجم و پس از تهاجم هم با اقدام‌های اصلاحی اثر آن از بین برود تا از نفوذ مجدد دشمن جلوگیری شود.

سؤال ۳. چه کسانی در برنامه‌ریزی و اجرای پدافند غیرعامل در بستر رسانه نقش دارند؟

یکی از خبرگان پاسخ داد، در پدافند رسانه‌ای هر چقدر هم دستگاه‌های امنیتی و رسانه‌ای نسبت به ایمن‌سازی فضای رسانه‌ای اقدام کنند، باز هم در نهایت این مخاطب‌نهایی (آحاد جامعه) است که مورد هدف قرار می‌گیرد؛ در اینجا نقش سواد رسانه‌ای بیشتر آشکار می‌شود. این در حالی است که ما قادر به اعمال کنترل کامل و جزئی بر فضای رسانه‌ای نیستیم، ولی می‌توانیم حداقل مخاطب را آگاه کنیم. یکی دیگر از خبرگان مطرح کرد، در جنگ روانی و رسانه‌ای، عناصر مختلف، در سطح گسترده‌ای درگیر می‌شوند و این، محدود به نظامیان نمی‌شود؛ پس یک گروه خاص، به تنهایی توان مقابله همه‌جانبه را، مقابل عملیات روانی گسترده ندارد و هر کس باید در جایگاه خود، اقدام‌های لازم را جهت پدافند غیرعامل انجام دهد. البته، اهمیت این امر زمانی معلوم می‌شود که جنگ روانی، بر بستر رسانه باشد و به این ترتیب تمام اقشار جامعه، خواسته و

ناخواسته، درگیر این جنگ شوند. بنابراین اقدام‌های پدافند غیرعامل رسانه‌ای، مجریان مختلفی دارد و در حقیقت مجریان اقدام‌های پدافند غیرعامل به دو دسته اصلی: جمعی و فردی یا گروهی و انفرادی تقسیم می‌شوند. از کدگذاری باز مصاحبه‌ها مفاهیم اصلی تحقیق استخراج شده که یافته‌های این بخش از تحقیق است و نمونه‌ای از کدگذاری مصاحبه در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدگذاری اولیه مصاحبه‌ها

شناسه	یک نمونه متن استخراج شده از مصاحبه‌ها	کد اولیه / مفهوم
B1	یکی از عوامل مؤثر بر پدافند عمومی و پایدار رسانه‌ای، جلب اعتماد آحاد جامعه نسبت به شبکه سایبری و شبکه رسانه‌ای موجود در کشور است که باعث اطمینان خاطر در مردم می‌شود و در شرایط بحرانی، می‌توان با تکیه بر آن‌ها به راحتی مشکل‌ها و بحران‌ها را کنترل کرد؛ بدون اینکه جامعه از نظر روانی آسیب ببیند.	جلب اعتماد جامعه، امنیت شبکه سایبری، امنیت شبکه رسانه‌ای، اقدام‌های پیش از بحران، اقدام‌های حین بحران.
B2	در پدافند رسانه‌ای، هرچه دستگاه‌های امنیتی و رسانه‌ای، نسبت به ایمن‌سازی فضای رسانه‌ای اقدام کنند باز هم این مخاطب نهایی (آحاد جامعه) است که مورد هدف قرار می‌گیرد؛ در اینجا نقش سواد رسانه‌ای بیشتر آشکار می‌شود. این در حالی است که ما قادر به اعمال کنترل کامل و جزئی بر فضای رسانه‌ای نیستیم، ولی می‌توانیم به جای آن مخاطب را آگاه کنیم.	کنترل و ایمن‌سازی فضای رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای، مخاطبان نهایی.
B3	آنچه ما از آن با عنوان پدافند غیرعامل بر بستر رسانه یاد می‌کنیم، عبارت از اقدام‌های پیشگیرانه برای به حداقل رساندن خسارت‌ها و تلفات در زمان وقوع تهاجم رسانه‌ای است. این امر یا اینکه موضوع مستقلی است، اما با سطح فرهنگی، علمی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و اعتقادی مردم نیز ارتباط و درنهایت، نیاز به آموزش و فرهنگ‌سازی دارد.	اقدام‌های پیش از وقوع بحران، آموزش و فرهنگ‌سازی، سطح فرهنگی، علمی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و اعتقادی مردم.
B4	بحث جنگ رسانه‌ای، موضوع خیلی جدیدی نیست و نمونه‌هایی از کارکرد رسانه‌ها، در جنگ جهانی دوم، برای ارتقای اعتمادبه‌نفس نیروها و متحد کردن مردم با دولت وجود دارد. همچنین می‌توان با بررسی و مطالعه تاریخ، نمونه‌هایی از آن را به اشکال مختلف همانند: ایجاد ترس در دشمن و القای ناامیدی میان نیروهای دشمن را نیز مشاهده کرد که تا امروز هم ادامه دارد و فقط شکل و روش آن تغییر کرده است. البته بحث پدافند غیرعامل در بستر رسانه موضوع جدیدی است که لازمه آن آموزش همگانی و ارتقای اعتمادبه‌نفس و اعتماد و اتحاد عموم جامعه است.	آموزش همگانی و ارتقای اعتمادبه‌نفس نیروهای خودی، متحد کردن مردم با دولت، ایجاد ترس در دشمن، القای ناامیدی میان دشمنان.
B5	جنگ رسانه‌ای و البته پدافند غیرعامل رسانه‌ای از دیرباز مورد توجه حاکمان و فرماندهان خیره جنگی بوده است، اما امروز شکل گسترده و پیچیده‌تری به خود گرفته است. برای مثال شاید در گذشته افراد سرشناس و مورد اعتماد در جامعه، نقش رسانه را ایفا می‌کردند اما به مرور زمان، کتاب و روزنامه، سپس رادیو و تلویزیون، پس از آن ماهواره، اینترنت و شبکه‌های مجازی نیز اضافه شدند که بسیار گسترده‌تر هستند و مخاطبان بیشتری دارند و سرعت انتشار آن‌ها نیز بالاست.	افراد سرشناس، کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، شبکه‌های مجازی، سرعت انتشار رسانه، گستردگی رسانه.

