



University of Tehran Press

Organizational Culture Management

Home Page: <https://jomc@ut.ac.ir>

Online ISSN: 2423-6934

Investigating the Role of Organizational Culture on Organizational Trust in Cognitive Warfare with Regard to the Mediating Role of Media Literacy and Cognitive Resilience

Seyed Mohammad Javad Mousavinia¹ | Hossein Hassanpour^{2*}

1. Department of Industrial and Organizational Psychology, Faculty of Education and Psychology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Ahvaz, Iran. E-mail: mohammadjavad.mn73@gmail.com

2. Corresponding Author, Department of Medical Technologies, Faculty of Engineering Modern Technologies, Amol University of special Modern Technologies; Cognitive Science and Technology think tank; Research Institute of Amad, Technology and Emerging Fields; Supreme National Defense University. E-mail: h.hassanpour@ausmt.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Received: 07 November 2025

Revised: 27 December 2025

Accepted: 07 January 2025

Published online: 11 September 2026

Keywords:

Cognitive Warfare,
Organizational Culture,
Organizational Trust,
Media Literacy,
Cognitive Resilience.

ABSTRACT

Objective: Given the impact of cognitive warfare on employees' perceptions, attitudes, and behaviors, identifying intra-organizational mechanisms that sustain organizational trust is critically important. Accordingly, this study aimed to explain the role of organizational culture in the formation of organizational trust within the context of cognitive warfare, emphasizing the mediating roles of media literacy and cognitive resilience.

Method: This descriptive–correlational study employed structural equation modeling (SEM). The statistical population consisted of employees of the Lorestan Oil Pipelines and Telecommunications Company, from whom 350 participants were selected using stratified random sampling. Data were collected using the Denison Organizational Culture Survey (2000), the Organizational Trust Questionnaire (2008), Falsafi's Media Literacy Scale (2014), and the Cognitive Resilience Scale (2008). Data analysis was conducted using AMOS software.

Findings: The results indicated that organizational culture has a positive and significant effect on organizational trust. Moreover, media literacy and cognitive resilience significantly mediated this relationship. The proposed model demonstrated acceptable goodness-of-fit indices.

Conclusion: In the context of cognitive warfare, the effectiveness of organizational culture in sustaining trust depends on its capacity to regulate employees' perceptions. Strengthening organizational culture alongside employees' cognitive capacities represents a key strategy for enhancing organizational resilience against emerging cognitive threats.

Cite this article: Mousavinia, M. J. & Hassanpour, H. (2026). Investigating the Role of Organizational Culture on Organizational Trust in Cognitive Warfare with Regard to the Mediating Role of Media Literacy and Cognitive Resilience. *Organizational Culture Management*, 24 (3), 315-327. <http://doi.org/10.22059/jomc.2026.405786.1008918>



© Authors retain the copyright and full publishing rights.
DOI: <http://doi.org/10.22059/jomc.2026.405786.1008918>

Publisher: University of Tehran Press.



انتشارات دانشگاه تهران

مدیریت فرهنگ سازمانی

سایت نشریه: <https://jomc.ut.ac.ir>

شاپا الکترونیکی: ۶۹۳۴-۲۴۲۳

بررسی نقش فرهنگ سازمانی بر اعتماد سازمانی در جنگ شناختی با توجه به نقش میانجی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی

سید محمدجواد موسوی نیا^۱ | حسین حسن پور^۲

۱. گروه روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران. رایانامه: mohammadjavad.mn73@gmail.com
۲. نویسنده مسئول، گروه فناوری‌های پزشکی، دانشکده مهندسی فناوری‌های نوین، دانشگاه تخصصی فناوری‌های نوین آمل؛ دانشگاه عالی دفاع ملی، پژوهشکده آماد، فناوری و عرصه‌های نوپدید، گروه علوم شناختی و هوش مصنوعی. رایانامه: h.hassanpoor@ausmt.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۱۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۱۷

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۶/۲۰

کلیدواژه:

اعتماد سازمانی،

تاب‌آوری شناختی،

جنگ شناختی،

سواد رسانه‌ای،

فرهنگ سازمانی.

هدف: با توجه به اثرگذاری جنگ شناختی بر ادراک، نگرش، و رفتار کارکنان شناسایی سازکارهای درون سازمانی مؤثر بر حفظ اعتماد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش فرهنگ سازمانی در شکل‌گیری اعتماد سازمانی در بستر جنگ شناختی و با تأکید بر نقش میانجی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی انجام شد.

روش: این مطالعه از نوع توصیفی-همبستگی و با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. جامعه آماری شامل کارکنان شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت لرستان بود که ۳۵۰ نفر از آن‌ها با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌های فرهنگ سازمانی دنیسون، اعتماد سازمانی آلون و همکارانش، سواد رسانه‌ای فلسفی، و تاب‌آوری شناختی اسمیت و همکارانش گردآوری و با نرم‌افزار AMOS تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد فرهنگ سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد سازمانی دارد و سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی این رابطه را به طور معناداری میانجی‌گری می‌کنند. همچنین، مدل پیشنهادی از برآزش مناسبی برخوردار بود.

نتیجه: در شرایط جنگ شناختی، کارآمدی فرهنگ سازمانی در حفظ اعتماد به توان آن در تنظیم ادراک کارکنان وابسته است. بر این اساس، تقویت هم‌زمان فرهنگ سازمانی و ظرفیت‌های شناختی کارکنان راهبردی کلیدی برای مقاوم‌سازی سازمان‌ها در برابر تهدیدات نوین شناختی محسوب می‌شود.

استناد: موسوی‌نیا، محمدجواد و حسن‌پور، حسین (۱۴۰۵). بررسی نقش فرهنگ سازمانی بر اعتماد سازمانی در جنگ شناختی با توجه به نقش میانجی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی، مدیریت فرهنگ سازمانی، ۲۴ (۳) ۳۱۵-۳۲۷.

<http://doi.org/10.22059/jomc.2026.405786.1008918>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© نویسندگان.



DOI: <http://doi.org/10.22059/jomc.2026.405786.1008918>

مقدمه

در شرایط پیچیده و متحول کنونی، سازمان‌ها بیش از هر زمان دیگری در معرض تهدیداتی قرار دارند که ماهیتی فراتر از مخاطرات فیزیکی و اقتصادی دارند و مستقیم فرایندهای ادراکی، شناختی، و تصمیم‌گیری نیروی انسانی را هدف قرار می‌دهند. یکی از این تهدیدات برجسته «جنگ شناختی» است؛ پدیده‌ای که با بهره‌گیری از اطلاعات نادرست، عملیات روانی، روایت‌سازی هدفمند، و دستکاری هیجانی تلاش می‌کند انسجام درونی سازمان‌ها و اعتماد میان کارکنان و مدیران را تضعیف کند. سازمان‌های زیرساختی و راهبردی، از جمله شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران، به دلیل نقش حیاتی در انتقال انرژی و داده‌های حساس، به طور خاص در معرض چنین تهدیداتی قرار دارند و از این‌رو بستری واقعی و معنادار برای مطالعه پیامدهای سازمانی جنگ شناختی فراهم می‌آورند.

