



## Newly-advent wars; Examining the role of social media in the Russo-Ukraine war

Mahdi Oriya<sup>1</sup>| Sayed Mahdi Mousavi Shahidi<sup>2</sup>| Mohammad Mostafa Salimi<sup>3</sup>

1. Member of the academic faculty of Aja Command and Headquarters University, Tehran, Iran. E-mail: [mahdi.ouria@chmail.ir](mailto:mahdi.ouria@chmail.ir)

2. Assistant professor of geopolitics department. University of Aja Command and Staff, Tehran, Iran E-mail: [mehdi7moosavi@gmail.com](mailto:mehdi7moosavi@gmail.com)

3. Department of Geopolitics, Faculty of Social sciences, Aja Command and Headquarters University, Tehran, Iran. E-mail: [Mostafasalimy14@gmail.com](mailto:Mostafasalimy14@gmail.com)

### Article Info

#### Article type:

Research Article

#### Article history:

Received 30 may 2024

Received in revised form

27 July 2024

Accepted 29 July 2024

### ABSTRACT

The newly-advent wars is approaching a new form of dictated will making use of the means, methods as well as the players that have in a different way impacted the waging, going and the war aims, changing the influential war variables in different dimensions. One of the most important reasons of occurrence newly-advent war, originates the cultural and ethnical contradictions where social media plays a critical role. Taking the rapid and enormous increase of the number of users over the past decade, the social media has turned into one of the key communications tools. When these users are put in a potential sphere of a military war, the role and impact of the social media would have a pivotal role in the result of the wars. Russo-Ukraine war, as the most recent military incident across the world, has, thanks to the social media, amongst the technological rivals, been turned into one of the mostly-documented wars of the history, even in terms of war methodology.

The Researchers have adopted seek to analyze the role of social media in the formation of a new war, considering the ethnic and cultural conflicts in the war between Russia and Ukraine. The findings of the present research are compiled under two categorizations; i.e., the socio-cultural roots of Russo-Ukraine war and the role played by the social media in the war in the form of contents operations in the social media, the artificial intelligence as a supplement of social media, fake new and deepfakes amidst Russo-Ukraine war and the contribution of the social media to support and to render power balance in the war.#

**Keywords:** *Newly-advent war, social media, artificial intelligence, Russia, Ukraine,*

**Cite this article:** Oriya, M., mousavi, M., & salimi, M. M. (2024). The role of social media in the formation of newly-advent (wars, a case study of the Russo-Ukrainian war). Iranian Journal of Wargaming, 6 (13), 93- 127.

DOI: 10.22034/ijwg.2024.460251.1084



**Publisher:** Command and Staff University  
©Mahdi, Oriya; Sayed Mehdi, Mousavi Shahidi; Mohammad Mostafa, salami.



## جنگ‌های نوپدید؛ واکاوی نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین

مهدی اوریا<sup>۱</sup> | سید مهدی موسوی شهیدی<sup>۲</sup> | محمد مصطفی سلیمی<sup>۳</sup>✉

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، تهران، ایران. رایانامه: [mahdi.ouria@chmail.ir](mailto:mahdi.ouria@chmail.ir)
۲. استادیار گروه ژئوپلیتیک، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، تهران، ایران. رایانامه: [mehdi7moosavi@gmail.com](mailto:mehdi7moosavi@gmail.com)
۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه ژئوپلیتیک، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، تهران، ایران رایانامه: [mostafasalimy14@gmail.com](mailto:mostafasalimy14@gmail.com)

## اطلاعات مقاله چکیده

**نوع مقاله:** مقاله پژوهشی

**تاریخ دریافت:** 1403/03/10

**تاریخ بازنگری:** 1403/05/06

**تاریخ پذیرش:** 1403/05/08

**کلیدواژه‌ها:** جنگ نوپدید، رسانه‌های اجتماعی، روسیه، اوکراین، هوش مصنوعی،

جنگ نوپدید شکل جدیدی از تحمیل اراده با به‌کارگیری ابزار، روش و یا بازیگرانی است که به‌گونه‌ای متفاوت بر شکل‌گیری، روند و اهداف جنگ‌ها اثر گذاشته و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن را در ابعاد مختلف تغییر می‌دهند. یکی از مهم‌ترین اشکال جنگ نوپدید تعارضات فرهنگی و اختلافات قومی است که نقش رسانه‌های اجتماعی در آن پر رنگ است. با افزایش سریع و چشمگیر تعداد کاربران رسانه‌های اجتماعی در طول دهه گذشته، این رسانه‌ها به یکی از عناصر اصلی ارتباطی تبدیل شده‌اند. وقتی این کاربران در دایره بالفعل یک جنگ نظامی قرار می‌گیرند، نقش و اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بر سرنوشت جنگ‌ها نقشی تأثیرگذاری داشته باشد. جنگ روسیه - اوکراین به‌عنوان یکی از جدیدترین رویدادهای نظامی جهان در سایه رسانه‌های اجتماعی در ازای رقابت‌های فناوری به یکی از مستندترین جنگ‌های تاریخ حتی در روش‌شناسی جنگ تبدیل شده است. پژوهشگران در این پژوهش با رویکرد توصیفی - تحلیلی به دنبال واکاوی نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی یک جنگ نوپدید با توجه تعارضات قومی و فرهنگی در نبرد روسیه و اوکراین هستند. نتایج حاصل از پژوهش در دو بخش ریشه‌های اجتماعی - فرهنگی جنگ روسیه و اوکراین و نقش رسانه‌های اجتماعی در این جنگ در قالب عملیات محتوایی در رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی مکمل رسانه‌های اجتماعی، اخبار جعلی و جعل عمیق در جنگ روسیه - اوکراین و نقش رسانه‌های اجتماعی در پشتیبانی و ایجاد موازنه قدرت در جنگ آورده شده است.

**کلیدواژه‌ها:** جنگ نوپدید، رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، روسیه، اوکراین

**استناد:** اوریا، مهدی؛ موسوی شهیدی، سید مهدی و سلیمی، محمد مصطفی (1403). جنگ‌های نوپدید؛ واکاوی نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین. دو فصلنامه علمی بازی جنگ، 6 (13)، 93-127.

DOI: 10.22034/ijwg.2024.460251.1084



ناشر: دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران  
© مهدی اوریا، سید مهدی موسوی شهیدی، محمد مصطفی سلیمی.

## مقدمه

توسعه فناوری اطلاعات ماهیت ابعاد درگیری‌ها را با ایجاد یک لایه اضافی با پیچیدگی منحصربه‌فرد تغییر داده است. دسترسی جهانی به محیط سایبری فرصت‌های زیادی را برای دنبال کردن نبردهای بر روی یک محیط برخط ایجاد کرده است، نبردهایی که بر رویدادها هم در حوزه فیزیکی مانند سیستم‌های رایانه‌ای و هم در حوزه شناختی مانند، نگرش‌ها و باورهای مردم تأثیر می‌گذارد. بر اساس تجربه، طی سال‌های گذشته رسانه‌های اجتماعی به سرعت در حال تبدیل شدن به ابزاری کلیدی در انعکاس تجربه جنگ در جمعیت غیرنظامی هستند. روایت‌های جنگ که برای رسانه‌های اجتماعی تولید می‌شوند منبع مهمی برای همه بازیگران درگیر بوده و در عین حال ابزاری برای شکل‌دهی به خود آن درگیری محسوب می‌شوند (Prier, 2020). رسانه‌های اجتماعی مشخصاً به عرصه ارتباطات راهبردی در طول درگیری‌های مسلحانه تبدیل شده‌اند؛ لذا هنگامی که از رسانه‌های اجتماعی برای مقاصد سیاسی نظامی استفاده و بهره‌برداری می‌شود شاهد تحولاتی نوین در روابط قدرت و معادلات نبردها خواهیم بود. این رسانه‌ها اصلی‌ترین ابزار استفاده‌های اطلاعاتی، تبلیغاتی و سیاسی در فضای سایبر هستند. مشخصاً ثابت شده است که رسانه‌های اجتماعی در طیف گسترده‌ای جهت هدایت افکار عمومی، جریان‌سازی، جاسوسی، قطبی کردن جامعه، انتشار نظریه‌های توطئه و ساکت کردن مخالفان سیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرند (Highfield, 2016: 198). برای درک اهمیت موضوع لازم به ذکر است که بیش از 5/9 میلیارد نفر از جمعیت 8/1 میلیارد نفری جهان امروزه کاربران اینترنت هستند که از این تعداد عدد قابل توجه 5 میلیارد نفر عضو شبکه‌های اجتماعی هستند (statista, 2023). باتوجه به گستردگی و تعداد قابل توجه کاربران اینترنت به وسعت ۳۶۰ درجه نصف‌النهار کره زمین، کاربران رسانه‌های اجتماعی تبدیل به بازیگران غیردولتی شده‌اند. ابزارهای فناوری، فضای سایبری را به یک میدان نبرد روانی و تبلیغاتی تبدیل کرده‌اند تا جایی که بسیاری از تحلیلگران اینترنت را یک سلاح راهبردی و با آثار عمیق می‌دانند (Laplaine, 2015).

وقوع جنگ روسیه به‌عنوان یک ابرقدرت کلاسیک نظامی با اوکراین با توجه به موقعیت ویژه ژئواستراتژیک اوکراین در اروپای شرقی یک رویداد بزرگ در تاریخ جنگ‌ها است. فعالیت و استفاده نظامیان یا غیرنظامیان در هر دو جناح درگیری از رسانه‌های اجتماعی

به‌ویژه نشر لحظه‌به‌لحظه رویدادها در رسانه‌های اجتماعی همراه با حمایت‌های تبلیغاتی و جنگ روانی در سراسر جهان این نبرد را به یک زمینه مطالعاتی دست‌اول و مستند با حجم بالای اطلاعات در زمینه نقش رسانه‌های اجتماعی تبدیل کرده است. در این جنگ روسیه و اوکراین هر دو از رسانه‌های اجتماعی برای تخریب یکدیگر و همچنین جلب افکار عمومی استفاده کرده‌اند. تهاجم روسیه به اوکراین تبدیل به یک لحظه ژئوپلیتیکی تعیین‌کننده برای برخی از شرکت‌های فناوری بزرگ جهان شده است، زیرا سکوه‌های رسانه‌های اجتماعی آن‌ها به میدان نبرد یک جنگ اطلاعاتی موازی با جبهه نبرد مبدل شده است. داده‌ها و خدمات این شرکت‌ها به یک ابزار تبلیغاتی بسیار مؤثر برای انتشار هم اطلاعات و اخبار درست جنگ و هم اطلاعات نادرست و جعلی تبدیل شده‌اند. درعین‌حال، پیام‌ها و داده‌ها در شبکه‌های اجتماعی به مهم‌ترین منبع اطلاعاتی برای گردآورندگان اطلاعات منبع باز برای تحلیل و برنامه‌ریزی تولید محتوای رسانه‌ها تبدیل شده است.

