

تقویت سواد دیجیتال در راستای شناخت تکنیک‌های عملیات روانی دشمن در فضای دیجیتال

علی کاظمی*

اشاره

امروزه دشمنان با سوءاستفاده از پیشرفت‌های فناوری، خانواده‌ها را هدف حمله‌های برنامه‌ریزی شده متعددی قرار می‌دهند. بیشتر این حملات از طریق بستر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و با انتشار محتوای هدفمند به منظور تغییر رفتارهای روزمره افراد شکل می‌گیرد. این پدیده درحقیقت «عملیات روانی دیجیتال» است که عرصه نبرد را از فضای فیزیکی به فضای مجازی کشانده است. خانواده‌ها در این وضعیت به خط مقدم جنگی نامرئی تبدیل شده‌اند که سلاح اصلی دشمن در آن «اطلاعات» و هدف نهایی، «تأثیرگذاری بر ذهن و نگرش والدین و فرزندان» است. انگیزه دشمنان فراتر از تحریف حقایق یا شایعه‌پراکنی ساده است؛ آنان در پی تغییر شیوه پردازش اطلاعات توسط مغز افراد هستند تا با دگرگون کردن عقاید، احساسات و شیوه‌های تصمیم‌گیری تک‌تک افراد، ابتدا خانواده و درنهایت کل جامعه را به سمت فروپاشی سوق دهند. امروزه این جهان پیچیده همانند تمثیلی است که گفته‌اند: «لاک‌پشت هیچ‌گاه نمی‌فهمد که جنگ اطلاعاتی دشمن، درحقیقت آموزش هدفمند برای شکستن زره محکم اوست»^۱. بنابراین خانواده‌ها در چنین وضعیتی باید با آموزش و ایجاد پناهگاهی امن، مانع نفوذ دشمن شوند. تنها و بهترین راهکار تحقق این امر، تقویت سواد دیجیتال در خانواده است. با افزایش آگاهی و ارتقای این سواد، می‌توان در برابر عملیات روانی دیجیتال با رفتار هوشمندانه و

* دکترای مدیریت استراتژیک گرایش خط مشی گذاری.

۱. Malyuk, A.A. (۲۰۲۲). Socio-psychological techniques of information warfare.

ایمن مقاومت کرد. در این نوشتار به برخی ترفندهای عملیات روانی دشمن در فضای دیجیتال و شیوه مقابله خانواده‌ها از طریق تقویت سواد دیجیتال به طور کاربردی پرداخته می‌شود.

۱. تبیین مفاهیم

۱-۱. سواد دیجیتال

مجموعه‌ای از توانایی‌ها و نگرش‌هاست که به فرد اجازه می‌دهد منابع و ابزارهای دیجیتال را خلاقانه، مسئولانه و مؤثر به کار گیرد تا اطلاعات دیجیتال را پیدا، سازمان‌دهی، مدیریت، ارزیابی، تحلیل، ترکیب و تولید کند و در نهایت دانش جدید بسازد و به اشتراک بگذارد. این مفهوم سه بُعد اصلی دارد: بُعد شناختی (تفکر نقاد و قضاوت اطلاعات)، بُعد فنی (مهارت‌های کار با ابزارها و فناوری‌ها) و بُعد اجتماعی - عاطفی (اخلاق، مسئولیت‌پذیری و تعامل اجتماعی در فضای دیجیتال).^۱

۲-۱. عملیات روانی

عملیات روانی به مجموعه عملیات برنامه‌ریزی‌شده برای انتقال اطلاعات یا نشانه‌های گزینش‌شده به مخاطبان هدف گفته می‌شود تا عواطف، انگیزه‌ها، استدلال عینی و در نهایت رفتار آنان را تحت تأثیر قرار دهد؛ به گونه‌ای که به تحقق اهداف راهبردی یا سیاسی سازمان‌دهنده کمک کند.^۲

۲. تکنیک‌های عملیات روانی در فضای دیجیتال

تکنیک‌های عملیات روانی در فضای دیجیتال به شرح ذیل است:

۲-۱. کلیشه‌سازی (مهندسی پیش‌داوری)

یکی از خطرناک‌ترین ترفندها در عملیات روانی دیجیتال، کلیشه‌سازی یا مهندسی پیش‌داوری است. دشمن در این روش در پی ایجاد شکاف بین گروه‌های اجتماعی متنوع از نژاد و مذاهب گرفته تا نسل‌ها یا ملیت‌های مختلف است تا انسجام و وحدت اجتماعی تضعیف شود. بدین ترتیب دشمن تعابیری ساده و تک‌بعدی از گروه‌های اجتماعی می‌سازد تا ذهن افراد را از

۱. Zakir, S., (۲۰۲۵). Digital literacy and academic performance.

۲. Department of Defense. (۲۰۱۷). Psychological Operations: Principles and Case Studies.

واقعیت‌های پیچیده انسان‌ها دور کند و به جای آن، برچسب ساده منفی جایگزین نماید. برای تأکید بر این هشدار و زنده نگه‌داشتن مرزهای اخلاقی، آموزه‌های دینی ما راهنمایی‌های ارزشمندی ارائه می‌دهند. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرمایند: «إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ؛ فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ»^۱ از گمان پرهیزید؛ چراکه گمان، دروغ‌ترین سخن است.

