

### راهبردها و ابزارهای جنگ شناختی در بستر انتخابات

بیژن پیروز<sup>۱</sup>

علی عبدلی<sup>۲</sup>

#### چکیده

صندوق‌های رأی، روزگاری نماد امید و مشارکت مردمی بودند، اما امروز در بسیاری از کشورها به میدان نبردی پنهان بدل شده‌اند؛ نبردی که نه با سلاح که با ادراک، باور و روایت پیش می‌رود. کشورهای مستقل از غرب، به ویژه آن‌هایی که مسیری متفاوت از نظم جهانی تحت رهبری آمریکا برگزیده‌اند، همواره با اتهاماتی مانند فساد، ناکارآمدی و عدم مشروعیت روبه‌رو می‌شوند. در این میان، فرایندهای انتخاباتی آن‌ها بیش از پیش هدف حملات رسانه‌ای و شناختی قرار گرفته و نتایج آن را نامعتبر جلوه می‌دهند. در این کشورها، انتخابات نه صرفاً یک رویداد سیاسی، بلکه فرصتی استراتژیک برای بازیگران خارجی به شمار می‌رود. جنگ شناختی به عنوان میدان نبرد ذهن، مجموعه‌ای از استراتژی‌ها و اقداماتی را شامل می‌شود که با هدف شکل‌دهی به ادراکات، باورها و رفتارهای جامعه به کار می‌روند. در عصر اطلاعات و ارتباطات، جنگ شناختی می‌تواند تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر سرنوشت سیاسی کشورها داشته باشد؛ بنابراین سؤال اصلی پژوهش فوق این است که جنگ شناختی در بستر فرایندهای انتخاباتی از چه راهبردها و ابزارهایی بهره می‌برد؟ در همین ارتباط، با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و روش تحلیل مضمون و همچنین استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۱۱ نفر از نخبگان دانشگاهی در حوزه‌های روابط بین‌الملل، علوم سیاسی، امنیت و رسانه به روش گوله‌برفی، بر آن شدیم تا راهبردها و ابزارهای جنگ شناختی در رقابت‌های انتخاباتی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم. در این پژوهش، تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا و

۱. استادیار گروه روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول)

Pirouz@ut.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران. Abdoli.ali@ut.ac.ir

کدگذاری صورت پذیرفت. سنجش اعتبار تحلیل از ضریب پایایی هولستی و روایی آن از طریق تحلیل و بازبینی توسط افراد مطلع و کثرت‌گرایی و تحلیل و بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان تأیید شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد کنشگران جنگ شناختی با دو هدف اصلی بی‌ثبات‌سازی و تأثیرگذاری، اقدام به راهبردهایی چون قطبی‌سازی جامعه، بی‌اعتبارسازی دولت و نهادهای انتخاباتی، برهم زدن اجماع بازندگان، ایجاد شکاف اجتماعی، کاهش مشارکت، القای عدم مشروعیت انتخابات، هدایت افکار عمومی و تأثیر بر تصمیمات سیاسی می‌نمایند. این راهبردها از طریق استفاده از اطلاعات نادرست، گمراه‌کننده و زیان‌بار تقویت می‌شوند و می‌توانند به تضعیف سرمایه اجتماعی و مشروعیت انتخاباتی خصوصاً در دموکراسی‌های مستقل از غرب بینجامند.

**کلید واژگان:** رقابت‌های انتخاباتی، جنگ شناختی، اطلاعات، راهبرد، ذهن

### مقدمه

رقابت‌های انتخاباتی به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان دموکراسی، همواره نقش حیاتی در ابراز اراده جمعی مردم و تعیین سرنوشت سیاسی کشورها ایفا کرده‌اند. در این فرایند، شهروندان با شرکت در انتخابات، نظرات و خواسته‌های خود را به نمایندگان منتقل می‌کنند و بدین ترتیب، پایه‌های نظام سیاسی را تقویت می‌شود. طی چند دهه گذشته، جنگ به طور چشمگیری تغییر کرده و از تهدیدات فیزیکی جنگ‌های متعارف فاصله گرفته است. جنگ اکنون به سمت تهدیدات اجتماعی و ایدئولوژیک ناشی از رسانه‌های جمعی و پیشرفت‌های فناوری حرکت کرده است. ظهور این نوع جدید از جنگ، با هر چیزی که قبلاً دیده‌ایم متفاوت است. اگرچه از عناصر جنگ‌های هیبریدی پیشین بهره می‌گیرد، اما گستره و سطح تأثیرگذاری آن، این نوع جنگ را بسیار خطرناک‌تر از نسخه‌های قبلی آن کرده است که به آن جنگ شناختی<sup>۱</sup> می‌گویند (Bernal et al., 2020). در دنیای مدرن، رقابت‌های انتخاباتی به صحنه‌ای برای جنگ‌های شناختی تبدیل شده‌اند که در آن اطلاعات به عنوان ابزاری برای شکل‌دهی به افکار عمومی و تأثیرگذاری بر نتایج انتخابات به کار گرفته می‌شوند. در تاریخچه منازعات انسانی، طلوع جنگ شناختی

نشان دهنده یک تغییر نمونه به اندازه ظهور باروت یا پیشرفت سلاح‌های هسته‌ای است. این نوع جدید از درگیری، نه تنها بر روی میدان‌های جنگ سنتی و زمین‌های پاره‌پاره، بلکه در فضای دیجیتال و در ضمیر و افکار انسان‌ها جریان دارد. میدان نبرد جنگ شناختی، به جای این‌که به طور فیزیکی بر روی زمین‌های مشخصی شکل گیرد، در مسیرهای عصبی هزارتو مانند و در شخصیت‌های دیجیتالی انسان‌ها قرار دارد. این فضا به طور فزاینده‌ای تحت تأثیر پیام‌های رسانه‌ای، تبلیغات و روایت‌های غیررسمی قرار می‌گیرد که هدف آن‌ها شکل‌دهی به ادراکات عمومی و تغییر نظرها و باورهای مردم است. در این محیط پیچیده، ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان سلاح‌هایی برای نفوذ و تضعیف نهادهای اجتماعی و سیاسی به کار می‌روند. به همین دلیل، جنگ شناختی نه تنها ابزاری برای کسب قدرت، بلکه تهدیدی جدی برای دموکراسی و انسجام اجتماعی به شمار می‌آید (osh Luberrisse, 2023: 10). در کانون این مداخلات، هدفی فراتر از جانب‌داری از یک نامزد خاص وجود دارد؛ تمرکز اصلی بر تضعیف فرایندهای بنیادین و نهادهایی است که دموکراسی را زنده نگه می‌دارند. چنین مداخلاتی ماهیتی چندوجهی دارند. درواقع، این نوع مداخله می‌تواند به عنوان یک حمله چندوجهی توصیف شود که شامل طیفی از تاکتیک‌های مختلف است. در این شرایط، آگاهی و محافظت از افکار عمومی در برابر این نوع جنگ‌ها، نیازمند تلاش‌های جمعی و رویکردهای نوآورانه است که بتواند شهروندان را به تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل اطلاعات ترغیب کند. پژوهش فوق به بررسی ابعاد این موضوع می‌پردازد و به درک عمیق‌تر آن کمک می‌کند. در مطالعه نسبت میان رقابت‌های انتخاباتی و جنگ شناختی، می‌توان دو سطح متفاوت؛ اما مکمل را مورد توجه قرار داد. از یک سو، ضروری است به ابعاد و سازوکارهایی پرداخته شود که می‌توانند زمینه‌ساز تضعیف دموکراسی‌های مستقل گردند؛ این بخش از تحلیل بر پیامدهای منفی و تهدیدآمیزی متمرکز است که جنگ شناختی می‌تواند بر بنیان‌های دموکراتیک بر جای بگذارد. از سوی دیگر، این پدیده تنها حامل تهدید نیست، بلکه توجه به آن فرصت‌هایی را نیز برای بازاندیشی در سازوکارهای انتخاباتی و تقویت تاب‌آوری جوامع فراهم می‌سازد؛ به بیان دیگر، مواجهه با جنگ شناختی می‌تواند زمینه‌ای برای شناسایی راهکارهای نوآورانه در جهت ارتقای سواد رسانه‌ای، توسعه تفکر انتقادی و

ایجاد سازوکارهای نهادی کارآمدتر برای صیانت از فرایندهای انتخاباتی باشد. پژوهش حاضر نیز با تمرکز بر این دوسویه، هم تهدیدات بالقوه را آشکار می‌سازد و هم بر ظرفیت‌ها و فرصت‌هایی تأکید می‌کند که می‌توانند به تقویت دموکراسی‌های مستقل یاری رسانند؛ بنابراین در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این پرسش هستیم که جنگ شناختی در بستر فرایندهای انتخاباتی از چه راهبردها و ابزارهایی بهره می‌برد؟

