

Environmental Protection of Law Enforcement Agency Employees in Countering Enemy Psychological Operations

Received: 2025-03-05

Pp. 1-28

Accepted: 2025-06-02

Alireza Ameri Mahabad¹, Akbar Astarki*², Ali Ehteshami³, Mohammad Javad Alizadeh⁴

Abstract

Background and Objective: Faraja employees are exposed to enemy psychological operations. The aim of this research is to achieve the current status of Faraja Information Protection Organization to protect employees against enemy psychological operations.

Research Methodology: The present applied research was conducted using a mixed method (qualitative-quantitative). In the qualitative part, the opinions of 15 Faraja managers were used until theoretical saturation. The findings from semi-structured interviews and open-ended questionnaires were subjected to qualitative content analysis and resulted in 95 propositions (drivers and barriers). The obtained propositions were the basis for preparing a researcher-made questionnaire. Lavish coefficients for the questionnaire were calculated and indicated the content validity of the questionnaire. The questionnaire was distributed among 133 managers of the Office of Policy and Strategic Monitoring of Armed Forces Information Protection, Sahfafarja, Saas Farja and Inspection in the center and provinces to obtain the intensity and priority of the statements, and 95 analyzable questionnaires were collected. Based on the findings from the questionnaires, the weighted product for each statement was determined and used as the basis for evaluating internal and external factors.

Findings: 32 strengths, 25 weaknesses, 19 opportunities and 19 threats were identified. The values of IFE= 2.72 and EFE= 2.35 indicate that the organization is in a competitive position (ST position and house 5 of the 9-house matrix).

Conclusion: Protecting Farja employees requires simultaneous attention to individual, organizational and environmental dimensions. Continuous training, promotion of media literacy, organizational cohesion and the active role of commanders are key factors in increasing the resilience of employees against psychological threats and enemy combined warfare. Also, utilizing strategic ecology and accurately identifying drivers and barriers provides the basis for developing and implementing effective security strategies.

Keywords: Security, psychological operations, Faraja staff.

Citation (APA): Ameri Mahabad, Alireza, Astarki, Akbar, Ehteshami, Ali, & Alizadeh, Mohammad Javad (2025). Environmental Protection of Law Enforcement Agency Employees in Countering Enemy Psychological Operations, *Quarterly of Supervision and Inspection*, 19 (71), 1-28.

DOI: <https://doi.org/10.22034/si.2025.104594>

1- PhD student in National Security - Defense. National Defense University, Tehran, Iran.alirezaamri928@gmail.com

2- Assistant Professor of National Security, National Defense University, Tehran, Iran. (Corresponding author): aestarki@gmail.com

3- Associate Professor of National Security, Amin University of Law Enforcement Sciences, Tehran, Iran. 110Ehteshami@gmail.com

4- Assistant to the Director of National Security, National Defense University, Tehran, Iran. M.j.alizadeh2000@gmail.com



محیط‌شناسی صیانت از کارکنان سازمان انتظامی در مقابله با عملیات روانی دشمن^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۲

صص ۲۸-۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۱۵

علیرضا عامری مهاباد^۲، اکبر استرکی^{۳*}، علی احتشامی^۴، محمدجواد علیزاده^۵

چکیده

زمینه و هدف: کارکنان فراجا در معرض عملیات روانی دشمن قرار دارند. هدف از این پژوهش دستیابی به وضعیت موجود سازمان حفاظت اطلاعات فراجا برای صیانت از کارکنان در برابر عملیات روانی دشمن است.

روش‌شناسی: پژوهش کاربردی حاضر به روش آمیخته (کیفی - کمی) انجام شد. در بخش کیفی از نظر ۱۵ نفر از مدیران ساحقافراجا تا اشباع نظری استفاده شد. یافته‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه‌های باز، تحلیل محتوای کیفی و منجر به ۹۵ گزاره (پیش‌ران‌ها و موانع) شد. گزاره‌های به‌دست‌آمده مبنای تهیه پرسش‌نامه پژوهش گرساخته قرار گرفت. ضرایب لاوشه برای هر گزاره محاسبه و نشان‌دهنده روایی محتوایی پرسش‌نامه بود. پرسش‌نامه بین ۱۳۳ نفر از مدیران دفتر سیاست‌گذاری و نظارت راهبردی حفاظت اطلاعات نیروهای مسلح، ساحقافراجا، ساعس فراجا و بازرسی در مرکز و استان‌ها برای دریافت شدت و اولویت گزاره‌ها توزیع و ۹۵ پرسش‌نامه قابل تحلیل گردآوری شد. بر اساس یافته‌های حاصل از پرسش‌نامه‌ها، حاصل‌ضرب موزون برای هر گزاره تعیین و مبنای ارزیابی عوامل درونی و بیرونی قرار گرفت.

یافته‌ها: ۳۲ نقطه قوت، ۲۵ نقطه ضعف، ۱۹ فرصت و ۱۹ تهدید شناسایی شد. مقادیر $IFE=2/72$ و $2/35$ و $EFE=$ نشان‌دهنده قرار گرفتن سازمان در موقعیت رقابتی (موقعیت ST و خانه ۵ از ماتریس ۹ خانه‌ای) است.

نتیجه‌گیری: صیانت از کارکنان فراجا نیازمند توجه هم‌زمان به ابعاد فردی، سازمانی و محیطی می‌باشد. آموزش مستمر، ارتقای سواد رسانه‌ای، انسجام سازمانی و نقش فعال فرماندهان از عوامل کلیدی در افزایش تاب‌آوری کارکنان در برابر تهدیدات روانی و جنگ ترکیبی دشمن است. هم‌چنین، بهره‌گیری از محیط‌شناسی راهبردی و شناخت دقیق پیش‌ران‌ها و موانع، زمینه تدوین و اجرای راهبردهای مؤثر صیانتی را فراهم می‌آورد.

کلیدواژه‌ها: صیانت، عملیات روانی، کارکنان فراجا.

استناد (APA): عامری مهاباد، علیرضا، استرکی، اکبر، احتشامی، علی، و علیزاده، محمدجواد (۱۴۰۴). محیط‌شناسی صیانت از کارکنان سازمان انتظامی در مقابله با عملیات روانی دشمن. *فصلنامه نظارت و بازرسی*، ۱۹(۷۱)، ۱-۲۸.

DOI: <https://doi.org/10.22034/si.2025.104594>

۱- این مقاله برگرفته از رساله دکتری تخصصی دانشگاه عالی دفاع ملی با عنوان «طرح راهبردی صیانت از کارکنان انتظامی در برابر عملیات روانی دشمن» است.

۲- دانشجوی دکتری رشته امنیت ملی - صیانت. دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران. (رایانامه: alirezaamri928@gmail.com)

۳- استادیار امنیت ملی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران. (رایانامه نویسنده مسئول: aestarki@gmail.com)

۴- دانشیار امنیت ملی، دانشگاه جامع علوم انتظامی امین، تهران، ایران. (رایانامه: 110ehteshami@gmail.com)

۵- استادیار امنیت ملی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران. (رایانامه: m.j.alizadeh2000@gmail.com)



هجمه دشمن علیه نظام اسلامی و مردم کشور بعد از انقلاب اسلامی به اشکال و شیوه‌های مختلف انجام گرفته که برجسته‌ترین آن استفاده از روش‌ها و شیوه‌های عملیات روانی با بهره‌مندی از ابزارهای رسانه بوده است. از جمله اقدامات تهاجمی دشمن در حوزه رسانه، تبلیغات منفی بود که به‌منظور تأثیرگذاری بر افکار و روان مردم طی سال‌های اخیر صورت گرفت و روند رو به رشدی را طی کرد که اساس آن بر مدار اقتصاد و معیشت عمومی جامعه چرخید و در ارزیابی‌های اطلاعاتی صورت‌گرفته و رخدادهای ناآرامی‌های شکل‌گرفته در کشور، مشخص شد که تبلیغات و عملیات روانی دشمن توانسته است بخش‌هایی از جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. اقدامات دشمن از طرق مختلف علیه ج.ا. ایران با هدف حذف و نابود کردن اساس نظام دنبال می‌شود و به تعبیر فرماندهی معظم کل قوا^(مدظله‌العالی)، کشور آماج حملات همه دستگاه‌ها و سرویس‌های اطلاعاتی فعال دنیا قرار دارد.

کمیت‌ه خطر جاری آمریکا بعد از فتنه ۱۳۸۸ در ایران، یکی از راه‌کارهای مواجهه با جمهوری اسلامی ایران را به شرح زیر در اختیار کاخ سفید قرار داده است: «باید شبکه‌های متعدد رادیو تلویزیونی برای ایرانیان تدارک دید و پیام‌های خود را با پیشرفته‌ترین فناوری‌های روز مانند اینترنت به دست مردم ایران رساند که راه‌اندازی شبکه‌های بی‌بی‌سی فارسی، فارسی وان، من و تو، ایران اینترنشنال و... از آن جمله است».

بنابراین از روش‌هایی که دشمن سرمایه‌گذاری عظیم نسبت به آن انجام داده است، استفاده از ابزار رسانه، به‌ویژه رسانه‌های نوین است که حجم آن به لحاظ کمی و کیفی روزبه‌روز افزایش یافته است؛ استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای، توسعه سایت‌ها و خبرگزاری‌های گوناگون، شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های مختلف در فضای سایبر در کنار ده‌ها و صدها نشریه مکتوب و دیجیتال قرار گرفته که هدف آن مدیریت و راهبری افکار عمومی و به‌دست گرفتن اراده مردم است. در این خصوص نیز مقام عظمای ولایت فرموده‌اند: «بر

اساس اطلاعاتی که در اختیار داریم، دستگاه‌های جاسوسی آمریکا و رژیم صهیونیستی با حمایت مالی قارون‌های منطقه اطراف کشور ما، تشکیلاتی را برای این جنگ رسانه‌ای راه‌اندازی کرده‌اند و به‌طور جدی در حال برنامه‌ریزی و تلاش برای آلوده کردن فضای تبلیغاتی و فکری جامعه هستند».

بر این اساس یکی از جوامع هدف دشمن در این برنامه‌ها کارکنان نیروهای مسلح و به‌ویژه سازمان انتظامی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان نوک پیکان مقابله با ناآرامی‌ها و لایه اول مواجهه با قانون‌شکنان است. آنچه مسلم است، نیروهای مسلح و به‌ویژه سازمان انتظامی لازم است برنامه‌ای برای مقابله با این اهداف داشته باشد. سازمان انتظامی به‌عنوان یک نهاد انقلابی از ابتدای شکل‌گیری مورد توجه دشمنان قرار داشته است و آنان از هیچ کوششی برای تضعیف و تخریب و تهدید عملی آن دریغ نمی‌کنند. در سال‌های اخیر با نقش‌آفرینی فراجا به‌عنوان لجمن مبارزه با اقدامات امنیتی، شبه‌امنیتی و غیرامنیتی و به‌ویژه مقابله با اغتشاشات و... می‌توان شاهد هجمه سنگین دشمنان در قالب عملیات روانی بر علیه فراجا، مسئولین و کارکنان آنان بود.