این پیش‌دآوری‌ها موجب تضعیف مسیرهای عصبی مرتبط با قضاوت منطقی، تفکر انتقادی و همدلی اجتماعی در ذهن افراد می‌شود و به جای آن مسیرهای مرتبط با تعصب، خصومت و واکنش‌های هیجانی را تقویت می‌کند. در این حالت زمینه برای تفرقه و درگیری داخلی هموار می‌شود. در نهایت دشمن با ایجاد شکاف‌های اجتماعی متعدد انسجام ملی را ضعیف‌تر می‌کند. این کار اغلب در فضای مجازی و از طریق محتواهای طنزآلود، عکس‌های دست‌کاری‌شده یا ساخته‌شده با هوش مصنوعی و هشتک‌های جهت‌دار انجام می‌شود؛ برای مثال ممکن است محتوایی گسترش یابد که تمام پیروان یک مکتب فکری را متحجر یا تمام افراد یک قومیت را خسیس نشان دهد. چنین کلیشه‌هایی با مسدودکردن مسیرهای تفکر منطقی و تقویت تعصب در مغز، امکان گفتگوی سالم و همدلی را از بین می‌برند.

دشمن حتی برای ایجاد شکاف نسلی بین والدین و فرزندان با هدف کاهش انتقال اعتقادات و باورها، عملیات تقسیم نسلی به راه می‌اندازد؛ آن‌هم مثلاً با نهادهایسازی باورهای همچون: نسل قدیم: مسئولیت‌پذیر، فداکار، مؤمن و ...؛ اما نسل جدید: بی‌هدف، مسئولیت‌گریز، بی‌تعهد، تنبل و

در قلب این کلیشه‌سازی، چند ترفند به ظاهر منطقی ولی فریبنده به کار گرفته می‌شود که شناخت آنها برای خانواده‌ها حیاتی است:

الف) ترفند استفاده نادرست از کلمه «همه»: وقتی می‌شنویم «همه فلان گروه این‌گونه هستند»، باید به سرعت هشدار ذهنی ما فعال شود؛ چراکه این تعمیم ناعادلانه است؛ برای مثال جمله «همه ثروتمندان حيله‌گر هستند» را در نظر بگیرید؛ روشن است که بسیاری از افراد ثروتمند، انسان‌های خیر و بااخلاقی هستند. بنابراین کاربرد «همه» یک فریب زبانی است تا یک ویژگی منفی را به تمام اعضای یک گروه گسترش دهد و با تکرار در اذهان افراد نهادهای پند؛

۱. محمد بن حسن حر عاملی، وسائل الشیعه، ج ۱۸، ص ۳۸.

درحالی که در واقعیت چنین چیزی غیرممکن است.

برای تقویت مسئولیت‌پذیری در گفتار و پرهیز از تعمیم‌های شتاب‌زده، رهنمودهای گران‌بهای دیگری نیز داریم. امام علی علیه السلام فرمود: «مَنْ أَسْرَعَ إِلَى النَّاسِ بِمَا يَكْرَهُونَ، قَالُوا فِيهِ بِمَا لَا يَعْلَمُونَ»^۱ کسی که در نسبت‌دادن کارهای بد به مردم شتاب کند، مردم [نیز] نسبت‌های ناروایی به او می‌دهند».

ب) ترفند جابجایی کمی و کیفی (اشتباه‌گرفتن اندازه و ماهیت): دشمن در این روش به‌عمد با مخفی کردن تفاوت بین «میزان» و «نوع» یک مسئله، در پی پرت کردن حواس ماست؛ برای مثال ممکن است بگویند «چه فرقی می‌کند یک دروغ کوچک بگویی یا یک کلاهبرداری بزرگ؛ هر دو دروغ هستند». این استدلال غلط است؛ زیرا میزان آسیب یک دروغ کوچک با یک جنایت مالی بزرگ کاملاً متفاوت است. با یکسان نشان دادن آنها، می‌خواهند رفتارهای بسیار بد را عادی جلوه دهند یا با بزرگ‌نمایی اشتباه‌های کوچک، خشم ایجاد کنند.^۲

ج) ترفند قیاس‌های نادرست: دشمن برای ساده‌کردن پیچیدگی‌های جهان و تحریک احساسات افراد با مقایسه دو موضوع کاملاً غیرمشابه درصدد القای نتیجه‌گیری اشتباه است؛ مثلاً «کشور A در جنگ خود دقیقاً مانند کشور B عمل کرد». درحالی که این دو کشور ممکن است از نظر تاریخ، انگیزه، شرایط بین‌المللی و روش‌ها کاملاً متفاوت باشند. مثل این است که بگوییم: سیب و پرتقال هر دو میوه هستند، پس دقیقاً طعم یکسان دارند.

