



Novel Approaches and Tools of Cognitive Warfare in the Cultural and Social Domains

Mohammadreza Gharayi Ashtiani

Professor and Faculty Member, Supreme National Defense University, Tehran, Iran

Ali Fatemi Nasab

Assistant Professor and Faculty Member, Supreme National Defense University, Tehran, Iran

Morteza Pazhoohanfar

PhD Graduate in Political Sociology, Researcher

Mehdi Hakimi, Ruhollah Farahani, Mohammad Rezaei, Sameh Khorshad

PhD Candidate in Strategic Defense Sciences (Military Thought), Supreme National Defense University, Tehran, Iran

Abstract

Cognitive warfare, recognized as one of the key dimensions of fifth-generation warfare, focuses on human minds and perceptions and influences the opponent's thoughts, beliefs, and behaviors through soft and covert methods. This form of warfare is regarded as one of the most effective and tangible manifestations of soft warfare. The rapid development of convergent sciences and technologies, along with extensive investments by military research organizations in the field of cognitive sciences, indicates that the human brain and mind have become the primary battlefield of the new century. In this context, media and audience cognition play a fundamental role in the infiltration and domination of public thought by adversaries. The aim of this study is to identify and analyze novel approaches and tools of cognitive warfare in the cultural and social domains. The research adopts a qualitative approach and employs a descriptive-analytical method. Data were collected through documentary and library-based studies as well as expert panel sessions. The statistical population of the study consists of 20 experts in the relevant field. Using qualitative data analysis software (MaxQDA), latent content analysis was conducted, through which open, axial, and selective codes were extracted, analyzed, and interpreted. Subsequently, expert panel sessions were held to validate the findings. The results indicate that novel approaches to cognitive warfare in the cultural and social domains encompass 32 concepts organized into 8 categories, while novel tools comprise 10 concepts classified into 4 categories. These findings can serve as a foundational framework for operational planning and future research aimed at countering cognitive warfare in cultural and social arenas.

Keywords: Novel Approaches, Novel Tools, Cognitive Warfare, Culture, Society



رویکردها و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگ و اجتماع

محمد رضا قرایی آشتیانی

استاد و عضو هیئت علمی دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران

علی فاطمی نسب

استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران

مرتضی پژوهان فر

دانش آموخته دکتری تخصصی جامعه‌شناسی سیاسی پژوهشگری

مهدی حکیمی، روح اله فراهانی، محمد رضایی، سامع خورشاد

دانشجوی دکتری علوم دفاعی راهبردی گرایش اندیشه نظامی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران

چکیده

جنگ شناختی که به عنوان یکی از ابعاد نسل پنجم جنگ مطرح می‌شود، بر اذهان و ادراک انسان‌ها متمرکز است و با استفاده از روش‌های نرم و خزنه بر افکار، باورها و رفتار رقیب تأثیر می‌گذارد. این نوع جنگ از مؤثرترین و ملموس‌ترین شیوه‌های جنگ نرم به شمار می‌رود. توسعه علوم و فناوری‌های همگرا و سرمایه‌گذاری‌های گسترده سازمان‌های تحقیقاتی نظامی در زمینه علوم شناختی، نشان‌دهنده آن است که مغز و ذهن انسان، میدان نبرد قرن جدید خواهد بود. در این میان، رسانه‌ها و ذهن مخاطبان نقش اساسی در نفوذ و تسخیر افکار توسط دشمن ایفا می‌کنند. هدف این پژوهش، دستیابی به رویکردها و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگ و اجتماع است که به صورت توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی انجام شده است و داده‌های لازم از طریق مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و برگزاری جلسات خبرگی جمع‌آوری گردیده است. جامعه آماری تحقیق شامل ۲۰ نفر از خبرگان این حوزه است. در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار تحلیل کیفی (MaxQDA) و از طریق تحلیل محتوای پنهان کدهای اولیه، محوری و گزینشی استخراج شده و مورد تجزیه و تحلیل و تفسیر قرار گرفتند و پس از آن با تشکیل جلسات خبرگی، تأییدات لازم اخذ گردید. نتایج تحقیق در خصوص رویکردها و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگ و اجتماع نشان می‌دهد که رویکردهای نوین حوزه فرهنگ و اجتماع با ۳۲ مفهوم و ۸ مقوله و ابزارهای نوین با ۱۰ مفهوم و ۴ مقوله می‌توانند مبنای استفاده در برنامه‌های عملیاتی و پژوهشی برای مقابله با جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی قرار گیرند.

کلیدواژه‌ها: رویکردهای نوین، ابزارهای نوین، جنگ شناختی، فرهنگ، اجتماع

مقدمه

جنگ شناختی به عنوان یکی از پیچیده ترین و پنهان ترین ابعاد نسل پنجم جنگ ها، نه تنها بر میدان های نظامی، بلکه بر ذهن و ادراک انسان ها نیز متمرکز شده است. این نوع جنگ با استفاده از روش های نامرئی و پیچیده تلاش می کند از طریق تغییر هنجارها، ارزش ها و باورهای جامعه هدف، به تضعیف ساختارهای اجتماعی و فرهنگی بپردازد. اهداف اصلی آن شامل کاهش مشروعیت حاکمیت، تضعیف سرمایه اجتماعی، اعتمادزدایی از نهادهای رسمی و ترویج ناامیدی و ناکارآمدنمایی است (محمدی نجم، ۱۳۹۶: ۱۷). از جمله روش های این نوع جنگ می توان به انتشار اطلاعات نادرست، شایعات و پروپاگاندا اشاره کرد که با تأثیرگذاری بر افکار عمومی، افراد را به سوی «پشت به نیروی خودی» و «رو به سوی دشمن» سوق می دهد (آل داود، ۱۴۰۲: ۸۶).

امروزه جنگ شناختی که در ادبیات سیاسی و فرهنگی و رسانه ای شنیده می شود یک روش جدید جنگ آوری است که از فرد تا دولت را شامل می شود و گستره و دامنه جهانی دارد و اساس آن علوم شناختی و تکیه گاه آن رسانه است و با تصرف ذهن و ادراکات، انسان را مدیریت می کند.

واقعیتی که در عصر حاضر با آن مواجه هستیم این است که حکومت ها و کشورها در قرن ۲۱ و پس از آن برای اینکه در زمره کشورهای تعیین کننده و تأثیرگذار باشند باید سهم بیشتری از پیشرفت و استفاده از جنگ شناختی را تصاحب کنند.

در ماجرای فتنه ۸۸ آبان ۹۶ و ۹۸ و شهریور ۱۴۰۱ شاهد تمرکز دشمن در این بُعد از جنگ هستیم و به دلیل اینکه افکار عمومی و نخبگان و سیاسیون کمتر به این بُعد توجه نموده اند و گفتمان جدی در این حوزه شکل نگرفته است، به گونه ای که انجام چنین پژوهشی می تواند بر غنای علمی این حوزه بیفزاید و ضمن توسعه دانش در این زمینه به عنوان یک مرجع علمی قابل اتکا و سودمند در ادبیات علمی این حوزه محسوب شود، در این پژوهش تلاش گردیده محورهای اساسی اندیشه های فرماندهی معظم کل قوا در زمینه جنگ شناختی



تبیین و آشکار گردد. همچنین تا حدودی خلأ ناشی از ادبیات و اطلاعات قابل بهره‌برداری و اثرگذار در این حوزه که نیازمند مباحث نظری و پویا است آشکار شود.

ظهور فناوری‌های نوین مانند اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، عرصه را برای این جنگ شناختی گسترش داده و امکان دستکاری گسترده افکار عمومی از طریق پیام‌های ناشناس و هدفمند را فراهم کرده است. اضافه‌بار اطلاعاتی که از طریق حجم انبوه داده‌های منتشرشده ایجاد می‌شود، توانایی شناختی افراد را کاهش داده و شبکه ابهام را گسترش می‌دهد (کارل فون کلاوزویتس، ۱۹۷۶: ۱۱۷). این شرایط به‌ویژه در جوامعی که از نظر فرهنگی و اجتماعی وابستگی بیشتری به فناوری و اطلاعات دارند، به‌عنوان نقطه‌ضعف مورد استفاده قرار می‌گیرد. جنگ شناختی از این آسیب‌پذیری بهره‌برداری کرده و تلاش می‌کند تا با ایجاد اختلال در دستگاه محاسباتی تصمیم‌گیران، تغییر در نگرش‌ها و باورهای عمومی و افزایش شکاف میان مردم و حاکمیت را محقق سازد (محمدی نجم، ۱۳۹۶: ۱۷).

تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که جنگ شناختی با استفاده از تکنیک‌هایی نظیر مهندسی اجتماعی، هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های بزرگ توانسته پیام‌های هدفمند و سفارشی‌سازی‌شده‌ای را برای گروه‌های مختلف جامعه تولید کند (الیسون، ۲۰۲۰: ۵۴). این تکنیک‌ها به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال تأثیر بیشتری دارند، زیرا این فضاها امکان گسترش سریع و غیرقابل کنترل اطلاعات را فراهم می‌کنند. به‌علاوه، جنگ شناختی با ایجاد «نظام‌های جایگزین واقعیت» و بهره‌گیری از تکنیک‌های روان‌شناختی نظیر اثر هاله‌ای و تناقض شناختی، موفق شده است تا درک افراد از واقعیت را به نفع خود تغییر دهد. این نوع جنگ به‌طور خاص بر فرهنگ و ارزش‌های جامعه تأثیر گذاشته و از طریق ترویج سبک زندگی و ارزش‌های متفاوت، شکاف‌های فرهنگی را تعمیق می‌بخشد.

