

Developing a model of professional operations of resistance-oriented media to maintain the resilience of Palestinian citizens during the Al-Aqsa Storm War

Malik Odeh Hassoun Al-Tamimi<sup>1</sup>

Hamidreza Hosseini Dana<sup>2</sup>

Khalaf Karim Kiyosh<sup>3</sup>

Mehrdad Sadeghi<sup>4</sup>

Received: 7 January 2025

Reception: 9 April 2025

Abstract

This study was conducted with the aim of developing a model of professional operations of resistance-oriented media to maintain the resilience of Palestinian citizens during the Al-Aqsa Storm War. The research method is qualitative. The participants of the qualitative section were experts in the overseas deputy of the IRIB in the organization's Al-Alam network and the Press TV network, and were determined by purposive sampling until reaching theoretical saturation, with a sample size of 8 people. The data were analyzed through in-depth statistical interviews and using the grounded data method. The data obtained from the interviews were analyzed through three stages of open and axial coding, selective coding, and presentation of a paradigmatic model, a model that includes causal conditions (competitive factors, news marketing mix, process factors, technical factors, content factors, and factors related to government and politics), contextual (message management, target market, strategic factors, legal and regulatory factors, information and communication technology, and modernization and developments in the media space), interventional (relational news reporting, core beliefs, and competitive intelligence), mechanisms (actions related to media activities, media-related actions, strategic management-related actions, actions related to cross-border activities), and consequences (competitive advantage, media consequences, consequences related to cross-border networks, socio-cultural consequences, and consequences related to media engagement) that describes the main phenomenon, namely the pattern of conditions of "Al-Alam Global Network's media operations in reporting the Al-Aqsa Storm".

Keywords: Maintaining resilience, professional media operations, Al-Aqsa Storm, resistance

---

1. Department of Culture and Communication, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran.

2. Corresponding Author, Department of Media Management, Dam.C., Islamic Azad University, Damavand, Iran

3. Assistant Professor, Department of Public Relations, Wasit University, Iraq

4Department of Culture and Communication, Isf.C., Islamic Azad University, Isfahan, Iran

<http://doi.org/10.30510/pssci.2025.517074.1272>

تدوین الگوی عملیات حرفه‌ای رسانه‌های محور مقاومت برای حفظ  
تاب‌آوری شهروندان فلسطینی در خلال جنگ طوفان الاقصی

مالک عوده حسون التیمی<sup>۱</sup> ID

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۸

حمیدرضا حسینی دانا<sup>۲</sup> ID

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۰

خلف کریم کیوش<sup>۳</sup> ID

مهرداد صادقی<sup>۴</sup> ID

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و رتبه بندی راهبردهای عملیات حرفه‌ای در حفظ و ارتقاء تاب‌آوری ساکنان غزه در بحران جنگ انجام شده است. که به شیوه مطالعات کیفی و از روش تحلیل سلسله مراتب انجام گرفت. نمونه آماری پژوهش خبرگان و صاحب‌نظران حاضر از خبرنگاران فعال در معاونت برون‌مرزی صدا و سیما در شبکه العالم سازمان و شبکه Press TV بودند که به شیوه هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند و حجم نمونه نیز با در نظر گرفتن فرض اشباع نظری انجام گرفت. ابزار جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه‌های باز نیمه ساختاریافته بود. پس از حصول اشباع نظری و تبدیل داده‌های شفاهی به داده‌های مکتوب، با روش تحلیل مضمون بازتابی و به کمک نرم افزار تحلیل کیفی مکس کیودی ای، یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها، در چند مرحله کدگذاری شد و به منظور سنجش روایی پژوهش، کدگذاری نهایی در اختیار تعدادی از خبرگان قرار گرفت. نتایج نهایی حاصل از تحلیل یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد؛ راهبردهای با چهار مولفه اقدامات مرتبط با فعالیت‌های رسانه‌ای، اقدامات مرتبط با رسانه، اقدامات مرتبط با مدیریت راهبردی، اقدامات مرتبط با فعالیت‌های برون‌مرزی می‌باشد.

کلید واژه‌های: عملیات حرفه‌ای، رسانه، مقاومت، حفظ تاب‌آوری، طوفان الاقصی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. رایانامه: malik.oudah@iau.ac.ir

۲. گروه مدیریت رسانه‌های، واحد دماوند، دانشگاه آزاد اسلامی، دماوند، ایران رایانامه: HR.Dana@iau.ac.ir (نویسنده مسؤول)

۳. استادیار، گروه ارتباطات عمومی، دانشگاه واسط، عراق رایانامه: kkareem@uowasit.edu.iq

۴. گروه مدیریت، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران. mehرداد1361@iau.ac.ir

در عصر حاضر بنگاه‌های خبرپراکنی سنتی بویژه مطبوعات بزرگ غربی با شیوه‌های جدید، پای به عرصه تغییر نگرش‌ها و ارزش‌های فرهنگی مخاطبان گذاشتند و فرایند شناخت آنها از خود و دنیای پیرامون‌شان را در دست گرفتند. در شبکه پیچیده جنگ اطلاعاتی جهانی، عملیات رسانه‌ای و راهبردهای مقابله با پروپاگاندا نقشی محوری در شکل دادن به روایت‌ها، تأثیرگذاری بر افکار عمومی و اعمال نفوذ ژئوپلیتیک ایفا می‌کند.

تبلیغات سیاسی یا پروپاگاندا، بخشی جدایی ناپذیر از سازوکارهای ارتباطی تمدن بشری بوده است که اغلب برای شکل دادن به افکار عمومی، تحکیم قدرت یا حمایت از ایدئولوژی‌های خاص مورد استفاده قرار می‌گیرد. ماهیت پروپاگاندا در تولد آن برای تأثیرگذاری پنهان یا آشکار بر توده‌ها، هدایت ادراکات، باورها و رفتارهای آنها به سمت هدفی از پیش تعیین شده نهفته است (طاهری، ۱۳۹۸). همچنین قلمرو پروپاگاندا سیاسی منطقه غرب آسیا شاهد تلاقی نهادهای رسانه‌ها در محور رسانه‌ای غربی-عربی-عبری است که هر کدام بر اساس برنامه‌ها و انگیزه‌های متفاوتی هدایت می‌شوند. پرداختن به استراتژی‌های اتخاذ شده توسط نقش آفرینان کلیدی در این محور، با تمرکز بر اهداف آنها و تاکتیک‌های به کار گرفته شده علیه ایران برای مقابله با تأثیرات آن‌ها ضروری است (Litvak, M., 250-268).

به طور کلی، در حالی که گفتمان علمی پیرامون عملیات رسانه‌ای و ضد پروپاگاندا در حال تکامل است، ادبیات مربوط به استراتژی‌های العالم برای مقابله با تبلیغات سیاسی شبکه‌های خارجی نسبتاً نوپا باقی مانده است. این فرصت مناسبی را برای محققان ایجاد می‌کند تا در دیدگاه‌های کمتر ارائه‌شده و ترسیم مسیرهایی برای کاوش‌های آینده، به درک جامع‌تری از پویایی پیچیده عملیات رسانه‌ای و پیامدهای آن در چشم‌انداز ژئوپلیتیک کمک کنند. شبکه خبری العالم به‌عنوان یک رسانه تحت حمایت دولت، در محدوده وسیع درگیری با جنگ رسانه‌ای و اطلاعاتی کشورهای متخاصم و هدایت روایت‌های واژگونه، عمل می‌کند.

در قرن بیستم که با پیشرفت‌های تکنولوژیکی و تحولات ژئوپلیتیکی همراه بود، سرکوب رسانه‌ها به اشکال پیچیده تغییر یافت. جنگ جهانی و پس از آن جنگ سرد نمونه اوج تبلیغات بود، که طی آن، اخبار و اطلاعات نادرست به عنوان سلاح مورد استفاده قرار می‌گرفت. رسانه‌های تحت کنترل دولت در هر دو بلوک شرق و غرب فقط ارائه دهندگان اخبار نبودند، بلکه دارایی‌های استراتژیک بودند که درک عمومی را برای همسویی با

ایدئولوژی‌های دولتی شکل می‌دادند. با انقلاب دیجیتال در آغاز قرن بیست و یکم، سرکوب رسانه‌ها دستخوش دگرگونی دیگری شد. اینترنت، گستره وسیعی از اطلاعات را شامل می‌شد که هم فرصت‌ها و هم تهدیدها را به همراه داشت. با وجودی که اینترنت بستری بی‌نظیر برای بیان آزاد ارائه می‌کرد، رژیم‌های استبدادی را نیز با چالش کنترل روایت دیجیتالی روبه‌گسترش مواجه می‌کرد. فایروال‌های دیجیتال، مکانیسم‌های نظارت آنلاین و حملات سایبری هدفمند به سرعت به ابزار مدرن سرکوب رسانه‌ها تبدیل شدند.