اعضای خانواده برای تشخیص این ترفندها می‌توانند یک قرارداد بین یکدیگر ایجاد کنند و بدان پایبند باشند:

در این قرارداد همه باید حواسشان باشد هرگاه در فضای مجازی/دیجیتال در معرض محتوایی با این سه مضمون: اظهارنظر درباره کل اعضای یک گروه اجتماعی (مثل یک نژاد، مذهب، نسل)، مقایسه دو مورد کاملاً متفاوت، اظهارنظر قاطعانه و بدون استثنا درباره یک مسئله قرار گرفتند، سه پرسش کلیدی از خود داشته باشند:

پرسش اول: آیا واقعاً «همه» این‌طور هستند؟ آیا بین آشنایان، دوستان، همکاران یا

۱. محمد بن حسین سیدالرضی، نهج البلاغه، حکمت ۳۵.

۲. Malyuk, A.A. (۲۰۲۲). Socio-psychological techniques of information warfare.

همسایه‌های خود کسی از این گروه را می‌شناسم که این توصیف را نقض کند؟ پرسش دوم: آیا این مقایسه منصفانه است؟ آیا دو چیزی که مقایسه شده‌اند، واقعاً در یک دسته قرار می‌گیرند؟

پرسش سوم: آیا کمیت و کیفیت با هم قاطی نشد؟ آیا یک موضوع کم‌اهمیت به اندازه یک موضوع پراهمیت، بزرگ‌نمایی نشده است و برعکس؟

پایبندی روزانه به قرارداد پرسش‌های سه‌گانه، افزون بر ایجاد «سیستم ایمنی دیجیتال» قوی در خانواده، به اعضا می‌آموزد که در اقیانوس اطلاعات، به جای قضاوت بر اساس برجسب‌ها، انسان‌ها را با تمام پیچیدگی و منحصر به فرد بودن خود ببینند.

توصیه می‌شود اعضای خانواده در پایان هفته محتواهای مشکوکی را که مواجه شده‌اند با هم بررسی کنند. پس از پاسخ به پرسش‌های سه‌گانه، درباره هدف دشمن از استفاده از این ترفندها (تضعیف پیوندهای خانوادگی و اجتماعی) بحث کنند. در این حالت اعضا با استفاده از تفکر منطقی نپذیرفتن سرسری کلیشه‌ها مانند دیواری محکم در برابر این حملات خواهند ایستاد.

در نهایت محکم‌ترین اصل برای ایمن‌سازی فضای تعامل در فضای دیجیتال، توصیه به کنترل زبان و توجه به آثار کلام است. پیامبر ﷺ فرمود: «مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَسْكُتْ»^۱ هر کسی به خدا و روز قیامت ایمان دارد، باید سخن خیر بگوید یا سکوت نماید».

۲-۲. ایجاد ترس: گسترش اضطراب و ناامنی

در عملیات روانی، ایجاد ترس یکی از مؤثرترین سلاح‌هاست. دشمن با پخش اخبار نگران‌کننده گاه واقعی اما اغراق‌شده، گاه کاملاً ساختگی، آمارهای غیرواقعی و پیش‌بینی‌های فاجعه‌بار می‌کوشد حس ناامنی و بی‌ثباتی در مردم ایجاد کند. جامعه در این حالت در حالتی از اضطراب و ناامنی دائمی قرار می‌گیرد.^۲ این اخبار می‌توانند درباره یک بیماری همه‌گیر ناشناخته، بحران اقتصادی قریب‌الوقوع، کمبود مواد غذایی و دارویی یا تهدیدی محیط‌زیستی باشند. در این

۱. ابوالقاسم پاینده، نهج الفصاحه، ح ۲۹۱۵.

۲. Zaporozhchenko, M. THE CENTER FOR DIGITAL EDUCATION AND MEDIA LITERACY IN MYKOLAIV Press. (p.۳۹).

تکنیک همه اخبار، عناصر کلیدی و مشترکی دارند؛ از جمله: در پی ایجاد احساس فوریت و اضطراب در برابر آینده هستند، به مخاطب القا می کنند به سرعت و بدون تفکر و بررسی واکنش نشان دهد، وگرنه آسیب جدی خواهد دید.