با توجه به موارد پیش‌گفته، مشکل موجود عبارت از کم بودن میزان شناخت از روش‌ها و ابزارهای جدیدی است که دشمن در اعمال جنگ شناختی در بخش فرهنگی و اجتماعی علیه کشور به کار می‌گیرد و سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که رویکردها و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگ و اجتماع کدامند؟ اهمیت این تحقیق، به انجام مطالعه

اکتشافی به منظور توسعه دانش در این زمینه به عنوان یک مرجع علمی قابل اتکا و سودمند در ادبیات علمی است و همچنین تبیین و آشکار نمودن محورهای اساسی اندیشه‌های فرماندهی معظم کل قوا (مدظله‌العالی) در این زمینه بوده و در نهایت تا حدودی خلأ ناشی از اطلاعات قابل بهره‌برداری و اثرگذار برای مجریان مقابله با جنگ شناختی دشمن در حوزه فرهنگ و اجتماع مشخص می‌گردد. همچنین از ضرورت‌های انجام این پژوهش می‌توان به کمبود مرجع و منبع علمی سودمند در مسیر توسعه دانش مقابله با این حوزه از حوزه جنگ شناختی و نداشتن تفسیری روشن و کاربردی از محورهای اساسی این حوزه از جنگ اشاره نمود.

۱. پیشینه پژوهش

موسی‌الرضا قائمی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان تبیین نقش علوم شناختی در تهدیدات امنیتی با تأکید بر حوزه اجتماعی به یافته‌های زیردست یافتند: کشورها با سرمایه‌گذاری بر روی این شاخه علمی، سعی می‌کنند از علوم شناختی به عنوان ابزاری بهره‌برداری کنند. محقق در این راستا به ۹ شکاف اجتماعی از جمله ۱. شکاف اجتماعی (اقتصادی)؛ ۲. شکاف اجتماعی (مذهبی - قومیتی)؛ ۳. شکاف اجتماعی (جنسیتی)؛ ۴. شکاف اجتماعی (عقیدتی)؛ ۵. شکاف اجتماعی (سیاسی)؛ ۶. شکاف اجتماعی (سنی)؛ ۷. شکاف اجتماعی (جغرافیایی)؛ ۸. شکاف اجتماعی (محدودیت منابع - برخورداری از منابع) و ۹. شکاف اجتماعی (نظامی ناشی از تنش‌های نظامی بزرگ) پرداخته و در پایان نتیجه گرفته است که تمامی شکاف‌های ۹ گانه تأثیر معناداری بر کاهش و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دارند. از میان این شکاف‌ها، شکاف‌های سنی، میهن‌دوستی و همبستگی اجتماعی تأثیر کمتری داشته و تأیید نشده است. عبدالله عراقی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان واکاوی اهداف جنگ شناختی دشمن و راهکارهای تاب‌آوری مقابله با آن با تأکید بر آموزه‌های قرآن به نتایج ذیل دست یافتند: فرضیه مورد آزمون در این تحقیق این است که آموزه‌های قرآن نقش اساسی در مقابله با اهداف جنگ شناختی دشمن دارد. در عصر حاضر جنگ شناختی، ابزار اصلی دستیابی به



اهداف توسعه طلبانه قدرت‌های استکباری بدون درگیری نظامی است. جنگ شناختی، رهیافتی ترکیبی از ظرفیت‌های نبرد غیر جنبشی متعلق به فضای سایبر، اطلاعات، روان‌شناسی، مهندسی اجتماع برای پیروزی در جنگ بدون رودرویی فیزیکی است. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در جنگ‌های شناختی برای مداخله در امور داخلی سایر کشورها از جمله ایران، تأثیر مخربی داشته و باعث تغییر شناخت ملت شده است.

محبوب عشرت‌آبادی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان جنگ شناختی مدرن، از شناخت در رزم تا عرصه جنگ شناختی به یافته‌های زیردست یافتند: درواقع، جنگ شناختی در مرحله طراحی و برنامه‌ریزی و اجرا، بر نظریه‌های علم شناختی و فناوری‌های شناختی متکی است؛ ویژگی‌ای که تخصصی بودن آن را نشان می‌دهد و هرگونه اظهار نظر درباره آن را به متخصصان علوم و فناوری‌های شناختی منحصر می‌کند. مهم‌ترین ویژگی جنگ شناختی مدرن، ترسیم آن به عنوان عرصه جنگ شناختی است. جنگ شناختی به ابزار یا تجهیزات شناختی محدود نمی‌شود؛ بلکه عرصه‌ای جدید است که ساختار سازمانی، تجهیزات، منابع انسانی، فضای کالبدی و اسناد سازمانی خاص خود را دارد.

ماکسیمنکو، اس. دی و همکاران^۱ (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان درک جنگ شناختی مدرن در مقیاس جهانی، در ارتباط با اوکراین به بررسی و جهت‌گیری برای تحقیقات آینده جنگ شناختی و عملیات تأثیر اجتماعی به نتایج ذیل رسیدند: این مقاله با بررسی اجمالی تفکر نظامی تاریخی غرب در مورد تئوری جنگ و رابطه آن با جنگ شناختی مدرن و با استفاده از تجارب اوکراینی‌ها برای اثربخشی مقاومت جهانی در برابر تهاجم روسیه به اوکراین بوده است. نتایج مطالعه نشان داد که درک پیدایش جنگ شناختی در خصوص اوکراین طی سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۲۳ بر مغز به عنوان میدان نبرد متمرکز بوده و هدف آن از بین بردن تفکر با استفاده از تأثیرات اجتماعی، عملیات روان‌شناختی، علوم اعصاب، مهندسی اجتماعی و رفتار اجتماعی انسان بوده است.

1. Maksymenko, S. D. & etl

۲. مفهوم شناسی

رویکرد: رویکرد به معنای شیوه و روشی است که در یک زمینه خاص برای رسیدن به اهداف مشخصی اتخاذ می‌شود. در زمینه جنگ شناختی، رویکردها شامل راهبردها و تکنیک‌هایی هستند که به منظور تأثیرگذاری بر افکار و رفتارهای افراد و جوامع استفاده می‌شوند. این رویکردها می‌توانند شامل استفاده از رسانه‌ها، تبلیغات و ابزارهای دیجیتال باشند تا به تغییر نگرش‌ها و باورهای اجتماعی کمک کنند (Carlsen & etl, 2018).

ابزار نوین: ابزار نوین به مجموعه‌ای از وسایل، تکنولوژی‌ها یا شیوه‌های جدید و پیشرفته اطلاق می‌شود که به منظور بهبود کارایی، تسهیل انجام وظایف یا حل مسائل پیچیده در زمینه‌های مختلف مانند علم، صنعت، پزشکی و فناوری اطلاعات مورد استفاده قرار می‌گیرند. این ابزارها معمولاً مبتنی بر جدیدترین دستاوردهای علمی و تحقیقاتی بوده و به نسبت ابزارهای قدیمی‌تر ویژگی‌هایی مانند سرعت بیشتر، دقت بالاتر، یا قابلیت‌های پیچیده‌تر دارند (قرایی آشتیانی، ۱۴۰۳).

فرهنگ: فرهنگ واژه‌ای فارسی و مرکب از دو جزء «فر» و «هنگ» است. «فر» به معنای جلو، بالا، شکوه و درخشندگی است و «هنگ» از ریشه اوستایی «تنگا» به معنای کشیدن و وزن گرفته شده است؛ بنابراین، فرهنگ از نظر لغوی به معنای «بالا کشیدن» و «بیرون کشیدن» است، هرچند این معنا در ادبیات فارسی کمتر به کار رفته است (بابایی، ۱۳۸۴: ۱۵). از متون فلسفی ایران باستان تا آثار فلاسفه یونانی، فرهنگ به عنوان کلیتی شامل ارزش‌ها، آداب و هویت ملت‌ها مورد توجه بوده است. در دهه‌های اخیر، بررسی فرهنگ در محافل علمی جایگاه ویژه‌ای یافته است. تعاریف فرهنگ بیش از سیصد نوع بوده و به دسته‌هایی چون تشریحی، تاریخی، روان‌شناختی و نسبی‌گرایی تقسیم می‌شوند (کروبر^۱ و همکاران، ۱۳۷۵: ۵۸). ماندگار، فرهنگ را مجموعه دانش‌ها و ارزش‌های یک ملت معرفی می‌کند که هویت‌بخش و پویاست (ماندگار، ۱۳۸۴: ۸۱).



«جنگ شناختی»^۱: جنگ شناختی باهدف قرار دادن جامعه حریف، به دنبال پیروزی در میدان نبرد است. این نوع جنگ، صحنه میدان نبرد را از حوزه جغرافیایی و فیزیکی به قلمرو ذهن منتقل کرده است. امروزه این مدل جنگ را «جنگ شناختی» نامیده‌اند که به‌تازگی وارد ادبیات نظامی شده است. نگرش‌ها به این مفهوم، دچار قبض و بسط‌های متعددی شده‌اند، به‌گونه‌ای که دستیابی به توافق و اجماع در رسیدن به برداشتی مشترک، کاری دشوار به نظر می‌رسد. فضای جنگ شناختی، میدان نبردی برای تصاحب اطلاعات است، زیرا از طریق فرایندهای شناختی، اطلاعات به دانش تبدیل می‌شود. همگرایی جنگ اطلاعاتی و جنگ شناختی، اکنون به یک ضرورت تبدیل شده است (مقدم فر و همکاران، ۱۴۰۱: ۸۷). جنگ شناختی به معنای استفاده از اطلاعات و روان‌شناسی برای تأثیرگذاری بر افکار و رفتارهای فردی و جمعی است. این نوع جنگ برخلاف جنگ‌های سنتی، هدفش نابودسازی فیزیکی نیست؛ بلکه تسلط بر فضای ذهنی افراد است. این جنگ می‌تواند از طریق رسانه‌ها، تبلیغات روان‌شناختی و شبکه‌های اجتماعی انجام شود تا تغییرات عمده‌ای در نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی ایجاد کند (Phelps & etl, 2022).

