

الگوهای جنگ‌شناختی در مواجهه با زنان ایرانی؛ چالش‌های هویتی و راهکارهای مقاومت اجتماعی

محسن افروغ^{*۱}

۱- دکتری علوم سیاسی، موسسه آموزشی و پرورشی امام خمینی (ره)، قم، ایران. (نویسنده مسئول)

afroughmohsen@yahoo.com

تاریخ پذیرش: [۱۴۰۳/۶/۱۶]

تاریخ دریافت: [۱۴۰۳/۲/۲۸]

چکیده

این مقاله به بررسی الگوهای شناختی و گفتمان‌های تأثیرگذار بر هویت زنان در جمهوری اسلامی ایران می‌پردازد. در برخی از فضاها رسانه‌ای و تبلیغاتی، تلاش‌هایی برای بازتعریف نقش‌های اجتماعی زنان مشاهده می‌شود که می‌تواند به شکل‌گیری چالش‌های هویتی منجر شود. این چالش‌ها عمدتاً در حوزه‌هایی مانند تحصیل، اشتغال، ورزش، کرامت اجتماعی و پوشش نمود پیدا می‌کنند. پژوهش حاضر با رویکردی توصیفی-تحلیلی و از طریق بررسی محتوای اسناد و داده‌های رسانه‌ای، به تحلیل این گفتمان‌ها و تأثیرات آن‌ها بر جامعه زنان ایران می‌پردازد. یافته‌ها نشان می‌دهد که برخی روایت‌های مطرح‌شده در فضای رسانه‌ای با واقعیت‌های اجتماعی همخوانی کامل ندارند و واکنش‌های اجتماعی به این موضوعات دارای الگوهای متنوعی است. در این میان، فرصت‌هایی برای تقویت هویت اجتماعی زنان، افزایش آگاهی، ارائه الگوهای موفق و تأکید بر نقش‌های متنوع زنان در جامعه مطرح می‌شود که می‌تواند به پایداری اجتماعی کمک کند. این مقاله با تحلیل دقیق این روندها، راهکارهایی برای درک بهتر تحولات اجتماعی و مواجهه با چالش‌های مرتبط ارائه می‌دهد.

واژه‌های کلیدی: الگوهای شناختی، هویت زنان، گفتمان‌های اجتماعی، تحولات فرهنگی، مقاومت اجتماعی.

۱- مقدمه

در دنیای امروز، تأثیرگذاری بر افکار عمومی و هویت جوامع به یک فرایند پیچیده و چندبعدی تبدیل شده است که دیگر تنها محدود به ابزارهای سنتی نظیر تبلیغات و رسانه‌های جمعی نمی‌شود. با پیشرفت فناوری‌های ارتباطی و گسترش فضای مجازی، حوزه‌های نوینی از تعامل و رقابت فکری و فرهنگی ظهور کرده‌اند که در آن، اطلاعات به سرعت انتقال می‌یابد و قدرت تغییر نگرش‌ها و باورهای مردم افزایش یافته است. این فرآیندها، به ویژه در سطح جهانی، نقش بسزایی در شکل‌دهی به هویت‌های اجتماعی و فردی ایفا می‌کنند. یکی از این حوزه‌ها که در سال‌های اخیر توجه بیشتری را به خود جلب کرده، مفهوم **شناخت و مدیریت افکار عمومی** است. این مفهوم به مجموعه‌ای از استراتژی‌ها و تکنیک‌ها اشاره دارد که هدف آن تأثیرگذاری بر باورها، نگرش‌ها و ارزش‌های اجتماعی در جهت دستیابی به اهداف سیاسی، فرهنگی و اجتماعی خاص است (جوانی، ۱۴۰۱).

در این میان، جایگاه زنان در جامعه ایران به‌ویژه با توجه به نقش‌های متعدد و مؤثر آن‌ها در ساحت‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و خانوادگی، همواره در کانون توجه گفتمان‌های مختلف داخلی و خارجی قرار گرفته است. زنان ایرانی به‌عنوان گروهی که در ساختار اجتماعی و اقتصادی کشور نقشی محوری ایفا می‌کنند، همواره در معرض پیام‌های فرهنگی، اجتماعی و رسانه‌ای گوناگون بوده‌اند. برخی از این پیام‌ها از سوی جریان‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی خاص، تلاش دارند تا تصویرهای خاصی از هویت زنان ایرانی به نمایش بگذارند که با واقعیت‌های اجتماعی همخوانی ندارد. این جریان‌ها به دنبال ایجاد برداشت‌هایی متفاوت از جایگاه زنان در جامعه هستند و در این مسیر، به‌طور غیرمستقیم، می‌توانند زمینه‌ساز شکل‌گیری چالش‌های هویتی شوند. چالش‌هایی که می‌تواند تأثیرات زیادی بر بخش‌های مختلف زندگی زنان، از جمله اشتغال، تحصیل، روابط خانوادگی و مشارکت اجتماعی داشته باشد (بیات، ۱۳۹۱).

این فرآیند نه‌تنها زنان ایرانی را در موقعیت‌های مختلف اجتماعی با چالش‌های هویتی مواجه می‌کند، بلکه می‌تواند منجر به ایجاد تعارض‌های درونی و تردید در خصوص جایگاه اجتماعی آنان گردد؛ اما باید به این نکته توجه کرد که زنان ایرانی نه‌تنها منفعل در برابر این تغییرات نیستند، بلکه از ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی برخوردارند که به آن‌ها این امکان را می‌دهد تا در مقابل این فشارها و چالش‌ها مقاومت کرده و نقش فعالی در شکل‌دهی به هویت اجتماعی خود ایفا کنند. آگاهی‌بخشی و شناخت دقیق‌تر از این جریان‌ها می‌تواند به زنان ایرانی کمک کند تا با استفاده از نقاط قوت خود، از جمله نقش‌های مادری، اجتماعی، مذهبی و اقتصادی، هویت مستقل و پایداری را در برابر تغییرات تحمیل‌شده از بیرون حفظ کنند.

فرصت‌هایی همچون تقویت سرمایه اجتماعی، ارتقای سطح آگاهی و دانش، ایجاد و معرفی الگوهای موفق زنانه و ارزش‌گذاری بیشتر بر نقش‌های متنوع زنان در جامعه می‌تواند به تقویت هویت جمعی زنان ایرانی کمک کند و در نهایت به پایداری فرهنگی و اجتماعی جامعه منجر شود. همچنین، تقویت توانمندی‌های داخلی و توجه به ارزش‌های فرهنگی، سنتی و مذهبی که ریشه در تاریخ و فرهنگ ایرانی دارند، می‌تواند راهکارهایی مؤثر برای مقابله با تهدیدات خارجی و داخلی فراهم آورد.

این مقاله در تلاش است تا با بررسی دقیق روندهای شناختی تأثیرگذار بر هویت زنان ایرانی، چالش‌هایی که در این راستا برای آن‌ها به وجود آمده است و فرصت‌های موجود برای تقویت هویت اجتماعی و مذهبی زنان، به ارائه راهکارهایی مؤثر برای درک بهتر تحولات اجتماعی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های داخلی بپردازد. با شناخت صحیح این جریان‌ها و تحلیل دقیق الگوهای فرهنگی و اجتماعی، می‌توان گام‌های مؤثری برای تقویت هویت ملی و اجتماعی زنان ایرانی برداشت و از آن‌ها در جهت توسعه و پیشرفت جامعه استفاده کرد.

۲- مرور مبانی نظری و پیشینه

در بررسی‌های صورت گرفته از طریق مراجعه به آثار مکتوب اعم از کتاب‌ها، مقالات علمی و منابع الکترونیکی، مطالعاتی که به زبان فارسی به موضوع الگوهای شناختی در مواجهه با زنان ایرانی، پرداخته باشد، یافت نشد اما آثار به زبان انگلیسی به شرح ذیل احصا گردید:

مارلین فرنچ^۱ (۱۳۷۴) در کتاب «جنگ علیه زنان» به بررسی سیستماتیک خشونت و تبعیض علیه زنان در سراسر جهان می‌پردازد. فرنچ در این کتاب استدلال می‌کند که خشونت علیه زنان تنها به شکل فیزیکی محدود نمی‌شود، بلکه شامل اشکال مختلفی مانند خشونت جنسی، تبعیض اقتصادی، سرکوب سیاسی و اجتماعی، ابزار مذهبی و فرهنگی و جنگ خواهد بود. این اثر به صورت کلی به محرومیت زنان از مشارکت سیاسی و اجتماعی اشاره می‌کند لکن این تحقیق به دنبال آن است تا الگوهای شناختی دشمنان را در جامعه‌ی ایران مورد بررسی قرار دهد.

