

فرماندهی معظم کل قوا: دشمن آن وقتی که در میدان، در صحنه عمل نتواند کاری از پیش ببرد، دست به جنگ روانی می‌زند؛ برای مایوس کردن، برای ناامید کردن، برای خالی کردن دل ملت‌ها. با جنگ روانی و با تهدید سعی می‌کنند ملت‌های مقابلشان، میدان را خالی کنند. (۱۳۸۷/۳/۱۲)

## تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر امنیت سیاسی - اجتماعی

(مطالعه موردی: نظامیان مستقر در غرب کشور)

ابراهیم پورهادی<sup>۱</sup>، قباد نوری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۴/۲/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۴/۳/۲۳

### چکیده

عملیات روانی، علم نبرد و نزاع برای تأثیرگذاری بر نگرش و افکار مردم و واپایش رفتار و اراده آنهاست. پژوهش حاضر در صدد بررسی میزان تأثیرگذاری عملیات روانی رسانه‌های غربی بر ابعاد سیاسی و اجتماعی امنیت ملی جمهوری ایران است. روش تحقیق، از نوع تحلیلی-توصیفی است و داده‌ها به روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه‌ای که بین جامعه نمونه به حجم ۱۳۷ نفر توزیع و گردآوری شده و با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. یافته‌ها گویای این مهم است که مذهب یکی از مؤثرترین عوامل بازدارنده در برابر عملیات روانی رسانه‌های غربی است. همچنین تأثیر پذیری از رسانه‌های غربی در میان پاسخگویان با تحصیلات بالاتر، کمتر از پاسخگویان با تحصیلات پایین‌تر است. با تکیه بر یافته‌ها، مهم‌ترین تأثیرهای عملیات روانی رسانه‌های غربی بر ابعاد سیاسی و اجتماعی امنیت ملی کشور شامل ایجاد حس بدبینی در آحاد جامعه نسبت به حاکمیت، بالا بردن سطح توقع‌های عمومی جامعه، ایجاد بحران‌های ساختگی در سطوح داخلی و منطقه‌ای، ترویج فرهنگ غربی در برابر فرهنگ مطلوب حاکمیت و معرفی غرب به‌عنوان یگانه منجی جهانی می‌باشد.

واژگان کلیدی: عملیات روانی، رسانه، امنیت ملی، آمریکا، بحران‌سازی، فرهنگ غربی.

۱. کارشناس ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه شهید بهشتی تهران - purhadi14@gmail.com

۲. کارشناس ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی مرکز تهران

## ۱. کلیات

کشورهای استکباری به این باور رسیده‌اند که تنها از طریق جنگ سخت نمی‌توانند منافع نامشروع خود را تأمین نمایند، بنابراین تلاش می‌کنند با گشودن جبهه جنگ نرم و تمرکز بر مسائل فکری، ایدئولوژیک و فرهنگی به هدف‌های خود دست یابند. یکی از مؤلفه‌های مورد علاقه استعمار فرانو، بهره‌گیری از عملیات روانی رسانه‌ای است. راهبردهای رسانه‌ای که از قابلیت بسیار بالایی برای نفوذ در افکار عمومی برخوردارند، اگر به اندازه راهبردهای نظامی مهم نباشند، کم اهمیت‌تر نیستند.

طرفداران این جنگ، برای طرح‌ریزی راهبردهای رسانه‌ای بهتر، روش‌های تبلیغاتی مؤثرتر و عملیات روانی اثربخش، کارشناسان مسائل سیاسی را اجیر کرده‌اند، بنابراین با وجود اینکه هدف‌های راهبردی و راهبردهای عملیات روانی، تغییرات چندانی نکرده‌اند، روش‌های تبلیغاتی در راستای تأثیرگذاری بر افکار عمومی پیچیده‌تر شده‌اند (موسوی و کامکار، ۱۳۹۰: ۱۷۱). اگرچه رشد فزاینده فناوری ارتباطی و رسانه‌ای، فرصت‌های فراوانی برای جامعه بشری در پی دارد، اما سلطه بی‌چون و چرای تعداد معدودی از کشورها (بیشتر کشورهای غربی و به‌ویژه آمریکا) به نوعی منجر به ایجاد یک جریان یک‌سویه و نابرابر اطلاعاتی-رسانه‌ای از سوی نظام سلطه شده است.

با توجه به نقش اثرگذار و راهبردی عملیات روانی رسانه‌ای در جنگ سخت در دهه‌های اخیر همواره یک پای ثابت تهاجم‌های نظامی، بمباران تبلیغی کشورهای هدف با بهره‌گیری از عملیات روانی و سلب اراده و اعتماد به نفس افکار عمومی به‌طور اعم و نیروهای مسلح به‌طور اخص توسط کشورهای سلطه‌گر است.

شواهد نشان می‌دهد کارشناسان آمریکایی درک و شناخت به‌نسبت درستی از روحیات، آداب، رسوم و خواسته‌های مردم عراق به دست آورده و آنها را در عملیات روانی خود لحاظ کرده بودند (انصاری‌فر، ۱۳۸۵: ۴۱).

### ۱-۱. طرح مسئله

رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه‌های اخیر، بستر مناسبی را برای عملیات روانی رسانه‌ای و تحمیل اراده کشورهای مهاجم به کشورهای هدف فراهم ساخته است. با توجه به نتایج موفقیت‌آمیز این راهبرد در تهاجم‌های انجام‌شده، به‌کارگیری آن برای مقابله با نظام اسلامی از طرفندهایی است که امروزه به‌شدت مورد توجه غربی‌ها می‌باشد. نظر به نقش نظامیان در مقابله با تهدیدهای سخت، بهره‌گیری از عملیات روانی رسانه‌ای برای تضعیف اراده آنها و متقاعد کردن آنان به بیهوده بودن نبرد و جدا کردن آنها از حاکمان و رهبران دینی و سیاسی پیش از عملیات نظامی در دستورکار دشمنان قرار دارد. افزون بر این، ایجاد شکاف بین مردم و مسئولان و از بین بردن انگیزه جنگی نظامیان و نیروهای وفادار می‌تواند فرصتی مناسب برای غلبه در جنگ سخت با صرف هزینه بسیار کم فراهم نماید.

تحقیق حاضر در تلاش است عملیات روانی رسانه‌های غربی را در دو بُعد سیاسی و اجتماعی از دیدگاه نظامیان (ارتش، سپاه پاسداران و نیروی انتظامی) مستقر در مناطق غرب کشور (کرمانشاه، کردستان و ایلام) با بهره‌گیری از مطالعه میدانی (پرسشنامه) مورد بررسی قرار داده و اثرات آن را بر امنیت ملی ج.ا.ایران تجزیه و تحلیل نماید.

### ۱-۲. اهمیت و ضرورت موضوع تحقیق

رسانه‌ها به‌مثابه حلقه واسط دولت و افکار عمومی، نقشی اساسی را در شکل‌گیری اراده سیاسی حکومت‌ها ایفا می‌کنند، پس موفقیت و شکست هر طرح، تا حد زیادی به چگونگی عملکرد رسانه‌ای آن وابسته است. راه‌اندازی شبکه‌های مختلف رسانه‌ای در غرب برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی مردم ج.ا.ایران مؤید این امر است که غرب راه تهاجم فرهنگی را با استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای برای تأثیرگذاری بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران برگزیده و سرمایه‌گذاری هنگفتی نیز در این زمینه انجام داده

است. به همین علت ضروری است ماهیت تهدیدهای رسانه‌ای دشمنان نظام اسلامی، مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته و راهکارهای اصولی برای مقابله با آن برگزیده شود. با توجه به اینکه جامعه ایران از سطوح مختلفی تشکیل شده و سطح آگاهی مخاطبان عملیاتی روانی یکسان نیست و یک راهکار نمی‌تواند به همه سطوح تعمیم داده شود، باید به صورت تخصصی نسبت به بررسی لایه‌های گوناگون جامعه و تأثیرپذیری آنها از تهدیدهای رسانه‌های غرب اقدام و راهکارهای متناسب با هر سطح اتخاذ نمود. اهمیت و ضرورت تحقیق حاضر به این علت است که جامعه مورد بررسی آن را نظامیان تشکیل می‌دهند که نقش غیر قابل انکاری در ایجاد ثبات و امنیت ملی و دفاع از مرزهای جغرافیایی کشور به عهده دارند.

