



سازمان‌های اطلاعاتی و پیاده‌سازی دیپلماسی عمومی در چهارچوب جنگ شناختی سعید ساسانیان^۱

۳۹

دوره ۱۴، شماره ۴، پیاپی ۳۹
زمستان ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:
۱۴۰۳/۱۰/۲۲

تاریخ پذیرش:
۱۴۰۳/۱۲/۲۵

صص: ۵۵-۲۵

شابا چاپی: ۵۵۸۰-۲۲۲۲

رتبه علمی

ب

بررسی هفت کوهی، در:
JOURNALS.MSRT.IR

چکیده

در جنگ شناختی، یک بازیگر، باورها، اعتقادات، ارزش‌ها و هنجارها و نیز نظام محاسباتی مردم، نخبگان و مسئولان کشور حریف را آماج خود قرار می‌دهد. بخشی از این نبرد، ماهیتی کاملاً پنهان دارد. براین اساس، سازمان‌های اطلاعاتی می‌کوشند تا برای پیشبرد جنگ شناختی، از روش‌هایی بهره‌برند که هم اهداف، تحقق‌پذیر و هم الزامات پنهان‌بودگی دستیابی به اهداف موردتوجه باشد. دیپلماسی عمومی یکی از این روش‌هاست. حال سؤال اساسی این است که دیپلماسی عمومی به‌کارگرفته‌شده توسط سازمان‌های اطلاعاتی در چهارچوب جنگ شناختی با حریف، از چه ویژگی‌هایی برخوردار است؟ فرضیه در نظر گرفته شده در پاسخ به این سؤال، آن است که باتوجه به ماهیت پنهان سازمان‌های اطلاعاتی، این پنهان‌بودگی بر تمامی اجزا و مراحل دیپلماسی عمومی حاکم بوده و مشخصاً باتوجه به اهداف عمدتاً سلبی و مقابله‌ای این سازمان‌ها از اعمال دیپلماسی عمومی، مخاطبان و پیام‌های ارسالی با احتساب این رویکرد سلبی انتخاب می‌شوند. فرضیه موردنظر با جمع‌آوری داده‌ها از منابع کتابخانه‌ای و با رویکرد توصیفی و تحلیلی مورد بررسی قرار می‌گیرد. پاسخ به سؤال مذکور در پی این هدف است که با جایابی دیپلماسی عمومی در نظام کارکردی سازمان‌های اطلاعاتی، جنگ شناختی متخصصان علیه جمهوری اسلامی ایران را فهم‌پذیرتر سازد. یافته‌های حاصل نشان می‌دهد که دیپلماسی عمومی به‌کارگرفته‌شده توسط سازمان‌های اطلاعاتی به‌دلیل مأموریت و ماهیت متفاوت آن، از حیث هدف، نوع اطلاعات، نوع پیام، روش انتقال پیام، مخاطبان پیام، نوع و جغرافیای اقدام با دیپلماسی عمومی به‌کارگرفته‌شده توسط سازمان‌ها و نهادهای غیراطلاعاتی تفاوت دارد.

کلیدواژه‌ها: سازمان اطلاعاتی، دیپلماسی عمومی، جنگ شناختی، اقدام پنهان.

۱. عضو هیئت علمی پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

مقدمه

از جمله ویژگی‌های نظام بین‌الملل، آناشیک‌بودن، آشوبناکی و پیچیدگی‌های متعددی است که باعث می‌شود تا همواره سطحی از عدم قطعیت در مناسبات و تخاصمات بازیگران بین‌المللی با یکدیگر وجود داشته باشد. این ویژگی‌ها، زمینه‌ساز بهره‌برداری این بازیگران از حوزه‌های مختلف برای برتری یافتن بر یکدیگر شده است. از جمله حوزه‌هایی که اکنون مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته، آگاهی و شناخت مردمان کشورهای دیگر است. این، البته محدود به اکنون نیست، بلکه همواره در طول تاریخ، نشانه‌های پررنگی از اهتمام حاکمان برای اثرگذاری بر مردمان سایر سرزمین‌ها دیده می‌شود. اما آنچه باعث شده تا این حوزه در شرایط کنونی به یک مسئله اساسی تبدیل شود، رشد رسانه‌ها و دردسترس بودن قوه شناخت مردمان حتی کشورهای دور است. چنین امکانی، زمینه اثرگذاری بر قلوب و اذهان مردم و قوه شناخت آنها را فراهم کرده، به گونه‌ای که نوعی جدید از جنگ با عنوان جنگ شناختی را ایجاد کرده است.

جنگ شناختی در واقع اثرگذاری یک بازیگر خارجی بر قوه شناخت مردم کشوری دیگر است تا امکان شناخت دقیق و صحیح واقعیت را از آنها سلب کرده و تحلیل و جمع‌بندی آنها از رویدادها و روندها را دستخوش تغییر سازد. در صورت حصول چنین هدفی، عملاً شناخت مردم از ظرفیت‌ها، دوستان و متحدان، رقبا و دشمنان، تهدیدها و فرصت‌ها و... دچار تغییر خواهد شد. چنین جنگی البته صرفاً بر مردم و نخبگان اعمال نمی‌شود؛ برخی مواقع مقامات یک نظام سیاسی نیز در همین موارد، دچار سوگیری و خطا می‌شوند، به گونه‌ای در نهایت تصمیم‌های نادرست، نابهنگام و غیردقیق اخذ می‌شود. برخی مواقع، چنین تصمیم‌هایی می‌تواند زمینه فروپاشی یک نظام سیاسی را فراهم سازد.

در این میان، سازمان‌های اطلاعاتی نقشی اساسی ایفا می‌کنند. این سازمان‌ها با چهار نقش شناختی، اجرایی، نظارتی و صیانتی، نقشی مهم در کشورداری دارند. با توجه به اینکه بخشی از حکمرانی و تأمین منافع و امنیت ملی هر کشور، ناگزیر در محیط پیرامونی محقق می‌شود، این سازمان‌ها در حوزه خارجی نیز به کنشگری می‌پردازند. بر این اساس، آنها سهمی جدی در جنگ شناختی علیه کشور دیگر ایفا می‌کنند. بخشی از این نقش، ناشی از ماهیت پنهان جنگ شناختی و تحقق آن در حوزه خاکستری است که باعث می‌شود مسئولیت‌پذیری در جنگ شناختی، کاهش یابد. این ماهیت پنهان، با ذات سازمان‌های اطلاعاتی همراستا و همگون است و باعث می‌شود تا عاملیت آنها در چنین جنگی، بیشتر شود. آنها

1. Cognitive Warfare

برای اثرگذاری بر قوه شناخت مردم کشور حریف، روش‌های متعددی دارند؛ عملیات روانی، عملیات‌های سایبری و عملیات‌های تأثیرگذاری از این جمله هستند. اما آنچه اکنون مورد نظر است و از سوی سازمان‌های اطلاعاتی در برخی مواقع در دستورکار قرار می‌گیرد، دیپلماسی عمومی است. آنها با مخاطب قراردادن مردم و نخبگان کشور رقیب و با استفاده از ابزارهای مقتضی، می‌کوشند تا قلوب و اذهان و قوه شناخت آنها را دستکاری و همراستا با منویات خود، سامان دهند.

باتوجه به ماهیت آشکار دیپلماسی عمومی، اینکه یک سازمان اطلاعاتی آن را در دستورکار قرار دهد، محل بحث و تأمل است. بر این اساس، مقاله حاضر با تمرکز بر این موضوع، در پی پاسخ به این سؤال است که یک سازمان اطلاعاتی، ذیل جنگ شناختی با حریفان، چگونه از دیپلماسی عمومی بهره می‌برد؟ یا به بیان دیگر، دیپلماسی عمومی مورد استفاده از سوی چنین سازمانی، چه تفاوت‌هایی با دیپلماسی عمومی به‌کارگرفته‌شده از سوی یک سازمان غیراطلاعاتی دارد. فرضیه در نظر گرفته شده در پاسخ به این سؤال، آن است که دیپلماسی عمومی پیاده‌شده توسط سازمان‌های اطلاعاتی، تفاوت‌هایی ماهوی و شکلی با دیپلماسی عمومی سازمان‌های آشکاری چون وزارت‌های امور خارجه و نهادهای فرهنگی برون‌مرزی کشورها دارد و پنهان‌بودگی در تمامی مراحل طراحی و اجرای دیپلماسی عمومی مورد توجه است.

موضوع این مقاله از آن جهت دارای اهمیت است که جایابی دیپلماسی عمومی ذیل مأموریت‌های یک سازمان اطلاعاتی و برای اعمال جنگ شناختی علیه حریفان، می‌تواند دستیابی به منافع و تأمین امنیت ملی را در مسیری کم‌هزینه‌تر و البته عمیق‌تر و متداوم‌تر فراهم سازد. شناخت ابعاد این موضوع، نه تنها می‌تواند جمهوری اسلامی ایران را در سطح آفند و تهاجم به حریفان، آگاه‌تر و توانمندتر سازد، بلکه در سطح پدافند و دفاع نیز این امکان بیشتر از قبل فراهم خواهد شد تا پشت‌پرده جنگ شناختی دشمنان علیه جمهوری اسلامی ایران، بیشتر از قبل شناسایی شده و مقابله با آن، در مسیری همه‌جانبه‌تر صورت گیرد.

پیشینه پژوهش

1. Public Diplomacy

برنال^۱ و کارتر^۲ در کتاب «جنگ شناختی: حمله‌ای علیه حقیقت و تفکر»^۳ (Bernal & Carter, 2020)، به ماهیت جنگ شناختی پرداخته‌اند. این کتاب، ریشه‌های این جنگ غیرجنبشی را بررسی می‌کند. نویسندگان ابتدا به جنگ سرد و استفاده از عملیات روانی نگاهی می‌اندازند و سپس سیرارتقای جنگ را با نظر به پیشرفت فناوری و پیدایش جنگ الکترونیکی و سپس جنگ سایبری تشریح می‌کنند. استدلال می‌شود که جنگ شناختی نه تنها فراتر از کنترل جریان اطلاعات است بلکه تلاش می‌کند تا نحوه واکنش مردم را به اطلاعات کنترل کند یا تغییر دهد.