جنگ شناختی، برخلاف جنگ‌های سنتی، نه به عنوان یک متغیر مستقل و قابل اندازه‌گیری، بلکه به مثابه یک «بستر محیطی مسلط» عمل می‌کند که در آن تعاملات سازمانی، الگوهای ارتباطی، و فرایندهای تصمیم‌گیری دستخوش تغییر می‌شوند (Deppe & Schaal, 2024). در چنین بستری، تضعیف اعتماد سازمانی یکی از اهداف کلیدی عملیات شناختی محسوب می‌شود. زیرا اعتماد، به عنوان زیربنای انسجام و همکاری و کارآمدی سازمانی، نقشی تعیین‌کننده در پایداری سازمان‌ها ایفا می‌کند (Kox et al., 2023). از این‌رو، درک سازکارهای حفظ و تقویت اعتماد سازمانی در شرایط جنگ شناختی به یکی از چالش‌های اساسی مدیریت سازمان‌های حساس تبدیل شده است.

در پیشینه پژوهش، فرهنگ سازمانی یکی از عوامل مهم و مؤثر بر اعتماد سازمانی شناخته می‌شود و پژوهش‌های متعددی رابطه مثبت میان این دو سازه را گزارش کرده‌اند (Denison, 2000; Song et al., 2009). با این حال، اغلب این مطالعات در شرایط عادی سازمانی و بدون در نظر گرفتن بستر تهدیدات شناختی انجام شده‌اند. به بیان دیگر، اگرچه نقش فرهنگ سازمانی در تقویت اعتماد مورد تأیید است، چگونگی کارکرد این سازه در شرایطی که سازمان به طور مستمر در معرض فشارهای شناختی، اطلاعات نادرست، و تضعیف ادراکی قرار دارد هنوز به طور نظام‌مند تبیین نشده است.

از سوی دیگر، بخش قابل توجهی از پژوهش‌های موجود رابطه فرهنگ سازمانی و اعتماد را به صورت مستقیم بررسی کرده‌اند و کمتر به سازکارهای شناختی میانجی توجه داشته‌اند. این در حالی است که در شرایط جنگ شناختی اثرگذاری فرهنگ سازمانی بر اعتماد کارکنان لزوماً یک مسیر خطی و ساده نیست، بلکه از طریق ظرفیت‌های شناختی و ادراکی افراد منتقل می‌شود. در این چارچوب، سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی می‌توانند به عنوان دو سازه کلیدی عمل کنند که نحوه ادراک و تفسیر و واکنش کارکنان به پیام‌ها و تهدیدات شناختی را شکل می‌دهند.

سواد رسانه‌ای، به عنوان توانایی تحلیل و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای، نقشی مهم در کاهش اثرگذاری اطلاعات نادرست و روایت‌های مخرب دارد (Popescu, 2020). پژوهش‌ها نشان داده‌اند افراد دارای سواد رسانه‌ای بالاتر در برابر دستکاری‌های شناختی آسیب‌پذیری کمتری دارند و از توان بالاتری برای حفظ قضاوت مستقل برخوردارند (Dobrescu et al., 2022). به طور مشابه، تاب‌آوری شناختی به عنوان توانایی حفظ کارکردهای شناختی در شرایط فشار اطلاعاتی و استرس‌زا عاملی تعیین‌کننده در مواجهه با بحران‌های ادراکی محسوب می‌شود (Flood & Keegan, 2022). با وجود این، این دو سازه غالباً به صورت جداگانه و خارج از چارچوب فرهنگ سازمانی و اعتماد مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

بنابراین، شکاف اصلی پژوهش حاضر در سه سطح قابل شناسایی است: نخست، فقدان مطالعاتی که اعتماد سازمانی را در بستر جنگ شناختی و به عنوان یک مسئله راهبردی بررسی کرده باشند؛ دوم، کمبود پژوهش‌هایی که نقش فرهنگ سازمانی را نه تنها به صورت مستقیم، بلکه از طریق سازکارهای شناختی تبیین کرده باشند؛ و سوم، نبود مدل‌های یکپارچه‌ای که سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی را به عنوان متغیرهای میانجی در پیوند فرهنگ سازمانی و اعتماد سازمانی مورد آزمون قرار داده باشند.

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف پر کردن این شکاف به بررسی نقش فرهنگ سازمانی در اعتماد سازمانی در شرایط جنگ شناختی می‌پردازد و به طور خاص نقش میانجی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی را در تبیین این رابطه مورد آزمون قرار می‌دهد. این رویکرد امکان ارائه درکی عمیق‌تر از سازکارهای شناختی-فرهنگی مؤثر بر اعتماد سازمانی در شرایط تهدید شناختی را فراهم می‌سازد.

پیشینه پژوهش

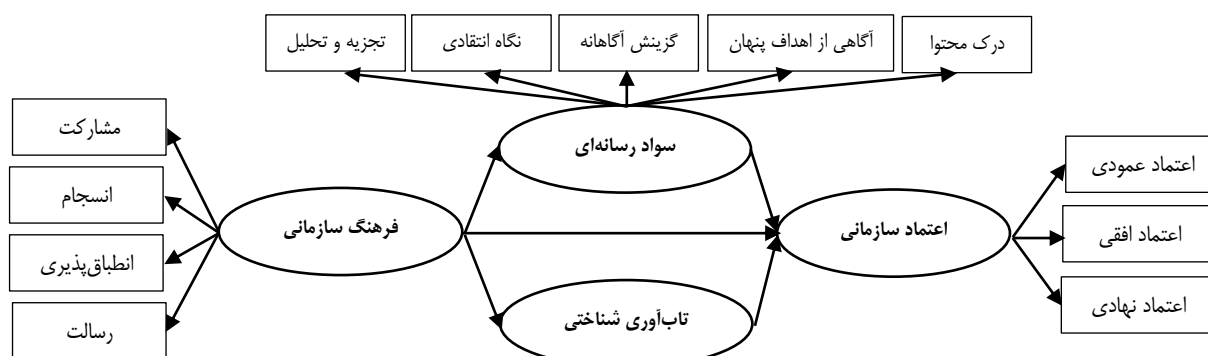
در دهه‌های اخیر، «جنگ شناختی» به عنوان یک رویکرد مفهومی نوین در حوزه امنیت و مطالعات سازمانی مطرح شده است. این مفهوم بر کاربرد فناوری‌های نوین و تاکتیک‌های چندبعدی برای تأثیرگذاری و دستکاری فرایندهای ذهنی و نگرش‌ها و رفتارهای افراد و گروه‌ها تأکید دارد و فراتر از جنگ اطلاعاتی صرف ابعادی از روان‌شناسی و عصب‌شناسی و علوم شناختی را در بر می‌گیرد (Deppe & Schaal, 2024; Paziuk et al., 2025). ویژگی تعیین‌کننده جنگ شناختی تمرکز ویژه بر «اثرگذاری بر حوزه شناختی» انسان و سازمان از طریق تولید و انتشار اطلاعات کاذب، تحریف روایت‌ها، و بهره‌گیری هدفمند از فناوری‌های دیجیتال برای برانگیختن یا تضعیف احساسات جمعی است. سازمان‌های معاصر به دلیل فضای رسانه‌ای و اطلاعاتی متراکم بیش از هر زمان دیگری در برابر این حملات آسیب‌پذیر شده‌اند و بنابراین اهمیت فرهنگ سازمانی و زیرساخت‌های شناختی افزایش یافته است.

