



The use of media in cognitive warfare of the Islamic Republic of Iran Army

Sajjad farhng[✉] |

1. Corresponding author, Department of Social Sciences, Faculty of Command and Management, Imam Ali University, Tehran, Iran, Email: farhangsajjad@yahoo.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received

2025/09/29

Received in revised form

2026/02/20

Accepted

2026/06/12

Published online

2026/09/22

Keywords:

Cognitive warfare, media

Media literacy,

ABSTRACT

Objective: This research aims to design a comprehensive model for the use of media in cognitive warfare by the Iranian Army. The main goal is to examine the role of media in countering cognitive threats and enhancing defense capabilities in this field.

Methodology: The research method of this study is mixed. Data were collected through library studies and interviews with experts and analyzed using statistical methods and content analysis.

Findings: The findings of this study indicate that the media must act proactively to resist the enemy's media attacks. Improving media literacy is essential to countering cognitive warfare and can be done by educating and raising awareness among the public and military personnel. Also, the National Intelligence Network acts as a defensive tool against cognitive warfare and can neutralize the effects of cognitive warfare by creating a healthy and independent platform.

Originality: By providing a comprehensive model for the use of media in cognitive warfare, this article helps the Islamic Republic of Iran Army effectively resist cognitive threats and defend national stability and security.

Cite this article: Farhan S, (2025). The use of media in cognitive warfare of the Islamic Republic of Iran Army *Management of Defense Human Capital* , 6 (22), 45-61.



DOI: 10.22034/jdhcm.2026.2057346.1221

: **Publisher:** AJA Imam Ali Military University



کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران

سجاد فرهنگ✉

۱. نویسنده مسئول، گروه علوم اجتماعی، دانشکده فرماندهی و مدیریت، دانشگاه امام علی، تهران، ایران، رایانامه: farhangsajjad@yahoo.com

اطلاعات مقاله

چکیده

زمینه و هدف: این پژوهش با هدف طراحی الگوی جامع برای کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش ج.ا.ا انجام شده است. هدف اصلی، بررسی نقش رسانه‌ها در مقابله با تهدیدات شناختی و ارتقای توانمندی‌های دفاعی در این زمینه است.

روش پژوهش: روش تحقیق این پژوهش ترکیبی است. داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با کارشناسان جمع‌آوری شده و با استفاده از روش‌های آماری و تحلیل محتوا تحلیل شده‌اند. یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌ها باید به صورت فعال عمل کنند تا در مقابل حمله‌های رسانه‌ای دشمن مقاومت کنند. ارتقای سواد رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی ضروری است و می‌تواند با آموزش و آگاهی‌بخشی به جامعه و کارکنان نظامی انجام شود. همچنین، شبکه ملی اطلاعات به عنوان یک ابزار دفاعی در برابر جنگ شناختی عمل می‌کند و با ایجاد یک بستر سالم و مستقل، می‌تواند اثرات جنگ شناختی را خنثی کند. نتیجه‌گیری: این مقاله با ارائه الگوی جامع برای کاربرد رسانه در جنگ شناختی، به ارتش جمهوری اسلامی ایران کمک می‌کند تا در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۷/۰۷

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۱۲/۰۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۰۳/۲۲

تاریخ انتشار:

۱۴۰۵/۰۶/۳۱

کلیدواژه‌ها:

جنگ شناختی، رسانه

سواد رسانه ای

استناد: فرهنگ، سجاد (۱۴۰۵). کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران. مدیریت سرمایه انسانی

دفاعی، ۲۲ (۶)، ۴۵-۶۱.

DOI: 10.22034/jdham.2026.2057346.1221



ناشر: دانشگاه افسری امام علی (ع)

مقدمه

در عصر حاضر، جنگ‌های سنتی جای خود را به جنگ‌های نوین داده‌اند. یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین این جنگ‌ها، جنگ شناختی است. جنگ شناختی به عنوان یک تهدید نوین در عرصه امنیت ملی، از رسانه‌ها به عنوان مهم‌ترین ابزار برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده می‌کند. (رحیمی، ۱۴۰۰: ۵۶). این نوع جنگ با هدف تغییر نگرش و رفتار افراد، به ویژه در جوامع مدرن که به شدت تحت تأثیر رسانه‌ها قرار دارند، انجام می‌شود.

در جنگ شناختی، دشمن از ابزارهای مختلفی مانند تبلیغات، شایعه‌پراکنی، و انتشار اخبار جعلی استفاده می‌کند تا افکار عمومی را به سمت اهداف خود سوق دهد. این تهدیدات نه تنها بر امنیت ملی بلکه بر ثبات اجتماعی و سیاسی نیز تأثیر می‌گذارند. بنابراین، درک و شناخت دقیق از این تهدیدات و یافتن راهکارهای موثر برای مقابله با آنها از مهم‌ترین اولویت‌های هر کشور است. (علی‌زاده، ۱۴۰۱: ۲۲). رسانه‌ها در جنگ شناختی نقش دوگانه‌ای دارند. از یک سو، می‌توانند به عنوان ابزارهای دفاعی استفاده شوند تا افکار عمومی را در جهت اهداف ملی هدایت کنند. از سوی دیگر، دشمن نیز از رسانه‌ها برای هدف قرار دادن ارزش‌ها و ایجاد جنگ شناختی استفاده می‌کند. بنابراین، درک دقیق از این دوگانه و یافتن راهکارهای موثر برای استفاده از رسانه‌ها در دفاع از امنیت ملی از مهم‌ترین اولویت‌ها است.

در این راستا، ارتش جمهوری اسلامی ایران به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای حافظ امنیت ملی، باید به طور مستمر در حال ارتقای توانمندی‌های خود در مقابله با تهدیدات نوین باشد. رسانه‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای جنگ شناختی، نقش حیاتی در این زمینه دارند. استفاده از رسانه‌ها به عنوان یک ابزار دفاعی می‌تواند به ارتش کمک کند تا در برابر حمله‌های رسانه‌ای دشمن مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

جنگ شناختی به عنوان یکی از اشکال نوین جنگ‌های نامتقارن، بر تأثیرگذاری بر ذهنیت، باورها و تصمیم‌گیری‌های طرف مقابل متمرکز است. این نوع جنگ از طریق ابزارهای روانی، اطلاعاتی و رسانه‌ای به دنبال تغییر ادراکات و ایجاد تردید در افکار عمومی است (اسمیت، ۲۰۱۹: ۴۵). برخلاف جنگ‌های سنتی که بر تخریب فیزیکی و نظامی متمرکز هستند، جنگ شناختی به دنبال تأثیرگذاری بر ذهن و روان افراد است. این نوع جنگ می‌تواند از طریق رسانه‌ها، تبلیغات، شایعات، هنر و حتی فرهنگ اعمال شود و هدف نهایی آن تغییر رفتارها، باورها و تصمیم‌گیری‌های افراد است (جانسون، ۲۰۲۰: ۱۲).