تشدید رویدادهای هیجان‌انگیز، اعم از واقعی یا ساختگی راهبردی، یک مانور تاکتیکی با هدف تقویت درک بی‌ثباتی در فلسطین است. رسانه‌های غربی، رسانه‌های عربی و شبکه‌های عبری به‌طور یکسان از این تاکتیک برای ساختن روایتی از غیرقابل‌پیش‌بینی بودن پیرامون مسائل استفاده می‌کنند. حوادث مجزا مانند تظاهرات عمومی، موارد خشونت، یا درگیری‌های منطقه‌ای به‌طور نامتناسبی بزرگ می‌شوند و تصویری از ایران به‌عنوان یک موجودیت بی‌ثبات نشان می‌دهند. این تصویر حالت احتیاط و هوشیاری را توجیه می‌کند و با برنامه‌های چندگانه دیگر همسو می‌شود. (۲۰۲۳) Afrafiaban, V. and M. Abbasi, 589-610, 2019, (Roberts, M., 2019 589-610. 610).

نهادها و آژانس‌های رسانه‌ای برجسته غربی، مانند شرکت پخش بریتانیا (بی‌بی‌سی)، شبکه خبری کابلی (سی‌ان‌ان)، و نیویورک تایمز، نقش آفرینان محوری در محور رسانه‌های غربی-عربی-عبری هستند. پوشش آنها از ایران بازتاب متقابل ظریفی بین قدردانی فرهنگی و ملاحظات ژئوپلیتیکی است. در حالی که این نهادها گهگاه میراث غنی تاریخی و مشارکت‌های فرهنگی ایران را گرامی می‌دارند، روایت آنها اغلب به سمت جاه‌طلبی‌های هسته‌ای و فعالیت‌های منطقه‌ای ایران می‌چرخد. این روایت دوگانه با اهداف سیاست خارجی کشورهای غربی، با هدف حفظ نفوذ در خاورمیانه، تقویت اتحادها و پرداختن به تهدیدات امنیتی درک شده، همسو است. (77-100, Marandi, S.M 2011, 250-2013, Litvak, M., 268). در مجموع، شکل‌گیری، مأموریت و دستیابی‌های عالم، تجسم نقش استراتژیک آن در چشم‌انداز اطلاعاتی جهانی است. تأسیس آن در صداوسیما، رسانه‌ها را با اهداف سیاست خارجی همسو می‌کند، در حالی که مأموریت آن برای ارلئه روایت‌های جایگزین با آرمان ایران برای به‌چالش کشیدن سوگیری‌های جریان اصلی طنین‌انداز است. دسترسی گسترده این شبکه، که توسط پخش‌های ماهواره‌ای و پلتفرم‌های دیجیتال

تسهیل می‌شود، تلاشی آگاهانه برای فراتر رفتن از محدودیت‌های رسانه‌های سنتی و ارتباط مستقیم با مخاطبان جهانی را نشان می‌دهد. در این تعامل پیچیده رسانه و دیپلماسی، العالم به عنوان ابزاری قدرتمند در ارائه روایت‌های ایران به جامعه بین‌المللی ظاهر می‌شود ( p. 2020 , Torbat, A.E. and A.E. Torbat 225-252).

البته حمایت‌های سیاسی دائمی غرب بویژه ایالات متحده و انگلستان؛ همواره مزید بر این علت بوده است اما تنها در عملیات ۷ اکتبر و جنگ طوفان الاقصی بود که رسانه‌های خرد حماس و سپس رسانه‌های محور مقاومت و البته رسانه‌های آزادی‌خواه سراسر جهان توانستند بر هژمونی ۷۶ ساله رسانه‌های صهیونیست غلبه کنند و واقعیت‌ها را آنچنان که هست به افکار عمومی جهان نشان دهند. رویکرد مطالعات فرهنگی چگونگی آغشته شدن پیام‌های رسانه‌ای به معانی فرهنگی و ایدئولوژیک را تشریح می‌کند و هنجارها و ارزش‌های غالب اجتماعی را تداوم می‌بخشد. در این منظر، تبلیغات به عنوان ابزاری برای تقویت یا به چالش کشیدن هژمونی فرهنگی عمل می‌کند. این کتاب بر زمینه‌های اجتماعی-فرهنگی که در آن تبلیغات عمل می‌کند تمرکز دارد و رابطه دیالکتیکی بین تولیدکنندگان رسانه، پیام‌ها و مخاطبان را برجسته می‌کند. بنابراین تنوع این انتظارات و رویکردهای گوناگون سبب شده است تا طیف وسیعی از تحلیل‌ها و پیشنهادها در این زمینه مطرح شود. در این بخش، تعدادی از این تحقیقات، معرفی شده تا ضمن اطلاع از کلیات این مباحث، اولاً تنوع مذکور (از مسائل اقتصادی گرفته تا موضوعات ارتباطی، امنیتی و جنگ‌های ترکیبی)، نشان داده شود. ثانیاً تأکید شود که به هنگام اجرای تحقیق کنونی از این پیشینه‌ها استفاده خواهد شد. این مقاله با هدف اطلاع‌رسانی جنگ طوفان الاقصی، به حوزه پیچیده عملیات رسانه‌ای، ضد پروپاگاندا، و استراتژی‌های به کارگرفته شده توسط شبکه خبری العالم برای تبیین چشم انداز پیچیده جنگ اطلاعاتی جهانی می‌پردازد. این فصل همچنین به بررسی چالش‌های پیش روی شبکه خبری العالم و اقدامات انجام شده علیه آن می‌پردازد، و محور رسانه‌ای غربی-عربی-عبری را به عنوان یک عامل کلیدی در شکل‌دهی روایت‌ها درباره محور مقاومت در صحنه بین‌المللی، مورد بررسی قرار می‌دهد. همچنین با بررسی زمینه‌های تاریخی و چارچوب‌های نظری، پایه و اساس استراتژی‌های شبکه خبری العالم برای به چالش کشیدن روایت‌های نادرست درباره محور مقاومت بطور خاص طوفان الاقصی، ارائه دیدگاه‌های جایگزین، و تثبیت موقعیت خود در حوزه رسانه‌ای جهانی می‌باشد.

بنابراین این تحقیق به دنبال بررسی جامع پویایی های پیچیده راهبردهای ضد تبلیغاتی العالم در چارچوب عملیات رسانه ای و تأثیر آنها بر شکل دادن به روایت های جایگزین و افکار عمومی است و به دنبال شناسایی مؤلفه های به هم پیوسته ای را که مجموعاً به تولدایی العالم در به چالش کشیدن تبلیغات سیاسی و ارائه دیدگاه های گوناگون کمک می کنند، می پردازد لذا هدف اصلی پژوهش شناسایی الگوی عملیات حرفه ای موفق شبکه العالم در اطلاع رسانی جنگ طوفان الاقصی و حفظ و ارتقاء تاب آوری ساکنان غزه است.

#### مبانی نظری پژوهش

شبکه العالم از قدرت پخش اینترنتی و بسترهای رسانه های اجتماعی برای تقویت ردپای جهانی خود استفاده می کند. انتشار محتوا از طریق پلتفرم هایی مانند یوتیوب، توئیتر و فیسبوک، تعامل بدون واسطه با مخاطبان بین المللی را تضمین می کند. این رویکرد نه تنها دامنه دسترسی شبکه را افزایش می دهد، بلکه تعامل مستقیم با افرادی را که ممکن است به منابع خبری متعارف دسترسی نداشته باشند، امکان پذیر می سازد ( p. 2020, Torbat, A.E. and A.E. Torbat 225-252). یک مرکز تحقیقاتی خصوصی در واشنگتن ( Report Iran Analytical ) در گزارش تحلیلی از عملکرد العالم در عراق می نویسد: " العالم در حقیقت با تأکید بر انسجام شیعیان و اتحاد اسلامی مردم عراق و نمایش یأس و ناامیدی استیلا یافته بر مردم این کشور که ناشی از اشغال گری آمریکا بود، چالش عظیمی برای رسانه های آمریکایی تلقی می شد. این شبکه با پوشش مستمر اخبار مربوط به عقب نشینی نیروهای آمریکایی، تضعیف هر چه بیشتر این نیروها را نمایان می ساخت." از این روی توانست با خبررسانی سریع و شفاف از غزه تحت محاصره و زیر آتش و همچنین نمایش تجاوزات صهیونیست ها و در پی آن وضعیت وخیم مردم این شهر، افکار عمومی جهانی را متوجه آلام مردم غزه و کشتار بی رحمانه متجاوزان نمایند.