به‌طور کلی یکی از روش‌ها در جنگ، از کار انداختن نیروهای مقابل با استفاده از عملیات روانی است. برای این کار از ابزارهای مختلفی استفاده می‌شود. دشمنان نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران که سعی در ایجاد اغتشاشات و ناآرامی‌ها در کشور دارند، نیروهای انتظامی را مانعی برای این کار می‌بینند و برای از کار انداختن این نیروها، سعی در نفوذ بر افکار و ایجاد خلل نرم در صف آن‌ها دارند. به‌همین دلیل عملیات روانی از طرق مختلف علیه نیروهای انتظامی انجام می‌شود. سربازان داخلی دشمن نیز با خط‌گیری از خط رسانه‌ای خارج‌نشینان بر این عملیات دامن می‌زنند. تبعات اقدامات دشمنان در قالب عملیات روانی و جنگ روانی؛ بدون شک مأموریت‌ها و رسالت فراجا را در کوتاه‌مدت و بلندمدت می‌تواند تحت‌الشعاع قرار داده و پیش‌روندگی و پیش‌برندگی فراجا در رسیدن به اهداف و مأموریت‌های ذاتی خود را مختل کند. نتیجه این عملیات روانی می‌تواند سست شدن نیروهای انتظامی هنگام عملیات و رویارویی با اغتشاش‌گران باشد و عرصه عمل را بر مخلان نظم و امنیت باز می‌کند.

عملیات روانی دشمن علیه نیروهای انتظامی روش‌های مختلفی را به‌خود دیده است که برخی از آن‌ها عبارت‌است از: نحوه پاسخ‌گویی فرماندهان ارشد سازمان، شبهه‌افکنی در نیروهای در حال مأموریت، شبهه‌افکنی در خصوص ذات لزوم مقابله با هنجارشکنان، بزرگ جلوه دادن مشکلات سازمانی. مثال‌های زیادی از این دست را می‌توان ارائه کرد که البته گوشه‌ای از فعالیت‌های دشمنان برای به انفعال کشیدن نیروهای انتظامی است. تجارب سال‌های اخیر، نیز نشان می‌دهد که سرویس‌های اطلاعاتی و گروهک‌های معاند هم‌پیمان با سرویس‌ها، از طرق مختلف به‌ویژه از طریق عملیات روانی به‌دنبال تضعیف و ناکارآمدی نیروهای انتظامی بوده‌اند. به‌منظور مصونیت در برابر اقدامات دشمن، سازمان حفاظت اطلاعات انتظامی کشور (ساحفافراجا) بر اساس تبصره ۲۵ ماده ۴ قانون تشکیل ناجا، مصوب ۲۷ تیر ماه ۱۳۶۹ (که اشعار می‌دارد سازمانی با سلسله‌مراتب مستقل و متمرکز به نام سازمان حفاظت اطلاعات، از ادغام سازمان‌های مشابه موجود در نیروهای انتظامی تشکیل می‌شود و وظیفه آن، تلاش مداوم و مستمر در حفظ و صیانت کارکنان در زمینه‌های امنیتی است) و همچنین ماده ۱ اساس‌نامه ساحفافراجا وظیفه صیانت کارکنان، را با رعایت اصل ۲۵ قانون اساسی برعهده دارد. در ماده ۳ اساس‌نامه ساحفا فراجا (مصوب ۱۳۹۵) حدود وظایف ساحفافراجا در خصوص صیانت کارکنان در بندهای ۲۵ (توسعه و تعمیق فرهنگ اعتمادسازی و خودپایایی حفاظتی و امنیتی در فراجا) و ۲۶ (همکاری با حوزه فرماندهی فراجا در زمینه آموزش، آگاه‌سازی و توجیه امنیتی - حفاظتی کارکنان فراجا)، آورده شده است. اما برای آن‌که نیروهای خدوم انتظامی در مظان تهدیدات گوناگون حاصل از عملیات روانی واقع نشوند یا در صورت مواجهه با این تهدیدات قدرت مقابله با آن‌را داشته باشند، راه‌کارهای مصون‌سازی آن‌ها باید پیاده شود. نحوه خنثی‌سازی و مقابله با این اقدامات دشمنان به یک دغدغه و چالش جدی برای مسئولین و فرماندهان عالی انتظامی و سازمان حفاظت اطلاعات انتظامی کشور تبدیل شده است که، نیازمند اتخاذ راهبردهای مقابله‌ای لازم برای صیانت از این نهاد مقدس و کارکنان آن در جنگ ترکیبی و به‌ویژه عملیات روانی دشمنان است. اما تاکنون پژوهش مدونی در این خصوص

انجام نشده و قابلیت‌ها، جایگاه و نقش راهبردی فراجا در مقابله با عملیات روانی دشمن تبیین نشده و فرصت‌ها و تهدیدات موجود در حوزه‌های راهبردی به‌خوبی مورد توجه قرار نگرفته است و دشمن با احساس و درک ضعف در اقدام سازمان برای صیانت از کارکنان، در فعالیت‌های خود احساس راحتی کرده و به صورت جسورانه فعالیت‌های خود را علیه نیروهای انتظامی وسعت می‌بخشد و این موضوع منجر به افزایش ضریب انحراف ذهنی کارکنان یا غافل‌گیری آن‌ها از دشمن می‌شود. از این‌رو پژوهش حاضر در نظر دارد وضعیت کنونی سازمان را با مطالعه نقاط قوت، ضعف، تهدیدات و چالش‌ها و فرصت‌های موجود در خصوص موضوع را احصاء کند. برای این کار لازم است پیش‌ران‌ها و موانع ساحفافراجا در راستای این مأموریت شناخته شود. به‌همین منظور این پژوهش برای پاسخ به این پرسش انجام می‌شود که پیش‌ران‌ها و موانع ساحفافراجا برای صیانت از کارکنان سازمان انتظامی در مقابله با عملیات روانی دشمن چیست؟

پیشینه پژوهش

عزیزی و حسینیان (۱۴۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «صیانت از کارکنان انتظامی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه‌های فرمانده معظم کل قوا (مدظله‌العالی)» به این نتیجه رسیدند که فرمانده معظم کل قوا نگاهی همه‌جانبه به صیانت از کارکنان در ابعاد بینش، نگرش و کنشی داشته و شناخت مؤلفه‌های صیانت از کارکنان در اندیشه‌های معظم له می‌تواند متناسب با اهداف صیانتی به‌عنوان راهنمایی مناسب در تدوین و اجرای برنامه‌ها و اهداف صیانت از کارکنان فراجا بهره‌برداری شود.

احتشامی، عامری و رادسعید (۱۴۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر توانمندسازی کارکنان فراجا در برابر عملیات روانی دشمن» به این نتیجه رسیدند که توجه به عملیات روانی برنامه‌ریزی شده توسط دشمن علیه بازوهای امنیتی نظام، به‌ویژه سازمان انتظامی، این سازمان را موظف می‌کند تا نیروهای خود را در برابر این هجمه عظیم مصون سازد. برنامه‌های صیانت از کارکنان در ابعاد مختلف باید در دستور کار ساعس، ساحفا و سازمان انتظامی قرار داشته باشد تا این برنامه‌ها منجر به افزایش توانمندی آنان در برابر هجمه‌های دشمن شود.

کرداری و همکاران (۱۴۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «نقش عملیات روانی دشمنان در مدیریت رسانه و ارائه راه‌کارهای مقابله‌ای از منظر قرآن کریم» دریافتند کثرت مطلق (۸۷/۳۶ درصد جامعه نمونه) معتقد هستند که عملیات روانی دشمنان در مدیریت رسانه تأثیرگذار بوده و قرآن کریم راه‌کارهای متقن و مناسبی برای مقابله با آن ارائه کرده است. بحث و نتیجه‌گیری: اقداماتی از قبیل بصیرت‌افزایی، ارتقای علم و دانش، تشخیص اعتقادات رسانه‌ها، اتخاذ سیاست‌های جذب مخاطب، به‌کارگیری مناسب قلم و کلمه در مقابله با عملیات روانی دشمنان در فضای رسانه‌ای امروز بسیار مؤثر است.

محمدپور و ادیبی (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «اثربخشی اقدامات صیانتی در پیشگیری از وقوع جرم ارتشاء توسط کارکنان فراجا (مورد مطالعه فاتب)» نتایج به‌دست آمده حاکی از اثربخشی مثبت اقدامات صیانتی در پیشگیری از وقوع جرم ارتشاء توسط کارکنان دارد. بنابراین نهاد صیانتی به‌عنوان شاخص اصلی پیشگیری نقش مثبتی را در این زمینه ایفاء داشته و در رتبه‌بندی اثربخشی اقدامات صیانتی نیز برگزاری جلسات پرسش و پاسخ رتبه اول را دارا است.

راسخی و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «نقش فرماندهان و مدیران در ارتقای صیانت امنیتی نیروهای مسلح ج.ا.ا.» به الف) شناسایی بُعد، مؤلفه و شاخص‌های مربوط به نقش فرماندهان و مدیران در ارتقای صیانت امنیتی، ب) شناسایی چالش‌های فرماندهان در ارتقاء صیانت امنیتی ن.م، پرداخت. یافته‌های پژوهش دلالت بر آن دارد که الف) در بُعد «نقش فرماندهان در اقدامات ضد اطلاعاتی غیرعامل (اقدامات تأمینی)»، مؤلفه «حفاظت فناوری اطلاعات و ارتباطات» و ب) در بُعد «نقش فرماندهان در اقدامات ضد اطلاعاتی عامل»، مؤلفه «نقش اطلاعاتی - امنیتی»، بیش‌ترین فاصله وضعیت «موجود» و «مطلوب» را به خود اختصاص داده‌اند.

رستمی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر جنگ روانی بر اضطراب و ناکامی» نشان دادند که بُعد شایع‌پردازی پیش‌بینی‌کننده خوبی برای متغیرهای اضطراب، ناکامی درونی و بیرونی است و دارای یک رابطه مثبت معنادار با آن‌ها است در حالی که بُعد تحریف واقعیت هیچ‌گونه ارتباط معناداری

با متغیرهای اضطراب، ناکامی درونی و بیرونی ندارد و پیش‌بینی‌کننده خوبی در رابطه با این موضوعات نیست.

