

جنگ شناختی؛ آخرین الگوی دشمن برای حکمرانی بر جهان

نام برده می‌شود، خواهان مدیریت جهان، به شیوه خودشان هستند. همین محققان، بیان می‌کنند که تاکنون، چهار نوع مدیریت را پشت سر گذاشته‌ایم؛ که در نوع اول، شاهد مدیریت بر اساس سلطنت، قدرت و زور بودیم که تا سال ۱۹۸۰ ادامه داشت و بعد از آن، مدیریت طبقاتی مانند بورژوا در انگلیس و طبقه کارگر در شوروی، به عنوان جایگزین آن قرار گرفت. در مرحله سوم، شاهد نمود صنایع فرهنگی و حکمرانی از طریق این صنعت بودیم. محققان عقیده دارند که در حال حاضر، وارد عرصه جدیدی از مدیریت شده‌ایم که از آن با عنوان مدیریت ذهن نام برده می‌شود که باعث شده تا سیاستمداران و تصمیم‌گیران بین‌المللی برای پیشبرد اهداف خود، به حوزه جنگ شناختی مراجعه کنند. از همین رو، برای آشنایی کامل با این نوع از جنگ، اندیشکده فرهنگ و رسانه مرکز مطالعات آمریکا، به مصاحبه با یکی از متخصصان این حوزه، جناب دکتر علیرضا داوودی پرداخت که در ادامه، می‌توانید متن کامل این مصاحبه را مطالعه فرمایید.

پس از فوت مهسا امینی و انتشار خبرهای گوناگون از چگونگی مرگ این دختر ۲۱ ساله، از سوی رسانه‌های داخلی و خارجی، موجی از اعتراضات در سراسر کشور شکل گرفت. بعد از گذشت چند روز از اعتراضات و تخریب اموال عمومی توسط معترضان، بسیاری از تحلیلگران اذعان داشتند که فوت مهسا امینی، تنها یک بهانه و به عبارتی، اسم رمزی بوده است که تصمیم‌گیران غربی برای ایجاد اغتشاش و آشوب در ایران، از آن استفاده کرده‌اند. موج سواری رسانه‌های معاند فارسی‌زبان، ارائه خبرهای ضدونقیض از سوی رسانه‌های غربی، حمایت سلبریتی‌های داخلی و خارجی از اغتشاشات و پیوند زدن این اعتراضات به مشکلات دیگر اجتماعی و مدنی، باعث شد تا تحلیلگران از این اغتشاشات، به عنوان یک جنگ شناختی نام ببرند. ایجاد جنگ شناختی، آخرین مدلی است که قدرتمندان جهان، برای نیل به اهداف منطقه‌ای و بین‌المللی خود در ابعاد گوناگون، از آن استفاده می‌کنند. محققان علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، عقیده دارند کشورهایی که از آن‌ها در ادبیات روابط بین‌الملل به عنوان هژمون



- جنگ شناختی که دشمن بر روی آن مانور می‌دهد، چیست و چه ابزارهایی دارد؟ همچنین، از چه جهاتی اهمیت دارد؟

در ایران، باید سه فاکتور را در سه دهه بررسی کنیم؛ از آغاز انقلاب تا سال ۱۳۶۸، در دهه اول شاهد وقوع جنگ بودیم. در دهه ۱۳۷۰، مدل مواجهه با انقلاب اسلامی به یک فرآیند تبدیل شد که از علوم عملیات روانی در این دهه استفاده شد و تکنیک و اساتید خاص خود را داشت. در عملیات روانی بحث تبلیغات برای تأثیرگذاری بر ذهن مخاطب، برای تبدیل دشمن به دوست بودیم و تمرکز بر اقشار و اصناف داشتند که بحث دانشجویان، معلمان، کارگران

