



Research Paper

Designing a Media Governance Model for Countering Cognitive Warfare in Iran

Ali Jafari*¹

1. Department of Participation and Communication, Research Institute for Educational Studies, Organization for Educational Research and Planning (oerp), Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

PP: 1-24

Use your device to scan and read the article online



Keywords:

Media governance
Cognitive warfare
Cognitive security
Media policymaking
Media literacy

Article History:

Received:

September 4, 2025

Accepted:

November 16, 2025

Published:

December 22, 2025

Abstract

This study was conducted with the aim of designing a media governance model for countering cognitive warfare in Iran. Methodologically, the research was applied in terms of purpose and qualitative in terms of approach, employing thematic analysis as the research method. The study population consisted of experts in the fields of communication sciences, media management, media policy-making, cyberspace studies, and cognitive security. Participants were selected through purposive sampling and snowball sampling techniques. After conducting 17 semi-structured interviews, theoretical saturation was achieved. The data were analyzed based on Braun and Clarke's six-phase framework for thematic analysis. The findings led to the extraction of 347 initial codes, 56 concepts, 27 sub-themes, and 7 main themes. The main themes included policy and legal governance, institutional and managerial governance, technological governance, media and content governance, educational and media literacy governance, cultural and social governance, and cognitive security governance. The results indicated that effective media governance for countering cognitive warfare requires the establishment of an integrated system in which policy, institutional, technological, media, educational, cultural, and cognitive security dimensions operate in a coordinated and synergistic manner. Accordingly, the proposed model can be used as a contextualized framework for policymaking, planning, regulation, and media management in confronting cognitive warfare and enhancing the effectiveness of media governance in Iran.

Citation: Jafari, A. (2026). **Designing a Media Governance Model for Countering Cognitive Warfare in Iran.** Journal of Islamic Awakening Studies, 14(4),1-24

* **Corresponding author:** Ali Jafari, **Email:** alijafari.researcher@gmail.com

Copyright © 2025 The Authors. Published by basijasatid. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

The rapid evolution of communication technologies has fundamentally altered the nature of power and conflict, shifting the primary battlefield from physical territories to the human mind, thereby giving rise to "cognitive warfare." In this new form of conflict, state and non-state actors exploit media and digital platforms to manipulate perceptions, beliefs, and decision-making processes, threatening national security and social cohesion. The Islamic Republic of Iran, grappling with various forms of cognitive warfare within its dynamic political and social landscape, finds its national security increasingly dependent on its cognitive and media capacities. While "media governance" is recognized as a crucial framework for regulating and managing the media system, the existing literature and internal studies reveal a significant theoretical and practical void. Current research predominantly focuses on fragmented issues like media literacy, cyber security, and psychological operations, lacking a comprehensive and integrated model for media governance specifically designed to counter cognitive threats. The central challenge, therefore, is that no coherent, indigenous framework exists to guide strategic policy-making, planning, and regulation across the political, legal, institutional, technological, educational, cultural, and security dimensions necessary for effective governance. Consequently, this research is driven by the core question: What are the dimensions, components, and interrelationships that constitute an effective media governance model for countering cognitive warfare in Iran?

Methodology

This applied research employed a qualitative approach using thematic analysis, based on the six-phase framework of Braun and Clarke (2006), to design a media governance model for countering cognitive warfare in Iran. The study's population consisted of experts in communication sciences, media management, media policy-making, cyberspace, and

cognitive security. Participants were selected through purposive sampling combined with the snowball technique, continuing until data saturation was achieved, which occurred after 17 semi-structured interviews. Data collection was guided by an interview protocol developed from the theoretical literature and validated by several professors and media specialists. The analysis process involved transcribing the interviews and systematically coding the data, which resulted in the extraction of 347 initial codes, subsequently refined into 56 concepts, 27 sub-themes, and finally 7 main themes. To ensure the trustworthiness of the findings, the study applied Lincoln and Guba's (1985) criteria, including credibility (through member checks and peer review), transferability, dependability, and confirmability. Inter-coder reliability was rigorously assessed by having a second researcher independently code 20% of the interview data, yielding a Cohen's Kappa coefficient of 84%, indicating a very good level of agreement and confirming the stability of the coding process.

Results and Discussion

The thematic analysis of the expert interviews yielded a comprehensive model comprising seven main dimensions: political-legal governance, institutional-managerial governance, technological governance, media-content governance, educational-media literacy governance, cultural-social governance, and cognitive security governance. The findings reveal that effective countering of cognitive warfare requires a shift from fragmented, reactive approaches to an integrated, forward-looking governance system. Notably, the political-legal, institutional-managerial, and technological dimensions emerged as foundational infrastructures, while media-content, educational, and cultural dimensions functioned as operational and enabling layers, ultimately leading to cognitive security as the strategic outcome. These results align with previous research emphasizing the need for coherent strategies (Majd et al., 2024; Mostafapour & Ghazanfari, 2025) and advanced technological tools (Gorwa et al., 2024; Monaghan, 2023). The study underscores that the primary battleground in

cognitive warfare is the control over narratives and interpretive frameworks, making media content governance and narrative management critical. Furthermore, the emphasis on media literacy and critical thinking resonates with findings on digital resilience (Helsper et al., 2023), while the focus on social capital and national identity supports the role of soft power in shaping public attitudes (Nye, 2021). In conclusion, the proposed model demonstrates that countering cognitive warfare is not merely a technical or security issue but a complex governance challenge requiring coordinated action across policy, institutional, technological, educational, and cultural spheres. This integrated framework offers a practical roadmap for Iranian policymakers to enhance national cognitive security and effectively manage the "war of narratives."

Conclusion

This research successfully designed a comprehensive media governance model for countering cognitive warfare in Iran, addressing a significant gap in both theoretical and practical frameworks. The study concludes that effective resistance against cognitive threats cannot be achieved through fragmented, sectoral approaches but requires an integrated governance system where political-legal, institutional-managerial, technological, media-content, educational, cultural, and cognitive security dimensions operate synergistically. The findings

demonstrate that the foundational pillars of this model are coherent policy-making, coordinated institutional structures, and advanced technological infrastructure, particularly AI-driven systems for monitoring and analysis. These foundations enable the operational layers of narrative management, credible content production, media literacy enhancement, and social capital strengthening, ultimately leading to cognitive security as the desired outcome. The study confirms that the primary battleground in cognitive warfare is the control over narratives and interpretive frameworks, emphasizing the critical role of media governance in managing the "war of narratives." Furthermore, the research highlights that empowering citizens through advanced media literacy and critical thinking transforms them from passive information consumers to active actors in the media ecosystem, enhancing societal resilience. The proposed model advocates for a paradigm shift from hierarchical, static, and reactive governance toward network-based, adaptive, and proactive governance, integrating AI and big data for predictive capabilities. In conclusion, this indigenous framework provides Iranian policymakers, media managers, and security institutions with a practical roadmap for enhancing national cognitive security, strengthening media authority, and effectively countering emerging cognitive threats, thereby safeguarding national interests and social cohesion in the digital age.

مقاله پژوهشی

طراحی الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران

علی جعفری^۱ - گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران.

چکیده	اطلاعات مقاله
<p>پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی بود و با استفاده از روش تحلیل مضمون انجام شد. جامعه پژوهش را خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، مدیریت رسانه، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، فضای مجازی و امنیت شناختی تشکیل دادند. مشارکت‌کنندگان به شیوه هدفمند و با روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند و پس از انجام ۱۷ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، اشباع نظری حاصل شد. داده‌ها بر اساس الگوی شش‌مرحله‌ای براون و کلارک تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش به استخراج ۳۴۷ کد اولیه، ۵۶ مفهوم، ۲۷ مضمون فرعی و ۷ مضمون اصلی منجر شد. مضامین اصلی شامل حکمرانی سیاستی و حقوقی، حکمرانی نهادی و مدیریتی، حکمرانی فناورانه، حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی، حکمرانی آموزشی و سواد رسانه‌ای، حکمرانی فرهنگی و اجتماعی و حکمرانی امنیت شناختی بودند. یافته‌ها نشان داد که حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله مؤثر با جنگ شناختی مستلزم استقرار نظامی یکپارچه است که در آن ابعاد سیاستی، نهادی، فناورانه، رسانه‌ای، آموزشی، فرهنگی و امنیت شناختی به‌صورت هماهنگ و هم‌افزا عمل کنند. بر این اساس، الگوی پیشنهادی می‌تواند به‌عنوان چارچوبی بومی برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تنظیم‌گری و مدیریت رسانه‌ای در مواجهه با جنگ شناختی و ارتقای کارآمدی نظام حکمرانی رسانه‌ای در ایران مورد استفاده قرار گیرد.</p>	<p>شماره صفحات: ۱-۲۴</p> <p>از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید</p>  <p>واژه‌های کلیدی: حکمرانی رسانه‌ای جنگ شناختی امنیت شناختی سیاست‌گذاری رسانه‌ای سواد رسانه‌ای</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱</p>

استناد: جعفری، علی. (۱۴۰۴). طراحی الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران. فصلنامه علمی مطالعات

بیداری اسلامی، ۱۴(۴)، ۱-۲۴

مقدمه

تحولات فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در دهه‌های اخیر، ماهیت قدرت و منازعه را دگرگون ساخته و عرصه‌های جدیدی در حوزه‌های ادراکی و شناختی ایجاد کرده است؛ به گونه‌ای که رسانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال به ابزارهای اصلی شکل دهی به افکار عمومی تبدیل شده‌اند (Castells, 2010) و ماهیت منازعات معاصر به تدریج از «جنگ بر سر سرزمین‌ها» به «جنگ بر سر ذهن‌ها» تغییر یافته است (Rid, 2020).