### پیشینه پژوهش

فرزاد سلطانی و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «بررسی کاربرد جنگ شناختی در حوزه‌های عملیاتی سازمان ناتو» (سلطانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۷۸-۱۵۳)؛ به بررسی کاربرد جنگ شناختی در حوزه عملیاتی ناتو پرداخته‌اند. نویسندگان بر این باورند که سازمان ناتو به بهانه وجود نظام‌های دموکراتیک در کشورهای عضو، در تلاش است تا نظریه‌های جنگ شناختی خود را تقویت کند. از دیدگاه ناتو، تأثیرگذاری بر حوزه شناختی در کشورهای دیگر نیازمند درک فرهنگ، شناسایی اهداف و ایجاد روایت‌های استراتژیک متناسب با ویژگی‌های فرهنگی آن کشورهاست. در جنگ شناختی، اطلاعات به منزله مهمات است و انتخاب زمان و مکان مناسب برای حمله حیاتی است. هدف ناتو از جنگ شناختی، حفاظت از سرمایه انسانی خود و مقابله با تهدیدات مشابه از سوی کشورهای متخاصم است. بر اساس اسناد موجود، به نظر می‌رسد ناتو از تکنیک‌های جنگ شناختی برای پیروزی در جنگ‌ها استفاده می‌کند، اما استراتژی‌های آن همچنین نشان می‌دهد که هدف ناتو در آینده تأثیرگذاری بر ذهن مردم کشورهای غیرهمسو و ایجاد شکاف بین دولت و ملت‌ها است. در این مقاله مشخصاً به عرصه انتخابات اشاره نشده و صرفاً اهداف کلی ناتو در عرصه جنگ شناختی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده شده است؛ از این رو ما در این مقاله به عرصه رقابت‌های انتخاباتی خواهیم پرداخت.

سعادت‌مند و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «راهکارهای آینده پژوهانه مقابله با جنگ شناختی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران» (سعادت‌مند و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۳۶-۹۷)؛ به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های جنگ شناختی و ارائه راهکارهایی برای مقابله با آن پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حکایت از این دارد که راهکارهای آینده پژوهانه جنگ شناختی شامل ماهیت جنگ شناختی با ۷ مضمون سازمان دهنده از قبیل آشوبگرانه

و دارای آنارشی، ابهام زیاد، اقدام در منطقه خاکستری و ...، ابزارهای جنگ شناختی با ۳ مضمون سازمان دهنده از قبیل فضای سایبری، شبکه‌های اجتماعی و ...، ساختار جنگ شناختی با ۶ مضمون سازمان دهنده از قبیل شبکه‌های اجتماعی، القای ذهنیت و ...، کارکردهای جنگ شناختی با ۴ مضمون سازمان دهنده از قبیل مهندسی ذهن، جابه‌جایی ارزش‌ها و ...، روندهای آتی جنگ شناختی با ۶ مضمون سازمان دهنده از قبیل براندازی خاموش، فرهنگ‌زدگی و ...، راهکارهای سلبی با ۶ مضمون سازمان دهنده از قبیل فیلترینگ، سلب مزایا و ... و راهکارهای ایجابی با ۸ مضمون سازمان دهنده از قبیل جهاد تبیین، سواد رسانه‌ای، روایت‌سازی و ... است. با توجه به اینکه مقاله فوق صرفاً جنگ شناختی علیه ج.ا.ا را مورد بررسی قرار داده، ما در این مقاله به طور کلی جنگ شناختی در عرصه انتخابات علیه کشورهای مستقل را بررسی می‌نماییم.

جورجیا کرنیل<sup>۱</sup> و پی. جی. لامبیرسون<sup>۲</sup> در مقاله‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و مشارکت رأی دهندگان» (کرنیل و پی. جی، ۲۰۲۳: ۱۳-۱)؛ به ارائه مدلی می‌پردازند که تأثیر روابط اجتماعی را بر تصمیم افراد برای مشارکت در انتخابات در نظر می‌گیرد. این مدل فرض می‌کند که تصمیم فرد برای رأی دادن تحت تأثیر انتظارات او از رفتار افراد مرتبط اجتماعی او قرار دارد. مدل آن‌ها نشان می‌دهد که ممکن است نقاط تعادل پایدار متعددی وجود داشته باشد و این نقاط تعادل به ساختار شبکه اجتماعی و توزیع هزینه‌های رأی دادن در جمعیت بستگی دارد. تعادل‌های پایدار به وضعیت‌هایی اشاره دارند که در آن افراد انگیزه‌ای برای تغییر رفتار خود ندارند و این وضعیت‌ها به ویژگی‌های ساختاری شبکه اجتماعی و توزیع هزینه‌های رأی دادن در جمعیت بستگی دارد. این مدل می‌تواند به دلیل وجود نقاط بحرانی و تعادل‌های متعدد به توضیح این‌که چرا پیش‌بینی میزان مشارکت مشکل است، کمک می‌کند. پیشنهاد می‌کند که میزان مشارکت ممکن است وابستگی به مسیر و پایداری در طول زمان داشته باشد. افرادی که ارتباطات اجتماعی بیشتری دارند، احتمال بیشتری برای مشارکت در رأی‌گیری دارند، این وضعیت ممکن است به توضیح بالاتر بودن میزان مشارکت در بین افراد با وضعیت اقتصادی -

1. Georgia Kernell

2. P. J. Lamberson

اجتماعی بالاتر کمک کند. کاهش هزینه‌های رأی‌گیری از قبیل کاهش موانع ثبت نام، سهولت دسترسی به محل‌های رأی‌گیری یا هرنوع اقدام دیگری که هزینه‌های مرتبط با رأی دادن را کاهش دهد، می‌تواند به‌طور نامتناسب موجب افزایش مشارکت در میان افرادی با وضعیت اقتصادی-اجتماعی بالاتر شود. شبکه‌های اجتماعی متصل‌تر منجر به افزایش کلی میزان مشارکت می‌شوند. افزایش ناهمگنی در تعداد ارتباطات اجتماعی افراد می‌تواند بر میزان کلی مشارکت تأثیر بگذارد. همان‌گونه شواهد حاکی است این مقاله به بررسی صرفاً مشارکت در انتخابات می‌پردازد و در آن مولف‌های به نام جنگ شناختی بررسی نشده است که ما در این مقاله به هر دو آن‌ها می‌پردازیم.

متیو گنتزکو<sup>۱</sup> در مقاله‌ای با عنوان «تلویزیون و مشارکت رأی‌دهندگان» (متیو گنتزکو، ۲۰۰۶: ۹۷۲-۹۳۱)؛ به بررسی چگونگی تأثیر ورود تلویزیون به مناطق مختلف آمریکا بر میزان مشارکت رأی‌دهندگان در انتخابات می‌پردازد. ورود تلویزیون به هر منطقه، به‌طور قابل توجهی موجب کاهش مشارکت مردم آن منطقه در انتخابات شده است. برآورد می‌شود که اثر منفی تلویزیون، ۲۵ تا ۵۰ درصد از کل افت مشارکت رأی‌دهندگان از دهه ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۵ را توضیح می‌دهد. پژوهشگر استدلال می‌کند که یک دلیل اصلی این تأثیر منفی، جایگزینی استفاده از تلویزیون به جای رسانه‌هایی مثل روزنامه و رادیو است. این رسانه‌ها معمولاً پوشش سیاسی عمیق‌تری ارائه می‌دهند. مقاله شواهدی را ارائه می‌دهد که نشان می‌دهد ورود تلویزیون هم‌زمان با کاهش چشمگیر مصرف روزنامه و رادیو و همچنین افت آگاهی سیاسی مردم بوده است. جالب اینکه این تأثیر منفی تلویزیون بر آگاهی و مشارکت رأی‌دهندگان، بیشتر در انتخابات کنگره غیر ریاست جمهوری دیده شده است. این موضوع نیز تأیید می‌کند که جایگزینی تلویزیون به جای سایر رسانه‌ها، دسترسی مردم به اطلاعات سیاسی را کاهش داده است. به‌طورکلی، این مطالعه نشان می‌دهد که ظهور تلویزیون، به‌طور بنیادی منظره رسانه‌ای و درگیری سیاسی در آمریکا را دگرگون کرده است. به نظر می‌رسد تلویزیون با جایگزین کردن سایر رسانه‌ها، دسترسی به اطلاعات سیاسی را برای رأی‌دهندگان کاهش داده و موجب افت مشارکت آن‌ها در طول زمان شده است. همان‌گونه که مشخص است این مقاله نیز صرفاً به مشارکت در

1. Matthew Gentzkow

انتخابات پرداخته است و ما در مقاله حاضر تأثیرات جنگ شناختی در انتخابات را نیز بررسی می‌نماییم.