کلاک^۴ و جانسون^۵ در کتاب «جنگ اطلاعاتی جهانی: انعطاف‌پذیری غرب، راه‌اندازی کارزار و آثار شناختی»^۶ (Clack & Johnson, 2021) از چشم‌انداز غرب، تهدید جنگ اطلاعاتی را بررسی و نحوه دفاع در برابر آن را تحلیل می‌کنند. از نظر آنها، اطلاعات می‌تواند اعتماد را مخدوش و هیجان‌ها را تشدید کند و هویت‌ها را از نو بسازد. غرب در حال حاضر جنگ اطلاعاتی‌ای را تجربه می‌کند که برخی از مهم‌ترین ابزار آن عبارت‌اند از: اخبار جعلی، کارزارهای دروغ‌رسانی، دستکاری محتوای کاربران رسانه‌های اجتماعی و انجام جنگ ترکیبی. باوجوداین، به اعتقاد نویسندگان، غرب به‌تازگی واقعیت آنچه را اتفاق می‌افتد درک کرده است و در جایگاهی قرار دارد که می‌تواند از خودش دفاع کند. این کتاب در حالی تدوین شده که کشورهای غربی، خود در مقام مهاجم در جنگ شناختی فعال هستند. جان آنتال^۷ در مقاله‌ای تحت عنوان «میدان جنگ شناختی ۲۰۴۰»^۸ (Antal, 2019) معتقد است که اکنون در عصر شناختی در حال رقابت هستیم. بشریت چندین میلیون سال را به‌عنوان یک شکارچی سپری کرده، چندین هزار سال را در عصر کشاورزی، چند صدسال را در عصر صنعتی، چندین دهه را در عصر اطلاعات سپری کرده است و اکنون ما در حال شتاب‌گرفتن به عصر شناخت هستیم. جنگ در هر یک از این دوران تغییر کرد. عصر شناختی به‌عنوان عصری تعریف می‌شود که در آن اشیا باهوش

1. Alonso Bernal
2. Cameron Carter
3. Cognitive Warfare: An Attack on Truth and Thought
4. Timothy Clack
5. Robert Johnson
6. The World Information War: Western Resilience, Campaigning and Cognitive Effects
7. J Antal
8. The Cognitive Battlefield of 2040

می‌شوند، اطلاعات را به اشتراک می‌گذارند و هوش مصنوعی اجسام بی‌اثر را زنده می‌کند. این کتاب در چنین فضایی، به ماهیت جنگ شناختی طی سال‌های آتی می‌پردازد.

بن نورتون در مقاله‌ای تحت عنوان «پشت جنگ شناختی ناتو: نبرد برای مغز شما توسط ارش‌های غربی ایجاد شد»^۱ (Norton, 2021) به این موضوع می‌پردازد که ناتو در حال توسعه اشکال جدیدی از جنگ برای به راه انداختن یک «نبرد برای مغز» است. کارتل نظامی ناتو به رهبری آمریکا، شیوه‌های جدیدی از جنگ ترکیبی را علیه دشمنان خود از جمله جنگ اقتصادی، جنگ سایبری، جنگ اطلاعاتی و جنگ روانی آزمایش کرده است و اکنون، ناتو در حال توسعه نوع کاملاً جدیدی از نبرد است که نام آن را جنگ شناختی گذاشته است. این روش جدید که به‌عنوان «سلاح‌سازی علوم مغز» توصیف می‌شود، شامل «هک کردن افراد» با بهره‌برداری از «آسیب‌پذیری مغز انسان» به‌منظور اجرای «مهندسی اجتماعی» پیچیده‌تر است. نویسنده در این مقاله معتقد است که مغز، میدان نبرد قرن بیست‌ویکم خواهد بود.

نورمحمدی و انواری در کتاب «دیپلماسی عمومی و سازمان‌های اطلاعاتی» تلاش کرده‌اند تا ورود سازمان‌های اطلاعاتی را به دیپلماسی عمومی، با ذکر برخی مصادیق، تشریح کنند. البته بخشی از این کتاب، کارکردهای دیپلماسی عمومی برای این سازمان‌ها را تشریح می‌کند، از جمله اینکه چگونه این سازمان‌ها از دیپلماسی عمومی برای پیشبرد فعالیت‌های اطلاعاتی خود هم‌چون جلب همکاری شهروندان سایر کشورها بهره‌برداری می‌کنند (نورمحمدی و انواری، ۱۳۹۵). این کتاب اگرچه جزو معدود تألیفات در این حوزه محسوب می‌شود اما کمتر نگاه فرایندی به کاربست دیپلماسی عمومی توسط سازمان‌های اطلاعاتی داشته است.

این پژوهش‌ها بر موضوع ماهیت جنگ شناختی، به‌کارگیری آن توسط دولت‌ها و نیز نسبت آن با جنگ‌های اطلاعاتی متمرکز هستند. عمده پژوهش‌های صورت‌گرفته دیگر در حوزه جنگ شناختی نیز در چنین چهارچوبی قرار دارند. آنها وقتی به نسبت این جنگ با اطلاعات می‌پردازند، عمدتاً از منظر جنگ‌های اطلاعاتی، عملیات‌های روانی و اخبار جعلی اثرگذار بر سازوکارهای شناختی مخاطبان و موارد مشابه است. این در حالی است که به‌کارگیری دیپلماسی عمومی توسط سازمان‌های اطلاعاتی در چهارچوب جنگ‌های شناختی، کمتر محل توجه بوده و در معدود آثار قابل دسترسی نیز، نگاه فرایندی

1. Ben Norton

2. Behind NATO's cognitive warfare: Battle for your brain waged by Western militaries

به نحوه کاربست دیپلماسی عمومی توسط سازمان‌های اطلاعاتی قابل مشاهده نیست. از این رو، آنچه در این مقاله مورد بررسی قرار می‌گیرد، دارای نوآوری محسوب می‌شود.

چهارچوب مفهومی

الف. اطلاعات و کشورداری

عمده تعاریف ارائه شده از «اطلاعات»^۱ واجد نوعی نگاه فرایندی به آن است. به بیان دیگر، اطلاعات را خروجی یک فرایند در نظر می‌گیرند. اما واقعیت این است که در تعریف اطلاعات، نقاط مورد تاکید تحلیلگران و اندیشمندان این حوزه، متفاوت است. به عنوان مثال، وارنر^۲ اطلاعات را اغلب به عنوان حرفه جمع‌آوری اسرار خارجی به وسیله ابزارهای پنهان تعریف می‌کند (Warner, 2002). این در حالی است که آلن بریکسپیر^۳ افسر اطلاعاتی کهنه‌کار کانادایی، اطلاعات را توان پیش‌بینی به‌هنگام تغییرات - مثبت یا منفی - به‌منظور انجام اقداماتی در قبال آنها تعریف می‌کند (لوونتال، ۱۳۹۴: ۳۴). با وجود این نقاط تمرکز متفاوت در تعریف اطلاعات، لوونتال^۴ با سه نگاه به اطلاعات، کوشیده است تا این پراکندگی معنایی نسبی را چهارچوب‌مند سازد. از نظر او، سه تصور از اطلاعات وجود دارد:

- اطلاعات به‌عنوان یک روند: می‌توان به اطلاعات به‌عنوان ابزاری نگاه کرد که توسط آن، انواع خاصی از اطلاعات مورد نیاز و درخواست شده، جمع‌آوری، تجزیه و تحلیل و سپس توزیع می‌شود و نیز روش‌هایی که با استفاده از آنها، انواع خاصی از اقدامات پنهان، تصور و انجام می‌شوند.
- اطلاعات به‌عنوان یک محصول: می‌توان اطلاعات را محصول این روندها، یعنی محصول تجزیه و تحلیل‌ها و عملیات اطلاعاتی دانست.
- اطلاعات به‌عنوان سازمان: اطلاعات را می‌توان واحدهایی دانست که انجام کارکردهای مختلف آن را به عهده دارند (لوونتال، ۱۳۹۴: ۳۵).

واقعیت این است که هر سه نگاه به اطلاعات، رایج بوده و در ادبیات رسمی و عامیانه پرکاربرد می‌باشد. اصطلاح «کار اطلاعاتی» اشاره به روندی دیدن اطلاعات دارد؛ «دادن اطلاعات» به‌نوعی بیان‌گر

1. Intelligence
2. Warner
3. Alan Breakspear
4. Mark M. Lowenthal

اطلاعات به‌عنوان یک محصول است و در نهایت عضویت در «اطلاعات» نیز به عضویت در سازمانی اشاره دارد که کارویژه و کارکردهای اطلاعاتی دارد و منطبق با نگاه سوم به اطلاعات است. آنچه در این مقاله از «اطلاعات» مقصود است، سازمان اطلاعاتی است و البته با توجه به پنهان‌بودگی آن، محصول و روند بودن اطلاعات هم مورد توجه است. اما سؤال آن است که کدام نقش این سازمان مورد نظر است؟ در خصوص نقش‌های سازمان‌های اطلاعاتی در کشورداری، چهار نقش ذکر شده است (میرمحمدی و ریحانی، ۱۴۰۱: ۱۳۴-۱۳۶):

نقش شناختی: منظور از این نقش، تولید معرفت و آگاهی از محیط امنیت ملی براساس نیازهای تصمیم‌گیران و واحدهای سیاستگذاری است.

نقش نظارتی: مراد از این نقش، نظارت بر حسن اجرای امور توسط کارگزاران نظام سیاسی است. این کارگزاران ممکن است به دلایل مختلف، وظایف و کارویژه‌های مورد انتظار را به‌درستی انجام ندهند. شناسایی خطاها و اشتباهات سهوی و عمدی کارگزاران، انحراف آنان از سیاست‌ها و تصمیم‌ها، یا هرگونه اختلال در فرایند کشورداری یکی از وظایف نهادهای اطلاعاتی است.

نقش اجرایی: منظور از این نقش، استفاده از توانمندی‌های اطلاعاتی برای عملیاتی کردن برخی از سیاست‌های نظام سیاسی است. اگر معطل ماندن برخی سیاست‌ها و ناتوانی دسنگاه‌های اجرایی در پیشبرد آن، منافع حیاتی نظام را با مخاطره روبرو کند، سیاستگذاران و رهبران ارشد نظام ممکن است از دستگاه اطلاعاتی بخواهند که به‌طور موقت و در یک موضوع خاص، جایگزین نهاد اجرایی تخصصی شده و تصمیم یا سیاست معطل مانده را عملیاتی کنند. هم‌چنین اجرای برخی از سیاست‌ها و تصمیم‌ها نیازمند پنهان‌کاری است؛ در این مواقع نیز عملیاتی شدن سیاست توسط سازمان اطلاعاتی انجام می‌شود. نقش اجرایی از کارکرد اقدام پنهان در سازمان اطلاعاتی ناشی شده و مستلزم مداخله پنهان در محیط امنیت ملی است.

نقش صیانتی: منظور از این نقش، حفاظت از زیرساخت‌ها و دارایی‌های حیاتی کشور در برابر تهاجم اطلاعاتی، اقدامات خرابکارانه و فعالیت‌های تروریستی است. این نقش که برآمده از کارکرد ضداطلاعات است، در کشورهایی که با تهدیدات اطلاعاتی خارجی متعدد روبرو هستند، اهمیت و وزن بیشتری می‌یابد.

ذیل نقش اجرایی، تهاجم اطلاعاتی به حریف که نوعی اقدام پنهان در محیط امنیت ملی است، قابل معنا می‌باشد. در تعریف تهاجم اطلاعاتی اینگونه آمده است: «تهاجم اطلاعاتی مجموعه اقدامات اطلاعاتی پیش‌دستانه یا خشی‌کننده است که با هدف کشف افکار و نیت، تضعیف ارکان قدرت ملی و اثرگذاری بر تصمیمات رقیب/ حریف در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی اجتماعی، علمی فناوری، سایبری، نظامی و امنیتی در سه قلمروی ۱- ادراکی و شناختی، ۲- اطلاعاتی و سایبری و ۳- شبه‌نظامی و امنیتی در دو فضای حقیقی و مجازی با ابعاد تاکتیکی، عملیاتی و راهبردی، طراحی و در حوزه سرزمینی حریف در سطح ملی، منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای به صورت نرم و نیمه‌سخت انجام می‌پذیرد».



