



Cognitive Warfare Tactics Against the Target Society and Promoting Resistance Strategies

Rahman Najafi Sayyar¹

1. Associate Professor, Department of International Relations, National Defense University, Tehran, Iran.
majafi1385@gmail.com

Abstract

Cognitive warfare is the control of the mental state and behavior of others through the manipulation of environmental stimuli. Cognitive warfare is considered an organized and more advanced form of information warfare. Unlike physical targets, such as network systems or electronic devices, cognitive warfare is used with the aim of manipulating what people believe and thus influencing public perceptions. Therefore, cognitive warfare is a psychological strategy that is used to gradually influence the belief, opinion, and perception of the target society about an issue, such as an event, the mentality of a politician, the attitude of a government, or an ideology in general. In this regard, the main issue of this article is to enumerate and examine the tactics used in cognitive warfare against the target society and to examine the consequences and strategies of resistance against it. This article, using a qualitative documentary-library method and its content analysis, after reviewing the theoretical literature related to cognitive warfare of the type of "non-movement wars", has concluded that the main tactics of cognitive warfare include propaganda, fabricated narratives, behavioral psychology, the use of personal data, and the use of social networks and digital platforms that exacerbate the effects of this war. On the contrary, in order to create cognitive defense, it is necessary to have a deep understanding of the mechanisms of this war and to create defensive and resistance strategies against it. These requirements of cognitive defense include media education, digital literacy, public awareness campaigns, cognitive policymaking and regulations, and the need for international cooperation in order to create societies that are resistant and aware of cognitive manipulation.

Keywords: Cognitive warfare, behavioral psychology, information manipulation, cognitive defense

Volume info

Vol. 3
Series: 8
Spring 2026
P.P: 1-21

Article Type

Research Paper

Article History

Received:
27 September 2025
Revised:
30 November 2025
Accepted:
21 April 2026

ISSN – E-ISSN

ISSN: 3092-6459
E-ISSN: 3092-6424



Cite this article: Najafi Sayyar, R. (2026). Cognitive warfare tactics against the target community and promoting resistance strategies. *Cognitive Research in Political Studies*, 3(1), doi: [10.20241403/CRPS.2509.1082.1.8.1](https://doi.org/10.20241403/CRPS.2509.1082.1.8.1)

Publisher: Political Deputy
of the Ideological-Political
Organization

© The Author(s).



تاکتیک‌های جنگ شناختی علیه جامعه هدف و ارتقای راهبردهای مقاومت

رحمان نجفی سیار^۱

۱. دانشیار گروه روابط بین‌الملل، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران.

majafi1385@gmail.com

چکیده

جنگ شناختی، کنترل وضعیت ذهنی و رفتار دیگران از طریق دستکاری محرک‌های محیطی است. جنگ شناختی؛ شکل سازمان یافته و پیشرفته‌تر جنگ اطلاعاتی محسوب می‌شود. برخلاف اهداف فیزیکی، مانند سیستم‌های شبکه یا دستگاه‌های الکترونیکی، جنگ شناختی با هدف دستکاری بر آنچه مردم باور دارند بکار می‌رود و در نتیجه بر ادراکات عمومی تأثیر می‌گذارد. بنابراین، جنگ شناختی یک استراتژی روانشناختی است که به منظور تأثیر تدریجی بر باور، عقیده و ادراک جامعه هدف در مورد یک موضوع، مانند یک رویداد، ذهنیت یک سیاستمدار، نگرش یک دولت یا به طور کلی یک ایدئولوژی بکار می‌رود. در این راستا، سوال اصلی پژوهش این است که تاکتیک‌های مورد استفاده در جنگ‌های شناختی علیه یک جامعه هدف کدامند و راهبردهای مقاومت در برابر آن چیست؟ این مقاله، با بهره‌گیری از یک روش کیفی از نوع اسنادی- کتابخانه‌ای و همینطور تحلیل محتوای آن، پس از بررسی ادبیات نظری مربوط به جنگ شناختی از نوع «جنگ‌های غیرجنبشی»، به این نتیجه رسیده که عمده‌ترین تاکتیک‌های جنگ شناختی شامل تبلیغات، روایت‌های ساختگی، روان‌شناسی رفتاری، استفاده از داده‌های شخصی با بهره‌گیری از محتوای شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال هستند که تأثیرات این جنگ را تشدید می‌کنند. در مقابل، به منظور ایجاد پدافند شناختی آگاهی عمیق از سازوکارهای این جنگ و ایجاد استراتژی‌های دفاعی و مقاومتی در برابر آن ضروری است. این الزامات اساسی پدافند شناختی شامل آموزش رسانه‌ای، سواد دیجیتال، کمپین‌های آگاهی عمومی، سیاست‌گذاری و مقررات شناختی و لزوم همکاری بین‌المللی می‌شود تا بتوان جوامعی مقاوم و آگاه در برابر دستکاری شناختی ایجاد کرد.

کلیدواژه‌ها: جنگ شناختی، روانشناسی رفتاری، دستکاری اطلاعاتی، پدافند شناختی

استناد: نجفی سیار، رحمان. (۱۴۰۵). تاکتیک‌های جنگ شناختی علیه جامعه هدف و ارتقای راهبردهای مقاومت. شناخت

پژوهی مطالعات سیاسی، ۳(۱)، ۱.۸.۱.۱۰۸۲.۲۵۰۹/CRPS.10.2024

© نویسنده گان.

ناشر: معاونت سیاسی سازمان

عقیدتی - سیاسی ودجا



OPEN ACCESS



سال و شماره

سال ۳، پیاپی: ۸

بهار ۱۴۰۵

صص: ۲۱-۱

نوع مقاله

مقاله پژوهشی

سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۰۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۰۱

شاپا چاپی و الکترونیکی

شاپا چاپی: 3092-6459

الکترونیکی: 3092-6424

مقدمه

در عصر حاضر، جنگ‌ها دیگر صرفاً به میدان‌های نبرد فیزیکی محدود نمی‌شوند، بلکه به عرصه‌های ذهنی و روانی نیز گسترش یافته‌اند. به همین دلیل یکی از پیچیده‌ترین اشکال جنگ‌های نوین، «جنگ شناختی» است که هدف آن، دستکاری و تسلط بر افکار، باورها، و فرآیندهای تصمیم‌گیری افراد و گروه‌ها از طریق بهره‌برداری از آسیب‌پذیری‌های شناختی آن‌ها است. این روش ترکیبی از فناوری‌های مدرن و دانش حاصل از علوم اعصاب، روان‌شناسی و علوم رفتاری را به کار می‌گیرد تا به شکلی نامحسوس و متقاعد انسانی تأثیر بگذارد و از مرزهای سنتی جنگ اطلاعاتی و روانی فراتر رود. «مرکز تعالی ارتباطات استراتژیک ناتو»¹ جنگ شناختی را به عنوان «استراتژی‌ها و تاکتیک‌هایی که با بهره‌گیری از آسیب‌پذیری‌های شناختی، ادراک، باورها، و فرآیندهای تصمیم‌گیری افراد یا گروه‌ها را تحت تأثیر قرار داده و دستکاری می‌کنند» تعریف می‌کند (StratCOM COE, 2020). بنابراین، جامعه‌ای که به طور فزاینده‌ای توسط فناوری هدایت می‌شود، به طور مرتب شاهد دستکاری ایده‌ها و رفتار انسانی از طریق تکنیک‌های جنگ شناختی است. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به طور اساسی نحوه انتقال و دریافت اطلاعات را تغییر داده‌اند و فرصت‌های چشمگیری برای شکل‌دهی به افکار عمومی ایجاد کرده‌اند. در این راستا، جنگ شناختی اکنون تمامی ابعاد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی را در بر می‌گیرد و از مرزهای نظامی فراتر رفته است. با توجه به تأثیر قابل توجه آن بر ثبات نظم‌ها، اقتصادها و امنیت اجتماعی، اهمیت تحقیق درباره این پدیده به وضوح مشخص است. مطالعه این موضوع، امکان بررسی کامل ارتباط بین روان‌شناسی و فناوری را در تأثیرگذاری بر افکار و رفتار انسان فراهم می‌کند. همچنین، ضرورت حفظ سلامت شناختی در جامعه‌ای که روز به روز از لحاظ فناوری پیشرفته‌تر می‌شود را برجسته می‌کند.

