

The Role of Digital Media in Addressing Cognitive Warfare in Iraq

Hatef Pourrashidi Alibigloo *

Assistant Prof. of Communication, Faculty of Social Science, Communication and media,
University of Religions and Denominations, Qom, Iran, h.pourrashidi@urd.ac.ir

Abstract

Purpose: This article aims to understand and recognize the role of digital media in addressing cognitive warfare in Iraq, as well as explore how digital media can effectively confront and navigate the ongoing conflicts in the country. Given Iraq's history of external occupation and current interventions by Western nations, the Iraqi society has become a prime target for cognitive warfare attacks.

Method: To address this research question, thematic analysis of interviews with 20 media and cognitive warfare experts in Iraq was conducted, including professors from Mazaya, Imam Kazem, Farahidi, Baghdad, and Dhiqar universities, until theoretical saturation was achieved.

Findings: The analysis of the primary themes derived from the interviews indicates that audience-oriented approaches and professionalism are fundamental strategies that digital media should adopt to effectively address cognitive warfare. In this context, education and awareness-raising, mobilizing public opinion, promoting knowledge and self-confidence within society, and fostering community cohesion are essential components that contribute to audience-centeredness. Furthermore, to achieve professionalism, it is crucial to focus on digital capacity building and the advancement of persuasive journalism within Iraqi society.

Conclusion: To effectively address cognitive warfare, both traditional and new media in Iraq must devote significant attention to this issue. It is essential for these media outlets to fully comprehend the complexities of cognitive warfare and to prioritize informing and educating the public. By considering the needs and interests of the Iraqi audience, media discussions can become more impactful, enabling the Iraqi people and public opinion to better understand the issue at hand.

Key words: Cognitive Warfare; Digital Media; Coping Strategy; Soft Power, Digital Technology.

Article type: Research

* Received on 7 February, 2024 Accepted on 18 June, 2024

Cite this article: Pourrashidi Alibigloo (2024) The Role of Digital Media in Addressing Cognitive Warfare in Iraq, Fall 2024, Vol.13, NO.3, 25-44.

DOI: 10.30479/psiw.2024.19952.3308

© The Author(s).



Publisher: Imam Khomeini International University.

Corresponding Author: Hatef Pourrashidi Alibigloo (h.pourrashidi@urd.ac.ir)

نقش رسانه‌های دیجیتال در مقابله با جنگ شناختی در عراق

هاتف پوررشیدی علی بیگلو * ID

استادیار ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، رسانه و ارتباطات، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران، h.pourrashidi@urd.ac.ir

چکیده

هدف: مقاله برای نیل به هدف «درک و شناخت نقش رسانه‌های دیجیتال در مقابله با جنگ شناختی در عراق» نگاشته شده است و در تلاش برای دستیابی به پاسخ این پرسش است که «رسانه‌های دیجیتال چگونه می‌توانند در مواجهه و مقابله با جنگ شناختی در کشور عراق ایفای نقش کنند.» چرا که جامعه عراق که از دو دهه گذشته شاهد اشغالگری نیروهای خارج از منطقه بوده و امروز نیز با دست اندازی کشورهای غربی مواجه است، بیشتر آماج حملات جنگ شناختی قرار گرفته است.

روش: برای پاسخ به پرسش تحقیق، از روش تحلیل مضمون مصاحبه ۲۰ تن از کارشناسان و خبرنگاران حوزه رسانه و جنگ شناختی عراق مشتکل از اساتید دانشگاه‌های مزایا، امام کاظم (ع)، فراهیدی، بغداد و ذیقار تا رسیدن به اشباع نظری مد نظر قرار گرفت.

یافته‌ها: تحلیل مضامین اولیه حاصل از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد رویکردهای مخاطب محوری و حرفه‌ای‌گرایی از جمله راهبردهای اساسی است که باید توسط رسانه‌های دیجیتال برای ایفای نقش موثر در مقابله با جنگ شناختی اتخاذ شود. در این راستا بهره‌گیری آموزش و ارتقا آگاهی، بسیج افکار عمومی، ارتقا شناخت و خودباوری در جامعه و همراه کردن مردم از جمله مولفه‌هایی است که مخاطب محوری را به دنبال داشته و محقق می‌کند. در همین زمینه، برای تحقق حرفه‌ای‌گرایی نیز باید از ظرفیت‌سازی دیجیتال و توسعه روزنامه‌نگاری متقاعدگرایانه در جامعه عراق بهره گرفت.

نتیجه‌گیری: برای مقابله با جنگ شناختی لازم است، رسانه‌های سنتی و جدید عراق دقت ویژه و مضاعفی به این موضوع داشته باشند و ضمن اشراف کامل بر مسائل و مباحث جنگ شناختی، آگاه‌سازی و روشنگری افکار عمومی را مد نظر قرار دهند. در این زمینه، توجه به خواسته‌های مخاطب در جامعه عراق می‌تواند تأثیرگذاری مباحث را افزایش داده و کمک کند مردم و افکار عمومی عراق به صورت سهل‌تری با موضوع آشنا شوند.

واژگان کلیدی: جنگ شناختی، رسانه‌های دیجیتال، استراتژی مواجهه، فناوری دیجیتال، عراق.

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۱/۱۸ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۳/۲۹

استناد: پوررشیدی علی بیگلو (۱۴۰۳)، نقش رسانه‌های دیجیتال در مقابله با جنگ شناختی در عراق، پاییز ۱۴۰۳، دوره ۱۳، شماره ۳، پیاپی ۵۱: ۲۵-۴۴.



ناشر: دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) حق مؤلف ©

مقدمه

جنگ شناختی به عنوان مفهومی برگرفته از علوم شناختی قدمت زیادی در ادبیات سیاسی و نظامی جهان ندارد. این در حالی است که ذهن بشر همواره محملی برای تأثیرگذاری و کنترل ادراک بوده است و از این رو شناخت فرایندهای مربوط به آن سابقه طولانی در تاریخ علم دارد. گسترش این مقوله سبب ظهور علم جدیدی در محافل آکادمیک جهان تحت عنوان علوم شناختی شد. به گواه تاریخ اصطلاح «علم شناختی» اولین بار توسط کریستوفر لانگوت هیگینز (۱۹۷۳)، محققى که از شیمی و فیزیک نظری به هوش مصنوعی (AI) روی آورد، استفاده شد. «در سال ۱۹۶۷ او در ادینبورگ دیپارتمان هوش و ادراک ماشینی را تأسیس و شخصاً مطالعه بینایی مصنوعی را دنبال کرد و گروهی از روانشناسان، زبان‌شناسان و عصب‌شناسان را در پروژه‌های بین رشته‌ای مشارکت داد» (Greco, 2012: 472).

این علم به دنبال شناسایی عملکرد ذهن و چگونگی تأثیرگذاری بر آن در حوزه‌های مختلف بوده است. این مطالعات صرفاً در حوزه‌های پزشکی و یا حتی نظامی محدود نشده و دامنه گسترده‌ای از علوم را در بر گرفته است. از این منظر می‌توان گفت که علوم شناختی مطالعه بین رشته‌ای و علمی ذهن است و از این رو دانشمندان این حوزه در تلاش هستند که قدرت پردازشگری ذهن را مورد مطالعه قرار دهند تا توانایی تأثیرگذاری بر ذهن در حوزه‌های مختلف را مورد ارزیابی قرار دهند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که علوم شناختی تمام توجه خود را به کشف جهان شگفت‌آور و فریبنده ذهن یا در واقع «فضای درونی» معطوف کرده است (فرنبرگ و سیلورمن، ۱۴۰۰: ۳). از قدرت این شناخت می‌توان در درمان ترومای مغزی تا بهبود کیفیت آموزش و یا حتی تخدیر باورها و برداشتهای فرهنگی بهره گرفت.