قربانی و جعفری (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «تکنیک‌های عملیات روانی در حوزه رسانه و خبر» دریافتند که در سال‌های اخیر، جنگ رسانه‌ای و مفاهیم هم‌نشین و مرتبط آن مانند: جنگ نرم، جنگ روانی، در گفتمان امنیت ملی کشورهای مختلف جایگاه خاصی یافته و سرمایه‌گذاری ویژه‌ای بر روی آن انجام شده است. امروزه رسانه‌های مختلف به‌عنوان آلاتی تلقی می‌شوند که ارتباطات جمعی را به سهولت ممکن کرده‌اند و از این طریق هر شخصی در این فضا می‌تواند به راحتی با میلیون‌ها نفر در ارتباط باشد، از آن‌ها متأثر باشد و بر روی آن‌ها نیز تأثیر بگذارد. آن‌چه که در مورد رسانه حائز اهمیت است این مورد است که رسانه از بستر وظیفه خود یعنی ارتباط و آگاهی خارج شده و تبدیل به یک عامل مهم در جنگ تحت عنوان جنگ رسانه‌ای تبدیل شده است. جنگ رسانه‌ای با برنامه‌ریزی بر روی افکار افراد جامعه و تغییر عملیات‌های ذهنی و روانی آن‌ها، درصدد جهت دهی فکر و سیاسی اعضای جامعه و آمادگی آن‌ها جهت پذیرش کدهای ناقل اهداف سیاسی رسانه‌ای است. عملیات‌های روانی در طول یک روز و یک‌ماه صورت نمی‌پذیرد بلکه این مهم در طول سال‌ها تلاش صاحب رسانه صورت می‌پذیرد تا منطق ذهنی و نگرش مخاطب را دگرگون سازند. از این‌رو می‌بایست در شناخت حربه‌های دشمن در ایجاد بستر جهت ایجاد عملیات روانی کوشا باشیم و از نظر علمی و عملیاتی تاکتیک‌های متقابل جهت مقابله کردن با غرض‌ورزی آن‌ها را نیز در اختیار داشته باشیم.

گورباچفسکایا و فاینیک^۱ (۲۰۲۴) در مقاله‌ای با عنوان «اطلاعات و عملیات روانی قیاس با اسطوره‌های تاریخی صربستان و تبلیغات روسیه در اوکراین» به این نتیجه رسید که: «جهت اصلی مبارزه اطلاعاتی مورداستفاده فدراسیون روسیه علیه اوکراین عبارت بودند از: استفاده گسترده از رسانه‌های گروهی کنترل‌شده (در تلویزیون، رادیو و فضای اینترنتی)، انجام تبلیغات با کمک آن‌ها و ایجاد اطلاعات مطلوب و زمینه روانی لازم در قلمرو اوکراین، به‌ویژه: (۱) به‌منظور ارائه اطلاعات نادرست، تحریک

1- Horbachevska, Y. M., & Faynyk

وضعیت، توجیه تجاوز، تضعیف روحیه محافل میهن پرستان جامعه اوکراین. ۲ مبارزه ضداطلاعاتی، محرومیت از فضای اطلاعاتی در سرزمین‌های تحت کنترل فدراسیون روسیه، کانال‌های تلویزیونی و رادیویی سراسری.

اندرو الکساندرا^۱ (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان «عملیات روانی و نهادهای اطلاعاتی» به این نتیجه رسیده است که: در ادبیات روابط بین‌الملل و راهبرد نظامی بحث‌های زیادی در مورد عملیات روانی (PSYOP) وجود دارد، اما هیچ تعریف متعارفی وجود ندارد. مفسران مختلف در زمینه‌های مختلف در کنار هم‌زادگانی مانند تبلیغات، عملیات اطلاعاتی، فریب نظامی و امثال آن، حواس گوناگونی به آن می‌دهند. یک تعریف معمولی که توسط ارتش ایالات متحده منتشر شده است، عملیات روانی را چنین توصیف می‌کند: «استفاده برنامه‌ریزی‌شده از تبلیغات و سایر اقدامات برای تأثیرگذاری بر نظرات، احساسات، نگرش‌ها و رفتار گروه‌های متخاصم، بی‌طرف یا دوستانه به گونه‌ای که حمایت از دست‌یابی به اهداف ملی». نمی‌گوید چه کسی «عملیات برنامه‌ریزی‌شده» را انجام می‌دهد - برای مثال، هیچ الزامی وجود ندارد که عملیات روانی مستقیماً توسط سازمان‌های دولتی انجام شود. «اطلاعات و شاخص‌های منتخب» می‌تواند هر چیزی باشد که بر «احساسات، انگیزه‌ها، استدلال عینی و... رفتار» تأثیر می‌گذارد: ظاهراً می‌تواند اطلاعات واقعی باشد، اما می‌تواند آهنگ‌ها، شعرها یا سایر محصولات فرهنگی نیز باشد. اهداف نفوذ از افراد گرفته تا دولت‌ها و احتمالاً همه‌چیز در این بین متغیر است، در حالی که انواع رفتارهایی که عملیات روانی قرار است بر آن‌ها تأثیر بگذارد به همان اندازه بی‌پایان است. در گسترده‌ترین معنای ممکن، در این تعریف، «عملیات روانی» به گستره کامل این نفوذ عمدی بر نگرش‌ها به دولت‌های بالقوه یا بالفعل متخاصم یا سایر نهادهای سیاسی اشاره دارد که مخاطبان داخلی و خارجی را در طول جنگ و صلح هدف قرار می‌دهد.

پارزانوویچ و پروروکوویچ و^۲ (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان «عملیات روانی و تبلیغاتی به‌عنوان شکلی از جنگ ترکیبی» به این نتیجه رسیدند که «تبیین

1- Alexandra

2- Parezanović, M., & Proroković, D.

روابط علت و معلولی و بررسی پیامدهای آن بر بازیگران تهاجمی و تدافعی روابط بین الملل می پردازد. از جمله نتیجه گیری ها، این ادعاست که بازیگران تدافعی ممکن است کاملاً بی خبر باشند که با انجام عملیات روانی و تبلیغاتی واقعاً یک جنگ ترکیبی علیه آن ها در حال انجام است»

جمع بندی پیشنهادی

همان گونه که ملاحظه می شود، بخشی از پیشنهادی مرتبط با موضوع عملیات روانی و بخشی از آن مرتبط با صیانت است. این پیشنهادها از نظر موضوعی با پژوهش حاضر مشابهت دارد. اما از منظر وجوه افتراق بین پیشنهادی و موضوع این مقاله باید به این نکات توجه داشت: عزیزی و حسینیان (۱۴۰۳) و احتشامی و همکاران (۱۴۰۳) بر برنامه های صیانت مبتنی بر آموزش و رهبری تأکید دارند. گورباچفسکایا (۲۰۲۴) و الکساندرا (۲۰۲۳) به رسانه های خارجی به عنوان منبع تهدید می پردازند. راسخی و همکاران (۱۴۰۲) و محمدپور (۱۴۰۲) به اقدامات ضد اطلاعاتی و پیشگیری از جرم در سطح کلان توجه دارند. قربانی و جعفری (۱۳۹۹) بر شناخت رسانه های دشمن تمرکز می کنند. رستمی و همکاران (۱۴۰۱) تأثیر عملیات روانی بر اضطراب فردی را بررسی می کنند. اما مقاله حاضر درصدد شناخت نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدها پیش روی سازمان برای صیانت از کارکنان در برابر عملیات روانی دشمن است.

مبانی نظری پژوهش

صیانت: صیانت یا حفاظت کردن یعنی حفظ و نگهداری، مصون نگه داشتن داشته ها و سرمایه های دارای طبقه بندی و حفاظت از امکانات و سرمایه های انسانی و مراکزی که در این حیطه تعریف می شوند. یا مجموعه اقدامات و فرآیندهایی که به صورت سازمان یافته و مشخص جهت حفاظت از اطلاعات و ارزش های قابل حفاظت و منابع حیاتی و در مقابل نشت و درز یا سرقت اخبار و جلوگیری از خراب کاری توسط عوامل مخرب و جاسوس صورت می گیرد. در اساس نامه سازمان حفاظت اطلاعات (ابلاغی ستاد کل ن.م به شماره

۶/۴۱۲۴/۴-۲۶۱۲ مورخه ۹۶/۱/۲۷) این واژه این‌گونه تعریف‌شده است: «به مجموعه اقدامات دستگاه امنیتی برای کشف، شناسایی، خنثی‌سازی عملیات جاسوسی، براندازی، خراب‌کاری، عوامل ایجاد نارضایتی، اختلال در انجام مأموریت ن.م و نفوذ جریان‌ات سیاسی در آن‌ها به‌منظور کنترل امنیت فوا و حفاظت از اسناد و مدارک، اماکن و تأسیسات، تسلیحات و تجهیزات ن.م با رعایت ملاحظات و شرایط بومی هر سازمان اطلاق می‌شود. این تعریف دربرگیرنده سه حوزه مشخص کشف، شناسایی و خنثی‌سازی است. بر این اساس کلیدواژه‌های کشف و شناسایی متضمن پیش‌بینی و دیده‌بانی و کلیدواژه خنثی‌سازی متوجه حوزه‌های اقدام از جمله پیشگیری، جلوگیری و نهایتاً مقابله (دنباله‌گیری) است». بررسی‌های پژوهش‌گر حاکی از آن است که زوایای مندرج در تعاریف احصاء‌شده از صیانت و نظرات خبرگان امنیتی و اطلاعاتی، واژه «حفاظت» را می‌توان به‌عنوان معادل صیانت به‌کاربرد. چه‌بسا کلیدواژه‌های به‌کاررفته در تعریف صیانت، همان عناصر و مؤلفه‌های به‌کاررفته در تعریف حفاظت است. از این‌رو تعریف عملیاتی محقق از صیانت به مفهوم حفاظت نزدیک‌تر است. به این ترتیب، معانی و تقسیم‌بندی‌های حاکم بر حفاظت بر صیانت نیز غالب است.