شکل ۱. اجزای تهاجم اطلاعاتی (تاجیک و محمدی، ۱۴۰۰: ۱۱۴)

ب. دیپلماسی عمومی

اگر قدرت نرم را توانایی تغییر رفتار دیگران با تکیه بر جاذبه بدانیم، آنگاه باید گفت که دیپلماسی عمومی ابزاری برای تولید این قدرت است. تأمل در منابع قدرت نشان می‌دهد که بعضی از آنها بالفعل

و به صورت آماده‌ای قابل ترجمه به قدرت نرم هستند و برخی دیگر نیازمند پردازش، معرفی و توضیح برای افکار بیرونی می‌باشند. دیپلماسی عمومی می‌تواند در فرآیند پردازش یادشده وارد عمل شود و منابع خام قدرت نرم را به قدرت بالفعل تبدیل کند. براین اساس، گاه نسبت دیپلماسی عمومی و قدرت نرم را به نسبت نیروی نظامی و قدرت سخت تشبیه کرده‌اند (حسینی، ۱۳۹۰: ۱۱۴). در مجموع، دیپلماسی عمومی با اعمال نفوذ بر نحوه نگرش توده مردم، بر شکل‌گیری و اجرای سیاست‌های خارجی سروکار دارد. دیپلماسی عمومی مؤلفه‌هایی از قبیل روابط بین‌الملل در قالب‌هایی فراتر از دیپلماسی سنتی؛ بهره‌برداری دولت‌ها از افکار عمومی در سایر کشورها؛ تعامل گروه‌های خصوصی و منافع خصوصی در یک کشور با ارائه گزارش در مورد امور خارجی و تأثیر آن بر سیاست‌گذاری؛ ارتباطات میان‌انتهایی که شغل‌شان در حیطه ارتباطات است (مثلاً دیپلمات‌ها و خبرنگاران خارجی)؛ و فرآیند ارتباطات بین‌فرهنگی را در خود جای می‌دهد (کول، ۱۳۹۰: ۶۱).

با استفاده از برخی تعاریف (Taylor, 2006 & Cull, 2007) می‌توان دیپلماسی عمومی را اینگونه دانست: عبارت است از تلاش یک دولت برای مدیریت کردن محیط خارجی خود از طریق کار با عموم مردم کشور هدف و ارتباط‌گیری با آنها از طریق توضیح ارزش‌ها، فرهنگ‌ها، سیاست‌ها و عقاید خود برای آنها که به بهبود و ترمیم وجهه و شهرت خود در نزد آن جامعه منجر خواهد شد. در دیپلماسی عمومی نمی‌توان محوریت «ارتباط»^۱ را در نظر نگرفت. این، مبنای تلاشی جدی و نظامند از سوی زاهارنا شده است که از دو رویکرد به ارتباطات سخن می‌گوید. یک دیدگاه به این گرایش دارد که ارتباطات را به‌مثابه فرایند خطی انتقال اطلاعات که اغلب با هدف اقناع و کنترل صورت می‌گیرد در نظر آورد و دیدگاه دیگر، ارتباطات را به‌مثابه فرایند اجتماعی ایجاد روابط و ترویج هماهنگی قلمداد می‌کند (زاهارنا، ۱۳۹۰: ۲۳۴-۲۳۳). براین اساس چارچوبه اطلاعاتی توجه خود را بر موضوع طراحی و اشاعه پیام‌ها که به‌منظور پیشبرد اهداف سیاسی انجام می‌گیرند، متمرکز می‌سازد (اطلاع‌محور) و چارچوبه رابطه‌ای توجه خود را بر موضوع ایجاد رابطه و برساختن ساختارهای اجتماعی که به‌منظور پیشبرد اهداف سیاسی انجام می‌گیرند، متمرکز می‌کند (ارتباط‌محور) (زاهارنا، ۱۳۹۰: ۲۳۴).

1. Relation
2. Zaharna R. S.
3. Information Framework
4. Relational Framework

در دیپلماسی سنتی، یک‌طرفه یا اطلاع‌محور، برای انتقال پیام از رادیوهای بین‌المللی، شبکه‌های ماهواره‌ای تلویزیونی، خبرگزاری‌ها، کتاب، نشریات و... استفاده می‌شود. اما در دیپلماسی عمومی نوین، دوطرفه یا ارتباط‌محور، از برنامه‌های مبادله آموزشی و فرهنگی، مؤسسه‌های آموزش زبان‌های خارجی، شبکه‌های اجتماعی، همایش‌های گفتگو پایه، موافقت‌نامه‌های خواهرخواندگی میان شهرها به همراه برنامه‌های فرهنگی مرتبط و... استفاده می‌شود.

ج. جنگ شناختی

سیگر، امنیت شناختی را به معنای محافظت از دانش، فهم و آگاهی شهروندان می‌داند؛ این امنیت، شامل کسب اطمینان از آگاهی واقعی نسبت به چیزهایی است که جامعه فکر می‌کند درست هستند (Seger & others, 2020: 23-50). هم‌چنین وجه دیگر امنیت شناختی، شامل توان تشخیص ادعاهای غلط و بی‌مدرک و ایجاد سامانه‌های اطلاعاتی مقاومت در برابر تهدیدهای شناختی مانند اخبار جعلی است. بنابراین امنیت شناختی شامل اطمینان از این می‌شود که شهروندان یک کشور بدانند که چه چیزی را می‌دانند و اینکه بتوانند ادعاهای بی‌اساس یا نادرست را تشخیص دهند و اطمینان یابند که اکوسیستم‌های اطلاعاتی نسبت به تهدیدهای شناختی مانند اخبار جعلی مقاوم هستند (سیگر، ۱۳۹۹). چهار روند مختلف، امنیت شناختی را تهدید می‌کنند: اطلاعات گسترده و کمبود توجه، عقلانیت محدود، سوءاستفاده دشمن از جریان اطلاعات و فرسایش اعتماد. این چهار روند تهدیدزا، به ایجاد حباب‌های شناختی برای افراد منجر می‌شوند و توانایی آنها را برای تشخیص حقیقت از دروغ، از بین می‌برند (رضایی و ترابی، ۱۴۰۱ به نقل از Seger & others, 2020: 23-50).

حتی اگر روندهای دیگری نیز قابل افزایش به این چهار روند باشند، آنچه اکنون می‌تواند مبنایی برای فهمی دقیق از جنگ شناختی باشد، این است که هرآنچه امنیت شناختی را تحت تأثیر قرار دهد و از جانب یک بازیگر متخاصم خارجی صورت گیرد، عملاً جنگی شناختی است. این تأکید بر بازیگر متخاصم خارجی، ناشی از «جنگ‌بودن» جنگ شناختی است (حسینی، ۱۳۸۸).

فارغ از عامل اعمال‌کننده جنگ شناختی، بستر تحقق و آماج آن محل بحث است. براین اساس می‌توان گفت جنگ شناختی مفهوم جدیدی است که بستر آن حوزه اطلاعات است و به‌عنوان نبرد برای اثرگذاری بر ذهن توصیف می‌شود (Norton, 2021: 1). به‌عبارت دیگر جنگ شناختی، ذهن را به‌عنوان فضای نبرد مورد بحث قرار می‌دهد. درحال حاضر، پنج حوزه جنگی که شامل زمین، دریا،

هوا، فضا و فضای سایبری است، به رسمیت شناخته شده و بسیاری از صاحب‌نظرات پیشنهاد می‌کنند که ششمین حوزه جنگ تحت عنوان «حوزه شناختی» باید به این ادبیات اضافه شود (Torbet, 2020: 3). با اتکا به این بستر و حوزه جنگی، می‌توان گفت هدف رقابت استراتژیک قرن بیست‌ویکم با محوریت جنگ شناختی، مبارزه برای آگاهی انسان است. اگرچه اکثر درگیری‌های کنونی زیر آستانه تعریف سنتی پذیرفته شده جنگ باقی می‌مانند، اما ماهیت جنگ تغییر کرده است و اشکال جدیدی از جنگ مانند جنگ شناختی ظهور کرده‌اند.

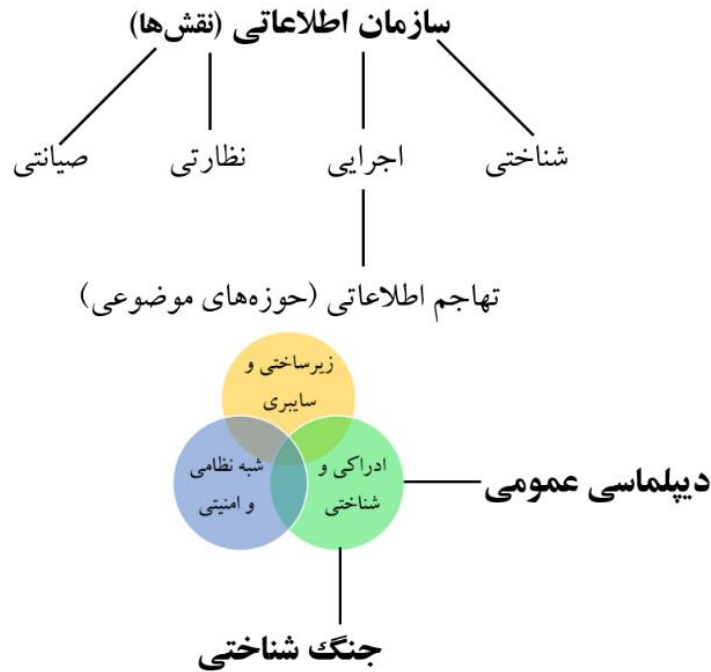
تعاریف جنگ شناختی نیز با اتکا به همین بستر و حوزه که مورد تهاجم بازیگر متخاصم خارجی است، ارائه شده‌اند. الیور بکز و اندرو سواب از مرکز بلفر دانشگاه هاروارد، جنگ شناختی را اینگونه تعریف می‌کنند: «جنگ شناختی نوعی استراتژی است که بر تغییر نحوه تفکر یک جمعیت هدف و از طریق آن، نحوه عملکرد تمرکز دارد» (Backes & Swab, 2019). اُتول در تعریف جنگ شناختی اینگونه می‌گوید: «اقداماتی در حوزه شناختی برای ایجاد یک ادراک از پیش تعیین شده در بین مخاطبان هدف به منظور کسب مزیت نسبت به طرف دیگر». از نظر او، حوزه شناختی شامل «ادراک و استدلال از محیط اطلاعاتی است که برای تأثیرگذاری بر باورها، ارزش‌ها و فرهنگ افراد، گروه‌ها و یا جمعیت به هم پیوسته حاصل می‌شود» (Ottewell, 2020: 246).

در تعریفی دیگر، جنگ شناختی، دستکاری گفتمان عمومی توسط عناصر خارجی است که به دنبال تضعیف وحدت اجتماعی یا آسیب رساندن به اعتماد عمومی به نظام سیاسی هستند (Rosner & Siman-Tov, 2018: 6). نورتون، هنر استفاده از فناوری‌ها برای تغییر شناخت اهداف انسانی به گونه‌ای که این فناوری‌ها شامل حوزه‌های نانو تکنولوژی، بیوتکنولوژی، فناوری اطلاعات و علوم شناختی است را در تعریف جنگ شناختی مبنا قرار می‌دهد (Norton, 2021: 3). تأکید او بر فناوری، اگرچه تعریفش از جنگ شناختی را روزآمدتر می‌سازد اما همچنان فضای اثرگذاری این جنگ، همانی است که تعریف دیگر نیز مورد اشاره قرار داده‌اند.

