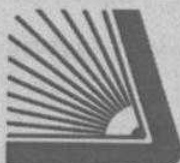


۱۵۰۶۹۸۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ روایت سطر و ن

مقدمه ای بر عملیات روانی

مجتبی نیک رهی
ملک علی اسدی فرد



انتشارات نظری

سروشنامه : نیک رهی ، مجتبی / ۱۳۶۵
عنوان و نام پدیدآور : مقدمه ای بر عملیات روانی / مجتبی نیک رهی - ملک علی اسدی فرد
مشخصات نشر : تهران : انتشارات نظری ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری : ۳۶۰ ص
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۲۸۹-۶۹۹-۵
وضعیت فهرست نویسی : فیا
یادداشت : کتابنامه

موضوع : خمینی روح الله، رهبر انقلاب و بنیان گذار جمهوری اسلامی ایران- ۱۳۶۹ ، ۱۳۶۸
موضوع : دیدگاه درباره جنگ روانی- خامنه ای، علی- رهبر جمهوری اسلامی ایران- ۱۳۱۸
موضوع : جنگ روانی- جنگ نرم- رسانه های گروهی- جنبه های سیاسی- تبلیغات آمریکایی
شناسه افزوده : اسدی فرد - ملک علی
رده بندی کنگره : ۱۳۹۶ ۷۴۷ / UB۲۷۵
رده بندی دیویی : ۳۵۵/۳۴۳۴
شماره کتابشناسی ملی : ۴۷۳۱۶۸۶

نام کتاب : مقدمه ای بر عملیات روانی

نویسنده : مجتبی نیک رهی - ملک علی اسدی فرد

ویراستار : مریم غفری

نوبت چاپ : اول ۱۳۹۰

شمارگان : ۱۰۰۰

« کلیه حقوق مادی ، چاپ و نشر مخصوص ناشر می باشد »

دفتر مرکزی : تهران، خیابان ولی عصر (عج) ، خیابان سعد - خیابان الدین
اسدآبادی (یوسف آباد) ، نبش خیابان فتحی شقاقی، جنب بانک کشاورزی

پلاک ۳۲، طبقه ۲، واحد ۱۷

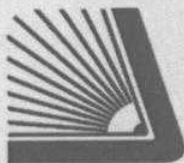
info@nashrenazari.com

www.nashrenazari.com

تلفن : ۸۸۱۰۲۷۷۵

همراه : ۰۹۱۹۰۱۲۹۴۵۵

قیمت : ۲۲۰۰۰۰ ریال



انتشارات نظری

فهرست مطالب

۵	مقدمه
۹	فصل اول: تاریخچه ی عملیات روانی
۹	گفتار اول: عملیات روانی از منظر قرآن و در صدر اسلام
۲۱	گفتار دوم: عملیات روانی یهود در مبارزه با اسلام
۲۸	فصل دوم: عملیات روانی از منظر امام خمینی(ره) و مقام معظم رهبری
۲۹	گفتار اول: نقش مطبوعات و رسانه‌ها در عملیات روانی از دیدگاه امام خمینی(ره)
۳۵	گفتار دوم: رهنمودهای مقام معظم رهبری در خصوص عملیات روانی
۴۵	فصل سوم: عملیات روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران
۴۵	گفتار اول: علت تبدیل غرب با جمهوری اسلامی ایران
۵۱	گفتار دوم: عملیات روانی سازمان سیا
۵۷	گفتار سوم: ایران هراسی
۶۵	گفتار چهارم: تاکتیک های تبلیغاتی و عملیات روانی آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران
۸۵	گفتار پنجم: جنگ رسانه‌ای آمریکا علیه جمهوری اسلامی ایران
۹۳	فصل چهارم: راهبرد عملیات روانی ایالات متحده آمریکا
۹۳	گفتار اول: مشخصه راهبرد روانی جدید
۹۷	گفتار دوم: دیپلماسی رسانه ای بازوی آمریکا در عملیات روانی
۱۰۱	گفتار سوم: نمونه های از عملیات روانی استفاده شده توسط آمریکا در جنگ های عراق و افغانستان
۱۱۵	گفتار چهارم: واکاوی عملیات روانی در فضای مجازی علیه جمهوری اسلامی ایران
۱۱۹	گفتار پنجم: اصول و روش های مقابله با عملیات روانی دشمن از دیدگاه سید شکر، دکتر سید یحیی صفوی
۱۲۳	فصل پنجم: دیپلماسی رسانه ای و عملیات روانی
۱۳۱	گفتار اول: تعاریف
۱۴۷	گفتار دوم: ابزارهای دیپلماسی رسانه ای
۱۵۳	گفتار سوم: ابزارهای عملیات روانی
۱۵۷	گفتار چهارم: دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی
۱۶۷	گفتار پنجم: ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی و شیوه‌های مقابله با آن
۱۷۳	گفتار ششم: شیوه‌های مقابله با دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی
۱۸۱	فصل ششم: عملیات روانی
۱۸۱	گفتار اول: سه رهیافت نظری درخصوص ماهیت عملیات روانی
۲۱۹	گفتار دوم: تقسیم بندی عملیات روانی

