

فصلنامه مطالعات سیاسی  
سال سوم، شماره ۱۲، تابستان ۱۳۹۰  
صفحات: ۱۷۳-۱۳۹  
تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱۰/۸؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۰/۱/۳۰

## بازخوانی قدرت نرم؛ مطالعه موردی عملیات روانی

دکتر حسین رفیع\* / سیدمحمد جواد قربی\*\*

### چکیده

در دهه‌های اخیر ادبیات سیاسی دستخوش قبض و بسط‌های زیاد گشته است که به همین فراخور ما شاهد رواج واژه‌های جدیدی هستیم که درک آنها مستلزم یک تبار شناسی، ترمینولوژی و معرفت شناسی است. یکی از این واژه‌های کاربردی قدرت نرم<sup>۱</sup> می‌باشد. قدرت نرم اگر چه از بعد پراگماتیستی دارای سابقه طولانی است اما از بعد مفهومی و آکادمیک پدیده‌ای نوین محسوب می‌شود. در عرصه‌ی محیط و روابط بین‌الملل، دول و بازیگران سیاسی از اعصار گذشته تاکنون از گونه‌های مختلفی از قدرت بهره گرفته‌اند. قدرت سخت در بدو امر مورد بهره‌برداری قرار گرفت و پس از مدتی به علت بار سنگین هزینه، تلفات جانی، نامعلوم بودن نتیجه کاربرد قدرت و کاهش مشروعیت و محبوبیت استفاده کننده از قدرت سخت، سعی بر آورد تا از مرحله سخت‌افزاری عبور کرده و برای پیشبرد اهداف از قدرت نرم و نرم‌افزار استفاده کنند. قدرت نرم امری چند بعدی، پیچیده و ماهیتی پلاستیک گونه و انضمامی دارد. قدرت جدید از ابزاری چون رسانه‌ها، مطبوعات، سایبر، نبرد اطلاعات و عملیات روانی و فریب استراتژیک بهره می‌گیرد که هر یک از ابزارها خود از پیچیدگی‌هایی برخوردار هستند. به همین دلیل در این نوشتار بعد از پرداختن به قدرت نرم در ابعاد تئوریک (ترمینولوژی و معرفت شناسی)، به‌طور موردی، عملیات یا جنگ روانی را بررسی می‌کنیم.

### کلید واژه‌ها

قدرت، قدرت سخت، قدرت نرم، عملیات روانی.

\* عضو هیات علمی و استادیار علوم سیاسی دانشگاه مازندران  
\*\* کارشناس ارشد علوم سیاسی دانشگاه مازندران

## مقدمه

مفاهیم جدید و ترمینولوژی<sup>۱</sup> نوین ما را طوری یاری می‌کنند که اگر از تعصبات سنتی رهایی نیابیم، حداقل از آنچه که بعضاً عادت فکری نامیده می‌شوند خلاصی می‌یابیم. اصطلاحات جدید معمولاً چون طرفداران زیادی ندارند باید جرح و تعدیل شوند. با این وجود نباید آنها را مردود شمرد و زبان عامیانه را به کار گرفت و دقیقاً به خاطر همین تغییرات جزئی که در تأیید نسبت به موضوعی وجود دارد و با تغییر جزئی موجود در زوایای یک اصطلاح جدید است که زبان توسعه می‌یابد.

وانگهی لازم است به خاطر آوریم که همه زبان‌های عامیانه، خود زمانی «اصطلاحات علمی» محسوب می‌شوند. اصطلاحاتی چون قدرت<sup>۲</sup> از اصطلاحاتی هستند که از مکانیک نشأت می‌گیرند (۱۴۹-۱۴۱: ۱۹۶۷: Burton). اگر شرایط متغیر، جوانب مختلف توجه را به جلوه‌هایی بیش از آنچه که مفاهیم قبلی ارائه می‌دادند جلب کند، پس توسل به ترمینولوژی قدرت توجیه‌پذیر می‌باشند (باربر و اسمیت، ۱۳۸۴: ۳۴۶).

کاربرد واژه «قدرت» در نوشته‌های سیاسی سابقه‌ای دیرینه دارد. اصطلاحاتی چون «سیاست قدرت»<sup>۳</sup>، موازنه قدرت<sup>۴</sup>، خلأ قدرت<sup>۵</sup>، قدرت طلبی<sup>۶</sup> و مبارزه برای قدرت<sup>۷</sup> در نوشته‌های مربوط به سیاست بین‌الملل فراوان یافت می‌شود و نویسندگان این اصطلاحات را به‌طور منسجم و سیستماتیک به کار نمی‌برند (رینولدز، ۱۳۸۶: ۲۹).

به درستی تحول در ساختار سیاسی، بین‌المللی و الگوهای رفتاری کشورها نشان می‌دهد که هرگونه تغییر و تحولی، ناشی از رهیافت‌های قدرت<sup>۸</sup> است. این رهیافت‌ها ریشه در اندیشه سیاسی دارد. اندیشه سیاسی در ادبیات سیاسی پیوند همه جانبه‌ای با ساختار قدرت، ابزارها و چگونگی کاربرد آن دارد. در تاریخ اندیشه سیاسی اولین بار نظریه پردازانی چون ارسطو،

۱- Terminology

۲- Power

۳- Power Politics

۴- Balance of Power

۵- Power Vacuum

۶- The Pursuit of Power

۷- The Struggle for Power

۸- Power Approaches

افلاطون و توسیدید این موضوع را به کار بردند و در سده‌های بعد توسط ماکیاولی تکمیل گردید و در قالب یک نظریه سیاسی در غرب به کار گرفته شد (مهر عطا، ۱۳۸۸: ۳۱). در پایان قرن بیستم و با انقلاب صنعتی سوم، تحولاتی اساسی در حوزه ارتباط، مصرف و اطلاعات پیدا شد. تکنولوژی اطلاعاتی شامل شبکه‌های اطلاعاتی کامپیوتری، کمیت و کیفیت اطلاعات قابل دسترسی را به شیوه‌ای انقلابی و بی‌سابقه دگرگون ساخت و فاصله مکانی و جغرافیایی معنای خود را از دست داد و حوزه عمومی مشترکی در سطح جهانی پدیدار شد که همگان به نحو فزاینده‌ای به مسایل و موضوعات آن علاقمند شدند که برخی این پدیده را «دهکده جهانی الکترونیک» می‌نامند (نش، ۱۳۸۸: ۱۱).

از این رو ویژگی‌های اصلی دولت ملی در حال زوال است. برخی این زوال و فنا را در سیاست‌گذاری داخلی، خود مختاری، شکل محکومیت و مشروعیت داخلی، سیاست خارجی و محیط بین‌المللی مشاهده کرده اند که مجموعه حاکمیت مطلقه ملی به معنای قدیمی و کلاسیک آن به نحو فزاینده به مفهومی ناممکن و منسوخ تبدیل گشته است و دولت‌های ملی دیگر نخواهد توانست به راحتی بر خلاف مسیر تحولات سیاسی و فرهنگی جهان، خودسرانه تصمیم‌گیری کنند و از هر ابزاری برای دستیابی به اهداف خویش بهره گیرند (نش، ۱۳۸۸: ۱۴-۱۲) و حصول نتیجه در فرآیند نوینی از قدرت پدیدار می‌شود. بدین سان با توجه به مجموعه تحولات و فرایندهای جاری، چشم انداز تازه ای برای مطالعه قدرت پدیدار شده است. از این رو گذار از قدرت سنتی و سخت‌افزار گرایانه به قدرت نرم<sup>۱</sup> و نرم‌افزار گرایانه، امری لازم ظ گریزناپذیر گشت. با این تفاسیر معلوم می‌شود زمانی که از قدرت بحث می‌کنیم دو گونه قدرت سخت و قدرت نرم قابل تمیز است اما باید توجه داشت که تیپ‌های گوناگونی از قدرت در روابط بین الملل قابل بازشناسی است، مثل؛ قدرت نیمه سخت، قدرت سخت، قدرت هوشمند و یا قدرت گیج که هر کدام در جای خود قابل بررسی هستند. (جوانی، ۱۳۸۷: ۴۹-۴۳).

قدرت نرم از ابزارهای نوین، ذهنی، فرهنگی، زمان بر بهره می‌گیرد مثل؛ رسانه‌های شنیداری، تصویری و مکتوب، ماهواره‌ها، نبرد اطلاعات، رایانه<sup>۲</sup>، عملیات یا جنگ روانی<sup>۳</sup> و ... در

۱- Soft Power

۲- Cyber

۳- Psychological Operations

این نوشتار درصدد هستیم تا قدرت و قدرت نرم را تعریف کرده و یکی از ابزارهای رایج و کاربردی که در جنگ نرم بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرد، یعنی عملیات و جنگ روانی را کالبد شکافی کنیم و علاوه بر تاریخچه آن، ابزار و شیوه‌های عملیات را ذکر نماییم. در ابتدای امر به بررسی ماهیت قدرت می‌پردازیم.

### گفتار اول: چیستی و ماهیت قدرت نرم

#### الف) قدرت<sup>۱</sup>

نوآوری علمی و اکتشافات، اقداماتی سخت و طاقت فرسا هستند که هر کسی توان انجام آن را ندارد. اما چنین به نظر می‌رسد که شناخت مقولاتی که گمان می‌کنیم آنها را می‌شناسیم از حیث صعوبت، معادل با دستیابی به شناخت‌های نوین است. این موضوع هنگامی آشکارتر می‌شود که آدمی با پرسش از موضوعاتی روبرو می‌شود که به دلیل فراگیر بودنشان بدیهی تلقی می‌شوند. در این مواقع ارائه تعریفی منسجم و جامع، آنقدر دشوار است که بسیاری علی‌رغم شناخت، از اظهار نظر علمی باز می‌مانند. در این زمینه مفهوم قدرت یکی از رایج‌ترین آنها است (تولایی و دیگران، ۱۳۸۷: ۵).

واژه قدرت و مشتقات آن محور و جان مایه علوم سیاسی در گرایش‌ها و حوزه‌های مختلف تخصصی آن است. «پدید آوردن آثار مطلوب»، «سلطه انسان بر انسان»، «توانایی فرد یا گروه در کسب تسلیم و اطلاعات از دیگران»، «کنترل رفتار دیگران»، از جمله معادل‌های مفهومی واژه قدرت است. از این مفاهیم می‌توان چنین نتیجه گرفت که قدرت بیانگر رابطه طرفینی، بین انسانها است که یک طرف تأثیرگذار و طرف دیگر تأثیر پذیر است. قدرت اقتصادی، قدرت نظامی، قدرت سیاسی و قدرت ملی اصطلاحات و ترکیبات متداول قدرت می‌باشند. مفاهیم یاد شده که هم هدف نهایی و هم وسیله سیاست تلقی شده است مورد توجه علمای سیاسی سنت‌گرا می‌باشد. (ایزدی، ۱۳۸۷: ۶۱).