در همین راستا، پرسش اساسی مقاله این است که تاکتیک‌های اصلی جنگ شناختی علیه جامعه هدف کدام‌اند و چه راهبردهایی برای ارتقای مقاومت شناختی در برابر این تهدیدات ضرورت دارند؟ این پژوهش با استفاده از روش مطالعه اسنادی-کتابخانه‌ای، به بررسی ادبیات موجود در حوزه جنگ شناختی و تبیین تاکتیک‌های مورد استفاده آن می‌پردازد. همچنین، برای تحلیل عمیق‌تر، با

¹NATO's Strategic Communications Center of Excellence

استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی از نظرات خبرگان و تحلیل گران، به ارائه راهبردهایی برای ارتقای مقاومت شناختی جامعه هدف ارائه می‌پردازد.

۱- ادبیات و پیشینه تحقیق

۱-۱- پیشینه تحقیق

فاطمه سادات حسینی و مهدی محمدی (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل راهبردی جنگ شناختی در چارچوب تهدیدات نوین امنیتی» منتشر شده در فصلنامه سیاست دفاعی، به بررسی موضوع جنگ شناختی به عنوان تهدیدی نوظهور در حوزه امنیت ملی پرداخته‌اند. در این مقاله، مهم‌ترین ابزارهای جنگ شناختی شامل هوش مصنوعی، داده کاوی، شبکه‌های اجتماعی و مهم‌ترین تاکتیک‌های آن شامل مهندسی افکار عمومی، القای هراس، تضعیف انسجام اجتماعی برشمرده شده است. این مقاله با رویکردی تحلیلی به تهدیدات نوین پرداخته و توانسته است پیوند میان فناوری‌های نوین و جنگ شناختی را تبیین کند. با این حال، تمرکز بیش از حد بر تهدیدات کلان و فقدان نمونه‌های عینی از مصادیق داخلی یا بین‌المللی، از نقاط ضعف آن است.

محمدرضا حسینی در مقاله‌ای (۱۴۰۴) با عنوان «بررسی ابعاد جنگ شناختی در فضای مجازی با تأکید بر تهدیدات امنیتی» منتشر شده در فصلنامه مطالعات راهبردی، به تحلیل نقش فضای مجازی در اجرای عملیات شناختی پرداخته است. نویسنده در این مقاله ابزارهای جنگ شناختی در فضای مجازی را شامل شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های دیجیتال، الگوریتم‌های تحلیل داده دانسته و تاکتیک‌های آن را نیز عملیات روانی، انتشار اطلاعات نادرست، و ایجاد تردید برشمرده است. این مقاله با تمرکز بر فضای مجازی، توانسته است ابزارهای دیجیتال را در قالب جنگ شناختی تحلیل کند. نقطه قوت آن، ارائه چارچوب مفهومی روشن است. با این حال، مقاله فاقد راهکارهای عملیاتی برای مقابله با این تهدیدات است.

صالح رحیمی (۱۴۰۲) مقاله‌ای با عنوان «جنگ شناختی و تهدیدهای ترکیبی در چشم‌انداز آینده» در فصلنامه مطالعات راهبردی منتشر کرده است که به بررسی جایگاه جنگ شناختی در منظومه تهدیدات نوین، به‌ویژه تهدیدات ترکیبی، پرداخته است. نویسنده با بهره‌گیری از رویکرد توصیفی-تحلیلی و چارچوب آینده‌پژوهی، تلاش کرده تا نشان دهد چگونه بازیگران دولتی و غیردولتی با

استفاده از ابزارهای فناورانه، ذهن و ادراک جامعه هدف را به‌عنوان میدان نبرد جدید انتخاب کرده‌اند. مهم‌ترین محورهای جایگاه جنگ شناختی در تهدیدات ترکیبی است که ابزارهای عمده آن شامل هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، داده‌کاوی و تحلیل کلان‌داده‌ها، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال، الگوریتم‌های شخصی‌سازی محتوا و فیلترینگ اطلاعات می‌باشد. مهم‌ترین تاکتیک‌های آن نیز القای تردید در نهادهای رسمی، تحریک احساسات قومی، مذهبی و سیاسی و بهره‌برداری از بحران‌های اجتماعی برای بی‌ثبات‌سازی روانی جامعه است.

علی‌اکبر رنجبر کرمانی (۱۴۰۳) مقاله‌ای با عنوان «جنگ شناختی و تأثیر آن بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران» در فصلنامه مطالعات دفاعی راهبردی منتشر کرده است که به بررسی تأثیر جنگ شناختی بر امنیت ملی ایران پرداخته است. در این مقاله، بر نقش رسانه‌های جمعی، تبلیغات هدفمند، شایعه‌پراکنی و تاکتیک‌های آن همچون تضعیف اعتماد عمومی، تحریک اقلیت‌ها و ایجاد بحران‌های مصنوعی تأکید شده است. این مقاله با تمرکز بر بستر داخلی، توانسته است تهدیدات جنگ شناختی را در چارچوب امنیت ملی تحلیل کند. نقطه قوت آن، بومی‌سازی مفاهیم است. اما ضعف آن در نبود تحلیل تطبیقی با سایر کشورها و فقدان داده‌های آماری مشهود است.

۲-۱- مبانی نظری

جنگ شناختی یکی از انواع «جنگ‌های غیرجنبشی»^۱ است که بجای استفاده از ابزارهای نظامی، بر کنترل ذهن و تغییر ادراکات تمرکز دارد. برخلاف جنگ‌های سنتی که بر مواجهه فیزیکی تمرکز دارند، جنگ شناختی ذهن را هدف قرار می‌دهد و تلاش می‌کند تا نحوه تفکر، برداشت از واقعیت و تصمیم‌گیری افراد را تغییر دهد. با استفاده از استراتژی‌های کوچک اما پیوسته، هدف اصلی جنگ شناختی این است که نگرش‌ها و رفتارها را تغییر دهد و این تغییرات ممکن است همیشه برای افراد تحت تأثیر، آشکار و قابل تشخیص نباشد. جنگ شناختی با جنگ اطلاعاتی تفاوت‌هایی دارد. «مارتین لیبیک»، جنگ اطلاعاتی را به عنوان «روشی برای کنترل و دستکاری اطلاعات با هدف تأثیرگذاری بر تصمیمات و اقدامات دشمن» تعریف می‌کند (Libicki, 1995: 76). هدف جنگ اطلاعاتی، کاهش قابلیت اطمینان و در دسترس بودن اطلاعات است و شامل عملیات گسترده‌ای مانند فریب، تبلیغات، سانسور، و حملات سایبری می‌شود. هدف اصلی جنگ اطلاعاتی، تحریف و

^۱ Non kinetic War

تغییر حقیقت است تا روایت‌های عمومی شکل گرفته و دستور کار افراد یا گروه‌های مسئول توزیع منابع پیش برده شود.

جنگ شناختی و جنگ اطلاعاتی در برخی ویژگی‌ها مشترک هستند، اما تفاوت‌های مهمی دارند. جنگ اطلاعاتی بیشتر بر محتوای دانش و نحوه انتشار آن تمرکز دارد. جنگ شناختی بر اثر اطلاعات بر فرآیندهای ذهنی افراد، مانند تغییر در ادراک و شناخت تمرکز دارد. این تفاوت اساسی نشان می‌دهد که هر دو نوع جنگ ابزارهای متفاوتی را برای کنترل افکار عمومی و تصمیم‌گیری‌ها به کار می‌گیرند (Linebarger, 2015: 21).

