



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت امور اقتصادی و دارایی  
ستاد همکاری حوزه سیب و وزارت امور اقتصادی و دارایی

# جنگ شناختی اقتصادی





# جنگ شناختی اقتصادی

این نوشتار برگرفته از ارائه سخنرانی استاد حسین عباسی فر  
در رویداد هجرت ۲؛ روایت فتح می باشد.



# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

عنوان: جنگ شناختی اقتصادی

سخنران: استاد حسین عباسی فر

ناظر علمی: دکتر حمیدرضا مقصودی، دکتر علی سعیدی، دکتر صادق سلمانی

گروه پژوهشی: ستاد همکاری حوزه علمیه و وزارت امور اقتصادی و دارایی

ویراستار: جلال جوانمرد

واژه‌های کلیدی: جنگ رسانه‌ای، جنگ شناختی، جریان تحریف، نفوذ، تحریم

شناسه گزارش: ۴۰۲۱۲۱۹۱۰۳۳

تاریخ نشر: اسفندماه ۱۴۰۲

حقوق معنوی این اثر متعلق به ستاد همکاری حوزه علمیه و وزارت امور اقتصادی و دولتی است و استفاده از آن با ذکر مأخذ بلامانع است.

جهت دریافت گزارش‌های سیاستی به سایت [www.sahwa.ir](http://www.sahwa.ir) مراجعه کنید.

مطالب این نوشتار الزاما نظایت رسمی وزارت امور اقتصادی و دولتی و ستاد همکاری حوزه علمیه و وزارت امور اقتصادی و دولتی نمی باشد.





## فهرست مطالب

۱. تفاوت جنگ رسانه‌ای و جنگ شناختی.....
۱. اگر جریان تحریف شکست بخورد، جریان تحریم قطعاً شکست خواهد خورد.....
۲. چه اتفاقی منجر شد که به مذاکره رضایت دهیم؟.....
۳. جریان نفوذ.....



## امامت امت

بسمه تعالی

### تفاوت جنگ رسانه‌ای و جنگ شناختی

اولین نکته‌ای که باید در حوزه جنگ شناختی در نظر بگیریم، تفاوت جنگ شناختی با جنگ رسانه‌ای و جنگ تبلیغاتی و امثال این‌هاست؛ یعنی حوزه جنگ شناختی با جنگ رسانه‌ای تفاوت دارد و مخاطبانش نیز به نحوی متفاوت هستند. در جنگ رسانه‌ای عموماً مردم هدف قرار می‌گیرند، اما در جنگ شناختی لزوماً این‌گونه نیست و عمده مسئله بر روی نخبگان و مسئولان است. جنگ رسانه‌ای و جنگ روانی، جنگ شناختی را تقویت می‌کنند.

جنگ شناختی زمانی رخ می‌دهد که با انسانی مواجه می‌شوید که درباره مسئله‌ای اطلاعات نادرستی دارد؛ زمانی که اطلاعاتش را تصحیح می‌کنید، تحلیل وی تغییر می‌کند. برای مثال، بادبتهای نادرستی که از فضای مجازی به دست آورده بود، تا آن لحظه گمان می‌کرد که شخصی دزدی کرده، ولی شما اثبات می‌کنید که فرد دیگری دزدی کرده است. بسیاری از ما دچار جنگ رسانه‌ای شده‌ایم و پروپاگاندای رسانه‌ای اطلاعات نادرست، گمراه‌کننده یا بی‌ارزشی را منتشر می‌کند.

اگر بخواهیم به مسئله جنگ شناختی دقیق‌تر بنگریم، باید یک گام جلوتر برویم. در جنگ شناختی، زمانی که به شخصی اطلاعات نادرست ارائه شده و آن‌ها را تصحیح می‌کنید، ممکن است حتی اطلاعات درست را به غلط تفسیر کند و به نتایجی برسد که با واقعیت مغایرت دارد.

نمونه‌ای عینی در زمینه جنگ شناختی اقتصادی را در نظر بگیرید که آمریکا ما را تحریم کرده است. در شرایط عادی، دیدگاه افراد چگونه خواهد بود؟ احتمالاً می‌گویند: «مرگ بر آمریکا». آمریکا علیه ما جنگ اقتصادی به راه انداخته و در حالت عادی موجب این اظهار نظر می‌شود.

