

Cognitive Warfare; A New Arena in Political Communication

Hatef Pourrashidi¹  | Javad Alipoor^{2✉} 

1. Assistant Professor, Department of Communications, University of Religions & Denominations, Qom, Iran. E-mail: h.pourrashidi@urd.ac.ir
2. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Political Science, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran. E-mail: alipor@tabrizu.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: This article scrutinizes the role of cognitive warfare as an example of soft power in political communication.
Article history: Received: September 20, 2024 Received in revised form: October 23, 2024 Accepted: December 27, 2024 Published online: June 20, 2025	Methods: The research method of this article is secondary analysis as a qualitative method, in which existing data are used to answer the new questions of the research. The method of secondary analysis is carried out in several stages: In the first stage, the research objectives were identified. In the second stage, existing data were searched, and in the third stage, the quality of the existing data was evaluated. In the fourth stage, among the existing data, approximately twenty articles and books were selected as appropriate data in the fields of media, soft power, political communication, and cognitive warfare. In the fifth stage, these data were evaluated and finally, conclusions were drawn by analyzing and interpreting the data.
Keywords: Soft Power, Nanotechnology, Brain Function, Mind Anesthesia.	Results: Cognitive warfare is a new concept in interdisciplinary studies of cognitive science, communication, and political science. The emergence of this concept has transformed the views of thinkers and politicians about political communication. While political communication uses the cognitive effects of mass media to improve the relations between politicians, the public, and the media, cognitive warfare theorists have a similar goal; the main difference between them is the way within that they view and utilize the power of the media, the first seeks to create real and effective communication between the public and politicians through advertisement and accurate information, while the second attempts to exploit the communication gap between the rulers and the public and create conflict and destroy intellectual ties between the public and politicians.
	Conclusion: Cognitive warfare is classified as a soft war to threat and influence public minds and opinions. In this war, the tools of cognitive science, new media technologies and artificial intelligence are used in order to smart manipulation and further destroying of minds and hearts. As a result, cognitive warfare is considered a new arena in political communication in which the media has acquired a cognitive function.

Cite this article: Alipoor, J. & Pourrashidi, H. (2025). Cognitive Warfare; A New Arena in Political Communication. *News Science*, 14 (1), 21-26. DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2024.479537.1255>

© The Author(s).

DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2024.479537.1255>



EXTENDED ABSTRACT

Cognitive Warfare; A New Arena in Political Communication

Hatef Pourrashidi ¹ | Javad Alipoor ²

1. Assistant Professor, Department of Communications, University of Religions & Denominations, Qom, Iran. E-mail: h.pourrashidi@urdl.ac.ir
2. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Political Science, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran. E-mail: alipor@tabrizu.ac.ir

Introduction:

Cognitive science studies the mind and the ways to influence it and soft power implies the influence of other's will by attraction rather than coercion. While "cognitive warfare" means influencing minds using concepts and theories from the fields of cognitive science, soft power and media. The goal of both political communication and cognitive warfare is to influence minds and hearts. Therefore, the goal of this article is to understand the relationship between cognitive warfare and mastery of perception through cognitive science and soft power tools as a new approach to political communication. This article attempts to answer this question that how cognitive warfare changes fundamentally political communication, the functioning of the media, and their strategies.

Method:

The research method of this article is secondary analysis as a qualitative method, in which existing data are used to answer the new questions of the research. The method of secondary analysis is carried out in several stages: In the first stage, the research objectives were identified. In the second stage, existing data were searched, and in the third stage, the quality of the existing data was evaluated. In the fourth stage, among the existing data, approximately twenty articles and books were selected as appropriate data in the fields of media, soft power, political communication, and cognitive warfare. In the fifth stage, these data were evaluated and finally, conclusions were drawn by analyzing and interpreting the data.

Results:

Cognitive warfare is a new concept in interdisciplinary studies of cognitive science, communication, and political science. The emergence of this concept has transformed the views of thinkers and politicians about political communication. While political communication uses the cognitive effects of mass media to improve the relations between politicians, the public, and the media, cognitive warfare theorists have a similar goal; the main difference between them is the way within that they view and utilize the power of the media, the first seeks to create real and effective communication between the public and politicians through advertisement and accurate information, while the second attempts to exploit the

communication gap between the rulers and the public and create conflict and destroy intellectual ties between the public and politicians.

Conclusion:

Cognitive warfare is classified as a soft war to threat and influence public minds and opinions. In this war, the tools of cognitive science, new media technologies and artificial intelligence are used in order to smart manipulation and further destroying of minds and hearts. As a result, cognitive warfare is considered a new arena in political communication in which the media has acquired a cognitive function.

Also, the inability to properly recognize the threats of this war and the necessary measures to determine countermeasures has revealed the potential and actual ability of this war. Given the importance of this issue, the North Atlantic Treaty Organization (NATO), in cooperation with various American universities, including Harvard and John Hopkins, has taken the initiative to provide a new definition of this war and introduce it in order to discover and identify countermeasures in cooperation with scholars from various sciences. Moreover, studies have been conducted on the actions of some countries in their areas of influence and the dimensions of these countries' cognitive warfare. The Islamic Republic of Iran has also faced this threat seriously in recent years, and it is necessary to take fundamental measures based on this kind of threats. The strength of this conflict lies in utilizing the power of nations and influencing their minds at various levels, and in practice, governments are not directly and seriously considered as in the conventional wars. Therefore, the measures must be comprehensive and scientific in this battle. Hence, this research presents the following suggestions to confront this war:

1. Raising awareness among different classes of society of the consequences of cognitive warfare, especially among elites, intellectuals, media activists, and students.
2. Expanding media literacy and training in the use of media for all members of society.
3. Explaining the different dimensions of cognitive warfare in society, especially journalists and content producers.
4. Finding a solution to identify and warn about false and fake activities and news to influence minds using advanced algorithms and utilizing the power of experts in various fields of social sciences.
5. Integrating the members of society and strengthening people's trust in the media and rulers.
6. Refraining and avoiding any hasty, inaccurate and expedient comments by officials and politicians.

In brief, if previously the discussion of political communication was about how to establish communication between politicians and the people (public opinions) through the media and how the media, as an important part of civil society, can link the people and the agents, the media guide people's perceptions and impressions in cognitive warfare. As a result, cognitive warfare is a new arena in political communication in which the media has found a cognitive function and those who will prevail in this new arena will be those who master the three categories of cognitive science, cognitive warfare, and advanced neuroscience and communication technologies, and who will formulate their political communication strategies in accordance with these new realities.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank anonymous reviewers.

Ethical considerations

Not applicable.

Funding

Not applicable.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

References

- Arendt, F. & Matthes, J. (2014). "Cognitive Effects of Political Mass Media", In C. Reinemann (Ed.), *Handbook of communication science: Political communication* (pp. 547–568). Berlin: DE Gruyter Mouton.
- Backes, O. & Swab, A. (2019). *Cognitive Warfare; The Russian Threat to Election Integrity in the Baltic States*, Belfer Center for Science and International Affairs, Harvard Kennedy School.
- Bernal Alonso; et al (2020). *Cognitive Warfare*, NATO.
- Blumler, J. (2015). "Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted", *Journal of Communication Theory*, No 25: 426–438. [doi:10.1111/comt.12077](https://doi.org/10.1111/comt.12077)
- Claverie, B. (2022). *What Is Cognition? and How to Make it One of the Ways of the War? The Future of Cognitive Dominance*, NATO Collaboration Support Office, pp. 4, 1-17.
- Cluzel, F. (2020). *Cognitive Warfare, a Battle for the Brain*, NATO.
- Danyk, Y. & Briggs, Ch. (2023). "Modern Cognitive Operations and Hybrid Warfare", *Journal of Strategic Security*, Vol. 16 (1), 35-50. <https://doi.org/10.5038/1944-0472.16.1.2032>
- Eghdami-Tatfi, D. & Rezaei Kaldeh, M. (2014). "Developing Strategies to Deal with People-Centered Cognitive Warfare", *Defense Strategy*, 22 (85), 81-104. <https://dori.net/dor/20.1001.1.17351723.1403.22.85.4.0>
- Friedenberg, J. & Silverman, G. (2021). *Cognitive Sciences (An Introduction to the Study of the Mind)*, translated by Mohsen OftadehHal, Tehran: Publication of Educational and Research Institute of Defense Industries, Ed. 3. (In Persian).
- Friedenberg, J. & Silverman, G. (2006). *Cognitive science: an introduction to the study of mind*, SAGE Publication.
- Gomichon, M. (2013). "Joseph Nye on Soft Power, E-International Relations": <https://www.e-ir.info/2013/03/08/joseph-nye-on-soft-power>.
- Goncvaes, G. (2018). *Political Communication, the International Encyclopedia of Strategic Communication*, JohnWiley & Sons, Inc.
- Greco, A. (2012). "Cognitive science and cognitive sciences", *Journal of Cognitive Science*, No: 13, 471-485. <http://doi.org/10.17791/jcs.2012.13.4.471>
- Haigh, K. & Andrusenko, J. (2021). *Cognitive Electronic Warfare: An Artificial Intelligence Approach*, Norwood: Artech House.
- Henschke, A. (2025). *Cognitive Warfare: Grey Matters in Contemporary Political Conflict*, New York: Routledge.
- Hung, T. (2022). "How China's Cognitive Warfare Works: A Frontline Perspective of Taiwan's Anti-Disinformation Wars", *Journal of Global Security Studies*, Vol. 7 (4), 1–18. <https://doi.org/10.1093/jogss/ogac016>
- Ishii, K. (2005). "Cognitive Science as Science of the Mind", *Quarterly Review*, No: 1 4, 13-25.
- Kott, A. (2008). *Battle of Cognition: The Future Information-Rich Warfare and the Mind of the Commander*, Westport: Greenwood Publishing Group.
- Lee, Sh. (2011). *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*, Palgrave Macmillan.
- Leucea, I. (2022). "The Cognitive Warfare in Designing the International Society and Security Environment", 22nd International Conference on Redefining Community in Intercultural Context, Brasov.