خلق واژه‌ای تحت عنوان قدرت نرم توسط جوزف نای این مقوله را دستخوش تغییراتی اساسی و جدی کرد. از آنجا که قدرت نرم توانایی واداشتن «دیگران به خواستن نتایجی است که شما می‌خواهید»، و به ویژه «توانایی دستیابی به اهداف از طریق جذب به جای اجبار» (Gomichon, 2013: 1)، تعریف شده است، لذا در تلفیق با علوم شناختی که در پی مطالعه در خصوص ذهن و نحوه تأثیرگذاری بر آن است، می‌توان با بهره‌گیری از ابزار واسطی به نام رسانه، جنگی را تحقق بخشید که تحت عنوان جنگ شناختی از آن یاد می‌شود. در واقع جنگ شناختی به معنای تأثیرگذاری بر اذهان با استفاده از مفاهیم و نظریات حوزه علوم شناختی، قدرت نرم و رسانه است.

از آنجایی که رسانه‌های دیجیتال یا نوین واجد توانایی لازم برای ایجاد بستری برای انتشار اطلاعات صحیح و موثق و در عین حال ابزاری برای تولید اطلاعات نادرست، سیاه و خاکستری هستند، می‌توانند نقش تأثیرگذاری در جنگ شناختی ایفا کنند. رسانه‌های دیجیتال این امکان را دارند که در افزایش آگاهی و فرهنگ دیجیتال در بین مردم و نحوه تشخیص اطلاعات صحیح و

گمراه‌کننده کمک کار مردم و مخاطبان باشند. ضمن اینکه این رسانه‌ها می‌توانند به تقویت ارتباطات و گفت‌وگوی سازنده بین گروه‌های مختلف در جوامع متفاوت و از جمله جامعه عراق کمک کنند. این امر می‌تواند به تقویت پیوندهای اجتماعی و تقویت وحدت ملی در عراق منجر شود.

در این راستا، این مقاله برای نیل به هدف «درک و شناخت نقش رسانه‌های دیجیتال در مقابله با جنگ شناختی در عراق» نگاشته شده است و در تلاش برای دستیابی به پاسخ این پرسش است که «رسانه‌های دیجیتال چگونه می‌توانند در مواجهه و مقابله با جنگ شناختی در کشور عراق ایفای نقش کنند.» برای دستیابی به هدف و پاسخ سؤالات تحقیق از روش تحلیل مضمون یا تم مصاحبه کارشناسان و خبرگان حوزه رسانه، ارتباطات و جنگ شناختی عراق بهره گرفته شده است.

ضرورت پرداختن به نحوه مقابله با جنگ شناختی در عراق

جنگ شناختی در سال‌های اخیر برای تسلط بر افکار ملت‌ها و پیروزی در منازعه‌ای نرم و فارغ از ابزار جنگ سخت، مورد توجه قدرت‌های بزرگ قرار گرفته است که با اتکا به توان بالای آنان در استفاده از ابزارهای قدرت نرم و به ویژه رسانه‌ها توفیقاتی را برایشان در پی داشته است. در همین زمینه باید تأکید کرد که جنگ شناختی با عنایت به «بیشرفت‌های گیج‌کننده هوش مصنوعی» در کنار فقدان مقررات، زمینه کاربردی جدیدی حتی در «بازی‌های ویدیویی و متاورس» پیدا کرده است که توانایی ارائه «اطلاعات غلط گسترده» را در راستای جنگ‌های شناختی آنلاین به دست آورده و مغز انسان را به میدان جدیدی از درگیری تبدیل کرده است (Achmirowicz & Martin, 2023: 5). این مقوله در مورد جامعه عراق که با مسائل و مشکلات عدیده‌ای در حوزه قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری رسانه‌ای مواجه‌اند، بیشتر خود را نمایان می‌کند. عدم وجود سیاست روشن و واضح در خصوص اداره و مدیریت رسانه‌ها در دوران عراق جدید، زمینه‌های نفوذ در رسانه‌ها و بهره‌برداری از آنان توسط دشمنان را بیشتر مهیا کرده است. چه آنکه تلاش مردم عراق برای بیرون راندن اشغالگران از عراق در سال‌های اخیر و روی کار آمدن دولت‌هایی حامی مقاومت در این کشور، سبب شده است که نیروهای فرامنطقه‌ای و مشخصاً آمریکا در تلاش باشند زمینه‌های نفوذ خود در عراق را بیشتر از گذشته و این بار، بدون حمله نظامی گسترش دهند. عراق پیش از این نیز با چنین مسئله‌ای مواجه بوده است. در سال‌های پیش از حمله آمریکا به عراق در سال ۲۰۰۳ نیز، «روشهای مدیریت ادراک برای ترویج این باور که سلاح‌های کشتار جمعی در عراق تولید می‌شوند و دولت عراق به تروریست‌های القاعده در حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ کمک کرده است» مورد استفاده دولت آمریکا قرار گرفت. (ترابی و طاهری زاده، ۱۴۰۰: ۵۸). همچنین بر اساس گزارش لس‌آنجلس تایمز مشخص شد که پنتاگون

به طور مخفیانه به روزنامه‌نگاران عراقی پول داده بود تا داستان دلاوری‌های سربازان آمریکایی را در قالب گزارش‌های بیطرفانه توسط روزنامه‌نگاران و خبرنگاران مستقل تهیه و منتشر کنند (Kapoor, 2009:1).

«ساختار اجتماعی» عراق متشکل از قبایل و گروه‌های سیاسی، مذهبی و قومیتی مختلف است که همانند بیشتر کشورهای غرب آسیا با «ساختاری موزائیکی» توسعه یافته است (حق‌پرست و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۶) که همواره در رقابت با یکدیگر سعی دارند از وزن سیاسی بالاتری برخوردار باشند. عملکرد رژیم سابق عراق در بالا بردن وزن سیاسی اهل سنت در این کشور، علی‌رغم جمعیت اندک آنان نسبت به شیعیان، و کاهش نفوذ آنان در دوران عراق جدید (بعد از سال ۲۰۰۳) این فضا را فراهم آورد که بتوان با نفوذ در بین گروه‌های مختلف امنیت و ثبات سیاسی این کشور را بر هم زد. ضمن اینکه در این دوره درگیری اصلی در نحوه «رقابت اقوام و گروه‌های مذهبی در تصاحب کرسی پارلمان و دولت و پست‌های مهم سیاسی» خود را نشان داده که به یک «رقابت جدی و درگیری بین گروه‌ها و طرفدارانشان منجر شده و این گروه‌های ناراضی که اکثریت نیز مسلح هستند هر از گاهی علیه همدیگر دست به عملیات نظامی زده و امنیت شهروندان را با مشکل جدی رو به رو می‌کنند» (حق‌پرست و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۷). از سوی دیگر، حضور بیگانگان در عراق در کنار توسعه نفوذ تروریسم در این کشور در دو دهه گذشته، نشان از مشکلات سیاسی و استراتژیک در عراق دارد که این مسئله با تلاش برای نفوذ و ایجاد فتنه و اختلاف در عراق در رابطه مستقیم است. «حمله آمریکایی‌ها اگرچه به ظاهر توانست عراقی‌ها را از یوغ دیکتاتوری دولتی نجات دهد، ولی نتوانست امنیت ایجاد شده در دوره بعثی را با ساختار جدید جایگزین نماید» (سمیعی اصفهانی و نورانی نژاد، ۱۳۹۲: ۹۶). این مسئله در واقع همان مشکل سیاسی است که زمینه ساز دخالت و ایجاد تفرقه و اختلاف را پدید آورده و زمینه‌های دخالت و نفوذ گسترده از سوی دشمنان در این کشور مهیا کرده و شرایط را برای اجرای جنگ شناختی در این کشور فراهم کرده است. این ضعف اساسی سبب‌ساز بسط و توسعه نفوذ دشمنان در عراق شده است که می‌تواند افکار عمومی عراق را دچار تخریب کند. از این منظر شناسایی ابعاد مختلف این جنگ و نحوه مقابله با آن از منظر رسانه‌های دیجیتال در جامعه عراق دارای اهمیت است.

