



انتشارات دانشگاه لرستان

۱۴۶

روانشناسی سیاسی روابط بین‌الملل

تألیف

دکتر مهدی ذوالنقاری

(استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه لرستان)

www.ketab.ir

سرشناسه	: ذوالفقاری، مهدی، ۱۳۶۴
عنوان و نام پدیدآور	: روان‌شناسی سیاسی روابط بین‌الملل / تألیف: دکتر مهدی ذوالفقاری
مشخصات نشر	: خرم‌آباد، دانشگاه لرستان، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری	: ۲۲۴ ص
شابک	: 978-600-6217-85-7
فروست	: انتشارات دانشگاه لرستان؛ ۱۴۶
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتاب‌نامه
موضوع	: روان‌شناسی سیاسی
موضوع	: Political psychology
موضوع	: روابط بین‌المللی — جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	: International relations -- Psychological aspects
موضوع	: سیاستمداران — روان‌شناسی
موضوع	: Politicians -- Case studies
شناسه افزوده	: دانشگاه لرستان
رده‌بندی کنگره	: JA ۷۴ / ۵ / ۹ ر ۹ ۱۳۹۷
رده‌بندی دیویی	: ۳۲۰/۰۰۶
شماره کتاب‌شناسی ملی	: ۹۴۱۸۰۳۰



انتشارات دانشگاه لرستان

روان‌شناسی سیاسی روابط بین‌الملل

تألیف

دکتر مهدی ذوالفقاری (استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه لرستان)

ویراستار علمی: دکتر علی امیری

ویراستار ادبی: دکتر علی حیدری (عضو هیأت علمی گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه لرستان)

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه، چاپ اول ۱۳۹۷

صفحه‌آرایی و طرح جلد: سهمیه اسدزاده

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۲۱۷-۸۵-۷

بها: ۳۰۰۰۰۰ ریال

فهرست

صفحه	عنوان
۱۵	مقدمه

فصل اول

مفاهیم و روش در روان‌شناسی سیاسی

۱۹	مقدمه
۲۰	۱- چیست روان‌شناسی سیاسی
۲۴	۲- مسائل بنیادین
۲۷	۳- روش‌شناسی روان‌شناسی سیاسی
۳۲	۴- محدودیت‌های روان‌شناسی سیاسی
۳۳	۵- جمع‌بندی

فصل دوم

روان‌شناسی شخصیت

۳۵	مقدمه
۳۶	۱- تحول روان‌شناسی شخصیت
۳۸	۲- عوامل مؤثر در شکل‌گیری شخصیت
۳۹	۲-۱- عوامل زیستی شخصیت
۳۹	۲-۱-۱- جنس
۴۰	۲-۱-۲- عوامل عصبی-غددی
۴۰	۲-۱-۳- سن
۴۱	۲-۱-۴- وراثت
۴۱	۲-۲- نقش عوامل اجتماعی در شخصیت
۴۱	۲-۲-۱- خانواده
۴۳	۲-۲-۲- تعلیم و تربیت
۴۳	۲-۲-۳- گروه همسالان
۴۴	۲-۲-۴- رسانه‌های گروهی
۴۵	۲-۲-۵- طبقات اجتماعی

۴۶	۳- روش‌های بررسی شخصیت
۴۶	۳-۱- حسب حال
۴۸	۳-۲- پرسشنامه
۵۰	۳-۳- موقعیت‌های آزمایش عینی
۵۰	۳-۴- روش فراکنی
۵۱	۳-۴-۱- آزمون رورشاخ
۵۲	۳-۴-۲- آزمون اندریافت موضوع
۵۳	۳-۴-۳- آزمون تداعی کلمات یونگ
۵۴	۳-۱- روش بالینی
۵۵	۴- نظریات شخصیت
۵۵	۴-۱- رفتار برای
۵۸	۴-۲- نظریه روان‌دوی
۶۳	۴-۳- نظریه اسناد
۶۵	۴-۴- نظریه فرمانبرداری می‌گرام
۶۸	۵- شخصیت و نگرش سیاسی
۷۱	۶- جمع‌بندی