تعریف جنگ شناختی

جنگ‌شناختی «کنترل، تغییر و دست کاری و شبیه سازی با برنامه شناخت اهداف انسانی با استفاده از روش ها، یافته ها و ابزارهای علوم و فناوری های هم‌گرا» تعریف شده است. این تعریف نشان می‌دهد که جنگ‌شناختی به کنترل و مداخله شناختی محدود نمی‌شود؛ بلکه شبیه سازی کارکردهای و فرایندهای شناختی مغز، پنجره جدیدی را روی مطالعات هوش مصنوعی باز کرده است. الکس کارپ^۱، مدیرعامل شرکت پالانتیر^۲، در مصاحبه با شبکه CNBC گفته است که طی پنج سال آینده، کشوری با هوش مصنوعی برتر قوانین آینده را تعیین می‌کند (کارپ، ۲۰۲۰؛ اندرسون، ۲۰۱۹).

تفاوت جنگ شناختی با جنگ‌های سنتی

در جنگ‌های سنتی، هدف اصلی تخریب فیزیکی و نظامی دشمن است، اما در جنگ شناختی، هدف تأثیرگذاری بر ذهن و روان افراد است. این نوع جنگ می‌تواند بدون استفاده از سلاح‌های فیزیکی و تنها از طریق رسانه‌ها و اطلاعات انجام شود. برای مثال، در جنگ شناختی، دشمن ممکن است از اخبار جعلی، تبلیغات منفی و شایعات برای ایجاد ترس، تردید و بی‌اعتمادی در میان مردم استفاده کند (اسمیت، ۲۰۱۹: ۴۷).

ابزارهای جنگ شناختی

ابزارهای اصلی جنگ شناختی شامل رسانه‌های جمعی، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات و حتی هنر و فرهنگ است. رسانه‌ها به دلیل توانایی شکل‌دهی به افکار عمومی، یکی از مؤثرترین ابزارها در جنگ شناختی هستند. برای مثال، در جنگ‌های اخیر، شاهد استفاده گسترده از رسانه‌ها برای ایجاد ترس، تردید و بی‌اعتمادی در میان مردم بوده‌ایم (جانسون، ۲۰۲۰: ۱۵).

اهداف جنگ شناختی

اهداف اصلی جنگ شناختی شامل تغییر ادراکات، ایجاد تردید، تضعیف روحیه و تغییر رفتارهای افراد است. دشمنان از این نوع جنگ برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و ایجاد بی‌اعتمادی نسبت به نظام‌های سیاسی و اجتماعی استفاده می‌کنند. برای مثال، در جنگ شناختی، دشمن ممکن است از اخبار جعلی و تبلیغات منفی برای تضعیف روحیه مردم و نیروهای نظامی استفاده کند (کاستلز، ۲۰۱۸: ۸۰).

جنگ شناختی در عصر دیجیتال

در عصر دیجیتال، جنگ شناختی به دلیل گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به شکل پیچیده‌تری انجام می‌شود. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان بسترهای اصلی جنگ شناختی شناخته می‌شوند. دشمنان از این فضاها برای انتشار اخبار جعلی،

^۱ Karp

^۲ Anderson

ایجاد تردید و تضعیف روحیه مردم استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، این فضاها نیز به عنوان ابزاری برای مقابله با تبلیغات دشمن و تقویت روحیه ملی مورد استفاده قرار می‌گیرند (رحیمی، ۱۴۰۰: ۵۶).

جنگ شناختی و امنیت ملی

جنگ شناختی به دلیل تأثیر مستقیم بر ذهنیت و رفتارهای افراد، تهدیدی جدی برای امنیت ملی محسوب می‌شود. دشمنان از این نوع جنگ برای ایجاد بی‌ثباتی سیاسی، تضعیف روحیه ملی و ایجاد تردید در میان مردم استفاده می‌کنند. برای مقابله با این تهدیدات، کشورها باید استراتژی‌های مناسبی برای استفاده از رسانه‌ها و مقابله با تبلیغات دشمن توسعه دهند (محمدی، ۱۳۹۹: ۳۴).

جنگ شناختی و نقش رسانه‌ها

رسانه‌ها به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارها در جنگ شناختی شناخته می‌شوند. رسانه‌ها می‌توانند با انتشار اطلاعات هدفمند، ادراکات عمومی را تحت تأثیر قرار داده و حتی رفتارهای اجتماعی و سیاسی را تغییر دهند. برای مثال، در جنگ‌های اخیر، شاهد استفاده گسترده از رسانه‌ها برای ایجاد ترس، تردید و بی‌اعتمادی در میان مردم بوده‌ایم. این امر نشان می‌دهد که رسانه‌ها نه تنها ابزاری برای اطلاع‌رسانی، بلکه سلاحی قدرتمند در جنگ‌های نوین هستند (علی‌زاده، ۱۴۰۱: ۲۲).

نقش رسانه در جنگ شناختی

رسانه‌ها در جنگ شناختی به عنوان یکی از اصلی‌ترین ابزارها برای تأثیرگذاری بر ذهنیت و رفتارهای افراد و جوامع عمل می‌کنند. در این نوع جنگ، رسانه‌ها نه تنها ابزاری برای اطلاع‌رسانی، بلکه سلاحی قدرتمند برای شکل‌دهی به ادراکات و جهت‌دهی به افکار عمومی هستند. این بخش به بررسی نقش رسانه‌ها در جنگ شناختی، انواع رسانه‌های مورد استفاده و نحوه بهره‌گیری از آنها می‌پردازد.

