

۲۰۹۴۲۸۸

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه افسری امام علی (ع)

معاونت پژوهش

عمایات روانی

یعقوب یوسفوند

تهران

۱۳۹۷

یوسفوند، یعقوب، ۱۳۶۲ -	سرشناسه
عملیات روانی/ یعقوب یوسفوند؛ ویراستار آریا جوانمردی.	عنوان و نام پدیدآور
تهران: دانشگاه افسری امام علی(ع)، مرکز نشر، ۱۳۹۷.	مشخصات نشر
۱۶۵ ص.	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۰۰-۷۹۲۲-۸۴-۲	شابک
فیفا	وضعیت فهرست نویسی
کتابنامه	ادداشت
جنگ روانی	موضوع
Psychological warfare	موضوع
جنگ روانی - ایران	موضوع
Psychological warfare -- Iran	موضوع
جنگ روانی - جنبه‌های مذهبی - اسلام	موضوع
Psychological warfare -- Religious aspects -- Islam	موضوع
جنگ نرم - ایران	موضوع
Soft war -- Iran	موضوع
رسانه‌های گروه و جنگ	موضوع
Media, media and war	موضوع
دانشگاه افسری امام علی(ع)، مرکز نشر	مکان نشر
Imam Ali Military University, Press	مکان نشر
UB۲۷۵/ی۹ع۸ ۱۳۹۷	ده بندی کنگره
۳۵۵/۳۴۳۴	ده بندی دیویی
۵۵۰۱۲۶۰	شماره کتاب شناسی ملی

عنوان کتاب:	عملیات روانی
نویسنده:	یعقوب یوسفوند
ویراستار و صفحه‌آرا:	آریا جوانمردی
طراح جلد:	سید نعیم محسنی
ناشر:	انتشارات دانشگاه افسری امام علی ^(ع)
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
قیمت:	۳۰۰۰۰ ریال
نوبت چاپ:	اول، ۱۳۹۷
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۷۹۲۲-۸۴-۲
صندوق پستی:	۱۳۱۷۸۹۳۴۷۱
تلفن:	۶۶۴۶۷۴۴۴
پست الکترونیک:	Imamali.nashr93@gmail.com

نشانی: تهران، خیابان امام خمینی^(ع)، روبه‌روی مجلس سابق، دانشگاه افسری امام علی^(ع)، معاونت پژوهش
کلیه حقوق برای دانشگاه افسری امام علی^(ع) محفوظ است.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۵.....	فصل اول: مفهوم‌شناسی عملیات روانی
۷.....	۱. سیر پیدایش اصطلاح عملیات روانی
۸.....	۲. تعریف جنگ روانی
۹.....	۳. عملیات روانی
۱۰.....	۴. مؤلفه‌های رفتاری مورد نظر در عملیات روانی
۱۲.....	۵. تعریف اصطلاحات مرتبط
۱۲.....	الف- جنگ سرد
۱۳.....	ب- بازدارندگی
۱۴.....	پ- جنگ تبلیغاتی
۱۴.....	ت- جنگ مجازی یا سایبری
۱۵.....	ث- جنگ رسانه‌ای
۱۶.....	ج- تهدید نرم
۱۷.....	ج- قدرت نرم
۱۸.....	ح- جنگ نرم یا تهاجم نرم
۲۱.....	۶. رابطه عملیات روانی و روانشناسی اجتماعی
۲۲.....	۷. رابطه عملیات روانی و سیاست
۲۶.....	۸. رابطه عملیات روانی و جامعه‌شناسی
۲۷.....	خلاصه فصل یکم
۲۸.....	سوالات فصل اول
۲۹.....	فصل دوم: تاریخچه مفهوم عملیات روانی و سیر تحول آن
۳۱.....	۱. نمونه‌های تاریخی از عملیات روانی
۳۳.....	۲. عملیات روانی در قرآن و صدر اسلام
۳۵.....	تلاوت آیات قرآن