در این چارچوب، جنگ شناختی به عنوان یکی از اشکال نوین منازعه، ناظر بر مجموعه اقداماتی است که با هدف تأثیرگذاری بر ادراک، باور و تصمیم‌گیری افراد از طریق رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین صورت می‌گیرد (Claverie & du Cluzel, 2022). در این نوع جنگ، ذهن انسان به میدان اصلی نبرد تبدیل شده و ادراک او از واقعیت، هویت و منافع ملی هدف قرار می‌گیرد (Monaghan, 2023) توسعه هوش مصنوعی، کلان‌داده‌ها و الگوریتم‌های رسانه‌ای نیز امکان تولید و انتشار هدفمند روایت‌ها را در مقیاس گسترده فراهم کرده است (Bennett & Livingston, 2018)، در حالی که ابزارهایی مانند اخبار جعلی و دیپ‌فیک‌ها این روند را تشدید نموده‌اند (Wardle & Derakhshan, 2017).

در سطح ملی، جمهوری اسلامی ایران نیز در سال‌های اخیر با اشکال مختلف جنگ شناختی در بستر تحولات سیاسی و اجتماعی مواجه بوده است؛ به گونه‌ای که امنیت ملی بیش از پیش به ظرفیت‌های شناختی و رسانه‌ای وابسته شده است (Nye, 2021). در این میان، «حکمرانی رسانه‌ای» به عنوان چارچوبی برای تنظیم‌گری و مدیریت نظام رسانه‌ای اهمیت یافته است (Puppis, 2010)، اما مقابله مؤثر با جنگ شناختی نیازمند طراحی الگوی جامع و یکپارچه در این حوزه است.

مطالعات داخلی نیز بر گسترش این پدیده و آثار آن بر انسجام اجتماعی تأکید دارند (جلیوند و نیلو، ۱۴۰۳؛ رضایی و ابراهیمی، ۱۴۰۳). همچنین در ادبیات حکمرانی اسلامی، «جهاد تبیین» به عنوان یکی از راهبردهای مواجهه با جنگ شناختی مطرح شده است (فکوری‌روا و همکاران، ۱۴۰۳). با این حال، بررسی ادبیات نشان می‌دهد که هنوز چارچوب نظری منسجم و الگوی جامع حکمرانی رسانه‌ای در این زمینه ارائه نشده است (نورانی و مددی، ۱۴۰۴).

از سوی دیگر، علی‌رغم اهمیت روزافزون این موضوع، بخش عمده پژوهش‌های داخلی بر موضوعاتی نظیر سواد رسانه‌ای، جنگ نرم، عملیات روانی، اخبار جعلی و امنیت سایبری متمرکز بوده‌اند و کمتر به طراحی الگوی جامع حکمرانی رسانه‌ای برای مواجهه با جنگ شناختی پرداخته‌اند. همچنین ابعاد مختلف حکمرانی رسانه‌ای شامل ابعاد سیاسی، حقوقی، فناورانه، فرهنگی، آموزشی و نهادی به صورت یکپارچه مورد توجه قرار نگرفته‌اند. این خلأ نظری و کاربردی موجب شده است که چارچوب منسجم و بومی برای سیاست‌گذاری رسانه‌ای در مواجهه با تهدیدات شناختی در کشور وجود نداشته باشد. بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که الگوی حکمرانی رسانه‌ای مؤثر برای مقابله با جنگ شناختی در ایران از چه ابعاد، مؤلفه‌ها و روابطی تشکیل شده است؟

مبانی نظری پژوهش

جنگ شناختی و تحولات نوین منازعات رسانه‌ای

تحولات فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در دهه‌های اخیر موجب تغییر ماهیت قدرت، امنیت و منازعه در نظام بین‌الملل شده است. در حالی که در گذشته قدرت کشورها عمدتاً بر مؤلفه‌های نظامی، اقتصادی و سرزمینی استوار بود، در عصر دیجیتال تسلط بر جریان اطلاعات، مدیریت ادراکات عمومی و شکل‌دهی به ذهنیت افراد به یکی از مهم‌ترین منابع قدرت تبدیل شده است. در چنین شرایطی، مفهوم جنگ شناختی به‌عنوان نسل جدیدی از منازعات مطرح شده است که هدف آن تأثیرگذاری بر فرایندهای ذهنی، ادراکی و تصمیم‌گیری افراد و جوامع است (Claverie & du Cluzel, 2022).

جنگ شناختی فراتر از عملیات روانی و جنگ اطلاعاتی سنتی عمل می‌کند و تلاش دارد با بهره‌گیری از رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، فناوری‌های هوش مصنوعی، داده‌های کلان و سامانه‌های الگوریتمی، ادراک افراد از واقعیت را تغییر دهد. در این نوع جنگ، ذهن انسان به میدان اصلی نبرد تبدیل می‌شود و بازیگران مختلف می‌کوشند از طریق تولید و انتشار روایت‌های هدفمند، نگرش‌ها، باورها و رفتارهای مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهند (Monaghan, 2023). از این منظر، موفقیت در جنگ شناختی نه از طریق نابودی زیرساخت‌های فیزیکی، بلکه از طریق تأثیرگذاری بر افکار عمومی، اعتماد اجتماعی، هویت جمعی و فرایندهای تصمیم‌گیری حاصل می‌شود. گسترش رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی نیز دامنه و شدت جنگ شناختی را افزایش داده است. امروزه اطلاعات با سرعتی بی‌سابقه در محیط‌های رسانه‌ای منتشر می‌شود و کاربران به‌طور مستمر در معرض حجم گسترده‌ای از اخبار، تصاویر، ویدئوها و پیام‌های متعارض قرار دارند. این وضعیت امکان بهره‌برداری از سوگیری‌های شناختی، انتشار اطلاعات نادرست، عملیات فریب و دستکاری افکار عمومی را فراهم کرده است (Wardle & Derakhshan, 2017). در نتیجه، بسیاری از صاحب‌نظران جنگ شناختی را مهم‌ترین تهدید امنیتی جوامع در قرن بیست و یکم می‌دانند.

نظریه جامعه شبکه‌ای

برای تبیین بستر شکل‌گیری جنگ شناختی، نظریه جامعه شبکه‌ای مانوئل کاستلز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. کاستلز (۲۰۱۰) معتقد است که جهان معاصر وارد مرحله‌ای شده است که در آن ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی حول شبکه‌های اطلاعاتی سازمان می‌یابند. در جامعه شبکه‌ای، اطلاعات و ارتباطات به مهم‌ترین منابع قدرت تبدیل می‌شوند و بازیگران مختلف از طریق کنترل جریان اطلاعات، توانایی تأثیرگذاری بر افکار عمومی را به دست می‌آورند.

بر اساس این دیدگاه، رسانه‌ها صرفاً ابزار انتقال پیام نیستند، بلکه به بخشی از ساختار قدرت تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی، موتورهای جستجو و پلتفرم‌های دیجیتال در شکل‌دهی به ادراکات عمومی نقش محوری دارند و می‌توانند دستور کارهای ذهنی و اجتماعی را هدایت کنند. از این رو، جنگ شناختی در واقع محصول

مستقیم جامعه شبکه‌ای است؛ جامعه‌ای که در آن رقابت بر سر کنترل معنا، روایت و اطلاعات جایگزین بسیاری از اشکال سنتی منازعه شده است (Castells, 2010).

نظریه قدرت نرم

یکی دیگر از مبانی نظری مهم پژوهش حاضر، نظریه قدرت نرم جوزف نای است. نای (۲۰۲۱) قدرت نرم را توانایی تأثیرگذاری بر ترجیحات و رفتار دیگران از طریق جذابیت، اقناع و مشروعیت تعریف می‌کند. برخلاف قدرت سخت که بر اجبار و تهدید استوار است، قدرت نرم از ابزارهایی نظیر فرهنگ، رسانه، ارزش‌ها و دیپلماسی عمومی برای اثرگذاری استفاده می‌کند.

در عصر رسانه‌های دیجیتال، قدرت نرم بیش از هر زمان دیگری به نظام رسانه‌ای وابسته شده است. رسانه‌ها با تولید و بازنمایی روایت‌ها، چارچوب‌های تفسیری و نمادهای فرهنگی، نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی جهانی ایفا می‌کنند. از این منظر، جنگ شناختی را می‌توان امتداد قدرت نرم در محیط رسانه‌ای دانست؛ زیرا هدف اصلی آن تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و ادراکات مخاطبان است. بنابراین، حکمرانی رسانه‌ای کارآمد می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تقویت قدرت نرم ملی و کاهش آسیب‌پذیری جامعه در برابر عملیات شناختی عمل کند.