صیانت را می‌توان با دو رویکرد ایجابی و سلبی تحلیل کرد. رویکرد ایجابی صیانت شامل پیش‌بینی و پیش‌گیری است. در این الگو، پیش‌بینی، در حکم دیده‌بانی و مشاهده است. پیشگیری نیز نوعی از اقدام است اما متناسب با فلسفه اصلی صیانت برخوردار از جامعیت اقدام و اجرا نمی‌باشد. در رویکرد سلبی صیانت، جلوگیری و دنباله‌گیری را باید مبنای تحلیل قرار داد. جلوگیری^۱ از لحاظ مفهومی به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که به‌منظور ممانعت از پیشرفت آسیب‌های وارده از سوی دشمن و به حداقل رساندن آن صورت می‌گیرد. توجیه، ارشاد، ممانعت از انعقاد یک قرارداد مخالف و مغایر با منافع ملی و امنیت دفاعی، جلوگیری از خرید و فروش تجهیزات و اقلام ناسالم، ممانعت از ورود شبکه خانوادگی و شخصی مدیران در قراردادهای دفاعی و تجاری صنعت، ارشاد امنیتی، مراقبت

امنیتی و... ازجمله مصادیق جلوگیری به حساب می‌آیند (احمدی، ۱۳۹۵: ۱۴). «این جلوگیری از تخلفات را بیاورید داخل برنامه خودتان» (بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در دیدار رؤسای ساحقاها، ۸۴/۱۱/۲). دنباله‌گیری^۱ به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که به منظور برخورد با تهدیدات و آسیب‌های وارده و مقابله با تحرکات، اقدامات و نقشه‌های دشمن صورت می‌گیرد. ازجمله مصادیق دنباله‌گیری، خنثی‌سازی، فریب اطلاعاتی، دستگیری و ارجاع پرونده به مراجع قضایی برای صدور احکام متناسب با جرم و... است.

ارتقای فرهنگ صیانت ارتباط نزدیک و مستقیمی با شیوه‌های پیشگیرانه دارند. دلیل آن را هم‌راستایی و لازم و ملزوم بودن فرهنگ خودصیانتی و فرهنگ حفاظتی می‌دانند. از این رو با بهره‌گیری از نقش آموزه‌های دینی در پیشگیری از جرائم و تخلفات کارکنان، شیوه‌های ارتقای فرهنگ خودصیانتی شامل دوبرخش روش‌های سازمانی و فردی می‌شود: روش‌های سازمانی ارتقای صیانت عبارتند از: انتخاب رؤسا و مسئولین ولایی، شناخت و بررسی تهدیدات و آسیب‌پذیری‌ها، نهادینه کردن فرهنگ خودصیانتی: (خدابنده‌لو، ۱۳۹۰: ۱۳۳)، نهادینه شدن امر به معروف و نهی از منکر، تعمیق فرهنگ دینی: (ابراهیمی، ۱۳۸۱: ۵۸) توسعه آموزش هدفمند حفاظتی، توجه به عدالت سازمانی، تأکید بر امر نظارت و کنترل و روش‌های فردی ارتقاء صیانت عبارت است از: خودشناسی، ایمان فردی، توجه به امر به معروف و نهی از منکر، خودسازی (محمدی‌اشتهاردی، ۱۳۸۱: ۴۵)، حفظ لسان و صداقت و راست‌گویی.

عملیات روانی: اصطلاح جنگ/ عملیات روانی برای اولین بار توسط نویسنده آلمانی «کلنل بلاف» به کار رفت، وی که مدیر یک کارگاه روان‌شناسی در وزارت دفاع آلمان بود، اثر خود را در سال ۱۹۳۵ منتشر کرد و در این تألیف^۲ به معرفی اساس و عناصر عملیات روانی پرداخت (نصر، ج ۱، ۱۹۶۷: ۹۰). برخی اندیشمندان برای عملیات روانی شأنی «براندازانه» (حسینی، ۱۳۷۲: ۲) و برخی هم گاهی «بازدارنده» (حسینی، ۱۳۹۰: ۲۵-۲۴) قائل‌اند.

1- pursuit

2- propaganda ale wathe

یک رویکرد به مفهوم عملیات روانی، آن را پیش‌ران عملیات نظامی و مکمل آن عملیات می‌داند اما، با نگاهی توسعه‌یافته‌تر، عملیات روانی از دایره محدود نظامی‌گری خارج شده و می‌تواند بدون ارجاع به قدرت سخت معنا و موضوعیت یابد. این رویکرد علاوه بر ترس، به اقناع، القاء و اغواء نیز نظر داشته و در صورت توان‌مندی بازیگر عامل می‌تواند به صورت هوش‌مندانه و با ترکیبی از ویژگی‌های یادشده عمل کند. هم‌چنین در این رویکرد علاوه بر تأکید به ابزارهای غیرنظامی نه تنها تأثیرگذاری بر دولت‌های مقابل، که ملت‌های دیگر نیز مخاطب این نوع از عملیات قرار می‌گیرند و از سوی دیگر مردم خودی نیز در زمره مخاطبین قرار دارند. اگرچه عملیات روانی در دوره‌های مختلف دارای فراز و نشیب‌هایی در حوزه مفهومی بوده، اما آن‌چه از ابتدا تاکنون تغییری نکرده است، اهداف روانی است که از تعقیب عملیات روانی توسط بازیگران مختلف، دنبال شده است. اهداف روانی مقولاتی پیچیده بوده که در لایه‌های زیرین پدیده‌ها می‌باشند؛ بدین صورت که تحول یک «ایده» یا اصلاح یک «نگرش» را مدنظر دارند که به واسطه آن تغییر، بسیاری از رفتارهای بازیگر هدف، متحول می‌شوند. بر این اساس چه با نگاهی نظامی که سست کردن پایه‌های وفاداری سربازان دشمن و ترغیب آنان به تسلیم را از جمله اقدامات ویژه و ارزشمند - در جنگ - تلقی می‌کند؛ و چه در رویکرد موسع که به زعم فولر، اقداماتی نظیر زایل کردن خرد انسانی، مغشوش کردن هوش انسانی و مضمحل کردن حیات معنوی و اخلاقی یک ملت به وسیله نفوذ در اراده آن‌ها را هدف قرار داده و یا نگاه‌هایی که عملیات روانی را به دوراز فریب و اغوا و برای اقناع مخاطبین ضروری می‌شمارند، در همگی، هدف تغییر نگرش مخاطب برای تأثیر بر وی به منظور تغییر رفتارش است.

نقش رسانه‌ها در عملیات روانی: رسانه به عنوان اصلی‌ترین و کارآمدترین ابزار جنگ نرم به ایفای نقش می‌پردازد. بی‌گمان، رسانه‌ها در خط مقدم جنگ نرم قرار دارند. رسانه را می‌توان در انواع مکتوب (مطبوعات، کتاب، ...)، ماهواره‌ای (شبکه‌های فارسی‌زبان و غیرفارسی‌زبان خارجی)، رادیوها، تلویزیون‌ها و خبرگزاری‌ها تقسیم کرد (جنیدی، ۱۳۸۹: ۱۰۱). رسانه‌ها در

تمام جنگ‌ها به‌مثابه ابزاری برای جنگ روانی و تبلیغات جنگی از سوی کشورها مورد استفاده قرار می‌گرفته‌اند که نویسندگان، خبرنگاران، تولیدکنندگان خبری و مطبوعاتی، عکاسان و... سربازان آن به‌شمار می‌روند و سلاح آن‌ها رادیو، تلویزیون، اینترنت، ماهواره، دوربین، قلم و... است. در میان این ابزارها شاید بتوان گفت ماهواره و شبکه‌های اجتماعی و اینترنتی بیش‌ترین محدوده تأثیر را دارند و از جایگاه ویژه‌ای در این نبرد برخوردارند.

محیط‌شناسی: برای شناسایی پیش‌ران‌ها و موانع باید ابتدا محیط تحلیل شود. این محیط دارای سه وجه است؛ قابلیت پیش‌بینی (آیا می‌توانید آن را پیش‌بینی کنید؟)، انعطاف‌پذیری (آیا می‌توانید آن را به‌تنهایی یا باهمکاری دیگران شکل دهید؟) و طاقت‌فرسایی (آیا می‌توانید از آن جان سالم به در ببرید؟) ترکیب این وجوه در یک ماتریس پنج دسته شرایط محیطی کاملاً متمایز را نمایان می‌کند که هر کدام به رویکرد مجزایی برای راهبرد و پیاده‌سازی آن نیاز دارند. این ماتریس به پالت راهبرد معروف شده است (رئوس^۱، ۲۰۱۵). پنج محیط موجود در این ماتریس، در جدول ۱ معرفی شده است.

جدول ۱: رویکرد (محیط) های پالت راهبرد (رئوس، ۲۰۱۵: ۳۹)

اجزای کلیدی	کلاسیک ^۲	انطباقی ^۳	آرمان‌گرایانه ^۴	شکل‌دهی ^۵	نوسازی ^۶
ایده کلیدی	بزرگ باش	سریع باش	پیش‌گام باش	سازمان‌دهنده باش	دوام بیاور
نوع محیط	پیش‌بینی‌پذیر، انعطاف‌ناپذیر	پیش‌بینی‌ناپذیر، انعطاف‌ناپذیر	پیش‌بینی‌پذیر، انعطاف‌پذیر	پیش‌بینی‌ناپذیر، انعطاف‌پذیر	طاقت‌فرسا
روش	تحلیل، برنامه‌ریزی و اجرا	تغییر و دگرگون‌سازی، انتخاب و پرورش	تجسم، خلق و پافشاری	تعامل، همراهی، سازمان‌دهی و تکامل	واکنش (یا پیشگیری) به‌صرفه ساختن و رشد
مفاهیم	منحنی تجربه، رقابت مبتنی‌برزمان	اقیانوس آبی، معمای	شبکه‌ها، تحول، تغییر		

1- Martin Reeves

2- Classical approach

3- Adaptive approach

4- Visionary approach

5- Shaping approach

6- Renrwal approach

اجزای کلیدی	کلاسیک ^۲	انطباقی ^۳	آرمان‌گرایانه ^۴	شکل‌دهی ^۵	نوسازی ^۶
مرتبط	ماتریس بی‌سی جی، پنج نیروی پورتر، قابلیت‌ها	مزیت‌های ناپایدار، مزیت‌های انطباقی	نوآوران	اکوسیستم، بسترها	مسیر
شاخص‌های رویکرد	رشد اندک، سطح تمرکز فراوان، صنایع بالغ، قوانین بانبات	رشد بی‌ثبات، سطح تمرکز محدود، صنایع جوان، تغییرات تکنولوژیک فراوان	قابلیت بالقوه برای رشد فراوان، عدم وجود رقابتی مستقیم، قوانین محدود	پراکندگی، عدم وجود نقش‌آفرین مسلط، قوانین شکل‌پذیر	- رشد اندک، اول، بحران - تأمین مالی محدود - جریان نقدینگی منفی