- Maurer, P. (2019). "Perceptions of Media Influence and Performance among Politicians in European Democracies", *International Communication Gazette*, Vol. 85 (5), 347-364. <https://doi.org/10.1177/17480485221146088>
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*, London: Routledge.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- Reczkowski, R. & Lis, A., (2022). "Cognitive Warfare: what is our actual knowledge and how to build state resilience?" *Security, Theory and Practice*, Vol. XLVIII (3), 51-61. <http://dx.doi.org/10.48269/2451-0718-btip-2022-3-003>
- Shamlou, R. & Rezazadeh, M., (2014). "Identifying and Prioritizing the Political Functions of Virtual Space (Social Networks) in Cognitive Warfare", *Defense Strategy*, Vol. 22 (85), 105-129. (In Persian). <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17351723.1403.22.85.5.1>
- Soltani, F. et al. (2022). "Investigating the Application of Cognitive Warfare in NATO's Operational Field", *The Quarterly Journal of Strategic Environment of the Islamic Republic of Iran*, Vol. 6 (4), 153-178(In Persian). <https://dorl.net/dor/20.1001.1.28212673.1401.6.21.5.7>
- Wright, K.; Scott, M. & Bunce, M. (2020). "Soft Power, Hard News: How Journalists at State-Funded Transnational Media Legitimize Their Work", *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 25 (4), 1-25. <https://doi.org/10.1177/1940161220922832>





جنگ شناختی؛ عرصه جدید در ارتباطات سیاسی

هاتف پوررشیدی^۱ | جواد علی پور^۲ ✉

۱. استادیار علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران. رایانامه: h.pourrashidi@urd.ac.ir
۲. استادیار روابط بین الملل، گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول)، رایانامه: alipor@tabrizu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: این مقاله نقش جنگ شناختی را به عنوان یکی از مصادیق قدرت نرم در ارتباطات سیاسی موشکافی می‌کند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۶/۳۰	روش پژوهش: روش تحقیق این پژوهش کیفی و از نوع تحلیل ثانویه است که در آن از داده‌های موجود برای پاسخ به سؤالات تحقیقی جدید استفاده می‌شود. روش تحلیل ثانویه در چند مرحله صورت می‌گیرد: در مرحله اول، اهداف تحقیق شناسایی شد. در مرحله دوم داده‌های موجود جستجو شد تا در مرحله سوم کیفیت داده‌های موجود ارزیابی شود. در مرحله چهارم، از میان داده‌های موجود، تقریباً بیست اثر به عنوان داده‌های مناسب در حوزه رسانه، قدرت نرم، ارتباطات سیاسی و جنگ شناختی انتخاب شد. در مرحله پنجم، این داده‌ها ارزیابی و در نهایت با تحلیل و تفسیر داده‌ها، نتیجه‌گیری به عمل آمد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۸/۲	یافته‌ها: جنگ شناختی مفهومی جدید در مطالعات میان‌رشته‌ای علوم شناختی، ارتباطات و علوم سیاسی است. ظهور این مفهوم نظر متفکران و سیاستمداران را در مورد ارتباطات سیاسی دچار تحول کرده است. همان طور که ارتباطات سیاسی از اثرات شناختی رسانه‌های جمعی برای بهبود روابط میان سیاستمداران، مردم و رسانه‌ها بهره می‌گیرد، نظریه‌پردازان جنگ شناختی نیز هدف مشابهی دارند؛ تفاوت اصلی این دو، نحوه نگاه و بهره‌گیری از توان رسانه‌هاست که یکی به دنبال ایجاد ارتباط واقعی و مؤثر میان مردم و سیاستمداران از طریق تبلیغات و اطلاع رسانی صحیح و دیگری به دنبال بهره‌گیری از خلاء ارتباط میان حاکمان و مردم و ایجاد تنازع و نابودی علقه‌های فکری بین مردم و سیاستمداران است.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۷	نتیجه‌گیری: جنگ شناختی به عنوان تهدیدی برای تأخیرگذاری بر اذهان و افکار عمومی جزء جنگ‌های نرم دسته‌بندی می‌شود. در این جنگ برای دستکاری هوشمندانه و تخریب بیشتر اذهان و قلوب از ابزارهای علوم شناختی فناوری‌های رسانه‌ای جدید و هوش مصنوعی استفاده می‌شود. در نتیجه، جنگ شناختی عرصه جدیدی در ارتباطات سیاسی محسوب می‌شود که در آن رسانه‌ها کارکرد شناختی پیدا کرده‌اند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۳/۳۰	
کلیدواژه‌ها: قدرت نرم، نانوتکنولوژی، تخدير ذهن، علوم شناختی.	



استناد: علی‌پور، جواد و پوررشیدی، هاتف (۱۴۰۴). جنگ شناختی؛ عرصه جدید در ارتباطات سیاسی. علوم خبری، ۱۴ (۱)، ۹۶-۱۲۰.

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2024.479537.1255>



© نویسندگان.

مقدمه

مطالعه ذهن بشر برای تأثیرگذاری و شناخت فرآیندهای آن سابقه طولانی در تاریخ علم دارد. این مطالعات در حوزه های مختلفی از نحوه مطالعه آموزش و چگونگی درک انسان نسبت به موضوعات مختلف تا نحوه عملکرد مغز از منظر پزشکی و حتی درمانی صورت گرفته است. گسترش نیاز انسان برای مطالعه در این خصوص به عنوان یکی از الزامات پیشرفت دانش بشری و نیز نیاز برای تسلط بر اذهان به روش ها و شیوه های مختلف به ایجاد رشته ای آکادمیک تحت عنوان علوم شناختی در دانشگاه ها منجر شده است. بر این اساس، علوم شناختی به دنبال شناسایی عملکرد ذهن و چگونگی تأثیرگذاری بر آن در حوزه های مختلف بوده تا جایی که این مطالعات صرفاً به حوزه های پزشکی یا نظامی محدود نشده و دامنه گسترده ای از علوم را در بر گرفته است. از این منظر، علوم شناختی را می توان به طور خلاصه به عنوان مطالعه بین رشته ای و علمی ذهن بیان کرد. از این رو، دانشمندان این حوزه در تلاش هستند که قدرت پردازشگری ذهن را مورد مطالعه قرار دهند تا بتوانند در حوزه های مختلف، توانایی تأثیرگذاری لازم بر آن را داشته باشند. به عبارت دیگر، می توان گفت که «علوم شناختی تمام توجه خود را به کشف جهان شگفت آور و فریبنده ذهن یا در واقع فضای درونی معطوف کرده است» (فرننبرگ و سیلورمن، ۱۴۰۰: ۳). چنین شناختی در علوم مختلف کاربرد دارد و می توان از آن در درمان ترومای مغزی تا بهبود کیفیت آموزش و یا حتی تخدیر باورها و برداشتهای فرهنگی بهره گرفت. امروزه با گسترش موضوعات مربوط به هوش مصنوعی، این امر جایگاه ویژه ای یافته است و کشورهای مختلف تلاش می کنند از این مسیر، قدرت تأثیرگذاری خود را افزایش دهند.

اصطلاح «علم شناختی» اولین بار توسط کریستوفر لانگوت هیگینز^۱ (۱۹۷۳) استفاده شد که از شیمی و فیزیک نظری به هوش مصنوعی^۲ روی آورد. در سال ۱۹۶۷ او در ادینبورگ دپارتمان هوش و ادراک ماشینی را تأسیس و شخصاً مطالعه بینایی مصنوعی را دنبال کرد و گروهی از روانشناسان، زبان شناسان و عصب شناسان را در پروژه های بین رشته ای مشارکت داد (Greco, 2012: 472). این مباحث و مطالعات نشان می دهد که ذهن انسان قابلیت این را دارد که بستری جدید برای منازعه و کشمکش باشد، چنانکه با تحولاتی در علوم انسانی، زیست شناسی و مهندسی، ذهن انسان حتی با عرصه سیاست پیوند خورد.

این روند با خلق واژه «قدرت نرم» در عرصه سیاست و روابط بین المللی توسط جوزف نای دستخوش تغییراتی اساسی و جدی شد. جوزف نای بین دو نوع قدرت تفاوت قائل است. قدرت سخت عبارت است از «توانایی واداشتن دیگران به رفتارهایی برخلاف ترجیحات و استراتژی های اولیه» از طریق اجبار، تطمیع و تهدید (استراتژی چماق و هویج). برعکس، قدرت نرم توانایی واداشتن دیگران به خواستن چیزی است که اعمال کننده قدرت می خواهد، یعنی «توانایی دستیابی به اهداف از طریق جذب به جای اجبار» (Gomichon, 2013: 1). بر اساس نظر نای، قدرت نرم در واقع توان دستیابی به اهداف از طریق جذب به جای اجبار است که یکی از ابزارهای اساسی آن بهره گیری از رسانه هاست. اما تلفیق این مقوله با علوم شناختی، عرصه جدید جنگ ایده ها محسوب می شود. علوم شناختی در پی مطالعه در خصوص ذهن و نحوه تأثیرگذاری بر آن است و قدرت نرم نیز در پی تأثیرگذاری بر اساس خواست طرف مقابل. حلقه واسط نیز بهره گیری از ابزارهای قدرت نرم و در رأس آنها رسانه است. امری که امروز با عنوان «جنگ شناختی»^۳ به معنای تأثیرگذاری بر اذهان با استفاده از مفاهیم و نظریات حوزه علوم شناختی، قدرت نرم و رسانه است. در حوزه ارتباطات سیاسی نیز آنچه به عنوان حلقه واسط میان حاکمان و مردم ایفای نقش می کند، همان ابزار قدرت نرم و رسانه است که تسلط بر آن متضمن شناخت درست و همچنین آشنایی با جنبه های شناختی آن است. از این رو، تحقیقات مربوط به ارتباطات سیاسی و نظریه های مورد استفاده، بر اثرات شناختی رسانه های جمعی متمرکز است. اگرچه تأثیرات شناختی بسیار در هم تنیده هستند، اما اغلب از نظر مفهومی از تأثیرات نگرشی جدا می شوند (Matthes & Arendt, 2014: 547). از این منظر می توان استدلال کرد که از یک سو ارتباطات سیاسی بخش بزرگی از میدان تقابل نیروهای جنگ شناختی را تشکیل می دهد و از سوی دیگر به رغم وجود برخی تفاوت ها، هدف هر دوی ارتباطات سیاسی و جنگ شناختی تأثیرگذاری بر اذهان و قلوب است. آنچه در ارتباطات سیاسی مدنظر است، ایجاد نوعی همراهی و هم رأیی میان آحاد جامعه و یا افکار عمومی با استفاده از روش های مختلف

1. Christopher Longuet-Higgins

2. Artificial Intelligence (AI)

3. Cognitive Warfare

مشروع و نامشروع و با بهره‌گیری از رسانه است که در جنگ شناختی نیز این هدف با تغییر ادراکات و معرفت شهروندان نسبت به واقعیت‌ها از طریق تخریب چهره رقیب (دولت متخاصم) و ایجاد نوعی آشوب، هرج و مرج، بی‌اعتمادی و ایجاد احساس ناامنی و عدم کفایت حاکمان دنبال می‌شود.