برخلاف جنگ اطلاعاتی که بر انتقال مستقیم پیام‌ها تأکید دارند، جنگ شناختی بیشتر به تأثیرگذاری غیرمستقیم بر نحوه دریافت و پردازش اطلاعات و شکل‌گیری باورها توجه دارد. جنگ شناختی هدایت جریان اطلاعات و چارچوب‌های ذهنی افراد را برای ایجاد و تغییر دیدگاه‌ها هدف قرار می‌دهد. این فرآیند به جای ایجاد واکنش‌های فوری احساسی، بر درک شناختی و جذب اطلاعات در طولانی‌مدت تمرکز دارد. جنگ شناختی به گونه‌ای طراحی شده که ادراک و رفتار افراد را به مرور و به صورت مداوم تغییر دهد، بنابراین، نیازمند شناخت عمیق از سازوکارهای شناختی و به کارگیری رویکردهای پیچیده و پیشرفته است. بنابراین، برخی پژوهشگران معتقدند که همسان‌سازی جنگ اطلاعاتی با جنگ شناختی، یک اشتباه مفهومی است که باید اصلاح شود» (Rogers, 2021: 81).

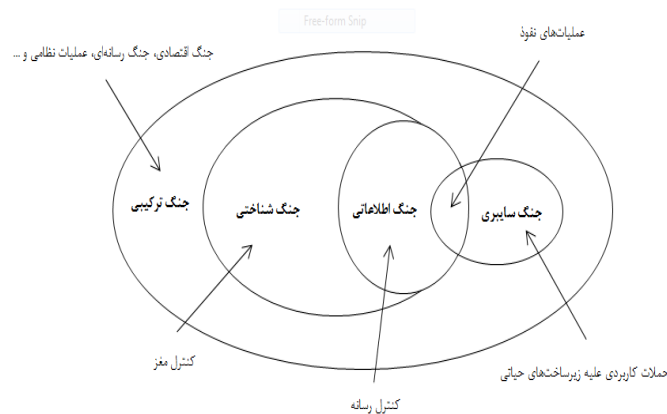
«برنتال» تفاوت بین جنگ شناختی و جنگ اطلاعاتی و سائیری را در موارد زیر می‌داند:

- جنگ اطلاعاتی بر کنترل جریان اطلاعات تمرکز دارد؛
- جنگ شناختی هدفش کنترل پاسخ‌های افراد و گروه‌ها به اطلاعات ارائه شده است؛
- جنگ سائیری ممکن است اطلاعات نادرست منتشر کند، اما عمدتاً زیرساخت‌های دشمن را هدف قرار داده یا اطلاعات را سرقت می‌کند (مانند حملات DDoS)^۱؛

^۱ حملات DDoS یا Distributed Denial of Service به فارسی «حملات انکار سرویس توزیع‌شده»، نوعی حمله سائیری هستند که هدف آن مختل کردن دسترسی کاربران به یک سرویس، وبسایت یا شبکه خاص است. در حمله DDoS، تعداد زیادی درخواست جعلی و هم‌زمان از سوی چندین سیستم (که معمولاً توسط هکرها کنترل می‌شوند) به یک سرور یا وبسایت ارسال می‌شود. این حجم زیاد از درخواست‌ها باعث می‌شود سرور نتواند پاسخگوی کاربران واقعی باشد و در نتیجه سایت یا سرویس از دسترس خارج می‌شود.

- جنگ اطلاعاتی، تصمیم‌گیرندگان انسانی را هدف قرار می‌دهد، که هم از طریق شبکه‌های اجتماعی و هم از طریق شبکه‌های بین فردی انجام می‌شود؛
- جنگ شناختی از کنترل رسانه‌ها فراتر رفته و به کنترل ذهن نزدیک‌تر می‌شود؛
- بر منابع عصب‌شناختی تکیه دارد، نه فقط بر تکنیک‌های ارتباط جمعی؛
- به جای تمرکز صرف بر ورودی (جریان اطلاعات)، سیستم شناختی و خروجی آن (رفتارها) را نیز دستکاری می‌کند.

بنابراین، جنگ شناختی شامل تأثیرگذاری بر سیستم‌های شناختی مغز است، مانند؛ سیستم ۱ (مانند هدایت رفتاری^۱) و سیستم ۲ (مانند اجبار^۲). از این‌رو این نوع جنگ، علاوه بر جنبه‌های اطلاعاتی، در سطح عصب‌شناختی نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد؛ همچنین، جنگ شناختی می‌تواند با سایر روش‌ها ترکیب شود، مانند: دیپلماسی، جنگ اقتصادی، عملیات نظامی و در نتیجه، می‌تواند بخشی از جنگ ترکیبی باشد (Pocheptsov, 2018: 97). بدین ترتیب، اگرچه جنگ سایبری، جنگ اطلاعاتی، جنگ شناختی و جنگ ترکیبی همگی شامل عملیات تأثیرگذاری هستند و ممکن است بر شناخت انسان تأثیر بگذارند، اما تنها جنگ شناختی به‌طور خاص بر کنترل ذهن متمرکز است و از علوم شناختی و عصب‌شناختی تسلیح شده بهره می‌برد. شکل ۱ این ارتباط را نشان می‌دهد.



شکل-۱. ارتباط میان جنگ شناختی با انواع دیگر جنگ‌های غیرجنبشی (منبع: نگارنده)

^۱ Nudging

^۲ Coercion

۲- ابزارها و تاکتیک‌های جنگ شناختی

جنگ شناختی با استفاده از فناوری‌های پیشرفته و مجموعه‌ای گسترده از ابزارها و تاکتیک‌ها، تلاش‌های تأثیرگذاری را ایجاد و بهینه‌سازی می‌کند. این فناوری‌ها، امکان شناسایی و بهره‌برداری از برخی ضعف‌های شناختی در افراد و گروه‌ها را فراهم می‌کنند، به طوری که پیام‌ها متناسب با تمایلات احساسی و شناختی مخاطب هدف طراحی می‌شوند. «پی. دبلیو. سینگر»، متخصص فناوری و امنیت، می‌نویسد: «ابزارهای دیجیتال مدرن فرصت‌های بی‌سابقه‌ای را برای تأثیرگذاری و دستکاری تفکر انسانی در مقیاس و عمق بی‌نظیر فراهم می‌کنند.» (Singer and Brookings, 2018: 64). یکی از عناصر مهم، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سایر پلتفرم‌های دیجیتال برای توزیع و بهبود ارتباطات؛ به گونه‌ای است که طبیعی و قابل اعتماد به نظر برسد. این پدیده تأثیر خود را بر دیدگاه‌ها و رفتار افراد افزایش می‌دهد، زیرا حس کاذب از اصالت و اجماع ایجاد می‌کند. در ادامه به مهم‌ترین ابزارها و تکنیک‌های جنگ شناختی در دستکاری اذهان جامعه مخاطب می‌پردازیم.

۲-۱- تبلیغات

یکی از قدیمی‌ترین و پرتحقیق‌ترین راهبردها برای تغییر افکار عمومی و رفتار، تبلیغات است. این واژه به معنای انتشار عمدی دانش، ایده‌ها یا شایعاتی است که برای حمایت یا تضعیف یک هدف، گروه یا فرد به کار می‌رود. در جنگ شناختی، تبلیغات برای ایجاد و تقویت نگرش‌ها و باورهای استفاده می‌شود که با اهداف منتشرکننده هماهنگ هستند. «ژاک الیول» تبلیغات را «فنی برای تأثیرگذاری می‌داند که به دنبال تغییر نظرات و رفتارها از طریق تأثیر مستقیم بر بازنمایی‌های ذهنی افراد است» (Ellul, 1965). تبلیغات مدرن از پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی برای هدف قرار دادن گروه‌های خاصی از مردم استفاده می‌کند و از تکنیک‌های پیشرفته‌ای در تنظیم و توزیع اطلاعات بهره می‌برد. برای جلب توجه مخاطبان و ایجاد واکنش‌های احساسی قوی، این روش می‌تواند شامل پیام‌های احساسی جذاب، تصاویر تکان‌دهنده و داستان‌های ساده باشد.