قدرت مفهومی است که در علوم طبیعی، کلامی، فلسفی و انسانی مورد توجه قرار گرفته است، ولی در علوم اجتماعی و سیاسی اهمیت ویژه‌ای یافته است و این اندیشمندان از زاویه‌ای

---

۱- Power

خاص به قدرت نگریسته‌اند. عده‌ای از منظر طبقاتی، عده‌ای از منظر آثار قدرت، ماهیت و غیره، به قدرت نگریسته‌اند که تنوعی خاص به آن بخشیده است (رفیع و قربی، ۱۳۸۹: ۱۱۸). مفهوم قدرت هم کاربرد غیرانسانی دارد و هم انسانی در کاربرد غیرانسانی، هم در زمینه طبیعیات و اشیای فیزیکی به کار می‌رود و هم در محدوده الهیات و به‌عنوان یکی از اوصاف الهی مطرح می‌شود (کلاهیچیان، ۱۳۸۷: ۱۶۹).

«رابت دال» قدرت را از زیر مجموعه‌ای از روابط میان واحدهای اجتماعی می‌داند به‌طوری که رفتار یک واحد یا بیشتر به رفتارهای دیگر واحدها وابسته باشد (نبوی، ۱۳۷۹: ۱۰-۹) اما این قدرت نیازمند منبع برای اجرا می‌باشد.

#### ب) منبع قدرت

برای تولید و کسب قدرت، لاجرم باید از منابعی استفاده نمود. هر مقدار که از منابع پشتیبان قدرت کاسته شود به همان میزان ارزش واقعی قدرت تنزل خواهد یافت. اگر قدرتی از منبع لایزال برخوردار باشد همیشه پایدار خواهند ماند. عدم شناخت کافی از منابع قدرت موجب می‌شود که برای تجهیز منابع کم اهمیت، هزینه سنگینی صرف شود یا منبعی کم هزینه که توان تجهیز منبع وسیعی از قدرت را فراهم می‌آورند، ناشناخته بمانند، لذا تلاش برای تولید قدرت پر هزینه و کم نتیجه گردد (فرهادی و مرادیان، ۱۳۸۷: ۱۲۵).

منابع قدرت فردی و اجتماعی‌اند؛ دانش، سازمان، موقعیت‌ها، اقتدار، مهارت، ایمان، رسانه‌های جمعی. منابع قدرت دولت به‌طور معمول در دو مقوله منابع نامحسوس و منابع محسوس قرار دارند.

##### ۱- منابع محسوس

منابع محسوس را می‌توان برآحتی از لحاظ کمی بررسی یا با واژه‌های مشخص بیان کرد. این منابع عبارتند از: جغرافیا، وسعت سرزمین، منابع ملی، توان اقتصادی، توان نظامی، جمعیت.

##### ۲- منابع نامحسوس

در عین حال منابع نامحسوس هم در تعیین قدرت ملی اهمیت دارند. این منابع را برآحتی نمی‌توان به صورت کمی در آورد یا خیلی مشخص کرد، زیرا در اساس دارای خصلت کیفی هستند: کیفیت رهبری و حکومت ملی، اراده تخصیص منابع به دست یافتن بر هدف‌های ملی،

روحیه، انضباط، لیاقت و کیفیت نیروهای مسلح، توان بالقوه اتحاد دولت و سطح آگاهی سیاسی مردم (عالم، ۱۳۸۳: ۹۳-۹۲).

### ج) دیدگاه‌ها و نگرش‌ها نسبت به قدرت ملی

#### ۱- دیدگاه اسلام

در اسلام حکومت و حاکمیت مترادف با ولایت و خلافت است و منشأ قدرت و حکومت الله است و هیچ قدرتی جزء به درخواست و اراده خداوند و از جانب او وجود ندارد و قدرت دو بعد دارد: تکوینی و تشریحی.

#### ۲- واقع‌گرایان

این گروه که در رأس آنها ماکس وبر وهانس مورگنتا- بنیان‌گذار مکتب اصالت قدرت- قرار دارند، برداشتشان از قدرت ملی بر تجارب و واقعیات ملموس استوار است و قدرت را رابطه‌ای روانی میان کسانی که اعمال قدرت می‌کنند و آنانی که تحت تأثیر قدرت قرار می‌گیرند، می‌دانند و استفاده از قدرت ملی توسط دولت‌ها را برای حفظ و ازدیاد منافع ملی، جزء لاینفک سیاست خارجی موفقیت‌آمیز به شمار می‌آورند. این گروه معتقد هستند که ملاحظات اخلاقی و مذهبی و سایر ملاحظات بشر دوستانه در سیاست خارجی جایی ندارند و برای دست‌یابی به خواسته‌های خود پایبند ملاحظات اخلاقی و دینی نمی‌باشند.

#### ۳- آرمان‌گرایان

تلقی و ذهنیتشان از قدرت و کاربرد آن در سیاست خارجی و داخلی بر اصول و روش‌های سنتی یا به زبان ساده‌تر بر گرایش مطلق و ذهنیات استوار است و در برقراری روابط با دیگر دولت‌ها به اصول و موازین و قوانین بین‌المللی و همچنین به ملاحظات اخلاقی و دینی و روحی معتقدند. آنان باور دارند که اگر سیاست خارجی بر اصول و معیارهای اخلاقی و روحی استوار باشد پایدار خواهد بود. زیرا روح تعاون و همکاری و تفاهم را میان دولت‌ها بیش از روحیه رقابت، ستیز و خشونت تقویت می‌کند و قدرت روحی بیشتر و بهتر از قدرت مادی عمل می‌کند (تولایی، ۱۳۸۷: ۴۸-۴۶). در این مکتب زور و اجبار جای خود را به جلب افکار و آرای مردم می‌دهد.

## د) تیپولوژی<sup>۱</sup> قدرت

با یک نگاه عملیاتی به قدرت می‌توان آن را به دو دسته کلی تقسیم نمود که هر یک دارای شاخه‌های منحصر به فرد خویش هستند. معمولاً اکثر صاحب نظران، پژوهشگران آکادمیک در مباحث گونه‌شناسی قدرت، قدرت را به دو دسته سخت<sup>۲</sup> و نرم<sup>۳</sup> تقسیم می‌کنند.

### ۱- قدرت سخت

قدرت سخت که آن را با نام «قدرت برهنه» هم می‌شناسند. (راسل، ۱۳۷۱: ۷۰). قدرت سخت در تعاریفی که ارائه شده است به معنای دستیابی به ظرفیت‌ها و یا منابعی است که با آنها می‌توان در نتیجه یا برون داد یک فرایند، نفوذ کرد. بنابراین یک کشور زمانی قوی است که جمعیت بیشتر، اراضی وسیع‌تر، منابع طبیعی کلانتر، استحکام اقتصادی، نیروی نظامی و ثبات اجتماعی داشته باشد. قدرت سخت به یک کشور امکان می‌دهد که کشور دیگری را تطمیع و یا تهدید و یا مورد هجوم با ابزارهای سخت‌افزار قرار دهد تا به منابع کشور اول گردن نهد (تولایی، ۱۳۸۷: ۴۸)

به عبارت دیگر، هرگاه به موجب اقداماتی استقلال و تمامیت ارضی کشور در خطر بالقوه یا بالفعل هجوم نیروهای نظامی دیگر کشورها یا اتحادی از آنها قرار گیرد، تهدید سخت واقع شده است. این تهدید یا قدرت متکی به روش‌های فیزیکی، عینی، سخت‌افزارانه و همراه با اعمال و رفتارهای خشونت‌آمیز، براندازی آشکار و با استفاده از شیوه زور و اجبار و حذف دفاعی و اشغال سرزمین است. این تهدیدات عمدتاً محسوس، واقعی و عینی و باعکس عملهای فیزیکی همراه می‌باشد و ظهور این نوع قدرت مربوط به دوره استعمار کهن می‌باشد (نائینی، ۱۳۸۷: ۲۰۱).

پس به‌طور کلی می‌توان اظهار داشت که ابعاد سخت‌افزارانه قدرت عبارتند از:

۱- واقعی بودن<sup>۴</sup>؛ ۲- عینی بودن<sup>۵</sup> و ۳- محسوس بودن<sup>۶</sup> (تولایی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۴).

---

۱- Typology  
۲- Hard  
۳- Soft  
۴- Objective  
۵- Visible  
۶- Tangible

البته باید توجه داشت ویژگی بارز قدرت سخت، تحلیل آن به «آمریت» است و به همین دلیل است که امکان تولید و اعمال قدرت در صورتی متصور است که بین اعمال قدرت و محیط تفکیک صورت گرفته باشد (رفیع و قربی، ۱۳۸۹: ۱۲۰). نمونه بارز این نوع قدرت را می‌توان در جنگ ویتنام، جنگ عراق، جنگ ۳۳ روزه اسرائیل علیه حزب‌الله لبنان و جنگ ۲۲ روزه در غزه و... مشاهده کرد. همین نمونه‌ها است که برخی را به گمان وا می‌دارد که قدرت سخت همان قدرت نظامی و نظامی‌گری است (تولایی، ۱۳۸۷: ۴۹). قدرت نظامی به‌عنوان یکی از عناصر متشکله قدرت ملی، وسیله یا ابزاری است در اختیار زمامداران و تصمیم‌گیرندگان کشورها برای پشتیبانی از سیاست ملی و تحقیق هدف‌های ملی، لذا کاربرد یا تعیین مأموریت نیروهای مسلح کشور به عهده تصمیم‌گیرندگان کشور است که از آن معمولاً برای مقاصد زیر استفاده می‌شود: الف) پشتیبانی از سیاست خارجی، پاسداران و پدافند از ارزش‌ها یا منافع ملی در برابر تهدیدات و تجاوزات دشمن خارجی؛

ب) کمک به برقراری نظم و حفظ امنیت داخلی؛

ج) مردم‌یاری و کمک به امر سازندگی و بازسازی کشور (چگینی، ۱۳۸۴: ۱۲۲).

نمودهای اجرایی و ابعاد عملیاتی قدرت سخت در ادوار تاریخی بر این امر صحنه می‌گذارد که قدرت سخت تنها ارمغان برای پیروزی نیست و در محیط نیازمند قدرت جدیدی هستیم که امروزه در ادبیات سیاسی با نام «قدرت نرم» شناخته می‌شود.

## ۲- قدرت نرم

قدرت نرم، امپریالیسم فرهنگی و هژمونی فرهنگی سه معنای قریب و کم و بیش مشترک هستند. آنچه از فحوای سخنان اندیشمندان در توضیح این واژه بر می‌آید این است که قدرت نرم محصول و برآیند تصویرسازی مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار در افکار عمومی داخل و خارجی، تأثیر گذاری غیرمستقیم توأم با رضا بر دیگران، اراده دیگران را تابع اراده خویشان ساختن و مؤلفه‌هایی از این سنخ است. این قدرت معمولاً در مقابل قدرت نظامی و تسلیحاتی و به‌عبارت دیگر قدرت سخت به کار می‌رود. بارزترین نمونه قدرت نرم در سطح خرد، تصویری است که ماکس وبر از نفوذ و اقتدار بلامنازع شخصیت‌های بزرگ و چهره‌های منتقد و کاریزما به‌دست داده است (فرهادی و مرادیان، ۱۳۸۷: ۱۳۳).



