

اللَّهُمَّ اِنِّمِ
الْحَمْدَ لَكَ

مبانی طهارت و تنبی

جلد ۱

ملیحه طاهره

سرشناسه	: طاهری، ملیحه، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: مبانی عملیات روانی / ملیحه طاهری.
مشخصات نشر	: گلستان: نشر کیسان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۱ ص.
شابک	: ۳۰۰۰۰ ریال ۴-۳-۹۹۹۳۷-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۲۸ - ۱۳۰.
موضوع	: جنگ نرم
موضوع	: Soft war
موضوع	: جنگ نرم -- جنبه‌های قرآنی
موضوع	: Soft war -- Qur'anic teaching
موضوع	: جنگ روانی
موضوع	: Psychological warfare
رده بندی کنگره	: UB۲۷
رده بندی دیویی	: ۳۵۵.۳۴۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۷۰۰۵۸



نام اثر	: مبانی عملیات روانی (جلد ۱)
نام مؤلف	: ملیحه طاهری
گرافیک	: صلیحه شیان
ناشر	: کیسان
قطع	: رقعه
چاپ	: پیشگام
نوبت چاپ	: اول / ۱۳۹۸
شمارگان	: ۱۵۰۰ نسخه
قیمت	: ۳۰۰۰۰۰ ریال
شابک	: ۴-۳-۹۹۹۳۷-۶۲۲-۹۷۸



فهرست مطالب

۱	مقدمه
۵	جنگ نرم: مفهوم و اهمیت
۷	۱- تهدید سخت
۷	۲- تهدید نرم
۷	اهداف، ابعاد و ویژگی‌های جنگ نرم
۱۱	جنگ نرم از دیدگاه قرآن
۱۲	سراغ جنگ نرم از نگاه قرآن
۱۲	مشرکین
۱۳	منافقین
۱۳	سردمداران باطل
۱۷	جنگ نرم از دیدگاه امام خمینی (ره)
۱۸	اهداف دشمن در جنگ نرم از دیدگاه امام خمینی (ره)
۲۲	منابع و عوامل جنگ نرم
۲۲	کارگزاران جنگ نرم
۲۲	مخاطبین کارگزاران جنگ نرم
۲۳	نیروهای مدافع در برابر جنگ نرم
۲۳	مخاطبین جنگ نرم
۲۵	روشهای مورد استفاده در جنگ نرم

- الف: فریب و دستکاری در منطق مخاطب..... ۲۶
- ب: تردیدافکنی و جایگزینی منابع..... ۲۷
- ج: طراحی ادبیات مناسب..... ۲۸
- د: الگوسازی از سبک زندگی غربی..... ۲۹
- تاکتیک های جنگ نرم..... ۳۰
- برچسب زدن..... ۳۱
- تملطیف و تنویر..... ۳۱
- انتقال..... ۳۲
- تصدیق..... ۳۲
- تلافی..... ۳۲
- کلبه سازی..... ۳۳
- دواغ آرک..... ۳۴
- پاره حقیقت گویی..... ۳۴
- انسانیت زدایی و امریمن سازی..... ۳۵
- ارائه پیشگویی های فاجعه آمیز..... ۳۶
- قطره چکانی..... ۳۶
- حذف یا سانسور..... ۳۶
- جاذبه های جنسی..... ۳۷
- ماساژ پیام..... ۳۷
- ایجاد تفرقه و تضاد..... ۳۷
- ترور شخصیت..... ۳۸
- تکرار..... ۳۹
- توسل به ترس و ایجاد رعب..... ۳۹
- مبالغه..... ۴۱
- مغالطه..... ۴۱