چهار چوب نظری

جنگ شناختی

جنگ شناختی یکی از محورهای مورد مطالعه در علوم شناختی است. در علوم شناختی ذهن را پردازشگر اطلاعات می‌دانند که باید هم اطلاعات را بازنمایی و هم تبدیل کند. به این معنا که ذهن «طی نوعی بازنمایی ذهنی، فرایندهایی را در خود گنجانده، بر روی آن اطلاعات عمل کرده و آن را دستکاری می‌کند» (Friedenberg & Silverman, 2006: 3). در این شرایط می‌توان گفت که این علم بیشتر متمرکز بر نحوه شناخت و درک انسان از هستی و اطراف خود است. علوم شناختی به عنوان یک حوزه چند رشته‌ای شامل هوش مصنوعی، روانشناسی و زبان‌شناسی تعریف شده است که در واقع شامل تمامی ابزارهایی است که می‌تواند شناخت انسان را تحت تأثیر قرار دهد. بر این اساس حملات حوزه شناختی شامل ادغام اطلاعات سایبری، اطلاعات نادرست و قابلیت‌های مهندسی اجتماعی است که همگی در خدمت تغییر و دستکاری اذهان به کار می‌روند. نکته قابل توجه این است که «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)؛ چرا که این دو حوزه معبر اصلی تأثیرگذاری بر شناخت و راه‌اندازی نبرد یا جنگی ادراکی است. از این رو اصطلاح «جنگ شناختی» به استفاده از فناوری، رسانه و ارتباطات برای دستیابی به اهداف نظامی و سیاسی در درگیری اشاره دارد. در این زمینه تأکید اصلی بر انتشار اطلاعات و تأثیرگذاری بر افکار عمومی است. برخی دیگر نیز جنگ شناختی را بخشی از جنگ ترکیبی می‌دانند که ابعاد نظامی و غیرنظامی را با هم ترکیب می‌کند.

تعدد تعاریف موجود در این زمینه از اهمیت موضوع و وجود نگاه‌های مختلف در حوزه‌های متفاوت به جنگ شناختی حکایت دارد. در این زمینه، اولیور بکز و اندرو سواب (۲۰۱۹) از مرکز بلفر هاروارد، جنگ شناختی را اینگونه تعریف می‌کنند: «جنگ شناختی استراتژی است که بر تغییر نحوه تفکر یک جمعیت هدف از طریق تغییر نحوه عملکرد آن تمرکز کرده است.» علیرغم مبهم بودن عمده این تعریف، «به عنوان چهارچوبی بیش از حد مناسب برای بررسی بیشتر جنگ شناختی» قابل توجه است (Bernal & et al., 2020: 9). وجود ابعاد مختلف در این جنگ از تأثیرگذاری گسترده آن حکایت دارد که بر اساس جدول شماره ۱، می‌توان دریافت که این جنگ در چه ابعادی قابل گسترش است.

جدول ۱- مشخصات و ویژگی‌های جنگ‌های مختلف / منبع: (Bernal & et al., 2020)

مشخصات و ویژگی‌ها	جنگ روانی	جنگ الکترونیک	جنگ سایبر	جنگ اطلاعات	جنگ شناختی
استفاده از روند/داده‌های انبوه			X	X	X
ارتباط با افکار و رفتار	X				X
ظرفیت دسترسی شدید عمومی			X		X
علاقه به گردش اطلاعات	X			X	X

داده‌های این جدول نشان می‌دهد که عملاً جنگ شناختی با استفاده از تمام ابزارهای موجود در فضای اطلاعاتی و تفکری جامعه، قصد دارد تأثیرگذاری لازم را بر جامعه هدف داشته باشد. بدین معنا که این جنگ با استفاده از تئوری‌ها و مفاهیم حاکم بر علوم شناختی، و نیز تجربیات تمام انواع جنگ‌های مختلف جدید و تلفیق آنها با قدرت هرچه تمام‌تر در عرصه ظاهر می‌شود. «به طور خلاصه، جنگ شناختی، سلاح سازی افکار عمومی توسط یک نهاد خارجی، به منظور تأثیرگذاری بر سیاست های عمومی و/ یا دولتی یا به منظور بی‌ثبات کردن اقدامات و/ یا نهادهای دولتی است» (Bernal & et al., 2020: 10).

امروزه جنگ شناختی توجه فرایندهای را از سوی غرب و شرق به خود جلب کرده است. ایالات متحده و ناتو از جنگ شناختی به عنوان میدان درگیری و تسلط از طریق جریان اطلاعات و ادغام آسان آن برای تأثیرگذاری بر ادراکات استفاده کرده‌اند. از این رو این سلاح می‌تواند ابزاری فراتر از میدان نبرد سنتی با نتایج استراتژیک بلندمدت مهم را فراهم کند. اگرچه عده‌ای معتقدند «جنگ شناختی به تنهایی نمی‌تواند در جنگ‌ها پیروز شود و نبردها را حل کند اما باید تأکید کرد پیروزی بر دشمن و درهم شکستن روحیه او نهایت پیروزی و برتری است که نظیر ندارد» (Cluzel, 2020: 54).

اهداف حملات جنگ شناختی ممکن است از کل جمعیت گرفته تا رهبران فردی در سیاست، اقتصاد، مذهب و دانشگاهیان را در بر بگیرد. اما در میان نباید نقش رهبران اجتماعی کمتر شناخته شده را نادیده گرفت. در تحقیقی که توسط بیک و سواب^۱ (۲۰۱۹) به سفارش دانشگاه‌هاروارد تحت عنوان «تهدید روسیه برای یکپارچگی انتخابات در کشورهای بالتیک» انجام شده است، ابعاد مختلف جنگ شناختی و یا هیبرید روسیه در قبال تخدیر اذهان مردم این منطقه و تأثیر بر سرنوشت انتخابات کشورهای این حوزه تشریح و 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 که شامل ابزاری کردن حافظه تاریخی (به معنای طرح این ادعا که کشورهای حوزه بالتیک کشورهایی در حال

شکست هستند) و توسل به اقلیت‌های قومی و زبانی روسی است» (Backes & Swab, 2019: 8).

با عنایت به تمام مسائل پیش گفته باید متذکر شد که ابعاد جنگ شناختی بسیار فراتر از کاربرد فعلی آن است و در آینده با توسعه ابزارهای ارتباطی و هوش مصنوعی، جنبه‌های جدیدی از آن نمایان خواهد شد. امروزه بحث استفاده ابزاری از رسانه‌های دیجیتال برای تحقق اهداف جنگ شناختی به عنوان دغدغه اصلی جوامع و سیاست‌گذاران تبدیل شده که تشریح کارکرد رسانه‌های دیجیتال در این جنگ به بسط مفاهیم نظری در این مقاله کمک خواهد کرد.