و پرستاران رخ داد و ماه‌عسل آن اتفاقات، سال ۱۳۷۸ بود. در دهه ۱۳۸۰، مدیریت علوم روانی را ارتقا دادند و به مدیریت علوم برداشت، رسیدند و از اقشار و اصناف، به سمت طبقات رفتند. اقشار و اصناف، پراکنده هستند و امکان تمرکز خاص بر روی آن‌ها وجود ندارد، اما در دهه ۱۳۸۰ با استفاده از گزاره‌ها، طبقاتی ایجاد کردند و در هر طبقه، تعدادی اقشار و اصناف هم‌سنخ را در کنار هم قرار دادند و نقطه آغاز شبکه‌سازی را ایجاد کردند که نتیجه این مدل، فتنه سال ۸۸ شد. در سال ۱۳۸۷، رسانه BBC فارسی را تأسیس کردند. در دهه ۱۳۹۰، به جای مدیریت برداشت در مورد برداشت پرسپکتیوی آدم‌ها و اقشار کار می‌کردند و بلوک‌ها

را تشکیل داده و از علوم شناختی استفاده کردند. در هر بلوک، n تعداد طبقه و در هر طبقه، x تعداد صنف و قشر دارید. در این دهه، ۱۵ بلوک را تشکیل دادند که در هر بلوک، تعدادی طبقه و در هر طبقه، تعدادی اصناف و قشر وجود دارد. در بحث انقلاب، قبل از این که بر روی احساسات و تبلیغات سوار شود، بر ژنوم ایدئولوژیکی سوار می‌شود و فرقی نمی‌کند که این انقلاب، در شوروی و کوبا باشد یا در ایران. در واقع، جنس انقلاب تمرکز بر روی ژنوم ایدئولوژیکی آدم‌ها است و اگر به نقطه‌ای برسد که بتواند آن ژنوم ذهنی را به شناخت تبدیل کند، قاعدتاً بر



اولاً برای این که شما را در این جهت حرکت بدهند، درگیر صنعت ترجمه می‌کنند؛ یعنی ببینید که انگلیسی‌ها و آمریکایی‌ها، چه کار کردند و شما ببینید آن را ترجمه و استفاده کنید، در صورتی که مسئله این نیست و او برای خودش، طراحی کرده است. وقتی که دشمن، می‌خواهد ما را بزند، ابتدا در دستگاه محاسباتی مان، اختلال ایجاد می‌کند، یعنی در درک و شناخت، اختلال ایجاد می‌کند تا مردم را به نفع خودش علیه سیستم موجود، به نحوی مصادره به مطلوب کند که وضعیت مطلوب، همانا گیرکردن سیستم در چارچوب پدافندی باشد. یک زمانی با پدیده ندا آقا سلطان،

برای رسیدن به وضع مطلوب در آینده برساند که می‌تواند بر روی سلول به سلول ادراک، تأثیر بگذارد و به همین دلیل است که در حوزه عملیات روانی و برداشت، می‌گویند جامعه را اقناع کنید، اما در نبردهای شناختی، جامعه دچار تفهیم شدن بوده و به همین دلیل است که مشروعیت و مقبولیت هر پدیده‌ای در نبردهای ترکیبی و شناختی، دارای پارادایم و تعاریف پیچیده است.

چیزی که امروز ما با آن درگیر هستیم، یک پدیده بسیار پیچیده بوده و از مجموعه رویدادهایی است که می‌تواند بر روی ژن ادراکی و شناختی اطراف، مؤثر واقع شود. اولین نکته‌ای که برای مقابله با این فرآیند پیش می‌آید، چند موضوع جدی است؛

روی شناخت وضعیت مطلوب و موجود، اثر می‌گذارد و اگر بتواند بر روی ادراک تأثیر بگذارد، عملاً وارد شناخت شده است. در حوزه شناختی، سه مرحله داریم؛ مرحله صلح شناختی، نبرد و جنگ شناختی را داریم. ما اکنون در ایران، در مرحله نبرد شناختی و در حال محک و دادن و ستاندن هستیم. در مرحله نبرد شناختی، یک مفهوم کلی به نام جنگ‌های ترکیبی داریم، یعنی بهره‌گیری از ترکیب موضوعات مختلف فلسفی، سیاسی، امنیتی، هنری، عقلی، حسی و...؛ به نحوی که در نهایت، یک فرد از وضع موجودی که در زمان گذشته، وضع مطلوب بوده به‌غایت ناراضی‌تری جهت برنامه‌ریزی