با این اوصاف، هدف این مقاله درک رابطه میان جنگ شناختی و تسلط بر ادراک از طریق علوم شناختی و ابزارهای قدرت نرم به عنوان رویکردی جدید در ارتباطات سیاسی است. این مقاله تلاش می‌کند به این پرسش پاسخ دهد که اساساً با ظهور جنگ شناختی چه تحولی در ارتباطات سیاسی، کارکرد رسانه‌ها و استراتژی آنها و چه تغییر و تحولی در مفاهیمی چون قدرت نرم، جنگ رسانه‌ای و جنگ ایده‌ها به وجود خواهد آمد و در آینده برای پیروزی و برتری در ارتباطات سیاسی چه مؤلفه‌هایی مؤثر خواهد بود.

پیشینه پژوهش

با توجه به اینکه موضوع جنگ شناختی یک حوزه مطالعاتی جدید است، به طور کلی پژوهش‌های زیادی صورت نگرفته است. در ایران تعداد محدودی مقاله در این خصوص در سال‌های اخیر نگاشته شده است که بیشتر آنها رابطه جنگ شناختی را با جهاد تبیین یا دیدگاه‌های آیت‌الله خامنه‌ای در این خصوص بررسی کرده‌اند. داریوش اقدامی تطفی و مهدی رضایی کلد (۱۴۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «تدوین راهبردهای مقابله با جنگ شناختی مردم‌محور»، با احصا ۲۴ عامل محیط داخلی و ۲۲ عامل محیط خارجی، نه راهبرد منتخب با روش اس. دابلو. او. تی.^۱ تدوین و با استفاده از تکنیک کیو. اس. پی. ام.^۲ آنها را اولویت بندی کرده‌اند.

رضا شاملو و مصطفی رضازاده (۱۴۰۳) در مقاله‌ای با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی کارکردهای سیاسی فضای مجازی (شبکه‌های اجتماعی) در جنگ شناختی» با هدف شناسایی و اولویت‌بندی کارکردهای سیاسی فضای مجازی (شبکه‌های اجتماعی) در حوزه جنگ شناختی نتیجه می‌گیرند که سه مقوله «شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزار و محرک اصلی شورش‌ها و انقلاب‌های سیاسی»، «ابزار مقاومت مدنی» و «نقش شبکه‌های اجتماعی در بروز انقلاب‌های مختلف در دنیا» مهمترین کارکردهای سیاسی فضای مجازی در جنگ شناختی هستند.

فرزاد سلطانی، حسن محمدی‌منفرد و مهدی جاودانی‌مقدم (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی کاربرد جنگ شناختی در حوزه‌های عملیاتی سازمان ناتو»، ضمن بررسی انقلاب در فناوری اطلاعات اشاره می‌کنند که چنین تحولی موجب شده است که در چارچوب ابزارهای عملیات نظامی جدید، ناتو جنگ افزارهای شناختی را به عنوان حوزه‌ای جدید به حوزه‌های پیشین هوایی، دریایی، زمینی، فضایی و مجازی اضافه کرده و ذهن انسان را به عنوان عرصه جدیدی برای کارزار نظامی تعریف کرده و از سویی توسعه تکنیک‌های جنگ شناختی را برای حفظ «مزیت تاکتیکی» ضروری تلقی کرده است.

در منابع انگلیسی چند کتاب در این حوزه نگاشته شده است که به مهمترین آنها اشاره می‌شود. در جدیدترین اثر، آدام هنشکه (۲۰۲۵) در کتابی با نام *جنگ شناختی: مسائل خاکستری در منازعات سیاسی معاصر*، ابعاد مختلف جنگ شناختی را به طور جامع بررسی کرده است. او در این کتاب اطلاعات و دموکراسی، عصر اطلاعات، نفوذ و مداخله، تاریخچه جنگ شناختی، جنگ شناختی و اقدامات براندازانه و تروریستی، مسائل مربوط به ارزش‌های سیاسی و اخلاقی بنیادی در ارتباط با جنگ شناختی و آینده جنگ شناختی را بیان کرده است. در کتاب دیگری، کارن زیتا هیگ و جولیا آندروسکو (۲۰۲۱) با عنوان *جنگ الکترونیک شناختی: رویکرد هوش مصنوعی، چگونگی شکل‌گیری یک سیستم شناختی و جنگ الکترونیک شناختی* را بررسی می‌کند. همچنین، الکساندر کوت (۲۰۰۸) در کتابی با عنوان *نبرد شناختی: جنگ‌های آینده غنی از اطلاعات و ذهن فرمانده*، ابزارهای جدید فرماندهی، عوامل شناختی کلیدی در مؤثر بودن فرماندهی جنگ، جمع‌آوری و تحلیل داده‌های مربوط به آگاهی محیطی و پتانسیل فرماندهی شبکه‌ای را تشریح می‌کند.

^۱. SWOT

^۲. QSPM

چارچوب نظری: علوم شناختی و جنگ شناختی

علوم شناختی به عنوان یکی از موضوعات مورد مطالعه میان رشته ای در دهه های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است. اگرچه مطالعات مربوط با شناخت و ادراک از ابتدای تاریخ بشر مورد توجه بوده است، اما این مقوله در دهه ۱۹۷۰ برای نخستین بار مطرح شد. این علوم در واقع تلفیقی از فلسفه، روانشناسی، زبان شناسی، هوش مصنوعی، رباتیک و علوم اعصاب است که هر حوزه مجموعه ای منحصر به فرد از ابزارها و دیدگاه ها را به همراه دارد. بر این اساس، این علم بر مجموعه ای از محاسبات متمرکز است که ممکن است به طور جایگزین پردازش اطلاعات نامیده شود. دانشمندان علوم شناختی، ذهن را پردازشگر اطلاعات می دانند. پردازشگرهای اطلاعات باید هم اطلاعات را بازنمایی و هم تبدیل کنند. به این معنا که طبق این دیدگاه، یک ذهن باید نوعی بازنمایی ذهنی و فرآیندهایی را در خود بگنجانند که بر روی آن اطلاعات عمل کرده و آن را دستکاری می کند (Friedenberg & Silverman, 2006: 3). در این شرایط می توان گفت که این علم بیشتر متمرکز بر نحوه شناخت و درک انسان از هستی و اطراف خود است. این شناخت می تواند در ابعاد مختلف خود را نمایان کند، اما نکته اصلی و حائز اهمیت در این شاخه از علم نحوه ایجاد این شناخت است و نه فرآیند شناخت از طریق ارگان ها و اندام بدن. از زمانی که انجمن علوم شناختی ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۷۹ تأسیس شد، علوم شناختی به عنوان یک حوزه چند رشته ای شامل هوش مصنوعی، روانشناسی و زبان شناسی تعریف شد. در واقع تمامی ابزارهایی که می تواند شناخت انسان را تحت تأثیر قرار دهد در این مقوله مورد توجه قرار گرفت. «در حال حاضر، بیش از نیمی از محققان حوزه علوم شناختی به یکی از دو حوزه روانشناسی یا فناوری اطلاعات تعلق دارند» (Ishii, 2005: 13). این دو حوزه دقیقاً همان حوزه هایی هستند که می توان بر شناخت انسان ها از طریق راه اندازی نبرد یا جنگ و نزاع تأثیرگذار گذاشت. به عبارت دیگر، جنگ شناختی دقیقاً از این دو حوزه مورد توجه قرار گرفته و محل ورود قدرت های مختلف در آن شده است. پس از مباحث مختلف در دهه های اخیر برای راه اندازی جنگ های مختلف شامل جنگ روانی، الکترونیک، سایبری و اطلاعاتی، امروز مبحث جنگ شناختی در عرصه بین المللی مطرح شده است. تعریف مربوط به جنگ شناختی، از دسامبر ۲۰۱۹، توسط اولیور بیکز^۱ و اندرو سواب^۲، از مرکز بلفر هاروارد^۳، اینگونه مطرح شده است: «جنگ شناختی استراتژی است که بر تغییر تفکر یک جمعیت هدف از طریق عملکرد آن تمرکز کرده است». به رغم مبهم بودن عمده این تعریف، به عنوان چارچوبی بیش از حد مناسب برای بررسی بیشتر جنگ شناختی قابل تعریف است (Bernal & et al., 2020: 9). بر اساس جدول شماره ۱ می توان دریافت که ابعاد مختلف جنگ شناختی و بهره گیری از توان ابزارهای مختلف بر خلاف جنگ های دیگر به چه شکلی است.