کارکرد رسانه‌های دیجیتال در جنگ شناختی

کارکرد رسانه‌ها به عنوان ابزاری تأثیرگذار در سطوح مختلف زندگی غیرقابل کتمان است. همانگونه که امروزه بدون بهره‌گیری از فضای رسانه‌ای و ابزارهای ارتباطی نمی‌توان تصویری در مورد پیشبرد امور مختلف را داشت در امر تأثیرگذاری بر اذهان ملت‌ها نیز نقش رسانه‌ها مؤثر و قابل توجه است. چه آنکه بدون حضور رسانه‌ها، نه ارتباطی شکل می‌گیرد و نه امکانی برای تأثیر بر افکار عمومی و ذهن مخاطب.

رسانه‌ها این قدرت را دارند که افکار را به سمت دلخواه تولیدکننده محتوا 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 مختلف مورد توجه قرار می‌گیرد. بر اساس تجربیات موجود در جنگ سایبری اطلاعات نادرست منتشر شده و عمدتاً زیرساخت‌های اطلاعاتی دشمن مورد حمله قرار می‌گیرد یا اطلاعات به روش‌های مختلف دزدیده می‌شود. در جنگ اطلاعاتی نیز تصمیم‌گیرندگان انسانی هدف قرار می‌گیرند که می‌تواند از طریق رسانه‌های اجتماعی آنلاین و شبکه‌های بین فردی آفلاین راه‌اندازی 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, 2020: 2). بر اساس مطالعات محققان دانشگاه جان هاپکینز^۱ و امپریال کالج لندن^۲ (۲۰۲۰) امروزه، جنگ شناختی قابلیت‌های سایبری، اطلاعاتی، روان‌شناختی و مهندسی اجتماعی را برای دستیابی به اهداف خود یکپارچه می‌کند. 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 می‌کند و به دنبال ایجاد شک، «معرفی روایت‌های

1. Johns Hopkins University

2. Imperial College London

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» (Bernal & et al., 2020: 48).

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 و بین‌المللی آن است. بر این اساس از طریق گروه‌ها و جوامع مختلف، رسانه‌های الکترونیکی و دیگر اشکال ارتباطی، اهداف جامعه به اندازه کافی تحت تأثیر تنظیم و کنترل قرار می‌گیرند که «در نهایت منجر به تغییر در جهان‌بینی، ارزش‌ها، دانش، ادراکات، دیدگاه‌ها» شده و فرصت‌هایی برای نوع خاصی از استعمار دیجیتال را فراهم می‌کند (Danyk & Briggess, 2023: 46). در نهایت باید گفت که 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 به خود اختصاص می‌دهد که با محتوای مطلوب توسط بازیگران مختلف مستعمره می‌شود» (Leucea, 2022: 83) و در نتیجه اهداف صاحبان قدرت را تحقق می‌بخشد.

پیشینه تحقیق

جنگ شناختی به عنوان مفهومی جدید در عرصه سیاسی و نظامی در سال‌های اخیر مورد توجه محققان مختلف از نقاط متفاوت جهان قرار گرفته است اما همانگونه که گفته شد با توسعه مبانی و مفاهیم آن در دهه اخیر، تحقیقات مختلفی در حوزه تبیین آن صورت پذیرفته اما مطالعات محدودی در خصوص اثرات و نحوه عمل آن در قالب مطالعات موردی موجود است. عمده تحقیقات صورت گرفته بیشتر متمرکز بر تبیین مفهومی و بیان جنبه‌های مختلف جنگ شناختی است. از این رو در حوزه کشور عراق نیز تحقیق جدی و مهمی صورت پذیرفته و اساساً می‌توان ادعا کرد که این تحقیق به عنوان یکی از تحقیقات پیشرو در جامعه علمی عراق پیرامون جنگ شناختی مطرح است.

از جمله مهمترین تحقیق‌های صورت گرفته در حوزه مطالعه اثرات جنگ شناختی، می‌توان به تحقیق بیک و سواب (۲۰۱۹) که به سفارش دانشگاه‌ها روارد تحت عنوان «تهدید روسیه برای یکپارچگی انتخابات در کشورهای حوزه بالتیک» انجام شده است، اشاره کرد. در این تحقیق، ابعاد مختلف جنگ شناختی و یا هیبرید روسیه در قبال تخدیر اذهان مردم این منطقه و تأثیر بر سرنوشت انتخابات کشورهای این حوزه مورد بررسی قرار گرفته و 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». (Backes & Swab, 2019: 8).

همچنین بر اساس مطالعات صورت گرفته توسط محققان دانشگاه جان هاپکینز و امپریال کالج لندن (۲۰۲۰) تحت عنوان «جنگ شناختی: دانش واقعی ما چیست و چگونه تاب‌آوری دولت را ایجاد کنیم؟»، ضمن تعریف جنگ شناختی، نسبت به آسیب‌پذیری کشورهای عضو ناتو در این جنگ به دلیل استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های دستگاه‌های هوشمند هشدار داده شده است (Reczkowski & Lis, 2022: 56).

در تحقیق دیگری نیز در مورد جنگ شناختی چین علیه تایوان که توسط گرشانک^۱ (۲۰۱۹) صورت پذیرفته است، تأکید شده است که «جنگ شناختی جمهوری خلق چین علیه تایوان، یک تهدید وجودی برای این کشور جزیره‌ای است که هدف آن از بین بردن دموکراسی تایوان و جذب آن در درون چین کمونیست است. در این مسیر دولت چین قصد دارد در کنار تهدیدات نظامی، با مهار دیپلماتیک و جذب فرصت‌های اقتصادی، اراده مردم را تضعیف کند».

در تحقیق پوررشیدی و صمدی، (۱۴۰۲) نیز تحت عنوان «جنگ شناختی؛ جنگ اراده‌ها»، ضمن تبیین و توضیح ابعاد مختلف جنگ شناختی راهکار مقابله با جنگ شناختی، ارتقا دانش، آگاهی‌بخشی و اتخاذ استراتژی جامع برای مقابله با اطلاعات مخرب و نادرست عنوان شده که باید مورد توجه دولت‌ها و بخش‌های مختلف دولتی و خصوصی قرار گیرد.

در تحقیق دیگری که توسط آکمیروزیک و مارتین^۲ (۲۰۲۳) تحت عنوان «گزارش جنگ شناختی»، منتشر شده است، به توسعه فضای دیجیتال و ابزارهای رسانه‌ای دیجیتال و فضای مجازی در نقاط مختلف جهان اشاره شده که این امر زمینه را برای توسعه جنگ شناختی فراهم آورده است. در این گزارش ضمن تشریح ابعاد مختلف این جنگ، بهره‌گیری از ابزارهایی نظیر بازی‌های دیجیتال، متاورس و فعالیت‌های مربوط به سرگرمی، گامی در راستای جنگ شناختی برشمرده شده و جنبه‌های مختلف آن تشریح شده است.