رسانه به عنوان ابزار جنگ شناختی

رسانه‌ها در جنگ شناختی به دو شکل اصلی عمل می‌کنند:

۱- انتشار اطلاعات و تأثیرگذاری بر افکار عمومی: رسانه‌ها می‌توانند با انتشار اطلاعات هدفمند، ادراکات عمومی را تحت تأثیر قرار داده و حتی رفتارهای اجتماعی و سیاسی را تغییر دهند. برای مثال، در جنگ‌های اخیر، شاهد استفاده گسترده از رسانه‌ها برای ایجاد ترس، تردید و بی‌اعتمادی در میان مردم بوده‌ایم (کاستلز، ۲۰۱۸: ۷۸).

۲- مقابله با تبلیغات دشمن: رسانه‌ها همچنین به عنوان ابزاری برای خنثی‌سازی تبلیغات دشمن و تقویت روحیه ملی مورد استفاده قرار می‌گیرند. ارتش جمهوری اسلامی ایران از این ابزارها برای مقابله با تهدیدات شناختی دشمن استفاده می‌کند (رحیمی، ۱۴۰۰: ۵۶).

انواع رسانه‌های مورد استفاده در جنگ شناختی

در جنگ شناختی، انواع مختلفی از رسانه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند که هر یک

نقش خاصی در تأثیرگذاری بر افکار عمومی ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها شامل موارد زیر هستند:

۱- رسانه‌های جمعی (تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها)

رسانه‌های جمعی به دلیل گستردگی مخاطبان و نفوذ بالا، نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی دارند. این رسانه‌ها می‌توانند با پخش برنامه‌های هدفمند، ادراکات عمومی را تحت تأثیر قرار دهند. برای مثال، در جنگ‌های اخیر، شاهد استفاده گسترده از تلویزیون و رادیو برای انتشار پیام‌های انگیزشی و تقویت روحیه ملی بوده‌ایم (محمدی، ۱۳۹۹: ۳۴).

۲- فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به دلیل سرعت بالای انتشار اطلاعات و دسترسی آسان، به بستر اصلی جنگ شناختی تبدیل شده‌اند. دشمنان از این فضا برای انتشار اخبار جعلی، ایجاد تردید و تضعیف روحیه مردم و نیروهای نظامی استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، این فضاها نیز به عنوان ابزاری برای مقابله با تبلیغات دشمن و تقویت روحیه ملی مورد استفاده قرار می‌گیرند (علی‌زاده، ۱۴۰۱: ۲۲).

۳- رسانه‌های دیجیتال (سایت‌ها، وبلاگ‌ها، پادکست‌ها)

رسانه‌های دیجیتال به دلیل انعطاف‌پذیری و دسترسی آسان، نقش مهمی در جنگ شناختی ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها می‌توانند با انتشار محتوای هدفمند، ادراکات عمومی را تحت تأثیر قرار دهند. برای مثال، در جنگ‌های اخیر، شاهد استفاده گسترده از سایت‌ها و وبلاگ‌ها برای انتشار اطلاعات دقیق و مستند بوده‌ایم (جانسون، ۲۰۲۰: ۱۵).

نقش رسانه‌ها در تأثیرگذاری بر افکار عمومی

رسانه‌ها می‌توانند با انتشار اطلاعات هدفمند، ادراکات عمومی را تحت تأثیر قرار داده و حتی رفتارهای اجتماعی و سیاسی را تغییر دهند. برای مثال، در جنگ‌های اخیر، شاهد استفاده گسترده از رسانه‌ها برای ایجاد ترس، تردید و بی‌اعتمادی در میان مردم بوده‌ایم. این امر نشان می‌دهد که رسانه‌ها نه تنها ابزاری برای اطلاع‌رسانی، بلکه سلاحی قدرتمند در جنگ‌های نوین هستند (کاستلز، ۲۰۱۸: ۸۰).

نقش رسانه‌ها در مقابله با تبلیغات دشمن

رسانه‌ها همچنین به عنوان ابزاری برای خنثی‌سازی تبلیغات دشمن و تقویت روحیه ملی مورد استفاده قرار می‌گیرند. ارتش جمهوری اسلامی ایران از این ابزارها برای مقابله با تهدیدات شناختی دشمن استفاده می‌کند. برای مثال، در سال‌های اخیر شاهد ایجاد واحدهای ویژه در ارتش برای پایش و مقابله با اخبار جعلی در فضای مجازی بوده‌ایم. این واحدها با شناسایی و خنثی‌سازی تبلیغات دشمن، به حفظ امنیت ملی کمک می‌کنند (رحیمی، ۱۴۰۰: ۵۶).

چالش‌های استفاده از رسانه در جنگ شناختی

استفاده از رسانه‌ها در جنگ شناختی با چالش‌های متعددی همراه است. این چالش‌ها شامل سرعت بالای انتشار اطلاعات، تنوع ابزارهای رسانه‌ای و کمبود نیروهای متخصص است. سرعت بالای انتشار اطلاعات در فضای مجازی باعث می‌شود که اخبار جعلی به

سرعت منتشر شده و باعث ایجاد ترس و تردید در میان مردم شود. از سوی دیگر، تنوع ابزارهای رسانه‌ای باعث می‌شود که مقابله با تهدیدات شناختی به چالشی بزرگ تبدیل شود (اسمیت، ۲۰۱۹: ۴۷).

فرصت‌های استفاده از رسانه در جنگ شناختی

استفاده از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها به عنوان فرصت‌های استراتژیک در این حوزه شناسایی شده‌اند. این فناوری‌ها می‌توانند به شناسایی و خنثی‌سازی اخبار جعلی و تبلیغات دشمن کمک کنند. ارتش جمهوری اسلامی ایران با بهره‌گیری از این فرصت‌ها، در حال تقویت توانمندی‌های خود در جنگ شناختی است (جانسون، ۲۰۲۰: ۱۵).

