



در جنگ نرم هیچ وقت عکس العملی عمل نکنید. البته پاسخ دشمن را باید داد اما بهتر از عکس العملی عمل کردن و واکنشی عمل کردن، عمل کردن کنشی و ابتکاری است.

بیانات در دیدار بسیجیان | ۱۳۹۸/۰۷/۰۶



مفهوم جنگ شناختی

جنگ شناختی (Cognitive Warfare) به تلاش نظام‌مند برای تغییر درک، برداشت، تصمیم‌گیری و رفتار افراد از طریق دست‌کاری اطلاعات، احساسات، هویت و ارزش‌ها گفته می‌شود. این نوع جنگ، عموماً با هدف بی‌ثبات‌سازی جوامع، تضعیف روحیه ملی، تخریب اعتماد عمومی و گمراه‌سازی افکار عمومی انجام می‌گیرد، برخلاف جنگ‌های کلاسیک، در جنگ شناختی ابزار اصلی نه سلاح، بلکه محتوا و پیام است و میدان نبرد، ذهن انسان‌هاست.



روان‌شناسی جنگ شناختی

در جنگ شناختی، دشمن نه با منطق بلکه با احساسات وارد می‌شود. برای فهم این نبرد، باید روان‌شناسی انسان مدرن را شناخت.

● **(الف ترس و ناامیدی؛** ابزار همیشگی یکی از شگردهای رایج، القای ناامیدی است. دشمن با تکرار اخبار بد، شایعات درباره فروپاشی اقتصادی،

فساد گسترده و تهدید جنگ، نوعی خستگی روانی در جامعه ایجاد می‌کند. این روش، به‌ویژه جوانان را به بی‌عملی و انزوا می‌کشانند.

● **(ب تحریک احساسات و کنار زدن عقل؛** فیلم‌ها، صداها، تصاویر دل‌خراش، گریه کودکان، فریادها... همه به‌گونه‌ای طراحی می‌شوند تا احساسات مخاطب را فعال کرده و عقلانیت را موقتاً تعطیل کنند. انسان احساساتی، آماده پذیرش هر روایتی است.

● **(ج تقویت شک و بدبینی؛** با پخش هم‌زمان اطلاعات ضد و نقیض، مخاطب دچار تردید دائم می‌شود. نتیجه آن بی‌اعتمادی عمومی به همه‌چیز و در نهایت، ریزش سرمایه اجتماعی خواهد بود.



نمونه‌های تاریخی جنگ شناختی

● **(الف سقوط اتحاد جماهیر شوروی؛** بیش از هرچیز، فروپاشی شوروی نتیجه جنگ شناختی بود. القای ناکارآمدی اقتصادی، ترویج مصرف‌گرایی غربی، تحریک جوانان علیه آرمان‌های سوسیالیستی، و نفوذ فرهنگی با ماهواره و موسیقی، پایه‌های فکری نظام کمونیستی را متلاشی کرد.

● **(ب لیبی، سوریه، عراق؛** در این کشورها، پیش از حمله نظامی، ابتدا با شایعات، تحریف و تحریک احساسات، فضا آماده شد. «قذافی، دیکتاتور خون‌خوار» یا «بشار اسد، قاتل کودکان» عباراتی بودند که ذهن جهانیان را آماده پذیرش مداخله نظامی کردند.



روش‌های دشمن در جنگ شناختی

● **۱- شایعه‌سازی؛ تخریب آرام با ضربه‌های پنهان**
تعریف شایعه؛ شایعه، خبری غیررسمی، اغلب نادرست و بی‌پایه است که بدون منبع مشخص پخش می‌شود. هدف از شایعه‌سازی در جنگ شناختی، تخریب آرام ساختارهای روانی و اجتماعی جامعه است.