در یک تعریف متفاوت‌تر اما همراستا با سایر تعاریف، جنگ شناختی سلاح افکار عمومی توسط یک نهاد خارجی، به منظور تأثیرگذاری بر سیاست عمومی و دولتی و بی‌ثبات کردن نهادهای عمومی است (Bernal & others, 2020: 3). در این تعریف، بازیگر و هدف جنگ شناختی مورد توجه قرار گرفته است. تأکید بر تأثیرگذاری بر سیاست عمومی و دولتی و بی‌ثبات‌سازی نهادهای عمومی،

غایت جنگ شناختی است که می‌تواند اهداف کلانی چون استحاله، براندازی یا فروپاشی یک نظام سیاسی را ایجاد نماید. بنابراین جنگ شناختی، در یک فضای کلان‌تری از رقابت‌ها و تخصص‌ها معنا می‌یابد، همان‌گونه که ابزارها و جنگ‌های دیگر مانند تحریم یا حمله نظامی نیز چنین هستند. به‌عنوان ازاین‌رو لازم است اهداف اساسی جنگ شناختی مورد تأکید قرار گیرد. نفوذ به حوزه شناخت، ذهن و قلب طرف مقابل جهت ایجاد تأثیر و نهایتاً تغییر رفتار آن یا تأثیرگذاری بر ذهن و اراده مردم و رهبران که خود مقدمه‌ای برای استحاله، فروپاشی یا براندازی آن است، از مهم‌ترین اهداف جنگ شناختی است. بر همین اساس، ویژگی‌های جنگ شناختی باید تأمین‌کننده این اهداف باشد. براساس تعاریف ذکر شده برای جنگ شناختی، اکنون می‌توان ویژگی‌های آن را اینگونه برشمرد: مبتنی بر عنصر شناخت است؛ دارای فضای مجازی، سیال و نرم‌افزاری است؛ در شرایط عدم قطعیت، بی‌نظمی و آشوبناکی تحقق می‌یابد؛ هویت ذهنی و انتزاعی، سیالیت و غیرسببی بودن روابط اجزاء از بسترهای پیگیری و تحقق آن است؛ تعریف دقیق پیروزی و شکست در آن برخلاف این مفاهیم متعارف در سایر حوزه‌ها امکان‌ناپذیر است؛ بدون محدودیت‌های فیزیکی (زمان و فضا) انجام می‌شود و انسجام نیروها براساس پیوندهای ایدئولوژیک، فرقه‌ای یا قومی است (مبینی کشه و امینی، ۱۴۰۳: ۶۱).

براساس آنچه آمد، می‌توان مدل مفهومی مقاله حاضر را اینگونه ارائه کرد. در واقع سازمان‌های اطلاعاتی ذیل نقش اجرایی در محیط خارجی و در مقابله با حریف، تهاجم اطلاعاتی را در دستورکار قرار می‌دهند. ذیل چنین تهاجمی، سه حوزه قابل تعریف است که یکی از مهم‌ترین آنها، حوزه موضوعی ادراکی و شناختی است. عملاً سازمان‌های اطلاعاتی در چنین چهارچوبی، به حوزه جنگ شناختی با حریف وارد شده‌اند. ازسوی دیگر، باتوجه به ماهیت ادراکی این حوزه، دیپلماسی عمومی به‌دلیل ذات مرتبط با قلوب و اذهان مخاطبان خارجی و مشخصاً مردم و نخبگان، می‌تواند مورد استفاده سازمان‌های اطلاعاتی در این جنگ شناختی قرار گیرد.



شکل ۲. مدل مفهومی (منبع: نگارنده)

روش پژوهش

این پژوهش از نظر ماهیت و روش، توصیفی و تحلیلی است. داده‌های مورد استفاده از روش کتابخانه‌ای و با استفاده از مقاله‌ها، کتاب‌ها و جستجوهای اینترنتی جمع‌آوری شده است. این داده‌ها در یک رویکرد تحلیلی و استنباطی، مورد بررسی و پردازش قرار گرفته است. با توجه به موضوع خاص این مقاله و جامعه ذی‌نفعان آن، پژوهشگران و نیز فعالان حوزه سیاست و امنیت در دو سطح خارجی (اطلاعات خارجی) و داخلی (ضدجاسوسی)، می‌توانند از جمله مخاطبان آن باشند. بنابراین از این منظر می‌توان این مقاله را در زمره پژوهش‌های کاربردی دانست.

کاربست دیپلماسی عمومی توسط سازمان‌های اطلاعاتی

از میان نقش‌های چهارگانه سازمان‌های اطلاعاتی یعنی نقش شناختی، اجرایی، نظارتی و صیانتی، ورود عملی به حوزه دیپلماسی عمومی ذیل جنگ شناختی توسط این سازمان‌ها، از آنجا که در مسیر

تغییر ادراک، ذائقه و نظام محاسباتی مخاطبان در کشور هدف است، در چهارچوب نقش اجرایی این سازمان‌ها جای می‌گیرد. همان‌گونه که آمد، منظور از این نقش، استفاده از توانمندی‌های اطلاعاتی برای عملیاتی‌کردن برخی از سیاست‌های نظام سیاسی است (میرمحمدی و ریحانی، ۱۴۰۱: ۱۳۵). بنابراین زمانی که یک نظام سیاسی در راستای سیاست‌های کلان خود در رقابت یا خصومت‌ورزی با کشوری دیگر، می‌کوشد از جنگ شناختی بهره برد، عملاً سازمان اطلاعاتی آن با ایفای نقش اجرایی برای رسیدن به این هدف، در راستای تهاجم اطلاعاتی مأموریت می‌یابد. نمونه‌های متعددی از چنین نقش‌آفرینی در دسترس است؛ به‌عنوان نمونه، کتاب «جنگ سرد فرهنگی: سیا در عرصه و هنر» (ساندرز، ۱۳۸۳) در پی آن است تا ماهیت و چگونگی عملکرد سازمان اطلاعات خارجی آمریکا را در مصاف با شوروی بیان کند. بخشی از این عملکرد، عملاً ذیل دیپلماسی عمومی و با پوشش‌های باورپذیر از سوی سیا صورت می‌گرفته است. سازمان اطلاعات خارجی شوروی و سپس سازمان اطلاعات خارجی روسیه^۳ نیز هر دو از دیپلماسی عمومی و اقدامات نرم برای اثرگذاری بر ذهنیت ملت‌های مختلف نسبت به آمریکا، بهره برده‌اند. بر همین اساس تاریخ اطلاعاتی روسیه نشان می‌دهد که این روش‌ها هیچ‌گاه کنار گذاشته نخواهند شد، به‌گونه‌ای که معاون رئیس سرویس اطلاعات خارجی روسیه پیش‌تر گفته بود که چنین اقداماتی، از مهم‌ترین ابزارهای سیاست خارجی روسیه هستند (Pringle, 2010: 783).

آنچه در ادامه می‌آید، متناسب با چهارچوب مفهومی و نظری ارائه‌شده، در پی آن است تا اجزای تعریف تهاجم اطلاعاتی را ذیل نقش اجرایی سازمان‌های اطلاعاتی، با نگاه به ماهیت دیپلماسی عمومی، منطبق ساخته و عملاً به سؤال اصلی این مقاله که بر نحوه کاربست دیپلماسی عمومی توسط سازمان‌های اطلاعاتی ذیل جنگ شناختی متمرکز است، پاسخ دهد. واقعیت آن است که طبق عرف‌های شناخته‌شده و مأموریت‌های توزیع‌شده میان نهادهای دولتی، دیپلماسی عمومی در نگاه نخست، از یک سازمان اطلاعاتی انتظار نمی‌رود. ماهیت پنهان این سازمان‌ها و عملکردشان هم باعث می‌شود تا در صورت وجود چنین رویه‌ای، عملاً شناخت کافی‌ای از آن وجود نداشته باشد، چراکه داده‌های مرتبط با آن، آنقدر دارای طبقه‌بندی است که افشای آنها باعث تضعیف امنیت ملی کشورها خواهد شد. بنابراین سخن گفتن از نسبت دیپلماسی عمومی با سازمان‌های اطلاعاتی، متناسب با اجزای تعریف تهاجم

1. CIA
2. KGB
3. SVR

اطلاعاتی، عملاً می‌تواند بیانگر تفاوت کاربست دیپلماسی عمومی در یک سازمان آشکار همچون وزارت امور خارجه با یک سازمان پنهان مانند سازمان اطلاعاتی باشد. آنچه که در ادامه می‌آید و براساس یافته‌های حاصل از منابع کتابخانه‌ای و در یک فرایند استنباطی و تحلیلی و با اتکا به داده‌های در دسترس حاصل شده است، عملاً این تفاوت‌ها را تشریح می‌کند و باعث می‌شود تا نحوه به‌کارگیری دیپلماسی عمومی از سوی سازمان‌های اطلاعاتی در یک جنگ شناختی با حریف، تدقیق شود. مواردی که در ادامه بررسی می‌شود، مبتنی بر اجزای تعریف تهاجم اطلاعاتی و نیز اجزای یک ارتباط اقناعی یعنی پیام، انتقال پیام و مخاطب است.

رویکرد و ماهیت اقدام: طبیعی است که وقتی دیپلماسی عمومی ذیل تهاجم اطلاعاتی و برای شکل‌دهی به یک جنگ شناختی به‌کار بسته می‌شود، ماهیت تهاجمی داشته باشد. به‌عنوان مثال، سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا، سیاه‌پوش از حمله روسیه به اوکراین، اطلاعات پنهان جمع‌آوری شده از تدارک مسکو برای حمله به اوکراین را رسانه‌ای کرد تا عملاً با اثرگذاری بر مخاطبان خارجی، زمینه فشار بر روسیه را جهت ممانعت از حمله آن فراهم سازد (Dylan & Maguire, 2022: 33). بنابراین، رویکرد و ماهیت اقدام در دیپلماسی عمومی به‌کار گرفته شده توسط سازمان‌های اطلاعاتی، متناسب با ذات و کارکرد پنهان آنها، اطلاعاتی است.