پیشینه پژوهش

تحقیقات داخلی

پژوهش‌های داخلی انجام شده در حوزه کاربرد رسانه در جنگ شناختی، عمدتاً بر نقش رسانه‌ها در مقابله با تهدیدات شناختی دشمن و تقویت روحیه ملی متمرکز بوده‌اند. برخی از مهم‌ترین تحقیقات داخلی عبارتند از:

- رحیمی (۱۴۰۰) در پژوهش خود با عنوان کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران، به این نتیجه رسید که رسانه‌ها به عنوان ابزاری برای مقابله با تبلیغات دشمن و تقویت روحیه ملی مورد استفاده قرار می‌گیرند. وی تأکید کرد که ارتش جمهوری اسلامی ایران از رسانه‌ها برای انتشار اطلاعات دقیق و مستند و مقابله با اخبار جعلی استفاده می‌کند (ص. ۵۶).
- محمدی (۱۳۹۹) در مطالعه خود با عنوان الگوهای رسانه‌ای در جنگ شناختی، چهار راهبرد رسانه‌ای (انفعالی، واکنشی، فعال، و فوق‌فعال) را بررسی کرد و نتیجه گرفت که در جنگ شناختی، رسانه‌ها باید به صورت فعال و فوق‌فعال عمل کنند تا بتوانند در مقابل هجمه‌های رسانه‌ای دشمن مقاومت کنند (ص. ۳۴).
- علی‌زاده (۱۴۰۱) در پژوهش خود با عنوان مقابله با اخبار جعلی در فضای مجازی، به این نتیجه رسید که شبکه‌های اجتماعی به عنوان بستر اصلی جنگ شناختی شناخته می‌شوند و ارتش جمهوری اسلامی ایران از این شبکه‌ها برای انتشار پیام‌های خودی و مقابله با تبلیغات دشمن استفاده می‌کند (ص. ۲۲).
- کریمی (۱۴۰۰) در مطالعه خود با عنوان استراتژی‌های رسانه‌ای در مقابله با جنگ شناختی، بر اهمیت سواد رسانه‌ای برای کاهش آسیب‌پذیری در برابر هجمه‌های رسانه‌ای دشمن تأکید کرد و پیشنهاد داد که برنامه‌های آموزشی در این حوزه به‌طور مداوم به‌روزرسانی شوند (ص. ۸۸).

تحقیقات خارجی

پژوهش‌های خارجی انجام شده در حوزه جنگ شناختی و نقش رسانه‌ها، عمدتاً بر تأثیر رسانه‌ها بر ادراکات و رفتارهای افراد و جوامع متمرکز بوده‌اند. برخی از مهم‌ترین تحقیقات خارجی عبارتند از:

- اسمیت (۲۰۱۹) در مطالعه خود با عنوان جنگ شناختی و رسانه، به این نتیجه رسید که رسانه‌ها توانایی تغییر ادراکات و رفتارهای افراد را دارند و می‌توانند به عنوان سلاحی قدرتمند در جنگ‌های نوین عمل کنند. وی تأکید کرد که دشمنان از رسانه‌ها برای ایجاد ترس، تردید و بی‌اعتمادی در میان مردم استفاده می‌کنند (ص. ۴۵).
- جانسون (۲۰۲۰) در پژوهش خود با عنوان نقش رسانه در جنگ‌های نوین، بر اهمیت سواد رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی تأکید کرد. وی نتیجه گرفت که سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا اطلاعات را به درستی تحلیل کرده و در برابر اخبار جعلی مقاومت کنند (ص. ۱۵).
- کاستلز (۲۰۱۸) در مطالعه خود با عنوان شبکه‌های قدرت و ارتباطات، به این نتیجه رسید که شبکه‌های ملی اطلاعات می‌توانند با ایجاد یک بستر سالم و مستقل، اثرات جنگ شناختی را خنثی کنند. وی تأکید کرد که کنترل و مدیریت جریان اطلاعات، از انتشار اخبار جعلی و تبلیغات منفی جلوگیری می‌کند (ص. ۷۸).

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نوع تحقیقات ترکیبی است که از روش‌های کمی و کیفی استفاده می‌کند. در بخش کمی، داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد جمع‌آوری شده‌اند. در بخش کیفی، از مصاحبه با کارشناسان و متخصصان در زمینه جنگ شناختی و رسانه استفاده شده است.

ابزارهای جمع‌آوری داده در این پژوهش از منابع کتابخانه‌ای مانند کتاب‌ها، مقالات و گزارش‌های تحقیقاتی در زمینه جنگ شناختی و رسانه و مصاحبه با کارشناسان و متخصصان در زمینه جنگ شناختی و استفاده شده است. در این تحقیق، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است.

داده‌های جمع‌آوری شده از طریق مصاحبه و مطالعات کتابخانه‌ای با استفاده از روش‌های آماری و تحلیل محتوا تحلیل شده‌اند. در بخش کیفی، از روش کدگذاری و تحلیل تماتیک برای استخراج مفاهیم و الگوهای موجود در داده‌ها استفاده شده است. اعتبار و پایایی تحقیق با استفاده از روش‌های تکرارپذیری و تعمیم‌پذیری داده‌ها و همچنین استفاده از چندین منبع اطلاعاتی تأمین شده است.

در این تحقیق، یافته‌های مهمی در مورد الگوی کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران به دست آمد. این یافته‌ها بر اساس تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با کارشناسان به دست آمده‌اند.

-استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی

استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی در جنگ شناختی یکی از مهم‌ترین اجزای الگوی پیشنهادی برای ارتش جمهوری اسلامی ایران است. رسانه‌ها می‌توانند به عنوان ابزاری برای انتشار اخبار و اطلاعات صحیح و به موقع استفاده شوند تا افکار عمومی را در جهت اهداف ملی هدایت کنند.

-اهمیت انتشار اخبار صحیح به شرح زیر است:

پاسخگویی به شایعات: رسانه‌ها باید به شایعات و اخبار جعلی پاسخ دهند تا از گسترش آنها جلوگیری کنند. این کار می‌تواند با انتشار اخبار و اطلاعات صحیح و به موقع انجام شود.

ایجاد تصویر مثبت: با انتشار اخبار و اطلاعات مثبت، می‌توان یک تصویر مثبت از کشور ایجاد کرد و به افزایش اعتماد ملی کمک کرد.

افزایش مقاومت در برابر حمله‌ها: انتشار اخبار صحیح می‌تواند به افزایش مقاومت در برابر حمله‌های رسانه‌ای دشمن کمک کند.

-راهبردهای انتشار اخبار به شرح زیر است:

راهبرد فعال: رسانه‌ها باید به صورت فعال عمل کنند تا بتوانند در مقابل حمله‌های رسانه‌ای دشمن مقاومت کنند. این کار شامل انتشار اخبار و اطلاعات به موقع و پاسخگویی به شایعات است.

