

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

انوار ۴۳۶
کتابخانه
۱۳۹۰

افکار عمومی و جنگ روانی

استاد: دکتر سعید رضایی شریف آبادی
تهیه کننده: آرمیتا دادگر



افکار عمومی چیست؟

- افکار عمومی عبارت است از برآیند گرایش‌ها و قضاوت‌های ذهن افراد یک واحد اجتماعی اعم از گروه، جمعیت، اجتماع یا جامعه، نسبت به یک جریان، فرد، سازمان، رویداد، پدیده یا حکومت.
- نکته مهمی که در تعاریف مختلف از افکار عمومی یکسان است، این است که افکار عمومی حاصل جمع افکار افراد منفرد نیست. به عبارت دیگر افکار عمومی در جمع و با کنش متقابل افراد شکل می‌گیرد. بنابراین می‌توان به شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک بستر برای شکل‌گیری افکار عمومی و جهت‌دهی به آن نگاه کرد.



رصد افکار عمومی چه اهمیتی دارد؟



• بررسی دوره‌ای نظرات آحاد جامعه نسبت به موضوعات و رویدادها برای جلوگیری از بحران ضروری بنظر می‌رسد. نهادهای تصمیم گیرنده می‌توانند با اطلاع از روند جهت گیری افکار عمومی نسبت به موضوعات مختلف (سربازی، حجاب، انتخابات، بورس، محیط زیست، واکسیناسیون، بازگشایی مدارس و...)، تصمیمات هوشمندانه تری اتخاذ کنند که منجر به ایجاد بحران نشود و افکار عمومی را با خود همراه سازند.

• از سوی دیگر مراکز پژوهشی برای تکمیل پژوهش‌های خود نیازمند بررسی جهت گیری افکار عمومی هستند.

ارتباط افکار عمومی و جنگ روانی

در جنگ روانی هدف تصرف پانزده سانتیمتر بین دو گوش انسان است.

جمله فوق را یکی از استراتژیست های آمریکایی گفته است. بحث درباره جنگ روانی یا به عقیده برخی جنگ نرم، این روزها بیشتر از دهه های گذشته در محافل رسانه ای و سیاسی مطرح می شود. با پیشرفت وسایل ارتباط جمعی و گسترش روابط بین الملل، تاثیر تبلیغات و عملیات روانی بر فرهنگ ها و نگرش های اجتماعی کاملا ملموس بوده و به عنوان حربه ای برای تغییر افکار عمومی مورد استفاده قرار گرفته است.



جنگ روانی چیست ؟

• مفهوم اساسی جنگ روانی عبارت است از دستکاری عقاید از طریق بکارگیری یک یا چند رسانه ارتباطی .

• برخی هم جنگ روانی را چنین خلاصه کرده اند: شایعه ، ایجاد جو فشار، کوچک نمایی نقاط ضعف نیروهای خودی و نقاط قوت نیروهای دشمن و اغراق و مبالغه در نقاط ضعف نیروهای مقابل.

• در دنیای امروز، جنگ روانی را استفاده دقیق و طراحی شده از تبلیغات و دیگر اقدام‌هایی عنوان می‌کنند که هدف اصلی آن تأثیر گذاری و نفوذ در عقاید، احساسات، تمایلات و رفتار مخاطبان، گروه بی طرف و یا گروه‌های دوست برای دستیابی به مقاصد دینی و ملی باشد.



هدف جنگ روانی

در اعمال **جنگ روانی** و **تبلیغاتی** توسط دولت‌های مختلف، اهدافی دنبال می‌شود که مهم‌ترین آنها در زمان جنگ، حمایت و پشتیبانی از اهداف سیاسی و نظامی و به نتیجه رساندن آنها می‌باشد.

