



مقدمه

ناتو جنگ شناختی را به نبردی برای کسب «برتری شناختی»^۱ به معنای تأثیرگذاری بر شیوهی فهم، تحلیل و تصمیم‌گیری انسان‌ها تعریف می‌کند؛ در این چارچوب، یکی از صحنه‌های نبرد شناختی، ایجاد اخلال در «آگاهی موقعیتی»^۲ جامعه‌ی هدف است. در واقع اگر در عملیات روانی سنتی، تمرکز اصلی بر اثرگذاری در حوزه‌ی احساسات، روحیه و نگرش مخاطب بود، در جنگ شناختی سطح عمیق‌تری اعم سازوکار ادراک، تحلیل و تصمیم‌گیری انسان هدف قرار می‌گیرد. هدف صرفاً تغییر احساس مخاطب نسبت به واقعیت نیست، بلکه ایجاد اختلال در تشخیص واقعیت و بازآرایی تصویر ذهنی جامعه از صحنه است. به بیانی ساده، دشمن می‌کوشد تصویر صحنه را برای جامعه، نخبگان و تصمیم‌گیران مخدوش کند تا آنان نتوانند تشخیص دهند واقعا چه رخ داده، تهدید اصلی چیست، کدام منبع معتبر و واکنش درست کدام خواهد بود؟

بدنه استنادی

الف- سازوکار عملیاتی اخلال در آگاهی موقعیتی جامعه

برای فهم این سنخ از نبردهای شناختی، باید دید دشمن چگونه یک رخداد محدود یا ابهام اولیه را مرحله‌به‌مرحله به ادراک مخدوش، واکنش هیجانی و نهایتاً فشار میدانی تبدیل می‌کند.

۱. **ابهام اولیه (آلودگی ادراک):** عملیات معمولاً از یک رخداد واقعی یا خلأ اطلاع‌رسانی مانند اختلال بانکی، تأخیر پرداخت، نوسان بازار و یا حادثه‌ی امنیتی آغاز می‌شود. هرچه پاسخ رسمی دیرتر و کلی‌تر باشد، پنجره‌ی ابهام برای روایت دشمن بازتر می‌شود.

۲. **قاب‌سازی شناختی:** در این مرحله، معنای رخداد تغییر می‌کند («اختلال فنی» به «کنترل عمدی پول مردم»، یا «تأخیر اداری» به «دست‌اندازی به حقوق مردم» تبدیل می‌شود) هدف، تغییر خود خبر نیست؛ تغییر برداشت جامعه از خبر است!

۳. **تحریک اجتماعی (اتصال به نقطه حساس):** روایت دستکاری شده به نقاط حساس جامعه همچون پول، نان، سوخت، مستمري، امنیت، ارز، یا انسجام سیاسی وصل می‌شود. از این لحظه، مخاطب خبر را صرفاً اطلاع نمی‌بیند، بلکه آن را تهدیدی علیه معیشت، دارایی یا امنیت خود تلقی می‌کند.

۴. **اشباع روایی:** روایت در چند پلتفرم، با ادبیات‌های متفاوت و همراه با تصویر، صوت، ویدئو یا نقل‌قول‌های مبهم تکثیر می‌شود. مقصود این نیست که همه قانع شوند بلکه باید مرز میان خبر، شایعه و تحلیل از بین برود.

۵. **تبدیل ادراک مخدوش به رفتار میدانی:** در نهایت، اخلال مزبور به کنش واقعی اعم از هجوم خرید، برداشت وجه، صف‌سازی، بازنشر هیجانی، بی‌اعتمادی به اطلاعیه رسمی یا فشار روانی بر نهادها تبدیل می‌شود. در این نقطه، عملیات از ذهن جامعه عبور کرده و به میدان واقعی اثر می‌گذارد.

ب- مصادیق اخلال در آگاهی موقعیتی جامعه

۱. **شایعه اختلال بانکی برای کنترل بازار ارز و طلا:** اصل شایعه این بود که اختلال در خدمات چهار بانک ملی، صادرات، تجارت و توسعه صادرات، که در

اصل ناشی از عملیات سایبری دشمن بود اقدامی عمدی و برنامه‌ریزی شده از سوی نظام برای محدود کردن دسترسی مردم به پول و مهار بازار ارز و طلا بوده است. از منظر جنگ شناختی، این شایعه یک رخداد فنی - سایبری را به روایت «کنترل پنهان دارایی مردم» تبدیل می‌کند. نقطه‌ی حساس هدف‌گیری شده، پول، بانک، ارز، طلا و امنیت دارایی است. پیامد عملیاتی آن می‌تواند (۱) افزایش اضطراب مالی، (۲) هجوم به برداشت وجه، (۳) تشدید بی‌اعتمادی به شبکه بانکی و (۴) تبدیل یک اختلال محدود به بحران ادراکی گسترده باشد.