به اعتقاد «جوزف نای»<sup>۱</sup>، قدرت نرم توانایی به دست آوردن چیزی است که می‌خواهیم با جذب و اقتناع سایرین جهت تحقق اهداف خود احصا کنیم. این نوع قدرت با قدرت سخت متفاوت است. چون ارزانتر و کاربردی‌تر از نیروی زور و اجبار است (Nye, ۲۰۰۴: ۸). شاید به همین دلیل باشد که این قدرت را «قدرت متقاعد کننده» می‌نامند، کشورها را وادار به کار می‌کند که آنها تمایلی به آن ندارند (عسگری، ۱۳۸۳: ۱۴۹). البته نباید پنداشت که صرفاً با قدرت نرم همیشه می‌توانیم به هدف برسیم، بلکه قدرت نرم مکمل قدرت سخت است به طوری که بی توجهی به قدرت نرم می‌تواند قدرت سخت را تضعیف کرده و استراتژی قدرت را به نحو محسوسی تضعیف کند. در واقع موفقیت نه از جانب قدرت سخت و نه از جانب قدرت نرم، هیچ یک به تنهایی به دست نمی‌آید، بلکه برای رسیدن به موفقیت باید ترکیب بهینه‌ای از آنها را به کار برد. از سوی دیگر قدرت نرم و سخت به هم مرتبط هستند زیرا هر دوی آنها از اشکال متفاوت توانایی دست‌یابی به هدف از طریق تحت تأثیر قرار دادن رفتار دیگران به شمار می‌روند (تولایی، ۱۳۸۷: ۵۳).

### ک) روایت‌های مورد بهره‌برداری قدرت نرم

در دهه هفتاد میلادی در بطن مطالعات سیستمی برای اولین بار به کار ویژه قدرت توجه شد. البته اندیشه‌گران معروف حوزه توسعه سیاسی، هر کدام بر معیارهای خاص خویش توجه دارند که برخی از آنها در بحث قدرت نرم، مورد بهره‌برداری قرار گرفتند که عبارتند از:

۱- لوسین پای و قدرت مؤثر

مطابق نظر لوسین پای<sup>۲</sup>، قدرت مؤثر، تنها در صورتی پدید می‌آید که «توانمندی» بازیگر، حداقل پنج ویژگی زیر را کسب نماید:

۱) انسجام درونی که به معنای فائق آمدن قدرت به گسست‌های احتمالی هویتی می‌باشد؛

۲) مشروعیت قدرت که بر تبدیل شدن قدرت به اقتدار به واسطه تعریف و پذیرش دلایل معتبر برای تبعیت از قدرت نزد مخاطبان دارد؛

۳) اجتماعی شدن قدرت که بر حضور و حمایت جامعه از سازمان رسمی قدرت دلالت دارد؛

۱- J. NYE

۲- Lucian. W. Pye

۴) پذیرش قدرت که دلالت بر التزام عملی مخاطبان به خواست صاحبان قدرت اشاره دارد؛  
۵) عادلانه شدن قدرت که بر توزیع مناسب منافع ناشی از قدرت بین گروه‌های مختلف ناظر است. با عنایت به توضیحات ارائه شده، حال می‌توان چنین اظهار داشت که «قدرت مؤثر» لوسین پای با ویژگی‌های «قدرت نرم» انطباق دارد.

### ۲- آلن تورن و قدرت فرهنگی شده

بنیاد نظریه «تورن» و پیروان او را این نظریه تشکیل می‌دهد که قدرت اگر برآمده از جامعه و مبتنی بر ارکان هویتی آن باشد، در تحقق اهداف کارآمدتر ظاهر می‌شود تا اینکه از طریق وابستگی و تقلید حاصل آید. تعبیر فرهنگی شده از آن حیث برای دیدگاه تورن انتخاب شده که به زعم وی «توانمندی واقعی فقط از ابتناء عمل بر شاخص‌های درونی فرهنگ، سنت و هنجارهای بومی» حاصل می‌آید و سایر منابع قدرت تا زمانی که بومی نشوند از اعتبار و استمرار لازم برخوردار نیستند. با این تفاسیر، قدرت سخت را می‌توان از قدرت‌های «غیرفهرنگی شده» محسوب کرد و سایر منابع که از ماهیت و هویت جامعه تولید می‌شوند، نرم هستند و اصطلاح «سرمایه اجتماعی»<sup>۱</sup> را بهترین معادل امروزی برای قدرت نرم مطابق با تلقی «تورن» دانست (افتخاری، ۱۳۸۷: ۲۶-۲۴).

### ۳- هانتینگتون و قدرت با ثبات

پرسش از سکون و تحول به مثابه دو ضرورت و ایجاد یک وضعیت امن - که غایت اولیه کسب و اعمال قدرت به شمار آمده و بسیاری از آن به‌عنوان هدف اولیه و غائی قدرت نام برده‌اند- بحث‌هایی را متداول کرده که نتیجه‌اش پیدایش دو الگوی متفاوت معرفتی گشته است (افتخاری، ۱۳۸۰: ۱۰۳-۶۵): ۱. قدرت معطوف به قدرت و ۲. قدرت معطوف به تحول.

هانتینگتون از جمله اندیشه‌گرانی بود که در قالب رویکرد دوم، به رابطه قدرت ثبات‌نگریسته و به این اعتقاد است که شاخص مهم و کارآمد برای ارزیابی نظام‌های سیاسی، نه شکل حکومت، بلکه «درجه حکومت» است. واژه «سامان» در واقع حکایت از تغییری تدریجی

۱- Social Capital

و هدفمند دارد که سیستم سیاسی را از یک وضعیت به وضعیتی برتر ارتقاء می‌دهد و در آنجا مستقر می‌سازد. سپس این فرایند به صورت یک سیکل منظم و کنترل شده در مشارکت بین سیستم سیاسی و جامعه، به پیش رفته و جامعه «تحول» را تجربه می‌کند. (افتخاری، ۱۳۸۷: ۲۸) با این تفسیر می‌توان چنین ادعا نمود که قدرت نرم از حیث فلسفی بر مفهوم «ثبات» تا «سکون» استوار است. به عبارت دیگر قدرت سخت چنان است که در عمل معطوف به «سکون» است و حال آن که قدرت نرم از نقد «سکون» و پذیرش اصل «تحول» ناشی می‌شود.

#### ۴- سوزان ناسل<sup>۱</sup> و کارآمدی قدرت نرم

سوزان ناسل، کفایت اصطلاح قدرت نرم جوزف نای را در مقابله با تهدیدات جدی علیه منابع آمریکا به چالش کشید. وی مفهوم جدیدی را پیشنهاد کرد که آن «قدرت هوشمند<sup>۲</sup>» به معنای ترکیب هوشمندانه قدرت سخت و نرم در مقابله با تهدیدات علیه امنیت ملی نام نهاد. ناسل معتقد است توانایی‌ها و برترین‌های نظامی، اقتصادی، فرهنگی و ایدئولوژیک باید در یک جهت هماهنگ شوند تا برآیند آن تداوم برتری یک کشور را تضمین کند. چندی بعد، مرکز پیشرفت آمریکا<sup>۳</sup> از اصطلاح «قدرت همگرا»<sup>۴</sup> استفاده کرد. در مقابل این مفهوم، اصطلاح «قدرت گیج یا احمقانه»<sup>۵</sup> شکل گرفت که به معنای استفاده نابجا یا نابخردانه از هر یک یا هر دو مؤلفه قدرت سخت یا نرم است (فرهادی و مرادیان، ۱۳۸۷: ۱۴۸).

#### ن) عرصه‌های تأثیر قدرت نرم

فرهنگ، جهت دهنده به ذهن و رفتار در همه حوزه‌های اجتماعی است اگر برای یک نظام اجتماعی سه حوزه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی قائل شویم، تهدید نرم می‌تواند در این سه حوزه مذکور؛ اندیشه، باورها و رفتارهای یک نظام سیاسی را تحت تأثیر قرار دهد.

۱- Suzanne Nossel

۲- Smart Power

۳- CAP

۴- Integrated Power

۵- Stupid Power

## ۱- حوزه فرهنگ

فرهنگ یک کشور، دارای مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها است که سطح دوم فرهنگ را تشکیل می‌دهد (ایدئولوژی و ارزش‌ها) و در نهایت الگوهای رفتاری و اقدام یک کشور، لایه سوم فرهنگ ملی تلقی می‌شود. با این توصیف تهدید و قدرت نرم در حوزه فرهنگ؛ اندیشه، باورها و رفتار فرهنگی یک کشور را در نظام اجتماعی قرار می‌دهد. این تأثیر در سه سطح راهبردی، میانی و تاکتیکی (نخبگان، مردم و نیروهای مسلح) دارای ابعاد زیر است:

۱) تهدید باورهای بنیادین (مفروضات اساسی) یک کشور در سه حوزه فرهنگ استراتژیک، فرهنگ عمومی و فرهنگ دفاعی و در سه سطح؛

۲) تهدید ارزش‌های اساسی یک کشور در سه حوزه فرهنگ استراتژیک، فرهنگ عمومی و فرهنگ دفاعی و در سه سطح نخبگان، مردم و نیروهای مسلح؛

۳) تهدید و الگوهای رفتاری یک کشور در سه حوزه فرهنگ استراتژیک، فرهنگ عمومی و فرهنگ دفاعی و در سه سطح نخبگان، مردم و نیروهای مسلح.

در صورت وقوع تهدید نرم در این سطح عزم و اراده نبرد و قدرت بازدارندگی روانی از بین می‌رود. فقدان هوشیاری و آمادگی، بی‌ارزشی تلقی شدن مقاومت در برابر دشمن و شکست و فروپاشی روانی، سلب میل و اراده جنگجویی و... را می‌توان به‌عنوان پیامدهای تهدید نرم در این سطح نام برد (نائینی، ۱۳۸۷: ۲۱۳ - ۲۱۰).

## ۲- حوزه سیاسی

دولت‌ها به‌عنوان یک واحد سیاسی در نظام بین‌المللی با مؤلفه‌های جمعیت، قلمرو، حکومت و حاکمیت و نظام ارزشی. مشخص شکل می‌گیرند و همواره با تحولاتی از داخل و خارج مواجه می‌گردند. برخی از تحولات موجب افزایش قدرت سیاسی آنها می‌شود. میزان اقتدار و هژمونی سیاسی یک کشور در جامعه، میزان انسجام و همزیستی مسالمت‌آمیز و حفظ هویت و یکپارچگی ملی، میزان تولید و باز تولید هنجارهای سیاسی و به جریان انداختن گفتمان‌های مسلط در درون جامعه و در عرصه بین‌المللی و برخورداری از مقبولیت، مشروعیت لازم را می‌توان شاخص‌های قدرت نرم در این حوزه نام برد. در مقابل در صورتی که کشوری دارای

بحران‌های سیاسی باشد این کشور در واقع فاقد قدرت نرم در این حوزه مؤثر واقع خواهد گردید (همان، ۲۱۳-۲۱۰).