نوع جنگ، هدف ایجاد تفرقه، ترس، انفعال یا تغییر در تصمیم‌گیری دشمن از طریق انتشار اخبار، شایعات، پروپاگاندا یا هدفمند یا سایر تکنیک‌های ذهنی است (سعیدی، ۱۳۹۱). مدیریت افکار عمومی: کلیه اقداماتی است که رهبران فکری، تبلیغات، گروه‌های فشار سودطلب و آرمان‌گرا و رسانه‌ها در جهت شکل‌گیری و جهت‌دهی افکار عمومی انجام می‌دهند و یا مواردی است که به شکل عملیات روانی در قالب تطمیع، ترغیب و یا تهدید برای هدایت افکار عمومی در شرایط مختلف بکار گرفته می‌شود. در مجموع شکل‌گیری و جهت‌دهی افکار عمومی به‌عنوان مدیریت افکار عمومی است (مطالعات گروهی دعا، ۱۴۰۲). مدیریت ادراک و ذهن: جنگ شناختی درصدد است تا قوه شناخت آحاد مردم و به‌ویژه نخبگان جامعه را از طریق مدیریت ادراک، اقناع، تغییر و متقاعدسازی دگرگون ساخته و

مخاطب را به سوی پشت به نیروی خودی و رو به سوی دشمن ترغیب سازد (عراقی و همکاران، ۱۳۹۹).

تغییر باورها و ارزش‌ها: بُعد دیگری از جنگ شناختی، حوزه کنترل و مدیریت ادراک انسان است که توسط آن، اذهان، اعتقادات و باورهای فرد را دچار دگردیسی و تغییر می‌کند (حاجی‌زاده، ۱۴۰۱).

فضای مجازی: ساختاری است با لایه‌های زیرساخت، خدمات، محتوی و کاربر که به‌عنوان اساس و کالبد در فضای مجازی یا فضای سایبر مطرح هستند (سیاح طاهری، ۱۳۹۵). نظریه جنگ شناختی مونیستری: این نظریه اشاره دارد به این‌که جنگ شناختی تمام حوزه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد و محدود و منحصر به بخش‌های خاصی نیست. این جنگ اعتقادات، نگرش‌ها و رفتار نخبگان و عامه جامعه را هدف قرار می‌دهد (جوانی، ۱۴۰۱: ۶۹).

نظریه ارتباطات در ارگانیسم‌های زنده سانتیاگو: اشاره دارد به اینکه سیستم‌های پیچیده مانند ارگانیسم‌های زنده به‌عنوان سیستم‌های با ویژگی‌های خودسازمان‌دهی، تحت تأثیر تعاملات پیچیده و غیرخطی میان اجزای مختلف قرار دارند و به دلیل تعاملات متقابل، ممکن است رفتارهای غیرقابل پیش‌بینی داشته باشند (سانتیاگو، ۲۰۱۲).

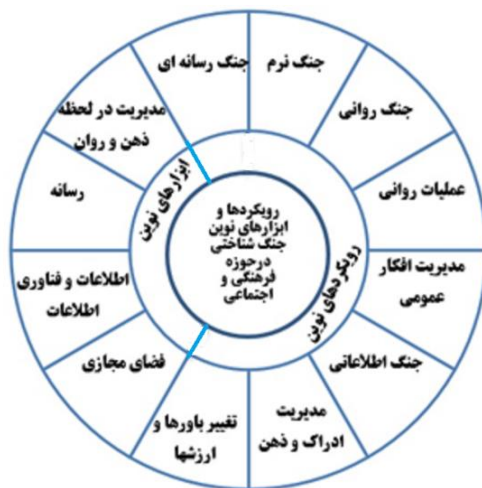
۳. چهارچوب نظری و مفهومی

با مبنا قرار دادن فرمایشات مقام معظم رهبری^(مدظله‌العالی) که می‌فرمایند: «دشمن دنبال این است که بر مغزها تسلط پیدا کند. تسلط بر مغزها برای دشمن خیلی باارزش‌تر از تسلط بر سرزمین‌ها است. اگر مغز یک ملتی را توانستند تصرف کنند آن ملت سرزمین خودش را دودستی به دشمن تقدیم می‌کند» (بیانات، ۱۴۰۱) و بررسی نظرات اندیشمندان و نخبگان جنگ شناختی مانند مونیستری و سانتیاگو چهارچوب نظری پژوهش به شرح شکل زیر بیان گردید.



شکل ۱: چهارچوب نظری پژوهش

پس از انجام مطالعات نظری و بررسی نظرات مختلف اندیشمندان و خبرگان جنگ شناختی و همچنین با توجه به اینکه نظریه کامل و یکپارچه‌ای درباره جنگ شناختی وجود ندارد و هرکدام از صاحب‌نظران به گوشه‌ای از جنگ شناختی پرداخته‌اند. بنابراین با توجه به دو مضمون رویکرد و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگ و اجتماع و نظر خبرگی، چهارچوب مفهومی پژوهش به شرح شکل (۱)، تدوین گردید.



شکل ۲: چهارچوب مفهومی پژوهش

۴. روش‌شناسی

هدف این تحقیق، بررسی رویکردها و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگ و اجتماع است که در تلاش است تا به تحلیل و تبیین ابزارها و رویکردهای نوین در جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی بپردازد. این تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی با رویکرد کیفی انجام گردید. در پژوهش به بررسی اثر متغیرها بر یکدیگر پرداخته نشده است، لذا متغیری تعریف نگردیده است. در این تحقیق در مرحله اول برای جمع‌آوری و بررسی ادبیات از روش کتابخانه‌ای استفاده گردیده است. به این منظور، منابع علمی و تخصصی در زمینه جنگ شناختی و حوزه فرهنگی-اجتماعی آن مورد مطالعه قرار گرفتند. این منابع شامل کتاب‌ها، مقالات علمی، گزارش‌ها و اسناد مرتبط با موضوع تحقیق است که به تحلیل و فیش‌برداری دقیق از اطلاعات آن‌ها پرداخته شد. در مرحله دوم، برای تکمیل اطلاعات به روش میدانی، مطابق با سؤال تحقیق از جامعه خبرگی مصاحبه به عمل آمد.

با توجه به تخصصی بودن موضوع تحقیق، جامعه آماری به صورت هدفمند از بین ۲۰ نفر از خبرگان کشوری و لشکری که دارای ویژگی‌های زیر بودند، انتخاب گردیدند:

♦ دارای مدرک تحصیلی حداقل کارشناسی ارشد مرتبط با موضوع تحقیق؛



- ❖ دارای سابقه‌ی خدمتی در مشاغل راهبردی و مشابه آن در مشاغل کشوری؛
 - ❖ دارای تخصص در حوزه جنگ شناختی، فضای مجازی و جنگ نرم؛
 - ❖ اعضاء هیئت علمی حوزه جنگ و دفاع شناختی دانشگاه‌های کشوری و لشکری.
- روش نمونه‌گیری در این پژوهش ضمن در نظر داشتن کلیه شرایط و ویژگی‌های بیان‌شده، به صورت تمام‌شمار انجام گردید. اعتبار سنجی و تأیید پایایی و روایی و اعمال تغییرات مد نظر، توسط جامعه آماری خبره و در چند مرحله انجام پذیرفت.

۵. تجزیه و تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

جهت دستیابی به ابزارها و رویکردهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی با استفاده از نرم‌افزار تحلیل کیفی (مکس کیودا)^۱ و تحلیل محتوای پنهان داده‌ها به منظور شناسایی مفاهیم از طریق واحدهای معنایی و سپس مقوله‌ها و ارتباط میان داده‌ها، کدهای اولیه (مفاهیم)، کدهای محوری (مقوله‌ها) برای دو مضمون رویکردها و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی استخراج و طی دو مرحله در قالب جلسه خبرگی ارائه و تأیید لازم اخذ گردید. فرایند انجام تحلیل کیفی در قالب جدول (۱)، در خصوص رویکردهای نوین و جدول (۲)، در خصوص ابزارهای نوین تدوین گردید.

جدول ۱: فرایند احصای رویکردهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی

واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
آرام‌سازی با استفاده از نگرش و رویکردی صلح جویانه که هوشیاری و بیداری دشمن زایل شود.	ماهیت جنگ روانی	جنگ روانی	

واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
مجموعه اقدامات سلبی یا ایجابی که باهدف تحت تأثیر قرار دادن اصول و مبانی تصمیم‌گیری و یا الگو و سیاست رفتاری مخاطب با استفاده از ابزارهای غیرکشنده - به‌صورت مستقیم - و یا ابزارهای کشنده - به‌صورت غیرمستقیم - در فضای مبتنی بر تعارض با اختلاف منافع صورت می‌گیرد تا از این طریق مخاطب نسبت به تغییر رفتار متناسب با منافع درخواستی مهاجم مجبور، قانع یا توجیه گردد.	هدف جنگ روانی		رویکردهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی
جنگ شناختی به‌جای اینکه مخاطب با تهییج احساسات و عواطف، به‌یک‌باره و فوری وادار به واکنش شود، در فرایندی مدیریت‌شده قرار می‌گیرد تا نگرش وی نسبت به مسائل اساسی نظیر اعتقادات و باورها، خانواده، مناسبات اجتماعی و سیاسی، الگوی رفتاری، شیوه زندگی و ایده حاکمیت به‌صورت کاملاً نامحسوس و خزنده تحت تأثیر قرار گیرد.			
هدف جنگ روانی عملی است که دشمن را وادار سازد نیرو و تجهیزات خود را از جبهه فعال انتقال داده و سلاح نیروهای خود را آماده دفاع از حمله‌ای کند که هیچ‌گاه رخ نخواهد داد.			
هدف تأثیر بر آراء، احساسات، رویکردها و رفتار دشمن یا افراد بی‌طرف انجام می‌شود.			
هدف اصلی عملیات روانی، تهییج و تحریک است			
تأثیر قرار دادن اصول و مبانی تصمیم‌گیری			



واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
عملیات روانی به دنبال ایجاد دگرگونی‌های دفعی و فوری، آن‌هم در سطح افکار است.			
اذهان مخاطبان را دست‌کاری کرده و نگرش‌های نوینی در اذهان آنان شکل می‌دهد و به رفتارها و کنش‌های فردی و اجتماعی آنان جهت داد.			
مهم‌ترین ابزار قدرت نرم «ابزارهای فرهنگی و رسانه‌های نوین ارتباطی» است			
اینترنت، علم‌اندوزی، سازمان‌های مردم‌نهاد، دیپلماسی، هنر، رسانه			
مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت و اصول تبلیغات			
عملیات رسانه‌ای استفاده از تمام رسانه‌ها و شیوه‌های روان‌شناختی و متخصصین صوت و تصویر و صدا جهت تضعیف چهره کشور هدف و دفاع از منابع خود است.			
دیپلماسی عمومی بیشتر بر هدف تلطیف افکار و نگرش نخبگان و آحاد مردم یک جامعه در برابر دولت و کشور به‌کارگیرنده دیپلماسی عمومی متمرکز است.			
برانگیختن مردم برای رفتار اعتراضی و نافرمانی مدنی است و تخریب مدل سیاسی موجود در ذهن			

واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
جنگ به‌وسیله ابزارهای فرهنگی، به‌وسیله نفوذ، به‌وسیله دروغ، به‌وسیله شایعه‌پراکنی با ابزارهای پیشرفته‌ای که امروز وجود دارد.			
در جنگ نرم، صرفاً تلاش بر تضعیف باورها و افکار افراد یک سرزمین است؛ اما در جنگ شناختی، از رسانه‌های جدیدتر و فضاهای مجازی برای تحت تأثیر قرار دادن افراد جامعه استفاده می‌کند.	موضوع جنگ نرم		
جنگ نرم دارای ابعاد سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، دفاعی و امنیتی است.	ابعاد جنگ نرم		
هدف قرار دادن قوه شناخت و اثرگذاری بر نگرش‌ها، باورها، عقاید، اهداف و ارزش‌های جامعه هدف از طریق مدیریت ادراک به‌منظور ایجاد تغییر در مخاطبان تا مرز هم‌سو شدن آن‌ها با اهداف و دستیابی به منافع مورد نظر است.	هدف جنگ نرم		
ایجاد تغییر در اعتقادات؛ مهم‌ترین هدف جنگ نرم ایجاد تغییر و دگرگونی در باورها و اعتقادات جامعه هدف جنگ نرم است.			
ایجاد تغییر در افکار و اندیشه‌ها؛ چنانچه دشمنان یک ملت با جنگ نرم بتوانند در باورها و اعتقادات یک ملتی رسوخ کند، با ایجاد شک و تردید آن باورها و اعتقادات را مخدوش و متزلزل می‌نماید.			
جنگ نرم در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه یا گروه هدف است.			



کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد اولیه (مفاهیم)	واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد گزینشی (مضامین)
		در جنگ نرم، باورها، ارزش‌ها و عقاید مورد هجوم قرار می‌گیرد و بر این اساس می‌توان جنگ نرم را این‌گونه تعریف کرد. جنگ نرم مجموعه‌ای از اقدامات روانی و تبلیغاتی رسانه‌ای است که دگرگونی در هویت فرهنگی و الگوهای رفتاری موردقبول یک نظام سیاسی را دنبال می‌کند و درواقع به دنبال نوعی سلطه در ابعاد سه‌گانه حکومت، اقتصاد و فرهنگ است.	
		ایجاد تغییر در رفتار؛ رفتارهای یک جامعه مبتنی بر اعتقادات و چگونگی فکر و اندیشه در آن جامعه شکل می‌گیرد.	
		ایجاد تغییر در ساختار سیاسی؛ هدف نهایی در جنگ نرم علیه یک ملت، ایجاد تغییر و دگرگونی در ساختار سیاسی آن جامعه و جایگزین کردن ساختارهای جدید است.	
	ویژگی جنگ نرم	هجوم به منابع نرم قدرت یک ملت یعنی تخریب فرهنگ، اعتقادات، دین و ایدئولوژی یک ملت و جایگزینی آن با منابع معنوی قدرت دشمن را می‌توان تحقق جنگ نرم نامید مبارزه در جنگ نرم بسیار پیچیده است.	
		تغییرات جنگ نرم ماهوی، آرام، ذهنی و تدریجی است.	
		جنگ نرم، مبارزه‌ای غیر خشونت‌آمیز است و از شیوه‌های نرم استفاده می‌شود.	

واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
نفوذ در مختصات فکری دشمن قدرت نرم است و به تعبیر جوزف نای قدرت نرم عبارت است از «توانایی تأثیرگذاری بر دیگران و به دست آوردن نتایج مطلوب از طریق جذب و متقاعد کردن به‌جای اجبار.»			
فریب در چهارچوب خلق و جعل روشن می‌شود. خلق به معنای تولید اطلاعات غلط و ارائه آن به‌جای حقیقت است و جعل به معنای استفاده از اطلاعاتی است که به لحاظ فنی درست است. روش ادراکی یک روش راهبردی است که در بلندمدت و به‌صورت کلی و در سطوح کلان قابلیت اثربخشی دارد. برجسته‌سازی یعنی این اندیشه که در رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آن‌ها فکر می‌کنند، تبیین می‌نمایند. تکنیک اتهام زنی آن است که جرائم بزرگی به یک گروه یا کشور انتساب داده شود. در تکنیک هم‌رنگی با جماعت به مخاطبان القاء می‌شود که همه مردم یا اغلب آنان با نظر و عقیده خاصی موافق هستند و یا رفتاری معین را انجام می‌دهند.	روش‌های عملیات روانی	عملیات روانی	



واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
می‌توان عملیات روانی را شامل کلیه اقدامات و فعالیت‌های هدفمندی دانست که «به‌منظور تأثیرگذاری بر عقاید، عواطف و احساسات، رفتار و گفتار جامعه و مخاطبان مورد نظر در هر سطح و گروه (اعم از جوامع بزرگ یا گروه‌های محدود، نظامیان یا غیرنظامیان و ...)، در جبهه‌های خودی، دشمن و یا بی‌طرف و در نهایت دستیابی به اهداف و مقاصد موردنظر صورت می‌گیرند.»	اثر و هدف عملیات روانی		
در جنگ اطلاعاتی، پنج مرحله شامل نفوذ، بهره‌برداری، تخریب اطلاعات، انهدام سامانه‌های اطلاعاتی و انهدام زیرساخت‌های حیاتی و حساس، انجام می‌شود.	مراحل جنگ اطلاعاتی		
هدف مدیریت اطلاعات در جنگ شناختی، تلاشی است جهت تهیه دقیق و به‌موقع اطلاعات مورد نیاز رهبران برای کمک به آن‌ها در فرایندهای تصمیم‌گیری.	مدیریت و کنترل اطلاعات	جنگ اطلاعاتی	
در جنگ شناختی، به‌منظور دستیابی به برتری اطلاعاتی از رهگذر تخریب اطلاعات و دستگاه‌های اطلاعاتی دشمن و منحرف کردن او در اقدامات و تصمیم‌گیری‌ها انجام می‌شود.			
کنترل فضای اطلاعاتی، محافظت از دسترسی به اطلاعات شخصی، درعین‌حال تلاش در جهت به‌دست‌آوردن و استفاده از اطلاعات، تخریب دستگاه‌های اطلاعاتی و ایجاد اختلال در جریان اطلاعات دشمن است.			
جنبه تخریب فیزیکی یا به تعبیری دیگر جنبه ویرانگری در حداقل قرار دارد و تلاش می‌شود هدف که عمدتاً سیاسی است با حداقل ویرانگری محقق شود.	سطوح جنگ اطلاعاتی		

واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
روش‌هایی مانند حمله فیزیکی الکترونیکی، دزدی، شنود و تخریب فیزیکی مورد حمله قرار می‌گیرد. زیرساخت‌هایی مانند شبکه اینترنتی و داخلی سازمان‌ها، سامانه‌های پشتیبانی و مولدهای برق صورت می‌گیرد. استفاده از روش‌هایی مانند عملیات روانی، دیپلماسی، فعالیت‌های عمومی و غیرنظامی، تأثیراتی مانند تردید و دودلی یا تأخیر در تصمیم‌گیری و ... بر روی فرماندهان و رهبران			
تغییر باورهای نظام اسلامی یکی از کار ویژه‌های اصلی جنگ ادراک است که در آن باور به اسلام، باور به کارآمدی نظام اسلامی و باور به امکان تداوم نظام اسلامی هدف قرار می‌گیرد. ابزار اصلی در این جنگ انتشار گسترده اطلاعات نادرست، شایعه و تبلیغات به‌منظور تخلیه روانی گیرنده‌های این اطلاعات (افراد) است. تصویرسازی از آن در رسانه‌ها بسیار پررنگ صورت گرفته و تلاش می‌شود دامنه آن بیش از آنچه در واقعیت بروز و ظهور دارد نشان داده شود.	شیوه جنگ اطلاعاتی		
جنگ شناختی به‌منظور کسب برتری راهبردی و تاکتیکی به دست‌کاری و مدیریت رفتارها و هنجارها در مقیاسی کلان و توده‌وار می‌پردازد.	مدیریت ادراک	مدیریت ادراک و اذهان	



واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
در جنگ شناختی، مدیریت ادراک صورت می‌گیرد که ترکیبی از طراحی، عملیات امنیتی - اطلاعاتی، پوشش، فریب، القا و عملیات روانی است که به تغییر و دست‌کاری شناخت جامعه هدف نسبت به نظام سیاسی منجر می‌شود.			
جنگ شناختی اعتقادات، نگرش‌ها و رفتار نخبگان و عامه جامعه هدف قرار می‌گیرد. به عبارت دقیق‌تر، در جنگ شناختی مدیریت ادراک صورت می‌گیرد که ترکیبی از طرح‌ریزی، عملیات امنیتی، پوشش و فریب و عملیات روانی است و به تغییر و دست‌کاری شناخت جامعه نسبت به نظام سیاسی منجر می‌شود.			
ایجاد جاذبه فکری، تغییر ذائقه، باورها و هنجارهای حاکم مد نظر است			
بهره‌برداری از شناخت انسان به صنعتی عظیم و گسترده در عصر کنونی تبدیل شده است و انتظار می‌رود به‌زودی ابزارهای در حال ظهور هوش مصنوعی، به شکل مؤثر، توانایی‌های تبلیغاتی را برای دست‌کاری ذهن انسان‌ها و تغییر رفتار جامعه فراهم سازند.	دست‌کاری ذهن	تغییر باورها	
مردم نسبت به مسائل اساسی انقلاب حساس‌اند. کسی به این مبانی تعرض نکند، مردم موضع می‌گیرند. در جنگ شناختی دشمن به دنبال حساسیت‌زدایی نسبت به اصول و بینات و مبانی انقلاب است.	حساسیت‌زدایی از اصول و مبانی		

واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
رسانه‌ها جهت جلب اعتماد مخاطبان با ارائه گزارش‌هایی که بخشی از واقعیت بوده به همراه استفاده از تصاویر غلط و ناکامل در راستای اهدافی از پیش طراحی‌شده به جریان‌سازی خبری می‌پردازند. به بیان دیگر، تفسیر و توضیحی که این رسانه‌ها از اخبار ارائه می‌دهند، در راستای اهداف از پیش طراحی‌شده یعنی همان ناامید سازی مردم با سیاه نمایی است.	ناامید سازی		
در جنگ شناختی با شیوه‌هایی مانند؛ اعتماد زدایی، قداست، ناکارآمد نمایی، یک کشور و جامعه را به افراد آن جامعه تلقین می‌کنند و درواقع مردم جامعه که اصلی‌ترین سرمایه اجتماعی یک کشور هستند را نسبت به جامعه و کشور بدبین کرده و امید به آینده را در آن‌ها از بین می‌برند.	ناکارآمد زدایی قداست زدایی اعتماد زدایی		
با اطلاع دستگاه سانسور از عدم کارایی حذف و اطلاع یافتن مردم از موضوع، رسانه‌ها به روش تهاجم زود هنگام روی آورده و موضوع را بی‌اعتبار می‌کنند	اعتبار زدایی		
شبکه‌های اجتماعی به‌طور جدی در جهت تخریب و القای ناکارآمدی نظام و همچنین امنیت داخلی کشور، هنجار سازی تعارض‌ها، مشروعیت‌یابی ساختاری از نظام سیاسی، تضعیف انسجام ملی و شکاف بین جامعه و حاکمیت و ایجاد زمینه تقابل مردم با نظام سیاسی و تضعیف باورهای ملی فعالیت می‌کنند.	مشروعیت زدایی		



واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
در شبکه‌های اجتماعی فعال در فضای سایبر، قدرت کنترل رسمی جریان اطلاعات، به نفع بازیگران جدید، محدودشده و شبکه روابط بین کنشگران، سرمایه‌های عظیمی را خلق کرده است. از یک‌سو، با گستردگی واسطه‌های انتشار اطلاعات، تمرکز قدرت در کنترل اطلاعات از میان‌رفته است و از سوی دیگر، کانون‌های قدرتی که در شبکه‌های اجتماعی، پیرامون ارزش‌ها، ایده‌ها و علایق مشترک شکل گرفته‌اند، در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در نقش بازیگران قدرتمند اظهار وجود کرده‌اند.	کنترل اطلاعات	مدیریت افکار عمومی	
مدیریت بر افکار عمومی یعنی یک جنگ رسانه‌ای که مبتنی بر مهندسی افکار عمومی است.	شکل‌گیری افکار عمومی		
افکار عمومی پدیده‌ای جدید است و ریشه‌های آن را باید در دوره انقلاب فرانسه جستجو کرد. افکار عمومی اظهارنظرهای رایج درباره مسائل کشور و پدیده‌ای است که تنها در جوامع جدید شکل گرفته و با گسترش رسانه‌های همگانی و سازمان سیاسی تسریع یافته است.			
مدیریت افکار عمومی کلیه اقداماتی است که رهبران فکری، تبلیغات، گروه‌های فشار سود طلب و آرمان‌گرا و رسانه‌ها در جهت شکل‌گیری و جهت‌دهی افکار عمومی انجام می‌دهند. درمجموع شکل‌گیری و جهت‌دهی افکار عمومی به‌عنوان مدیریت افکار عمومی است.	شیوه‌های مدیریت افکار عمومی		
استفاده از کتاب، روزنامه، رادیو، تلویزیون و ...			

واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
سازمان‌های غیردولتی، گروه‌های مذهبی، اتحادیه‌ها و احزاب سیاسی، گروه‌های فشار و نیروهای ارزشی، گروه‌های منفعت‌طلب و قدرت‌طلب			
ورزشکاران، روحانیون، سیاستمداران، اساتید دانشگاه، شاعران، هنرپیشه‌ها، نویسندگان و فعالان سیاسی و سلبریتی‌ها ستاره‌های هنری، خبرنگاران و روزنامه‌نگاران (به‌عنوان رهبران احساسی جامعه)			
خانواده، دوستان، همسالان، محل کار، انجمن‌های مذهبی، مدارس و دانشگاه‌ها			
دشمن در جنگ شناختی از ابزارهای سایبری برای تغییر فرایندهای شناختی افراد کشور هدف استفاده کرده و برای رسیدن به این هدف از زیرساخت‌های رسانه‌ای نوین و سایبری، بهترین استفاده را به عمل‌آورده و از رسانه‌های جدیدتر برای نابودی ارزش‌ها، باورها و اعتقادات کشور هدف از طریق انجام جنگ رسانه‌ای، عمل می‌کند.	جنگ سایبری	جنگ رسانه‌ای	
مدیریت رسانه به‌منظور مستندسازی‌های پیچیده و حیل‌های رسانه‌ای، زیرساخت‌های فکری و مذهبی مردم کشور هدف را زیر سؤال برده و اعتقادات گذشته مخاطبان را با تردید روبه‌رو می‌کند.	مدیریت رسانه		
ابزارهای جنگ رسانه‌ای در معنای وسیع شامل تمامی وسایل ارتباطی جمعی است که در سطحی گسترده به انتشار اطلاعات، اخبار، عقاید، نظرات، آموزش، عملیات روانی، تبلیغات، توجیه، جهت‌دهی، ارشاد و یا انحراف می‌پردازند.	مدیریت فضای مجازی		



واحد‌های معنادار (مقدماتی)	کد اولیه (مفاهیم)	کدهای محوری (مقوله‌ها)	کد گزینشی (مضامین)
ابزارهای دیداری و شنیداری شامل: گروه‌های ماهواره‌ای، سینما، تلویزیون، هنرهای نمایشی و تجسمی.			
ابزارهای شنیداری شامل: رادیو با موج‌های کوتاه، بلند، موسیقی، آهنگ.			
ابزارهای نوشتاری شامل: کتب، نشریات، روزنامه‌ها، شب‌نامه، اعلامیه و اوراق تبلیغی.			
ابزارهای نوین ارتباطی و الکترونیکی شامل: رایانه‌ها و تلفن همراه که دارای نرم‌افزارهای ارتباطی در بستر فضای مجازی و اینترنت هستند			
هدف اصلی کاهش آستانه تحمل ملی و کاستن از پایداری مردم کشور هدف است.	ماهیت جنگ رسانه‌ای		
ایجاد جاذبه فکری، تغییر ذائقه، باورها و هنجارهای حاکم مد نظر است.			
صحت‌سنجی انبوهی از جریان اطلاعات			
طراحی بازی‌های پیچیده جنگ ترکیبی؛ امروز جنگ‌های دنیا جنگ‌های ترکیبی است. میدانید؛ جنگ سخت و جنگ نرم و جنگ فکری و جنگ فرهنگی و جنگ با سلاح‌های گوناگون و جنگ شناختی و امثال این‌ها با همدیگر مایه‌ی تهاجم به یک ملت یا یک کشور است. بازی‌های جنگ بایستی بتواند همه‌ی این لایه‌ها را با شیوه‌های نو، با شیوه‌های روزآمد، ان‌شاءالله تأمین کند.	جنگ‌های جدید بین‌المللی		

بر طبق یافته‌های تحقیق و با توجه به بررسی‌های موجود و همچنین مرور سوابق مرتبط یکی از موارد مهم در حوزه فرهنگی و اجتماعی، رویکردهای نوین در جنگ شناختی است.

در تحلیل کیفی انجام شده با نرم افزار مکس کیودا و انجام کدگذاری اولیه و محوری مقوله های احصا شده در خصوص رویکردهای نوین جنگ شناختی به شرح زیر است:

۱. یکی از مقوله های رویکردهای نوین جنگ شناختی استفاده از جنگ روانی با توجه به ماهیت و هدف آن است. ماهیت جنگ روانی در دو زمینه سلبی و ایجابی است که هدف آن تحت تأثیر قرار دادن اصول و مبانی تصمیم گیری مخاطب به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم است. البته در جنگ شناختی این روش به آرامی و به صورت خزنده و در یک فرایند مدیریت شده اعمال می گردد تا اعتقادات و باورهای افراد مورد هدف را تغییر دهد؛ در این فرایند از روش های مختلفی استفاده می شود که در جنگ روانی هدف، تغییر ارزش ها و هنجارها به سمت وسوی، خواسته مهاجم است.