هدف **جنگ روانی** علیه کشورهای دیگر، عبارت‌اند از: ایجاد تفرقه و هرچو و مرج، جستجوی نقاط حساس و تحریک‌پذیر، ساختن آنها و استفاده از تضادهای داخلی جوامع و تلاش در جهت افزایش تضادهای نژادی و ایجاد جو بدبینی و عدم اعتماد به دولت‌ها و دامن‌زدن به هر مسأله‌ای که منجر به برهم زدن و حدت ملی شود.

تقویت تنفر مذهبی میان مردم یک کشور و پشتیبانی از هر حرکتی که مانع وحدت در کشور مورد نظر گردد از اهداف مهم جنگ روانی در هنگام صلح است.



انواع جنگ روانی



۱- جنگ روانی استراتژیک

این نوع جنگ شامل فعالیت‌های گسترده و بلند مدتی است که با استفاده از نقاط آسیب‌پذیر سیاسی، نظامی، اجتماعی و اقتصادی، علیه بخش عمده و یا تمام مردم یک جامعه بکار می‌رود و در نتیجه موجب سستی عقاید و آرمان‌ها می‌شود و ملت را نسبت به فرهنگ و تمدن و اصولی که بر اساس آن حرکت می‌کند دچار شک و تردید می‌کند.



۲- جنگ روانی تاکتیکی

این نوع جنگ روانی معمولاً در محدوده‌های کوچکتر و با اهداف مشخصی انجام می‌شود و افراد نظامی و غیر نظامی وفادار به دشمن حاضر در صحنه عملیات رزمی را مورد توجه و هجوم قرار می‌دهد.



۳- جنگ روانی تحکیمی

به این نوع جنگ روانی، جنگ روانی تثبیتی - استقراری و استحکامی هم گفته می‌شود که معمولاً به منظور پیشرفت و سهولت عملیات و افزایش میزان همکاری مردم غیر نظامی در سرزمین خودی یا سرزمین‌هایی که توسط نیروهای خودی اشغال شده انجام می‌شود. هدف نهایی در این نوع جنگ روانی، پیروزی در جنگ، برقراری صلح و حفظ پیروزی به دست آمده است.

تمرکز تهاجم روانی در جغرافیای انسانی

بدیهی است اقشار وسیع تشکیل دهنده یک کشور نمی‌توانند به طور یکسان مورد تهاجم روانی قرار گیرند. نوع سلاحها در جنگ روانی متناسب با کمیت و کیفیت جمعیت مورد نظر یا نقاط ضعف و قوت آنها انتخاب می‌شود. برای هر گروه روش خاصی انتخاب می‌گردد. مخالفین سیاسی یک نظام خود یک گروه هدف را تشکیل می‌دهند که می‌توانند به چند دسته تقسیم شوند. همانطور که عناصر بی‌تفاوت یا طرفدار نظام چنین هستند.



الف (مخالفان سیاسی:

مخالفان سیاسی، از جمله اهداف قابل دسترس در جنگ روانی گروه‌های مخالف هستند. این گروه بر اساس وضعیت و تعداد می‌تواند از عناصر مناسب و آماده برای عملیات روانی محسوب شوند. عناصری که در مقابل دشمنان خود قدرت دفاعی و احساس مقاومت ندارند، می‌توانند از توان و آمادگی کافی برای شرکت در طرح‌های عملیاتی را دارا باشند. گروه مخالفان سیاسی یک نظام که به مثابه ابزار اصلی به کار می‌آیند در بخش‌های مختلف اقتصادی، مذهبی، فرهنگی، علمی و ... فعالیت کرده و می‌توانند به سادگی زمینه لازم برای درهم شکستن اراده مقاومت و پذیرش تسلیم را به وجود آورند و این امر می‌تواند در هر جنگی نقش بسزایی داشته باشد.



