

عملیات روانی

پدیدآورندگان: محمد چگینی، محمد منصوری، مجتبی نیک رهی

سرشناسه: چگینی، محمد، ۱۳۵۸؛

عنوان: عملیات روانی؛

پدیدآورندگان: محمد چگینی، محمد منصوری، مجتبی نیک رهی؛

ویراستار: یاسر راستی خداوردیلو؛

وضعیت ویراست: اول؛

مشخصات نشر: تهران: گنجیران، ۱۳۹۴؛

مشخصات ظاهری: ۳۲۲ صفحه؛

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۵۰۴-۶-۰؛

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال؛

وضعیت فهرست نویسی: فیبا؛

یادداشت: کتابنامه: صفحه ۳۱۱-۳۲۱، همچنین به صورت زیرنویس؛

موضوع: جنگ روانی / Psychological warfare. Iran / جنگ روانی، ایران /

موضوع: جنگ روانی، جنبه‌های مذهبی، اسلام / Psychological warfare. Religious aspects, Islam /

موضوع: جنگ نرم / Soft war. Iran / جنگ نرم، ایران / Soft war. Iran - رسانه‌های گروهی و جنگ / Mass media and war

موضوع: رسانه‌های گروهی، جنبه‌های سیاسی / Mass media. Political aspects /

موضوع: تبلیغات، جنبه‌های سیاسی / Propaganda. Political aspects / -- تبلیغات ضد اسلامی / Propaganda. Anti-Islamic

شناسه افزوده: منصوری، محمد، ۱۳۵۹؛

شناسه افزوده: نیک رهی، مجتبی، ۱۳۶۵؛

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۶ ج۸ / UB۲۷۵؛

رده‌بندی دیویی: ۳۵۵/۳۴۲۴؛

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۴۷۴۸۹۰۰؛



عنوان: عملیات روانی؛

پدیدآورندگان: محمد چگینی، محمد منصوری، مجتبی نیک رهی؛

ویراستار: یاسر راستی خداوردیلو؛

طراح جلد و صفحه‌آرا: سروش اسمعیل زاده؛

ناظر نشر: نورالدین گنج‌خانو؛

مدیر برنامه‌ریزی: یاسر راستی خداوردیلو؛

ناشر: انتشارات گنجیران؛

چاپ: گنجیران؛

صحافی: گنجیران؛

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه؛

چاپ اول: ۱۳۹۷؛

قیمت: ۲۰۰۰۰۰ ریال؛

تلفن: ۳۳۸۴۲۷۲۶-۹

رایانامه: ganjiran@yahoo.com

نشانی: تهران، افسریه، خیابان ۳۰، پلاک ۱۴۷، انتشارات گنجیران

* کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر به انتشارات گنجیران تعلق دارد.*

۱۴	 مقدمه
۱۸	 فصل اول
۱۸	 تاریخچه‌ی عملیات روانی
۱۹	 گفتار اول
۱۹	 عملیات روانی از منظر قرآن و
۱۹	 در صدر اسلام
۲۰	 قرآن و ضرورت آمادگی دائمی برای جنگ نرم و سخت
۲۲	 ابعاد مادی نظری و جنگ روانی از منظر قرآن
۲۳	 اصل هر استراتژی ریشه‌یاز دارندگی
۲۵	 پیشینه‌ی شایعه در سنت
۲۸	 اهداف شایعات
۳۱	 گفتار دوم
۳۱	 عملیات روانی یهود در مبارزه با اسلام
۳۲	 سجده به بت‌های چوبی قریش
۳۲	 تمسخر مؤمنین
۳۳	 فریب پیامبر (ص)
۳۴	 ایجاد شک و تردید
۳۵	 برانگیختن خشم جاهلی
۳۷	 فصل دوم
۳۷	 عملیات روانی از منظر امام خمینی (ره)
۳۷	 و مقام معظم رهبری
۳۸	 گفتار اول

