

# The Role of Culture and New Media in Hybrid Warfare in the Post-Truth Era

Javad Alipoor<sup>1</sup>, Hatef Pourrashidi<sup>2\*</sup>

1. Assistant Professor of International Relations, Political Science Department, Faculty of Law and Social Sciences, the University of Tabriz, Tabriz, Iran ([alipor@tabrizu.ac.ir](mailto:alipor@tabrizu.ac.ir)).
2. Assistant Professor of Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, Communication and Media, University of Religions and Denominations, Qom, Iran ([h.pourrashidi@gmail.com](mailto:h.pourrashidi@gmail.com)).

Received: 2024/08/03

Received in revised form: 2024/08/16

Accepted: 2024/08/27

Published: 2025/03/21

## Abstract

The concept of hybrid warfare has been used since the Second World War by the scholars of political science and communication. This concept has developed by changing the tools of war and communication. While his concept meant the combination of naval, land, and air forces in World War II, today the battlefields and conflicts have changed due to the appearance of new communicating and fighting tools in a mediated and globalized world. Most conflicts in the media and virtual space are forced by tools called new media. Thus, hybrid warfare is becoming more complex with the emergence and development of new media in the post-truth era. Therefore, in the framework of the sound theory and using the documentary method with the aim of investigating the role of culture and new media in hybrid warfare, this article tries to answer this question that what is the role of culture and new media in the hybrid warfare in the post-truth era and how do the new media manipulate and reconstruct the truth? The findings indicate that the emergence of a post-truth era by using multiple information tools and producing and presenting multiple and diverse narratives in the cultural contexts, not only has degraded the authority of the national and local culture and the official media, but also made easier implementing hybrid warfare and it has provided the ground for cultural interventions and ambush.

**Keywords:** New Media, Hybrid Warfare, Post-truth Era, Sound Theory, Soft War, Iranian Culture

Cite as: Alipoor, Javad and Pourrashid, Hatef (1404). 'The Role of Culture and New Media in Hybrid Warfare in the Post-Truth Era'. *Iranian History of Culture*. 2025; 2 (1): 15-29.

**Owner and Publisher:** University of Tabriz

**Journal ISSN** (online): 3060-8066

**Access Type:** Open Access

**DOI:** 10.22034/IHC.2025.63605.1009

\*Corresponding Author: Assistant Professor of University of Religions and Denominations, Qom, Iran ([h.pourrashidi@gmail.com](mailto:h.pourrashidi@gmail.com)).



## نقش فرهنگ و رسانه‌های نوین در جنگ ترکیبی در عصر پسا حقیقت

جواد علی‌پور<sup>۱</sup>، هاتف پوررشیدی<sup>۲\*</sup>

۱. استادیار روابط بین‌الملل گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (alipor@tabrizu.ac.ir).  
۲. استادیار علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران (h.pourrashidi@gmail.com)

دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۳ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۵/۲۶ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۰۶ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۰۱

### چکیده

مفهوم جنگ ترکیبی از جنگ جهانی دوم توسط اندیشمندان علوم سیاسی و ارتباطات همواره استفاده شده و با تغییر ابزارهای جنگی و ارتباطی دچار تغییر و تحول شده است. منظور از این مفهوم در جنگ جهانی دوم، ترکیب نیروی دریایی، زمینی و هوایی بوده است. امروزه در دنیایی رسانه‌ای شده و جهانی شده، میدان نبردها و درگیری‌ها به دلیل ظهور ابزارهای ارتباطی و جنگی جدید عوض شده است. بخش عمده درگیری‌ها در فضای رسانه‌ای و در دنیای مجازی در قالب تهاجم فرهنگی توسط ابزارهایی با عنوان رسانه‌های نوین صورت می‌گیرد. جنگ ترکیبی با ظهور و توسعه رسانه‌های نوین در عصر پسا حقیقت روز به روز پیچیده‌تر می‌شود. بنابراین، این مقاله در چهارچوب «نظریه صدا» به روش مطالعه اسنادی و با هدف بررسی جایگاه فرهنگ و رسانه‌های جدید در جنگ هیبریدی تلاش می‌کند به این پرسش پاسخ دهد که فرهنگ و رسانه‌های جدید در جنگ هیبریدی در عصر پسا حقیقت چه نقشی ایفا می‌کنند و رسانه‌های جدید چگونه حقیقت را بر ساخته می‌کنند؟ یافته‌های تحقیق حاکی از این است که ظهور دوره‌ای تحت عنوان پسا حقیقت با استفاده از ابزارهای اطلاع‌رسانی متعدد و تولید و ارائه روایت‌های متعدد و متنوع در بستر فرهنگ، نه تنها مرجعیت فرهنگ ملی و بومی و رسانه‌های رسمی را از بین برده، بلکه شرایط اجرای جنگ‌های هیبریدی را آسان‌تر کرده و زمینه را برای مداخله و تهاجم فرهنگی فراهم کرده است.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های نوین، جنگ هیبریدی، پسا حقیقت، نظریه صدا، فرهنگ ایران

نحوه ارجاع: علی‌پور، جواد و پوررشیدی، هاتف (۱۴۰۴). «نقش فرهنگ و رسانه‌های نوین در جنگ ترکیبی در عصر پسا حقیقت». تاریخ

فرهنگ ایران. ۱۴۰۴: ۲ (۱)، ۲۹-۱۵.

صاحب امتیاز و ناشر: دانشگاه تبریز

شاپای الکترونیکی: ۸۰۶۶-۳۰۶۰

نوع دسترسی: آزاد

DOI: 10.22034/IHC.2025.63605.1009

\*: استادیار دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران (h.pourrashidi@gmail.com).

## مقدمه

عصر ارتباطات همان گونه که توانسته مزیت‌ها و فواید فراوانی را نصیب بشر نماید، مضرات و تهدیداتی را نیز به ارمغان آورده است. استفاده بی‌رویه از ابزارهای ارتباطی و ظهور نوع جدیدی از اعتیاد در میان جوانان و کودکان تحت عنوان اعتیاد دیجیتال که منجر به تغییر رویه‌ها و باورهای فرهنگی در جامعه شده، تنها یکی از مضرات بسط و گسترش ابزارهای نوین ارتباطی در عصر اینترنت است. نتایج این استفاده بی‌رویه از ابزارهای ارتباطی نوین و به عبارتی رسانه‌های جدید، غرق شدن در فضای اطلاع‌رسانی گسترده و دسترسی به هرگونه اطلاعاتی بدون دروازه‌بانی<sup>۱</sup> مناسب است. ضربه ناشی از این مسئله، فراهم شدن امکان تسلط اطلاعاتی در جامعه و سو استفاده از عدم توانایی تشخیص کاربران و مخاطبان از اخبار و اطلاعات منتشر شده توسط دشمن یا رقیب است. این مقوله به عنوان ابزاری مهم برای تسلط بر افکار عمومی و تغییر جهت فکری، فرهنگ عمومی و ارزش‌ها در مسیر مورد نظر دشمنان یا رقباست. توانایی این ابزار به حدی بالاست که رویارویی با هر اقدامی را دارد، چرا که توانسته است افکار عمومی رقیب را مسخر خود سازد. در این مسیر، عاملی که این توانایی را برای رقیب یا دشمن فراهم کرده است، ابزارهای ارتباطی جدید است که در قالب فضای سایبری، فضای مجازی، اینترنت و یا فناوری‌های مبتنی بر موبایل و اینترنت، جنگ ترکیبی برای حمله به عناصر مختلف فرهنگی را امکان‌پذیر می‌سازد. نتیجه گسترش این ابزارهای ارتباطی، توسعه روایت‌های متفرق و حق به جانب نسبت به مسائل مختلف است که امروزه به عنوان عصر پسا حقیقت از آن یاد می‌شود. در کنار این مسئله نباید از گسترش روز افزون تسلط اطلاعاتی رقیب نیز غافل بود. این تسلط که به مدد بهره‌گیری از تمام ابزارهای اطلاع‌رسانی حاصل شده است، کارایی خود را در پیروزی و تحقق اهداف یک جنگ تحت عنوان جنگ هیبریدی یا ترکیبی نشان داده است. آنچه که از تعاریف مربوط به جنگ ترکیبی حاصل می‌شود، حکایت از این دارد که این جنگ «ترکیبی از ظرفیت‌های نظامی متعارف، شورش‌ها، تروریسم، جنگ چریکی، جنایت‌های سازمان یافته، جنگ نرم افزاری و فناوری‌های نظامی» است (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۹). از این رو، این نوع جنگ بیش از آنکه به دنبال استفاده از ابزارهای جنگ سخت باشد، در تلاش است از ابزارهای جنگ نرم و تأثیر بر شناخت و تغییر فرهنگی بهره گیرد. به این معنا که بتواند تمام ابعاد مربوط به این جنگ‌ها را در اختیار گرفته و هم از موضع اقتصادی ضربه وارد کند و هم شورش در کشور رقیب ایجاد نماید؛ هم جامعه را درگیر دعوای فرهنگی و گفتمانی کند و هم رقابتی سیاسی داخل حاکمیت را به جان هم بیندازد. ضمن اینکه مرجعیت رسمی فرهنگی و رسانه‌ای را در پرتو عصر پسا حقیقت از بین برده و جنگ روایت‌ها را در میان افکار عمومی تحقق بخشد.