این تکنیک متناسب با عملکرد مغز طراحی شده است. مغز وقتی پیامی لبریز از ترس دریافت می کند، در دو حالت «جنگ یا گریز» قرار می گیرد. در این حالت، بخش منطقی و تحلیلی مغز (قشر پیش پیشانی) تقریباً غیرفعال عمل می کند و تصمیم گیری ها را به بخش های هیجانی و قدیمی تر مغز می سپارد. در نتیجه فرد بیشتر بر اساس غریزه و تجربیات هیجانی قبلی عمل می کند تا بر اساس تحلیل های عقلانی. در چنین شرایطی، پذیرش اطلاعات جدید حتی اگر غیرواقعی باشند، خیلی آسان تر می شود؛ زیرا انسان بدون تحلیل و بر پایه احساسات و هیجانات می پذیرد و تصمیم های عجولانه می گیرد. دشمن نیز دقیقاً در پی تخریب عقلانیت است که در شیعه بسیار تأکید شده است تا با ازیب بردن آرامش و اعتماد عمومی، کاهش تاب آوری مردم و در نهایت خشم، بی نظمی و هرج و مرج را در جامعه شعله ور کند؛ زیرا عملکرد هیجانی مانند ابزاری، مردم را وادار به گرفتن تصمیم هایی می کند که در حالت عاقلانه هرگز نمی گرفتند.

استفاده از سکوت های ضمنی از مهم ترین ترفندهای ایجاد ترس و اضطراب است. در این ترفند برای قالب دادن محتوایی ضمنی اما مطلوب برای برخی گروه ها و دست کاری در آگاهی جمعی، تحریک نقاط درد افکار عمومی و برانگیختن ترس و نفرت بسیار مناسب است. دشمن در این روش، بخشی از حقیقت را می گوید؛ اما بخش حیاتی دیگر را به عمد حذف می کند تا برداشت ما را جهت دهد، مانند نقاشی ای که نیمی از آن را پاک کرده باشند؛ مثلاً ممکن است دشمن مرتب درباره خسارات تحریم ها بر اقتصاد یک کشور گزارش دهد و آن را بزرگ نمایی کند (که ممکن است بخشی از آن واقعی باشد)، اما هرگز درباره هزینه های سنگین این تحریم ها برای کشورهای تحریم کننده یا راه های مقابله و سازگاری سخنی نمی گوید. این «سکوت» عمدی، سبب می شود مخاطب احساس کند در بن بست مطلق و بدون راه فرار گیر افتاده است. یا مثلاً در بحث سلامت، ممکن است بر بزرگ نمایی «عوارض جانبی یک واکسن» تمرکز کنند؛ اما به هیچ وجه آمار «تعداد افرادی که آن واکسن جانشان را نجات داده» حرفی نزنند. این سکوت، ترس را به شکلی هدفمند و ویران کننده افزایش می دهد.

با توجه به آنکه هدف دشمن از القای ترس، از بین بردن آرامش افراد به‌ویژه خانواده‌هاست، بهترین راهکار مقابله را باید مدیریت هیجان، افزایش آگاهی، حفظ آرامش و خونسردی و تبدیل تهدیدهای مبهم به برنامه‌های عملی و خانوادگی دانست.

همواره در این مسیر باید به یاد داشت که ایجاد ترس و رعب نه تنها آثار ویران‌کننده روانی دارد، بلکه از نظر آموزه‌های دینی نیز عملی ناپسند و ناروا شمرده شده است. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يُرَوِّعَ مُسْلِمًا»^۱ بر هیچ مسلمانی روا نیست که مسلمانی را به رعب و وحشت اندازد.

والدین در این فرایند نقش اساسی دارند؛ آنها می‌توانند با کنترل احساسات منفی، تفکر انتقادی و عملکرد منطقی، برای فرزند ترس از رخدادهای آینده را کم‌رنگ کنند. خانواده‌ها برای خنثی کردن ترفند القای ترس و اضطراب باید مهارت‌های مدیریت هیجان و تفکر انتقادی را تقویت کنند؛ بدین منظور روزانه با هم دست‌کم یک تمرین داشته باشند که هنگام مواجهه با اخبار یا پیامی که واکنش فوری، احساس ترس، وحشت یا اضطراب ایجاد می‌کند، به جای واکنش فوری، این سه گام را اجرا کنند:

گام اول: ایست (توقف فوری): اولین و مهم‌ترین کار، فشاردادن دکمه «توقف» ذهنی است. اعضا باید به خود بگویند «این خبر مرا می‌ترساند. پس ممکن است هدفش همین باشد». سپس چند نفس عمیق بکشید تا حالت جنگ یا گریز مغز کمی آرام شود.

گام دوم: فعال کردن کارآگاه درون: از خود و از منبع خبر هفت پرسش کلیدی داشته باشند:

۱. منتشرکننده خبر کیست؟

۲. آیا این خبر از یک رسانه یا خبرگزاری معتبر داخلی یا بین‌المللی منتشر شده یا فقط در

یک کانال یا صفحه ناشناس در شبکه اجتماعی باز نشر شده است؟

۳. آیا این خبر تمام حقیقت است یا بخشی از ماجرا به قصد حذف شده است (مثل همان

سکوت ضمنی)؟

۴. آیا می‌توانم گزارش یا دیدگاه متعادل‌تر یا کامل‌تر از یک منبع معتبر دیگر پیدا کنم؟

۵. آیا خبر با استفاده از کلمات «فاجعه‌بار»، «نابودی کامل»، «همه‌گیر» دارای اغراق و

بزرگ‌نمایی است؟

۱. محمد بن علی ابن بابویه، عیون أخبار الرضا علیه السلام، ج ۲، ص ۳۲۷.