۳۸	نقش مطبوعات و رسانه‌ها در عملیات روانی
۳۸	از دیدگاه امام خمینی (ره)
۴۳	گفتار دوم
۴۳	رهنمودهای مقام معظم رهبری در خصوص عملیات روانی
	رهنمودهای مقام معظم رهبری در دیدار با شعرا، فرهیختگان و اهالی فرهنگ، هنر و ادب
۴۵	
۴۸	راه‌های مقابله با عملیات روانی دشمنان از دیدگاه مقام معظم رهبری
۵۰	۴۵- استفاده از همان شیوه‌ی عملیات روانی
۵۲	فصل سوم
۵۲	عملیات روانی غرب علیه
۵۲	جمهوری اسلامی ایران
۵۳	گفتار اول
۵۳	علت تقابل غرب با جمهوری اسلامی ایران
۵۵	قطع دست غریبان از منافع کشور
۵۵	پا گذاشتن به حریم دانش‌های ممنوعه
۵۶	تهدید منافع و دوستان غرب
۵۶	تقابل دو نوع ایدئولوژی
۵۷	گفتار دوم
۵۷	عملیات روانی سازمان سیا
۶۲	گفتار سوم
۶۲	ایران هراسی

۶۳	مفهوم ایران هراسی و رهنمودهای مقام معظم رهبری در این خصوص
۶۵	ابعاد پروژه ایران هراسی و رهنمودهای مقام معظم رهبری در این خصوص
۶۸	گفتار چهارم
۶۸	تاکتیک‌های تبلیغاتی و عملیات روانی آمریکا
۶۸	علیه جمهوری اسلامی ایران
۷۰	اتهامات خلاف واقع در تهاجم تبلیغاتی
۸۸	گفتار پنجم
۸۸	جنگ رسانه‌ای آمریکا علیه
۸۸	جمهوری اسلامی ایران
۹۴	فصل چهارم
۹۴	راهبرد عملیات روانی، ایالات متحده آمریکا
۹۵	گفتار اول
۹۵	مشخصه راهبرد روانی جدید
۹۸	گفتار دوم
۹۸	دیپلماسی رسانه‌ای بازوی آمریکا در
۹۸	عملیات روانی
۱۰۱	گفتار سوم
۱۰۱	نمونه‌های از عملیات روانی استفاده‌شده
۱۰۱	توسط آمریکا در جنگ‌های عراق و افغانستان
۱۰۲	روش‌های مورد استفاده آمریکا در تخریب روحیه ارتش عراق و افغانستان

۱۱۳	گفتار چهارم
۱۱۳	واکاوی عملیات روانی در فضای مجازی
۱۱۳	علیه جمهوری اسلامی ایران
۱۱۴	طرح بی‌ثبات‌سازی ایران
۱۱۶	گفتار پنجم
	اصول و روش‌های مقابله با عملیات روانی دشمن از دیدگاه سرلشکر دکتر سید یحیی صفوی
۱۱۶	صفوی
۱۱۹	فصل پنجم
۱۱۹	دیپلماسی رسانه‌ای و عملیات روانی
	دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای
۱۲۰	
۱۲۰	دیپلماسی رسانه‌ای در سیاست خارجی هر کشور به دو صورت تحقق می‌یابد
۱۲۶	گفتار اول
۱۲۶	تعاریف
۱۲۷	جنگ رسانه‌ای
۱۲۹	تعریف جنگ روانی
۱۳۱	تعریف جامع جنگ رسانه‌ای
۱۳۲	عملیات روانی
۱۳۴	جنگ روانی
۱۳۴	دیپلماسی عمومی
۱۳۷	دیپلماسی رسانه‌ای
۱۳۹	دیپلماسی به‌منزله ابزار عملیات روانی
۱۴۱	گفتار دوم
۱۴۱	ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای

۱۴۳	تلویزیون
۱۴۴	رادیو
۱۴۴	روزنامه‌ها
۱۴۵	اینترنت
۱۴۷	گفتار سوم
۱۴۷	ابزارهای عملیات روانی
۱۵۰	گفتار چهارم
۱۵۰	دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی
۱۵۹	گفتار پنجم
۱۵۹	ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی و شیوه‌های مقابله با آن
۱۶۵	گفتار ششم
۱۶۵	شیوه‌های مقابله با دیپلماسی رسانه‌ای
۱۶۵	در عملیات روانی
۱۶۶	تقویت بنیه اطلاعاتی و خبری کشور آماج
۱۶۸	تقویت بنیه تبلیغی کشور هدف
۱۶۸	استفاده از شیوه‌های ضدتبلیغی
۱۷۰	اهداف و کارکردهای جنگ رسانه‌ای
۱۷۰	کارکردهای جنگ رسانه‌ای
۱۷۱	فصل ششم
۱۷۱	عملیات روانی
۱۷۲	گفتار اول
۱۷۲	سه رهیافت نظری در خصوص ماهیت

۱۷۲		عملیات روانی
۱۷۳		نظریه عمل
۱۷۶		گروه مخاطب
۱۸۰		رفتار جمعی
۱۸۶		تنوری‌های روان‌شناختی رفتار جمعی
۱۸۷		الگوی حرمان- تعرض
۱۸۸		الگوی ناهمگونه ادراکی
۱۹۱		الگوی انتخاب عقلانی
۱۹۶		آگاهی کاذب
۲۰۱		القاء عقیده (INDOCTRINATION)
۲۰۴		پسامدرنیسم و محوله «واقعیت»
۲۱۱		گفتار دوم
۲۱۱		تقسیم‌بندی عملیات روانی
۲۱۲		عملیات روانی استراتژیک
۲۱۲		مقاصد عملیات روانی استراتژیک عبارت‌اند از:
۲۱۳		عملیات روانی تاکتیکی
۲۱۵		گفتار سوم
۲۱۵		تبلیغات سیاه
۲۱۶		تبلیغات سیاه:
۲۱۶		مزایا و قابلیت‌های تبلیغات سیاه
۲۱۷		محدودیت‌ها و معایب تبلیغات سیاه
۲۱۷		نمونه‌های تبلیغات سیاه عبارت‌اند از:
۲۱۸		تبلیغات سیاه و سیاه‌نمایی رسانه‌ای
۲۲۰		نظر اسلام
۲۲۱		گفتار چهارم

۲۲۱		عملیات روانی و نقش آن
۲۲۱		در مأموریت‌های نظامی
۲۲۲		پشتیبانی عملیات رزمی
۲۲۴		گفتار پنجم
۲۲۴		روش‌های دشمن در عملیات روانی
۲۲۵		مظلوم‌نمایی
۲۲۶		ارایه اطلاعات گزینش‌شده
۲۲۶		انتخاب بد از بدتر
۲۲۷		نظریه ایجاد هراس اخلاقی
۲۲۷		بزرگ جلوه دادن پیامدهای منفی
۲۲۸		تصریح‌ها
۲۲۸		انتقاد از مردم
۲۲۹		انتظار و خبر
۲۲۹		ایجاد تعارض شناختی
۲۲۹		کنترل بازتابی
۲۳۱		گفتار ششم
۲۳۱		عملیات روانی در جنگ و صلح
۲۳۶		فصل هفتم
۲۳۶		جنگ روانی و عملیات روانی
۲۳۶		گفتار اول: تاریخچه جنگ روانی
۲۳۷		جنگ روانی در اسلام
۲۳۷		نمونه‌هایی از جنگ روانی در صدر اسلام
۲۳۸		جنگ جهانی اول و دوم
۲۴۲		گفتار دوم