راهبرد فوق‌فعال: این راهبرد شامل پیش‌قدم شدن در انتشار اخبار و اطلاعات است تا دشمن نتواند از رسانه‌ها برای اهداف خود استفاده کند.

استفاده از کانال‌های رسمی: انتشار اخبار از طریق کانال‌های رسمی و معتبر می‌تواند به افزایش اعتبار و اعتماد به اخبار کمک کند.

-نقش رسانه‌های سنتی و نوین

رسانه‌های سنتی: رسانه‌های سنتی مانند رادیو و تلویزیون نقش مهمی در انتشار اخبار دارند و می‌توانند به عنوان ابزارهای دفاعی استفاده شوند.

رسانه‌های نوین: رسانه‌های نوین مانند فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی نیز می‌توانند به عنوان ابزارهای دفاعی استفاده شوند و به انتشار اخبار و اطلاعات در بین عموم کمک کنند.

با استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی، ارتش جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

- ارتقای سواد رسانه‌ای

ارتقای سواد رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین اجزای الگوی پیشنهادی برای ارتش جمهوری اسلامی ایران در مقابله با جنگ شناختی است. سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا اخبار جعلی را از اخبار واقعی تشخیص دهند و در برابر شایعات مقاومت کنند.

- اهمیت سواد رسانه‌ای

تشخیص اخبار جعلی: سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا افراد بتوانند اخبار جعلی را از اخبار واقعی تشخیص دهند و در برابر شایعات مقاومت کنند.

کاهش آسیب‌پذیری: با ارتقای سواد رسانه‌ای، جامعه و کارکنان نظامی در برابر هجمه‌های رسانه‌ای آسیب‌پذیری کمتری خواهند داشت.

افزایش اعتماد به منابع معتبر: سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا به منابع معتبر اعتماد کنند و اخبار را از کانال‌های رسمی دریافت کنند.

- راهبردهای ارتقای سواد رسانه‌ای

آموزش و آگاهی‌بخشی: آموزش و آگاهی‌بخشی به جامعه و کارکنان نظامی در مورد چگونگی تشخیص اخبار جعلی و شایعات ضروری است.

برنامه‌های آموزشی: ارائه برنامه‌های آموزشی در مدارس و مراکز نظامی برای ارتقای سواد رسانه‌ای.

کمپین‌های اطلاع‌رسانی: اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی برای افزایش آگاهی عمومی در مورد اهمیت سواد رسانه‌ای.

- نقش نهادهای آموزشی

مدارس: مدارس می‌توانند در ارتقای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان نقش مهمی داشته باشند.

مراکز نظامی: مراکز نظامی باید برنامه‌های آموزشی را برای ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان نظامی ارائه دهند.

نهادهای فرهنگی: نهادهای فرهنگی نیز می‌توانند در ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه کمک کنند.

با ارتقای سواد رسانه‌ای، ارتش جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

- استفاده از شبکه ملی اطلاعات

استفاده از شبکه ملی اطلاعات یکی از مهم‌ترین اجزای الگوی پیشنهادی برای ارتش جمهوری اسلامی ایران در مقابله با جنگ شناختی است. شبکه ملی اطلاعات می‌تواند به

عنوان یک ابزار دفاعی در برابر جنگ شناختی عمل کند و از انتشار اطلاعات نادرست جلوگیری کند.

-اهمیت شبکه ملی اطلاعات

ایجاد بستر سالم: شبکه ملی اطلاعات با ایجاد یک بستر سالم و مستقل، می‌تواند اثرات جنگ شناختی را خنثی کند.

حفاظت از داده‌ها: این شبکه می‌تواند داده‌های حساس را در برابر حمله‌های سایبری محافظت کند و از انتشار اطلاعات نادرست جلوگیری کند.

افزایش امنیت اطلاعات: استفاده از شبکه ملی اطلاعات به افزایش امنیت اطلاعات و حفاظت از داده‌های کشور کمک می‌کند.

راهبردهای استفاده از شبکه ملی اطلاعات

استفاده از کانال‌های امن: انتشار اخبار و اطلاعات از طریق کانال‌های امن و معتبر شبکه ملی اطلاعات.

حفاظت از زیرساخت‌ها: حفاظت از زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات در برابر حمله‌های سایبری.

به روز رسانی سیستم‌ها: به روز رسانی سیستم‌ها و نرم‌افزارهای شبکه ملی اطلاعات برای جلوگیری از نفوذ هکرها.

-نقش نهادهای مسئول

نهادهای امنیتی: نهادهای امنیتی باید در حفاظت از شبکه ملی اطلاعات نقش مهمی داشته باشند.

شرکت‌های فناوری: شرکت‌های فناوری باید در توسعه و به روز رسانی زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات کمک کنند.

کارشناسان سایبری: کارشناسان سایبری باید در شناسایی و مقابله با تهدیدات سایبری نقش مهمی داشته باشند.

با استفاده از شبکه ملی اطلاعات، ارتش جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

-بهره‌برداری از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

بهره‌برداری از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین اجزای الگوی پیشنهادی برای ارتش جمهوری اسلامی ایران در مقابله با جنگ شناختی است. این ابزارها می‌توانند به عنوان ابزاری برای انتشار اطلاعات و تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده شوند.

-اهمیت فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

تأثیرگذاری بر افکار عمومی: فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بر افکار عمومی تأثیر بگذارند و به افزایش اعتماد ملی کمک کنند.

جریان‌سازی اجتماعی: با استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌توان جریان‌های اجتماعی را هدایت کرد و افکار عمومی را به سمت اهداف ملی سوق داد.

انتشار اخبار و اطلاعات: این ابزارها می‌توانند به عنوان کانال‌هایی برای انتشار اخبار و اطلاعات صحیح و به موقع استفاده شوند.

راهبردهای استفاده از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

استفاده از کانال‌های رسمی: انتشار اخبار و اطلاعات از طریق کانال‌های رسمی و معتبر در فضای مجازی.

ایجاد کمپین‌های اطلاع‌رسانی: اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی در رسانه‌های اجتماعی برای افزایش آگاهی عمومی.

پاسخگویی به شایعات: استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای پاسخگویی به شایعات و اخبار جعلی.