از این منظر، شاید بتوان گفت که «جنگ هیبریدی نوین»<sup>۲</sup> به نوعی زایده عصر ارتباطات است، چرا که بسیاری از این امور مذکور در چارچوب تلاش‌هایی در فضای عاری از رسانه و به ویژه رسانه‌های جدید روی نمی‌دهد. از این رو، بر اساس مطالعات صورت گرفته در خصوص نقش و جایگاه رسانه‌ها در انواع جنگ‌های نسل جدید، شاید بتوان ادعا کرد که رسانه‌های جدید بازیگران اصلی جنگ‌های هیبریدی هستند و با توسعه و تطور این رسانه‌ها، خلق چنین مفاهیمی امکان‌پذیر شده است؛ به این معنا که تأثیرگذاری بر قلوب و اذهان و تغییر رفتار و فرهنگ آنها، اگر چه به قدمت تاریخ بشر مورد استفاده بوده است، اما این امر در عصر فعلی جایگاه ویژه‌ای در نبردها به خود اختصاص داده است. دلیل این امر نیز توسعه و همراهی مردم و افکار

<sup>۱</sup>. Gate keeping

<sup>۲</sup>. New Hybrid Warfare

عمومی با ابزارهایی است که خواسته و یا ناخواسته بر فرهنگ و اذهان آنها تأثیرات شگرف و غیر قابل توصیفی می‌گذارند که می‌تواند مورد استفاده دشمنان و حتی دوستان قرار گیرد.

بر این اساس، همان‌گونه که نمی‌توان جهان امروز را عاری از ابزارهای ارتباطی تصور کرد، وقوع و وجود جنگ‌های هیبریدی نیز بدون نقش فرهنگ و رسانه‌های جدید و ابزارهای ارتباطی غیرقابل تصور است. لذا این مقاله به روش مطالعه اسنادی و با هدف بررسی جایگاه فرهنگ و رسانه‌های جدید در جنگ هیبریدی، تلاش می‌کند به این پرسش پاسخ دهد که فرهنگ و رسانه‌های جدید در جنگ هیبریدی در عصر پسا حقیقت چه نقشی ایفا می‌کنند و رسانه‌های جدید چگونه حقیقت را بر ساخته می‌کنند؟

## چارچوب نظری

در عصر پسا حقیقت، رسانه‌ها به عنوان یکی از اصلی‌ترین بازیگران تحولات در عرصه‌های مختلف و فرهنگ به عنوان بستر تحولات، مورد توجه بسیاری از فعالان حوزه‌های سیاسی برای توسعه و بسط نفوذ و ایجاد تغییرات قرار گرفته‌اند. در این مسیر، ظهور و تطور اینترنت، فرآیند ظهور رسانه‌های نوین و فرهنگ مجازی را وارد فاز جدید کرده و توانسته است توسعه و ترویج بهره‌گیری از این ابزارها را بیش از پیش در جوامع مختلف هموارتر نماید. این پدیده در سطوح مختلف سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی تأثیرات متعددی را بر جوامع داشته است. از این منظر، در حوزه سیاسی نیز می‌توان تلفیقی میان مفهوم و یا نظریه رسانه‌های جدید و ارتباطات میان فرهنگی و سیاسی ایجاد کرد. از این رو، با عنایت به اینکه نظریه رسانه‌های جدید، مفاهیم فناوری‌های دیجیتال را از پیکربندی‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جدید که توسط ارتباطات رایانه‌ای تقویت می‌شود، تا اهمیت زیبایی‌شناختی و فرهنگی فرهنگ دیجیتال مفهوم‌سازی می‌کند (Giraud, 2023) و ارتباطات سیاسی که بر نحوه بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای برای ایجاد تعامل و ارتباطات با مردم و نخبگان از سوی حاکمیت و یا حتی به عنوان حلقه واسطه ابلاغ پیام‌های سیاسی سمی از سوی دشمنان تأکید دارد. بنابراین، در عصر حاضر می‌توان از فرهنگ و رسانه‌های جدید در خلق ابعاد مختلف ارتباطاتی سیاسی بهره گرفت که نوید دهنده تخریب افکار در بعد منفی و یا روشنگری و همراهی مردم از بعد مثبت است.

از این منظر، یکی از جدیدترین نظریه‌ها با عنوان «نظریه صدا»<sup>۱</sup> در حوزه ارتباطات میان فرهنگی و سیاسی به دو موضوع تأثیر امکانات و شرایط ایجاد شده توسط فرهنگ و رسانه‌های جدید می‌پردازد. این نظریه به دو جنبه «صدا» توجه دارد. یکی مربوط به صداهایی است که شانس بیشتری برای بیان و شنیده شدن بیش از گذشته دارد؛ بر این اساس، به ویژه امکان ارائه نظر و شنیدن صدای کسانی فراهم می‌شود که به دلایلی قبلاً به حاشیه رانده شده بودند و ایده‌ها و اولویت‌های آنها به چالش کشیده شده بود که در واقع این به معنای دسترسی تمامی نخبگان به ابزارهای ارتباطی است. جنبه دیگر به پیامدهای برون رفت گفتمان بومی برای زندگی دموکراتیک مربوط می‌شود که امکانات و ویژگی‌های ارتباطی آنلاین آن را فعال و الهام پذیر کرده است. در واقع، هر دوی این موارد به نقش و جایگاه ویژه ابزارهای جدید ارتباطی در سطوح مورد استفاده نخبگان و عوام اشاره دارد. به بیان دیگر، این تئوری بیشتر در مورد فرآیندهای ارتباطی بحث می‌کند تا در مورد عوامل احتمالی تعیین کننده نتایج آنها. بر این اساس، فعالان سیاسی باید از فرهنگ و سیستم رسانه هیبریدی بهره گرفته و از تفکر