بر اساس پیشینه‌های تحقیق، رسانه‌های اجتماعی چالش‌ها و مسائل زیادی را در طی جنگ روسیه و اوکراین پیش آورده‌اند. تکنیک‌ها و قابلیت‌های تبلیغاتی در محیط فضای رسانه‌های اجتماعی قدرت بیشتر و اثرگذاری بیشتری گرفته است، لذا اثر مستقیم رسانه‌های اجتماعی در باب نقل روایات بر تنش دو روسیه و اوکراین تأثیرگذار بوده است. از جهتی دیگر نیز، رسانه‌های اجتماعی در قطبی شدن نگرش طرفین در این درگیری تأثیرگذار هستند و بر طول زمان بحران رابطه معناداری دارند. داده‌های رسانه‌های اجتماعی دسترسی منحصربه‌فردی به احساسات عمومی، انتشار تبلیغات و روایت‌های نوظهور را فراهم می‌کنند و بینش عمیقی را در مورد اثربخشی عملیات اطلاعاتی و شکل‌دهی راهبردهای ضد پیام ارائه می‌دهند. در این میان اطلاعات نادرست طرفین علیه یکدیگر در فضاهای رسانه‌های اجتماعی در جبهه‌های نبرد اثرگذاری بیشتری داشته است. درگیری‌های این جنگ که در یک برهه زمانی باید فروکش می‌کرد، با انتشار اطلاعات نادرست شدیدتر شده است.

سؤال اصلی پژوهش: نقش رسانه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری ابعاد جنگ‌های نوپدید در جنگ روسیه و اوکراین چگونه است؟

## مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهش

### مبانی نظری

#### • جنگ‌های نوپدید:

جنگ‌های نوپدید شکل جدیدی از درگیری‌ها است که متشکل از نوع جدیدی بازیگران، تهدیدات و تسلیحات هیبرید است. در این نوع از جنگ‌ها نقش مذهب و قومیت بیش از مؤلفه‌های دیگر در شروع یا تداوم درگیری خودنمایی می‌کند و در نتیجه هسته اولیه آن‌ها در توده‌های اجتماعی درون مرزهای سیاسی یک کشور شکل می‌گیرد (Kaldor, 2013). عصر دیجیتال مجال کنشگری را به بازیگران متعدد فراملی اعطا کرده و الگوهای خشونت در حال تغییر است، لذا ماهیت جنگ‌های معاصر از نظر کیفی با ماهیت جنگ‌های کلاسیک متفاوت است. مهم‌ترین ویژگی جنگ‌های نوپدید عدم تمایز بین نظامیان و غیرنظامیان در اعمال تنش آسیب یا خشونت فیزیکی یا غیر فیزیکی است (Kaldor, 2019). جنگ‌های نوپدید محصول دخالت طیف گسترده‌ای از بازیگران دولتی و غیردولتی است موضوعی که باعث می‌شود پیش‌شرط‌های رفتاری یک جنگ کلاسیک و منظم بین طرفین ایجاد نشود (Sitaraman, 2009: 186). جنگ‌های نوپدید بیشتر در بین توده‌های اجتماعی در مقیاس فرا دولتی رخ می‌دهد و از آنجا که جنگ اصطکاک توده‌ها است که با نظامی‌سازی و منطق یک بازی حاصل جمع صفر و یک افراد و تجهیزات مشخص می‌شود، هر مقدار پیروزی یک طرف بیشتر باشد به همان میزان در طرف دشمن به‌عنوان شکست تلقی می‌شود (Badie, 2015: 22) در نتیجه اثرگذاری و جهت‌دهی بر توده‌های اجتماعی از کشور بیگانه می‌تواند مسیر اهداف راهبردی را تسهیل کند (Newman, 2014: 174). در جنگ‌های نوپدید از نشانگرهای هویتی مانند نژاد، قومیت، مذهب، قبیله، بسط‌های فرهنگی و توسل به یک اصل و نسب یا تاریخ مشترک توسط یک گروه خاص برای ترویج، حفظ و آگاهی نسبت به منافع و ارزش‌های خاص استفاده می‌شود. امری که در مواقع متعددی خشونت‌های فیزیکی را حادث می‌شود (Strachan & Scheipers, 2015: 116).

عمدتاً هسته‌های اولیه که شکل‌دهنده یک جنگ نوپدید هستند را عناصر قومی اجتماعی و فرهنگی تشکیل می‌دهد. رسانه‌های اجتماعی جرایم ناشی از نفرت قومی را افزایش می‌دهند و این امر به‌ویژه در مناطقی که با سطوح بالای ناسیونالیسم در آنجا مواجه هستیم، شدت بیشتری خواهد داشت (Muller & Schwarz, 2021). برای مثال در جنایت

علیه مسلمانان روهینگیا میانمار فیس‌بوک نقشه اصلی در نشر و فراگیری نفرت علیه مسلمانان روهینگیا در افکار عمومی میانمار داشته است (Tahtinen, 2024). رسانه‌های اجتماعی جوامع را بسیج و هم‌صدا کرده و آگاهی بلافصلی را در جامعه شکل داده‌اند. این امر رژیم‌های سرکوبگر و جنایت‌کار را به چالش کشیده و تغییر قابل توجهی در وضعیت سیاسی کشورها شکل می‌دهد، لذا پویایی نظم نوین جهانی و امنیت اجتماعی در نظام‌های دموکراتیک به‌طور مستقیم به رسانه‌های اجتماعی وابسته است (Alqadi & Macfarlane, 2020).

با توجه به نقش قدرتمند رسانه‌های اجتماعی بر زیرساخت‌های اجتماعی فرهنگی، همجوشی رسانه‌های اجتماعی و جنگ‌های نوپدید ملموس خواهد بود؛ زیرا دیالکتیک جنگ و الگوهای رفتاری رسانه‌های اجتماعی شامل یک تعامل پیچیده است که در آن سکوه‌های اجتماعی می‌توانند شدت درگیری‌ها را تقویت یا کاهش دهند چنانکه طبق شواهد رسانه‌ها پتانسیل پی‌ریزی و تشدید الگوی رادیکال خشم، شورش را از خود نشان داده‌اند (Yankoski, 2021). طبق آمار مکان‌هایی که فناوری‌های ارتباطی به‌ویژه کاربران تلفن‌های همراه در آن‌ها بیشتر است، درصد وقوع خشونت و جنایت در آن محیط بیشتر بوده است (Pierskalla & Hollenbach, 2013). درگیری‌های اخیر در لیبی، سوریه و اوکراین (2014) نشان داده است که رسانه‌های اجتماعی به‌طوری مؤثر برای هماهنگ کردن اقدامات، جمع‌آوری اطلاعات و مهم‌تر از همه برای تأثیرگذاری بر باورها و نگرش‌های مخاطبان و جامعه هدف، حتی فراتر بسیج آن‌ها برای اقدام در میدان جنگ مورداستفاده قرار می‌گیرند (Svetoka et al, 2016). طبق نظرسنجی‌ها کاربران رسانه‌های اجتماعی را به دلیل اینکه مانند رسانه‌های دولتی و سنتی تحت سانسورهای دولتی نیست مورد استقبال بیشتری قرار می‌دهند (pewresearch, 2020).

مهم‌ترین رویداد در رسانه‌های اجتماعی انتشار رویدادها، سبک زندگی، ایده‌ها و نوآوری‌ها و استفاده و انتقال آن‌ها از یک بازیگر به بازیگر دیگر و یا یک فرهنگ به فرهنگ دیگر است (Paradowski, 2013). در این میان بازیگران سایبری توانسته‌اند در رسانه‌های اجتماعی برای تقویت و دامن‌زدن به یک روایت‌های خاص با جوسازی‌های مداوم، کاربران را غرق در آن محتوا می‌کنند (Cryst & Garcia, 2020). رسانه‌های اجتماعی با متصل کردن کردن گروه‌های مختلف انسانی با بنیان و ایدئولوژی فکری مشابه به یکدیگر هم‌گستره کرده زمین، بروز رفتار و الگوهای رادیکالی را شدت بخشیده است (Kamruzzaman, 2022).

امروزه توجه به سکوه‌های ارتباط سایبری به بخش جدایی‌ناپذیر از راهبرد جنگ تبدیل شده است. از یک جهت رسانه‌های اجتماعی می‌توانند با ایجاد تبلیغات و نشر محتوای هدفمند شروع و بروز جنگ را غیر قابل‌پیشگیری نشان دهند و از سوی دیگر در جریان جنگ به‌عنوان یک ابزار ارتباطی و اطلاعاتی مورد استفاده قرار گیرند (Ciuriak, 2022).

### پیشینه‌های پژوهش

جدول (1) پیشینه تحقیقات انجام شده

نام نویسنده	عنوان پژوهش	سال	نتایج
دی. کیوریاک <sup>۱</sup>	نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه علیه اوکراین	2022	تکنیک‌ها و قابلیت‌های تبلیغاتی در محیط دیجیتال جدید قدرت گرفته است و اثر خالص بین تنش روایات بر تنش دو کشور تأثیرگذار بوده است.
جیتندرا یاداو و دیگران <sup>۲</sup>	رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک دپولاریزکننده رفتار: شواهدی از درگیری روسیه و اوکراین	2023	رسانه‌های اجتماعی در قطبی شدن نگرش طرفین در یک درگیری تأثیرگذار هستند و بر زمان بحران رابطه معناداری دارند.
ماه‌دی حسن <sup>۳</sup>	تبلیغات روسیه اوکراین در رسانه‌های اجتماعی: تحلیل کتاب‌سنجی	2023	نفوذ تبلیغات در شکاف در ادبیات و شناسایی حوزه جنگ واقع‌گرایانه در ادبیات علمی کشور روسیه مشهود است.
فهمیم صوفی <sup>۴</sup>	تجزیه و تحلیل رسانه‌های اجتماعی در مورد جنگ سایبری روسیه و اوکراین با پردازش زبان طبیعی: چشم‌اندازها و چالش‌ها	2023	داده‌های رسانه‌های اجتماعی دسترسی منحصر به فردی به احساسات عمومی، انتشار تبلیغات و روایت‌های نوظهور را فراهم می‌کنند و بینش عمیقی را در مورد اثربخشی عملیات اطلاعاتی و شکل‌دهی راهبردهای ضد پیام ارائه می‌دهند.
سرچی زاسیه کین <sup>۵</sup>	داستان‌های جنگ در رسانه‌های اجتماعی: تجربه شخصی از جنگ روسیه و اوکراین	2022	مخاطبان در رسانه‌های اجتماعی بیشتر بر ارزیابی مجدد شناختی رویدادهای غم‌انگیز تمرکز می‌کنند؛ مانند راهبرد شناخته شده‌ای که منجر به کاهش استرس و آسیب

<sup>1</sup> D. Ciuriak

<sup>2</sup> Jitendra Yadav & other

<sup>3</sup> Mahedi Hasan

<sup>4</sup> Fahim Sufi

<sup>5</sup> Serhii Zasiiekin

می‌شود. روایت‌های رسانه‌های اجتماعی روایی کمی دارند			
محتوای جعلی در بسیاری از ابزارهای رسانه‌ای از جمله وبگاه‌های خبری برخط، یوتیوب و به‌ویژه توئیتر به اشتراک گذاشته می‌شود. مشخص شده است که تقریباً نیمی از این مطالب در هفته اول جنگ به اشتراک گذاشته شده است و تکنیک‌های مونتاژ و ویرایش مکرر روی محتوا اعمال شده است.	2022	نقش جنگ اطلاعاتی رسانه‌های اجتماعی: اخبار جعلی در جنگ روسیه - اوکراین	کاظم باباکان <sup>1</sup>
بیش از سه میلیون ربات در حال فعالیت در محتوای جنگ روسیه و اوکراین هستند. ربات‌ها در هر دو طرف وجود دارند، ربات‌های طرف اوکراینی صدای بلندتری داشتند درحالی‌که ربات‌های طرف روسی ارتباط مؤثرتری را نشان دادند.	2023	بررسی تفاوت‌های حساب‌های رسانه‌های اجتماعی انسان و ربات: مطالعه موردی جنگ روسیه و اوکراین	فی شن <sup>2</sup>
دولت اوکراین در سال 2017 با مسدود کردن دسترسی به چندین وبگاه روسی، از جمله VKontakte، یکی از محبوب‌ترین وب وبگاه‌های رسانه‌های اجتماعی در اوکراین، به تهدید اطلاعاتی پاسخ داد. دیدگاه عمل‌گرایانه درباره تأثیرات سانسور، حتی در درگیری نظامی بسیار سیاسی بین روسیه و اوکراین که بعداً به تهاجم روسیه در مقیاس کامل تبدیل شد، وجود دارد.	2022	مبارزه با تبلیغات با سانسور: مطالعه ممنوعیت اوکراین در رسانه‌های اجتماعی روسیه	یوگنی گولوچنکو <sup>3</sup>