کریستف نیکلاس‌دی^۲ و شریل وودان^۳ (۲۰۱۰) در کتاب «نیمی از آسمان: چگونه محرومیت زنان جهان را تبدیل به فرصت کنیم؟» به موضوع ظلم تجارت جنسی و بردگی علیه زنان به خصوص در آفریقا اشاره می‌کند و سعی دارد تا برخی از الگوهای شناختی در حوزه اقتصادی و سیاسی را علیه این زنان معرفی کند. این اثر به بررسی فرآیندهای اقتصادی تجارت می‌پردازد و اساساً از پرداختن به عرصه جنگ شناختی علیه زنان دوری جسته است.

ویترونو^۴ و فاکولداده^۵ (۲۰۲۱) در کتاب «جنگ شناختی و جنسیت: چگونه اطلاعات نادرست زنان را هدف قرار می‌دهند»، به این موضوع پرداخته‌اند که چگونه زنان در جنگ‌های شناختی از طریق اطلاعات نادرست، دست‌کاری روانی و تبلیغات می‌توانند تحت تأثیر قرار گیرند. زنان به‌ویژه به دلیل نقش‌های مهمی که در خانواده، جامعه و سیاست دارند، بیشتر در معرض چنین تأثیراتی قرار می‌گیرند. این مقاله به بررسی تلاش‌ها برای هدف قرار دادن زنان در فضای مجازی با هدف کاهش اعتماد به نفس، ایجاد نگرانی و محدود کردن مشارکت آنان در فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی پرداخته و بر استفاده از کلیشه‌های جنسیتی در تقویت نابرابری‌ها و تأثیرات روانی اطلاعات نادرست تأکید دارد. این تحقیق ارتباط موضوعی با پژوهش حاضر دارد، اما بیشتر بر آثار رسانه‌ای و راهکارهایی چون ارتقای سواد رسانه‌ای و تقویت امنیت سایبری به عنوان ابزارهای مقابله با این چالش‌ها تمرکز دارد.

۳- روش‌شناسی

پژوهش حاضر با رویکرد اکتشافی و بر اساس روش توصیفی-تحلیلی انجام شده است. هدف اصلی این تحقیق، بررسی نظریات جامع در حوزه الگوهای شناختی در مواجهه با زنان ایرانی، به‌ویژه در شرایط آشوب‌ها و بحران‌ها و سپس تحلیل این نظریات در کنار داده‌ها و واقعیت‌های رسانه‌ای جمع‌آوری شده طی سالیان گذشته در ایران است. روش تحقیق به گونه‌ای طراحی شده است که ابتدا به بررسی

1 Marilyn French

2 Nicholas D. Kristof

3 Sheryl WuDunn

4 Marta Vitorino Moren

5 Faculdade

و تحلیل نظریات موجود در حوزه الگو شناختی و تأثیر آن بر زنان پرداخته و سعی در ارائه ساختاری نظام‌مند از ادبیات نظری است. سپس با استفاده از داده‌های عینی و مستند، به آزمون و تطبیق این نظریات با واقعیت‌های جامعه ایران اقدام کند.

۴- یافته‌ها

۴-۱- مفهوم‌شناسی

ورود اصولی، هدف‌مند و دارای ساختار به یک مسئله و همچنین اتخاذ موضعی روشن برای جلوگیری از سوء برداشت‌های احتمالی؛ نیازمند تبیین مفهومی واژه‌های اصلی این نگارش است. لذا در ابتدا به بازشناسی مفاهیم می‌پردازیم.

۴-۱-۱- جنگ شناختی^۱

اصطلاح جنگ شناختی با پیشینه انتزاعی طی چند سال اخیر مورد توجه واقع شده است. جیمز جوردانو^۲، متخصص علوم اعصاب، مغز انسان را میدان جنگ قرن ۲۱ توصیف کرده است (حاجی‌زاده، ۱۳۹۶). همچنین وینستون چرچیل^۳ گفته معروفی دارد که «امپراطوری‌های آینده، امپراطوری‌های ذهن هستند»^۴. جنگ شناختی نوعی از جنگ است که هدف آن تأثیرگذاری بر ادراک، استدلال و تصمیم‌گیری افراد و گروه‌ها به منظور دستیابی به اهداف استراتژیک است. این نوع جنگ به جای استفاده از نیروی فیزیکی، بر ذهن و شناخت افراد تمرکز دارد (بتز، ۲۰۲۳)، یا همان‌طور که برک^۵ معتقد است، جنگ شناختی، ادراکات رهبری دشمن را از شانس رسیدن به اهداف به‌عنوان مرکز ثقل خواست آن‌ها برای جنگ، مورد مشاهده قرار می‌دهد (محمدی‌نجم، ۱۳۹۵). جنگ شناختی تلاش می‌کند تا با دست‌کاری اطلاعات و ارائه روایتی خاص، واقعیت را به گونه‌ای تحریف کند که اهداف مورد نظر محقق شوند. این جنگ می‌تواند از طریق رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و دیگر کانال‌های ارتباطی انجام شود (حاجی‌زاده، ۱۴۰۱).

۴-۱-۲- هویت^۶

از نظر لغوی به معنی «هستی، وجود، ماهیت و سرشت» است (معین، ۱۳۷۹؛ دهخدا، ۱۳۷۷). هویت، فرآیند پاسخگویی آگاهانه هر فرد یا قوم یا ملت به پرسش‌هایی از «چیستی شناسی و کیستی شناسی» خود است (هرمیداس باوند، ۱۳۷۷). در واقع، هویت به مجموعه ویژگی‌ها، باورها، ارزش‌ها و تجربیاتی اشاره دارد که یک فرد یا گروه را از دیگران متمایز می‌کند (هربرت مید، ۱۴۰۰) و می‌تواند شامل جنبه‌های فردی، اجتماعی، فرهنگی و ملی باشد. هویت یک مفهوم پویا و چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل مختلف قرار می‌گیرد. در زمینه جنگ شناختی، هدف دشمنان اغلب تضعیف یا تغییر هویت افراد و گروه‌ها به منظور ایجاد تفرقه و بی‌ثباتی است (اریکسون، ۱۹۶۸).

1 Cognitive Warfare

2 James Giordano

3 Winston Churchill

4 The empires of the future are the empires of the mind

5 Burke

6 Identity

۴-۱-۳- مقاومت اجتماعی^۱

مقاومت اجتماعی به مجموعه اقداماتی اشاره دارد که افراد و گروه‌ها برای مقابله با قدرت، سلطه، یا سرکوب انجام می‌دهند. این اقدامات می‌تواند شامل اعتراضات، اعتصابات، نافرمانی مدنی و دیگر اشکال فعالیت جمعی باشد (شارپ، ۱۹۷۳). مقاومت اجتماعی در برابر جنگ شناختی شامل تلاش برای حفظ و تقویت هویت، آگاهی‌بخشی و مقابله با روایت‌های نادرست است. این مقاومت می‌تواند به صورت فردی یا جمعی انجام شود و هدف آن حفظ استقلال فکری و جلوگیری از تأثیرگذاری دشمنان است. همان‌طور که برخی معتقد هستند که موقعیت جمعی زنان را از «مقاومت در خود» به «مقاومتی اجتماعی و برای خود» در حرکت دید؛ و سه نشانه ذیل را علامت مقاومت اجتماعی می‌دانند: میل فزاینده زنان به آموزش رسمی و غیررسمی به رغم مشکلات اقتصادی، میل زنان به کسب استقلال اقتصادی حتی در شرایطی که نرخ کار آن‌ها ارزان است و شرایط نامطلوب در درون بخشی از خانواده‌ها از جانب زنان تحمل نمی‌شود و خواهان طلاق هستند (جلائی‌پور، ۱۳۸۵).

۴-۱-۴- چالش هویتی^۲

چالش هویتی به وضعیتی اشاره دارد که در آن هویت فرد یا گروه مورد تهدید قرار می‌گیرد یا دچار ابهام و تردید می‌شود. این وضعیت می‌تواند ناشی از عوامل مختلفی مانند تغییرات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، یا جنگ شناختی باشد. در چارچوب جنگ شناختی، چالش هویتی به معنای تلاش دشمنان برای ایجاد شک و تردید در باورها، ارزش‌ها و تعلقات افراد و گروه‌ها است. هدف از این کار تضعیف انسجام اجتماعی و ایجاد زمینه برای پذیرش روایت‌های دشمنان است (پرتویی، ۱۳۹۶).