در طول روند محیط‌شناسی به پیش‌ران‌ها و موانع توجه می‌شود. این اجزای تأثیرگذار بر محیط ممکن است از درون سیستم و سازمان برخاسته باشند یا ریشه در بیرون سازمان داشته باشند. با نگاهی دیگر می‌توان گفت، این اجزا ممکن است مستقیماً تحت کنترل مدیران سازمان باشند یا کنترل و مدیریت آن‌ها از دست مدیریت سازمان خارج باشد. با این توصیف می‌توان پیش‌ران‌ها و موانع را به صورت جدول ۲ معرفی کرد:

جدول ۲: اجزای تشکیل‌دهنده پیش‌ران‌ها و موانع در محیط

خاستگاه جزء مؤثر	نوع کنترل مدیر سازمان	پیش‌ران	مانع (محدودیت)
درون سازمان	امکان مدیریت و دسترسی برای کنترل دارد	قوت	ضعف
بیرون از سازمان	امکان مدیریت و دسترسی برای کنترل ندارد	فرصت	تهدید

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است. از منظر رویکرد اجرا پژوهشی ترکیبی (آمیخته) است که در آن از روش‌های کیفی (اکتشافی) و کمی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان در پژوهش، نخبگان تجربی و خبرگان دانشگاهی آشنا و مسلط به مفاهیم و حوزه حفاظت اطلاعات، اطلاعات، علوم اجتماعی، امنیت، رسانه و فتا؛ آشنا با مفاهیم نوین عملیات روانی و دارای مسئولیت سازمانی در رده مدیریت راهبردی در سازمان حفاظت

اطلاعات، اطلاعات و فتا؛ دارای مدرک تحصیلی دکتری یا مدیریت راهبردی یا خبره حوزه‌های موضوع مرتبط با تحقیق و دارای تجربه سیاست‌گذاری در حوزه‌های کلان مرتبط با موضوع و برخوردار از توانمندی برنامه‌ریزی در حوزه حفاظت اطلاعات، اطلاعات و فتا بوده‌اند. بر اساس موارد فوق و اهداف پژوهش و با عنایت به محدودیت‌های تخصصی و حفاظتی موجود در تعیین جامعه هدف این پژوهش، مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی این پژوهش شامل هیئت رئیسه و معاونین ساحف‌افراجا، بودند که پیش‌ران‌ها و موانع مرتب با موضوع ضمن مصاحبه با ایشان به‌دست آمد و پژوهش‌گر در مصاحبه پانزدهم به اشباع نظری و داده رسید. برای بررسی روایی محتوایی عوامل محیطی احصاء‌شده، با استفاده از نظرات ۱۰ نفر از معاونین ساحف‌افراجا، ضرایب لاوشه (CVR, CVI) محاسبه و همه ۹۵ عامل تأیید شد. نظرات خبرگان برای دسته‌بندی عوامل محیطی در دسته‌های؛ (نقاط قوت (۳۲ عامل)، ضعف (۲۵ عامل)، فرصت (۱۹ عامل) و تهدید (۱۹ عامل)) نیز دریافت شد و مبنای تهیه پرسش‌نامه قرار گرفت. پرسش‌نامه ۹۵ پرسشی بین جامعه آماری بخش کمی توزیع شد. این جامعه شامل معاونین ساحف‌افراجا (۱۸ نفر)، هیئت رئیسه و معاونین ساعس فراجا (۶ نفر)، هیئت رئیسه و معاونین بازرسی کل فراجا (۶ نفر)، رؤسای حفاظت اطلاعات فرماندهی انتظامی استان‌ها (۳۲ نفر)، رؤسای عقیدتی سیاسی استان‌ها (۳۲ نفر) و رؤسای بازرسی استان‌ها (۳۲ نفر) و هیئت رئیسه و معاونین دفتر سیاست‌گذاری و نظارت راهبردی حفاظت اطلاعات نیروهای مسلح (۷ نفر) به تعداد کل ۱۳۳ نفر بودند که پس از توزیع پرسش‌نامه بین آن‌ها، ۹۵ پرسش‌نامه قابل بهره‌برداری جمع‌آوری شد. هدف از توزیع و جمع‌آوری این پرسش‌نامه تعیین اهمیت و شدت عوامل محیطی مؤثر در راهبردهای سازمان‌های حفاظت اطلاعات برای صیانت از کارکنان فراجا در مقابله با عملیات روانی دشمن است. برای تحلیل یافته‌های به‌دست‌آمده از مدل محیط‌شناسی راهبردی دیوید استفاده شد. مراحل این مدل، به شرح زیر است:

۱. تعیین وضعیت محیطی در محیط‌های داخلی (نقاط قوت و ضعف) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)؛

۲. تعیین ضریب اهمیت، شدت و حاصل ضرب موزون باهدف محاسبه IFE و EFE،

۳. تعیین موقعیت سازمان در وضعیت موجود در ماتریس SPACE.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی پژوهش برابر جدول ۳ هستند.

جدول ۳: مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی پژوهش

کد	درجه	جایگاه	سنووات خدمت	میزان تحصیلات	رشته تحصیلی
P1	سرتیپ دوم	۱۸	۳۷	دکتری	امنیت ملی
P2	سرتیپ دوم	۱۸	۳۷	دکتری	حفاظت اطلاعات
P3	سرتیپ دوم	۱۹	۳۸	دکتری	علوم دفاعی راهبردی
P4	سرتیپ دوم	۱۹	۴۱	دکتری	حفاظت اطلاعات
P5	سرتیپ دوم	۱۸	۳۰	دکتری	مدیریت راهبردی حفاظت اطلاعات
P6	سرتیپ دوم	۱۸	۳۸	دکتری	مدیریت بحران
P7	سرتیپ دوم	۱۸	۳۵	دکتری	امنیت فضای سایبر
P8	سرتیپ دوم	۱۸	۳۶	دکتری	حفاظت اطلاعات راهبردی
P9	سرهنگ	۱۸	۲۷	دکتری	مدیریت راهبردی پیشگیری از جرم
P10	سرهنگ	۱۸	۲۲	دکتری	جرم‌یابی
P11	سرهنگ	۱۸	۲۷	دکتری	مدیریت پیشگیری از جرم
P12	سرهنگ	۱۸	۲۵	دکتری	حفاظت اطلاعات راهبردی
P13	سرهنگ	۱۸	۲۸	کارشناسی ارشد	حفاظت اطلاعات
P14	سرهنگ	۱۸	۲۵	کارشناسی ارشد	علوم سیاسی
P15	سرهنگ	۱۷	۲۵	کارشناسی ارشد	مدیریت حفاظت اطلاعات

تحلیل جامعه‌شناختی جامعه آماری بخش کمی به شرح جدول ۴ است.

جدول ۴: تحلیل جامعه‌شناختی بخش کمی

درجه	سرهنگ ۷۱ نفر، سرتیپ دوم ۱۹ نفر، سرتیپ ۵ نفر.
مدرك تحصیلی	کارشناسی ارشد ۶۲ نفر، دانشجوی دکتری ۱۳ نفر، دکترای تخصصی ۲۰ نفر.
جایگاه سازمانی	سرتیپ‌دومی ۳۷ نفر، سرتیپی ۵۳ نفر، سرلشگری ۵ نفر.
حوزه تخصصی	اطلاعاتی ۴ نفر، حفاظت اطلاعات ۴۲ نفر، عملیات روانی ۱۷ نفر، انتظامی ۳۲ نفر.

سن (سال)	۴۰ تا ۴۵ سال ۲۳ نفر، ۴۶ تا ۵۰ سال ۳۴ نفر، ۵۱ تا ۵۵ سال ۲۲ نفر، بالاتر از ۵۵ سال ۱۶ نفر.
محل خدمت	دفتر سیاست‌گذاری ۷ نفر، ساحفا فراجا ۳۷ نفر، عقیدتی سیاسی ۲۳ نفر، بازرسی ۲۸ نفر.
سنوات خدمت	تا ۲۰ سال ۶ نفر، ۲۰ تا ۲۵ سال ۲۸ نفر، تا ۳۰ سال ۴۱ نفر، بالای ۳۰ سال ۱۹ نفر و بدون جواب ۱ نفر.

یافته‌های تحلیلی

گزاره‌های محیط‌شناسی (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید/ چالش) به‌همراه شدت اهمیت و اولویت و حاصل‌ضرب این دو عامل برای هر گزاره در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵: گزاره‌های محیطی و عوامل محاسباتی ارزیابی محیطی

ردیف	گزاره	نوع گزاره	میانگین شدت	اولویت گزاره	حاصل ضرب موزون
۱	امکان اشتراک دانش و تبادل اطلاعات	قوت	۳/۴۶	۰/۰۱۹	۰/۰۶۵۷۴
۲	اطلاع‌رسانی و روایت‌گری اولیه	قوت	۳/۴۹	۰/۰۱۹۷	۰/۰۶۸۷۵۳
۳	ارتقای بصیرت فرماندهان نسبت به سال‌های گذشته	قوت	۳/۶۹	۰/۰۲۰۲	۰/۰۷۴۵۳۸
۴	امکان جمع‌آوری داده‌های علنی و غیرحفاظت شده حریف در عملیات‌های روانی	قوت	۳/۳	۰/۰۱۷۸	۰/۰۵۸۷۴
۵	آموزش و مهارت‌های تخصصی کارکنان	قوت	۳/۴۱	۰/۰۱۹۱	۰/۰۶۵۱۳۱
۶	انسجام و هماهنگی در برابر عملیات روانی دشمن	قوت	۳/۵۱	۰/۰۱۹۱	۰/۰۶۷۰۴۱
۷	برخورداری از تجهیزات فنی مدرن و بهره‌برداری از فضای مجازی	قوت	۳/۴۶	۰/۰۱۹۱	۰/۰۶۶۰۸۶
۸	برخورداری از محیط‌های آموزشی فراوان و مناسب برای آموزش و آگاه‌سازی کارکنان	قوت	۳/۳	۰/۰۱۸۳	۰/۰۶۰۳۹
۹	بهبود فرآیندهای سازمانی	قوت	۳/۲۵	۰/۰۱۸۲	۰/۰۵۹۱۵
۱۰	بهره‌گیری از پژوهش‌ها در مأموریت	قوت	۳/۲	۰/۰۱۶۴	۰/۰۵۲۴۸
۱۱	پیش‌بینی و اقدام پیش‌دستانه در عملیات روانی	قوت	۳/۴۳	۰/۰۱۸۷	۰/۰۶۴۱۴۱
۱۲	پیش‌بینی و تأمین مشوق‌های صیانتی	قوت	۳/۴۱	۰/۰۱۸۴	۰/۰۶۲۷۴۴
۱۳	تحلیل و رصد تهدیدات سایبری	قوت	۳/۵۱	۰/۰۱۹۹	۰/۰۶۹۸۴۹
۱۴	تقویت اعتقادات و بصیرت	قوت	۳/۴۴	۰/۰۱۹۵	۰/۰۶۷۰۸
۱۵	تقویت اعتماد عمومی و روحیه خودباوری	قوت	۳/۴۲	۰/۰۱۹	۰/۰۶۴۹۸
۱۶	تولید محتوای آموزشی و رسانه‌ای در سازمان	قوت	۳/۴	۰/۰۱۸	۰/۰۶۱۲
۱۷	جذب و توانمندسازی نیروی انسانی	قوت	۳/۳۲	۰/۰۱۸۵	۰/۰۶۱۴۲