مطابق مطالعات جدید، فرهنگ سازمانی چارچوبی تعیین‌کننده برای تعریف ارزش‌ها، هنجارها، و انتظارات رفتاری در محیط‌های پویا و ناامن ایجاد می‌کند (Wallin, 2025). پژوهش‌های انجام‌شده نشان داده‌اند فرهنگ‌های مبتنی بر شفافیت، همدلی، و یادگیری مستعد پرورش اعتماد متقابل و تاب‌آوری شناختی بیشتری هستند و در مقابل محیط‌های فاقد تعامل اجتماعی و بازخورد اثربخش افراد و تیم‌ها را در معرض پذیرش روایت‌های مخرب قرار می‌دهند (Jafari et al., 2024; Denison, 2000). «اعتماد سازمانی» یک سازه کلیدی برای تضمین انسجام، همکاری، و دوام عملکرد سازمانی است که با انسجام فرهنگی و ادراک عدالت و امنیت روانی رابطه مستقیم دارد (Ellonen et al., 2008; Song et al., 2009).

در بستر جنگ شناختی، نقش عوامل شناختی-روانی مانند تاب‌آوری شناختی و سواد رسانه‌ای افزایش چشمگیری یافته است. سواد رسانه‌ای با توانمندسازی افراد برای تشخیص اطلاعات نادرست و پایداری در برابر عملیات فریب و دستکاری داده‌ها ریسک‌پذیری سازمان را کاهش می‌دهد و به عنوان سپر حفاظتی-شناختی مطرح است (Austin & Domgaard, 2024; Dobrescu et al., 2022). تاب‌آوری شناختی نیز به صورت حفظ انعطاف‌پذیری ذهنی، کنترل عاطفی، و سازگاری در بحران‌های اطلاعاتی یا هجمه‌های ادراکی تعریف می‌شود که مطالعات اخیر آن را لازمه مقابله با جنگ‌های پیچیده جدید دانسته‌اند (ترابی و احمدی، ۱۴۰۴؛ Flood & Keegan, 2022).

پیشینه تجربی نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی به طور مستقیم و از طریق میانجی‌هایی چون سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی بر اعتماد سازمانی اثرگذار است (مرادی و همکاران، ۱۴۰۰؛ مهدوی‌نسب و همکاران، ۱۴۰۳). مدل مطالعات حاضر مبتنی بر رویکرد معاصر ناتو است و بر اساس آن تاب‌آوری، سواد رسانه‌ای، و تقویت اعتماد جمعی راهبرد اساسی در مقابله با تهدیدات شناختی تلقی می‌شود (Deppe & Schaal, 2024). با وجود رشد مطالعات در این حیطه، خلأ مفهومی و تجربی مهمی در توضیح یکپارچه سازکارهای تأثیر متقابل فرهنگ سازمانی-اعتماد سازمانی با لحاظ مؤلفه‌های شناختی واسط وجود دارد. کمتر مطالعه‌ای ضمن مدل‌سازی شبکه‌ای و روابط علی متقابل این عناصر در بستر تهدیدات جنگ شناختی به بررسی چندمتغیره هم‌زمان آن‌ها پرداخته است. این پژوهش درصدد است با تکیه بر چارچوب مفهومی زیر سهم بین‌رشته‌ای فرهنگ و عوامل شناختی را در ارتقا یا تضعیف اعتماد سازمانی مدل‌سازی و تبیین کند.

نوآوری پژوهش حاضر در چند سطح قابل تبیین است. نخست، این مطالعه با انتقال مفهوم اعتماد سازمانی به بستر جنگ شناختی چارچوبی فراتر از رویکردهای کلاسیک مدیریت سازمانی ارائه می‌دهد و اعتماد را به عنوان یک سازه راهبردی در مواجهه با تهدیدات شناختی مورد بررسی قرار می‌دهد. دوم، پژوهش حاضر با تلفیق هم‌زمان فرهنگ سازمانی، سواد رسانه‌ای، و تاب‌آوری شناختی در یک مدل علی یکپارچه به تبیین سازکارهای شناختی-فرهنگی مؤثر بر اعتماد سازمانی می‌پردازد؛ درحالی‌که اغلب مطالعات پیشین این سازه‌ها را به صورت منفرد در بسترهای غیر تهدیدمحور بررسی کرده‌اند. سوم، آزمون مسیرهای مستقیم و غیر مستقیم در چارچوب مدلیابی معادلات ساختاری امکان شناسایی نقش میانجی‌گرانه سازه‌های شناختی را در پیوند فرهنگ سازمانی و اعتماد سازمانی فراهم ساخته است. ازاین‌رو، نوآوری این پژوهش نه در معرفی سازه‌ای جدید، بلکه در بازآرایی مفهومی و زمینه‌ای روابط میان سازه‌های موجود در شرایط جنگ شناختی نهفته است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت استان لرستان در سال ۱۴۰۴ بود. به منظور تعیین کفایت حجم نمونه برای اجرای مدلیابی معادلات ساختاری، از معیارهای پذیرفته‌شده در مباحث روش‌شناسی استفاده شد. بر اساس توصیه هیر و همکارانش (۲۰۱۹) حداقل حجم نمونه مناسب برای تحلیل‌های مبتنی بر مدلیابی معادلات ساختاری بر خورداری از حداقل دویست مشاهده یا رعایت نسبت پنج تا ده مشاهده به ازای هر متغیر مشاهده‌شده یا پارامتر آزاد مدل است. با توجه به تعداد گویه‌های ابزارهای پژوهش (۹۷ سؤال) و رعایت این نسبت، حجم نمونه ۳۵۰ نفر تعیین شد که از کفایت لازم برای برآورد پارامترهای مدل برخوردار بود. نمونه‌گیری به روش تصادفی طبقه‌ای نسبی و متناسب با واحدهای تابعه انجام گرفت. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد و معتبر استفاده شد که مشخصات آن‌ها در ادامه ارائه شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) و به کمک نرم‌افزار AMOS انجام شد. هدف پژوهش تبیین و تحلیل روابط علی بین متغیرهای فرهنگ سازمانی، سواد رسانه‌ای، تاب‌آوری شناختی، و اعتماد سازمانی با تأکید بر مسیرهای مستقیم و غیر مستقیم بود.