۲. شیوه دیگر جنگ شناختی استفاده از مقوله عملیات روانی با دو عامل هدف و روش است؛ هدف آن، تأثیرگذاری بر آرا، احساسات، رویکردها و رفتار افراد کشور هدف، به ویژه در اصول و مبانی تصمیم گیری مدیران آنان است که یکی از مخرب ترین و خطرناک ترین تقابل ها است؛ چراکه اندیشه، تفکر، عقل و رفتار مخاطبان را هدف تلاش خود قرار می دهد و سپس با روش های عملیات روانی از قبیل: تضعیف و سست کردن روحیه، شایعه و سیاه نمایی، تحریک هیجانات و عواطف، قرینه سازی، پاره حقیقت گویی، فرسوده کردن، سردرگم سازی، فلج کردن، اطلاعات دست چین شده و استفاده از تبلیغات، که در نهایت نگرش و رفتار افراد جامعه را تغییر می دهد.

۳. مقوله دیگر رویکرد جنگ شناختی، مدیریت افکار است که دشمن از طریق، مدیریت افکار عمومی و شکل گیری افکار عمومی و با در اختیار گرفتن افکار جامعه هدف، تلاش می کند تا افکار مدیران و رهبران جامعه را با روش مهندسی مدیریت اجتماعی به صورت ماهرانه جهت پیروزی در میدان نبرد، تغییر و یا گمراه نماید.

۴. رویکرد جنگ اطلاعاتی نیز از دیگر موارد مورد استفاده در جنگ شناختی است. در این رویکرد، دشمن از جنگ شناختی برای به کنترل گرفتن مدیریت اطلاعات، دست کاری اطلاعات و یا محروم کردن از دسترسی به آنها با روش هایی مانند تخریب فیزیکی



سامانه‌های اطلاعاتی، زیرساخت‌ها و بسترهای شبکه‌های انتقال اطلاعات، تلاش می‌کند تا اطلاعات را وارونه، جعلی، به‌صورت تبلیغاتی (متقاعدسازی، فریب، دروغ و ...) و براساس اهداف خود به کشور هدف عرضه نماید. دشمن در این شیوه با استفاده از روش رسانه و ابزارهایی مانند رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، جنگ سایبری، تخریب زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی و نیز با ارائه انبوهی از اطلاعات و ناتوانی در صحت‌سنجی آن‌ها از سوی افراد مورد هدف، تلاش می‌کند تا تاب‌آوری افراد جامعه را کاهش داده و باورها و رفتارهای آن‌ها را تغییر دهد. همچنین با استفاده از شیوه جنگ اطلاعاتی تلاش می‌کند تا با وارونه‌سازی و تحریف حقایق و واقعیت‌ها، باورهای جامعه را با اثرگذاری بر روی ادراک آن‌ها، تغییر داده و با انتشار گسترده اطلاعات نادرست، شایعه و تبلیغات بر تصمیم و قضاوت مدیران، نخبگان و افراد دخالت داشته باشد. دشمن در روش جنگ اطلاعات با انجام تجزیه و تحلیل دقیق و با استفاده از اطلاعات، تلاش می‌کند تا تصویرسازی از حقیقت و ادراک‌سازی برای افراد جامعه هدف را در راستای نیل به مقاصد خود با کمترین هزینه اجرا نماید. برای رسیدن به این هدف؛ می‌تواند اخبار جعلی و اطلاعات واقعی و تحریف‌شده (اطلاعات نادرست)، حقایق مبالغه‌آمیز و اخبار ساختگی (اطلاعات غلط) را باهم ترکیب کرده تا از آسیب‌پذیری‌های ذاتی ذهن به نفع خود بهره گیرد. همچنین در این شیوه می‌تواند با استفاده از اطلاعات مبتنی بر واقعیت برای تخریب سازمان و یا افراد استفاده کرده و نیز با استفاده از انواع روش‌های تبلیغات اندیشه‌های موردنظر خود را به جامعه هدف انتقال دهد. اقدامات فوق تحت عنوان مراحل جنگ اطلاعاتی می‌تواند در طی پنج مرحله شامل نفوذ، بهره‌برداری، تخریب اطلاعات، انهدام سامانه‌های اطلاعاتی و انهدام زیرساخت‌های حیاتی و حساس، انجام شود.

۵. مقوله‌های دیگر مورد بررسی در رویکردهای جنگ شناختی، تغییر باورها و ارزش‌های حاکم بر جامعه و مدیریت بر ادراک و اذهان است. دشمن در این رویکرد از جنگ شناختی، از دو تکنیک ایجابی و سلبی استفاده می‌کند. در تکنیک ایجابی تلاش می‌کند تا با قرینه‌سازی، برجسته‌سازی، کمرنگ‌نمایی، انسانیت‌زدایی و ... و در روش سلبی با

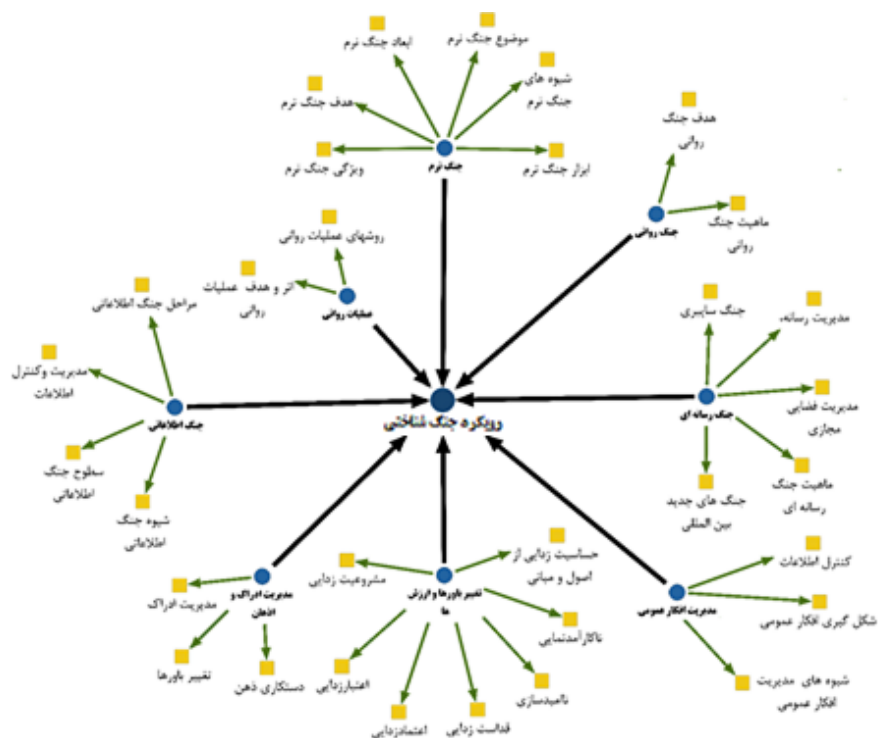
تکنیک‌های مشروعیت زدایی، اعتبار زدایی، اعتماد زدایی، قداست زدایی، ناامیدسازی و ناکارآمدی، ارزش‌های جامعه را سست و مردم را در مقابل نظام حاکم قرار دهد. در مدیریت ادراک و اذهان از سه روش مدیریت ادراک، تغییر باورها و دست‌کاری ذهن برای هدف قرار دادن اعتقادات، باورها، بینش‌ها، نگرش‌ها و رفتار حاکمان، نخبگان و توده جامعه، استفاده کرده و با روش کاملاً نامحسوس و خزنه نگرش افراد را نسبت به مسائل اساسی مانند امور اعتقادی، خانواده، مناسبات اجتماعی و سیاسی، الگوهای رفتاری، شیوه زندگی و یا ایده حاکمیت را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۶. مقوله دیگر مورد استفاده در رویکردهای نوین جنگ شناختی، جنگ رسانه‌ای است که با شیوه‌های جنگ سایبری، مدیریت رسانه و مدیریت فضای مجازی انجام می‌شود. دشمن در روش جنگ سایبری از انواع مختلف رسانه‌های اجتماعی مانند؛ سرچپه‌های شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها، بازی‌های مجازی وبلاگ‌ها و میکروبلگاها استفاده می‌کند. از ویژگی رسانه‌های اجتماعی و از قدرت فناوری هوش مصنوعی برای باورپذیر نمودن افراد مخاطب بهره می‌گیرد و تلاش می‌کند تا با تخریب زیرساخت و شبکه اطلاع‌رسانی کشور هدف و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اطلاع‌رسانی وابسته، برای ایجاد آشوب، بحران، ناامنی و اغتشاش اجتماعی استفاده کند. همچنین با مدیریت رسانه به منظور مستندسازی‌های پیچیده و حیل‌های رسانه‌ای، زیرساخت‌های فکری و مذهبی مردم کشور هدف را زیر سؤال برده و اعتقادات گذشته مخاطبان را با تردید روبه‌رو می‌کند.

۷. جنگ نرم نیز یکی دیگر از مقوله‌های رویکردهای نوین جنگ شناختی است که می‌تواند در زمینه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و دفاعی-امنیتی اعمال شود. آنچه در این روش مهم است، استفاده از ابزارهای جدید رسانه‌ای و فضای مجازی برای تحت تأثیر قرار دادن افراد جامعه است. دشمن برای پیشبرد اهداف خود از تولیدات رسانه‌ای جذابی برای «اقناع و همراه‌سازی» استفاده کرده تا از آن طریق بتواند فرهنگ، اعتقادات، دین و ایدئولوژی یک ملت را تخریب و منابع قدرت معنوی خود را جایگزین آن کند؛ بنابراین



هدف اساسی آن اثرگذاری بر نگرش‌ها، باورها، عقاید، اهداف و ارزش‌های جامعه هدف از طریق مدیریت ادراک است تا با ایجاد تغییر در مخاطبان، آن‌ها را با اهداف و منافع موردنظر خود هم‌سو نماید. بدیهی است که با تغییر هر نوع باور و اندیشه، مدل‌های رفتاری جدید بر اساس باورها و افکار جدید؛ جایگزین مدل‌های قبلی آن خواهد شد و نیز در سطح ملی با ایجاد تغییر در ساختار سیاسی که هدف نهایی این روش است؛ نظام سیاسی مشروعیت و مقبولیت خود را بین ملتش از دست داده و به راحتی زمینه‌های لازم برای تغییر آن ساختار و نظام سیاسی و جایگزین شدن یک نظام و ساختار جدید موردنظر دشمن، فراهم می‌گردد. در این روش نیز دشمن می‌تواند از عملیات رسانه‌ای جهت تضعیف چهره کشور هدف و دفاع از منافع خود استفاده کند. همچنین از روش فریب راهبردی و عملیات شناختی، ادراکی، عملیات رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی علیه کشور هدف و برای دستیابی به اهداف خود استفاده می‌کند.