### ۳- حوزه اقتصاد

فرهنگ جهت‌دهنده به الگوهای رفتاری در همه حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. به‌طور طبیعی اندیشه اقتصادی یک کشور و الگوی تولید و مصرف تحت تأثیر فرهنگ است. با وجود تعامل نظامات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و تأثیر و تأثیر متقابل آن‌ها، نظام فرهنگی به‌عنوان زیر ساخت و نظام فرابخشی و نظام جهت‌دهنده به ذهن و رفتار در سایر حوزه‌ها تلقی می‌گردد. قدرت نرم و تهاجم به نظام فرهنگی یک کشور، موجب تهدید سایر نظام‌ها از جمله نظام اقتصادی می‌گردد. به عبارت دیگر چیستی و ماهیت تهدید اقتصادی را می‌توان مترادف با تضعیف یا فروپاشی باورها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری یک کشور در حوزه اقتصاد دانست. قدرت نرم در سه لایه به حوزه اقتصاد تأثیر می‌گذارد:

- ۱) لایه زیر ساخت‌های فکری (جهان بینی‌ها و باورها) و تأثیر آن بر فرهنگ اقتصادی کشور؛
- ۲) لایه ارزش‌ها و گرایش‌های فرهنگی یک کشور و تأثیر آن بر فرهنگ اقتصادی؛
- ۳) لایه نهادها و الگوهای عمل و رفتار فرهنگی و تأثیر آن بر فرهنگ اقتصادی (همان، ۲۱۵-۲۱۳).

### و) تولیدکنندگان قدرت نرم

یکی از ارکان قدرت نرم، تولیدکنندگان آن می‌باشند و به‌دلیل آن که قدرت نرم حوزه گسترده‌ای دارد لذا بازیگران این حوزه نیز متعدد هستند. در این حوزه اگر چه دولت‌ها دخالت دارند لیکن دولتی کردن آن‌ها می‌تواند باعث کاهش آن گردد. لذا دولت‌ها سعی می‌کنند با تقویت سایر نهادها و نیز دور کردن جنبه‌های رسمی قدرت برکارآیی آن بیفزایند. با این توصیف قدرت نرم در حوزه بازیگران دارای برخی ویژگی‌ها است:

- ۱) تولیدکنندگان قدرت نرم دارای تنوع زیاد می‌باشند؛
- ۲) نقش نهادهای غیررسمی در این حوزه بیشتر از نهادهای رسمی است؛

۳) شخصیت‌های دارای اقتدار و نفوذ و چهره‌های کاریزما در این حوزه بسیار مؤثر هستند. به دلیل محیط فرهنگی و ایدئولوژیک نقش مهمی ایفا می‌نمایند؛

۴) چنانچه بازیگران قدرت سخت مانند نظامیان نیز بخواهند در این حوزه اثر گذار ظاهر گردند بایستی کارکردهایی غیر نظامی مانند فعالیت‌های انسان دوستانه برگزینند؛

۵) اگر چه برخی از تولیدکنندگان قدرت نرم شخصیت‌های حقوقی می‌باشند ولی مدیریت آنها توسط اشخاص حقیقی صورت می‌گیرد.

با عنایت به آنچه در بالا آمد بازیگران یا مولدان قدرت نرم را می‌توان در دسته‌های زیر جای داد: جنبش‌های مختلف مذهبی، فرهنگی، اجتماعی و ...، صاحبان شرکت‌ها، مؤسسات و صنایع، دانشمندان علوم مختلف، شخصیت‌های کاریزما، اصحاب رسانه، هنرمندان و نخبگان (یوسفی، ۱۳۸۷: ۲۳۸). حال با این وجود باید توجه داشت که این تولیدکنندگان قدرت نرم، به دنبال اهدافی هستند و حرکت آن عبث و بیهوده نیست.

#### ه) اهداف کاربرد قدرت نرم

باید توجه داشت که قدرت نرم و استفاده از آن چه در حوزه نظر و چه در حوزه عمل دارای هدف می‌باشد (قربی، ۱۳۸۹: ۱۰-۲). این اهداف در گفتمان‌های مختلف متفاوت می‌باشد. مهمترین هدفی که مکتب لیبرالیسم آن را دنبال می‌کند کسب منفعت شخصی است در حالی که اسلام مصلحت عموم را در اولویت قرار می‌دهد و همین‌ها سبب تفاوت در ماهیت اهداف قدرت نرم می‌گردد.

#### ۱- کسب منفعت

در مرکزیت حرکت قدرت نرم، منفعت طلبی است. به‌طور مثال منفعت طلبی و نفع شخصی در مرکز اندیشه لیبرالیسم قرار گرفته است. هابز معتقد است که جزء ملاحظات منافع شخصی، چیز دیگری نمی‌تواند انگیزه رفتار آدمی باشد و حتی اگر عقل و منطق، کوتاه بین او را در این اعمال رقابت آمیز به وی بفهماند و حتی اگر آدمی درک کند که بهترین راه تأمین و منافع

شخصی او همکاری و تعاون با هم‌نوعانش باشد، باز هم برای او فایده ای نخواهد داشت. این در حالی است که گفتمان اسلامی هدف از اعمال قدرت نرم، مصلحت عمومی است.

#### ۲- تأمین مصلحت

فعالیت‌های انسان به دو بخش التذاذی و تدبیری قابل تفکیک است که فعالیت‌های التذاذی برخواسته از «لذت و میل» است در حالی که فعالیت‌های تدبیری انسان از «عقل و مصلحت» نشأت می‌گیرد. برخلاف لیبرالیسم که مبنای حرکتش منفعت می‌باشد و با توجه به بنا شدن این نظریه بر اومانیزم، نفع شخصی ارجعیت می‌یابد. ولی در اندیشه اسلامی دین باعث می‌شود فعالیت‌های تدبیری انسان در جهت گرایش‌های عالی انسانی باشد نفع شخصی اگرچه در چارچوب مصلحت عمومی نفع شخصی نیز تأمین می‌گردد ولی اصالت ندارد. در این اندیشه مصلحت عموم در مرکزیت آن قرار گرفته است. در این چارچوب مصالح عمومی، عام و جامع امور دنیوی و اخروی است (یوسفی، ۱۳۸۷: ۲۵۷-۲۵۵).

#### ۳- حفظ و گسترش سلطه‌گری

جوزف نای بر این اعتقاد است که قدرت نرم و ایجاد آن برای حفظ سلطه‌گری به شیوه‌ای جدید می‌باشد (نای، ۱۳۸۶: ۳۸۰-۳۷۴) دولت‌های بزرگ به ناچار با تغییر ماهیت قدرت در سیاست جهانی روبرو خواهند شد و انجام این تغییرات در سیاست‌های جهان، باعث گردیده است که تغییرات در سیاست‌های جهانی انجام گردد که تمسک به قدرت نظامی، حداقل در میان قدرت‌های اصلی، کمتر قهر آمیز شده است (یوسفی، ۱۳۸۷: ۲۵۸).

#### ۴- کاهش هزینه (بالا رفتن هزینه استفاده از قدرت سخت)

استفاده از زور برای دولت‌های بزرگ و مدرن نسبت به گذشته هزینه بیشتری دارد. البته علاوه بر هزینه‌های مادی، هزینه‌های معنوی هنگفتی هم به بار می‌آورد که مهمترین هزینه معنوی آن کاهش مشروعیت و نارضایتی ارتش نامرئی (افکار عمومی) می‌باشد.

۵- نتایج ناشی از اعمال قدرت نرم  
قدرت نرم توانایی شکل دادن به ترجیحات و الویت‌های دیگران با مقوله‌های نامحسوس و ناملموس و سیاست‌های جذاب است که مشروع و اخلاقی تلقی گردند که حصول هدف را ممکن تر می‌سازد (همان، ۲۶۱).

### ی) ابزار قدرت نرم

ابزارهای قدرت نرم را می‌توان در یک دسته‌بندی کلی در ابعاد رسانه‌ای<sup>۱</sup>، رایانه‌ای<sup>۲</sup>، عملیات روانی و فریب استراتژیک<sup>۳</sup> و نبرد اطلاعاتی<sup>۴</sup> بررسی کرد (رفیع و قربی، ۱۳۸۹: ۱۲۷). البته در این رساله بعد از نگاهی گذرا به این ابزار، به طور موردی عملیات یا جنگ روانی بررسی خواهد شد.

#### ۱- رسانه

امروزه از ضرورت جلب بیشترین افکار عمومی به نفع خود و کاربرد وسایل فنی در اقلان جمعی<sup>۵</sup> از طریق محاسبات عقلانی و با استفاده از دستاوردهای علمی دانش‌های اجتماعی و روانی به منزله دو پدیده مهم که به امر تبلیغات اهمیت ویژه‌ای بخشیده‌اند، نام برده می‌شود. (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۷: ۳۹) در این راه از ابزارهای متنوعی بهره گرفته می‌شود که عبارتند از: رادیو، رادیوهای بین‌المللی<sup>۶</sup>، بنگاه‌های خبر پراکنی، پارازیت‌ها<sup>۷</sup>، تلویزیون<sup>۸</sup>، تلویزیون‌های ماهواره‌ای<sup>۹</sup>، ماهواره‌ها<sup>۱۰</sup>، خبرگزاری‌ها<sup>۱۱</sup> (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۷: ۱۵۰-۸۲).

- 
- ۱- Media
  - ۲- Cyber
  - ۳- Psychological Operations and Strategic Deception
  - ۴- Information War (IW)
  - ۵- Collective Satisfaction
  - ۶- International Broad Casting
  - ۷- Parasites
  - ۸- Televisions
  - ۹- Satellite Televisions
  - ۱۰- Satellites
  - ۱۱- New Agencies



جنگ رسانه‌ای<sup>۱</sup>، تنها جنگی است که حتی در شرایط صلح نیز بین کشورها به صورت غیررسمی ادامه دارد و هر کشوری از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی خویش با استفاده از رسانه‌ها، بهره‌گیری می‌کند.

جنگ رسانه‌ای ظاهراً میان رادیو و تلویزیون‌ها، مفسران مطبوعاتی، خبرنگاران خبرگزاری‌ها، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد که در پشت صحنه آن «سیاست رسانه‌ای یک کشور»<sup>۲</sup> نهفته است که مستقیماً توسط بودجه‌های رسمی مصوب پارلمان‌ها یا بودجه‌های سری سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی تغذیه می‌شود. سربازان جنگ رسانه‌ای، متخصصان تبلیغات، استراتژیست‌های تبلیغات بین‌المللی و کارگزاران رسانه‌ها هستند. مردمی که تحت «بمباران جنگ رسانه‌ای» قرار دادند، حتی ممکن است خود از وجود جنگ سنگینی که بر فضای تنفسی آنها جریان دارد، بی اطلاع باشند، هدف جنگ رسانه‌ای، اگرچه در نهایت تغییر کارکرد و عملکرد دولت‌ها است، اما به طرز ملموسی به جای هدف قرار دادن مستقیم دولت‌ها، ملت‌ها را هدف بمباران خود قرار می‌دهد (همان، ۱۳-۱۲).