پرسشنامه فرهنگ سازمانی

پرسشنامه فرهنگ سازمانی توسط دنیسون (۲۰۰۰) طراحی شده است و به منظور سنجش فرهنگ سازمانی در چهار بعد اصلی مشارکت، انجام، انطباق‌پذیری، و رسالت کاربرد دارد. این پرسشنامه شامل شصت سؤال است که در دوازده خرده‌مقیاس فرعی (توانمندسازی، تیم‌گرایی، توسعه قابلیت‌ها، ارزش‌های بنیادین، توافق، انجام و هماهنگی، ایجاد تغییر، مشتری‌مداری، یادگیری سازمانی، نیت و جهت استراتژیک، اهداف و مقاصد، و چشم‌انداز) طبقه‌بندی شده‌اند. هر بعد اصلی شامل سه خرده‌مقیاس و هر خرده‌مقیاس شامل پنج سؤال است. پاسخ‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) ثبت می‌شود. به منظور بررسی روایی سازه پرسشنامه فرهنگ سازمانی، تحلیل عاملی تأییدی انجام شد (جدول ۱). شاخص‌های برازش حاکی از برازش مناسب مدل اندازه‌گیری بود و روایی سازه این ابزار در نمونه پژوهش حاضر مورد تأیید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه در مطالعات ایرانی با ضریب آلفای کرونباخ حدود ۰.۸۸ گزارش شده است (Jafari et al., 2024). در پژوهش حاضر نیز پایایی این پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰.۹۰ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب آن است.

جدول ۱. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه فرهنگ سازمانی

شاخص برازش	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
مقدار	۲/۶۸	۰/۰۵۶	۰/۹۳	۰/۹۲	۰/۰۶۱
حد قابل قبول	۳ >	۰/۰۸ >	۰/۹۰ <	۰/۹۰ <	۰/۰۸ >

پرسشنامه اعتماد سازمانی

این پرسشنامه توسط النون و همکارانش (۲۰۰۸) به منظور ارزیابی اعتماد سازمانی طراحی شده و شامل چهار و نه سؤال و سه

مؤلفه اعتماد افقی، اعتماد عمودی، و اعتماد نهادی است. پاسخ‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) جمع‌آوری می‌شود. نمرات بالاتر در این پرسشنامه نشان‌دهنده اعتماد سازمانی بالا یا وجود چنین ظرفیتی است. به منظور بررسی روایی سازه پرسشنامه اعتماد سازمانی تحلیل عاملی تأییدی انجام شد (جدول ۲). شاخص‌های برازش حاکی از برازش مناسب مدل اندازه‌گیری بود و روایی سازه این ابزار در نمونه پژوهش حاضر مورد تأیید قرار گرفت. پایایی این پرسشنامه در مطالعات ایرانی با ضریب آلفای کرونباخ حدود ۰.۹۱ گزارش شده است (احمدیان و قلاوندی، ۱۳۹۷). در پژوهش حاضر نیز پایایی آن ۰.۸۷ برآورد شد که نشان‌دهنده قابلیت اعتماد مناسب ابزار است.

جدول ۲. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه اعتماد سازمانی

شاخص برازش	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
مقدار	۲/۵۴	۰/۰۵۲	۰/۹۴	۰/۹۳	۰/۰۵۸
حد قابل قبول	۳>	۰/۰۸>	۰/۹۰<	۰/۹۰<	۰/۰۸>

پرسشنامه سواد رسانه‌ای

این پرسشنامه توسط فلسفی (۱۳۹۳) طراحی شده است (صمیمی و جهان‌دیده، ۱۴۰۴) و دارای بیست گویه است که با استفاده از مقیاس لیکرت (۱ = کاملاً مخالفم تا ۵ = کاملاً موافقم) نمره‌گذاری می‌شود. این پرسشنامه دارای پنج مؤلفه درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای (گویه‌های ۱ تا ۴)، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای (گویه‌های ۵ تا ۸)، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای (گویه‌های ۹ تا ۱۲)، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای (گویه‌های ۱۳ تا ۱۶)، و مؤلفه تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای (گویه‌های ۱۷ تا ۲۰) بود. نمره این ابزار از طریق مجموع نمره گویه‌ها به دست می‌آید. دامنه نمرات بین ۲۰ تا ۱۰۰ است و نمره بالاتر به معنای سواد رسانه‌ای بیشتر است. به منظور بررسی روایی سازه پرسشنامه سواد رسانه‌ای تحلیل عاملی تأییدی انجام شد (جدول ۳). شاخص‌های برازش حاکی از برازش مناسب مدل اندازه‌گیری بود و روایی سازه این ابزار در نمونه پژوهش حاضر مورد تأیید قرار گرفت. پایایی این پرسشنامه در مطالعات ایرانی با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰.۸۸ محاسبه شده است (افضلی فاروجی و کاوه، ۱۴۰۲). در پژوهش حاضر نیز پایایی آن ۰.۹۱ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب آن است.

جدول ۳. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه سواد رسانه‌ای

شاخص برازش	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
مقدار	۲/۳۱	۰/۰۴۹	۰/۹۵	۰/۹۳	۰/۰۵۵
حد قابل قبول	۳>	۰/۰۸>	۰/۹۰<	۰/۹۰<	۰/۰۸>

پرسشنامه تاب‌آوری شناختی

این پرسشنامه، که در سال ۲۰۰۸ توسط اسمیت و همکارانش طراحی شده است، شامل شش سؤال است که تاب‌آوری شناختی را در یک خرده‌مقیاس واحد می‌سنجد (Smith et al., 2008). گویه‌های ۱ و ۳ و ۵ دارای عبارت مثبت و گویه‌های ۲ و ۴ و ۶ دارای عبارت منفی هستند. در این مقیاس برای هر گویه طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای در نظر گرفته شده است که هر درجه میزان موافقت یا مخالفت فرد را نشان می‌دهد. پاسخگویی به گویه‌ها بر اساس طیف لیکرت از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) و نمره کلی بین ۶ تا ۳۰ است. نمرات بالاتر تاب‌آوری شناختی بالاتر را نشان می‌دهند. به منظور بررسی روایی سازه پرسشنامه تاب‌آوری شناختی، تحلیل عاملی تأییدی انجام شد (جدول ۴). شاخص‌های برازش حاکی از برازش مناسب مدل اندازه‌گیری بود و روایی سازه این ابزار در نمونه پژوهش حاضر مورد تأیید قرار گرفت. پایایی این پرسشنامه در مطالعات ایرانی با ضریب آلفای کرونباخ ۰.۷۶ گزارش شده است (Kashani & Najafi, 2016). در این پژوهش نیز پایایی پرسشنامه ۰.۸۹ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب آن است.