بررسی منابع مربوط به پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که علی‌رغم اهمیت این موضوع در حال حاضر منبع فارسی در ارتباط با این پژوهش یافت نمی‌شود. در ارتباط با منابع خارجی که عمده یافته‌های پژوهش از آن‌ها استخراج شده است، باید گفت که در این

<sup>1</sup> Kazım Babacan

<sup>2</sup> Fei Shen

<sup>3</sup> Yevgeniy Golovchenko

منابع، بر نقش فرهنگ و اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر افکار عمومی، ابزار هوش مصنوعی، سانسور، جنگ اطلاعاتی، حساب‌های رسانه‌های اجتماعی انسان و ربات و اخبار جعلی تأکید شده است و در این پژوهش ریشه‌های اجتماعی و فرهنگی و همچنین نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین و مدلی پیشنهادی ارائه شده که ضمن استفاده از منابع مذکور در این زمینه‌ها با آن‌ها متفاوت است. همچنین در پیشینه‌های مورد بررسی نیز جریان اطلاعات به‌ویژه بر بستر سکوهای رسانه‌های اجتماعی تأکید شده است. در این پژوهش نیز بر میزان و تعداد کاربران رسانه‌های اجتماعی و همچنین میزان اثرگذاری آن‌ها اشاره شده است؛ لذا هرچه تعداد کاربران آن‌ها در سکوهای اجتماعی بیشتر باشد آن سکو اثر و نفوذ بیشتری خواهد داشت. با این وجود که دولت روسیه طی فیلترینگ و منع دسترسی، کاربران خود را از استفاده سکوهای اجتماعی غربی منع کرده است، نتوانسته استفاده از یک پیام‌رسان داخلی را به اقبال کاربران روسیه برساند.

### روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش از منظر هدف کاربردی و از منظر ماهیت کیفی و از نظر شیوه اجرا توصیفی - تحلیلی است. هدف پژوهش بررسی و احصا نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری و بروز ابعاد جنگ نوپدید درون جنگ روسیه و اوکراین است. در این پژوهش در ابتدا داده‌های موردنیاز از منابع کتابخانه‌ای و همچنین اسنادی که بیشتر منابع خارجی به‌روز بوده‌اند استفاده شده است و نگارندگان تلاش کرده‌اند ضمن استفاده از منابع به تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین بپردازند. این پژوهش فاقد جامعه آماری و اعضای نمونه است. در ارتباط با روایی و پایایی داده‌های پژوهش باید گفت روایی و پایایی در این پژوهش به شیوه محتوایی است. در واقع در این پژوهش اصلی‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات کتاب‌ها و مقالات با نسخه الکترونیکی در تارگه‌های منابع کتابخانه‌ای، دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی و گزارش‌های خبرگزاری‌های معتبر بین‌المللی با روایی لازم با موضوع است و نگارندگان تلاش کرده‌اند از منابع معتبر علمی استفاده کنند. شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش کیفی است و با منطق، تفکر و استدلال تجزیه و تحلیل داده‌ها انجام شده است.

## یافته‌های تحقیق:

## بخش اول: ریشه‌های اجتماعی - فرهنگی جنگ روسیه و اوکراین:

چنانچه گفته شد، رسانه‌های اجتماعی جرایم ناشی از تعارضات و نفرت‌های قومی را افزایش می‌دهند و این امر به‌ویژه در مناطقی که با سطوح بالای ناسیونالیسم در آنجا مواجه هستیم، شدت بیشتری خواهد داشت. در گسل فرهنگی بین جوامع روسیه و به‌طور ویژه‌تر اوکراین جنبش‌های ناسیونالیستی شدیدی علیه یکدیگر را تجربه کرده‌اند. روسیه برای نسخه‌ای از اوکراین می‌جنگد که تابع ایده‌های روسیه بوده و به‌عنوان یک دولت - ملت تحت هژمون ژئوپلیتیکی روسیه قرار می‌گیرد. شرایطی که ایده‌های ملی ناسیونالیستی اوکراینی‌ها و تفسیری از تاریخ که آن‌ها می‌خواهد توسط دولت روسیه بررسی و وتو شود (Knott, 2022). امپراتوری روسیه شامل اوکراین و بلاروس یک امپراتوری بر اساس بسط‌های قومی روس تبارها بوده است. امپراطوری روسیه متشکل از سه‌گانه‌ای از زیر ملت‌ها شامل: روسیه بزرگ - روسیه، روسیه کوچک - اوکراین و روسیه سفید - بلاروس معرفی می‌شد. تهدید محسوس جدایی‌خواهی از سوی اوکراینی‌ها سبب مجموعه‌ای از اقدامات با هدف روسی‌سازی روسیه کوچک از طرف اندیشمندان روسیه بزرگ به راه انداخت و در سال 1804 زبان اوکراینی در مدارس اوکراین به‌عنوان زبان آموزشی و رسمی ممنوع شد (Steele, 1988: 217). در سال 1876 الکساندر دوم امپراتور وقت روسیه طی فرمان «امس‌اوکاز»<sup>1</sup> که به‌صورت مخفیانه اجرا شد انتشار و واردات کتاب‌های زبان اوکراینی، اجرای عمومی و سخنرانی‌ها به زبان اوکراینی و حتی چاپ متون اوکراینی همراه با موسیقی فولکلور آن‌ها را ممنوع کرد (Ohienko, 2001: 217).

تا پایان جنگ جهانی اول، این دیدگاه تنها مورد مخالفت گروه کوچکی از ملی‌گرایان اوکراینی بود؛ اما تا انتهای دهه 1950 به‌صورت چشمگیری بر تعداد مخالفان اضافه شد. گرچه رویارویی اوکراینی‌ها با روسیه در دهه 1950 توسط نیروهای شورشی غرب اوکراین با جنبش‌های زیرزمینی شروع شد؛ اما به‌طور مستمر این روند پس از پایان جنگ شدت یافت. در پس فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، احساسات ناسیونالیسم در اوکراین شعله‌ور و سرانجام در 24 اوت 1991، اوکراین رسماً استقلال خود را اعلام کرد. اوکراین پس از استقلال با مشکلات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای مواجه شد. به‌علاوه اوکراین

<sup>1</sup> Ems Ukaz

در همان زمان در حال تجربه فساد سیستماتیک و وخامت اقتصادی گسترده‌ای بود. در این میان در اندیشه نخبگان اوکراین، بهبود اقتصاد و ایجاد دموکراسی اروپایی منوط به گسترش تعامل و نزدیکی آن‌ها با کشورهای جهان غرب بود (Galeotti, 2019: 37) به این دلیل اوکراین از استقلال تا زمان انقلاب یورومیدان<sup>۱</sup> در مؤلفه‌های قومی، زبانی، مذهبی، بسط فرهنگی، خاطرات تاریخی و تفاوت‌های ایدئولوژیک با تمدن روسیه برخورد داشته است. برخورد تعارضی که با نقش رسانه‌ها اردوگاه غرب به‌ویژه ظهور رسانه‌های اجتماعی تشدید شد (Kreft et al., 2023). خصومت روسیه و شخص ولادیمیر پوتین نسبت به غرب‌گرایی اوکراین همسو با حمایت جامعه جهانی از اوکراین منجر به انقلاب نارنجی در اوکراین شد. کشمکش از جنس جنگ نرم که بین روسیه و غرب در نوسان بود تا اینکه در انتها امر ویکتور یوشچنکو از چهره‌های طرفدار غرب در انتخابات ریاست‌جمهوری پیروز شد (Smith, 2022). پس از روی کار آمدن یوشچنکو به‌عنوان رئیس‌جمهور و یولیا تموشنکو به‌عنوان نخست‌وزیر، تلاش‌های کیف برای عضویت در ناتو شدت گرفت. اعتراضات میدان اروپا اوکراین به‌عنوان اولین قیام متأثر از پیامد رسانه‌های اجتماعی است که منجر به برکناری رئیس‌جمهور اوکراین و الحاق کریمه شد. این رویداد که باعث خیزش بی‌سابقه‌ی شهروندان شد، با اشتراک‌گذاری یک پست فیس‌بوکی توسط مصطفی‌نعیم<sup>۲</sup> روزنامه‌نگار اوکراینی در 21 نوامبر 2013 برای تجمع در میدان استقلال، شروع شد. این اعتراضات رئیس‌دولت وقت اوکراین، ویکتور یانوکوویچ را نشانه رفته بود که در پی آن، او که از نزدیکان دولت روسیه بود کنار رفت و یک دولت متمایل به غرب رأس کار قرار گرفت. اتفاقی که بهانه اصلی روسیه برای الحاق کریمه به خاک خود شد. نقش اصلی هدایت و پیش‌برد این اعتراضات بر سکوی فیس‌بوک بوده است، به‌نحوی که فیس‌بوک ناگهان به سکو رسانه اجتماعی اصلی در میان توده‌های اجتماعی اوکراین تبدیل شد. تعداد کاربران اوکراینی حامی این جنبش در فیس‌بوک در عرض یک هفته طی یک رشد چند برابری به بیش از نیم میلیون نفر رسید (Bohdanova, 2014).

<sup>۱</sup> انقلاب میدان اروپا یا انقلاب میدان جنبش گسترده‌ای است که در فوریه ۲۰۱۴ در اوکراین رخ داد و پایان‌بخش اعتراضات یورومیدان بود. این انقلاب با درگیری‌های مرگبار بین معترضان و نیروهای امنیتی در کیف پایتخت اوکراین و در ادامه با برکناری رئیس‌جمهور ویکتور یانوکوویچ و بازگشت قانون اساسی ۲۰۰۴ به اوج خود رسید. همچنین منجر به آغاز جنگ روسیه و اوکراین شد.