۲۲۵	گفتار سوم: تبلیغات سیاه
۲۳۳	گفتار چهارم: عملیات روانی و نقش آن در مأموریت‌های نظامی
۲۳۷	گفتار پنجم: روش‌های دشمن در عملیات روانی
۲۴۵	گفتار ششم: عملیات روانی در جنگ و صلح
۲۵۱	فصل هفتم: جنگ روانی و عملیات روانی
۲۵۱	گفتار اول: تاریخچه جنگ روانی
۲۵۹	گفتار دوم: جنگ روانی و چگونگی شکل‌دهی افکار عمومی
۲۶۷	گفتار سوم: انواع جنگ روانی
۲۷۱	گفتار چهارم: استراتژی جنگ‌های روانی
۲۸۳	گفتار پنجم: انواع تبلیغات براساس محدوده تحت پوشش
۲۸۹	گفتار ششم: روش‌های جنگ روانی به صورت مختصر
۲۹۳	گفتار هفتم: انواع شگردهای جنگ روانی
۳۰۳	گفتار هشتم: راه‌های مقابله با جنگ روانی
۳۰۷	فصل هشتم: جنگ روانی رسانه‌ها
۳۱۱	گفتار اول: کارکردهای سیاسی رسانه‌ها
۳۱۷	گفتار دوم: اهداف اجرایی از جنگ نرم رسانه‌ای
۳۲۳	گفتار سوم: اهداف و کارکردهای و عاملان جنگ رسانه‌ای
۳۲۹	گفتار چهارم: ویژگی‌ها و فنون جنگ رسانه‌ای
۳۳۵	گفتار پنجم: رسانه از دیدگاه مقام معظم رهبری
۳۴۵	فهرست منابع

مقدمه

با پیشرفت فناوری ارتباطات و از بین رفتن فاصله‌های مکانی، جهانی به وجود آمده است که دارای مشخصات، ملاکها و معیارهای متفاوتی نسبت به دوران گذشته است. در جهان کنونی، یک روابط بین کشورها همچون گذشته نیست که تنها دولتها و حاکمیتها از یکدیگر تأثیر بپذیرند بلکه در عرصه جدید، علاوه بر دولتها، افکار عمومی کشورها یا به تعبیر بهتر افکار عمومی جهانی نیز به عنوان یک عامل تأثیرگذار شناخته شده و در برنامه‌ریزیهای روابط بین‌الملل منظر می‌گردد. بنابراین در عصر کنونی، روابط بین کشورها را تنها حاکمیتها تعیین نمی‌دند، بلکه دولتها، افکار عمومی و فناوریهای اطلاعاتی - ارتباطی در مجموع معادلات روابط بین‌الملل را می‌سازند.

در نتیجه تحولات فوق، عملیات روانی بین کشورها نیز نسبت به گذشته کاملاً تغییر کرده است. پیش از بروز چنین تحولاتی عملیات روانی غرب با بین حاکمیتها جریان داشت و اگر شهروندان نیز در محاسبات منظور می‌شدند، تنها شهرزبانان کشور هدف را شامل می‌شد. اما امروز عملیات روانی تنها به دو کشور درگیر محدود نمی‌شود؛ بلکه همه دولتها، افکار عمومی جهانی و حتی سازمانهای بین‌المللی، در محاسبات عملیات روانی لحاظ می‌شوند. ملاحظات و محاسبات فوق از چنان اهمیتی برخوردار شده است که حتی اگر کشوری در مقام دفاع بخواهد مقاومت کرده و از ضد عملیات روانی بهره‌گیری نیز ملزم به رعایت آنها خواهد بود.

در این راستا، کشورها برای شرکت در عملیات روانی یا مقابله با آن به بهره‌گیری از ابزارهای جدید یا همان فناوری ارتباطی - اطلاعاتی نیازمند هستند. بدیهی است

کارگزاران عملیات روانی، به نسبت اشراف خود به ابزارهای نوین خواهند توانست از این فناوری در جهت دستیابی به اهداف خود سود جویند.

امروزه روابط بین کشورها (در ترکیب جدید توصیف شده) با عنوان دیپلماسی عمومی و اختصاصاً در حوزه فناوریهای ارتباطی با عنوان دیپلماسی رسانه‌ای تعریف می‌شود، لذا کارگزاران عملیات روانی برای اینکه بتوانند از همه عوامل پیش گفته، بهره بگیرند، باید به ابزار دیپلماسی مجهز شوند. ترمینولوژی، عملیاتی‌سازی آنها و در نهایت شیوه‌های مقابله با این تمهید جدید در زیر بررسی می‌شود.

امروزه نقش رسانه‌ها، نقشی فراتر از اطلاع رسانی صرف است. هم اینک رسانه‌ها ابعاد امنیتی جدیدی در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد کرده‌اند و بسیاری از مفروضات و اصول پیشین را در ساختار روابط و حقوق بین‌الملل به چالش طلبیده‌اند. رسانه‌های امروز به عنوان مکمل نیروی نظامی و تهدید کننده امنیت در سطوح مختلف آن اعم از فردی، ملی، بین‌المللی و جهانی به شمار می‌روند.