نوع و ابعاد اقدام: به‌طور کلی اقدامات سازمان‌های اطلاعاتی هر سه گونه سخت، نیمه‌سخت و نرم را البته با تفاوت‌هایی در میزان و شدت استفاده دربرگرفته و چنین رویکردی ذیل نقش اجرایی این سازمان‌ها جای می‌گیرد (میرمحمدی و ریحانی، ۱۴۰۱: ۱۳۶). در واقع سه قلمرویی که تهاجم اطلاعاتی در آن معنا می‌یابد، یعنی؛ ۱- ادراکی و شناختی، ۲- اطلاعاتی و سایبری و ۳- شبه‌نظامی و امنیتی (تاجیک و محمدی، ۱۴۰۰: ۱۱۴) نیازمند سه‌گونه اقدام نرم، سخت و نیمه‌سخت است. با توجه به ماهیت ارتباطی و نرم‌گونه دیپلماسی عمومی، وقتی یک سازمان اطلاعاتی، از این دیپلماسی ذیل جنگ شناختی برای اثرگذاری بر قوه شناخت و نظام محاسباتی حریف بهره می‌برد، طبیعی است که اقدامات نرم را در دستورکار قرار دهد. بر همین اساس است که افشای اطلاعات و عمومی‌سازی آنها از طریق رسانه‌ها به‌مثابه یک اقدام تهاجمی که ماهیتی نرم دارد، برخی مواقع با عنوان «به‌کارگیری راهبردی» در دستورکار

سازمان‌های اطلاعاتی قرار می‌گیرد (Dylan & Maguire, 2022: 36) تا بتوانند زمینه تغییر نظام محاسباتی حریف را ذیل جنگ شناختی فراهم سازند.

قلمروی موضوعی: باتوجه به سه قلمرویی که تهاجم اطلاعاتی در آنها امکان تحقق دارد و پیش‌تر تشریح شد، دیپلماسی عمومی، اساساً در قلمروی موضوعی شناختی و ادراکی محقق می‌شود، چه از سوی یک سازمان اطلاعاتی طراحی و اجرا شود و چه از سوی یک سازمان غیراطلاعاتی. بنابراین حتی اگر قلمروی موضوعی عملیات یک سازمان اطلاعاتی، در حوزه زیرساختی و سایبری یا شبه‌نظامی و امنیتی نیز باشد، باز هم می‌توان از آن در قالب حوزه شناختی و ادراکی بهره برد. یک عملیات سایبری خرابکارانه، اگرچه می‌تواند یک کارکرد نظام سیاسی حریف را مختل کند، اما به‌لحاظ ادراکی و شناختی، به مردم آن کشور، ناتوانی دولت‌شان در حفاظت از داده‌ها، خدمات و موارد مشابه را القا می‌کند. کتاب «اسرائیل و تهدید سایبری» که به تشریح عملیات‌های سایبری رژیم صهیونیستی در ایران می‌پردازد، در این چهارچوب قابل تفسیر است (Freilich & others, 2023). بنابراین سازمان اطلاعاتی مهاجم در حوزه سایبری به عملیات پرداخته اما با سوژه‌سازی آن در قالب دیپلماسی عمومی و تشریح برخی جزئیات برای مردم، در پی اثرگذاری بر نظام شناختی آنها از توان دولت‌شان خواهد بود. کال در کتاب خود با نام «دیپلماسی عمومی؛ بنیان‌هایی برای تعامل جهانی در عصر دیجیتال»^۱ امثال‌های متعددی از نقش‌آفرینی سازمان‌های اطلاعاتی برای تغییر ذائقه، شناخت و محاسبات مخاطبان خارجی آورده است که بیانگر تنوع موضوعی به‌کارگیری دیپلماسی عمومی از سوی آنهاست. همکاری سرویس پایش^۲ بی‌بی‌سی با واحد شنود سرویس اطلاعات خارجی آمریکا برای رهگیری و شنود برنامه‌های خاصی که با اقبال در جهان مواجه می‌شوند (Cull, 2019: 252)، تلاش سرویس اطلاعات خارجی انگلیس برای اقناع و کسب رضایت غیرمستقیم زنان آمریکایی جهت تسهیل ورود دولت آمریکا به جنگ جهانی دوم با ساخت یک مجموعه داستانی درباره زندگی در لندن زیر بمباران‌های آلمان در رادیو بی‌بی‌سی (Cull, 2019: 65)، اهمیت فوق‌العاده مؤسسه افکارسنجی گالوپ^۳ برای سیا جهت تدوین گزارش‌هایی از علایق و جهت‌گیری مردمان کشورهای دیگر تاجایی که یک واحد مقاوم درمقابل حمله

1. Nicholas John Cull
2. Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age
3. Monitoring
4. Gallup

هسته‌ای را در اختیار این مؤسسه قرار داده بود (Cull, 2019: 63) و... موارد دیگری است که نشان می‌دهد سازمان‌های اطلاعاتی برای کسب اهداف نظامی و جهت‌دهی افکار عمومی برای ایجاد تغییرات سیاسی در کشورهای دیگر، از دیپلماسی عمومی بهره می‌برده‌اند.

اهداف: همانگونه که آمد، هدف از تهاجم اطلاعاتی، مشخصاً ذیل جنگ شناختی، تضعیف ارکان قدرت ملی حریف و اثرگذاری بر تصمیمات آن است (تاجیک و محمدی، ۱۴۰۰: ۱۱۴). این اثرگذاری، می‌تواند ذیل جنگ شناختی و در حوزه ادراکی و شناختی مردم، نخبگان و مسئولان حریف صورت گیرد. بنابراین، به‌کارگیری دیپلماسی عمومی با چنین رویکردی، باید در مسیر دستیابی به این اهداف باشد. برای دستیابی به این هدف با دیپلماسی عمومی‌ای که با رویکرد تهاجم اطلاعاتی ساماندهی شده است، مسائلی مورد توجه قرار می‌گیرند که ماهیتی متفاوت از مسائل نیمه‌سخت مرتبط با ارکان قدرت ملی حریف را داشته باشند. به‌عنوان نمونه، تضعیف انسجام ملی یا هویت ملی حریف یا به‌صورت کلی‌تر، تأثیرگذاری بر منابع قدرت نرم حریف، می‌تواند در این چهارچوب باشد (زندى پور، ۱۳۹۹: ۴۹۵). بنابراین هدف سازمان اطلاعاتی در جنگ شناختی، عمدتاً سلبی و در مسیر اثرگذاری بر ادراک، قوه شناخت و نظام محاسباتی حریف است، به‌گونه‌ای که پیوند میان مردم و حاکمیت حریف، تضعیف و پیوند میان خود با آن مردمان تقویت شود. براین اساس، هدف از به‌کارگیری دیپلماسی عمومی ذیل جنگ شناختی از سوی سازمان‌های اطلاعاتی با توجه به ماهیت این نوع از دیپلماسی، اثرگذاری بر قلوب و اذهان و قوه شناخت مردم و نخبگان است، به‌گونه‌ای که ارزش‌ها، باورها، تمایلات، آرزوها و... متفاوتی از نظام سیاسی حاکم داشته باشند. دایلان و مگیور با تمرکز بر افشا و عمومی‌سازی اطلاعات، دیپلماسی عمومی حاصل از آنها را در چهارچوب پنج هدف و دستاوردهای مورد پیگیری تشریح کرده‌اند (Dylan & Maguire, 2022: 39-45):

- دستاوردهای حمایتی: بهره‌گیری از از اطلاعات برای توجیه اقدامات خود، چه پیش و چه پس از وقوع رویدادی که افشای اطلاعات حول آن رخ داده است؛

1. Support Gains

- دستاوردهای کنشی^۱: دولت‌ها از عمومی‌سازی اطلاعات برای اثرگذاری بر تصمیم‌ها، اقدامات یا حتی جهان‌بینی شرکا و بازیگران نیابتی (چه دولتی و چه غیردولتی)، به سود خود و به زیان حریف استفاده می‌کنند؛
 - دستاوردهای تاب‌آوری^۲: این، شامل انتشار اطلاعات دولت برای هشداردهی پیش‌دستانه، افزایش آگاهی و تقویت تاب‌آوری دولت‌ها، بخش خصوصی، جامعه مدنی و افکار عمومی در برابر تهدیدی درحال شکل‌گیری (که اغلب ماهیتی پنهان دارد) می‌شود؛
 - دستاوردهای اتهام‌زنی^۳: در این حالت، دولت‌ها اطلاعات را منتشر می‌کنند تا رقیب و یا حتی یک متحد خود را به‌خاطر اقدامات، نیت‌ها یا حتی باورهای گذشته، حال یا آینده‌اش، رسوا یا متهم کنند؛
 - فشار طرف ثالث^۴: پنجمین هدف به‌منظور تأثیرگذاری بر مخاطبان خارجی، ایجاد زمینه برای بازیگر طرف ثالث جهت فشار بر یک بازیگر خارجی است. درواقع با تضعیف انحصار دولت‌ها بر جریان‌های اطلاعاتی و افزایش شفافیت، طرف‌های ثالث غیردولتی مانند روزنامه‌نگاران سنتی، محققان اطلاعات منبع‌باز و... توانایی بیشتری برای جمع‌آوری، تحلیل و افشای مستقل اطلاعات درباره اقدامات دولتی است.
- طراحی و هدایت:** از آنجاکه در تهاجم اطلاعاتی، مجموعه‌ای از اقدامات اطلاعاتی (فعالیت‌های اطلاعاتی و اقدامات پنهان) با رویکرد تهاجمی نسبت به حریف اعمال می‌شود (تاجیک و محمدی، ۱۴۰۰: ۱۱۴)، بنابراین یک سازمان اطلاعاتی طراحی و هدایت این نوع از دیپلماسی را برعهده دارد، چراکه ماهیت اقدام اطلاعاتی به‌گونه‌ای است که فقط یک سازمان اطلاعاتی (البته در سطوح مختلف) می‌تواند آن را طراحی و هدایت کند. بنابراین تمامی مراحل طراحی دیپلماسی عمومی که شامل هدف‌گذاری، انتخاب مخاطب، طراحی پیام، انتخاب ابزارها و مسیرهای انتقال پیام و موارد دیگر می‌شود (NATO's Joint Analysis and Lessons Learned Center, 2013: 9-30)، توسط سازمان اطلاعاتی صورت می‌گیرد. سیا در تمامی اقدامات فرهنگی‌اش در جنگ سرد، خود به طراحی

1. Action Gains
2. Resilience Gains
3. Incrimination Gains
4. Third-Party Pressure

و هدایت عملیات‌های تأثیرگذاری می‌پردازد که باتوجه به مخاطب آن که مردم و نخبگان بودند، شباهتی بسیار به دیپلماسی عمومی داشت (نک: ساندرز، ۱۳۸۳). این اتکای به خود، ناشی از ماهیت پنهان این اثرگذاری است. البته که اجرای این عملیات، الزاماً برعهده خود این سازمان‌ها نیست.