شکجه اسلام آوردگان	۳۵
جریان مباحله و صداقت پیامبر	۳۶
جنگ احد	۳۷
فتح مکه	۳۸
۳. عملیات روانی در جنگ‌های جهانی اول و دوم	۳۹
۴. عملیات روانی در جنگ‌های بعد از جنگ جهانی دوم	۴۳
جنگ ویتنام	۴۳
جنگ اول خلیج فارس	۴۴
جنگ آمریکا و عراق	۴۵
۵. عملیات روانی در جنگ تحمیلی عراق علیه ج.ا. ایران	۴۶
الف - قبل از جنگ (از - رزی انقلاب تا شروع جنگ)	۴۶
ب- در حین جنگ	۴۷
۶. پیشینه عملیات روانی در تس - جمهوری اسلامی ایران	۵۲
۷. عملیات روانی در عصر کنونی	۵۳
خلاصه فصل دوم	۵۵
سوالات فصل دوم	۵۶
فصل سوم: اجزاء و انواع عملیات روانی	۵۷
۱. عناصر عملیات روانی	۵۸
الف- اهداف عملیات روانی در جامعه خودی	۶۰
ب- اهداف عملیات روانی در جامعه دشمن	۶۱
ج- اهداف عملیات روانی در جامعه دوست	۶۱
د- اهداف عملیات روانی در جامعه بی طرف	۶۲
۲. انواع عملیات روانی	۶۲
بسترهای اجرای عملیات روانی استراتژیکی	۶۴
بسترهای اجرای عملیات روانی تاکتیکی	۶۶
مراحل اجرای عملیات روانی تاکتیکی	۶۶
مرحله اول: سرخوردگی	۶۷
مرحله دوم: ایجاد ناامیدی	۶۷
مرحله سوم: جایگزین نمودن امیدهای جدید	۶۸

مرحله چهارم: کانالیزه کردن مصائب به سمت دولت دشمن.....	۶۹
بسترهای اجرای عملیات روانی تحکیمی.....	۷۱
عوامل مؤثر در اجرای عملیات روانی.....	۷۲
خلاصه فصل سوم.....	۷۶
سوالات فصل سوم.....	۷۷
فصل چهارم: تاکتیک‌ها و تکنیک‌های عملیات روانی.....	۷۸
تاکتیک‌ها و تکنیک‌های عملیات روانی.....	۸۰
۱. فیب.....	۸۰
۲. رشنگری.....	۸۳
۱.۱.۱. باب.....	۸۳
۴. تطبیع.....	۸۸
۵. تخدیر.....	۸۹
۶. تشجیع و تحریک.....	۹۰
۷. بلُف زدن.....	۹۱
۸. تاکتیک ایجاد تفرقه و اختلاف.....	۹۲
۹. تاکتیک طنز.....	۹۲
۱۰. تاکتیک استفاده از سمبل‌ها و نمادها.....	۹۲
۱۱. تاکتیک استفاده از تم و تم‌سازی (زمینه‌ری).....	۹۶
خلاصه فصل چهارم.....	۹۸
سوالات فصل چهارم.....	۹۹
فصل پنجم: شایعه و تبلیغات.....	۱۰۰
۱. شایعه.....	۱۰۱
الف- تعریف شایعه.....	۱۰۱
ب- شایعه از منظر قرآن.....	۱۰۳
پ - چگونگی شکل‌گیری شایعه.....	۱۰۴
ت- انواع شایعه.....	۱۰۶
شایعات خزنده.....	۱۰۷
شایعات آتشین.....	۱۰۸
شایعات غواص.....	۱۰۸