با توجه به بررسی‌های انجام شده، به نظر می‌رسد که هیچ‌یک از پیشینه‌های تحقیق به‌طور هم‌زمان به تحلیل موضوع جنگ شناختی و رقابت‌های انتخاباتی نپرداخته‌اند. این کمبود در ادبیات موجود به ما این امکان را می‌دهد تا در این پژوهش، به‌طور هم‌زمان به بررسی رقابت‌های انتخاباتی به‌عنوان یک عرصه مهم برای اجرای استراتژی‌های جنگ شناختی بپردازیم. این رویکرد که به تحلیل تعاملات میان این دو حوزه می‌پردازد، به‌نوبه خود حاوی نوآوری و ارزش افزوده‌ای در مطالعات علمی است و می‌تواند به درک بهتر تأثیرات متقابل این دو پدیده کمک نماید.

### مبانی نظری

#### جنگ شناختی

جنگ شناختی، علی‌رغم اشتراکات متعدد با سایر انواع جنگ‌ها یا عملیات‌های غیرمتعارف<sup>۱</sup> و بدون خسارات فیزیکی<sup>۲</sup>، از نظر هدف، دامنه و نحوه اجرا ویژگی‌های منحصر به فردی دارد که آن را از دیگر اشکال جنگی متمایز می‌کند. این نوع جنگ با بهره‌گیری از ابزارهای پیچیده روان‌شناختی و شناختی، به‌طور خاص بر ذهن و ادراک افراد یا گروه‌ها متمرکز است. در دهه‌های اخیر، پیشرفت‌های گسترده در فناوری‌های اطلاعاتی و توسعه قابلیت‌های سایبری، حوزه اطلاعات را به یکی از محورهای اصلی درگیری‌های مدرن تبدیل کرده است. این تحول، زمینه‌ساز شکل‌گیری جنگ اطلاعاتی شد که هدف اصلی آن، کنترل و مدیریت جریان اطلاعات برای پیشبرد اهداف استراتژیک است. جنگ شناختی مفهومی نوپدید نیست؛ در بسیاری از منازعات نامتقارن تاریخی نیز از دست‌کاری اطلاعات و روایت‌ها برای تأثیرگذاری بر ادراک و تصمیم‌گیری حریف استفاده شده است. نمونه‌ای کلاسیک از این رویکرد را می‌توان در اسطوره اسب تروا<sup>۳</sup> مشاهده کرد، جایی که فریب و نفوذ ذهنی جایگزین تقابل مستقیم شد. آن‌چه در دوره معاصر این الگو را از گذشته متمایز می‌سازد، افزایش چشم‌گیر قابلیت‌پذیری و کارایی جنگ شناختی

1. Non-Conventional

2. Non-Kinetic

3. Trojan Horse

در پرتو پیشرفت‌های گسترده در حوزه فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطی و شناختی است (Laurie & et al, 2023: 1)؛ بنابراین، آنچه امروزه تحت عنوان جنگ شناختی شناخته می‌شود، عبارت است از تسلیحاتی کردن<sup>۱</sup> افکار عمومی توسط یک بازیگر خارجی با هدف تأثیرگذاری بر سیاست‌های عمومی و حکومتی، یا به منظور بی‌ثبات سازی اقدامات و نهادهای دولتی. در همه این موارد هدف تسلط، تثبیت برتری و یا حتی فتح و نابودی کشور هدف است. (Claverie & du Cluzel, 2022: 3)

با این حال، جنگ شناختی پا را از این مرز فراتر می‌گذارد و نه تنها جریان اطلاعات، بلکه نحوه پردازش، درک و واکنش افراد به اطلاعات را هدف قرار می‌دهد. در این نوع جنگ، تلاش می‌شود تا افکار و باورهای افراد یا جوامع به گونه‌ای تغییر یابد که رفتار آن‌ها مطابق با منافع و اهداف مهاجم شکل بگیرد. درواقع، جنگ شناختی مستقیماً به سراغ ساختارهای روان شناختی و تصمیم‌گیری افراد می‌رود و از طریق ابزارهایی مانند اطلاعات همراه کننده، تکنیک‌های متقاعدسازی پیشرفته و عملیات روانی<sup>۲</sup>، آن‌ها را از درون دچار تردید و تزلزل می‌کند. (Bernal et al., 2020)

برخلاف جنگ‌های سنتی که هدفشان کشتن افراد و تخریب است، هدف نهایی در جنگ شناختی، تسخیر ذهن دشمن و فروپاشی از درون است. این استراتژی به جای ایجاد خسارت‌های مستقیم فیزیکی یا حتی تغییر در محتوای اطلاعات، بر تغییر زاویه دید افراد نسبت به واقعیت تمرکز دارد. به این ترتیب، جامعه هدف به تدریج به یک حالت ازهم‌گسیختگی روانی و اجتماعی فرو می‌رود، بدون آنکه مستقیماً متوجه وقوع یک حمله شود (Miller, 2023).

این نوع جنگ به دلیل ماهیت غیرفیزیکی و تأثیرات عمیق روانی، ابزاری قدرتمند برای تأثیرگذاری بر جوامع مدرن به شمار می‌آید. در حوزه‌هایی مانند سیاست، امنیت ملی و حتی در جنگ‌های اقتصادی، از تکنیک‌های جنگ شناختی برای دستیابی به اهداف کلان استفاده می‌شود. در این بین، شاید مغز خود ما خطرناک‌ترین سلاح میدان نبرد اطلاعاتی باشد. (Singer and Brooking, 2018: 117) با توجه به پیچیدگی این نوع جنگ،

1. Weaponization

2. Psychological Operations (PSYOP)

مقابله با آن مستلزم درک عمیق از سازوکارهای شناختی و روان شناختی انسان، تقویت آگاهی عمومی و ایجاد سازوکارهای دفاعی چندلایه در حوزه شناختی است؛ سازوکارهایی که از طریق آموزش، سواد رسانه‌ای، تنظیم‌گری فضای اطلاعاتی و پایش تهدیدات، از ذهن و رفتار افراد در برابر عملیات‌های تحریف و دست‌کاری ادراکی محافظت می‌کنند.

### اهداف جنگ شناختی

جنگ شناختی در اصل می‌تواند اهدافی مشابه هر نوع جنگ دیگری داشته باشد. همان‌طور که کارل فون کلاوویتس<sup>۱</sup> می‌گوید: «جنگ [یک] عمل زور برای وادارکردن دشمن به انجام خواست ما است.» (Clausewitz, 1874: 15). جنگ شناختی، برخلاف حوزه‌های سنتی جنگ، عمدتاً در یک بستر فیزیکی عمل نمی‌کند؛ بنابراین از نیروی فیزیکی برای وادارکردن دشمن استفاده نمی‌کند. با این حال می‌توان استدلال کرد که هدف جنگ شناختی متفاوت از سایر انواع جنگ است. هدف این جنگ، به جای «وادارکردن دشمن به انجام خواست ما»، این است که دشمن را از درون نابود کند تا قادر به مقاومت، بازدارندگی یا انحراف اهداف ما نباشد. (Bernal et al., 2020: 11)

در هر صورت، اهداف جنگ شناختی از طریق روش‌هایی متفاوت از جنگ‌های متعارف محقق می‌شوند. جنگ شناختی دارای دو هدف مجزا اما مکمل است. اولی بی‌ثبات‌سازی<sup>۲</sup> و دیگری تأثیرگذاری<sup>۳</sup> است. در حالی که هر دو هدف می‌توانند به‌طور جداگانه محقق شوند، برای تسلیحاتی‌کردن<sup>۴</sup> موفق افکار عمومی، می‌توان از یکی به عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به دیگری نیز استفاده کرد. اهداف حملات جنگ شناختی می‌توانند از کل جوامع گرفته تا رهبران منفرد در سیاست، اقتصاد، مذهب و دانشگاه‌ها متغیر باشند. علاوه بر این، نقش رهبران اجتماعی کمتر شناخته شده نیز نباید نادیده گرفته شود. به اصطلاح رابطین، متخصصان و فروشندگان می‌توانند در کاربرد جنگ شناختی بسیار مؤثر باشند. (Gladwell, 2000)