نظریه چارچوب‌بندی رسانه‌ای

نظریه چارچوب‌بندی رسانه‌ای که توسط انتمن (۱۹۹۳) توسعه یافته است، یکی از مهم‌ترین نظریه‌های ارتباطی در تبیین جنگ شناختی محسوب می‌شود. بر اساس این نظریه، رسانه‌ها واقعیت را به‌صورت خنثی بازتاب نمی‌دهند، بلکه از طریق انتخاب برخی عناصر و برجسته‌سازی آن‌ها، چارچوب‌های خاصی برای تفسیر رویدادها ایجاد می‌کنند. چارچوب‌بندی شامل انتخاب موضوعات، تعریف مسئله، تشخیص علل، قضاوت اخلاقی و پیشنهاد راه‌حل است.

در جنگ شناختی، چارچوب‌بندی نقش اساسی در شکل‌دهی به ادراک مخاطبان دارد. بازیگران رسانه‌ای تلاش می‌کنند از طریق بازنمایی گزینشی رویدادها، برداشت خاصی از واقعیت را در ذهن مخاطبان تثبیت کنند. به همین دلیل، رقابت میان روایت‌های مختلف و تلاش برای تسلط بر چارچوب‌های تفسیری، یکی از مهم‌ترین ابعاد جنگ شناختی به‌شمار می‌رود.

نظریه دستور کارگذاری

نظریه دستور کارگذاری مک‌کامبز و شاون نیز مکمل نظریه چارچوب‌بندی است. این نظریه بیان می‌کند که رسانه‌ها الزاماً به مخاطبان نمی‌گویند چگونه فکر کنند، بلکه تعیین می‌کنند که درباره چه موضوعاتی فکر کنند (McCombs, 2004). به عبارت دیگر، رسانه‌ها از طریق برجسته‌سازی برخی موضوعات و نادیده گرفتن موضوعات دیگر، اولویت‌های ذهنی مخاطبان را شکل می‌دهند.

در جنگ شناختی، کنترل دستور کار رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین ابزارهای تأثیرگذاری بر افکار عمومی است. بازیگران رسانه‌ای با انتخاب و برجسته‌سازی موضوعات خاص می‌توانند توجه مخاطبان را به سمت مسائل مورد

نظر خود هدایت کرده و بر ادراک آنان از واقعیت اثر بگذارند. از این رو، دستور کار گذاری یکی از سازوکارهای اصلی جنگ شناختی در محیط رسانه‌ای محسوب می‌شود.

نظریه حکمرانی رسانه‌ای

مفهوم حکمرانی رسانه‌ای به مجموعه‌ای از نهادها، قوانین، سیاست‌ها و سازوکارهای تنظیم‌گری اشاره دارد که تولید، توزیع و مصرف محتوا را در نظام رسانه‌ای هدایت می‌کنند (Puppis, 2010). حکمرانی رسانه‌ای در رویکردهای جدید صرفاً به معنای کنترل رسانه‌ها نیست، بلکه بر مشارکت ذی‌نفعان، شفافیت، پاسخگویی، تنظیم‌گری هوشمند و تعادل میان آزادی رسانه و منافع عمومی تأکید دارد.

در مواجهه با جنگ شناختی، حکمرانی رسانه‌ای نقش راهبردی پیدا می‌کند؛ زیرا می‌تواند از طریق تنظیم‌گری پلتفرم‌ها، ارتقای سواد رسانه‌ای، حمایت از تولید محتوای معتبر، مقابله با اطلاعات نادرست و تقویت زیرساخت‌های رسانه‌ای، ظرفیت جامعه را برای مقابله با عملیات شناختی افزایش دهد. بنابراین، حکمرانی رسانه‌ای نه تنها یک سازوکار مدیریتی، بلکه یکی از ارکان امنیت شناختی در عصر دیجیتال محسوب می‌شود.

چارچوب نظری پژوهش

با توجه به اینکه هدف این پژوهش طراحی الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران است، چارچوب نظری پژوهش بر نظریه حکمرانی رسانه‌ای پوپیس (۲۰۱۰) به عنوان نظریه اصلی و نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز (۲۰۱۰) به عنوان نظریه تبیین‌کننده بستر وقوع جنگ شناختی استوار شده است. نظریه حکمرانی رسانه‌ای، مبنای تبیین ابعاد، مؤلفه‌ها و سازوکارهای سیاستی، حقوقی، نهادی، مدیریتی، فناورانه، رسانه‌ای، آموزشی و فرهنگی الگوی پیشنهادی را فراهم می‌کند. همچنین، نظریه جامعه شبکه‌ای، شکل‌گیری و گسترش جنگ شناختی را در بستر شبکه‌های ارتباطی، رسانه‌های دیجیتال و جریان‌های اطلاعاتی تبیین می‌کند و زمینه نظری مناسبی برای تحلیل محیط وقوع این پدیده فراهم می‌سازد.

در این چارچوب، نظریه قدرت نرم نای (۲۰۲۱)، نظریه چارچوب‌بندی رسانه‌ای انتمن (۱۹۹۳) و نظریه دستور کار گذاری مک‌کامبز و شاو (۲۰۰۴) به عنوان نظریه‌های مکمل، برای تبیین برخی ابعاد الگوی پیشنهادی، از جمله مدیریت روایت، اقناع افکار عمومی، برجسته‌سازی موضوعات و هدایت جریان اطلاعات، مورد استفاده قرار گرفته‌اند؛ با این حال، این نظریه‌ها نقش پشتیبان داشته و چارچوب نظری اصلی پژوهش را تشکیل نمی‌دهند. بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش عبارت است از: الگوی حکمرانی رسانه‌ای مؤثر برای مقابله با جنگ شناختی در ایران از چه ابعاد، مؤلفه‌ها و روابطی تشکیل شده است؟

پیشینه پژوهش

نورانی و مددی (۱۴۰۴) در پژوهشی با عنوان مدل مفهومی جنگ شناختی در سپهر جنگ‌های نوین با استفاده از روش فراترکیب، مختصات مفهومی دوازده گانه جنگ شناختی شامل ویژگی‌ها، اهداف، ابزارهای مورد استفاده،

سطوح، روش‌ها و راهبردها، علائم تحقق، پیامدها، راه‌های مقابله، مخاطبین، عرصه‌های نبرد، مفاهیم نزدیک و رویکردهای کشورهای مختلف به جنگ شناختی، را تبیین و مدل مفهومی جنگ شناختی ترسیم شد. مصطفی پور و غضنفری (۱۴۰۴) در پژوهشی با عنوان تدوین و اعتباربخشی مدل جنگ شناختی دشمن در مواجهه با انقلاب اسلامی بر اساس مدل‌سازی معادله ساختاری به این نتیجه رسیدند که مطلوب‌ترین راهبرد تقابلی انقلاب برای مواجهه با جنگ شناختی شامل سه محور، نظام‌مندسازی مدیریت راهبردی انقلاب با متغیر کلیدی "پایش نظام مند کارکردهای حیاتی انقلاب و کنترل بحران‌ها"، خود-اعتباربخشی رسانه‌ای با متغیر کلیدی "تبیین پیشرفت‌ها، خدمات و کارکردهای انقلاب و اقناع موجودیت‌های همسو" و احیاء عقیدتی با متغیر کلیدی "رجوع به روحیه، فرهنگ، سیاست ورزی و کنشگری انقلابی" است.

جلیوند و نبی‌لو (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان به این نتیجه رسیدند که اهداف مهم جنگ شناختی در فضای سایبری عبارت‌اند از: نفوذ، بی‌ثباتی، مشروعیت‌زدایی، تخریب سرمایه اجتماعی، اعتمادزدایی، تفرقه افکنی، اعتبارزدایی، از پای درآوردن حریف و دست‌کاری قوه شناخت عموم مردم و نخبگان. در سطح دوم، طرح ریزی عملیات شناختی، رصدشناختی، مهندسی شناختی، پویب شناختی، طراحی کمپین شناختی، تحلیل شناختی و تاب‌آوری، مهار و دفاع در برابر حملات شناختی، به عنوان فعالیت‌های بسیار مهم و اساسی جنگ شناختی مطرح شد. در سطح سوم، یعنی ابزارها و تاکتیک‌های جنگ شناختی، هشت مضمون احصا شد که عبارت‌اند از: فضای سایبری و رسانه‌های اجتماعی، تولید و انتشار محتوای منفی غیرواقعی، بهره‌برداری از خطاهای شناختی، جریان‌سازی اجتماعی، تبلیغات، عملیات روانی، تحریف داده‌ها و هجوم شناختی. در نهایت، سه مضمون مشتمل بر فناوری‌های جنگ شناختی، علوم اعصاب شناختی و متخصصان عملیات شناختی، به عنوان زیرساخت‌های اساسی جنگ شناختی شناسایی شد.

