



چاپ اول

محمد جوانی

سرشناسه: جوانی، محمد، ۱۳۶۸.

عنوان و نام پدیدآور: علوم شناختی در جنگ شناختی/محمد جوانی.

مشخصات نشر: قم: انتشارات عطف، ۱۳۹۹. مشخصات ظاهری: ۲۱۶ ص. مصور.

شابک: ۶۵۰۰۰۰ ریال: 9-08-7561-600-978 وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۲۱۳-۲۱۶.

موضوع: شناخت (علم) Cognitive Science

موضوع: روان‌شناسی آسیب‌شناختی Psychology, Pathological

رده‌بندی کنگره: RC۴۵۴ رده‌بندی دیویی: ۶۱۶/۸۹

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۳۳۱۱۵ وضعیت رکورد: فیا

نام کتاب ■ علوم شناختی در جنگ شناختی

مؤلف ■ محمد جوانی (www.Mjavani.ir)

ناشر ■ عطف

شمارگان ■ ۱۰۰۰

نوبت چاپ ■ اول - زمستان ۱۳۹۹

چاپ ■ اول

قیمت ■ ۶۵۰۰۰ تومان

تمامی حقوق این اثر متعلق به ناشر (مؤلف) می‌باشد. هرگونه کپی‌برداری و انتشار متن یا کلیپ‌های پیوست شده در کتاب، پیگرد قانونی دارد.

مرکز فروش: انتشارات و فروشگاه میثاق

نشانی: تهران، اتوبان شهید بابایی (از سمت غرب به شرق)، بعداز پل لشکرک،

دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)

تلفن: ۰۲۱-۷۴۱۸۶۳۱۵ و ۰۲۱-۷۳۰۳۷۰۹۰۱

فهرست مطالب

۷	سخنی با خوانندگان
۹	۱- مقدمه‌ای بر علوم شناختی و جنگ شناختی
۱۷	۲- ماهیت و زیرشاخه‌های علوم شناختی
۲۰	۲-۱- روان‌شناسی شناختی (Cognitive Psychology)
۲۱	۲-۲- عصب‌شناسی شناختی (Cognitive Neuroscience)
۲۱	۲-۳- زبان‌شناسی شناختی (Cognitive Linguistics)
۲۲	۲-۴- فلسفه ذهن (Philosophy of Mind)
۲۲	۳- حوزه‌های کاربردی علوم شناختی
۲۲	۳-۱- مداخله تشخیصی و درمانی
۲۳	۳-۲- هوش مصنوعی
۲۴	۳-۳- تقویت شناختی
۲۵	۳-۴- آموزش و پرورش شناختی
۲۵	۳-۵- شناخت اجتماعی و روان‌شناسی سیاسی
۲۶	۳-۶- مدیریت، اقتصاد و بازاریابی شناختی
۲۷	۳-۷- روان‌شناسی تحلیل اطلاعات و رسانه‌های گروهی
۲۸	۳-۸- علوم دفاع شناختی
۲۹	۴- اهمیت پرداختن به علوم شناختی
۳۴	۵- کاربرد علوم شناختی در علوم دفاعی
۳۹	۶- ساختارشناسی مغز انسان
۴۳	۷- تناقض‌های ذهنی، رفتاری و گفتاری

۸- ابزارهای مورد استفاده در علوم شناختی ۴۳

۸-۱- اف ام آر آی (Functional Magnetic Resonance Imaging) ۴۷

۸-۲- ایی ایی جی (Electro Encephalo Graphy) ۴۸

۸-۳- ردیابی چشم (Eye Tracking) ۵۰

۸-۴- رمزگشایی از چهره (Facial Coding) ۵۲

۸-۵- بیومتریک یا زیست سنج (Biometric) ۵۳

۹- تشریح و رمزگشایی از لایه‌های مغزی ۵۳

۹-۱- مغز قدیم، خزنده یا تصمیم گیرنده (Reptilain Brain) ۵۴

۹-۲- مغز میانی، پستاندار یا عاطفی (Limbic System) ۵۵

۹-۳- مغز جدید، انسانی یا منطقی (Neocortex) ۵۵

۱۰- ناخود آگاه ذهنی؛ ماهیت و اهمیت ۵۸

۱۱- نفوذ و تأثیرگذاری بر مغز تصمیم گیرنده ۶۴

۱۲- کارکرد علوم شناختی در بازاریابی و تبلیغات ۶۹

۱۲-۱- بازاریابی عصبی ۷۱

۱۲-۲- تبلیغات پنهان ۷۷

۱۲-۳- جایگاه‌یابی ذهنی ۸۷

۱۳- علوم شناختی و جنگ نگرش‌ها ۹۲

۱۴- نورون‌های آینه‌ای در علوم شناختی ۹۹

۱۴-۱- کارکرد نورون‌های آینه‌ای در تقلید و درک دیگران ۱۰۱

۱۴-۲- کارکرد نورون‌های آینه‌ای در تبلیغات ۱۰۷

۱۵- داستان‌گویی و کوری محتوایی ۱۱۰

۱۶- یادگیری شناختی-اجتماعی ۱۱۷

۱۶-۱- عوامل مؤثر بر یادگیری ۱۱۹

۱۶-۲- منابع مؤثر بر یادگیری ۱۲۱

۱۶-۳- یادگیری رسانه‌ای ۱۲۴

۱۷- مهارزُدایی و ناهماهنگی شناختی ۱۳۰

۱۸- جاذبه‌ی جنسی در علوم شناختی ۱۴۱

۱۸-۱- اعتیاد جنسی و زنای ذهنی ۱۴۲

۱۸-۲- ارضای مشروع امیال جنسی ۱۴۹

۱۹- دستکاری روان‌شناختی و مهندسی رضایت ۱۵۳

۲۰- تغییر پارادایم‌های شناختی ۱۶۱

۲۱- جریان‌شناسی نفوذ در جنگ شناختی ۱۷۰

۲۱-۱- نفوذ موردی و فریبی ۱۷۱

۲۱-۲- نفوذ شبکه‌ای و جریانی ۱۷۲

۲۱-۳- گروه‌های آماج نفوذ ۱۷۶

۲۲- همنوایی، فشار اجتماعی و ماریج سکوت ۱۷۹

۲۳- سوگیری‌های ادراکی-شناختی (Cognitive Biases) ۱۸۹

۲۳-۱- سوگیری اسنادی (Attribution Bias) ۱۹۶

۲۳-۲- سوگیری تأییدی (Confirmation Bias) ۱۹۹

۲۳-۳- سوگیری منفی‌نگری (Negativity Bias) ۲۰۲

۲۳-۴- سوگیری فروپاشی‌انگاری (Declinism Bias) ۲۰۵

۲۳-۵- سوگیری بازماندگی (Survival Bias) ۲۰۸

منابع ۲۱۳