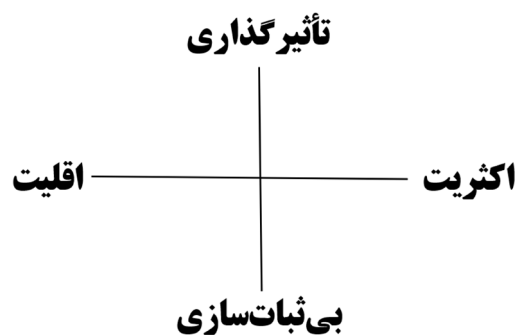
1. Carl von Clausewitz

2. Destabilization

3. Influence

4. Weaponization

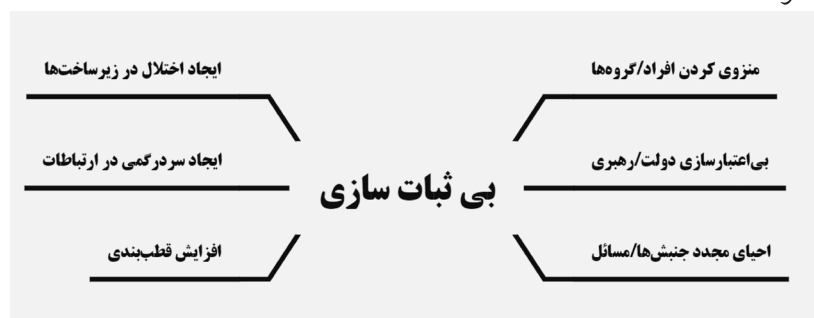
برای دسته‌بندی بهتر حملات در جنگ شناختی، شکل ۱ چارچوبی با دو محور عمودی و افقی ارائه می‌دهد که امکان تحلیل نظام‌مند این حملات را فراهم می‌کند. محور عمودی شامل دو مؤلفه تأثیرگذاری و بی‌ثبات‌سازی است. در تأثیرگذاری، هدف تغییر درک، باورها یا رفتار افراد یا گروه‌ها از طریق اطلاعات، تبلیغات یا تاکتیک‌های روان‌شناختی است، درحالی‌که بی‌ثبات‌سازی بر ایجاد شکاف، تفرقه و فروپاشی ساختارهای اجتماعی، سیاسی یا فرهنگی تمرکز دارد تا جامعه یا گروه هدف از عملکرد هماهنگ بازماند. محور افقی نیز گروه‌های هدف را در دودسته اقلیت و اکثریت تقسیم می‌کند. اقلیت به گروه‌های کوچک و خاص مانند نخبگان سیاسی، رهبران اجتماعی، تصمیم‌گیران کلیدی یا بازیگران استراتژیک اشاره دارد، درحالی‌که اکثریت شامل جمعیت گسترده یا کل جامعه است و هدف آن ایجاد تغییرات گسترده و سامانمند است. این چارچوب، حملات شناختی را در چهار بخش اصلی دسته‌بندی می‌کند: تأثیرگذاری بر اقلیت، تأثیرگذاری بر اکثریت، بی‌ثبات‌سازی اقلیت و بی‌ثبات‌سازی اکثریت. هر یک از این بخش‌ها نمایانگر رویکردی متفاوت در جنگ شناختی است و نیازمند راهبردهای دفاعی و پیشگیرانه متناسب با خود است. به‌کارگیری این چارچوب تحلیلی در حوزه‌هایی نظیر انتخابات، امنیت ملی و مدیریت بحران، امکان شناسایی تهدیدات، تحلیل عمیق اثرات آن‌ها و تدوین استراتژی‌های دفاعی کارآمد را فراهم می‌کند و به مقابله‌ای هوشمندانه در برابر حملات شناختی کمک می‌نماید (Bernal et al., 2020: 12).



شکل ۱- تعیین جایگاه انواع حملات شناختی

## بی‌ثبات‌سازی

نخستین هدف بنیادین جنگ شناختی، بی‌ثبات‌سازی جمعیت‌های هدف است؛ فرایندی که از طریق ایجاد اختلال در سازمان‌دهی، هماهنگی و انسجام میان ساختارها، نهادها و افراد یک جامعه انجام می‌شود. این امر منجر به کاهش شدید بهره‌وری و از بین رفتن همکاری می‌گردد، زیرا آن جمعیت اکنون درگیر مسائل داخلی شده و تمرکز کمتری بر دستیابی به اهداف مشترک دارد. عاملان با سرعت بخشیدن به شکاف‌های موجود در گروه‌های جمعیتی یا معرفی ایده‌های جدیدی که گروه‌های مختلف را علیه یکدیگر قرار می‌دهد و قطب‌بندی<sup>۱</sup> (دوگانگی در میان جمعیت) را افزایش می‌دهد، سازمان‌دهی و اتحاد جمعیت‌های هدف را مختل می‌کنند. رهبران می‌توانند به عنوان اهداف بی‌ثبات‌سازی در نظر گرفته شوند، زمانی که به منبع ایده‌های قطبی‌کننده تبدیل شوند. عاملان همچنین می‌توانند جمعیت عمومی را هدف قرار دهند و ایده‌های تفرقه‌انگیز را به طور تصادفی معرفی کنند که بر باورهای قبلی تأثیر می‌گذارد یا روایت کاذب را علیه گروه‌های خاص ترویج می‌دهد. برخی از استراتژی‌های جنگ شناختی که با اهداف بی‌ثبات‌سازی همسو هستند شامل افزایش قطب‌بندی، احیای مجدد جنبش‌ها، بی‌اعتبارسازی دولت، منزوی کردن افراد یا گروه‌ها، ایجاد سردرگمی در ارتباطات و ... می‌شوند (Bernal et al., 2020: 12).



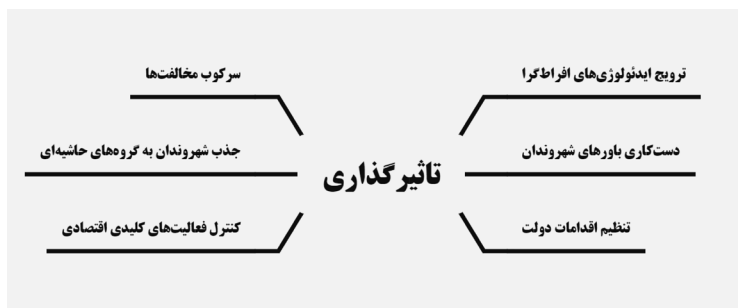
شکل ۲ - برخی از وضعیت‌های جنگ شناختی با هدف بی‌ثبات‌سازی

1. Division

2. Polarization

## تأثیرگذاری

دومین هدف اساسی در جنگ شناختی، تأثیرگذاری بر جمعیت‌های هدف است. هدف از تأثیرگذاری با دست‌کاری در تفسیر و درک هدف از دنیای پیرامون خود محقق می‌شود. عاملان این جنگ می‌توانند اقدامات هدف خود را به گونه‌ای هدایت کنند که به نفع اهداف معاندین باشد. هدف از تأثیرگذاری با هدف بی‌ثبات‌سازی تفاوت دارد، زیرا نهایت قصد در تأثیرگذاری این است که گروه هدف در مورد یک موضوع خاص هم‌فکر شوند. در بالاترین سطح، عاملان تلاش می‌کنند توافقی جمعی در میان یک جمعیت ایجاد کنند که قدرت کافی برای ایجاد یک تغییر بنیادی<sup>۱</sup> داشته باشد و افراد هدف را علیه ایده‌های بنیادینی که با آن‌ها بزرگ شده‌اند، برانگیزد. برای تأثیرگذاری بر طرز فکر جمعیت‌ها یا بخش‌هایی از جمعیت، عاملان ممکن است رهبران سیاسی، اقتصادی، دانشگاهی یا اجتماعی را به عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به مخاطبان گسترده‌تر هدف قرار دهند. از طرف دیگر، ممکن است تنها با انتشار اطلاعات و ایجاد موجی وسیع از اخبار تلاش کنند تا به اندازه کافی افراد را برای ایجاد تغییر تحت تأثیر قرار دهند. وضعیت‌هایی که ممکن است تکنیک‌های جنگ شناختی برای تأثیرگذاری استفاده شوند، شامل ترویج ایدئولوژی‌های افراط‌گرا، دست‌کاری باورهای شهروندان، تنظیم اقدامات دولت، تأثیرگذاری بر انتخابات یا بی‌اعتبار ساختن آن، جذب شهروندان به گروه‌های حاشیه‌ای و ... می‌شود (Bernal et al., 2020: 19).



شکل ۳ - برخی از وضعیت‌های جنگ شناختی با هدف تأثیرگذاری

## انتخابات

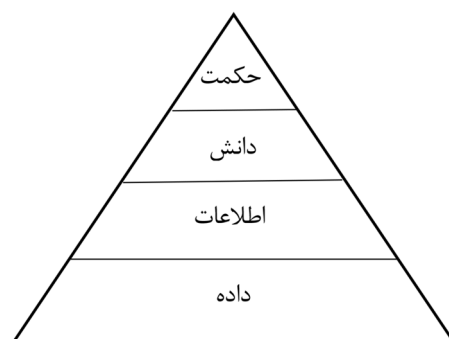
انتخابات یکی از ارکان بنیادین نظام‌های دموکراتیک است که به شهروندان امکان مشارکت در فرایند تصمیم‌گیری سیاسی و تعیین سرنوشت جمعی را می‌دهد. این فرایند، ابزاری کلیدی برای انتخاب نمایندگان و رهبرانی است که بتوانند منافع، دیدگاه‌ها و نیازهای جامعه را نمایندگی کنند؛ به عبارت دیگر، انتخابات سازوکاری است که چرخش نخبگان یا جابه‌جایی قدرت را به صورت آرام و دموکراتیک محقق می‌سازد. (قنبرلو، ۱۳۹۵: ۱۷۲) اهمیت انتخابات تنها به انتخاب افراد محدود نمی‌شود، بلکه به تقویت مشروعیت نظام سیاسی، حفظ انسجام اجتماعی و ایجاد حس مشارکت عمومی نیز وابسته است. انتخابات شفاف و عادلانه، به عنوان سدی در برابر استبداد و سوءاستفاده از قدرت، فرصتی برای اصلاحات ساختاری و تحقق تغییرات اجتماعی فراهم می‌کند. یک انتخابات، ممکن است تا حدی استانداردهای بین‌المللی برای انتخابات آزاد و منصفانه را برآورده کند، یا ممکن است برخی از استانداردها را برآورده اما برخی دیگر را برآورده نکند (Jorgen and Palle, 1997: 41).