### ۳-۱. پیشینه تحقیق

بر اساس اطلاعات موجود از اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن بیستم، تحقیق‌های فراوانی درباره اثرگذاری رسانه‌ها بر امنیت ملی انجام شده است. چنین بررسی‌هایی را می‌توان در آثار کینز<sup>۱</sup>، بلوخر<sup>۲</sup>، تونیس<sup>۳</sup> و وبر<sup>۴</sup> مشاهده نمود. در قرن بیستم، حوزه ارتباطات و فناوری‌های وابسته به آن نیز مانند بسیاری از حوزه‌های دیگر دستخوش تغییر و تحولات گسترده‌ای شده است. در این قرن، بشر شاهد پیدایش نظام‌هایی از ارتباطات بوده که توزیع سریع و گسترده پیام‌ها را از نقطه‌ای به نقطه دیگر امکان‌پذیر ساخته است. این نظام از طریق الکترونیکی کردن اطلاعات و همچنین با توجه به پیشرفت‌های روزافزون فناوری‌ها از راه رقمی (دیجیتالی) کردن توانسته است بر عامل فضا، زمان و مکان غلبه کند. به دنبال این فرایند، اطلاعات به عنوان نماد و دستمایه توسعه همه‌جانبه و

- 
1. Keynes
  2. Blocher
  3. Tonnies
  4. Weber

پایدار جوامع جدید، شناخته شده‌اند و دیگر بدون دسترسی به آن، هیچ‌گونه تحول چشمگیری قابل پیش‌بینی نیست.

چنین وضعی سبب شده که در سال‌های اخیر، محققان و دانشمندان، همه جا از انفجار اطلاعات، انقلاب فناوری‌های ارتباطی و از همه مهم‌تر، عصر رسانه‌های الکترونیک سخن به میان آورند. به عقیده صاحب‌نظران، با شرایط جدید، جامعه نوینی در حال ظهور است که به «جامعه اطلاعاتی» تعبیر می‌شود. نکته قابل توجه این است که در بیشتر موارد، تاریخ ارتباطات، تاریخ تحقیق بر اثرات آن است که نشان‌دهنده اهمیت تأثیرها در مطالعه ارتباط جمعی می‌باشد.

تحول تفکر در باب رسانه‌ها، دارای یک تاریخ طبیعی است؛ زیرا این تفکر، محصول اوضاع زمان و مکان و تحت تأثیر عوامل محیطی مانند منافع حکومت‌ها و قانون، نیازهای صنایع، فعالیت گروه‌های فشار، هدف‌های تبلیغات تجاری و سیاسی، علایق و افکار عمومی در مورد گرایش‌های روز علوم اجتماعی قرار داشته است. با وجود این، تاریخ تحقیق و نظریه‌پردازی راجع به آثار وسایل ارتباط جمعی، متحمل فراز و نشیب‌های زیادی بوده است (مک کوانل، ۱۳۸۲). همان‌گونه که کاستلز<sup>۱</sup> بیان می‌کند: رسانه‌ها به دلیل اینکه تار و پود نمادین زندگی ما هستند؛ همچون تجارب واقعی بر رؤیاهای، آگاهی و رفتار ما تأثیر می‌گذارند و مواد خامی را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۰).

#### ۴-۱. پرسش تحقیق

- (۱) آیا عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی تأثیرگذار است؟
- (۲) آیا عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی تأثیرگذار است؟

### ۱-۵. هدف تحقیق

بررسی تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر ابعاد سیاسی-اجتماعی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران.

### ۱-۶. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نوع توصیفی-تحلیلی و از نظر ماهیت و هدف‌ها، کاربردی می‌باشد. گردآوری داده‌ها و اطلاعات لازم، از طریق مطالعه میدانی، طراحی و توزیع پرسشنامه‌هایی بر پایه طیف لیکرت در قالب ۳۰ گویه به منظور آزمون فرضیه‌ها، انجام پذیرفته است. جامعه آماری این تحقیق از بین نظامیان مستقر در مناطق غرب کشور (استان‌های کردستان، کرمانشاه و ایلام) است که بنا به ملاحظه‌های امنیتی از تشریح ماهیت سازمان و تعداد آنها خودداری شده است. به دلیل بزرگ بودن حجم جامعه و عدم امکان انجام نظرسنجی در بین تمامی اعضای جامعه هدف، با توجه به ویژگی‌های جامعه آماری، به روش هدفمند، ۱۳۷ نفر انتخاب گردید که به همین تعداد پرسشنامه در میان گروه هدف توزیع، گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

#### ۱-۶-۱. پایایی و روایی پرسشنامه

##### ۱-۶-۱-۱. روایی

مفهوم روایی یا اعتبار، به این پرسش پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می‌سنجد. بدون آگاهی از اعتبار ابزار اندازه‌گیری، نمی‌توان به دقت داده‌های حاصل از آن، اطمینان داشت (حجازی، ۱۳۷۹). در این پژوهش برای سنجش روایی پرسشنامه، از روایی محتوا استفاده شده است. برای اطمینان از اینکه تحقیق، از روایی بالایی برخوردار باشد، پرسشنامه اولیه در اختیار صاحب‌نظران قرار گرفت و پس از توزیع محدود در جامعه نمونه و انجام اصلاحات لازم و تأیید خبرگان، پرسشنامه مهیا شد.

## ۲-۱-۶-۱. پایایی

پایایی یا قابلیت اعتماد، یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری است و با این مفهوم سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان، تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. ضریب قابلیت اعتماد، نشانگر آن است که تا چه حد ابزار اندازه‌گیری، ویژگی‌های با ثبات آزمودنی و یا ویژگی‌های متغیر و موقتی آن ضریب را می‌سنجد. به‌طور معمول، بازه ضریب قابلیت اعتماد، از صفر (عدم ارتباط) تا +۱ (ارتباط کامل) است (حجازی، ۱۳۸۷). در این تحقیق برای تعیین پایایی و قابلیت اعتماد نتایج، از دو روش «آزمون مجدد» و «آلفای کرونباخ» استفاده شده است. در روش آزمون مجدد، پس از گذشت یک هفته از توزیع و گردآوری پرسشنامه‌ها، دوباره ۳۰ درصد از پرسشنامه‌ها بین نمونه آماری توزیع گردید که پس از مقایسه با پرسشنامه‌های پیشین، اختلاف معنی‌داری مشاهده نگردید و از این لحاظ، پایایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. یکی دیگر از روش‌های تعیین پایایی پرسشنامه‌ها، استفاده از آلفای کرونباخ می‌باشد. آلفای کرونباخ از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$\alpha = (j / (j - 1)) \cdot (\sum \delta^2_0 / \delta^2)$$

$j$ : تعداد زیرمجموعه سؤال‌های پرسشنامه

$\delta^2_j$ : واریانس زیر آزمون

$\delta^2$ : واریانس کل آزمون

نتایج حاصل از استفاده روش آلفای کرونباخ در ادامه آمده است:

ضریب قابلیت اعتماد

تعداد نمونه = ۱۳۷

تعداد سؤال = ۳۰

آلفا = ۸

جدول شماره ۱. آلفای محاسبه شده فرضیه‌ها و پرسشنامه‌ها

ردیف	عوامل	آلفای محاسبه شده
۱	بُعد امنیتی	۰/۸۱
۲	بُعد اجتماعی	۰/۷۹
-	کل پرسشنامه	۰/۸۰

## ۲. مفاهیم و مبانی نظری

### ۲-۱. رسانه

رسانه، موجود زنده‌ای است که پیامی را از یک پیام‌ساز به یک پیام‌گیر (مخاطب) منتقل می‌کند. این انتقال پیام، طبق فرایندی انجام می‌شود که در تعریف ارتباطات آورده شده است، بنابراین می‌توان گفت رسانه، موجود زنده‌ای است که ارتباط برقرار می‌کند (کریمی، ۱۳۸۲). با این نگاه به رسانه، نتایج زیر گریزناپذیرند:

(۱) رسانه‌ها پا را از صرف برقراری ارتباط و انتقال پیام فراتر می‌گذارند و خود تبدیل به پیام‌ساز می‌شوند. طبق این تعریف، رادیو، تلویزیون، مطبوعات، کتاب، سینما، رایانه شخصی، ویدئو، سی‌دی، دی‌وی‌دی، اینترنت، وبلاگ، رادیو، تلفن همراه و ... رسانه تلقی می‌شوند (مک کوانل، ۱۳۸۲). منابع قدرت نرم با استفاده از ابزار رسانه‌ای (مکتوب، فیزیکی، الکترونیکی و غیره)، دیپلماسی و معماری، هنر، تصویرسازی هویت ملی از خود و دیگران، دیپلماسی و جنگ روانی، دیپلماسی فرهنگی تبلیغات، دیپلماسی علمی و آموزشی و نظایر آن، الگوپردازی ارزش‌های ملی خود برای دیگران نظیر راهبرد آمریکا برای توسعه ارزش‌های آمریکایی و جهانی‌سازی آن به‌ویژه برای خاورمیانه، اعمال و اجرا می‌گردد (نای، ۱۳۸۳).