جدول ۱: مشخصات و ویژگی های جنگ های مختلف (Bernal & et al., 2020)

مشخصات و ویژگی ها	جنگ روانی	جنگ الکترونیکی	جنگ سایبری	جنگ اطلاعاتی	جنگ شناختی
استفاده از روند/داده های انبوه			√	√	√
ارتباط با افکار و رفتار	√				√
ظرفیت دسترسی شدید عمومی			√		√
علاقه به گردش اطلاعات	√	√		√	√

1. Oliver Backes

2. Andrew Swab

3. Belfer Center

داده‌های جدول فوق نشان می‌دهد که عملاً جنگ شناختی با استفاده از تمام ابزارهای موجود در فضای اطلاعاتی و فکری جامعه تلاش می‌کند بر مخاطب هدف بیشتر تأثیرگذار بگذارد. بدین معنا که این جنگ با استفاده از تئوری‌ها و مفاهیم حاکم بر علوم شناختی و نیز تجربیات تمام جنگ‌های جدید و تلفیق آنها با قدرت هرچه تمام‌تر در عرصه جهانی ظاهری شود. «به طور خلاصه، جنگ شناختی، سلاح سازی افکار عمومی توسط یک نهاد خارجی به منظور تأثیرگذاری بر سیاست‌های عمومی و /یا دولتی یا به منظور بی‌ثبات کردن اقدامات و/یا نهادهای دولتی است» (Bernal & et al., 2020: 10). طبق تعریفی دیگر، «جنگ شناختی نشان دهنده همگرایی تمام عناصر «جنگ اطلاعاتی» است که توسط مفاهیم عملیاتی روانشناسی و علوم اعصاب بر اساس نظریه‌های سیستمی و پیچیده در خدمت جنگ گسترش یافته است. این جنگ در میان دو میدان عملیاتی است که به طور جداگانه مدیریت می‌شوند. از یک سو عملیات روانی^۱ و عملیات نفوذ (قدرت نرم) و از سوی دیگر عملیات سایبری (فناوری‌های دفاع سایبری) که هدف آنها به خطر انداختن یکپارچگی ابزارهای فیزیکی اطلاعات یا از بین بردن آنهاست (Cluzel, 2022: 3). طبیعی است که در این شرایط قدرت‌های برخوردار از توان نرم و یا قدرت نرم تأثیرگذارتر و قوی‌تر بیشتر و بهتر می‌توانند شناخت و ادارک افراد را تحت تأثیر قرار دهند. اینجاست که افزایش قدرت نرم و بهره‌گیری از ابزارهای مختلف آن در زمینه رسانه و فرهنگ خود را بیشتر نمایان می‌کند. مسلماً این نوع جنگ می‌تواند اهداف مشابهی همانند جنگ‌های دیگر در بطن خود داشته باشد، اما این جمله از کارل فون کلاوزویتس^۲ به خوبی نشان می‌دهد که این نوع جنگ بر خلاف جنگ‌های سنتی در یک سطح فیزیکی عمل نمی‌کند: «جنگ [یک] عمل اجباری برای وادار کردن دشمن به انجام خواسته خود است». اما می‌توان این گونه استدلال کرد که جنگ شناختی به جای وادار کردن دشمن به انجام خواسته خود، قصد دارد دشمن خود را از درون نابود کند تا توانی برای مقاومت، بازدارندگی یا منحرف کردن اهداف نداشته باشد. بر این اساس، می‌توان دو هدف اصلی و مکمل بی‌ثباتی و نفوذ را در وجود این نوع جنگ شناسایی کرد که در واقع متفاوت از اهداف جنگ‌های متعارف است. اهداف حملات جنگ شناختی ممکن است کل جمعیت گرفته یا خود رهبران در سیاست، اقتصاد، مذهب و دانشگاهیان باشد. علاوه بر این، نقش رهبران اجتماعی کمتر شناخته شده را نباید نادیده گرفت؛ به اصطلاح رابط‌ها، افراد خبره و صاحب نظر و فروشندگان می‌توانند در کاربرد جنگ شناختی مؤثر باشند (Gladwell, 2000: 16). تحقیقی که بیکز و سواب (۲۰۱۹) به سفارش دانشگاه هاروارد با عنوان «تهدید روسیه برای یکپارچگی انتخابات در کشورهای بالتیک» انجام داده‌اند، ابعاد مختلف جنگ شناختی و یا جنگ هیبریدی روسیه در قبال تخدیر اذهان مردم این منطقه و تأثیر بر سرنوشت انتخابات کشورهای این حوزه تأکید شده است: «روسیه از عملیات اطلاعاتی برای شعله‌ور کردن اختلافات داخلی در کشورهای بالتیک، تضعیف سیاست و نهادهای داخلی آنها و تأثیرگذاری بر نتایج انتخابات استفاده می‌کند. همچنین روسیه مجموعه‌ای از روایت‌ها را در تبلیغات و اطلاعات نادرست خود به کار می‌برد؛ از جمله دستکاری کردن حافظه تاریخی مردم منطقه و طرح این ادعا که کشورهای حوزه بالتیک کشورهایی در حال شکست هستند. در این زمینه توسل به اقلیت‌های قومی و زبانی روسی نیز مدنظر قرار می‌گیرد» (Backes & Swab, 2019: 8). این گزارش نشان می‌دهد که در جنگ شناختی دیگر نیازی به تبلیغات وسیع و میدانی وجود ندارد و تنها می‌توان با استفاده از ابزارهای قدرت نرم در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و حتی ورزشی تفکرات مدنظر لازم را در اذهان ایجاد و به نتیجه دلخواه رسید. در واقع، علوم شناختی و حوزه‌های مختلف آن نظیر نوروساینس^۳ «نظامی»^۴ شده است و «مغز به عنوان سلاح» مدنظر قرار گرفته است. سابقه این اقدام به سال ۲۰۰۲ باز می‌گردد که وزارت دفاع آمریکا با طرح پروژه ان. بی. آی. سی^۵ به عنوان پروژه ای علمی درصدد بهره‌گیری بیشتر از مغز در ابعاد مختلف بود. در صورت اتصال این چهار مؤلفه به یکدیگر می‌توان از مقوله‌ای به نام «مغز متصل» صحبت کرد که «مغز جنگنده» را به دنبال دارد. به عبارت دیگر، این مقوله یک جنبه تهاجمی و دفاعی از «جنگ شناختی» است که بسیاری از نویسندگان این تهدیدات را پیش بینی کرده‌اند. در حال حاضر، این امر هنوز عمدتاً در قلمرو علمی-تخیلی است، اما پروژه‌هایی به

1. PsyOps

2. Carl Philipp Gottfried von Clausewitz

3. Neuroscience

4. Militarized

5. Nanotechnology/ Biotechnology/ Information technology and Cognitive Science (NBIC)

طور جدی برنامه‌ریزی شده‌اند که در حوزه کاشت محاسباتی عصبی یا هیبریداسیون فنی ادراکی، تقویت (بینایی، شنوایی) و حتی در تغییرات ژنوم فعال هستند (Cluzel, 2022: 5).

روش تحقیق

روش تحقیق این پژوهش کیفی و از نوع تحلیل ثانویه^۱ است. تحلیل ثانویه به معنای استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده قبلی برای پاسخ به سؤالات تحقیقاتی جدید است. این روش به محققان این امکان را می‌دهد که از داده‌های موجود بهره‌برداری کنند و نیازی به جمع‌آوری داده‌های جدید نداشته باشند. روش تحلیل ثانویه در چند مرحله صورت می‌گیرد: در مرحله اول، اهداف تحقیق شناسایی شد. در مرحله دوم داده‌های موجود جستجو شد تا در مرحله سوم کیفیت داده‌های موجود ارزیابی شود. در مرحله چهارم، از میان داده‌های موجود، تقریباً بیست اثر به عنوان داده‌های مناسب در حوزه رسانه، قدرت نرم، ارتباطات سیاسی و جنگ شناختی انتخاب شد. در مرحله پنجم، این داده‌ها ارزیابی و در نهایت، از تحلیل و تفسیر داده‌ها، نتیجه‌گیری شد.