انتخابات پدیده‌ای چندلایه و پیچیده است که در سطح کلان، کشورها را به واسطه ساختارهای قانون اساسی و نظام‌های حزبی از یکدیگر متمایز می‌سازد. این دو عامل گرچه باهم ارتباط دارند، اما لزوماً تعیین‌کننده یکدیگر نیستند. تفاوت‌ها در گستره‌ای از مسائل بروز می‌یابند: اینکه چه کسانی حق رأی دارند، چگونه و به چه کسانی رأی می‌دهند و حتی اینکه آیا در انتخابات مشارکت می‌کنند یا خیر. شیوه‌های اداره و برگزاری انتخابات نیز میان کشورها متفاوت است و این مجموعه عوامل بر نتایج نهایی انتخابات، بر چگونگی ارتباط میان شهروندان و نمایندگان منتخب، بر شکل‌گیری نهادهای حکومتی و نیز بر نوع سیاست‌های عمومی اتخاذشده تأثیرگذار است (Maisel & Yoder, 2024: 33). در همین چارچوب، نظام انتخاباتی بازتابی از تاریخ، ساختار و اولویت‌های هر کشور است و صرفاً مجموعه‌ای از قواعد تصادفی به شمار نمی‌رود. قواعد و سازوکارهای انتخاباتی اغلب منافع طراحان خود را بازتاب می‌دهند؛ از جمله اینکه آیا به دنبال گسترش یا محدودکردن مشارکت عمومی‌اند، آیا می‌خواهند شرایط ظهور و نفوذ احزاب جدید را تسهیل یا مهار کنند و یا اینکه ترجیح می‌دهند حکومت بیشتر بیانگر منافع منطقه‌ای باشد یا اولویت‌های ملی را برجسته کند (Maisel & Yoder, 2024: 50). از

این منظر، انتخابات بستری حساس و استراتژیک محسوب می شود که می تواند در معرض تهدیدها و حملات جنگ شناختی قرار گیرد.

### داده، اطلاعات، دانش و حکمت

داده، اطلاعات، دانش و دانایی ۴ سطح بنیادین در فرایند شناخت را تشکیل می دهند. داده ها خام ترین شکل واقعیت اند؛ اعداد، نشانه ها یا مشاهداتی که هنوز معنای مشخصی ندارند. (Ackoff, 1989: 3-4) هنگامی که این داده ها سازمان دهی و در یک زمینه مشخص تفسیر می شوند، به اطلاعات تبدیل می گردند؛ اطلاعات در واقع داده های معناداری هستند که می توانند برای پاسخ به پرسش ها یا حل مسائل به کار روند. با این حال، دستیابی به دانایی مرحله ای فراتر از داده و اطلاعات است؛ دانایی زمانی شکل می گیرد که انسان بتواند اطلاعات موجود را در چارچوبی کل نگر تحلیل کند، روابط میان آن ها را بشناسد و از طریق ترکیب تجربه، قضاوت و بینش به درک عمیق تری از پدیده ها برسد. به بیان دیگر، دانایی نتیجه پردازش اطلاعات در بستر تجربه، دانش و خرد انسانی است که توانایی تصمیم گیری آگاهانه، پیش بینی و حل مسئله را فراهم می آورد. (Rowley, 2007: 163-164) بنابراین، حرکت از داده به سوی دانایی نه صرفاً یک فرایند انباشتی، بلکه گذرگاهی انتقادی و تحلیلی است که نیازمند تلفیق دانش های گوناگون و به کارگیری توان تفکر انسانی است. به طور کلی در شکل ۴ (هرم داده) ۵ می توان نمای کلی اطلاعات در حالت عادی که در نهایت به حکمت و تولید علم می رسد را مورد بررسی قرار داد.



شکل ۴- سلسله مراتب حکمت یا هرم داده (Rowley, 2007: 176)



### روش‌شناسی

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و بر پایه روش تحلیل مضمون با بهره‌گیری از نرم‌افزار مکس کیودا<sup>۱</sup> انجام شده است. جامعه آماری آن را نخبگان دانشگاهی در حوزه‌های روابط بین‌الملل، علوم سیاسی، امنیت و رسانه تشکیل می‌دهند که همگی از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های معتبر و دارای مرتبه علمی استادیاری به بالا بودند. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از روش نمونه‌گیری گلوله برفی بهره گرفته شد. فرایند گردآوری داده‌ها پس از انجام نه مصاحبه به مرحله اشباع نظری رسید، با این حال برای افزایش اطمینان و دقت، دو مصاحبه تکمیلی دیگر نیز انجام شد.

روش گردآوری اطلاعات با ابزار مصاحبه نیمه ساختار صورت پذیرفت. پروتکل اصلی مصاحبه دارای شش سؤال عمیق بود که برحسب اهداف پژوهش به طرح نظرات مصاحبه‌شوندگان در خصوص راهبردها و ابزارهای جنگ شناختی در رقابت‌های انتخاباتی پرداخته شد. در این بخش برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه از روش تحلیل مضمون<sup>۲</sup> استفاده گردید. تحلیل مضمون تقریباً در تمامی حوزه‌های قابل‌تصور علوم اجتماعی به کار گرفته شده و برای هر زیرشاخه و عرصه‌ای که پرسش‌های کیفی کلی درباره تجربه، فهم، فرایندهای اجتماعی و رفتارها و کنش‌های انسانی مطرح باشد، مناسب است (Terry et al., 2017: 29).

برای حصول اطمینان از روایی داده‌های کیفی، از راهبردهای تحلیل و بازبینی توسط افراد مطلع و کثرت‌گرایی و تحلیل و بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان استفاده

1. MAXQDA

2. Thematic Analysis

شد. بدین صورت که برای تأیید داده‌ها و صحت کدهای استخراج شده، کدگذاری اولیه هر مصاحبه به طور مستقل به مصاحبه‌شونده برگردانده شد و مورد اصلاح و تأیید قرار گرفت. برای سنجش اعتبار تحلیل فوق، از ضریب پایایی هولستی<sup>۱</sup> استفاده گردید (Mao, 2017: 74).

میزان شاخص هولستی عدد ۸۵/۰ را نشان داد که بیانگر سطح بالایی از اطمینان در اعتبار تحلیل کیفی است.

### یافته‌های پژوهش

در پژوهش فوق، فرایند تحلیل داده‌ها در چند مرحله متوالی دنبال شد. در گام نخست، تمامی مصاحبه‌های انجام شده به طور کامل مکتوب گردید. سپس متن مصاحبه‌ها بارها مرور شد تا پژوهشگر درک عمیق‌تری از محتوای آن‌ها به دست آورد. در ادامه، مفاهیم کلیدی و واحدهای معنایی استخراج و کدگذاری اولیه صورت پذیرفت. این کدها در مراحل بعدی بر اساس شباهت‌ها و ارتباط‌های مفهومی در دسته‌های بزرگ‌تر سازمان‌دهی شدند و مضامین اصلی و فرعی شکل گرفت. در نهایت، مضامین به دست آمده بازبینی و پالایش شدند تا تصویری منسجم و قابل اتکا از داده‌ها فراهم شود. جدول شماره ۱ بیانگر مهم‌ترین دستاوردهای پژوهش و مضامین استخراج شده از فرایند تحلیل است.