در این مصاحبه‌ها، مصاحبه‌شوندگان به پرسش‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای پاسخ دادند که محقق طرح کرده بود. از نتایج مصاحبه‌ها و کدگذاری اولیه مشخص شد، پدافند غیرعامل با استفاده از بستر رسانه، با اینکه موضوع مستقلى است، اما با سطح فرهنگی، علمى، اجتماعى، اقتصادى، سياسى و اعتقادى مردم نیز، ارتباط مستقیم دارد و شامل ملزومات و اقدام‌های متنوعى است که بایستی در زمان‌ها و شرایط مختلف، به روش‌های متناسب با آن اجرا شوند. این روش‌ها، باید به فراخور جامعه هدف و حوزه اجرای عملیات، انتخاب شوند. یکی از مفاهیمی که همه خبرگان بر آن تأکید داشتند، آموزش و فرهنگ‌سازی جامعه و به‌خصوص آموزش سواد رسانه‌ای بود.

تعدد کدهای (مفاهیم) اولیه‌ای (۲۰۳) که در گام نخست (کدگذاری باز) روش داده‌بنیاد و با استفاده از نرم‌افزار MaxQuda در زمینه پدافند غیرعامل و عملیات روانی و رسانه یافت شد، بیش از پیش ضرورت کدگذاری محوری و استخراج مؤلفه‌های تأثیرگذار و اصلی موضوع تحقیق را نشان داد.

بخش سوم: کدگذاری محوری با طبقه‌های استخراج شده از کدها و مفاهیم اولیه

کدگذاری محوری، تکنیکی برای طبقه‌بندی کدهای مشابه است و در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفت تا یک طبقه‌بندی منسجم از مفاهیم را در قالب مؤلفه‌های تأثیرگذار بر پدافند غیرعامل در بستر رسانه فراهم کند. در این بخش از پژوهش، یافته‌ها و کدهای به‌دست آمده از اسناد و مدارک کتابخانه‌ای با کدهای به‌دست آمده از مصاحبه با خبرگان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و کدهای مشابه در قالب یک کد مفهومی خاص طبقه‌بندی شدند. از تلفیق و دسته‌بندی مفاهیم مرتبط، مؤلفه‌های موضوع استخراج و نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. کدگذاری محوری (استخراج مؤلفه‌ها از مفاهیم)

مؤلفه	مفاهیم
پس از جنگ روانی	بازسازی شکاف بین مردم + بازسازی اندیشه‌های آسیب‌دیده + مدیریت بحران بعد از نزاع + ردیابی ریشه انتشار شایعه‌ها + رد شایعه‌های پخش شده توسط دشمن
حین جنگ روانی	کاهش تأثیرگذاری حمله‌های حریف + تخریب چهره دشمن + بررسی حمله‌های سایبری دشمن + استفاده از اشتباهات دشمن علیه خودش + استفاده از تبلیغات دشمن علیه خودش
پیش از جنگ روانی	مسدود کردن راه نفوذ دشمن + پیش‌بینی اقدام‌های بعدی دشمن + ایجاد عوامل بازدارنده
رسانه‌ای	ارائه واقعیت در رسانه‌ها + بهبود سطح انتشار اخبار در رسانه‌ها + عملیات روانی متقابل در رسانه‌ها + تبارشناسی رسانه‌ها + افزایش سواد رسانه‌ای در جامعه + شناخت پروپاگاندا + برده‌برداری از تبلیغات در متن رسانه‌ها + مقابله با داستان‌های دروغ در رسانه‌ها + تحلیل علمی شایعه‌ها در رسانه‌ها + تحلیل تبلیغ دشمن + تبلیغات ملی در رسانه‌ها + تخریب چهره دشمن + تکرار در نفی شایعه‌های پخش شده + نابودی شایعه‌ها با حقایق
سیاسی	حل مشکلات موجود + تأمین امنیت سایبری شبکه + تأمین امنیت سایبری اطلاعات + دفاع سایبری + تحکیم پایه‌های امنیتی + مدیریت بحران + افزایش امنیت ملی + خلع سلاح روانی دشمن + افزایش سطح امنیتی عناصر درگیر + ریشه‌یابی شایعه‌ها + ایجاد دیپلماسی عمومی فعال + جلب ایمان و اعتماد مردم + افزایش همبستگی ملی + تحکیم وحدت در جامعه + ایجاد اطمینان به رهبران جامعه
فرهنگی	توسعه و انسجام فرهنگ ملی در جامعه + تشویق مردم به امور مثبت + پرهیز از خرافات + پرهیز از افزایش شک و تردید + بهبود تفکر انتقادی + تحکیم باورهای جامعه + واکسیناسیون فرهنگی جامعه + خودداری از تعصب و افراطی‌گری در مذهب + احترام به خرده‌فرهنگ‌های بومی
اجتماعی	توسعه اشتغال و زودن بیکاری + کنترل و نظارت بر عملکرد سازمان‌های اجتماعی + آگاه‌سازی عموم مردم + آرام‌سازی اجتماع + تقویت مؤلفه‌های قدرت نرم + افزایش مشارکت در جامعه + توسعه مردم‌سالاری دینی + توسعه عدالت اجتماعی
جمعی	دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی + سطوح دولتی + مطبوعات و رسانه + مسئولان و کارشناسان + سطح ملی
فردی	دانشجو یا دانش‌آموز + معلم یا استاد + والدین + مخاطب نهایی + شهروند + هر عضو از ملت + تک‌تک افراد جامعه