مرتون و لازارسفلر<sup>۱</sup> در مقاله مشهور خود به نام «رسانه‌های جمعی، سلیقه مردم و کنش سازمان‌یافته اجتماعی»، کارکرد تقویت هنجارهای اجتماعی از طریق رسانه‌ها را به خوبی مطرح می‌کنند. رسانه‌ها از طریق ارائه درست و یا نادرست مطالب، باعث جهت‌گیری افراد می‌شوند و به نوعی قادرند یک طرز تفکر عمومی در جامعه ایجاد کنند. به دلیل ارائه پیام از طریق رسانه‌ها، افراد عقیده فردی خود را در برابر عقیده اجتماعی (رسانه) می‌بینند و در بسیاری موارد در جهت پیام رسانه، تغییر عقیده می‌دهند. نگرش مثبت یا منفی رسانه در مورد پدیده مورد بررسی باعث می‌شود افرادی که تا آن زمان تفکر خاصی درباره آن موضوع نداشتند و همیشه بی تفاوت از کنار آن می‌گذشتند، برخورد و نگرش خود را درباره آن مشخص کنند. همچنین، از طریق ارائه رفتار مورد قبول رسانه‌ها، هم‌نوایی رفتاری نیز در جامعه تبلیغ و تشویق می‌شود (نوروزی، ۱۳۸۳).

## ۲-۲. عملیات روانی

عملیات روانی ترکیبی است از روش‌ها و فنون علوم اجتماعی و انسانی که در آن ابعاد سیاسی، روانی، اقتصادی، حقوقی، اطلاعاتی، راهبردی و راهکنشی (تاکتیکی) باید با هم هماهنگی داشته باشند. عملیات روانی جدید بر پژوهش‌های علمی متکی است. این پدیده چه برای دستیابی به قواعد تأثیرگذار بر افکار، نگرش‌ها و رفتار انسان، چه برای رساندن پیام خود به مخاطب و تضمین دریافت و ادراک آن و چه برای شناخت مسائل خاص هر دسته از مخاطبان و محیط آنها به تحقیق‌های علمی وابستگی شدید دارد (موسوی و کامکار، ۱۳۹۰: ۱۷۱).

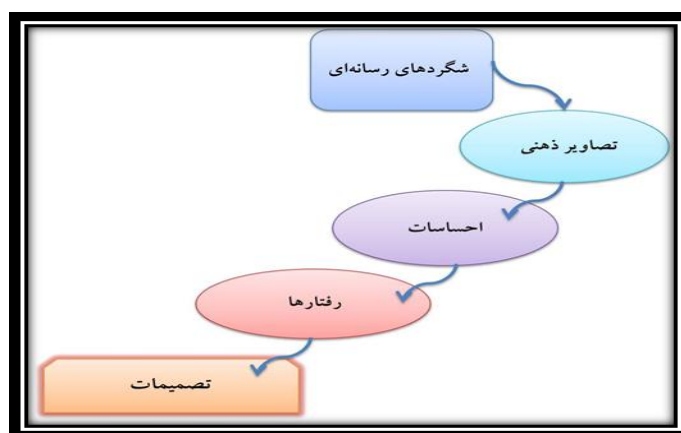
کاربران عملیات روانی با به‌کارگیری به‌موقع و مناسب یکی و یا ترکیبی از روش‌های رسانه‌ای بر اساس حالت‌های ذهنی و روانی مخاطبان، می‌توانند، افکار، اعتقادات، احساس‌ها، تمایل‌ها و رفتار مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهند (شکل شماره ۱).

1. Merton and Lazarsflr

هدف‌های کاربران عملیات روانی از به‌کارگیری شیوه‌های عملیات روانی در دو سطح راهبردی و راهکنشی قابل ارزیابی است. عملیات روانی راهبردی، شامل برنامه‌ها، اقدام‌ها، اطلاعات و اخباری است که در گستره منطقه‌ای یا جهانی از سوی سازمان‌های دولتی به‌منظور تأثیرگذاری بر چگونگی نگرش و رفتار دیگران انجام می‌شود.

عملیات روانی در سطح راهکنشی در یک منطقه جغرافیایی مشخص به‌منظور ارتقای کارایی راهبردها صورت می‌پذیرد. پیام‌های مورد استفاده در عملیات روانی راهکنشی، باید مختصر و مفید باشد و بتواند مخاطب را به اعمال تغییرات کوتاه‌مدت در رفتار، متقاعد سازد. بررسی روش‌های عملیات روانی نظام رسانه‌ای غرب علیه جهان اسلام، مؤید این است که بیشتر این روش‌ها، تأثیرهای درازمدت دارند و در سطحی گسترده و راهبردی اجرا می‌شوند.

شکل شماره ۱. فرایند اثرگذاری رسانه در جامعه هدف



منبع: نوری و تاجفر، ۱۳۹۳

در چند دهه اخیر یکی از هدف‌های اصلی عملیات روانی تغییر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی کشورهای هدف بوده است. امروزه برای هر گونه اقدام خشونت‌آمیز و استفاده

از قوه قهریه لازم است ابتدا افکار عمومی را قانع و تحت تأثیر قرار داد تا امکان حمله و استفاده از توان فیزیکی فراهم شود (موسوی و کامکار، ۱۳۹۰: ۱۷۶-۱۷۴).

### ۲-۳. امنیت

واژه امنیت به عنوان مفهومی عام، تمامی شئون و ابعاد زندگی انسان را در بر می گیرد و با بقای نفس و صیانت از حیات و موجودیت انسان پیوند می خورد (حافظ نیا، ۱۳۹۳: ۳۲۴). درباره امنیت، تعاریف مختلفی بیان شده است. برخی، وجود اطمینان نسبت به سلامت جان و مال و ناموس را امنیت نامیده و معتقدند امنیت، امری استنباطی است که واقعیتش در محیط مستلزم اقدامها و برنامه ریزی های ویژه ای است. این حکم فردی در مورد کشورها و منطقه ها نیز جاری است. امنیت برای یک کشور عبارت است از داشتن یا به دست آوردن اطمینان نسبت به سلامت موجودیت و مایملک، نسبت به اعتبار و موقعیت و نسبت به همه آنچه که زیر چتر «منافع ملی» قرار می گیرد (پیشگامی فرد، ۱۳۸۶: ۶۴). در گذشته، امنیت فقط به معنی نبود تهدید نظامی تلقی می شد، ولی امروز مؤلفه های امنیت زیاد شده است و تمام ابعاد سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را شامل می شود.

### ۲-۴. امنیت ملی

امنیت ملی متأثر از عوامل مختلفی است که خاستگاه آنها سه حوزه جغرافیا، سیاست و قدرت می باشد، ولی عوامل تولیدکننده و یا برعکس، تهدیدکننده امنیت «روحیه نیروهای ارتش، سطح علمی و نبوغ دانشمندان، ویژگی های رهبران سیاسی، موقعیت و مشخصات ژئوپلیتیکی و جغرافیای کشور، وضع نیروهای نظامی رقا و دشمنان، دیپلماسی و غیره» هستند. امنیت ملی خود به دو نوع داخلی و خارجی تقسیم می شود. امنیت داخلی از جنبه منبع، جهت و نوع تهدید به داخل مرزهای کشور مربوط

شده و بیشتر شامل امنیت اجتماعی، آرامش، صمیمیت، ثبات سیاسی و اجتماعی و غیره است. امنیت خارجی بیشتر به تهدیدهای خارجی و فرامرزی بین‌المللی مربوط می‌شود که منافع ملی یک کشور را هدف قرار می‌دهد (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۳۲۸).