شبکه العالم همچنین از سکوت و بی توجهی حکومت های عرب منطقه به ویژه از دولت مصر که از بازگذاشتن گذرگاه رفح در این وضعیت بحرانی خودداری نموده، انتقاد کرد. در این زمینه نیز سایت ( NEW America Media ) می نویسد: مصر از برنامه شبکه العالم که " غزه زیر آتش " نامیده می شود عصبانی است، در این برنامه العالم از بینندگان این شبکه در سراسر جهان دعوت می نمود که حکومت مصر را به همدستی با اسرائیل در مقابل حماس متهم کند. عملکرد شبکه العالم در جنگ ۲۲ روزه موجبات نگرانی رژیم صهیونیستی و برخی رژیم های محافظه کار منطقه فراهم

آورد، با تحسین هایی از سوی دیگر رسانه های منصف مواجه گردید به عنوان مثال سایت [aljazeeraatalk.net](http://aljazeeraatalk.net) در گزارشی به عملکرد رسانه های خبری عربی در جنگ غزه، به عملکرد شبکه العالم اشاره کرده و می نویسد: شبکه العالم یکی از مهمترین شبکه های عربی است که توانست در کنار دیگر شبکه های مطرح عربی وقایع غزه را به طور کامل تحت پوشش خبری خود قرار دهد. [www.aljazeeraatalk.net](http://www.aljazeeraatalk.net)

در شبکه العالم جهت دهی انتخابی در شکل دهی روایت هایی که کلیشه ها و سوگیری های پیش فرض شده را تقویت می کنند، حائز اهمیت است. در محور رسلنه ای غربی - عربی - عبری، استقرار این تاکتیک به گونه ای ظریف و متناسب با برنامه های خاص طراحی شده است. به عنوان مثال، رسانه های غربی ممکن است بر رهبری روحانی محافظه کار ایران، نگرانی های حقوق بشر، و ادعای حمایت از تروریسم تاکید کنند. این تصویر با سوگیری های موجود طنین انداز می شود و روایتی از ایران را به عنوان نیرویی ایدئولوژیک و بالقوه بی ثبات کننده تقویت می کند. از سوی دیگر رسانه های عربی بر وابستگی های فرقه ای ایران، تشدید تنش ها و معرفی ایران به عنوان یک عامل تفرقه افکن در منطقه تاکید می کنند. محور رسانه های عبری ممکن است لفاظی های ایران را که مشروعیت اسرائیل را زیر سؤال می برد، تشدید کند و بدبینی و هوشیاری را تقویت کند. این روایت های انتخاب شده به صورت جمعی تصویری چندوجهی از ایران می سازند که با برنامه های متنوع هماهنگ است (Kadivar, J., 2022. 70-98, Torbat, A.E. and A.E. Torbat). یکی از جنبه های جدایی ناپذیر استراتژی مقابله با پروپاگاندا توسط العالم شامل تعامل فعال با ضد روایات است. این شبکه با تسهیل تعامل با افرادی که دیدگاه هایی برخلاف روایت های رایج دارند، محیطی مساعد برای گفت و گوی سازنده و گفتمان انتقادی ایجاد می کند. این رویکرد پویا، اکوسیستم اطلاعاتی را غنی می کند و امکان همزیستی دیدگاه های متعدد را فراهم می کند و مخاطبان را تشویق می کند تا اطلاعات را به طور انتقادی ارزیابی کنند. همچنین استراتژی های مقابله با پروپاگاندا توسط العالم، زمینه سازی رویدادهای جهانی در چارچوب ژئوپلیتیک ایران را نیز شامل می شود. این شبکه به دنبال کشف ابعاد ظریفی است که ممکن است با ساده سازی جریان اصلی پنهان بماند. العالم با ارائه یک دیدگاه زمینه ای، به درک جامع تر و جامع تری از پویایی پیچیده ای که در رویدادهای جهانی تعبیه شده است، کمک می کند، که اغلب تصویرهای سطحی را به چالش می کشد.

در تبلیغات سیاسی حول محور رسانه های غربی-عربی-عبری، ترکیبی از تاکتیک ها برای شکل دادن به دیدگاه جهانی درباره ایران تنظیم شده است. بررسی دقیق این تاکتیک ها، بینش مهمی از استراتژی های به کار گرفته شده علیه ایران ارائه می کند و تفاوت های اعمال نفوذ رسانه ای را در این گفتمان ژئوپلیتیکی روشن می کند. (Abrahamian, E., ۲۰۲۳)

یک تاکتیک غالب در محور رسانه های غربی-عربی-عبری، بی اعتبار کردن حساب شده روایات جایگزین است که دیدگاه های غالب را به چالش می کشد. ضد روایات برخاسته از ایران، که از روایت های ساخته شده توسط این نهادهای رسانه ای متفاوت است، به طور سیستماتیک به عنوان تبلیغات به حاشیه رانده یا مشروعیت زدایی می شوند. این تاکتیک به دنبال حفظ هژمونی روایت های تثبیت شده، خنثی کردن ظهور دیدگاه های مخالف و تداوم یک چشم انداز اطلاعاتی یکپارچه است. (Torbat, A.E. and A.E. Torbat, 2020: p. 225-252)

استقرار استراتژیک تاکتیک های شیطان سازی و انسانیت زدایی با هدف از بین بردن اعتبار و جایگاه اخلاقی رهبری و جمعیت ایران است. این رویکرد حساب شده اغلب توسط نهادهای مختلف در محور رسانه های غربی-عربی-عبری برای تضعیف مشروعیت دیپلماتیک ایران پذیرفته می شود. این روایات با نشان دادن رهبری ایران از نظر ایدئولوژیک به صورت دیکتاتور و جمعیت آن به عنوان تابع نشان داده می شود، این روایات به دنبال مشروعیت زدایی از آرمان های منطقه ای و بین المللی ایران و پرورش روایت بی اعتمادی هستند. (Roberts, 2019 589-610. M.,)

نقش شبکه خبری العالم در صحنه تبلیغات سیاسی به عنوان کانالی که وظیفه اش انتشار روایت های ایران و محور مقاومت در چشم انداز اطلاعات جهانی را بر عهده دارد، اهمیت پیدا می کند. این بخش به بررسی جامع العالم می پردازد که شکل گیری، مأموریت، گستره آن و مجموعه چالش هایی را که در بخش روایت های ایران با آن مواجه می شود، در بر می گیرد. (Behraves, M., 2013.. 683-686). تاسیس العالم در چارچوب نهادی صداوسیما بر همسویی بین اهداف رسانه و سیاست خارجی تاکید دارد. آغاز آن پاسخی به حاشیه رانده شدن دیدگاه های ایران در گفتمان رسانه ای غرب محور بود. تصمیم برای ایجاد یک پلتفرم به زبان عربی نشان دهنده تلاش آگاهانه برای تعامل مستقیم با مخاطبان بین المللی، فراتر رفتن از موانع زبانی و تقویت صدای ایران در چشم انداز اطلاعات جهانی است. (Behraves, M., 2013.. 683-686). چالش

مهمی که العالم با آن مواجه است، دستیابی به یک تعادل ظریف بین پایداری مالی و استقلال تحریریه است. شبکه به عنوان یک نهاد تحت حمایت دولت، پیچیدگی‌های حفظ استقلال خود را بررسی می‌کند و در عین حال از درک تأثیرپذیری از منبع تأمین مالی اجتناب می‌کند. ایجاد این تعادل برای حفظ اعتبار و یکپارچگی محتوای العالم بسیار مهم است. این چالش شامل حفظ یک خط تحریریه است که با مأموریت شبکه همسو باشد و در عین حال ثبات مالی و کاهش برداشت از روایت‌های دولتی را کاهش دهد.

(Turetsky, J, ۲۰۱۵, Eskandarian, F, ۲۰۲۰). عصر دیجیتال مجموعه‌ای از چالش‌ها، از جمله اختلالات فناوری و شیخ سانسور دیجیتال را معرفی می‌کند. اتکای العالم به پخش آنلاین و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، آن را در معرض خطر سانسور یا سرکوب محتوا قرار می‌دهد. این پلتفرم‌ها ممکن است به دلیل ملاحظات ژئوپلیتیکی، دید را کاهش دهند یا حساب‌ها را به حالت تعلیق در آورند. پیمایش این چالش‌ها مستلزم ایجاد یک حضور آنلاین انعطاف‌پذیر است که بتواند در برابر تلاش‌های سانسور مقاومت کند و اطمینان حاصل کند که روایت‌های جایگزین بدون محدودیت به مخاطبان جهانی می‌رسند. (۲۰۲۰، Turetsky, J, ۲۰۱۵, Eskandarian, F). در عرصه رسانه‌ای گسترده‌تر، العالم با تاکتیک‌های ضدروایتی که توسط ذینفعان مختلف بکار می‌رود، مواجه می‌شود. نهادهای رسانه‌ای متخاصم ممکن است به دنبال بی‌اعتبار کردن روایت‌های العالم با برچسب زدن تبلیغاتی باشند و در نتیجه اعتبار شبکه را تضعیف کنند. علاوه بر این، تلاش‌ها برای تقویت صداهای مخالف در داخل ایران یا در میان مهاجران آن چالش‌هایی را برای نقش العالم به‌عنوان یک پلتفرم منحصراً به فرد برای روایت‌های جایگزین ایجاد می‌کند. چالش این شبکه در مقابله موثر با این استراتژی‌های ضدروایتی و در عین حال حفظ اعتبار و یکپارچگی ویراستاری خود است. در مجموع، العالم با مجموعه‌ای از چالش‌ها روبه‌رو می‌شود که ژئوپلیتیک، پویایی رسانه‌ها و پیچیدگی‌های فناوری را به‌طور پیچیده در هم تنیده‌اند. پیمایش در محیط‌های رسانه‌ای متخاصم، حفظ استقلال تحریریه و در عین حال تضمین ثبات مالی، مقابله با اختلالات دیجیتال و سانسور، و پرداختن به تاکتیک‌های ضد روایتی، عرصه چندوجهی را تشکیل می‌دهد که العالم در آن فعالیت می‌کند. علی‌رغم این چالش‌های بزرگ، نقش این شبکه در تقویت روایت‌های ایران در چشم‌انداز در حال تحول رسانه‌ها و انتشار