۲۴۲	جنگ روانی و چگونگی شکل‌دهی
۲۴۲	افکار عمومی
۲۴۸	گفتار سوم
۲۴۸	انواع جنگ روانی
۲۴۹	جنگ روانی استراتژیک
۲۴۹	جنگ روانی تاکتیکی
۲۴۹	جنگ روانی تبلیغی
۲۵۱	گفتار چهارم
۲۵۱	استراتژی جنگ‌های روانی
۲۵۴	هدف جنگ روانی
۲۵۶	جنگ روانی جنگی به قدمت تاریخ بشر
۲۵۷	افکار عمومی در جنگ روانی
۲۵۷	افکار موردپذیرش مردم در چارچوب سه اصل
۲۵۷	مشخصه‌های جنگ روانی جدید
۲۵۸	چهارچوب کاربردی زبان در جنگ روانی
۲۵۹	جنگ در هنگامه کارزار
۲۶۲	گفتار پنجم
۲۶۲	انواع تبلیغات بر اساس محدوده تحت پوشش
۲۶۴	تاکتیک‌های تبلیغاتی
۲۶۶	گفتار ششم
۲۶۶	روش‌های جنگ روانی
۲۶۹	گفتار هفتم
۲۶۹	انواع شگردهای جنگ روانی

۲۷۷	 گفتار هشتم
۲۷۷	 راه‌های مقابله با جنگ روانی
۲۸۰	 فصل هشتم
۲۸۰	 جنگ روانی رسانه‌ها
۲۸۳	 گفتار اول
۲۸۳	 کارکردهای سیاسی رسانه‌ها
۲۸۴	 طرح افکار عمومی
۲۸۴	 رسانه‌های جدید و مبارزات سیاسی
۲۸۴	 شفاف‌سازی، حاکمیت و توسعه حکومت
۲۸۵	 افزایش امنیت انسانی با شناسایی تهدیدات زیست‌محیطی و توسعه
۲۸۶	 توانایی تحویل برنامه‌ها، توسعه حکومت‌ها
۲۸۶	 تأثیر رسانه‌های نوین از مبارزات بر فرهنگ
۲۸۸	 گفتار دوم
۲۸۸	 اهداف اجرایی از جنگ نرم رسانه‌ها
۲۸۹	 (الف) اهداف کوتاه‌مدت
۲۸۹	 (ب) اهداف میان‌مدت
۲۸۹	 (ج) اهداف درازمدت
۲۹۲	 گفتار سوم
۲۹۲	 اهداف و کارکردهای و عوامل جنگ رسانه‌ای
۲۹۷	 گفتار چهارم
۲۹۷	 ویژگی‌ها و فنون جنگ رسانه‌ای

- ملزومات و ابزارهای جنگ رسانه‌ای ۳۰۱
- گفتار پنجم ۳۰۳**
- رسانه از دیدگاه مقام معظم رهبری ۳۰۳**
- جنگ قدرتی ۳۰۶
- رشد در خلاف رادیوهای بیگانه و تبلیغات دشمن است ۳۰۶
- اثر رسانه‌های بیگانه ۳۰۸
- ما تعجب نکرده‌ایم! ۳۰۹
- پایگاه‌های داخلی رسانه‌های دشمن ۳۱۰
- فهرست منابع ۳۱۱

با پیشرفت فناوری ارتباطات و از بین رفتن فاصله‌های مکانی، جهانی به وجود آمده است که دارای مشخصات، ملاک‌ها و معیارهای متفاوتی نسبت به دوران گذشته است. در جهان کنونی دیگر روابط بین کشورها همچون گذشته نیست که تنها دولت‌ها و حاکمیت‌ها از یکدیگر تأثیر بپذیرند، بلکه در عرصه جدید، علاوه بر دولت‌ها، افکار عمومی کشورها یا به تعبیر بهتر افکار عمومی جهانی نیز به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار شناخته‌شده و در برنامه‌ریزی‌های روابط بین‌الملل منظور می‌گردد؛ بنابراین در عصر کنونی، روابط بین کشورها را تنها حاکمیت‌ها تعیین نمی‌کنند، بلکه دولت‌ها، افکار عمومی و فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی در مجموع معادلات روابط بین‌الملل را می‌سازند.