مهم بوده، اشراف بر مدل‌های مهاجم است. در واقع، اشراف حقیقی بوده، اما تسلط گاهی فکر است. به همین دلیل است که در جنگ‌های نوین در برابر مدل نامتقارن و نامتوازن، می‌گوییم به روش کلاسیک عمل نکنید، زیرا دستمان کاملاً رو خواهد شد. پس ضرورت ورود به این حوزه، این است که دیگر مردم، دشمن و فرایندها کلاسیک نیستند. در واقع، باید در روش، منش بینش، نگرش و دانش بازنگری شود. با این روشی که صداوسیما و خبرگزاری‌های ما پیش می‌روند، قطعاً پیروز هیچ میدانی نخواهد بود، به همین دلیل است که می‌بینیم یک وبلاگ نویس ساده از روی صداوسیما رد می‌شود، زیرا روش آن، نامتقارن و نامتوازن است.

به گفته برخی از جامعه‌شناسان و فلاسفه ایرانی، علت آشوب‌های اخیر تمدن‌سازی ایران و ایجاد یک فرهنگ اسلامی، به واسطه آن بوده، لذا این روند، باعث آشوب‌های اخیر شده است و عقیده دارند، قدرت لازمه فرهنگ نیست؛ شما این حرف را تأیید می‌کنید؟

با توجه به حادثه اخیر، رسانه‌های غربی و به خصوص رسانه‌های لندن نشین، با استفاده از جنگ شناختی، از چه ابزارها و تکنیک‌هایی برای رسیدن به اهدافشان استفاده می‌کنند؟ همچنین، اهمیت جنگ شناختی در عصر حاضر چیست؟

زمانی که دشمن در حوزه رسانه، کارکرد ارتقای نرم‌افزاری و فکرافزاری دارد، ما نیز باید این ارتقا را داشته باشیم. در واقع، به شرط منابع بکرو وجود محیط آماده و افراد، باید وارد جنگ متناسب شد. دشمن از مدل نامتقارن و نامتوازن، استفاده می‌کند و این‌ها را از ما یاد گرفته‌اند. مدل جنگ دشمن، کلاسیک بوده و چند وقتی است که به مدل نامتقارن و نامتوازن، روی آورده است. در ۴۳ سال گذشته به روش کلاسیک، می‌خواستند در برابر یک انقلاب نامتقارن و نامتوازن بایستند که نتوانستند و فهمیدند، باید به سمت نامتقارن و نامتوازن بودن بروند و ما، برعکس عمل می‌کنیم و به سمت کلاسیک بودن، روی آورده‌ایم. در مدل نامتقارن، باید نامتوازن عمل کرد و در مدل نامتوازن، باید نامتقارن عمل کرد. حوزه شناختی، ۲۷۰ تکنیک، ۹۰ ترو و ۱۰۰ آنتی‌ترو دارد. در مدل نامتقارن و نامتوازن، تسلط بر مهاجم مهم نیست و چیزی که

درگیر بودیم و یک‌زمان نیز با پدیده مهسا امینی طرف هستیم؛ که جنس پدیده به لحاظ وزن، سقوط کرده اما عمق آن، بیشتر شده است. حوزه شناختی یعنی به جایی برسد که اگر شناخت از یک موضوعی، منبعت از استدلال و ادراک خودتان بود، این را به فضای فانتزی مرکب از موضوعاتی که عمدتاً مبنا ندارد، گره بزنند. به همین دلیل، عملیات روانی و مدیریت برداشت، بر روی مفهوم روایت، کار کرده و حوزه شناختی، بر روی قرائت کار می‌کنند. این‌که می‌گویند شما روایت اول باشید، برای حوزه عملیات روانی است. در خصوص مهسا امینی، حوزه قرائت را داشتیم، زیرا امروز ما با مخاطب شبکه‌وند و شبکه شده ارتباطی و اجتماعی، درگیر هستیم که شاهد چندین روایت است؛ به همین دلیل، می‌گویند در حوزه شناختی، باید به سراغ طراحی قرائت دقیق رفت که بتواند روایت اول دیگران را فریز کند و نزد مخاطب، شکنندگی به نفع سیستم داشته باشد. قبلاً ما یک رسانه جمعی داشتیم، اما الآن هرکسی که گوشی در دست دارد، یک رسانه است.