ردیف	گزاره	نوع گزاره	میانگین شدت	اولویت گزاره	حاصل ضرب موزون
۱۸	داشتن بانک‌های اطلاعاتی و دسترسی به آخرین روش‌ها و شیوه‌های دشمن در پلیس‌های تخصصی	قوت	۳/۴۷	۰/۰۱۹۱	۰/۰۶۶۲۷۷
۱۹	رصد موضوعات امنیتی	قوت	۳/۶۹	۰/۰۱۸۹	۰/۰۶۹۷۴۱
۲۰	شناخت و تحلیل جنگ ترکیبی و شناختی دشمن	قوت	۳/۵۵	۰/۰۱۸۷	۰/۰۶۶۳۸۵
۲۱	مهارت تبدیل تهدیدها به فرصت	قوت	۳/۳۴	۰/۰۱۸۴	۰/۰۶۱۴۵۶
۲۲	نظم موجود در ساختار سازمانی	قوت	۳/۲۸	۰/۰۱۷۶	۰/۰۵۷۷۲۸
۲۳	نوع روابط بین فرماندهان و زیردستان	قوت	۳/۴۶	۰/۰۱۸۴	۰/۰۶۳۶۶۴
۲۴	نوع عضوایی و گزینش نیروی انسانی در فراجا	قوت	۳/۳۴	۰/۰۱۸۳	۰/۰۶۱۱۲۲
۲۵	نوع عملکرد و رفتار مدیران با کارکنان	قوت	۳/۵۴	۰/۰۱۹	۰/۰۶۷۲۶
۲۶	موضع‌گیری مناسب مسئولین نسبت به پاسخ‌گویی فضا سازی‌های رسانه‌ای	قوت	۳/۳۸	۰/۰۱۷۹	۰/۰۶۰۵۰۲
۲۷	نوع نگاه مدیران و نرمش آن‌ها در برابر تغییر	قوت	۳/۳	۰/۰۱۷۱	۰/۰۵۶۴۳
۲۸	همکاری و تعامل بین‌سازمانی در یگان‌های مختلف	قوت	۳/۴۴	۰/۰۱۸۳	۰/۰۶۲۹۵۲
۲۹	وجود تجربه مهار بحران‌های اجتماعی در سالیان اخیر	قوت	۳/۶۱	۰/۰۱۸۷	۰/۰۶۷۵۰۷
۳۰	وجود زمینه‌های لازم برای افزایش مهارت و توانمندی برای مقابله با عملیات روانی با توجه به وجود یگان‌های علمی در فراجا	قوت	۳/۴۵	۰/۰۱۸۴	۰/۰۶۳۴۸
۳۱	وجود مرکز مستقل تحلیل داده‌های فضای مجازی	قوت	۳/۴	۰/۰۱۸	۰/۰۶۱۲
۳۲	تاب‌آوری و سعه‌صدر کارکنان	قوت	۳/۴۷	۰/۰۲۶۲	۰/۰۹۰۹۱۴
۳۳	استرس و فشار کاری ناشی از مأموریت‌ها در کارکنان و مدیران	ضعف	۱/۴۵	۰/۰۲۰۲	۰/۰۲۹۲۹
۳۴	ترجیح منافع فردی بر منافع سازمانی و ملی	ضعف	۱/۵۶	۰/۰۱۷۶	۰/۰۲۷۴۵۶
۳۵	پایین بودن سواد رسانه‌ای کارکنان فراجا و تأثیرپذیری از فضای مجازی	ضعف	۱/۳۳	۰/۰۱۸	۰/۰۲۳۹۴
۳۶	ضعف انسجام و نظارت‌پذیری در سازمان	ضعف	۱/۵۶	۰/۰۱۷۳	۰/۰۲۶۹۸۸
۳۷	ضعف در بصیرت و آگاهی‌های سیاسی و عقیدتی در کارکنان	ضعف	۱/۴۸	۰/۰۱۸۹	۰/۰۲۷۹۷۲
۳۸	ضعف در تصمیم‌گیری و هدایت در سازمان	ضعف	۱/۵۸	۰/۰۱۸۴	۰/۰۲۹۰۷۲
۳۹	ضعف در کارآمدی سیستم جمع‌آوری اطلاعات در فراجا	ضعف	۱/۵۳	۰/۰۱۸۱	۰/۰۲۷۶۹۳
۴۰	ضعف در یکپارچگی و انسجام سامانه‌های اطلاعاتی-امنیتی	ضعف	۱/۵۷	۰/۰۱۸۲	۰/۰۲۸۵۷۴
۴۱	ضعف در بهره‌وری و کارایی مأموریت‌ها	ضعف	۱/۵۷	۰/۰۱۷۴	۰/۰۲۷۳۱۸
۴۲	ضعف منزلت و معیشت کارکنان فراجا	ضعف	۱/۳۳	۰/۰۱۹۹	۰/۰۲۶۴۶۷
۴۳	ضعف و عدم انسجام فراجا در اجرای عملیات روانی علیه دشمن	ضعف	۱/۴۶	۰/۰۱۸۷	۰/۰۲۷۳۰۲

ردیف	گزاره	نوع گزاره	میانگین شدت	اولویت گزاره	حاصل ضرب موزون
۴۴	عادی انگاری هشدارهای حفاظتی مرتبط با عملیات روانی دشمن	ضعف	۱/۴۹	۰/۰۱۸۸	۰/۰۲۸۰۱۲
۴۵	عدم به روزرسانی سامانه های هوشمند	ضعف	۱/۶۲	۰/۰۱۸۵	۰/۰۲۹۹۷
۴۶	ضعف در پیاده سازی وعده های مسئولان سازمان	ضعف	۱/۵	۰/۰۱۸۷	۰/۰۲۸۰۵
۴۷	کم توجهی به استعدادها و قابلیت های کارکنان	ضعف	۱/۵۴	۰/۰۱۸۲	۰/۰۲۸۰۲۸
۴۸	عدم توجه کافی به نیازهای کارکنان فراجا	ضعف	۱/۴۶	۰/۰۱۹۴	۰/۰۲۸۳۲۴
۴۹	ضعف در شناخت پیش ران های مؤثر بر عملیات روانی دشمن	ضعف	۱/۵۶	۰/۰۱۷۷	۰/۰۲۷۶۱۲
۵۰	ضعف در شناخت شیوه های مقابله با شبکه های معاند	ضعف	۱/۴۳	۰/۰۱۸	۰/۰۲۵۷۴
۵۱	عدم مشارکت کافی کارکنان در تصمیم گیری های راهبردی	ضعف	۱/۵۶	۰/۰۱۷۹	۰/۰۲۷۹۲۴
۵۲	ناهم ترازی توانایی های فنی و اطلاعاتی سازمان با عملیات روانی دشمن	ضعف	۱/۵۴	۰/۰۱۸	۰/۰۲۷۷۲
۵۳	گرایش کارکنان به مشاغل دوم و احتمال آسیب پذیری از آن	ضعف	۱/۳۵	۰/۰۱۹۴	۰/۰۲۶۱۹
۵۴	مسن بودن برخی مدیران و نداشتن انرژی کافی	ضعف	۱/۴۹	۰/۰۱۹۸	۰/۰۲۹۵۰۲
۵۵	میزان اقبال عمومی جوانان در جذب و گزینش در فراجا	ضعف	۱/۲۳	۰/۰۱۸۸	۰/۰۲۳۱۲۴
۵۶	نوع عملیات روانی خودی و تخصصی در مقابله با عملیات روانی دشمن	ضعف	۱/۴۷	۰/۰۱۸۳	۰/۰۲۶۹۰۱
۵۷	امکان وجود برخی مشکلات روانی و اجتماعی در بعضی از کارکنان فراجا	ضعف	۱/۴۲	۰/۰۲۵۷	۰/۰۳۶۴۹۴
۵۸	اصول اخلاقی حاکم بر روابط اجتماعی بین کارکنان و جامعه	فرصت	۳/۵۸	۰/۰۲۶۲	۰/۰۹۳۷۹۶
۵۹	امکان بهره گرفتن از محتواهای موجود در کانال ها و گروه ها به نفع فراجا	فرصت	۳/۴۹	۰/۰۲۴	۰/۰۸۳۷۶
۶۰	بستر مناسب فرهنگی به لحاظ سخت افزاری در جامعه	فرصت	۳/۳۵	۰/۰۲۳۱	۰/۰۷۷۳۸۵
۶۱	بهره گیری از توان مقابله سایبری موجود در کشور.	فرصت	۳/۴۴	۰/۰۲۴۹	۰/۰۸۵۶۵۶
۶۲	تبیین های مقام معظم رهبری در مناسبت های مختلف	فرصت	۳/۸۶	۰/۰۳۰۱	۰/۱۱۶۱۸۶
۶۳	تعامل اکثر فرماندهان فراجا با سایر ارگان های دولتی	فرصت	۳/۴۹	۰/۰۲۴۲	۰/۰۸۴۴۵۸
۶۴	تعامل و همکاری با سایر دستگاه های علمی، فرهنگی، نظارتی و اخذ تجارب و راه کارهای آن ها	فرصت	۳/۳۸	۰/۰۲۴	۰/۰۸۱۱۲
۶۵	تعامل و همکاری با مراکز علمی و امنیتی	فرصت	۳/۴۶	۰/۰۲۴۳	۰/۰۸۴۰۷۸
۶۶	تعامل و یکپارچه سازی فعالیت های فنی اطلاعاتی با جامعه اطلاعاتی	فرصت	۳/۵۶	۰/۰۲۴۷	۰/۰۸۷۹۳۲
۶۷	طراحی فضا یا سایت خبری مشترک با سازمان های اطلاعاتی کشور	فرصت	۳/۳۷	۰/۰۲۴۲	۰/۰۸۱۵۵۴
۶۸	ظرفیت مسئولیت پذیری مراکز و نهادهای مسئولیتی در	فرصت	۳/۲۷	۰/۰۲۳۲	۰/۰۷۵۸۶۴