ب) عناصر بی تفاوت:

دومین گروهی که می توان از آنها برای مقاصد جنگ روانی بهره برداری کرد، اقشار و افراد بی تفاوت هستند. مخالفان سیاسی در جنگ روانی از اهداف کاملاً در دسترس تلقی می شوند. در حالی که گروه های بی تفاوت اجتماعی با مخالفان سیاسی تفاوت دارند، زیرا ممکن است زمینه مقاومت اندکی در آنها یافت شود. به همین خاطر عناصر بی تفاوت باید تحت برنامه هایی خاص و جداگانه در راه دسترسی به هدف مورد نظر هدایت شوند. یکی از اهداف جنگ روانی می تواند از بین بردن زمینه های تمایل گروه های بی تفاوت به یک جریان یا سیاست خاص و گرایش آنها به مواضع مخالف تلقی شود. خارج کردن گروه بی تفاوت از جایگاه مورد علاقه اش، نیاز به اجرای برنامه خاصی دارد. سپس تحت یک برنامه مجدد باید این گروه را در جبهه جدید فعال نمود. جبهه ای که همانند یک گروه فشار عمل کرده و سیاست ها و اراده حکومت خود را مورد تعرض قرار داده و از آن حمایت نمی کند.



ج) عناصر طرفدار یک سیاست یا دولت:

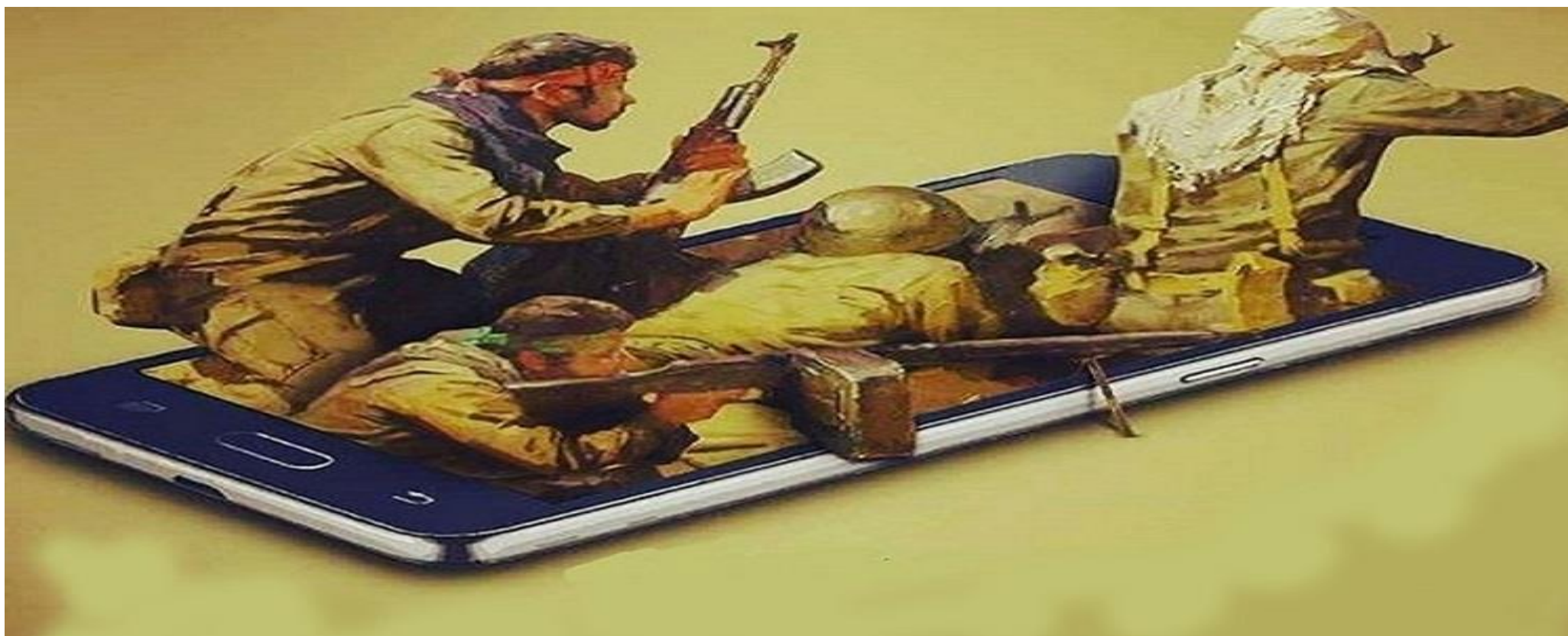
۱- توده مردم: افراد یک جامعه اگر طرفدار حکومت خود باشند، مهمترین هدف جنگ روانی محسوب می‌شوند. اینان در عین حال هدفی استراتژیک و تا حدی هم غیر قابل دسترسی در کوتاه مدت را تشکیل می‌دهند. بنابراین باید برنامه‌های عملیاتی دقیقی برای این گروه تنظیم کرد. این برنامه می‌تواند از کار بر روی نقاط ضعف سیستم در ابعاد اقتصادی، فرهنگی، علمی، آموزشی، مذهبی و غیره آغاز شود.