ارتباطات سیاسی و جنگ شناختی

در تعریف ارتباطات سیاسی بر این مسئله تمرکز می‌شود که اساساً رابطه‌ای سه ضلعی میان حاکمیت، مردم و ابزارهای ارتباطی برقرار است تا بتوان از قبال آن در همراهی حاکمیت و یا به تعبیری دیگر سازمان‌های سیاسی و مردم در مباحث مختلف سیاسی بهره‌گرفت. از این رو، می‌توان ادعا کرد که در عصر حاضر یکی از کارکردهای رسانه‌ها در چارچوب مفهوم ارتباطات سیاسی این مقوله است که «رسانه‌ها باید بستری را برای گفتمان سیاسی عمومی فراهم کنند، شکل‌گیری «افکار عمومی» را تسهیل کنند و آن افکار را از جایی که آمده به مردم بازگردانند. این باید شامل فراهم کردن فضایی برای ابراز مخالفت باشد که بدون آن مفهوم اجماع دموکراتیک بی‌معنی خواهد بود» (McNair, 2011: 20). در واقع، حلقه اصلی و واسط میان مردم و نهادهای سیاسی در فرایندهای مختلف، رسانه‌ها هستند که از طرق متفاوت در صدد ارائه اخبار، اطلاعات، گزارش‌ها و مباحث مختلف سیاسی به افکار عمومی هستند تا دیدگاه‌ها، انگاره‌ها و رأی آنها را تحت تأثیر قرار دهند. فارغ از اینکه این اقدام در جوامع مختلف تا چه حد توانایی کسب موفقیت را دارد، اما همین که اذهان و افکار عمومی جامعه را به مسئله معطوف می‌کند، خود گواه توانایی و نقش غیرقابل کتمان رسانه‌ها در فرآیند ارتباطات سیاسی است. اینکه این نقش به دلایل مختلف اقتصادی و سیاسی مورد تهدید جدی صاحبان قدرت قرار می‌گیرد، در حوصله این مقاله نیست، ولی باید تأکید کرد که حتی رسانه تحت تأثیر گروه‌های به اصطلاح فشار نیز تأثیرگذاری لازم را دارد و می‌تواند در فرآیند ارتباطات سیاسی ایفای نقش کند. این مقوله دقیقاً در جنگ شناختی نیز مورد توجه واقع می‌شود، هر چند نوع کارکرد مورد انتظار متفاوت از قبل است. از این منظر، اگر یکی از کارکردهای رسانه‌ها را بر اساس نظر لاسول، ایجاد همبستگی اجتماعی بدانیم، در فرآیند ارتباطات سیاسی در کنار اطلاع رسانی، رسانه‌ها برای ایجاد همبستگی در جامعه تلاش می‌کنند. نمونه این رویکرد را در ایام انتخابات شاهدیم که تمامی رسانه‌ها فارغ از نتیجه نهایی، در راستای حضور و مشارکت بالای مردم در انتخابات تلاش می‌کنند. این نوع کارکرد، نوعی کارکرد مثبت در جامعه تلقی می‌شود و در راستای ایجاد ارتباط میان حاکمیت و یا سازمان‌های سیاسی و مردم است. در مقابل، مردم نیز با رجوع به رسانه‌ها و امروزه، رسانه‌های نوین مبتنی بر اینترنت، پیام‌های مثبت یا منفی خود را به گوش حاکمان و صاحبان سازمان‌های سیاسی می‌رسانند. با این حال، نقطه افتراق میان ارتباطات سیاسی و جنگ شناختی ناظر بر نوع استفاده از رسانه و نگاه به آن است. اگرچه در هر دو مورد صاحبان قدرت و صاحبان سازمان‌های سیاسی در تلاش هستند از رسانه به‌عنوان ابزار محوری برای ارتباط‌گیری و تأثیرگذاری استفاده کنند، اما نوع استفاده و کارکرد مورد انتظار تفاوت جدی و اساسی دارد. هر چقدر در جریان ارتباطات سیاسی سعی می‌شود اطلاعات درست و شفاف به مردم در چارچوب دموکراسی ارائه شود، در جریان جنگ شناختی بیشتر «محصولات خاکستری» مورد توجه است. از

¹. Secondary Analysis

این رو، محصولات سفید و سیاه یا بسیار شفاف یا بسیار خطرناک هستند که نمی‌توانند روش‌های قابل اعتمادی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی در این فرایند باشند (Bernal et al, 2020: 7). در واقع، هدف جنگ شناختی به نوعی تأثیرگذاری منفی بر افکار عمومی است و به صراحت می‌توان استدلال کرد که زیرساخت‌های اجتماعی غیرنظامی و دولت‌ها هدف اصلی رویکرد جنگ شناختی هستند. ارائه اطلاعات غلط، بازی با احساسات و افکار مردم و بدبین کردن مردم نسبت به حاکمیت طرفی که به عنوان دشمن تلقی می‌شود، رویکردی است که در جنگ شناختی مورد توجه است و از قضا می‌توان آن را ارتباطات سیاسی اما متفاوت‌تر از معنی سنتی و رایج آن در راستای ایجاد همبستگی اجتماعی تعریف کرد. در واقع، هرچقدر ارتباطات سیاسی به دنبال قوام و همبستگی جامعه است، جنگ شناختی در پی نابودی بنیان‌های فکری اجتماعی و ایجاد تضاد میان حاکمیت رقیب و مردم و دستکاری معرفت و ادراک مردم از واقعیت‌های سیاسی و اجتماعی است.

رسانه و قدرت نرم

جوزف نای به عنوان مبدع مفهوم «قدرت نرم»، بر این نکته تأکید دارد که قدرت نرم یک کشور اساساً بر سه منبع استوار است: فرهنگ (با ایجاد جذابیت برای دیگران)، ارزش‌های سیاسی (زمانی که تطابق لازم در عرصه داخلی و خارجی وجود داشته باشد)، و سیاست خارجی مشروع و دارای اقتدار اخلاقی (زمانی که برای دیگران به نمایش درآید) (Nye, 2004: 14). بر این اساس می‌توان گفت که قدرت نرم شکلی از قدرت ملی مبتنی بر جذابیت فکری و فرهنگی است که به طور عمدی یا ناخواسته توسط بازیگران روابط بین‌المللی برای دستیابی به الزامات استراتژیک استفاده می‌شود (Lee, 2011: 14). از این منظر، فرهنگ در دهه‌های گذشته و به ویژه دوران جنگ سرد به عنوان یکی از ابزارها و مؤلفه‌های قدرت نرم بیشتر مطرح بود. در دوران جنگ سرد این ابزار قدرت نرم شامل ابزارهای سنتی فرهنگی مانند کتاب و فیلم بوده که سرعت لازم برای انتقال مفاهیم را نداشت. اما امروزه گسترش ابزارهای رسانه‌ای و ظهور رسانه‌های جدید شرایط را دگرگون کرده است. بسیاری از کشورها اهمیت استفاده از ابزارها و منابع قدرت نرم را برای مشارکت در سیاست رقابتی جذب، مشروعیت و اعتبار درک کرده‌اند. زیرا سازگاری با ارزش‌ها و منافع سایر کشورها می‌تواند به اندازه اعمال قدرت سخت برای دستیابی به اهداف مورد نظر یک ملت مهم باشد (Lee, 2011: 16). برای تحقق این هدف کشورهای مختلف در طول سال‌های پس از جنگ سرد از ابزارهای متعدد رسانه‌ای بهره گرفته‌اند: ایالات متحده آمریکا از سی.ان.ان، انگلستان از بی.بی.سی. و قطر از الجزیره، با این تفاوت که سیاست‌های هر کدام متفاوت از دیگری بوده است، اما هدف غائی تأمین منافع هر کدام از کشورها با تأکید بر افزایش قدرت نرم بوده است (Wright & et al., 2020).

در شرایط فعلی نیز رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی این نقش را بر عهده گرفته و توانسته‌اند محل مانور بزرگی برای حکومت‌ها و دولت‌هایی باشند که بخواهند به عرصه قدرت نرم از این مبادی وارد شوند. واضح است که بهره‌گیری از تمام ابزارهای رسانه‌ای در اشکال مختلف می‌تواند تأمین‌کننده نیاز کشورها در عرصه قدرت نرم باشد که امروزه این امر بر رسانه‌های اجتماعی متمرکز شده است. بر این اساس می‌توان پیش‌بینی کرد که «رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های شبکه دیجیتال ممکن است ابزار قدرتمندی برای نفوذ بالقوه جهانی باشند» (Maurer, 2019: 10). بنابراین، بدون تردید در جنگ نرم بر این مسئله تأکید می‌شود که هر بازیگری که ابزارهای قدرت نرم را در اختیار دارد، می‌تواند بهتر و بیشتر در فرآیندهای مختلف تأثیرگذار بوده و تسلط و تفوق خود را به رخ بکشد. این مقوله یادآور مخاطب منفعل است که می‌توان با ابزارهای قدرت نرم او را به زیر کشید. اما در فرایند جنگ شناختی فضا به گونه‌ای دیگر ترسیم می‌شود. که در آن کنشگران دیگر منعل نیستند و متولیان این قبیل جنگ‌ها نیز به این مسئله اشراف داشته و برای پیروزی با استفاده از کنشگران مختلف و مخاطبان تلاش می‌کنند. از این منظر در جنگ شناختی بازیگران تلاش می‌کنند تا رقیب را با استفاده از خود مخاطبان با روش‌ها و استراتژی‌های کاملاً حرفه‌ای و غیر ملموس همانند تأکید بر اطلاعات خاکستری شکست دهند که این مسئله جز با تخدیر افکار عمومی کشور رقیب قابل تحصیل نیست.