بخش چهارم: کدگذاری انتخابی با تلفیق مفاهیم و مؤلفه‌ها و استخراج ابعاد آن

گسترش و تنوع موجود در بخش طبقه‌بندی مؤلفه‌های یافته‌های تحقیق، در مرحله بعد با کمک خبرگان مورد تحلیل‌های بیشتری قرار گرفت و به این ترتیب فرصت آن فراهم شد تا از مؤلفه‌های استخراج‌شده، در قالب یک طبقه‌بندی اصلی برای تشکیل ابعاد اصلی تحقیق استفاده شود. بر اساس یافته‌های این بخش از تحقیق مشخص شد، تعداد نه مؤلفه اصلی در فرایند پدافند غیرعامل، در مقابل جنگ نرم و عملیات روانی دشمن در بستر رسانه، به‌خصوص

عملیات روانی رسانه‌ای دشمن علیه جمهوری اسلامی ایران مؤثرند. این نه مؤلفه شامل پیش از جنگ روانی، حین جنگ روانی، بعد از جنگ روانی، رسانه‌ای، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، جمعی و فردی است.

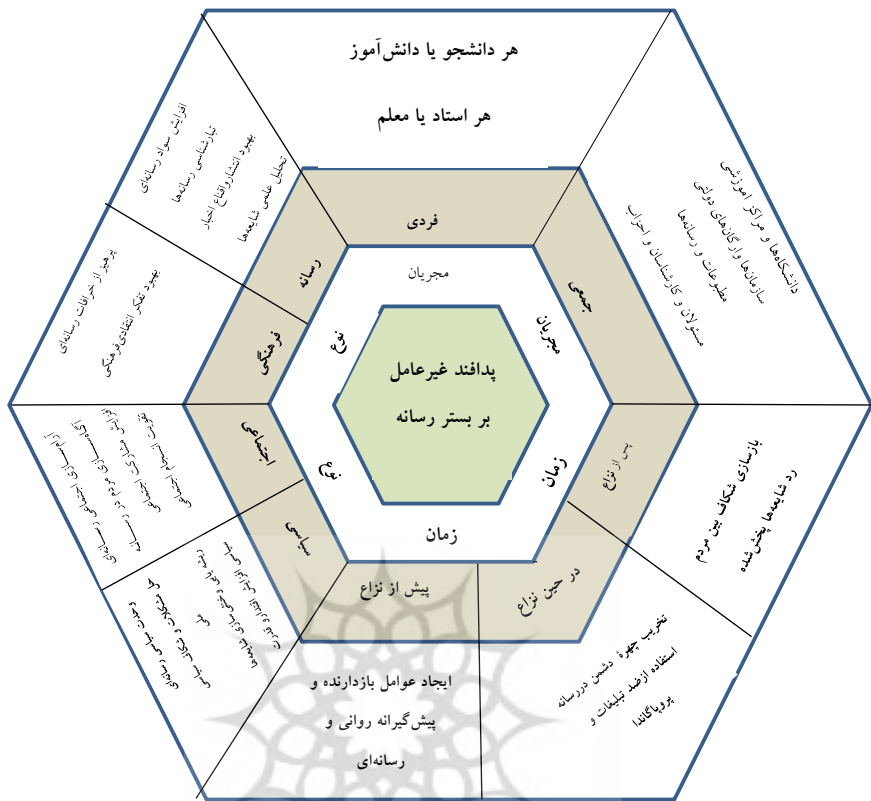
ابعاد و مؤلفه‌های اصلی، که بر اساس روش داده‌بنیاد استخراج شده‌اند، در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. کدگذاری انتخابی (استخراج ابعاد از مؤلفه‌ها)

موضوع اصلی	ابعاد	مؤلفه‌ها
پدافند غیرعامل در بستر رسانه	زمان اجرای اقدامها	پیش از جنگ روانی + حین جنگ روانی + بعد از جنگ روانی
	نوع اقدامها	رسانه‌ای + فرهنگی + اجتماعی + سیاسی
	مجریان اقدامها	جمعی + فردی

بخش پنجم: ارائه الگوی پیشنهادی پدافند غیرعامل عملیات روانی رسانه‌ای، با توافق خبرگان و تجزیه و تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های استخراج شده

پدافند غیرعامل بر بستر رسانه، بر اساس تجزیه و تحلیل یافته‌های این تحقیق و نشست‌های تخصصی با خبرگان، در قالب یک الگوی منسجم استخراج و ارائه شد که دارای سه بعد اصلی و نه مؤلفه اصلی است. ابعاد اصلی شامل زمان اجرای اقدامها (پیش از جنگ روانی، حین جنگ روانی، بعد از جنگ روانی)، مجریان اقدامها (جمعی، فردی) و نوع اقدامها (رسانه‌ای، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی) است.