<sup>1</sup>. Theory of Voice

## مقاله پژوهشی

دوگانگی رسانه‌های قدیم و جدید فراتر روند. در این خصوص، باید اثرات تئوری چنین هیبریداسیونی که عبارت است از «جایگزینی چرخه اخبار و چرخه اطلاعات سیاسی؛ تغییر روابط قدرت بین نخبگان و غیرنخبگان؛ مشارکت صداها و روزنامه نگاری قدیمی و جدید؛ و توجه چندجانبه به ارتباطات سیاسی توسط مخاطبان» مورد توجه واقع شود (Blumler, 2015: 431). از این رو، می‌توان با تأسی از این نظریه در حوزه ارتباطات میان فرهنگی و سیاسی، چارچوب نظری مناسبی برای تحلیل نقش فرهنگ و رسانه‌های جدید در جنگ‌های هیبریدی تعریف کرد. بر این اساس، آنچه در جهان پسا حقیقت اتفاق می‌افتد، حکایت از تعدد صداها و وجود در پهنه گسترده‌ای به نام رسانه‌های جدید و دسترسی به مؤلفه‌های فرهنگی متعدد است که امکان بهره‌گیری تمامی کنشگران، فعالان و بازیگران را برای تخریب یا روشنگری افکار عمومی فراهم می‌کند. در عرصه جنگ هیبریدی، آنچه که مدنظر رقیب است، ایجاد فضایی عاری از واقعیت، کدر، غبارآلود و غیر قابل تشخیص برای مخاطب است که غرق در انواع اطلاعات سفید، خاکستری و سیاه و روایت‌های متعدد از سوی رسانه‌های مختلف و عمدتاً جدید به منظور تغییر ذائقه فرهنگی است. مخاطب نیز برای تشخیص واقعیت از خلاف آن سر در گم می‌شود، آن هم در فضای آشفته رسانه‌های نوین که بابتی برای کنترل و نظارت بر آن، حداقل در سطوح پائین وجود ندارد.

## پیشینه تحقیق

مطالعات در باره نقش رسانه‌های سنتی و جدید در جنگ نرم سابقه طولانی دارد که به دهه ۱۹۲۰ و ورود پخش رادیویی بر می‌گردد. اما تحقیقات در مورد نبردهای هیبریدی به دلیل نو بودن تئوری‌های مربوط به آن و یا به عبارت دیگر نو بودن روند تئوریزه شدن، نقصان جدی وجود دارد، هر چند در خصوص نقش مولفه‌های مختلف در آن، تحقیقات قابل توجهی صورت پذیرفته است که شامل تأثیرات رسانه‌ها در این عرصه است؛ از جمله می‌توان به تحقیق کاستیان‌تین یانچنکو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۴) با موضوع «رسانه‌های سرکوب شده مخالف یا ابزار جنگ ترکیبی؟ مذاکره در مورد مرزهای روزنامه نگاری مشروع در اوکراین قبل از تهاجم تمام عیار روسیه» اشاره کرد. نویسندگان این تحقیق با تأکید بر نقش رسانه‌های وابسته به قدرت‌های بزرگ و مشخصاً روسیه معتقدند که «این رسانه‌ها در تلاش بوده اند با سوء استفاده از آزادی‌های دموکراتیک که جزء اصلی استراتژی‌های جنگ ترکیبی است، گسل‌های قومی، مذهبی، سیاسی یا اقتصادی موجود را تشدید کرده و در نتیجه انسجام اجتماعی را تضعیف نمایند». از این رو در اقدامی سنجیده، از سوی شورای امنیت ملی و دفاع اوکراین، سه شبکه تلویزیونی وابسته به روسیه تحریم شدند تا به اصطلاح «انگل‌های روزنامه نگاری» نتوانند در راستای اهداف روسیه در اوکراین حرکت کنند.

حاسب واریچ<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۱) نیز در تحقیق خود تحت عنوان «رسانه به عنوان ابزار جنگ ترکیبی: مطالعه موردی پاکستان» با اشاره به نقش تأثیرگذار رسانه‌های جدید و سنتی در روند جنگ ترکیبی، سیاست گذاری درست رسانه‌ای در این مسیر را لازم ارزیابی کرده و تأکید کرده اند که رسانه‌های پاکستانی باید تعهد تقویت حفاظت ملی را درک کنند و با شایعات و گزارش‌هایی مبارزه کنند که در تناقض با سعادت ملت است. پاکستان نیز باید تهدید رسانه‌ای را درک کرده و ضمن شناسایی تمام ابعاد آن در مسیر استفاده بهینه از این توانمندی برای مقابله با تخریب افکار عمومی تلاش کند.

1. Kostiantyn Yanchenko

2. Haseeb Warrich

در تحقیق دیگری نیز هروییه کارنا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) با عنوان «جنگ ترکیبی در رسانه‌های دیجیتال تحت دامنه ملی جمهوری کرواسی: یک بررسی سیستماتیک»، با استفاده از تحلیل محتوای رسانه‌های دیجیتال کرواسی نتیجه می‌گیرند که عنوان جنگ هیبریدی از سال ۲۰۱۷ اغلب در این رسانه‌ها استفاده شده است تا بتواند در کانون توجهات جامعه و افکار عمومی کرواسی قرار گیرد، در حالی که در سال‌های بعد مورد سو استفاده واقع شده است. به عبارت دیگر، استفاده از این عنوان با هدف افزایش آگاهی عمومی و نوعی بسیج عمومی برای حفظ فرهنگ و منافع ملی بوده است که بعدها روند درستی را طی نکرده است.

در تحقیق دیگری که توسط سازمان پیمان آتلانتیک شمالی (ناتو)<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) با عنوان «رسانه‌های اجتماعی، ابزار جنگ هیبریدی» انجام شده است، ضمن بررسی تجربیات داعش و روسیه در استفاده از ابزار رسانه‌های نوین و مشخصاً شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی محل منازعه، به این نکته تأکید شده است که «افزایش حضور در رسانه‌های اجتماعی، مولدتر از تلاش برای تضعیف سایر بازیگران اطلاعاتی از طریق محدود کردن توزیع پیام هایشان است». بر این اساس «امروز برای مقابله با ابعاد مختلف جنگ ترکیبی، ناآگاهی و عدم مشارکت در رسانه‌های اجتماعی دیگر یک گزینه برای تصمیم سازان در جوامع نیست». در همین راستا، برند هورن<sup>۳</sup> (۲۰۱۶) نیز در تحقیق جامع‌ای با عنوان «در مورد جنگ هیبریدی» برای وزارت دفاع کانادا، ضمن توصیف تمام ابعاد جنگ‌های مدرن، نقش و جایگاه ابزارهای نرم نظیر رسانه، راه‌های مقابله با آن را مطرح کرده است، از جمله اقداماتی که باید از سوی دولت‌ها در این خصوص صورت پذیرد.

## تاریخچه جنگ نرم در ایران

جنگ نرم مفهومی مرتبط با استراتژی‌های رویارویی غیرنظامی با استفاده از تاکتیک‌های فرهنگی، ایدئولوژیک و روانی برای تأثیرگذاری یا تضعیف ثبات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دشمن بدون تکیه بر نیروی فیزیکی است. این رویکرد به درگیری در ژئوپلیتیک جهانی اهمیت پیدا کرده است، زیرا بازیگران دولتی و غیردولتی به طور فزاینده‌ای به روش‌های قدرت نرم برای اعمال نفوذ، انتشار ایدئولوژی‌های خود و دستیابی به اهداف استراتژیک روی می‌آورند (Blout, 2023:90). از این رو، قدرت‌ها در پی دستیابی به ابزارهای قدرت نرم برای توسعه سلطه و تسلط خود هستند و از طریق جنگ نرم خواستار گسترش تسلط و نفوذ خود در جوامع مختلف هستند. واژه جنگ نرم ترکیبی از قدرت متقاعد کننده و فشار ظریف، دستکاری اطلاعات، رسانه‌ها، اجبار اقتصادی، تاکتیک‌های سایبری و دیپلماسی عمومی برای تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی، فرهنگ و نتایج سیاسی را منعکس می‌کند (Nye, 2019).