انواع شایعات

● **سیاسی:** تضعیف مشروعیت حکومت با شایعات درباره فساد، اختلافات داخلی، یا ناکارآمدی مسئولان

● **اجتماعی:** ایجاد بدبینی و تفرقه میان اقوام، مذاهب، یا اقشار جامعه

● **اقتصادی:** پخش شایعه درباره ورشکستگی بانک‌ها یا کمبود ارز برای ایجاد هراس

● **مذهبی:** شایعات علیه علما و ارزش‌های دینی برای تضعیف دین‌مداری

۲- تحریف؛ بازی با واقعیت‌ها

تعریف تحریف؛ تحریف به معنای تغییر عمدی در واقعیت‌ها یا نقل ناقص و جهت‌دار از یک موضوع برای فریب مخاطب است.

روش‌های رایج تحریف

● **حذف بخشی از حقیقت:** تنها بخشی از سخنان یا رویداد را منتشر می‌کنند تا پیام دلخواه حاصل شود.

● **افزودن اطلاعات جعلی:** افزودن جزئیات

جنگ شناختی (تسخیر ذهن‌ها و قلب‌ها)

بررسی نقش ابزارهایی همچون شایعه‌سازی، تحریف، روایت‌سازی و تغییر حقایق و واقعیت‌ها در جنگ شناختی نوین

در جهانی که اطلاعات با سرعت نور منتشر می‌شود و ذهن‌ها و قلب‌ها میدان نبرد اصلی هستند، جنگ شناختی از مهم‌ترین ابزارهای سلطه‌گری نوین شده است. دشمن دیگر تنها با توپ و تانک نمی‌آید؛ او اکنون با رسانه‌ها، شایعات، تحریف تاریخ، روایت‌سازی هدفمند و وارونه‌نمایی حقایق، ذهن جامعه را هدف قرار می‌دهد. جنگ شناختی، مبارزه‌ای نرم اما ویرانگر است که بنیان‌های فکری، ارزشی و هویتی ملت‌ها را نشانه می‌گیرد. در این مقاله پس از بیان تعاریفی کوتاه به بررسی چهار ابزار اصلی این نبرد یعنی شایعه‌سازی، تحریف، روایت‌سازی و تغییر حقایق می‌پردازیم.

غیرواقعی برای تغییر برداشت مخاطب.

● **بزرگ‌نمایی یا کوچک‌نمایی:** یک حادثه کوچک را بزرگ یا یک جنایت بزرگ را کم‌اهمیت جلوه دادن. **استفاده از تصاویر تقطیع‌شده یا قدیمی:** انتشار تصاویر جعلی یا خارج از زمینه برای القای واقعیت جعلی.

نمونه ملموس؛ مثلاً، فیلم کوتاهی از برخورد یک مأمور با فردی منتشر می‌شود، اما بخشی که نشان می‌دهد فرد مذکور ابتدا حمله کرده حذف شده است. این تکنیک تحریف برای ایجاد تصویر ظالم از نظام استفاده می‌شود.

برای تغییر ادراک

تعریف روایت‌سازی؛ روایت‌سازی یعنی ساختن یک داستان و چارچوب ذهنی هدفمند از یک رویداد برای اینکه مخاطب فقط از زاویه‌ای خاص آن را درک کند. چرا روایت مهم است؟ انسان‌ها بیشتر از داده‌های خام، با روایت‌ها ارتباط می‌گیرند. هر طرف جنگ شناختی تلاش می‌کند که اول روایت را بسازد تا دیگران فقط در چارچوب آن بیندیشند.

۳- روایت‌سازی؛ تولید قصه‌های دروغین برای تغییر ادراک

تعریف تغییر حقیقت؛ تغییر حقیقت یعنی بازنویسی غیرحقیقی تاریخ، تغییر مفاهیم ارزشی، یا وارونه‌سازی معانی برای اینکه واقعیت‌ها به تدریج فراموش شوند و نسل آینده با تصویر جعلی مواجه شود.

● **۴- تغییر حقایق؛ نوشتن تاریخ به دست دشمن**
تعریف تغییر حقیقت؛ تغییر حقیقت یعنی بازنویسی غیرحقیقی تاریخ، تغییر مفاهیم ارزشی، یا وارونه‌سازی معانی برای اینکه واقعیت‌ها به تدریج فراموش شوند و نسل آینده با تصویر جعلی مواجه شود.