در نتیجه تحولات فوق، عملیات روانی بین کشورها نیز نسبت به گذشته کاملاً تغییر کرده است. پیش از بروز چنین تحولاتی عملیات روانی تقریباً بین حاکمیت‌ها جریان داشت و اگر شهروندان نیز در محاسبات منظور می‌شدند، تنها شهروندان کشور هدف را شامل می‌شد؛ اما امروز عملیات روانی تنها به دو کشور درگیر محدود نمی‌شود؛ بلکه همه دولت‌ها، افکار عمومی جهانی و حتی سازمان‌های بین‌المللی، در محاسبات عملیات روانی لحاظ می‌شوند. ملاحظات و محاسبات فوق از چنان اهمیتی برخوردار شده است که حتی اگر دشمنی در مقام دفاع بخواهد مقاومت کرده و از ضد عملیات روانی بهره گیرد نیز ملزم به رعایت آن‌ها خواهد بود.

در این راستا، کشورها برای شرکت در عملیات روانی یا مقابله با آن به بهره‌گیری از ابزارهای جدید یا همان فناوری ارتباطی - اطلاعاتی نیازمند هستند. بدیهی است کارگزاران عملیات روانی، به نسبت اشراف خود به ابزارهای نوین خواهند توانست از این فناوری در جهت دستیابی به اهداف خود سود جویند.

امروزه روابط بین کشورها (در ترکیب جدید توصیف شده) با عنوان دیپلماسی عمومی و اختصاصاً در حوزه فناوری‌های ارتباطی با عنوان دیپلماسی رسانه‌ای تعریف می‌شود، لذا کارگزاران عملیات روانی برای اینکه بتوانند از همه عوامل پیش‌گفته، بهره بگیرند، باید به ابزار دیپلماسی مجهز شوند. ترمینولوژی، عملیاتی‌سازی آن‌ها و درنهایت شیوه‌های مقابله با این تمهید جدید در زیر بررسی می‌شود.

امروزه نقش رسانه‌ها، نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی صرف است. هم‌اینک رسانه‌ها ابعاد امنیتی جدیدی در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد کرده‌اند و بسیاری از مفروضات و اصول پیشین را در ساختار روابط و حقوق بین‌الملل به چالش طلبیده‌اند. رسانه‌های امروز به‌عنوان مکمل نیروی نظامی تهدیدکننده امنیت در سطوح مختلف آن اعم از فردی، ملی، بین‌المللی و جهانی به‌سمت می‌روند.

رسانه‌ها علاوه بر تأثیرگذاری بر افکار عمومی و مهارت دهی به آن‌ها، بر حکومت‌ها نیز تأثیر بسیاری برجا می‌گذارند، به‌گونه‌ای که امروزه از آن‌ها با عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌کنند. در کنار توده‌ها، احزاب سیاسی و نظام‌های انتخاباتی، رسانه‌ها نیز یکی از ارکان نظام‌های توسعه‌یافته سیاسی محسوب می‌شوند. یکی از کارکردهای رسانه‌ها در عرصه سیاسی، واداشتن حکومت و مدیران به پاسخگویی است. در این فرایند رسانه‌ها همچون وجدان جمعی ناظر بر اعمال نظام سیاسی، از طریق فرایند اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی، مانع از هرگونه پنهان‌کاری شده و حکومت را در معرض قضاوت افکار عمومی قرار می‌دهند.