جدول ۴. شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی پرسشنامه تاب‌آوری شناختی

شاخص برازش	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
مقدار	۱/۹۸	۰/۰۴۳	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۰۴۷
حد قابل قبول	۳>	۰/۰۸>	۰/۹۰<	۰/۹۰<	۰/۰۸>

یافته‌های پژوهش

در بررسی اطلاعات دموگرافیک شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، همان‌گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۳۸/۴۷ سال با انحراف معیار ۶/۸۵ سال بود و میانگین سابقه کار ۱۲/۹۱ سال با انحراف معیار ۶/۲۲ سال بود. مطابق جدول ۶ از مجموع ۳۵۰ شرکت‌کننده ۳۲۶ نفر (۹۳/۱ درصد) مرد و ۲۴ نفر (۶/۹ درصد) زن بودند. از نظر وضعیت تأهل، ۲۸۹ نفر (۸۲/۶ درصد) متأهل و ۶۱ نفر (۱۷/۴ درصد) مجرد بودند. بررسی سطح تحصیلات نیز نشان داد که بیشترین فراوانی مربوط به دارندگان مدرک کارشناسی (۱۸۲ نفر - ۵۲ درصد) است و پس از آن به ترتیب کارشناسی‌ارشد (۱۰۲ نفر - ۲۹/۱ درصد)، دیپلم و فوق‌دیپلم (۴۲ نفر - ۱۲ درصد) و دکتری (۲۴ نفر - ۶/۹ درصد) قرار دارند.

جدول ۵. شاخص‌های سن و سابقه کار شرکت‌کنندگان پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
سن	۳۸/۴۷	۶/۸۵	۲۴	۵۸
سابقه کار	۱۲/۹۱	۶/۲۲	۲	۳۰

جدول ۶. شاخص‌های جنسیت، وضعیت تأهل، و سطح تحصیلات شرکت‌کنندگان پژوهش

متغیرها	دسته بندی	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۳۲۶	۹۳/۱
	زن	۲۴	۶/۹
وضعیت تأهل	متاهل	۲۸۹	۸۲/۶
	مجرد	۶۱	۱۷/۴
مدرک تحصیلی	دیپلم و فوق‌دیپلم	۴۲	۱۲
	کارشناسی	۱۸۲	۵۲
	کارشناسی‌ارشد	۱۰۲	۲۹/۱
	دکتری	۲۴	۶/۹

پیش از اجرای مدل معادلات ساختاری، مفروضه‌های آماری لازم بررسی شد. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و شاخص‌های چولگی و کشیدگی نشان داد توزیع داده‌ها در همه متغیرها در محدوده قابل قبول نرمال قرار دارد. بنابراین، از روش برآورد حداکثر درست‌نمایی (maximum likelihood – ML) برای تحلیل داده‌ها در نرم‌افزار AMOS استفاده شد. همچنین، برای اطمینان از پایداری برآوردها در موارد مرزی از روش بوت‌استرپ جهت بررسی اثر غیر مستقیم بهره گرفته شد. در این پژوهش، چهار متغیر اصلی شامل فرهنگ سازمانی، اعتماد سازمانی، سواد رسانه‌ای، و تاب‌آوری شناختی مورد بررسی قرار گرفتند. میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمرات هر متغیر در جدول ۷ و همبستگی میان متغیرهای پژوهش در جدول ۸ آمده است. اطلاعات مندرج در جدول ۸ همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد که در آن همه روابط از لحاظ آماری معنادار و مثبت‌اند (سطح معناداری $p < 0.01$). این نتایج نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی با اعتماد سازمانی رابطه مثبت و قوی دارد و سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی نیز با هر دو متغیر اصلی همبستگی مثبت و معنادار دارند.

نتایج درج‌شده در جدول ۹ شاخص‌های برازش مدل پیشنهادی با داده‌های گردآوری‌شده را نشان می‌دهد. مقادیر شاخص‌های برازش نشان‌دهنده انطباق بسیار خوب مدل با داده‌های پژوهش است؛ به‌ویژه شاخص‌های RMSEA، CFI، و TLI که همگی در محدوده مطلوب قرار دارند تأیید می‌کنند که ساختار فرضی پژوهش با داده‌های گردآوری‌شده همخوانی بالایی دارد و مدل پیشنهادی پژوهش قابل اتکا است.

جدول ۷. میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمرات متغیرهای پژوهش

متغیر	مؤلفه‌ها	تعداد سوالات	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
فرهنگ سازمانی	مشارکت	۱۵	۵۲.۳۰	۶.۴۵	۳۰	۷۴
	انسجام	۱۵	۵۳.۱۵	۶.۹۰	۳۱	۷۵
	انطباق‌پذیری	۱۵	۵۲.۶۰	۶.۲۵	۳۲	۷۳
	رسالت	۱۵	۵۲.۴۰	۵.۷۲	۲۷	۷۳
	کل	۶۰	۲۱۰.۴۵	۲۵.۳۲	۱۲۰	۲۹۵
اعتماد سازمانی	اعتماد افقی	۱۵	۵۳.۱۰	۶.۸۵	۳۰	۷۵
	اعتماد عمودی	۱۵	۵۴.۶۳	۷.۰۰	۲۸	۷۶
	اعتماد نهادی	۱۹	۵۸.۰۶	۷.۴۵	۳۲	۷۹
	کل	۴۹	۱۶۵.۷۸	۲۲.۱۵	۹۵	۲۴۰
	درک محتوای پیام	۴	۱۵.۲۵	۲.۲۵	۸	۲۰
سواد رسانه‌ای	آگاهی از اهداف پنهان پیام	۴	۱۵.۱۲	۲.۳۰	۷	۲۰
	گزینش آگاهانه پیام	۴	۱۵.۳۳	۲.۱۰	۸	۲۰
	نگاه انتقادی به پیام	۴	۱۴.۹۵	۲.۴۴	۷	۲۰
	تجزیه و تحلیل پیام	۴	۱۵	۲.۳۹	۷	۲۰
	کل	۲۰	۷۵.۶۳	۱۰.۴۸	۴۵	۹۸
تاب‌آوری شناختی	کل	۶	۲۲.۱۴	۳.۵۶	۱۲	۲۹

جدول ۸. همبستگی میان متغیرهای پژوهش

متغیرها	فرهنگ سازمانی	سواد رسانه‌ای	تاب‌آوری شناختی	اعتماد سازمانی
فرهنگ سازمانی	۱			
سواد رسانه‌ای	۰.۶۳**	۱		
تاب‌آوری شناختی	۰.۵۸**	۰.۶۵**	۱	
اعتماد سازمانی	۰.۷۰**	۰.۶۸**	۰.۶۶**	۱

جدول ۹. برازش مدل پیشنهادی بر اساس شاخص‌های برازندگی $P < 0.01$ **

شاخص برازش	χ^2 / df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
معیار پذیرش مدل	$3 >$	$0.08 >$	$0.90 <$	$0.90 <$	$0.08 >$
مقدار به‌دست‌آمده	۲.۴۵	۰.۰۵۶	۰.۹۵	۰.۹۳	۰.۰۴۵

جدول ۱۰ نتایج برآورد مسیرهای مستقیم مدل معادلات ساختاری بین متغیرهای اصلی پژوهش را نشان می‌دهد. مقادیر برآورد استاندارد، برآورد غیر استاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی، و سطح معناداری برای هر مسیر آمده است.