<sup>۲</sup> Mustafa Nayyem

• پروپاگاندا، میراث شوروی برای روسیه:

جنگ سرد پیش از هر چیزی یک جنگ رسانه‌ای و تبلیغاتی بود؛ لذا روسیه با جنگ اطلاعاتی غریبه نیست. تکنیک اصلی دستگاه‌های تبلیغاتی شوروی طبق دو مفهوم اقدامات فعال<sup>۱</sup> و اطلاعات نادرست<sup>۲</sup> فعال بوده است. مأموران دستگاه‌های پروپاگاندا شوروی سعی داشتند برای صحت یافتن هرچه بیشتر روایات تبلیغاتی غلط را در درون یک روایت واقعی ببافند و در آن روایت کشورها یا فردی را در یک کشور را بدنام کنند. همان‌طور که اولگ کالوگین<sup>۳</sup> ژنرال بازنشسته شوروی توضیح می‌دهد: «دستگاه‌های تبلیغاتی شوروی در اتحادیه‌های جامعه غربی از هر نوع ساختار سیاسی به‌ویژه در ناتو برای ایجاد اختلاف بین اعضا و متحدان، از سوی دیگر برای تضعیف اعتبار ایالات متحده در نظر مردم اروپا، آسیا، آفریقا، آمریکای لاتین در نهایت برای آماده‌سازی زمینه در صورت وقوع جنگ جهانی و تطهیر جنگ‌سالاران فعالیت گسترده‌ای داشتند» (Chen, 2016). در بیانی دیگر مایکل وایس<sup>۴</sup> ویراستار، مترجم و تحلیلگر سیاسی تبلیغاتی فدراسیون روسیه می‌گوید: «رایج‌ترین اقدامات دستگاه‌های تبلیغاتی شوروی اطلاعات نادرست یا جعل و تحریف واقعیت است؛ مانند دروغ‌های بزرگ که توسط مرکز تبلیغات مسکو طرح‌ریزی شده و در رسانه‌های قابل اعتماد پخش می‌شد تا در آن ملت‌های غربی را شوم جلوه دهند» (Bertrand, 2016). الگوهای تبلیغاتی که روسیه امروز در جنگ با اوکراین استفاده می‌کند مشابه تکنیک‌هایی است که شوروی در دوران جنگ سرد استفاده می‌کرد، اما انتشار آن از طریق رسانه‌های اجتماعی به شکلی گسترده‌تر است. وزیر دفاع وقت روسیه در یک سخنرانی در سال 2017 در پارلمان روسیه به وجود جنگجویان سایبری اذعان کرد و اعلام کرد که روسیه شاخه جدیدی از ارتش را متشکل از نیروهای جنگ اطلاعاتی تشکیل داده است (Isachenkov, 2017). گرچه جنگ اطلاعاتی برای روسیه نوعی جنگ تخصصی است، اما امروزه رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری در خدمت جنگ اطلاعاتی به یکی از سلاح‌های اثرگذار تبدیل شده است. به گفته یکی از مقامات ارشد دولت اوپاما، روسیه حوزه اطلاعات را به‌عنوان حوزه‌ای از جنگ در مقیاس همه‌جانبه می‌داند که همیشه بین

<sup>1</sup> Aktivnyye meropriyatiya

<sup>2</sup> Dezinformatsiya

<sup>3</sup> Oleg Kalugin

<sup>4</sup> Michael Weiss

ایالات متحده و روسیه ادامه خواهد داشت (Ignatius, 2017). این دیدگاه در کنفرانس امنیت ملی روسیه نیز ابراز شد. آندری کروتنسکیه از مشاوران ارشد کرملین آثار جنگ اطلاعاتی روسیه را با بمب هسته‌ای مقایسه کرده است. جنگی که به روسیه اجازه می‌دهد با آمریکایی‌ها با قدرت یکسان و هم‌تراز مقابله کند، به همان روشی که شوروی با انجام آزمایش بمب اتمی در سال 1949 یک توازن قوا را شکل داد (Ibid).

#### • نقش رسانه‌های رئیس‌جمهور اوکراین:

با آنکه ولادیمیر پوتین رئیس‌جمهور روسیه فعالیت رسانه‌های قابل توجهی در رسانه‌های اجتماعی و فضای سایبری ندارد، رئیس‌جمهور اوکراین، ولادیمیر زلنسکی با شناخت و آگاهی دقیق نسبت به اثرگذاری فضای سایبری، از سبک منحصر به فرد تأثیرگذار در نحوه برقراری ارتباط با مردم در رسانه‌های اجتماعی در طول حمله روسیه استفاده کرده است. تنها در سه هفته پس از حمله روسیه، کانال رسمی تلگرام او که تا 23 فوریه 65000 مخاطب داشت، با یک رشد چشمگیر در مارس 2022 به بیش از 1.5 میلیون مخاطب افزایش یافت (Alazab, 2022). اندکی پس از آغاز تهاجم روسیه، در حالی که نبرد کیف با نزدیک شدن نیروهای روسی به شهر و شایعات نادرست مبنی بر فرار زلنسکی از شهر شروع شد، زلنسکی ویدئویی حماسی از خود در رسانه‌های اجتماعی اوکراینی منتشر کرد. در این فایل تصویری وی به همراه فرماندهان میدانی در کیف، می‌گوید: «ما همه اینجا هستیم. ما اینجا هستیم... ما در قلب کیف هستیم... ما از اوکراین دفاع می‌کنیم... ما پیروزیم» (Garber, 2022). در طول جنگ، زلنسکی به‌طور مداوم ویدئوهای سلفی را در رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌کرد که همین کار به روحیه اوکراینی کمک شایانی کرد. از زمان آغاز حمله روسیه به اوکراین، رسانه‌های اجتماعی در معرض محدودیت‌ها و سانسورهای بیشتری در روسیه بوده‌اند. دولت روسیه در 4 مارس 2022 فیس‌بوک را به‌طور کامل مسدود کرد، سپس اینستاگرام را در 11 مارس همان سال، پس از آنکه متا شرکت مادر اینستاگرام، فیس‌بوک و واتس‌آپ، استثنایی را در نشر پست‌های با محتوای خشونت‌آمیز علیه سربازان و ارتش روسیه قائل شد را در روسیه مسدود کرد (Hrw, 2022). در جامعه روسیه گروه‌های اجتماعی و فعالان سیاسی به دلیل انتقاد از سیاست‌های کرملین در پست‌های رسانه‌های اجتماعی مورد بازجویی قرار گرفته و گاهی به زندان

فرستاده شده‌اند. اعلام جرمی که توسط قوانین سانسور جنگ که در سال ۲۰۲۲ روسیه به تصویب درآمد امکان‌پذیر شده است. در میان سکوه‌های اجتماعی مختلف بر اساس آمار سرویس پیام‌رسان تلگرام از سال 2022 نقش بسیار مهمی در فضای اطلاعاتی جنگ اوکراین و روسیه ایفا کرده است. پیام‌رسانی که توسط هر دو طرف برای پیام‌رسانی و اطلاع‌رسانی استفاده می‌شود (Warzel, 2023). تلگرام برای مدت طولانی در روسیه محبوب بوده و توسط ستاد انتخاباتی ولادیمیر زلنسکی در انتخابات ریاست‌جمهوری اوکراین در سال 2019 مورد استفاده قرار گرفته است.

### 2-3. بخش دوم: رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه - اوکراین:

ماهیت اجتماعی انسان‌ها در نهایت به ظهور شبکه‌های سایبری منجر شد. به این ترتیب، اشکال سنتی رسانه‌ها جای خود را به شکل مناسب‌تری از ارتباطات دادند. دستگاه‌های تبلیغاتی شوروی در اقمار خود به‌طور مداوم در حال تبلیغات سیاسی بوده است. جنگ روسیه و اوکراین فقط درگیری بین دو کشور همسایه نیست؛ بلکه تضاد بین یک نظام ارزشی و یک مسئله امنیتی بین روسیه و بلوک غرب و یک جنگ شناختی شامل راهبردهای روایی رسانه‌ها است (Colborne, 2020: 142). پیش از شروع این جنگ دولت اوکراین در سال 2017 با مسدود کردن دسترسی به چندین وبگاه روسی، از جمله وی-کنتاکت<sup>1</sup> یکی از محبوب‌ترین وب وبگاه‌های رسانه‌های اجتماعی در اوکراین، به تهدید اطلاعاتی رسانه‌های اجتماعی مهر تأیید زد. البته علی‌رغم این مسدودسازی، اکثریت قریب به اتفاق کاربران از نظر قانونی و فنی قادر به دور زدن ممنوعیت بودند. این دیدگاه عمل‌گرایانه درباره تأثیرات سانسور، در درگیری نظامی بین روسیه و اوکراین که بعداً به تهاجم روسیه در مقیاس کامل تبدیل شد، قابل بررسی است (Golovchenko, 2022).

در جنگ روسیه و اوکراین، روایت‌ها هر روز نشر و بازسازی می‌شوند به‌ویژه آنکه اوکراین با استفاده از کلمات، تصاویر احساسی و داستان‌های احساسی را علیه این جنگ روایت می‌کند. دیدگاه روسیه و اوکراین در این جنگ مبتنی بر انتشار اطلاعات به نفع خود است. منطقه مورد درگیری روسیه و اوکراین متأثر از یک الگوی فضایی با تعارض فرهنگی و

<sup>1</sup> Vkontakte

نژادی بالا است به‌نحوی که مؤلفه‌های اجتماعی در این منطقه پیش از نبرد سخت نظامی با یکدیگر دچار برخورد شده بودند. این رسانه‌ها نقش پر اهمیتی در تشدید این برخوردها داشته‌اند. در طول جنگ این رسانه‌ها به منبع اصلی اخبار و اطلاعات برای کاربران از سراسر جهان از منطقه مورد درگیری تبدیل شدند به‌نحوی که فرماندهان نظامی دو طرف نمی‌توانند نقش محوری آن در طرح‌ریزی‌ها را نادیده بگیرند (Fuchs, 2021: 242). پیش از تهاجم روسیه به اوکراین، تصاویری از فعالیت آمادی نظامی روسیه در سکوی اشتراک‌گذاری ویدیو محور تیک‌تاک منتشر شد که بر تأیید ادعاهای غرب مبنی بر تهاجم قریب‌الوقوع روسیه به خاک اوکراین کمک کرد.

در طول این جنگ اطلاعات منبع باز برگرفته از تصاویر رسانه‌های اجتماعی نقش بزرگی در درگیری‌ها ایفا کردند. اطلاعات منبع باز داده‌هایی هستند که از منابع در دسترس همگانی گردآوری شده‌اند و در یک بافتار ارزیابی اطلاعات معنادار استفاده می‌شوند. اطلاعات منبع باز یک کابوس برای نظامیانی است که سعی در حفظ امنیت عملیات دارند. برای مثال، چنانچه گفته شده تلگرام جزء اصلی‌ترین رسانه‌های دیجیتال اجتماعی در روسیه و اوکراین است؛ اما در همین سکو غیرنظامیان اوکراینی توانستند اطلاعات مربوط به تحرکات نیروهای روسیه را از طریق ربات‌های تلگرامی که سربازان روسیه از آن استفاده می‌کردند را رصد کرده و به مقامات ارشد نظامی اوکراین گزارش دهند تا موقعیت آن‌ها بمباران شود (Bergengruen, 2022). جنگ رسانه‌ای در سکوه‌های رسانه‌های اجتماعی مفهوم زمان در نبرد روسیه و اوکراین را به چالش کشیده است، به‌نحوی که بسیاری از عملیات نظامی جناحین درگیری متأثر از رویدادهای رسانه‌های اجتماعی و رقابت برای کسب ارزش‌های این فضا دستخوش تغییر و بازیابی شد (Gioe et. al, 2023). عدم استفاده از بمب‌افکن‌های سنگین و تسلیحات کشتار جمعی روسیه، بازخورد میزان تلفات قربانیان غیرنظامیان در رسانه‌ها است؛ لذا ارتش روسیه در این موضوع از تسلیحات شدت کم ولی دقیق استفاده می‌کند (Marek, 2022). افکار جهانی به میزانی برای روسیه اهمیت داشت حمله آن‌ها به اوکراین به‌دقت با در نظر گرفتن تاریخ‌ها و فصل‌های خاص تنظیم شده بود. برای مثال، روسیه برای حمله به اوکراین تا بعد از المپیک پکن منتظر ماند.