فصل سوم

راهبردهای شناخت رفتار سیاسی

۷۳	مقدمه
۷۴	۱- نظام شناختی شخصیت
۷۷	۲- شخصیت و سیاست
۷۹	۳- رهیافت‌ها به مطالعه شخصیت و سیاست
۸۳	۴- ویژگی شخصیت و اولویت سیاسی
۸۸	۵- شخصیت و احساس نیاز
۸۸	۶- شخصیت و ارزش‌های بنیادین
۹۳	۷- نقش شخصیت در تحقق دیدگاه‌های سیاسی و اجتماعی
۹۵	۸- شخصیت و توانایی‌های شناختی
۹۷	۹- شخصیت و مشارکت سیاسی

- ۹۷ ۹-۱- ویژگی‌ها، ارزش‌ها و مشارکت سیاسی
- ۹۹ ۹-۲- کارآمدی سیاسی ادراک شده
- ۱۰۱ ۱۰-۱- شخصیت به عنوان نقشه راه روان‌شناسی سیاسی
- ۱۰۵ ۱۱- مشارکت و اولویت سیاسی
- ۱۰۷ ۱۲- جمع‌بندی

فصل چهارم

روان‌شناسی روابط بین الملل

- ۱۰۹ مقدمه
- ۱۱۳ ۱- روان‌شناسی و سیاست خارجی
- ۱۲۲ ۲- یادگیری و سیاست خارجی
- ۱۲۵ ۳- مدل جنگ روبیک
- ۱۲۷ ۴- روان‌شناسی روابط بین الملل و تئوری چشم‌انداز
- ۱۳۱ ۵- روان‌شناسی سیاسی و تئوری شبهه‌های هندوچینی
- ۱۳۳ ۶- افق‌های زمانی در روان‌شناسی روابط بین الملل
- ۱۳۶ ۷- جمع‌بندی

فصل پنجم

فرایندهای تأثیر عملیات روانی

- ۱۳۹ مقدمه
- ۱۳۹ ۱- انواع عملیات روانی
- ۱۳۹ ۱-۱- عملیات روانی استراتژیک
- ۱۴۱ ۱-۱-۱- تضعیف روحیه نظامی
- ۱۴۱ ۱-۱-۲- اوضاع وخیم اقتصادی
- ۱۴۲ ۱-۱-۳- ضعف قدرت نظامی
- ۱۴۲ ۱-۱-۴- اختلافات قومی - مذهبی
- ۱۴۲ ۱-۱-۵- عدم اعتماد سیاسی در جامعه
- ۱۴۲ ۱-۱-۶- وجود مشکلات اداری - اجتماعی
- ۱۴۳ ۱-۱-۷- ضعف تکنولوژی صنعتی