شکل ۲. الگوی پدافند غیرعامل رسانه‌ای در ایران

یافته‌های پژوهش

در ادامه، برابر نتایج یافته‌های تحقیق و پس از تجزیه و تحلیل آن، هر یک از ابعاد و مؤلفه‌های الگوی استخراج شده تشریح می‌شود.

بعد اول: زمان اجرای اقدام

زمان اجرای اقدام‌ها جهت پدافند غیرعامل رسانه‌ای، به سه دوره تقسیم می‌شود که هر یک به اختصار تشریح خواهد شد.

۱. پیش از اجرای هرگونه جنگ و عملیات روانی توسط دشمن

در این مرحله، بهترین راه برای پدافند غیرعامل بر بستر رسانه، پیشگیری و اقدام‌های بازدارنده است. پیش‌نیاز اجرای عوامل بازدارنده، مقابل عملیات روانی دشمن بر بستر

رسانه، اعتماد مردم به رسانه‌های داخلی و به‌خصوص رسانه ملی است؛ به بیان دیگر، رسانه‌های داخلی و دولتی باید از قدرت نفوذ کافی در میان مردم کشور برخوردار باشند تا بتوانند نقش بازدارندگی را به بهترین شکل ایفا کنند. در این مرحله، نقش وسایل ارتباط جمعی، مانند مطبوعات و رادیو و تلویزیون، در افزایش اطمینان و اعتماد مردم به اخبار رسمی رسانه ملی و آگاهی از خطر پخش شایعه‌ها و اثر آن بر روحیه ملت و به دنبال آن بر وحدت ملی، بسیار مهم است.

۲. حین نزاع و جنگ و عملیات روانی دشمن

هنگامی که بخش‌های مختلف کشور از طرف دشمن مورد هجوم رسانه‌ای قرار می‌گیرد، رسانه‌های داخلی باید اقدام‌های مناسب را، برای مقابله با جنگ روانی دشمن، انجام دهند تا از ایجاد خسارت‌های عمده، جلوگیری شود. در این مرحله باید نسبت به تبلیغات دشمن بی‌اعتنا بود، مگر زمانی که این تبلیغات برای آحاد جامعه قابل باور باشند، مثلاً وقتی دشمن، دروغ‌های بزرگی می‌گوید یا داستان‌های حيله‌گرانه و گمراه‌کننده‌ای به هم می‌بافد، باید آن‌ها را بعد از اصلاح، در ضد تبلیغ استفاده کرد. در این مرحله نقش رسانه‌ها و بهره‌گیری از توان و ظرفیت آن‌ها، اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون و رعایت اصول ضد تبلیغات در ارتقای امنیت ملی و تضعیف دشمن، به‌منظور دفاع از منافع ملی بسیار مهم است. همچنین افزایش همبستگی و وفاق و اتحاد ملی، به عنوان پدیده‌ای اجتماعی، می‌تواند در دفاع همه‌جانبه و حفظ امنیت ملی بسیار مؤثر باشد.

۳. پس از جنگ و عملیات روانی یا تهاجم رسانه‌ای دشمن

اصولاً پس از جنگ نرم یا عملیات روانی که دشمن انجام می‌دهد، باید اقدام‌هایی برای از بین بردن تأثیر آن انجام شود تا از نفوذ دشمن جلوگیری شود، اما این را نباید با پدیده فرهنگ‌سازی اشتباه گرفت، که یکی از عوامل بازدارنده و به زمان پیش از بحران مربوط است. در فرهنگ‌سازی به اهداف درازمدت فرهنگی و زیرساخت‌های ذهنی و باورهای مردم پرداخته می‌شود که یک امر درازمدت و تدریجی است. ولی اقدام‌های پدافند غیرعامل، بعد از تهاجم عملیات روانی رسانه‌ای، برای بازسازی سریع اندیشه‌های آسیب‌دیده در جنگ نرم و حفظ تعادل و ثبات فکری و ذهنی موجود جامعه است. هنگام تشدید جنگ نرم، فرصتی برای فرهنگ‌سازی نیست و فقط می‌بایستی سریع، جلوی ختنی شدن فکری نیروهای خودی و عناصر ضعیف‌تر گرفته شود. به بیان دیگر پدافند غیرعامل، وظیفه دارد شکاف‌های ایجادشده بین مردم را به سرعت، حتی موقتی، بازسازی کرده و آن‌ها را از آزم‌گسیختگی نجات دهد. برای این کار، رسانه‌ها، به‌خصوص رسانه‌های پرمخاطب مانند

شبکه‌های اجتماعی، یا تلویزیون از ظرفیت بالایی برخوردارند و می‌توان از این ظرفیت، جهت اصلاح وضعیت روانی حاکم بر جامعه استفاده کرد.