به باور مورگنتا<sup>۱</sup> «امنیت ملی مجموعه توانمندی‌های (طبیعی - بهره‌برداری-راهبردی) یک نظام برای دستیابی به «منافع ملی» را شامل می‌شود که «نبود تهدید» فقط مقدمه آن است» (عزتی و نانا، ۱۳۹۰: ۱۳۵). در تعریفی دیگر، حفاظت یک ملت در برابر تجاوزهای خارجی، جاسوسی، عملیات شناسایی خصمانه، خرابکاری، براندازی، عملیات ایذایی و نفوذهای دشمنانه دیگر را شامل می‌شود (پیشگاهی‌فرد، ۱۳۸۶: ۶۴). در هر صورت این واقعیتهای غیرقابل انکار است که «امروزه دیگر مفهوم امنیت ملی، دایره‌اش از مرزهای سیاسی کشور تجاوز نموده و به مرزهای منطقه‌ای و جهانی رسیده است. قرن بیست و یکم را باید قرن پیوندهای راهبردی همه‌جانبه سیاسی، اقتصادی، نظامی، امنیتی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی دانست (عزتی، ۱۳۸۶: ۷۶).

## ۲-۵. ابعاد امنیت ملی

مفهوم امنیت ملی از ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، نظامی، زیست محیطی و غیره تشکیل شده است. از نظر رابرت ماندل<sup>۲</sup>، امنیت اقتصادی «میزان حفظ و ارتقای شیوه زندگی مردم یک جامعه از طریق تأمین کالاها و خدمات، هم از مجرای عملکرد داخلی و هم حضور در بازارهای بین‌المللی» است (جعفری، ۱۳۹۱: ۲۰۰). یکی از اقدام‌های پیشگیرانه رسانه‌ها، ایجاد تعادل بین خواسته‌های مردم و امکانات جامعه است. اگر گروه‌ها یا جریان‌هایی در زمینه‌های گوناگون و به‌ویژه در بُعد اقتصادی، توقع کاذب ایجاد کنند، عدم تأمین آنها، احتمال بروز بحران را در جامعه افزایش می‌دهد. در این حالت، باید با اطلاع‌رسانی صحیح، توقعات فراتر از امکانات

1. Morgenthau

2. Robert Mondel

جامعه را تعدیل کنند (کریمی، ۱۳۸۲). بسیاری معتقدند موضوع امنیت فرهنگی در ذیل مقوله امنیت ملی قرار دارد و یکی از مؤلفه‌های اصلی آن را تشکیل می‌دهد. امنیت فرهنگی یکی از مهم‌ترین ابعاد امنیت ملی بوده و به مفهوم آن است که از یک‌سو فرهنگ جامعه باید از مؤلفه‌های عقلایی، واقع‌بینانه، سازنده، عادلانه، پویا و منطبق با معیارهای مطلوب علمی شکل گرفته باشد و از سوی دیگر، فرهنگ و تولیدهای فرهنگی جامعه نیز ضمن در امان بودن از خطر تهدیدها، از روند رشد فزاینده‌ای برخوردار باشند (تهامی، ۱۳۹۰: ۸۹). امنیت نظامی، ناظر بر قابلیت و توانایی نیروهای مسلح و سازه دفاعی کشور برای حفاظت ملت، دولت و ارزش‌های اساسی و حیاتی آن در برابر تهدید و تهاجم نظامی خارجی است. اگرچه امروزه ابعاد جدیدی در حوزه امنیت پدید آمده ولی نقش و اهمیت بُعد دفاعی امنیت همچنان پابرجاست (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۳۳۲). برای مقابله با تهدیدهای داخلی گروه‌های مسلح، نیز دولت‌ها نیازمند توانمندی نظامی هستند. گروه‌های داخلی تهدیدکننده امنیت ملی شامل تروریست‌ها، چریک‌ها و کسانی می‌شود که در اندیشه کودتا، شورش و قیام هستند (مارتین، ۱۳۸۳). تهدید نظامی، همه اجزای دولت، اعم از حاکمیت، سرزمین و نهاد دولتی و از سویی دستاوردهای صنعتی، اقتصادی و تمدنی جامعه را مورد هدف قرار می‌دهد (ربیعی، ۱۳۸۳). از جمله ابعاد نوین امنیت، بُعد زیست‌محیطی و شرایط اقلیمی هر کشور می‌باشد. محیط زیست از آن جنبه که می‌تواند موجب تقویت بنیه‌های اقتصادی و سلامت جسمی و روانی کشور شود، عاملی مطلوب و تقویت‌کننده در جهت هدف‌های امنیت ملی به شمار می‌آید. امنیت محیط زیست، به مفهوم وجود شرایطی است که امنیت نسبی مطلوبی را در برابر خطرها و تهدیدهای ناشی از فعل و انفعال‌های گهواره زمین، پدیده جوی، آلودگی خاک، آب و هوا، آلودگی صوتی و اشاعه بیماری‌ها برای ادامه حیات سالم، ثمربخش و با نشاط انسان، جانوران، گیاهان و به‌طور کلی تمامی موجودات زنده و عدم تخریب

جامدات فراهم می‌سازد (جعفری، ۱۳۹۱: ۲۰۱). در ادامه به ابعاد سیاسی و اجتماعی امنیت ملی اشاره می‌شود که مبانی نظری پژوهش را در بر می‌گیرد.

#### ۱-۵-۲. ابعاد سیاسی امنیت

امنیت سیاسی ناظر بر ثبات سیاسی و حفظ حکومت، موجودیت کشور و ملت، وحدت، انسجام و آشتی ملی و تعامل سازنده بین گروه‌ها و نخبگان سیاسی می‌باشد (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۳۳۱)؛ به بیانی دیگر، امنیت سیاسی به معنای تأمین آرامش و طمانینه لازم توسط حاکمیت یک کشور برای شهروندان قلمرو خویش از راه مقابله با تهدیدهای مختلف خارجی و همچنین تضمین حقوق سیاسی در مشارکت جهت تعیین سرنوشت اجتماعی و سیاسی آنها می‌باشد (جعفری، ۱۳۹۱: ۱۹۸).

شاخص‌های متعددی در شکل‌گیری امنیت سیاسی هر جامعه‌ای نقش ایفا می‌کند. به اعتقاد صاحب‌نظران، مواردی از قبیل نهادینه‌شدن رقابت‌های سیاسی در حوزه‌های قانونی و حقوقی بر اساس منافع و میثاق ملی، تحقق یافتن مشارکت عمومی براساس آگاهی، آزادی و برابری، محقق شدن تحرک اجتماعی و نهادینه‌شدن اصل شایسته‌سالاری، عبور موفقیت‌آمیز کشور از بحران‌های مدیریت و حاکمیت و استقلال سیاسی، ثبات سیاسی، یکپارچگی، هویت، مشروعیت، توزیع، نفوذ و قدرت مؤثر و نیز تقلیل شکاف بین سیاست‌های اعلام و اعمال‌شده، ایجاد سازش بین هدف‌های متضاد، برخورداری زیرنظام‌های سیاسی از استقلال نسبی، پاک بودن نظام‌ها از فساد اداری، بهره‌وری بالا و اثربخشی نظام اداری، توسعه آگاهی سیاسی مردم، برخورداری حکومت از حمایت ملی و اعتبار جهانی، رهبری قوی، دیپلماسی پویا و انعطاف‌پذیری نظام سیاسی در برابر شرایط متغیر داخلی و بین‌المللی برای تأمین منافع ملی، شاخص‌هایی هستند که چنانچه احراز شوند، بُعد امنیت سیاسی را در یک کشور به طور نسبی تحقق می‌بخشند (تهامی، بی تا، ۱۹).

## ۲-۵-۲. ابعاد اجتماعی امنیت

برای امنیت اجتماعی نیز مانند سایر ابعاد امنیت ملی مؤلفه‌ها و شاخص‌های متعددی بیان شده است. عده‌ای معتقدند «امنیت اجتماعی به پایداری الگوهای سنتی زبان، فرهنگ و مذهب و هویت و عرف ملی، در عین حال تحول آنها در محدوده‌ای قابل قبول باز می‌گردد» (آجیلی و اسمعیلی اردکانی، ۱۳۹۲: ۱۴۳).