۶. خودم کجا هستم؟

۷. آیا این تهدید ادعا شده، در کوتاه مدت زندگی من و خانواده ام را تحت تأثیر قرار می دهد؟
 گام سوم: گفتگو و تعامل با خانواده (تبدیل اضطراب به گفتگوی سازنده): اعضا به ویژه والدین پس از طی گام اول و دوم، باید از خبر برای برگزاری جلسات تعامل و گفتگوی خانوادگی استفاده کنند؛ مثلاً بگویند فلان خبر را در فلان شبکه اجتماعی دیدم که می گفت اقتصاد در حال فروپاشی است، منبعش مشخص نبود، بخشی از مطالب اصلی خبر حذف شده بود، ما به مثابه یک خانواده چطور می توانیم برای شرایط سخت احتمالی (نه فاجعه بار) برنامه ریزی کنیم؟ مثلاً پس اندازمان را مدیریت کنیم یا مهارت جدید یاد بگیریم؟"
 این کار، انرژی منفی ترس را به انرژی مثبت اقدام مشترک و برنامه ریزی تبدیل می کند.

۲-۳. قطبی سازی: تقسیم جامعه به دوگانه های متضاد

یکی از خطرناک ترین تکنیک های عملیات روانی، «قطبی سازی» یا تقسیم جامعه به دو دسته کاملاً متضاد و متعارض با یکدیگر است. دشمن در این روش می کوشد همه مسائل را در قالب دو بعد «یا این یا آن» و «ما در برابر آنها» نشان دهد؛ طوری که گویی هیچ نقطه مشترک، هیچ طیف خاکستری و هیچ راه میانه ای وجود ندارد.^۱ امروزه دشمنان از قطبی سازی دیجیتال که یک «مهندسی اجتماعی پیشرفته» است، به وفور بهره می گیرند.

دشمن در این روش با استفاده از الگوریتم های شبکه های اجتماعی، کاربران را در اتاق پژواک محبوس می کند. بدین ترتیب که محتواهای متناسب با آنچه کاربران پیش تر جستجو کرده اند را برایشان پیشنهاد می کند. بنابراین کاربران محتواهای هم سو با باورهایشان را می بینند و این فرایند «تشدید افراط گرایی» را تسریع می کند و افراد در «حباب های اطلاعاتی» قرار می گیرند تا فقط یک جنبه از واقعیت را درک کنند. در نتیجه جامعه به تدریج به دو قطب جدا از هم و در تقابل با هم تقسیم می شود که توانایی گفتگو و یافتن مشترکات را از دست می دهند. حتی دوقطبی شدن، تعامل سازنده با دیدگاه مخالف اعضای یک خانواده را مخدوش می کند. در چنین وضعیتی گفتگوی منطقی، یافتن زمینه های مشترک و راهکارهای مناسب برای مسائل در سایه تعصبات غیر ممکن می شود.

۱. Grahn, H., (۲۰۲۴). Cognitive Security in a Changing World.

برخی از مهم‌ترین ترفندهای این تکنیک عبارت‌اند از:

- **دوتایی نادرست (فقط دو گزینه افراطی):** این ترفند به افراد القا می‌کند که فقط دو انتخاب دارند، آن هم دو انتخاب افراطی نه گزینه‌های منطقی و اعتدال‌گرا. مثال واضح در این باره در بحث فرزندپروری این‌گونه است: «یا باید تمام اختیار را از فرزندت سلب کنی و والد کنترل‌گر باشی یا کاملاً او را رها کنی تا هر کاری می‌خواهد انجام دهد». درحالی‌که رویکرد صحیح، طیف گسترده‌ای از روش‌های متعادل بین این دو قطب است.
- **انکار منطق با ابزارهای احساسی:** به جای استدلال، از شگردهایی استفاده می‌شود که احساسات را مستقیم هدف خود قرار می‌دهند و عقل را کنار می‌زنند.
- **بدنام کردن گزاره:** به جای بررسی درستی یک حرف، به شخصیت گوینده حمله می‌کنند؛ برای مثال می‌گویند «فلانی که این حرف را می‌زند، اصلاً آدم قابل اعتمادی نیست، پس حرفش هم ارزش شنیدن ندارد» (حتی اگر آن حرف درست باشد).^۱
- **تحریک احساسات:** از داده استفاده نمی‌کنند، فقط ترس یا خشم ایجاد می‌کنند؛ برای مثال در یک بحث علمی می‌گویند: «اگر این قانون تصویب شود، آینده دختران ما نابود می‌شود»، بدون ارائه هیچ سند و علت معقولی.
- **استفاده از کلمات با بار عاطفی:** برای جهت‌دهی به قضاوت مخاطبان، یک گروه را «میهن‌پرستان دلیر» و گروه مقابل را «خائن‌ان وطن‌فروش» عنوان می‌کنند. این برجسب‌ها جای بحث منطقی را می‌گیرد.^۲
- برای درک بهتر این ترفند و مصونیت در برابر آن، توجه به رهنمودهای اهل بیت علیهم‌السلام که بر شناخت حقیقت فارغ از افراد و برتری‌جویی‌ها تأکید دارند، ضروری است. امام علی علیه‌السلام می‌فرماید: «إِنَّ الْحَقَّ لَا يُعْرَفُ بِالزَّجَالِ، اعْرِفِ الْحَقَّ تَعْرِفْ أَهْلَهُ»^۳ حق به شخصیت‌ها شناخته نمی‌شود؛ خود حق را بشناس تا پیروان آن را بشناسی.
- **تهدید به پیامدهای شوم:** می‌گویند: «اگر حتی این حقیقت را بپذیری، جامعه از هم می‌پاشد و همه چیز نابود می‌شود»؛ پس بهتر است حقیقت را نادیده بگیرد.