این‌ها، هذیان‌گویی‌های مدرنیته بوده و به نظر من، این موضوع، صد درصد غلط است و هیچ جایگاهی در حوزه واقعیت ندارد. دشمن با تمام قدرت، وارد میدان شده و فرهنگ ضدانقلاب، ایران و اسلام را ایجاد کرده و بعد از آن، خروجی گرفته است. دشمن دارد ما را با گلوله می‌زند و نمی‌توان گفت که صبر کنید تا من، فرهنگ‌سازی کنم و سپس، پیام پاسخ‌تورا با فرهنگ بدهم. دقت داشته باشید که ما در ایران اسلامی زندگی می‌کنیم و برخی از این روشنفکران با همین ادبیات، می‌خواهند ما را زمین‌گیر

کنند. به عنوان مثال، وقتی صدام به ما حمله کرد، ما بنشینیم و با او گفت‌وگو کرده و فرهنگ‌سازی نماییم که نباید جنگ صورت بگیرد. اگر در حوزه جنگ شناختی مهاجم نباشید، شکست خورده‌اید. اصل اول در جنگ شناختی، مشغول نگه داشتن دشمن در یک سوم مرزهای خودش است؛ یعنی باید صد درصد مرز خودمان و دوسوم مرز دشمن را رد کرده باشیم. اگر ما آمریکایی‌ها را در نیویورک متوقف نکنیم، او ما را در تهران خواهد کشت. برای مثال، دو سال پیش، آمریکایی‌ها را به واسطه دو موضوع

کرونا و جورج فلویید در نیویورک و واشنگتن و اروپایی‌ها را با موضوع کرونا و تبعیض نژادی زمین‌گیر کردیم. در اروپای متمدن، شاهد ماسک دزدی بودیم، اما همان زمان، ایران به صنعت تولید ماسک خانگی تبدیل شد، در صورتی که او، می‌خواست ماسک را در ایران، به بحران تبدیل کند. بحرانی که ما در آنجا ایجاد کردیم، به فرصتی برای ما تبدیل شد. وقتی رها کردیم، مهسا امینی را در تهران، مسئله کردند تا نفسی بکشد که با عبارت‌های آکادمیک بدون پشتوانه نمی‌توان با حریف روبه‌رو



سروکار دارد و آنان را درگیر می‌کند. بلوک ورزشکاران، هنرمندان و حتی روحانیان، درگیر شدند و در این بلوک، مسئولان فارغ از شخصیت حقوقی در بلوک قرار می‌گیرند. پس در حوزه شناختی، بلوک سروکار دارد و ژنوم جامعه به صورت فلت شکار و به صورت عمودی تغییر می‌کند؛ در حوزه فلت، بسیاری از موضوعات پیچیده است.

با توجه به تحقیقات برآمده از میان اغتشاشگران، گروه سنی این افراد میان ۱۶ تا ۲۳ سال است. با توجه به قرار گرفتن این رده سنی در عصری که از آن تحت عنوان عصر انبوه

در حوزه جنگ شناختی، تمرکز دشمن بر کدام از سطح جامعه است؟

این طبقه‌بندی برای حوزه عملیات روانی است؛ حوزه شناختی، بلوک را تعریف کرده است. در بلوک هنرمندان، آنها هیتا همتی موه‌های خودش را می‌تراشد و مهران مدیری نیز پولش را می‌گیرد و به مردم می‌خندد. آنها هیتا همتی جزء طبقه لمپن جامعه بوده و مهران مدیری، جزء طبقه برخوردار است که هردو، رفتار لمپنی دارند. رسانه‌های ما در بحث مهسا امینی در حوزه جنگ شناختی، افتضاح عمل کرده‌اند و طبقه نخبگان و عام در حوزه شناختی معنا ندارند، زیرا با بلوک