## ۲- رایانه

با ورود به عصر اطلاعات و گسترش شبکه‌های ارتباطی، یکی از ابزارهای جنگ نرم، یعنی رایانه، با سرعتی شگفت‌انگیز در اختیار کشورها و دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها قرار گرفت. رایانه و اینترنت<sup>۳</sup> تأثیر بسزایی بر روابط کشورها و ماهیت قدرت در محیط بین‌الملل گذاشتند. این دو فقط یک ابداع تکنولوژیک جدید نیستند، بلکه نوع جدیدی از ابداع تکنولوژیک هستند، نوعی که درست جوهر تکنولوژی را آشکار می‌کند (دریفوس، ۱۳۸۳: ۳).

---

۱- Media War

۲- Media Policy

۳- Internet

رایانه در قدرت نرم<sup>۱</sup> به دنبال استفاده از اطلاعات<sup>۲</sup> برای حداقل رساندن سرمایه، جنگ افزار<sup>۳</sup> و نیروی انسانی<sup>۴</sup> مورد نیاز برای کسب پیروزی در جنگ است. این نوع جنگ نیازمند تکنولوژی‌های مختلفی است. به خصوص برای صدور فرمان و کنترل میدان جنگ، جمع‌آوری هوشمندان اطلاعات و پردازش و صدور آنها، ارتباطات تاکتیکی<sup>۵</sup>، موقعیت‌یابی، تشخیص دوست از دشمن و در نهایت برای استفاده از سلاح‌های هوشمند<sup>۶</sup> که قادرند به صورت اتوماتیک بر اساس اطلاعات دریافتی از ماهواره بر علیه دشمن بجنگند (ضیایی پرور، ۱۳۸۷: ۱۵).

در این نوع برخورد و نزاع، برتری در کسب، کنترل، پردازش و انتقال اطلاعات و تلاش برای جای‌گیری صحیح، کشف نقشه‌های دشمن و حمله به ضعیف‌ترین و حساس‌ترین لحظات قبل از این که دشمن حتی متوجه نقاط ضعف خود شود، از اهمیت شایان توجهی برخوردار است (جعفر پور، ۱۳۸۷: ۳۶۲) در این راستا ماهواره‌ها نقش اساسی و محوری دارند که علاوه بر ستون فقرات اینترنت، نقش یکی از ابزارهای عملیات نظامی را بازی می‌کند و در جای‌خویش حائز اهمیت است (ضیایی پرور، ۱۳۸۷: ۱۹۵). به وسیله رایانه و شبکه‌های درهم تنیده شده اینترنت می‌توان افکار عمومی را به اهداف خویش نزدیک کرد و همین عمل علاوه بر مشروعیت بر توانایی دست‌یابی به هدف هم می‌افزاید.

### گفتار دوم: عملیات روانی

عملیات روانی و جنگ روانی از جمله واژگانی هستند که دچار قبض و بسط مفهومی شده‌اند. البته در همین ابتدای بحث باید اشاره کرد که عملیات روانی شامل جنگ روانی است و تعریف واحد، دقیق و جامع و مانعی از آن وجود ندارد. عملیات روانی از واژه‌هایی است که تا کنون تعاریف متنوع و گوناگونی براساس شرایط استفاده از آن ارائه شده است. بطور مثال؛ عملیات روانی، عملیات طراحی شده‌ای برای انتقال اطلاعات و شاخص‌های انتخاب شده به

---

۱- Cyber in Soft Power  
۲- Information  
۳- Weapons  
۴- Staffing  
۵- Tactical Communications  
۶- Intelligence Weapons

مخاطبان خارجی به منظور تأثیر گذاری بر احساسات (هیجانان)، انگیزه‌ها، استدلال بی طرفانه و در نهایت، رفتار حکومت‌ها، سازمان‌ها، گروه‌ها و افراد خارجی است. یا در تعریفی دیگر آمده است: عملیات روانی یعنی استفاده دقیق و طراحی شده از تبلیغات و سایر امکانات به منظور تأثیرگذاری بر افکار، احساسات، تمایلات و رفتار گروه‌های دوست، دشمن و بی طرف، برای دست یابی به اهداف ملی و دارای دو بعد است:

۱. ماهیت و منطق درونی که عبارتند از تلاش برای تأثیرگذاری بر افکار، احساسات، تمایلات و رفتار، با استفاده از ارتباط اقناعی؛

۲. منظور و کاربرد این تأثیرگذاری و تغییر رفتار با توجه به هر دسته از مخاطبان است (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۲۰-۱۹).

عملیات روانی اگرچه در محیط علمی دارای سابقه کم است ولی در عمل سابقه طولانی دارد. تاریخ جنگ روانی از تاریخ حیات بشر جدا نیست، اما همیشه با این عنوان به گرفته نشده است و مانند سایر مفاهیم، در بستر تاریخ و همواره با مقتضیات زمان و مکان، متحول بوده و سیر تطّور خود را تا به امروز پیموده است، به گونه‌ای که در عصر حاضر، با استفاده از فن‌آوری، بر پیچیدگی آن افزوده شده است (فراهانی، ۱۳۸۸: ۷۳).

در طول تاریخ بشر، جنگ‌های روانی به طرق گوناگونی صورت گرفته است که هرکدام از اصول و مبانی خاص خویش برخوردار هستند (وایت، ۱۳۸۲: ۱۶۹-۱۵۷).

### الف) تاریخچه عملیات روانی

اعتقاد بر این است که مورخ و تحلیل‌گر نظامی بریتانیا، فولر<sup>۱</sup>، اولین کسی است که اصطلاح جنگ روانی را در سال ۱۹۲۰ به کار برد، هرچند که اقدامات نهفته در دل این اصطلاح، سابقه ای باستانی دارند. استفاده فولر از واژه جنگ روانی در محافل نظامی و علمی بریتانیا و آمریکا، توجه چندانی را به خود جلب نکرد. بیست سال بعد که بریتانیایی‌ها درگیر تلاش گسترده‌ای در زمینه تبلیغات - نظیر آنچه فولر پیش بینی کرده بود - شدند که اصطلاح «جنگ سیاسی»<sup>۲</sup> را بکار بردند و در سال ۱۹۴۰ این اصطلاح وارد آمریکا شد. در طی جنگ جهانی دوم، اصطلاح

۱- Fuller

۲- Political Warfare

جنگ روانی، بطور گسترده‌ای برای توصیف سازمان و بخصوص فعالیت افرادی به کار برده شد که در خدمت ارتش بودند و یا از آن پشتیبانی می‌کردند و روند بهره‌گیری از عملیات روانی در جنگ دوم جهانی، جنگ سرد و غیره مورد بهره‌برداری قرار گرفت (اقرتی، ۱۳۷۷: ۴-۳).

### ب) انواع جنگ روانی

می‌توانیم برای جنگ روانی تعریفی قائل شویم که در آن، کلیه سطوح چهارچوب زمانی و مکانی منعکس شود، اما منظور جنگ روانی استراتژیک و تاکتیکی است.

#### ۱- جنگ روانی استراتژیک

این روش، گروه محدود یا ملت خاصی را هدف قرار نمی‌دهد، بلکه عملکرد آن در جهت تحقق اهداف استراتژیک دراز مدت دولت و بر اساس اهداف ملی می‌باشد و بدین سبب شامل کلیه معانی ممکن این عبارت می‌شود. گاهی در جنگ روانی استراتژیک، بیش از یک عنصر از عناصر جنگ مورد استفاده قرار می‌گیرد. علاوه بر تبلیغات و جنگ سرد، گاهی دولت‌ها به استفاده از جنگ سیاسی، جنگ اقتصادی و شاید جنگ نظامی متوسل می‌شوند. برخی اوقات، بعضی از این عناصر با یکدیگر در تعارض قرار می‌گیرند که این امر بر هدف‌های روانی و استراتژیک مؤثر واقع می‌شود. در اغلب دولت‌های بزرگ، نهادهای ملی و حکومتی، تحت نظارت شورای برنامه‌ریزی روانی و استراتژیک، نقش خود را به صورت مشترک ایفاء می‌کنند. نقش اساسی این سازمان‌ها تماس با توده‌ها، از طریق تبلیغات، به کمک وسایل مختلف یا از طریق تماس مستقیم است. با توجه به این که جنگ روانی و استراتژیک در جهات بسیار متفاوتی سیر می‌کند و نظر به ارتباط کامل آن با هدف‌های ملی دولت، برنامه‌ریزی موفق، همسو با تغییر هدف‌های دولت و رویدادهای بین‌المللی که بر هدف‌های دولت ملی تأثیر گذارد، دست خوش تغییر می‌گردد (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۳۸).

## ۲- جنگ روانی تاکتیکی

این نوع جنگ، علیه سربازان دشمن در میدان نبرد یا پایگاه‌هایشان، یا علیه کل اتباع دولت مزبور یا گروهی از آنها که در عرصه نبرد حاضرند صورت می‌گیرد. عملیات روانی در این حالت، عملیات محلی بوده و هدف از آن، ضعیف کردن مقاومت نیروهای دشمن یا فراخواندن مردم به همکاری با قوای در حال پیشرفت و نیز ایجاد مانع در راه تلاش‌های جنگی دشمن است. این عملیات و اداره آن تحت نظر شعبه عملیات روانی در ستاد نیروهای نظامی است و نهادهای خدمات کشوری، امکانات خود را در اختیار این ستاد قرار می‌دهند. با وجود این که میانی کلی جنگ روانی یکی نیست، وسایلی که در عملیات تاکتیکی و استراتژیک به کار می‌رود، تا حدی با هم متفاوت هستند. در عملیات تاکتیکی، سپاهیان اغلب اوقات بر اعلامیه‌ها، اعلان‌های دیواری، پخش رادیویی محلی، بلندگوها، شایعه‌ها، شایعه‌پردازی‌ها و نیز عملیات خرابکاری که روحیه نیروهای رزمنده دشمن یا اتباع او را در هم می‌شکنند، تکیه می‌کنند. عملیات روانی تاکتیکی، با توجه به دستیابی به هدفی نزدیک و محدود مثل تسلیم کردن نیروهای دشمن صورت می‌گیرد، بدین سبب عملیات روانی همان‌گونه که مورد نظر نیروهای مسلح است، محدودتر بوده و تخصصی بیش از آنچه روزنامه نگاران و سیاستمداران در موقع صحبت از جنگ روانی در نظر دارند طلب می‌کند (همان، ۳۹).

## ۳- عملیات روانی در جنگ‌های معاصر

اهمیت عملیات روانی در جنگ‌های معاصر افزایش یافته است. سبب این افزایش دو عامل است؛ عامل نخست، همچنان که مورگنتا<sup>۱</sup> نیز اشاره می‌کند، این است که در دویست سال اخیر، بین‌الملل‌گرایی اشرافی<sup>۲</sup> جای خود را به ناسیونالیسم و ایدئولوژی‌های رقیب داده است. ضمن آن که گروه‌های زیادی در امور حکومتی درگیر شده‌اند. عامل دوم آن است که سلاح‌های هسته‌ای، احتمال جنگ‌های تمام عیار را برای حل مسائل سیاسی کاهش داده‌اند و با گذشت زمان معلوم شده است که هزینه عملیات روانی بخش کوچکی از درگیری‌های نظامی را تشکیل می‌داد، اما امروز بخصوص در جنگ سرد، ابعاد نظامی به بخش ناچیزی از عملیات‌های روانی

۱- Morgenthau

۲- Aristocratic Internationalism

تبدیل شده است. جنگ‌های کوچک و حرکت‌های انقلابی در کشورهای جهان سوم، بحران‌هایی هستند که نمی‌توان تنها با استفاده از نیروهای نظامی با آنها مقابله کرد. این بحران‌ها، ابعاد سیاسی، اقتصادی و روانی مهمی دارند (اسکناسی، ۱۳۷۷: ۱۸۱).