#### • عملیات محتوایی در رسانه‌های اجتماعی:

موتورهای تحلیلی رسانه‌های اجتماعی از الگوریتمی برای تجزیه و تحلیل کلمات، عبارات یا هشتک‌ها استفاده می‌کنند تا فهرستی از موضوعات به ترتیب اهمیت ایجاد کنند. این

لیست راهی سریع را برای مرور موضوعات مورد بحث با اهمیت در یک زمان معین است. در رسانه‌های اجتماعی، یک موضوع پرتعداد توجه مخاطبان زیادی را برای مدت کوتاهی به خود جلب می‌کند و بنابراین شناخت موضوعات اثرگذار در این رسانه‌ها به موفقیت اهداف مکانیسم‌های تنظیم دستور کار در توده‌های اجتماعی کمک شایانی می‌کند. عوامل خارجی می‌توانند تبلیغات را در یک سکو رسانه‌های اجتماعی وارد کرده تا یک روند متمرکزسازی را ایجاد کنند. رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با فرمان دادن به روند، انتشار یک روایت همراه با تمرکز دادن به آن الگوهای خشونت یا صلح را در یک ساختار اجتماعی توسعه دهند (Sitaram, 2011)؛ بنابراین در عصر اطلاعات یک بازیگر سایبری قدرتمند می‌تواند با استفاده از انواع تکنیک‌های تبلیغاتی بر بستر فضای سایبر از طریق رسانه‌های اجتماعی همراه با منابع خبری برخط و اشکال سنتی رسانه، بر جمعیت زیادی اعمال اراده کند (Prier, 2020).

رسانه‌های اجتماعی اصلی‌ترین منبع برای مردم در هر دو طرف این درگیری بوده‌اند. یک نظرسنجی از مردم روسیه و اوکراین در فوریه 2021 نشان داد که برای اولین بار مردم این دو کشور اینترنت را با ضریب 51٪ به‌عنوان منبع خبری اصلی خود به‌جای تلویزیون با ضریب 41٪ ترجیح داده‌اند (Research&Branding, 2021). این رسانه‌های اجتماعی هستند که ترجیحات و انتخاب‌های افراد و جامعه را در تحلیل و توصیف رویدادها بیان می‌کنند و بنابراین خاطرات خوانندگان یا مخاطبان را بر این اساس سوگیری می‌کند. همان‌طور که بارتولتی<sup>1</sup> (2011) اشاره می‌کند، رسانه‌های اجتماعی مسیری را برای یادآوری و فراموشی برای هر فرد تعریف می‌شود. افراد از رسانه‌های اجتماعی برای دریافت حمایت عاطفی استفاده می‌کنند تا در نهایت تعلق اجتماعی درک شده آن‌ها افزایش یابد امری که بر حافظه جمعی رویدادهای مهم تاریخی تأثیر می‌گذارد (Ostic et al., 2021). اوکراینی‌ها از رسانه‌های اجتماعی با شکل‌دهی یک حافظه جهانی در جهت نشر اخبار تلخ و تأسف‌بار و شرح جنایات جنگی استفاده گسترده‌ای داشته‌اند. از طرفی کاربران جهانی نیز در رسانه‌های اجتماعی بر ارزیابی رویدادهای غم‌انگیز و آسیب‌های انسانی این جنگ تمرکز دارند (Zasiekin, 2022) لذا مشاهده واقعیت‌های روزانه جنگ، حملات روسیه و آوارگی غیرنظامیان اوکراینی منجر به احساس انزجار کاربران در رسانه‌های اجتماعی از

<sup>1</sup> Bartoletti

روسیه شده است. کاربران نظامی و غیر نظامی اوکراینی به صورت روزانه شرایط سخت جنگ و برخی صحنه‌های دلخراشی که توسط ارتش روسیه رقم خورده بود را در سکوه‌های مختلف به اشتراک می‌گذارند (Karalis, 2024). در شروع این جنگ در شبکه ایکس بیش از 90٪ توییت‌ها از طرف طرفدار اوکراین ثبت شد، در حالی که کمتر از 7٪ از توییت‌ها را می‌توان به عنوان محتوای طرفدار روسیه طبقه‌بندی کرد. 60-80٪ از همین 7 درصد ذکر شده به عنوان حساب‌ها و ربات‌های جعلی شناسایی شد. استفاده از هشتگ‌ها به میزان بالایی در همراه کردن جهان به طرفداری و کمک نسبت به یک رویداد تأثیرگذار است؛ لذا طرف اوکراینی در استفاده از حساب‌های توییت‌ر خودکار فعال‌تر و پیشرفته‌تر شد در حالی که فعالیت ربات‌های روسی در هفته اول درگیری به حداقل رسیده است (Smart, 2022: 255). مقامات دولت اوکراین، از کسب حمایت جهانی گرفته تا اعلان هشدارهای حمله هوایی و نقشه‌های پناهگاه‌های محلی از سکو رسانه‌ای تلگرام استفاده می‌کنند (Ghasiya, 2022).

#### • هوش مصنوعی مکمل رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه اوکراین:

ابزار پیشرفته هوش مصنوعی عواقب عمیقی بر شیوه جنگ‌ها داشته است. تاریخ نشان داده است که ثمره پیشرفت‌های فناوری وقتی در فاز کاربردهای نظامی استفاده شوند بی‌ثباتی بین‌المللی را تشدید خواهند کرد (Istomin, 2021). رسانه‌های اجتماعی در ترکیب با هوش مصنوعی تحت لفظ آزادی بیان و جریان آزاد اطلاعات مورد سوءاستفاده برای نفرت‌پراکنی و ابزاری برای اهداف ضد انسانی قرار گرفته است (Ghamdi, 2021). هوش مصنوعی با خارج کردن انسان از روند تصمیم‌سازی تنش ذاتی بین سرعت و کنترل انسان که تعیین‌کننده برد و باخت در یک نبرد است را حذف کرده است (Johnson, 2020). ابزارهای هوش مصنوعی و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بینش‌های عمیق را از مخاطبان استخراج کنند. این کاربرد در طی جنگ روسیه و اوکراین نیز به چشم می‌خورد؛ لذا از مهم‌ترین کاربردهای هوش مصنوعی در جنگ روسیه اوکراین می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

– تجزیه تحلیل اطلاعات: هوش مصنوعی با به‌کارگیری محاسبات شناختی در برابر مجموعه داده‌های عظیم می‌تواند به سازمان‌های دولتی و فرا دولتی کمک کند

تا اطلاعات را سریع‌تر پردازش کرده و تصمیمات و راهبردهای هوشمندانه‌تری چراغ راه کنند (Mariani,2022:771). ابزارهای مهم هوش مصنوعی شامل؛ چت‌جی‌بی‌تی<sup>1</sup>، جسپر<sup>2</sup> یا یوایزارد<sup>3</sup> می‌توانند اطلاعات منابع باز را با سرعت بالایی تجزیه تحلیل کرده و نقاط قوت، ضعف، احساسات و شرایط کلی یک جامعه را توصیف کند (Matheis,2022).

– تولید محتوای جعلی و دیپ‌فیک: ابزار دیپ‌فیک هوش مصنوعی جنگ اطلاعاتی دوم است که با بهره‌گیری از توانایی پیشرفته برای دستکاری تصاویر و داده‌های صوتی و انتشار مؤثر ویدئوهای جعلی عمیق در رسانه‌های اجتماعی، شدت پیدا کرده است. دیپ‌فیک‌ها رسانه‌های مصنوعی هستند که به‌صورت دیجیتالی با ابزار هوش مصنوعی ساخته یا دست‌کاری شده‌اند تا یک کاربر یا یک چیز را شبیه فرد یا شیء موردنظر قرار داده و از طرف آن سخن بگوید تا یک چندرسانه-ای را تولید کند (Kietzmann,2020:138).

امروزه ماشین‌های هوش مصنوعی ابزار اصلی تولید دیپ‌فیک‌ها هستند. به‌موازات این گزاره جنگ اطلاعاتی به انکار و اختلال در عملکردهای ارتباطی دشمن (که امروزه بخشی از عملیات سایبری را تشکیل می‌دهد) و همچنین دست‌کاری اطلاعات برای اهداف فریبنده (که به‌عنوان جنگ روانی نیز توصیف می‌شود) اشاره دارد (usarmy,2018) از آنجاکه این تعریف منطبق با کارکردهای هوش مصنوعی است، دیپ فیک‌ها می‌توانند یکی از مؤلفه‌های جنگ‌های نوپدید یا توسعه‌دهنده یک جنگ باشند. در شروع حمله روسیه به اوکراین در سال 2020 یک دیپ‌فیک یک دقیقه‌ای رئیس‌جمهور اوکراین ولادیمیر زلنسکی را به تصویر کشیده در آن خطاب به سربازان اوکراینی در خط مقدم می‌گوید سلاح‌های خود را زمین گذاشته و تسلیم شوند. این فیلم مورد باور بسیاری از سربازان اوکراینی قرار گرفت که طی این امر چند منطقه که تحت کنترل کامل نیروهای اوکراینی بود به‌راحتی به تصرف روسیه درآمد (Pawelec,2022) دستاوردی که در یک نبرد نظامی با تعداد بالای تلفات جانی و تسلیحاتی برای روسیه حاصل می‌شد. طی یک

<sup>1</sup> ChatGPT

<sup>2</sup> Jasper

<sup>3</sup> Uizard

عملیات که «پرچم دروغین»<sup>1</sup> نام داشت، دولت روسیه قصد داشت برای جنگی که به راه انداخته است علت‌سازی کند؛ مانند نبرد موکدن در سال 1931 که توسط ارتش امپراتوری ژاپن به‌عنوان دستاویزی برای حمله به منچوری مورد استفاده قرار گرفت. قبل از حمله روسیه به اوکراین، اسنادی به دست آمد که نشان می‌داد روسیه با تولید یک ویدئوی گرافیکی جعلی با ابزار دیپ فیک قصد دارد اوکراینی‌ها را شروع‌کننده جنگ با حمله به خاک روسیه معرفی کند و روسیه در پاسخ به این حمله به اوکراین حمله کرده است. گرچه این موضوع در حد یک طرح باقی ماند؛ ولی ورود به فاز صفر آن توسط روسیه نقش پر اهمیت و کاربردی هوش مصنوعی را در آینده نشان می‌دهد (Alba,2024).

### • اخبار جعلی و جعل عمیق<sup>2</sup> در جنگ روسیه - اوکراین:

آمار نشان می‌دهد که از هر ده نفر کاربر اینترنت شش نفر از رسانه‌های اجتماعی برای کسب اخبار و اطلاعات روزانه به‌عنوان منبع خبری رجوع می‌کنند (Newman,2021) و در این میان استفاده از گوشی‌های هوشمند برای کسب اخبار توسط کاربران اخبار 73 درصد بوده است (Ibid). دستگاه‌های تبلیغاتی روسیه به‌صورت گسترده با تاکتیک‌های رسانه‌ای که از شوروی به ارث برده‌اند، از اخبار و اطلاعات غلط در جهت ایجاد جو سازی و نفوذ بر اذهان عمومی و نظامیان استفاده می‌کنند (Nordenstreng et al,2023) کانال‌های تبلیغاتی روسی در ارتباط با جنگ اوکراین بارها از تصاویر گمراه کننده، روایت‌های نادرست، ارائه نادرست رویدادها و داستان‌های خبری ساختگی استفاده کرده‌اند. مصلوب شدن کودکی ده ساله در سال 2014 توسط مخالف روسیه در انقلاب میدان و قتل خیالی یک کودک 10 ساله توسط اوکراینی‌ها از یک خانواده طرفدار روسیه در سال 2015 نمونه‌ای از این اخبار جعلی است (Kornbluth,2015). بر اساس تعاریف، اطلاعات نادرست یکی از ابزارهای ضد اطلاعاتی است که موفقیت یک راهبرد را در یک جنگ عمیقاً مورد شکست و آسیب قرار می‌دهد (Usarmy.3-13.2,II-11 Joint) این گزاره از نظر تصمیم‌سازان روسیه غایب نیست به همین دلیل قبل از شروع این جنگ محتوای

<sup>1</sup> false flag

<sup>2</sup> Deep Fake

جعلی از طرفین به‌ویژه روسیه در بسیاری از سکوه‌های رسانه‌ای از جمله وبگاه‌های خبری برخط، یوتیوب و به‌ویژه توئیتر به اشتراک گذاشته شد که هدفش تخریب روحیه حریف بود. محتوایی که تکنیک‌های هدفمند و پیرایشی بر روی آن‌ها اعمال شده بود. اثرگذاری این تکنیک به میزانی مورد توجه بود که در جنگ روسیه و اوکراین یک شبکه ارتباطی گسترده تحت حمایت روسیه شناسایی شد که به‌صورت شبانه‌روزی بر روی تأیید اخبار و اطلاعات جعلی فعالیت داشت (Babaca&Tam,2022).