Eskandarian, F, ۲۰۲۰). اطلاعات جهانی همچنان حائز اهمیت است. (Turetsky, J, ۲۰۱۵،

پوشش خبری العالم از این رویداد به طور مشخص بر تعهد آن به ارائه دیدگاهی جایگزین که از روایت‌های غالب منتشر شده توسط رسانه‌های جریان اصلی غربی متفاوت است، تأکید کرد. در حالی که منابع رسانه‌ای متعارف معمولاً سردار سلیمانی را با عبارات تفرقه‌انگیز توصیف می‌کردند و بر توجیهات دولت ایالات متحده برای حمله تأکید می‌کردند، پرس‌تی‌وی ترجیح داد این رویداد را از دریچه ایرانی تعریف کند. پوشش این شبکه بر کمک‌های سلیمانی در مقابله با گروه‌های تروریستی به ویژه داعش تأکید کرد و او را به عنوان یک شخصیت ملی محترم در ایران معرفی کرد. (Sharikov, A., 2021. 445-463. Diaconu, F. ۲۰۱۷). پیچیدگی‌ها از چالش‌های هدایت سوگیری‌های ژئوپلیتیکی ناشی می‌شوند که به طور ذاتی روایت‌های بین‌المللی را شکل می‌دهند. محور رسانه‌ای غربی-عربی-عبری بارها این رویداد را در چارچوب نگرانی‌های امنیت ملی ایالات متحده، به حاشیه راندن دیدگاه‌های ایران و نشان دادن سردار سلیمانی به عنوان یک تروریست منطقه‌ای نشان می‌داد. برای العالم، چالش در ارائه مؤثر دیدگاه ایران در مورد این رویداد و در عین حال اذعان به پویایی گسترده‌تر منطقه‌ای بود. (Farrokhi, M. and M. ۲۰۲۲). (Ariaei, وضعیت موجود را به چالش می‌کشید، گسترش یافت. این شبکه عزاداری عمومی گسترده در داخل ایران پس از ترور شهید سلیمانی را مورد توجه قرار داد و روایتی از وحدت ملی و احترام جمعی برای کمک‌های او را تقویت کرد. علاوه بر این، این شبکه گفتگو با کارشناسانی را که قانونی بودن و پیامدهای حمله ایالات متحده را به طور انتقادی بررسی کردند، تسهیل کرد. این به عنوان بستری برای صداهایی بود که از این اقدام انتقاد کردند و به طور مؤثر با روایت‌های غالب منتشر شده توسط رسانه‌های غربی مقابله کرد. (Xu, ۲۰۲۲. Farrokhi, M. and M. Ariaei, ۲۰۲۲). (W.W. and R. Wang,

این مورد همچنین بر تلاش العالم برای مخاطب قرار دادن مخاطبان فراتر از مرزهای ایران تأکید کرد. هدف این شبکه با ارائه دیدگاهی جایگزین در مورد ترور، جلب مخاطبان بین‌المللی بود که در غیر این صورت ممکن بود از طریق منابع رسانه‌ای متعارف غربی به دیدگاه ایران دسترسی نداشته باشند. این امر نقش العالم را به عنوان بستری برای روایت‌ها و دیدگاه‌های گوناگون روشن می‌کند، در نتیجه روایت‌های تثبیت‌شده را به چالش

می‌کشد و طیف وسیع‌تری از درک را تشویق می‌کند. (Farrokhi, ۲۰۲۲). (M. and M. Ariaei, حساسیت و عینیت دست و پنجه نرم کرد. این شبکه ضمن ارائه دیدگاه ایران و اذعان به احساسات ملی، متعهد به رعایت اصول روزنامه‌نگاری دقت و بی‌طرفی بود. این امر مستلزم تصمیم‌گیری‌های دقیق تحریریه با هدف ارائه دیدگاه‌های مختلف و در عین حال رعایت ماهیت پیچیده رویداد بود. (Xu, W.W. and R. Wang, ۲۰۲۲; Zimmt, R., ۲۰۱۵). محور چالش‌هایی که العالم با آن مواجه می‌شود، شبکه پیچیده خصومت‌های ژئوپلیتیکی است که تصویر ایران را در صحنه جهانی چارچوب می‌دهد. موضع خصمانه محور رسانه‌های غربی-عربی-عبری در قبال ایران منجر به روایت‌هایی می‌شود که اغلب ریشه دار و منفی هستند. نقش العالم به‌عنوان یک پلتفرم ضد روایت غرب، وظیفه ظریف کشف این ادراکات عمیقاً ریشه‌دار را ایجاب می‌کند. غلبه بر سوگیری‌های موجود، ارائه دیدگاه‌های متفاوت و تغییر جهت دادن نظرات جهانی در مورد نقش ایران در امور بین‌الملل به چالش‌های بزرگی برای شبکه تبدیل می‌شود. (Cain, B., ۲۰۲۲). العالم در یک چشم‌انداز رسانه‌ای متخاصم عمل می‌کند که با روایت‌هایی همسو با برنامه‌های ژئوپلیتیکی مشخص می‌شود. گروه‌های رسانه‌ای مستقر غربی، شبکه‌های غربی و پلتفرم‌های عبری بر روی روایت‌هایی همگرایی دارند که اغلب از دیدگاه‌های ایران متفاوت است. در این پس‌زمینه، العالم با وظیفه چالش برانگیز قرار دادن خود به‌عنوان منبع جایگزین مشروع مواجه می‌شود. این امر نه تنها مستلزم ارائه روایت‌های ایران، بلکه مستلزم تثبیت اعتبار و ارتباط آن‌ها در یک اکوسیستم رسانه‌ای است که نقش آفرینان تثبیت شده و تأثیرگذار بر آن تسلط دارند. (Eskandarian, F, ۲۰۲۰). ظهور رسانه‌های دیجیتال، ابزار تبلیغاتی را متحول کرده است. پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام و یوتیوب به‌عنوان کانون‌های مجازی انتشار تبلیغات عمل می‌کنند. دقت الگوریتمی آن‌ها به مبلغان قدرت می‌دهد تا جمعیت‌شناختی خاصی را هدف‌گذاری کنند، و تضمین می‌کند که روایت‌های متناسب به بخش‌های پذیرنده جامعه نفوذ می‌کنند. ویروسی بودن محتوای دیجیتال، دسترسی آن را تسریع می‌کند و مقیاس و تأثیر انتشار آن را بزرگ‌تر می‌کند. فراگیر بودن تلفن‌های هوشمند، ارتباط ثابت و صمیمی با مخاطبان را تضمین می‌کند و از مرزهای زمانی و مکانی فراتر می‌رود. (Hakan, A (۲۰۱۶) ۱۸-۱۲). وب‌سایت‌های تبلیغاتی اختصاصی و پورتال‌های آنلاین به‌عنوان قطب‌های متمرکز برای توزیع محتوای

انتخاب شده عمل می‌کنند. این پلتفورم‌ها محتوای چندوجهی را ارائه می‌دهند که شامل مقالات متنی، تصاویر، ویدئوها، اینفوگرافیک‌ها و عناصر تعاملی است. با کنترل روایت در این پلتفورم‌ها، مبلغان می‌توانند ثبات و انسجام را در سراسر پیام‌های خود حفظ کنند. این پورتال‌ها همچنین تعامل عمومی را تسهیل می‌کنند، تعامل کاربر را از طریق نظرات، اشتراک‌گذاری و بحث تشویق می‌کنند و حس مشارکت و جامعه را تقویت می‌کنند. (Hakan, A (۲۰۱۶) ۱۸-۱۲). در اصل، ابزار چند وجهی اشاعه تبلیغات سیاسی، بازتابی از ظرفیت‌های سازگاری کسانی است که به دنبال دستکاری ادراک عمومی هستند. ادغام یکپارچه پلتفورم‌های سنتی و دیجیتال، همراه با تسلط بر محرک‌های روان‌شناختی و طراحی روایت، بر توانایی مبلغان برای عبور از مرزهای زمان، فرهنگ و فناوری تأکید می‌کند و از انتشار روایت‌های مورد نظرشان در سراسر تابلوی ارتباطات انسانی اطمینان می‌دهد. (El-Khalili S, ۲۰۱۳). در دوران معاصر، تأسیس العالم در سال ۲۰۰۷ به‌عنوان تجسم مدرنی از تلاش‌های مقابله با پروپاگاندا تاریخی ایران ظاهر می‌شود. العالم که در حوزه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران فعالیت می‌کند، به‌عنوان یک شبکه انگلیسی زبان عمل می‌کند که مظهر تعهد استوار ایران به چالش با سوگیری‌های غالب و ارائه دیدگاه‌های جایگزین در صحنه جهانی است. نقش این شبکه در ارائه روایت‌های متنوع که اغلب با روایت‌های منتشر شده توسط رسانه‌های اصلی غربی متفاوت است، نمادی از عزم مداوم ایران برای تقویت صدای خود، به چالش کشیدن روایت‌های تثبیت‌شده، و کمک به تغییر شکل ادراکات جهانی است. (Abbasian, K., ۲۰۲۱)

تاریخچه عملیاتی العالم با مواردی خدشه دار شده است که در آن شبکه با چالش‌های اساسی، از اقدامات نظارتی گرفته تا فشارهای ژئوپلیتیکی مواجه شد، که مانع از توانایی آن برای عملکرد به عنوان یک پلتفورم جایگزین برای ارائه روایت‌های متفاوت شد. نمونه‌های تاریخی چنین اقداماتی را می‌توان در رخدادهایی بررسی کرد که با جزئیات فراوان بر پیچیدگی عملیات رسانه‌ای در لایه‌های پیچیده سیاست جهانی تأکید می‌کند. اقدامات خصمانه‌ای مانند موضع‌گیری رسانه‌های بزرگ علیه این شبکه، شکایت از محتواهای پخش شده، لغو پروانه فعالیت در برخی کشورها، حذف شبکه از ماهواره‌های اروپایی، فشار بر خبرنگاران و به شهادت رساندن آنها، تخریب دفاتر شبکه و اخراج شبکه از مناطق تحت پوشش (بوئزه در خلال جنگ طوفان الاقصی)، مسدود کردن حساب‌های کاربری در فضای مجازی، مسدود کردن دامنه وبسایت شبکه، هک کردن