۱. Malyuk, A.A.(۲۰۲۲).Socio-psychological techniques of information warfare.

۲. همان.

۳. فضل بن حسن طبرسی، مجمع‌البیان فی تفسیر القرآن، ج ۱، ص ۲۱۱

- افترا و تهمت: انتشار عمدی دروغ درباره یک فرد یا گروه، تنها برای تخریب چهره آنها و بی اعتبار کردن عقاید و حرف‌هایی که می‌زنند.

راهکار عملی برای خانواده‌ها: تمرین «پل‌سازی» و «تفکر طیفی».

دشمن در پی القای جبهه‌گیری به جای گفتگو است. بنابراین والدین باید به فرزندان بیاموزند که مسائل را نه دویعدی سیاه و سفید مطلق، بلکه در ابعاد مختلف یا طیف‌های رنگارنگ ببینید. بدین منظور والدین باید با تمرین تفکر اعتدال‌گرا و میانه در برابر قطبی‌سازی، فرزندان را مقاوم کنند؛ همچنین به جای تخریب کسی که نظرات مخالفی دارد، به دنبال نقاط مشترک برای ساختن پل باشند؛ همان‌گونه که دین بر وحدت تاکید دارد. درواقع مهم‌ترین رویکرد در برابر دوقطبی‌سازی، پیدا کردن راه سوم است.

در این رویکرد والدین می‌توانند در مورد موضوعات روز از اعضای خانواده پرسند «به نظر تو، به جز دو گزینه افراطی که در فضای مجازی مطرح می‌شود، آیا راه سوم، چهارم یا میانه‌ای وجود دارد؟» مثلاً در مورد فرزندپروری غیر از کنترل‌گری افراطی یا اختیار و آزادی افراطی، راه‌حل متعادل چیست؟

- شکست دیوار ساختگی بین ما و آنها: وقتی کسی از «آنها» (مثلاً یک قشر یا گروه اجتماعی) به بدی صحبت می‌کند، والدین از فرزندان بخواهند فکر کنند که «در بین فامیل، دوستان یا همسایگان کسی هست که جزء "آنها" باشد اما مثل آنها بد صحبت نکند؟» این کار، دیوار ساختگی بین «ما» و «آنها» را می‌شکند.

درنهایت، اساس وحدت و دوری از هرگونه قطبی‌سازی قومی، نژادی و اجتماعی در کلام گهربار پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله ترسیم شده است: «لَا فَضْلَ لِعَرَبِيٍّ عَلَى عَجَمِيٍّ وَلَا عَجَمِيٍّ عَلَى عَرَبِيٍّ وَلَا أَحْمَرَ عَلَى أَسْوَدَ وَلَا أَسْوَدَ عَلَى أَحْمَرَ إِلَّا بِالتَّقْوَى»^۱ هیچ عرب را بر عجم، و هیچ عجم را بر عرب و هیچ سفید را بر سیاه و هیچ سیاه را بر سفید برتری نیست مگر به تقوا.

- شناسایی کلمات عاطفی: والدین باید کلمات احساسی و برچسب‌هایی مانند خائن را در محتواها بیابند و از فرزندان پرسند: «به جای این کلمه احساسی، چه توصیف بی طرفانه و میانه‌ای می‌توان استفاده کرد؟»

۱. محمد محمدی ری‌شهری، میزان الحکمه، ح ۲۳۹۶.

- تعیین منبع معتبر و متعادل: اعضای خانواده می‌باید یک یا دو منبع خبری معتبر و میانه‌رو را تعیین کنند تا بتوانند با پیگیری اخبار، تأثیر اتاق‌های پژواک را کم کنند.