۲- مدیران و گردانندگان حکومت: گروه دیگری که می‌تواند مورد تهاجم روانی قرار گیرد، نیروهای اداری و سیاسی یک جامعه را شامل می‌شود. افراد این گروه به خاطر شخصیت و شغل خاص خود مصونیت بیشتری در برابر جنگ‌های روانی بروز می‌دهند. کانال‌ها و امکانات خاصی وجود دارد که مدیران هر جامعه از آن‌ها تغذیه می‌کنند. از طریق نفوذ به این کانال‌ها می‌توان از میزان و درجه این مصونیت کاست.

۳- جریان‌ها، احزاب و گروه‌های طرفدار حکومت: جریان‌ها و گروه‌های طرفدار به خاطر داشتن تشکل از قدرت بیشتری برخوردارند، لذا مورد توجه جدی‌تر نیروهای دشمن واقع می‌شوند.



راهکار های مقابله با جنگ روانی دشمن چیست؟



* تبیین، آگاه سازی، یادآوری تاریخ، گفت و گو، آموزش، مرجعیت سازی منابع خبری داخلی و تولید متناسب با نیاز مخاطب، از بالاترین روش های مقابله با جنگ روانی دشمن است.

* در بحث تولید نیز باید آثار هنری فراوانی همچون شعر، فیلم و سریال و ... ساخته شود تا حقایق را بتوانند به صورت های گوناگون به مخاطبین هر رده سنی نشان دهند.





جنگ نرم

Soft War

تا آخرین قطره خون
این راه ادامه دارد

نمونه هایی از جنگ روانی دشمن در ایران

بعد از آنکه انقلاب اسلامی، بسیاری از منافع بیگانگان به خصوص آمریکا در ایران را در معرض نابودی قرار داد، عزم آنان را در مبارزه و دشمنی با ملت مسلمان ایران و دستاوردهای نظام اسلامی، دو چندان نمود و از طرفی وقتی آمریکا از سیاست های جنگی و کودتای نظامی علیه ایران از قبیل کودتای ۲۸ مرداد، قبل از پیروزی کودتای نوژه و حمله طبس بعد از پیروزی انقلاب اسلامی مایوس و ناکام ماند، به شیوه های جدید و کارآمدتری چون تبلیغات و **جنگ روانی** متوسل گردید.

جهت روشن شدن استراتژی جنگ روانی آمریکا و عوامل غرب در ایران، به بیان موردی برخی از واقعیت های تاریخی و توطئه های پیدا و پنهان آمریکا می پردازیم.