ث- فرآیند انتشار شایعه	۱۰۹
ج- افراد مرتبط با شایعه	۱۱۱
ح- انگیزه نقل شایعه	۱۱۱
خ- کاربرد شایعه	۱۱۲
د- مقابله با شایعه	۱۱۳
۲. تبلیغات	۱۱۶
الف- تعریف تبلیغات	۱۱۶
ب- انواع تبلیغات	۱۱۷
انواع تبلیغات بر اساس منبع	۱۱۸
تبلیغات بر اساس اثر و نتیجه	۱۱۹
تبلیغات از نظر اهمیت	۱۱۹
انواع تبلیغ بر اساس نوع فعالیت	۱۲۰
ج- عوامل مؤثر در تبلیغات	۱۲۱
د- عملیات ضدتبلیغات	۱۲۴
خلاصه فصل پنجم	۱۲۶
سوالات فصل پنجم	۱۲۷
فصل ششم: رسانه‌ها و ابزارهای عملیات روانی	۱۲۸
۱. انواع رسانه‌ها در عملیات روانی	۱۳۰
الف- طبقه‌بندی رسانه‌ها یا ابزارهای ارتباطی عملیات روانی بر اساس سرعت انتقال پیام ...	۱۳۰
ب- تقسیم‌بندی رسانه‌ها بر اساس سطح عملیات روانی	۱۳۰
اعلامیه	۱۳۱
الف - نقاط قوت و توانمندی‌های (مقدورات) اعلامیه	۱۳۱
ب- موانع و محدودیت‌های اعلامیه	۱۳۲
کتابهای داستان و رمان	۱۳۲
روزنامه	۱۳۴
تلویزیون	۱۳۷
رادیو	۱۳۸
فیلم و سینما	۱۳۹
ماهواره‌ها	۱۴۰

اینترنت.....	۱۴۱
شبکه‌های اجتماعی مجازی.....	۱۴۴
برخی از پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی مجازی.....	۱۴۵
فیس‌بوک.....	۱۴۵
توییتر.....	۱۴۵
گوگل پلاس.....	۱۴۵
یوتیوب.....	۱۴۶
اینستاگرام.....	۱۴۶
تایم رام.....	۱۴۶
استپ چت.....	۱۴۷
آپارات.....	۱۴۷
بازی‌های رایانه‌ای.....	۱۴۷
کارتون (انیمیشن).....	۱۵۰
۲. عوامل مؤثر بر انتخاب رسانه یا ابزارهای عملیات روانی.....	۱۵۰
سطوح عملیات روانی.....	۱۵۱
هدف عملیات روانی.....	۱۵۱
عوامل محیطی جامعه مخاطب.....	۱۵۲
ویژگی‌های فردی مخاطب.....	۱۵۳
۳. الگوهای تغییر رفتار در حوزه رسانه‌ها.....	۱۵۴
۱- برجسته سازی.....	۱۵۴
۲- اقناع.....	۱۵۴
۳- تصویرسازی.....	۱۵۵
خلاصه فصل ششم.....	۱۵۶
سوالات فصل ششم.....	۱۵۷
فصل هفتم: مقابله با عملیات روانی دشمن.....	۱۵۸
۱. تعریف عملیات ضد جنگ روانی.....	۱۶۱
۲. اهداف مقابله با عملیات روانی دشمن.....	۱۶۱
الف- مؤثر کردن فعالیت‌های روانی خودی.....	۱۶۱
ب- بی‌اثر کردن عملیات روانی دشمن.....	۱۶۱