۴-۱-۵- فرصت‌های مقاومت اجتماعی

فرصت‌های مقاومت اجتماعی، موقعیت‌ها و بسترهایی هستند که به افراد و گروه‌ها امکان می‌دهند در برابر تهدیدات و چالش‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مقاومت کنند و هویت و ارزش‌های خود را حفظ نمایند (بیگی ملک‌آبادی و دیگران، ۱۴۰۰). در جنگ شناختی فرصت‌های مقاومت اجتماعی به معنای یافتن راهکارها و ظرفیت‌هایی است که می‌توان از طریق آن‌ها با تأثیرات منفی جنگ شناختی مقابله کرد و به تقویت انسجام و همبستگی اجتماعی پرداخت. این فرصت‌ها می‌توانند شامل استفاده از رسانه‌های مستقل، شبکه‌های اجتماعی، فعالیت‌های فرهنگی و هنری و آموزش و آگاهی‌بخشی باشند.

۴-۱-۶- تشریح جنگ شناختی و اهداف دشمنان

جنگ شناختی، به‌عنوان یک استراتژی نوین در عرصه نبردهای نوین، فراتر از جنگ‌های سنتی فیزیکی و حتی جنگ‌های اطلاعاتی (Information Warfare) عمل می‌کند. در جنگ اطلاعاتی، هدف اصلی به دست آوردن، پردازش و انتشار اطلاعات به‌منظور برتری اطلاعاتی است؛ اما جنگ شناختی، ذهن انسان را به‌عنوان میدان نبرد اصلی در نظر می‌گیرد و هدف آن تغییر ادراکات، باورها و رفتارهای افراد و گروه‌ها به‌منظور دستیابی به اهداف استراتژیک است؛ به عبارت دیگر، جنگ شناختی تلاش می‌کند تا واقعیت را به گونه‌ای دست‌کاری کند که افراد و گروه‌ها به‌طور ناخودآگاه تصمیماتی بگیرند یا رفتارهایی از خود نشان دهند که در راستای منافع طرف مقابل

1 Social Resistance

2 Identity Challenge

باشد. این دست‌کاری می‌تواند از طریق انتشار اطلاعات نادرست، ایجاد ابهام، استفاده از پروپاگاندا و تحریک احساسات انجام شود (جوانی، ۱۴۰۱).

۴-۱-۷- ابعاد جنگ شناختی در ایران

جنگ شناختی نوعی از جنگ است که هدف آن تأثیرگذاری بر ذهن و ادراک افراد است. این نوع جنگ فراتر از جنگ‌های سنتی فیزیکی عمل می‌کند و تلاش دارد تا با دست‌کاری اطلاعات، واقعیت را به گونه‌ای تحریف کند که افراد تصمیماتی بگیرند یا رفتارهای خاصی از خود نشان دهند که در راستای منافع طرف مقابل باشد. جنگ شناختی شامل استفاده گسترده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، شبکه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای ارتباط جمعی برای دست‌کاری افکار عمومی است. دشمنان ممکن است با انتشار اخبار جعلی یا بزرگنمایی سوژه‌ها، مردم را نسبت به نظام ناراضی کنند یا باعث بی‌ثباتی سیاسی شوند. برخی از ابعاد و ویژگی‌های جنگ شناختی عبارت است از:

۱. **تمرکز بر ذهن:** در این نوع جنگ، ذهن انسان هدف اصلی است. تلاش می‌شود تا با تأثیرگذاری بر فرآیندهای شناختی افراد، آن‌ها را به سمت رفتارهای مطلوب سوق داد. مدیریت ادراکات مردم می‌تواند از طریق انتشار کاذب، تحریف واقعیت، دوقطبی شدن جامعه، استفاده گسترده از فناوری اطلاعات و هوش مصنوعی کنترل شود. به عنوان مثال دو کمپین بزرگ «ممکن، آسان و نزدیک» و «پروژه مسمومیت‌ها» در آشوب‌های سال ۱۴۰۱ در نشان دادن امکان براندازی از محصولات شبکه‌های مجازی بود. هدف نهایی کنترل افکار عمومی آن است تا مسئولان کشور نیز تحت فشار افکار عمومی تغییر محاسبات خود را بدهند یا نظام سیاسی-اجتماعی دچار چالش شود (کاستلز، ۱۳۸۹).

۲. **پیوستگی و تداوم:** جنگ شناختی یک فرآیند پیوسته است که در طول زمان انجام می‌شود تا تغییرات تدریجی در ادراکات عمومی ایجاد کند. این بعد از طریق بمباران خبری مداوم و تکرار پیام‌ها انجام می‌شود تا ذهن مخاطبان تحت تأثیر قرار گیرد. (عراقی و بیدگلی، ۱۴۰۱) به عنوان مثال کمپین‌های علیه حجاب با عناوین مختلفی همچون «چهارشنبه‌های سفید»، «گشت ارشاد»، «حجاب، بی‌حجاب»، «مخالف حجاب اجباری هستم»، «در این اتحاد همراه شوید»، «من محجبه و مخالف گشت ارشادم» و «بگذارید حرف بزنیم» در طی سالیان اخیر که از تکنیک تکرار استفاده کردند توانستند ادراکات عمومی را تحت تأثیر قرار دهند.

۳. **استفاده از رسانه‌ها:** استفاده از رسانه‌ها به عنوان یکی از ابزارهای اصلی در جنگ شناختی ایران، نقش مهمی در انتشار اطلاعات نادرست یا پروپاگاندا دارد. رسانه‌های اجتماعی به ویژه به عنوان کانال‌هایی برای ترویج این اهداف مورد استفاده قرار می‌گیرند. (خوزین، ۱۴۰۰) رسانه‌های اجتماعی با قابلیت دسترسی گسترده و سرعت انتشار بالا، زمینه‌ساز بمباران خبری هستند که منجر به دوقطبی شدن جامعه می‌شود؛ و انتشار اطلاعات نادرست یکی از مهم‌ترین محورهایی است که ذهن مخاطب را تحت تأثیر و درگیر کند. در آشوب‌ها و فتنه‌های داخلی ایران در سال‌های مختلف، انتقال اخبار نادرست برای شدت گرفتن آشوب‌های خیابانی سرعت زیادی داشت.

۴-۱-۸- اهداف دشمنان در جنگ شناختی علیه زنان ایرانی

هدف اصلی جنگ شناختی، فراهم کردن زمینه و بستری است که جامعه هدف، نوعی از برداشت را نسبت به آنچه که حقیقت و واقعیت دارد برگزیند به گونه‌ای که طرف اقدام کننده درصدد تحمیل آن از طریق تحقق بخشیدن به اهداف حساس راهبردی و عملیاتی

خویش است (حاجی‌زاده، ۱۴۰۱). این هدف می‌تواند در جهت سلبی یا ایجابی یک قضیه باشد. به صورت خلاصه نهایت هدف در جنگ شناختی «آسیب‌پذیری مغز انسان» و رسیدن به «مهندسی اجتماعی» است.

پس از انقلاب اسلامی ایران، دشمنان همواره تلاش کرده‌اند تا نظام جمهوری اسلامی را تضعیف کنند. زنان ایرانی به عنوان یکی از ارکان اصلی جامعه مورد توجه قرار گرفته‌اند و به عنوان جامعه هدف در جنگ شناختی برگزیده شدند؛ زیرا نقش مهمی در حفظ ارزش‌های اسلامی و ایرانی دارند. از این رو، همواره به دنبال راه‌هایی برای تضعیف نظام جمهوری اسلامی بوده‌اند. با توجه به نقش کلیدی زنان در جامعه ایرانی (به عنوان مادران، همسران و فعالان در عرصه‌های مختلف)، دشمنان به این نتیجه رسیده‌اند که تأثیرگذاری بر زنان می‌تواند به تضعیف نظام منجر شود. برخی از اهداف خاص دشمنان در عرصه زنان بدین صورت است:

۱. ایجاد تفرقه: هدف اصلی دشمنان ایجاد تفرقه و شکاف بین زنان و نظام جمهوری اسلامی است. آن‌ها تلاش می‌کنند تا با القای این ایده که نظام به حقوق زنان احترام نمی‌گذارد و آن‌ها را سرکوب می‌کند، زنان را از حمایت نظام جدا کنند. این هدف در محورهای دیگر همچون قومیت و مذهب هم به کار گرفته می‌شود (مرتجی، ۱۳۹۸).