برخی ابعاد امنیت اجتماعی را به امنیت اقتصادی، امنیت شغلی، امنیت سیاسی و غیره مرتبط دانسته که کوچک‌ترین نابسامانی در یکی از آنها، امنیت اجتماعی را خدشه‌دار می‌سازد؛ به عبارت دیگر، احساس امنیت، بستر مناسبی برای تحقق امنیت عینی در جامعه است. احساس روانی امنیت در جامعه به‌عنوان سرمایه‌های اجتماعی تلقی می‌شوند و تنها با وجود پشتوانه اخلاقی محکمی مقدور است که افراد خود را مقید به انجام آن بدانند (تصدیقی، ۱۳۸۹: ۳۲).

از دیدگاهی دیگر، مؤلفه‌های امنیت اجتماعی باید ناظر بر آرامش و آسایش و رفاه مادی و معنوی جامعه توأم با عدالت اجتماعی، فقدان تبعیض و فقر، برقراری نظم اجتماعی و پایداری دولت و حکومت و آحاد ملت به قانون و حقوق قانونی، روابط حسنه بین گروه‌ها و اقشار اجتماعی، تضمین مالکیت و دارایی آحاد مردم از دستبرد، حفظ جان، مال و ناموس مردم از تعرض، فقدان ناهنجاری‌های اجتماعی و فساد، استقرار نظام بهینه تأمین اجتماعی و رسیدگی به امور نیازمندان و نظایر آن باشد (حافظ‌نیا، ۱۳۹۳: ۳۳۱).

برخی صاحب‌نظران مسائل امنیتی، شاخصه اصلی امنیت اجتماعی را هویت می‌دانند و در واقع حفظ امنیت اجتماعی به معنای آن است که جامعه در برابر تهدیدهایی که متوجه بقای خویش در مقام جامعه می‌داند، احساس ناامنی نکند (Buzan et al, 1988: 120). از سوی دیگر، اعتماد متقابل و مشارکت دادن گروه‌ها و اقوام مختلف در فعالیت‌های مرتبط با تقویت و ثبات در ابعاد مختلف خود در جامعه و احترام ارزش‌های گروه‌ها،

(عباس‌زاده و کرمی، ۱۳۹۰: ۴۶)، از دیگر مؤلفه‌هایی است که نقش غیرقابل انکاری در تحکیم امنیت اجتماعی ایفا می‌کند.

### ۳. یافته‌های تحقیق

#### ۳-۱. توصیف داده‌ها

پرسشنامه‌ها به گونه‌ای توزیع گردید که از بین نظامیان مستقر در مناطق غرب کشور شامل استان‌های کردستان، کرمانشاه و ایلام، ۵۲ نفر از ارتش، ۵۳ نفر از سپاه پاسداران و ۳۲ نفر از نیروی انتظامی به آن پاسخ دادند. از نظر جنسیتی، کل جامعه هدف را مردان تشکیل می‌دهند. ۹/۵ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی زیردیپلم و دیپلم، ۳۵/۸ درصد فوق‌دیپلم، ۴۹/۶ درصد لیسانس و ۵/۱ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر بوده‌اند.

از لحاظ سابقه خدمتی ۴۰ نفر (۲۹/۲ درصد) پاسخ‌دهندگان دارای سابقه خدمت ۱ تا ۱۰ سال، ۶۹ نفر (۵۰/۴ درصد) دارای سابقه خدمت ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۸ نفر (۲۰/۴ درصد) دارای سابقه خدمتی ۲۰ تا ۳۰ سال بودند. از نظر رسته خدمتی، ۵۳ نفر (۳۸/۷ درصد) رزمی، ۵۴ نفر (۳۹/۴ درصد) پشتیبانی رزمی و ۳۰ نفر (۲۱/۹ درصد) دارای رسته خدمات رزمی بودند.

در جدول‌های شماره ۲ و ۳ نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌ها در دو بخش، شامل اثر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر ابعاد سیاسی و اجتماعی جامعه هدف و تأثیرهای آن بر امنیت ملی مورد بررسی قرار گرفته است.



جدول شماره ۲. مقیاس محقق ساخته به روش لیکرت برای اندازه گیری تأثیر پذیری بُعد سیاسی امنیت ملی با درج میانگین

ردیف	شرح پرسش	میانگین
۱	عملیات روانی رسانه های غربی در ایجاد شکاف و بدبین ساختن افراد نظامی به نظام جمهوری اسلامی ایران تا چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۸۷
۲	مثبت جلوه دادن فعالیت های گروه های تروریستی مخالف نظام جمهوری اسلامی ایران در رویکرد نظامیان نسبت به نظام تا چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۷۴
۳	عملیات روانی رسانه های غربی بر روی افکار نظامیان جهت سوق به سمت هدف های گروه های شبه نظامی مخالف نظام تا چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۶۹
۴	تأثیر عملیات روانی رسانه های غربی بر حضور نظامیان در گردهمایی های سیاسی تا چه اندازه بوده است؟	۲/۷۵
۵	عملیات روانی رسانه های غربی در افشای اسرار نظامی توسط نظامیان تا چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۷۲
۶	عملیات روانی رسانه های غربی تا چه اندازه در عدم حضور جوانان در خدمت سربازی مؤثر بوده است؟	۳/۰۴
۷	عملیات روانی رسانه های غربی در ورود افراد نظامی به مسائل سیاسی تا چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۹۶
۸	به چه میزان عملیات روانی رسانه های غربی با استفاده از شیوه های تبلیغی توانسته اند موجب شکاف میان نیروهای نظامی گردند؟ (ارتش-سپاه پاسداران-نیروی انتظامی)	۲/۹۴
۹	اختلاف های جناح های سیاسی داخل نظام و شایعه پراکنی رسانه های غربی تا چه میزان بر رویکرد نظامیان نسبت به نظام جمهوری اسلامی ایران تأثیر گذار بوده است؟	۲/۸۸
۱۰	بزرگ نمایی اختلاف های سیاسی سران نظام توسط رسانه های غربی تا چه اندازه بر روحیه دفاعی نظامیان تأثیر گذار است؟	۲/۸۸
۱۱	عملیات روانی رسانه های غربی در بدبین ساختن و ایجاد شکاف بین نظامیان و نظام جمهوری اسلامی ایران تا چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۸۴
۱۲	عملیات روانی رسانه های غربی در به کارگیری نیروی خاصی از نظامیان در مناصب سیاسی رده بالا بر عملکرد دیگر نیروها تا چه میزان تأثیر گذار است؟	۲/۹۵
۱۳	عملیات روانی رسانه های غربی بر اعتماد نظامیان نسبت به اصل نظام به چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۹۹
۱۴	عملیات روانی در فضای مجازی (اینترنت) در لو دادن اطلاعات نظامیان به چه میزان تأثیر گذار بوده است؟	۲/۸۹
۱۵	عملیات روانی رسانه های غربی بر تولید سلاح های جدید و فوق پشرفته توسط کشورهای غربی بر روحیه دفاعی نظامیان تا چه میزان تأثیر گذار است؟	۳/۰۹
۱۶	ضعیف جلوه دادن توان نظامی ایران توسط رسانه های غربی تا چه میزان در روحیه پاسداری شما تأثیر داشته است؟	۳/۰۱

جدول شماره ۳. مقیاس محقق ساخته به روش لیکرت برای اندازه‌گیری تأثیرپذیری بُعد اجتماعی امنیت ملی با درج میانگین