- ۱۴۳ ۱-۲- عملیات روانی تاکتیکی
- ۱۴۴ ۱-۱-۲- بیان احساسات و عواطف بشردوستانه
- ۱۴۴ ۲-۱-۲- ایجاد اختلاف میان نظامیان دشمن
- ۱۴۴ ۳-۱-۲- پخش فوری خبرهای شکست دشمن
- ۱۴۵ ۴-۱-۲- بزرگ‌نمایی آمار
- ۱۴۵ ۵-۱-۲- بی‌اعتبار ساختن تبلیغات دشمن
- ۱۴۶ ۱-۳- عملیات روانی تحکیمی
- ۱۴۶ ۱-۴- عملیات روانی به لحاظ بازه زمانی
- ۱۴۷ ۱-۵- عملیات روانی به لحاظ شمول موضوع
- ۱۴۷ ۱-۶- عملیات روانی به لحاظ ماهیت
- ۱۴۷ ۱-۷- عملیات روانی به لحاظ وضوح هدف
- ۱۴۸ ۱-۸- عملیات روانی به لحاظ ابزار عمل
- ۱۴۸ ۱-۹- عملیات روانی به لحاظ حصول نتیجه
- ۱۴۸ ۱-۱۰- عملیات روانی به لحاظ مقصد زمانی
- ۱۴۹ ۱-۱۱- به لحاظ لزوم ادامه پس از دست‌یابی اهداف
- ۱۴۹ ۱-۱۲- به لحاظ سابقه
- ۱۴۹ ۱-۱۳- به لحاظ تأثیرپذیری جامعه هدف
- ۱۵۰ ۱-۱۴- به لحاظ مقبولیت در جامعه هدف
- ۱۵۰ ۱-۱۵- عملیات روانی براساس منبع
- ۱۵۱ ۱-۱۶- به لحاظ اثر و نتیجه
- ۱۵۱ ۱-۱۷- براساس محدوده پوشش
- ۱۵۲ ۲- اهداف عملیات روانی
- ۱۵۳ ۱-۲- اهداف سیاسی
- ۱۵۳ ۲-۲- اهداف نظامی
- ۱۵۴ ۳-۲- اهداف سیاسی - نظامی
- ۱۵۵ ۴-۲- سایر اهداف
- ۱۵۵ ۳- تقسیم‌بندی اهداف براساس جامعه مخاطب
- ۱۵۷ ۴- عملیاتی‌سازی هدف در عملیات روانی

۱۵۷	۱-۴- ایجاد منطق مشترک
۱۵۸	۲-۴- تخلیه
۱۵۸	۳-۴- جذب مخاطبین هدف
۱۵۸	۴-۴- اراده و عمل
۱۵۹	۵- ابزارهای عملیات روانی
۱۵۹	۱-۵- رسانه‌های دیداری
۱۵۹	۱-۱-۵- تلویزیون
۱۶۰	۵- ۲- سلایدها و تصاویر متحرک
۱۶۰	۵- ۲-۱- سینما
۱۶۱	۵- ۲- رسانه‌های شنیداری
۱۶۱	۵- ۲-۱- رادیو
۱۶۲	۵- ۲-۲- بلندگو
۱۶۳	۵- ۳- رسانه‌های مکتوب
۱۶۴	۵- ۴- عناوین و نمادها
۱۶۴	۶- تکنیک‌های ابزاری عملیات روانی
۱۶۷	۷- شیوه‌های کاربردی در عملیات روانی
۱۶۷	۷- ۱- ارباب
۱۶۸	۷- ۲- تطمیع
۱۶۹	۷- ۳- تخدیر
۱۶۹	۷- ۴- تشجیع
۱۶۹	۷- ۵- روشنگری
۱۷۰	۷- ۶- القاء غیر مستقیم
۱۷۱	۷- ۷- تحریک
۱۷۱	۷- ۸- در تنگنا قرار دادن
۱۷۱	۷- ۹- افشای زودرس
۱۷۲	۷- ۱۰- شکستن حیطه‌های درونی گروه حریف
۱۷۳	۷- ۱۱- پخش اعترافات ویدئویی
۱۷۳	۷- ۱۲- ایجاد تفرقه و اختلاف

۱۷۴	۱۳-۷- بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی
۱۷۴	۱۴-۷- برچسب زدن
۱۷۵	۱۵-۷- از زبان غیر گفتن
۱۷۵	۱۶-۷- شعله‌ور کردن آتش زیر خاکستر
۱۷۶	۱۷-۷- استمرار یا تکرار
۱۷۶	۱۸-۷- به هم بافتن مطالب مختلف
۱۷۷	۱۹-۷- دفاع نامناسب
۱۷۷	۲۰-۷- بیان اطلاعات غلط
۱۷۸	۲۱-۷- انحراف اذهان
۱۷۸	۲۲-۷- سبب کذب دادن
۱۷۹	۲۳-۷- پرچم کهن
۱۷۹	۲۴-۷- انتخاب خبر و اطلاعات
۱۸۰	۲۵-۷- سکوت
۱۸۰	۲۶-۷- مقایسه
۱۸۰	۲۷-۷- جدا کردن
۱۸۱	۲۸-۷- موضع بی‌طرف
۱۸۱	۸- جمع‌بندی