رسانه‌های اجتماعی برای انواع محتواهای افراطی، دارای بار احساسی و تفرقه‌انگیز هیجانی بیشتر از ملاحظات اصولی و آرام درباره روایت‌ها کاربرد داشته است (Deibert,2019). امروزه اخبار تحریف‌شده برجسته‌ترین نوع راهبرد ارتباطی برای اثرگذاری سوء است. آثار این ضداطلاعات و اطلاعات نادرستی که در رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شود باعث تضعیف پایه‌های جهان دموکراتیک می‌شود (Stefanov,2021). کنترل راهبری و مدیریت جریان اخبار به‌وسیله نهادهای فرادستی قرار دارد، به عبارت بهتر این نهادها باتوجه به قابلیت‌های خود می‌توانند محصولات خبری را کنترل کرده و با مهندسی روانی و انحصار توزیعی در عرصه پخش اخبار، تأثیر عمیقی بر عقاید، تصمیمات مردم و حکومت‌ها بگذارند (گنر، 147:1392) به همین دلیل است که استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه با استفاده از شناسه‌های کاربران جعلی و غیرواقعی از سوی نیروهای سایبری منجر به بحران‌های اجتماعی می‌شود (Batrinca,2015:94). هیچ بستری مانند رسانه‌های اجتماعی نمی‌تواند در تولید و اشاعه اطلاعات غلط مؤثر باشد؛ لذا نیروهایی در فضای سایبری سازمان‌دهی شده‌اند که وظیفه آن‌ها ساخت و اشاعه این ضداطلاعات است (Bradshaw&Howard, 2019). روش‌شناسی روند ایجاد اطلاعات نادرست به ترتیب شامل چهار مرحله عمده است (Hern,2020):

1. تحلیل محتوای سیستماتیک اخبار، مقالات و فعالیت کاربران.
2. بررسی ادبیات ثانویه عمومی آرشیو و گزارش‌های علمی.
3. تهیه پیش‌نویس مطالعات موردی کشور.
4. مشاوره تخصصی به تصمیم‌گیران سیاسی و نظامی.

### • نقش رسانه‌های اجتماعی در ایجاد موازنه قدرت و پشتیبانی:

همبستگی مثبت معناداری بین میزان نقل روایت‌ها و محتواسازی در رسانه‌های اجتماعی با دریافت کمک در میان پناهندگان اوکراینی و ارتش اوکراین، وجود دارد. طبق یک مطالعه گروهی سیستم‌های ارتباطی رسانه‌های اجتماعی سرعت دریافت کمک‌ها به اوکراین را افزایش داده‌اند (Felix et al, 2022). بعد از شروع جنگ روسیه و اوکراین، یک تارگه برای دریافت کمک‌های مالی برخط در سراسر جهان برای خرید جلیقه‌های ضدگلوله، تجهیزات پزشکی ارتش اوکراین با نام «همین حالا اوکراین را حمایت کنید»<sup>۱</sup> با دامنه آموزشی راه‌اندازی شد که با بازدهی بالایی نیز همراه بود. چهره‌های اثرگذار جهانی در فضای سایبری که سطح نفوذ بالایی در بین کاربران دارند، به‌طور مؤثر از کاربران خود در جهت کمک به ارتش اوکراین دعوت می‌کنند. نیودارپاچروونا، یک فعال رسانه‌ای اوکراینی در پویشی اینترنتی در حمایت از اوکراین 78 میلیون گریونای اوکراینی معادل دو میلیون دلار، برای ارتش اوکراین از کاربران رسانه‌های اجتماعی سراسر جهان، کمک جمع‌آوری کرد (Meheut, 2024).

برخی از چهره‌های مشهور سینمایی در غرب در جمع‌آوری کمک در پویش‌های سایبری برای خرید ده فروند از پهپاد نوع آرکیو-35 هدریون<sup>۲</sup> توانستند ده عدد از آن را خریداری کرده و به ارتش اوکراین هدیه دهند. این پویش همچنان در حال فعالیت است (united24, 2024). در جنگ‌های طولانی که شامل منافع حیاتی برای طرفین است، طرف ثروتمندتر برنده خواهد بود، زیرا ثروت به سلاح تبدیل خواهد شد. در این جنگ حاشیه برتری غرب در حال حاضر بسیار بیشتر است. ائتلاف غربی حامی اوکراین 12 برابر ثروتمندتر از کشور روسیه است. در طول جنگ سرد، بلوک غرب سه برابر ثروتمندتر از بلوک شوروی بود در این جنگ نیز توازن منابع به‌طور قاطع به نفع غرب است (Davies, 2024). از شروع جنگ اوکراین با همراهی توده‌های اجتماعی آمریکا، ایالات متحده آمریکا بیش از 107 میلیارد دلار کمک مستقیم به دولت اوکراین پرداخت کرده است (Council, 2024) همچنین مجموع کشورهای اتحادیه اروپا 115 میلیارد دلار به دولت اوکراین تسهیلات و کمک مالی کرده‌اند (Eeas, 2024). در این میان نقش رسانه‌های

1 supportukrainenow.org

2 RQ-35Heidrun

اجتماعی در جمع‌آوری کمک‌ها قابل توجه است (Al-Saied, 2023). در مکتب رئالیستی روابط بین‌الملل موازنه قدرت قبل از جنگ با ایجاد بازدارندگی می‌تواند تثبیت‌کننده صلح شود؛ اما اگر موازنه در حین یک جنگ شکل بگیرد می‌تواند منجر به تشدید تنش‌ها و شدت بخشیدن به خشونت شود (Wohlforth, 1999:25) در مواردی که اختلاف قدرت نظامی دو طرف زیاد باشد که این موضوع در مورد جنگ روسیه و اوکراین صدق می‌کند، می‌توان گفت رسانه‌های اجتماعی به‌نوعی تشدیدکننده درگیری‌ها بوده و بر اختلاف‌های ریشه‌ای فرهنگی، زبانی و قومی دو طرف که باعث بروز جنگ بود، دامن زده است.

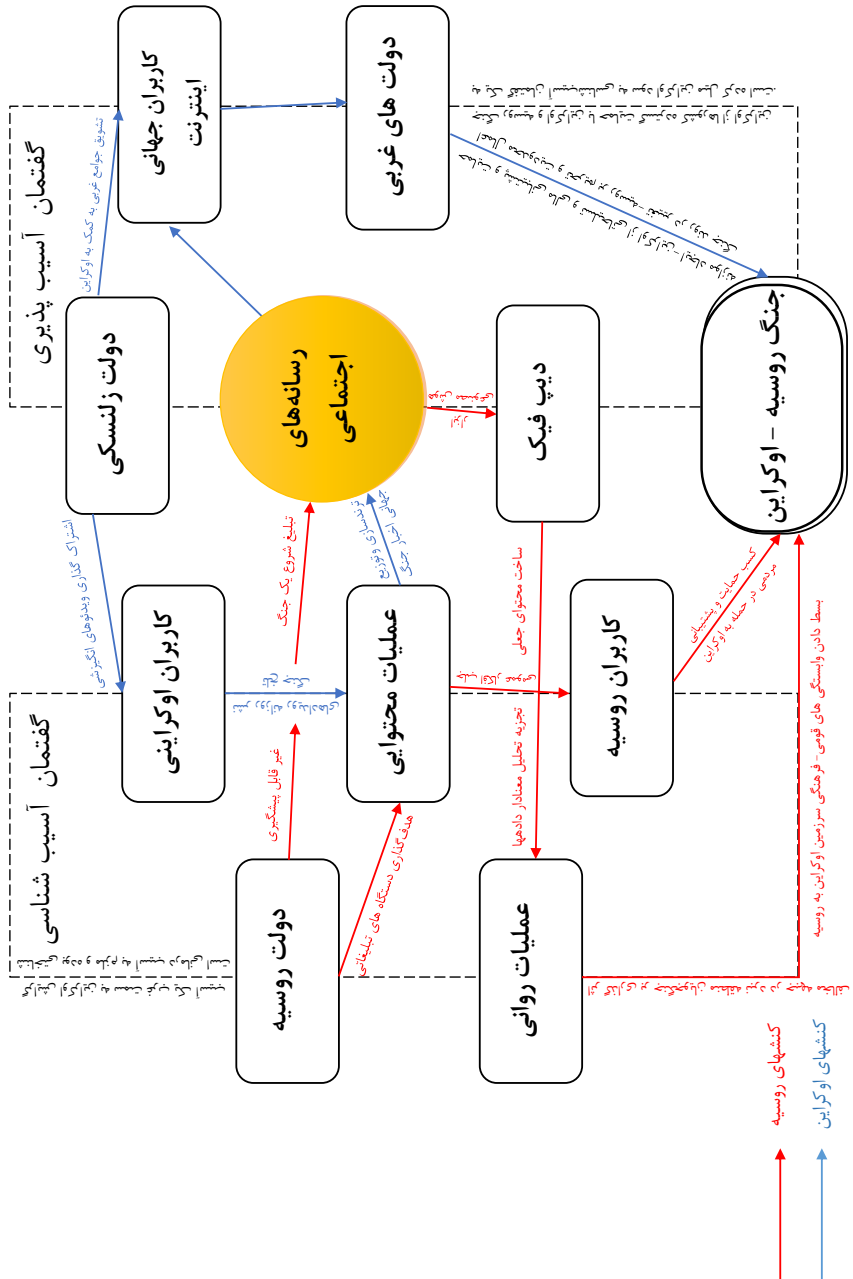
#### • مدل پیشنهادی نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین:

در مدلی پیشنهادی نحوه تعاملات مؤلفه‌های این پژوهش به‌صورت هدفمند و انتخابی ترسیم شده است که مستخرج از یافته‌های تحقیق است. فرایندها و مدل رفتاری هر دو طرف این درگیری به‌صورت جهت‌دار، از بالا به پایین ترسیم شده است که بر روی هر پیکان ترسیم شده، روند در حال اجرا ذکر شده است. روسیه غرب‌گرایی اوکراین و توسعه ناتو به سرزمین اوکراین را به‌عنوان یک آسیب شناسایی می‌کند و تهاجم نظامی را آخرین راه حل این آسیب می‌داند و بدین جهت در رسانه‌های اجتماعی به دنبال تطهیر حمله به اوکراین و نشان آن به‌عنوان حق رسمی خود بوده است. در سوی دیگر اوکراین حمله روسیه را به یک کشور مستقل به‌عنوان یک روند آسیب‌زننده معرفی کرده و نسبت به تکرار این روند و آسیب‌های انسانی حاصل از آن هشدار می‌دهد. در این مدل رسانه‌های اجتماعی در سطح جهانی به نفع اوکراین وارد گفتمان آسیب‌پذیری همسو با منافع اوکراین می‌شوند.