بعد دوم: مجریان اقدام‌های پدافند غیرعامل رسانه‌ای

در جنگ روانی، عناصر مختلف در سطح گسترده‌ای درگیر می‌شوند و این امر محدود به نظامیان نمی‌شود؛ پس یک گروه خاص، به‌تنهایی توان مقابله همه‌جانبه در مقابل عملیات روانی گسترده را ندارد و هر کس باید در جایگاه خود، اقدام‌های لازم را در جهت پدافند غیرعامل انجام دهد. و البته اهمیت این امر، زمانی معلوم می‌شود که جنگ روانی، بر بستر رسانه باشد و به این ترتیب تمام اقشار جامعه، خواسته و ناخواسته، درگیر این جنگ شوند.

اقدام‌های پدافند غیرعامل رسانه‌ای، مجریان مختلفی دارد. در حقیقت مجریان اقدام‌های پدافند غیرعامل به دو دسته جمعی و فردی یا گروهی و انفرادی تقسیم می‌شود. برای مثال؛ اقدام‌های آموزشی در دانشگاه‌ها، یا اطلاع‌رسانی در مطبوعات، از جمله اقدام‌های جمعی است؛ درحالی‌که اقدام‌های مربوط به تربیت در خانواده، یا تقویت تفکر انتقادی، از جمله اقدام‌های فردی است. دلیل این جداسازی، اهمیت توجه همگان به پدافند غیرعامل رسانه‌ای، به‌جای شانه خالی کردن و انداختن مسئولیت به گردن مطبوعات، دولت و رسانه‌های داخلی است. برای مثال زمان ترویج شایعه‌های گمراه‌کننده توسط دشمن، نمی‌توان به اقدام‌های دولت و رسانه‌ها اکتفا کرد. در واقع اگر ملت، در مورد خطر شایعه‌ها و در مورد انگیزه‌ها و عواملی که به رواج آن‌ها می‌انجامد، آگاهی کافی نداشته باشد، از بین بردن سمی که مروجان شایعه و مغرضان پراکنده می‌کنند، برای جامعه دشوار خواهد بود.

آگاه‌سازی جامعه از خطرهای موجود و آموزش اقدام‌های مناسب، جهت مقابله با جنگ روانی رسانه‌ای اهمیت زیادی دارد. مردم می‌بایستی از وقوع جنگ نرم و عملیات روانی رسانه‌ای باخبر شده و خود را برای آن آماده کنند. در این آگاهی نباید آرامش مردم به‌هم‌خورده و باعث ترس و دلهره شود. در این باره، خانواده یک پایگاه امن فرهنگی است و نقش مهمی را، در حفظ سلامت روانی جامعه ایفا می‌کند. اقدام‌های والدین می‌تواند بسیار مؤثر باشد، که از اقدام‌های فردی محسوب می‌شود و محدود به سطح خانواده است. برای مثال، عمده‌ترین اثر منفی تلویزیون بر کودکان، کم کردن ساعات مطالعه و تفکر آنان است، از این رو ضرورت دارد، والدین با تنظیم برنامه روزانه و اولویت‌بندی فعالیت‌های کودکان، بر زمان و نوع برنامه‌های متناسب با سن و سال آنان، تماشای تلویزیون و حتی رسانه‌های دیگر مانند رایانه و بازی‌های ویدیویی نظارت کنند. از سوی دیگر، در ایجاد عادت سواد رسانه‌ای و تفکر تحلیلی رسانه‌ای، همانند سایر عادت‌ها، یادگیری مشاهده‌ای نقش اساسی دارد، والدین، معلمان و استادان دانشگاه‌ها می‌توانند از طریق نگاه تحلیلی‌گر به برنامه‌های رسانه‌ای، مثلاً پس از دیدن

یک خبر یا تماشای یک فیلم، ضمن آموزش سواد رسانه‌ای عادت انجام این فعالیت را در کودکان، نوجوانان و جوانان کشور ایجاد کند.

بعد سوم: نوع اقدام‌ها در پدافند غیرعامل رسانه‌ای

به فراخور وضعیت حاکم بر جامعه، اقدام‌های مختلفی در راستای پدافند غیرعامل رسانه‌ای انجام می‌شود. اگرچه تمام این اقدام‌ها از بستر رسانه، جهت نیل به اهداف خود استفاده می‌کنند، حتی اقدام‌های سیاسی یا اجتماعی، برای اثربخشی باید در رسانه‌ها بازتاب داده شوند؛ اما برخی اقدام‌ها مختص به حوزه رسانه است. از این رو، اقدام‌های رسانه‌ای، در یک گروه جدا، بررسی شده و در چهار دسته کلی قرار گرفت.

۱. اقدام‌های رسانه‌ای

اقدام‌های رسانه‌ای شامل کارهایی می‌شود که خاص رسانه‌های جمعی امروزی و به نوعی تقویت وضعیت روانی مخاطبان است که باید کارشناسی شده و صحیح انجام شود. اقدام‌هایی مانند: ارائه واقعیت به مخاطبان برای مقابله با دروغ‌پردازی‌های دشمن، عملیات روانی متقابل با دشمن، تحلیل و تشریح تبلیغات دشمن و تبلیغات ملی.

در پدافند رسانه‌ای باید مطبوعات، رادیو، و تلویزیون برای ارائه هرچه بیشتر خبرهای واقعی، آگاه‌سازی مردم و خنثی‌سازی تبلیغات دشمن به کار گرفته شوند و زمینه‌هایی را حذف کرد که ممکن است دشمن از آن‌ها سود ببرد. مردم جویای حقایق هستند و اگر نتوانند به آن دست یابند، شایعه‌ها را می‌پذیرند.