فصل ششم

تبلیغات و اثرگذاری روانی

۱۸۵	مقدمه
۱۸۶	۱- تعریف تبلیغات
۱۹۰	۲- انواع تبلیغات
۱۹۱	۱-۲- تبلیغات سفید
۱۹۱	۲-۲- تبلیغات خاکستری
۱۹۲	۳-۲- تبلیغات سیاه
۱۹۴	۳- تقسیم‌بندی دیگر تبلیغات
۱۹۴	۱-۳- تبلیغات استراتژیک
۱۹۵	۲-۳- تبلیغات تاکتیکی

۱۹۶	۳-۳- تاکتیک تبلیغات سیاه
۱۹۷	۳-۴- تبلیغات بر اساس اثر و نتیجه
۱۹۸	۳-۵- تبلیغات بر اساس محدوده تحت پوشش
۲۰۰	۴- فنون و شیوه‌های تبلیغات
۲۰۷	۵- جمع‌بندی
۲۰۹	جمع‌بندی
۲۱۱	منابع

مقدمه

روان‌شناسی سیاسی، علمی‌است از دو گونه متفاوت، که از یک سو از روان‌شناسی و حوزه‌های مختلف آن متأثر است و از سوی دیگر از سیاستمداران و علوم سیاسی. چون موضوع و حوزه مطالعه این دو زمینه از دانش بشری به انسان گره خورده است، این دو علم در حوزه‌ای جدید تحت عنوان، «روان‌شناسی سیاسی»، به هم پیوند داده شده‌اند. روان‌شناسی سیاسی درصدد است برخی از مهم‌ترین سؤال‌های سیاسی، روشنگران را پاسخ دهد. این که چگونه انسان‌ها گرایش‌های سیاسی اولیه را می‌آموزند؟ چگونه افکار انسان شکل می‌گیرد؟ چگونه می‌توان افکار انسان‌ها را مدیریت و هدایت کرد؟ چگونه می‌توان انسان‌ها را به تصمیمات مطلوب رهبران وادار نمود؟ چگونه رهبران و پیروان تصمیم می‌گیرند و این تصمیمات تحت چه شرایط و مؤلفه‌هایی تغییر پیدا می‌کند؟

از آنجاکه روان‌شناسی بیشتر به دنبال تباط میان ذهن و فکر از یک سو و هیجانات و احساسات از سوی دیگر است با ورود به مقولات سیاسی ادبیات موضوعی گسترده‌ای را در جامعه علمی ایجاد کرده که می‌توان از آن تحت عنوان عملیات روانی یا جنگ ادراکی یا جنگ ذهنی نام برد. با پیشرفت بیشتر تکنولوژی و نقش آن در بررسی‌ها و مطالعات برررسی و فعل و انفعالات شیمیایی در نقاط عمیق‌تر ذهن و مغز انسان، رابطه میان فکر و احساسات و هیجانات بیشتر و بیشتر آشکارتر شده و روابط بین متغیرها مورد توجه قرار می‌گیرد. این پژوهش‌ها تصویر گسترده‌ای از مکانیزم عملکرد مغز انسان که افکار، احساسات، عواطف و هیجانات را به وجود می‌آورد و یا رفتار انسان و تعامل او با دنیای خارج را سبب می‌گردد، ترسیم می‌کند.