نمونه هایی از جنگ روانی دشمن در ایران



- ۱- دخالت مستقیم آمریکا در کودتای ۲۸ مرداد
- ۲- تصویب قانون کاپیتولاسیون و تحقیر ملت ایران
- ۳- موضع گیری صریح و آشکار در مقابل انقلاب اسلامی و رای ۲/۹۸ درصد از مردم ایران
- ۴- حمایت مستقیم آمریکا از عراق در جریان جنگ تحمیلی
- ۵- طراحی کودتای نوژه و حمله طبس
- ۶- تحریک عراق به تجاوز به خاک ایران
- ۷- به کارگیری خط مشی مهار علیه ایران
- ۸- تقویت و تربیت گروه های تروریستی در طول سال های ۶۰ تا ۶۴
- ۹- حمایت مستقیم سازمان C.I.A از جریان های تجزیه طلب و از تحركات تفرقه انگیز قومی و مذهبی علیه ایران
- ۱۰- ارائه کمک های مالی، تسلیحاتی، اطلاعاتی و مستشاری به عراق در جریان جنگ تحمیلی

نمونه هایی از جنگ روانی دشمن در ایران



- ۱۱- سرنگون کردن هواپیماهای مسافربری ایران بر فراز خلیج فارس در اوج جنگ تحمیلی
- ۱۲- مقابله با دستیابی ایران به تکنولوژی پیشرفته و فناوری صنعتی
- ۱۳- اعمال تحریم های اقتصادی برای تضعیف توان ملی ایران
- ۱۴- مخالفت با دستیابی ایران به نیروگاه هسته ای صلح آمیز و تکنولوژی فضایی
- ۱۵- منتسب کردن هر انفجاری در جهان به ایران و تبلیغات وسیع در مورد آن
- ۱۶- راه اندازی ایستگاه رادیویی به زبان فارسی علیه ایران و صرف بودجه های کلان در راه اداره و ادامه آن
- ۱۷- تلاش وسیع برای تخریب روابط ایران و همسایگان
- ۱۸- برنامه ریزی وسیع برای تخریب چهره جمهوری اسلامی و ناکارآمد جلوه دادن نظام
- ۱۹- ترویج سکولاریزم و مبانی لیبرال دموکراسی غربی در مراکز فرهنگی و بین روشنفکران
- ۲۰- سوء استفاده از آزادی های فرهنگی برای ایجاد استبداد و سلطه گری و تهاجم فرهنگی

آیا رسانه ملی در مقابله با جنگ روانی دشمن موفق بوده و چه
نقشی در خنثی سازی جنگ روانی می تواند داشته باشد؟



* در خصوص رسانه ملی اگر بخواهیم بگوییم موفق بوده یا خیر باید به نوع جنگ روانی و میزان اثر گذاری آن و مدت زمان آن و تعداد شبکه های مقابل و بودجه و حامیان آن توجه کرد، رسانه ملی ما در عرصه تولید سریال و فیلم بسیار ضعیف عمل می کند، اما با این حال رسانه ملی چند بار نیز قدرت خودش را در این زمینه نشان داده است.

* به عنوان مثال با سریال یوسف پیامبر(ص) که به تاریخ دین ما هم مرتبط و به نوعی فرهنگ سازی مثبت هم داشت توانست چند وقتی خیابان های شهرها را در آن ساعت پخش سریال، خالی از جمعیت و به پای تلویزیون بکشاند اما این روزها دستش خالی است.

* رسانه ملی اگر بتواند تاریخ انقلاب را در وقایع مختلف به تصویر بکشد و آن را محدود به زمان و یا تاریخ خاص نکند بهتر است و می تواند اثر گذارتر باشد.

* همچنین اگر با برنامه های چالشی گفت و گو محور پیش رود، بسیار عالی است، در اوایل انقلاب اگر عملکرد رسانه ملی را بازبینی کنیم، می بینیم مناظرات بسیار موثر با حضور کارشناسان توانمند و آگاه برگزار می شد اما این نوع برنامه ها را سالهاست که کم دیده ایم و یا ندیده ایم.