شد. آدمی را که خودش سکنه کرده است، می‌گویند کشته‌اند و مردم جامعه نیز باور می‌کنند، سپس، رسانه ملی ما می‌گوید که چرا کشتید؟ میان جنگ، مناظره می‌گذارید که مدل عملیات روانی است و در حوزه شناختی، ضد آن تعریف می‌شود. در میان جنگ، جای مواجهه و مقابله به مثل است؛ پس هر وقت در زمان جنگ، مناظره برگزار شد، یعنی می‌خواهند به جنگ بدمند و ادراک افراد برنامه‌ریزی کننده، عداوتی بوده که به نفع دشمن است.

اطلاعات یاد می‌شود، می‌توان گفت که هدف اصلی در جنگ شناختی، این گروه سنی است؟

بنده حجم انبوه اطلاعات را قبول ندارم. در همه جای دنیا، این رده سنی با این عصر درگیر است. در واقع، یک انقطاع و انفصال ادراکی در ایران میان نسل پیشران و ایجادکننده، پیش آمده است که این انقطاع پیش آمده، بیشتر از عصر ارتباطات، ما را اذیت می‌کند؛ آموزش و پرورش و آموزش عالی ما، نتوانستند هویت افزایشی کنند. پس لزوماً این موضوع، به عصر ارتباطات ربطی ندارد. عصر ارتباطات، مهیج و محرک است، اما اگر جای پای شما محکم باشد، عصر ارتباطات نیز مقوم می‌شود، اما اگر جای پایتان دچار ایراد باشد، عصر ارتباطات نیز مخرب می‌شود. پس عصر ارتباطات، دال مرکزی نیست و مدلول است؛ دال مرکزی، فرایند دریافت هویت شما است. اگر بگوییم که من، یک ایرانی مسلمان هستم، به یک هویت رسیده‌ایم و اگر بگوییم مسلمان ایرانی‌ام، یک هویت دیگر داریم، اگر بگوییم شیعه مسلمان ایرانی‌ام، یک هویت دیگر داریم و هر کدام از این‌ها، تعاریف

متفاوتی دارد. دعوی اول انقلاب با بازگان، میان همین ایرانی مسلمان و مسلمان ایرانی بود. اسلام بر ایرانی بودن، ارجحیت دارد. وقتی می‌گویید که ایرانی مسلمان، مانند ترکیه‌ای مسلمان می‌شود که مسجد وجود دارد و در کنارش، کاباره نیز است که ما نیز قبل از انقلاب، این را داشتیم. الآن در ترکیه، ترک‌های مسلمان هستند و سیستم سکولار مذهبی وجود دارد. رجب اردوغان، مسلمان است، اما در سوریه، مسلمانان را می‌کشد. تعاریف در هویت، بسیار تأثیرگذار هستند.

در واقع، حوزه شناختی یا شما را هویت‌مند می‌کند یا تهی از هویت و وقتی این کار را کرد، ماهیت شما تغییر می‌کند و سپس، ارادت تحت شعاع قرار می‌گیرد و آن زمان، این اراده یا شما را به کف خیابان می‌آورد یا در خانه می‌مانید و اختلال شناختی، رخ می‌دهد و نمی‌دانید برای چه، این کارها را می‌کنید. یک دختر در ایران فوت شده است، برای چه شیشه مغازه‌ها را می‌شکنید؟ وقتی از رابطه میان تحولات و علوم صحبت می‌کنیم، باید بدانید کدام تحولات، در چه ساعتی و با چه مکانیزمی، در حال رخ دادن است. در

حوزه شناختی، ما در ایرانی زندگی می‌کنیم که اسلامی و انقلابی است، اما اگر در فرانسه بودیم، انقلابی اما لیبرالیسمی بودیم؛ در شوروی، انقلابی اما کمونیسمی بودیم. البته ۱۲ سؤال در حوزه شناختی وجود دارد که این‌ها را در هیچ منبعی ننوشته‌اند و شما را به برنامه‌ای با عنوان عاشورا، به مثابه دانشگاه شناختی ارجاع می‌دهم. حوزه عاشورا پایه دانش شناختی ما در ایران اسلامی بوده که انقلابی نیز است. اگر در مورد این ۱۲ سؤال صحبت کنید، متوجه می‌شوید که با هر پدیده‌ای، چطور باید برخورد کنید که پنج تا از این سؤال‌ها، سلبی و پنج تای دیگر، ایجابی و دوتای دیگر نیز طلایی است.