ردیف	گزاره	نوع گزاره	میانگین شدت	اولویت گزاره	حاصل ضرب موزون
	کشور				
۶۹	تعامل با رسانه‌ها	فرصت	۳/۵۶	۰/۰۲۵۴	۰/۰۹۰۴۲۴
۷۰	نقش الهام‌بخش انقلاب اسلامی برای دیگر جوامع و توانایی ملت ایران در خنثی کردن توطئه‌های دشمنان	فرصت	۳/۶۹	۰/۰۲۷۲	۰/۱۰۰۳۶۸
۷۱	تعاملات بین حوزه سیاست‌گذاری و اجرای عملیات روانی	فرصت	۳/۴۹	۰/۰۲۴۳	۰/۰۸۴۸۰۷
۷۲	تعاملات فرهنگی بین نسلی و تأثیر آن بر کارکنان	فرصت	۳/۳۷	۰/۰۲۳۴	۰/۰۷۸۸۵۸
۷۳	عملکرد و تعاملات رده‌های فراجا در مأموریت‌های مشترک	فرصت	۳/۵۸	۰/۰۲۴۱	۰/۰۸۶۲۷۸
۷۴	وجود ابزارهای فنی جدید در بازار برای تولید محتوا	فرصت	۳/۵۴	۰/۰۲۴۷	۰/۰۸۷۴۳۸
۷۵	وجود همکاری و تعامل و استفاده از ظرفیت مراجع قضایی و سایر دستگاه‌های مرتبط	فرصت	۳/۵۲	۰/۰۲۴۴	۰/۰۸۵۸۸۸
۷۶	امکان یکپارچه‌سازی نسبی فعالیت‌های اطلاعاتی-امنیتی	فرصت	۳/۴۴	۰/۰۲۵۵	۰/۰۸۷۷۲
۷۷	ارتباط کارکنان با عوامل بیرونی عملیات روانی از طریق فضای مجازی	تهدید	۱/۳۵	۰/۰۲۲۷	۰/۰۳۶۴۵
۷۸	امکان تأثیرپذیری کارکنان از طریق رسانه‌ها و عملیات نرم دشمن	تهدید	۱/۳۵	۰/۰۲۸۴	۰/۰۳۸۳۴
۷۹	امکان سازمان‌دهی کارکنان ناراضی از طریق فضای مجازی	تهدید	۱/۴۲	۰/۰۲۵۹	۰/۰۳۶۷۷۸
۸۰	تلاش برای ایجاد شکاف بین مردم و مسئولین فراجا	تهدید	۱/۴۶	۰/۰۲۵۳	۰/۰۳۶۹۳۸
۸۱	پیچیدگی و تنوع روش‌های عملیات روانی دشمن	تهدید	۱/۴	۰/۰۲۶۷	۰/۰۳۷۳۸
۸۲	تبلیغ، شایعه‌سازی و ایجاد یاس و ناامیدی در کارکنان	تهدید	۱/۳۱	۰/۰۲۷۱	۰/۰۳۵۵۰۱
۸۳	ترویج شایعات تحریم و فشار اقتصادی و تأثیر مشکلات اقتصادی و اجتماعی بر کارکنان	تهدید	۱/۳۱	۰/۰۲۷۳	۰/۰۳۵۷۶۳
۸۴	تضعیف اراده عمومی و تغییر نگرش مردم ناشی از عملیات روانی دشمن	تهدید	۱/۴	۰/۰۲۵۵	۰/۰۳۵۷
۸۵	تغییرات سریع فناوری و بهره‌گیری دشمن از فناوری‌های نوین	تهدید	۱/۲۷	۰/۰۲۶۵	۰/۰۳۳۶۵۵
۸۶	جنگ نرم و تأثیر آن بر باورهای دینی و ارزش‌های انقلابی	تهدید	۱/۳۵	۰/۰۲۸۵	۰/۰۳۸۴۷۵
۸۷	دامن زدن به اختلافات مذهبی، قومی و سیاسی	تهدید	۱/۴۳	۰/۰۲۴۵	۰/۰۳۵۰۳۵
۸۸	شکاف فرهنگی و اجتماعی در جامعه	تهدید	۱/۴۶	۰/۰۲۷۲	۰/۰۳۹۷۱۲
۸۹	عملیات روانی گروه‌های معاند و تروریستی علیه کارکنان فراجا به ویژه در مناطق مرزی	تهدید	۱/۴۶	۰/۰۲۵۹	۰/۰۳۷۸۱۴
۹۰	عملیات سایبری علیه زیرساخت‌های فراجا	تهدید	۱/۵۸	۰/۰۲۳۹	۰/۰۳۷۷۶۲
۹۱	تلاش عمده تبلیغاتی برای کاهش سرمایه اجتماعی فراجا	تهدید	۱/۴۱	۰/۰۲۶۴	۰/۰۳۷۲۲۴
۹۲	کسب اخبار از سایت‌های نامعتبر توسط کارکنان	تهدید	۱/۴۳	۰/۰۲۳۲	۰/۰۳۳۱۷۶

ردیف	گزاره	نوع گزاره	میانگین شدت	اولویت گزاره	حاصل ضرب موزون
۹۳	گرایش کارکنان به فعالیت‌های پنهان در فضای مجازی	تهدید	۱/۴۲	۰/۰۲۴۶	۰/۰۳۴۹۳۲
۹۴	حضور فعال افسران اطلاعاتی دشمن در فضای مجازی	تهدید	۱/۴۶	۰/۰۲۵۱	۰/۰۳۶۶۴۶
۹۵	هدررفت توان فراجا به دلیل عدم تعیین مرز وظایف	تهدید	۱/۵۱	۰/۰۲۴۳	۰/۰۳۶۶۹۳

بر اساس جدول ۵ مقادیر EFE, IFE محاسبه شد:

$$IFE = ۲/۷۲, EFE = ۲/۳۵$$

این مقادیر، موقعیت سازمان در وضعیت موجود را در ماتریس ۴ خانه در خانه ST و در ماتریس ۹ خانه‌ای در خانه شماره ۵ تعیین می‌کند. این نشان‌دهنده وضعیت رقابتی سازمان است. بدیهی است سازمان برای ارتقای وضعیت خود از این وضعیت به وضعیت بهینه باید بر راهبردهای قوت، تهدید تأکید بیش‌تری داشته باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

مفهوم صیانت در این پژوهش به معنای حفاظت فعال و پیشگیرانه از منابع انسانی و اطلاعاتی تلقی شده و با دو رویکرد ایجابی (پیش‌بینی و پیشگیری) و سلبی (جلوگیری و دنباله‌گیری) مورد تحلیل قرار گرفته است. هم‌چنین نقش رسانه‌ها و محیط‌شناسی راهبردی در شناسایی پیش‌ران‌ها و موانع محیطی ارزیابی شده است. صیانت از کارکنان فراجا در برابر عملیات روانی دشمن، مستلزم رویکردی جامع، چندبُعدی و مبتنی بر شناخت دقیق محیط داخلی و خارجی سازمان است. استفاده از مدل محیط‌شناسی راهبردی و ترکیب روش‌های کیفی و کمی، به پژوهش‌گر امکان داده تا با بهره‌گیری از نظرات خبرگان و جمع‌آوری داده‌های میدانی، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید را به دقت شناسایی و اولویت‌بندی کند. یافته‌های تحلیلی نشان داد که مهم‌ترین نقاط قوت سازمان شامل ارتقای بصیرت فرماندهان، انسجام و هماهنگی در برابر عملیات روانی، برخورداری از تجهیزات فنی و محیط آموزشی مناسب، و مهارت تبدیل تهدید به فرصت است. در مقابل، ضعف‌هایی چون پایین بودن سواد

رسانه‌ای کارکنان، استرس و فشار کاری، ضعف در انسجام سامانه‌های اطلاعاتی و عدم به‌روزرسانی سامانه‌های هوشمند از چالش‌های اساسی محسوب می‌شوند.

در مجموع، نتایج پژوهش بیان‌گر آن است که موفقیت راهبردهای صیانتی در مقابله با عملیات روانی دشمن، نیازمند تقویت آموزش‌های تخصصی، ارتقای سواد رسانه‌ای، بهبود فرآیندهای سازمانی، افزایش انسجام و هماهنگی بین‌بخشی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فناورانه و پژوهشی است. همچنین، توجه به ارتقای فرهنگ خودصیانتی و استفاده هدفمند از رسانه‌ها، می‌تواند تاب‌آوری سازمان را در مواجهه با تهدیدات روانی و اطلاعاتی افزایش دهد و زمینه تحقق اهداف کلان صیانت از کارکنان را فراهم آورد.

مقایسه نتایج پژوهش حاضر با پیشینه پژوهش نشان دهنده موارد زیر است:

۱. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که صیانت از کارکنان فراجا در برابر عملیات روانی دشمن نیازمند رویکردی چندبُعدی، شامل تقویت عناصر درونی (بینش و نگرش) و اصلاح و کنترل عوامل محیطی است. این نتیجه کاملاً با یافته‌های عزیزی و حسینیان (۱۴۰۳) هم‌خوان است که بر نگاه همه‌جانبه فرمانده معظم کل قوا به صیانت در ابعاد بینش، نگرش و کنش تأکید دارند و شناخت این مؤلفه‌ها را راهنمای تدوین برنامه‌های صیانتی می‌دانند.

۲. پژوهش حاضر اثربخشی اقدامات صیانتی را در پیشگیری از آسیب‌ها و تهدیدات، به‌ویژه در حوزه عملیات روانی، تأیید می‌کند و بر اهمیت آموزش، ارتقای سواد رسانه‌ای و انسجام سازمانی تأکید دارد. این یافته‌ها با نتایج احتشامی و همکاران (۱۴۰۳) و محمدپور و ادیبی (۱۴۰۲) مطابقت دارد که برنامه‌های صیانتی را عامل افزایش توانمندی و پیشگیری از جرایمی چون ارتشاء معرفی کرده‌اند و نقش جلسات پرسش و پاسخ و آموزش‌های هدفمند را کلیدی دانسته‌اند.

۳. در پژوهش حاضر، ارتقای بصیرت فرماندهان، انسجام و هماهنگی و نقش مدیران در مقابله با عملیات روانی به‌عنوان نقاط قوت کلیدی شناسایی

شده است. این موضوع با یافته‌های راسخی و همکاران (۱۴۰۲) و سایر پژوهش‌ها که نقش فرماندهان در اقدامات ضد اطلاعاتی و امنیتی و فاصله وضعیت موجود تا مطلوب را برجسته می‌کنند، هم‌راستا است.