- ۴۱..... اصول و روش‌های مقابله با جنگ نرم
- ۴۲..... ۱- تبدیل جنگ نرم دشمن به فرصتی برای افزایش قدرت نرم
- ۴۲..... ۲- خلع سلاح روانی اپوزیسیون
- ۳- گسترش و افزایش دامنه و شمول فعالیتهای فرهنگی تأثیرگذار بر
 ۴۳..... جامعه
- ۴۳..... ۴- استفاده از دیپلماسی عمومی:
- ۴۳..... ۵- استفاده از راهبردهای ویژه در مورد اقوام و اقلیت‌ها:
- ۴۳..... ۶- عملیات روانی متقابل
- ۴۴..... جنگ روانی
- ۴۸..... ماهیت و تعریف جنگ روانی
- ۵۲..... تفاوت عملیات روانی و جنگ روانی
- ۵۲..... عوامل مؤثر بر عملیات روانی
- ۵۵..... تکنیک‌های جنگ روانی
- ۵۵..... دسته موزیک
- ۵۶..... سفارش و توصیه
- ۵۶..... انتقال
- ۵۷..... تکرار
- ۵۷..... جملات مهیج و جذاب
- ۵۷..... شستشوی مغزی
- ۵۹..... مستندسازی
- ۵۹..... سکوت
- ۶۰..... کارکرد رسانه‌های جمعی در عملیات روانی
- ۶۱..... نظریه‌های ارتباطات و رسانه‌های گروهی
- ۶۲..... نظریه استحکام
- ۶۳..... نظریه دو مرحله‌ای بودن پیام ارتباطات

- نظریه تزریقی یا گلوله جادویی ۶۴
- نظریه وابستگی ۶۶
- نظریه شکاف آگاهی ۶۶
- نقش رسانه‌ها در عملیات روانی در جنگ‌های آینده ۶۷
- ویژگی‌های عملیات روانی در عصر اطلاعات و ارتباطات ۶۹
- رسانه‌ها و عملیات روانی ۷۳
- ۱- تلویزیون ۷۴
- الف- نقاط قوت و توانمندی‌های تلویزیون ۷۵
- ب- موانع استفاده از تلویزیون در عملیات روانی ۷۶
- ۲- ماهنامه‌های مکتوب ۷۶
- الف- نقاط قوت و توانمندی‌های نشریات ۷۷
- ب- موانع و محدودیت‌های استفاده از نشریات ۷۸
- ۳- اعلامیه ۷۸
- الف- نقاط قوت و توانمندی‌های اعلامیه ۷۹
- ب- موانع و محدودیت‌های استفاده از اعلامیه ۷۹
- ۴- رادیو ۸۰
- الف- نقاط قوت و توانمندی‌های رادیو ۸۰
- ب- موانع و محدودیت‌های استفاده از رادیو ۸۰
- ۵- سینما ۸۱
- الف- نقاط قوت و توانمندی‌های سینما ۸۲
- ب- موانع و محدودیت‌های استفاده از سینما ۸۳
- ۶- اینترنت ۸۴
- الف- نقاط قوت و توانمندی‌های اینترنت ۸۵
- ب- موانع و محدودیت‌های استفاده از اینترنت ۸۵
- ۷- پیامک ۸۶

- الف - نقاط قوت و توانمندی های پیامک ۸۷
- ب - موانع و محدودیت های استفاده از پیامک ۸۷
- ارتباط رسانه و قدرت ۸۸
- رسانه های قدرت و قدرت رسانه ها ۹۰
- رسانه، سدی در برابر جریان آزاد اخبار ۹۲
- عوامل مؤثر در انتخاب رسانه در عملیات روانی ۹۳
- ۱ - سباج عملیات روانی ۹۳
- ۲ - هدف عملیات روانی ۹۴
- ۳ - ویژگی های جامعه و محیط استقرار مخاطب ۹۴
- الف - مسائل مربوط به یافتگی محیط از نظر فناوری ۹۴
- ب - وضعیت سامانه های حاکم ۹۵
- ج - وضعیت زیرساخت ها، فرهنگ محیط ۹۶
- د - وضعیت زیرساخت های اقتصادی محیط ۹۷
- ه - وضعیت جغرافیایی محیط ۹۷
- ۴ - ویژگی های فردی مخاطب ۹۸
- انحصار رسانه ها در جنگ روانی ۱۰۲
- جنگ های رسانه ای ۱۰۵
- اهداف جنگ رسانه ای ۱۰۷
- کارکرد های جنگ رسانه ای ۱۰۸
- ویژگی های جنگ رسانه ای ۱۱۰
- ملزومات و ابزارهای جنگ رسانه ای ۱۱۱
- سابقه استفاده از جنگ روانی نوین (الکترونیک) ۱۱۳
- الف - جنگ ویتنام ۱۱۴
- ب - جنگ گرانادا (۱۹۸۳) ۱۱۶
- ج - جنگ اول خلیج فارس (۱۹۹۱-۱۹۹۰) ۱۱۶