- سؤال‌های ایجابی شامل چه هستیم؟ چه باید باشیم؟ چه می‌توانیم باشیم؟ چه می‌خواهند باشند؟

- سؤال‌های حوزه سلبی شامل چه نیستیم؟ چه نمی‌توانیم باشیم؟ چه نمی‌خواهیم باشیم؟ چه نمی‌خواهند باشیم؟ چه نیستیم؟ و نباید باشیم؟

- سؤال‌های طلایی شامل می‌گذارند، چه چیزی باشیم؟ نمی‌گذارند، چه چیزی باشیم؟ اگر می‌خواهید تا در جامعه، وارد جنگ ترکیبی شوید، باید برای این ۱۲ سؤال در حوزه‌های مختلف اقتصاد، فرهنگ، امنیت، ورزش و... پاسخ داشته باشید. آیا ما به این ۱۲ سؤال پاسخ داده‌ایم؟ این ۱۲ سؤال، پایه ماهیت ما را نشان می‌دهد. تفاوت جمهوری اسلامی ایران با پاکستان و ترکیه، در چه چیزی است؟ تفاوت من رسانه‌ای در جمهوری اسلامی ایران با فرد دیگر رسانه‌ای در ترکیه و آمریکا، در چه چیزی است؟ مفهوم پایه علوم سیاسی، کلمه قدرت است. حضرت امام (ره) به این ۱۲ سؤال پاسخ داد که نتیجه آن، ۲۰ جلد صحیفه نور شده است. اگر می‌خواهید حوزه شناختی در انقلاب را بشناسید، باید این ۲۰ جلد را بخوانید. رهبر معظم انقلاب نیز در کتاب انسان ۲۵۰ ساله، به این ۱۲ سؤال پاسخ داده‌اند که هر دوی این منابع، از یک بستر، آن هم زیارت عاشورا بیرون آمده است. مامی گوئیم که منبعمان در جنگ ترکیبی، باید منبع اصالت دار با هویت و ماهیت دار باشد، زیرا اراده ما را

شکل می‌دهد. نخبگان، اهل مطالعه و تعامل هستند، اما چه فرایند و مطالعه‌ای دارند؟ در عربستان به تعبیری، همه حافظ قرآن هستند، اما عربستان، حامی گروه‌های ضد بشری است و لزوماً حافظ قرآن بودن کافی نیست. زمانی که مالک به دو قدمی خیمه کفر رسید، ملت قرآن را به نیزه کردند، درحالی‌که قرآن ناطق ایستاده بود. پس درک محتوای عالی منبع نیز باید ساحتی از شناخت تلقی شود؛ برای همین، وقتی می‌گوییم بی‌بی‌سی، آن نخبگانی که این فرایند را طی نکرده‌اند، به بی‌بی‌سی اصالت می‌دهند؛ به اینستاگرام، اینترنشنال و من و تو اصالت می‌دهند، زیرا این فرایند را طی نکرده‌اند و ما در این حوزه، در روش، منش، بینش، نگرش و دانش، دچار اختلال شده‌ایم و این اختلال بر اراده و برنامه‌ریزی ما ضربه می‌زند، به همین دلیل، در نبردهای ترکیبی، یک گام عقب افتاده‌ایم، زیرا تکلیفمان با بسیاری از گزاره‌هایمان مشخص نیست. منبع، تجربه و مسیر داریم اما جهل فانتزی شده توسعه یافته نیز داریم. در ماجرای اخیر خانم مهسا امینی، رسانه‌های داخلی عملکرد خوبی نداشتند، اما جریان ضدانقلاب و دشمن، دارای اشراف کامل بود و