در ایران، جنگ نرم، به ویژه با توجه به روابط پیچیده این کشور با غرب و چالش‌های بین‌المللی که با آن مواجه است، به یک حوزه مهم تبدیل شده است. اهالی فرهنگ و سیاست ایران تأثیر عمیق جلوه‌های نامأنوس و هجمه‌های فرهنگی غرب را تشخیص می‌دهند که از طریق رسانه‌های جهانی منتقل می‌شود، چرا که تهدیدی بالقوه برای مبانی ایدئولوژیک و ارزش‌های اجتماعی کشور است. از این رو، حاکمیت نیز به دنبال تقویت انعطاف‌پذیری داخلی خود از طریق حمایت‌گرایی فرهنگی و ابتکارات ارتباطی راهبردی با هدف ترویج ارزش‌های اسلامی و مقابله با روایت‌های خارجی بوده است (Sadeghi & )

1. Bernd Karna

2. North Atlantic Treaty Organization (NATO)

3. Brend Horn

## مقاله پژوهشی

(Hajimineh, 2019: 221). درگیر شدن در جنگ نرم فرهنگی منجر به از بین رفتن هویت فرهنگی شده و لذا درک این خطر برای فعالان فرهنگی، سیاسی و اجتماعی امری لازم و ضروری است. ضمن اینکه تاریخ کشور نیز مشحون از تلاش‌های فراوان برای تسلط بر فرهنگ و تغییر هویت فرهنگی کشور استوار است. اگرچه جنگ نرم اصطلاحی مدرن است، اما تاکتیک‌های مرتبط با جنگ نرم به اشکال مختلف در گذشته نیز مشهود بوده است. یکی از اولین نمونه‌های جنگ نرم را می‌توان در قرن نوزدهم و در زمان سلسله قاجار ردیابی کرد، زمانی که ایران بین جاه‌طلبی‌های امپراتوری روسیه و بریتانیا گرفتار شد (Samuel, 2013). این قدرت‌های بزرگ از مانورهای دیپلماتیک، فشارهای اقتصادی و نفوذ فرهنگی برای اعمال کنترل بدون توسل به رویارویی مستقیم نظامی بهره جستند. استفاده گسترده از امتیازات و معاهدات، مانند معاهده ترکمانچای با روسیه و قراردادهای نفتی انگلیس و ایران، نمونه‌ای از چگونگی نفوذ قدرت‌های خارجی در حاکمیت ایران و شکل دادن به چشم انداز سیاسی آن به نفع خود به شمار می‌رود (مرادحاصلی خامنه، ۱۳۷۹).

در طول انقلاب مشروطه در اوایل قرن بیستم، تاکتیک‌های جنگ نرم دوباره مشهود بود، زیرا جناح‌های داخلی با حمایت قدرت‌های خارجی، از پروپاگاندا و تبلیغات از طریق رسانه‌های چاپی نوظهور برای تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی و وفاداری‌های سیاسی استفاده کردند. انگلیسی‌ها و روس‌ها از جناح‌های مختلف برای تقویت بی ثباتی یا نفوذ بر ساختارهای سیاسی در حال ظهور حمایت کردند. در این دوره قدرت ایده‌ها و اطلاعات به عنوان ابزار متقاعدسازی و کنترل در منطقه و کشور بسیار حائز اهمیت شد و پویایی داخلی استراتژی‌های جنگ نرم از جمله انتشار جزوه‌ها و روزنامه‌ها اهمیت روزافزون ارتباطات را به‌عنوان میدان نبرد برای نفوذ و کنترل در ایران برجسته شد. این اقدام از طریق ابزارها و اصول و فنون جنگ نرم محقق شد که امروزه می‌توان به اقناع، امنیتی‌سازی فضای سیاسی و اجتماعی و تولید گفتمان‌های جدید اشاره کرد (قریبی، ۱۳۹۶). البته جنگ نرم در سال‌های پیروزی انقلاب اسلامی نیز توسط فعالان و انقلابیون علیه رژیم پهلوی مورد استفاده واقع شد و به عنوان ابزاری مهم در شکل‌دهی به چشم‌انداز سیاسی-اجتماعی جنبش در حال رشد عمل کرد. اگر جنگ نرم را حاوی استراتژی، تأثیرگذاری بر افکار عمومی و تضعیف قدرت حریف بدون استفاده از نیروی مستقیم نظامی ارزیابی کنیم، در جریان انقلاب اسلامی از این امر برای تضعیف رژیم حاکم پهلوی استفاده شد.

کلید این راهبرد، انتشار آرمان‌های انقلابی از طریق خطبه‌های دینی، نوارهای کاست، جزوه‌ها و نشریات زیرزمینی بود که به انتقاد از حاکمیت موجود و ارائه دیدگاه‌های بدیل که ریشه در مبانی اسلامی داشت. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، با گسترش نقش و نفوذ رسانه‌های ارتباط جمعی و در دهه اخیر با توسعه رسانه‌های نوین و مبتنی بر فضای سایبری، ابعاد جنگ نرم بسیار گسترده‌تر شده و دامنه آن بسیاری از مباحث، سیاسی و فرهنگی و اجتماعی را در بر گرفته است. این در حالی است که از رسانه‌ها و ارتباطات در چارچوب جنگ نرم در ایران، هم به عنوان ابزار تهاجمی و هم به عنوان یک مکانیسم تدافعی در رقابت گسترده‌تر ژئوپلیتیکی و فرهنگی استفاده شده است. در این مسیر، رسانه‌ها که هم اشکال سنتی مانند تلویزیون و رادیو و هم پلتفرم‌های دیجیتالی مانند رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های خبری آنلاین را در بر می‌گیرند، به عنوان مجرای شکل‌دهی به ادراک عمومی و تأثیرگذاری بر روایت‌های اجتماعی عمل می‌کنند (Holman et al, 2024).

برای تحقق این امر، همواره از تاکتیک به چالش کشیدن روایت‌های حاکمیتی از طریق فناوری‌های ارتباطی استفاده می‌کنند و دیدگاه‌ها و اطلاعات دیگری را منتشر می‌کنند که ممکن است سیاست‌های دولت را زیر سؤال ببرند یا تضعیف کنند. هدف چنین استراتژی‌هایی اغلب از بین بردن مشروعیت پیام‌های دولتی و جلب نظر جمعیت جوان‌تر و آگاه‌تر از فضای دیجیتال در ایران است. گسترش پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی این جنگ نرم را تشدید کرده است و فضایی را برای انتشار

سریع اطلاعات و گفتمان عمومی فراهم کرده است که اغلب خارج از کنترل دولت است البته در این مسیر تغییر هویت فرهنگی و تغییر باورهای فرهنگی نیز خود را نمایان کرده است که می‌توان از آن به عنوان جنگ شناختی یاد کرد. در نتیجه، فرهنگ و ارتباطات به میدان نبردی تبدیل شده است که در آن درگیری‌های فکری، گفتمانی، ایدئولوژیکی و فرهنگی صورت می‌گیرد و هر یک از طرفین در جستجوی نفوذ بر آگاهی عمومی و هویت ملی به دنبال غلبه بر دیگری هستند.