ردیف	گویه‌ها	میانگین
۱۷	تا چه اندازه پخش فیلم‌های غربی مربوط به جهان آخرت و نابودی دنیا بر اعتقادهای شما تأثیرگذار است؟	۲/۸۲
۱۸	رسانه‌های غربی تا چه اندازه در تربیت اجتماعی فرزندان نظامیان و خانواده‌های آنها تأثیرگذارند؟	۲/۸۵
۱۹	عملیات روانی رسانه‌های غربی تا چه اندازه در ایجاد و گسترش فرهنگ غرب در بین خانواده نظامیان تأثیرگذار است؟	۲/۹۳
۲۰	رسانه‌های غربی با پخش فیلم‌های جهت‌دار و شگردهای خاص چقدر توانسته‌اند ارزش‌های دینی را کم‌رنگ نمایند؟	۲/۸۲
۲۱	تأثیر رسانه‌های غربی در کم‌رنگ نمودن ارزش و فرهنگ شهادت تا چه اندازه بوده است؟	۲/۷۵
۲۲	عملیات روانی رسانه‌های غربی در شکل‌گیری شخصیت دور از فرهنگ اسلامی در بین خانواده‌های نظامیان تا چه میزان تأثیرگذار بوده است؟	۲/۶۶
۲۳	پوشش و الگوهای غربی رایج در ماهواره‌ها تا چه اندازه در فرهنگ اجتماعی خانواده نظامیان تأثیرگذار بوده است؟	۲/۷۷
۲۴	رسانه‌های غربی تا چه میزان باعث شکل‌گیری اختلاف عقیده بین نظامیان و خانواده‌های آنها شده است؟	۲/۷۰
۲۵	عملیات روانی رسانه‌های غربی بر رفتار فرماندهان نسبت به زیرمجموعه فرماندهی آنها تا چه میزان تأثیرگذار است؟	۲/۷۴
۲۶	عملیات روانی رسانه‌های غربی تا چه اندازه در تربیت اجتماعی فرزندان کارکنان تأثیرگذار بوده است؟	۲/۶۷
۲۷	عملیات روانی رسانه‌های غربی در کم‌رنگ نشان دادن جایگاه اجتماعی نظامیان تا چه میزان تأثیرگذار بوده است؟	۲/۷۹
۲۸	فضای مجازی (اینترنت) بر امنیت اجتماعی خانواده‌ها در جهت استفاده دشمنان تا چه میزان تأثیرگذار بوده است؟	۲/۷۹
۲۹	تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر تضعیف بنیان اجتماعی خانواده‌های نظامیان تا چه اندازه بوده است؟	۲/۶۷
۳۰	پخش فیلم‌های غربی (نظامی) توسط رسانه‌ها بر روحیه دفاعی نظامیان تا چه میزان تأثیرگذار بوده است؟	۲/۶۶

### ۳-۳. تجزیه و تحلیل آماری فرضیه‌ها

برای آزمون فرض برابری میانگین‌های دو جامعه، از آزمون T دو نمونه‌ای استفاده شده است. در صورت نامعلوم بودن واریانس‌های دو جامعه، از دو فرضیه می‌توان استفاده کرد: اول اینکه واریانس‌ها با هم برابرند و دوم اینکه واریانس‌ها برابر نیستند. به این منظور ابتدا فرض برابری واریانس‌ها آزمون شده است.

در آزمون برابری واریانس‌های دو جامعه، فرض، برابری واریانس‌هاست، پس در صورتی که سطح معنی‌داری آزمون، از آلفای تعیین‌شده (۰.۰۵)، بیشتر باشد، فرض برابری واریانس‌ها را پذیرفته و در غیر این صورت، رد می‌شود. در صورت پذیرفته شدن فرض برابری واریانس‌ها، آزمون T را با استناد به این فرض انجام داده و سطح معنی‌داری آزمون T با  $\alpha$  (آلفای) فرض شده مقایسه می‌گردد. اگر T محاسباتی، از T

جدول با  $\alpha = 5\%$  و درجه آزادی  $n-1$ ، درجه آزادی بزرگتر باشد، فرض صفر رد شده و در غیر این صورت، پذیرفته می‌گردد، اما در صورت رد شدن فرض برابری واریانس‌های دو جامعه، آزمون T با فرض نابرابری واریانس‌های دو جامعه، انجام می‌گیرد.

#### ۳-۴. تحلیل داده‌ها

نتایج حاصل شده از جدول شماره ۲ گویای این نکته است که بیشترین میانگین در خصوص مؤلفه‌های عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی، مربوط به گویه ۱۵ و کمترین میانگین به گویه ۳ مربوط می‌باشد. درباره مؤلفه‌های عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی هم به استناد جدول شماره ۳ بیشترین میانگین مربوط به گویه ۱۹ و کمترین میانگین نیز مربوط به گویه‌های ۳۰ و ۲۲ می‌باشد. به‌طورکلی بر اساس نتایج حاصل از جدول شماره ۴ می‌توان نتیجه گرفت که میانگین پاسخ‌های داده شده توسط جامعه هدف به گویه‌های «تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی ج.ا.ایران»،  $2/7586$  است؛ به عبارت دیگر آزمودنی‌ها حکایت از آن دارند که از نظر پاسخ‌دهندگان، عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی ج.ا.ایران تأثیر ندارد. همچنین میانگین نمره پاسخ‌دهندگان به گویه‌های «تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی ج.ا.ایران»،  $2/8887$  است که تا حدودی قرابت و نزدیکی با بُعد اجتماعی امنیت ملی ج.ا.ایران را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴. میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیر	میانگین	انحراف معیار
۱	تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی	۲/۸۸۸۷	۱/۱۳۸۶۸
۲	تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی	۲/۷۵۸۶	۱/۱۶۹۷۹

## ۳-۵. تحلیل فرضیه‌ها

آزمون فرضیه اول: با توجه به فرضیه پژوهش، فرضیه‌های صفر و یک را این گونه

می‌توان ارائه نمود:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \mu \leq 3 \\ H_1: \mu > 3 \end{array} \right\} \Rightarrow \left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی تأثیرگذار است.} \\ H_1: \text{عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی تأثیرگذار نیست.} \end{array} \right.$$

آزمون T استیودنت مربوط به فرضیه پژوهش برابر جدول‌های زیر می‌باشد که

عبارتند از:

جدول شماره ۵. آزمون T

شاخص	تعداد	میانگین	انحراف معیار	میانگین مربع خطا <sup>۱</sup>
تأثیر بر بُعد سیاسی امنیت ملی	۲۱۹۲	۲/۸۸۸۷	۱/۱۳۸۶۸	۰/۰۲۴۳۲

جدول شماره ۶. شاخص

شاخص	Test Value=3					
	مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان (۹۵٪)	
					کران بالا	کران پایین
تأثیر بر بُعد سیاسی امنیت ملی	-۴/۵۷۷	۲۱۹۱	۰/۰۰۰	-۱۱۱۳۱	-۱۵۹۰	-۰۶۳۶

## ۳-۵-۱. نتیجه آزمون فرضیه اول

درجه آزادی n-1 یعنی ۲۱۹۲-۱=۲۱۹۳ است.

با توجه به نتایج جدول‌های بالا چون سطح معنی‌داری به دست آمده (Sig=۰/۰۰۰)

کمتر از آلفای تحقیق (α=۰/۰۵) می‌باشد، پس نتیجه کلی آن، این است که فرضیه H0

رد شده و فرضیه H1 (فرضیه پژوهش) مبنی بر عدم تأثیرگذاری عملیات روانی

رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی ج.ا.ایران، پذیرفته می‌شود.

دو عدد نشان داده شده در ستون (فاصله اطمینان ۹۵٪) شامل صفر نمی‌باشد که این خود، عامل ردکننده فرض  $H_0$  و نشان‌دهنده تفاوت آشکار است؛ چون این بازه، منفی است؛ یعنی  $\mu - 3$  منفی شده و از میانگین ۳ کمتر است.

آزمون فرض دوم: با توجه به فرضیه پژوهش، فرضیه‌های صفر و یک را این گونه می‌توان ارائه نمود:

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 : \mu \leq 3 \\ H_1 : \mu > 3 \end{array} \right\} \Rightarrow \left\{ \begin{array}{l} H_0 : \text{عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی تأثیرگذار است.} \\ H_1 : \text{عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی تأثیرگذار نیست.} \end{array} \right.$$

آزمون T استیوونت مربوط به فرضیه پژوهش برابر جدول‌های زیر می‌باشد که عبارتند از:

جدول شماره ۷. آزمون T

میانگین مربع خطا	انحراف معیار	میانگین	تعداد	شاخص
۰.۲۶۷۱	۱/۱۶۹۷۹	۲/۷۵۸۶	۱۹۱۸	تأثیر بر بُعد اجتماعی امنیت ملی

جدول شماره ۸. شاخص

شاخص	Test Value=3					
	مقدار آماره آزمون	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان (۹۵٪)	
					کران بالا	کران پایین
تأثیر بر بُعد اجتماعی امنیت ملی	-۹/۰۳۸	۱۹۱۷	۰/۰۰۰	-۲۴۱۴۰	-۲۹۳۸	-۰/۱۸۹۰

### ۲-۳-۵. نتیجه آزمون فرضیه دوم

درجه آزادی  $n-1$  یعنی  $1917-1=1918$  است.