اجرا: در یک جنگ شناختی، ماهیت مهاجم باید برای مخاطبان پنهان بماند. این پنهان‌بودگی، برای یک سازمان اطلاعاتی دوچندان است. ذات سازمان‌های اطلاعاتی و مأموریت‌های آنها به‌گونه‌ای است که با شناسایی شدن آنها توسط مخاطبان، عملاً فرایند انتقال و دریافت پیام مختل شده و مخاطب با محافظه‌کاری با پیام‌ها روبرو خواهد شد (نورمحمدی و انواری، ۱۳۹۵: ۸۳). بنابراین اگرچه طراحی و هدایت دیپلماسی عمومی ذیل جنگ شناختی، ناگزیر و باید از سوی یک سازمان اطلاعاتی انجام شود، اما این سازمان به‌دلیل حفظ ماهیت پنهان چنین طرحی در هنگام اجرا، ناچار است از پوشش‌های لازم بهره‌گیرد تا ماهیت سازمان، کارکنان و مأموریت‌ها پنهان بماند. علاوه‌براین، سازمان اطلاعاتی در کنار اجرای با پوشش دیپلماسی عمومی، می‌تواند بخش‌هایی از اقدامات طراحی‌شده را - با احتساب دراختیار داشتن هدایت اطلاعاتی - به سایر سازمان‌های فعال در حوزه خارجی واگذار کند. شرکت‌های دارنده شبکه‌های اجتماعی، از این ویژگی برخوردارند و چه در دادن برخی اطلاعات کاربران، تحلیل کلان‌داده‌ها و ارائه روندها و نیز انجام برخی موارد در فضای مجازی، بعضاً در خدمت به سازمان‌های اطلاعاتی قرار می‌گیرند (Lupton, 2015: 96). بنابراین، مجری دیپلماسی عمومی ذیل جنگ شناختی، می‌تواند سازمان اطلاعاتی و سازمان‌های غیراطلاعاتی مرتبط در حوزه‌های خارجی باشند. نمونه‌های بسیاری در این خصوص وجود دارد. شورای بریتانیا، مثالی مهم در این خصوص است. شورای بریتانیا که امروزه مؤسسه‌ای معروف به‌شمار می‌آید، در سال ۱۹۳۴ آغاز به کار کرد. این شورا، مجراهایی را برای تعامل مستقیم با مردم سایر کشورها اختصاص می‌دهد، مجال هماهنگی میان هم‌تایان موردنظر را فراهم می‌آورد، دسترسی به رابطه و التزام به آن را به نمایش می‌گذارد و سکویی را برای ایجاد رابطه و شبکه‌سازی در فراسوی سطح فردی فراهم می‌سازد (زاهارنا، ۱۳۹۰: ۲۵۹). این شورا مهمترین بازوی سرویس اطلاعات خارجی انگلیس MI6 با اتکا به دیپلماسی عمومی این کشور در جهان محسوب می‌شود.^۲

1. Big Data

۲. بنابر اطلاعیه‌ای که وزارت اطلاعات جمهوری اسلامی ایران در آبان ۱۳۹۸ و در هماهنگی با قوه قضائیه صادر کرد، هرگونه همکاری با این شورا در ایران ممنوع بوده و پیگیری قضایی دارد (ایسنا، ۱۴ آبان ۱۳۹۸).

نوع اطلاعات: دیپلماسی عمومی ذیل جنگ شناختی و با عاملیت یک سازمان اطلاعاتی، ماهیتی تهاجمی دارد، چراکه بناست قوه شناخت مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین اطلاعاتی که در چنین دیپلماسی‌ای مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد نیز باید دارای چنین خاصیتی باشد و بتواند قلوب و اذهان مخاطبان که عمدتاً مردم و نخبگان کشور حریف هستند را دچار تغییر سازد. جدای از برخی اطلاعات آشکار که دارای خاصیت اثرگذاری بر مخاطب است و نهادهایی چون وزارت امور خارجه، امکان بیان آنها را ندارند، اطلاعات پنهان که در انحصار سازمان‌های اطلاعاتی است، در برخی مواقع به‌خوبی می‌تواند اهداف را محقق سازد. اساساً یکی از شگردهای سازمان‌های اطلاعاتی برای مدیریت افکار عمومی حریف، انتشار گزارش‌های محرمانه است (نورمحمدی و انواری، ۱۳۹۵: ۹۴). نحوه اطلاع‌رسانی شبکه الجزیره قطر از ماجرای قتل معاض سعودی، جمال خاشقچی در ترکیه که با طراحی، هدایت و ارائه اطلاعات پنهان توسط میت، سازمان اطلاعاتی آنکارا صورت گرفت (Washington Post, October 11, 2018)، یکی از کیس‌های عملیات تأثیرگذاری در سطح جهانی است که عملاً موجی از نفرت را از عربستان سعودی و محمد بن سلمان، ولیعهد این کشور در میان افکار عمومی جهان ایجاد کرد و حتی در سطح سیاسی، زمینه‌ساز برخی واگرایی‌ها از ریاض شد و تصویر عربستان را مخدوش کرد (Azran, 2020: 384).

بستر و فضای تحقق: دیپلماسی عمومی که به‌صورت خاص دربرگیرنده مجموعه‌ای از اقدامات اطلاعاتی برای اثرگذاری بر ادراک حریف و قوه شناخت آن است، هم در فضای مجازی پیگیری و اعمال می‌شود و هم در فضای حقیقی؛ به‌همین دلیل بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی و راه‌اندازی رسانه‌ها (فضای مجازی) و ایجاد و استفاده از ظرفیت مؤسسه‌ها و نهادهای غیردولتی و... (در فضای واقعی) مورد استفاده سازمان اطلاعاتی در چنین دیپلماسی‌ای است. کیس جمال خاشقچی در شبکه الجزیره قطر که با طراحی و هدایت سرویس اطلاعاتی ترکیه انجام شد (Abrahams & Leber, 2021: 2)، در فضای حقیقی، حمایت از نویسندگان هم‌چون حمایت سیا از نویسندگان عضو «کنگره آزادی فرهنگی»^۱ و حمایت آن از مجله ادبی اینکاتر^۲ (Cull, 2019: 128) قابل ذکر است. آنچه شورای بریتانیا که پیش‌تر آمد، انجام می‌دهد نیز عمدتاً در فضای حقیقی صورت می‌گیرد، هم‌چون

1. Congress for Cultural Freedom
2. Encounter

مؤسسه‌های آموزش زبان که ماهیت حضوری دارند. طی سال‌های اخیر اکانت اطلاعاتی @Intelltimes در توییتر که از سوی یکی از سازمان‌های اطلاعاتی رژیم صهیونیستی مدیریت می‌شود، می‌کوشد تا با مخاطب قراردادن مردم ایران، آنها را از اشراف اطلاعاتی این رژیم بر مقامات و فرماندهانی ایرانی آگاه کند تا عملاً این گزاره که «دست‌های اسرائیل بسیار بلند است» را برای آنها به اثبات برساند. این تلاش، عملیاتی شناختی از طریق فضای مجازی و با مخاطب قراردادن مردم و نخبگان ایرانی است. بنابراین بستر و فضای تحقق دیپلماسی عمومی از سوی سازمان‌های اطلاعاتی، بسیار متنوع و متکثر است.

پیام: ماهیت پیام در دیپلماسی عمومی با رویکرد تهاجم اطلاعاتی و ذیل جنگ شناختی که به لحاظ سازمانی، در دستورکار سازمان‌های اطلاعات خارجی است، به گونه‌ای می‌باشد که دو رویکرد سلبی و ایجابی را دربرمی‌گیرد. براین اساس در چهارچوب این دیپلماسی، پیام‌ها هم باید اثباتی و برای موجه نشان دادن چهره و سیاست‌های خودی باشد و هم سلبی و برای ایجاد اختلال (تضعیف و تحلیل‌بردن) در فرهنگ و جامعه کشور حریف (زندى‌پور، ۱۳۹۹: ۴۹۶). این درحالی است که تمرکز بر پیام‌های سلبی به صورت مداوم از سوی سازمان‌های غیراطلاعاتی در دیپلماسی عمومی، می‌تواند منجر به حساسیت‌های بسیار از سوی حریف شود (Pinkus, 2013: 31) و برخی زیرساخت‌های حضور و ارتباط‌گیری مثلاً وزارت امور خارجه یا سازمان‌های فرهنگی خودی با مخاطبان کشور حریف را محدود یا ممنوع سازد. بنابراین نیاز است تا پنهان‌بودگی پیام‌ها در دستورکار قرار گیرد. از این رو مهم‌ترین تمرکز در پیام‌های انتقالی به مخاطب در دیپلماسی عمومی به کارگرفته شده از سوی یک سازمان اطلاعاتی ذیل جنگ شناختی، پیام‌های سلبی است؛ پیام‌هایی که بیانگر یک ضعف، نقض، ناکارآمدی و... در نظام سیاسی حریف باشد، به گونه‌ای که با برجسته‌سازی آن برای مردم آن کشور، امکان ایجاد فاصله میان آنها با آن نظام سیاسی فراهم آید. تحلیل محتوای اکانت‌های فارسی متعلق به رژیم صهیونیستی در توییتر و به‌ویژه آنهایی که نسبتی مشخص‌تر با جامعه اطلاعاتی آن دارند، بیانگر رویکرد سلبی آنها در محتوا است (ابراهیم معاصر تهران، ۱۴۰۳: ۸).

انتقال پیام: انتقال پیام که یکی از اجزای اصلی در هرگونه ارتباط اقناعی با مخاطب است (حسینی، ۱۳۹۰: ۲۸۹)، وقتی در چهارچوب دیپلماسی عمومی و ذیل جنگ شناختی قرار گرفته و از سوی یک سازمان اطلاعاتی پیگیری شود، به نوعی عملیات محسوب می‌شود. در تعریف عملیات اطلاعاتی گفته‌اند

عبارت است: «مجموعه اقداماتی که به صورت پنهان یا تحت پوشش، برای تحقق هدفی مشخص یا به‌کارگیری ابزارها و عوامل خاص و روش‌های کاری ویژه، انجام می‌گیرد» (معاونت پژوهش و تولید علم، ۱۳۹۵: ۸۷). براساس این تعریف و همچنین ویژگی کلی پنهانی بودن اطلاعات به‌معنای عام، انتقال پیام در دیپلماسی عمومی باید پنهان یا تحت پوشش صورت گیرد. در چنین شرایطی، داشتن نیروی انسانی در محیط حریف بسیار مؤثر است؛ اینکه افرادی باشند که شهروند آن کشور بوده اما منویات سازمان اطلاعاتی اعمال‌کننده دیپلماسی عمومی را مطرح کنند، می‌تواند نفوذ و اثرگذاری پیام را بیشتر سازد. اگرچه این وجه از دیپلماسی عمومی، به دلیل چسبندگی خاص آن به ادبیات حوزه اطلاعاتی، شاید کمتر به دیپلماسی عمومی مرتبط باشد، اما واقعیت این است که علاوه بر مواردی چون فیلم و سریال، اقداماتی چون بورس‌های تحصیلی، تبادلات فرهنگی، آموزش زبان و سایر مواردی که به‌نوعی ذیل دیپلماسی عمومی نوین، دوطرفه یا ارتباط‌محور جای می‌گیرد، عملاً زمینه‌ساز تربیت چنین شهروندانی از حریف می‌شود که امکان اثرگذاری را دوچندان خواهند ساخت. بنابراین سازمان‌های اطلاعاتی برای پیش‌برد جنگ شناختی خود علیه حریف، برای ایجاد شبکه‌ای از منابع، عوامل و مرتب‌ان خود در محیط مقابل، از روش‌های این‌چنینی بهره می‌برند. در جنگ سرد، این اقدامات از سوی هر دو طرف اصلی این جنگ پیگیری می‌شد. در سال ۱۹۵۳، رادیو لیبریشن که بعدها به رادیو لیبرتی تغییر نام داد، با هدف تأثیرگذاری بر مردم اتحاد جماهیر شوروی، با تأمین بودجه سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا، سیا ایجاد شد. پخش برنامه‌های این رادیو، به زبان روسی و دیگر زبان‌های بومی اتحادیه شوروی با امواج کوتاه، توانست منبع خبری جایگزینی برای شهروندان آن ایجاد کند (Paul, 2011: 49). استفاده از فیلم‌های سینمایی نیز بارها توسط سازمان‌های اطلاعاتی آمریکا و مشخصاً سیا انجام شده است. کتاب «جاسوس‌ها، دروغ‌ها و الگوریتم‌ها» بخشی از این بهره‌برداری را پوشش داده است (Zegart, 2022). درمقابل، شوروی نیز برای توسعه نفوذ خود در جهان و اثرگذاری بر قوه شناخت ملت‌های مختلف، تلاش می‌کرد تا دیپلماسی عمومی را در دستورکار قرار دهد. سرویس اطلاعاتی این کشور با انتشار داستان‌های ضدآمریکایی در مجلات کشورهای جهان سوم، در این راستا می‌کوشید. طبق گفته یک فراری از شوروی، این سرویس به طور مؤثر از کشیش‌های کلیسای ارتدکس روسیه به