روان‌شناسی به نام پپر^۱ (۱۹۶۷) فعالیت‌های ادراکی را فعالیت‌های رسمی و نامرئی تلقی می‌کند که افراد با بهره‌گیری از آنها، بین اطلاعات دریافتی‌شان از محیط و محیط اطراف ارتباط منطقی برقرار می‌کنند. دو عنصر اصلی که در روند ادراک حضور دارند یکی ابژه (متعلق شست) است که درک می‌شود و دیگری سوژه آن (فاعل شناسا) است. مثلاً وقتی می‌گوییم: «یک صندلی می‌بینم» صندلی ابژه و من فاعل شناسا است. اگر از دید فلسفی قضیه را بررسی کنیم پرسش این است که آیا به جز اطلاعات حسی که ما از محیط‌مان دریافت می‌کنیم، مرجع دیگری نیز برای دریافت اطلاعات وجود دارد؟

^۱. Pepper

فلاسفه آرمانگرا بیشترین توجه خود را به اطلاعات حسی معطوف کرده‌اند و فلاسفه واقع‌گرا بیشتر به استقلال مشاهده‌گر و منابع فعالیت ادراکی توجه می‌کنند. هر فرد بسته به اینکه چه نوع عقاید فلسفی داشته باشد اهداف متفاوتی نیز خواهد داشت. مثلاً پیر یک روان‌شناس مکتب شناختی بود و طرفدار ترکیب دو فلسفه مذکور. وی در مطالعات خود مینا را بر مشاهده‌گر به عنوان طرف فعال در روند ادراک می‌گذاشت که بر ماهیت برداشت اثر می‌گذارد و بدین ترتیب حدوسط را می‌گرفت.

برای آنکه تأثیر ادراکی روان‌شناسی سیاسی را شفاف کنیم مثالی می‌زنیم. فرض کنید که بخش A منبعی دارد که باعث برتری آن نسبت به بخش B می‌شود. چنانچه B به دنبال رفع این برتری باشد، یا باید نفوذ و برگزاری این منبع را نابود سازد و یا سعی کند کاری کند که از اهمیت این منبع نزد بخش A کاسته شود و وی توجه خود را به چیزهای دیگر معطوف سازد. دومین روش منطقی‌تر به نظر می‌رسد و البته صحت آن از طریق کنترل تفکر بخش A و تغییر برداشت وی نسبت به اهمیت منبع ممکن است. این کنترل نه‌تنها شناخت روند ادراکی رقیب امکان‌پذیر است. در نتیجه باید از شیوه‌هایی که رقیب برای ادراک استفاده می‌کند آگاه باشیم.

توانایی انسان‌ها برای درک شرایط محدود است. به عنوان مثال، در مطالعاتی که سایمون^۱ (۱۹۸۷) انجام داد معلوم شد، آنچه موجب تفاوت بین بازیکن باتجربه و تازه‌کاران در ورزش شطرنج می‌شود، توانایی بازیکن باتجربه در استفاده از شیوه‌های گوناگون در جریان بازی است که خود نشأت گرفته از آشنایی وی با الگوهای شناخته شده است، اما نه همین بازیکن باتجربه با الگوی بازی ناآشنایی مواجه شود، آنگاه توانایی وی برای غلبه بر رقیب نیز کاهش می‌یابد. در نتیجه، حمله به قوه ادراک روان‌شناختی یک سیاستمدار و یا فرمانده همان حمله به توانایی وی است که وی را قادر می‌کند در شرایط مختلف راه‌حل‌های مختلف را بیابد. در این صورت، با انجام حمله به قوه ادراک سیاستمدار می‌توان وی را گمراه کرد تا بدنبال بهره‌گیری از شیوه‌های ناشناخته شود، به گونه‌ای که تمام فعالیت‌های بعدی وی را در همان مسیر مدنظر روان‌شناس سیاسی و یا مجری عملیات روانی قرار بدهد.