ارتباطات سیاسی و کارکرد شناختی رسانه‌ها

ارتباطات سیاسی در واقع ایجاد رابطه میان حاکمیت و مردم از طریق رسانه‌ها در امورات مختلف و مهمتر از همه مسائل و مباحث سیاسی است. یکی از اصلی‌ترین مؤلفه‌های این عرصه، انتخابات و روندهای سیاسی در جامعه است که رسانه‌ها در این مسیر خواستار ایجاد رابطه مطلوب میان حاکمیت و مردم هستند. اطلاع رسانی در مورد عملکرد حکومت در مسائل و موارد مختلف، از دیگر مؤلفه‌های مورد توجه در ارتباطات سیاسی است. به اعتقاد بلومر^۱ (۲۰۱۵) فرآیند ارتباط سیاسی پنج ویژگی متمایز و در عین حال به هم پیوسته دارد. اول اینکه فرآیند ارتباطات سیاسی چند سطحی است، یعنی از سیستم‌های اجتماعی، سازمان‌های سیاسی و رسانه‌ای، ارتباطات سیاسی و روزنامه‌نگاری، شهروندان در سطوح مختلف و فرهنگ‌های سیاسی متفاوت تشکیل می‌شود. دومین ویژگی آن مداومت در تکامل است. این مسئله به معنای این است که نه تنها تغییرات در تمام جنبه‌های پیش گفته شده، بلکه گاهی اوقات تغییرات عمده در فناوری‌های زیربنای این فرآیند همراه با تحولات فرارسانه‌ای مرتبط با جامعه است. ویژگی سوم در این مجال که عملاً جامعه را در بر می‌گیرد، معطوف به حوزه‌های متعدد سازماندهی و فعالیت است که سیاست بر آن تأثیر می‌گذارد. ویژگی چهارم این نوع ارتباطات این است که بر اساس محور متزلزل سیاست رسانه‌ای شکل می‌گیرد که شامل وابستگی متقابل و تعاملات زیاد بین نهادهایی است که با اهداف مختلف و منطق‌های متنوع فعالیت می‌کنند. اما ویژگی آخر ناظر بر الگوها و عملکردهای کاملاً هنجاری آن است که در زمینه تحقق یا عدم تحقق شهروندی مؤثر در یک دموکراسی معنادار امکان طرح دارند. در مجموع، این ویژگی‌ها نشان می‌دهد ارتباطات سیاسی چیزی جز ایجاد علقه و ارتباط میان حاکمیت و مردم نیست و به نوعی نشان دهنده لزوم این ارتباط در عرصه مناسبات جاری میان مردم و دولت‌هاست. اینکه حاکمان چگونه از رسانه‌ها در فرآیند برقراری ارتباطات استفاده می‌کنند، خارج از چارچوب این مقاله است، اما رویکرد و احساس نیاز آن‌ها به رسانه‌هاست که می‌تواند در جریان جنگ شناختی نیز همانند ارتباطات سیاسی نقشی تأثیرگذار ایفا کند. آنچه که از ارتباطات سیاسی انتظار می‌رود چیزی جز تمرکز بر فرآیندهای تولید پیام سیاسی نیست، به این معنا که روشی که در آن پیام‌ها توسط بازیگران سیاسی تولید می‌شود و از طریق رسانه‌های سنتی یا رسانه‌های جدید منتشر می‌شود (Goncalves, 2018: 2). این امر نقطه عطف ارتباطات سیاسی و جنگ شناختی است. یعنی در هر دو مورد بازیگران سیاسی درصدد سیطره بر رسانه‌ها به طرق مختلف هستند تا افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند. نحوه پرداختن به این امر و هدف نهایی، موضوعی است که در این مطالعه مورد توجه واقع شده است. از این منظر، می‌توان گفت که جنگ شناختی در واقع محوری جدیدی در ارتباطات سیاسی است که پیام‌های سیاسی را با رویکردی متفاوت ارائه می‌کند. بی‌شک آنچه که مورد توجه هر دو مفهوم است بهره‌گیری از دانش یا تفکر شهروندان می‌باشد. این مقوله شامل باورهای دنیای واقعی مردم، درک مسائل و رویدادها، یا تکه‌های دانش فعال شده است که می‌تواند پیامدهای اساسی برای شکل‌گیری قضاوت‌ها، نگرش‌ها یا احساسات داشته باشد (Matthes & Arendt, 2014: 548). اما نحوه استفاده و بهره‌گیری از این توان در هر دو حالت به گونه‌ای متفاوت جلوه‌گر می‌شود.

ابزارها و استراتژی‌های جنگ شناختی

کارکرد رسانه‌ها به عنوان ابزاری تأثیرگذار در سطوح مختلف زندگی غیر قابل کتمان است. همانگونه که امروز بدون بهره‌گیری از فضای رسانه‌ای و ابزارهای ارتباطی نمی‌توان تصویری در مورد پیشبرد امور مختلف داشت، در امر تأثیرگذاری بر اذهان ملت‌ها نیز رسانه‌ها دارای نقش و تأثیرگذاری به سزایی هستند. رسانه‌ها این قدرت را دارند که افکار را به سمت دلخواه تولید کننده خبر سوق دهند و یا حتی موجب تخدیر اذهان شوند. این تخدیر می‌تواند در ابعاد مختلف خود را نمایان کند و نشان دهد که رسانه‌ها دارای چنان قدرتی هستند که خوب را بد و بد را خوب جلوه دهند. این همان توانی است که در جنگ شناختی مورد توجه قرار می‌گیرد. در جنگ شناختی، کنترل ذهن و تغییر تفکر، به عنوان هدف اصلی تعریف می‌شود و بر مبنای همین هدف، استفاده از ابزارهای

¹. Blumler

مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد. بر اساس تجربیات موجود، در جنگ سایبری اطلاعات نادرست منتشر شده و عمدتاً زیرساخت‌های دشمن مورد حمله قرار می‌گیرد یا اطلاعات به روش‌های مختلف دزدیده می‌شود و در جنگ اطلاعاتی نیز تصمیم‌گیرندگان انسانی هدف قرار می‌گیرند که می‌تواند از طریق رسانه‌های اجتماعی آنلاین و شبکه‌های بین فردی آنلاین راه اندازی شده باشد. اما در مقایسه با جنگ اطلاعاتی، جنگ شناختی از تمرکز بر کنترل رسانه تا کنترل مغز گسترش می‌یابد و بیشتر به منابع عصبی بستگی دارد تا تکنیک‌های ارتباط جمعی (Hung & Hung, 2022: 2).

بر اساس مطالعات صورت گرفته توسط محققان دانشگاه جان هاپکینز و کالج سلطنتی لندن «امروزه، جنگ شناختی قابلیت‌های سایبری، اطلاعاتی، روان‌شناختی و مهندسی اجتماعی را برای دستیابی به اهداف خود یکپارچه می‌کند. در جنگ شناختی از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی برای هدف قرار دادن افراد با نفوذ، گروه‌های خاص و تعداد زیادی از شهروندان به صورت انتخابی و سریالی در یک جامعه استفاده می‌شود. به دنبال ایجاد شک، معرفی روایت‌های متضاد، قطبی کردن افکار، رادیکال کردن گروه‌ها و ایجاد انگیزه در آن‌ها برای اعمالی است که می‌تواند یک جامعه منسجم را از هم پاشیده یا متلاشی کند. در این میان، استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های دستگاه‌های هوشمند در کشورهای عضو ناتو ممکن است آنها را به ویژه در برابر این نوع حملات آسیب‌پذیر کند» (Reczkowski & Lis, 2022: 56). در مطالعه دیگری توسط هونگ و هونگ (۲۰۲۲) نیز تأکید شده است که عملیات‌های جنگ شناختی در چهار دسته اصلی دسته‌بندی می‌شوند که ارباب نظامی، نفوذ از طریق تبادل دوجانبه، مداخله مذهبی و تولید اطلاعات دروغ و محتوا در اینترنت را شامل می‌شود. این دو مطالعه عملاً تأکید دارند که یکی از ابزارهای اصلی جنگ شناختی همان رسانه‌ها هستند که می‌توانند با تکنیک‌ها و تاکتیک‌های مختلف خبری، اذهان را مورد تخریب قرار دهند. زیرا در بین انواع محتوای رسانه‌ای، خبر بیشترین قابلیت را در ایجاد واکنش در مخاطب دارد. این قبیل رفتارهای رسانه‌ای معمولاً نوعی جو بدبینی نسبت به حاکمیت و قدرت و ایجاد دوقطبی در سطح جامعه را به دنبال دارد. این در شرایطی است که اکثریت آحاد جامعه در سطوح مختلف از ابزارهای رسانه‌ای و دیجیتال (رسانه‌های جدید) استفاده کرده و آن را بخشی از زندگی روزانه خود تعریف کرده‌اند.

با این وجود می‌توان «استعمار دیجیتال» را به عنوان یکی از نوآورانه‌ترین و موثرترین سازوکارها در عصر دیجیتال به دلیل تأثیرگذاری بر مردم و جامعه با استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ابزارهای هوش مصنوعی، در داخل و از طریق فضای مجازی تلقی کرد که این خود گامی در راستای هدف اصلی عملیات یا جنگ شناختی برای مدیریت جهان بینی، علایق و ارزش‌های مردم است. اگر در گذشته استعمار شامل تصرف فیزیکی سرزمین‌ها و سیستم‌های اقتصادی می‌شد، در دنیای مدرن هر دو را می‌توان با تغییر حوزه شناختی گروه‌های هدف از طریق استفاده از فناوری‌های دیجیتال کنترل کرد (Danyk & Briggess, 2023: 35). این همان قدرتی است که از رسانه حاصل می‌شود و می‌تواند نقش بزرگی در جنگ شناختی ایفا کند. بنابراین، به صراحت می‌توان گفت که کانال‌های اصلی جنگ و نفوذ شناختی، تولید و ارسال اطلاعات از طریق فضای مجازی و خوشه‌های ملی آن است. بر این اساس، از طریق گروه‌ها و جوامع مختلف، رسانه‌های الکترونیکی و سایر اشکال ارتباطی، اهداف جامعه به اندازه کافی تحت تأثیر تنظیم و کنترل قرار می‌گیرند که در نهایت منجر به تغییر در جهان بینی، ارزش‌ها، دانش، ادراکات، دیدگاه‌ها و فرصت‌هایی برای نوع خاصی از استعمار دیجیتال می‌شود (Danyk & Briggess, 2023: 46). در نهایت، ارمغان امروز عصر اطلاعات و ارتباطات، ایجاد زمینه برای تحقق اهداف جنگی است که ذهن انسان‌ها را هدف قرار داده و «ذهن انسان با تبدیل شدن به میدان اصلی نبرد در عصر ارتباطات جهانی، مکانی را نشان می‌دهد که با محتوای مطلوب توسط بازیگران مختلف مستعمره می‌شود» (Luucea, 2022: 83) تا اهداف صاحبان قدرت را تحقق بخشد.