-نقش نهادهای مسئول

نهادهای رسانه‌ای: نهادهای رسانه‌ای باید در استفاده از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی برای انتشار اخبار و اطلاعات صحیح نقش مهمی داشته باشند.

کارشناسان رسانه‌ای: کارشناسان رسانه‌ای باید در طراحی و اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی در رسانه‌های اجتماعی کمک کنند.

کارشناسان سایبری: کارشناسان سایبری باید در حفاظت از زیرساخت‌های فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی در برابر حمله‌های سایبری نقش مهمی داشته باشند.

با بهره‌برداری از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، ارتش جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

-استفاده از جهاد تبیین و مداوای شناختی

استفاده از جهاد تبیین و مداوای شناختی یکی از مهم‌ترین راهکارهای مقابله با جنگ شناختی است. جهاد تبیین به عنوان یک فریضه فوری برای مقابله با جنگ شناختی مطرح شده است و مداوای شناختی به عنوان درمان اصلی برای مصدومان جنگ شناختی شناخته می‌شود.

-اهمیت جهاد تبیین

افزایش آگاهی: جهاد تبیین به افزایش آگاهی و بصیرت در جامعه کمک می‌کند تا افراد بتوانند اخبار جعلی را از اخبار واقعی تشخیص دهند.

مقابله با شایعات: با استفاده از جهاد تبیین، می‌توان شایعات و اخبار جعلی را خنثی کرد و از گسترش آنها جلوگیری کرد.

نقش نخبگان: نخبگان باید در فرماندهی جنگ شناختی نقش مهمی داشته باشند و با استفاده از توان و ظرفیت خود، جهاد تبیین را به پیش ببرند.

-مداوای شناختی

درمان مصدومان: مداوای شناختی به عنوان درمان اصلی برای مصدومان جنگ شناختی شناخته می‌شود. این کار پیچیده است و نیاز به یک برنامه جامع دارد.

بازگشت به نقاط برگشت: با استفاده از مداوای شناختی، می‌توان افراد را به نقاط برگشت ثابت بازگرداند و از این طریق جنگ شناختی را خنثی کرد. این نقاط برگشت شامل ناموس، غیرت ملی و خداباوری هستند.

حضور حماسی مردم: حضور حماسی مردم در رویدادهای مهم می‌تواند به عنوان یک نقطه قوت در مقابله با جنگ شناختی باشد و نقشه‌های دشمن را نقش بر آب کند.

با استفاده از جهاد تبیین و مداوای شناختی، ارتش جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

-الگوی پیشنهادی برای کاربرد رسانه در جنگ شناختی

الگوی پیشنهادی برای کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران شامل استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی، ارتقای سواد رسانه‌ای، استفاده از شبکه ملی اطلاعات، بهره‌برداری از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، و استفاده از جهاد تبیین و مداوای شناختی است. این الگو می‌تواند به ارتش کمک کند تا در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید.

-استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی

استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی در جنگ شناختی یکی از مهم‌ترین اجزای الگوی پیشنهادی است. رسانه‌ها می‌توانند به عنوان ابزاری برای انتشار اخبار و اطلاعات صحیح و به موقع استفاده شوند تا افکار عمومی را در جهت اهداف ملی هدایت کنند. اهمیت رسانه‌ها در جنگ شناختی به این دلیل است که دشمن از آنها برای هدف قرار دادن ارزش‌ها و ایجاد جنگ شناختی استفاده می‌کند. رسانه‌ها باید به انتشار اخبار و اطلاعات صحیح و به موقع بپردازند تا افکار عمومی را در جهت اهداف ملی هدایت کنند. همچنین، رسانه‌ها باید به شایعات و اخبار جعلی پاسخ دهند تا از گسترش آنها جلوگیری کنند.

راهبرد فعال در استفاده از رسانه‌ها شامل انتشار اخبار و اطلاعات به موقع و پاسخگویی به شایعات است. رسانه‌ها باید به صورت فعال عمل کنند تا بتوانند در مقابل هجمه‌های رسانه‌ای دشمن مقاومت کنند. راهبرد فوق‌فعال نیز شامل پیش‌قدم شدن در انتشار

اخبار و اطلاعات است تا دشمن نتواند از رسانه‌ها برای اهداف خود استفاده کند. انتشار اخبار از طریق کانال‌های رسمی و معتبر می‌تواند به افزایش اعتبار و اعتماد به اخبار کمک کند.

در خلال یک بحران، رسانه‌های رسمی باید به سرعت اخبار صحیح را منتشر کنند تا از گسترش شایعات جلوگیری کنند. برای مثال، در صورت انتشار یک خبر جعلی در مورد یک بحران امنیتی، رسانه‌های رسمی باید فوراً با انتشار یک اطلاعیه رسمی، این خبر را تکذیب کنند. استفاده از رسانه‌های سنتی مانند رادیو و تلویزیون برای انتشار اخبار و اطلاعات صحیح در مناطق دور از دسترس اینترنت نیز می‌تواند موثر باشد. تکنیک‌های جنگ شناختی رسانه‌های غربی مانند برجسته‌سازی/کمرنگ‌نمایی، قرینه‌سازی، و اهریمن‌سازی نشان می‌دهد که رسانه‌ها چگونه می‌توانند در جنگ شناختی نقش مهمی داشته باشند و چگونه باید در برابر آنها مقاومت کرد.

-ارتقای سواد رسانه‌ای

ارتقای سواد رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی ضروری است. این امر می‌تواند با آموزش و آگاهی‌بخشی به جامعه و کارکنان نظامی انجام شود. سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا افراد بتوانند اخبار جعلی را از اخبار واقعی تشخیص دهند و در برابر شایعات مقاومت کنند. با ارتقای سواد رسانه‌ای، افراد می‌توانند اخبار جعلی را از اخبار واقعی تشخیص دهند و از گسترش شایعات جلوگیری کنند. همچنین، با ارتقای سواد رسانه‌ای، جامعه و کارکنان نظامی در برابر هجمه‌های رسانه‌ای آسیب‌پذیری کمتری خواهند داشت.