● **۵-۱ ابزارهای دشمن در انتشار شایعات و تحریفات**
دشمن در جنگ شناختی، از ابزارهای متنوع، حرفه‌ای و بعضاً نامرئی برای پخش شایعات، تحریف واقعیت‌ها، و هدایت ذهن جامعه استفاده می‌کند. این ابزارها، از رسانه‌های جهانی گرفته تا پلتفرم‌های تکنولوژیک و حتی افراد تأثیرگذار درون جامعه را در بر می‌گیرند. در اینجا به مهم‌ترین این ابزارها اشاره می‌کنیم:

● **۵-۱- رسانه‌های بین‌المللی وابسته به قدرت‌های سلطه‌گر**
رسانه‌هایی مانند BBC، CNN، Voice of America، DW، ایران‌اینترنشنال، رادیو فردا و ده‌ها شبکه مشابه، سال‌هاست که به‌صورت حرفه‌ای در حال اجرای عملیات روانی علیه ملت‌ها هستند. در جنگ شناختی، این رسانه‌ها هیچ‌گاه صرفاً اطلاع‌رسان نیستند؛ بلکه کاملاً در خدمت دستگاه‌های اطلاعاتی و سیاست‌های راهبردی دولت‌های متبوع خود عمل می‌کنند.

۵-۲- اینفلوئنسرهای وابسته

یکی از بازوان مهم جنگ شناختی، چهره‌های تأثیرگذار در فضای مجازی هستند که با پوشش طنز، سرگرمی یا تحلیل سیاسی، باورهای مخاطبان را دست‌کاری می‌کنند. اینفلوئنسرها با بهره‌گیری از شهرت یا محبوبیت ظاهری، در بزنگاه‌های اجتماعی به میدان آمده و خوراک رسانه‌های بیگانه را تولید و ترویج می‌کنند.

● **۵-۳ بات‌ها و شبکه‌های جعلی در فضای مجازی**
بخشی از موج‌سازی‌های مجازی، نه توسط انسان‌ها بلکه توسط ربات‌های نرم‌افزاری (Bot) صورت می‌گیرد. این بات‌ها به صورت خودکار، شایعات را بازتشر می‌دهند و فضای مجازی را دست‌کاری می‌کنند.

● **۵-۴ شبکه‌های ماهواره‌ای و سریال‌های برنامه‌ریزی‌شده**
شبکه‌هایی مانند من‌وتو، جم‌تی‌وی، و بسیاری از شبکه‌های تفریحی‌نما، در قالب برنامه‌های سرگرمی، پخش فیلم و سریال، یا مستند، در حال القای تدریجی و نرم مفاهیم مخرب هستند.

● **۵-۵ پلتفرم‌های هوشمند با هدف مهندسی شناخت**
گوگل، یوتیوب، اینستاگرام، تیک‌تاک و حتی موتورهای جستجو مانند بینگ، با کمک هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های رفتاری کاربران، محتوایی را به مخاطب نمایش می‌دهند که در راستای اهداف استراتژیک مشخصی طراحی شده است.

