

جنگ روانی و ضدجنگ روانی

مفاهیم، مبانی و روش‌ها

پدیدآورندگان: داود رضایی، صمد رفعت‌نژاد، محمدتقی رادفرد

سرشناسه: رضایی، داود، ۱۳۵۶
 عنوان و نام پدیدآور: جنگ روانی و ضدجنگ روانی؛ مفاهیم، مبانی و روش‌ها؛ پدیدآورندگان: داود رضایی، صمد رفعت‌نژاد، محمدتقی رادفرد و ایراستار؛ سیدمحمد رضا عمادی
 مشخصات نشر: تهران: ارتش جمهوری اسلامی ایران، قرازگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص)، ۱۳۹۳
 مشخصات ظاهری: ۱۵۹ صفحه، نمودار
 شابک: ۶۵۰۰-۷۷۵۰-۹۷۸-۱۰۲۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست‌نویسی: نویسی مختصر
 یادداشت: فهرست: همی‌کس این اثر در نشانی <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است.
 شناسه افزوده: رفعت‌نژاد، صمد، ۱۳۵۰
 شناسه افزوده: رادفرد، محمدتقی، ۱۳۸۶
 شناسه افزوده: تهران: ارتش. قرازگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص)
 شماره کتاب‌شناسی ملی: ۲۰۱۴ ۳



عنوان: جنگ روانی و ضدجنگ روانی؛ مفاهیم، مبانی و روش‌ها
 پدیدآورندگان: داود رضایی، صمد رفعت‌نژاد، محمدتقی رادفرد و ایراستار؛ سیدمحمد رضا عمادی
 طراح جلد و صفحه‌آرا: حسام کمالی
 ناظر نشر: نورالدین گنج‌خانلو
 مدیر برنامه‌ریزی: محمود حجامی
 ناشر: قرازگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص) آجا
 چاپ: مرکز مطالعات راهبردی ق پ ه خ (ص) آجا
 صحافی: مرکز مطالعات راهبردی ق پ ه خ (ص) آجا
 شابک: ۶۵۰۰-۷۷۵۰-۹۷۸-۶۰۰
 شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه
 چاپ اول: ۱۳۹۴
 قیمت: ۱۰۲۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، بزرگراه بسیج، بلوار هجرت، قرازگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء(ص) آجا، مرکز مطالعات راهبردی
 تلفن: ۳۵۹۲۳۳۳۰ (۰۲۱) دورنگار: ۳۳۲۴۰۴۶۸ (۰۲۱)

فهرست

ج	فهرست
ی	مقدمه
م	فعالیت‌های روانی
م	جنگ روانی
۱	فصل ۱: کلیات و مفاهیم
۳	عوامل روانی
۳	عناصرهای روانی
۴	جنگ روانی
۵	تبلیغات
۵	انواع تبلیغات
۶	تبلیغات و عملیات روانی
۶	شباهت جنگ روانی و تبلیغات
۷	تفاوت جنگ روانی و تبلیغات
۷	انواع عملیات روانی
۷	عملیات روانی تاکتیکی
۸	اهداف جنگ روانی تاکتیکی
۹	عملیات روانی راهبردی
۱۰	اهداف عملیات روانی راهبردی
۱۰	محدودیت‌های عملیات روانی راهبردی
۱۱	عملیات روانی مرکب
۱۳	فصل ۲: مروری بر پیشینه جنگ روانی
۱۵	پیشینه جنگ روانی
۱۸	جنگ روانی در صدر اسلام
۲۰	شیوه‌های جنگ روانی در صدر اسلام
۲۰	تحریک و تشجیع
۲۲	ارغاب