1. Liberation Radio
2. Liberty Radio

عنوان عوامل تأثیرگذار در شورای جهانی کلیساها استفاده کرده است (Andrew & Mitrokhin, 1999:486-507)

مخاطب: مخاطبان یعنی کسانی که دیپلماسی عمومی ذیل جنگ شناختی بر آنها اعمال می‌شود، می‌توانند بسته به پیام و هدف، بخش‌های مختلفی از ملت حریف باشند، اعم از نخبگان، اصناف، اقشار، جریان‌ها و گروه‌ها و عموم جامعه. در یک بررسی صورت گرفته درخصوص مخاطبان جنگ نرم، هفت گروه نام برده شده است: رهبری کشور مورد تهدید، سیستم امنیتی و اطلاعاتی کشور مورد تهدید، جامعه دستخوش جنگ نرم، نخبگان کشور مورد تهدید، گروه‌های ناراضی، نخبگان اپوزیسیون و افکار جهانی (حسینی، ۱۳۸۹: ۴۰). باتوجه به اینکه بخشی از ماهیت پیام‌ها در دیپلماسی عمومی مورد استفاده توسط سازمان‌های اطلاعاتی، سلبی، واگراسازانه و در تلاش برای تضعیف و تخریب پیوندهای مردم و حاکمیت حریف است، برخی از مخاطبان می‌توانند ناراضیان از وضعیت فعلی حریف باشند. براساس آنچه کال می‌گوید، محوریت بخشی به گروه‌های مرجع برای بیان غیرمستقیم به جمع بیشتری از مخاطبان ضروری است. او معتقد است در این بیان غیرمستقیم، افراد صاحب نفوذ و تأثیرگذار در ساختن افکار عمومی، مخاطب قرار می‌گیرند، به این معنا که تأثیرگذاری موفق بر افراد و گروه‌های مرجع و تأثیرگذار، باعث می‌شود آنها خودشان در ادامه، پیام موردنظر را به مخاطبان عام منتقل کنند (Cullm 2019: 100). پراتکانیس^۱ با رویکردی مداخله‌جویانه و سلبی به دیپلماسی عمومی در مواجهه با حریف، از تفرقه‌اندازی بحث می‌کند و براین اساس، مخاطبان این دیپلماسی عمومی را اینگونه معرفی می‌کند:

- بخش‌هایی از جامعه که ابعاد روان‌شناختی کلیدی متفاوتی دارند؛
- کسانی که اشخاص حاشیه‌ای قلمداد شده و نسبت به آرمان‌ها، بالقوه مردد هستند؛
- پیروان رهبران که می‌توان آنها را با روش‌هایی جداسازی و جذب کرد (Pratkanis, 2009: 132-133).

پراتکانیس، برای چنین مواجهه سلبی، ویژگی‌هایی چون ادراک بی‌عدالتی، ادراک محرومیت نسبی و موارد مشابه را نشانه‌ای مهم برای یافتن مخاطبانی مناسب دیپلماسی عمومی معرفی می‌کند (Pratkanis, 2009: 135).

1. Anthony Pratkanis

عرصه: باتوجه‌به آنچه درخصوص ماهیت پیام در دیپلماسی عمومی با رویکرد تهاجم اطلاعاتی و ذیل جنگ شناختی آمد و همچنین باتوجه‌به وجود عرصه‌های متفاوت موضوعی همچون سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و...، پیام‌های سلبی و ایجابی می‌توانند در هر عرصه موضوعی صورت بگیرند؛ مهم آن است که اهداف این دیپلماسی عمومی و جنگ شناختی حاصل شود. به‌عنوان مثال، در حوزه سیاسی، ایده‌های اصلی مشروعیت‌بخش به نظام سیاسی می‌تواند مورد تردید قرار گیرد و ایده‌های رقیب و غیربومی برجسته‌شود. در حوزه فرهنگی، ارزش‌های قوم‌بخش به نظام سیاسی می‌تواند مورد تهاجم قرار گیرد. در حوزه اجتماعی، همیاری و انسجام اجتماعی می‌تواند آماج عملیات‌های شناختی باشد. در تمامی این حوزه‌ها، کارآمدی نظام سیاسی یک سوژه برای تهاجم خواهد بود.

جغرافیای اقدام: همان‌طورکه آمد، جغرافیای اقدام در تهاجم اطلاعاتی، حوزه حاکمیت و اثرگذاری حریف است. بنابراین دیپلماسی عمومی با چنین رویکردی و ذیل جنگ شناختی نیز در همین جغرافیا اقدام می‌کند. اگر لازم باشد در کشور ثالثی که محل نفوذ نظام سیاسی حریف است، اقدامی برای اثرگذاری بر قوه شناخت مردم انجام شود تا روابط خود با آن نظام سیاسی را مورد تردید قرار دهند و عملاً منافع آن را تحدید کنند، جغرافیای کشور ثالث به‌عنوان حوزه اثرگذاری نظام سیاسی حریف، می‌تواند محل پیاده‌سازی دیپلماسی عمومی یک سازمان اطلاعاتی ذیل جنگ شناختی باشد. این، علاوه‌بر محیط داخلی حریف است. به‌عنوان مثال شبکه تلویزیونی آمریکایی الحره در عراق، با تولید گزارش‌هایی که پیوند میان ایران و عراق را هدف می‌گیرد، درصدد تضعیف جایگاه ایران در نزد افکار عمومی عراق است. مثال دیگر، تلاش دولت آمریکا برای تضعیف جایگاه انقلاب اسلامی در مصر در روزهای پس از انقلاب این کشور در سال ۲۰۱۱ است. آمریکا و مشخصاً سیا و وزارت خارجه این کشور، در تلاش بودند تا با تولید روایت‌هایی از خود و ایران، مقبولیت انقلاب اسلامی را نزد مردم مصر کاهش داده و مانع از الگوشدن آن شوند (ساسانیان و دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۷) در سال‌های جنگ سرد نیز شوروی در مواجهه با اقدامات نرم آمریکا، می‌کوشید تا تصویر و نفوذ آن را در سایر کشورها که محل اثرگذاری آمریکا بودند، تخریب کند. به‌عنوان مثال، KGB، سرویس اطلاعاتی شوروی در داستانی که با پوشش در یک روزنامه هندی منتشر کرد، مدعی شد که ویروس ایدز توسط ارتش آمریکا و برای ازبین‌بردن مردم رنگین‌پوست طراحی شده است (Andrew & Mitrokhin, 2005: 339-340)

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

علاوه بر زمین، دریا، هوا، فضا و فضای سایبری، اکنون حوزه شناخت و آگاهی بشر نیز یکی از میادین نبرد و منازعه میان دولت‌ها است. جنگ شناختی، عملاً در چنین بستری صورت می‌گیرد و سازمان‌های اطلاعاتی باتوجه به مأموریت‌های ویژه‌ای که در سطح برون‌مرزی محیط امنیت ملی برعهده دارند، می‌کوشند تا در چنین جنگی به کنشگری بپردازند. در این چهارچوب، دیپلماسی عمومی به‌عنوان یکی از روش‌های حصول اهداف در سیاست خارجی، موردتوجه سازمان‌های اطلاعاتی قرار گرفته است. در واقع باتوجه به تمرکز دیپلماسی عمومی بر مواردی چون اقناع و جذابیت، این سازمان‌ها از آن ذیل جنگ شناختی بهره می‌برند تا متناسب با نقش اجرایی خود و با رویکرد تهاجم اطلاعاتی، در یک فضای ایمن‌تر، بدون پذیرش مسئولیت‌های رسمی اقدامات و در فضایی پنهان، اذهان و قلوب مردم و نخبگان کشور حریف را همراه خود سازند. این تلاش وقتی از سوی چنین سازمان‌هایی پیگیری می‌شود، عمدتاً وجه سلبی و تخصصی دارد، چرا که در غیراین صورت، نهادهایی چون وزارت امور خارجه و یا سازمان‌های فرهنگی فعال در حوزه خارجی با پیام‌های ایجابی و تقویت‌کننده دوستی با مردم کشور دیگر، بدون سویه‌های ضدیت با نظام سیاسی آن، کنشگری می‌کنند. این مقاله تلاش کرد تا کاربست دیپلماسی عمومی از سوی سازمان‌های اطلاعاتی را ذیل جنگ شناختی، صورت‌بندی کرده و تفاوت‌های آن با به‌کارگیری این نوع از دیپلماسی از سوی سازمان‌های غیراطلاعاتی را تشریح کند. آنچه آمد را می‌تواند به‌صورت مقایسه‌ای در جدول زیر مشاهده کرد:

جدول ۱. مقایسه دیپلماسی عمومی ذیل جنگ شناختی با رویکرد تهاجم اطلاعاتی و غیر آن

اجزا و عناصر	دیپلماسی عمومی با رویکرد تهاجم اطلاعاتی	دیپلماسی عمومی با رویکرد غیراطلاعاتی
هدف	کشف افکار و نیت، تضعیف ارکان قدرت ملی و اثرگذاری بر تصمیمات حریف	اثرگذاری بر مخاطب خارجی عمدتاً با رویکرد بهبود تصویر خود
طراحی و هدایت	سازمان اطلاعاتی	سازمان‌های غیراطلاعاتی (وزارت امور خارجه، نهادهای فرهنگی و...)