۲-۴. انتشار اخبار جعلی

امروزه ساختن و پخش اخبار دروغ به صنعت جهانی تبدیل شده است. گروه‌های مختلف بین‌المللی با اهداف سیاسی و اقتصادی همانند ایجاد اغتشاش فکری، تخریب اعتبار افراد یا نهادها، کاهش اعتماد عمومی، بی‌ثباتی جامعه، سردرگمی افراد و تبلیغات هوشمند، خبرهای ساختگی تولید می‌کنند.^۱ این اخبار یا کاملاً دروغ هستند یا وقایع دست‌کاری و تحریف‌شده یا اخبار قدیمی که در جایگاه اتفاق جدید جای داده می‌شوند. امروزه پیشرفت فناوری سبب شده است هزاران ربات، عامل‌های هوشمند و حساب جعلی در شبکه‌های اجتماعی، این اخبار را لایک و بازنشر کنند تا خبر جزء محتواهای ترند قرار گیرد و مورد بازدید و توصیه عمومی.

از جمله ویژگی‌های بارز اخبار جعلی می‌توان به تنظیم به صورت حرفه‌ای، منبع نامشخص یا غیرمعتبر، تحریک هیجانات و احساسات شدید (مانند خشم یا ترس)، ادعاهای غیرعادی و تعجب‌آور و درخواست برای انتشار سریع یا اقدامی خاص توجه کرد.

رسول‌الله ﷺ می‌فرماید: «كَفَى بِالْمَرْءِ مِنَ الْكَذِبِ أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ»^۲ برای دروغ‌گویی آدمی همین بس که هر چه می‌شنود، بازگو کند».

سازندگان اخبار جعلی، برای قانع کردن افراد از ترفندهای اشتباهات فکری رایجی استفاده می‌کنند:

- ترفند تحویل آرزو به جای واقعیت: خبر را طوری می‌سازند که دقیقاً مطابق آرزوها یا ترس‌های افراد باشد؛ مثلاً «دانشمندان سرانجام راه درمان قطعی سرطان را کشف کردند»؛ درحالی‌که چنین چیزی واقعیت ندارد. این ترفند رؤیای مردم را به مثابه واقعیت جا می‌زند تا سریع باور کنند.

- ترفند جابجایی علت و معلول: علت واقعی یک اتفاق را پنهان و علتی دروغین ارائه

۱. Pennycook, (۲۰۱۹). Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning.

۲. علی بن حسام‌الدین متقی، کنز العمال، ح ۸۲۰۸.

می‌دهند؛ برای مثال «از زمانی که در این شهر ایستگاه مترو ساخته شده، آمار جرم افزایش یافته؛ پس مترو باعث جرم شده است»؛ درحالی که ممکن است افزایش عملیات پلیس سبب ثبت بیشتر جرایم شده باشد.

- چرخه معیوب دروغ: وقتی دروغ بزرگی گفته می‌شود، رسانه‌های دیگر آن را نقل می‌کنند و بعد همان رسانه‌ها به نقل قول از هم استناد می‌کنند که «همه رسانه‌ها گزارش داده‌اند»؛ درحالی که منبع اولیه فقط یک حساب جعلی در شبکه اجتماعی بوده است. این چرخه، دروغ را بزرگ و معتبر نشان می‌دهد.^۱

خانواده‌ها برای شناسایی اخبار جعلی باید قوه تشخیص و بصیرت خود را افزایش دهند؛ برای مثال والدین از فرزندان بخواهند به جای قبول، انتشار یا رد فوری خبر یا شایعه مانند یک محقق به ارزیابی اطلاعات بپردازد.

در راستای آنچه درباره خطر اخبار جعلی و ضرورت تحقیق و بررسی بیان شد، قرآن کریم به صراحت مؤمنان را به تبیین و تحقیق در اخبار فرامی‌خواند تا مبدا از روی جهل، به فرد یا گروهی آسیب رسانند و پس از آن پشیمان شوند: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ»^۲ ای اهل ایمان، اگر فاسقی خبری برایتان آورد، خبرش را بررسی و تحقیق کنید تا مبدا از روی ناآگاهی، گروهی را آسیب و گزند رسانید و بر کرده خود پشیمان شوید».

والدین برای نمونه می‌توانند پروتکل‌هایی مانند «ایست و سؤال» را به کار گیرند:

گام اول: ایست

با دیدن تیتَر جذاب، تحریک‌کننده یا نگران‌کننده، بلافاصله آن را بازنشر نکنید و دست‌کم چند دقیقه درباره محتوا فکر کنید.

