

۲۰۸۲۹۴۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

عملیات روانی از نظریه تا عمل

با تأکید بر عملیات روانی آمریکا
در جنگ دوم خلیج فارس

رئوف پیشدار

پیشدار، رنوف ۱۳۳۵ -	سرشناسه
عملیات روانی از نظریه تا عمل: با تاکید بر عملیات روانی آمریکا در جنگ دوم خلیج فارس / رنوف پیشدار.	عنوان و نام پدیدآور
تهران : هوشمند تدبیر، ۱۳۹۸.	مشخصات نشر
۱۸۲ ص.	مشخصات ظاهری
978-600-418-238-6 :	شابک
فیپا :	وضعیت فهرست نویسی
جنگ روانی - ایالات متحده - تاریخ - قرن ۲۰ م.	موضوع
Psychological warfare -- United states -- History -- 20st century :	موضوع
رسانه‌های گروهی و جنگ - خاورمیانه	موضوع
Mass media and war -- Middle East :	موضوع
جنگ نرم - ایالات متحده	موضوع
Soft war -- United States# :	موضوع
عراق - تاریخ - حمله ایالات متحده، ۲۰۰۳ - ۲۰۱۱ م.	موضوع
Iraq War, 2003 - 2011 :	موضوع
عراق - تاریخ - حمله ایالات متحده، ۲۰۰۳ - ۲۰۱۱ م. - رسانه‌های گروهی و جنگ	موضوع
Iraq War, 2003 - 2011 -- Mass media and the war :	موضوع
خاورمیانه - تاریخ - قرن ۲۰ م. - دخالت خارجی	موضوع
Middle East -- History-- 20th century-- Participation, Foreign :	موضوع
ایالات متحده - سیاست و حکومت - قرن ۲۰ م.	موضوع
United States -- Politics and government -- 20th century :	موضوع
ایالات متحده - روابط خارجی - ایران	موضوع
United States -- Foreign relations -- Iran :	موضوع
ایران - روابط خارجی - ایالات متحده	موضوع
United States -- Iran -- Foreign relations :	موضوع
۲۷۶UB :	رده بندی کنگره
۳۴۳۴۰۹۷۳۳۵۵ :	رده بندی دیویی
۶۰۴۸۶۳۵ :	شماره کتابشناسی ملی

نام کتاب:

عملیات روانی از نظریه تا عمل (با تاکید بر عملیات روانی آمریکا در جنگ دوم خلیج فارس)

رنوف پیشدار	مؤلف
هوشمند تدبیر	ناشر
محمد قجر	مدیرمسئول
فهیمة حسنوی	مدیر اجرایی
علیرضا احمدی	صفحه آرای و طراحی جلد
بهار ۱۴۰۱	نوبت چاپ
۱۰۰ نسخه	تیراژ
۱۲۰۰۰۰ ریال	قیمت
۹۷۸-۶۰۰-۴۱۸-۲۳۸-۶	شابک



انتشارات هوشمند تدبیر

سخن ناشر

انتشارات هوشمند تدبیر در راستای دستیابی به اهداف آموزشی، پژوهشی و پرورشی خود در تمامی حوزه‌های علوم مخصوصاً علوم مدیریت، کسب و کار، ادبیات، اقتصاد، حقوق و ... به همت عزیز فرهیخته جناب آقای رئوف پیشدار که سال‌های زیادی در راه توسعه‌ی علوم در کشور عزیزمان کوشش کرده‌اند، اقدام به چاپ و نشر این کتاب نموده است.

مباحث مطروحه در کتاب با نظمی بی‌نظیر و جذابیتی چشمگیر موضوع عملیات روانی از نظریه تا عمل را به مخاطب عرضه می‌کند.

امید آنکه نشر این کتاب گامی باشد هرچند کوچک در راه اعتلای مفاهیم علمی و آموزشی مثمر ثمر در کشور عزیزمان.