در این مدل مشخص شده است که رسانه‌های اجتماعی در مرکز تعاملات، با توجه به الگوی رفتاری هر جناح این هسته یک خروجی و عکس‌العمل نشان خواهد داد. طی این روند کاربران اوکراینی اثرگذاری بیشتری بر رسانه‌های اجتماعی داشته و برآیند فعالیت‌های خود را بر روی جامعه جهانی کاربران اینترنت هدف‌گذاری کرده‌اند. طبق این مدل اثرگذاری نیروهای اوکراینی در فضای رسانه‌های اجتماعی بیش از روسیه بوده است. دولت روسیه نیز طی دو فرایند؛ اثرگذاری بر کاربران و افکار عمومی داخلی کشور روسیه به‌وسیله مهندسی محتوایی اقدام می‌کند که در جهت تطهیر جنگ در رسانه‌های اجتماعی و تولید

و پخش اطلاعات نادرست در جهت یک جنگ روانی و اخلاقی در محاسبات اوکراینی‌ها بین کاربران خارجی و نیروهای جناح مخالف است.

مدل (1) کنش‌های اثرگذار رسانه‌های اجتماعی در جنگ روسیه و اوکراین



### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گسترش ناتو به سمت شرق اروپا ممکن است که دلیل حمله روسیه به اوکراین باشد؛ اما علت آن نیست. ریشه‌های فرهنگی، قومی و سرزمینی اوکراین در تعارض با ایده ایجاد وابستگی‌های فرهنگی دولت - دولت روسیه در اوکراین است. گرچه این تعارضات ریشه در تاریخ و قبل از فروپاشی شوروی دارد؛ اما تولد ناسیونالیسم در اوکراین پس از جنگ سرد و در سال‌های بعد از آن با ظهور و فراگیری استفاده از رسانه‌های اجتماعی، این رسانه‌ها دامنه برخورد‌های فرهنگی دو کشور را شدت داده‌اند. جنگ روسیه و اوکراین پدیده‌ای چندوجهی و نبردی فرسایشی است که در آن نیروها در طی زمان به موازات خطوط مقدم به تقابل در جبهه‌های رسانه‌های اجتماعی تمایل بیشتری نشان داده‌اند. این جنگ هنگامی حادث شد که فضای اطلاعاتی رسانه‌های اجتماعی در اروپا و اوکراین به اوج شکوفایی خود رسیده بود. چنانکه در این جنگ نیز هم‌راستای خطوط مقدم، نبردی عظیم برای تنظیم و نقل روایت بدان گونه که به نفع طرفین باشد جریان پیدا کرد. درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی کاملاً بر روند جنگ اثرگذار بوده‌اند، هر دو طرف طبق راهبردهای خود از ابزار رسانه‌های اجتماعی در جهت اثرگذاری بر جنگ استفاده می‌کنند. در ابتدا شرایط بازی برای دو طرف یکسان نبود؛ زیرا در یک طرف دولت روسیه با سابقه‌ای طولانی در استفاده و ایجاد جنگ روانی و تبلیغاتی قرار دارد. روسیه پیش از شروع جنگ با ابزار پروپاگاندا و بسط مسائل تاریخی و فرهنگی روسیه به دنبال عادی جلوه‌دادن و مشروعیت‌بخشیدن حمله خود به اوکراین بود. در طرف دیگر پس از انقلاب میدان با روی کار آمدن چهره‌های سیاسی غرب‌گرا بر مسند قدرت بالطبع حمایت‌های کشورهای غربی که سطح دموکراسی بالاتری دارند، از اوکراین شدت بیشتری گرفت. در ادامه اما با توجه به قدرت مردم در دموکراسی‌ها و حجم بالای کاربران در کشورهای غربی، اوکراینی‌ها با اثرگذاری بر جوامع جهانی به‌ویژه در جوامع غربی از طریق اشتراک‌گذاری محتوای احساسی متأثرکننده و روانی از حملات روسیه در رسانه‌های اجتماعی با دنبال کسب حمایت‌های روزافزون دولت‌های غربی، موفقیت‌های چشمگیری کسب کردند.

روسیه به‌عنوان ابرقدرتی کلاسیک و نظامی با منابع طبیعی مناسب که در دست دارد، در یک برآورد در گفتمان جنگ‌های کلاسیک هم از نظر عرفی و آماری باتوجه‌به قدرت توپخانه‌ای و قدرت آمادی بی‌نظیر روسیه در انتقال ادوات و سربازان، می‌بایست به راحتی

جبهه‌های مقاومت اوکراین را در هم شکنند. هنگامی که این امر حتی با وجود آزاده راسخ روسیه محقق نمی‌شود، گویای تغییر در ماهیت جنگ‌ها و ظهور ابعاد و شاخصه‌های محاسباتی جدید است که تحلیل سنتی از بررسی درست آن ناموفق و اجرای تحلیل آن نیز ناکارآمد خواهد بود. در نتیجه امروزه تنها قدرت نظامی بالا در جنگ‌های نوپدید برگ برنده و تضمین‌کننده پیروزی در یک نبرد نظامی نخواهد بود، بلکه روند جریان اطلاعات و روایات رسانه‌ای که اذهان جامعه جهانی را هدایت می‌کند، بسیاری از تحولات جنگ را دستخوش تغییر کرده و می‌تواند موازنه قدرت را برهم بزند.

روسیه قدرت و نفوذ فراوانی در رسانه‌های اجتماعی ندارد و از طرفی دیگر تاکتیک‌های رسانه‌ای تبلیغاتی روسیه صرفاً بر بستر رسانه‌های سنتی اجرا می‌شد. در حالی که این تاکتیک‌ها در مواجهه با رسانه‌های جدید کارایی خود را از دست داده‌اند، لذا روسیه صرفاً به نشت ضداطلاعات اقدام می‌کند که خود یک ورق از پیش لو رفته است. در اتخاذ سیاست‌های کلان روسیه در مواجهه با اوکراین، روسیه قدرت رسانه‌های اجتماعی را خواسته یا ناخواسته نادیده گرفته است. نظارت مستمر جامعه جهانی بر این جنگ به وسیله رسانه‌های اجتماعی و محتوایی که هر روز آن را مستند می‌کند، باعث شده که ارتش روسیه در استفاده تسلیحات سنگین کشتار جمعی و بمبافکن‌های استراتژیک خود با احتیاط عمل کند. در طی این روند جنگی فرسایشی شکل خواهد گرفت که طرف قدرتمند توانایی استفاده از همه قدرت خود را ندارد و در طی تحریم‌های گسترده و انزوای جهانی دچار ضعف نسبی می‌شود. بدین سبب طولانی شدن زمان جنگ کاملاً به ضرر آن خواهد بود. در طرف مقابل نیز حمایت‌های جهانی در حال ایجاد یک موازنه قدرت به جهت خلع ید روسیه از دستیابی به اهداف راهبردی و گرفتن ابتکار عمل از آن به عنوان نیروی مهاجم است. در این جنگ هیچ آتش‌بسی از طرفین به طور مستمر پیگیری نشده و تاکتیک‌ها و روش‌شناسی‌ها در این جنگ در حال تکامل است.

### پیشنهادها

طبق نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران در اتخاذ تصمیمات خود یا فرایند تصمیم‌سازی به‌ویژه تصمیماتی که می‌تواند بر فضای رسانه‌های اجتماعی بازتاب داشته باشد با احتیاط رفتار کرده و سناریوهای احتمالی بازتاب تصمیمات خود را در رسانه‌های

اجتماعی بررسی کنند. سیاست‌گذاران باید در نقاطی که مسائل قومی و مذهبی گسل‌های اجتماعی را شکل داده‌اند با از بین بردن اختلافات و ایجاد وابستگی‌های قومی و ارزش نهادن به مسائل فرهنگی آن‌ها، از ورود این قبیل چالش‌ها به فضای رسانه‌های اجتماعی برای دستاویز شدن آن‌ها توسط متخاصمان جلوگیری کنند.

اختلافات و تعارضات فرهنگی در هر مقیاس ملی و محلی اگر در زمان و شرایط مناسب خود حل نشوند، با اشاعه آن به فضای رسانه‌های اجتماعی و مورد توجه قرار گرفتن در سطح جهانی، منابع و چالش‌های بیشتری را در جهت رفع موانع مطالبه کرده و فراتر از آن، نقاط ضعف و بحران برانگیز یک جامعه را برای بیگانگان آشکار می‌کند.

همچنین در ارائه پژوهش پیشنهاد می‌شود در زمینه نقش رسانه‌های اجتماعی در جنگ شناختی و تشدید انگیزه‌های ناسیونالیستی در راستای کشف مؤلفه‌های اجتماعی تأثیرگذار بر رسانه‌های اجتماعی و همچنین نقش هوش مصنوعی در شکل‌گیری جنگ-های نوپدید و نقش رسانه‌های اجتماعی در رقابت‌های ژئوپلیتیکی در سطوح منطقه‌ای ایران مطالعات تحقیقاتی صورت گیرد.

### قدردانی

از همه مسئولین امر که در این پژوهش نویسندگان را یاری رسانده، به‌ویژه اساتید و متخصصان پژوهشکده عالی جنگ، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، تشکر و قدردانی می‌کنیم و از زحمات و کوشش آن‌ها در روند این تحقیق سپاسگزاریم.

## منابع

- گنر، هربرت (1392) دموکراسی و خبر، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: سمت
- Alazab, Mamoun. Kate, Macfarlane (2022). Why Telegram despite being rife with Russian disinformation became the go to app for Ukrainians. Publisher: Charles Darwin University's Research Webportal Nieman Journalism Lab.
- Alqadi R., Al-Nojaidi H., Alabdulkareem L., Alrazgan M., Alghamdi N (2020). How social media influencers affect consumers' restaurant selection: statistical and sentiment analysis. Proceedings of the 2020 2nd International Conference on Computer and Information Sciences (ICCIS) Sakaka, Saudi Arabia. pp. 1–6.
- Al-Saied, najat (2023). Social Media as a Propaganda Tool in the Russia-Ukraine Conflict. Publisher: The Cairo Review, The American University in Cairo School of Global Affairs and Public Policy. Essays v-10
- Aram Asur, Bernardo A. Huberman, Gabor Szabo, and Chunyan Wang, (2011). "Trends in Social Media: Persistence and Decay" unpublished manuscript, submitted to Cornell University Library arXiv, 1, <https://arxiv.org/abs/1102.1402?context=physics>.
- Babacan, K., & TAM, M. S. (2022). The information warfare role of social media: Fake news in the Russia-Ukraine War. *Erciyes İletişim Dergisi*, (3), 75-92.
- Badie, B. (2015). Introduction: Guerres hier et d'aujourd'hui. In BADIE, B; VIDAL, D. *Nouvelle Guerres: L'État du monde 2015*. Paris, Édition La Découverte, pp. 11-23
- Bartoletti, R. (2011). Memory and social media: New forms of remembering and forgetting. In B. Pirani, Ed. *Learning from Memory: Body, Memory and Technology in a Globalizing World*. pp. 82-111