۲۳	قدرت‌نمایی و تظاهر به قوی بودن
۲۴	شایعه‌پراکنی
۲۵	خطبه و سخنرانی
۲۶	استفاده از سمبلها
۲۸	شعار و رجز خوانی
۲۸	الف- شعار
۳۰	ب- رجز خوانی
۳۱	فریب و خدعه
۳۱	جنگ روانی در دوران جنگ جهانی اول و دوم
۳۷	جنگ روانی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم
۴۱	جنگ روانی در دین معاصر
۴۱	جنگ روانی در اروپا در دوران معاصر
۴۲	آسیا
۴۲	جنگ اول خلیج فارس
۴۳	جنگ دوم خلیج فارس (۱۹۹۱ م.)
۴۳	بهره‌گیری آمریکا و روسیه از اختلافات حرفه‌ای نظامی در افغانستان
۴۳	واقعه مشکوک یازدهم سپتامبر در آمریکا
۴۴	دوره اول و دوم
۴۶	دوره سوم (دوران جنگ تحمیلی)
۴۸	دوره چهارم (دوران پس از جنگ تحمیلی)
۵۰	محورهای جنگ روانی عراق علیه جمهوری اسلامی ایران
۵۰	بعد داخلی
۵۱	پیوند نتایج جنگ با سرنوشت ملت عراق
۵۱	پیوند صدام با سرنوشت ملت عراق
۵۱	بزرگ‌نمایی کینه‌های تاریخی عراق علیه ایران
۵۲	ترسیم چهره‌ای هولناک از جمهوری اسلامی ایران پس از شکست‌های مکرر
۵۲	بعد خارجی
۵۳	سعی در قومی کردن جنگ و به بازی گرفتن اعراب
۵۳	تلاش در جهانی کردن جنگ و به بازی گرفتن مجامع بین‌المللی و قدرت‌ها
۵۳	الف. تلاش در ایجاد فاصله بین رهبران جمهوری اسلامی ایران و مردم

- ب. ایجاد فاصله بین نیروهای مسلح..... ۵۴
- پ. تلاش در جهت ایجاد تردید در تصمیم برای ادامه جنگ بین مردم و مسئولین..... ۵۴
- ت. ایجاد بحران فراگیر..... ۵۴

فصل ۳: جنگ روانی و ضد جنگ روان..... ۵۵

- جنگ روانی..... ۵۷
- تعریف جنگ روانی..... ۵۹
- تعریف بومی و نوین جنگ روانی..... ۶۲
- عملیات روانی و جوامع مخاطب..... ۶۳
- جامعه خودی..... ۶۳
- جامعه دوست..... ۶۳
- جامعه دشمن..... ۶۳
- جامعه به طرف..... ۶۳
- انواع جنگ روانی..... ۶۴
- جنگ روانی نرم..... ۶۵
- شیوه داده‌پزدازی انفجاری..... ۶۶
- شیوه شکاف اطلاعاتی..... ۶۷
- شیوه تهاجم فرهنگی..... ۶۷
- شیوه تبلیغات..... ۶۸
- جنگ روانی نیمه سخت..... ۶۸
- جنگ روانی سخت..... ۶۹
- اصول و اهداف جنگ روانی..... ۷۰
- اهداف اصلی جنگ روانی..... ۷۲
- ترغیب دشمن به اسارت..... ۷۲
- تضعیف روحیه دشمن..... ۷۳
- انواع طرح‌ریزی برای اجرای عملیات روانی..... ۷۵
- طرح‌ریزی در جنگ همگانی و محدود..... ۷۵
- طرح‌ریزی در جنگ سرد..... ۷۵
- عوامل مؤثر در موفقیت طرح‌ریزی عملیات روانی..... ۷۶
- مراحل طراحی جنگ روانی..... ۷۹
- مرحله یکم: مرحله تدارک و آماده شدن برای جنگ روانی..... ۷۹

۷۹	گام اول: تعیین محدوده مأموریت
۸۰	گام دوم: برآورد وضعیت روانی
۸۰	گام سوم: تعیین محدوده هدف‌ها
۸۱	گام چهارم: انتخاب و گزینش وسایل جنگ روانی
۸۲	گام پنجم: تدارک و آماده کردن پیام‌های روانی
۸۲	نقش شایعه در جنگ روانی
۸۳	تعریف اصطلاحی شایعه
۸۳	علل شایع پراکنی
۸۴	ترس
۸۴	خصوصیت
۸۵	آرزو
۸۵	خودنمایی
۸۵	فراقکنی
۸۵	پرخاشگری
۸۶	پیشکش کردن مطالب خوشایند
۸۶	عوامل پخش شایعه
۸۶	عوامل خارجی
۸۶	الف. مزدوران و ورشکستگان فراری از یک کشور
۸۶	ب. بوق‌های تبلیغاتی امپریالیسم و صهیونیسم
۸۸	عوامل داخلی
۸۸	الف. عوامل جمعی
۸۹	ب. عوامل فردی
۹۰	شایعه پراکنان
۹۱	وابسته‌های مزدور
۹۱	ناراضیان
۹۱	افراد ناآگاه
۹۱	کاربرد شایعه
۹۲	تخریب روحیه
۹۲	وسیله پوشش (هاله دود)
۹۲	بی‌اعتبار کردن منابع خبری