سر بلند و پیروز باشید

محمد قجر

انتشارات هوشمند تدبیر

www.ketab.ir

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه.....	۹
فصل اول: کلیات.....	۱۵
چرا عملیات روانی.....	۱۷
جنگ رسانه‌ای و فضا سازی رسانه‌ای.....	۱۹
جنگ روانی - عملیات روانی.....	۲۰
فصل دوم: عملیات روانی.....	۲۵
عملیات روانی از نظریه تا عمل.....	۲۵
شناخت مخاطب.....	۲۶
زمان.....	۲۷
گفتمان.....	۲۸
ظهور و سقوط یک ساختار.....	۳۵
نتیجه‌گیری این بحث.....	۴۰
رسانه‌ها و عملیات روانی.....	۴۲
رسانه و تأثیر آن در تعاملات بین المللی.....	۴۶
نتیجه‌گیری.....	۵۸
فصل سوم: استراتژی آمریکا در جنگ‌های رسانه‌ای.....	۵۹
اسلام و غرب.....	۶۳
نگرش آمریکا به جهان.....	۶۶
اینترنت.....	۷۳

۷۴.....افق آینده. رسانه‌های خبری چگونه با یکدیگر هماهنگ می‌شوند؟
تجزیه و تحلیل عملیات روانی در جنگ دوم خلیج فارس و کاربرد آن برای جنگ‌های
آینده ۷۶

۸۵.....فصل چهارم: روش‌های فریب رسانه‌ای.....

۸۶.....حذف و پنهان کاری
۸۷.....دروغ گویی، صریح و تکراری
۸۸.....انگ زدن
۸۸.....عصر ضد اطلاعات
۹۱.....استفاده بهینه از عملیات روانی به منزله ی یک ابزار استراتژیک
۹۵.....طرح‌ریزی عملیات روانی برای جنگ
۱۰۱.....تحلیل عملیات روانی در جنگ و پیامدهای استراتژیک
۱۱۰.....دروغ‌های جنگ، بخش جدایی‌ناپذیر جنگ روانی قدرتهای بزرگ
۱۱۰.....حادثه کشتار نوزادان نارس در جنگ خلیج فارس
۱۱۱.....خرید اورانیوم
۱۱۱.....دروغ بلر
۱۱۱.....دروغ بوش
۱۱۱.....دروغ القاعده

۱۱۳.....فصل پنجم: نتیجه گیری.....

۱۱۷.....پیشنهادهای
۱۱۹.....منابع
۱۲۱.....پیوستها

مقدمه

به باور عموم صاحب نظران و خبرگان علم ارتباطات، جنگ دوم خلیج فارس میان آمریکا و رژیم بعثی عراق در دوره های معاصر یکی از جبهه های بسیار گسترده و متنوع عملیات روانی آمریکا روی جامعه هدف بود. صاحب نظران بر این باورند که آمریکا پیش از آنکه در جبهه نبرد متعارف نظام بعثی عراق را از هم بپاشد، در منظر افکار عمومی داخل و خارج از این کشور بود که رژیم صدام حسین را متلاشی کرد. آمریکا برای این منظور، تدابیر و عملیات بسیار گسترده ای را به اجرا گذاشت و در آن از همه ی امکانات رسانه های این کشور استفاده برد و حتی توانست رسانه های بسیاری از کشورها از جمله کشورهای منطقه خلیج فارس را در عملیات روانی خود علیه رژیم صدام حسین همراه سازد.

این تحقیق به عملیات روانی آمریکا بر روی مردم عراق، منطقه و جهان به قصد برانگیختن احساسات آنها علیه رژیم بعثی عراق در کف و در سقف همراه ساختن آن با سیاستهای آمریکا از نگاهی نو و بیشتر از منظر دانشگاهی می پردازد و در انتها چند نوشته نویسنده در همین حوزه که در سالهای اخیر در نشریات کشور انتشار یافته، آورده شده است.

در حوزه ارتباطات این یک واقعیت بدون تردید است که دنیای امروز عرصه جنگ بین رسانه هاست. رسانه کارکردی دوسویه دارد ولی عملاً رسانه های امروزی در خدمت نظام سلطه هستند. رسانه در حوزه های مختلف، کارکرد متفاوت دارد با استفاده از رسانه ها می توان در جامعه انگیزه و حرکت ایجاد کرد و یا فرهنگ عمومی را پایه ریزی و گسترش داد

و همینطور افکار عمومی را در رابطه با موضوع خاصی تبیین کرد. رسانه می‌تواند ارتباط دوسویه را بین افراد یک جامعه و حتی جامعه جهانی برقرار کند گرچه قدرتهای استکباری از رسانه برای گسترش نفوذ خود در جامعه جهانی استفاده می‌کنند.