### اگر جریان تحریف شکست بخورد، جریان تحریم قطعاً شکست خواهد خورد!

حضرت آقا جمله‌ای دارند که بسیار مهم است و به نظرم، باید مقداری روی آن تأمل و آن را با بیان‌های گوناگون به



## امامت امت

مردم منتقل کنیم. ایشان می‌فرماید: «اگر جریان تحریف شکست بخورد، جریان تحریم قطعاً شکست خواهد خورد»! آیا اگر جریان تحریف شکست بخورد، تحریم‌ها لغو می‌شوند؟ خیر، ربطی ندارد. ممکن است در بلندمدت به این موضوع منجر شود، اما وقتی جریان تحریف کنار جریان جنگ اقتصادی می‌آید، به زاویه‌ای از جنگ ترکیبی تبدیل می‌شود. جنگ اقتصادی و جنگ شناختی کنار همدیگر قرار می‌گیرند و باعث می‌شود وقتی آمریکا ایران را تحریم کرده است، به‌جای اینکه بگویید «مرگ بر آمریکا»، از جمهوری اسلامی انزجار پیدا کنید!

درواقع نه‌تنها رسانه‌های عمومی در فضای مجازی، بلکه در دانشگاه‌ها، مقاله‌ها، کتاب‌های درسی، نشست‌ها، کنفرانس‌ها، همایش‌ها، فضاهای علمی و مجله‌های تخصصی تحلیل می‌کنند که مثلاً علت تورم در ایران کسری بودجه است، کسری بودجه به‌علت کاهش منابع ارزی ماست، علت کاهش منابع ارزی ما تحریم است و بعد نتیجه می‌گیرند که باید مذاکره کنیم؛ یعنی راهکار را نیز ارائه می‌کنند.

### چه اتفاقی منجر شد که به مذاکره رضایت دهیم؟

اتفاقی افتاد که مردم گفتند: اشتباهی مرتکب شده‌ایم که آمریکا ما را تحریم کرده است و باید مذاکره و تحریم را رفع کنیم. این اتفاق چطور به وجود آمده است؟ آیا سلبریتی‌ها این کار را انجام می‌دهند؟ اصلاً بسیاری از سلبریتی‌ها چنین تحلیلی را نمی‌فهمند، چه رسد به اینکه این تحلیل دقیق اقتصادی سیاسی و امنیتی شناختی را به ویدیو یا شعر تبدیل کنند! در این میان اتفاقی می‌افتد و عده‌ای این کار را انجام می‌دهند.

آنچه به نام «علوم انسانی» و «علم اقتصاد» پشت وژة «علم» پنهان شده است، اینجا به کار می‌آید؛ یعنی متوجه می‌شویم همان کسانی که پشت ماجرای برجام بوده‌اند، پشت ماجرای بیرون آمدن مردم پس از تصویب برجام نیز بوده‌اند. این اتفاق ناشی از این است که دستگاه تحلیلی افراد تغییر کرده است.

بنده در جنگ شناختی با دستگاه تحلیلی افراد کار دارم، نه با اطلاعاتشان. به‌جای اینکه روی دیتا و اطلاعات افراد





## امامت امت

تمرکز کنیم، بهتر است به سراغ دستگاه تحلیلی و اتفاقی برویم که در ذهن افراد وجود دارد. جایی در قلب افراد هست که باید تغییر کند تا اولاً صحت و سقم اطلاعات غلط را تشخیص دهند، بی آنکه حتی منبع آن را بررسی کنند؛ ثانیاً بتوانند آن را درست تحلیل کنند. از این رو در مرحله جنگ شناختی، که باید آن را ذیل جنگ ترکیبی بررسی کنیم، با پنج سرفصل مواجه هستیم که همگی فضای شناختی و معرفی دارند و از جنس دانشی هستند. مرحله نخست، «مسئله» است.

نکته: اگر در این پنج مرحله به سمت پایین برویم، باخته‌ایم؛ یعنی بهترین حالت این است که در سطح مسئله بچنگیم. یک گام پایین‌تر از سطح مسئله، سطح «علت» است. گاه در سطح نخست بررسی می‌کنیم که اصلاً مشکل و مسئله مردم چیست؛ گاهی نیز در سطح دوم، یعنی در سطح علت، می‌چنگیم. اگر در سطح علت بچنگیم، کارمان سخت‌تر می‌شود. اگر در سطح علت شکست بخوریم و نتوانیم آنجا بچنگیم، مجبور می‌شویم در سطح «مقصر» بچنگیم. علت ناظر به شیوه‌ها یا ابزارهایی است که آن مشکل را به وجود آورده، ولی مقصر دقیقاً ناظر به جریان‌ها و اشخاص است.