جدول ۱۰. پارامترهای مربوط به اثر مستقیم متغیرها

مسیر علی	برآورد استاندارد	برآورد غیر استاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری	فاصله اطمینان
	(β)	(B)	(SE)	(CR)	(p)	حد بالا / حد پایین
اعتماد سازمانی → فرهنگ سازمانی	۰.۴۸	۰.۴۲	۰.۰۷	۶.۰۰	< 0.001	۰.۵۶ / ۰.۲۸
سواد رسانه‌ای → فرهنگ سازمانی	۰.۵۵	۰.۳۸	۰.۰۶	۶.۳۳	< 0.001	۰.۵۰ / ۰.۲۶
تاب‌آوری شناختی → فرهنگ سازمانی	۰.۵۰	۰.۲۹	۰.۰۵	۵.۸۰	< 0.001	۰.۳۹ / ۰.۱۹
اعتماد سازمانی → سواد رسانه‌ای	۰.۳۰	۰.۲۷	۰.۰۶	۴.۵۰	< 0.001	۰.۳۹ / ۰.۱۵
اعتماد سازمانی → تاب‌آوری شناختی	۰.۲۸	۰.۲۱	۰.۰۵	۴.۲۰	< 0.001	۰.۳۱ / ۰.۱۱

نتایج مندرج در جدول ۱۰ نشان می‌دهد همه مسیرهای مستقیم در مدل از لحاظ آماری معنادار و مثبت هستند. این یافته‌ها نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی نه تنها به طور مستقیم اعتماد سازمانی را تقویت می‌کند، بلکه از طریق افزایش سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی نیز این اعتماد سازمانی را ارتقا می‌دهد. همچنین، سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی هر دو به طور مستقل بر اعتماد سازمانی اثرگذارند.

نتایج بوت استرپ برای مسیرهای واسطه‌ای (جدول ۱۱) حاکی از آن است که روابط غیر مستقیم مدل نیز معنادار هستند و نقش میانجی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی در انتقال اثر فرهنگ سازمانی بر اعتماد اعتماد سازمانی به طور کامل تأیید می‌شود. این نتایج بیانگر آن است که سازمان‌هایی که علاوه بر تقویت فرهنگ سازمانی آموزش سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی را در دستور کار قرار می‌دهند می‌توانند اعتماد کارکنان به سازمان را در شرایط جنگ شناختی به طور چشمگیری افزایش دهند.

جدول ۱۱. نتایج بوت استرپ برای مسیرهای واسطه‌ای

مسیر	مقدار	سطح معناداری	فاصله اطمینان حد بالا	حد پایین
اعتماد سازمانی → سواد رسانه‌ای → فرهنگ سازمانی	۰.۱۷	<۰.۰۰۱	۰.۱۶۰	۰.۰۵۵
اعتماد سازمانی → تاب‌آوری شناختی → فرهنگ سازمانی	۰.۱۴	<۰.۰۰۱	۰.۱۲۹	۰.۰۴۲

بحث و نتیجه

پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش فرهنگ سازمانی در شکل‌گیری اعتماد سازمانی در بستر جنگ شناختی و با تأکید بر نقش میانجی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی انجام شد. اهمیت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که جنگ شناختی، برخلاف تهدیدات کلاسیک، نه ساختارهای فیزیکی و نه صرفاً فرایندهای رسمی سازمان را بلکه به طور مستقیم سازکارهای ادراک و قضاوت و معناپردازی کارکنان را هدف قرار می‌دهد. در چنین شرایطی، اعتماد سازمانی دیگر صرفاً یک پیامد رفتاری یا نگرشی نیست، بلکه به یک سازه شناخت‌محور و شکننده تبدیل می‌شود که بقای آن وابسته به کیفیت سازکارهای درون سازمانی است.

یافته‌های پژوهش نشان داد فرهنگ سازمانی به عنوان یک سازه بنیادین نقشی محوری در حفظ و تقویت اعتماد سازمانی ایفا می‌کند؛ با این تفاوت اساسی که این نقش، در شرایط جنگ شناختی، ماهیتی چندلایه و غیر خطی می‌یابد. به بیان دقیق‌تر، فرهنگ سازمانی نه تنها به طور مستقیم اعتماد کارکنان را تقویت می‌کند، بلکه از طریق فعال‌سازی ظرفیت‌های شناختی کارکنان، یعنی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی، اثر خود را بازتولید و تقویت می‌کند. این یافته، اگرچه در سطحی با پژوهش‌های پیشین درباره رابطه فرهنگ سازمانی و اعتماد همخوان است (مرادی و همکاران، ۱۴۰۰؛ Song, 2009)، با وارد کردن «جنگ شناختی» به عنوان بستر تحلیلی، منطق این رابطه را بازتعریف می‌کند.

نوآوری اصلی پژوهش حاضر دقیقاً در همین بازتعریف نهفته است. برخلاف بخش عمده‌ای از مطالعات موجود، که فرهنگ سازمانی را عاملی نسبتاً پایدار و مستقل از بافت تهدید در نظر می‌گیرد، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد کارآمدی فرهنگ سازمانی در حفظ اعتماد به میزان توان آن در تنظیم ادراک کارکنان در شرایط فشار شناختی وابسته است. به عبارت دیگر، فرهنگ سازمانی در بستر جنگ شناختی صرفاً یک «زمینه حمایتی» نیست، بلکه به مثابه یک سازکار تنظیم‌کننده شناختی عمل می‌کند که نحوه تفسیر اطلاعات، ارزیابی روایت‌ها، و واکنش کارکنان به پیام‌های مخرب را جهت‌دهی می‌کند.

در این چارچوب، فرهنگ سازمانی با ترویج ارزش‌هایی نظیر شفافیت، عدالت سازمانی، مشارکت، و هم‌سویی ارزشی چارچوب‌های تفسیری مشترکی در میان کارکنان ایجاد می‌کند. این چارچوب‌ها به کارکنان کمک می‌کند تا در مواجهه با اطلاعات متناقض و شایعات و عملیات روانی هدفمند دچار سردرگمی ادراکی نشوند و اعتماد آن‌ها به سازمان دچار فرسایش تدریجی نشود. از این منظر، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد سازمان‌های برخوردار از فرهنگ مشارکتی و یادگیرنده در برابر جنگ شناختی نه به دلیل حذف تهدید بلکه به دلیل مدیریت ادراک تهدید از پایداری بیشتری برخوردارند.

از سوی دیگر، تأیید نقش میانجی سواد رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی نشان‌دهنده آن است که فرایند شکل‌گیری اعتماد

سازمانی در شرایط تهدید شناختی فرایندی تک‌مسیره و ساده نیست. سواد رسانه‌ای به عنوان یک ظرفیت تحلیلی-انتقادی به کارکنان امکان می‌دهد پیام‌های رسانه‌ای و اطلاعات محیطی را به صورت فعال و نقادانه پردازش و منابع اطلاعاتی را ارزیابی و اخبار جعلی و روایت‌های دستکاری‌شده را شناسایی کنند و از تأثیرگذاری منفی اطلاعات مخرب بر قضاوت‌ها و تصمیم‌های سازمانی خود جلوگیری کنند. این یافته با پژوهش‌هایی که سواد رسانه‌ای را عاملی کلیدی در افزایش سطح آگاهی کارکنان و همچنین ارتقای تاب‌آوری شناختی معرفی کرده‌اند هم‌سوست (مهدوی‌نسب و همکاران، ۱۴۰۳؛ Dobrescu et al., 2022). اما پژوهش حاضر یک گام فراتر رفته و نشان می‌دهد سواد رسانه‌ای تنها یک مهارت فردی نیست، بلکه بخشی از زنجیره اعتمادسازی سازمانی در بستر جنگ شناختی محسوب می‌شود.