آمریکا قبل از حمله به عراق با استفاده از رسانه‌هایی که در اختیار دارد، افکار عمومی را نسبت به لشکر کشی به عراق اقناع کرد و برای جلوگیری از دستیابی جمهوری اسلامی ایران به انرژی صلح آمیز از رسانه‌های غربی برای ایجاد ترس کاذب از خطر کاذب ایران در افکار عمومی جهانی استفاده کرد. رژیم صهیونیستی با اینکه به گواه تاریخ، کشور فلسطین را با توسل به خشونت و اعمال تروریستی تصاحب کرده و مردم آن دیار را آواره کشورهای همسایه کرده است، با استفاده از رسانه‌های نظام سلطه برای خودش مشروعیت ایجاد کرده است تا جاییکه مردم کشورهای غربی اسرائیل را در کشتار مردم فلسطین محق می‌دانند.

اینها نمونه‌هایی از قدرت رسانه‌هاست. متأسفانه امروز اکثر رسانه‌های مطرح و قدرتمند دنیا در اختیار نظام سلطه و در راستای اهداف غیرانسانی آنان قرار دارد ولی رسانه همانند شمشیر دولبه است و کشورهای هدف هم می‌توانند از آن برای مقابله با توطئه‌های نظام سلطه بهره ببرند، گرچه رسانه‌های نظام سلطه به پیشرفته‌ترین ابزار روز جهان مجهز هستند ولی در دهه‌های اخیر کشورها و ملت‌های دیگر هم توانستند با استفاده از رسانه‌های خود در برابر رسانه‌های نظام سلطه عرض اندام کنند.

ظهور برخی رسانه‌های منطقه‌ای پس از جنگ اول خلیج فارس (۱۳۷۰) همانند شبکه الجزیره، العربیه، المنار، العالم و... در این راستا قابل بررسی است. افزون بر بهره‌گیری نظام سلطه از رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری پیشین، اکنون نیز با توجه به تحولات عظیم در بهره‌گیری از ماهواره‌ها، اینترنت، فرستنده‌های پرتابل، مینیاتوری، ریزپردازها، فیبر نوری و ده‌ها فناوری برتر رسانه‌ای با تجهیزات و ابزارها که در دست سرمداران نظام سلطه است، در جهت تحمیل اراده خود بر ملت‌ها مورد استفاده قرار می‌دهد. قدرت‌ها بیشترین استفاده از رسانه‌ها را در جنگ می‌برند. با نگاهی به عملکرد آمریکا در جنگ‌های ویتنام، بالکان، کرائیب، افغانستان و دو جنگ علیه عراق صدام

حسین موسوم به جنگ اول و جنگ دوم خلیج فارس و همچنین اقدامات روانی و رسانه‌ای‌اش علیه انقلاب اسلامی، می‌توان به اهداف آن پی برد.

همانطور که اشاره رفت، استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها اعم از رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری با استفاده از شیوه‌های جنگ روانی، به منظور کسب منافع را جنگ رسانه‌ای می‌گویند. آنچه مسلم است جنگ رسانه‌ای از برجسته‌ترین مولفه‌های جنگ نرم و جنگ‌های مدرن در جهان کنونی محسوب می‌شود. جنگ نرم به مثابه راهبرد و استراتژی انتخابی نظام سلطه برای تسلط بر افکار و اراده ملت‌ها تدوین و طراحی شده است. اما بیشترین کاربرد جنگ رسانه‌ها در هنگامه نبردهای نظامی شدت یافته و می‌یابد، البته این به آن معنا نیست که این کاربرد از اهمیت رسانه‌ها در دیگر زمان‌ها می‌کاهد، بلکه می‌توان گفت آن جنگی است که در شرایط صلح و نه صلح و جنگ نیز بین قدرت‌ها و دولت‌ها به صورت غیررسمی مورد استفاده قرار می‌گیرد. آنجا که قدرت‌ها توان به میدان آوردن نیروی نظامی را ندارند و یا جامعه آنان قادر به تحمل تلفات انسانی نیست، به جنگ رسانه‌ای روی می‌آورند و از این ابزار بهره‌برداری می‌کنند. جنگ رسانه‌ای از جمله جنگ‌های بدون خون‌ریزی و جنگ آرام محسوب می‌شود. با توجه به اینکه در جنگ رسانه‌ای خشونت‌آمیزی انجام نمی‌شود، وقوع آن برای مردم نامحسوس است از طرفی بسیج عمومی هم در آن کاربرد ندارد و به اصطلاح جنگ رسانه جنگ بین نخبگان است فلذا میزان تخریب زیاد است تا حدی که شهروندان عادی کشور هدف، متوجه حجم سنگین این جنگ بر فضای روحی و روانی خود و اطرفیان شان نمی‌شوند. قدرت نفوذ سردمداران این جنگ و قدرت تاثیرگذاری و نفوذ آن به گونه‌ای است که در سطوح جامعه اعم از شهر و روستا گسترش می‌یابد. در این جنگ، ملت‌ها و مردم با خواست و اراده خود و قبول هزینه در معرض حمله قرار می‌گیرند. در این جنگ طرف متخاصم کنترل افکار عمومی را در اختیار می‌گیرد.