ج-دلسرد کردن دشمن از اجرا یا تداوم عملیات روانی.....	۱۶۱
د- آسیب پذیر کردن دشمن در برابر عملیات روانی خودی	۱۶۲
۳. اصول و قواعد مقابله با عملیات روانی دشمن	۱۶۲
الف- نشانه گذاری موضوعات مورد نظر دشمن	۱۶۲
ب- حمله به نقاط ضعف	۱۶۲
ج- بی اعتبار ساختن دشمن	۱۶۳
د- تمسخر کردن دشمن	۱۶۳
۵. اقدامات کلی مقابله با عملیات روانی دشمن	۱۶۳
الف - اقدامات پیشگیرانه یا واکنش‌ناشیون	۱۶۳
۱- سیاست گذاری منطقی و عقلانی در عملیات روانی.....	۱۶۴
۲- پاسخگویی نام سبکی	۱۶۷
۳- تقویت بُعد اجتماعی و همای افراد	۱۶۹
۴- شناخت دشمن و ارزش و	۱۷۰
۵- اصلاح ضعف‌های فرهنگ عمومی	۱۷۰
۶- تقویت روحیه ملی	۱۷۲
۷- تقویت وحدت و همبستگی ملی	۱۷۲
۸- گفتن حقایق و شفاف سازی محیط	۱۷۳
۹- توجه به علم و دانش و پیشرفت علمی	۱۷۳
۱۰ - تقویت سواد رسانه‌ای	۱۷۴
ب- واکنش متقابل	۱۷۶
۶. وظایف کارکنان نیروهای مسلح در عرصه دفاع روانی	۱۷۸
الف- وظایف فرماندهان و رهبران نظامی	۱۷۹
ب- وظایف سربازان و عموم کارکنان نیروهای مسلح در عرصه دفاع روانی	۱۷۹
خلاصه فصل هفتم	۱۸۱
سوالات فصل هفتم	۱۸۲
منابع	۱۸۳

پیشگفتار مؤلف

مروری بر تاریخ زندگی بشر نشان می‌دهد که جنگ به عنوان یکی از عناصر پایدار جوامع بشری بوده است. بر این اساس، هیچ دوره‌ای از تاریخ را نمی‌توان یافت که عاری از جنگ و منازعه بوده باشد. «شاید به این دلیل است که به باور بسیاری از دانشمندان، صلح حالتی موقت دارد و حال آن که جنگ امری دائم و همیشگی است» (ازغندی، ۱۳۹۲: ۹).

جنگ را می‌توان به دو بعد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تقسیم نمود. در بعد سخت‌افزاری یا جنگ سخت، عنصر فیزیکی و خشونت حاکم است ولی در بعد نرم‌افزاری، عنصر روحی و روانی مطرح است. با مطالعه تاریخ جنگ‌های بشر به این نکته پی خواهیم برد که در جنگ‌های گذشته بعد سخت‌افزاری بر بعد نرم‌افزاری غالب بوده و نمود بیشتری داشته است؛ و همواره از عملیات روانی و اقدامات نرم‌افزاری در پشتیبانی از جنگ‌های سخت استفاده شده است که از آن با نام جنگ روانی نیز یاد نموده‌اند.

در جنگ جهانی اول، استفاده از عملیات روانی به عنوان ابزاری تعیین‌کننده، نتایج موفقیت‌آمیزی را برای به خصوص کشورهای متفق در پی داشت. این عامل باعث شد در جنگ جهانی دوم کشورهای درگیر، در استراتژی‌ها و طرح‌های عملیاتی و نظامی خود، طرح‌ها و عملیات‌های روانی را تلفیق نمایند و از آن به عنوان یکی از ملزومات اصلی جنگ یاد کنند. بعد از جنگ جهانی دوم نیز هیچ‌گاه سحنه رقابت‌های سیاسی و نظامی از عملیات روانی خالی نبوده است؛ بلکه روز به روز بر کاربرد آن در حوزه‌های مختلف افزوده شده است.

عملیات روانی دارای ابعادی وسیع و مخرب بوده و به واسطه تأثیرگذاری بر ذهن، فکر، عواطف و احساسات مخاطب، وی را به عمل یا خودداری از عملی ترغیب و تشویق نموده و قادر است بدون به کارگیری نیروی فیزیکی و تحمیل هزینه‌های گزاف، اهداف مجریان عملیات روانی را تأمین نماید. به همین سبب به عنوان یکی از کارآمدترین ابزار نرم قدرت محسوب می‌شوند.

