

درآمدی بر شیوه شناسی
جنگ‌های آینده در حوزه عملیات روانی
(psywar)

www.ketab.ir

سرشناسه	: باقری، حسین، ۱۳۴۲ - ۱
عنوان و نام پدیدآور	: درآمدی بر شیوه‌شناسی جنگ‌های آینده در حوزه عملیات روانی/حسین باقری، مجید ابن‌الرضا، فرامرز صحرایی.
مشخصات نشر	: تهران: راد، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۶ص: جدول، نمودار.
شابک	: 978-600-96324-0-4
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: جنگ روانی
موضوع	: جنگ نرم
شناسه افیس	: ابن‌الرضا، مجید، ۱۳۴۲ -
شماره افزوده	: صحرایی، فرامرز، ۱۳۵۲ -
رده بندی کنگره	: UB ۲۷۵ پ ۴۵۲ ب ۱۳۹۴
رده بندی دی‌رج	: ۳۵۵/۳۴۳۴
شماره کتابشناسی	: ۴۱۸۱۰۷۵

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۳۲۴-۰۰-۴ ISBN 978-600-96324-0-4



عنوان: درآمدی بر شیوه‌شناسی جنگ‌های آینده در حوزه عملیات روانی (Psywar)

که نویسندگان: حسین باقری، مجید ابن‌الرضا، فرامرز صحرایی.

* نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۵

* شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

* قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال

* ناشر: مرکز مطالعات راهبردی دیپلماسی دفاعی (راد)

* حروفچینی، لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح (۸۸۴۹۸۱۴۰ ☎)

مرکز پخش:

تهران - سید خندان - خیابان شهید کابلی - ساختمان ولی امر (عج) - طبقه دهم - مرکز مطالعات راهبردی

دیپلماسی دفاعی (۸۸۴۶۹۳۲۶ ☎ - ۰۲۱)

«حق چاپ برای ناشر محفوظ است»

فصل اول

بخش اول: عملیات روانی؛ بُعد اساسی جنگ‌های آینده	۱
انواع جنگ و مؤلفه‌های هریک	۱
تعریف و اختصاصات عملیات روانی	۲
تفاوت‌های جنگ رادی، تبلیغات و پیام‌رسانی	۹
بخش دوم: تاریخچه عملیات روانی	۱۳
تاریخچه عملیات روانی	۱۳
ماهیت و انواع آشوب‌ها و کنش‌های اعتراضی	۱۸
فنون عملیات روانی مورد استفاده در آشوب‌های شهری	۲۳
دیپلماسی عمومی	۲۸
دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی	۳۲
ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای	۳۷

فصل دوم

بخش اول: اختصاصات عملیات روانی	۴۱
عملیات روانی به عنوان پتانسیل تهدید	۴۱
بخش دوم: ویژگی‌های عملیات روانی	۵۹
ویژگی‌های عملیات روانی	۵۹

روانشناسی عملیات روانی.....	۶۱
عملیات روانی، تاکتیک‌ها و تکنیک‌ها.....	۶۶
عوامل موفقیت در عملیات روانی.....	۶۷
بخش سوم: ابزارهای عملیات روانی.....	۶۹
ابزارهای عملیات روانی.....	۶۹
تکنیکهای عملیات روانی.....	۸۶
بخش چهارم: شیوه‌شناسی جنگ روانی.....	۹۹
فرآیند شکل‌گیری و سازمان‌دهی عملیات روانی.....	۹۹
تحلیل عملیات روانی در بستر انقلاب‌های رنگی.....	۱۰۵
بخش پنجم: مدل مفهومی عملیات روانی.....	۱۱۶
مدل مفهومی عملیات روانی.....	۱۱۶
مدل‌سازی نظری برای تحلیل عملیات روانی.....	۱۲۱
بخش ششم: عملیات روانی از منظر حضرت امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله).....	۱۳۹
گذری بر اندیشه‌های امام خمینی.....	۱۳۹
عملیات روانی از زبان امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی).....	۱۴۵
هدف از عملیات روانی در بیانات مقام معظم رهبری.....	۱۴۶

فصل سوم

بخش اول: نمونه‌های عملیات روانی.....	۱۵۱
اهداف عملیات روانی مهاجمین در جنگ عراق.....	۱۵۱
سازمان و مأموریت واحد عملیات روانی ارتش آمریکا.....	۱۵۵
سازمان و مأموریت واحد عملیات روانی ارتش آمریکا.....	۱۵۶

تبارشناسی تکفیری‌ها ۱۶۱

بررسی عملیات روانی و تحولات منطقه‌ای ۱۸۰

عراق، عملیات روانی ۱۸۲

سوریه، عملیات روانی ۱۹۴

یمن، عملیات روانی ۲۰۳

بخش دوم: بحث و نتیجه‌گیری ۲۳۰

بحث و نتیجه‌گیری ۲۳۰

منابع و مأخذ ۲۴۲

www.ketab.ir

سخنی با خواننده

روزگاری، نه چندان دور از امروز، جرج ارول، خالق دو اثر مشهور «قلعه حیوانات» و «۱۹۸۴»، در نوشتاری کنایه‌آمیز به مردم و سردمداران نظام سرمایه‌داری غرب اذعان داشته بود «دور نخواهد بود آن روزی که مغزهای من و شما را در تشتی مملو از مواد شوینده، با دقت و حساسیت ویژه شست‌وشو و سپس چند سی‌سی مواد ویژه به آن تزریق می‌کنند تا آن را برای داده‌هایی که خود می‌خواهند در آن جای دهند، آماده سازند». این بیان کنایه‌آمیز، امروز به گونه‌ای دیگر به واقعیت پیوسته است. با آغاز هزاره سوم میلادی، قدرت‌های سلطه‌گر جهانی با بهره‌گیری از ده‌ها ابزار ارتباطی و رسانه جمعی و با بهره‌گیری برنامه‌ریزی شده از یافته‌های علوم رفتاری، علوم مغز و اعصاب، عصب - روان‌شناسی نو، پسیکولوژی، و به ویژه علوم شناختی، قادرند روان‌بندهای نوینی در نظام ادراک مخاطبان ایجاد کنند و اذهان آنان را آنگونه که خود می‌خواهند، شکل دهند.