شبکه، محدودیت‌های ویزا و چالش‌های دسترسی و نظایر آن، به این دست خصوصت‌ها تعلق دارند (Stanly 2015)

پیشینه تجربی

دخت، حسن، محسن بنی هاشمی و حسن بشیر (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان دیپلماسی رسانه ای شبکه العالم در قبال بیداری اسلامی ۱۳۹۱-۱۳۸۹؛ عملکرد شبکه العالم را بررسی کرده‌اند. هدف این پایان نامه شناسایی مولفه‌های دیپلماسی رسانه ای شبکه العالم در قبال تحولات بیداری اسلامی است که می‌تواند در کشف دیپلماسی رسانه ای جمهوری اسلامی ایران در قبال بیداری اسلامی موثر و راهگشا باشد. در این پژوهش با استفاده از «روش عملیاتی تحلیل گفتمان» (پدام) به بررسی بیش از ۵۰۰۰ خبر از سایت شبکه العالم از سال ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۱ با موضوع بیداری اسلامی در رابطه با کشورهای عرب زبان منطقه اعم از: عربستان، بحرین، مصر، سوریه، لیبی، یمن، تونس، اردن، مغرب، الجزایر، عمان، عراق، فلسطین، قطر، کویت و امارات پرداخته شده و به طور مجزا مورد واکاوی قرار گرفته شده است. نتایج تحلیل نشان می‌دهد شبکه العالم عمدتاً تصویری مثبت و دموکراتیک نسبت به حرکت‌های اعتراضی مردم داشته و به علنی شدن جنبش‌های اعتراضی و شکل‌گیری روحیه استکبارستیزی در مردم منطقه تأکید دارد. شبکه العالم به طور آشکار در گزارشات و اخبار خود به حمایت‌های دوگانه دولت‌های غربی در قبال حکام خودکامه و برجسته‌سازی همسویی آن‌ها تلاش می‌کند. از دیگر محورهای مهم تأکید بر به خطر افتادن منافع اسرائیل بعد از وقوع انقلاب‌های عربی در منطقه و توجه به سرنگونی دولت‌ها به علت از دست دادن پایگاه مردمی می‌باشد. تفسیر نتایج تحلیل در چارچوب مفهوم دیپلماسی رسانه ای نشان می‌دهد که ایران از طریق رسانه‌ی رسمی برون مرزی خود یعنی شبکه العالم در پی اعلام نمودن مولفه‌هایی همچون همسویی خود با استکبارستیزی و توجه به اهداف و خواسته‌های مردم منطقه و حمایت از جبهه مقاومت بر علیه اسرائیل است.

فیاضی، محمدرضا، محمدرضا تقوی پور و سیاوش صلواتیان (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان تحلیل روزنامه نگاری عینی بی‌بی‌سی فارسی در عرصه روایتگری: مطالعه موردی جنگ ۵۰ روزه غزه؛ مختصات چارچوب‌گذاری شبکه خبری بی‌بی‌سی فارسی از جنگ ۵۰ روزه میان غزه و اسرائیل را بررسی کرده‌اند. هدف مقاله این است که نشان بدهد آیا شبکه بی‌بی‌سی فارسی اصل روزنامه نگاری عینی که یکی از اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای در عرصه روزنامه نگاری است، را در بازتاب جنگ ۵۰ روزه

رعایت و یا نقض کرده است. برای توصیف عینی پیام‌های این شبکه از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است و جامعه آماری این پژوهش را برنامه خبری روزانه شبکه بی‌بی‌سی فارسی از تاریخ ۳۰م جولای تا ۲۷م آگوست سال ۲۰۱۴ میلادی یعنی تاریخ آغاز و پایان درگیری تشکیل می‌دهد. همچنین به منظور افزایش اعتبار یافته‌ها به جای نمونه‌گیری، از تمام شماری جامعه آماری استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که شبکه خبری بی‌بی‌سی ضمن تلاش برای حفظ اعتماد مخاطبان، با تأیید و تقویت ایده مذاکره تحت هر شرایطی و نفی مقاومت، به توجیه بیشتر حملات اسرائیل در قیاس با حملات حماس پرداخته است. بی‌بی‌سی همچنین در کنار صلح طلب نشان دادن خود به القاء وجود شکاف میان حماس و مردم غزه می‌پردازد و در عین حال چهره‌ای مقتدر از ارتش اسرائیل به تصویر می‌کشد و به این ترتیب در عرصه روایتگری نوعی سوگیری یا عدم پایبندی به اصل روزنامه نگاری عینی را نشان می‌دهد.

ذوالفقاری و افتخاری (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای با عنوان الگوی مدرن عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران می‌نویسند: عملیات روانی یکی از شیوه‌های اعمال فشار برای رسیدن به اهداف مطلوب است که در عصر حاضر مورد توجه بسیار قرار گرفته است. این مقاله درصدد شناخت چگونگی شکل‌گیری عملیات روانی رسانه‌ای غرب و جایگاه آن در جنگ ترکیبی علیه ج.ا.ا (با تمرکز بر رادیو فردا و صدای آمریکا) است. نگارندگان ضمن بررسی تاریخی عملیات روانی و ارائه الگوی آن به تحلیل روش‌های عملیاتی رسانه‌های مهاجم همچون دروغ‌پردازی، شرطی‌سازی، کلی‌بافی فریبنده، نامگذاری معکوس، تعمیم افراطی، برجسب زدن، استهزا و مسخره‌کردن و سرانجام تضعیف روحیه و القای یاس و ناامیدی، می‌پردازند. یافته‌ها حاکی از آن است که در الگوی نوین عملیات روانی آمریکا، بزرگ‌نمایی فریبنده از ناتوانی امنیتی جمهوری اسلامی ایران، مهم‌ترین عامل به شمار می‌رود. رسانه‌های برون‌مرزی ج.ا.ا یکی از عوامل مقابله با این الگو به شمار می‌روند.

خبرگزاری آنا (۱۳۹۹) در گزارشی با عنوان: راه برون‌رفت شبکه‌های برون‌مرزی کشور از چالش‌های پیش رو/ باید در جنگ نرم هم به اندازه جنگ سخت هزینه کنیم؛ به نشست کارشناسی رادیو گفتگو اشاره کرد و از زبان میهمانان آن برنامه تأکید کرد: مهم‌ترین شاخصه رسانه‌های برون‌مرزی ایران، مبارزه با انحصارگرایی و مخالفت با سلطه‌گری و همچنین روشنگری و خنثی‌سازی ایران‌هراسی است. همچنین رسانه‌های برون‌مرزی اولین خط بازدارندگی کشور در جنگ شناختی هستند و میدان فعالیت آنها به مراتب

وسیع‌تر از بخش دفاعی است. وی مولفه‌های مورد نظرش را این‌گونه برشمرد: قدرت دفاعی فراسوی مرزهای جغرافیایی، قدرت اقتصادی مبتنی بر تولید کالا و عرضه خدمات صادرات محور، قدرت دانش و فناوری بومی قابل رقابت با جهان، ایدئولوژی با محوریت هماهنگ کردن این فعالیت‌ها و رسانه‌های برون‌مرزی که این فعالیت‌ها را در خارج از کشور تبیین کنند؛ ۵ مولفه راهبردی برای تاثیرگذاری در سیاست خارجی هستند. به گفته این تحلیلگر با تأسیس شبکه Press TV، رسانه‌ای در برابر دولت‌های استیلاگر غربی به میدان آمد که بر اساس بیان حقیقت فعالیت خود را مطرح و توجه نخبگان غربی را جلب کرد. لذا رسانه‌های غربی، تحت‌الشعاع قرار گرفتند.

محمد اکرمی نیا و شهاب فهیم دانش (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان "نقش دیپلماسی رسانه‌های برون‌مرزی در تحکیم جایگاه منطقه‌ای ایران" می‌گویند: پیشرفت‌های علمی و فناورانه بر دو عرصه ارتباطات رسانه‌ای و روابط بین‌الملل تأثیر گذاشته‌اند و دیپلماسی رسانه‌ای را به وجود آورده‌اند. به همین دلیل امروزه نقش شگرف دیپلماسی رسانه‌ای و قدرت نرم در تغییر جایگاه و نسبت دولت‌های ملی در مناطق مختلف جهان مشاهده می‌شود. جمهوری اسلامی ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست و جایگاه آن بر اساس نوع و میزان بهره‌گیری از مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای، قابل ارزیابی است. در این مقاله تلاش شده است تأثیر شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما بر جایگاه منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران بررسی شود. یافته‌ها نشان می‌دهند شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما بر اساس الگوی بازتاب واقعی درباره مهم‌ترین وقایع منطقه جنوب غربی آسیا از جمله فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای، جنایات رژیم صهیونیستی در فلسطین، تحولات سوریه، عراق و بحرین و تجاوز نظامی عربستان سعودی به یمن توانسته‌اند ضمن تبیین گفتمان انقلاب اسلامی، افکار عمومی جهان را متوجه موانع ریاکارانه رسانه‌های غربی نمایند. به طوری که افزایش تاثیرگذاری و ضریب نفوذ رسانه‌های برون‌مرزی در جوامع هدف و نقش آنها در تحکیم جایگاه منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران، از سوی اندیشکده‌ها و مراکز تحقیقاتی معتبر غربی مانند RAND نیز اذعان گردیده است.