فکوری‌روا و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان مقابله با جنگ شناختی در حکمرانی اسلامی: تبیین نقش راهبردی جهاد تبیین در اندیشه مقام معظم رهبری به این نتیجه رسیدند که جنگ شناختی یکی از مهم‌ترین چالش‌های جوامع اسلامی در دهه‌های اخیر بوده است. از منظر حکمرانی اسلامی، مهم‌ترین راهبرد مقابله با جنگ شناختی، بهره‌گیری از جهاد تبیین است؛ با توجه به مضامین سازمان‌دهنده کارکرد گفتمان در جنگ شناختی و نقش آن در بازتولید مقاومت فرهنگی و فکری، جایگاه راهبردی نخبگان در تبیین حقیقت و حفظ انسجام اجتماعی در مواجهه با جنگ شناختی، جهاد تبیین به‌مثابه محور مقابله فرهنگی و بسترساز تقویت مقاومت اجتماعی در جنگ شناختی، بصیرت، شجاعت و روشنگری؛ مؤلفه‌های بنیادین مقابله با تحریف و جنگ شناختی، صیانت از هویت اسلامی از طریق تبیین معارف و گفتمان اهل‌بیت در برابر تحریف‌های شناختی، ضرورت تحلیل روان‌شناختی و شناختی جنگ شناختی برای درک لایه‌های پنهان و مقابله هوشمندانه با آن، مضمون فراگیر "جهاد تبیین راهبرد

کلان حکمرانی اسلامی برای مقابله با جنگ شناختی و تحریف حقیقت " بدست آمد. و نقش خواص برای تبیین گفتمان اسلامی، مقابله فرهنگی و جلوگیری از تحریف به عنوان راهبرد اصلی مشخص گردید.

رضایی و ابراهیمی (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل، چالش ها و راهکارهای مقابله با جنگ شناختی با تمرکز بر نسل زد در ایران به این نتیجه رسیدند که تغییر افکار، تغییر باور، تغییر رفتار و تغییر ساختار از عوامل اصلی مدل پژوهش بودند. همچنین، ۱۲ چالش جنگ شناختی در کشور و ۱۶ راهکار اجرایی برای کاهش تأثیرات منفی آن بر اساس نظر خبرگان تدوین شدند. کنترل و چگونگی رفتار با نسل زد توسط مدیران، یکی از ظرفیت‌ها و مهارت‌های مدیریتی مهمی است که تأثیر به‌سزایی بر بهبود عملکرد و بازدهی بیشتر واحدهای مختلف دارد. براساس یافته‌های پژوهش می‌توان راهکارهای اجرایی احصاء شده را به کار بست تا تأثیرات منفی جنگ شناختی در نسل زد را کاهش داد.

- مجد و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان ارائه مدل مفهومی تدوین خط‌مشی مقابله با جنگ شناختی دشمن در فضای سایبر تلاش کرده‌اند با به‌کارگیری روش تحقیق کیفی از نوع زمینه بنیاد (GT)، مدل مفهومی جهت تدوین الگوی خط‌مشی گذاری مقابله با جنگ شناختی دشمن در فضای سایبر را منطبق با دغدغه‌های بومی و به‌منظور جلوگیری از غافلگیری راهبردی و پرهیز از موازی کاری‌های معمول ارائه نمایند. مدل مفهومی حاصل شده دارای سه بخش اصلی شامل جنگ شناختی، فضای سایبر و فرایند خط‌مشی گذاری می‌باشد.
- قهرمانی و مسلمی (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان نقش شبکه ملی اطلاعات در مواجهه با جنگ شناختی - رسانه‌ای از منظر اندیشه دفاعی امام خامنه‌ای (مدظله العالی) به این نتیجه رسیدند که راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات آثاری در بُعد ملی و فراملی دارد و منجر به تغییر صحنه نبرد، ایجاد بستر سالم، اقتدار ملی، الگوی رسانه‌ای، شبکه اطلاعات مقاومت و درنهایت شکست امپراطوری رسانه‌ای می‌شود.

گورفسکی و همکاران^۱ (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای پیرامون نقش هوش مصنوعی در جنگ شناختی نشان دادند که فناوری‌های هوش مصنوعی مولد، دیپ‌فیک‌ها و سامانه‌های توصیه‌گر الگوریتمی، ظرفیت‌های بی‌سابقه‌ای برای تولید و انتشار روایت‌های دستکاری شده ایجاد کرده‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که سیاست‌گذاری رسانه‌ای در عصر هوش مصنوعی باید بر شفافیت الگوریتمی، مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها و ارتقای سواد شناختی تمرکز کند. موناگان^۲ (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای با عنوان «جنگ شناختی و آینده منازعات» به بررسی راهبردهای شناختی قدرت‌های بزرگ در محیط رسانه‌ای پرداخت. یافته‌ها نشان داد که بازیگران دولتی و غیردولتی از رسانه‌های اجتماعی، الگوریتم‌ها و فناوری‌های هوش مصنوعی برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و تصمیمات شهروندان استفاده می‌کنند.

1. Gorwa et al

2. Monaghan

وی نتیجه گرفت که توسعه سیاست‌های حکمرانی رسانه‌ای از مهم‌ترین ابزارهای مقابله با جنگ شناختی محسوب می‌شود.

هلسپر و همکاران^۱ (۲۰۲۳) در پژوهشی درباره تاب‌آوری دیجیتال و مقابله با اطلاعات نادرست نشان دادند که جوامعی که از سطح بالاتری از سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی برخوردار هستند، مقاومت بیشتری در برابر عملیات شناختی و دستکاری رسانه‌ای دارند. یافته‌های این مطالعه بر نقش آموزش و توانمندسازی شناختی شهروندان در نظام حکمرانی رسانه‌ای تأکید دارد.

کلوری و دوکلوزل^۲ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «جنگ شناختی: آینده برتری شناختی» به بررسی ابعاد و سازوکارهای جنگ شناختی در محیط‌های دیجیتال پرداختند. نتایج نشان داد که جنگ شناختی فراتر از جنگ اطلاعاتی و عملیات روانی سنتی است و با هدف تأثیرگذاری بر ادراک، تصمیم‌گیری و رفتار افراد از طریق رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، کلان‌داده‌ها و هوش مصنوعی عمل می‌کند. پژوهشگران تأکید کردند که مقابله با این نوع تهدیدات نیازمند توسعه ظرفیت‌های شناختی و طراحی نظام‌های حکمرانی مناسب در حوزه رسانه و اطلاعات است.

رینکینن و همکاران^۳ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «نسل Z و گوش دادن سازمانی در رسانه‌های اجتماعی» نشان دادند که تعامل دوسویه، شفافیت ارتباطی و پاسخگویی سازمانی در شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در افزایش اعتماد مخاطبان و کاهش آسیب‌پذیری آنان در برابر روایت‌های مخرب دارد. نتایج این مطالعه اهمیت حکمرانی ارتباطات دیجیتال در مدیریت افکار عمومی را برجسته ساخت.

بنت و لیوینگستون^۴ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نظم جدید اطلاعات نادرست» نقش رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی را در گسترش اطلاعات نادرست و شکل‌گیری عملیات شناختی بررسی کردند. یافته‌ها نشان داد که ساختارهای جدید ارتباطی امکان تولید و انتشار گسترده اخبار جعلی و روایت‌های هدفمند را فراهم کرده‌اند و این امر می‌تواند اعتماد عمومی و انسجام اجتماعی را تضعیف کند. آنان نتیجه گرفتند که نظام‌های حکمرانی رسانه‌ای باید سازوکارهای مؤثری برای شناسایی، مدیریت و کنترل جریان اطلاعات نادرست طراحی کنند.

واردل و دراکشان^۵ (۲۰۱۷) در گزارش «بی‌نظمی اطلاعاتی» به مطالعه اشکال مختلف اطلاعات نادرست، اطلاعات گمراه‌کننده و اطلاعات مخرب پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که رسانه‌های دیجیتال به بستری برای عملیات شناختی و دستکاری افکار عمومی تبدیل شده‌اند. پژوهشگران تأکید کردند که ارتقای سواد رسانه‌ای، شفافیت پلتفرم‌ها و تنظیم‌گری هوشمند رسانه‌ای از مهم‌ترین راهبردهای مقابله با این تهدیدات است.

1. Helsper et al

2. Claverie & du Cluzel

3. Reinikainen et al

4. Bennett & Livingston

5. Wardle & Derakhshan

پوپیس^۱ (۲۰۱۰) در پژوهشی درباره حکمرانی رسانه‌ای بیان کرد که نظام‌های رسانه‌ای کارآمد نیازمند ترکیبی از تنظیم‌گری قانونی، خودتنظیمی، مشارکت ذی‌نفعان و پاسخگویی عمومی هستند. نتایج پژوهش نشان داد که حکمرانی رسانه‌ای زمانی اثربخش خواهد بود که بتواند میان آزادی رسانه، مسئولیت اجتماعی و منافع عمومی تعادل برقرار کند

مرور پژوهش‌های داخلی و خارجی نشان می‌دهد که جنگ شناختی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد منازعات نوین، در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. مطالعات انجام‌شده عمدتاً بر تبیین مفهومی جنگ شناختی، شناسایی اهداف، ابزارها و راهبردهای آن، نقش رسانه‌ها و فضای سایبری، سواد رسانه‌ای و راهکارهای مقابله با عملیات شناختی تمرکز داشته‌اند. همچنین برخی پژوهش‌ها به نقش حکمرانی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای و فناوری‌های نوین، به‌ویژه هوش مصنوعی، در مدیریت تهدیدات شناختی پرداخته‌اند. با وجود این، بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد که اغلب مطالعات به‌صورت پراکنده و تک‌بعدی به ابعاد مختلف جنگ شناختی پرداخته‌اند و پژوهش‌های جامع‌تری که ابعاد سیاسی، حقوقی، نهادی، فناورانه، رسانه‌ای، آموزشی، فرهنگی و امنیتی را در قالب یک الگوی یکپارچه حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی تبیین کند، کمتر مشاهده می‌شود. از این رو، پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و الزامات حکمرانی رسانه‌ای و ارائه یک الگوی بومی برای مقابله با جنگ شناختی در ایران، درصدد بر کردن این خلأ پژوهشی است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی است و با استفاده از روش تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) انجام شد.