### ج) مکانیسم‌های جنگ روانی

۱- مردم‌انگیزی یا آژیتاسیون

عبارت است از برانگیختن مردم و کوششی است که می‌خواهد به نیت سیاسی توده‌های مردم یک جور روحیه هیجان زده القا کند که البته ضروری هم نیست به شکل آشفته‌گی باشد.

۲- عوام‌فریبی یا دماغوژی

روشی است که در آن فرد پیروان خود را به تعلق عاطفی و شخصی خود سوق می‌دهد و اثرات چنین عملی این است که بر آگاهی آنها از خاستگاه‌های واقعی ناخرسندی شان یا از اقدامات متفاوت دیگری که نارضایتی‌هایشان را مرتفع خواهد کرد، سرپوش بگذارد.

۳- بحران‌سازی

مفهوم بحران که در مباحث جنگ روانی و راهبردهای عملیاتی آن بهره می‌گیرند اصطلاحات زیر مجموعه ای هم دارد که از آن جمله است اعمال فشار<sup>۱</sup>، تعارض<sup>۲</sup> و تنش<sup>۳</sup>. بحران‌سازی و القای وضعیت بحرانی یکی از شگردهای جنگ روانی دشمنان است که مخاطبان بسیاری از افکار عمومی را تحت الشعاع قرار می‌دهد.

۴- شایعه‌پراکنی

شایعه با تاریخ بشر همواره عجین بوده است. با شایعه‌سازی اذهان بسیاری از مردم با سرعت بالایی تحت تاثیر قرار می‌گیرد (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۴۲-۴۱). آنچه عموماً شایعه نامیده می‌شود، عبارت از شرح، پیش‌بینی و توصیف رخدادهایی است که غالباً در قالب غیررسمی و تأیید نشده توسط منابع مسئول شکل می‌گیرد، ولی با این وجود از سوی بخش عظیمی از توده‌ها به‌طور جدی مورد قبول قرار می‌گیرد.

۱- Stress

۲- Conflict

۳- Tension

#### ۱-۴- علل شایعه پراکنی

علل گسترش شایعه را باید در جو عمومی گروه‌های اجتماعی و یا در نیازهای شخصی افراد تشکیل‌دهنده گرو جست و جو کرد. شایعه اغلب در میان گروه‌های متجانس<sup>۱</sup> که احساسات مشترکی دارند گسترش می‌یابد. جنگ به گسترش شایعه کمک می‌کند. در میان کسانی که با آن ارتباط دارند، هیجانات مشترک شدیدی به وجود آید. آنها در امید به پیروزی، ترس از شکست، سرخوردگی ناشی از جدایی از عزیزان و خصومت نسبت به دشمن و همه کسانی که آنها را به شکست تهدید می‌کنند، با هم مشترک هستند. شایعه‌ای که این هیجان‌ها را بیان می‌کند، هم به سادگی شنیده می‌شود و هم به سادگی نقل می‌شود. انگیزه نقل شایعه، معمولاً پیچیده است، اما چند شیوه مشخص وجود دارد که نیازهای فردی از طریق آنها وارد فرآیند شایعه‌پردازی می‌شوند که عبارتند از: خودنمایی<sup>۲</sup>؛ اطمینان آفرینی و حمایت عاطفی<sup>۳</sup>؛ فرافکنی<sup>۴</sup>؛ پرخاشگری<sup>۵</sup> و پیشکش کردن خوشایند<sup>۶</sup> (ناپ، ۱۳۷۷: ۴۵-۴۳).

#### ۲-۴- انواع شایعه

تلاش‌های زیادی از سوی پژوهشگران برای تقسیم شایعات صورت گرفته است اما به دلیل آن که روابط اجتماعی به هم پیوسته و انگیزه‌های درونی جوامع متفاوت است، نمی‌توان تقسیمی فراگیر به دست داد که در همه جا نافذ و قابل انطباق باشد. بدین روی زاویه نگرش به شایعات و تقسیم آنها، گاه از حیث موضوعی است که شایعات درباره آن پرداخته می‌شود و گاه به انگیزه‌هایی است که در ورای آن وجود دارد و گاهی نیز به عامل زمان و یا آثار و نتایج اجتماعی که در مردم به جای می‌گذارد. بسیاو<sup>۷</sup> با توجه به عامل زمان، سعی کرده شایعات را در سه دسته جای دهد:

- 
- ۱- Homogeneous
  - ۲- Exhibitionism
  - ۳- Reassurance and Emotional Support
  - ۴- Projection
  - ۵- Externalization
  - ۶- Bestowing a favor
  - ۷- Bysaw

۱-۲-۴- شایعات خزنده:

شایعاتی هستند که به آرامی منتشر می‌شوند و مردم آن را به‌طور پنهانی به یکدیگر منتقل می‌کنند و مطالبی که در جامعه علیه مسئولین آن، برای مشوّه ساختن چهره نظام پخش می‌گردند، از این گونه شایعات هستند.

۲-۲-۴- شایعات تند و سریع:

این نوع شایعات در زمانی کوتاه، گروهی وسیع را تحت پوشش می‌گیرند، آنچه درباره حوادث و فجایع و پیروزی‌ها و شکست‌های بزرگ در زمان جنگ منتشر می‌شوند، از این گونه شایعات است.

۳-۲-۴- شایعات غوطه‌ور (غواص):

این گونه شایعات، زمانی که شرایط را مساعد ببینند، قوت می‌گیرند، در غیر این صورت مستقر می‌گردند تا بار دیگر موقعیت فراهم شود (فراهانی، ۱۳۸۸: ۷۵-۷۳).

۳-۴- مقابله با شایعات

شایعات تأثیر فراوانی در روحیه ملی هر جامعه‌ای دارد و در هنگام جنگ به دلیل زیان‌های بزرگی که بر جبهه داخلی وارد می‌آورند، اهمیت بیشتری می‌یابند. آشکار ساختن حقایق و گزارش‌های صحیح و هماهنگی دستگاه‌های دولتی، مادام که با آگاهی کافی از خطر و اهمیت شایعات و انگیزه‌های پشت پرده همراه نباشد و در محو شایعات مؤثر نخواهد بود. موارد ذیل برای مقابله با شایعات کارساز است:

۱) ایمان و اعتماد به بیانیه‌ها و گزارش‌های رسمی؛

۲) ارائه حساب شده حقایق و واقعیت‌ها در سطح وسیع برای پر کردن خلاء خبری، مشروط بر حذف جزئیاتی که ممکن است دشمن از آنها بهره برداری کند؛

۳) اطمینان و اعتماد به فرماندهان و رهبران و مجموعه نظام حکومتی؛

۴) ایجاد ایجاد فرصت‌های کار، اشتغال و تولید، زیرا خستگی، کسالت و بیکاری، زمینه مناسبی برای تکوین، ترویج و پذیرش شایعات است؛

۵) کشف تبلیغات دشمن و مبارزه با عوامل شایعه پراکن داخلی (همان، ۷۸).



## ۵- شست و شوی مغزی<sup>۱</sup>

این واژه معانی متعددی پیدا کرده است و نمی‌توان برای آن معنایی واحد در نظر گرفت. در خصوص این اصطلاح در جنگ روانی باید گفت دشمن با القائات فراوان و تبلیغات هدف دار خود لایه‌هایی از افکار عمومی را نسبت به تقلیدات و وابستگی‌های فرهنگی خود بیگانه ساخته و به تعبیری در راستای اغراض خود شست و شوی مغزی می‌دهد. (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۴۳) هرچند که واژه‌های دیگری نظیر کنترل اندیشه<sup>۲</sup>، اصلاح اندیشه<sup>۳</sup>، اصلاح ایدئولوژیک<sup>۴</sup> و مغز شویی برای توصیف این فرایند انتخاب شده، با این حال، اصطلاح شست و شوی مغزی، عمومیت بیشتری یافته است.

در یک نگاه کلی‌تر، شست و شوی مغزی، با تبلیغات، جامعه‌پذیر کردن یا آموزش سیاسی ارتباط دارد. هر سه این‌ها به دنبال قالب‌بندی نگرش‌ها، تلقین برخی عقاید و تضعیف یا زایل کردن عقاید دیگر هستند و هر سه، ترکیب‌های مختلفی از فرد و هیجان، منطق و اعتقاد و ترغیب و اجبار را به کار می‌گیرند. تکنیک‌های شست و شوی مغزی، به خوبی استاندارد شده است، هرچند که میزان و ماهیت فشاری که باید در مورد هر فرد اعمال شود، متناسب با شخصیت سوژه، شرایط و اهمیت موضوع و توانایی متصدی امر متفاوت خواهد بود. اما میان روش چینی و اروپایی تفاوت وجود دارد. چینی‌ها به همان اندازه که در پی شست و شوی مغزی افراد منفرد هستند، شست و شوی مغزی گروه‌های کوچک انسانی را در نظر دارند اما اروپاییان فعالیت خود را محدود به یک فرد می‌سازند ولو آنکه بخواهند تعداد زیادی از این عملیات‌ها را به طور هم زمان انجام دهند. اما بطور کلی شست و شوی مغزی بوسیله اقدامات زیر صورت می‌گیرد:

- 
- ۱- Brain Washing
  - ۲- Thought Control
  - ۳- Thought Reform
  - ۴- Ideological Reform

کنترل همه جانبه و فراگیر<sup>۱</sup>؛ عدم اطمینان<sup>۲</sup>؛ منزوی کردن<sup>۳</sup>؛ شکنجه<sup>۴</sup>؛ فرسودگی و ناتوانی جسمی؛ تحقیر شخصیت<sup>۵</sup>؛ مسلم فرض کردن جرم<sup>۶</sup>؛ توالی وقایع و اقدامات دیگر که بنا به زمان و مکان از آنها بهره می‌گیرند (سامیت، ۱۳۷۷: ۱۹-۲۲).

روانشناسان و روانپزشکان اغلب بر مکانیزم‌های روانی خاصی که در فرآیند شست و شوی مغزی بکار گرفته می‌شود، توافق دارند که عبارتند از:

#### ۱-۵- همانندسازی

زندانی در حالی که از ارتباطات انسانی جدا شده، خود را با رئیس بازجوها که در مقایسه با زیردستانش ملایم تر و دلسوزتر است، همانند می‌سازد. این همانندسازی که هم سوژه و هم بازجو، ممکن است با هیجان در آن شرکت داشته باشند، معمولاً عامل مهمی در ایجاد حالت تسلیم در سوژه است.