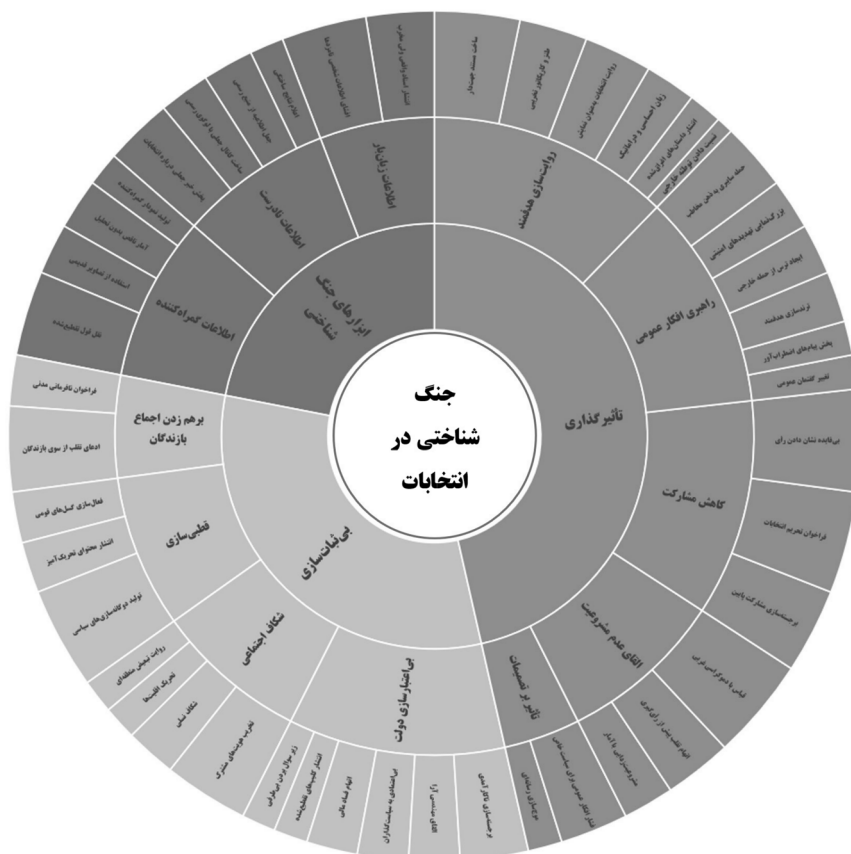
جدول ۱- راهبردها و ابزارهای جنگ شناختی در رقابت‌های انتخاباتی

| مقوله محوری  | زیرمقوله           | کدهای باز (فراوانی)                                                                                                                                       | فراوانی | فراوانی بیان کدها از ۱۱ نفر مصاحبه‌شونده |
|--------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------------------------------|
| بی‌ثبات‌سازی | قطبی‌سازی          | تولید دوگانه‌سازی‌های سیاسی (۶) فعال‌سازی گسل‌های قومی (۳) انتشار محتوای تحریک‌آمیز (۳)                                                                   | ۱۲      | ۹                                        |
|              | بی‌اعتبارسازی دولت | برجسته‌سازی ناکارآمدی (۴) اتهام فساد مالی (۳) بی‌اعتمادی به سیاست‌گذاران (۳) القای مهندسی آرا (۳) زیر سؤال بردن بی‌طرفی (۲) انتشار کلیپ‌های تقطیع‌شده (۲) | ۱۷      | ۷                                        |

1. Holsti's Coefficient of Reliability

| مقوله محوری               | زیرمقوله                      | کدهای باز (فراوانی)                                                                                                                                                               | فراوانی | فراوانی بیان<br>کدها از ۱۱ نفر<br>مصاحبه‌شونده |
|---------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------------------------------------|
|                           | برهم زدن<br>اجماع<br>بازندگان | فراخوان نافرمانی مدنی (۳) ادعای تقلب از سوی<br>بازندگان (۵)                                                                                                                       | ۸       | ۵                                              |
|                           | شکاف<br>اجتماعی               | شکاف نسلی (۳) روایت تبعیض منطقه‌ای (۲)<br>تحریک اقلیت‌ها (۲) تخریب هویت‌های مشترک (۵)                                                                                             | ۱۲      | ۷                                              |
| تأثیرگذاری                | کاهش<br>مشارکت                | فراخوان تحریم انتخابات (۶) بی‌فایده نشان دادن<br>رای (۶) برجسته‌سازی مشارکت پایین (۵)                                                                                             | ۱۹      | ۱۰                                             |
|                           | القای عدم<br>مشروعیت          | اتهام تقلب پیش از رأی‌گیری (۴) قیاس با<br>دموکراسی غربی (۶) مشروعیت‌زدایی با آمار (۳)                                                                                             | ۱۳      | ۶                                              |
|                           | راهبری افکار<br>عمومی         | ترندسازی هدفمند (۳) حمله سایبری به ذهن<br>مخاطب (۴) تغییر گفتمان عمومی (۲) ایجاد ترس<br>از حمله خارجی (۳) بزرگ‌نمایی تهدیدهای امنیتی<br>(۳) پخش پیام‌های اضطراب‌آور (۲)           | ۱۷      | ۷                                              |
|                           | تأثیر بر<br>تصمیمات           | فشار افکار عمومی برای سیاست خاص (۴)<br>موج‌سازی رسانه‌ای (۲)                                                                                                                      | ۶       | ۳                                              |
|                           | روایت‌سازی<br>هدفمند          | ساخت مستند جهت‌دار (۵) انتشار داستان‌های<br>اغراق‌شده (۲) زبان احساسی و دراماتیک (۳) روایت<br>انتخابات به عنوان نمایش (۴) طنز و کاریکاتور<br>تخریبی (۴) نسبت‌دادن توطئه خارجی (۱) | ۱۹      | ۶                                              |
| ابزارهای<br>جنگ<br>شناختی | اطلاعات<br>نادرست             | پخش خبر جعلی درباره انتخابات (۴) جعل<br>اطلاعیه از منبع رسمی (۳) ساخت کانال جعلی با<br>لوگوی رسمی (۳) اعلام نتایج ساختگی (۲)                                                      | ۱۲      | ۸                                              |
|                           | اطلاعات<br>گمراه‌کننده        | آمار ناقص بدون تحلیل (۳) نقل قول تقطیع‌شده<br>(۵) تولید نمودار گمراه‌کننده (۲) استفاده از تصاویر<br>قدیمی (۳)                                                                     | ۱۳      | ۷                                              |

| مقوله محوری | زیرمقوله            | کدهای باز (فراوانی)                                               | فراوانی | فراوانی بیان<br>کدها از ۱۱ نفر<br>مصاحبه‌شونده |
|-------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------|---------|------------------------------------------------|
|             | اطلاعات<br>زبان‌بار | افشای اطلاعات شخصی نامزدها (۵) انتشار اسناد<br>واقعی ولی مخرب (۴) | ۹       | ۵                                              |



شکل ۶- مدل مفهومی جنگ شناختی در بستر انتخابات

### ۱- سازوکارهای بی‌ثبات‌سازی در بستر انتخابات

یافته‌ها نشان می‌دهد که یکی از محورهای اصلی جنگ شناختی در بستر انتخابات، تمرکز بر ایجاد بی‌ثباتی اجتماعی و سیاسی است. مصاحبه‌شوندگان به‌طور مکرر

براین نکته تأکید کرده‌اند که «قطبی سازی» در سطح جامعه از مهم‌ترین شیوه‌های بی‌ثبات سازی به شمار می‌رود. کدهای باز همچون تولید دوگانه سازی‌های سیاسی، فعال سازی گسل‌های قومی و انتشار محتوای تحریک آمیز نشان دهنده بهره‌گیری از نقاط حساس جامعه برای افزایش تضاد و شکاف اجتماعی است. این رویکرد در عمل موجب کاهش همبستگی اجتماعی و فراهم کردن زمینه برای درگیری‌های لفظی و حتی فیزیکی میان گروه‌های مختلف می‌شود. در سطح دولت، «بی اعتبار سازی» به عنوان مؤلفه‌ای دیگر از بی‌ثبات سازی نقش برجسته‌ای داشته است. برجسته سازی ناکارآمدی، نسبت دادن فساد مالی و القای بی اعتمادی به سیاست گذاران از مهم‌ترین مصادیق این مؤلفه هستند. هدف اصلی در این سطح، تضعیف اقتدار و مشروعیت دولت در اداره روند انتخابات و ناکارآمد جلوه دادن ساختار حکمرانی است.

در ادامه، «بی اعتبار سازی نهادها» و «برهم زدن اجماع» نیز با کدهایی همچون القای مهندسی آراء، زیر سؤال بردن بی طرفی نهادهای نظارتی، فراخوان به نافرمانی مدنی و ادعای تقلب از سوی بازندگان شناسایی شده‌اند. چنین اقداماتی بیش از آنکه به تغییر نتیجه انتخابات منجر شود، درصدد تخریب انسجام نهادی و برهم زدن قواعد بازی دموکراتیک است. نهایتاً، «شکاف اجتماعی» نیز به عنوان یکی دیگر از مؤلفه‌های بی‌ثبات سازی با کدهایی نظیر شکاف نسلی، روایت تبعیض منطقه‌ای و تحریک اقلیت‌ها نمود یافته است. تحلیل‌ها نشان می‌دهد که این شیوه‌ها، با بهره‌گیری از پیش زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، ظرفیت بالایی در تضعیف وحدت ملی دارند و عملاً امکان اجماع سیاسی و اجتماعی پس از انتخابات را با چالش جدی مواجه می‌کنند.