از مهمترین اهداف عملیات روانی تغییر در باورها، افکار، ارزش‌ها و رفتار ملت‌ها و تسلط بر آنهاست. چرا که در نتیجه تسخیر باورها، افکار و اندیشه‌های افراد، تحقق اهداف پیش‌بینی شده آسان‌تر خواهد بود. بنابراین از این منظر، اهمیت عملیات روانی نمایان می‌شود. امروزه عامل روانی و یا عملیات روانی در سطوح عالی نظام‌های سیاسی و در عرصه روابط

بین‌الملل، در کنار دیگر عوامل سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی مورد توجه قرار گرفته و در تدوین سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌ها به این عنصر اثرگذار توجه ویژه‌ای می‌شود. تلاش بی‌وقفه قدرت‌های استکباری و استعماری جهان از طریق قدرت رسانه‌ای و تبلیغاتی خود، در جهت استفاده بهینه از این سلاح کارآمد علیه دیگر کشورها، نشان‌دهنده اثرگذاری و مهم بودن عملیات روانی در تحقق سیاست‌ها، اهداف و منافع‌شان است.

نمونه‌های بسیاری از به کارگیری این سلاح کارآمد در طول تاریخ وجود دارد که قابل بیان و ارائه است. اما آنچه مسلم است، این است که عملیات روانی پیشینه‌ای به قدمت تاریخ بشر دارد و همواره به مرازات جنگ‌های سخت، با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی مختلف و همچنین از طریق تاکتیک‌ها و تکنیک‌های متفاوت، از عملیات روانی در جهت تسخیر افکار و اذهان مخاطبان و رادار نم‌ن آنها به رفتارهای مطابق با اهداف مجریان عملیات روانی، استفاده شده است.

در عصر حاضر، پیشرفت‌های حاصله در علم ارتباطات و کشف ابزارهای نوین ارتباطی، تحولات عظیمی در حوزه ارتباطات و تعاملات انسانی به وجود آورده است. به طوری‌که عرصه فعالیت‌های روانی را نیز دچار تحولاتی نموده و ظرافت و پیچیدگی‌های خاصی در این حوزه ایجاد کرده است. ظهور این ابزارها، منجر به ارتباطی باعث شده که کشورها در عرصه بین‌الملل برای تحقق اهداف و منافع خود، از جنگ و رگیری‌های سخت و خشن پرهیز نمایند و به سمت عملیات روانی و جنگ نرم گرایش پیدا کنند و فعالیت‌های روانی و اقدامات نرم را در اولویت برنامه‌ها و استراتژی‌های خود قرار دهند؛ چرا که هزینه‌های جنگ سخت بیشتر از هزینه‌های عملیات روانی و جنگ نرم است. ولی در عوض، آثار و نتایج عملیات روانی و جنگ نرم مخرب‌تر و وسیع‌تر از جنگ سخت است. به این دلیل است که استراتژی عملیات روانی و جنگ نرم در اولویت برنامه‌ها و سیاست‌های قدرت‌های استکباری و صاحبان زر و زور قرار گرفته است. شکی نیست که غفلت از تهاجم‌های روانی و نرم دشمن، صدمات و خسارات جبران‌ناپذیری را به دنبال دارد و موجودیت نظام‌های سیاسی را تهدید می‌نماید.

در این کتاب تلاش شده است تا با واکاوی و تشریح مفهوم عملیات روانی و مفاهیم مرتبط با این حوزه، تاکتیک‌ها و تکنیک‌های عملیات روانی، ابزارهای ارتباطی در این عرصه و نحوه مقابله با عملیات روانی دشمن، درک درستی از عملیات روانی به خواننده القاء شود تا بتواند

با آگاهی لازم نه تنها در مقابل تهاجم‌های روانی و نرم از خود محافظت نماید، بلکه خود به مقابله با عملیات روانی دشمن به پا خیزد.