رسانه‌ها علاوه بر تأثیرگذاری بر افکار عمومی و مهارت دهی به آنها، بر حکومت‌ها نیز تأثیر بسیاری برجا می‌گذارند، به گونه‌ای که امروزه از آنها با عنوان رکن چهارم دموکراسی یاد می‌کنند. در کنار توده‌ها، احزاب سیاسی و نظام‌های انتخاباتی، رسانه‌ها نیز یکی از ارکان نظام‌های توسعه یافته سیاسی محسوب می‌شوند. یکی از کارکردهای رسانه‌ها در عرصه سیاسی، وا داشتن حکومت و مسئولان به پاسخگویی است. در این فرایند رسانه‌ها همچون وجدان جمعی ناظر بر اعمال نظام سیاسی از طریق فرایند اطلاع رسانی و شفاف سازی، مانع از هر گونه پنهان کاری شده و حکومت را در معرض قضاوت افکار عمومی قرار می‌دهند.

رسانه‌ها در کنار دیگر نهادهای سازنده طرز تفکر جامعه نقش عمده ای ایفا می‌کنند. رسانه‌ها افکار، عقاید و نگرش‌های جدید را در میان افراد جامعه منتشر می‌کنند و با تأکید بر برخی نگرش‌ها، جنبه‌های مثبت یا منفی، آن را آشکار می‌سازند. رسانه‌ها از طریق ارائه درست و یا نادرست مطالب، باعث جهت گیری افراد می‌شوند و به نوعی،

قادرند یک طرز تفکر عمومی در جامعه ایجاد کنند. به دلیل ارائه پیام از طریق رسانه ها، افراد عقیده فردی خود را در مقابل عقیده اجتماعی (رسانه) می بینند و در بسیاری موارد در جهت پیام رسانه تغییر عقیده می دهند. به عبارت دیگر رسانه ها در عصر حاضر، اقتدار اغوا کننده و متقاعد کننده را جایگزین اقتدار از طریق زور کرده اند.

جنگ روانی در قالبهای فراوانی اجرایی می شود که یکی از آنها که بیشتر در جوامع ظهور می کند جنگ نرم است. جنگ نرم در مفهوم نوین آن با ویژگی هایی از جمله نرم افزار گرایی، ذهنیت سازی، تهی سازی از درون، تغییر هویت فرهنگی، تغییر الگوهای رفتاری همراه با الگو سازی رفتاری، ایجاد تردید در مبانی و زیرساخت های فکری یک نظام سیاسی، زمینه سازی برای ایجاد بحران های پنج گانه سیاسی - هویت، مقبولیت، مشارکت، نفوذ و توبع - را شامل می شود. «در جنگ نرم، لاقل در مراحل اولیه جنگ، هیچ منازعه فیزیکی و سختی صورت نمی گیرد. جنگ نرم از سنخ جنگ فرهنگی است. ابزار و ادوات جنگی در این نوع جنگ از سنخ ابزار فرهنگی، فکری، اندیشه ای و منشی است، نه ابزارها و وسایل نظامی. دشمن در جنگ نرم به دنبال تسخیر باورها و ارزش های یک ملت اند. تصرف قلب ها و مغزها هدف اصلی جنگ نرم است و وقتی نائل می شوند، در حقیقت جبهه مقابل را به جبهه خود تبدیل کرده اند». به این ترتیب در جنگ نرم، دشمن بر خلاف جنگ سخت به دنبال تسخیر یزبکی و نظامی کشور نیست بلکه استیلا و تسلط (Hegemony) فکری - فرهنگی اولویت اصلی است. «هدف جنگ نرم این است که باورها و ارزش ها جامعه هدف را به گونه ای جهت دهد که همچون مهاجمان بیندیشد؛ همچون آنان فکر کنند و هر آنچه آنان خوب می دانند، خوب بدانند و هر آنچه را که بد و زشت معرفی می کنند، زشت ببینند؛ و نه تنها از همفکری و همسویی با دشمنان قسم خورده خود احساس شرمندگی نکنند، بلکه با افتخار از آن یاد کنند».

«جنگ نرم نبردی است که در برابر رقبا و دشمنان اعمال می شود و در این معنا به معنای استفاده از قدرت نرم است، یعنی یک نوع قدرت اقناع کننده و اغوا کننده؛ یعنی

تغییر تصاویر ذهنی ملت ها». بنابراین جنگ نرم « امروزه مؤثرترین، کارآمدترین، کم هزینه ترین و در عین حال خطرناک ترین و پیچیده ترین نوع تهدید علیه امنیت ملی یک کشور است، چون می توان با کمترین هزینه با حذف لشکرکشی و از بین بردن مقاومت های فیزیکی به هدف رسید؛ زیرا با عواطف، احساسات، فکر و اندیشه، باور و ارزش ها و آرمان های یک ملت و نظام سیاسی ارتباط دارد. ابعاد این جنگ و تهدید گسترده و مخرب تر است زیرا دین، فکر و آرمان ملت ها را آماج تهاجم خود قرار می دهد».