با توجه به نتایج جدول‌های بالا چون سطح معنی‌داری به دست آمده ( $\text{Sig}=0/000$ ) کمتر از آلفای تحقیق ( $\alpha=0/05$ ) می‌باشد، پس نتیجه کلی آن، این است که فرضیه  $H_0$

رد شده و فرضیه H1 (فرضیه پژوهش) مبنی بر عدم تأثیرگذاری عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی، پذیرفته می‌شود. دو عدد نشان داده شده در ستون (فاصله اطمینان ۹۵٪) شامل صفر نمی‌باشد که این خود عامل ردکننده فرض H0 است و نشان‌دهنده تفاوت آشکار می‌باشد؛ چون این بازه منفی است؛ یعنی  $\mu-3$  منفی شده و از میانگین ۳ کمتر است.

### ۳-۵-۳. آزمون همبستگی اسپیرمن

در اینجا با استفاده از آزمون همبستگی اسپیرمن رابطه بین شاخص‌های هر یک از متغیرها (تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی و تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی ج.ا.ایران) با همان متغیر و در آخر ارتباط سه متغیر اصلی با هم بررسی گردیده و نتایج آن به دست می‌آید. اگر  $r=1$  بود، همبستگی مستقیم و کامل و اگر  $r=-1$  بود، همبستگی معکوس و کامل است و در غیر این صورت اگر  $1 > r > 0$  بود و اگر منفی بود، همبستگی ناقص و معکوس و اگر مثبت بود، همبستگی ناقص و مستقیم می‌باشد. رابطه شاخص‌های مؤلفه‌های تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی و تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی در قالب جدول شماره ۹ نشان داده شده است.

### ۳-۵-۴. رابطه بین دو مؤلفه اصلی پژوهش

در این بخش، پس از بررسی همبستگی شاخص‌های هر مؤلفه به طور جداگانه، همبستگی سه مؤلفه اصلی با یکدیگر بررسی می‌شود.

جدول شماره ۹. رابطه همبستگی مؤلفه تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی ج.ا.ایران

تأثیر بر بُعد اجتماعی	تأثیر بر بُعد سیاسی		
۰/۳۴۴	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	تأثیر بر بُعد سیاسی
۰/۰۰۰	۰	سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن
۱۹۱۸	۲۱۹۲	درجه آزادی	
۱/۰۰۰	۰/۳۴۴	ضریب همبستگی	تأثیر بر بُعد اجتماعی
۰	۰/۰۰۰	سطح معنی‌داری	
رابطه همبستگی مؤلفه تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی ج.ا.ایران		رابطه همبستگی مؤلفه تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی ج.ا.ایران	

#### ۵-۳-۵. اثر متغیر سطح تحصیلات بر روی دو شاخص اصلی ابعاد سیاسی و اجتماعی

تعداد پاسخ‌های داده شده توسط جامعه هدف به تفکیک سطح تحصیلات بر اثرگذاری روی بُعد سیاسی در جدول شماره ۸ نمایش داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود با بالاتر رفتن سطح تحصیلات تأثیرگذاری رسانه‌ها بر بُعد سیاسی به سمت گزینه بی‌تأثیر گرایش پیدا می‌کند. همچنین در جدول شماره ۹ این نکته برای متغیر مؤثر بر بُعد اجتماعی نیز قابل مشاهده است.

جدول شماره ۱۰. پاسخ‌های جامعه هدف بر عوامل تأثیرگذاری بر بُعد سیاسی به تفکیک میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	زیر دیپلم و دیپلم فوق دیپلم لیسانس فوق لیسانس و بالاتر	تأثیر بر بُعد سیاسی				
		خیلی کم	کم	بی‌تأثیر	متوسط	زیاد
		۱	۳	۴	۳	۲
		۵	۱۴	۱۷	۱۱	۲
		۱۰	۲۳	۱۰	۲۰	۵
		۱	۰	۳	۲	۱

جدول شماره ۱۱. پاسخ‌های جامعه هدف بر عوامل تأثیرگذاری بر بُعد اجتماعی به تفکیک میزان تحصیلات

		تأثیر بر بُعد اجتماعی				
		خیلی کم	کم	بی‌تأثیر	متوسط	زیاد
میزان تحصیلات	زیر دیپلم و دیپلم	۱	۰	۸	۴	۰
	فوق دیپلم	۸	۱۴	۱۵	۱۰	۲
	لیسانس	۵	۲۳	۲۲	۱۷	۱
	فوق‌لیسانس و بالاتر	۰	۱	۳	۱	۲

#### ۴. نتیجه‌گیری

##### ۴-۱. جمع‌بندی

نتیجه‌گیری در موضوعی به گستردگی و وسعت سنجش نظر نظامیان منطقه غرب کشور که در یک قلمرو و محدوده، انجام شده باشد، امر ساده‌ای نیست. هرچند در این تحقیق تلاش شد، تمامی اصول علمی تحقیق جهت دسترسی به یافته‌های قابل اعتماد رعایت شود، ولی نتیجه‌گیری مطمئن در چنین موضوعی نیازمند تحقیق گسترده در سطح ملی و یا تحقیق‌های منطقه‌ای فراوان است. با وجود این، نتایج به‌دست آمده از این تحقیق بسیار جالب توجه بوده و می‌تواند به‌عنوان راهنمای تحقیق‌های بعدی مورد توجه قرار گیرد. از آنچه گفته شد به‌خوبی مشخص است که جهان غرب و در رأس آن آمریکا با بهره‌گیری از شبکه رسانه‌ای خود به‌عنوان بخشی از قدرت نرم، در تلاش است تا هدف‌های مختلف سیاسی خود را در جهان گسترش دهد. بی‌شک حصول این مقصود در مورد کشور ایران نیز از راهبردهای کشورهای غربی (به‌طور مشخص آمریکا و هم‌پیمانانش) است. یکی از علت‌های اصلی این امر، قرار گرفتن ایران در موقعیت جغرافیایی خاص و اثرگذاری بر بخش حساسی از جغرافیای جهانی است.

در این راستا لازم است حساسیت موضوع به همان اندازه که از سوی کشورهای غربی پیگیری می‌شود، مورد توجه مسئولان و راهبردی‌پردازان داخلی نیز قرار گیرد. این



مهم از طریق توجه علمی به موضوع رسانه و به‌ویژه رسانه‌های تصویری و استفاده از ظرفیت‌های قدرت نرم کشور در سطح جهانی و نیز توجه به ارتقای سطح سواد رسانه‌ای جامعه میسر می‌شود. بر اساس نتایج حاصل از آزمون‌های آماری، تأثیرپذیری ابعاد دوگانه اجتماعی و سیاسی امنیت ملی ج.ا.ایران از عملیات روانی رسانه‌های غربی، بر اساس دو فرضیه طرح شده به شکل زیر تبیین می‌گردد:

فرضیه اول با عنوان «عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی تأثیرگذار است»، مطرح گردید که استفاده از آماره‌های توصیفی و همچنین به‌کار بردن آزمون T استیودنت، بیانگر عدم تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد سیاسی امنیت ملی ج.ا.ایران می‌باشد.

فرضیه دوم با عنوان «عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی کشور تأثیرگذار است»، مطرح گردید که استفاده از آماره‌های توصیفی و همچنین به‌کار بردن آزمون T استیودنت، بیانگر عدم تأثیرگذاری عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بُعد اجتماعی امنیت ملی می‌باشد.