به باور ارونسون و دیگران، دستگاه‌های تبلیغاتی و بنگاه‌های سخن‌پراکنی و نظام‌های سیاسی دنیای غرب، در دستکاری تعمدی اذهان و رفتارهای مخاطبان، افزون بر بهره‌گیری از فنون و تکنیک‌های چاپ، کشف از طریق فرایندهای هشیارانه، از فرایندهایی بهره می‌گیرند که به هیچ وجه، حتی از سوی مخاطب آگاه و دانش‌آموخته، قابل کشف نیستند. این دو محقق روان‌شناس، با بهره‌گیری از ادبیات پژوهشی علوم اعصاب و رفتار، این فرایندها را ادراک زیرآستانه‌ای نام نهاده‌اند. منظور آنان از این اصطلاح، آن است که مخاطب بی‌آنکه بتواند پیام دریافتی را به صورت آگاهانه و هشیارانه ادراک کند، تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد. محققان متعدد در این ادعا را تأیید کرده‌اند.

از شگفتی‌های دنیای امروز آن است که دستکاری اذهان مخاطبان، برخلاف آنچه در گذشته مرسوم بود، در سطح فرایندهای سیاسی، تجاری، ایدئولوژیک و تبلیغاتی داخلی محدود نمانده است، بلکه سایر فرایندها، به ویژه فرایندهای نظامی، فرهنگی و اجتماعی، آن هم در سطح جهانی، را نیز دربر گرفته است. به تعبیر محققانی که تحقیق و بررسی در قلمرو روان‌شناسی نظامی را وجهه همت خویش قرار داده‌اند، سرویس‌های

نظامی با راهاندازی کمیته‌های عملیات روانی، و فرمول‌بندی فرآیند بهره‌گیری از سازوکارهای روانی - اجتماعی برای اثر نهادن بر روحیه، اراده، ادراک و انگیزه مخاطبان آماج، فرآیند دستکاری اذهان را به نقطه اوج خود رسانده‌اند.

محققان بر این باورند که در جنگ‌های آینده عملیات روانی، در مقایسه با جنگ‌های چند دهه اخیر، اهمیتی فزون‌تر می‌یابد. آنان در تأیید ادعای خویش بر نقش اراده و روحیه در جنگ‌های آینده و سهم جنگ‌های الکترونیکی، اطلاعاتی و امکان بهره‌گیری فزون‌تر از رسانه‌های دیجیتالی و چندگانه در آن جنگ‌ها اشاره نموده‌اند. علاوه بر آن، ادعان داده‌اند که جنگ‌های آینده به سوی جنگ‌های نامتقارن (ناهم‌تراز) سیر می‌کند. بداست که در آن نوع جنگ‌ها، با بهره‌گیری از عملیات روانی می‌توان اهداف متعدد راهبردی را محقق ساخت.

کارگزاران عملیات روانی اعم از دولت‌ها، سرویس‌های نظامی یا بنگاه‌های سیاسی و تبلیغاتی، در جنگ‌های آینده از «زرادخانه نوین» برای مقاصد مختلف، و جهت تأثیر نهادن بر مخاطبان متفاوت بهره می‌برند. از همین روی، دولت‌ها و ارتش‌ها، عملیات روانی را به چهار سطح تاکتیکی، عملیاتی، راهبردی (استراتژیک) و تحکیمی تقسیم کرده‌اند. عده‌ای از محققان، نوع پنجمی را هم (عملیات روانی در بحران‌های امنیتی) را نیز بر آن افزوده‌اند.

عملیات روانی تاکتیکی در منطقه‌ای صورت می‌گیرد که یک مأموریت ویژه علیه دشمن در حال انجام است. هدف این نوع عملیات آن است که با تحمیل فشار روانی بر نیروهای دشمن، تحقق اهداف آن مأموریت را تسهیل کنند. عملیات روانی عملیاتی نیز در یک منطقه جغرافیایی خاص، و به منظور افزایش اثربخشی نیروها و استراتژی‌های فرماندهان نظامی صورت می‌گیرد.

اما، عملیات روانی راهبردی به منظور تأثیر نهادن بر نگرش‌ها، ادراکات و رفتار مخاطبان آماج، اعم از دوست، بی‌طرف و دشمن، صورت می‌گیرد. این نوع عملیات روانی به طور معمول در خارج از سرویس‌های نظامی طراحی می‌شود، لیکن برای اجرای آن هم از امکانات نیروهای نظامی (به ویژه وزارت دفاع کشورهای عامل آن) استفاده می‌شود و هم از امکانات سایر و نهادها و مؤسسات کشوری. در عملیات روانی نوع چهارم نیز تلاش می‌شود تا بر نگرش‌ها و عقاید مردم منطقه آزاد شده تأثیر گذاشته شود.