۹۳		وسيله كشف حقيقت
۹۳		انواع شايعات
۹۳		شايعات خزنده
۹۳		شايعات آتشين
۹۳		شايعات غواص
۹۴		شايعات توهم برانگيز
۹۴		بعد داخلي
۹۴		الف. بي ثبات جلوه دادن جمهوري اسلامي ايران
۹۵		ب. وجود مشكلات اقتصادي
۹۵		ج. وجود نارضائيتي در مردم
۹۶		د. به خارجي
۹۶		الف. برور هم بير المللي
۹۶		ب. افزايش توانمندی تسليحاتي ايران (اتمي و غير اتمي)
۹۷		پ. محور جنگ رواني «دخالت ايران در امور داخلي ديگر کشورها و تهديد آنها»
۹۷		ت. محور «ايران ناقض قوانين بين المللي و حقوق بشر»
۹۷		ث. محور «لزوم مقابله با ايران»
۹۸		ضد جنگ رواني
۱۰۰		اصول عمليات ضد جنگ رواني
۱۰۰		اهداف عمليات ضد جنگ رواني
۱۰۱		اهداف طرح ريزي و اجراي عمليات ضد جنگ رواني
۱۰۱		اثربخشي بيشتري و بهتر به فعاليتهاي رواني خودي
۱۰۱		بي اثر نمودن جنگ رواني دشمن
۱۰۱		دلسرد نمودن دشمن از اجرا و يا تداوم جنگ رواني
۱۰۱		آسيب پذير نمودن دشمن در برابر جنگ رواني خودي
۱۰۱		مراحل عمليات ضد جنگ رواني
۱۰۱		مرحله مراقبتي
۱۰۳		مرحله ممانعتي
۱۰۴		مرحله مقابلهاي
۱۰۶		شرح كلي وظايف بخش عمليات ضد جنگ رواني
۱۰۶		بخش روان شناسي

۱۰۷	بخش جامعه‌شناسی
۱۰۷	بخش فرهنگ و زبان‌شناسی
۱۰۸	بخش ادیان و مذاهب
۱۰۸	بخش اجرایی
۱۰۹	نمودارهای قسمتهای مختلف بخش عملیات ضد جنگ روانی
۱۱۲	ثمرات عملیات ضد جنگ روانی

فصل ۴: رسانه و جنگ روانی ۱۱۵

۱۱۷	رسانه سراسری بصری
۱۱۷	ارتباطات رودررو
۱۱۹	تلویزیون
۱۲۱	تصاویر متحرک
۱۲۱	ماهواره
۱۲۲	رسانه تصویری
۱۲۲	رادیو
۱۲۳	بلندگو

فصل ۵: موضوع‌ها و حوزه‌های جنگ روانی ۱۲۵

۱۲۷	جنگ روانی راهبردی و موضوعها
۱۲۷	تعریف جنگ روانی راهبردی
۱۲۷	موضوعهای مناسب جنگ روانی راهبردی
۱۲۹	جنگ روانی تاکتیکی و موضوعها
۱۲۹	تعریف جنگ روانی تاکتیکی
۱۲۹	موضوعهای مناسب جنگ روانی تاکتیکی
۱۳۱	جنگ روانی تحکیمی و موضوعها
۱۳۱	موضوعهای مناسب
۱۳۱	موضوعهای عملیات روانی در پشتیبانی از جنگ ناهم‌طراز
۱۳۱	موضوعهای عملیات روانی راهبردی
۱۳۲	موضوعهای عملیات روانی علیه سربازان دشمن (در منطقه عملیات)
۱۳۳	موضوعهای عملیات روانی جهت مردم بومی ساکن در منطقه عملیات
۱۳۴	نتیجه‌گیری

مقدمه

زمانی که انسان پا به عرصه وجود گذاشت، دریافت که می‌تواند هم بر اطرافیان خویش اثر بگذارد و هم از آن‌ها اثر بپذیرد. زیرکی، هوشمندی، آگاهی از سرشت افراد و حدس و گمان نخستین وسایلی بودند که انسان را در آگاهی یافتن از روان و اذهان دیگران یاری نمودند.