بی شک امروزه مفهوم جنگ نرم که ریشه در ابزارهای فرهنگی و رسانه‌ای و به عبارتی غیرنظامی برای فرافکنی قدرت، نفوذ، جنگ شناختی و جنگ نرم دارد، همچنان در مورد ایران اهمیت حیاتی دارد. در ایران معاصر، پیامدهای جنگ نرم در ابعاد مختلف اجتماعی-سیاسی و فرهنگی آشکار می‌شود. از این رو، لازم است که ضمن شناخت انواع جنگ‌های هیبریدی از طریق فرهنگ و رسانه‌های نوین، رویکرد ایران به قدرت نرم اصلاح شود و کنترل را با نیاز به تعامل سازنده با جامعه جهانی متعادل کند. این پویایی در شکل‌دهی به چشم‌انداز فرهنگی، سیاسی و اجتماعی آینده ایران نقش محوری خواهد داشت.

### جنگ ترکیبی؛ جنگ رسانه‌ای در بستر فرهنگ

در تعبیری ابتدائی و ساده می‌توان گفت که جنگ ترکیبی یا هیبریدی بر مفهومی تمرکز دارد که بر اساس آن می‌توان از همه گزینه‌ها و ظرفیت‌ها در نبرد و جنگ علیه دشمن بهره گرفت. این در حالی است که جنگ هیبریدی به عنوان مفهومی جدید در حوزه علوم سیاسی، تعریفی گسترده‌تر را در بر گرفته است. بر این اساس، جنگ هیبریدی مستلزم تعریف «نقش‌ها و مأموریت‌های بسیار گسترده» (Bond, 2007) است که در این مسیر «نیروهای نظامی متعارف و نامنظم (چریک‌ها، شورشیان و تروریست‌ها) که می‌توانند شامل بازیگران دولتی و غیر دولتی باشند، با هدف دستیابی به یک هدف سیاسی مشترک» وارد صحنه می‌شوند (Murray & Mansoor, 2012). بر این اساس می‌توان گفت که هدف اصلی بازیگران این نبرد دستیابی به اهداف سیاسی از گذرگاه استفاده از ظرفیت‌های متفاوت است. اما سوال اصلی اینجاست که آیا تنها از ابزارهای جنگ سخت در این مسیر بهره گرفته می‌شود و یا از تمامی ابزارهای مربوط به جنگ نرم نیز در این مسیر استفاده می‌شود؟ در پاسخ به این پرسش باید تأکید کرد که امروزه مفهوم نبردهای عرصه جهانی «فراتر از عملیات‌های نظامی» تعریف شده و ابعاد مختلفی را به خود اختصاص داده است (Karna & et al., 2020: 12). از این رو، می‌توان ادعا کرد که بدون اتخاذ تدابیر نرم، عملاً پیشبرد اهداف جنگ سخت وجود ندارد و لذا تلفیقی از جنگ‌های نرم و سخت تحت عنوان جنگ هیبریدی بیشتر مد نظر قرار می‌گیرد. این عرصه می‌تواند موضوعات مختلفی با دامنه سیاسی تا اقتصادی و فرهنگی را در بر بگیرد. در این مسیر، شاید در گام‌های اولیه نیازی به بکارگیری قدرت سخت یا جنگ سخت نباشد و بتوان از طریق تحذیر افکار عمومی تأثیر لازم را در ذهن رقیب ایجاد کرده و افکار عمومی را در اختیار گرفت.

این تعاریف و مباحث در شرایطی مطرح می‌شود که برخی از تحلیل‌گران معتقدند «این نوع جنگ در ذات خود موضوع جدیدی نیست و قدمت آن به بیش از دو هزار سال پیش می‌رسد» (قاسمی و اسماعیلی‌فرزین، ۱۳۹۶: ۶۷)، چرا که اساس این جنگ بر نوعی ایجاد آشوب و جنگ اطلاعاتی استوار است که می‌تواند افکار عمومی رقیب یا دشمن را دچار اختلال نماید. اگر چه از دید کنفرانس امنیتی مونیخ (۲۰۱۵)، ابزار جنگ هیبریدی از انواع مختلف ظرفیت‌ها نظیر دیپلماسی، حملات سایبری، نیروی نظامی منظم، نیروی نظامی نامنظم، نیروی مخصوص، حمایت از ناآرامی‌های محلی، جنگ اطلاعاتی و تبلیغاتی و اقتصادی بهره می‌گیرد، اما شاید بتوان ادعا کرد که بار اصلی این تحرکات بر دوش رسانه‌های جدید و ابزارهای نوین

مقاله پژوهشی

ارتباطی است (Ischinger, 2015: 35). اگر چه همانند گذشته این امکان وجود دارد که بتوان از توان انسانی حاضر در صحنه و میدان برای تسلط بر دشمن بهره گرفت، اما بی تردید در شرایطی که امکان حملات نظامی گسترده وجود ندارد، این امر از طریق ابزاری به نام رسانه و تهاجم فرهنگی حاصل می‌شود. یعنی با استفاده از ارائه اطلاعات غیر دقیق و یا حتی اطلاعات گسترده فاقد ارزش و خنثی و ایجاد بستر و فضای فرهنگی غبارآلود و غیر قابل تشخیص می‌توان افکار عمومی را در مسیر دلخواه هدایت کرد. بر اساس مدل زیر، جنگ هیبریدی هر چند که در طول تاریخ دارای جایگاه اساسی در جنگ میان قدرت‌ها بوده است، اما در عصر ارتباطات توانسته است جایگاه و بازیگری تازه‌ای را برای خود اختیار نماید.



شکل ۱- رابطه عصر ارتباطات و جنگ هیبریدی (منبع: نگارندگان)

آنچه که در جنگ هیبریدی مورد توجه قرار گرفته است، تنوع ابزارهای مورد استفاده است که شاید بیشترین سهم متوجه فرهنگ و رسانه‌ها است. اگر چه قدرت نرم در حوزه‌های مختلف قابل تعریف است، اما در عصر ارتباطات، ابزارهای اطلاع‌رسانی و تأثیر بر افکار عمومی و تغییر ذائقه فرهنگی و سبک زندگی به عنوان یکی از جنبه‌های مهم آن قابل ارزیابی است. با عنایت به اینکه فهرست ابزارهای جنگ ترکیبی «تبلیغات، رسانه‌های داخلی و بین‌المللی، رسانه‌های اجتماعی، اخبار جعلی، نفوذ و رخنه راهبردی، تأمین مالی سازمان‌ها، احزاب سیاسی، اعتراضات، الیگارش‌ها، ادیان، جنگ سایبری و ابزارهای سایبری، اهرم‌های اقتصادی، عوامل نیابتی/ غیردولتی، جنگ ناشناخته (جنگ خاموش)، قانون، و سازمان‌های شبه نظامی و جنگ نامتقارن» را شامل می‌شود (Treverton, 2018: 9)، اما بی شک ابزارهای اطلاعاتی به عنوان یکی از اصلی‌ترین ارکان جنگ هیبریدی قابل ارزیابی است. در این مسیر استفاده از تبلیغ، ارائه اطلاعات نادرست، اطلاعات لو رفته و سایر عملیات اطلاعاتی، مدنظر طراحان جنگ هیبریدی قرار می‌گیرد.