#### ۲-۵- کاهش توانایی ذهنی

در نتیجه خستگی و ناتوانی، آنقدر فرسوده می‌شود که دیگر واقعاً نمی‌تواند در مورد یک موضوع به طور منسجم فکر کند.

#### ۳-۵- سر در گمی ناشی از حبس انفرادی

فقط افراد معدودی می‌توانند بدون آنکه آسیب جدی فکری و هیجانی ببینند، انزوای طولانی را تحمل کنند. سر در گمی حاصل از انزوا، نقش مهمی در فرآیند نرم کردن<sup>۷</sup> انزوا، دارد.

---

۱- Total Control  
۲- Uncertainty  
۳- Isolation  
۴- Trture  
۵- Personal Humiliation  
۶- Certainty of Quilt  
۷- Softening- up

#### ۴-۵- تلقین

این عامل بخصوص در مواردی مؤثر است که تلقین به طرفه بوده، محرک ضدتلقین، قابل حذف باشد و سوژه تحت فشار فیزیکی و هیجانی زیادی قرار داشته باشد. پذیرش ناشی از تلقین، برای اعتراف کننده، اعتبار دارد و در واقع ترکیبی از هر دو است.

#### ۵-۵- تکرار<sup>۱</sup>

تکرار مداوم یک عقیده، بخصوص اگر پذیرش آن، نتایج شخصی یا اجتماعی مطلوبی هم در پی داشته باشد، هر فردی را بسوی پذیرش بیشتر آن سوق می‌دهد (همان، ۲۵-۲۴).

#### ۶-۵- احساس گناه

هنگامی که این احساس ایجاد شد، نقش مهمی در کاهش توانایی یا اراده مقاومت ایفا می‌کند.

#### ۷-۵- تخریب خود<sup>۲</sup>

هرچند سوژه، راهی جز تسلیم در برابر خود نمی‌بیند، اما تحمل تحقیر از سوی او، به تضعیف عذت نفس وی می‌انجامد. او ضعف و بی‌پناهی خود را بطور شک‌آمیزی با قدرت و دانایی ظاهری بازجوی خود مقایسه می‌کند. تخریب خود، بدین صورت توانایی فرد را برای مقاومت کاهش می‌دهد. با این حال تردیدی وجود ندارد که ارتباط میان پاداش و تنبیه از یک سو و پیشرفت یا عدم پیشرفت از سوی دیگر، یکی از روش‌های شکی کردن زندانی برای ایجاد پاسخ مطلوب در اوست.

#### ۸-۵- رفتار غیرعقلانی در برخورد با محرک ناگهانی

بسیاری از افراد در برخورد با محرک‌های غیر منتظره، از نظر هیجانی در هم شکسته می‌شوند. آن‌ها قادر به کنترل رفتار خود نیستند. زندانی‌هایی که بطور غیرمنتظره در معرض

---

۱- Repetition

۲- Ego Destruction

بدرفتاری، بی احترامی و شکنجه قرار می‌گیرند، ممکن است آنچنان مقهور شوند که مقاومت آن‌ها بطور کلی در هم شکسته شود.

۹-۵- تناوب ترس و امید

ایجاد متناوب ترس و امید در واقع همان شیوه تشویق و تنبیه کلاسیک است (همان، ۲۸-۲۵)

۶- تبلیغات<sup>۱</sup>

از نظرگاه‌های مختلف و با توجه به کارکردهای گوناگون تعاریف متعددی از تبلیغات شده است. تبلیغات با شگردهای مختلف از مهمترین ابزار و واسطه خود یعنی رسانه‌ها بهره می‌گیرند و پیام را با هدف گذاری خاص به مخاطب می‌رساند. ماربری ب. اوگل<sup>۲</sup> می‌گوید: تبلیغات هرگونه تلاش برای تغییر یا اصلاح رفتار و صفت‌های رفتاری را گویند و مبلغ هر فردی است که به بیان عقاید خود به قصد تأثیر بر مخاطب می‌پردازد.

هارولد لاسول<sup>۳</sup> توجه را بر قصد تبلیغ کننده متمرکز کرده در تعریف پروپاگاندا می‌گوید: تبلیغات بیان افکار و اعمالی است که آگاهانه توسط افراد یا گروه‌ها به منظور تأثیر بر افکار و اعمال دیگر افراد یا گروه‌ها برای دستیابی به اهدافی از پیش تعیین شده و از طریق بکارگیری ماهرانه جنبه‌های روانی انجام گرفت. یونگ تبلیغات را چنین تعریف می‌کند:

نشر افکار و عقاید در وضع‌های رفتاری که موضوع واقعی را برای شنونده یا خواننده به روشنی بیان نمی‌کند. تبلیغات از زاویه جنگ روانی تعریف خاص خود را دارد. آنچه در دایره المعارف علوم اجتماعی آمده است به این دیدگاه شباهت دارد: تبلیغات به کارگیری نسبتاً آگاهانه و عمدی نمادهایی چون کلمات، علائم، پرچم‌ها، تصاویر و آثار تاریخی و موزیک و... برای تأثیر بر افکار و اعمال دیگران، توأم با احترام به باورها، ارزش‌ها و رفتارهایی است که آنان

۱- Propaganda

۲- M.B.ogle

۳- H. lasswell

را بحث برانگیز وجدلی می‌شمارند، بدین ترتیب تبلیغات از ارتباط صرفاً اتفاقی یا تغییر آزاد عقاید و یا آموزش (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۴۲).

#### د) اهداف عملیات روانی

عملیات روانی در ابعاد استراتژیک، عملیاتی، تاکتیکی و تحکیمی صورت می‌گیرد و هرکدام آنها هدف خاص خود را دنبال می‌کنند. عملیات روانی استراتژیک بیشتر برای پیشبرد اهداف گسترده و بلند مدتی طراحی می‌شوند که از طراح استراتژیک بزرگ حمایت می‌کنند. تأثیر ملموس عملیات روانی استراتژیک در آینده نامعلومی مشخص می‌شود. نیروهای عملیات روانی می‌توانند برای پشتیبانی از عملیات روانی استراتژیک سازماندهی شوند. با این حال عملیات روانی استراتژیک عبارتند از:

- ۱) حمایت و تشریح خط مشی‌ها؛
- ۲) آماج و اهداف سیاسی در خارج از کشور؛
- ۳) برقراری پیوند میان خط مشی‌ها و اهداف سیاسی با عواطف و افکار مخاطب مورد نظر؛
- ۴) تحریک افکار عمومی و اعمال فشارهای سیاسی موافق و مخالف یک عملیات نظامی؛
- ۵) نفوذ بر طراحی تاکتیک‌ها و استراتژی‌های خارجی؛
- ۶) تشدید آثار تحریم‌های اقتصادی یا اشکال مختلف تحریم‌های غیر خشونت آمیز علیه طرف تخصصی؛
- ۷) دامن زدن به بحث و جدل‌های موجود بین نخبگان نظامی و سیاسی دو طرف؛
- ۸) متزلزل کردن رهبری و اهداف طرف مقابل؛
- ۹) تضعیف روحیه و کارایی شهروندان غیر نظامی طرف مقابل؛
- ۱۰) تشدید اختلاف نظر و گلايه و شکایت در میان افراد طرف مقابل در زمینه‌های مذهبی، اجتماعی، سیاسی و غیره.

مداخله در سیستم ارتباطات و کنترل طرف مقابل، جلب حمایت مخاطبان بی طرف یا تشویق و حمایت از تداوم بی طرفی آنها، تقویت رهبران طرفدار و تضعیف رهبران مخالف، از روحیه نیروهای مقاومت و امیدوار کردن آنها، حمایت از نخبگان طرف مقابل، جلب حمایت

مناطق تازه تصرف شده ف تقویت و تکمیل عملیات روانی تاکتیکی (همان، ۱۰۸-۱۰۶) عملیات روانی عملیاتی، قبل، حین آغاز، و در طول جنگ یا مناقشه در یک حوزه جغرافیایی تعریف شده، و در نتیجه آشکار شدن خصومت‌ها برای کارایی و پیشبرد مؤثر عملیات‌ها و استراتژی‌های فرماندهی به کار گرفته می شود، عملیات روانی عملیاتی، به جنگ در سطح نیروها (دریایی، هوایی، زمینی) در یک کشور اطلاق می شود و در این راستا؛ اهداف عملیاتی روانی عملیاتی عبارتند از :

۱) آماده کردن مردم کشور مورد نظر برای ورود نیروهای مهاجم؛

۲) بداخل رساندن مداخله افراد غیرنظامی در عملیات کشور مهاجم؛

۳) تمرکز در نقاط ضعف طرف مقابل، مقابله با تبلیغات دشمن؛

۴) دامن زدن به نارضایتی نیروها و افراد طرف مقابل .

در عملیات تاکتیکی وظیفه گروه‌ها و گروهان پشتیبانی عملیات روانی علیه دشمن و گروه‌های عملیات روانی تاکتیکی نیز می توانند به نحو چشمگیری با اقدامات زیر مؤثر باشند: کمک‌های بشر دوستانه، عملیات تخلیه خارج از صف، کنترل ازدحام، عملیات مبارزه با مواد مخدر و تیم‌های آموزشی سیار در دفاع داخلی- خارجی و جنگ غیر متعارف. با این وصف اهداف عملیات روانی عبارتند از:

۱) تضعیف روحیه و کارایی نظامی طرف مقابل؛

۲) افزایش تأثیر روانشناختی سلاح‌های کشنده؛

۳) حمایت از عملیات فریب؛

۴) تأثیر اشغال مناطقی از خاک دشمن با اعلام ضرب الاجل و فراهم کردن نقطه تجمع؛

۵) حمایت از عملیات روانی استراتژیک با ارائه اطلاعات مشروع و به موقع در زمینه نقاط ضعف محلی که می تواند در طرح‌ها و عملیات استراتژیک به کار برده شود؛

۶) ارائه حمایت ویژه و مستقیم به فرماندهان تاکتیکی از طریق یادداشت‌های کوتاه؛

۷) ارائه تصویر مطلوبی از سربازان و رهبران کشور (همان، ۱۱۲-۱۱۱).

در حوزه‌های خارجی که محل سکونت دشمن بوده یا دارای جمعیت بالقوه متخاصم است و به وسیله نیروهای مهاجم اشغال شده یا این نیروها در آن حضور دارند و مستقیم هستند به منظور جلب حمایت جمعیت خارجی جهت حمایت از اهداف نیروهای مهاجم در این منطقه به

کار گرفته می‌شود. عملیات روانی تثبیت کننده (تحکیمی) عملیات‌های آفندی اطلاعات در همه سلوح جنگ انجام می‌شود عملیات روانی تحکیمی در مناطق تازه تصرف شده یا در نواحی که قبلاً در دست دشمن بودند، به اجراء در می‌آید. تأکید این عملیات بر بازگشت به حالت عادی می‌باشد. از این رو اهداف عملیات روانی تحکیمی عبارتند از: ترویج تصویر مطلوبی از نیروهای کشور و متحرانش، به‌کارگیری گویندگان صاحب نفوذ، یاری گرفتن از مردم برای اعاده نظم، کاهش حمایت مردمی از نیروهای مخالف، تقویت بازسازی و سازماندهی مجدد سیستم کارکردی دولت (همان، ۱۱۳).