نقش مردم و نخبگان در مقابله با جنگ شناختی	وظیفه رسانه‌های جبهه انقلاب	خطر نخبگان بی‌تفاوت	آموزش عمومی برای مصون‌سازی	استفاده از ابزارهای بومی	جهاد تبیین؛ پادزهر جنگ
- ارتقاء سواد رسانه‌ای: سپر جنگ شناختی - تحلیل محتوا پیش از باور: هر خبری را بدون بررسی نباید باور کرد. - بررسی منابع: توجه به اینکه منبع خبر کجاست. - آگاهی از تکنیک‌های جنگ شناختی: شناخت روش‌های روایت‌سازی و تحریف. نقش نخبگان - روشنگری عمومی: تبیین دقیق واقعیت‌ها برای مردم. - حضور فعال در رسانه‌ها: نخبگان باید روایت‌گر اول باشند. - تولید محتوای جبهه انقلاب: ساخت فیلم، کتاب، و رسانه متعهد.	(الف) سرعت در پاسخگویی؛ یکی از اشتباهات رسانه‌های داخلی، تأخیر در پاسخ به شایعات است. دشمن در ۲۴ ساعت اول ذهن مردم را تسخیر می‌کند. سکوت رسانه‌ای، اجازه جولان دروغ را می‌دهد. (ب) روایت‌سازی از واقعیت؛ رسانه‌های انقلابی باید یاد بگیرند «قصه بگویند». روایت صرف از واقعیت، کافی نیست؛ بلکه باید از زاویه جذاب، هنرمندانه و با استفاده از قالب‌های نوین مانند فیلم کوتاه، انیمیشن و موشن گرافیک واقعیت را به تصویر بکشند.	(الف) نخبگان خاموش؛ بسیاری از اساتید، هنرمندان، نویسندگان و دانشجویان نخبه، نسبت به جنگ شناختی بی‌تفاوت‌اند. این سکوت، زمینه‌ساز غلبه روایت دشمن می‌شود. (ب) بازگشت به جهاد فکری؛ در جهاد تبیین، نخبگان باید در فضای عمومی، شبکه‌های اجتماعی، دانشگاه‌ها و رسانه‌ها حضور مؤثر داشته باشند و با قلم و بیان خود از حقیقت دفاع کنند.	(الف) آموزش عمومی برای مهدکودک تا دانشگاه؛ مهارت تشخیص روایت‌ها، تفکر انتقادی، سواد رسانه‌ای و شناخت ترفندهای جنگ شناختی، باید در تمام مقاطع آموزشی گنجانده شود. (ب) کارگاه‌های خانواده‌محور؛ پدر و مادرها، اولین فیلتر اطلاعات برای فرزندان‌اند. آموزش خانواده‌ها در تحلیل محتوا، رمزگشایی از شایعات و جلوگیری از انتقال اخبار جعلی بسیار ضروری است.	(الف) شبکه‌های اجتماعی بومی؛ باید از پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی حمایت کرد تا در جریان‌های مهم، روایت‌های ملی سانسور نشوند. (ب) تولید ابزارهای تحلیل رسانه؛ ساخت نرم‌افزارهایی برای بررسی صحت اخبار، ردیابی منبع، تحلیل تصویر و بررسی شایعات، یک نیاز حیاتی است.	رهبر معظم انقلاب بارها بر لزوم جهاد تبیین تأکید کرده‌اند. این جهاد، یعنی روایت‌گری صحیح، شفاف‌سازی حقایق، مقابله فعال با تحریف‌ها و روشن‌سازی اذهان عمومی. جهاد تبیین امروز نه یک کار رسانه‌ای، بلکه یک وظیفه دینی و انقلابی است.

در جنگ شناختی امروز، دشمن با شایعه، تحریف، روایت‌سازی و تغییر حقایق، به دنبال تسلط بر ادراک و باور مردم است، جنگ شناختی، نبردی پیچیده اما قابل مدیریت است. دشمن اگر چه ماهر است، اما ضعف بزرگی دارد، حقیقت با او نیست. اگر ما روایت‌گر حقیقت باشیم، با تولید محتوای اصیل، آموزش هوشمندانه و جهاد رسانه‌ای، می‌توانیم برنده این جنگ باشیم، ما باید روایت را از دست دشمن بگیریم؛ شایعات را خنثی کنیم؛ تحریف‌ها را افشا کنیم؛ قصه‌ی ملت را خودمان بگوییم؛ و اجازه ندهیم تاریخ، دروغی باشد که هزار بار تکرار شده و مردم آن را باور کرده‌اند. بنابراین، افزایش بصیرت، آگاهی، تولید محتوای متعهد و گسترش جهاد تبیین در تمام سطوح جامعه امری ضروری و انکارناپذیر است.