رسانه‌ها در کنار دیگر نهادهای سازنده طرز تفکر جامعه نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند. رسانه‌ها افکار، عقاید و نگرش‌های جدید را در میان افراد جامعه منتشر می‌کنند و با تأکید بر برخی نگرش‌ها، جنبه‌های مثبت یا منفی، آن را آشکار می‌سازند. رسانه‌ها از طریق ارائه درست و یا نادرست مطالب، باعث جهت‌گیری افراد می‌شوند

و به نوعی، قادرند یک طرز تفکر عمومی در جامعه ایجاد کنند. به دلیل ارائه پیام از طریق رسانه‌ها، افراد عقیده فردی خود را در مقابل عقیده اجتماعی (رسانه) می‌بینند و در بسیاری موارد در جهت پیام رسانه تغییر عقیده می‌دهند. به عبارت دیگر رسانه‌ها در عصر حاضر، اقتدار اغواکننده و متقاعدکننده را جایگزین اقتدار از طریق زور کرده‌اند.

جنگ روانی در قالب‌های فراوانی اجرا می‌شود که یکی از آن‌ها که بیشتر در جوامع ظهور می‌کند جنگ نرم است. جنگ نرم در مفهوم نوین آن با ویژگی‌هایی از جمله نرم‌افزار گرای، ذهنیت‌سازی، تهی‌سازی از درون، تغییر هویت فرهنگی، تغییر الگوهای رفتاری همراه با الگوهای رفتاری، ایجاد تردید در مبانی و زیرساخت‌های فکری یک نظام سیاسی، زمینه‌سازی برای ایجاد بحران‌های پنج‌گانه سیاسی - هویت، مقبولیت، مشارکت، نفوذ و توزیع - را شامل می‌شود. «در جنگ نرم، لااقل در مراحل اولیه جنگ، هیچ منازعه فیزیکی و سختی صورت نمی‌گیرد. جنگ نرم از سنخ جنگ فرهنگی است. ابزار و ادوات جنگی در این نوع جنگ از سنخ ابزار فکری، فکری، اندیشه‌ای و منشی است، نه ابزارها و وسایل نظامی. دشمنان در جنگ نرم به دنبال تسخیر باورها و ارزش‌های یک ملت‌اند. تصرف قلب‌ها و مغزها هدف اصلی جنگ نرم است و وقتی نائل می‌شوند، در حقیقت جبهه مقابل را به جبهه خودی تبدیل کرده‌اند.» به این ترتیب در جنگ نرم، دشمن برخلاف جنگ سخت به دنبال تسخیر فیزیکی و نظامی کشور نیست بلکه تسلط (Hegemony) فکری - فرهنگی اولویت اصلی است. «هدف جنگ نرم این است که باورها و ارزش‌ها جامعه هدف را به گونه‌ای جهت دهد که همچون مهاجمان بیندیشد؛ همچون آنان فکر کنند و هر آنچه آنان خوب می‌دانند، خوب بدانند و هر آنچه را که بد و زشت می‌دانند، زشت ببینند؛ و نه تنها از همفکری و همسویی با دشمنان قسم‌خورده خود احساس شرمندگی نکنند، بلکه با افتخار از آن یاد کنند.»

«جنگ نرم نبردی است که در برابر رقبا و دشمنان اعمال می‌شود و در این مبنا به معنای استفاده از قدرت نرم است، یعنی یک نوع قدرت اقناع‌کننده و اغواکننده؛ یعنی تغییر تصاویر

ذهنی ملت‌ها.» بنابراین جنگ نرم «امروزه مؤثرترین، کارآمدترین، کم‌هزینه‌ترین و درعین‌حال خطرناک‌ترین و پیچیده‌ترین نوع تهدید علیه امنیت ملی یک کشور است، چون می‌توان با کمترین هزینه با حذف لشکرکشی و از بین بردن مقاومت‌های فیزیکی به هدف رسید؛ زیرا با عواطف، احساسات، فکر و اندیشه، باور و ارزش‌ها و آرمان‌های یک ملت و نظام سیاسی ارتباط دارد. ابعاد این جنگ و تهدید گسترده و مخرب‌تر است زیرا دین، فکر و آرمان ملت‌ها را آماج تهاجم خود قرار می‌دهد.

www.ketab.ir