۲-۲- روایت‌های دستکاری‌شده

یکی از ابزارهای اساسی در جنگ شناختی، روایت‌های دستکاری‌شده^۱ است. روایت‌های دستکاری‌شده در جنگ شناختی با استفاده از تکنیک‌هایی مانند تغییر زاویه دید، حذف اطلاعات

^۱ manipulated narratives

کلیدی، و بازسازی واقعیت، به‌منظور تأثیرگذاری بر ادراک و رفتار جامعه هدف طراحی می‌شوند. جوزف نای می‌گوید: «روایت‌ها قدرتمند هستند، زیرا به جهان ما معنا و ساختار می‌دهند و بر نحوه مشاهده و پاسخ ما به اطلاعات تأثیر می‌گذارند» (Nye, 2009). این تکنیک‌ها، شامل توسعه و انتشار داستان‌ها و ایده‌هایی هستند که حقیقت را تحریف کرده و در نتیجه برداشت مردم از رویدادها و اقدامات را شکل می‌دهند. داستان‌های دستکاری‌شده به شکل‌گیری نظرات و ایجاد درک خاصی از رویدادهای پیچیده کمک می‌کنند. در چارچوب جنگ شناختی، این داستان‌ها معمولاً با دیدگاه‌های فعلی و استانداردهای فرهنگی مخاطبان هدف سازگار هستند، و این امر پذیرش آن‌ها را ساده‌تر می‌کند.

برخی از مهم‌ترین روش‌های دستکاری در روایت‌ها در قالب جنگ شناختی عبارت‌اند از:

- تغییر زاویه دید^۱: با تغییر زاویه دید، واقعیت به گونه‌ای دیگر بازنمایی می‌شود. برای مثال: روایت یک بحران از دید قربانی یا مهاجم، بسته به هدف عملیات شناختی؛
- حذف اطلاعات کلیدی^۲: اطلاعاتی که ممکن است روایت را تضعیف کند، به صورت عمدی حذف می‌شود. این حذف می‌تواند شامل آمار، اسناد، یا نقل‌قول‌های متضاد باشد (Jafari, Jafarinejad & Ismaili, 2023: 23)؛
- بازسازی واقعیت^۳: به معنی ترکیب عناصر واقعی با اطلاعات ساختگی برای ایجاد یک روایت جدید و باورپذیر است. این روش در عملیات روانی و رسانه‌ای بسیار رایج است. در تحلیل‌های روایت‌شناسی، این تکنیک با استفاده از روایت‌های چندپاره و دایره‌وار بررسی شده است که در آن مخاطب درگیر بازسازی ذهنی واقعیت می‌شود.

۲-۳- روانشناسی رفتاری

اساساً جنگ شناختی مبتنی بر تکنیک روانشناسی رفتاری است، زیرا از راهبردهای اصلاح رفتار بر اساس واکنش‌های افراد به محرک‌های خاص استفاده می‌کند. بدون اجبار آشکار، تکنیک‌هایی

^۱ Shifting Perspective

^۲ Strategic Omission

^۳ Narrative Reconstruction

مانند شرطی‌سازی^۱، هدایت^۲ و چارچوب‌بندی^۳ برای شکل‌دهی به تصمیمات و رفتارها به کار می‌روند. «ریچارد تالر» و «کسانستین» برای نخستین بار مفهوم «هدایت» را در کتاب خود با عنوان «هدایت: بهبود تصمیمات درباره سلامت، ثروت و خوشبختی»^۴ معرفی کردند، و توضیح دادند که چگونه تغییرات کوچک در نحوه ارائه گزینه‌ها می‌تواند تأثیر بزرگی بر رفتار داشته باشد (Thaler and Cass, 2008: 44). اغلب، بدون اینکه افراد هدف از تأثیر اعمال شده بر آنان آگاه باشند، این استراتژی‌ها در جنگ شناختی برای کنترل اقدامات در جهت اهداف خاص مورد استفاده قرار می‌گیرند.

«شرطی‌سازی» در چارچوب جنگ شناختی فرایندی است که طی آن، پاسخ رفتاری خاصی در فرد از طریق تکرار و تقویت شکل می‌گیرد. این تکنیک بر پایه نظریه‌های کلاسیک روان‌شناسی مانند شرطی‌سازی پاولفی و اسکینری بنا شده است. کاربرد این تکنیک در جنگ شناختی شامل ایجاد تداعی‌های منفی یا مثبت در ذهن مخاطب است. مثلاً تکرار مداوم یک واژه یا تصویر خاص در کنار یک مفهوم منفی (مانند «دشمن»، «تهدید»، «تروریسم») باعث می‌شود مخاطب به‌طور ناخودآگاه آن مفهوم را با احساس منفی مرتبط کند. برای مثال، نمایش مکرر تصاویر خشونت‌آمیز همراه با پرچم یک کشور خاص باعث ایجاد حس ترس یا نفرت نسبت به آن کشور می‌شود. «هدایت ذهنی»، به معنی فعال‌سازی ناخودآگاه ذهن از طریق محرک‌های قبلی است که بر نحوه پردازش اطلاعات جدید تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، ذهن فرد برای دریافت یا تفسیر اطلاعات بعدی آماده‌سازی می‌شود. کاربرد این تکنیک در جنگ شناختی در جهت‌دهی به تفسیر اطلاعات برای مخاطب است. با ارائه اطلاعات اولیه خاص، ذهن مخاطب را به گونه‌ای آماده می‌کنند که اطلاعات بعدی را در همان چارچوب درک کند. برای مثال، اگر رسانه‌ای قبل از انتشار یک خبر، بارها از «فساد گسترده» در یک نهاد صحبت کند، مخاطب در مواجهه با هر خبر جدید درباره آن نهاد، آن را به عنوان نشانه‌ای از فساد تفسیر خواهد کرد (Amiri & Ghorbani, 2023: 17).

^۱ conditioning

^۲ Nudging به معنای هدایت ملایم یا تشویق غیر مستقیم است. این مفهوم در روانشناسی و اقتصاد رفتاری به کار می‌رود و به روش‌هایی اشاره دارد که بدون اجبار، افراد را به سمت تصمیم‌گیری‌های مطلوب‌تر سوق می‌دهد.

^۳ Framing

^۴ Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness

«چارچوب‌بندی» نیز به نحوه ارائه و بسته‌بندی اطلاعات مربوط است به گونه‌ای که بر درک و تصمیم‌گیری مخاطب تأثیر بگذارد. این تکنیک بر اساس نظریه‌های «اقتصاد رفتاری» و «روان‌شناسی شناختی» توسعه یافته است. کاربرد این تکنیک در جنگ شناختی در تغییر برداشت از واقعیت بدون تغییر واقعیت برای مخاطبان است. با انتخاب واژگان، تصاویر یا ساختارهای خاص، می‌توان یک رویداد را مثبت یا منفی جلوه داد. برای مثال، توصیف یک عملیات نظامی به عنوان «آزادسازی» یا «اشغال» بسته به هدف روایت‌ساز.