سطح عملکرد و واکنش رسانه‌های داخلی را طی یک سال گذشته، مرتباً تست کرده بودند. در واقع، آن‌ها متوجه شده‌اند، مدلی که در رسانه ایران استفاده می‌شود، قدیمی است. دشمن بر روی اشرافی که در مدل عملکرد دارد، حساب باز کرده است. در حوزه عملیات روانی و مدیریت برداشت در دهه ۷۰ و ۸۰، مدل عمل، عکس‌العمل و کنش و واکنش بود، به همین دلیل، می‌گفتند که شما بروید، کنشگر فعال باشید و پاسخ قاطعانه بدهید، همچنین، عکس‌العمل دقیق انجام دهید، اما در حوزه ترکیبی و شناختی، این قانون منسوخ است. در واقع، در این حوزه کنش، کنش دارد و در حوزه عمل، عمل که در این حالت، مرزهای دفاعی خودتان را درواشنگتن قرار می‌دهید. در ماجرای حمله داعش به مجلس و مرقد امام (ره)، اگر امنیت تهران را در دمشق ببینید، از آنجا جلوی کار را می‌بندید و اگر امنیت تهران را در تهران ببینید، محکوم به نابودی هستید. دلیل این هم که فقط همین یک بار توانستند بیایند، این است که حاج قاسم، مرز ایران را به دمشق، مزار شریف، بغداد و

بیروت برد و تهران امن بود. دشمن، اشراف دارد که در رسانه‌های ملی، همه به دنبال واکنش و روایت هستند، در صورتی که موضوع، کنش، عمل و مسئله نزدیکی است. در حال حاضر، ما در جایگاه واکنشی و عکس‌العملی قرار گرفته‌ایم و می‌خواهیم روایتی بگوییم که روایت‌های قبلی را از بین ببرد، در صورتی که بازی در زمین دشمن است. روش مبارزاتی حضرت امام (ره)، کنش و عمل بود؛ ایشان مرز انقلاب را به میان کاخ سعدآباد برد و گفت، محمدرضا باید برود. این نیست که تو باشی و من هم باشم؛ یعنی در حوزه واکنش و شعار، می‌گوید که ما شاه نمی‌خواهیم؛ نخست‌وزیر عوض می‌شود، مصداق، همین موضوع است. البته چون رسانه‌های ما، بر اساس مدل و فرآیندهای قدیمی عمل می‌کنند، در حال عقب افتادن از پدیده‌های اجتماعی هستند. موضوع مهسا امینی یکی از موفق‌ترین جنگ‌های شناختی بود که دشمن، برای ما رو کرد. حوزه نبردهای ترکیبی در انقلاب اسلامی، برای درس عبرت گرفتن دیگران از انقلاب ما، دست به یک تاکتیک و راهبرد به نام فرقه

سازی زدند. آمریکایی‌ها در طول تاریخ، به ما حمله نظامی کردند و جنس خشونتشان نیز عیان است؛ جنس انگلیسی‌ها در حوزه ترکیبی و شناختی، اقدامات پنهان یعنی طراحی و بروز ظهور فرقه‌ها است. به‌عنوان مثال، نگاه کنید که باییت، بهاییت، حجتیه و بهار اعتدال، چگونه به وجود آمده است و همه این‌ها فرقه هستند و کار فرقه نیز برهم زدن انضباط ذهنی و ایجاد اختلال شناختی است، به همین دلیل، توانستیم سفارت آمریکا را در ایران ببندیم، اما سفارت انگلیس به محض این‌که بسته شد، بازهم توسط رئیس‌جمهور باز شد؛ که مسئله نفوذ، از اینجا شروع می‌شود.