اجرا	سازمان اطلاعاتی (با پوشش) و نهادهای غیراطلاعاتی حاکمیتی و غیرحاکمیتی (با هدایت سازمان اطلاعاتی)	سازمان‌های غیراطلاعاتی (وزارت امور خارجه، نهادهای فرهنگی و...) با به‌کارگیری نهادهای غیرحاکمیتی و...
نوع اطلاعات	آشکار و پنهان	آشکار
بستر و فضای تحقق	مجازی و حقیقی	مجازی و حقیقی
نوع اقدام	نرم	نرم
عرصه	سیاسی، امنیتی، فرهنگی، اقتصادی و...	سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و...
جغرافیای اقدام	حوزه حاکمیت و اثرگذاری حریف	عمدتاً حوزه حاکمیت کشور هدف
انتقال پیام	پنهان و پوششی	آشکار و با هویت یا نشانه‌های رسمی
پیام	سلبی (تضعیف و تخریب پیوندهای مردم و حاکمیت حریف)/ ایجابی (ایجاد و تقویت پیوندهای مردم و حاکمیت خودی)	عمدتاً ایجابی و بهبوددهنده تصویر کشور خودی
مخاطب	همه طیف‌ها و مشخصاً ناراضیان از حاکمیت حریف	همه طیف‌ها با تأکید بر همراهان و همسویان با کشور خودی
نوع اقدام	اطلاعاتی (با پوشش)	عمومی
ابعاد اقدام	تاکتیکی و عملیاتی و عمدتاً راهبردی	تاکتیکی، عملیاتی و راهبردی

متناسب با آنچه آمد، در دو سطح می‌توان به‌صورت اجمالی به ارائه پیشنهاد پرداخت. در سطح نخست که ماهیتی تدافعی دارد، لازم است تا نهادها و ساختارهای ضداطلاعاتی جمهوری اسلامی ایران، دیپلماسی عمومی رقبا و متخصصان را فراتر از معنای عرفی‌شده دیپلماسی عمومی که تصویری بی‌خطر، غیرحساس و فرهنگی دارد، تلقی کرده و برای اشراف بر ماهیت اطلاعاتی پشت‌پرده آن بکوشند. چنین فضایی، اساساً متفاوت از فعالیت‌های جاسوسی است و از این‌رو، شناخت و مقابله با آن نیز، ماهیتی متمایز دارد. در سطح دیگر که ماهیتی تهاجمی دارد، پیشنهاد می‌شود سازمان‌های اطلاعاتی دارای مأموریت در حوزه برون‌مرزی با تمرکز بر محیط متخصصان، ضمن آگاهی از نسبت دیپلماسی عمومی با سازمان‌های اطلاعاتی که نیازمند تدقیق و تعمق بسیار است، به این شیوه توجهی ویژه داشته باشند تا

منافع جمهوری اسلامی ایران به صورتی عمیق و مردم‌پایه در محیط برون‌مرزی، اگرچه در بلندمدت، حاصل شود.

فهرست منابع

- ابرار معاصر تهران (۱۴۰۳)، «تحلیل محتوای اکانت‌های فارسی رژیم صهیونیستی در مواجهه با مردم ایران»، ابرارنگار ۷۱ (گزارش سیاستی)، تهران: پژوهشکده ابرار معاصر تهران.
- ایسنا (۱۴ آبان ۱۳۹۸)، «همکاری با شورای فرهنگی انگلیس ممنوع است»، قابل دسترسی در: <https://www.isna.ir/news/98081408485/>
- تاجیک، هادی و محمدی، احسان (۱۴۰۰)، «تهاجم اطلاعاتی: مفاهیم، مبانی و رویکردها، تهران: انتشارات دانشگاه جامع امام حسین (ع).
- حسینی، سیدحسین (۱۳۸۸)، «جنگ نرم: از تهدید تا پاسخ»، مدیریت بحران و وضعیت‌های اضطراری، سال یکم، شماره ۳.
- حسینی، سیدحسین (۱۳۹۰)، ارتباط اقناعی: از آموزه‌های عملی تا یافته‌های علمی، تهران: انتشارات دانشگاه جامع امام حسین (ع).
- رضایی، علیرضا و ترابی، قاسم (۱۴۰۱)، «تبیین مفهومی و محتوایی جنگ‌های نوین در عرصه روابط بین‌الملل»، راهبرد سیاسی، شماره ۲۰.
- زهارنا، آر. اس. (۱۳۹۰)، «ترسیم طیفی از دیپلماسی عمومی؛ اطلاعات و چارچوب‌های ارتباطات رابطه‌ای» در کتاب مرجع دیپلماسی عمومی، ادوارد اسنو و فیلیپ ام. تیلور، ترجمه روح‌الله طالبی آرانی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- زندى پور، اسماعیل (۱۳۹۹)، فرهنگ اطلاعاتی و اطلاعات فرهنگی، تهران: انتشارات دانشگاه اطلاعات و امنیت ملی.
- ساسانیان، سعید و دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۹۷)، «الگو سازی در جوامع دستخوش تغییر؛ بررسی رقابت ایران و آمریکا برای الگو سازی در انقلاب مصر»، مطالعات انقلاب اسلامی، شماره ۵۳، ۸۱-۱۰۲.
- ساندرز، فرانسس استانر (۱۳۸۳)، جنگ سرد فرهنگی: سیاه در عرصه فرهنگ و هنر، تهران: ترجمه بنیاد فرهنگی غرب‌شناسی، تهران: بنیاد فرهنگی غرب‌شناسی.
- سیگر، الیزابت (۱۳۹۹)، «بزرگ‌ترین تهدید امنیتی در عصر پسا حقیقت: چرا رساندن اطلاعات دقیق به مردم روزبه‌روز سخت‌تر می‌شود؟» بی‌بی‌سی فارسی، قابل بازیابی در: <https://www.bbc.com/persian/magazine-56112997>

کول، نیکولاس جی (۱۳۹۰)، «دیپلماسی عمومی قبل از گولین: سیر تطور یک اصطلاح»، در کتاب مرجع دیپلماسی عمومی، ادوارد اسنو و فیلیپ ام. تیلور، ترجمه روح‌الله طالبی آرائی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق(ع).

لوونتال، مارک ام. (۱۳۹۴)، اطلاعات از اسرار تا سیاست: کارکردها و ماموریت‌های اطلاعات، ترجمه معاونت پژوهش و تولید علم دانشگاه اطلاعات و امنیت ملی، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه اطلاعات و امنیت ملی.

میینی کشته، زهرا و امینی، امین (۱۴۰۳)، «بررسی مقایسه‌ای جنگ شناختی با سایر جنگ‌های غیرجنبشی»، سیاست دفاعی، شماره ۱۲۷.

معاونت پژوهش و تولید علم (۱۳۹۵)، بنیادهای طراحی و هدایت عملیات اطلاعاتی، تهران: انتشارات دانشگاه اطلاعات و امنیت ملی.

میرمحمدی، مهدی و ریحانی، علیرضا (۱۴۰۱)، «نقش سازمان‌های اطلاعاتی در کشورداری: از کشف اسرار تا برساختن محیط»، مطالعات راهبردی، شماره ۹۵.

نورمحمدی، مهدی و انواری، وحید (۱۳۹۵)، دیپلماسی عمومی و سازمان‌های اطلاعاتی، تهران: دانشگاه اطلاعات و امنیت ملی.

Abrahams, Alexei & Leber, Andrew (2021), "Framing a murder: Twitter influencers and the Jamal Khashoggi incident", *Mediterranean Politics*, 26 (2).

Andrew, C. & Mitrokhin, V. (1999), *The Mitrokhin Files: The KGB in Europe and the West*, London: Allen Lane/Penguin Press.

Andrew, C. & Mitrokhin, V. (2005), *The World Was Going Our Way: The KGB and the Battle for the Third World*, New York: Basic Books.

Antal, J. (2020), *The Cognitive Battlefield of 2040*. Military Technology, Available at: https://www.academia.edu/42306637/The_Cognitive_Battlefield_of_2040_by_John_Antal

Azran, Tal Samuel (2020), "Nation Branding in the Arab World", *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Second Edition, London: Routledge

Backes, O. & Swab, A. (2019). *The Russian threat to election integrity in the Baltic States*. Harvard Kennedy School, Belfer Center for Science and International Affairs, Cambridge

- Bernal, Alonso & Carter, Cameron (2020), *Cognitive Warfare: An Attack on Truth and Thought*, NATO Innovation Hub.
- Bernal, Alonso et al (2020), *Cognitive Warfare: An Attack on Truth and Thought*. URL: [Cognitive Warfare.pdf \(innovationhub-act.org\)](https://innovationhub-act.org/CognitiveWarfare.pdf)
- Clack, Timothy & Johnson, Robert (2021), *The World Information War: Western Resilience, Campaigning and Cognitive Effects*, London: Routledge
- Cull, Nicholas J. (2007), *Public Diplomacy: Lessons from the past*, University of Southern California.
- Cull, Nicholas J. (2019), *Foundations for Global Engagement in the Digital Age*, Cambridge: Polity Press.
- Dylan, H., & Maguire, T. J. (2022), "Secret Intelligence and Public Diplomacy in the Ukraine War", *Survival*, 64(4), 33–74.
- Freilich, Charles D, Cohen, Matthew S. & Siboni, Gabi (2023), *Israel and the Cyber Threat: How the Startup Nation Became a Global Cyber Power*, London: Oxford University Press.
- Lupton, D. (2015), A critical sociology of big data. In D. Lupton (Ed.), *Digital sociology* (pp. 93–116). New York: Routledge.
- NATO's Joint Analysis and Lessons Learned Center (2013), "A Framework For the Strategic Planning and Evaluation of Public Diplomacy", Lisbon.
- Norton, Ben (2021), *Behind NATO's cognitive warfare: Battle for your brain waged by Western militaries*, originally published: The Grayzone.
- Ottewell, Paul (2020), *Defining the Cognitive Domain*. OTH. *Defining the Cognitive Domain – OTH* (othjournal.com)
- Paul, Christopher (2011), *Strategic Communication: Origins, Concepts, and Current*, Praeger
- Pinkus, Jonathan (2013), *Intelligence and Public Diplomacy: The Changing Tide*, Norman Paterson School of International Affairs.
- Pratkanis, Anthony (2009), "Public Diplomacy in International Conflicts: A Social Influence Analysis", *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, First Edition, London: Routledge

- Pringle, Robert W. (2010), "THE INTELLIGENCE SERVICES OF RUSSIA", In "the Oxford Handbook of NATIONAL SECURITY INTELLIGENCE", Edited by LOCH K. JOHNSON, London: Oxford University Press.
- Rosner, Yotam & Siman-Tov, David (2018), Russian Intervention in the US Presidential Elections: The New Threat of Cognitive Subversion. INSS Insight, No. 1031.URL: Russian Intervention in the US Presidential Elections: The New Threat of Cognitive Subversion | INSS
- Seger, Elizabeth, Avin, Shahar and others (2020), "Tackling Threats to Informed Decision-Making in Democratic Societies, Promoting Epistemic Security in a Technologically-Advanced World", at: https://www.turing.ac.uk/sites/default/files/2020-10/epistemic-securityreport_final.pdf
- Taylor, Humphrey (2006) "The Practice of Public Diplomacy", in Public Diplomacy: Practitioners, Policy Makers and Public Opinion, A report of the Public Diplomacy and Word Public Opinion forum.
- Torbet, Georgina (2020), "3 Undeniable Reasons Why You Need Online Anonymity." MakeUseOf.www.makeuseof.com/tag/3-undeniable-reasons-need-online-anonymity/.
- Warner, Michael (2002), "Wanted: A Definition of Intelligence", Studies in Intelligence, 46 (3).
- Washington Post (October 11, 2018), "Turks tell U.S. officials they have audio and video recordings that support conclusion Khashoggi was killed", available at: https://www.washingtonpost.com/world/national-security/turks-tell-us-officials-they-have-audio-and-video-recordings-that-support-conclusion-khashoggi-was-killed/2018/10/11/119a119e-cd88-11e8-920f-dd52e1ae4570_story.html
- Zegart , Amy B. (2022), Spies, Lies, and Algorithms: The History and Future of American Intelligence, Princeton: Princeton University Press