## ۲- تأثیرگذاری بر روند و نتایج انتخابات

عامل دوم در چارچوب جنگ شناختی، تلاش برای تأثیرگذاری مستقیم بر مشارکت و جهت‌گیری افکار عمومی است. داده‌ها نشان می‌دهد که «کاهش مشارکت» از طریق فراخوان تحریم انتخابات، بی‌فایده نشان دادن رأی و برجسته سازی مشارکت پایین به عنوان رویکردی مستمر مورد استفاده قرار می‌گیرد. این راهبرد، مشروعیت‌زدایی غیرمستقیم از نظام سیاسی را دنبال می‌کند و با کم‌رنگ کردن حضور شهروندان در پای صندوق‌ها، در پی القای فقدان رضایت عمومی است. «القای عدم مشروعیت» مؤلفه‌ای

دیگر از تأثیرگذاری است که با کدهایی مانند اتهام تقلب پیش از رأی گیری، قیاس با دموکراسی غربی و مشروعیت زدایی با آمار بازنمایی شده است. هدف از این اقدامات، تضعیف اعتماد عمومی به نتایج انتخابات و مشروعیت کل فرایند است. این امر می تواند پیامدهایی همچون افزایش بی اعتمادی عمومی، کاهش ثبات سیاسی و تقویت گفتمان های براندازانه را به همراه داشته باشد.

از سوی دیگر، «راهبری افکار عمومی» و «تأثیر بر تصمیمات» نشان دهنده تلاش سازمان یافته برای تغییر گفتمان عمومی و جهت دهی به تصمیم گیری های کلان است. کدهایی مانند ترندسازی هدفمند، حمله سایبری به ذهن مخاطب، تغییر گفتمان عمومی و فشار افکار عمومی برای سیاست خاص بیانگر استفاده از ابزارهای متنوع رسانه ای و سایبری برای هدایت تصمیم گیران به سمت گزینه های مطلوب بازیگران خارجی یا مخالفان داخلی است. همچنین، «روایت سازی خاص» به عنوان رویکردی تأثیرگذار شناسایی شد که از طریق مستندهای ساختگی و انتشار داستان های اغراق شده به بازتولید واقعیت و تحریف حافظه جمعی می پردازد. چنین روایت هایی اغلب با اهداف بلندمدت طراحی می شوند و حتی فراتر از فضای انتخاباتی، بر ادراک عمومی نسبت به ساختار سیاسی و آینده کشور اثر می گذارند. این روایت های اثرگذار در سطح عاطفی و شناختی، نقش مهمی در ایجاد ترس، اضطراب، بی اعتمادی و بازتولید روایت های خاص ایفا می کنند. از بزرگ نمایی تهدیدهای امنیتی گرفته تا ساخت مستندهای جهت دار و طنزهای تخریبی، همگی مصادیق چنین رویکردی هستند. همان گونه که پیداست، این مجموعه اقدامات در کوتاه مدت می تواند رفتار رأی دهندگان را تغییر داده و فضای تصمیم گیری جمعی را مخدوش کند. اگر هدف گیری جزء جزء و پیام های جهت دار ادامه یابند، تأثیرگذاری شان می تواند به تدریج مسیر را به سوی بی ثبات سازی سازوکارها و فرایندهای انتخاباتی هموار کند.

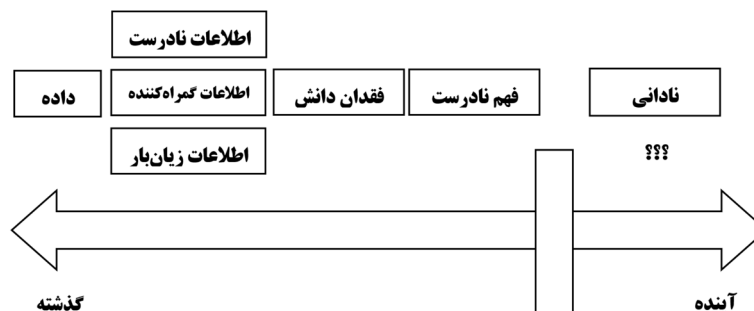
### ۳- ابزارهای جنگ شناختی در بستر انتخابات

تحلیل داده ها نشان می دهد که ۲ سطح بی ثبات سازی و تأثیرگذاری بدون بهره گیری از «ابزارها» قابلیت تحقق ندارند. ابزارهای جنگ شناختی به طور گسترده در سه دسته

اصلی اطلاعات نادرست<sup>۱</sup>، اطلاعات گمراه‌کننده<sup>۲</sup>، اطلاعات زیان‌بار<sup>۳</sup> شناسایی شدند. در تولید اطلاعات نادرست، عاملان اطلاعاتی محتوایی را سامان می‌دهند که هدف آن فریب جمعیت هدف است؛ محتوایی که از ابتدا بر بنیان‌های غلط، تحریف‌شده یا کاملاً ساختگی استوار شده است. زمانی که این اطلاعات غلط، اصطلاحاً اطلاعات نادرست، توسط افراد در پلتفرم‌های دیجیتال دست‌به‌دست شود، درواقع شرایطی ایجاد گردد که فرد ارسال‌کننده نیز از نادرست بودن اطلاعات آگاهی نداشته باشد و آن را اطلاعات درست شناسایی نماید و درنهایت اقدام به ارسال آن اطلاعات به سایر کاربران کند، این اطلاعات را اطلاعات گمراه‌کننده می‌نامند. اطلاعات زیان‌بار نیز به آن دسته از اطلاعات اطلاق می‌گردد که اساساً درست است، اما برای تخریب و آسیب‌رساندن به اذهان جامعه هدف منتشر می‌شود. به‌عنوان مثال افشاگری در خصوص فیش حقوقی مدیران دولتی می‌تواند در دسته اطلاعات زیان‌بار قرار می‌گیرد.

در دسته «اطلاعات نادرست»، نمونه‌هایی همچون پخش خبر جعلی درباره انتخابات، جعل اطلاعاتی از منبع رسمی و اعلام نتایج ساختگی مشاهده شد که به‌طور مستقیم با هدف سردرگم کردن افکار عمومی طراحی می‌شوند. «اطلاعات گمراه‌کننده» نیز با کدهایی مانند آمار ناقص بدون تحلیل، نقل قول تقطیع‌شده و استفاده از تصاویر قدیمی نمایان شد. این نوع ابزارها نه بر اساس دروغ مطلق، بلکه با تغییر زمینه و چارچوب واقعیت عمل می‌کنند و به همین دلیل اثرگذاری ماندگارتری دارند. در سطح «اطلاعات زیان‌بار»، افشای اطلاعات شخصی و انتشار اسناد واقعی اما تخریب‌گر از بارزترین روش‌ها بود که پیامد آن تضعیف سرمایه اجتماعی نامزدها و کاهش اعتماد عمومی است. شکل ۷ نمایانگر داده‌هایی است که در جنگ شناختی برای دستیابی به اهداف مذکور منتشر می‌شوند و درنهایت به نادانی منتج می‌شوند.

1. Disinformation
2. Misinformation
3. Malinformation



شکل ۷- داده‌ای که توسط جنگ شناختی به نادانی ختم می‌شود. (محقق ساخته)

### نتیجه‌گیری

انتخابات در کشورهای مستقل از غرب تنها یک سازوکار سیاسی-حقوقی برای انتقال قدرت یا رقابت حزبی نیست، بلکه به بستری حساس و آسیب‌پذیر برای جنگ شناختی تبدیل شده است. تحلیل مصاحبه‌ها و داده‌های کیفی استخراج شده آشکار کرد که راهبردهای شناختی در این عرصه را می‌توان در دو سطح کلان بی‌ثبات‌سازی و تأثیرگذاری موردبررسی قرار داد. در این میان، ابزارهای جنگ شناختی نقشی بنیادین و واسطه‌ای دارند که ذیل این دو سطح عمل کرده و آن‌ها را به واقعیت عینی تبدیل می‌کنند. در سطح نخست، یعنی بی‌ثبات‌سازی، تمرکز اصلی بر تضعیف انسجام سیاسی، اجتماعی و نهادی قرار دارد. داده‌ها نشان می‌دهد که قطبی‌سازی، بی‌اعتبارسازی دولت و نهادها، برهم زدن اجماع بازندگان و تشدید شکاف‌های اجتماعی از برجسته‌ترین مؤلفه‌های این سطح هستند. این اقدامات غالباً به وسیله ابزارهایی مانند انتشار اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده و زیان‌بار دنبال می‌شوند. برای نمونه، تولید دوگانه‌سازی‌های سیاسی، فعال‌سازی گسل‌های قومی یا انتشار محتوای تحریک‌آمیز همگی راهبردهایی هستند که عملاً جامعه را به سمت واگرایی سوق می‌دهند. همچنین، با برجسته‌سازی ناکارآمدی دولت، اتهام فساد مالی و القای مهندسی آراء، اعتماد عمومی نسبت به نهادهای انتخاباتی تضعیف شده و زمینه برای بی‌اعتبارسازی ساختار حکمرانی فراهم می‌شود. بدین ترتیب، انتخابات به جای آنکه عاملی برای بازتولید مشروعیت باشد، به عاملی برای تشدید بی‌ثباتی تبدیل می‌شود.