همچنین حاجی زاده (۱۴۰۱) نیز در تحقیقی تحت عنوان «تبیین زمینه‌ای، نظری، مفهومی و کاربردی جنگ شناختی» با محور قرار دادن روسیه به عنوان مدل تحقیق و با تمرکز بر مفاهیم و رویه‌های متداول در حوزه جنگ شناختی، ابعاد مفهومی، ساختاری و عملیاتی (اصول، روش‌ها، ابزارها و روندهای انجام اقدام) را با رویکرد توصیفی-تحلیلی مورد مطالعه قرار داده است. در تحقیق دیگری نیز که توسط سلطانی و همکاران (۱۴۰۱)، تحت عنوان «بررسی کاربرد جنگ شناختی در حوزه‌های عملیاتی سازمان ناتو» صورت پذیرفته، ضمن اشاره به اقدامات

1. Gershanek

2. Achmirowicz & Martin

دولت آمریکا و ناتو در فریب افکار عمومی و تغییر شناخت مردم عراق و منطقه در جریان جنگ‌های اول و دوم خلیج فارس در سال‌های ۱۹۹۱ و ۲۰۰۳ تأکید شده است «ناتو به بهانه برخوردار بودن از نظام‌های دموکراتیک در کشورهای عضو این سازمان در صدد است تا تئوریهای جنگ شناختی خود را تقویت کند». از این منظر ناتو معتقد است «تأثیرگذاری بر حوزه شناختی در دیگر کشورها مستلزم درک فرهنگ آنها، شناسایی اهداف و ایجاد روایت‌های استراتژیک متناسب با ویژگی‌های فرهنگی مردم کشور مورد هدف است».

همانگونه که در جدول شماره ۲ قابل مشاهده است، تحقیقات صورت گرفته در این حوزه، عمدتاً متمرکز بر تعریف و معرفی ابعاد مختلف جنگ شناختی بوده و جنبه‌های مختلف آن مورد تشریح قرار گرفته است در حالی که در این تحقیق ضمن معرفی ابعاد مختلف جنگ شناختی در عراق بر موضوع نقش رسانه‌های دیجیتال تمرکز شده است. نقطه قوت و افتراق این تحقیق با تحقیقات گذشته، اولاً انجام این تحقیق در کشور عراق برای نخستین بار و از سوی دیگر تمرکز بر ارائه راهکار و تبیین نقش و جایگاه انواع رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های دیجیتال در جنگ شناختی است.

جدول ۲- تحقیقات صورت گرفته در حوزه جنگ شناختی

عنوان تحقیق	محقق / محققان	نتیجه
تهدید روسیه برای یکپارچگی انتخابات در کشورهای حوزه بالتیک	Backes & Swab	بهره‌گیری روسیه از عملیات اطلاعاتی برای شعله‌ور کردن اختلافات داخلی در کشورهای حوزه بالتیک، تضعیف سیاست و نهادهای داخلی آنها و تأثیرگذاری بر نتایج انتخابات
جنگ شناختی: دانش واقعی ما چیست و چگونه تاب‌آوری دولت را ایجاد کنیم؟	Reczkowski & Lis	اسیب‌پذیری کشورهای عضو ناتو در جنگ شناختی به دلیل استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های دستگاه‌های هوشمند
جنگ شناختی: جنگ اراده‌ها	پوررشیدی، صمدی	اتخاذ استراتژی جامع برای مقابله با اطلاعات مخرب و نادرست در جنگ شناختی
گزارش جنگ شناختی	Gershaneck	اراده دولت چین بر تضعیف اراده مردم تایوان در کنار تهدیدات نظامی، با مهار دیپلماتیک و جذب فرصت‌های اقتصادی
تبیین زمینه‌ای، نظری، مفهومی و کاربردی جنگ شناختی	حاجی زاده	توصیف اصول، روش‌ها، ابزارها و روندهای انجام جنگ شناختی
بررسی کاربرد جنگ شناختی در حوزه‌های عملیاتی سازمان ناتو	سلطانی و همکاران	تقویت تئوری‌های جنگ شناختی از سوی ناتو، به بهانه برخوردار بودن از نظام‌های دموکراتیک در کشورهای عضو این سازمان.

روش تحقیق

این تحقیق با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی و تکنیک تحلیل تم (تماتیک) یا تحلیل مضمون انجام شده است. به اعتقاد روش‌شناسان در دو دهه اخیر، «تجزیه و تحلیل مضمون به روشی فزاینده برای درگیر شدن با داده‌های کیفی تبدیل شده است» (Joffe, 2012: 213). این روش، یک روش تحلیلی انعطاف‌پذیر است که محقق را قادر می‌سازد تا مضامین - الگوهای مبتنی بر معنا- را برای گزارش تفسیر خود از مجموعه داده‌های کیفی بسازد. ضمن اینکه این توانایی را دارد که در بسیاری از تحلیل‌های کیفی ایفای نقش کند و کاربردی بودن خود را به نمایش بگذارد. هنگامی که بر مصاحبه‌ها یا گروه‌های متمرکز، فکوس^۱ می‌کند، تحلیل مضمون فرض می‌کند که خاطرات شرکت‌کننده ارزشی دارد که شایستگی کاوش، ترکیب و توصیف فشرده را دارد. هنگامی که بر اسناد یا دیگر مصنوعات بازیابی شده متمرکز می‌شود، تحلیل مضمون فرض می‌کند که اطلاعات ثبت شده بازتاب دقیق واقعیتی است که در آن زمان وجود داشت و بنابراین باید با همان درجه اطمینان با خاطرات گفتاری شرکت‌کننده برخورد کرد. «این جهت‌گیری فرض می‌کند که محقق داده‌های گزارش شده توسط شرکت‌کنندگان یا بازیابی شده در اسناد را قانع‌کننده می‌بیند» (Lochmiller, 2021: 2031).

در این تحقیق برای گردآوری داده از روش مصاحبه عمیق بهره گرفته شد؛ در این راستا مصاحبه با کارشناسان و متخصصان حوزه رسانه، ارتباطات و جنگ شناختی عراق مشتکل از

1. Focus

استادان دانشگاه‌های مزایا^۱، امام کاظم (ع)^۲، فراهیدی^۳، بغداد^۴ و ذیقار^۵ تا رسیدن به اشباع نظری مد نظر قرار گرفت. در این راستا و بر اساس داده‌های جدول شماره ۳، ۲۰ مصاحبه با افراد فوق الذکر در بازه زمانی ۱ آگوست ۲۰۲۳ تا ۳۰ نوامبر ۲۰۲۳ با استفاده از مصاحبه‌های استاندارد شده و مشتکل از سؤالات مرتبط با موضوع تحقیق، صورت پذیرفت. سپس متن مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی، کدگذاری شده و مفاهیم اولیه یا پایه استخراج شد. بر اساس داده‌های جدول ۴، تعداد ۲۸ مفهوم پایه حاصل شد که کدهای مستخرج، معطوف به تفهیم معنایی جنگ شناختی راه‌های مقابله با این جنگ و نیز نقش رسانه‌های دیجیتال در مقابله با این جنگ بوده است. از مفاهیم اولیه حاصل شده، ۶ مفهوم سازمان دهنده حاصل گردید. آنچه که در جدول شماره ۵ نشان داده شده، حکایت از این دارد که نهایتاً ۲ مفهوم عام (حرفه‌ای‌گرایی و مخاطب‌محوری) از مفاهیم سازمان دهنده حاصل شده است. برای تحقق‌روایی تحقیق نیز کدگذاری صورت گرفته از سوی سه تن از استادان رشته علوم ارتباطات بررسی و مورد تأیید قرار گرفت.