عملیات روانی و جنگ هر دو در یک نقطه مشترک‌اند و آن تحمیل اراده است. زندگی اجتماعی در واقع با جنگ همراه بوده است به‌طوری‌که هیچ دوره‌ای از تاریخ را نمی‌توان یافت که در آن اثری از خشونت و جنگ نباشد و شاید به این دلیل، بسیاری از دانشمندان باور دارند که؛ صلح حالتی موقتی دارد و حال آنکه جنگ امری دائمی و همیشگی است و صرفاً فرصتی برای تجدیدقوا و حضور در جنگ دیگر بوده است.

مسئله جنگ و دسترسی به اهداف با استفاده از زور همراه خسارت جانی و مالی فراوان، ریشه در قرون اعصار گذشته دارد؛ اما متناسب با امکانات هر زمان از ابزارهای متعددی در این راه استفاده شده است که یکی از این ابزارها عملیات روانی بوده است که با پیشرفت جوامع و گسترش علوم ضرورت دست یافتن به پیروزی در زمان کوتاه با تلفات کمتر و هزینه‌ای اندک، به همراه توجیهات انسان دوستانه و رعایت حقوق بشر، کاربرد عملیات روانی برای شکست دشمن حتی قبل از شروع جنگ به‌مرور از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است و امروز اهمیت یافته است که حتی می‌توان گفت امروزه جنگ به‌عنوان یکی از ابزارها در عملیات روانی به کار گرفته می‌شود.

اگر عملیات نظامی قادر است جنبه‌های خاصی از توانمندی‌های یک کشور را مورد حمله قرار دهد، عملیات روانی می‌تواند نقاط قوت یک نظام را تضعیف و نقاط ضعف را تشدید نماید.

عملیات روانی آتشی است که سوزندگی شعله‌های آن به سهولت ملموس نیست، ویرانی‌های آن فوراً به چشم نمی‌آید و قربانیان آن به‌ظاهر چنان می‌نمایند که گویی هیچ آسیبی ندیده‌اند. لیکن آسیب‌زایی بسیار عمیق دارد.

سن تزو فرمانده نظامی و سیاستمدار کهنه‌کار چینی در ۲۴ قرن پیش، عقیده خود را پیرامون اهمیت جنگ روانی و اثرش بر قوای دشمن، این‌گونه مطرح می‌سازد: «اصول جنگ عبارت است از تحمیل اراده خود به دشمن و وادار کردن او به پراکنده شدن و کسب اطلاعات دائم از دشمن».

«چرچل»، نخست‌وزیر مشهور بریتانیا درباره جنگ روانی می‌گوید:

«چه بسیار غاق از ده که جنگ روانی مسیر تاریخ را تغییر داده است. در تاریخ جنگ‌ها مثال‌های بی‌شمار از پیروزی‌هایی که نیروی ماشین جنگی دشمن را از کار انداخته، اما نتوانسته روحیه معنوی نبه را از پای درآورد، یافت می‌شود. به همین دلیل این پیروزی‌های ناقص مدت کمی دوام آورده، پس از آن نیروی غالب شکست خورده و جناح مقابل پیروزی خود را تثبیت کرده است.»

به همین دلیل، «ژنرال دوگل» رمز پیروزی در تخاصم‌های دول را تداوم عملیات روانی می‌داند و توصیه می‌کند که:

«برای آن‌که دولتی در جنگ پیروز شود، باید جنگ روانی را قبل از حرکت نیروهایش به سمت میدان‌های نبرد آغاز نماید و تا اتمام عملیات رزمی برای پشتیبانی نیروهایش ادامه دهد.»