۲. تضعیف هویت ملی: دشمنان تلاش می‌کنند تا با تضعیف هویت ملی و مذهبی زنان، آن‌ها را به سمت ارزش‌های غربی سوق دهند. این کار از طریق ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی، فردگرایی و بی‌بندوباری انجام می‌شود. به عنوان مثال، مصرف‌گرایی باعث تغییر الگوی زندگی از ساده زیستی و توجه به استحکام زندگی به رویکرد غربی خود می‌شود. یا افزایش فردگرایی که دال مرکزی تفکر لیبرالیسم است منجر به دور شدن از ارزش‌های مذهبی و کنش جمعی خواهد شد. نتایج و اثر آن باعث تغییر باورها بین نسل جدید با سنت‌ها و همچنین ایجاد بحران در جایگاه زن مسلمان در ایران می‌شود (بابایی زاده، ۱۳۹۷).

۳. بی‌ثباتی اجتماعی: دشمنان با تحریک احساسات زنان و تشویق آن‌ها به اعتراضات و نافرمانی‌های مدنی، سعی در ایجاد بی‌ثباتی اجتماعی و سیاسی دارند. آن‌ها سعی دارند تا با استفاده از مسائل حاشیه‌ای یا کاذب، مانند حقوق زنان یا آزادی پوشش، احساسات زنان را تحریک کنند (خطیب‌زاده، ۱۳۹۵). این کار باعث می‌شود که زنان به عنوان یک گروه اجتماعی درگیر مسائل سیاسی شوند. تشویق زنان به شرکت در اعتراضات و نافرمانی‌های مدنی یکی دیگر از روش‌هایی است که برای ایجاد بی‌ثباتی استفاده می‌شود. این حرکات‌ها ممکن است تحت عنوان برابری جنسیتی یا آزادی فردی انجام شود. نتیجه چنین اقداماتی ایجاد بی‌ثباتی در ساختارهای اجتماعی و سیاسی جامعه است. این بی‌ثباتی می‌تواند زمینه‌ساز تغییراتی شود که مطابق با برنامه‌های دشمن باشد. به عنوان مثال فعالیت‌های فمینیسم افراطی و کمپین‌هایی علیه حجاب در این راستا قرار می‌گیرد.

۴. فروپاشی خانواده: یکی دیگر از اهداف راهبردی دشمن، تضعیف بنیان خانواده و افزایش نرخ طلاق است. آن‌ها با ترویج روابط غیرمتعهدانه و تبلیغ سست شدن روابط خانوادگی، از طریق ابزارهای مختلفی همچون رسانه‌ها، ادبیات و برنامه‌های تلویزیونی در پی نابودی این نهاد مهم در جامعه هستند (فوقی و دیگران، ۱۴۰۲). در یک نمونه، بیش از ۳۵۰ شبکه فارسی زبان علیه مفاهیم ارزشی خانواده در حال فعالیت می‌باشند.

۵. هدف قرار دادن گروه‌های خاص: در جنگ شناختی، گروه‌های خاصی از جامعه (مانند جوانان، زنان، اقلیت‌ها) به عنوان گروه‌های هدف شناسایی می‌شوند و تلاش می‌شود تا با تأثیرگذاری بر آن‌ها، شکاف‌های اجتماعی و سیاسی ایجاد شود (نفیو، ۱۳۹۹).

۹-۱-۴- محوره‌های فعالیت دشمنان علیه زنان ایران

جنگ شناختی علیه زنان ایران به عنوان بخشی از تلاش‌های دشمنان برای تضعیف نظام جمهوری اسلامی، شامل چندین محور فعالیت می‌شود. این جنگ با هدف تأثیرگذاری بر ذهن و ادراک زنان ایرانی، تلاش دارد تا باورها و ارزش‌های آن‌ها را تغییر دهد. در این میان، موضوعاتی مانند حجاب، جایگاه زن در جامعه و حقوق زنان به عنوان ابزارهای اصلی مورد استفاده قرار می‌گیرند در ادامه به تشریح بیشتر این محورها پرداخته خواهد شد.

۱. تحصیل زنان: دشمنان در جنگ شناختی علیه زنان تلاش می‌کرد تا با ایجاد سوژه‌هایی القا کند که نظام جمهوری اسلامی ایران با تحصیل و رشد زنان مخالف است. این سوژه منفی را با روایت‌هایی همچون مسمومیت دانش‌آموزان در سال ۱۴۰۱، تعداد کم دانشجویان دختر در دهه ۷۰ همراه کرد. این سوژه در وضعیتی است که از سال ۱۳۹۴ به بعد اکثر ثبت‌نام کنندگان کنکور و یا بخش قابل توجهی از فارغ‌التحصیلان آکادمیک در ایران از دختران است. به عنوان مثال در سال ۱۳۹۴، ۵۸ درصد و در سال ۱۳۹۵ بیش از ۵۹ درصد از ثبت‌نام کنندگان کنکور بانوان بودند (خبرگزاری فارس).

۲. اشتغال زنان: این محور که برآمده از نگاه فمینیسم است، سعی دارد تا با نشان دادن تبعیض در فرصت‌های شغلی، زنان را نسبت به نظام ناراضی کنند. این کار بخشی از استراتژی آن‌ها برای تضعیف نظام جمهوری اسلامی است. هدف آنان القای مخالفت نظام جمهوری اسلامی با اشتغال زنان و به تعبیری حضور اجتماعی و سیاسی زنان است. این موج در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ در ایران مشاهده شد. اشتغال زنان پس از انقلاب اسلامی از لحاظ کمیت و کیفیت رشد چشمگیری داشته است. از نظر تنوع و تعداد حضور اشتغال زنان و گسترش رشته‌های دانشگاهی بسیار متفاوت بوده است. همچنین از لحاظ کیفیت، حضور مدیران، روسای سازمان‌ها و حتی وزیر زن در نظام جمهوری اسلامی قابل مشاهده است. همچنین بر اساس سرشماری مرکز آمار ایران مشارکت اقتصادی زنان در دهه‌های اخیر به بیش از ۱۰ درصد رسیده است (رفعت جاه و خیرخواه، ۱۳۹۲).

۳. کرامت اجتماعی زنان: بیان روایت‌هایی که زنان در جامعه ایران تحقیر می‌شوند و به آن‌ها احترام گذاشته نمی‌شود می‌توان باعث نارضایتی زنان شود. این کلان روایت عدم کرامت، عدم شأن و جایگاه در محورها و سوژه‌های مختلفی به زنان ایران القا شده است. این محور در جمهوری اسلامی ایران با استقبال مواجه نشد، زیرا که بر اساس فرهنگ اصیل اسلامی و ایرانی بر کرامت اجتماعی زنان تأکید ویژه شده است. اسلام به کرامت ذاتی همه انسان‌ها اعم از زن و مرد قائل است. این کرامت نه تنها شامل جایگاه والای بانوان در خانواده بلکه در اجتماع نیز گسترده است که نمونه ویژه آن الگوهای رفتاری پیامبر (ﷺ) با حضرت فاطمه (علیها السلام) است. همچنین پس از انقلاب اسلامی، تحولات زیادی در عرصه‌های مختلف زنان نشان از توجه جمهوری اسلامی به اهمیت جایگاه زنان در حکمرانی است. این دیدگاه به روشنی در تفکر زمامداران جمهوری اسلامی مشهود است. امام خمینی (رحمه الله) فرمودند: «ملتی که بانوانش در میدان‌های جنگ با ابرقدرت‌ها و مواجه شدن با قوای شیطان قبل از مردها، در این میدان‌ها حاضر شده‌اند، پیروز خواهد شد». پس از ایشان نیز رهبر معظم انقلاب با حمایت از حضور زنان در عرصه‌های مختلف بر این امر اهتمام ورزیدند: «زن هر چه می‌تواند، تلاش اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کند، شرع مقدس، مانع نیست؛ البته چون از لحاظ جسمانی، ظریف‌تر از مرد است، لذا ضرورت‌هایی دارد. تحمیل کار سنگین بر زن، ظلم به زن است؛ اسلام این را توصیه نمی‌کند».