د- سومالی (۱۹۹۲-۱۹۹۳)..... ۱۱۷

هـ - بوسنی (۱۹۹۵)..... ۱۱۸

و- عراق (۱۹۹۸)..... ۱۱۸

منابع:..... ۱۲۰

www.ketab.ir

مقدمه

یکی از جنگ نرم اصطلاحات مختلفی وضع شده است. آنچه با عنوان "soft war" یا جنگ نرم مطرح می‌شود در ادبیات غرب بیشتر به قدرت نرم یا "soft power" اشاره شده است. مهم‌ترین حوزه اعمال و تأثیرگذاری قدرت نرم برطرف قابل‌حضور رسانه است.

نگاهی به گذشته جنگ نرم نشان می‌دهد که در طول تاریخ بشر از همان ابتدا که جنگ سخت آغاز شد عملیات روانی یا جنگ نرم نیز صورت گرفت تا از شورش‌هایی که در مناطق تسخیر شده به وجود می‌آمده جلوگیری شود. زمانی که چنگیزخان قصد حمله به منطقه‌ای را داشت موجی از هراس در آن کشور پخش می‌شد. تجاری که از مناطق تحت کنترل چنگیزخان می‌آمدند برای دیگران تعریف می‌کردند که او چگونه با مردم برخورد می‌کند. کشتارها به چه صورت است و اگر شخصی مقاومت کند نابود می‌شود. بدین ترتیب بیش از ورود چنگیزخان به هر منطقه روحیه مردم شکسته شده بود.

رومیان و یا اسکندر از مناطقی که در جنگ‌ها عبور می‌کردند، تلافی می‌گرفتند و زره‌های بزرگی را که چند برابر انسان معمولی بود طراحی کرده و آن‌ها را به‌عمد در مسیر جا می‌گذاشتند تا لشکریان مقابل، تصور کنند سربازان آن‌ها غول‌پیکرند و عملاً روحیه مقاومت طرف مقابل را تحت تأثیر قرار داده و وحشت

را گسترش می‌دادند. بنابراین هر حرکتی که روحیه یک ملت را هدف گیرد عملیات و جنگ نرم و نوعی اعمال قدرت نرم است.

اولین کسی که درباره این مسئله کار کرده «سان تزو» است که در کتاب هنر جنگ نکته‌ای را مطرح می‌کند و می‌گوید: می‌شود جنگید، اما مهم‌ترین کار این است که شما در یک نبرد، بدون جنگ پیروزی را به دست بیاورید! چیزی که او مدنظر قرار داده، همان عملیات روانی و جنگ نرم است. باید به استراتژی‌های رقیب و روحیه او حمله کرد؛ به‌گونه‌ای که آن‌ها بپذیرند شکست خواهد خورد. اگر کسی در ذهنش بپذیرد که شکست می‌خورد، حتماً در دنیای واقعی نیز شکست خواهد خورد. زیرا آنچه فرد را به مقاومت تشویق می‌کند روحیه است.

بنابر آنچه گفته شد اگر بخواهیم تعریفی از عملیات و جنگ نرم ارائه دهیم، می‌توان گفت "هر حرکتی که احیاناً به‌عنوان مقدمه جنگ نظامی مطرح می‌شود و روحیه طرف مقابل را هدف گرفته است." بنابراین تمام برنامه‌ریزی‌هایی که در این چارچوب باشد، در قالب جنگ نرم تعریف می‌شود.

جنگ نرم در حقیقت شامل هر گونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدین طریق میری نظامی و گشوده شدن آتش، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد. این طرح جنگ روانی، خود مقوله مفصلی است که با شگردها و شیوه‌های متنوعی انجام می‌شود و باید آن را یکی از اشکال و زیرمجموعه‌های جنگ نرم دانست. جنگ رایانه‌ای و اینترنتی و راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و... نیز از اشکال دیگر جنگ نرم هستند.