جدول ۳- اسامی و مشخصات مصاحبه‌شوندگان

نام و نام خانوادگی	جنسیت	مدرک	شغل و نوع خبرگی
کاظم کریم محسن	مرد	فوق لیسانس	استاد گروه رسانه دانشگاه مزایا
أحمد عامر	مرد	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه مزایا
أحمد راشد موحان	مرد	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه مزایا
لیث علی ال جنبج	مرد	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه امام کاظم (ع)
وقار صبیح جهاد	زن	فوق لیسانس	استاد گروه رسانه دانشگاه مزایا
عادل عبدالرزاق الغیری	مرد	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه بغداد
یسری حمزة علی	زن	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه بغداد
عقیل لفته مسیر	مرد	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه بغداد
طارق علی حمود	مرد	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه فراهیدی
ادریس جواد صادق	مرد	دکتری	استاد گروه رسانه دانشگاه بغداد
هادی نهر	مرد	دکتری	رئیس دانشگاه مزایا
هادی فلیح حسن	مرد	دکتری	رئیس دانشکده رسانه دانشگاه ذی قار
فیصل عبد عوده	مرد	دکتری	مدیر گروه رسانه دانشگاه مزایا
یاسر البراک	مرد	فوق لیسانس	استاد گروه رسانه دانشگاه ذی قار
علاء عبد کطافه العبودی	مرد	دکتری	استاد گروه علوم سیاسی دانشگاه مزایا
عماد شریف العبادی	مرد	دکتری	استاد رسانه دانشگاه ذی قار
مروان خشلان الحجامی	مرد	دکتری	رئیس گروه روزنامه‌نگاری دانشگاه ذی قار
حسین عبدالامیر الغزی	مرد	دکتری	استاد رسانه دانشگاه امام کاظم (ع)
نور اختیاری‌اللامی	زن	دکتری	استاد رسانه دانشگاه ذی قار
ارشد الزهیری	مرد	دکتری	استاد رسانه دانشگاه ذی قار

1. Mazaya University Collage
2. Imam Kadhimi Faculty of Islamic Sciences University
3. Al-Farahidi University
4. University of Baghdad
5. University of Thi-Qar

جدول ۴- مفاهیم اولیه و سازمان دهنده حاصل از مصاحبه ها

مفاهیم سازمان دهنده	مفاهیم پایه
آموزش و ارتقا آگاهی	آموزش خطرات جنگ شناختی به شهروندان
	آگاه‌سازی جامعه به شیوه‌های مقابله
	غنی‌سازی آموزشی رسانه‌های دیجیتال
	تشویق مردم به آموزش نحوه مقابله
بسیج افکار عمومی	ارتقای آگاهی مردم از تعهد به کشور
	بحث در مورد مسائل شناختی
	جلب توجه عموم به جنگ شناختی
	افزایش آگاهی و بسیج برای نظارت داخلی مردم
ظرفیت سازی دیجیتال	رشد کمی و کیفی رسانه‌های دیجیتال
	ایجاد جذابیت های ذهنی و احساسی
	شکستن دیوار بین آگاهی و سرگرمی
	بهره‌گیری از سرعت نفوذ دیجیتال در بین اقشار جامعه
توسعه روزنامه‌نگاری متقاعدگرایانه	آگاهی مردم به فریب رسانه‌های دیجیتال
	بهره‌گیری از روزنامه‌نگاری تحقیقی
	استفاده از روش‌های متقاعدکننده‌ای برای مقابله
ارتقا شناخت و خودباوری در جامعه	تمرکز بر مکانیسم‌های مقابله با جنگ شناختی
	ارتقا روحیه رویارویی با جنگ شناختی
	ارتقای سطح ارزش‌های شناختی در بین مردم
	ایجاد انگیزه‌های رویارویی با جنگ شناختی
	تأکید بر ارزش‌های شناختی مخاطبان هدف
	استفاده از عنصر شوک برای بیدار کردن مخاطبان
	به حداقل رساندن اقدامات منجر به به انحراف
همراه کردن مردم	احاطه بر جامعه و به ویژه جوانان
	فراهم کردن فضای بحث و گفت‌وگوی عمومی
	فراهم کردن زمینه رویارویی با جنگ شناختی برای عموم
	همگامی کامل با مردم
	بهره‌گیری از پتانسیل‌های مهم انسانی در جامعه

یافته‌های تحقیق

از دید کارشناسان و صاحب نظران عراقی، جنگ شناختی به عنوان یک تهدید بالقوه و بالفعل علیه این کشور نیازمند توجه و مداقه است. از این منظر، فهم درست ابعاد مختلف این جنگ در وهله اول اهمیت قرار دارد و پس از آن می‌توان با اتخاذ راهکارهای صحیح به مقابله با آن پرداخت. رسانه‌های نوین و دیجیتال نیز به دلیل گستردگی نفوذ در میان مردم و استفاده غالب مردم از ابزارهای مختلف آن در واقع به عنوان تیغی دو لبه در این زمینه ایفای نقش می‌کنند. به معنای دیگر، این رسانه‌ها، همانگونه که می‌توانند به عنوان ابزاری برای مقابله با جنگ شناختی تلقی شوند، خود می‌توانند به عنوان محملی برای حملات دشمنان در حوزه این جنگ تلقی شوند. از این منظر لازم است که شناخت درستی از این رسانه‌ها داشت و توانایی آنها در مقابله با این جنگ را احصا کرد.

بر اساس داده‌های جدول ۴ رسانه‌های دیجیتال یا نوین، به دلیل گستردگی نفوذ در بین آحاد جامعه، می‌توانند از طریق آموزش و ارتقا آگاهی، افکار عمومی عراقی را با ابعاد جنگ شناختی آشنا کرده و زمینه‌های عدم فریب آنان را فراهم کنند. ضمن اینکه این توانایی را نیز دارند که بر اساس نظر لاسول در خصوص کارکرد رسانه‌ها در ایجاد همبستگی، وظیفه بسیج افکار عمومی در میان مردم عراق را ایفا کنند. این مسئله در جدول شماره ۴ به عنوان مفاهیم سازمان‌دهنده مطرح شده است. همانگونه که گفته شد، امروزه با رشد کمی و کیفی گسترده در فضای دیجیتال و رسانه‌های وابسته به آن مواجهیم که این امر ظرفیت گسترده‌ای را برای تولید محتوای درست و متناسب با اهداف تعریف شده در حوزه مقابله با جنگ شناختی فراهم کرده است. از این رو می‌توان با بهره‌گیری از توان فضای دیجیتال، نسبت به ظرفیت سازی دیجیتال اقدام کرد و بدون واهمه از محدودیت‌های رسانه‌های سنتی، محتواهای متعدد و با رعایت الگوهای رسانه‌های دیجیتال تولید کرد. امری که به شدت مورد نیاز جامعه امروز عراق است.

ناگفته پیداست که تأثیرگذاری مناسب بر مخاطب در تمامی مباحث تبلیغی و خبری، نیازمند بهره‌گیری از روش‌های اقناع مخاطب به صورت صحیح و کارآمد است. از این منظر می‌توان گفت که روزنامه‌نگاری‌ای که بتواند اقناع مخاطب را در پی داشته باشد، باید مورد استفاده تولید کنندگان محتوا در فضای مجازی قرار گیرد. از این منظر توسعه روزنامه‌نگاری متقاعدگرایانه برای تامین نیازهای اطلاعاتی و خبری مخاطب با رویکرد اقناع مخاطب، امری اجتناب‌ناپذیر است. توجه به این مقوله در مقابله با فعالیت گسترده شبکه‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای به زبان عربی در کشور عراق، اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد.

در همین راستا، همانگونه که در جدول شماره ۴ آمده است، یکی از مباحث مورد توجه رسانه‌های دیجیتال فارغ از مباحث نظیر سرگرمی، اطلاع رسانی و ارائه محتوایی است که موجب ارتقا شناخت و خودباوری در جامعه شود. این امر در کنار اقناع مخاطبان به شکل صحیح، توان جامعه برای مقابله با جنگ شناختی را ارتقا می‌بخشد. با عنایت به اینکه جامعه عراق به دلیل تأثیرات فرهنگی و اجتماعی ناشی از دیکتاتورهای متعدد دچار مشکلات عدیده‌ای در زمینه خودباوری است، لازم است که برای مقابله با جنگ شناختی، توجه و توسعه این مؤلفه مدنظر قرار گیرد.