۴. ورزش زنان: محور بزرگنمایی مشکلات و چالش‌های زنان ورزشکار، حضور زنان در رشته‌های ورزشی و همچنین شرکت زنان در بازدید ورزش‌های مردانه از مهم‌ترین ایده‌های دشمنان برای ناامید سازی زنان است. تردیدی نیست که حمایت‌های جمهوری اسلامی

در گسترش کمی و کیفی رشته‌های ورزشی زنان بسیار چشمگیر بوده است؛ اما عنصر ورود زنان به ورزشگاه‌ها که آن را به کلان روایت «شادی و نشاط زنان» در ایران ارتباط دادند را بسیار برجسته کردند و حتی از حمایت‌های بین‌المللی ورزشی در این سوژه برخوردار شدند (خبرگزاری ایسنا).

۵. حجاب و پوشش زنان: مهم‌ترین محور جنگ شناختی علیه زنان در سال‌های اخیر است که دشمن با تمرکز بر مسئله حجاب و ایجاد سوژه‌هایی مانند گشت ارشاد، زنان جامعه ایران را به این موضوع حساس کرده و آن‌ها را به مخالفت با آن تشویق کنند. این کار بخشی از استراتژی آن‌ها برای تضعیف نظام جمهوری اسلامی است. این سوژه به میزانی حائز اهمیت شد که به یکی از مسائل مهم حاکمیت در طی سالیان اخیر تبدیل شد (ذوالفقاری، ۱۳۸۵).

۴-۱-۱۰- استراتژی‌های نافرمانی مدنی زنان

نافرمانی مدنی روش مقاومت بدون خشونت برای اعتراض به سیاست‌های حکومت‌ها است. در این روش با بی‌اعتنایی به قوانین حکومتی، سعی در تضعیف قابلیت اجرای قانون که یکی از مهم‌ترین پایه‌های قدرت هر حکومتی است می‌شود (نیک‌پی و دیگران، ۱۳۹۹). هانا آرنت، نافرمانی مدنی را نمونه‌ای از حفظ قدرت سیاسی در فضای عمومی و البته از نمونه قدرت نامشروع می‌داند. (آرنت، ۱۳۹۵) و در دیدگان جان رالز، نقض قانون به نحو آشکار، عمدی، غیرخشن، سیاسی و به قصد تغییر قانون یا سیاست غیرعادلانه، همراه با پذیرش مجازات است که درک عمومی در مورد عدالت را مورد خطاب قرار می‌دهد و می‌تواند مستقیم یا غیرمستقیم باشد (رالز، ۱۳۸۷). استراتژی‌های نافرمانی مدنی زنان در جنگ شناختی علیه ایران، بخشی از تلاش‌های دشمنان برای تضعیف نظام جمهوری اسلامی است. این استراتژی‌ها با هدف تشویق بانوان ایرانی به شرکت در اعتراضات و نافرمانی‌های خیابانی انجام می‌شود تا بی‌ثباتی سیاسی و اجتماعی ایجاد شود. در این میان، دشمنان سعی دارند تا با استفاده از ابزارهای مختلف مانند رسانه‌های اجتماعی، حوادث حساس را بزرگنمایی کنند و زنان را نسبت به نظام ناراضی کنند. کمپین‌هایی مانند «چهارشنبه‌های سفید» یا «حجاب، بی‌حجاب» نمونه‌هایی از چنین تلاش‌هایی هستند که هدف آن‌ها ترویج آزادی پوشش و ایجاد ناراضی نسبت به قانون حجاب اجباری است. با تشویق بانوان ایرانی برای شرکت در نافرمانی مدنی، دشمنان امیدوارند که بتوانند افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند و نظام جمهوری اسلامی را دچار چالش کنند (رک فروم، ۱۴۰۲).

خیزش‌های اجتماعی نوعی حرکت جمعی هستند که در صورت استمرار می‌توانند به جنبش اجتماعی تبدیل شوند. جنبش‌ها برخلاف خیزش‌ها که عموماً به طور خودجوش شکل می‌گیرند، ساختارمند بوده و برنامه‌ریزی مشخصی دارند. حوادث سال ۱۴۰۱ در ایران برای نخستین مرتبه موضوع «خواسته‌ها و حقوق زنان» دال محوری جنبش قرار گرفت. برخی از پژوهشگران اجتماعی با نگاهی سویه‌دار سعی دارند این حوادث را نوعی مقاومت جامعه زنان در برابر تبعیض‌های جنسیتی قرار بدهند. برخی از نظریات مرتبط با نافرمانی مدنی زنان در ایران که سعی در پشتیبانی ایدئولوژیک این تظاهرات و آشوب‌ها دارند به شرح ذیل است:

۱. نظریه سیاست خیابانی: همواره خیابان‌ها یک عرصه عمومی برای بیان ناراضی‌های اقشار طبقه پایین و حاشیه‌نشین است. افرادی که در طبقات عادی جامعه هستند و از تشکیلات نهادی محروم هستند اعتراضات را به خیابان‌ها می‌کشانند. در واقع، امروزه خیابان محلی برای تلاقی سیاست‌های خرد و کلان و در حال تبدیل به عرصه بازی «خود خودبیانگر» یا همان تجربه فردی است (تاجیک، ۱۳۸۶). آصف بیات، پژوهشگری که سعی در تئوریزه کردن آشوب‌های خیابانی ایران است در توضیح سیاست خیابانی بیان می‌کند: مجموعه‌ای از مناقشه‌ها و پیچیدگی‌های ملازم با آن بین یک حرکت توده‌ای جمعی و مقامات مسئول است که به طور دوره‌ای در فضای

فیزیکی-اجتماعی خیابان‌های شکل می‌گیرد و بروز می‌کند (بیات، ۱۳۹۱). به اعتقاد وی، رابطه فضا و قدرت و شکل‌گیری شبکه انفعالی دو عامل کلیدی در تبدیل شدن خیابان به عرصه فعالیت سیاسی است. خیابان نظم بسیار شکنندگی دارد و کنترل قدرت حاکم به چالش کشیده می‌شود (خلیلی، جعفری و خلیلی، ۱۴۰۲).

۲. نظریه پیشروی آرام: پیشروی آرام تلاش بیات است برای روشن ساختن نمایی از مقاومت روزانه مردم در یک شبکه انفعالی. در این نظریه «گروه‌های فاقد امتیاز» مانند کارگران، بیکاران، مهاجرین، دست‌فروشان و... که از بسیاری امکانات زندگی شهری محروم بوده سعی می‌کنند با پیشروی آرام پاسخ طبیعی برای «ضرورت بقاء» و «تمایل داشتن به یک زندگی شرافتمندانه» ارائه دهند (بیات، ۱۳۹۱). زنان را در نسبت با سایر گروه‌ها همانند مردان در حکم گروه‌های فاقد امتیاز قرار داده و سعی در القای تلاش برای آشوب به بهانه ضرورت بقاء و زندگی شرافتمندانه می‌کنند. در حالی که بخش قابل توجهی از حس ناامیدی برآیند جنگ شناختی بر محورهای ذکر شده است. همچنین عقیده اینکه برخی از محدودیت‌های جامعه زنان نشئت گرفته از محدودیت‌های حجاب و نگاه جنسیتی به زنان است به احتمال از همین طریق اوج گرفته است. عامل دیگری که در بسیج افراد تهی دست شهری مؤثر است، «شبکه انفعالی» است. این شبکه متشکل از افرادی به صورت مجزا (تمیزه) و عاری از هویت مشخص با منافع مشترک است. انفعال سیاسی و اجتماعی که در شبکه‌های مجازی بر آن تکیه شده است توانسته است در القای این مسائل مهم باشد.

۳. نظریه ناجنبش اجتماعی: از دیدگاه آصف بیات، ناجنبش‌ها به کنش‌های جمعی فعالان غیرجمعی گفته می‌شود. این رفتارها عمل محور است و بر اساس ایدئولوژی خاصی شکل نمی‌گیرد و از رهبری و هدایت خاصی برخوردار نخواهند بود. قدرت ناجنبش‌ها در رفتارهای یکسان تعداد کثیری از مردم عادی پراکنده است و به تعبیری قدرت ناجنبش‌ها در قدرت بی‌شماران است (بیات، ۱۳۹۰). حرکت زنان در سال‌های اخیر باعث شده تا عده‌ای از پژوهشگران آن را به نوعی از مقاومت اجتماعی زنان تلقی کنند. حال آنکه به نظر می‌رسد، این حوادث خواسته صحیح جامعه زنان همپوشانی و تلاقی زمانی با آشوب‌ها و ناجنبش‌ها پیدا کرده است. شبکه‌های اجتماعی و سلبریتی‌ها به عنوان بازیگران اصلی نقش بسزایی در ایجاد، تحریک و هدایت اغتشاشات داشته‌اند و در آشوب‌های اخیر به صورت هماهنگ و یکپارچه در تداوم اغتشاشات فعال بودند. این دو عامل در کاذب‌سازی نیاز جامعه و احساس خودتحقیری گروه‌های هدف بسیار مؤثر بودند.

۴. نظریه قطره‌های عصبانی: در این استراتژی هدف دشمنان تحریک احساسات و ایجاد عصبانیت در موضوعات مختلف است. این کار از طریق بزرگنمایی مشکلات یا حوادث خاص انجام می‌شود تا زنان را به سمت اعتراضات خیابانی بکشانند. در این نظریه تلاش آن است که از موضوعات مختلف در حوزه زنان استفاده شود تا با تکنیک تکرار افکار عمومی را درگیر خود کند که نتیجه آن «سیل مقاومت اجتماعی» در برابر حاکمیت باشد. در آشوب‌های سال ۱۴۰۱ تلاش شد تا با موضوعات حجاب، گشت ارشاد، مسمومیت دانش‌آموزان، بزرگنمایی مشکلات اقتصادی و... به عنوان قطره‌های عصبانی در تحریک احساسات عمومی استفاده شود و بانوان ایرانی را تشویق به شرکت در نافرمانی مدنی کنند (کلانتری، ۱۴۰۳؛ ر.ک ریچارد نفیو، ۱۳۹۹). پس جنگ شناختی یک استراتژی پیچیده و چندبعدی است که هدف آن تأثیرگذاری بر ذهن و رفتار افراد و گروه‌ها است. دشمنان ایران با استفاده از این استراتژی، به دنبال تضعیف نظام جمهوری اسلامی از طریق ایجاد تفرقه، تضعیف هویت ملی و ایجاد بی‌ثباتی اجتماعی هستند. زنان ایرانی به عنوان یکی از گروه‌های هدف اصلی در این جنگ شناختی، باید با آگاهی از این استراتژی‌ها، در برابر آن‌ها مقاومت کنند و به حفظ و تقویت جامعه خود کمک کنند.

۴-۱-۱۱- چالش‌های هویتی زنان ایرانی

هویت که برداشت هر فرد از خود در جامعه است، در برهه‌هایی در معرض برخی چالش‌ها قرار می‌گیرد. بحران هویت در واقع بحران رابطه «من» با «غیر من» است. چالش‌های هویتی زنان ایرانی به مجموعه‌ای از مسائل و مشکلاتی اشاره دارد که باعث ایجاد ابهام، تردید و تضاد در هویت فردی و اجتماعی زنان می‌شود (بیگی ملک‌آبادی، ۱۴۰۰). این چالش‌ها می‌توانند ناشی از عوامل مختلفی مانند تغییرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و همچنین تأثیرات جنگ شناختی دشمنان باشند.

۱. **تبعیض (Discrimination):** اولین و مهم‌ترین چالش هویتی زنان در زیست‌جهان فرهنگی جامعه ایرانی حضور دوگانه هویتی و یا تبعیض میان زن و مرد است. تبعیض به معنای رفتار ناعادلانه و نامساوی با افراد یا گروه‌ها بر اساس ویژگی‌های خاصی مانند جنسیت، نژاد، مذهب و غیره است. تبعیض می‌تواند به صورت مستقیم (قوانین و مقررات تبعیض‌آمیز) یا غیرمستقیم (نگرش‌ها و رفتارهای تبعیض‌آمیز) اعمال شود. ردپای این دوگانه در بسیاری از سیاست‌گذاری‌های کلان سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، اوقات فراغت، ورزش و حتی مسائل خصوصی زنان قابل ردیابی است. مسائلی همچون قوانین مرتبط با ازدواج و طلاق، محدودیت‌های شغلی، مشکلات خانوادگی، نگاه غیراصیل به زنان از نمونه‌های چالشی در حوزه زنان که هنوز مرتفع نشده و نیازمند گفت‌وگو و تغییر در این عرصه است. نتیجه چالش تبعیض و دوگانگی هویتی می‌تواند باعث کاهش اعتماد به نفس، احساس ناتوانی و محدودیت در زنان شود و در نهایت به تضعیف هویت فردی و اجتماعی آن‌ها منجر شود (زکایی و صدیقی، ۱۳۹۴).

۲. **تجرد و خانواده:** چالش هویتی دیگری که در میزان قابل توجهی از دختران ایرانی با آن درگیر هستند مسئله تجرد و عدم توان تشکیل خانواده بر اساس مشکلات فرهنگی و یا اقتصادی است. ریشه این مشکل از زوایای متعدد قابل بررسی بوده اما مهم نتیجه مشترک آن است که امید به زندگی را در این گروه از زنان تحت تأثیر قرار داده است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶).

۳. **اشتغال زن:** این چالش موافقان و مخالفانی با توجه به بافت جمعیتی زنان دارد؛ زیرا که حضور زنان همان‌طور که در برخی از مشاغل دور از جایگاه آن است، همچنین می‌تواند در بسیاری از موقعیت‌های شغلی در جامعه اسلامی لازم باشد؛ اما این مسیر دارای تهدیداتی همچون توجه به تعارض کار و نقش مادری، محور و کانون خانواده و همچنین تهدید نگاه ابزارگونه به زنان همچون نگاه غربی است که باعث برخی از شتاب‌زدگی‌های نهادی فرهنگی و اجتماعی شده است که نتیجه آن چالش هویتی زنان شده است. (صادقی و شهابی، ۱۳۹۸). عدم حل تعارض نقش زنان شاغل منجر به خستگی و کاهش آسایش و راحتی و خشم روانی می‌شود که می‌تواند در نظریه قطره‌های عصبانی مؤثر واقع شود؛ زیرا که شغل جانشین وظیفه اصلی زنان در خانه نمی‌شود و مسئولیت‌های کاری و خانوادگی باعث تعارضات و تناقضاتی برای زنان می‌شود (کرمی و کرمی، ۱۳۹۳).

۴. **پوشش زنان:** نگرانی اجتماعی دیگری که به عنوان چالش هویتی از آن یاد می‌شود نحوه پوشش و آرایش زنان در فضای عمومی جامعه است. پوشش در ایران که برخاسته از فرهنگ دینی و ملی نشئت می‌گیرد باعث ایجاد هنجارهای پوشش شده است که در آشوب‌های سال ۱۴۰۱ این چالش با محوریت سوژه‌هایی همچون گشت ارشاد، دختران میدان انقلاب و... به اوج خود رسید (کلاتری، ۱۴۰۳).

۴-۱-۱۲- فرصت‌های مقاومت اجتماعی در برابر راهبرد دشمنان

مقاومت اجتماعی در معنای مثبت خود، به معنای ایستادگی و مقابله با تهدیدات و چالش‌هایی است که از سوی دشمنان متوجه جامعه می‌شود. این مقاومت می‌تواند در ابعاد مختلفی از جمله فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی صورت گیرد. در جامعه ایران، زنان به عنوان یکی از گروه‌های هدف اصلی دشمنان، نقش مهمی در مقاومت اجتماعی ایفا می‌کنند. در این راستا، برخی از فرصت‌های مهم برای مقاومت اجتماعی بدین شرح است:

۱. **تأکید بر نقش مادری:** نقش مادری به عنوان یکی از مهم‌ترین نقش‌های زنان در جامعه، دارای ابعاد مختلفی از جمله تربیت فرزندان، حفظ و انتقال ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی و ایجاد محیطی امن و آرام برای خانواده است. مادران می‌توانند با تربیت فرزندان متعهد، مسئولیت‌پذیر و آگاه به مسائل جامعه، نسلی مقاوم در برابر تهدیدات دشمنان تربیت کنند. همچنین، مادران می‌توانند با انتقال ارزش‌های دینی و ملی به فرزندان خود، هویت آن‌ها را تقویت کرده و آن‌ها را در برابر جنگ نرم دشمنان واکسینه کنند. مادران شهدا و جانبازان، به عنوان الگوهای مقاومت و ایثار، نقش مهمی در حفظ و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه ایران ایفا می‌کنند (هاشمی، ۱۳۸۶). از این رو، می‌توان با ارائه آموزش‌های مناسب به مادران در زمینه تربیت فرزندان و آشنایی با تهدیدات دشمنان، حمایت از مادران در زمینه‌های مختلف از جمله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و ترویج الگوهای موفق مادری در رسانه‌ها و فضای مجازی، این نقش را تقویت کرد.