### جریان نفوذ

راهکار مقابله با جریان تحریف و نفوذ، که حضرت آقا از آن نام می‌برد، این است که باید به طور دقیق نام ببریم! نمی‌شود به مردم معیار بدهیم و بگوییم خودشان جریان نفوذ را بشناسند؛ باید از «دنیای اقتصاد» و «تجارت فردا» نام ببریم.

همیشه به دوستانم می‌گویم: اگر می‌خواهید بدانید اقتصاد یا راه درست در حوزه اقتصاد چیست، روزنامه «دنیای اقتصاد» را پشت‌ورو بخوانید و همه افعالش را معکوس کنید! اصلاً به هر چه می‌گوید، برعکس عمل کنید!



## امامت امت

ممکن است بگویید که ما آموخته ایم: «أَنْظُرْ إِلَى مَا قَال» ۱ و «نحن أبناء الدليل». این را می فهمم، اما نکته ای که عرض می کنم بسیار دقیق است. اگر راجع به جریان نفوذ جدیت نداشته باشیم، این طور نیست که گاهی اوقات متوجه شویم که این حرف درست است یا آن حرف؛ زیرا در بسیاری از موارد بحث واقعاً تخصصی می شود. گاهی دو شخص که هر دو انقلابی اند، در بعضی از موضوعات دقیقاً در مقابل یکدیگر قرار می گیرند. البته این اتفاق طبیعی است.

بنده شاخصی می دهم: اساس را بر این بگذارید که رسانه هایی مثل بی بی سی و ایران اینترنشنال هر چه می گویند دروغ و دقیقاً برعکس گفته هایشان درست است. مردم باید همین اساس را راجع به بعضی از رسانه های اقتصادی داشته باشند.

اگر در سطح مقصر نتوانیم کاری کنیم، مجبوریم در سطح «راهکار» بجنگیم که باز هم کار سخت تر می شود؛ یعنی مسئله و علت بیان شده است. اگر بخواهم مصداقی بگویم، مسئله مردم می شود تهدید جنگ و ابرتورم که مثلاً مبدا مانند ونزوئلا شویم، که البته هیچ گاه در ایران رخ نخواهد داد. اما وقتی این مسئله را پذیرفتیم، علت تورم را تحریم می دانیم و مقصر را خود جمهوری اسلامی فرض می کنیم. ماجرا این گونه است: وقتی مسئله را تعیین می کنند، به راحتی می توانند مقصر را نیز تعیین کنند و جریان انقلاب را مقصر جلوه دهند. در مرحله بعد، راهکار ارائه می کنند که جمهوری اسلامی باید مذاکره و مشکلات را حل کند؛ راهکار برجام می شود.

سال ۱۳۹۲ اختلاف و کشمکش بر سر این بود که آیا اصلاً مذاکره و رابطه با آمریکا و برداشتن تحریم منفعتی دارد یا خیر. یادم هست متنی در آن زمان منتشر شد که اگر تحریم ها برداشته شود، مثلاً قاتل بروسلی پیدا می شود! مادر هاج زبور غسل پیدا می شود! قطعه های داخل رانی خارج می شود! اگر تحریم ها برداشته شود، همه اتفاقات خوب دنیا رخ می دهد! یعنی مردم حتی با این ادیبات برخورد می کردند که مشکل از جای دیگری است و باید اقتصاد مقاومتی

۱. علی بن محمد لیثی واسطی، عیون الحکم و المواعظ، ص ۲۴۱ و ۵۱۷.



## امامت امت

شکل بگیرد.

اگر راهکار را نیز پذیرفتیم که مذاکره است، باید درباره روش‌های مذاکره و بندهای برجام و... بحث کنیم. ولی اگر آنجا هم مجبور باشیم، می‌توانیم فهرمانانه بجنگیم. در جنگ شناختی اقتصادی همه‌جا این پنج‌گانه وجود دارد. می‌توانم نشان بدهم که مثلاً وقتی مسئله تورم، بورس و... را مطرح می‌کنند، چه چیزی را می‌توانید در مقابل آن قرار دهید.

