

مباحث پدافند غیر عامل [۴]

جنگ روانی و جنگ رسانه

تدوین:

حمید اسکندری

سرشناسه: اسکندری، حمید، ۱۳۳۸ -

عنوان و نام پدیدآور: جنگ روانی و جنگ رسانه / تدوین حمید اسکندری.

مشخصات نشر: تهران: بوستان حمید، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری: ۵۰ ص.

فروست: مباحث پدافند غیر عامل؛ ۴.

شابک: دوره: ۵-۴-۹۲۲۹۳-۹۷۸-۶۰۰-۷-۶-۹۲۲۹۳-۹۷۸-۶۰۰ ج. ۴.

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: جنگ روانی

موضوع: رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های سیاسی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۰ ج ۹ ۴۷ الف / UB۲۷۵

رده بندی دیویی: ۳۵۵/۳۴۴

شماره کتابشناسی ملی: ۲۳۵۱۱۴۲



انتشارات

عنوان: مباحث پدافند غیرعامل (۴)- جنگ روانی و جنگ رسانه

تدوین و گردآوری: حمید اسکندری

ناشر: بوستان حمید

نوبت چاپ: چاپ اول (تابستان ۱۳۹۰)

شمارگان: ۲۰۰۰

قیمت: ۱۵۰۰ تومان

• کلبه حقوق اعم از چاپ و تکثیر، نسخه‌برداری برای ناشر محفوظ است.

(نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است.)

پیش گفتار

« امروز اهمیت پدافند غیر عامل باید برای مسئولان شناخته شده باشد،
اهتمام شما کار را پیش می برد. (۸۵/۱۲/۶) ».

« مقام معظم رهبری »

دشمنان کشور عزیزمان همواره با استفاده از شیوه‌ها و ابزارهای جنگ
نرم در صدد ضربه زدن یا تضعیف ارکان نظام جمهوری اسلامی ایران
می‌باشند. یکی از بهترین و ارزان‌ترین روش‌های مقابله، دفاع یا پدافند
غیر عامل است که با به کارگیری اصول و ملاحظات آن می‌توان به حفاظت
زیر ساخت‌ها و کاهش آسیب‌پذیری، مدیریت صحنه بحران و افزایش
پایداری کشور در مقابل انواع تهدیدات، مبادرت ورزید.

اندیشه تهیه و تدوین این سری کتب در زمینه دفاع غیر عامل یکی از
گام‌های مهم، اصولی و زیربنایی در نیل به اهداف راهبردی دفاع غیر عامل
می‌باشد. براین اساس تدوین این کتب در حجم و قطع کوچکتر به عنوان
کتاب مرجع آموزش عمومی پدافند غیر عامل، آگاه‌سازی مدیران، کارشناسان

(پنج)

دستگاه‌های اجرایی کشور و دانشجویان را تسهیل می‌نماید.، این مجموعه شامل برداشت مطالب مهم از دیدگاه‌های کارشناسان و مؤلفین محترم در این حوزه بوده که در انتهای کتاب در کتابنامه لیست شده‌اند. امیدواریم مورد استفاده علاقه‌مندان و مخاطبین عزیز قرار گیرد.

www.ketab.ir

فهرست مطالب

۱- مقدمه.....	۹
۲- جنگ روانی.....	۱۰
۳- انواع جنگ روانی.....	۱۱
۴- تبلیغات ابزار اصلی جنگ روانی.....	۱۴
۵- عملیات روانی.....	۱۷
۶- شیوه های جنگ روانی.....	۲۵
۷- جنگ رسانه.....	۳۱
۸- برخی از تکنیک های جنگ رسانه ای.....	۴۰
۹- جنگ رسانه در فضای سایبر.....	۴۴
- کتابنامه.....	۴۷

www.ketab.ir

تعاریف:

تهدید نرم: عبارت است از هرگونه اقدام غیر خشونت آمیز که ارزش ها و هنجارها را مورد هجوم قرار داده و در حد نهایی منجر به تغییر در الگوهای رفتاری و خلق الگوهای جدید می شود که با الگوهای رفتارهای نظام حاکم تعارض داشته باشد. لازم به ذکر است که زمینه های تهدید نرم افزاری می تواند منجر به شکل گیری یا تشدید تهدیدات نرم افزاری و یا حتی سخت افزاری مانند حمله نظامی شود. (انوارد افر، چونگ این مون ص ۱۲۱)

جنگ نرم: جنگ نرم در برابر جنگ سخت در حقیقت شامل هر گونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه ای می شود که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می گیرد و بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش رقیب را به انفعال یا شکست وایمی دارد. جنگ روانی، جنگ رایانه ای، جنگ اینترنتی، رواندازی نرم، راه اندازی شبکه های رادیویی و تلویزیونی و شبکه سازی از اشکال جنگ نرم هستند (سایت مجلس، ۱۳۸۷)

در این کتاب مباحث جنگ روانی، عملیات روانی و جنگ رسانه طرح گردیده است:

۲- جنگ روانی^۱

تا کنون تعاریف متنوعی بر اساس شرایط، از جنگ روانی شده است. وزارت جنگ آمریکا در سال ۱۹۹۵ در آیین نامه رزمی تعریف زیر را ارائه کرده است:

جنگ روانی استفاده برنامه ریزی شده از تبلیغات و سایر اعمالی است که قبل از هر چیز با هدف تأثیر بر نظریات، احساسات، مواضع و رفتار جوامع دشمن، بیطرف یا دوست به شیوه ای خاص برای دستیابی به اهداف ملی صورت می گیرد (نصر ۱۳۸۰: ۸۵).