بدون تردید مقابله با ترفندهای عملیات روانی رسانه‌های غربی در این مناطق بهره‌گیری از توانمندی‌های رسانه‌های داخلی است، از این رو متولیان مربوط باید نسبت به تقویت شبکه‌های رسانه‌ای در این مناطق اهتمام بیشتری نمایند. همچنین از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، مذهب یکی از مؤثرترین عوامل بازدارنده تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر نظامیان منطقه غرب کشور بوده است. این تأثیرپذیری در میان پاسخگویان با سطح تحصیلات بالاتر، کمتر از سایر پاسخگویان با سطح تحصیلات پایین‌تر می‌باشد. به‌طور کلی با توجه به یافته‌های این پژوهش، مهم‌ترین تأثیرهای عملیات روانی رسانه‌های غربی بر ابعاد سیاسی - اجتماعی امنیت ملی در این حوزه را می‌توان به‌شکل زیر بیان نمود:

(۱) ایجاد حس بدبینی در آحاد جامعه نسبت به حاکمیت،

(۲) بالا بردن سطح توقع‌های عمومی جامعه،  
 (۳) ایجاد بحران‌های ساختگی در سطوح داخلی و منطقه‌ای،  
 (۴) ترویج فرهنگ غربی در برابر فرهنگ مطلوب حاکمیت،  
 (۵) معرفی غرب به‌عنوان یگانه منجی جهانی.

این اقدام‌ها از راه به‌کارگیری ابزارهای مهم رسانه‌ای همچون اینترنت، رادیو، شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای و البته رسانه‌های مکتوب و سینما صورت می‌پذیرد که در تمام عرصه‌های یادشده دنیای غرب به‌طور فعال و مؤثر حضور داشته و هر روز ابعاد تسلط خود را بر افکار عمومی جهان تسری می‌بخشد.

غربی‌ها با روش‌های زیر می‌توانند با بهره‌گیری از رسانه‌ها، تهدیدی برای امنیت ملی کشور ایجاد نمایند:

- (۱) تحریک گروه‌های مخالف داخلی و خارجی،
- (۲) تشدید اختلاف‌های قومی و مذهبی،
- (۳) گسترش ناامنی اجتماعی و انحراف‌های اخلاقی،
- (۴) طرح افزایش قدرت مردمی برای مهندسی انقلاب رنگی،
- (۵) گسترش فرقه‌ها و اندیشه‌های انحرافی،
- (۶) گسترش شبهات و تضعیف بنیان‌های دینی،
- (۷) افزایش اقبال عمومی نسبت به فرهنگ آمریکایی،
- (۸) ایجاد بحران‌های هویتی در جوانان،
- (۹) مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های خارجی غرب.

#### ۲-۴. پیشنهادها

نکته قابل تأمل در مورد یافته‌های تحقیق، توجه به این موضوع اساسی است که این مطالعه سعی در تبیین و بررسی تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر ابعاد سیاسی و

اجتماعی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران داشته و تحلیل‌ها و نتایجی از این دست را ارائه می‌نماید. چه بسا انجام مطالعه‌های خاص‌تر و جزئی‌تر تکمیلی، در هر یک از جنبه‌های مورد بررسی، گویای حقایقی جامع‌تر و نتایجی متفاوت‌تر از یافته‌های این تحقیق بوده و برخی یافته‌ها را با تعدیل‌ها و اصلاحات خاص و موردی مواجه سازد؛ از جمله این موارد، می‌توان به تأثیر عوامل موقعیتی نظیر سطح پیچیدگی رسانه‌ها، فشارهای زمانی، گروه‌های قومی، مذهب و میزان تمایل و علاقه به رسانه اشاره نمود که هر یک می‌توانند در جای خود بر میزان تأثیرگذاری عملیات روانی در مراحل مختلف رفتار مخاطب تأثیرگذار باشند. بر این اساس، مواردی که می‌تواند در تحقیق‌های آتی مورد بررسی و تحلیل بیشتر قرار گیرند به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

(۱) بررسی میزان تأثیرگذاری عملیات روانی رسانه‌های غربی بر بنیان اجتماعی خانواده‌های نظامیان در شهر تهران و کلانشهرها.

(۲) بررسی تأثیر مذهب به‌عنوان عامل بازدارنده عملیات روانی رسانه‌های غربی به‌صورت مجزا.

(۳) بررسی ارتباط میان تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر رفتار مخاطبان رده‌های اجتماعی مختلف بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی نظیر رده‌های مسئولیتی و میزان تحصیلات.

(۴) بررسی میزان تأثیرگذاری عملیات روانی هر یک از رسانه‌ها به‌صورت مجزا بر مخاطبان.

## فهرست منابع

### ۱. منابع فارسی

۱. آجیلی، هادی و علی اسمعیلی اردکانی (۱۳۹۲)، «عدالت و امنیت ملی در روابط بین‌الملل: رویکردی اسلامی»، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، سال شانزدهم، شماره ۶۱.
۲. انصاری‌فر، جعفر (۱۳۸۵)، «فرایند تأثیرگذاری عملیات روانی در عراق»، *فصلنامه راهبردی*، شماره ۴۱.
۳. پیشگاهی‌فرد، زهرا (۱۳۸۶)، *فرهنگ جغرافیای سیاسی*، تهران، انتشارات انتخاب.
۴. تصدیقی، محمدعلی (۱۳۸۹)، «مؤلفه‌های امنیت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در افق چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران (با تأکید بر امنیت درونی)»، *ماهنامه مهندسی فرهنگی*، سال چهارم، شماره ۴۳ و ۴۴.
۵. تهامی، سیدمجتبی (۱۳۹۰)، *امنیت ملی داکترین، سیاست‌های دفاعی و امنیتی*، جلد دوم، تهران، انتشارات آجا.
۶. جعفری، انوش (۱۳۹۱)، *ابعاد امنیت ملی ملاحظاتی بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران*، تهران، کتاب آوا.
۷. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۳)، *اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک*، چاپ چهارم، تهران، انتشارات پاپلی.
۸. ربیعی، علی (۱۳۸۳)، *مطالعات امنیت ملی*، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
۹. عزتی، عزت‌الله (۱۳۸۶)، *نظریه‌های جدید جغرافیای سیاسی*، چاپ اول، تهران، نشر قومس.
۱۰. عزتی، عزت‌الله و سهیلا نانوا (۱۳۹۰)، «سیاست خارجی ایران و چالش‌های فراروی ایران با تغییر ساختار سیاسی در عراق»، *فصلنامه دانشنامه علوم سیاسی*، شماره ۸۰.
۱۱. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، نشر طرح‌نو.
۱۲. کریمی، سعید (۱۳۸۲)، *رسانه‌ها و راه‌های تقویت مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی و اجتماعی*، تهران، مرکز پژوهش‌های صدا و سیما.
۱۳. کریمی، علی (۱۳۸۳)، «تاملی معرفت‌شناسانه در مسئله امنیت ملی از نگاه امام خمینی (ره)»، *فصلنامه مطالعات راهبردی*، دوره ۷، شماره ۴.
۱۴. لی‌نور، مارتین (۱۳۸۳)، *چهره جدید امنیت ملی در خاورمیانه*، ترجمه قدیر نصری، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۱۵. موسوی، سیدعبدالرحیم و مهدی کامکار (۱۳۹۰)، «بررسی مزیت‌های عملیات روانی در نیروهای مسلح ج.ا.ایران»، *مطالعات دفاعی استراتژیک*، شماره ۴۴.
۱۶. مک کوانل، دنیس (۱۳۸۲)، *درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی*، ترجمه پرویز اصلانی، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.

۱۷. نای، جوزف (۱۳۸۹)، *قدرت نرم (ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل)*، ترجمه سیدمحسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران، دانشگاه امام صادق(ع).
۱۸. نوروزی، منیژه (۱۳۸۳)، «انگاره‌سازی از اعتیاد و معتاد در مجموعه‌های تلویزیونی»، فصلنامه پژوهش و سنجش، دوره ۱۱، شماره ۳۷.
۱۹. نوری، قباد (۱۳۹۲)، *تأثیر عملیات روانی رسانه‌های غربی بر ابعاد سیاسی، اجتماعی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته جغرافیای سیاسی، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
۲۰. تهامی، سیدمجتبی (بی‌تا)، *امنیت ملی*، قابل دسترسی در: [Hawzeh.net/fa/Magazine/view/54](http://Hawzeh.net/fa/Magazine/view/54)

## ۲. منابع انگلیسی

1. Buzan, Barry, Ole Waever and Jaap de Wilde (1998), *Security: A New Framework for Analysis*, Colorado, Boulder, Lynne Reiner Publishers.