جامعه پژوهش را خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، مدیریت رسانه، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، فضای مجازی، امنیت شناختی و حکمرانی رسانه‌ای تشکیل دادند. مشارکت‌کنندگان به شیوه نمونه‌گیری هدفمند و با روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. فرآیند نمونه‌گیری تا دستیابی به تنوع مناسب دیدگاه‌های تخصصی، غنای داده‌ها و کفایت اطلاعات برای پاسخ‌گویی به پرسش پژوهش ادامه یافت. پس از پانزدهمین مصاحبه، الگوهای مفهومی تا حد زیادی تثبیت شد؛ با این حال، به‌منظور اطمینان بیشتر از پوشش دیدگاه‌های تخصصی، دو مصاحبه دیگر نیز انجام شد و در مجموع ۱۷ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته مبنای تحلیل قرار گرفت. با توجه به ماهیت میان‌رشته‌ای موضوع، پژوهشگران ادعای اشباع مطلق نظری نداشته و کفایت داده‌ها را مبنای خاتمه نمونه‌گیری قرار دادند.

داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. راهنمای مصاحبه بر اساس مبانی نظری پژوهش تدوین و پس از بررسی و تأیید چند تن از استادان و متخصصان حوزه ارتباطات و رسانه نهایی شد. تحلیل داده‌ها مطابق الگوی شش مرحله‌ای براون و کلارک شامل آشنایی با داده‌ها، کدگذاری اولیه، استخراج مضامین، بازبینی

1. Puppis

مضامین، نام‌گذاری مضامین و تدوین گزارش نهایی انجام شد. در این فرایند، ۳۴۷ کد اولیه پس از ادغام و پالایش در قالب ۵۶ مفهوم، ۲۷ مضمون فرعی و ۷ مضمون اصلی سازمان‌دهی و الگوی نهایی پژوهش طراحی شد. مضامین فرعی حاصل ادغام و تجرید مفاهیم اولیه بر اساس شباهت معنایی و هم‌پوشانی مفهومی بوده‌اند.

برای ارزیابی کیفیت یافته‌ها از معیارهای لینکلن و گوبا (۱۹۸۵) شامل اعتبارپذیری، انتقال‌پذیری، قابلیت اطمینان و تأییدپذیری استفاده شد. اعتبارپذیری از طریق بازبینی اعضا و بازبینی همتایان تأمین گردید. همچنین، به‌منظور سنجش پایایی کدگذاری، ۲۰ درصد از متن مصاحبه‌ها (چهار مصاحبه) به‌طور مستقل توسط پژوهشگر دوم کدگذاری و میزان توافق با استفاده از ضریب کاپای کوهن محاسبه شد. مقدار ضریب کاپا ۸۴ درصد به‌دست آمد که بر اساس معیار لندیس و کخ (۱۹۷۷)، بیانگر توافق بسیار خوب و ثبات مناسب فرایند کدگذاری است.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، داده‌های حاصل از ۱۷ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، مدیریت رسانه، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، فضای مجازی و امنیت شناختی با استفاده از روش تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفت. پس از پیاده‌سازی و تحلیل مصاحبه‌ها، در مجموع ۳۴۷ کد اولیه استخراج شد. در مرحله پالایش و ادغام، کدهای مشابه در قالب ۵۶ مفهوم و ۲۷ مضمون فرعی دسته‌بندی شدند. در نهایت، مضامین فرعی در قالب ۷ مضمون اصلی سازمان‌دهی شدند که ابعاد الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران را تشکیل می‌دهند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی
مدرک تحصیلی	دکتری	15
	کارشناسی ارشد	2
حوزه تخصصی	علوم ارتباطات	6
	مدیریت رسانه	4
	سیاست‌گذاری رسانه‌ای	3
	فضای مجازی و فناوری	2
	امنیت شناختی و جنگ نرم	2
سابقه حرفه‌ای	10 تا ۱۵ سال	4
	16 تا ۲۰ سال	7
	بیش از ۲۰ سال	6

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که اغلب مشارکت‌کنندگان دارای مدرک دکتری و سابقه حرفه‌ای بیش از ۱۵ سال بوده‌اند. همچنین تنوع تخصصی خبرگان در حوزه‌های ارتباطات، رسانه، امنیت شناختی و سیاست‌گذاری موجب شد ابعاد مختلف مسئله مورد بررسی قرار گیرد و غنای داده‌های پژوهش افزایش یابد.

جدول ۲. نمونه‌ای از فرایند کدگذاری و استخراج مضامین

مضمون فرعی	مفهوم اولیه	کد اولیه	گزاره مشارکت کننده
سیاست گذاری راهبردی	سیاست ملی	تدوین سیاست ملی	باید یک سیاست ملی مشخص برای مقابله با جنگ شناختی وجود داشته باشد
مدیریت یکپارچه	هماهنگی نهادی	هماهنگی بین نهادی	نبود هماهنگی میان نهادهای رسانه‌ای موجب کاهش اثربخشی اقدامات می‌شود
هوش مصنوعی	کاربرد هوش مصنوعی	استفاده از هوش مصنوعی	هوش مصنوعی باید برای شناسایی عملیات شناختی به کار گرفته شود
آموزش سواد رسانه‌ای	ارتقای سواد رسانه‌ای	آموزش سواد رسانه‌ای	مردم باید توانایی تشخیص اخبار جعلی را داشته باشند

جدول ۲ نمونه‌ای از فرایند تحلیل داده‌ها را نشان می‌دهد. در این فرایند، گزاره‌های مشارکت کنندگان ابتدا به کدهای اولیه تبدیل شدند، سپس کدهای هم‌معنا در قالب مفاهیم اولیه سازمان‌دهی گردیدند و در نهایت، مفاهیم مرتبط در قالب مضامین فرعی دسته‌بندی شدند. این روند، مبنای استخراج مضامین اصلی و طراحی الگوی نهایی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی را فراهم ساخت.

در ادامه و بر اساس تحلیل اولیه داده‌ها، مفاهیم استخراج شده در قالب طبقات بالاتر سازمان‌دهی شده و مبنای شکل‌گیری مضامین فرعی قرار گرفتند. جدول زیر روند تجمیع مفاهیم و شکل‌گیری مضامین فرعی را نشان می‌دهد.

جدول ۳. فرایند تشکیل مضامین فرعی از مفاهیم اولیه در الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران

مضمون اصلی	مضمون فرعی	مفاهیم تشکیل دهنده
حکمرانی سیاستی و حقوقی	سیاست گذاری راهبردی	تدوین سیاست ملی، تدوین راهبرد کلان، تعیین اولویت‌های ملی
	تنظیم‌گری رسانه‌ای	تنظیم مقررات رسانه، تنظیم‌گری پلتفرم‌ها، نظام مجوزدهی
	بازنگری قوانین	اصلاح قوانین رسانه، روزآمدسازی مقررات، رفع خلأهای حقوقی
	نظام پاسخگویی	شفافیت نهادی، پاسخگویی مدیران، مسئولیت‌پذیری سازمانی
حکمرانی نهادی و مدیریتی	مدیریت یکپارچه	مدیریت شبکه‌ای، انسجام مدیریتی، فرماندهی واحد
	هماهنگی بین‌نهادی	همکاری سازمان‌ها، تقسیم کار ملی، شبکه هماهنگی
	مدیریت بحران رسانه‌ای	مدیریت بحران، پاسخ سریع، تصمیم‌گیری هماهنگ