۴. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از مدل محیط‌شناسی راهبردی، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید را شناسایی و اولویت‌بندی کرده است. این رویکرد با مطالعات بین‌المللی مانند گورباچفسکایا (۲۰۲۴) و اندرو الکساندرا (۲۰۲۳) که بر نقش محیط اطلاعاتی، رسانه‌ها و جنگ ترکیبی تأکید دارند، هم‌جهت است. هم‌چنین بر اهمیت شناخت دقیق محیط و تهدیدات بیرونی و درونی تأکید شده است.

۵. یافته‌های پژوهش حاضر، نقش رسانه‌ها را در خط مقدم جنگ روانی و عملیات شناختی برجسته می‌کند و بر ضرورت ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان و تولید محتوای مؤثر تأکید دارد. این نتیجه با مطالعات قربانی و جعفری (۱۳۹۹) که جریان‌سازی رسانه‌ای و شناخت کارکرد رسانه‌ها را عامل کلیدی در مقابله با عملیات روانی می‌دانند، هم‌خوان است.

۶. پژوهش حاضر ضعف‌هایی مانند پایین بودن سواد رسانه‌ای، استرس شغلی، ضعف انسجام سامانه‌های اطلاعاتی و عدم به‌روزرسانی سامانه‌های هوشمند را شناسایی کرده است. این چالش‌ها در پژوهش‌های راسخی و همکاران (۱۴۰۲) و سایر مطالعات نیز به‌عنوان موانع ارتقای صیانت امنیتی و آسیب‌پذیری در برابر عملیات روانی ذکر شده‌اند.

به‌طور کلی می‌توان گفت که یافته‌های پژوهش حاضر با پیشینه پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی هم‌راستا بوده و بر این نکات تأکید دارد:

۱. صیانت از کارکنان یک فرایند چندبُعدی، مستمر و نیازمند توجه به ابعاد فردی، سازمانی و محیطی است.

۲. نقش آموزش، ارتقای سواد رسانه‌ای، انسجام سازمانی و فرماندهان کلیدی است.

۳. اقدامات صیانتی نه‌تنها در پیشگیری از جرائم و آسیب‌های داخلی مؤثرند، بلکه در مقابله با جنگ ترکیبی و عملیات روانی دشمن نیز نقش اساسی دارند.

۴. توجه به محیط‌شناسی راهبردی و شناخت پیش‌ران‌ها و موانع، تدوین راهبردهای مؤثر صیانتی را امکان‌پذیر می‌سازد.

بر این اساس برای ارتقای صیانت از کارکنان فراجا در برابر عملیات روانی دشمن پیشنهاد می‌شود:

۱. با توجه به ضعف شناسایی‌شده در سطح سواد رسانه‌ای کارکنان و تأثیرپذیری آنان از فضای مجازی، لازم است برنامه‌های جامع و هدفمند آموزش رسانه‌ای و سواد فضای مجازی برای همه سطوح کارکنان طراحی و اجرا شود. این آموزش‌ها باید شامل شناسایی شگردهای عملیات روانی، مهارت تحلیل اخبار و اطلاعات، و شیوه‌های مقابله با شایعات و اطلاعات نادرست باشد.

۲. یافته‌ها نشان می‌دهد انسجام و هماهنگی سازمانی از مهم‌ترین نقاط قوت در مقابله با عملیات روانی است. باید با ایجاد سازوکارهای ارتباطی مؤثر، تقویت کار تیمی، و برگزاری مانورهای مشترک بین یگان‌ها، تاب‌آوری و انسجام سازمانی را در برابر تهدیدات بیرونی و درونی افزایش داد.

۳. بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌ها، ارتقای فرهنگ خودصیانتی، تعمیق باورهای دینی، و تقویت بصیرت سیاسی و اخلاقی کارکنان، نقش مهمی در پیشگیری از آسیب‌پذیری در برابر عملیات روانی دارد. پیشنهاد می‌شود برنامه‌های فرهنگی، تربیتی و بصیرتی با استفاده از ظرفیت عقیدتی-سیاسی، جلسات پرسش و پاسخ و الگوسازی فرماندهان اجرا شود.

۴. یکی از چالش‌های اساسی، ضعف در یکپارچگی و به‌روزرسانی سامانه‌های اطلاعاتی-امنیتی است. باید با سرمایه‌گذاری هدفمند در حوزه فناوری اطلاعات، سامانه‌های هوشمند و پایگاه‌های داده به‌روز، زمینه جمع‌آوری،

تحلیل و تبادل سریع اطلاعات را فراهم ساخت تا تصمیم‌گیری‌های راهبردی مبتنی بر داده‌های دقیق و به‌هنگام صورت گیرد.

۵. بر اساس مدل محیط‌شناسی راهبردی و رویکرد ایجابی صیانت، باید نظام دیده‌بانی، رصد و تحلیل تهدیدات (به‌ویژه در فضای سایبری و رسانه‌ای) تقویت شود. این امر مستلزم ایجاد تیم‌های تخصصی برای پایش مستمر محیط اطلاعاتی، شناسایی پیش‌دستانه تهدیدات و اجرای اقدامات پیشگیرانه و خنثی‌سازی سریع عملیات روانی دشمن است.

تشکر و قدردانی

این مقاله برگرفته از رساله دکترای تخصصی دانشگاه عالی دفاع ملی است و تاکنون توسط هیچ نهاد یا سازمانی مورد حمایت قرار نگرفته است. نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از مدیران دفتر سیاست‌گذاری و نظارت راهبردی حفاظت اطلاعات نیروهای مسلح، ساحفا فراجا، ساعس فراجا، بازرسی فراجا و اعضای هیئت علمی گروه‌های حفاظت اطلاعات دانشگاه افسری و تربیت پلیس امام حسن مجتبی (ع) و امنیت داخلی دانشگاه جامع علوم انتظامی امین به دلیل همکاری در ارائه اطلاعات و تحلیل یافته‌های پژوهش تقدیر کنند.

ابراهیمی، محمدنبی (۱۳۸۱). در پرتو ولایت، معاونت سیاسی سازمان عقیدتی ارتش ج.ا. ایران، تهران.

احتشامی، علی، عامری مهاباد، علیرضا، و رادسعید، غلامرضا (۱۴۰۳). عوامل مؤثر بر توانمندسازی کارکنان فراجا در برابر عملیات روانی دشمن. در مجموعه مقالات همایش جنگ شناختی و انتظام ملی، ۵۲-۲۸.

احمدی، صادق (۱۳۹۵). الگویی راهبردی صیانت از امنیت زنجیره تأمین دفاعی [رساله دکتری تخصصی]، دانشگاه عالی دفاع ملی.

حسینی، حسین (۱۳۷۲). تبلیغات و جنگ روانی. تهران: دانشگاه امام حسین (ع)، پژوهشکده علوم دفاعی.

حسینی، حسین (۱۳۹۰). ارتباط اقناعی از آموزه‌های علمی تا یافته‌های علمی. تهران: دانشکده علوم اجتماعی و فرهنگی.

خداوندملو، فرامرز (۱۳۹۰). تربیت اسلامی، مرکز علوم اسلامی، تهران.

راسخی، افشین، بهرامیان، علی، استرکی، اکبر، و نجار، رضا (۱۴۰۲). نقش فرماندهان و مدیران در ارتقای صیانت امنیتی نیروهای مسلح ج.ا. فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی امنیتی، ۱۲ (۴۵)، ۹۷-۱۴۰. https://jpas.ihu.ac.ir/article_208851.html

رستمی، محسن، کیانی‌مقدم، امیرسام، مسجدی آرانی، عباس، جهانشاهی، علی، و بختیاری، مریم (۱۴۰۱). بررسی تأثیر جنگ روانی بر اضطراب و ناکامی. راهبرد دفاعی، ۲۰ (۸۰)، ۴۰-۶۰. [doi:10.17351/2023.1401.20.80.2.4](https://doi.org/10.17351/2023.1401.20.80.2.4)

عزیزی، سعدی، و حسینیان، شهامت (۱۴۰۳). صیانت از کارکنان انتظامی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه‌های فرمانده معظم کل قوا (مدظله‌العالی). نظارت و بازرسی، ۱۸ (۶۸)، ۱-۲۲. [doi:10.22034/si.2023.101923](https://doi.org/10.22034/si.2023.101923)

قربانی، حدیث، و جعفری فشارکی، پرویز (۱۳۹۹). تکنیک‌های عملیات روانی در حوزه رسانه و خبر. همایش ملی تحقیقات میان رشته‌ای در علوم مهندسی و مدیریت. <https://sid.ir/paper/900588/fa>

کرداری، سمیه، مرکید، حمیدرضا، نادى، مجتبى، و قربانیان قهفرخى، علیرضا (۱۴۰۳). نقش عملیات روانی دشمنان در مدیریت رسانه و ارائه راهکارهای مقابله‌ای از منظر قرآن کریم. مطالعات دینی رسانه، ۶ (۲۳)، ۳۳-۶۵.

<https://sid.ir/paper/900588/fa>

محمدپور، آرش، و ادیبی، علیرضا (۱۴۰۲). اثربخشی اقدامات صیانتی در پیشگیری از وقوع جرم ارتشاء توسط کارکنان فراجا (مورد مطالعه فاتب). فصلنامه نظارت و

بازرسی، ۱۷ (۶۶)، ۱۷۴-۱۳۷. [Doi: 10.22034/si.2023.101718](https://doi.org/10.22034/si.2023.101718)

محمدی اشتهاوردی، محمد (۱۳۸۱). دنیا در سیره پیشوایان، نشریه پاسدار اسلام، شماره ۲۵۲، تهران.

نصر، صلاح (۱۹۶۷). الحرب النفسية (جلد ۱). مصر: دار القاهرة.

Alexandra, A. (2024). PSYOP and intelligence institutions. In A. Henschke, S. Miller, A. Alexandra, P. F. Walsh, & R. Bradbury (Eds.), The ethics of national security intelligence institutions: Theory and applications (pp. 122-142). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003106449-9>

Horbachevska, Y. M., & Faynyk, A. A. (2024). Information and psychological operations and Russian propaganda in Ukraine (2014-2022): Analogies with Serbian historical myths. In Proceedings of the International Scientific Conference (pp. 110-113). Lviv Polytechnic National University. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-393-4-31>

Parezanović, M., & Proroković, D. (2024). Psychological and propaganda operations as a form of hybrid warfare. NBP. Nauka, bezbednost, policija, 29(1), 43-55. <https://doi.org/10.5937/nabepo29-45316>.

Reeves, M., Love, C., & Tillmans, P. (2015). Your strategy needs a strategy. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2015/06/your-strategy-needs-a-strategy>.