کتاب حاضر در هفت فصل ساماندهی و نگارش شده است. در فصل اول، به تبیین مفهوم عملیات روانی، پرداخته شده است. در این فصل با ارائه تعریفی از مفاهیمی همچون جنگ روانی، جنگ سرد، جنگ تبلیغاتی، جنگ رسانه‌ای، جنگ سایبری، تهدید نرم و جنگ نرم، سعی شده است که به وجه تفاوت این مفاهیم با مفهوم عملیات روانی اشاره شود. در پایان فصل، رابطه عملیات روانی با روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی مورد بررسی قرار می‌گیرد. علاوه بر این، با توجه به اینکه امروزه در تصمیم‌گیری‌های سطوح عالی نظام‌های سیاسی و جهت‌گیری‌های سیاسی آنان، عامل روانی مورد توجه است، به رابطه بین عملیات روانی و سیاست نیز پرداخته شده است.

در فصل دوم، پیشینه عملیات روانی در ادوار مختلف تاریخی، در صدر اسلام و از منظر قرآن، در دوره‌ی جنگ‌های اول، دوم، چپانی، در جنگ تحمیلی عراق علیه ج.ا. ایران و در عصر جدید مورد بررسی قرار گرفته و با ارائه نمونه‌هایی از به کارگیری اقدامات روانی در جنگ‌ها و در روابط انسانی، در راستای فهم بهتر مفهوم عملیات روانی تلاش شده است. در فصل سوم، عناصر و انواع عملیات روانی که در اجرای موفقیت‌آمیز فعالیت‌های روانی بسیار مؤثر است، تشریح می‌شود.

فصل چهارم و پنجم، از تاکتیک‌ها و تکنیک‌های عملیات روانی بحث می‌کنند. در ابتدا به منظور فهم بهتر اصطلاح تاکتیک و تکنیک، نخست شرحی بر مفهوم راهبرد (استراتژی) گفته می‌شود و سپس مفهوم تاکتیک و تکنیک تشریح می‌شود. در ادامه نیز برخی از تاکتیک‌های رایج در عملیات روانی همچون فریب، روشنگری، ارعاب، تشویع، تخدیر، تشویع و تحریک، بلف زدن، شایعه، تبلیغات و تیم مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

فصل ششم به معرفی اجمالی ابزارها یا رسانه‌هایی که در عملیات روانی مورد استفاده قرار می‌گیرد، می‌پردازد. در این فصل با برشمردن برخی از ابزارهای کارآمد و اثرگذار اعم از اعلامیه، روزنامه، داستان کوتاه و رمان، فیلم و سینما، تلویزیون، رادیو، ماهواره‌ها، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی، بازی‌های رایانه‌ای و کارتون (انیمیشن)، به بررسی نقش و کارکردهای آنها در حوزه عملیات روانی پرداخته شده است.

سرانجام در فصل هفتم، به چگونگی مقابله با عملیات روانی دشمن، فرآیند سیاست‌گذاری

و اقدامات پیشگیرانه در این حوزه اشاره شده است.

در پایان، ضمن سپاس به درگاه خداوند یکتا که به نویسنده توفیق نگارش این نوشتار را عنایت فرمود؛ امید است این کتاب بتواند راهگشا و پاسخگوی نیازهای آموزشی و پژوهشی علاقه‌مندان به مطالعه و پژوهش در عرصه عملیات روانی و حوزه جنگ نرم باشد و دانش و درکی صحیح از عملیات روانی به خواننده محترم انتقال دهد. لازم است یادآور شوم که کتاب حاضر خالی از اشکال نبوده و از همه فرهیختگان، اساتید، پژوهشگران و خوانندگان محترم تقاضا دارم با ارائه نظرات، رهنمودها و پیشنهادهای خود در جهت بهبود مطالب و غنی‌تر کردن کتاب در چاپ‌های بعدی، ما را یاری فرمایند. بیش‌تر از همه عزیزان تشکر و قدردانی می‌کنم.

«توفیق دهنده خداست»

یعقوب یوسفوند

۱۳۹۷