ایجاد مرکز رصد، اتاق وضعیت، پایش ملی	مرکز ملی رصد شناختی	
رصد برخط، پایش مستمر، سامانه هشدار سریع	پایش هوشمند	حکمرانی فناوریانه
الگوریتم‌های هوشمند، یادگیری ماشین، تشخیص خودکار	هوش مصنوعی	
داده کاوی، تحلیل شبکه، تحلیل روندها	تحلیل کلان‌داده	
امنیت سایبری، حفاظت داده‌ها، صیانت از زیرساخت‌های اطلاعاتی	امنیت اطلاعات	
روایت‌سازی، مدیریت افکار عمومی، مدیریت بحران خبری	مدیریت روایت	حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی
تولید محتوای حرفه‌ای، تولید محتوای بومی، تولید محتوای اقناعی	تولید محتوای معتبر	
اعتبارسنجی اخبار، مقابله با اخبار جعلی	راستی‌آزمایی اطلاعات	
تقویت رسانه‌های رسمی، ارتقای استانداردهای حرفه‌ای، استقلال رسانه‌ای	توسعه رسانه‌های حرفه‌ای	
آموزش عمومی، آموزش مدارس، آموزش دانشگاهی	آموزش سواد رسانه‌ای	حکمرانی آموزشی و سواد رسانه‌ای
تحلیل انتقادی پیام، ارزیابی منابع، قضاوت آگاهانه	تفکر انتقادی	
مهارت‌های دیجیتال، شناخت الگوریتم‌ها، امنیت فضای مجازی	سواد دیجیتال	
افزایش آگاهی عمومی، آموزش شهروندی، ارتقای مهارت کاربران	توانمندسازی کاربران	
هویت ایرانی - اسلامی، انسجام فرهنگی، ارزش‌های ملی	تقویت هویت ملی	حکمرانی فرهنگی و اجتماعی
اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، همبستگی اجتماعی	سرمایه اجتماعی	
اعتماد به رسانه، اعتماد به نهادها، شفافیت ارتباطی	اعتماد عمومی	
مشارکت دانشگاهیان، مشارکت متخصصان، مشارکت نهادهای مدنی	مشارکت نخبگان	
پایش عملیات شناختی، شناسایی تهدیدها، هشدار شناختی	رصد تهدیدات شناختی	حکمرانی امنیت شناختی
پاسخ شناختی، اقدامات پیشگیرانه، مداخله به‌هنگام	مقابله فعال	
شناسایی نفوذ، خنثی‌سازی عملیات، مدیریت مخاطرات شناختی	مدیریت عملیات نفوذ	

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی از هفت مضمون اصلی، ۲۷ مضمون فرعی و مجموعه‌ای از مفاهیم اولیه تشکیل شده است که از تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان استخراج شده‌اند. مضامین فرعی، حاصل ادغام و تجرید مفاهیم هم‌معنا و هم‌پوشان بوده و هر یک بخشی از ابعاد اصلی الگوی حکمرانی رسانه‌ای را تبیین می‌کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد که مقابله مؤثر با جنگ شناختی مستلزم هماهنگی میان ابعاد سیاستی، نهادی، فناورانه، رسانه‌ای، آموزشی، فرهنگی و امنیت شناختی است. همچنین، ابعاد سیاستی، نهادی و فناورانه به‌عنوان زیرساخت‌های الگو، زمینه تحقق ابعاد عملیاتی و امنیتی را فراهم می‌سازند.

مضمون اول: حکمرانی سیاستی و حقوقی

یکی از بنیادی‌ترین ابعاد مقابله با جنگ شناختی، وجود چارچوب‌های سیاستی و حقوقی منسجم است. خبرگان معتقد بودند که نبود سیاست ملی مشخص در حوزه جنگ شناختی موجب پراکندگی اقدامات و ضعف هماهنگی میان نهادهای مسئول شده است. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، تدوین راهبرد ملی جنگ شناختی، بازنگری قوانین رسانه‌ای و تنظیم‌گری پلتفرم‌های دیجیتال از مهم‌ترین الزامات حکمرانی رسانه‌ای محسوب می‌شود.

مضمون دوم: حکمرانی نهادی و مدیریتی

خبرگان بر ضرورت ایجاد ساختارهای هماهنگ‌کننده میان نهادهای رسانه‌ای، امنیتی، آموزشی و فرهنگی تأکید داشتند. یافته‌ها نشان داد که مقابله مؤثر با جنگ شناختی مستلزم ایجاد مرکز ملی رصد شناختی، نظام مدیریت بحران رسانه‌ای و سازوکارهای هماهنگی میان دستگاه‌های ذی‌ربط است.

مضمون سوم: حکمرانی فناورانه

بر اساس یافته‌ها، فناوری یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های مقابله با جنگ شناختی است. توسعه سامانه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی برای شناسایی عملیات اطلاعاتی، کشف اخبار جعلی و تحلیل کلان‌داده‌ها از جمله مهم‌ترین مضامین فرعی این بعد بودند. مشارکت‌کنندگان بر این باور بودند که بدون برخورداری از زیرساخت‌های فناورانه پیشرفته، امکان مدیریت تهدیدات شناختی وجود ندارد.

مضمون چهارم: حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی

یافته‌ها نشان داد که رسانه‌ها نخستین خط دفاعی در برابر جنگ شناختی محسوب می‌شوند. تولید محتوای معتبر، مدیریت روایت در شرایط بحران، راستی‌آزمایی اطلاعات و تقویت رسانه‌های حرفه‌ای از جمله مؤلفه‌های کلیدی این بعد بودند. خبرگان معتقد بودند که رقابت اصلی در جنگ شناختی بر سر کنترل روایت‌ها و چارچوب‌های تفسیری است.

مضمون پنجم: حکمرانی آموزشی و سواد رسانه‌ای

بخش قابل توجهی از داده‌ها بر اهمیت آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای تأکید داشت. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، توانمندسازی شهروندان در تشخیص اطلاعات نادرست، آموزش تفکر انتقادی و ارتقای سواد دیجیتال از مؤثرترین راهبردهای مقابله با جنگ شناختی است.

مضمون ششم: حکمرانی فرهنگی و اجتماعی

سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی و انسجام فرهنگی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در برابر عملیات شناختی هستند. خبرگان تأکید کردند که هرگونه ضعف در اعتماد عمومی و هویت جمعی می‌تواند زمینه نفوذ و اثرگذاری عملیات شناختی را افزایش دهد.

مضمون هفتم: حکمرانی امنیت شناختی

این بعد به‌عنوان پیامد نهایی و هدف راهبردی الگو شناسایی شد. یافته‌ها نشان داد که رصد مستمر تهدیدات شناختی، تحلیل عملیات رسانه‌ای دشمن و توسعه سازوکارهای مقابله فعال از مهم‌ترین مؤلفه‌های امنیت شناختی هستند.

جدول ۴. ابعاد الگو و نقش آن‌ها در حکمرانی رسانه‌ای

نقش در الگو	بعد اصلی
بعد زیرساختی	حکمرانی سیاستی و حقوقی
بعد زیرساختی	حکمرانی نهادی و مدیریتی
بعد زیرساختی	حکمرانی فناورانه
بعد عملیاتی	حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی
بعد توانمندساز	حکمرانی آموزشی و سواد رسانه‌ای
بعد پشتیبان	حکمرانی فرهنگی و اجتماعی
بعد پیامدی	حکمرانی امنیت شناختی

بررسی روابط میان مضامین نشان داد که ابعاد سیاستی، مدیریتی و فناورانه به‌عنوان زیرساخت‌های اصلی حکمرانی رسانه‌ای عمل می‌کنند. در سطح بعدی، ابعاد رسانه‌ای، آموزشی و فرهنگی نقش اجرایی و توانمندساز را بر عهده دارند. در نهایت، امنیت شناختی جامعه به‌عنوان پیامد نهایی استقرار نظام حکمرانی رسانه‌ای اثربخش ظاهر می‌شود.

الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران

بر اساس یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون مصاحبه‌های خبرگان، الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران طراحی شد. این الگو از هفت بعد اصلی شامل حکمرانی سیاستی و حقوقی، حکمرانی نهادی و مدیریتی، حکمرانی فناورانه، حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی، حکمرانی آموزشی و سواد رسانه‌ای، حکمرانی فرهنگی و اجتماعی و حکمرانی امنیت شناختی تشکیل شده است. در این الگو، ابعاد سیاستی، نهادی و فناورانه به‌عنوان زیرساخت‌های اصلی نظام حکمرانی رسانه‌ای عمل می‌کنند و زمینه لازم را برای تحقق ابعاد عملیاتی و توانمندساز فراهم می‌سازند. شکل ۱ ساختار نهایی الگوی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۱. الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران

همان‌گونه که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی دارای ساختاری چندسطحی و نظام‌مند است. در سطح نخست، سه بعد حکمرانی سیاستی و حقوقی، حکمرانی نهادی و مدیریتی و حکمرانی فناورانه به‌عنوان ابعاد زیرساختی قرار گرفته‌اند. این ابعاد، بسترهای قانونی، نهادی و فناورانه لازم را برای مدیریت تهدیدات شناختی فراهم می‌کنند و زیربنای تحقق سایر ابعاد الگو به شمار می‌روند. بدون وجود سیاست‌های راهبردی، ساختارهای هماهنگ‌کننده و زیرساخت‌های فناورانه مناسب، تحقق حکمرانی رسانه‌ای اثربخش امکان‌پذیر نخواهد بود.

در سطح دوم، حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی، حکمرانی آموزشی و سواد رسانه‌ای و حکمرانی فرهنگی و اجتماعی به‌عنوان ابعاد عملیاتی و توانمندساز قرار دارند. این ابعاد از طریق مدیریت روایت‌ها، تولید محتوای معتبر، ارتقای

سواد رسانه‌ای، تقویت تفکر انتقادی، افزایش سرمایه اجتماعی و تقویت هویت ملی، ظرفیت نظام رسانه‌ای را برای مدیریت و مقابله مؤثر با جنگ شناختی ارتقا می‌دهند.