با این حال، انسان‌ها را نمی‌توان پیش‌بینی نمود و به تبع حدس و گمان در مورد نتایجی که از نفوذ ادراکی بدست خواهد آمد نیز، بسیار دشوار است. اما، فایده مطالعه روان‌شناسی سیاسی شناختن جنبه‌های مهمی است که باید در زندگی سیاسی کنترل‌شان کنیم و بعد از کنترل این جنبه‌ها، باید ببینیم که چگونه می‌توانیم بر نتیجه نهایی مدنظر خودمان اثر بگذاریم؟ از جمله این جنبه‌ها یک

^۱ Simon

اینست که سیاستمداران چگونه از شرایط آگاه می‌شوند و چه نوع برداشتی از اطلاعات دریافتی‌اشان دارند؟ و چگونه می‌توانند ملت‌ها، رقبا و یا دوستان را به انجام خواست خود ترغیب نمایند.

برای آنکه روش اثرگذاری در درک و برداشت افراد از موقعیت را پیدا کنیم، ابتدا لازم است بدانیم که فرد چگونه موقعیت خود را می‌سنجد. شناخت سیاستمدار از موقعیت خود بستگی به توصیف و برداشت وی از اوضاع جاری دارد. در ضمن، سیاستمدار شخصی است که تصمیمات و طرح‌های بنیادین را تعیین و تأیید می‌کند و در نتیجه ارزیابی از اوضاع، اطلاعات جدیدی در اختیار وی قرار می‌گیرد که تصویر ذهنی او را از موقعیتش تغییر می‌دهد و موجب می‌شود تا وی تصمیمات جدیدی را اتخاذ کند.

تصور ذهنی دیکتاتور از اوضاع را می‌توان اینگونه تعریف کرد: «اطلاع سیاستمداران از اوضاع جاری، که در اثر مشاهدات، برداشت‌های صحیح بدست آمده است.» از آنجا که درک هر مقام سیاسی، منحصر به فرد و منحصر به خود است، درست حتی در صورتیکه اطلاعات یکسانی در اختیار افراد قرار بگیرد، باز هم احتمال دارد که تدریجاً متوجهی اتخاذ شود.

آگاهی سیاستمداران از اوضاع بر پایه عوامل منطقی و احساسی است. آن بخشهایی از تصویر ذهنی که بر منطق استوار است صحیح و اساسی از وی بخشهایی که بر پایه احساس استوار است فاقد منطق‌اند. می‌توانیم بخش منطقی را مدلهایی از واقعیت و پیش‌بینی قطعی ارائه دهیم، ولی در مورد بخش احساسی، از حس ششم خود که قطعی نیست استفاده می‌کنیم. فکر و نحوه نگرش و سخنرانی سیاستمدار نقطه ضعف و یا قوت او به حساب می‌آید. روش فکری سیاستمدار نشان می‌دهد که تصویر ذهنی وی از اوضاع و نگرش او چگونه است. اگرچه قطعاً تصویر ذهنی دیکتاتور اوضاع تماماً صحیح نیست ولی بر تصمیمات و نحوه عمل وی تأثیر می‌گذارد، به نحوی که سیاستمدار با وجودیکه از خطرات و تهدیدها مطلع است، اما می‌اندیشد حداکثر کنترل را بر اوضاع دارد. کنترل اوضاع نیز از طریق برداشت منطقی از اوضاع و طبقه‌بندی اطلاعات ممکن است. وی سعی می‌کند تا جایگاه امکان داشته باشد به جستجوی اطلاعات لازم بپردازد تا شک و تردیدهایش از میان برود.

بنا به یافته‌های این کتاب، روان‌شناسی سیاسی و عملیات روانی را می‌توان برای شناخت، ایجاد و یا مختل کردن تصویر ذهنی رهبران و یا پیروان از اوضاع به کار گرفت، البته به شکلی کنترل شده. همین خود هنر تأثیرگذاری بر تصمیمات است. ادراک موقعیت، عنصر اصلی برای تشخیص نحوه عمل فرد و یا جمع مورد مطالعه است. هنگامی که فرد و یا جمعی موضوع روان‌شناسی و یا عملیات روانی قرار می‌گیرد هدف اصلی تحت تأثیر قراردادن تفکر آنهاست. یک دولتمرد برای دست زدن به فعالیت‌های بعدی، بایستی ضرورتاً تصویر واضحی از اوضاع داشته باشد. در عملیات روانی، دشمن حقیقی فکر خود فرد است نه رقیب. زیرا رقیب به هر نحوی سعی می‌کند تا تصویر مطلوب خود را از اوضاع به فرد