آموزش و آگاهی‌بخشی به جامعه و کارکنان نظامی در مورد چگونگی تشخیص اخبار جعلی و شایعات ضروری است. برنامه‌های آموزشی در مدارس و مراکز نظامی برای ارتقای سواد رسانه‌ای ارائه می‌شوند. اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی برای افزایش آگاهی عمومی در مورد اهمیت سواد رسانه‌ای نیز ضروری است. برنامه‌های آموزشی در مدارس و مراکز نظامی می‌توانند به ارتقای سواد رسانه‌ای کمک کنند. برای مثال، یک برنامه آموزشی می‌تواند به دانش‌آموزان یا کارکنان نظامی آموزش دهد که چگونه اخبار جعلی را از اخبار واقعی تشخیص دهند. استفاده از کارشناسان رسانه‌ای برای آموزش سواد رسانه‌ای به کارکنان نظامی نیز موثر است.

-استفاده از شبکه ملی اطلاعات

استفاده از شبکه ملی اطلاعات به عنوان یک ابزار دفاعی در برابر جنگ شناختی ضروری است. این شبکه می‌تواند به ایجاد یک بستر سالم و مستقل برای انتشار اطلاعات کمک کند. شبکه ملی اطلاعات می‌تواند به عنوان یک ابزار دفاعی در برابر جنگ شناختی عمل کند. این شبکه با ایجاد یک بستر سالم و مستقل، می‌تواند اثرات جنگ شناختی را

خنثی کند. شبکه ملی اطلاعات می‌تواند داده‌های حساس را در برابر هجمه‌های سایبری محافظت کند و از انتشار اطلاعات نادرست جلوگیری کند.

انتشار اخبار و اطلاعات از طریق کانال‌های امن و معتبر شبکه ملی اطلاعات ضروری است. حفاظت از زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات در برابر هجمه‌های سایبری نیز مهم است. به روز رسانی سیستم‌ها و نرم‌افزارهای شبکه ملی اطلاعات برای جلوگیری از نفوذ هکرها ضروری است. در صورت هجمه سایبری به یک سیستم اطلاعاتی، شبکه ملی اطلاعات می‌تواند با ایجاد یک بستر امن، از انتشار اطلاعات نادرست جلوگیری کند و داده‌های حساس را محافظت کند. استفاده از فناوری‌های رمزگذاری برای حفاظت از داده‌ها در شبکه ملی اطلاعات نیز موثر است.

– بهره‌برداری از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی

فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی در جنگ شناختی نقش مهمی دارند. این ابزارها می‌توانند به عنوان ابزاری برای انتشار اطلاعات و تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده شوند. فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزاری برای انتشار اطلاعات و تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده شوند. آنها می‌توانند به عنوان ابزاری برای انتشار اطلاعات و تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده شوند. با استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌توان جریان‌های اجتماعی را هدایت کرد و افکار عمومی را به سمت اهداف ملی سوق داد.

انتشار اخبار و اطلاعات از طریق کانال‌های رسمی و معتبر در فضای مجازی ضروری است. اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی در رسانه‌های اجتماعی برای افزایش آگاهی عمومی مهم است. استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای پاسخگویی به شایعات و اخبار جعلی نیز ضروری است. در خلال یک بحران، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان یک ابزار برای انتشار اخبار صحیح و پاسخگویی به شایعات استفاده شوند. برای مثال، یک کمپین در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به انتشار اخبار واقعی و تکذیب شایعات کمک کند. استفاده از اینفوگرافیک‌ها و ویدیوهای آموزشی در رسانه‌های اجتماعی برای افزایش آگاهی عمومی نیز موثر است.

– استفاده از جهاد تبیین و مداوای شناختی

استفاده از جهاد تبیین و مداوای شناختی به عنوان یک راهبرد مهم در مقابله با جنگ شناختی است. جهاد تبیین به افزایش آگاهی و بصیرت در جامعه کمک می‌کند و مداوای شناختی به عنوان درمان اصلی برای مصدومان جنگ شناختی شناخته می‌شود. جهاد تبیین به عنوان یک فریضه فوری برای مقابله با جنگ شناختی مطرح شده است. این کار به افزایش آگاهی و بصیرت در جامعه کمک می‌کند تا افراد بتوانند اخبار جعلی

را از اخبار واقعی تشخیص دهند. مداوای شناختی به عنوان درمان اصلی برای مصدومان جنگ شناختی شناخته می‌شود. این کار پیچیده است و نیاز به یک برنامه جامع دارد. نخبگان باید در فرماندهی جنگ شناختی نقش مهمی داشته باشند و با استفاده از توان و ظرفیت خود، جهاد تبیین را به پیش ببرند. ارائه برنامه‌های آموزشی برای ارتقای آگاهی و بصیرت در جامعه ضروری است. حضور حماسی مردم در رویدادهای مهم می‌تواند به عنوان یک نقطه قوت در مقابله با جنگ شناختی باشد و نقشه‌های دشمن را نقش بر آب کند. در خلال یک جنگ شناختی، جهاد تبیین می‌تواند به افزایش آگاهی عمومی کمک کند تا افراد بتوانند اخبار جعلی را تشخیص دهند. مداوای شناختی نیز می‌تواند به بازگشت افراد به نقاط برگشت ثابت کمک کند و از این طریق جنگ شناختی را خنثی کند. استفاده از سخنرانان و کارشناسان در رویدادهای عمومی برای افزایش آگاهی و بصیرت در جامعه نیز موثر است.

-نقش نهادهای مسئول

نهادهای مختلف باید در اجرای این الگو نقش مهمی داشته باشند. نهادهای رسانه‌ای باید در استفاده از رسانه‌ها برای انتشار اخبار و اطلاعات صحیح نقش مهمی داشته باشند. نهادهای آموزشی باید در ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه و کارکنان نظامی کمک کنند. نهادهای فناوری باید در توسعه و به روز رسانی زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات و فضای مجازی کمک کنند. نهادهای امنیتی باید در حفاظت از زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات و فضای مجازی در برابر هجمه‌های سایبری نقش مهمی داشته باشند. کارشناسان سایبری باید در شناسایی و مقابله با تهدیدات سایبری نقش مهمی داشته باشند. هماهنگی بین نهادهای مختلف برای اجرای این الگو ضروری است.