در سطح سوم، حکمرانی امنیت شناختی به‌عنوان یکی از ابعاد راهبردی الگو، بر رصد مستمر تهدیدات شناختی، تحلیل عملیات رسانه‌ای، مقابله فعال با عملیات نفوذ و ارتقای امنیت شناختی تمرکز دارد. تعامل و هم‌افزایی میان ابعاد زیرساختی، عملیاتی و امنیتی، زمینه تحقق نظامی منسجم از حکمرانی رسانه‌ای را برای مدیریت تهدیدات شناختی فراهم می‌سازد.

همچنین، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که اصولی نظیر مردم‌محوری، شفافیت و پاسخگویی، هماهنگی بین‌نهادی، پیشگیری و آینده‌نگری، عدالت و قانون‌مداری و نوآوری و یادگیری مستمر به‌عنوان اصول حاکم بر الگو، تحقق اثربخش ابعاد مختلف حکمرانی رسانه‌ای را تسهیل می‌کنند. در مجموع، پیامد استقرار این الگو، ارتقای امنیت شناختی، بهبود کارآمدی و اثربخشی نظام رسانه‌ای، تقویت نقش و اقتدار رسانه‌های ملی، تحقق اهداف و منافع کشور و کاهش آسیب‌پذیری در برابر جنگ شناختی خواهد بود. از این رو، الگوی ارائه‌شده می‌تواند به‌عنوان چارچوبی بومی برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت رسانه‌ای در مواجهه با جنگ شناختی و جنگ روایت‌ها در ایران مورد استفاده قرار گیرد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی در ایران انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل مضمون مصاحبه‌های خبرگان نشان داد که حکمرانی رسانه‌ای مؤثر در مواجهه با جنگ شناختی، پدیده‌ای چندبعدی و فرابخشی است و از هفت بعد اصلی شامل حکمرانی سیاستی و حقوقی، حکمرانی نهادی و مدیریتی، حکمرانی فناورانه، حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی، حکمرانی آموزشی و سواد رسانه‌ای، حکمرانی فرهنگی و اجتماعی و حکمرانی امنیت شناختی تشکیل می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که مقابله با جنگ شناختی فراتر از اقدامات مقطعی رسانه‌ای یا امنیتی بوده و نیازمند استقرار یک نظام حکمرانی یکپارچه، هوشمند و آینده‌نگر است.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش، نقش محوری ابعاد سیاستی و حقوقی، نهادی و مدیریتی و فناورانه به‌عنوان زیرساخت‌های اصلی حکمرانی رسانه‌ای بود. این نتیجه با یافته‌های مجد و همکاران (۱۴۰۳)، مصطفی‌پور و غضنفری (۱۴۰۴) و نورانی و مددی (۱۴۰۴) همسو است که بر ضرورت وجود راهبردهای منسجم، مدیریت هماهنگ و سیاست‌گذاری نظام‌مند برای مقابله با جنگ شناختی تأکید کرده‌اند. این یافته را می‌توان بر اساس نظریه حکمرانی رسانه‌ای پوپیس (۲۰۱۰) تبیین کرد. بر اساس این نظریه، حکمرانی رسانه‌ای زمانی اثربخش خواهد بود که میان سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری، پاسخگویی و مشارکت ذی‌نفعان هماهنگی وجود داشته باشد. بنابراین، مقابله با جنگ شناختی مستلزم ایجاد سازوکارهای سیاستی و نهادی منسجم است که بتوانند پاسخگویی پیچیدگی‌های محیط رسانه‌ای و فضای دیجیتال باشند.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که حکمرانی فناورانه یکی از ارکان اساسی مقابله با جنگ شناختی است. توسعه سامانه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، رصد هوشمند اطلاعات، تحلیل کلان‌داده‌ها و پایش عملیات شناختی از مهم‌ترین مؤلفه‌های این بعد بودند. این یافته با نتایج پژوهش‌های گورفسکی و همکاران (۲۰۲۴)، موناهان (۲۰۲۳) و کلوری و دوکلوزل (۲۰۲۲) همخوانی دارد که بر نقش فناوری‌های نوین در شکل‌دهی و گسترش جنگ شناختی تأکید کرده‌اند. این نتیجه را می‌توان با نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز (۲۰۱۰) نیز تبیین کرد. از منظر کاستلز، قدرت در عصر دیجیتال از طریق کنترل جریان اطلاعات و شبکه‌های ارتباطی اعمال می‌شود. بنابراین، برخورداری از زیرساخت‌های فناورانه پیشرفته و توانایی مدیریت داده‌ها، یکی از الزامات اساسی حکمرانی رسانه‌ای در عصر جنگ‌های شناختی است.

از دیگر یافته‌های مهم پژوهش، نقش حکمرانی رسانه‌ای و محتوایی در مدیریت جنگ روایت‌ها بود. خبرگان معتقد بودند که تولید محتوای معتبر، راستی‌آزمایی اطلاعات، مدیریت روایت و تقویت رسانه‌های حرفه‌ای از مهم‌ترین ابزارهای مقابله با عملیات شناختی هستند. این نتیجه با یافته‌های بنت و لیوینگستون (۲۰۱۸)، واردل و دراکشان (۲۰۱۷) و قهرمانی و مسلمی (۱۴۰۲) همسو است. از منظر نظریه چارچوب‌بندی انتمن (۱۹۹۳)، رسانه‌ها از طریق انتخاب و برجسته‌سازی برخی ابعاد واقعیت، چارچوب‌های تفسیری خاصی را در ذهن مخاطبان ایجاد می‌کنند. از این رو، در جنگ شناختی رقابت اصلی بر سر کنترل روایت‌ها و چارچوب‌های معنایی است و حکمرانی رسانه‌ای می‌تواند از طریق مدیریت این فرایندها، اثرگذاری عملیات شناختی را کاهش دهد.

یافته‌های پژوهش همچنین اهمیت آموزش و سواد رسانه‌ای را به‌عنوان یکی از ابعاد کلیدی الگو برجسته ساخت. خبرگان بر این باور بودند که توانایی تشخیص اخبار جعلی، تفکر انتقادی و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای از مهم‌ترین مؤلفه‌های مقابله با جنگ شناختی است. این نتیجه با یافته‌های هلسپر و همکاران (۲۰۲۳)، رضایی و ابراهیمی (۱۴۰۳) و جلیلوند و نبی‌لو (۱۴۰۳) همخوانی دارد.

بعد فرهنگی و اجتماعی نیز یکی از یافته‌های مهم پژوهش بود. نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی، هویت ملی و مشارکت نخبگان نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش مقاومت جامعه در برابر تهدیدات شناختی دارند. این یافته با نتایج پژوهش فکوروی‌روا و همکاران (۱۴۰۳) همسو است که جهاد تبیین، آگاهی‌بخشی و تقویت انسجام اجتماعی را از مهم‌ترین راهبردهای مقابله با جنگ شناختی معرفی کرده‌اند. همچنین این نتیجه با نظریه قدرت نرم نای (۲۰۲۱) قابل تبیین است؛ زیرا قدرت نرم بر نقش ارزش‌ها، هویت‌ها و مشروعیت اجتماعی در شکل‌دهی به نگرش‌ها و رفتارهای عمومی تأکید دارد.

در نهایت، یافته‌های پژوهش نشان داد که امنیت شناختی مهم‌ترین پیامد استقرار حکمرانی رسانه‌ای اثربخش است. امنیت شناختی زمانی محقق می‌شود که افراد و جامعه از توانایی لازم برای تشخیص، تحلیل و مقاومت در برابر اطلاعات نادرست، عملیات روانی و تلاش‌های سازمان‌یافته برای دستکاری افکار عمومی برخوردار باشند. در این

چارچوب، حکمرانی رسانه‌ای صرفاً به معنای مدیریت رسانه‌ها نیست، بلکه فرآیندی جامع برای حفظ انسجام اجتماعی و صیانت از امنیت ملی در برابر تهدیدات نوظهور شناختی است. در مجموع، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مقابله با جنگ شناختی در ایران مستلزم گذار از رویکردهای پراکنده و بخشی به سوی یک نظام حکمرانی رسانه‌ای یکپارچه است. الگوی ارائه‌شده در این پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری رسانه‌ای، هماهنگی نهادی، توسعه فناوری‌های هوشمند، مدیریت روایت، ارتقای سواد رسانه‌ای، تقویت سرمایه اجتماعی و تأمین امنیت شناختی باید به صورت هم‌افزا و در چارچوب یک نظام حکمرانی منسجم مورد توجه قرار گیرند. از این رو، الگوی پیشنهادی می‌تواند به عنوان چارچوبی علمی و کاربردی برای سیاست‌گذاران، مدیران رسانه‌ای و نهادهای مسئول در حوزه امنیت شناختی مورد استفاده قرار گیرد و زمینه ارتقای امنیت شناختی در برابر جنگ‌های شناختی و جنگ روایت‌ها را فراهم سازد.