در سطح دوم، یعنی تأثیرگذاری، راهبردها بیش از آنکه بر فروپاشی نظم موجود تمرکز داشته باشند، بر تغییر جهت گیری افکار عمومی و شکل دهی به نتایج انتخابات متمرکز هستند. کاهش مشارکت از طریق فراخوان به تحریم، بی فایده نشان دادن رأی یا برجسته سازی مشارکت پایین، نخستین گام در این سطح است که مشروعیت فرایند را به طور غیرمستقیم زیر سؤال می برد. علاوه بر این، القای عدم مشروعیت از طریق اتهام تقلب پیش از رأی گیری، مقایسه با الگوهای غربی و مشروعیت زدایی با آمارهای تحریف شده، افکار عمومی را نسبت به نتایج انتخابات بدبین می سازد. در ادامه، راهبری افکار عمومی و تأثیر بر تصمیمات سیاستی از طریق ترندسازی هدفمند، موج سازی رسانه ای و فشار افکار عمومی برای اتخاذ سیاست های خاص دنبال می شود. در این سطح نیز ابزارهای جنگ شناختی نقشی حیاتی ایفا می کنند؛ اطلاعات نادرست برای تضعیف مشارکت، ایجاد اضطراب و ترس جمعی و روایت سازی خاص برای تحریف واقعیت های اجتماعی و تاریخی و بازتولید حافظه جمعی بر اساس منافع بازیگران مداخله گر صورت می پذیرد. برآیند این تحلیل نشان می دهد که جنگ شناختی در انتخابات بر یک تعامل نظام مند میان ابزارها و اهداف دو سطحی بی ثبات سازی و تأثیرگذاری استوار است. ابزارها به تنهایی معنا ندارند و تنها در پیوند با هدف بی ثبات سازی یا تأثیرگذاری می توانند کارکرد واقعی پیدا کنند. این مسئله بیانگر آن است که جنگ شناختی یک پدیده خطی یا تک مرحله ای نیست، بلکه یک سازوکار چندسطحی و شبکه ای است که از تعامل میان بازیگران داخلی، خارجی و ابزارهای ارتباطی شکل می گیرد.

از منظر سیاست گذاری، نتایج پژوهش بیانگر ضرورت اتخاذ یک رویکرد چندلایه برای مقابله با جنگ شناختی در انتخابات است. در سطح اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی، کاهش شکاف های قومی، مذهبی و نسلی و بازتولید هویت های مشترک اهمیت اساسی دارد. در سطح نهادی، افزایش شفافیت فرایندهای انتخاباتی، تقویت استقلال نهادهای نظارتی و بهبود عملکرد دولت در مدیریت انتخابات می تواند زمینه بی اعتبارسازی را محدود کند. در سطح رسانه ای، ارتقای سواد رسانه ای شهروندان، تولید روایت های جایگزین معتبر و توسعه راهبردهای ارتباطی فعال برای خنثی سازی اطلاعات نادرست، همراه کننده و زیان بار ضروری است. از این رو مقابله مؤثر با جنگ شناختی در

بستر انتخابات مستلزم تدوین یک راهبرد ملی بازدارندگی شناختی است تا هماهنگی میان نهادهای امنیتی، رسانه‌ای و آموزشی برای کاهش آسیب‌پذیری ادراکی جامعه فراهم شود. در این راستا، ایجاد سامانه پایش و هشدار زودهنگام شناختی جهت رصد و تحلیل جریان‌های رسانه‌ای و شناسایی حملات ادراکی در مراحل پیش‌انتخاباتی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین، ارتقای سواد شناختی و رسانه‌ای نخبگان سیاسی، مدیران انتخاباتی و فعالان رسانه‌ای باید به عنوان یکی از ارکان پدافند شناختی مورد توجه قرار گیرد. در سطح اجتماعی نیز، آموزش عمومی و توسعه مهارت‌های تفکر انتقادی می‌تواند توان جامعه را در تشخیص دست‌کاری‌های ادراکی افزایش دهد. از سوی دیگر، هم‌افزایی میان نهادهای دانشگاهی، مراکز پژوهشی و دستگاه‌های اجرایی برای تولید دانش بومی و تحلیل مستمر تهدیدات شناختی ضروری است. در نهایت، بازنگری در سیاست اطلاع‌رسانی انتخاباتی و ایجاد الگوهای ارتباطی شفاف میان نهادهای رسمی و افکار عمومی می‌تواند نقش مهمی در افزایش اعتماد، کاهش شایعات و تقویت تاب‌آوری شناختی جامعه ایفا کند. به‌طور کلی، می‌توان نتیجه گرفت که جنگ شناختی در انتخابات بیش از آنکه به تغییر نتایج صندوق‌های رأی متکی باشد، بر مدیریت ادراکات عمومی و بازتعریف واقعیت‌های اجتماعی استوار است. در این مسیر، ابزارهای شناختی در خدمت بی‌ثبات‌سازی و تأثیرگذاری قرار می‌گیرند و با تضعیف اعتماد عمومی و مشروعیت سیاسی، انتخابات را به میدان نبردی غیرمستقیم بدل می‌سازند. تنها از طریق راهبردهای کلان و یکپارچه می‌توان این تهدید را به فرصت تبدیل کرد و از انتخابات نه به عنوان نقطه آسیب‌پذیر، بلکه به عنوان عرصه‌ای برای تقویت مشروعیت و ثبات سیاسی بهره گرفت.

## منابع

## منابع فارسی:

- 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)، ۱۷۸-۱۵۳.
- سعادت‌مند، حسین، طاهری روزبهانی، محمد، پیری زمانه، مسلم، قدمی، کاوه. (۱۴۰۳). راهکارهای آینده‌پژوهانه مقابله با جنگ شناختی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران. مطالعات راهبردی بسیج. ۲۷(۱۰۲)، ۹۷-۱۳۶.
- قنبرلو، عبدالله. (۱۳۹۵). تأثیر انتخابات بر جایگاه بین‌المللی دولت: با تأکید بر جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات راهبردی ۱۸(۶۹)، ۱۹۶-۱۷۱.

## منابع انگلیسی:

- Ackoff, R. L. (1989). From Data to Wisdom. *Journal of Applied Systems Analysis*, 16, 3-9.
- Bernal, A., Carter, C., Singh, I., Cao, K., & Madreperla, O. (2020). *Cognitive warfare: An attack on truth and thought*. NATO / Johns Hopkins University.
- Clausewitz, Carl von. (1874). *On War*. Available at: <https://icct.nl/sites/default/files/import/publication/On-War.pdf>
- Claverie, B., & Du Cluzel, F. (2022). The Cognitive Warfare Concept. *Innovation Hub Sponsored by NATO Allied Command Transformation*, 2.
- Elklit, Jorgen; Svensson, Palle (1997). What Makes Elections Free and Fair?. *Journal of Democracy*. 8 (3): 32-46. doi:10.1353/jod.1997.0041. S2CID 154766533.
- Fenstermacher, L., Uzcha, D., Larson, K., Vitiello, C., & Shellman, S. (2023, June). New perspectives on cognitive warfare. In *Signal Processing, Sensor/Information Fusion, and Target Recognition XXXII* (Vol. 12547, pp. 172-187). SPIE.
- Gentzkow, M. (2006). Television and voter turnout. *The Quarterly Journal of Economics*, 121(3), 931-972.
- Gladwell, Malcolm (2000) *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*, Back Bay Books.
- Kernell, G., & Lamberson, P. J. (2023). Social networks and voter turnout. *Royal Society Open Science*, 10, Article 230704. <https://doi.org/10.1098/rsos.230704>
- Lubersse, J. (2023). *Cognitive warfare in the age of unpeace: Strategies, defenses, and the new battlefield of the mind*. Fortis Novum Mundum.
- Miller, Seumas. (2023). "Cognitive Warfare: An Ethical Analysis." *Ethics and Information Technology* 25 (46).

- Rowley, J. E. (2007). *The wisdom hierarchy: representations of the DIKW hierarchy*. *Journal of Information Science*, 33(2), 163-180.
- Singer, Peter Warren, and Emerson T. Brooking. 2018. *LikeWar: The Weaponization of Social Media*. Boston, MA: Eamon Dolan Books.
- Mao, Y. (2017). Intercoder reliability techniques: holsti method. In *The sage encyclopedia of communication research methods* (Vol. 4, pp. 741-743). SAGE Publications, Inc, <https://doi.org/10.4135/9781483381411.n258>
- Terry, G., Hayfield, N., Clarke, V., & Braun, V. (2017). Thematic analysis. *The SAGE handbook of qualitative research in psychology*, 2(25), 17-37.