## فرهنگ مجازی و رسانه‌های نوین در عصر پسا حقیقت

در سال‌های اخیر بحث در خصوص عصر یا دوره پسا حقیقت در محافل دانشگاهی بسیار مورد توجه واقع شده است. آنچه که امروز در ایجاد دنیای پسا حقیقت مورد توجه محققان قرار گرفته این است که «پسا حقیقت در نتیجه روندهای کلان اجتماعی مانند کاهش سرمایه اجتماعی، افزایش نابرابری اقتصادی، افزایش قطبی شدن، کاهش اعتماد به علم، و چشم انداز رسانه‌ای پدیدار شد که به طور فزاینده‌ای گسترش و مرزبندی می‌شود» (Lewandowsky et al, 2017). از این رو، می‌توان رد پای رسانه‌های نوین را در دنیای پسا حقیقت به خوبی ملاحظه کرد و نقش و جایگاه این ابزار را در خلق و هدایت دنیای پسا حقیقت مورد ارزیابی قرار داد. به دیگر سخن، باید ضمن شناسایی نقش فرهنگ و رسانه‌های نوین در عصر پسا حقیقت، نسبت به نقش و پیامدهای منفی آنها نیز واکنش نشان داد. در این زمینه لازم است اول تعریفی در خصوص عصر پسا حقیقت ارائه کرد. فرهنگ لغت آکسفورد مفهوم پسا حقیقت را که به عنوان کلمه سال ۲۰۱۶ انتخاب کرد، به عنوان «وضعیتی» تعریف می‌کند که «در آن حقایق عینی در مورد یک موضوع خاص از احساسات و افکار شخصی در تعیین افکار عمومی کمتر مؤثر است» (Oxford Dictionary, 2021). در همین زمینه بر اساس تعاریف موجود ارائه شده از سوی اندیشمندان علوم سیاسی، دوران پسا حقیقت لحظه‌ای بی‌نظیر در تاریخ سیاسی است که در آن «سیاستمداران و رهبران پوپولیست» در کنار مخاطبان دو و چند قطبی شده، مفهوم «حقیقت» و نهادهای مورد اقبال جامعه به عنوان «داوران حقیقت» را به چالش می‌کشند (Douai, 2019: 124). به عبارت دیگر، می‌توان گفت که در این عصر عملاً حقیقت، محلی برای مناقشه واقع می‌شود و رهبران سیاسی و حتی مخاطبان، نهادهای اصلی انتشار حقیقت را و حتی نقش حقیقت را به چالش کشیده و در نفی آن گام بر می‌دارند. این عملکرد از تنوع رسانه‌ها و ابزارهای اطلاع‌رسانی در دسترس حاصل شده و عملاً نقش رسانه‌های اصلی به چالش کشیده شده است. نمونه این اقدام را می‌توان در استفاده دونالد ترامپ<sup>۱</sup>، رئیس جمهور ایالات متحده آمریکا، از شبکه‌های اجتماعی برای جبران خلاء اطلاع‌رسانی گفته شده از جانب وی عنوان کرد که به ادعای وی ناشی از رسانه‌های فیک و یا دروغ پرداز بوده است. در واقع، این عملکرد جایگاه رسانه‌های اصلی و مورد اعتماد جامعه را دچار خدشه کرده و تعدد منابع و مصادر اطلاع‌رسانی و خبر را در پی دارد. نتیجه نهایی این اقدام ایجاد بی‌اعتمادی نسبت به رسانه‌های اصلی و مرجع و غرق شدن مخاطب در فضایی مملو از اخبار و اطلاعات درست و نادرست است که عملاً توانایی تمیز برای مخاطب وجود ندارد. به بیان دیگر نقش آفرینی هیجانات و افکار شخصی، تأثیرگذاری به مراتب بیشتری از واقعیت ارائه شده در عرصه رسانه‌های واقعی و یا مرجع در سطح جامعه به همراه دارد.

با این اوصاف، نتیجه طبیعی و منطقی این شرایط، «از بین رفتن تقریبی» حقیقت و «عادی شدن دروغ» در مواجهه با حقیقت از دست رفته است (Delal, 2022: 274). این مسئله بروز و ظهور و گسترش اطلاعات غیر واقعی در محیط‌های ارتباطی دیجیتالی شده از طریق رسانه‌های نوین و ایجاد فرهنگ‌های مجازی مورد بحث در این مقاله را موجب شده است. رفتارهای پوپولیستی مورد اشاره در عصر پسا حقیقت عمدتاً از سوی افراد و رهبرانی ارائه می‌شود که خود را ناتوان از دستیابی به رسانه‌های مرجع و مورد اعتماد در جامعه می‌بینند و یا حتی درصدد فریب افکار عمومی هستند. آنچه که در این میان نقش فرهنگ مجازی و رسانه‌های نوین را جدی‌تر می‌نماید، سهولت دسترسی به این رسانه‌ها از سوی همگان و نهادینه شدن سریع فرهنگ مجازی است. ضمن اینکه کنترل اعمال شده بر روی محتوای تولید شده در این رسانه‌ها و هدایت فرهنگ در در بستر

<sup>1</sup>. Donald Trump

### مقاله پژوهشی

فضای مجازی، بسیار اندک و در حد صفر است و مجال برای دروغ پراکنی و ارائه اطلاعات غلط و شیوع فرهنگ مجازی فراهم شده است. در این شرایط می‌توان گفت اگر «ماهیت معرفتی حقایق ضعیف‌تر و مناقشه برانگیزتر شده باشد» (Salgado, 2018: 321) و اگر «مقامات میانجی کمتر به عنوان داور حقیقت عمل کنند» (Harsin, 2015)، رسانه‌های اجتماعی پویایی‌های فرهنگی و سیاسی موجود را تقویت می‌کنند و اینجاست که می‌توان ادعا کرد «ریشه‌های شرایط پسا حقیقت» (Cosentino, 2020: 18) ایجاد شده و افکار عمومی با چالش در مسیر تشخیص حقیقت مواجه می‌شوند.

نکته قابل توجه در این مسیر ناظر بر تفاوت معنی‌دار اخبار جعلی<sup>۱</sup> و عصر پسا حقیقت است. به اعتقاد فیلیپ شلزینگر<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) به رغم محدودیت‌های عصر پسا حقیقت، ظهور آن به عنوان یک ایده «نشانه‌ای از درک تغییر در نحوه تشکیل حوزه عمومی و رفتار قهرمانان اصلی در حوزه رسانه‌ای- سیاسی است». این در حالی است که «اخبار جعلی» شناسه‌ای سریع از نوعی محصول رسانه‌ای متقلبانه به نظر می‌رسد (Corner, 2017: 1101). بر این اساس، می‌توان ادعا کرد که عصر پسا حقیقت تنها در راستای ارائه اخبار جعلی قابل ارزیابی نیست، بلکه تأثیر عمده از سوی تعدد و تنوع اطلاعات و از بین رفتن جایگاه رسانه‌های مرجع و حتی تضعیف فرهنگ اصیل صورت می‌گیرد. این نقش از سوی رسانه‌های نوین یا جدید اعمال می‌شود که این مرجعیت را به چالش کشیده و زمینه را برای اطلاعات متعدد و بعضاً نادرست فراهم می‌کند و باعث گمراهی مخاطب می‌شود. شکل شماره (۲) توصیف کننده نحوه عملکرد رسانه‌های نوین در عصر پسا حقیقت است.



شکل ۲- نقش رسانه‌های نوین در عصر پسا حقیقت (منبع: نگارندگان)

<sup>1</sup>. Fake News

<sup>2</sup>. Philip Schlesinger

## کارکرد رسانه‌های جدید در جنگ ترکیبی

عصر پسا حقیقت اگر چه بر تعدد رسانه‌ها و صداهای متنوع منتشر شده دلالت دارد، اما در بطن خود بی اعتباری اخبار و اطلاعات و از بین رفتن مرجعیت فرهنگی و رسانه‌ای را به دنبال دارد. دیگر مخاطب توانایی تشخیص میان دروغ و راست را ندارد و هر آنچه را که از رسانه‌های واقعی و فیک منشتر می‌شود به عنوان واقعیت می‌پندارد. این شکاف، اصلی ترین ابزار مورد استفاده توسط طراحان جنگ هیبریدی است. بدون تردید تجربیات قرن اخیر در تأثیرگذاری رسانه‌ها در خلال وقایع مهم امری است که امروزه به صورت کامل تر در عرصه جنگ هیبریدی قابل بهره برداری و استفاده است. در انقلاب‌های رنگی نیز از رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی بهره برداری شد که بر اساس آن «رسانه‌ها و سایر ابزارهای اطلاعاتی برای تأثیرگذاری بر توده‌های هدف مورد استفاده قرار گرفتند» و سبب شدند «انحصار رسانه داخلی در کشورهای هدف شکسته شده» و زمینه برای از «کارافتادن» فعالان رسانه‌ای داخلی فراهم شود. امری که در نهایت «بی ثبات کردن دولت و تأثیرگذاری بر رژیم یا براندازی اقتدار یک دولت منتخب» را هدف قرار داده بود (Horn, 2016: 30).