#### ه) رسانه‌های ارتباطی و عملیات روانی

انتخاب رسانه‌ی ارتباطی برای عملیات جنگ روانی به عواملی همچون مخاطب که مورد نظر پیام است و زمانی که پیام باید آماده و ارسال شود، بستگی دارد. در جبهه، اعلامیه‌های چاپی و جزوه‌هایی که توسط هواپیما و توپخانه پخش می‌شود و انتشار صوتی که توسط بلندگوهای الکترونیک انجام می‌شود، رایج‌ترین رسانه‌های مورد استفاده هستند. رسانه‌هایی که در عملیات استراتژیک یا ملی استفاده می‌شوند، به‌طور عموم بر دو نوع است:

الف) رسانه‌های کند<sup>۱</sup> و ب) رسانه‌های تند<sup>۲</sup>.

رسانه‌های کند شامل مجله، کتاب، جزوه، فیلم‌های نقاشی متحرک و سخنرانی می‌شود. آنها را به این سبب کند می‌نامند که تأخیر زمانی قابل توجهی میان ارسال پیام و دریافت آن توسط مخاطب وجود دارد. رسانه‌های تند عبارتند از رسانه‌هایی که به‌طور عمده بر ارتباطات الکترونیکی متکی هستند. این گونه رسانه‌ها، علاوه بر رادیوهای موج کوتاه، وسایل دیگری را نیز شامل می‌شوند نظیر ارسال فایل خبری روزنامه توسط بی‌سیم به تشکیلات ماهواره‌ای جهت انتشار محلی (داق‌رتی، ۱۳۷۷: ۹-۸).

مجموعه عوامل فوق نمایانگر اهمیت عملیات و جنگ روانی به عنوان یکی از مؤلفه‌های ثابت و با اهمیت قدرت نرم است و کشورها همواره باید خود را در مقابل عملیات‌های روانی دشمن آماده کنند و شرایط مناسب را برای تبدیل تهدید به فرصت فراهم آورند.

۱- Slow Media

۲- Fast Media

## نتیجه‌گیری

ورود بشر به عصر ارتباطات و تکنولوژی سبب گشته که ماهیت ابزار کاربردی آنها هم متناسب با پیشرفت موجود تغییر کند و دولت‌ها و بازیگران سیاسی از امکانات جدید مثل تکنولوژی‌ها، سایبر، اینترنت، ماهواره‌ها و... بهره‌گیرند. به فراخور همین پیشرفت در عرصه تکنولوژی و ارتباط، ابزار مورد استفاده در جنگ‌ها هم تغییر پیدا کردند. توپ و اسلحه، تانک و موشک‌های دوربرد جای خود را به نرم‌افزارها داد که در محیط فرهنگی عمل می‌کند. جنگ‌ها در عصر جدید از ابزارهای ارتباطی مثل رایانه بهره‌گرفتند (جنگ سایبری) تا به اهداف خویش برسند. بعد مسافت، هزینه‌های زیاد و کاهش مشروعیت سبب شد که ماهیت قدرت و جنگ‌ها به سمت قدرت نرم حرکت کند تا از تلفات مالی، جانی، مشروعیت و... بکاهد. یکی از ابزارهای رایج در قدرت نرم، عملیات یا جنگ روانی است که بشر در ادوار تاریخی به طرق مختلف با آن روبرو بوده است اما امروزه با این پدیده در ابعاد پیچیده، انضمامی و پلاستیک گونه روبرو است. عملیات روانی و فریب استراتژیک برای دستیابی به اهداف از ابزار گوناگون مثل شایعه پراکنی، ترغیب، شستشوی مغزی و... استفاده می‌کند و از این ابزار در سطوح استراتژیک و تاکتیکی بهره می‌گیرد. در نهایت می‌توان راه کارهایی را در برابر قدرت نرم دشمن و پدیده جنگ روانی در پیش گرفت که عبارتند از: اتحاد و انسجام، بصیرت و آگاهی، تولید علم، خودکفایی در عرصه‌های گوناگون از سطوح ثنوری پردازی در محیط آکادمیک گرفته تا سطوح اقتصادی، جنبش نرم افزاری و حرکت به سمت دولت الکترونیک، اعتماد و اطمینان راسخ به باورها و ارزش‌های مقدس و پایبندی به آنها در شرایط تهدیدات نرم، همبستگی و همگرایی بین سطوح مختلف اجتماع (توده، نخبگان و رهبران)، بسیج اجتماعی، فعال‌سازی شبکه‌های اینترنت و پاسخ‌گویی به شبهات، ایجاد محیط سرشار از حقایق، اطمینان و اعتماد به فرماندهان و رهبر جامعه، گسترش دیپلماسی دیجیتال، بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی و مردم محور، تهییج افکار عمومی در سطح منطقه و محیط بین‌الملل، خدمت صادقانه به مردم و جلب پشتیبانی آنها، تأسیس شبکه‌های بین‌المللی و ترویج عقاید و اصول و سم پاشی علیه شایعات موجود، زمینه مناسب برای فعالیت جوانان تا آنها را از بیکاری، سستی و رخوت درآورد چون این عوامل زمینه مناسبی برای تکوین، ترویج و پذیرش شایعات است.



## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

- ابراهیمی خوسفی، منصور (۱۳۸۷). جنگ نرم؛ عملیات روانی و فریب استراتژیک، جلد چهارم. تهران: ابرار معاصر.
- اسکناسی، الکساندر (۱۳۷۷). نقش عملیات روانی در مأموریت‌های نظامی، در تبلیغات و جنگ روانی، ترجمه حسین حسینی. تهران: دانشگاه امام حسین.
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۰). رسانه‌ها و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). دو چهره قدرت نرم، در کتاب قدرت نرم، جلد یک. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- ایزدی، حجت‌اله (۱۳۸۷). قدرت نرم در نهضت پیامبر، در کتاب قدرت نرم، جلد یک. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- باربر، جیمز و مایکل اسمیت (۱۳۸۴). ماهیت سیاست‌گذاری خارجی در دنیای وابستگی متقابل کشورها، ترجمه سیدحسین سیف زاده. تهران: نشر قومس.
- تولایی، محمد (۱۳۸۷). تحلیلی بر گفتمان هیات حاکمه آمریکا. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- تولایی، محمد و دیگران (۱۳۸۷). «مفهوم‌شناسی تهدیدسخت، نیمه‌سخت و نرم»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال یازدهم، شماره ۳۹، تابستان.
- جعفرپور، محمود (۱۳۸۷). قدرت نرم؛ درآمدی بر جنگ‌های رسانه‌ای و رایانه‌ای، در کتاب قدرت نرم، جلد یک. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- جوانی، یدالله (۱۳۸۷). «نقش معنویت در تولید قدرت ملی»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال یازدهم، شماره ۳۹، تابستان.
- چگینی، حسن (۱۳۸۴). نظام مدیریت استراتژیک، جلد یک. تهران: نشر آجا.
- داق‌رتی، ویلیام (۱۳۷۷). جنگ روانی، ترجمه حسین حسینی، تهران: دانشگاه امام حسین.
- دریغوس، هیوبرت ال (۱۳۸۳). درباره اینترنت، ترجمه علی فارسی نژاد. تهران: نشر ساقی.
- راسل، برتراند (۱۳۷۱). قدرت، ترجمه نجف دریا بندری. تهران: خوارزمی.

- رفیع، حسین و سیدمحمد جواد قربی (۱۳۸۶). «کالبدشکافی قدرت نرم و ابزارهای کاربردی آن»، فصلنامه مطالعات بسیج، سال سیزدهم، شماره ۴۷، تابستان.
- رینولدز، چارلز (۱۳۸۶). **وجوه امپریالیسم**، ترجمه سیدحسین سیف‌زاده. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌الملل وزارت خارجه.
- سامیت، آلبرت (۱۳۷۷). **شستشوی مغزی**، ترجمه حسین حسینی. تهران: دانشگاه امام حسین.
- ضیایی‌پور، حمید (۱۳۸۷). **جنگ نرم؛ ویژه جنگ رسانه‌ایی**، جلد دوم، تهران: ابزار معاصر.
- عالم، عبدالرحمن (۱۳۸۳). **بنیاد علم سیاست**. تهران: نشر نی.
- عبداله‌خانی، علی (۱۳۸۷). **جنگ نرم؛ نبرد در عصر اطلاعات**، جلد سوم. تهران: ابرار معاصر.
- عسگری، محمود (۱۳۸۳). «معرفی کتاب قدرت نرم»، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال دوم، شماره ششم، زمستان.
- فراهانی، حسن (۱۳۸۸). «جنگ روانی از منظر قرآن»، مجله گلستان قرآن، شماره ۲۳ و ۲۴، تیر و مردادماه.
- فرهادی، محمد و محسن مرادیان (۱۳۸۷). **درک قدرت نرم، جنگ نرم**، جلد یک. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- قربی، سید محمد جواد (۱۳۸۹). **جنگ نرم؛ از نظر تا عمل**. مشهد: سی‌دی مجموعه مقالات همایش جنگ نرم.
- کلاهیچیان، محمود (۱۳۸۷). **بررسی و نقد قدرت نرم در گفتمان غربی**، در کتاب قدرت نرم، جلد یک. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- مهرعطا، رضا (۱۳۸۸). «آمریکا و به کارگیری تهدید نرم»، فصلنامه اطلاعات راهبردی، سال هفتم، شماره هفتاد و پنجم، مردادماه.
- نائینی، علی‌محمد (۱۳۸۷). **معنا و مفهوم قدرت و تهدید نرم در مطالعات امنیتی**، در کتاب **قدرت نرم**. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- ناپ، رابرت (۱۳۷۷). **شایعه**، ترجمه حسین حسینی، تهران: دانشگاه امام حسین.
- نبوی، سیدعباس (۱۳۷۹). **فلسفه قدرت**. تهران: انتشارات سمت.
- نش، کیت (۱۳۸۸). **جامعه‌شناسی سیاسی معاصر؛ جهانی شدن، سیاست و قدرت**، ترجمه محمدتقی دلفروز. تهران: انتشارات کویر.

وایت، جان (۱۳۸۲). *روش‌های جنگ روانی؛ اخبار و تحقیقات در پرده*، ترجمه فرهاد کاظمی. تهران: انتشارات حم.

هالستی، کی جی (۱۳۷۷). *تبلیغات و نقش آن در سیاست خارجی*، ترجمه حسین حسینی. تهران: دانشگاه امام حسین.

یوسفی، جعفر (۱۳۸۷). *بررسی تطبیقی قدرت نرم در گفتمان‌های اسلامی و لیبرال دموکراسی*، در کتاب *جنگ نرم*، جلد یک. تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.

(ب) منابع انگلیسی

Nye, J. (۲۰۰۴). **Soft Power**. New York: Oxford University Press.

Burton, J.W. (۱۹۶۷). **From Power to Steering: International Relations**. Cambridge: Cambridge University Press.