ناصر پورحسن (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان تحول در سیاست تحریمی آمریکا: از ابزار بازدارندگی تا جنگ (با تأکید بر رویکردهای رسانه‌ای) معتقد است که رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما در ایجاد همگرایی بین کشورهای تحریم شده از سوی آمریکا برای ایجاد «باشگاه کشورهای

تحریم شده» و هم‌نوا کردن افکار عمومی جهان و نهادهای بین‌المللی در این خصوص، مؤثر هستند.

سید احمد علوی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «عوامل مؤثر در ایجاد رسانه آفندی در جنگ نرم» با ذکر شواهد گویا توضیح داده است که در دوران کنونی، کشورهای قدرتمند برای تسلط بر ملت‌های دیگر، سلاح‌های رسانه‌ای را جایگزین ابزارهای نظامی کرده و با جنگ نرم به مصاف افکار عمومی می‌روند. یکی از کشورهایی که به دلیل جایگاه سیاسی و فرهنگی آن بیش از سایر کشورها هدف این جنگ نرم واقع شده، جمهوری اسلامی ایران است که اکنون به دلیل توسعه نفوذ ابزارهای تکنولوژیک، نیازمند تبیین و به‌کارگیری تاکتیک‌های آفندی است.

مهدی طاهری (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان نقش رسانه‌های برون‌مرزی در پیشبرد دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی، درباره دیپلماسی گردشگری ایران به بحث و بررسی پرداخته است. وی معتقد است: هدف اصلی دیپلماسی گردشگری که بخشی از دیپلماسی فرهنگی قلمداد می‌شود، تقویت قدرت نرم است. با توجه به اعمال تحریم‌های مالی و نفتی آمریکا علیه ایران، توجه به حوزه گردشگری می‌تواند منافع زیادی را برای ایران به همراه داشته باشد. بر این اساس، آسیب‌شناسی دیپلماسی گردشگری ایران با تمرکز بر شناخت چالش‌ها و موانع موجود در این زمینه و ارائه راهکارهای رسانه‌ای در رسانه‌های برون‌مرزی، هدف اصلی این تحقیق را تشکیل می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد در صورت اتخاذ رویکردی کنشگرانه، فعال و بهره‌گیری بهینه از رسانه‌های بین‌المللی در دیپلماسی گردشگری می‌توان ضمن کاهش تنش با برخی از کشورها، درآمدهای ارزی ناشی از گردشگری و قدرت نرم ایران را افزایش داد. در این روند نقش رسانه‌های برون‌مرزی در معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور و جذب گردشگر خارجی انکارناپذیر است. بر این اساس، پیشنهادهایی برای رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما ارائه شده تا بر جنگ ترکیبی دشمن غلبه گردد.

حمیدرضا حسینی دانا و لیلا جهشی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان آفندهای رسانه‌ای: اهداف، ابزارها و روش‌ها؛ از تغییر شکل شیوه‌های نفوذ و جنگ‌های امروزی صحبت کرده و درخصوص جنگ‌های رسانه‌ای توضیح داده‌اند. در این مقاله آمده است: جنگ رسانه‌ای، تنها جنگی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیررسمی، ادامه داشته و هر کشوری از حداکثر توان رسانه‌ای خود برای پیشبرد منافع ملی‌اش استفاده می‌کند. تاثیری که رسانه‌ها در ایجاد عملیات روانی در بُعد خارجی اعمال می‌کنند، یک امر کاملاً بدیهی و درحال پیشرفت است. بر اساس نتایج این

مطالعه، تدوین استراتژی و پیوست رسانه‌ای برای رسانه‌های برون مرزی در راستای اهداف دیپلماسی رسانه‌ای کشور، ضرورت دارد.

روش شناسی پژوهش

روش تحقیق

مدل پیاز پژوهش یکی از ابزارهای تحلیل روش شناختی تحقیقات علمی و آکادمیک به شمار می‌رود. مطابق با جدیدترین نسخه پیاز پژوهش (ساندرس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸). روش شناسی پژوهش حاضر در شش لایه مبنای فلسفی، رویکرد، روش شناسی، راهبرد، افق زمانی و تکنیک‌ها و فرایندها در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۱: روش شناسی پژوهش مبتنی بر مدل پیاز پژوهش

تفسیری	مبنای فلسفی
استقرایی	رویکرد
کیفی	روش شناسی
مطالعه موردی	راهبرد
مقطعی	افق زمانی
پیمایش میدانی، تحلیل مضمون	تکنیکها و فرایندها

پیمایش‌های میدانی به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز پژوهش، در قالب مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام گرفت. مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته احتمالاً گسترده‌ترین شکل مصاحبه در علوم اجتماعی و علوم سیاسی هستند؛ مزیت این روش در مقایسه با مصاحبه‌های باز و بدون ساختار این است که مصاحبه‌گر می‌تواند بر روی موضوعاتی که از نظر او در رابطه با سؤال اصلی پژوهش مهمتر هستند، گفتگوی بیشتری انجام داده و به یافته‌های بیشتری دست پیدا کند (لیوی، ۲۰۲۰).<sup>۲</sup> برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان نیز از روش گلوله برفی استفاده گردید و مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع نظری، تکرار چندین باره یافته‌های مصاحبه‌های قبلی و عدم شناسایی داده‌ها جدید ادامه پیدا کرد. در پژوهش حاضر از خبرنگاران فعال در معاونت برون‌مرزی صدا و سیما در شبکه العالم سازمان و شبکه Press TV دعوت و مصاحبه انجام شد. در این تحقیق با توجه به هدفمند بودن پژوهش همه خبرنگاران بعنوان نمونه

<sup>۱</sup> Saunders-

<sup>۲</sup> Leavy-

استفاده شد (تمام شماری). لذا تعداد خبرنگارانی که مورد مصاحبه قرار گرفتند حتی بصورت تمام شماری تنها ۷ نفر می باشند. طبق هماهنگی بعمل آمده با معاونت برون مرزی سازمان صدا و سیما جامعه آماری با آگاهی و هماهنگی انتخاب شده اند. جمعا با هفت نفر از خبرنگاران شبکه های العالم و پرس تی وی مصاحبه انجام شده است که همه مورد انتخابی نیز از کشورهای حوزه جبهه مقاومت بوده است. دو نفر از پاسخگویان در شبکه پرس تی وی و ۵ نفر در شبکه العالم فعالیت داشته اند. در مطالعه حاضر، جامعه آماری پژوهش را نخبگان و استادان دانشگاه متخصص در حوزه رسانه و خبر، همچنین مدیران ارشد رسانه ملی با حداقل مدرک کارشناسی ارشد و ده سال سابقه کار تشکیل می دهند. به منظور تحلیل و بررسی مصاحبه ها، از روش تحلیل مضمون بازتابی (براون و همکاران، ۲۰۰۶). استفاده شد. این روش از انعطاف پذیری خوبی به لحاظ نظری برخوردار بوده، به این معنا که می توان از آن در چارچوب های مختلفی برای پاسخ به انواع متنوعی از سؤالات پژوهشی استفاده کرد (شیخ زاده و بنی اسد، ۱۴۰۰). مراحل تحلیل مضمون بازتابی در جدول زیر نمایش داده شده است:

جدول ۳: فرایند تحلیل مضمون بازتابی

مرحله	عنوان	توضیحات فرایند
۱	آشنایی با داده ها	این مرحله مستلزم مطالعه و بازخوانی داده ها است تا آشنایی عمیق و دقیقی از محتوای داده ها فراهم شود.
۲	کدگذاری	این مرحله مستلزم ایجاد برجسبهایی کوتاه و مختصر تحت عنوان کد برای شناسایی ویژگی های مهم داده ها است که ممکن است در ارتباط با پاسخ پرسشهای پژوهش باشند.
۳	ایجاد مضامین اولیه	این مرحله مستلزم کدها و داده های مرتب شده برای شناسایی الگوهای مهم و گسترده تر از معانی (مضامین بالقوه) است.
۴	بررسی مضامین	در این مرحله مضامین بالقوه با مجموعه داده ها تطبیق داده میشود تا مشخص گردد آیا این مضمون روایتگر یک حکایت متقاعدکننده از داده ها و پاسخ هایی به سؤال تحقیق هست یا خیر.

۵	تعریف و نامگذاری مضامین	در این مرحله تجزیه و تحلیل مفصلی در خصوص هر مضمون صورت میگیرد. حوزه تمرکز هر مضمون و مشخص میشود.
۶	تدوین گزارش	در مرحله پایانی گزارش پژوهش، با توجه به مضامین مستخرج از داده ها، روایت تحلیلی و مرتبط ساختن تحلیلها با ادبیات نظری و پیشینه پژوهش تهیه می گردد.