در جنگ رسانه‌ای از روش‌ها و تاکتیک‌های مختلفی متناسب با شرایط و جغرافیای عمومی (جغرافیای جنگ روانی) استفاده می‌شود. بعضاً با بمباران اطلاعات و یا ارائه اطلاعات

نادرست و یا مشابه سازی و... گروه هدف را مجبور می‌کنند تا منافع مهاجم را بر منافع ملی ترجیح دهند. همه تاکتیک‌های جنگ رسانه‌ای بر پایه ایجاد ترس در مخاطب استوار است. تا مخاطب نترسد نمی‌توان در رفتارش تغییری ایجاد کرد.

رسانه در یک دید کلی از ابزارهای جنگ روانی است و همان اهداف جنگ روانی را هم دنبال می‌کند یعنی هدف جنگ رسانه‌ای تغییر رفتار در دولت‌ها و ملت‌هاست تا بدینوسیله کشور مهاجم اراده خود را بر گروه هدف تحمیل کند و اولین هدف ملت‌ها هستند چرا که ملت‌ها در خط مقدم مبارزه با هر مهاجمی قرار دارند و از طرفی دولت‌ها هم به اتکای ملتشان می‌توانند در برابر بیگانگان ایستادگی کنند.

این جنگ به دو شیوه کلی اعمال می‌شود. در شیوه اول دولت مردان با استفاده از رسانه‌ها تحت فشار قرار می‌گیرند تا در آنان ترس ایجاد شده و مجبور شوند در برابر متخاصم عقب نشینی کنند و در نهایت به آنان باج دهند و در شیوه دوم ملت‌ها را بر علیه دولتشان می‌شورانند و دولت در اثر فشار افکار عمومی تغییر رفتار داده و غیر مستقیم خواسته‌های بیگانگان را برآورده می‌کند.

پیچیدگی‌های جوامع عصر حاضر و نقش غیرقابل انکار رسانه‌ها در شکل دهی افکار عمومی باعث شده تا از این ابزار در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و نظامی بیشتر از گذشته استفاده شود. کارکرد رسانه‌ها در تصمیم‌گیری‌های روزمره زندگی برای مردم هم سودمند و هم زیان‌آور است، زیرا رسانه‌های گروهی همچون تیغ دو دم هستند که می‌توانند پیوستگی و همگنی پدید آورند، قادر به وسعت بخشیدن و ژرف‌تر ساختن شکاف‌های اجتماعی هستند و هم می‌توانند بشارت‌دهنده توسعه باشند و هم بذر ایدئولوژی ضد توسعه را در فضای جامعه بپراکنند. آنها حس امنیت کاذبی را القاء می‌نمایند، ذهن‌ها را از مسائل عینی دور می‌سازد ضمن اینکه می‌توانند به ایجاد شور و شوق، حیات و بالندگی در یکایک اعضای جامعه که یکی از کارکردهای مثبت رسانه‌های جمعی است با انتقال و بیان واقعیت‌های جامعه و روشننگری در عرصه تهدیدات منافع ملی و نه گروهی و شخصی تحقق بخشند.