- Batrinca B., Treleaven P.C (2015). Social media analytics: a survey of techniques, tools and platforms. Publisher: University College London AI & Society;30(1):89–116.
- Bergengruen, Vera (2022). "Telegram Becomes a Digital Battlefield in Russia-Ukraine War". <https://www.economist.com/interactive/international/2023/01/13/open-source-intelligence-is-piercing-the-fog-of-war-in-ukraine>
- Bertrand, Natasha (2016). "It Looks Like Russia Hired Internet Trolls to Pose as Pro-Trump Americans," Business Insider, <http://www.businessinsider.com/russia-internet-trolls-and-donald-trump-2016-7>.
- Bohdanova, T. (2014). Unexpected revolution: the role of social media in Ukraine's Euromaidan uprising. *European View*, 13(1), 133-142
- Bradshaw, Samantha; Philip N. Howard (2019). The Global Disinformation Disorder: 2019 Inventory of Social Media Manipulation. Computational Propaganda Project Working Paper Series. Working Paper.3
- Chen, Adrian (2016). "The Real Paranoia-Inducing Purpose of Russian Hacks," *New Yorker*, <https://www.newyorker.com/news/news-desk/the-real-paranoia-inducing-purpose-of-russian-hacks>.
- Ciuriak, D. (2022). The role of social media in Russia's war on Ukraine. Publisher: Ciuriak Consulting Inc. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4078863>
- Colborne, Michael (2020). From the Fires of War Ukraine's Azov Movement and the Global Far Right. Publisher: ibidem Press. SERIES Analyzing Political Violence ISBN: 9783838215082 p.p:140-145
- Council (2024). How Much U.S. Aid Is Going to Ukraine?. Publisher: Council on Foreign Relations. Available at: <https://www.cfr.org/article/how-much-us-aid-going-ukraine>

- Cryst, E.; García Camargo, I. (2020). #VivaJOH o #FueraJOH. An analysis of Twitter’s takedown of Honduran accounts. Stanford Internet Observatory. <https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fspublic/04022020-hondurastakedown.pdf>
- Davies, Nigel.G (2024). Ukraine: The Balance of Resources and the Balance of Resolve. Publisher: the International Institute for Strategic Studies (IISS); issue of Survival: Global Politics and Strategy V- (26)
- Deibert, Ronald J. (2019). "The Road to Digital Unfreedom: Three Painful Truths About Social Media". Journal of Democracy. 30 (1): 25–39.
- Eeas(2024). EU Assistance to Ukraine (in U.. Dollars). Available at: [www.europa.eu/delegations/united-states-america/eu-assistance-ukraine-us-dollars\\_en?s=253](http://www.europa.eu/delegations/united-states-america/eu-assistance-ukraine-us-dollars_en?s=253)
- Felix, Olajide Talabi, Ayodeji Boluwatife Aiyesimoju, Ishola Kamorudeen Lamidi, Samson Adedapo Bello, Joshua Kayode Okunade, Chinedu Joel Ugwuoke, Verlumun Celestine Gever (2022). The use of social media storytelling for help-seeking and help-receiving among Nigerian refugees of the Ukraine–Russia war, Telematics and Informatics. Volume 71. ISSN 0736-5853,
- Fuchs, Christian. (2021). Social media: A critical introduction (Third edition). Publisher: SAGE. P.p: 240-253 SBN 978-1-5297-5274-8
- Galeotti, Mark. (2019). Armies of Russia’s War in Ukania. Publisher: Bloomsbury Osprey. 1st Edition ISBN: 9781472833440 p.p:35-38
- Garber, Megan (2022). The Grim Stagecraft of Zelensky’s Selfie Videos. Publisher: Theatlantic available at: <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2022/02/zelensky-ukraine-president-selfie-video-kyiv/622949/>
- Ghamdi L. M. (2021). Towards adopting AI techniques for monitoring social media activities. Sustainable Engineering and Innovation; 3(1):15–22.

- Ghasiya, Piyusa (2022). Messaging Strategies of Ukraine and Russia on Telegram during the 2022 Russian invasion of Ukraine. Publisher: Tokyo Institute of Technology. DOI:10.21203/rs.3.rs-2288409/v1
- Gioe, D. V., & Manganello, T (2023). A Tale of Two Clocks: A Framework for Assessing Time Pressure and Advantage in the Russo-Ukrainian War. *Armed Forces & Society*, 0(0).
- Golovchenko, Y. (2022). Fighting propaganda with censorship: A study of the Ukrainian ban on Russian social media. *The Journal of Politics*, 84(2), 639-654
- Highfield, Tim (2016). *Social Media and Everyday Politics*. Publisher: Wiley. Pp:185-195 ISBN: 978-0-745-69134-3
- [hrw.org/news/2022/03/16/russia-ukraine-and-social-media-and-messaging-apps](https://hrw.org/news/2022/03/16/russia-ukraine-and-social-media-and-messaging-apps)
- Ignatius, David (2017). Russia's Radical New Strategy for Information Warfare. Publisher: Washington Post. Available at: [https:// www.washingtonpost.com /blogs /post-partisan /wp /2017/01/18/ russias-radical-new-strategy-for-information-warfare/?utm\\_term=.da53e31d7aaa](https://www.washingtonpost.com/blogs/post-partisan/wp/2017/01/18/russias-radical-new-strategy-for-information-warfare/?utm_term=.da53e31d7aaa).
- Isachenkov, Vladimir (2017). "Russia Military Acknowledges New Branch: Info Warfare Troops," AP News, available at: [https://www.apnews.com/ 8b7532462dd0495d9f756c9ae7d2ff3c](https://www.apnews.com/8b7532462dd0495d9f756c9ae7d2ff3c).
- Istomin, Igor (2020). Innovation Mirage: The Role of Technological Uncertainty in Military Instability. *Mgimo Review of International Relations* 13(6):7-52
- Johnson, James (2020). Deterrence in the Age of Artificial Intelligence & Autonomy: A Paradigm Shift in Nuclear Deterrence Theory and Practice?," *Defense & Security Analysis* 36, no: 422-481
- Kaldor, Mary (2013) "In Defense of New Wars", *Stability: International Journal of Security and Development* , Vol. 2, No. 1, p. 2-3.

- Kaldor, Mary (2019). *Peacemaking in an Era of New Wars*, publisher: carnegieeurope As the character of war has changed, the world needs to rethink the meaning of peace.
- Kamruzzaman, Mattew. M. (2022). *Impact of Social Media on Geopolitics and Economic Growth: Mitigating the Risks by Developing Artificial Intelligence and Cognitive Computing Tools. Computational intelligence and neuroscience.* DOI: 10.1155/2022/7988894
- Karalis, Magdalene (2024). *The Information War: Russia-Ukraine Conflict Through the Eyes Of Social Media* Publisher: university Georgetown journal of international affairs. Available at: <https://gjia.georgetown.edu/2024/02/02/russia-ukraine-through-the-eyes-of-social-media/>
- Kietzmann, J.; Lee, L. W.; McCarthy, I. P.; (2020). "Deepfakes: Trick or treat?" (PDF). *Business Horizons*. 63 (2): 135–146.
- Knott, Eleanor (2022). *Existential nationalism: Russia's war against Ukraine. National and nationalism. Volume 29, Issue 1* doi.org/10.1111/nana.12878
- Kornbluth, Andrew (2015). *Russian Propaganda Exploits Western Weakness*. Publisher: Moscovtimes independent news from Russian. Available at: <http://www.themoscowtimes.com/opinion/article/russian-propaganda-exploits-western-weakness/518092.html>
- Kreft, J., Boguszewicz-Kreft, M., & Hliebova, D. (2023). *Under the Fire of Disinformation. Attitudes Towards Fake News in the Ukrainian Frozen War.* *Journalism Practice*, 1–21.
- LaPlaine, James (2015). *IT is a Strategic Weapon* part 1, publisher mentaleffort world press, brighton park capital.
- Marek, M. (2022). *Russian information war: the activities of the russian propaganda apparatus in the context of the war in ukraine (as of the first half of march 2022).* *Bezpieczeństwo. Teoria i Praktyka*, 48(3), 433-438.

- Mariani M. M., Perez-Vega R., Wirtz J. (2022). AI in marketing, consumer research and psychology: a systematic literature review and research agenda. *Psychology and Marketing*. 39(4):755–776.
- Matheis, Ava(2022). How can artificial intelligence be used in political communication?,Publisher: wegework. <http://dx.doi.org/10.17169/refubium-39047>; PDF
- Meheut,Constant(2024). Crowdfunding, Auctions and Raffles: How Ukrainians Are Aiding the Army.pblisher: Newyorktimes available: <https://www.nytimes.com/2024/03/07/world/europe/ukraine-war-donations-crowdfunding.html>
- Muller, K., & Schwarz, C. (2021). Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime. *Journal of the European Economic Association*, 19 (4), 2131–2167
- Newman, E. (2014). *Understanding civil wars: continuity and change in intrastate conflict*. Routledge. ISBN 9780415855174. p.p:171-175
- Newman,Nic(2021). Digital News Report 2021 10TH EDITION. Reuters Institute. DOI: 10.60625/risj-7khr-zj06
- Nordenstreng,kaarle.Svetlana,pasti.Waisbord,Silvio (2023). Coverage of the Russia Ukraine War by Television. University of Southern California. *International Journal of Communication*. Vol 17
- Ohienko, Ivan (2001). "XII. Скорпіони на українське слово". *Nasha Kultura i Nauka Історія української літературної мови [The History of the Ukrainian Literary Language in Ukrainian*. Kyiv. ISBN 966-7821-01-3].
- Ostic D, Qalati SA, Barbosa B, Shah SMM, Galvan Vela E, Herzallah AM and Liu F (2021). Effects of Social Media Use on Psychological Well-Being: A Mediated Model. *Front. Psychol.* 12:678766. doi: 10.3389/fpsyg.2021.678766
- Paradowski, Michał B.; Jonak, Lukasz, (2013). "Diffusion of linguistic innovation as social coordination". *Psychology of Language and Communication*,15 july. 16 (2): 53–64.



- Stefanov, R., Vladimirov, M., Georgiev, G (2021). Propaganda and disinformation in the electoral campaign: key messages and dissemination channels, available at: <https://csd.bg/bg/events/event/propaganda-i-dezinformacija-v-predizbornata-kampanija-osnovni-poslanija-i-kanali-za-razprostranenie/>
- Strachan, Hew; Scheipers, Sibylle (2015). *The Changing Character of War*. Publisher Oxford: Oxford University Press, 116-117.
- Svetoka, S., Reynolds, A., & Curika, L. (2016). *SOCIAL MEDIA AS A TOOL OF HYBRIDWARFARE*. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. ISBN-13: 978-9934-8582-6-0 P.p: 25-40
- Tahtinen, T. (2024). When Facebook Is the Internet: The Role of Social Media in Ethnic Conflict. *World Development*, 180, 106633.
- [u24.gov.ua/dronation](http://u24.gov.ua/dronation)
- USArmy (2018). *Techniques The Conduct of Information Operations* Publication 3-13.1., [https://armypubs.army.mil/epubs/DR\\_pubs/DR\\_a/pdf/web/ARN13138\\_ATP%203-13%20FINAL%20Web%201.pdf](https://armypubs.army.mil/epubs/DR_pubs/DR_a/pdf/web/ARN13138_ATP%203-13%20FINAL%20Web%201.pdf)
- Warzel, Charlie (2023). *The World's Most Important App (For Now)*, TheatlanticIllustration by The Atlantic. Available at: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2023/06/telegram-app-encrypted-messaging-russia/674558/>
- Wohlforth, W. C. (1999). The Stability of a Unipolar World. *International Security*, 24(1), 5–41. <http://www.jstor.org/stable/2539346>
- Yankoski, Michael, Walter Scheirer, and Tim Weninger. (2021). "Meme warfare: AI countermeasures to disinformation should focus on popular, not perfect, fakes," *Bulletin of the Atomic Scientists* 77(3): 119-123. DOI: 10.1080/00963402.2021.1912093.

- Zasiakin, S., Kuperman, V., Hlova, I.; Zasiakina, L. (2022). War stories in social media: Personal experience of Russia-Ukraine war. *East European Journal of Psycholinguistics*, 9(2), 160-170.