۲-۴- استفاده از داده‌های شخصی

یکی از مؤثرترین ابزارها در زرادخانه جنگ شناختی، استفاده از داده‌های شخصی^۱ است. در عصر اطلاعات، داده‌های شخصی به یکی از مهم‌ترین منابع قدرت در جنگ‌های نوین تبدیل شده‌اند. جنگ شناختی، با بهره‌گیری از داده‌های رفتاری و شناختی افراد، تلاش می‌کند تا ادراک، تصمیم‌گیری و رفتار جامعه هدف را تحت تأثیر قرار دهد؛ داده‌های شخصی که از کانال‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و سایر منابع آنلاین جمع‌آوری می‌شوند، به درک کامل ترجیحات شخصی، رفتارها و آسیب‌پذیری‌های شناختی افراد کمک می‌کنند. این اطلاعات برای ایجاد و انتشار پیام‌های طراحی‌شده و قدرتمند به کار می‌روند. در کتاب «عصر سرمایه‌داری نظارتی»^۲، «شوشانا زوبوف»، توضیح می‌دهد که چگونه دولت‌ها و کسب‌وکارها با بهره‌گیری از جمع‌آوری و تحلیل گسترده داده‌های شخصی، تأثیری بی‌سابقه بر رفتار افراد دارند (Zuboff, 2019: 33). جنگ شناختی از این روش‌ها برای شناسایی نقاط ضعف شناختی استفاده کرده و کمپین‌های تأثیرگذاری را با هدف افزایش کارایی و قانع‌کنندگی راه‌اندازی می‌کند.

داده‌های شخصی امکان تحلیل دقیق الگوهای رفتاری، ترجیحات سیاسی، گرایش‌های مذهبی و نقاط ضعف روانی افراد را فراهم می‌کنند. این تحلیل‌ها پایه طراحی عملیات شناختی هدفمند هستند. در ادامه برخی از مهم‌ترین ابزارهای جنگ شناختی برای بکارگیری تاکتیک‌های این جنگ مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد.

^۱ The utilization of personal data

^۲ The Age of Surveillance Capitalism

۵-۲- فناوری‌های پیشرفته

برخی فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی برای جنگ شناختی کاملاً ضروری هستند، زیرا عملیات تأثیرگذاری را خودکار کرده و بهبود می‌بخشند. استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی برای تحلیل حجم عظیمی از داده‌ها و یافتن الگوها و روندها، امکان اجرای پروژه‌های تأثیرگذاری را فراهم می‌کند. در کتاب «هماندجنگ: تسلیح‌سازی شبکه‌های اجتماعی»^۱، «دبلیو سینگر» و «امرسون بروکینگ» به این موضوع اشاره می‌کنند که چگونه الگوریتم‌ها به طور چشمگیری قابلیت مشاهده و تفسیر محتوا را در پلتفرم‌های اجتماعی تغییر می‌دهند و آن‌ها را به مکان‌هایی برای نفوذ و تأثیرگذاری تبدیل می‌کنند (Singer and Brooking, 2018: 77). با توجه به واکنش‌ها و اقدامات مخاطبان هدف، این فناوری‌ها تأثیر پیام‌ها را تقویت کرده و آن‌ها را در لحظه تغییر می‌دهند، و در نتیجه امکان اجرای جنگ شناختی با دقت و کارایی بی‌سابقه را فراهم می‌کنند.

۱- شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال

امروزه شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌ها به ابزارهای اساسی در جنگ شناختی تبدیل شده‌اند، زیرا امکان انتشار سریع و مؤثر اطلاعات دستکاری شده را در سراسر جهان فراهم می‌کنند. این پلتفرم‌ها نه تنها دسترسی ساده به مخاطبان گسترده را فراهم می‌کنند، بلکه ابزارهای پیشرفته‌ای برای سفارشی‌سازی و بهبود ارتباطات ارائه می‌دهند، که تأثیر آن‌ها را بر نظرات و رفتارهای مردم بهینه می‌کند. پیام‌های دستکاری شده، اطلاعات نادرست و تبلیغات به‌طور گسترده در شبکه‌های اجتماعی معروف مانند فیس‌بوک، X (توییتر)، اینستاگرام و تیک‌تاک منتشر می‌شوند. این پلتفرم‌ها به بازیگران جنگ شناختی اجازه می‌دهند تا محتواهای ویروسی تولید و منتشر کنند که توانایی تغییر دیدگاه عمومی را دارند. طبق گزارش مؤسسه «اینترنت آکسفورد» (Bradshaw & Howard, 2019) شبکه‌های اجتماعی به کانال‌های اصلی برای دستکاری افکار عمومی از طریق انتشار اطلاعات نادرست و روایت‌های جعلی تبدیل شده‌اند. الگوریتم‌های این پلتفرم‌ها به‌ویژه برای افزایش تعامل کاربران طراحی شده‌اند؛ بنابراین، محتواهایی که واکنش‌های شدید، چه مثبت و چه منفی، ایجاد می‌کنند، در اولویت قرار می‌گیرند. این امر محیطی ایده‌آل برای انتشار پیام‌های احساسی و تفرقه‌افکن ایجاد می‌کند که به احتمال زیاد به‌طور گسترده به اشتراک گذاشته شده و ویروسی می‌شوند.

¹ LikeWar: The Weaponization of Social Media

یکی از مهم‌ترین جنبه‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی در جنگ شناختی، «توانایی سفارشی‌سازی پیام‌ها»^۱ بر اساس ترجیحات و آسیب‌پذیری‌های کاربران است. با جمع‌آوری و تحلیل داده‌های شخصی، بازیگران جنگ شناختی می‌توانند پیام‌های دقیقی طراحی کنند که پذیرش بالایی داشته باشند. در کتاب «عصر سرمایه‌داری نظارتی»، شوشانا زوبوف تأکید می‌کند: «جمع‌آوری گسترده داده‌های شخصی نه تنها امکان پیش‌بینی رفتار را فراهم می‌کند، بلکه تأثیری ظریف و نامحسوس بر آن دارد (Zuboff, 2019). این قابلیت، بازیگران جنگ شناختی را قادر می‌سازد تا کمپین‌های تأثیرگذاری انعطاف‌پذیر و متقاعدکننده‌ای طراحی کنند که در لحظه با واکنش‌ها و رفتارهای مخاطبان تنظیم شوند.

علاوه بر انتشار سریع پیام‌ها، تقویت پیام‌های دستکاری‌شده با حساب‌های جعلی، شبکه‌های رباتی (بات‌نت‌ها) و تکنیک‌های تقویت هماهنگ می‌توانند به افزایش نفوذ در میان مخاطبان کمک کنند. طبق تحقیقات شورای آتلانتیک، «آلینا پولیاکووا» بیان می‌کند: «استفاده از شبکه‌های بات و حساب‌های جعلی برای تقویت پیام‌های دستکاری‌شده می‌تواند برداشت‌ها از افکار عمومی را تغییر داده و بر تصمیمات سیاسی و رفتارها تأثیر بگذارد.» (Polyakova, 2019: 66). این بخشی از راهبرد وسیع‌تری است که هدف آن تغییر درک عمومی و تضعیف کشورهای دموکراتیک از طریق ایجاد عمدی سردرگمی و بی‌اعتمادی است. روانشناسی شبکه‌های اجتماعی و بهره‌برداری از نقاط ضعف شناختی در این حوزه، از استراتژی‌های مهم جنگ شناختی است. بحث‌هایی پیرامون روانشناسی شبکه‌های اجتماعی وجود دارد- که عمداً طراحی شده‌اند تا نقاط ضعف شناختی و احساسی کاربران را هدف قرار دهند؛ ویژگی‌هایی مانند «لایک»، «اشتراک‌گذاری» و «نظر دادن» برای تحریک ترشح دوپامین و تشویق رفتار اعتیادآور طراحی شده‌اند، که در نتیجه آسیب‌پذیری کاربران در برابر تأثیرات خارجی را افزایش می‌دهد. «بی. جی. فاگ» در کتاب «فناوری متقاعدکننده» بیان می‌کند: «بازخورد مثبت و پاداش‌های متناوب کمک می‌کنند تا فناوری‌های دیجیتال عمداً به گونه‌ای شکل داده شوند که رفتار کاربران را تغییر دهند (Fogg, 2003: 43). در زمینه جنگ شناختی، این سازوکارها برای انتشار و تقویت پیام‌های دستکاری‌شده مورد استفاده قرار می‌گیرند و یک حلقه بازخورد ایجاد می‌کنند که می‌تواند منجر به رادیکال‌سازی نظرات و رفتارها شود.