همچنین در جریان جنگ‌های هیبریدی و نرم، انتشار اخبار جعلی عموماً در رسانه‌های اجتماعی که نوعی از رسانه‌های نوین هستند، بیشتر مورد توجه واقع می‌شود، چرا که «انتشار در رسانه‌های اجتماعی نیازی به تأیید ندارد و از سوی دیگر مخاطبان زیادی نیز دارد. گاهی اوقات حتی رسانه‌های معمولی اخبار جعلی را از رسانه‌های اجتماعی دریافت و منتشر می‌کنند» (Qureshi, 2020: 193). ضمن اینکه رسانه‌های نوین که بر اینترنت و فضای سایبر استوار هستند، همانند سایر اجزای فضای مجازی که مرتبط با زیرساخت‌های ارتباطی هستند، می‌توانند مورد حمله سایبری قرار گیرند (Svetoka, 2016: 10). این امر در کنار صدمه به زیرساخت‌های یک کشور که امروزه عمدتاً مبتنی بر اینترنت و در فضای سایبری هستند، عاملی برای انتشار اطلاعات و روایت‌های عاری از واقعیت یا تقطیع شده یا ارئه برشی کوچک از واقعیت است.

از این رو، نقشی که رسانه‌های نوین در جنگ ترکیبی ایفا می‌کنند، در واقع، بسترسازی فرهنگی و زمینه‌سازی جنگ روایت‌ها با بهره گیری از صفحات متعدد مجازی و با هدف بی اعتبار کردن فرهنگ و رسانه‌های مرجع است. نمونه این اقدامات که مطالعات لازم بر روی آن صورت گرفته در خصوص اقدامات روسیه در اوکراین پیش و پس از جنگ در این کشور است. در یکی از این اقدامات «تنها چند روز قبل از انتخابات پارلمانی اوکراین، بیلبردهای تبلیغاتی الکترونیکی در مرکز کیف توسط گروه فعال «سایبر برکوت»<sup>۱</sup> هک شد. این بیلبوردها ویدئویی را نشان می‌داد که رهبران دولت و سیاستمداران اوکراین را به جنایات جنگی متهم می‌کرد و تصاویر گرافیکی از غیرنظامیان کشته شده در شرق اوکراین را نشان می‌داد» (Svetoka, 2016: 12). این مثال تنها نمونه‌ای از اقدامات قابل انجام در فضای مجازی و بستر رسانه‌های نوین برای ایجاد شبهه در واقعیت هاست. بستر شبکه‌های اجتماعی بهترین محمل برای انتقال اطلاعات نادرست و در بهترین حالت، تقطیع شده است که می‌تواند افکار عمومی را با چالش اساسی بر سر درک واقعیت مواجه نماید. بنابراین، بحث بر سر تشخیص اینکه چه زمانی از رسانه‌های نوین ارتباطی به عنوان بستری فرهنگی و چه زمانی به عنوان ابزار نبرد و جنگ استفاده می‌شود، بسیار دشوار است. در عصر پسا حقیقت، کارکرد مورد انتظار از رسانه‌های نوین در جنگ ترکیبی، بسترسازی فرهنگی و فراهم کردن زمینه رسوخ اطلاعات نادرست و متعدد است. «در این زمینه ایجاد ادراکات جدید برای رقابت با حقایق تثبیت شده» به عنوان هدف اصلی دولت‌های مهاجم است. در این مسیر، «این ابزار از ذره‌ای حقیقت به عنوان لنگر برای یک کمپین اطلاعات

<sup>1</sup>. Cyber Berkut

## مقاله پژوهشی

نادرست استفاده می‌کند تا پوششی از اعتبار برای یک روایت کاملاً نادرست ایجاد کند که به سرعت و به طور گسترده از طریق فضای مجازی منتشر می‌شود» (Siman, 2020: 2). آنچه که در فضای پسا حقیقت روی می‌دهد همگام با مفاهیم جنگ هیبریدی قابل ارزیابی است. به این معنا که همان طور که فضای پسا حقیقت بر تعدد روایت‌ها و فرهنگ‌ها استوار است و در تلاش است حقیقت را از منظرهای مختلف که عمدتاً نادرست است، ارائه و تفسیر نماید، جنگ هیبریدی نیز در این عرصه هدفی مشابه را دنبال می‌کند و در تلاش است روایت‌های فرهنگی، هنجاری و ارزشی مختلف را برای فریب و تشویش اذهان عمومی ارائه نماید. تحقق هدف مشترک طراحی شده در عرصه پسا حقیقت و جنگ هیبریدی، نیازمند بکارگیری ابزار مشابهی است که به عنوان رسانه‌های نوین مبتنی بر فضای سایبری از آن یاد می‌شود. علاوه بر این، این مقوله با مفاهیم ارتباطات سیاسی مرتبط است که مدعی است باید فضا برای ارائه نظرات برای تمامی گروه‌ها و نخبگان به ویژه آنان که در خفا هستند و توانایی دسترسی به ابزارهای ارتباطی را ندارند فراهم شده و صدای آنان به گوش جامعه برسد. این همان تئوری صداست که پیشتر مورد بحث واقع شد. اما نکته مهم در تفسیر این نخبگان و صدای آنان است که طراحان جنگ هیبریدی در فضای پسا حقیقت آن را تعیین می‌نمایند.

## نتیجه گیری

در عصر پسا حقیقت، جنگ هیبریدی بدون ملاحظه بسترهای فرهنگی مختلف و بدون حضور رسانه‌ها به عنوان ابزار قدرت نرم قابل تحقق نیست. ظهور رسانه‌های نوین مبتنی بر اینترنت به طراحان جنگ‌های نسل جدید از جمله هیبریدی کمک کرده است تا به راحتی بستر فرهنگی لازم را برای تخدیر افکار عمومی فراهم نمایند. ظهور دوره‌ای تحت عنوان پسا حقیقت که در بطن خود تعدد ابزارهای اطلاع‌رسانی و تعدد و تنوع روایت‌ها را در کنار از بین بردن مرجعیت فرهنگی و رسانه‌های رسمی به همراه دارد، شرایط اجرای جنگ‌های هیبریدی را آسان‌تر و زمینه را برای مداخلات دشمنان از این گذرگاه فراهم کرده است. در نتیجه، تلاش طراحان جنگ هیبریدی، ایجاد گسست در جوامع با انتشار اطلاعات و روایت‌هایی است که مورد توجه افکار عمومی و مخاطبان قرار می‌گیرد و آنها را از تشخیص درست اخبار و اطلاعات ناتوان می‌نماید و این همان مسیری است که در سایه شکل‌گیری فرهنگ مجازی و تعدد رسانه‌های نوین اتفاق می‌افتد. اگر چه به ظاهر فضای رسانه‌ای در عصر پسا حقیقت غیر قابل کنترل ارزیابی می‌شود، اما می‌توان در برابر هجمه‌های مطرح شده در این قبیل نبردها مقابله کرد. راهکار اصلی مقابله با جنگ هیبریدی، پاسخ هیبریدی است. از این رو، در نبرد روایت‌ها و جنگ ترکیبی، دولت قربانی می‌تواند تلاش‌های خود را برای مبارزه با تهدیدات ترکیبی متحد کند. در این راستا، «تقویت رسانه ملی، کنترل اخبار جعلی یا اطلاعات نادرست، حمایت از تولید و انتشار محتوای باکیفیت نویسندگان و رسانه‌ها، توسعه پلتفرم‌های اشتراک محتوا با کشورهای شریک، توسعه مکانیسم‌هایی برای شناسایی اطلاعات نادرست و ترول سیاسی، تقویت نهادهای داخلی مسئول عملیات ضداطلاعات و همچنین بررسی محتوای رسانه‌ها و معرفی آموزش و سواد رسانه‌ای و دیجیتالی» (Horn, 2016: 43) می‌تواند به عنوان ابزارهای اساسی مورد استفاده قرار گیرد که نه تنها به صورت دفاعی جواب‌گوی حملات دشمن است، بلکه اقدامات تهاجمی را نیز در پی دارد که می‌تواند از تهدیدات آتی جلوگیری نماید. با توجه به سابقه چند دهه‌ای جنگ نرم و جنگ هیبریدی در ایران و وجود فرهنگ‌های محلی و بومی مختلف در آن، رویکرد مناسب مقابله با جنگ هیبریدی، توجه بیشتر به فرهنگ‌های بومی در کنار فرهنگ ملی و تولید محتوای رسانه‌ای با محوریت فرهنگ‌ها و زبان‌های محلی جهت انسجام درونی و تقویت اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی میان آحاد مردم و حاکمیت است.