کلید خوردن جنگ نرم علیه ایران در مقطع فعلی را باید ناشی از گسترش حس تنفر از آمریکا در جهان دانست که به نظر سران کاخ سفید، ایران مرکز اصلی ایجاد این تنفر و گسترش آن است در آمریکا برای مقابله با این موج، نیروی واکنش سریع تشکیل شده است؛ تا اولاً به خنثی سازی نفوذ معنوی ایران در کشورهای اسلامی و منطقه خاورمیانه بپردازد و ثانیاً با القای خطرناک به ذهن ایران برای امنیت همسایگان، اذهان عمومی از اقدامات و نقشه های ایالات متحده منحرف شود.

پروژه ناتوی فرهنگی که چندی پیش رهبر انقلاب آن را مورد تأکید و توجه قرار دادند، شش برخط تهاجمی دشمن و تلاش معاندان نظام برای ورود به عرصه های فرهنگی، دینی و رسانه ای است تا به سیاه نمایی علیه ایران بپردازند. رویکرد اصلی ناتوی فرهنگی، استفاده از جنگ نرم و هدف اصلی آن فروپاشی پیوندهای همگرایانه ایالتی است که بیش از سه دهه با تمام فشارها و کاستی ها، صبر و مدارا پیشه کرده و راهبردهای مقاومت در برابر زورگویی و انحصارطلبی دشمنان را برگزیده است.

آمریکا و جریان صهیونیسم بین الملل برای عیان سازی ساختن جنگ نرم و ناتوی فرهنگی علیه جمهوری اسلامی ایران، طی سال های گذشته اهکارهای مختلفی را آزمایش کرده اند. سرمایه گذاری در رسانه های دیداری و شنیداری، آژانس های تبلیغاتی و خبری و کمپانی های فیلم سازی برای ارائه تصویری سیاه و خطرناک از جمهوری اسلامی ایران برای افکار عمومی جهان که یکی از نمونه های برجسته آن، ساخت و پخش فیلم ضد ایرانی ۳۰۰ می باشد، گوشه ای از این اقدامات به شمار می آید.

از دیگر راه‌های جنگ نرم آمریکا علیه ایران عبارت است از:

- راه‌اندازی سایت‌های اینترنتی و ارائه نرم‌افزارهای جاسوسی به عوامل وابسته در داخل کشور تا ابعاد مختلف جنگ رسانه‌ای به شکل اثربخش‌تر طراحی و اجرا شود.

- ایجاد تقابل‌های سیاسی بین سران ارشد نظام اسلامی و القای این تفکر که جنگ قدرت در جمهوری اسلامی بین چند طیف در جریان است و به‌ابتدا فلان طیف یا فلان گروه از پیش، پیروز شده و یا شکست خورده‌اند.

می‌توان گفت پازل رسانه‌ای آمریکا برای تحت‌فشار قرار دادن ایران اسلامی، طراحی شده و راهکار خنثی‌سازی و بی‌اثر کردن تلاش‌های دشمنان، ایجاد فضای هم‌اندیشی و همگرایی بین نیروهای درون نظام و عمل به مقتضیات اتحاد ملی به‌عنوان رهیافت راهبردی نظام اسلامی است. افشای حقایق و اوضاع داخلی آمریکا و نیز برداشتن زنجیر طئه‌ای غرب در خاورمیانه و جهان اسلام و نیز تقویت زمینه‌های انسجام ملی در زمره راهکارهایی هستند که می‌توانند در ناکامی نقشه‌های مراکز راهبرددساز - دولت آمریکا در ایجاد جنگ نرم علیه ایران تأثیرگذار باشند.

جنگ نرم نوع جدیدی از جنگ‌هاست که عمدتاً در حوزه رسانه‌ها اتفاق می‌افتد. تعریف جنگ رسانه‌ای، استفاده از رسانه‌ها، به‌عنوان ضیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها اعم از مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو، تلویزیون، اینترنت و اصول تبلیغات به‌منظور دفاع از منافع ملی است.