شکل ۳: رویکردهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی

تجزیه و تحلیل کیفی ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی

بر طبق یافته‌های تحقیق و با توجه به بررسی‌های موجود و همچنین مرور سوابق مرتبط، یکی از موارد مهم دیگر در حوزه فرهنگی و اجتماعی جنگ شناختی، ابزارهای نوین جنگ شناختی است. در تحلیل کیفی انجام‌شده با نرم‌افزار مکس کیودا، ۴ مقوله، اطلاعات و فناوری اطلاعات، مدیریت در لحظه ذهن و روان، فضای مجازی و رسانه در حوزه ابزارهای نوین فرهنگی و اجتماعی جنگ شناختی احصا گردید که نتایج تحلیل به شرح زیر است:

۱. یکی از مقوله‌های ابزارهای نوین جنگ شناختی استفاده از فناوری اطلاعات و ریزابزارهایی مانند: رایانه‌ها، شبکه‌ها و سامانه‌های وابسته به آن است که از آن‌ها برای



جمع‌آوری، پردازش و انتقال اطلاعات به‌منظور تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و افکار عمومی استفاده می‌گردد.

۲. مقوله دیگر مورد استفاده در ابزار جنگ شناختی، مقوله مدیریت در لحظه ذهن و روان است که در این ابزار از توانایی فردی افراد از قبیل زیرکی، هوشمندی، حدس و گمان، آگاهی از سرشت افراد، استفاده می‌شود.

۳. فضای مجازی و استفاده از آن یکی دیگر از مقوله‌های ابزارهای نوین جنگ شناختی است که از این ابزار در دو سطح بستر فضای مجازی و فضای مجازی و اینترنت برای انتقال پیام‌ها، استفاده می‌گردد. این بستر محیطی برای جنگ سایبری و جنگ نرم و نیز استفاده از این فضا برای ایجاد جاذبه‌های گوناگون و خلق بسترهای لازم برای سوارشدن به امواج احساسات افراد جامعه هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۴. یکی دیگر از مقوله‌های ابزارهای نوین جنگ شناختی، استفاده از رسانه از طریق مدیریت رسانه به‌عنوان ابزار سایبر، سلاح رسانه و فضای رسانه است. دشمن در جنگ شناختی از ابزارهای سایبری برای تغییر فرایندهای شناختی افراد کشور هدف استفاده کرده و برای رسیدن به این هدف از زیرساخت‌های رسانه‌ای نوین و سایبری، بهترین استفاده را به عمل آورده و از رسانه‌های جدیدتر برای نابودی ارزش‌ها، باورها و اعتقادات کشور هدف از طریق انجام جنگ رسانه‌ای، عمل می‌کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

در پاسخ به سؤال اصلی پژوهش که بیان می‌دارد، رویکردها و ابزارهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگ و اجتماع کدامند؟ و منطبق بر تحقیقات انجام شده ابزارهای نوین اصلی در جنگ شناختی، به‌ویژه در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی، انتشار گسترده اطلاعات نادرست، شایعه‌پراکنی و تبلیغات به‌منظور تخلیه روانی گیرندگان اطلاعات (افراد) است. ذهن انسان، به دلیل شیوه‌های خاصی که برای پردازش اطلاعات دارد، قادر به صحت‌سنجی و پردازش انبوهی از اطلاعات نیست و این دقیقاً همان نقطه آسیب‌پذیری است که جنگ

شناختی از آن بهره می‌برد. یکی از ویژگی‌های منفی ذهن انسان، خطای شناختی است که در هنگام تحلیل و تفسیر اطلاعات، فرد را به اشتباه می‌اندازد و مانع از ارزیابی صحیح شرایط موجود می‌شود. این امر باعث می‌شود تا فرد نتواند گزینه‌های پیشرو را به درستی شناسایی و انتخاب کند. مراحل انجام یک عملیات شناختی شامل تعریف هدف، تعیین مخاطب هدف، انتخاب و تعیین روش‌های جمع‌آوری اطلاعات، تحلیل اطلاعات، انتشار اطلاعات و اقدامات اجرایی است. برای انجام این مراحل، نیاز به شیوه‌ها و ابزارهای جنگ شناختی وجود دارد که از جمله آن‌ها می‌توان به جنگ روانی، جنگ اطلاعاتی، جنگ نرم و جنگ سایبری اشاره کرد. دشمن با استفاده از ابزارها و فنون نوین جنگ اطلاعاتی تلاش می‌کند تا افکار مدیران، رهبران و شهروندان طرف مقابل را تحت تأثیر قرار دهد. این تأثیرگذاری با ترکیبی از جنگ روانی، جنگ سایبری، جنگ نرم و سایر ابزارهای دیجیتالی، به‌ویژه با حداقل خسارت فیزیکی، در سه لایه ادراکی، لایه ارتباطی با فضای سایبر و بستر فیزیکی صورت می‌گیرد. در جنگ اطلاعاتی، تکنیک‌های مختلفی همچون فریب، دروغ، شایعه‌پراکنی و وارونه‌نمایی واقعیت، بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی به کار می‌روند. با ظهور انقلاب سایبری، ابزارهایی چون تبلیغات و اخبار جعلی (اطلاعات غلط غیر عامدانه، اطلاعات غلط عامدانه یا اطلاعات واقعی که برای آسیب رساندن به فرد، سازمان یا کشور خاصی استفاده می‌شوند) مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. یکی دیگر از رویکردهای جنگ شناختی، استفاده از فنونی برای عملیات روانی است. در این رویکرد، دشمن از طریق مدیریت ادراک، به‌طور خزنده و نامحسوس قوای شناختی مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نگرش آن‌ها را نسبت به مسائل اساسی نظیر اعتقادات و باورها، خانواده، مناسبات اجتماعی و سیاسی، الگوی رفتاری، شیوه زندگی و ایده حاکمیت تغییر می‌دهد. در این فرایند، از تکنیک‌های مختلفی نظیر تمرکز بر موقعیت، خبر، مخاطب، هدف یا نوع پردازش اطلاعات استفاده می‌شود. همچنین، از تکنیک‌هایی مانند برجسته‌سازی، کمرنگ‌نمایی، تحریک احساسات و عواطف، قرینه‌سازی، پاره حقیقت‌گویی، انسانیت زدایی، اهریمن‌سازی، برچسب‌زنی، مشروعیت زدایی، اعتبار زدایی، اعتماد زدایی، قداست زدایی، ناامیدسازی و ناکارآمد سازی برای ایجاد رویگردانی اجتماعی و از بین بردن



سرمایه اجتماعی استفاده می‌شود. این اقدامات باعث می‌شود که مردم از حاکمیت فاصله گرفته و مشروعیت آن دچار بحران شود. در ادامه، جنگ سایبری و ابزارهای آن به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر در جنگ شناختی معرفی می‌شوند. هدف از حملات سایبری، تخریب دستگاه‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی کشور هدف است. دشمن با بهره‌گیری از فضای سایبری، عملیات اطلاعاتی را در حوزه‌های سنتی با تأثیرگذاری بیشتر انجام می‌دهد. این عملیات شامل ایجاد آشوب، بحران، ناامنی و اغتشاش با از کار انداختن زیرساخت‌های اساسی، انجام عملیات روانی و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اطلاع‌رسانی است. با استفاده از هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین رسانه‌ای، دشمن تلاش دارد تا شهروندان کشور هدف را در جنگ شناختی تحت تأثیر قرار دهد. جنگ نرم و ابزارهای آن نیز در این فرایند نقش بسزایی ایفا می‌کنند. در این نوع جنگ، دشمن به تخریب فرهنگ، اعتقادات، دین و ایدئولوژی یک ملت پرداخته و سعی دارد آن‌ها را با منابع معنوی و قدرت نرم خود جایگزین کند. در این راستا، دشمن تلاش می‌کند تا با استفاده از اقدامات نرم‌افزاری و روانی، حوزه‌های افکار و باورهای اجتماعی را به منظور تحقق اهداف خود تسخیر کند. برای تأثیرگذاری بر ادراک و ذهن افراد، از تکنیک‌های مختلفی مانند عملیات رسانه‌ای، عملیات روانی، عملیات شناختی، فریب استراتژیک و دیپلماسی عمومی استفاده می‌شود. این تکنیک‌ها در نهایت به شکل‌دهی به ذهنیت‌ها و تحریف واقعیت‌ها می‌انجامد. در مجموع، جنگ شناختی از طریق ترکیب روش‌ها و ابزارهای مختلف در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و سایبری به دنبال تأثیرگذاری بر ذهنیت و ادراک افراد است. این فرایندها، به‌ویژه در دنیای امروز که تحت تسلط رسانه‌ها و فضای سایبری است، می‌توانند آثار چشمگیری بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف داشته باشند. در تحقیق انجام شده در خصوص مضمون رویکردهای نوین حوزه فرهنگ و اجتماع ۳۲ مفهوم و ۸ مقوله و ابزارهای نوین ۱۰ مفهوم و ۴ مقوله احصا گردید که می‌تواند مبنای طراحی برنامه‌های عملیاتی و پژوهشی برای مقابله با جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی قرار گیرد.