## تضاد منافع

بدین وسیله نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ نفع متقابلی از انتشار این مقاله ندارند.

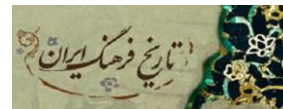
## منابع

### فارسی

- قاسمی، فرهاد؛ اسماعیلی‌فرزین، ایرج (۱۳۹۶). «جنگ هیبریدی در سیستم بین المللی پیچیده - آشوبی»، مدیریت نظامی، ش ۵، ۹۲-۵۲.
- قربی، سیدمحمدجواد (۱۳۹۶). «خصلت‌های جنگ نرم در عصر نوین»، سیاست پژوهی، ۴ (۶)، ۱۶۹-۱۹۵.
- مبینی‌دهکردی، علی و همکاران (۱۳۹۹). «الگوی راهبردی نظام نوآوری فناورانه دفاعی در جنگ ترکیبی»، مطالعات دفاعی استراتژیک، ش ۸، ۲۳-۵۶.
- مرادحاصلی‌خامنه، اعظم (۱۳۷۹). «احیاء کاپیتولاسیون در سال ۱۳۴۳ و موضع‌گیری امام خمینی (ره)»، فصلنامه حضور، ش ۳۱.

### لاتین

- Blout, Emily (2023). *Media and Power in modern Iran: Mass Communication, Ideology, and the State*, Washington: I.B. Tauris.
- Blumler, Jay (2015). 'Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted', *Communication Theory*, 25, 426-438.
- Bond, Margaret (2007). *Hybrid War: A New Paradigm for Stability Operations in Failing States*, USAWC Strategy Research Project, U.S. Army War College.
- Corner, Jay (2017). 'Fake News, Post-Truth and Media-Political Change', *Media, Culture & Society*, 39 (7), 1100-1107.
- Cosentino, Gabriele (2020). *Media and the Post-Truth World Order; The Global Dynamics of Disinformation*, Switzerland: Palgrave Pivot.
- Delal, Özlem (2022). 'What the Post-Truth Era Means: A Short Glimpse', in Recep Yılmaz, Bozkurt Koç: *Narrative Theory and Therapy in the Post-Truth Era*, Information Science Reference.
- Douai, Aziz (2019). *Global and Arab Media in the Post-truth Era: Globalization, Authoritarianism and Fake News, Dossier: Social Movements, Digital Transformations and Changes in the Mediterranean Region*.
- Giraud, Eva (2023). 'New Media Theory', Oxford Bibliography.
- Grachev M. N., Evstifyev R. V. (2020). 'The Concept of "Destruction of Truth" in the Context of a Digital Society (Analytical Review)', *The Contours of Global Transformations: Politics, Economics, Law*. Vol. 13 (2). 229-248.
- Harsin, J. (2015). 'Regimes of post truth, post politics, and attention economies', *Communication, Culture & Critique*, 8 (2), 327-333.
- Holman, EA; Garfin, DR; Silver, RC. (2024). 'It matters what you see: Graphic media images of war and terror may amplify distress', *Proc Natl Acad Sci USA.*, 121 (29).
- Horn, Bernd (2016). 'On Hybrid Warfare', The Ministry of National Defense of Canada.
- Ischinger, W. (2015). *Munich Security Report 2015: Collapsing Order, Reluctant Guardians?* Munich Security Conference Report.
- Karna, Hrvoje; Jurko, Darija; Jerončić-Grba, Boško (2020). 'Hybrid war (fare) in the digital media under the national domain of the Republic of Croatia: a systematic review', *Strategos*, 4 (2), 7-37.



مقاله پژوهشی

- Lewandowsky, Stephan; Ecker, Ullrich K.H.; Cook, John (2017). 'Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era', *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6 (4), 353-369.
- Murray, Williamson; Mansoor, Peter R. (2012). *Hybrid Warfare Fighting Complex Opponents from the Ancient World to the Present*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Nissen, Elkjer Thomas (2016). 'Social Media's Role in Hybrid Strategies', Nato Strategic Communications Center of Excellence.
- Nye, J. S., Jr. (2019). 'Soft Power and Public Diplomacy Revisited', *The Hague Journal of Diplomacy*, 14 (1-2), 7-20.
- Oxford English Dictionary (2021). Oxford: Oxford University Press.
- Qureshi, Waseem Ahmad (2020). 'The Rise of Hybrid Warfare', *Notre Dame Journal of International & Comparative Law*, Vol. 10 (2), 174-205.
- Sadeghi, S.M. Mirmohammad; Hajimineh, Rahmat (2019). "The Role of Iran's 'Soft Power' in Confronting Iranophobia", *MGIMO Review of International Relations*, 4 (67), 216-238.
- Salgado, S. (2018). 'Online media impact on politics: Views on post-truth politics and post-postmodernism', *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14 (3), 317-331.
- Samuel, Annie Tracy (2013). Viewpoint Iran: The Past and Present of the U.S.-Iran standoff, Current Events of Historical Perspective. <https://origins.osu.edu/article/viewpoint-iran-past-and-present-us-iran-standoff>
- Schlesinger, P. (2017). 'Book review of John Nerone: the media and public life: a history', *Media, Culture & Society*, 39 (4), 603-606.
- Siman, Bernard (2022). Hybrid Warfare Is Not Synonymous with Cyber: The Threat of Influence Operations, Security Policy Brief, EGMONT Royal Institute for International Relations, No 155.
- Svetoka, Sanda (2016). 'Social media as a Tool of Hybrid warfare', NATO Strategic Communications Centre of Excellence.
- Treverton, Gregory et al (2018). Addressing Hybrid Threats 45, Swedish Defense University.
- Warrich, Ur Rehman, Haseeb; et al (2021). 'Media as an Instrument of Hybrid Warfare: A Case Study of Pakistan', *Global Mass Communication Review*, VI (I), 12-27.
- Yanchenko, Kostiantyn; et al (2024). Repressed Opposition Media" or "Tools of Hybrid Warfare"? Negotiating the Boundaries of Legitimate Journalism in Ukraine Prior to Russia's Full-Scale Invasion, *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 29(2), 351- 370.