۲. **شایعه ارتباط عدم پرداخت مستمري‌ها با برداشت بانک مرکزی از حساب تأمین اجتماعی:** شایعه اینگونه بود که عدم پرداخت یا تأخیر در پرداخت مستمري بازنشستگان، ناشی از برداشت بانک مرکزی از حساب‌های سازمان تأمین اجتماعی بوده است. این روایت سه نقطه‌ی حساس را هم‌زمان هدف می‌گیرد: (۱) معیشت بازنشستگان، (۲) اعتبار سازمان تأمین اجتماعی و (۳) اعتماد به نظام بانکی. قاب شناختی مسئله از «چالش مالی یا فرایند اداری پرداخت» به «دست‌اندازی به حقوق بازنشستگان» تغییر می‌کند؛ در نتیجه، یک موضوع مالی - اداری می‌تواند به احساس ناامنی معیشتی، بی‌اعتمادی نهادی و تصور بی‌ثباتی صندوق‌های اجتماعی تبدیل شود.

۳. **شایعه استعفای رئیس‌جمهور و القای شکاف در ساختار تصمیم‌گیری:** اصل شایعه بدین بیان بود که رئیس‌جمهور در میانه‌ی شرایط حساس کشور استعفا داده یا در آستانه استعفاست. در شرایط بحران، جامعه و بدنه اجرایی باید تصویر روشنی از ثبات مرکز تصمیم‌گیری داشته باشند. شایعه‌ی استعفا، مسئله را به «شکاف در رأس تصمیم‌گیری و ناتوانی دولت در اداره صحنه» تبدیل می‌کند. پیامد عملیاتی آن می‌تواند (۱) تضعیف اعتماد عمومی، (۲) سردرگمی بدنه اجرایی، (۳) تقویت روایت بی‌ثباتی و (۴) کاهش انسجام روانی جامعه باشد. وجه مشترک هر سه نمونه آن است که هیچ‌کدام صرفاً یک خبر نادرست و ساده نیستند؛ هر سه تلاش می‌کنند تصویر صحنه را بازآرایی کنند. در مثال اول، اختلال بانکی به کنترل پنهان پول مردم تبدیل می‌شود؛ در مورد دوم، تأخیر یا مسئله مالی به دست‌اندازی به حقوق بازنشستگان و در نمونه آخر، فشار سیاسی به شکاف در رأس حاکمیت تعبیر شد. این همان نقطه اتصال مصادیق با جنگ شناختی است: دشمن یا بازیگر شایعه‌ساز، رخداد را از زمینه جدا می‌کند، به نقطه حساس جامعه متصل و آن را به ادراک بحران تبدیل می‌کند.

نتیجه‌گیری

مقابله با اخلال در آگاهی موقعیتی جامعه، صرفاً با تکذیب شایعه محقق نمی‌شود؛ چراکه در این نوع از جنگ شناختی، مسئله‌ی اصلی «خبر غلط» نیست، بلکه ربایش تصویر صحنه است. پاسخ مؤثر باید هم‌زمان دو سطح داشته باشد. (۱) در سطح واکنشی، تولید سریع تصویر معتبر و قابل راستی‌آزمایی از رخداد ضروری است (مانند اعلام عدد رسمی ۳۱۱۷ جان‌باخته در اغتشاشات دی ۱۴۰۴ و انتشار جزئیات هویتی ۲۹۸۶ نفر از آنان، که توانست در برابر روایت‌های اغراق‌آمیز «۳۰ هزار کشته» یا حتی اعداد بالاتر، مرجع عددی مشخصی برای افکار عمومی و نخبگان ایجاد کند). آمار دقیق، فهرست قابل پیگیری و تبیین اختلاف آماری، از تکذیب کلی مؤثرتر است؛ زیرا تصویر صحنه را از فضای شایعه به میدان اطلاعات قابل راستی‌آزمایی منتقل می‌کند.

(۲) در سطح پیش‌گیرانه، باید برای حوزه‌های حساس مانند بانک، ارز، سوخت، نان، مستمري، سناریوهای شایعه و پاسخ‌های از قبل آماده طراحی شود. این همان تکنیک «پیش‌تکذیب» به معنای آشنا کردن مخاطب با شگردهایی مانند ترساندن، زمینه‌زدایی، مقایسه غلط و بزرگ‌نمایی پیش از وقوع بحران است. هم‌زمان، «رصد اجتماعی» دائمی لازم است تا نگرانی‌ها و کلیه‌واژه‌های بحران‌ساز، پیش از تبدیل شدن به موج شایعه شناسایی شوند.

۱ Cognitive Dominance

۲ <https://www.act.nato.int/activities/cognitive-warfare>

۳ Situational Awareness (SA)