پیشنهاد‌های کاربردی و سیاستی

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، الگوی حکمرانی رسانه‌ای برای مقابله با جنگ شناختی نیازمند گذار از رویکردهای سنتی، بخشی و واکنشی به الگوهای نوین، شبکه‌ای و پیش‌نگر است. در این راستا، پیشنهاد‌های کاربردی در قالب هفت محور زیر ارائه می‌شود:

حکمرانی شبکه‌ای چندسطحی

پیشنهاد می‌شود ساختار حکمرانی رسانه‌ای کشور از مدل سلسله‌مراتبی و متمرکز به مدل شبکه‌ای چندسطحی متشکل از دولت، نهادهای رسانه‌ای، پلتفرم‌های دیجیتال، دانشگاه‌ها و جامعه مدنی ارتقا یابد. در این الگو، تصمیم‌گیری نه به صورت متمرکز، بلکه از طریق شبکه‌ای از بازیگران به هم پیوسته و همکار انجام می‌شود. این امر موجب افزایش انعطاف‌پذیری، سرعت واکنش و هماهنگی نهادی در مواجهه با جنگ شناختی خواهد شد.

حکمرانی پیش‌نگر مبتنی بر هوش مصنوعی

به جای رویکردهای صرفاً واکنشی، پیشنهاد می‌شود سامانه حکمرانی پیش‌نگر مبتنی بر هوش مصنوعی و کلان‌داده طراحی شود که قادر باشد روندهای شکل‌گیری موج‌های شناختی، عملیات اطلاعاتی و تغییرات افکار عمومی را پیش‌بینی کند. این سامانه باید به عنوان ابزار تصمیم‌یار سیاست‌گذاران عمل کرده و امکان مداخله پیش‌دستانه را فراهم سازد.

حکمرانی روایت

با توجه به نقش محوری روایت‌ها در جنگ شناختی، پیشنهاد می‌شود نظام حکمرانی روایت ملی طراحی شود. این نظام وظیفه هماهنگ‌سازی تولید، توزیع، بازتولید و اصلاح روایت‌های راهبردی کشور را در فضای رسانه‌ای بر عهده دارد. در این مدل، روایت نه به عنوان محصول رسانه‌ای، بلکه به عنوان ابزار حکمرانی و قدرت نرم تلقی می‌شود.

تنظیم‌گری تطبیقی و هوشمند رسانه‌ای

پیشنهاد می‌شود نظام تنظیم‌گری رسانه‌ای کشور از قوانین ثابت و ایستا به سمت تنظیم‌گری تطبیقی و هوشمند حرکت کند. این نظام باید قابلیت انطباق با تغییرات سریع پلتفرم‌ها، الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی و شیوه‌های جدید انتشار محتوا را داشته باشد. چنین رویکردی موجب افزایش کارآمدی مقررات‌گذاری در محیط‌های رسانه‌ای پویا خواهد شد.

حکمرانی داده‌محور و داشبورد ملی جنگ شناختی

پیشنهاد می‌شود یک داشبورد ملی حکمرانی جنگ شناختی طراحی شود که به صورت لحظه‌ای وضعیت رسانه‌ای کشور را پایش، تحلیل و نمایش دهد. این داشبورد باید شامل شاخص‌های هشدار سریع، تحلیل روندها، شناسایی کمپین‌های اطلاعاتی و ارائه سناریوهای تصمیم‌سازی برای مدیران ارشد باشد.

توانمندسازی شناختی جامعه

در سطح اجتماعی، لازم است حکمرانی رسانه‌ای به سمت توانمندسازی شناختی شهروندان حرکت کند. این امر از طریق توسعه سواد رسانه‌ای پیشرفته، آموزش تفکر انتقادی، و ارتقای مهارت تحلیل اطلاعات در برابر عملیات شناختی محقق می‌شود. در این رویکرد، شهروند از یک «مصرف‌کننده منفعل اطلاعات» به «بازیگر فعال در اکوسیستم رسانه‌ای» تبدیل می‌شود.

حکمرانی امنیت شناختی یکپارچه

در نهایت، پیشنهاد می‌شود یک چارچوب یکپارچه برای حکمرانی امنیت شناختی ملی ایجاد شود که تمامی ابعاد سیاسی، نهادی، فناورانه، رسانه‌ای، آموزشی و فرهنگی را در یک نظام هماهنگ جمع کند. این چارچوب باید امکان رصد، پیشگیری، مقابله و بازسازی پس از عملیات شناختی را به صورت یکپارچه فراهم سازد. الگوی پیشنهادی این پژوهش نشان می‌دهد که حکمرانی رسانه‌ای در عصر جنگ شناختی نیازمند بازتعریف بنیادین در ساختار، ابزارها و منطق تصمیم‌گیری است. گذار از حکمرانی سلسله‌مراتبی به حکمرانی شبکه‌ای، از تنظیم‌گری ایستا به تنظیم‌گری تطبیقی، و از مدیریت واکنشی به حکمرانی پیش‌نگر، مهم‌ترین الزامات تحقق حکمرانی رسانه‌ای اثربخش در مواجهه با جنگ شناختی در ایران است.

منابع

۱. جلیوند، محمد رضا و نبی‌لو، مهدی. (۱۴۰۳). مختصات نقشه راه کاربست جنگ شناختی در رسانه‌های نوین. بررسی‌های مدیریت رسانه، ۳(۱)، ۲۸-۳. Doi: [10.22059/mmr.2024.376037.1077](https://doi.org/10.22059/mmr.2024.376037.1077)
۲. رضایی، داود و ابراهیمی، حسین. (۱۴۰۳). شناسایی عوامل، چالش‌ها و راهکارهای مقابله با جنگ شناختی با تمرکز بر نسل زد در ایران. مدیریت دفاع هوایی، ۳(۲)، ۲۷-۴۲. Dor: [20.1001.1.28211588.1403.3.2.2.0](https://doi.org/10.1001.1.28211588.1403.3.2.2.0)

۳. فکوری روا، هادی؛ قاسمی، حاکم؛ آقاییان، جواد و قربان زاده سوار، قربانعلی. (۱۴۰۳). مقابله با جنگ شناختی در حکمرانی اسلامی: تبیین نقش راهبردی جهاد تبیین در اندیشه مقام معظم رهبری. نشریه آیین حکمرانی، ۲ (۴)، ۱۵۸-۱۲۱. Doi: [10.22034/ah.2025.2062780.1051](https://doi.org/10.22034/ah.2025.2062780.1051)

۴. قهرمانی، صفر علی و مسلمی، نوشین. (۱۴۰۲). نقش شبکه ملی اطلاعات در مواجهه با جنگ شناختی - رسانه‌ای از منظر اندیشه دفاعی امام خامنه‌ای (مدظله العالی). مدیریت دانش اسلامی، ۵ (۹)، ۱۹۳-۱۴۹. Doi: [10.22081/jikm.2024.67676.1091](https://doi.org/10.22081/jikm.2024.67676.1091)

۵. مجد، نیما؛ محبوب عشرت آبادی، حسن؛ آقایی، محسن و صادقی، هادی. (۱۴۰۳). ارائه مدل مفهومی تدوین خط‌مشی مقابله با جنگ شناختی دشمن در فضای سایبر. جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی، ۵ (۳)، ۳۲۳-۳۵۱.

۶. مصطفی پور، احسان و غضنفری، عزیز. (۱۴۰۴). تدوین و اعتباربخشی مدل جنگ شناختی دشمن در مواجهه با انقلاب اسلامی بر اساس مدل‌سازی معادله ساختاری. فصلنامه علوم خبری، ۱۴ (۴)، ۲۵۲-۲۳۰. doi: [10.22034/Irsi.2025.523835.1366](https://doi.org/10.22034/Irsi.2025.523835.1366)

۷. نورانی، نوراله و ممدی، سعید. (۱۴۰۴). مدل مفهومی جنگ شناختی در سپهر جنگ‌های نوین با استفاده از روش فراترکیب. فصلنامه مطالعات راهبردی، ۲۸ (۳)، ۱۷۰-۸۸. Doi: <https://doi.org/10.22034/ssq.2025.469702.4183>

8. Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
9. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
10. Claverie, B., & du Cluzel, F. (2022). *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO Innovation Hub.
11. Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
12. Gorwa, R., Binns, R., & Katzenbach, C. (2024). Algorithmic Governance and Cognitive Security.
13. Helsper, E., Schneider, L., & van Deursen, A. (2023). Digital Resilience and Media Literacy in the Age of Disinformation.
14. Landis, J. R., & Koch, G. G. (1977). *The measurement of observer agreement for categorical data*. *Biometrics*, 33(1), 159-174.
15. McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press.
16. Monaghan, S. (2023). Cognitive Warfare and Information Operations in the Digital Age. *Survival*, 65(2), 7-24.
17. Nye, J. S. (2021). *Soft Power and Great-Power Competition*. Springer.
18. Puppis, M. (2010). Media Regulation in Small States. *International Communication Gazette*, 72(1), 7-17.
19. Puppis, M. (2010). Media Regulation in Small States. *International Communication Gazette*, 72(1), 7-17.
20. Reinikainen, H., Kari, J. T., & Luoma-Aho, V. (2020). Generation Z and Organizational Listening on Social Media. *Media and Communication*, 8(2), 185-196.

21. Rid, T. (2020). *Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare*. Farrar, Straus and Giroux.
22. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder*. Council of Europe.