همچنین، تاب‌آوری شناختی به عنوان یک ویژگی روان‌شناختی نقشی کلیدی در حفظ کارکردهای شناختی کارکنان تحت فشار اطلاعاتی ایفا می‌کند. کارکنانی که از تاب‌آوری شناختی بالاتری برخوردارند در مواجهه با استرس‌های ادراکی توان بیشتری برای حفظ ثبات قضاوت، کنترل هیجانی، و تصمیم‌گیری منطقی دارند و در نتیجه کمتر تحت تأثیر شایعات و اطلاعات نادرست قرار می‌گیرند. این یافته نشان می‌دهد که اعتماد سازمانی، در شرایط جنگ شناختی، صرفاً ریشه در ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی ندارد، بلکه به ظرفیت ذهنی کارکنان برای مقاومت در برابر فرسایش شناختی نیز وابسته است.

از منظر آماری، معناداری همه مسیرهای مستقیم و غیر مستقیم و شاخص‌های برازش مناسب مؤید آن است که مدل مفهومی پیشنهادی توان تبیین قابل قبولی از روابط میان فرهنگ سازمانی، سواد رسانه‌ای، تاب‌آوری شناختی، و اعتماد سازمانی در شرایط جنگ شناختی را دارد. این امر نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری هم‌زمان بر مؤلفه‌های فرهنگی و شناختی نه یک انتخاب تکمیلی بلکه یک ضرورت راهبردی برای سازمان‌ها در محیط‌های پرتنش شناختی است.

از منظر نظری، پژوهش حاضر با تلفیق سازه‌های فرهنگی و شناختی در قالب یک مدل علی به توسعه مباحث اعتماد سازمانی در شرایط تهدید شناختی کمک می‌کند. در این زمینه، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی با افزودن متغیرهایی نظیر خودکارآمدی، هوش هیجانی، و سرمایه روان‌شناختی چارچوب مفهومی حاضر را گسترش دهند و نقش تعامل این سازه‌ها را در تبیین اعتماد سازمانی بررسی کنند. همچنین، پژوهش‌های تطبیقی میان سازمان‌های ایرانی و سازمان‌های غربی می‌تواند به شناسایی تفاوت‌ها و شباهت‌های فرهنگی و نهادی در الگوهای شکل‌گیری اعتماد سازمانی کمک کند و میزان تعمیم‌پذیری مدل را در بافت‌های فرهنگی متفاوت مورد آزمون قرار دهد.

از منظر روش‌شناختی، استفاده از رویکردهای کیفی و ترکیبی در پژوهش‌های آتی می‌تواند به واکاوی عمیق‌تر ابعاد پنهان اعتماد سازمانی و واکنش‌های شناختی کارکنان در برابر تهدیدات شناختی منجر شود. افزون بر این، مطالعات مقایسه‌ای در سازمان‌های دولتی، خصوصی، صنعتی، و خدماتی-هم در ایران هم در کشورهای غربی- امکان تحلیل نقش زمینه‌های نهادی و ارزشی را فراهم می‌آورد.

با وجود معناداری روابط و برازش مناسب مدل، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی نیز همراه بوده است. فرهنگ سازمانی در این مطالعه به عنوان یک سازه سازمانی عمومی عملیاتی شده و مؤلفه‌های فرهنگی ملی و تفاوت‌های فرهنگی میان جوامع ایرانی و غربی به صورت مستقیم سنجش نشده‌اند. تمرکز پژوهش بر یک سازمان خاص، استفاده از ابزارهای خودگزارشی، و مقطعی بودن پژوهش نیز تعمیم‌پذیری یافته‌ها را با احتیاط همراه می‌سازد. از این رو، مطالعات طولی و بین‌فرهنگی می‌تواند به غنای نظری و تجربی این حوزه کمک کند.

در مجموع، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت مؤثر سازمان‌ها در شرایط جنگ شناختی مستلزم مداخلات هدفمند در حوزه‌های فرهنگی و شناختی است. بر این اساس، از منظر کاربردی پیشنهاد می‌شود مدیران سازمانی، به‌ویژه در سازمان‌های حساس و راهبردی، در گام نخست به بازنگری و تقویت مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی شامل شفافیت ارتباطات، انسجام ارزشی، مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری، و تقویت اعتماد افقی و عمودی بپردازند. زیرا نتایج مدل نشان داد فرهنگ سازمانی نقشی محوری در ارتقای اعتماد سازمانی ایفا می‌کند.

در گام بعد، طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی ساختارمند با هدف ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان، به‌ویژه در زمینه تشخیص اطلاعات نادرست و تحلیل انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و افزایش آگاهی درباره تکنیک‌های عملیات شناختی، می‌تواند به عنوان یک راهبرد پیشگیرانه مورد توجه قرار گیرد. همچنین، پیشنهاد می‌شود مداخلات روان‌شناختی و آموزشی مبتنی بر تقویت تاب‌آوری شناختی، از جمله آموزش مهارت‌های تنظیم هیجانی و انعطاف‌پذیری شناختی و مدیریت استرس شناختی، در برنامه‌های توسعه منابع انسانی سازمان‌ها ادغام شود تا توان کارکنان در مواجهه با فشارها و تهدیدات شناختی افزایش یابد.

در سطح سیاست‌گذاری سازمانی، نتایج این پژوهش می‌تواند مبنای تدوین دستورالعمل‌ها و پروتکل‌های عملیاتی برای پایش مستمر اعتماد سازمانی، ارزیابی آسیب‌پذیری شناختی کارکنان، و طراحی نظام‌های هشدار زودهنگام در برابر تهدیدات شناختی قرار گیرد. در مجموع، اتخاذ رویکردی یکپارچه که به طور هم‌زمان فرهنگ سازمانی، توانمندی‌های شناختی کارکنان، و سازکارهای اعتمادسازی را هدف قرار دهد می‌تواند نقشی مؤثر در مقاوم‌سازی سازمان‌ها و حفظ انسجام و کارآمدی آن‌ها در مواجهه با تهدیدات نوین شناختی ایفا کند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

این پژوهش کد اخلاق را به شماره IR.ZUMS.REC.1404.170 از کمیته اخلاق دانشکده/ دانشگاه علوم پزشکی زنجان دریافت کرده است.

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام دادن و انتشار این پژوهش علمی رعایت کرده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آن‌هاست.

مشارکت نویسندگان

جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و تهیه گزارش پژوهش: نویسنده اول؛ طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام دادن پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی، و نهایی‌سازی مقاله: نویسنده دوم.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

سپاسگزاری

از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از همکاری صمیمانه کارکنان و تلاش‌های مستمر مدیریت محترم شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت استان لرستان، جهت حمایت و همراهی در انجام دادن این تحقیق، سپاسگزاری کنند.