از دید کارشناسان عراقی، اقدام و وظیفه نهایی رسانه‌های دیجیتال، همراه کردن مردم با حاکمیت و جامعه است (جدول ۴)، چه آنکه دشمن از طریق جنگ شناختی قصد دارد ضمن وارد کردن ضربه به اتحاد جامعه و ایجاد گسست در میان آحاد مردم، حلقه‌های اتصال حاکمیت و مردم را از هم گسیخته و بر طبل جدایی و عدم وجود یکپارچگی بکوبد که نتیجه نهایی آن ایجاد شکاف در جامعه میان مردم و حاکمیت است. رسانه‌های دیجیتال در این مسیر می‌توانند به عنوان ناجی این گسست ایفای نقش کرده و در راستای تقویت این ارتباط گام بردارند.

جدول ۵- مفاهیم سازمان‌دهنده و عام حاصل از مصاحبه‌ها

مفاهیم سازمان‌دهنده	مفاهیم فراگیر
ظرفیت سازی دیجیتال	حرفه‌ای‌گرایی
توسعه روزنامه‌نگاری متقاعدگرایانه	
آموزش و ارتقا آگاهی	
بسجج افکار عمومی	مخاطب‌محوری
ارتقا شناخت و خودباوری در جامعه	
همراه کردن مردم	

توسعه تکنولوژیکی فضای مجازی این امکان را فراهم آورده است که بتوان با بهره‌گیری از ابزارهای مختلف محتوای با کیفیت و جذاب را در اختیار مخاطب قرار داد. ضمن اینکه می‌توان با ابزار چند رسانه‌ای و دیجیتال که از فناوری بالایی برخوردار است در راستای توسعه خبررسانی و روزنامه‌نگاری متقاعدگرایانه حرکت کرد. بر اساس داده‌های جدول ۵ به عنوان مفاهیم فراگیر در این مسیر حرفه‌ای‌گرایی، اقدامی است که باید به شدت مورد توجه فعالان فضای مجازی قرار گیرد تا مخاطب از اخبار غیرواقم و اطلاعات سیاه و خاکستری تأثیرپذیری کمتری داشته باشد و در دام جنگ شناختی نیفتد. تحقق این مسئله در گرو تولید محتوای باکیفیت، جذاب و حرفه‌ای در رقابت با محتواهای تولید شده متعدد به زبان عربی در این کشور از سوی رسانه‌ها و کشورهای مختلف است.

نکته دیگر قابل توجه در این مسیر، توجه به نیازهای مخاطب و آموزش مخاطبان در امر جنگ شناختی و همراه کردن آنان با موضوعات مربوط به نحوه مقابله با جنگ شناختی و آشنایی با مولفه‌های آن است. به عبارت دیگر باید مخاطب به عنوان محور اصلی مقابله با این جنگ معرفی شود که این امر جز با رویکرد مخاطب‌محوری حاصل نمی‌شود. این مقوله خود متضمن گسترش شناخت و خودباوری در جامعه و عدم ایجاد فرصت برای دشمن برای تأکید و بهره‌برداری از نقاط ضعف است (جدول ۵).

نتیجه‌گیری

امروزه جنگ شناختی به عنوان یکی از تهدیدات جدی در تخریب افکار عمومی و بی‌اعتبار کردن حاکمیت‌ها از طریق دستکاری افکار عمومی کشورهای هدف مورد توجه قدرت‌های برتر جهانی واقع شده است. در این مسیر دشمن با ارائه اخبار و اطلاعات غلط و بهره‌گیری از اطلاعات و داده‌های سیاه و خاکستری، اذهان ملت‌ها را مورد حمله قرار داده و ضمن تضعیف روحیه و توان آنان، زمینه شکست و نابودی ملت‌ها را فراهم می‌آوردند. هدف اصلی دشمن در این نبرد به زیر کشیدن اراده کشورهای مختلف بدون توسل به قدرت سخت است. در این مسیر، فضای دیجیتال و رسانه‌های وابسته به آن به دلیل عدم وجود ابزارهای نظارتی و گستردگی دسترسی و محتوای تولید شده به عنوان ابزار و محملی برای این امر تبدیل شده‌اند.

مقابله با جنگ شناختی در وهله اول نیازمند آگاه‌سازی افکار عمومی و همراه کردن آنان با سیاست‌های حاکمیتی و بر پایه منافع ملی است. از این منظر، رسانه‌های دیجیتال می‌توانند به دلیل سهولت و گستردگی دسترسی گام‌های اساسی در این مسیر بردارند که بر اساس نتایج حاصل از این تحقیق رویکرد مخاطب‌محوری و حرفه‌ای‌گرایی از جمله راهبردهای اساسی برای ایفای نقش این رسانه‌ها در مقابله با جنگ شناختی است. هر دو رویکرد نشان‌دهنده نقش اساسی و تأثیرگذار رسانه‌های دیجیتال در رقم زدن آینده جنگ شناختی است.

در فضای جامعه عراق نیز با عنایت به عدم وجود ثبات سیاسی از سال ۲۰۰۳ و نفوذ بالای گروه‌های قومی و مذهبی در این کشور، جولان گروه‌های سیاسی و دشمنان، جنبه‌های نوینی به خود گرفته است. اقدامات کشورهای عربی و غربی در حمایت از داعش در سال‌های اخیر و توسعه و تجهیز آنان به تمامی امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و توان بالای داعش در اداره رسانه‌های سنتی و دیجیتال و زمینه‌سازی برای نفوذ در افکار عمومی جامعه عراق با ناکارآمد جلوه دادن حاکمیت عراق و تخریب افکار عمومی این کشور، حکایت از این دارد که عراق هنوز محملی برای نفوذ و گسترش جریان‌های مخالف، معاند و دشمنان است. این نفوذ متضمن تسلط بر افکار عمومی عراق و تخریب اذهان مردم این کشور است تا در گرو آن بتوانند با ایجاد تفرقه درگیری‌های قومی، قبیله‌ای، مذهبی و سیاسی که زمینه‌های آن در این کشور مهیاست را گسترش داده و ضمن دخالت در امروز جاری این کشور، نقش عراق در منطقه و بازارهای سیاسی نظیر بازار نفت را تضعیف کنند.

تأکید بر ناتوانی دولت عراق در اداره کشور در سال‌های گذشته بسیار مسبوق به سابقه بوده و شواهد نیز حکایت از این دارد که گروه‌های سیاسی عراق بدون توجه دقیق به پشت پرده این مباحث، وارد عرصه شده و هم سو با تحرکات دشمنان، اقدامات خود علیه دولت، پارلمان و نهادهای قانونی این کشور را شکل داده‌اند. نکته اصلی در این بین فریب اطلاعاتی و عملیاتی

این گروه‌ها از سوی رسانه‌های سنتی و جدید است که در غالب جنگ شناختی قابل ارزیابی است.

از این رو لازم است رسانه‌های سنتی و جدید عراق دقت ویژه و مضاعفی به این موضوع داشته باشند و ضمن اشراف کامل بر مسائل و مباحث جنگ شناختی، آگاه‌سازی و روشن‌گری افکار عمومی را مد نظر قرار دهند. جامعه عراق با عنایت به پائین بودن سطح سواد و توسعه نیافتگی لازم، نیازمند توسعه و بسط آموزش مفاهیم مرتبط به این حوزه و ارائه جذاب و حرفه‌ای مباحث است تا بتواند تأثیرگذاری لازم را داشته باشد.