۲. **ارزش‌گذاری خانواده:** خانواده به عنوان بنیادی‌ترین نهاد اجتماعی، نقش اساسی در شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی، انتقال ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و ایجاد امنیت روانی و اجتماعی دارد. ارزش‌گذاری خانواده به معنای تأکید بر اهمیت و جایگاه این نهاد در جامعه و تلاش برای حفظ و تقویت آن است. خانواده مستحکم و سالم می‌تواند به عنوان یک سد در برابر تهدیدات فرهنگی و اجتماعی دشمنان عمل کند (ابطحی، ۱۳۸۱). والدینی که به ارزش‌های دینی و ملی پایبند هستند، می‌توانند فرزندان تربیت کنند که در برابر جنگ نرم دشمنان مقاوم باشند. تأکید بر اهمیت ازدواج و تشکیل خانواده در فرهنگ ایرانی، یکی از عوامل مهم در حفظ و تقویت این نهاد در جامعه است. همچنین، حمایت‌های دولتی و مردمی از خانواده‌های جوان و کم‌درآمد، نقش مهمی در تحکیم بنیان خانواده دارد.

۳. **تقویت هویت ملی:** هویت ملی به مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، نمادها و سنت‌هایی اشاره دارد که یک ملت را از سایر ملت‌ها متمایز می‌کند. تقویت هویت ملی به معنای تلاش برای حفظ، ترویج و پاسداری از این ارزش‌ها و نمادها است. هویت ملی قوی می‌تواند به عنوان یک سپر در برابر تهدیدات فرهنگی و اجتماعی دشمنان عمل کند. (همان) افرادی که هویت ملی قوی دارند، در برابر تبلیغات و القاءات دشمنان مقاوم‌تر هستند و به راحتی تحت تأثیر آن‌ها قرار نمی‌گیرند. تأکید بر زبان فارسی، تاریخ و فرهنگ ایران و ارزش‌های اسلامی، از جمله عوامل مهم در تقویت هویت ملی در جامعه ایران است. همچنین، برگزاری مراسم و جشن‌های ملی و مذهبی، نقش مهمی در انتقال این ارزش‌ها به نسل‌های جوان دارد.

۴. **آگاهی‌بخشی:** به معنای افزایش دانش و اطلاعات افراد درباره مسائل مختلف جامعه و همچنین تقویت قدرت تحلیل و تفکر انتقادی آن‌ها است. افرادی که آگاهی کافی از مسائل جامعه دارند و می‌توانند به درستی تحلیل کنند، در برابر تبلیغات و القاءات دشمنان مقاوم‌تر هستند و به راحتی فریب نمی‌خورند (اسلومن و فرنیخ، ۱۳۹۸). برگزاری دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها و سمینارهای مختلف در زمینه سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی و آشنایی با تهدیدات دشمنان، از جمله تلاش‌ها برای آگاهی‌بخشی به مردم در جامعه ایران است.

۵. **ترویج الگوی سوم زنان:** ارائه الگوهای موفق زنانه به معنای گفت‌وگو سازی در معرفی الگوی سوم زنان در مقابل الگوی شرقی و غربی آن است که از سوی مقام معظم رهبری در طی سالیان اخیر مطرح شده است. همچنین ارائه الگو به معنای معرفی زنانی است که در عرصه‌های مختلف علمی، فرهنگی، هنری، ورزشی، سیاسی و اجتماعی، به موفقیت‌های چشمگیری دست یافته‌اند و می‌توانند به عنوان الگو برای سایر زنان جامعه باشند (افروغ، ۱۴۰۲).

۵- بحث و نتیجه‌گیری

مقوله زنان به عنوان نقطه تمرکز دشمن، نشان‌دهنده اهمیت این گروه در استراتژی مقابله با نظام جمهوری اسلامی ایران است. هدف دشمن، ایجاد عصبانیت و نارضایتی در این گروه از طریق القای تبعیض، ناکارآمدی اقتصادی و تضعیف ارزش‌های فرهنگی است که بتواند حداقل نیمی از جامعه را در برابر نظام حاکم قرار دهد. با این حال، با بررسی دقیق‌تر، مشخص می‌شود که بسیاری از ادعاها و سوژه‌های مطرح شده توسط دشمن، با واقعیت‌های جامعه ایران همخوانی ندارد و بیشتر جنبه تبلیغاتی و جنگ روانی علیه گروه‌های جامعه هدف در ایران را دارد. از این رو معرفی سوژه‌هایی همچون چالش تحصیل، اشتغال، ورزش، نشاط، کرامت و پوشش زنان از محورهای جنگ شناختی علیه زنان است که سعی دارند با تئوری‌هایی همچون آشوب خیابانی، ناجنیش اجتماعی، قطره‌های عصبانی و پیشروی آرام آن را در افکار عمومی مهندسی اجتماعی کنند. بر این اساس، لازم است برای مقابله با راهبرد دشمن از راهبردهایی همچون تقویت کنش جمعی زنان، تأکید به همگرایی، تقویت هویت ملی و تکریم زنان استفاده کرد. با اتخاذ این رویکرد، می‌توان در برابر جنگ شناختی دشمنان ایستادگی کرد و از هویت و ارزش‌های خود محافظت نمود.

۶- منابع

- ۱- آرنه، هانا (۱۳۹۵). خشونت و اندیشه‌هایی درباره سیاست و انقلاب. ترجمه عزت‌الله فولادوند، تهران: خوارزمی.
- ۲- ابطحی، سیدنعمت‌الله (۱۳۸۱). نقش خانواده در هویت‌یابی نوجوانان و جوانان. آموزش و ارزشیابی، ۹، ۱۶-۱۸.
- ۳- اسلومن، استیو؛ و فرنباخ، فلیپ (۱۳۹۸). توهم آگاهی: چرا هیچ‌گاه در اندیشیدن تنها نیستیم؟. ترجمه مینا تربتی و محسن فشی، تهران: انتشارات کوله‌پشتی.
- ۴- افروغ، محسن؛ و باغستانی، سعید (۱۴۰۲). ارائه الگوی جایگاه زن در حکمرانی جمهوری اسلامی ایران. پژوهش‌های میان‌رشته‌ای زنان، ۳(۵)، ۱۷-۳۱.
- ۵- آزادارمکی، تفی (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی خانواده ایرانی، تهران: انتشارات سمت.
- ۶- بابایی زاده، مرضیه (۱۳۹۷). بررسی آسیب‌شناسی وضعیت کنونی هویت در بین نسل هزاره سوم، یزد: اولین همایش ملی هویت کودکان ایران اسلامی در دوره پیش‌دبستانی.
- ۷- بیات، آصف (۱۳۹۰). زندگی همچون سیاست: چگونه مردم عادی خاورمیانه را تغییر می‌دهند. ترجمه فاطمه صادقی، آمستردام: دانشگاه آمستردام.
- ۸- بیات، آصف (۱۳۹۱). سیاست‌های خیابانی: جنبش تهی‌دستان در ایران. ترجمه اسدالله نبوی‌چاشمی، تهران: انتشارات شیرازه کتاب ما.