¹ customize messages

۲- تأثیر جنگ شناختی بر جامعه هدف

جنگ شناختی به طور عمیقی بر انسجام اجتماعی، قطب‌بندی سیاسی و اعتماد به نهادهای دموکراتیک تأثیر می‌گذارد. بازیگران جنگ شناختی با سوءاستفاده از ضعف‌های شناختی و تغییر درک مردم، می‌توانند کل جوامع را بی‌ثبات کرده، بنیان‌های دموکراسی را تضعیف کنند و میان مردم تفرقه ایجاد کنند. استفاده گسترده از شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال این پدیده را شدت می‌بخشد.

۲-۶- انسجام اجتماعی و نقش جنگ شناختی در تضعیف آن

انسجام اجتماعی، پیوند و احساس تعلقی است که مردم یک جامعه را به یکدیگر متصل می‌کند. جنگ شناختی به طور مستقیم این انسجام را با انتشار اطلاعات نادرست، تبلیغات و روایت‌های جعلی که تفرقه و خصومت را میان گروه‌های اجتماعی تشویق می‌کنند، هدف قرار می‌دهد. «سانستین» معتقد است: «اطلاعات نادرست و تبلیغات می‌توانند انسجام اجتماعی را با ایجاد سوءظن و خصومت میان گروه‌های اجتماعی تضعیف کنند (Sunstein, 2014). نمونه بارز این پدیده، گسترش نظریه‌های توطئه و اخبار جعلی مرتبط با همه‌گیری کرونا است، که باعث تفرقه اجتماعی و افزایش تنش میان گروه‌های مختلف شد.

جنگ شناختی همچنین با برجسته‌سازی تفاوت‌ها و تضادها، جامعه را به گروه‌های متخاصم تقسیم می‌کند. این قطبی‌سازی می‌تواند به درگیری‌های داخلی، خشونت اجتماعی و فروپاشی انسجام ملی منجر شود (Masoumi, 2022: 54). علاوه بر این، در جنگ شناختی با دستکاری روایت‌های تاریخی، فرهنگی و ارزشی، تلاش می‌شود تا هویت ملی تضعیف شده و جایگزین‌های جعلی یا انحرافی ارائه شود. این فرایند می‌تواند منجر به بحران هویت و از خودبیگانگی فرهنگی شود. به هر حال، بمباران اطلاعاتی و خستگی شناختی ناشی از حجم بالای پیام‌های متناقض، منجر به بی‌تفاوتی، انزوا و کاهش انگیزه مشارکت اجتماعی می‌شود که در نهایت، توانایی جوامع را برای اقدام جمعی و همکاری در مواجهه با مشکلات مشترک مختل می‌کند.

۲-۷- قطب‌بندی سیاسی و تشدید اختلافات اجتماعی

یکی دیگر از نتایج مهم جنگ شناختی، قطب‌بندی سیاسی است. بازیگران جنگ شناختی با انتشار اطلاعات نادرست و تبلیغات تفرقه‌افکن می‌توانند شکاف‌های سیاسی را تعمیق کرده و

دیدگاه‌های عمومی را رادیکال کنند. بر اساس دیدگاه «نولان مک کارتی»، قطب‌بندی سیاسی زمانی افزایش می‌یابد که مردم به‌طور مداوم در معرض پیام‌هایی قرار بگیرند که باورهای خود را تقویت کرده و طرف مقابل را شیطانی جلوه دهند.» (Rosenthal, 2016: 65). جنگ شناختی از الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی بهره می‌برد که محتوای پربازدید را تقویت می‌کنند، و در نتیجه پیام‌های تفرقه‌افکن برجسته‌تر شده و جامعه بیش از پیش دچار دو دستگی می‌شود. به‌طور کلی، مهم‌ترین سازوکارهای جنگ شناختی در قطب‌بندی سیاسی شامل روایت‌سازی متضاد، اتاق پژواک و شخصی‌سازی تبلیغات سیاسی است:

روایت‌سازی متضاد: با طراحی روایت‌های متناقض برای گروه‌های مختلف، واقعیت سیاسی به‌گونه‌ای بازنمایی می‌شود که هر گروه، درک متفاوتی از آن دارد. این فرایند موجب کاهش درک مشترک و افزایش سوءظن متقابل می‌شود.

اتاق پژواک^۱: الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی، محتوای هم‌سو با باورهای قبلی کاربران را نمایش می‌دهند. این امر موجب تقویت تعصبات سیاسی و تضعیف گفت‌وگوی بین‌گروهی می‌شود. شخصی‌سازی تبلیغات سیاسی: با استفاده از داده‌های رفتاری، پیام‌های سیاسی به‌گونه‌ای طراحی می‌شوند که احساسات خاصی مانند ترس، خشم یا نفرت را تحریک کنند. این تکنیک در انتخابات ۲۰۱۶ آمریکا توسط شرکت «انالیتیکا کمبریج»^۲ به کار گرفته شد و نتایج محسوسی در صحنه سیاسی آمریکا بدنبال داشت (Tufekci, 2018: 44).

۸-۲. بی‌اعتمادی به نهادهای دموکراتیک و بحران مشروعیت

اعتماد به نهادهای دولتی، بنیان دموکراسی است و جنگ شناختی اغلب برای تضعیف این اعتماد از طریق انتشار اطلاعات نادرست و نظریه‌های توطئه که مشروعیت و کارآمدی نهادهای عمومی را به چالش می‌کشند، استفاده می‌کند. «فرانسیس فوکویاما معتقد است: «اعتماد به نهادها برای انسجام اجتماعی و عملکرد دموکراسی ضروری است» (Fukuyama, 1996: 12). کمپین‌های اطلاعات نادرست که مشروعیت انتخابات، صحت رسانه‌ها و بی‌طرفی سیستم قضایی را زیر سؤال می‌برند، تأثیرات مستقیم بر اعتماد عمومی دارند. این استراتژی‌ها باعث بی‌اعتمادی عمومی، بدبینی و تضعیف دموکراسی شده و می‌توانند زمینه را برای رشد اقتدارگرایی فراهم کنند.

^۱ Echo Chamber

^۲ Cambridge Analytica

نمونه‌های برجسته جنگ شناختی، برگزیت و انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا هستند. در این موارد، پروفایل‌های روانشناختی ایجاد شده بر اساس داده‌های شخصی میلیون‌ها کاربر فیس‌بوک برای هدف قرار دادن تبلیغات سیاسی خاص در انتخابات و همه‌پرسی مورد استفاده قرار گرفت. «کارول کادوالادر» می‌گوید: «کمبریج آنالیتیکا از داده‌های شخصی برای ایجاد مدل‌های دقیق روانشناسی رأی‌دهندگان و ارسال پیام‌های سفارشی با هدف دستکاری رفتار انتخاباتی استفاده کرد» (Cadwalladr & Harrison, 2018: 56). به‌ویژه، دخالت خارجی روسیه شامل کمپین‌های اطلاعات نادرست و تبلیغات شبکه‌های اجتماعی بود که هدفشان قطبی‌سازی جامعه آمریکا و کاهش اعتماد به سیستم رأی‌گیری بود. گزارش ۲۰۱۹ مدیر سابق FBI فاش کرد که این ابتکارات از شبکه‌های اجتماعی و روایت‌های جعلی برای تأثیرگذاری بر نظرات رأی‌دهندگان و گسترش داستان‌های تفرقه‌افکن استفاده کرده‌اند (Mueller, 2019: 81). در مورد برگزیت نیز، اطلاعات نادرست درباره اثرات مهاجرت و عضویت بریتانیا در اتحادیه اروپا از طریق کمپین‌های تبلیغاتی منتشر شد. شبکه‌های اجتماعی و کانال‌های دیجیتال به انتشار گسترده این پیام‌ها کمک کردند، که در نتیجه، عدم قطعیت و تفرقه میان مردم بریتانیا افزایش یافت.