باید نظام مسائل شما جابه‌جا شود و مسائلی محل بحث باشند که اولویت دارند. اگر مبلغ دینی بروی منبر مثلاً راجع به روش حذف ارز ترجیحی با مردم صحبت کند و مسئله، علت و مقصرش را بپذیرد، پنج‌هیچ باخته است. نباید اجازه دهید که زمین بازی از آن اقتصاد لیبرال سرمایه‌داری شود؛ اصلاً نباید مسئله برای شما تعیین کند.

به جرت می‌گویم که شخصی ده سال در دانشگاه درس می‌خواند و بیست سال تدریس می‌کند، ولی ۹۰٪ اقتصاد فرهنگی و نابزار ایران را اصلاً نمی‌شناسد. سرش را پایین انداخته و فقط به آن ۱۰٪ نگاه می‌کند؛ آن هم با شاخص‌های غلط و کلی اشتباه که آن ۱۰٪ نیز فریب بزرگ می‌شود. بسیاری از طلبه‌های حوزه علمیه که مکاسب و قال الصادق و قال الباقر خوانده‌اند، از اقتصاددانان بیشتر اقتصاد می‌دانند.

پروفسور درخشان، که قطعاً بزرگ‌ترین اقتصاددان انقلابی دنیاست، بارها نه از سرِ تواضع، که از سرِ معرفت گفته است: اقتصاد اسلامی چیزی نیست که من می‌گویم؛ چیزی است که آقا می‌گوید، او منطق و دلیل دارد. اقتصاد اسلامی آمریکایی آن اقتصادی است که در حیطة و محدوده اقتصاد محصور شده است. من فقط اقتصاد می‌دانم؛ فرهنگ و فقه و امنیت نمی‌دانم، ولی آقا همه را می‌دانند. من مدیریت نمی‌دانم، آقا چهل سال در بالاترین سطح مدیریت کشور بوده است. من درکی از نظام سیاسی ندارم، ولی آقا دارد.

اصلاً اقتصاد اسلامی یعنی دیدن همه این موارد با همدیگر. چه کسی باید مسئله را تعیین کند؟ بیش از ده است که حضرت آقا مسئله تعیین می‌کنند؛ عید نوروز، شعار سال را تعیین می‌کنند. آن مسئله اقتصاد ماست. بیش از ده سال



## امامت امت

است که آقا می‌گویند: «تولید»! شما کلیدواژه تولید را در «دنیای اقتصاد» جست‌وجو کنید. کلیدواژه‌های اصلی «دنیای اقتصاد» تورم و ابرتورم و دلار و ارز و بورس و این چیزهاست. مسئله تولید، مسئله الآن جمهوری اسلامی است. ولی سریع مسئله را عوض می‌کنند و می‌گویند: اگر می‌خواهید به تولید برسید، باید ابتدا این کارها را انجام دهید.

اگر می‌خواهید تورم را رفع کنید، باید مشکل تولید را حل کنید. لذا به آن پنج‌گانه توجه کنید. باید در حوزه جنگ شناختی اقتصادی مسئله را دقیق بشناسیم و در جنگ و بحث و گفت‌وگو، بر روی مسئله تمرکز کنیم. تجربه ما در این سال‌ها این بوده است که وقتی با مسئله درست به سراغ مردم می‌رویم، بلااستثنا می‌پذیرند و نهایتاً می‌پرسند: چرا چیزهایی که حضرت آقا و شما می‌گویید و در قانون اساسی نیز آمده است اجرا نمی‌شوند؟ در بخش دوم به این مطالب می‌پردازیم که مسئله چیست و باید با مردم چگونه صحبت کنیم.





«خلق پول خصوصی» در مقابل «خلق پول عمومی» قرار دارد و ایده جدیدی است برای اینکه نظم بدیلی را در برابر نظم پولی کنونی مطرح کنیم. اگر همه اصطلاحات و ایسم‌های تخصصی اقتصادی و فلسفی را کنار بگذاریم، از منظر دسته‌بندی نظام‌های اقتصادی، یکسری از نظام‌ها به سمت توزیع همگانی مواهب اقتصادی حرکت می‌کنند؛ از سوی دیگر، نظام‌هایی به سمت تصاحب مواهب اقتصادی به نفع عده‌ای محدود شکل یافته‌اند؛ مثل بانک‌ها. در حالی که تنها راه برای همگانی کردن اعتبار و پول، ملی‌سازی نظام پولی است.