اگر بخواهیم رسانه‌ها را به دو دسته سوشال مدیا و مس مدیا تقسیم کنیم، راهکارها و راهبردهای مسئولان در این دو حوزه، پیرامون جنگ شناختی برای آینده چیست؟
در حوزه رسانه‌های جمعی و فضای مجازی برای این‌که در آینده در این تله‌ها نیفتیم، راهکار و راهبردهای آینده ما چیست؟ راهبردهای لازم برای مقابله با این حوادث و رخدادهای اجتماعی - که بتوانیم

نسبت به این جنگ شناختی مصون بمانیم - چیست؟

مانمی‌توانیم از این جنگ شناختی و ترکیبی، فرار کنیم اما باید سه مسئله را برای مقدمه و راهکار بگوییم:

- هر جنگی ابتدابه ساکن، باید در یک جبهه و در مقام دفاع و حمله شکل بگیرد که تعریف جبهه، تجمع یگان‌های نامتقارن بر اساس هدفی مشترک و اقدام‌های واحد و عملیات دقیق است و باید بتوانیم در قدم اول، جبهه را تعریف کنیم؛

- اشراف و تسلط بر سه رکن فرایند برنامه‌ریزی و افراد در دشمن، جزء اصول است و اگر این سه در جنگ نباشد، چیزی به نام اشراف برای طراحی ندارید؛

- قدرت تفهیم مردم؛ جبهه‌ای که در درون آن، اشراف عملیاتی وجود دارد، با عقبه مفاهمه با مردم و تشکیل یگان قدرتمند، غیرقابل شکست است؛ یعنی آسیب می‌بیند و مجروح می‌شود، اما به هیچ‌وجه شکست نمی‌خورد، زیرا مسلط بر میدان بوده و چیزی که اهمیت دارد، این است که به گونه‌ای تجهیز

در حوزه تاکتیک، ما مفهومی با عنوان بصیرت داریم که مفهومی بسیار پیچیده است. یک رسانه و سیاستمدار که بصیرت ندارد، دچار بی بصیرتی می شود که حق را می بیند اما قدرت انتخاب ناحق را ندارد؛ یعنی امام حسین (ع) و ظاهر عاشورا را ببینید اما قدرت انتخاب نکردن عمر بن سعد را نداشته باشید که علت آن، زر، زور و تزویر است و در نقطه مقابل، بصیرت یعنی حق را ببینیم و قدرت انتخاب حق را نیز داشته باشیم. وقتی این جبهه دارای بصیرت شد، متوجه می شود که فرایند بی بی سی در ماجراهای مختلف، چقدر عمیق و حساب شده است. پس ما در یک جنگ صد درصد نامتوازن و نامتقارن، به جای استفاده از حمله آفندی در لاک پدافندی رفتیم و در پدافندی هم اگر یک قدم عقب بنشینیم، دشمن ده قدم جلو می آید. مگر ناچا چه کار کرد که مستحق این ظلم شد؟ مردم از خواص و نخبگان ما، جلوتر هستند که روز یکشنبه به میدان انقلاب می آیند و از ناچا تشکر می کنند، در صورتی که رسانه های ما، ناچا را می کوبند؛ پس بصیرت مردم از رسانه ها بیشتر است. شبکه های

باشید که امکان شکست آن، به حداقل و صفر برسد.

راهبرد

راهبرد فعلی دوشاخه جدی دارد:

۱. تصفیه، پایش، مرمت و اصلاح ساختار رسانه ای فعلی.

۲. تسلط بر روش و سازمان نامتقارن و نامتوازن در رسانه برای میدان بوده که مدل چرخشی ۳۶۰ درجه ای میان میدان و رسانه است.

پس ما باید فرایند را به سمت تفهیم مردم و آفندی علیه دشمن ببریم و به این نقطه که برسیم، می توانیم بگوییم برای طراحی عملیات، از چه تکنیک و تاکتیک هایی استفاده کنیم و آنجا است که مباحث، مفصل و مجزا می شوند. در واقع، نکته اول این است که این راهبرد، باید به یک مجموعه ای تحت عنوان کنترل فرماندهی در حوزه رسانه تبدیل شود. در موضوع مهسا امینی، فراجا تنها ماند و در همه جای دنیا، نیروی امنیتی تعارف ندارد اما در این ماجرا، بچه های انقلابی نیز دفاع نکردند و دلیل آن هم فشار پرحجمی بود که آن ها گذاشتند؛ بنابراین،