۳- اقدامات دفاعی و تقویت مقاومت در برابر جنگ شناختی

آموزش رسانه‌ای، سواد دیجیتال و توسعه تاب‌آوری روان‌شناختی همگی بخشی از یک راهبرد جامع و چندجانبه هستند که برای محافظت از مردم و جوامع در برابر پیامدهای جنگ شناختی ضروری است. به‌کارگیری سیاست‌ها و استراتژی‌های منطقی به ایجاد جامعه‌ای آگاه و توانمند کمک می‌کند که بتواند در برابر دستکاری شناختی مقاومت کند.

۳-۱- تدوین سیاست‌ها و مقررات

تدوین سیاست‌ها و ایجاد مقررات^۱ برای محافظت از جوامع در برابر جنگ شناختی عمده‌تأ و وظیفه دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی است. این قوانین می‌توانند شامل مقررات مربوط به حفاظت از داده‌ها، شفافیت الگوریتم‌ها و مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌های دیجیتال درباره محتوای منتشر شده باشند. یک نمونه بارز این سیاست‌ها، مقررات حفاظت از داده‌های عمومی اتحادیه اروپا^۲ است که قوانین

^۱ Policies and regulations

^۲ GDPR

سختگیرانه‌ای در خصوص جمع‌آوری و استفاده از داده‌های شخصی اعمال می‌کند. «کمسیون اروپا» عنوان می‌کند: «به شهروندان کنترل بیشتری بر داده‌هایشان می‌دهد و وظایف روشنی را بر شرکت‌هایی که داده‌های شخصی را مدیریت می‌کنند، تحمیل می‌کند (European Commission, 2018). علاوه بر این، باید به توسعه ابزارهای دیجیتال برای مقابله با اطلاعات نادرست و دستکاری‌شده توجه شود. همکاری با سازمان‌های خبری مستقل، بهبود سیستم‌های بررسی صحت اخبار، و ایجاد ابزارهایی برای گزارش و مبارزه با محتوای گمراه‌کننده یا دستکاری‌شده در این زمینه مؤثر خواهد بود.

۳-۲- آموزش رسانه‌ای

برای کمک به افراد در شناخت و ارزیابی اطلاعاتی که با آن‌ها روبه‌رو می‌شوند، آموزش رسانه‌ای^۱ امری حیاتی است. این امر شامل تقویت مهارت‌های تشخیص اطلاعات نادرست، درک زمینه‌ها و ارزیابی منابع اطلاعاتی می‌شود. «رنه هابز» متخصص آموزش رسانه، تأکید می‌کند: «آموزش رسانه‌ای فقط درباره استفاده از فناوری نیست، بلکه به فهم تأثیر رسانه بر جامعه و توسعه مهارت‌های تفکر انتقادی مربوط می‌شود» (Hobbs, 2011). برنامه‌های آموزش رسانه‌ای را می‌توان در دوره‌های آموزشی بزرگسالان و همچنین در برنامه‌های مدارس گنجانده. این برنامه‌ها باید شامل مطالعات موردی، تمرین‌های عملی و بحث‌هایی درباره نقش رسانه در شکل‌دهی جامعه باشند. همکاری با روزنامه‌نگاران و متخصصان ارتباطات نیز برای اطمینان از مرتبط بودن و به‌روز بودن منابع آموزشی و ارائه دیدگاه‌های مختلف بسیار مهم است.

۳-۳- سواد دیجیتال

سواد دیجیتال^۲ یکی از عناصر کلیدی و ابزار دفاعی در مقابله با جنگ شناختی است. این امر نه تنها شامل دانش فناوری‌های دیجیتال است، بلکه درک نحوه عملکرد الگوریتم‌ها، پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی و سیستم‌های جمع‌آوری داده‌ها را نیز در بر می‌گیرد. «هلن هست» در تحقیقات خود بیان می‌کند: «در عصر دیجیتال، سواد باید شامل توانایی پیمایش و درک پیچیدگی محیط‌های دیجیتال نیز باشد» (Haste, 2009: 14). برنامه‌های سواد دیجیتال باید در دسترس همه گروه‌های سنی قرار بگیرند و شامل دوره‌هایی درباره امنیت آنلاین، حفاظت از داده‌های شخصی، و شناخت

^۱ media education

^۲ Digital literacy

دستکاری الگوریتمی باشند. دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی، و شرکت‌های فناوری می‌توانند به این طرح‌ها کمک کنند تا منابع کافی و پوشش گسترده تضمین شود.

۳-۴- تقویت تاب‌آوری روان‌شناختی

تاب‌آوری روان‌شناختی^۱، توانایی فرد در مدیریت استرس و سازگاری با چالش‌ها است. توسعه تاب‌آوری روانی می‌تواند افراد را در برابر دستکاری شناختی مقاوم ساخته و توانایی تفکر انتقادی آن‌ها را حفظ کند. «جورج بونانو» معتقد است: «تاب‌آوری یک ویژگی ثابت نیست، بلکه مجموعه‌ای از رفتارها و مهارت‌ها است که می‌توان آن‌ها را توسعه داد و تقویت کرد (Bonanno, 2004). برنامه‌های تقویت تاب‌آوری روان‌شناختی باید شامل راهکارهای مدیریت استرس، توسعه هوش هیجانی و تشویق به نگرش رشد باشند. همچنین ایجاد جوامع حمایتی که افراد بتوانند تجربیات خود را به اشتراک بگذارند، به انسجام اجتماعی کمک کرده و احساس انزوا را کاهش می‌دهد.

۳-۵- کمپین‌های آگاهی عمومی و مقابله با جنگ شناختی

کمپین‌های آگاهی عمومی^۲، نقش مهمی در اطلاع‌رسانی مردم درباره خطرات جنگ شناختی و ترویج فرهنگ تفکر انتقادی دارند. این کمپین‌ها برای دستیابی به مخاطبان گسترده و متنوع باید از روش‌های ارتباطی مختلف، از جمله رسانه‌های سنتی، شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های بومی و رویدادهای محلی استفاده کنند. سازمان‌هایی مانند First Draft News^۳ و «آزمایشگاه تحقیقات پزشکی قانونی دیجیتال»، منابع و آموزش‌هایی برای تشخیص و مقابله با اطلاعات نادرست فراهم می‌کنند. آموزش عمومی در زمینه تکنیک‌های انتشار اطلاعات نادرست و نحوه شناسایی و مبارزه با آن‌ها، برای حفظ جامعه‌ای آگاه و مقاوم بسیار حیاتی است.

^۱ Psychological resilience

^۲ Public awareness campaigns

^۳ این سازمان در سال ۲۰۱۵ با هدف مبارزه با اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده در فضای آنلاین تأسیس شد. این سازمان با اتاق‌های خبر، موسسات بررسی صحت اطلاعات و دانشگاه‌ها همکاری می‌کند تا راهبردهایی را برای شناسایی و مقابله با اطلاعات نادرست توسعه دهد. مأموریت این سازمان هم‌اکنون به «آزمایشگاه اطلاعات آینده» nformaton Futures Lab (دانشگاه هاروارد) منتقل شد.