- ۹- بیگی ملک‌آباد، هادی؛ و بیگی ملک‌آباد، بانو (۱۴۰۰). زن معاصر ایرانی و تبیین برخی عوامل زمینه‌ساز چالش‌های هویتی و پیامدها. معرفت فرهنگی اجتماعی، ۱۲ (۳)، ۱۰۳-۱۲۰.
- ۱۰- پرتویی، اصغر (۱۳۹۶). چالش‌های هویت ملی در ایران معاصر، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- ۱۱- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۶). خیابان و سیاست؛ تجربه سیاستی از جنس بازیگوشی در ایران امروز. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۳ (۴)، ۳۳۲-۷۴.
- ۱۲- جلالی‌پور، حمیدرضا (۱۳۸۵). چهار ارزیابی جامعه‌شناختی از موقعیت زنان ایران (۱۳۷۶-۸۴). رفاه اجتماعی، ۵ (۲۱)، ص ۳۹-۷۱.
- ۱۳- جوانی، محمد (۱۴۰۱). علوم شناختی در جنگ شناختی، تهران: نواندیشان دنیای کتاب.
- ۱۴- حاجی‌زاده، سیروس (۱۴۰۱). تبیین زمینه‌ای، نظری، مفهومی و کاربردی جنگ شناختی. فصلنامه بازی جنگ، ۵ (۱۰)، ۱۴۳-۱۰۳.
- ۱۵- حاجی‌زاده، سیروس (۱۳۹۶). چالش‌های نظری عمق‌بخشی در محیط پیرامون. نشریه سیاست دفاعی، ۲۶ (۱۰۱).
- ۱۶- خطیب‌زاده، سمیرا (۱۳۹۵). در سایه غفلت مسئولان نفوذ در حوزه زنان و خانواده چگونه اتفاق افتاده است؟. کیهان. <https://kayhan.ir/000JER>
- ۱۷- خلیلی، زهرا؛ جعفری، فائزه؛ و خلیلی، سعید (۱۴۰۲). خیزش زنان در اغتشاشات ۱۴۰۱: تحلیلی مبتنی بر نظریه‌های آصف بیات. مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، ۶ (۲۵)، ۶۳-۷۴.
- ۱۸- خوزین، حسن (۱۴۰۰). مبانی جنگ‌شناختی (تهدیدات نوین علیه ج.ا.ایران)، تهران: آرمان پژوهان.
- ۱۹- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۷). لغت‌نامه، تهران: دانشگاه تهران.
- ۲۰- ذوالفقاری، حسین (۱۳۸۵). موانع و مشکلات ناجا در کنترل بدحجابی. نشریه مطالعات مدیریت نظامی، ۱ (۱).
- ۲۱- رالز، جان (۱۳۸۷). نظریه عدالت. ترجمه سیدمحمد کمال سروریان و مرتضی بحرانی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- ۲۲- رفعت‌جاء، مریم؛ و خیرخواه، فاطمه (۱۳۹۲). مسائل و چالش‌های اشتغال زنان در ایران از دیدگاه شاغلان پست‌های مدیریتی. مطالعات توسعه اجتماعی فرهنگی، ۱ (۲)، ۱۳۰-۱۵۶.
- ۲۳- زکایی، محمدسعید؛ و صدیقی، سعیده (۱۳۹۴). «زنانگی و ورزش». نشریه مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، ۱۳ (۲)، ۶۷-۹۲. doi:10.22051/jwsps.2015.2050.۹۲
- ۲۴- صادقی، رسول؛ و شهابی، زهرا (۱۳۹۸). تعارض کار و مادری، تجربه گذار به مادری زنان شاغل در تهران. نشریه جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۰ (۷۳)، ۹۱-۱۰۴. doi:10.22108/jas.2018.106988.1197.۱۰۴-۹۱
- ۲۵- عراقی، عبدالله؛ بیدگلی، محمد؛ و رجبی‌دهبرزویی، اصغر (۱۴۰۱). واکاوی اهداف جنگ شناختی دشمن و راهکارهای تاب‌آوری مقابله با آن با تأکید بر آموزه‌های قرآن. نشریه مطالعات دفاع مقدس، ۸ (۴۱)، ۱۴۳-۱۶۲. dor:20.1001.1.25883674.1401.8.4.7.6
- ۲۶- فرنچ، مارلین (۱۳۷۳). جنگ علیه زنان. مترجم توراندخت تمدن (مالکی)، تهران: انتشارات علمی.
- ۲۷- فروم، اریک (۱۴۰۲). سخنی در نافرمانی. ترجمه محمدرضا مکوندی، تهران: انتشارات مروارید.
- ۲۸- فوقی، سمانه؛ آقارب پرست، محمدرضا؛ و باقی، عبدالرضا (۱۴۰۲). تهاجم فرهنگی و آسیب‌های آن به بنیان خانواده ایرانی؛ تحلیل دیدگاه مقام معظم رهبری. خانواده‌درمانی کاربردی، ۴ (۲)، ۶۶۳-۶۴۶.
- ۲۹- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹). عصر اطلاعات. ترجمه افشین خاکباز و احد علیقلیان، تهران: طرح نو.

۳۰- کرمی، محمدتقی؛ و کرمی، فیروزه (۱۳۹۳). بررسی تعارضات نقش‌های خانوادگی و اجتماعی بانوان و ارائه الگوی مناسب برای زندگی خانوادگی زنان شاغل. مطالعات راهبردی زنان، ۱۶ (۶۴)، ۷-۴۶.

dor:20.1001.1.20082827.1393.16.64.2.8

۳۱- کلانتری، اسماعیل (۱۴۰۳). شناسایی و تبیین گفتمان‌های ناظر بر اغتشاشات پاییز ۱۴۰۱ در جمهوری اسلامی ایران از منظر اندیشمندان انقلاب اسلامی. جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی، ۵ (۱)، ۵۱-۸۱.

۳۲- محمدی‌نجم، سیدحسین (۱۳۹۵). جنگ شناختی؛ بعد پنجم جنگ. تهران: موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.

۳۳- مرتجی، فاطمه (۱۳۹۸). مخاطرات امنیت ملی جمهوری اسلامی در حکمرانی بر زنان در گام دوم انقلاب. تهران: همایش ملی حکمرانی.

۳۴- معین، محمد (۱۳۷۹). فرهنگ فارسی، تهران: امیرکبیر.

۳۵- نفیو، ریچارد (۱۳۹۹). هنر تحریم‌ها؛ نگاهی از درون میدان. ترجمه سیدعلی صادقی، تهران: پیام محراب.

۳۶- نیک‌پی، امیر؛ و مدنی، زرین (۱۳۹۹). نافرمانی مدنی در جوامع و نظام‌های حقوقی-سیاسی باز و بسته (بررسی نظریه‌های جان رالز و هانا آرنست). تحقیقات حقوقی، ۲۳ (۹۱)، ۲۷۷-۳۰۲.

۳۷- هاشمی، حسین (۱۳۸۶). قرآن و نقش تربیتی مادر در خانواده. پژوهش‌های قرآنی، ۳۵-۵۰.

۳۸- هربرت مید، جورج (۱۴۰۰). ذهن، خود و جامعه. ترجمه محمد صفار و علیرضا محسنی تبریزی، تهران: سمت.

۳۹- هرمیداس باوند، داود (۱۳۷۷). چالش‌های برون‌مرزی و هویت ایرانی در طول تاریخ. اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۲۹ و ۱۳۰.

40- da Gama, M. V. M. S. (2021). *Gender Biases in Fake News: How is Gender Employed in Fake News Against Female Candidates?* (Master's thesis, Universidade Catolica Portuguesa (Portugal)).

41- Erikson, E. H. (1968). *Identity youth and crisis* (No. 7). WW Norton & company.

42- Kristof, N. D., & WuDunn, S. (2010). *Half the sky: Turning oppression into opportunity for women worldwide*. Vintage.

43- Sharp, G. (1973). *The politics of nonviolent action*, 3 vols. Boston: Porter Sargent, 2.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Cognitive Warfare Patterns in Confrontation with Iranian Women: Identity Challenges and Strategies for Social Resistance

Mohsen Afrough^{1*}

1-PhD in Political Science, Imam Khomeini Educational and Research Institute, Qom, Iran.
(Corresponding Author)

afroughmohsen@yahoo.com

Abstract

This article examines cognitive patterns and influential discourses shaping women's identity in the Islamic Republic of Iran. In certain media and promotional spaces, efforts to redefine women's social roles are observed, potentially leading to identity challenges. These challenges primarily manifest in areas such as education, employment, sports, social dignity, and dress codes. Adopting a descriptive-analytical approach, this research analyzes these discourses and their impacts on Iranian women by examining documentary evidence and media data. The findings indicate that some narratives presented in media spaces do not fully align with social realities, and societal responses to these issues exhibit diverse patterns. Meanwhile, opportunities arise to strengthen women's social identity, enhance awareness, introduce successful role models, and emphasize women's diverse roles in society, all contributing to social stability. This article provides an in-depth analysis of these trends and offers strategies for better understanding social transformations and addressing related challenges.

Keywords: Cognitive Patterns, Women's Identity, Social Discourses, Cultural Transformations, Social Resistance.



This Journal is an open access Journal Licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

(CC BY 4.0)