مطابق فرایند فوق، پس از انجام هر یک از مصاحبه ها داده های شفاهی به داده های مکتوب تبدیل شده و سپس هر کدام از پژوهشگران مرحله اول و دوم را به صورت فردی طی کرد. پس از انجام این مرحله، محققین در رابطه با کدهای احصا شده خود به تبادل نظر پرداخته و کدهای تحلیل اولیه را با یکدیگر تجمیع نمودند تا مضامین اولیه پژوهش تعیین گردد. این امر موجب می شد تا پژوهشگران در مصاحبه های بعدی خود بتوانند از لایه های عمیق تر مسئله پژوهش پرسشهای بیشتری را مطرح نمایند. نهایتاً پس از پایان مصاحبه ها به علت حصول اشباع نظری، مراحل چهارم، پنجم و ششم نیز به صورت دونفره انجام شد.

#### تحلیل یافته ها و نتایج

با هدف سهولت انجام تحلیل یافته ها و حصول نتایج این پژوهش، از نرم افزار تحلیل کیفی مکس کیودی ای (MAXQDA) نسخه سال ۲۰۲۰ استفاده شد. به کمک این نرم افزار مراحل کدگذاری اولیه و ثانویه انجام گرفت و سپس، کدهای به دست آمده به تعدادی از خبرگان ارائه گشت تا از صحت کدگذاری و روایی پژوهش اطمینان حاصل شود. نتایج حاصل از تحلیل یافته های پژوهش به شرح زیر است:

جدول ۴: مضامین فراگیر سازمان دهنده حاصل از تحلیل مصاحبه ها

مضمون فراگیر	مضمون سازمان دهنده	مضامین پایه
		به کارگیری ماتریس SWOT و راهبردهای (تدافعی، تهاجمی، تحلیلگر و واکنشی)

تغییر در راهبردهای سنتی کنونی	اقدامات مرتبط با مدیریت راهبردی،	راهبردهای عملیات حرفه‌ای
اجرای مناسب و به‌روز برنامه‌های تصویب‌شده		
ایجاد تحول در تشکیلات اداری		
آشنایی با شیوه‌های خبررسانی		
تربیت کادر مناسب برای خبر		
فکر کردن به حضور اثربخش و بادوام در عرصه خبر رسانه‌ای	اقدامات مرتبط با فعالیت‌های برون مرزی	
فهم تفاوت فضای واقعی با فضای رسانه‌ای		
انتخاب شعار مناسب و پایبند بودن به شعار خود		
کسب شناخت کافی از فضای شبکه‌های ماهواره‌ای و مخاطبان آن	اقدامات مرتبط با رسانه اجتماعی	
شناسایی شبکه‌های ماهواره‌ای مختلف و جدید		
جذب و اقناع مخاطب		
شناخت فضای شبکه‌های ماهواره‌ای رقیب		
مزیت رقابتی		
تکیه بر خدمت محوری به جای سودمحوری	اقدامات مرتبط با فعالیت‌های رسانه‌ای،	
بهره‌گیری از شیوه‌های خبررسانی		
مشارکت زیربنایی دولت		
افزایش مشارکت نهادهای خصوصی در رسانه		

### وزن دهی شاخص‌ها

پس از تعیین راهبردهای عملیات حرفه‌ای در مرحله قبل، از افراد خبره و کارشناس، درباره اولویت شاخص‌ها نظرسنجی شد تا با توجه به اطلاعات و تجارب خود در زمینه عوامل موثر بر راهبردهای عملیات حرفه‌ای، پژوهشگر را در این زمینه یاری کند. به همین دلیل درخت سلسله مراتب تشکیل شد و از کارشناسان و افراد خبره خواسته شد تا به مقایسه زوجی شاخص‌ها و همچنین مقایسه زوجی زیرشاخص‌ها بپردازند. در این ساختار، هدف که همان راهبردهای عملیات حرفه‌ای موفق، در سطح اول قرار می‌گیرد. در سطح دوم، اقدامات مرتبط با مدیریت راهبردی، اقدامات مرتبط با فعالیت‌های برون مرزی، اقدامات مرتبط با رسانه اجتماعی، اقدامات مرتبط با فعالیت‌های رسانه‌ای، قرار می‌گیرند و در سطح سوم زیرشاخص‌ها و در نهایت مفاهیم قرار خواهند گرفت. (شکل ۴-۱). قدم بعدی در AHP انجام محاسبات لازم برای تعیین اولویت هر یک از عناصر تصمیم با استفاده از اطلاعات ماتریس زوجی است. در این مرحله مجموع اعداد هر ستون از ماتریس مقایسه‌های زوجی را محاسبه و هر عنصر ستون را بر مجموع اعداد آن ستون تقسیم می‌کنیم. ماتریس جدیدی که به این صورت به دست می‌آید، ماتریس مقایسه طبیعی شده نامید می‌شود. سپس میانگین اعداد هر سطر از ماتریس مقایسه طبیعی شده را محاسبه می‌کنیم. این میانگین وزن نسبی عناصر تصمیم با سطرهای ماتریس را ارائه می‌کند. در مرحله آخر نیز نمرات به دست آمده از هر گزینه به منظور به دست آوردن ارزش هر معیار با هم ادغام شدند. به منظور رتبه بندی گزینه‌های تصمیم، در این مرحله وزن نسبی هر عنصر در وزن عناصر بالاتر ضرب شود تا وزن نهایی آن به دست آید. با انجام این مرحله برای هر گزینه، مقدار وزن نهایی به دست آمد. در نهایت وزن به دست آمده برای هر یک از معیارها با استفاده از فرآیند سلسله مراتبی AHP محاسبه شد.

تکیه بر خدمت - محوری به جای سودمحوری  
 بهره‌گیری از شیوه‌های خبررسانی  
 مشارکت زیربنایی دولت  
 افزایش مشارکت نهادهای خصوصی در رسانه

جدول ۵: وزندهی راهبردهای عملیات حرفه‌ای

اولوی ت	وزن	مفاهیم	اولوی ت	وزن	عوامل	هد ف.
۱	۰/۲۸۳۲	بسه				راهبردهای عملیات حرفه‌ای
۲	۰/۲۶۴۱	کارگیری				
۳	۰/۲۵۰۳	ماتریس و راهبردها	۱	۳۵۱۶	مدیریت راهبردی	
۴	۰/۲۰۲۴	تغییر در راهبردها				

	$\sum = 1$	ی سستی کنونی اجرای مناسب و به‌روز برنامه‌ها ی تصویب شده ایجاد تحول در تشکیلات اداری				
۳	۰/۱۹۳۳	آشنایی با				
۱	۰/۲۵۳۷	شیوه‌ها ی				
	۰/۱۸۱۲	خبررسان ی	۲	۲۹۵۳	فعالیت های برون مرزی	
۴	۰/۱۷۰۵	تربیت کادر		۰		
۵	۰/۲۰۱۳	مناسب برای خبر فکر کردن				
۲	$\sum = 1$	به حضور اثربخش و بادوام در عرصه خبر رسانه‌ای فهم تفاوت فضای				

		واقعی با فضای رسانه‌ای انتخاب شعار مناسب و پایبند بودن به شعار خود				
۳	۰/۱۹۸۱	کسب شناخت کافی از فضای شبکه‌های ماهواره‌ای و مخاطبان آن	۳	/۲۳۴۱	۰	رسانه اجتماعی
۴		شناسایی شبکه‌های ماهواره‌ای				
۱	۰/۱۹۶۲	مختلف و جدید جذب و اقناع مخاطب شناخت فضای شبکه‌ها				
۵	۰/۲۲۱۶	ی ماهواره‌ای رقیب				
۲	۰/۱۷۷۳	مزیت رقابتی				
	۰/۲۰۶۸	$\sum = 1$				

۲	۰/۲۶۰۲	تکیه‌بر خدمت				
۳	۰/۲۵۹۱	محوری به‌جای				
۱	۰/۲۶۷۳	سودمحور				
	۰/۲۱۳۴	ی بهره‌گیر	۴	۲۲۰۵	فعالیت‌ها	
۴		ی از شیوه‌ها		۰	ی رسانه‌ای	
	$\sum = 1$	ی خبررسان				
		ی مشارکت زیربنایی دولت افزایش مشارکت نهادهای خصوصی در رسانه				

بحث و نتیجه گیری

نتیجه گیری

همانطور که در جدول مشاهده می شود در بین راهبردهای عملیات حرفه ای با توجه به ارزش وزنی به دست آمده، الویت و اهمیت شاخص ها به ترتیب شامل ترتیب ۱. اقدامات مرتبط با مدیریت راهبردی با وزن ۰/۳۵۱۶، ۲. اقدامات مرتبط با فعالیت های بیرون مرزی با وزن ۰/۲۹۵۳ و ۳. اقدامات مرتبط با مدیریت رسانه اجتماعی با وزن ۰/۲۳۴۱ و در نهایت اقدامات مرتبط با فعالیت های رسانه ای با وزن ۰/۲۲۰۵ می شود.

مطابق نتایج پژوهش در شبکه پیچیده جنگ اطلاعاتی جهانی، عملیات رسانه ای و راهبردهای مقابله با پروپاگاندا نقشی محوری در شکل دادن به روایت ها، تأثیرگذاری بر افکار عمومی و اعمال نفوذ ژئوپلیتیک ایفا می کند. شبکه خبری العالم به عنوان یک رسانه تحت حمایت دولت، در محدوده وسیع درگیری ایران با جنگ رسانه ای و اطلاعاتی کشورهای متخاصم و هدایت روایت های واژگونه، عمل می کند.