پیشنهادهای پژوهش

- ✓ نتایج تحقیق به معاونت فرهنگی و جنگ نرم ستاد کل نیروهای مسلح و معاونت آموزش ستاد کل نیروهای مسلح ارسال شود تا از این طریق تمامی یگان‌ها و سازمان‌های نیروهای مسلح از خروجی‌های به‌دست‌آمده در زمینه ابزارها و رویکردهای نوین جنگ شناختی در حوزه فرهنگی و اجتماعی بهره‌برداری نمایند.
- ✓ نتایج تحقیق به معاونت عملیات و اطلاعات ستاد کل نیروهای مسلح و سایر سازمان‌های مرتبط با این حوزه ارسال گردد تا از آن برای تقویت آمادگی در برابر تهدیدات جنگ شناختی استفاده شود.
- ✓ نتایج تحقیق برای تهیه و پیاده‌سازی طرح‌ها و دستورالعمل‌های مقابله با جنگ شناختی در سازمان‌های نیروهای مسلح و سایر سازمان‌های کشوری مرتبط با حوزه جنگ شناختی به کار گرفته شود.
- ✓ سازمان‌های لشکری و کشوری مرتبط با جنگ شناختی باید برنامه‌های آموزشی مناسب برای کارکنان خود در زمینه رویکردها و ابزارهای جنگ شناختی و مقابله با آن را طراحی و اجرا نمایند.
- ✓ سازمان‌های نیروهای مسلح باید به تحقیق و توسعه در زمینه فناوری‌ها، توسعه سامانه‌ها، سیستم‌ها و راهکارهای مقابله با جنگ شناختی اقدام نمایند.



فهرست منابع

- آل داود، سید علیرضا (۱۴۰۲)، *هنر جنگ شناختی در عصر هوش مصنوعی*، تهران: انتشارات نواندیشان دنیای کتاب، چاپ اول
- بابایی طلائی، محمدباقر (۱۳۸۴)، *مبانی استراتژی فرهنگ از دیدگاه امام علی (ع)*. تهران: سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، انتشارات دانشگاه فرماندهی و ستاد، دوره عالی جنگ، چاپ اول
- بخشی، حامد (۱۳۹۹)، *ذهن و نقش آن در جنگ‌های شناختی*، تهران: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی، چاپ اول
- بروس، کوئن (۱۴۰۲)، *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه و اقتباس غلام عباس توسلی، رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت، چاپ ۳۷
- جاودانی مقدم، مهدی (۱۳۸۴)، *از واقعیت تا ابر واقعیت: نقش رسانه‌های غربی در بازنمایی بیداری اسلامی در خاورمیانه*، فصلنامه علمی رسانه، شماره ۲۲
- جوانی، محمد (۱۴۰۱)، *علوم شناختی در جنگ شناختی*، تهران: دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، انتشارات ادیب، چاپ بیستم
- حاجی‌زاده، سیروس (۱۴۰۱)، *تبیین زمینه‌ای، نظری، مفهومی و کاربردی جنگ شناختی*، دوفصلنامه بازی جنگ، سال پنجم، شماره ۱۰
- خوش رقم، داود (۱۳۹۶)، *عملیات روانی*، انتشارات معاونت آموزش نزاجا
- دو کلوزل، فرانسوا (۱۴۰۱)، *ظهور جنگ شناختی*، ترجمه محمد حسین قربانی زواره، سید علیرضا مصطفوی، انتشارات شناخت پژوه، چاپ اول
- رحمانی، محمود؛ گلرومفرد، زهرا (۱۳۸۹)، *نقش سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران در ارتقای سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی*، مورد مطالعه کانون‌های بانوان منطقه ۶، فصلنامه مجله مدیریت فرهنگی، سال چهارم، شماره ۱۰
- رضایی، علیرضا؛ ترابی، قاسم (۱۴۰۱)، *تبیین مفهومی و محتوایی جنگ‌های نوین در عرصه روابط بین‌المللی*، فصلنامه راهبرد سیاسی، سال ششم، شماره ۱
- ریاضی وحید و همکاران (۱۴۰۰)، *معرفی مؤلفه‌ها و ابزارهای جنگ ترکیبی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران*، فصلنامه علمی راهبرد دفاعی، سال نوزدهم، شماره ۷۳
- سعیدی، علی اصغر (۱۳۹۱)، *جنگ روانی*، انتشارات دایره

- سلیمی، حسین (۱۳۸۳)، فرهنگ گرای، جهانی‌شدن و حقوق بشر، انتشارات وزارت امورخارجه، چاپ دوم
- شاین، ادگار (۱۳۸۳)، مدیریت فرهنگ‌سازمانی و رهبری، ترجمه برزو فرهی بوزنجانی و شمس‌الدین نوری نجفی، تهران: انتشارات سیمای جوان
- شیرازی، علی (۱۳۹۵)، مدیریت فناوری اطلاعات در سازمان‌ها، مجله علوم اطلاعات و فناوری دانشگاه تهران، جلد ۱۲، شماره ۴
- صادقی، علی؛ هادیان، زهرا (۱۳۹۴)، نقش رسانه در جنگ نرم با نگاهی به جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی تخصصی پوشش در آموزش علوم انسانی، سال اول، شماره ۱
- عراقی، عبدالله؛ بیدگلی، محمد؛ رجبی ده برزویی، اصغر (۱۴۰۱)، واکاوی اهداف جنگ شناختی دشمن و راهکارهای تاب‌آوری مقابله با آن با تأکید بر آموزه‌های قرآن، فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس، دوره ۸، شماره ۴۴
- عراقی، عبدالله و همکاران (۱۳۹۹)، عملیات روانی در جنگ‌های آینده، تهران: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی
- فرخی، زهرا (۱۳۹۹)، راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان، معاونت سیاسی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران وبگاه خبرنوز.
- قائمی، موسی الرضا (۱۴۰۰)، تبیین نقش علوم شناختی در تهدیدات امنیتی با تأکید بر حوزه اجتماعی، رساله دکتری، دانشگاه عالی دفاع ملی
- قرایی آشتیانی، محمدرضا و همکاران (۱۴۰۳)، تبیین جنگ شناختی، مطالعات گروهی دوره هفتم اندیشه نظامی، دانشگاه عالی دفاع ملی
- کروبر، کلاکن (۱۳۷۵)، تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، مترجم: داریوش آشوری، انتشارات مرکز اسناد فرهنگی آسیا
- ماکسیمنکو، اس. دی (۲۰۲۳)، درک جنگ شناختی مدرن در مقیاس جهانی، کیف: انتشارات آکادمی ملی علوم تربیتی اوکراین
- ماندگار، محمدمهدی (۱۳۸۴)، فرهنگ‌سازی در نهج‌البلاغه، فصلنامه علوم سیاسی (باقرالعلوم)، سال سوم، شماره ۱۰



- محبوب عشرت‌آبادی، حسن؛ شکوری مغانی، سعید (۱۴۰۱)، *جنگ شناختی مدرن: از شناخت در رزم تا عرصه جنگ شناختی*، فصلنامه مطالعات منابع انسانی دانشگاه شهید ستاری، دوره ۱۲، شماره ۲
- محمدی نجم، سید حسین (۱۳۹۶)، *جنگ شناختی، بُعد پنجم جنگ (چاپ دوم)*. تهران: انتشارات موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی
- مصطفی ایزدی و همکاران (۱۴۰۲)، *طراحی الگوی مدیریت افکار عمومی از طریق فضای مجازی*، مطالعات گروهی دوره پانزدهم سیاست دفاعی، دانشگاه عالی دفاع ملی
- مظفر زاده، فتح اله (۱۳۸۲)، *زمینه‌سازی برای دستیابی به نظام توسعه فناوری، فصلنامه ستاد پیشبرد علوم در ایران ۱۴۰۰*، علم و آینده، سال دوم، شماره ۶
- مقدم فر، حمیدرضا؛ محسنی آهویی، ابراهیم (۱۴۰۱)، *جنگ شناختی: علم پیروزی درنبرد ذهن*، تهران: وبگاه خبرگزاری تسنیم
- ولی وند زمانی، حسین؛ شهلایی، ناصر؛ مهرنیا، احمد (۱۳۸۹)، *نظریه‌های راهبردی*، تهران: انتشارات دانشکده فرماندهی و ستاد

References

- Clausewitz, C. von. (1976). On war (M. Howard & P. Paret, Eds. & Trans). Princeton University Press.
- David E. Rogers, Sarah K. Jenkins. (2020). The Use of Tools in the Digital Era: A Framework for Technological
- Ellison, A. (2020). "Advancement", International Journal of Technological Innovations, Targeted messaging and cognitive warfare: The role of big data and artificial intelligence. Digital Society Review, 15(2).
- John L. Fisher, Helen K. Howard. (2020). "The Role of Culture in Shaping Social Norms and Behavior", Journal of Cultural Studies
- John M. P. Carlsen, Karen E. Jensen. (2018). "The Role of Strategic Management Approaches in Organizational Effectiveness", Journal of Business Strategy
- Laura T. Green, Michael D. Howell. (2021). "Emerging Trends in Modern Technology and its Impact on Society", Journal of Contemporary Innovation
- Le Guyader, H. (2022). Cognitive domain: A sixth domain of operations
- Michael T. Brown, Lisa M. Wright. (2019). "The Dynamics of Social Movements: Understanding Collective Behavior and Social Change", Social Movement Studies
- Newman, J. (2019). Media literacy and the importance of critical awareness in the digital age. Journal of Communication Studies, 42(3), 28-42.
- Santiago, R.M. (2012). The Theory of self-organization: A Framework for Understanding Complex system
- Singer, P. W. & Brooking, E. T. (2018). LikeWar: The weaponization of social media. Eamon Dolan Books
- William L. Phelps, Richard H. Lee. (2022). Cognitive Warfare: The New Battlefield of the 21st Century, International Journal of Cybersecurity and Information Warfare.