۶-۳- همکاری‌های بین‌المللی

جنگ شناختی یک مشکل جهانی است که نیاز به همکاری بین‌المللی^۱ دارد تا به‌طور مؤثر حل شود. کشورها و سازمان‌های بین‌المللی می‌توانند با هم همکاری کنند تا استراتژی‌های مشترک ایجاد کنند، داده‌ها را تبادل کنند، و واکنش‌ها به کمپین‌های دستکاری‌شده را هماهنگ کنند. یکی از این ابتکارات، گروه کاری ناتو در زمینه جنگ شناختی است که بر اهمیت همکاری جهانی در ایجاد برنامه‌های دفاعی مؤثر تأکید دارد (Allied Command Transformation, 2023: 29).

نتیجه‌گیری

جنگ شناختی، متفاوت از جنگ اطلاعاتی و روانی، یک شکل پیچیده از درگیری غیرجنبشی است که بر دستکاری ظریف و عمیق فرآیندهای شناختی و احساسی تأکید دارد. جنگ شناختی به‌عنوان یکی از پیچیده‌ترین و پنهان‌ترین اشکال جنگ‌های نوین، با بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعاتی، روان‌شناسی رفتاری، و روایت‌سازی هدفمند، ذهن انسان را به میدان نبرد تبدیل کرده است. برخلاف جنگ‌های سنتی که بر تخریب فیزیکی تمرکز دارند، جنگ شناختی با هدف تغییر ادراک، باور و رفتار افراد، به‌صورت تدریجی و غیرمستقیم عمل می‌کند و از همین‌رو، شناسایی و مقابله با آن نیازمند رویکردی چندلایه و ترکیبی است.

عمده‌ترین ابزارهای جنگ شناختی شامل رسانه‌های جمعی، شبکه‌های اجتماعی، الگوریتم‌های شخصی‌سازی محتوا، داده‌کاوی، و هوش مصنوعی هستند که با تاکتیک‌هایی نظیر شرطی‌سازی روانی، هدایت ذهنی، چارچوب‌بندی اطلاعات و انتشار روایت‌های دستکاری‌شده، به‌طور مستقیم بر انسجام اجتماعی، اعتماد عمومی و تصمیم‌گیری جمعی تأثیر می‌گذارند. این تاکتیک‌ها می‌توانند منجر به قطبی‌سازی سیاسی، تضعیف مشارکت مدنی و افزایش آسیب‌پذیری روانی جامعه شوند.

بر این اساس، آگاهی عمیق از مکانیسم‌های جنگ شناختی و ایجاد راهبردهای دفاعی و مقاومتی با عنوان «پدافند شناختی» ضروری است. راهبردهای مقاومت و پدافند شناختی باید بر چهارم محور اساسی استوار باشند: نخست، ارتقای سواد رسانه‌ای و شناختی در سطح عمومی جامعه برای افزایش توان تحلیل انتقادی و مقابله با اطلاعات نادرست؛ دوم، توسعه زیرساخت‌های بومی در حوزه فضای مجازی، داده‌کاوی و امنیت شناختی برای کاهش وابستگی به پلتفرم‌های خارجی و افزایش کنترل

^۱ International collaboration

بر جریان اطلاعات؛ سوم، تقویت انسجام اجتماعی و اعتماد عمومی از طریق بازتولید روایت‌های ملی، شفاف‌سازی عملکرد نهادها، و حمایت از نهادهای مدنی و فرهنگی؛ و چهارم، همکاری‌های بین‌المللی برای تبادل داده‌ها و مقابله با چالش‌های شناختی مکشترک در سطح جهانی. در نهایت، مقابله مؤثر با جنگ شناختی مستلزم هم‌افزایی میان نهادهای حاکمیتی، نخبگان علمی و فرهنگی، رسانه‌ها و جامعه مدنی است. تنها از طریق درک عمیق از ماهیت این تهدید و اتخاذ راهبردهای هوشمندانه، می‌توان از آسیب‌های گسترده آن بر امنیت روانی، فرهنگی و سیاسی جامعه جلوگیری کرد و مسیر پایداری اجتماعی را حفظ نمود.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش‌رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

Translated References to English

- Allied Command Transformation. (2023). NATO ACT. April 05. Accessed June 02, 2024. <https://www.act.nato.int/article/cognitive-warfare-strengthening-and-defending-the-mind/>.
- Amiri, C., & Ghorbani, S. (2023). Narrative as Anti-Spectacle: Reading J. M. Coetzee's *Foe*. *Journal of Literary Criticism*, 7(13), 29-1. doi: 10.22034/jlc.2022.310586.1426. [In Persian]
- Bonanno, G.A. (2004). Loss, trauma, and human resilience: have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events?" 20. *American psychologist* 59, no. 1. PP: 45-67.
- Bradshaw, S., and Howard, P.N. (2019). philhoward.org. Accessed 02 06, 2024. <https://demotech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>.
- Cadwalladr, C., and Graham-Harrison, E. (2018). The Guardian. martie 17. Accessed 06 02, 2024. <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>.
- Ellul, J. (1965). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. United States: Vintage Books.
- European C. (2018). European Union. 05 23. Accessed 06 02, 2024. https://commission.europa.eu/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_en.
- Fogg, B.J. (2003). *Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do*. 283. Morgan Kaufmann.
- Fukuyama, F. (1996). *Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. United Kingdom: Free Press.
- jafari, H., Jafarinejad, M., & Ismaili, B. (2023). Cognitive warfare in Supreme Leader's point of view (Madazla al-Ali) (concepts, definitions and examples). , 22(82), 53-80. doi: 10.22034/amn.2023.328. [In Persian]
- Haste, H. (2009). What is «competence» and how should education incorporate new technology's tools to generate «competent civic agents». 207-223. *The curriculum journal* 20, no. 3.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and Media Literacy, Connecting Culture and Classroom*. 214. United Kingdom: SAGE Publications.
- Masoumi, F. (2022). Analysis of media narratives and their impact on social cohesion. *Journal of Social Communication Sciences*, 9 (45), 34–52. [In Persian]
- Libicki, M. C. (1995). What is information warfare?. *Strategic Forum* Number 28.
- Linebarger, P.M.A. (2015). *Psychological Warfare*. United States: Hauraki Publishing.
- London, J.H. University & Imperial College. (2021). NATO. May 20. Accessed June 02, 2024. <https://www.nato.int/docu/review/articles/2021/05/20/countering-cognitive-warfare-awareness-and-resilience/index.html>.
- McCarty, N., Keith T.P., and Howard R. (2016). *Polarized America, Second Edition, The Dance of Ideology and Unequal Riches*. 272. London: MIT Press Cambridge.
- Mueller, R.S. (2019). *The Mueller Report: Report on the Investigation into Russian Interference in the 2016 Presidential Election*. 445. e-artnow, ebook.
- Nye, J.S. (2009). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. United Kingdom: Public Affairs.
- Rahimi, S. (2025). Cognitive warfare and hybrid threats in the future outlook: Concepts, tools, and preventive strategies. *Defensive Future Studies*, 9(35), 61-91. doi: 10.22034/dfs.2024.2041829.1830. [In Persian]
- Saeedi rad, A and farokhi cheshmrh soltani, M. (2024). Hybrid and Cognitive Warfare of the United States Against the Islamic Republic of Iran. *Cognitive Research in Political Studies*, 1(1), 126-146. doi: 10.20241403/CRPS.2408.1000.1.1.4
- Singer, P.W., and Emerson T.B. (2018). *Likewar: The Weaponization of Social Media*. United Kingdom: Houghton Mifflin Harcourt.

- Sunstein, C.R. (2014). On Rumors, How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, and What Can Be Done. United Kingdom: Princeton University Press.
- Thaler, R.H., and Cass R.S. (2008). Nudge. Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness. United States: Yale University Press.
- Waltzman, R. (2017). The Weaponization of Information: The Need for Cognitive Security. 8. Rand Corporation.
- Zare, M. (2023). The impact of soft warfare on social cohesion in Iran. Strategic Studies Quarterly, 5(94), 87–104. **[In Persian]**
- Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future