* رسانه ملی مصرف کننده و کمتر تولید کننده بوده است، به عنوان مثال یک نکته مهم در امر رسانه تولید سریال و فیلم هایی است که در آن فرهنگ اجتماع را بسازد و هدایت کند اما ما بیشتر شاهد سریال ها و فیلم های تولید کشورهای دیگر مبتنی بر فرهنگ آنان بودیم.

* مسئله فرهنگ در تمام کشور های پیشرفته یک امر مهم است و راهوری آن را قطعا در اختیار هیچ بیگانه ای نمی گذارند که این موضوع در مواجهه با جنگ روانی بسیار مهم است.

نتیجه گیری

* شرایط در زمان جنگ و صلح دولتها را در وضعیتی قرار می دهد که آنان را مجبور به اتخاذ تدابیر معین و قابل دفاعی می کند تا در عرصه بین الملل بتوانند به حقوق ملت خود جامه عمل بپوشانند. بر همین اساس حکومتها و نظامهای سیاسی و حتی گروه ها و احزاب برای دستیابی به اهداف خود در داخل و خارج از کشور دست به ابتکارات و اقداماتی می زنند که امروزه قالب جنگ روانی بخود گرفته است. از این رو برخلاف گذشته های نه چندان دور دولتها و حتی گروهها مجبورند که در جنگ روانی طرف یا طرفهای دیگر را نیز به حساب آورند و نگرش افکار عمومی را در نظر داشته باشند.

از سوی دیگر، جنگ روانی هر چند مکملی برای عملیات نظامی محسوب می شود، اما رسیدن به پیروزی در جبههها مستلزم داشتن عقبه مطمئن و پشتیبانی گسترده مردم و سایر عوامل خواهد بود. این شرایط ایجاب می کند، نظامهای حکومتی در زمان صلح با اتخاذ تدابیر و فضا سازی مناسب از طریق رسانهها و تبلیغات گسترده، حمایت سایر کشورها را در راستای تحقق اهداف خود کسب کرده باشد و این میسر نخواهد بود، مگر آنکه در جنگ روانی با شیوهها و برنامه ریزی های اصولی پیروز از میدان بیرون آمده باشند.

* مجریان فعالیتها و اقدامهای روانی، امکانات خود را در دوران صلح علاوه بر کسب حمایت دولت خارجی به جلب اعتماد و پشتیبانی مردم خودی معطوف می دارند و با ارایه آموزشهای لازم به آنان، به منظور افزایش سطح آگاهی و شناخت نسبت به اقدامها و دسیسه های دشمن و ایستادگی در برابر شایعات و اکاذیب همت می گمارند.

در دوران صلح، اقدامات تبلیغاتی و روانی علاوه بر مساعد کردن فضای لازم برای توسعه و پیشرفته و جلب حمایت خارجی، در جهت سرمایه گذاری آنها در کشور خودی و وادار کردن مردم به جنبش و حرکت برای سازندگی و طرفداری از حکومت صورت می گیرد.



منابع

۱. جنگ روانی و چگونگی شکل‌گیری آن - مرکز تحقیقات و مطالعات بخش برنامه‌های صدا و سیما.
۲. مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی - حسین حسینی، دانشگاه امام حسین (ع).
۳. فصلنامه آموزشی پیام حفاظت وابسته به حفاظت اطلاعات ستاد کل نیروهای مسلح سال چهارم - پاییز ۷۹.
۴. کلیات و مبانی جنگ و استراتژی، دکتر علی باقری
۵. جزوه افکار عمومی، دانشکده خبر، دکتر فریدون وردی‌نژاد.
۶. مجله سیاست دفاعی، پژوهشکده علوم دفاعی - استراتژیک دانشگاه امام حسین (ع) تابستان ۱۳۷۱.
۷. روانشناسی سیاسی جنگ خلیج فارس، استانی‌ای رنسون، ترجمه جلیل روشندل.



پایان