همچنین پروپاگاندا برخلاف تهیه اطلاعات ناجانبدارانه، به معنای دادن اطلاعات با هدف نفوذ بر یک مخاطب است. در این راستا، اغلب اوقات، واقعیت ها به طور گزینشی بیان و بازنمایی می شوند تا از سوی مخاطب، واکنش و رفتاری احساسی و نه آگاهانه، سربرزند. این درحالی است که نادرستی آن واقعیت بر گوینده، آشکار است. رسانه های صهیونیست عادت دارند وقایع و اتفاقات را به گونه ای جلوه دهند که خواسته های خود را در آن دنبال کرده و خود را مُحق و قدرتمند نشان دهند اما به واسطه فعالیت رسانه های محور مقاومت و فعالان فضای مجازی؛ این راهبرد آنها خنثی شد و همگان متوجه جنایات صهیونیست ها شدند. این روش جدید با ضمن افزایش آگاهی مخاطبان، سبب شد تا افکار عمومی جهان علیه حکام سازشکار یا بی تفاوت، موضع گیری کنند و برای پایان دادن به جنگ غزه؛ به مسئولان کشورهایشان فشار بیاورند.

باورها و ارزش های فرهنگی موجود در جامعه فلسطینی ممکن است بر نحوه پذیرش و تفسیر پیام های رسانه ای تأثیرگذار باشد. این موضوع می تواند بر نتایج تحقیق اثر منفی بگذارد.

مشکلات زیرساختی در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، از جمله اینترنت ناپایدار، می تواند مانع از جمع آوری و تحلیل داده ها به صورت مؤثر شود.

قوانین و مقررات سخت‌گیرانه در زمینه فعالیت‌های رسانه‌ای ممکن است بر نحوه عملکرد رسانه‌ها و همچنین جمع‌آوری اطلاعات تأثیر منفی بگذارد.

تمرکز بر یک الگوی خاص ممکن است باعث کاهش تنوع نظری در تحلیل داده‌ها شود و نتایج را تحت تأثیر قرار دهد.

عدم وجود منابع مالی کافی برای انجام تحقیقات گسترده‌تر و استفاده از روش‌های پیشرفته تحقیقاتی می‌تواند بر کیفیت نهایی تحقیق تأثیر بگذارد.

#### پیشنهادها

انجام تحقیقات بازار هدف برای شناسایی نیازها و انتظارات مخاطبان، تا محتوای تولید شده با نیازهای واقعی آن‌ها همخوانی داشته باشد.

تدوین استراتژی‌های مدیریت بحران برای مقابله با اخبار جعلی و حملات رسانه‌ای رقیب، شامل ایجاد تیم‌های واکنش سریع برای پاسخگویی به اخبار منفی.

تقویت ابعاد اجتماعی و فرهنگی پیام‌ها برای افزایش حس همبستگی ملی و تقویت تاب‌آوری اجتماعی در میان شهروندان فلسطینی.

امید است این پیشنهادات می‌تواند به عنوان راهکارهایی عملی برای تقویت عملکرد رسانه‌های محور مقاومت و حفظ تاب‌آوری شهروندان فلسطینی در شرایط بحرانی مورد استفاده قرار گیرد.

- اکرمی نیا، محمد و فهیم دانش، شهاب. (۱۳۹۷)، نقش دیپلماسی رسانه‌ای برون مرزی در تحکیم جایگاه منطقه‌ای ایران، پژوهشنامه رسانه بین الملل، دوره: ۳، شماره: ۳ <https://civilica.com/doc/992526>
- حسینی دانا، حمیدرضا و جهشی، لیلا. (۱۴۰۰)، آینده‌های رسانه ای: اهداف، ابزارها و روش‌ها، بیست و ششمین نشست تخصصی اقتصاد و رسانه و همایش ملی آفند رسانه ای، دماوند، <https://civilica.com/doc/1431707>
- ذوالفقاری، مهدی و افتخاری، اصغر. (۱۳۹۳)، الگوی مدرن عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران، نشریه مجلس و راهبرد، شماره ۷۸ خبیرگزاری آنا. (۱۳۹۹)، در رادیو گفتگو مطرح شد: ۲ راه برون‌رفت شبکه‌های برون مرزی کشور از چالش‌های پیش رو/ باید در جنگ نرم هم به اندازه جنگ سخت هزینه کنیم. <https://ana.press/> Cr0۰۲
- طاهری، مهدی. (۱۳۹۸)، نقش رسانه‌های برون‌مرزی در پیشبرد دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی، پژوهشنامه رسانه بین الملل پاییز و زمستان ۱۳۹۸، شماره، صص: ۲۵۷ تا ۲۷۶
- ناصر پور، حسن. (۱۴۰۱)، تحول در سیاست تحریمی آمریکا: از ابزار بازدارندگی تا جنگ، پژوهشنامه رسلنه بین الملل، دوره: ۷، شماره: ۱، صفحات: ۲۸۵-۳۱۱

- Afrasiaban, V. and M. Abbasi, *Western Media Psychological Operations Against Iran and Russia: Goals and Interests*. International Studies Journal (ISJ), 2023.
- Abrahamian, E., *Tortured confessions: Prisons and public recantations in modern Iran*. 2023: Univ of California Press.
- bbasian, K., *How Iran's Revolutionary Guards is Changing the Landscape of Iranian Cinema*. Newlines Magazine, 2021.
- Behraves, M., *Press TV: Iran's Revisionist Voice in Perspective*. Asian Politics & Policy, 2013. 5(4): p. 683-686.
- Cain, B., "Silly and Superficial": *Headline Tone in Press TV and Voice of America Coverage of the US Withdrawal from the Joint Comprehensive Plan of Action*. Athens Journal of Mass Media & Communications, 2022. 8(1).
- Diaconu, F. *Iranian Grand Strategy in the Greater Middle East, the IRGC and General Qassem Soleimani*. in *INTERNATIONAL SCIENTIFIC*

- CONFERENCE STRATEGIES XXI. *The Complex and Dynamic Nature of the Security Environment*. 2017. Carol I National Defence University Publishing House.
- Eskandarian, F., *Polarized Discourse in Reporting the US Sanctions against Iran on CNN and Press TV News Websites*. *에피스테메*, 2020(23): p. 93-125.
- El-Khalili, S., *Social media as a government propaganda tool in post-revolutionary Egypt*. First Monday, 2013.
- Farrokhi, M. and M. Ariaei, *Investigating The News Coverage Of Martyr Soleimani's Funeral In The Media For And Against The Resistance Front*. 2022.
- Hakan, A., *Political advertising and propaganda within spiral of silence-agenda setting theory*. *Journalism and mass communication*, 2016. 6: p. 12-18.
- Kadivar, J., *Propaganda and radicalization: The case of Daesh in Iran*. *Contemporary Review of the Middle East*, 2022. 9(1): p. 70-98.
- Litvak, M., *The Islamic Republic of Iran and the Holocaust: Anti-Semitism and Anti-Zionism*, in *Anti-Semitism and Anti-Zionism in Historical Perspective*. 2013, Routledge. p. 250-268.
- Marandi, S.M. and M.a.-S. Motahhari, *Orientalist Representations and the 2009 Iranian Presidential Election: The New York Times, the Washington Post, and CNN. com*. *미국학*, 2011. 34(1): p. 77-100.
- Roberts, M., *Operation Countenance: The 1941 Invasion of Iran and the Clash of Propaganda Narratives*. *Iranian Studies*, 2019. 52(3-4): p. 589-610.
- Sharikov, A., *Global online media landscape 2020: Dynamic characteristics*. *Monitoring Obshchestvennogo Mneniya: Ekonomicheskie i Sotsial'nye Peremeny*, 2021: p. 445-463.
- Stanley, J., *How propaganda works*. 2015: Princeton University Press.
- Torbat, A.E. and A.E. Torbat, *Propaganda and the Threat of Force Against Iran. Politics of Oil and Nuclear Technology in Iran*, 2020: p. 225-252.
- Turetsky, J., *Iran's Press TV: Broadcasting Anti-Semitism To English Speaking World*. 2015.
- Xu, W.W. and R. Wang, *Nationalizing truth: digital practices and influences of state-affiliated Media in a Time of global pandemic and geopolitical*

*decoupling*. International Journal of Communication, 2022. 16: p. 29.

Zimmt, R., *Portrait of Qasem Soleimani, comander of the Iranian Islamic revolutionary Guards Corps' Qods Force, Instigator of Iranian Subversion and terrorism in the Middle East and around the Globe*. The Meir Amit Intelligence and Terrorism Information Center, 2015: p. 8.

[www.aljazeeraatalk.net](http://www.aljazeeraatalk.net)

([www.alalam.ir](http://www.alalam.ir))

([www.nevis.blagfa.com](http://www.nevis.blagfa.com) )

استناد:

حسون التمیمی، مالک عوده، حسینی دانا، حمید رضا، کیوش، خلف کریم، صادقی، مهرداد. تدوین الگوی عملیات حرفه‌ای رسانه‌های محور مقاومت برای حفظ تاب‌آوری شهروندان فلسطینی در خلال جنگ طوفان الاقصی. فصلنامه تحولات سیاسی اجتماعی معاصر ایران 1404، 1404، <http://doi.org/10.30510/pscci.2025.517074.1272>