در این بین، توجه به خواسته‌های مخاطب در جامعه عراق می‌تواند تأثیرگذاری مباحث را افزایش داده و کمک کند مردم و افکار عمومی عراق به صورت آسان‌تری با موضوع آشنا شوند. در این مسیر توسعه سواد رسانه‌ای در جامعه عراق نیز می‌تواند به عنوان گزاره‌ای مطلوب در مقابله با جنگ شناختی مد نظر قرار گیرد.

کتابنامه

آل داوود، سید علیرضا (۱۴۰۲). *هنر جنگ شناختی در عصر هوش مصنوعی*، تهران: نواندیشان دنیای کتاب.

پوررشیدی، هاتف؛ صمدی، مهران (۱۴۰۲). *جنگ شناختی؛ جنگ اراده‌ها، هشتمین کنفرانس بین‌المللی مطالعات میان رشته‌ای علوم انسانی و اسلامی ایران*.

ترابی، قاسم؛ طاهری زاده، محمدناصر (۱۴۰۰). *انقلاب سایبری و تحول مفهوم جنگ اطلاعاتی در عرصه روابط بین الملل، فصلنامه مطالعات بین‌المللی*، ۴ (۶۸)، ۴۷ - ۶۶.

حاجی زاده، سیروس (۱۴۰۱). *تبیین زمینه‌ای، نظری، مفهومی و کاربردی جنگ شناختی، دوفصلنامه بازی جنگ*، ۵ (۱۰)، ۱۰۳ - ۱۴۳.

حق پرست، سعید؛ ولی‌پور عقیق، توحید؛ نصیری حامد، رضا (۱۴۰۲). *موانع و چالش‌های تأثیرگذار در توسعه نیافتگی سیاسی عراق پس‌اصدام، فصلنامه مطالعات بنیادین و کاربردی جهان اسلام*، ۵ (۱۷)، ۲۵ - ۴۸.

سلطانی، فرزاد؛ محمدی منفرد، حسن؛ جاودانی مقدم، مهدی (۱۴۰۱). *بررسی کاربرد جنگ شناختی در حوزه‌های عملیاتی سازمان ناتو، فصلنامه محیط‌شناسی راهبردی ج.ا.ایران*، ۶ (۴)، ۱۵۳ - ۱۷۸.

سمیعی اصفهانی، علیرضا؛ نوروزی نژاد، جعفر (۱۳۹۲). *دولت - ملت سازی بین‌المللی و خشونت سیاسی در عراق جدید، پژوهش‌نامه ایرانی سیاست بین‌الملل*، ۲ (۱۱)، ۹۵ - ۱۲۱.

فرندبرگ، جی و سیلورمن، گوردون (۱۴۰۰). علوم شناختی (مقدمه‌ای بر مطالعه ذهن)، ترجمه محسن افتاده حال، چاپ سوم، تهران: انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.

References

- Achmirowicz, Julie; Martin, Morganne (2023). Cognitive Warfare: Report. Ecole de Guerre: Hall open Science. <https://hal.science/hal-04224034/document>
- Al- Davud, Alireza (2023). The art of cognitive warfare in the age of artificial intelligence, Tehran: Noandisahn Donyaie Ketab Publication. (In Persian)
- Backes, Oliver; Swab, Andrew (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; Carter, Cameron; Singh Ishpreet; Cao, Kathy; Madreperla, Olivia (2020). Cognitive Warfare, NATO.
- Cluzel, François du (2020). Cognitive Warfare, a Battle for the Brain, NATO
- Danyk, Yuriy; Briggs, Chad M. (2023). Modern Cognitive Operations and Hybrid Warfare, Journal of Strategic Security, No 16 (1), 35-50.
- Friedenberg, Jay; Silverman, Gordon (2006). Cognitive science: an introduction to the study of mind, SAGE Publication.
- Friedenberg, Jay D.; Silverman, Gordon W. (2021). Cognitive Science: An Introduction to the Study of Mind, Translated by Mohsen Oftadeh, Tehran: Publications of Defense Industries Educational and Research Institute. (In Persian)
- Gershaneck, Kerry K. (2019). Media Warfare: How Taiwan Can Win the Battle for the Cognitive Domain, Prospect and Exploration journal, Vol. 19 (1), 66-101.
- Gomichon, Maxime (2013). Joseph Nye on Soft Power, E- international Relation. <https://www.e-ir.info/2013/03/08/joseph-nye-on-soft-power>
- Greco, Alberto (2012). Cognitive science and cognitive sciences, Journal of Cognitive Science, No: 13, 471-485.
- Haghparsat, Saeed; Valipour Aghigh, Tohid; Nasiri Hamed, Reza (2023). Obstacles and influential challenges in the political underdevelopment of post-Saddam Iraq, Quarterly Journal of Fundamental and Applied Studies of the Islamic World, Vol 5 (17), 25-48. (In Persian)
- Hajizadeh, Sirus (2022). Contextual, theoretical, conceptual and practical explanation of cognitive warfare, biannual game of war, Iranian Journal of Wargaming, Vol 5 (10), 103-143. (In Persian)
- Hung, Tzu-Chieh; Hung, Tzu-Wei (2020). How China's Cognitive Warfare Works: A Frontline Perspective of Taiwan's Anti-Disinformation Wars, Journal of Global Security Studies, 7(4), 1-18.
- Ishii, Kayoko (2005). Cognitive Science as Science of the Mind, Quarterly Review, No: 1 4, 13-25.

- Joffe H. (2012). Thematic analysis, *Qualitative Research Methods in Mental Health and Psychotherapy*, Volume 1, Chichester and Malden, MA: John Wiley & Sons, Ltd., 23 – 210.
- Kapoor, BM, (2009). *The Art of Perception Management in Information Warfare*, <https://usiofindia.org/publication/usi-journal/the-art-of-perceptionmanagement-in-information-warfare-today-2/>
- Leucea, Ioana (2022). *The Cognitive Warfare in Designing the International Society and Security Environment*, 22th International Conference on Redefining Community in Intercultural Context, Braşov
- Lochmiller, Chad R. (2021). *Conducting Thematic Analysis with Qualitative Data*, the *Qualitative Report*, 26(6), 2029-2044.
- Noruzi Nejad, J. (2014). *International Nation-State Building and Political Violence in New Iraq*. *Iranian Research letter of International Politics*, 2(3), 95-121. (In Persian)
- Pourrashidi, Hatef; Samadi, Mehran (2023). *Cognitive warfare; The War of Wills*, the 8th International Conference on Interdisciplinary Studies of Humanities and Islamic Sciences of Iran. (In Persian)
- Reczkowski, Robert; Lis, Andrzej (2022). *Cognitive Warfare: what is our actual knowledge and how to build state resilience?* *Security theory and practice*, No. 3 (XLVIII), 51- 61.
- Soltani, Farzad; Mohamadi Monfared, Hassan; Javedani Moghadam, Mahdi (2022). *Examining the application of cognitive warfare in the operational areas of the NATO organization*, *Quarterly Journal of Environmental Studies Strategic of the Islamic Republic of Iran*, Vol. 6 (4), 153-178. (In Persian)
- Torabi, Ghasem; Taherizadeh, Mohamad Naser (2021). *Cyber revolution and evolution of the concept of information war in the field of international relations*, *International Studies Quarterly*, No 4, 47-66. (In Persian)