راهکارهای مقابله با جنگ شناختی در چارچوب ارتباطات سیاسی

نخستین سؤالی که در خصوص تهدیدات جنگ شناختی باید پرسید بر این محور استوار است که چگونه تشخیص دهیم که با جنگ شناختی مواجه شده ایم. متفکران حوزه ناتو معتقدند که برای تحقق این امر دو گام وجود دارد که باید برای پاسخ به این سوال

برداشته شود: اول، افزودن جنگ شناختی به چارچوب بین‌المللی بزرگ‌تر برای جنگ و دوم ایجاد مجموعه‌ای از معیارها برای تعیین زمان وقوع یک حمله شناختی (Bernal & et al., 2022: 36). از این منظر این گونه می‌توان تحلیل کرد که در ابتدا این نوع از جنگ باید در چارچوب‌های بین‌المللی و سازمان ملل تعریف شود تا برای همگان نحوه مداخله و مقابله با آن مشروع تلقی شود. از سوی دیگر باید تأکید کرد که یکی از بزرگ‌ترین تفاوت‌های جنگ شناختی و سایر اشکال جنگ‌های نرم این است که مردم در این جنگ با «حملات» ملموس و فیزیکی مواجه نیستند، بلکه به طور تصادفی با پست‌ها یا توییت‌هایی مواجه می‌شوند که باورهای آنان را به چالش می‌کشد و میدان نبرد این جنگ اذهان و قلوب انسان‌هاست. از این رو مخاطبان فعالانه به جستجوی اطلاعاتی می‌پردازند که باورهایشان را تأیید می‌کند. شرکت‌های فناوری با ابزار هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی الگوریتم‌هایی را ایجاد کرده‌اند که توجه ما را به خود جلب کنند. اکنون، بازیگران متخاصم رمز را شکسته‌اند و می‌توانند روایت‌ها و داستان‌هایی را با استفاده از داده‌ها برای دستکاری توده‌های بزرگ جمعیت، بدون اطلاع خواننده بسازند. راه مقابله با این خطر بالقوه باید رویکردی پیشگیرانه برای کشف حملات و ایجاد چارچوبی برای تمایز یک نظر آنلاین تصادفی از یک کمپین شناختی بزرگ‌تر و مؤدیان‌تر باشد.

آنچه که مسلم است این است که جنگ شناختی بر خلاف سایر انواع جنگ‌های موجود در جهان و به ویژه جنگ‌های سخت، تنها نیروهای نظامی را در بر نمی‌گیرد. از آنجا که هدف این نوع جنگ تخدیر اذهان و تغییر در تفکر جاری و ساری در یک محدوده جغرافیایی و ایجاد دو یا چند قطبی در جامعه و همگام کردن افکار و اذهان با تفکر نیروهای متخاصم است، لذا رویکردهای نظامی سخت گذشته دیگر برای مبارزه کافی نیست. توجه به این نکته ضروری است که هدف جنگ شناختی آسیب رساندن به جوامع است و به عبارتی شبیه «جنگ‌های سایه» است. از این رو، لازم است کل دولت و حاکمیت در برابر آن صف آرایی نمایند. از آنجا که مفهوم مدرن جنگ سلاح نبوده و محور نفوذ را مورد توجه قرار داده است، لذا باید برای شکل دادن به ادراکات و کنترل روایت در این نوع جنگ، رویکرد کلی دولتی در سطح ملی اتخاذ شود. «این امر مستلزم هماهنگی بهبود یافته بین استفاده از زور و سایر اهرم‌های قدرت در سراسر دولت است. این می‌تواند به معنای تغییراتی در نحوه تامین منابع، تجهیز و سازماندهی دفاع به منظور ارائه گزینه‌های نظامی زیر آستانه درگیری مسلحانه و بهبود سهم نظامی در تاب‌آوری باشد» (Cluzel, 2020: 32).

توجه به این نکته ضروری است که توسعه اقدامات در حوزه شناختی مستلزم همکاری پایدار میان تمام ارکان دولت و حاکمیت است تا بتوان از انسجام کلی، ایجاد اعتبار و امکان دفاع هماهنگ، اطمینان خاطر حاصل کرد. در این زمینه بهره‌گیری از تخصص‌های انسان‌شناسی، مردم‌نگاری، تاریخ، روان‌شناسی و ارتباطات در کنار نیروی نظامی سخت سنتی، لازمه هرگونه تحرک در قبال این نوع از منازعه است. در میدان این نبرد جدید، اهمیت انسان و تفکر و ذهن او بیشتر مورد توجه واقع شده است. از این رو، بازنگری در تعامل بین علوم سخت و علوم اجتماعی امری است که نباید به محاق برود. بی‌شک ظهور فناوری‌های شناختی به انسان تحلیل و دقت برتری بخشیده است، اما برای اتخاذ تصمیمات به موقع و مستحکم، تنها تأکید بر ظرفیت‌های شناختی انسان کافی نخواهد بود و باید سیستم‌های مهندسی متقاطع با علوم اجتماعی (جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، جرم‌شناسی، علوم سیاسی...) برای رویارویی با تهدیدات پیچیده و چندوجهی مورد توجه قرار گیرند. نکته دیگر حائز اهمیت در این زمینه، تأمین یا برقراری ارتباط میان هر سه ضلع ارتباطات سیاسی، یعنی مردم سیاستمداران یا حاکمان و رسانه‌هاست. هرگونه خللی در ارتباط میان این سه ضلع باعث لطمات جبران‌ناپذیری می‌شود. بی‌اعتمادی مردم به رسانه‌ها یا سیاستمداران و یا هردوی آنها به منزله عقب نشینی از موضع و واگذاری سنگرهای جنگ شناختی به رقبای دشمنان است. چه آنکه جنگ شناختی در واقع مترصد بهره‌گیری از هر خللی میان حاکمان و مردم است تا با نفوذ در میان آنان، اهداف خود را تأمین نماید.

تأکید بر این نکته ضروری است که عدم وجود اعتماد و یا زوال آن در میان سه ضلع ارتباطات سیاسی یعنی مردم، مسئولان و رسانه بزرگترین تهدید و ضعف در جنگ شناختی است و بی‌اعتمادی مردم به سیاستمداران و رسانه‌های آنها گامی در راستای واگذاری سنگرهای جنگ شناختی به رقبای دشمنان است. به دیگر سخن، در صورتی که سیاستمداران یا حاکمان نتوانند از طریق رسانه‌های در اختیار خود، اخبار، اطلاعات و تحلیل‌های درست و منطقی مبتنی بر واقعیت را ارائه دهند، رقبا وارد میدان شده و بدون

در نظر گرفتن منافع مردم و حاکمیت، اخباری سراسر دروغ و مملو از کینه و نفرت را در قالبی کاملاً دلسوزانه ارائه می‌دهند. البته در این مقام، عدم توانایی حکومت و سیاستمداران در انتشار اخبار، ناشی از عدم توانایی و احاطه علمی و تجربی آنان نیست، بلکه مخاطبان دیگر تمایلی به دریافت این قبیل اطلاعات و اخبار را ندارند و همگی را به نوعی دروغ می‌پندارند. این مسئله در واقع نشان دهنده کاهش و یا ضعف اعتماد میان سیاستمداران یا حاکمان و مردم است که لطامت جبران‌ناپذیری در پی دارد.

این نکته نیز نباید مورد غفلت واقع شود که جنگ شناختی به رغم ظاهر خوفناک خود با موانع و محدودیت‌هایی نیز مواجه است که می‌توان از این نقص برای مقابله با آن بهره گرفت. در وهله نخست جنگ شناختی با مشکل اختیار و عدم حساسیت مواجه است. به بیان دیگر استراتژی شناختی عمومی نیست و «محلی» باقی می‌ماند و ما فقط متوجه تأثیرات آن می‌شویم و اعتبار آن تنها پس از آن مشخص می‌شود؛ اغلب زمانی که خیلی دیر شده است. مشکل دوم در ناتوانی خود به خودی مغز انسان در تصور توانایی خود است. بر این اساس، مغز نمایش واقعی توانایی‌هایش ناتوان است. از سوی دیگر، بین دنیای واقعی و دنیای دیجیتالی، سردرگمی به آسانی رخ می‌دهد. در حقیقت، دنیای دیجیتال خود می‌تواند موضوع تحریف، حذف همه یا بخش‌ها، یا برعکس اضافات یا توهّمات خود به خود یا القایی باشد. این مسئله در کنار ناتوانی در ارائه توانایی‌های واقعی مغز موجب می‌شود که استدلال یا تأیید قیاسی زمانبر شود. در بسیاری از موارد، زمان تخصیص داده شده به تأمل محدود و برای بسیج فرآیندهای عقلانی بسیار کوتاه است، بنابراین اشکال فکری تا حدی نادرست را ارزشمند تلقی می‌کند.

محدودیت دیگر جنگ شناختی این است که مشاهدات مکرر و عادات فکری منجر به نوعی فعالیت شناختی خودکار و خیالی می‌شود که بدون ناراحتی، اضطراب یا امتناع از عدم اطمینان نمی‌توان از آن فرار کرد. سوگیری‌های شناختی اشکالی از استدلال شهودی هستند که شامل به حداقل رساندن راه حل‌های غیر محتمل و جستجوی قوانین کلی خود به خودی از حقایق خاص است. به دیگر سخن مغز برای دریافت مسائل مختلف و تحلیل آنها نیازمند شهود است و هر موضوعی را به راحتی تأیید نمی‌کند. این تصور مخالف منطق کاوش سیستماتیک است که هم زمان‌بر و هم انرژی‌بر است و اکثریت مردم از تسلیم شدن در برابر آن سرباز می‌زنند (Claverie, 2022: 15). از این رو، می‌توان با اتخاذ راهکارهایی که اطلاعات مخرب را به چالش می‌کشد، شهود را به صحنه آورد تا مغز (مخاطب) به راحتی تحت تأثیر القائات قرار نگیرد. این موضوع هم اکنون در بسیاری از مراکز تحقیقاتی مورد مطالعه قرار گرفته که گامی برای مقابله با جنگ شناختی و مقاومت در برابر القائات و تأثیرات مخرب است.