عاملان تهدید نرم از تبلیغات، فنون مجاب‌سازی، روش‌های نفوذ اجتماعی و عملیات روانی به منزله روش‌های تغییر نگرش‌ها، باورها و ارزش‌های جامعه هدف، استفاده می‌کنند. از این رو تبلیغات ملی برای پیشگیری از خسارت‌های روانی و نفوذ دشمن، به خصوص بر بستر رسانه‌های پرمخاطب، امر ضروری و مهمی به شمار می‌رود.

برابر نتایج یافته‌های این تحقیق، یکی از اقدام‌های تکمیلی مهم در اقدام‌های رسانه‌ای پدافند غیرعامل، آموزش سواد رسانه‌ای، بر بستر همان رسانه‌ها، به عموم مردم است. برای آنکه مخاطبان اختیار و کنترل خود را به دست رسانه‌ها نسپارند، باید از سطح دانش و فهمیدن، به سطوح بالاتر حرکت و خود تولید علم کنند؛ و در واقع از رسانه‌ها یادگیری معنادار داشته باشند.

۲. اقدام‌های سیاسی

اقدام‌های سیاسی در حقیقت، فرایند مقابله با جنگ روانی دشمن، در فعالیت‌های سیاسی

و استفاده از بستر رسانه برای خنثی‌سازی یا کاهش خسارت‌های ناشی از جنگ نرم دشمن است. دشمنان بیشتر وقت‌ها، برای عملیات روانی از مشکلات موجود در کشور، مثل مشکلات اقتصادی و یا تفرقه میان فرقه‌های سیاسی و مذهبی استفاده می‌کنند. بدیهی است حل این مشکلات در کشور به مسدود کردن راه‌های نفوذ دشمن کمک می‌کند؛ در این راه می‌توان از بستر وسیع و قدرتمند رسانه، برای سرعت دادن به امور و یا آگاه‌سازی مخاطبان از اقدام‌های انجام‌شده استفاده کرد. از جمله اقدام‌های سیاسی مهم می‌توان به استفاده از دیپلماسی عمومی فعال، حفظ و ارتقاء انسجام ملی اشاره کرد. به همین سبب کشوری که از نقاط قوت فرصت‌های سیاسی و بین‌المللی، به‌درستی و به‌موقع استفاده کند از یک‌سو، می‌تواند قدرت نرم خود را تقویت کند و از سوی دیگر، بر توانایی خود جهت مقابله با تهدیدهای نرم دشمن بیفزاید.

اصولاً دشمنان، برای ایجاد جنگ روانی از نارضایتی‌های سیاسی مردم استفاده و اقدام به شایعه‌پراکنی می‌کنند. در این وقت‌ها، بهترین روش این است که سعی نکنیم با تکذیب شایعه آن را تکرار کنیم، بلکه برای از بین بردن شایعه‌ها، تنها وسیله مؤثر، صدور بیانیه صریح و شفاف سیاسی است که نقش و دلیل مشکلات و ابهام را از بین ببرد.

۳. اقدام‌های فرهنگی

این دسته از اقدام‌ها در حقیقت، پایه و اساس تمام اقدام‌ها و از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا سپر دفاعی در مقابل تهاجم‌های روانی، فرهنگ جامعه است؛ درنهایت، فرهنگ و اصالت مردم یک کشور است که طرف پیروز در نزاع روانی را معین می‌کند. در اینجا ذکر این نکته ضروری است که اقدام‌های فرهنگی، نه تنها در مقابل عملیات روانی، بلکه در مقابل عملیات ادراکی نیز مؤثر واقع می‌شود. عملیات ادراکی، با عملیات روانی متفاوت است، زیرا عملیات روانی، به دنبال ایجاد تغییرهای دفاعی و فوری، آن‌هم در سطح افکار است. هدف اصلی عملیات روانی، تهییج و تحریک است و این، با هدف اصلی عملیات ادراکی متفاوت است. آماج اصلی روش ادراکی، نخبگان و در حد نازل‌تر آن قشر تحصیل‌کرده یک جامعه است.

برابر نتایج یافته‌های این تحقیق در اقدام‌های پدافندی فرهنگی، می‌توان جامعه را هم در مقابل عملیات روانی و هم عملیات ادراکی ایمن کرد. اقدام‌های فرهنگی شامل آموزش و پرورش مستمر، دین‌باوری از بدو تولد، الگوسازی نخبگان و رهبران فرهنگی، پرهیز از شک و تردید در دین و مذهب، تقویت تفکر انتقادی به جای تعصب و افراطی‌گری قومی و مذهبی، احترام به فرهنگ ملی و بومی، اجرای برنامه‌های فرهنگی منسجم و عمیق ملی در راستای تقویت و انسجام فرهنگ ملی می‌شود.

۴. اقدام‌ها اجتماعی

در کنار اقدام‌های فرهنگی، اقدام‌هایی از قبیل نمادسازی اجتماعی، تقویت پایگاه‌های اجتماعی و شخصیت‌های مؤثر اجتماعی در میان مردم، آگاه‌سازی اجتماعی و ... می‌تواند برای ایمن کردن جامعه در مقابل عملیات روانی دشمن مؤثر باشد؛ در این راه، رسانه نقش کلیدی و مهمی را دارد. هر کشوری دارای برخی منابع و ظرفیت‌های قدرت نرم است که با شناسایی و تقویت آن‌ها، می‌تواند خود را در برابر دشمن مقاوم سازد. در ایران معنویت، ایدئولوژی اسلامی، روحیه بسیجی و فداکاری، پیشینه فرهنگی و تاریخی، حماسه آفرینی‌های دفاع مقدس، مرجعیت دینی، نوع نظام مردم‌سالاری دینی و نفوذ رهبری، می‌توانند به منابع قدرت نرم و فرصت‌های اجتماعی ملی تبدیل شود. برابر نتایج یافته‌های تحقیق، همچنین می‌توان با اقدام‌های اجتماعی از قبیل: توسعه اشتغال و زدودن بیکاری، کنترل و نظارت بر عملکرد سازمان‌های اجتماعی، آگاه‌سازی عموم مردم، آرام‌سازی اجتماع در بحران‌های رسانه‌ای، تقویت مؤلفه‌های قدرت نرم، افزایش مشارکت در جامعه، توسعه مردم‌سالاری دینی و توسعه عدالت اجتماعی در برنامه منسجم پدافند غیرعامل نقش مؤثری ایفا کرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در عصر حاضر ابزارهای ارتباطی، روزبه‌روز در حال گسترش‌اند و می‌توان این عصر را عصر سلطه ارتباطات نامید و بدیهی است که قدرت‌های مختلف، جهت گسترش قلمرو خود در فضای مجازی و رسانه‌ها گام بردارند. اگر بگوییم بدون شک، بهترین راه برای نفوذ روانی و اجرای عملیات روانی روی یک جامعه، استفاده از بستر رسانه است، بی‌راه نگفته‌ایم؛ کما اینکه ابزارهای ارتباطی و رسانه‌های جمعی تبدیل به صحنه جنگ خبرگزاری‌ها با جهت‌گیری‌های مختلف و تهاجم‌های فرهنگی متفاوت شده‌اند. در چنین شرایطی توجه به این حوزه، برای دفاع از ارزش‌ها و حفظ استقلال و هویت ملی اهمیت پیدا می‌کند و البته اهمیت پدافند غیرعامل، در مباحث دفاعی بر همگان آشکار است.

مخاطب و کاربر رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی، مانند شبکه‌های اجتماعی مختلف و سایر سرویس‌های ارتباطی، بر بستر اینترنت شامل تمام اقشار جامعه می‌شود و هیچ‌گونه حد و مرزی در این زمینه وجود ندارد. متأسفانه، هیچ‌کنترلی بر محتوای موجود در این رسانه‌ها وجود ندارد و ممکن است، ذهن توده‌های مردم از محتوای مسموم تغذیه شود که تأثیر بدی را در فرهنگ و هویت جامعه می‌گذارد. از آنجا که امکان نظارت مستقیم، بر تمام فعالیت‌های رسانه‌ای وجود ندارد و حجم این رسانه‌ها بسیار زیاد و بازه آن‌ها بسیار گسترده است، بهتر است عامه مردم، به سلاح کارآمد دفاع در این جنگ مجهز شوند و اقدام‌های لازم جهت پدافند غیرعامل رسانه‌ای،

به عنوان مؤثرترین، کم‌هزینه‌ترین و ساده‌ترین راهکار، به منظور جلوگیری از نفوذ دشمنان به فرهنگ، هویت، باور و اعتقاد و ارزش جامعه، توسط دست‌اندرکاران این حوزه انجام شود. برابر نتایج این تحقیق پیشنهاد می‌شود، به منظور اقدام‌های مؤثر پدافند غیرعامل رسانه‌ای، می‌توان ضمن تبلیغات ملی و منسجم و تقویت پایگاه‌های امن روانی جامعه، به افزایش سواد رسانه‌ای در جامعه نیز توجه داشت؛ چراکه در نهایت، این مخاطب است که از طریق رسانه‌های مختلف سنتی و نوین، با محتوای منفی دشمن روبه‌رو خواهد شد و باید توانایی تجزیه و تحلیل هر محتوایی را که از رسانه‌ها دریافت می‌کند، داشته باشد، همچنین حاکمیت می‌تواند با ایجاد رسانه‌ای ملی، که مورد اعتماد و قبول عموم بوده و روشنگر، شفاف و بی‌طرف باشد، در بازدارندگی تهاجم رسانه‌ای دشمن مؤثر باشد. همچنین مسئولان کشور، در حوزه رسانه و فناوری اطلاعات و ارتباطات، می‌توانند با تولید هر چه بیشتر محتوای رسانه‌ای داخلی مناسب و مورد علاقه جامعه و نیز با ایجاد بسترهای ارتباطی داخلی، که از سرعت، دقت و امنیت بالا و مناسب برخوردار باشد، شبکه پدافند غیرعامل منسجم ملی را کامل کنند.

با توجه به جدید بودن بحث پدافند غیرعامل رسانه‌ای در کشور، الگوی استخراج شده از این تحقیق، می‌تواند یک نقطه شروع باشد و محققان و دست‌اندرکاران مرتبط با حوزه پدافند غیرعامل و حوزه رسانه و ارتباطات و همچنین سازمان‌های دفاعی کشور از آن بهره‌برداری کنند تا مورد تحقیق و آزمایش میدانی قرار گرفته و بنا به مورد، اصلاح شده و توسعه یابد.

© Authors, Published by Bureau of Media Studies and Planning. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



منابع

- ابادری، علی؛ محمدعلی خاکپور؛ شهریار آزادخواه. ۱۳۹۵. «تبیین نقش و توانمندی رسانه‌ها در نهادینه کردن فرهنگ پدافند غیرعامل در جامعه». کنفرانس ملی پدافند غیرعامل و توسعه پایدار. وزارت کشور. اخباری، محمد. ۱۳۹۳. «بررسی پدافند غیرعامل در مدیریت شهری». فصلنامه ژئوپلیتیک. سال دهم. شماره دوم: ۳۶-۶۹.
- اسدپور، آسیه و علیرضا مرادی. ۱۳۹۹. «نقش سواد رسانه‌ای در اعتماد سیاسی (مورد مطالعه: مردم شهر شاهین‌شهر)». فصلنامه رسانه. ۳۱ (۳): ۵۵-۸۱.
- اسکندری، حمید. ۱۳۹۰. تهدید نرم - جنگ نرم. تهران: انتشارات بوستان حمید.
- اسکندری، حمید. ۱۳۹۰. جنگ روانی و جنگ رسانه. تهران: انتشارات بوستان حمید.
- باغ‌شیخی، احمد. ۱۳۸۳. دانستی‌های عمومی پدافند غیرعامل (مقاومت پایدار مردمی). تهران: معاونت تربیت و آموزش سازمان بسیج مستضعفین - پژوهش و تدوین متون.
- بشیر، حسن. ۱۳۸۷. «معناشناسی جدید ارتباطات: زمینه‌سازی برای شناخت عمیق‌تر رابطه فرهنگ و رسانه». فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال ۱. شماره ۳: ۱۳۱-۱۵۵.

بیات، بهرام و علی اکبر آزادواری. ۱۳۸۹. «تأثیر جهانی سازی بر هویت ملی و هویت جهانی». فصلنامه مطالعات اجتماعی. دوره ششم. شماره ۲۲: ۸۳-۱۰۲.

پایگاه اطلاع‌رسانی پایداری ملی. ۱۳۹۲. پدافند غیرعامل جنگ نرم.

حاتمی، محمدرضا. ۱۳۸۸. «جایگاه رسانه در جهان عرب با تأکید بر اینترنت». فصلنامه تحقیقات سیاسی و بین‌المللی. دوره اول. شماره ۴: ۹۱-۱۲۴.

رحمانزاده، علیرضا. ۱۳۸۶. پدافند غیرعامل. تهران: سازمان بسیج فرهنگیان.

ساروخانی، باقر. ۱۳۷۷. جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات.

سپاسگر شهری، ملیحه. ۱۳۸۶. اثرات تلویزیون بر کودکان. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

سرابی، مجید؛ اکبر نصراللهی کاسمانی؛ نسیم مجیدی قهرودی و پیمان جلیلی. ۱۴۰۱. «ارائه الگو برای پوشش خبری در شبکه پرس تی‌وی: مطالعه ادبیات نظری رسانه و رویکرد شبکه‌های بی‌بی‌سی ورلد و سی‌ان‌ان اینترنت‌شنال به اختیار ایران». فصلنامه رسانه. ۳۳(۲): ۵۱-۸۲.

سلطانی فر، احسان و طاهر روشندل اربطانی. ۱۳۹۰. «مدل مفهومی تبیین گفتمان حاکمیت، مردم و رسانه با رویکرد پدافند غیرعامل». دوفصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ. سال ۱، شماره ۲: ۸۷-۱۱۴.

سلطانی فر، محمد. ۱۳۸۴. «رسانه‌ها؛ بحران‌های نوین و جنگ‌های پست‌مدرن». فصلنامه پژوهش و سنجش. سال دوازدهم. شماره ۴۲ و ۴۳: ۲۷-۵۸.

صالحی امیری، رضا. ۱۳۸۷. سواد رسانه‌ای. تهران: پژوهش‌کنده تحقیقات رسانه‌ای، مجمع تشخیص مصلحت نظام.

عقیلی، سیدوحید و فرحناز مصطفوی. ۱۳۹۲. «ماهیت تهدید نرم، ابعاد و ویژگی‌ها». دوفصلنامه دانشنامه حقوق و سیاست. دوره ۶ شماره ۱۹: ۲۵-۴۲.

فروزنده، مرتضی و اعظم شادمان فخرآبادی. ۱۳۹۲. «جنگ نرم و پدافند غیرعامل در فضای مجازی». فصلنامه دانش انتظامی گیلان. دوره ۲. شماره ۸: ۱۳-۳۵.

موحدی‌نیا، جعفر. ۱۳۸۳. دفاع غیرعامل. تهران: مرکز برنامه‌ریزی و تألیف کتاب‌های درسی.

نقیب‌السادات، سیدرضا. ۱۳۸۷. «تهدیدهای رسانه‌ای و مدیریت بحران». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش). دوره ۱۵. شماره ۵۵: ۱۱۳-۱۳۹.

Strauss, Anselm; Corbin, Juliet. 1998. *Basics of Qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. London: Sage.

Nye, Jr., Joseph S. 2005. *Soft power: the means to success in world politics*. Perseus Books Group. New York.

پرتال جامع علوم انسانی