به این ترتیب، روشن است که جنگ روانی به عنوان شگفت‌انگیزترین پدیده اجتماعی ریشه در اعصار گذشته دارد که با گذشت زمان تکامل یافته و امروزه به یکی از پیچیده‌ترین و خطرناک‌ترین پدیده (سلاح)، مبدل شده است. درواقع هدف از جنگ روانی، بر هم زدن تعادل است. روانی افراد جامعه از طریق پخش شایعات، اکاذیب، اشاعه یاس و نومیدی، رعب و وحشت

است. در عصر حاضر با پیشرفت تمدن و دستیابی به ابزار و ادوات پیچیده و مهلک، مانند تسلیحات هسته‌ای و شیمیایی و سیستم‌های الکترونیکی، رادیو و تلویزیون رادار و جراید؛ ابعاد جنگ روانی وسعت بیشتری یافته است.

به گونه‌ای که علاوه بر تخریب و فریب ذهنی قوای دشمن، تأثیر منفی بسزایی داشته است. شاید اغراق‌آمیز نباشد که بگوییم امروزه جنگ‌ها بیش از آنکه متکی به ابزار نظامی هستند، متکی به عملیات روانی می‌باشند؛ زیرا ماهیت روابط بین‌الملل امروز، توسعه بیش‌ازحد رسانه‌های جمعی و کارکرد گسترده آن‌ها، این تحول را شکل داده و زمینه‌های آن را فراهم ساخته است.

جنگ روانی که به عنوان ساح نامرئی، به‌طور مؤثر توسط قدرت‌های بزرگ - چه در عرصه بین‌المللی (جنگ سرد) و چه در عرصه منطقه‌ای (جنگ خلیج فارس) - به کار گرفته می‌شود، در کشور ما کمتر مورد بحث و بررسی قرار گرفته است؛ درحالی‌که همه بر سر این نکته که «جنگ روانی، یک ابزار قدرت است»، توافق دارند؛ اما در مورد این مسئله که این ابزار قدرت، چگونه ابزاری است و چگونه می‌توان آن را به کار گرفت، دیدگاه‌های بسیار روشن و منظمی نیست.

خوش‌بینانه‌ترین نظر، جنگ روانی را ابزاری جادویی می‌داند که می‌تواند جای جنگ فیزیکی را بگیرد و بدبینانه‌ترین نظر، آن را چیزی جز یک سنت حاکمان و رفتارهای بی‌فایده‌ای که مسئولان و متخصصان تبلیغات و جنگ روانی، برای سرگرمی خود آن‌ها اند، به حساب نمی‌آورد.

دیرزمانی است که بشر با پدیده تأثیرگذاری روانی و کاربرد آن در صحنه‌های مختلف زندگی - به‌ویژه جنگ و سیاست - آشناست. استفاده از فنونی همچون رجزخوانی و سخن‌های نظامی در جنگ یا فریب رقیبان در سیاست، تقریباً در تمام متون تاریخی و سیاسی وجود دارد. بنابراین، شاید قدمت استفاده از این ابزار، به قدمت پیدایش جنگ و سیاست در زندگی اجتماعی آدمی برسد. بر سرنیزه قرار دادن قرآن توسط عمرو بن عاص، غافلگیری ارتش روسیه در عملیات بارباروسا و هزاران نمونه دیگر از این دست، در تاریخ دشمنی‌ها و کشمکش‌های قدرت را شاهد هستیم.

صاحب‌نظران معتقدند که پدیده جنگ روانی، محصول جنگ جهانی دوم و دوران پس از آن است. جنگ جهانی دوم، اهمیت یافتن ابزار تأثیرگذاری روانی و قرار گرفتن آن در کنار سایر ابزارهای قدرت سیاسی، اقتصادی و نظامی را شاهد بود. تشکیل دستگاه غریب و طویل وزارت تبلیغات در آلمان نازی، فعالیت‌های تبلیغاتی و جنگ روانی در آمریکا و انگلستان، بارزترین نمونه‌های این فرایند هستند.