جنگ روانی همان جنگ کلمه و عقیده است، که به صورت مخفی، آشکار، شفاهی و یا کتبی انجام می شود. اساساً جنگ روانی سلاحی است که به انسان و عقل او توجه دارد. (نصر ۱۳۸۶: ۹۵)

جنگ روانی عبارت است از یک جریان ارتباطی که در آن دو طرف انسانی شرکت داشته و یک طرف یا هر دو طرف سعی در تأثیر گذاردن بر افکار، عواطف و تمایلات حریف خود (دشمن) و وادار کردن طرف مقابل به انجام رفتاری مطابق خواست خود، که هدف نهایی آنها است، دارد. (عاصف، ۱۳۸۴: ۶۴)

پل لاینبرگر (در سال ۱۹۵۴) در خصوص جنگ روانی می نویسد: جنگ روانی، استفاده از تبلیغات ضد دشمن، همراه با اقدامات عملی است که ماهیت نظامی، اقتصادی یا سیاسی دارد. (سلطانی فر، ۱۳۸۲: ۱۲)

جنگ روانی مجموعه اقدامات تبلیغی- روانی است که کشور یا گروهی برای اثرگذاری و نفوذ بر عقاید و رفتار دولت ها و مردم در جهت مطلوب به

^۱ Psychological Warfare

پشتیبانی زمینه‌ها و ابزارهای سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی انجام می‌دهد. تفاوت تعریف مذکور با دیگر تعاریف جنگ روانی در نظر گرفتن زمینه‌ها و ابزارهای اقتصادی، نظامی، سیاسی - دیپلماتیک و ارتباطی است. در صورتی که تعاریف متداول بیشتر به ابزارهای تبلیغی - روانی تأکید دارد.

به مفهوم دیگر در موضوع‌های سیاست خارجی و روابط بین الملل چهار ابزار ۱- نظامی ۲- دیپلماتیک ۳- اقتصادی و ۴- تبلیغی - ارتباطی وجود دارند که در یک تفکر سامانه‌ای، ترکیبی از این چهار عنصر باعث موفقیت می‌شود و کمتر امکان دارد تنها یک عنصر مانند تبلیغات، بتواند کارساز باشد. فشارهای عملی در جنگ روانی عبارتند از: ۱- فشارهای اقتصادی ۲- فشارهای نظامی ۳- فشارهای سیاسی - دیپلماتیک ۴- فشارهای فرهنگی - اجتماعی (اردستانی، ۱۳۸۲)

۳- انواع جنگ روانی^۲

محمد شیرازی در کتاب جنگ روانی و تبلیغات، جنگ روانی را به سه دسته: (۱) تاکتیکی (۲) تحکیمی (۳) استراتژیک تقسیم کرده است:

- جنگ روانی تاکتیکی: این نوع از جنگ روانی معمولاً در محدوده‌ای کوچکتر و با اهدافی مشخص انجام می‌شود و افراد نظامی و غیر نظامی وفادار به دشمن حاضر در صحنه عملیات رزمی را مورد توجه و هجوم قرار می‌دهد. موفق شدن در جنگ روانی تاکتیکی که عمدتاً متوجه یگان‌های مشخصی

^۲ - محمد شیرازی

از نیروهای دشمن است باعث بالا رفتن کارایی و توان رزمی نیروهای خودی می‌شود.

مقصود از اجرای این نوع از جنگ روانی وادار ساختن نیروهای دشمن به فرار یا تسلیم بصورت گروهی و یا فردی تضعیف اراده و پایداری، کاهش روحیه و در نهایت گمراهی فرماندهان دشمن است. سعی مجریان جنگ روانی تاکتیکی بر آن است که فرماندهان دشمن را مجبور سازند تا عملی انجام دهند که نتیجه‌اش به ضرر خودشان و به نفع مجریان جنگ روانی باشد از این شیوه به خصوص در جبهه‌های جنگ استفاده می‌شود.

برای نمونه بخش اوراق تبلیغاتی در خصوص نحوه تسلیم شدن، امکانات و امتیازات یا دستورالعمل‌های مصوب در رتبه در خصوص حقوق اسرا و یا امکانات و امتیازات در اختیار قرار گرفته اسرا از نمونه‌های تبلیغات چاپی است. اما می‌توان به استفاده از بلندگو در جنگ ایران و عراق بخش برنامه‌های رادیویی کوتاه برد و... اشاره داشت که عامل مهمی در تبلیغات جنگ روانی تاکتیکی است. از دیگر موارد می‌توان همزمانی بمباران نقاط حساس در ایجاد شایعه‌های مخرب را نیز در این بخش منظور کرد.

- جنگ روانی تحکیمی تثبیتی: به این نوع از جنگ روانی استحکامی استقرار و تثبیتی نیز گفته می‌شود که به منظور سهولت عملیات و پیشرفت و افزایش میزان همکاری مردم غیرنظامی در سرزمین خودی یا سرزمین‌هایی که توسط نیروهای خودی اشغال شده است اجرا می‌شود.

مقصود نهایی از طراحی و اجرای جنگ روانی تحکیمی، پیروزی در جنگ، برقراری صلح و حفظ پیروزی بدست آمده است. در این نوع از جنگ مجریان فعالیت‌ها و اقدام‌های خود را به جلب اعتماد و پشتیبانی مردم و