گام دوم: پرسش از خود

این پرسش‌های مهم و کلیدی را از خودتان داشته باشید:

۱. پرسش منبع: آیا منبع این خبر یک رسانه شناخته‌شده و معتبر است یا یک کانال یا صفحه

۱. Malyuk, A.A.(۲۰۲۲). Socio-psychological techniques of information warfare.

ناشناس؟ آیا نام نویسنده یا گزارشگر مشخص است؟

۲. پرسش شواهد (چه مدرکی دارد؟): آیا عکس، ویدیو یا سندی ارائه شده است؟ آیا می‌توان با جستجوی معکوس عکس از طریق گوگل لنز، اصالت و دست‌کاری نشدن عکس را تایید کرد؟

۳. پرسش تأیید (دیگران چه می‌گویند؟): آیا این خبر در رسانه‌های معتبر دیگر (حتی با نظر مخالف) تأیید شده است؟

۴. پرسش عقل سلیم (چقدر منطقی است؟): آیا این خبر از منظر عقلانیت و منطق درست است؟ آیا بیش از حد خوب یا بیش از حد بد نیست؟

گام سوم: اقدام آگاهانه

اگر خبر از دیدگاه همه پرسش‌ها معتبر بود، می‌توان درباره باور یا انتشار آن تصمیم گرفت؛ آن هم با پرسش این سؤال که باور یا بازنشر این خبر چه منفعتی دارد؟ اگر در پخش آن به نکات مثبتی نرسیدند، می‌توانند آن را نادیده بگیرند و پخش نکنند.

خانواده با این پروتکل ساده، از یک قربانی منفعل اخبار جعلی، به یک نگهبان فعال در فضای دیجیتال تبدیل می‌شود که نه تنها گمراه نمی‌شود، بلکه چراغ راه دیگران نیز خواهد بود. این تکنیک دقیقاً الگوبرداری از اندیشه شیعه است که همواره پیروان را به تفکر و تدبیر دعوت می‌کردند. چنین فرزندی که مهارت نقد اطلاعات را می‌آموزد، نه تنها خود در شایعات و اکاذیب گرفتار نمی‌شود، بلکه می‌تواند در جایگاه یک «مصلح کوچک» در بین دوستان و حتی خانواده عمل کند و از شدت تنش‌های ناشی از اخبار جعلی بکاهد.

کتاب‌نامه

قرآن کریم

۱. حرّ عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعة الی تحصیل مسائل الشریعة، مقدمه/تحقیق: مؤسسه آل‌البیت علیه السلام لإحياء التراث، قم: مؤسسه آل‌البیت علیه السلام لإحياء التراث، [بی‌تا].
۲. ابن بابویه، محمد بن علی، عیون أخبار الرضا علیه السلام، قم: منشورات جهان، [بی‌تا].
۳. طبرسی، فضل بن حسن، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، ج ۱، تحقیق و تعلیق: کمیته‌ای از علما و محققان متخصص، بیروت: مؤسسة الأعلمی للمطبوعات، ۱۴۱۵ ق.

۴. محمدی ری‌شهری، محمد، میزان الحکمة، چ ۱، قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ۱۳۶۲-۱۳۶۳ ش.
۵. سیدالرضی، محمد بن حسین، نهج البلاغه، ترجمه: محمد دشتی، چ ۱، قم: نشر مشهور، ۱۳۷۹ ش.
۶. پاینده، ابوالقاسم، نهج الفصاحة (سخنان و خطبه‌های حضرت رسول اکرم ﷺ با تنظیم موضوعی و ترجمه فارسی)، تدوین و تصحیح: محمدامین شریعتی و عبدالرسول پیمانی، اصفهان: خاتم الانبیاء، ۱۳۸۵ ش.
7. Department of Defense. (۲۰۱۷). Psychological Operations: Principles and Case Studies (DOD publication). In The Frontier of Information Warfare and the PSYOPS. Retrieved from Alephas website.
8. Grahn, H., Häkkinen, T., & Taipalus, T. (۲۰۲۴). Cognitive Security in a Changing World: Citizen Perceptions During Finland's NATO Joining Process. In Proceedings of the European Conference on Cyber Warfare and Security (No. ۱). Academic Conferences International Ltd.
9. Malyuk, A.A. (۲۰۲۲). Socio-psychological techniques of information warfare. BIT, (۳). <https://doi.org/10.26۵۸۳/bit.۲۰۲۲,۳,۰۲>
10. Pennycook, G., & Rand, D.G. (۲۰۱۹). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. Cognition, ۱۸۸, ۵۰-۳۹.
11. Zakir, S., Hoque, M.E., Susanto, P., Nisaa, V., Alam, M.K., Khatimah, H., & Mulyani, E. (۲۰۲۵). Digital literacy and academic performance: the mediating roles of digital informal learning, self-efficacy, and students' digital competence. Frontiers in Education, Volume ۱۰. DOI: 10.3۳۸۹/educ.۲۰۲۵.۱۵۹۰۲۷۴
12. Zaporozhchenko, M. THE CENTER FOR DIGITAL EDUCATION AND MEDIA LITERACY IN MYKOLAIV (UKRAINE): RESPONDING TO THE CHALLENGES OF THE INFORMATION WAR. In Cyber socialization in conditions of increased uncertainty: Materials of the VI scientific and practical seminar (Tilburg, August ۲۶, ۲۰۲۲); [edited by LA Naydonova, NL Diatel, Iu.S. Chaplinska]. Tilburg: Tilburg University Press. (p. ۳۹).