نهادهای رسانه‌ای باید با همکاری نهادهای امنیتی، از انتشار اخبار نادرست جلوگیری کنند و در برابر هجمه‌های رسانه‌ای مقاومت کنند. استفاده از جلسات هماهنگی بین نهادهای مختلف برای اطمینان از اجرای هماهنگ این الگو نیز ضروری است. با استفاده از این الگو، ارتش جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید. این الگو می‌تواند به عنوان یک مدل برای سایر کشورها در مقابله با تهدیدات شناختی استفاده شود و به ارتقای توانمندی‌های دفاعی آنها کمک کند.

نتیجه‌گیری

در این تحقیق، الگوی پیشنهادی برای کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران به تفصیل مورد بررسی قرار گرفت. این الگو شامل استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی، ارتقای سواد رسانه‌ای، استفاده از شبکه ملی اطلاعات، بهره‌برداری از فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، و استفاده از جهاد تبیین و مداوای شناختی

است. هر یک از این اجزا به طور جداگانه و به صورت ترکیبی می‌توانند به ارتش کمک کنند تا در برابر تهدیدات شناختی به طور موثر مقاومت کند و از ثبات و امنیت ملی دفاع نماید. با استفاده از رسانه‌ها به عنوان ابزارهای دفاعی، می‌توان اخبار صحیح را منتشر کرد و به شایعات پاسخ داد. ارتقای سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا اخبار جعلی را تشخیص دهند و در برابر شایعات مقاومت کنند. شبکه ملی اطلاعات با ایجاد یک بستر امن، از انتشار اطلاعات نادرست جلوگیری می‌کند. فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزاری برای انتشار اخبار و تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده شوند. جهاد تبیین و مداوای شناختی نیز به افزایش آگاهی و درمان مصدومان جنگ شناختی کمک می‌کنند.

بر اساس یافته‌های این تحقیق، چند پیشنهاد برای بهبود و اجرای الگوی پیشنهادی برای کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران ارائه می‌شود:

۱- توسعه برنامه‌های آموزشی: ارتش باید برنامه‌های آموزشی جامعی را برای ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان نظامی و جامعه تدوین کند. این برنامه‌ها باید به تشخیص اخبار جعلی و شایعات، استفاده از رسانه‌های رسمی، و حفاظت از داده‌های شخصی در فضای مجازی بپردازد.

۲- استفاده از کانال‌های رسمی: رسانه‌های رسمی باید به عنوان کانال‌های اصلی برای انتشار اخبار و اطلاعات استفاده شوند. این کار می‌تواند به افزایش اعتبار و اعتماد به اخبار کمک کند و از گسترش شایعات جلوگیری کند.

۳- توسعه زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات: ارتش باید زیرساخت‌های شبکه ملی اطلاعات را به روز رسانی کند تا از انتشار اطلاعات نادرست جلوگیری شود و داده‌های حساس محافظت شوند.

۴- استفاده از رسانه‌های اجتماعی: رسانه‌های اجتماعی باید به عنوان ابزاری برای انتشار اخبار و اطلاعات صحیح استفاده شوند. کمپین‌های اطلاع‌رسانی در رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به افزایش آگاهی عمومی کمک کنند.

۵- هماهنگی بین نهادها: بین نهادهای مختلف باید هماهنگی وجود داشته باشد تا از یکپارچگی در اجرای این الگو اطمینان حاصل شود. جلسات منظم برای هماهنگی و ارزیابی عملکرد ضروری است.

۶- توسعه جهاد تبیین: جهاد تبیین باید به عنوان یک فریضه فوری برای مقابله با جنگ شناختی توسعه یابد. این کار می‌تواند به افزایش آگاهی و بصیرت در جامعه کمک کند و از گسترش شایعات جلوگیری کند.

۷- استفاده از فناوری‌های نوین: از فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای تشخیص و مقابله با اخبار جعلی استفاده شود. این فناوری‌ها می‌توانند به شناسایی و حذف خودکار اخبار جعلی کمک کنند.

۸- برنامه‌های مداوای شناختی: برنامه‌های مداوای شناختی باید برای م‌صدومان جنگ شناختی توسعه یابد تا به بازگشت آنها به نقاط برگشت ثابت کمک کند و از این طریق جنگ شناختی را خنثی کند.

منابع

- اسماعیلی، احمد. (۱۴۰۲). جنگ شناختی و امنیت ملی در عصر دیجیتال. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم دفاعی. (صفحات ۴۵-۵۰).
- تقوی، سید محمود. (۱۳۹۸). نقش رسانه‌های جمعی در جنگ‌های نوین. تهران: انتشارات سروش. (صفحات ۶۷-۷۲).
- رحیمی، علی. (۱۴۰۰). کاربرد رسانه در جنگ شناختی ارتش جمهوری اسلامی ایران. تهران: انتشارات دفاع. (صفحات ۵۶-۶۰).
- صادقی، محسن. (۱۴۰۱). فضای مجازی و جنگ شناختی: چالش‌ها و فرصت‌ها. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی. (صفحات ۵۵-۶۰).
- علی‌زاده، حسین. (۱۴۰۱). مقابله با اخبار جعلی در فضای مجازی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران. (صفحات ۲۲-۲۵).
- قاسمی، حسن. (۱۳۹۹). رسانه و جنگ نرم: تحلیل الگوهای رسانه‌ای در جنگ شناختی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران. (صفحات ۷۷-۸۲).
- کریمی، فاطمه. (۱۴۰۰). استراتژی‌های رسانه‌ای در مقابله با جنگ شناختی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع). (صفحات ۸۸-۹۲).
- محمدی، محمد. (۱۳۹۹). الگوهای رسانه‌ای در جنگ شناختی. تهران: انتشارات علوم رسانه. (صفحات ۳۴-۳۸).
- موسوی، سید محمد. (۱۴۰۰). جنگ شناختی و نقش رسانه‌های اجتماعی. تهران: انتشارات دفتر مطالعات رسانه‌ای. (صفحات ۴۰-۴۵).
- نجفی، مرتضی. (۱۳۹۷). جنگ روانی و رسانه‌های نوین. تهران: انتشارات دانشکده فرماندهی و ستاد ارتش. (صفحات ۱۰۳-۱۰۷).

Castells, M. (2018). Networks of Power and Communication. Cambridge: Cambridge University Press. (pp. 78-82).

Johnson, R. (2020). The Role of Media in Modern Warfare. London: Routledge. (pp. 12-15).

Smith, J. (2019). Cognitive Warfare and Media. New York: Oxford University Press. (pp. 45-47).