ورود وسایل ارتباط جمعی جدید به صحنه و امکان انتقال خبرهای سیاسی و نظامی از طریق رادیویی و سپس تلویزیون و ماهواره، به مردم سراسر جهان و پیدایش دهکده جهانی، همراه با اهمیت یافتن مردم به عنوان عاملان سیاسی در صحنه سیاست و حکومت کشورهای غربی، بیش‌ازپیش بر نقش ابزار تأثیرگذاری روانی، به عنوان یکی از مهم‌ترین اهرم‌های قدرت ملی و نظامی، افزود. این پیامی است که بیست و یکم، شاید دست‌یافتنی‌ترین و کم‌هزینه‌ترین ابزار اعمال قدرت در صحنه بین‌المللی، ابزار مداخله‌رسانی و تبلیغات باشد عملیات روانی که ریشه در اعماق حیات انسان و اعصار گذشته دارد. در واقع شیوه اثرگذاری در افکار، عقاید، بینش‌ها، باورها و رفتارهای گروه‌های هدف تعریف شده است و در سه بعد ذیل مورد توجه قرار می‌گیرد (نصر-صلاح، مترجم کاشانی، ۱۳۸۱، ۳۱):

فعالیت‌های روانی

جنگ روانی

عملیات ضد جنگ روانی (کمالی، فرقانی‌نیا، ۱۳۸۵، ۲۶)

آنچه به عنوان اصول مشترک در هر سه بعد پیش گفته، علی‌رغم تفاوت در کاربرد آن‌ها یکسان است عبارت‌اند از: مناسب بودن، متناسب بودن، به موقع بودن و کافی بودن. دستیابی به اصول مذکور، مستلزم شناسایی، اولویت‌بندی و انتخاب بسترهای موجود برای طرح‌ریزی و اجرای عملیات روانی است تا به عنوان پایه و مقدمه به کار گرفته شود. اگر رویدادهای گذشته را

مقدمه‌ای بر رخدادهای آینده بدانیم، درک ماهیت و دامنه عملیات روانی در هم آمیختن دروس برگرفته‌شده از طرح‌ریزی تاریخی و کاربردهای عملیات روانی استراتژیک، تاکتیکی و عملیاتی نیز می‌تواند به موفقیت و پیشرفت بیشتر ما در دستیابی به اهداف و منافع ملی در محیط‌های نظامی و سیاسی بینجامد. بنابراین، عملیات روانی در طیف گسترده اقدامات سیاسی، نظامی، اقتصادی و ایدئولوژیک هر کشوری، یک عنصر حیاتی تلقی می‌گردد که روحیه گروه‌های متخاصم را تضعیف و آنان را گمراه و سرگردان می‌سازد. گروه‌های موافق را متحد ساخته و روحیه آن‌ها را تقویت می‌کند و موجب ترویج نگرش‌ها و رفتارهای جمعی گروه‌های بی‌طرف و یا دوست می‌گردد تا از اهداف نظامی پشتیبانی نمایند (ال-گلدشتاین، مترجمان مرادی، یزدان فام و کریمی نیا، ۱۳۸۴).

عملیات روانی، وسیله‌ای برای کمک به تحقق راه برد ملی کشور چه در زمان صلح و چه در زمان جنگ است که در اجرای آن، با استفاده از تمام امکانات کشور و توانایی‌های سیاسی، اقتصادی، نظامی و سایر نیروهایی که تعامل آن‌ها با دیگر موجودات جامعه و شکل آن را تعیین می‌کند، به کار گرفته شود. اجرای صحیح و دقیق عملیات روانی می‌تواند به عنوان نمونه، مزایای ارزشمندی از جمله موارد ذیل را فراهم نماید:

ایجاد، جذب و تداوم پشتیبانی گروه‌های هدف، موافق و بی‌طرف

مقابله با هجمه جنگ روانی مهاجمان برای ایجاد مصونیت و نیز دریافت افراد آسیب‌دیده از جنگ روانی دشمن

جنگ روانی علیه گروه‌های هدف مخالف برای از بین بردن روحیه آن‌ها، سلب پشتیبانی آن‌ها از سران حکومت خود، جذب و یا بی‌طرف نمودن آنان در برابر مخاصمات احتمالی

درواقع نگارنده در این کتاب، درصدد تبیین مبانی، مفاهیم و روش‌های جنگ روانی و ضد جنگ روانی است تا خوانندگان را با بیش‌ازپیش آشنا و سطح آگاهی عمومی را در این موضوع ارتقاء ببخشد.

بدیهی است این کتاب می‌تواند با توجه به سابقه نگارنده در تدریس دروس مبانی عملیات روانی و ضد عملیات روانی به‌عنوان م آموزشی نیز مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

www.ketab.ir