منابع

- احمدیان، زکریا و قلاوندی، حسن (۱۳۹۷). الگوی ساختاری تأثیر رهبری فکورانه در وجدان کاری با میانجیگری اعتماد سازمانی کارکنان. *مدیریت بر آموزش سازمان‌ها*، ۷(۲)، ۱۳۹ - ۱۶۶.
- افضلی فاروجی، میترا و کاوه، شیما (۱۴۰۲). بررسی رابطه میان سواد رسانه‌ای و خوداثربخشی خلاق در کارکنان معاونت سیمای جمهوری اسلامی ایران. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۳۰(۱۱۵)، ۱۵۳ - ۱۸۱.
- ترابی، حسن و احمدی، فاطمه (۱۴۰۴). تاب‌آوری شناختی در برابر جنگ شناختی علیه ایران: مؤلفه‌ها، تحلیل، و راهکارهای ارتقا. *شناخت پژوهی مطالعات سیاسی*، ۲(۱)، ۱۰۱ - ۱۲۱.
- صمیمی، زبیر و جهان‌دیده، جواد (۱۴۰۴). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و مهارت‌های اجتماعی با میانجیگری تفکر انتقادی دانش‌آموزان. *پژوهش در روش‌های آموزش*، ۳(۲)، ۵۳ - ۶۹.
- مرادی، حسین‌مراد؛ محمدی، مرضیه و ادیب‌زاده، مریم (۱۴۰۰). بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر اعتماد و رضایت شغلی کارکنان یک بیمارستان نظامی با توجه به نقش متغیرهای جمعیت‌شناختی. *پرستار و پزشک در رزم*، ۹(۳۲)، ۵۴ - ۶۳.
- مهدوی‌نسب، حسین؛ فرزانه‌نیا، نیما و آذر، داود (۱۴۰۳). شناسایی و رتبه‌بندی راهکارهای ارتقای سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشگاه‌های افسری آجا در مواجهه با جنگ شناختی. *مدیریت نظامی*، ۲۴(۹۶)، ۷۸ - ۱۱۲.
- Afzali Farooji, M. & Kaveh, S. (2023). Examining the Relationship between Media Literacy and Creative Self-Efficacy of IRIBs' Employees. *Communication Research*, 30(115), 153-181. (in Persian)
- Ahmadyan, Z. & Ghalavandi, H. (2019). Structural model of Effect of Reflective Leadership on Working Conscience with mediating of Organizational Trust of Employees. (in Persian)
- Austin, E. W. & Domgaard, S. (2024). The media literacy theory of change and the message interpretation process model. *Communication Theory*, 34(4), 167-177.
- Bardin, J. S. (2025). Cyber Warfare. In *Computer and Information Security Handbook* (pp. 1345-1380). Morgan Kaufmann.
- Denison, D. R. (2000). Organizational culture: Can it be a key lever for driving organizational change. *The international handbook of organizational culture and climate*, 18(4), 347-372.
- Deppe, C. & Schaal, G. S. (2024). Cognitive warfare: a conceptual analysis of the NATO ACT cognitive warfare exploratory concept. *Frontiers in Big Data*, 7, 1452129.
- Deppe, C., Fotescu, A., & Schaal, G. S. (2024). The Understanding of Cognitive Warfare in Comparative Perspective Taking Stock and Bridging the Gap to Extant Literatures. In NATO STO Human Factors and Medicine (HFM) Panel HFM-361, Symposium on "Mitigating and Responding to Cognitive Warfare", 13-14 November 2023, Madrid, Spain. NATO Science and Technology Organization (STO).
- Dobrescu, P., Durach, F., & Vladu, L. (2022). Building resilience to disinformation through media and information literacy. In *INTED2022 Proceedings* (pp. 3059-3068). IATED.
- Ellonen, R., Blomqvist, K., & Puumalainen, K. (2008). The role of trust in organisational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, 11(2), 160-181.
- Flood, A. & Keegan, R. J. (2022). Cognitive resilience to psychological stress in military personnel. *Frontiers in psychology*, 13, 809003.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European business review*, 31(1), 2-24.
- Jafari, N., Heidari, A., Mohaddes, S. M., & Zayandeh, M. (2024). Evaluation of the Dimensions of Organizational Culture Using the Denison Model and Related Factors in Employees of the Gorgan Health Network. *International Journal Of Health Management And Development*, 1(1), 26-29.
- Kashani, V. O. & Najafi, T. (2016). The brief scale of resilience in disabled and veteran athletes; psychometric properties of the Persian version. *Publish System*, 8(1), 49-55.
- Kox, E., Finlayson, N. B., Broderick-Hale, J., & Kerstholt, J. (2023). Calibrated trust as a means to build societal resilience against cognitive warfare. In *Proceedings of NATO Symposium HFM-361 on Mitigating and Responding to Cognitive Warfare* (pp. 1-15).
- Mahdavi-Nasab, H., Farzam-Nia, N., & Azar, D. (2025). Identification and ranking of strategies to improve students' media literacy in Afsari Ajah University in dealing with cognitive warfare. *Military Management Quarterly*, 24(96), 78-112. (in Persian)
- Moradi, H. M., Mohammadi, M., & Adibizadeh, M. (2021). Investigating the effect of organizational culture on employees', trust and job satisfaction of a military hospital personnel with regard to the role of demographic variables, 9(32), 54-63. (in Persian)

- Paziuk, A., Lande, D., Shnurko-Tabakova, E., & Kingston, P. (2025). Decoding manipulative narratives in cognitive warfare: a case study of the Russia-Ukraine conflict. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 8, 1566022.
- Popescu, M. M. (2020). Media literacy tools in combating disinformation and fake news in social media. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series VII: Social Sciences and Law*, 13(1), 103-112.
- Samimi, Z. & Jahandideh, J. (2025). Investigating the Relationship between Media Literacy and Social Skills with the Mediation of Students' Critical Thinking. *Research In Instructional Methods*, 3(2), 53-69. (in Persian)
- Smith, B. W., Dalen, J., Wiggins, K., Tooley, E., Christopher, P., & Bernard, J. (2008). The brief resilience scale: assessing the ability to bounce back. *International journal of behavioral medicine*, 15, 194-200.
- Song, J. H., Kim, H. M., & Kolb, J. A. (2009). The effect of learning organization culture on the relationship between interpersonal trust and organizational commitment. *Human Resource Development Quarterly*, 20(2), 147-167.
- Tashev, B., Purcell, M., & McLaughlin, B. (2019). Russia's information warfare: Exploring the cognitive dimension. *MCU Journal*, 10(2), 129-147.
- Torabi, H. & Ahmadi, F. (2025). Cognitive Resilience against Cognitive Warfare Targeting Iran: Components, Analysis, and Enhancement Strategies. *Cognitive Research in Political Studies*, 2(1), 101-121. (in Persian)
- Wallin, M. (2025). Fighting to adapt: a study of the relationship between organizational culture and cognitive flexibility in Swedish army brigades. *Defence Studies*, 25(1), 212-233.