نظاره‌گر القاء کند تا اهداف خودش برآورده شود. درحالی‌که سیاستمدار تصور می‌کند ارزیابی و برداشتش از اوضاع همان واقعیت است. بر این اساس، مسئله اصلی روان‌شناسی سیاسی این است که چگونه از فکر خود حفاظت کنیم. حفاظت از فکر شباهت بسیاری به مشکل حفاظت از کامپیوتر در برابر حملات ویروسی دارد، ولی راه حل متفاوتی را طلب می‌کند. اگر کامپیوتری در معرض خطر ویروسی شدن قرار داشته باشد، بهترین راه حفظ امنیت آن است که از نرم‌افزارهای محافظتی برای قطع ارتباط با جهان خارج استفاده شود. اما این روش را نمی‌توان برای افرادی که حضورشان در اجتماع لازم است توصیه کرد. در عوض باید روش‌های جدیدی را برای تشخیص روان‌شناسی ادراکی پیدا کنیم.

ذهنی که خاکی باشد از توانایی لازم برای حل مشکلات برخوردار است. در عین حال، چنین ذهنی در برابر مداخلات خارجی آسیب‌پذیری بالایی نیز دارد. عملیات روانی، شیوه نفوذ روانشناسانه‌ای است که در سطح فردی به خدمت میان فرماندهان، دولتمردان و ملت‌ها صورت می‌گیرد. کلید اصلی موفقیت در این نبرد آنست که در ذهن رهبران و ملت طرف مقابل نسبت به مسایل و موضوعات مهم شک و تردید ایجاد شود تا بر ناپایداری کنترل افکار خود را از دست بدهند. هنگامیکه فردی کنترل افکار خودش را از دست بدهد، در دست کنترل سایر فعالیتها را نیز از دست می‌دهد و به جای آنکه رهبر باشد، پیرو می‌شود، زیرا شخصی که اقتدار، بات، بعدی او را رقبایش تعیین می‌کنند دیگر رهبر نیست، بلکه پیرو است. شناسایی رهبری که متاثر از افکار دشمنان باشد، از شناسایی پیروان وی بسیار ساده‌تر است. برای کنترل افکار یک دولتمرد، ضروری است تا آنچه را که وی مهم می‌داند و به آن اهمیت می‌دهد بشناسیم. نکته مهم دیگری که در مورد روان‌شناسی سیاسی و عملیات روانی باید بدانیم بحث لزوم تغییر مسیر افکار و نفوذ در قدرت اراده طرف مقابل است (ذوالفقاری، ۱۳۹۲).

این پژوهش در شش فصل و متناسب با سرفصل درس روان‌شناسی سیاسی در رشته علوم سیاسی و روابط بین‌الملل به نگارش درآمده است و مناسب دانشجویان مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد می‌باشد. این اثر با توجه به رویکرد پژوهشی نگارنده در نوع خود جدید و قابل‌استفاده و بررسی است. اما هدف از نگارش این پژوهش توسعه ادبیات علمی مربوط به روان‌شناسی سیاسی و مسائل مهم مورد توجه در این علم است. در انتها لازم است از کلیه عزیزانی که در چاپ و انتشار این اثر کمک کرده‌اند تقدیر و تشکر نمایم: آقایان دکتر محمد فیضیان، دکتر احمداحمدی خلجی، دکتر احسان گرابی، دکتر مسعود صادقی و آقای سروش آزادبخت و نیز از خانم سیمه اسدزاده که صفحه‌آرایی و طرح جلد کتاب راه عهده‌دار شدند و امور چاپ و نشر کتاب حاضر را مجدانه پیگیری کردند تشکر می‌نمایم.