نتیجه‌گیری

جنگ شناختی به عنوان یکی از تهدیدات جدی جهان امروز، مورد توجه نهادهای سیاسی و امنیتی جهان قرار گرفته و عامل جدیدی برای تخدیر و تأثیرگذاری بر اذهان و افکار عمومی ملت‌هاست. این نوع جنگ که در قالب انواع جنگ‌های نرم دسته‌بندی می‌شود، بسیار موثرتر از سایر انواع جنگ‌های نرم است و می‌تواند با قدرت ویرانگری در جوامع ایفای نقش نماید. تأکید بر استفاده از ابزارهای علوم شناختی در دستکاری اذهان و بهره‌گیری از ابزارهایی فناوری نظیر رسانه‌های جدید و هوش مصنوعی، خطر این جنگ را بیش از گذشته نمایان کرده است. همچنین، عدم توانایی در شناخت درست تهدیدات این جنگ و یا حتی نحوه آغاز و تدابیر لازم برای مشخص کردن راهکارهای مقابله، توانایی باقوه و بالفعل این جنگ و منازعه را نمایان کرده است. اهمیت این موضوع تا بدانجا پیش رفته که «ناتو» با همکاری دانشگاه‌های مختلف آمریکایی از جمله هاروارد و جان‌هاپکینز اقدام به ارائه تعریفی نو از این جنگ و معرفی آن کرده است و هم زمان تلاش کرده تا راهکارهای مقابله با آن را نیز با همکاری اندیشمندان علوم مختلف کشف و شناسایی نماید. همچنین در خصوص اقدامات برخی کشورها در مناطق نفوذشان نیز مطالعاتی صورت گرفته و ابعاد جنگ شناختی این کشورها مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفته است. جمهوری اسلامی ایران نیز در سال‌های اخیر با این تهدید به صورت جدی مواجه شده و لازم است اقدامات اساسی بر مبنای تهدید ملت‌ها و نه صرفاً دولت‌ها و حکومت‌ها اتخاذ شود. نقطه قوت این نزاع در بهره‌گیری از توان ملت‌ها و تأثیرگذاری بر اذهان آنها در سطوح مختلف است و عملاً دولت‌ها به صورت مستقیم و جدی

همانند جنگ های کلاسیک مورد توجه نیستند. لذا تدابیر اتخاذ شده باید بسیار فراگیر و علمی باشد. از این رو، پیشنهادات زیر برای مقابله با این جنگ مطرح می شود:

۱- آگاهی بخشی به طبقات مختلف جامعه از تبعات جنگ شناختی به ویژه نخبگان، اندیشمندان و فعالان رسانه ای و اساتید دانشگاه.

۲- گسترش سواد رسانه ای و آموزش بهره گیری از رسانه ها برای آحاد افراد جامعه

۳- تبیین ابعاد مختلف جنگ شناختی در جامعه و به ویژه با اصحاب رسانه و تولیدکنندگان محتوا.

۴- ایجاد راهکار برای شناسایی و اعلام خطر در خصوص فعالیت ها و اخبار نادرست و جعلی برای تأثیرگذاری بر اذهان با استفاده از الگوریتم های پیشرفته و با بهره گیری از توان متخصصان حوزه های مختلف علوم اجتماعی.

۵- ایجاد همگرایی و تقویت اعتماد مردم به رسانه ها و حاکمان.

۶- خودداری و پرهیز مسئولان و سیاستمداران از هر گونه اظهار نظر شتاب زده، غیر کارشناسی و مصلحت اندیشانه.

فرجام سخن اینکه اگر قبلاً در ارتباطات سیاسی بحث بر سر این بود که چگونه میان سیاستمداران و مردم (افکار عمومی) از طریق رسانه ارتباط برقرار شود و رسانه ها چگونه به عنوان بخش مهمی از جامعه مدنی رابط بین مردم و کارگزاران باشند، در جنگ شناختی، رسانه ها هدایت گر ادراکات و برداشت های مردم هستند و در نتیجه جنگ شناختی عرصه جدیدی برای ارتباطات سیاسی است که در آن رسانه ها کارکرد شناختی پیدا کرده اند و کسانی در این عرصه جدید برنده و پیروز خواهند شد که بر سه مقوله علوم شناختی، جنگ شناختی و فناوری های پیشرفته عصبی و ارتباطاتی مسلط باشند و استراتژی های ارتباطات سیاسی خود را متناسب با این واقعیت های جدید تدوین نمایند.

منابع

- اقدامی تطفی، داریوش و رضایی کلد، مهدی. (۱۴۰۳). «تدوین راهبردهای مقابله با جنگ شناختی مردم‌محور»، راهبرد دفاعی، ۲۲ (۸۵)، ۸۱-۱۰۴.
- سلطانی، فرزاد؛ محمدی منفرد، حسن و جاودانی مقدم، مهدی. (۱۴۰۱). «بررسی کاربرد جنگ شناختی در حوزه‌های عملیاتی سازمان ناتو»، محیط‌شناسی راهبردی جمهوری اسلامی ایران، ۶ (۴)، ۱۷۸-۱۵۳.
- شاملو، رضا و رضازاده، مصطفی. (۱۴۰۳). «شناسایی و اولویت‌بندی کارکردهای سیاسی فضای مجازی (شبکه‌های اجتماعی) در جنگ شناختی»، راهبرد دفاعی، ۲۲ (۸۵)، ۱۰۵-۱۲۹.
- فرزندبرگ، جی و سیلورمن، گوردون. (۱۴۰۰). علوم شناختی (مقدمه‌ای بر مطالعه‌ی ذهن)، ترجمه محسن افتاده‌حال، تهران: انتشارات موسسه‌ی آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، چ ۳.

References

- Arendt, F. & Matthes, J. (2014). "Cognitive Effects of Political Mass Media", In C. Reinemann (Ed.), Handbook of communication science: Political communication (pp. 547-568). Berlin: DE Gruyter Mouton.
- Backes, O. & Swab, A. (2019). *Cognitive Warfare; The Russian Threat to Election Integrity in the Baltic States*, Belfer Center for Science and International Affairs, Harvard Kennedy School.
- Bernal Alonso; et al (2020). *Cognitive Warfare*, NATO.
- Blumler, J. (2015). "Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted", *Journal of Communication Theory*, No 25: 426-438. doi:10.1111/comt.12077
- Claverie, B. (2022). *What Is Cognition? and How to Make it One of the Ways of the War? The Future of Cognitive Dominance*, NATO Collaboration Support Office, pp. 4, 1-17.
- Cluzel, F. (2020). *Cognitive Warfare, a Battle for the Brain*, NATO.
- Danyk, Y. & Briggs, Ch. (2023). "Modern Cognitive Operations and Hybrid Warfare", *Journal of Strategic Security*, Vol. 16 (1), 35-50. <https://doi.org/10.5038/1944-0472.16.1.2032>
- Eghdami-Tatfi, D. & Rezaei Kaldeh, M. (2014). "Developing Strategies to Deal with People-Centered Cognitive Warfare", *Defense Strategy*, 22 (85), 81-104. <https://doi.org/10.1001.1.17351723.1403.22.85.4.0>
- Friedenberg, J. & Silverman, G. (2021). *Cognitive Sciences (An Introduction to the Study of the Mind)*, translated by Mohsen Oftadeh Hal, Tehran: Publication of Educational and Research Institute of Defense Industries, Ed. 3. (In Persian).
- Friedenberg, J. & Silverman, G. (2006). *Cognitive science: an introduction to the study of mind*, SAGE Publication.
- Gomichon, M. (2013). "Joseph Nye on Soft Power, E-International Relations": <https://www.e-ir.info/2013/03/08/joseph-nye-on-soft-power>.
- Goncvaes, G. (2018). *Political Communication, the International Encyclopedia of Strategic Communication*, JohnWiley & Sons, Inc.
- Greco, A. (2012). "Cognitive science and cognitive sciences", *Journal of Cognitive Science*, No: 13, 471-485. <http://doi.org/10.17791/jcs.2012.13.4.471>
- Haigh, K. & Andrusenko, J. (2021). *Cognitive Electronic Warfare: An Artificial Intelligence Approach*, Norwood: Artech House.
- Henschke, A. (2025). *Cognitive Warfare: Grey Matters in Contemporary Political Conflict*, New York: Routledge.
- Hung, T. (2022). "How China's Cognitive Warfare Works: A Frontline Perspective of Taiwan's Anti-Disinformation Wars", *Journal of Global Security Studies*, Vol. 7 (4), 1-18. <https://doi.org/10.1093/jogss/ogac016>
- Ishii, K. (2005). "Cognitive Science as Science of the Mind", *Quarterly Review*, No: 14, 13-25.
- Kott, A. (2008). *Battle of Cognition: The Future Information-Rich Warfare and the Mind of the Commander*, Westport: Greenwood Publishing Group.
- Lee, Sh. (2011). *Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*, Palgrave Macmillan.
- Leucea, I. (2022). "The Cognitive Warfare in Designing the International Society and Security Environment", 22nd International Conference on Redefining Community in Intercultural Context, Brasov.
- Maurer, P. (2019). "Perceptions of Media Influence and Performance among Politicians in European Democracies", *International Communication Gazette*, Vol. 85 (5), 347-364. <https://doi.org/10.1177/17480485221146088>
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*, London: Routledge.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.

- Reczkowski, R. & Lis, A., (2022). "Cognitive Warfare: what is our actual knowledge and how to build state resilience?" *Security, Theory and Practice*, Vol. XLVIII (3), 51-61. <http://dx.doi.org/10.48269/2451-0718-btip-2022-3-003>
- Shamlou, R. & Rezazadeh, M., (2014). "Identifying and Prioritizing the Political Functions of Virtual Space (Social Networks) in Cognitive Warfare", *Defense Strategy*, Vol. 22 (85), 105-129. (In Persian). <https://dorl.net/dor/20.1001.1.17351723.1403.22.85.5.1>
- Soltani, F. et al. (2022). "Investigating the Application of Cognitive Warfare in NATO's Operational Field", *The Quarterly Journal of Strategic Environment of the Islamic Republic of Iran*, Vol. 6 (4), 153-178(In Persian). <https://dorl.net/dor/20.1001.1.28212673.1401.6.21.5.7>
- Wright, K.; Scott, M. & Bunce, M. (2020). "Soft Power, Hard News: How Journalists at State-Funded Transnational Media Legitimize Their Work", *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 25 (4), 1-25. <https://doi.org/10.1177/1940161220922832>

ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

سپاسگزاری

از داوران و سردبیر محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی