

جنگ روانی: ابزار دبی مرز

چیستی جنگ روانی و اهداف آن

سید محمد مهدی موسوی

در تاریخ اسلام، روشن کردن آتش توسط سپاهیان اسلام در شب فتح مکه و ایجاد رعب در دل مکیان از این طریق، نقش مهمی در شکستن مقاومت آن‌ها داشت و نیرنگ قرآن بر سر نیزه کردن عمرو عاص و شکست دادن سپاه در حال پیروزی امام علی^ع با این وسیله، نمونه‌های برجسته‌ای از جنگ‌های روانی است

جنگ روانی، سلاح نوین جنگی دنیای مدرن محسوب می‌شود که در عین تدافعی بودن، می‌توانست حالت تهاجمی بگیرد و ضمن تقویت روحیه مردم و سربازان خودی، به شکستن روحیه دشمن بپردازد

جنگی به قدمت تاریخ بشر

به اعتقاد تاریخ‌نگاران، عملیات روانی سابقه‌ای به قدمت تاریخ بشر دارد. محققان زیادی در پی یافتن قدیمی‌ترین نمونه‌های استفاده از جنگ روانی بوده‌اند. در این باره «پل لاین بارگر» سابقه استفاده از جنگ روانی را به جنگ کیدئون با مادها نسبت می‌دهد. در این جنگ، کیدئون برخلاف رسوم نظامی زمان خود که هر دسته صد نفره یک مشعل داشتند، به هر یک از سپاهیان مشعلی داد و این توهم را در ذهن دشمن ایجاد کرد که تعداد افرادش، صد برابر میزان واقعی است، در نتیجه توانست بدون هیچ درگیری به پیروزی دست یابد.

از این زمان به بعد، به تدریج این اعتقاد پدید آمد که هر جنگ دست‌کم در دو جبهه رخ می‌دهد: میدان نبرد و اذهان عمومی.

در تاریخ اسلام، روشن کردن آتش توسط سپاهیان اسلام در شب فتح مکه و ایجاد رعب در دل مکیان از این طریق، نقش مهمی در شکستن مقاومت آن‌ها داشت و نیرنگ قرآن بر سر نیزه کردن عمرو عاص و شکست دادن سپاه در حال پیروزی امام علی^ع با این وسیله، نمونه‌های برجسته‌ای از جنگ‌های روانی است که به اقتضای فرصت و نبوغ طراحان آن، به منصفه ظهور رسیده‌اند.

از نمونه‌های جالب توجه و گسترده جنگ‌روانی در سده بیستم میلادی می‌توان به جنگ جهانی دوم اشاره کرد. هنگامی که در سال ۱۹۳۹ محققان آلمانی به منظور توجیه شکست کشورشان در جنگ جهانی اول اعلام کردند:

غفلت آلمان از سلاح تبلیغات و استفاده موثر رقیبان از آن سلاح از مهم‌ترین دلایل شکست آنان بوده است، در واقع خبر از حضور گسترده ابزار تأثیرگذاری روانی در صحنه سیاست و نظامی‌گری می‌دادند. وقوع تحولاتی چون تشکیل وزارت تبلیغات در آلمان و سازمان‌های موسوم به جنگ‌روانی و تبلیغات جنگی در دیگر کشورها، تصدیق عملی این ادعا بود.

سایکو استراتژی؛ راهبرد روانی آمریکا
جدای از آلمان‌ها، مسأله جنگ‌روانی، به شدت مورد توجه آمریکایی‌هایی قرار گرفت که پس از اتمام جنگ جهانی دوم به همراه شوروی، خود را ابرقدرت جهان می‌دانستند تا جایی که آن‌ها در کنار استراتژی نظامی، سیاسی و اقتصادی، اصطلاح «سایکو استراتژی» یا راهبرد روانی را طرح و عملاً بیان کردند که عنصر روانی از مسأله زمان جنگ فراتر است و در هنگام صلح نیز باید به آن توجه داشت.

پنتاگون با نظارت کاخ سفید در تمام سال‌های جنگ سرد، متولی اصلی جنگ روانی آمریکا علیه شوروی بود، اما شاید جالب باشد بدانید که در حال حاضر چهره اصلی اتاق فرماندهی کاخ سفید در این جنگ، خانم «کارن هیوز» است؛ فردی که بوش او را به عنوان معاون وزیر خارجه‌اش در امور رسانه‌های عمومی منصوب کرد. چندی پیش هم خانم هیوز مدعی شد که کشورش برای مقابله با گسترش حس تنفر از آمریکا در جهان، نیروی واکنش سریع تشکیل می‌دهد و از آن‌جا که مرکز اصلی این تنفر،

بدون تردید ایران است لذا برنامه‌های خود را در جنگ نرم علیه ایران متمرکز کرده است. بمباران خبری و تبلیغاتی بر ایران تنها گوشه‌ای از این برنامه‌ها است.

مشخصه‌های جنگ روانی جدید

بی‌شک، امروزه جنگ‌روانی نسبت به گذشته گسترده و ابعاد ویژه‌ای یافته است. امروز جنگ‌روانی محصول یک‌سری تحولات صنعتی و تکنولوژیک از جمله گسترش ارتباطات اجتماعی است که ابتدائاً در اروپا رخ داد. توسعه و گسترش ارتباطات باعث شد تا انسان‌هایی که پیش از این، به مسائل، فقط در محدوده قومی، قبیله‌ای و محلی فکر می‌کردند، این بار قرائن از مناطق محدود خود به گستره جهانی بیاندیشند. از سویی پس از انقلاب صنعتی و گسترش و تورم جمعیت شهرنشین، زمامداران امور کم‌کم با مقوله افکار عمومی و قدرت تأثیرگذاری آن روبه‌رو شدند. به این ترتیب، تعریف خاصی از جنگ‌روانی مطرح شد، بدین معنا که جنگ‌روانی، سلاح نوین جنگی دنیای مدرن محسوب می‌شود که در عین تدافعی بودن، می‌توانست حالت تهاجمی بگیرد و ضمن تقویت روحیه مردم و سربازان خودی، به شکستن روحیه دشمن بپردازد.

از همین منظر است که وزارت دفاع - بخوانید جنگ - آمریکا مفهوم جنگ‌روانی را این‌گونه می‌داند: «جنگ‌روانی، استفاده برنامه‌ریزی شده از تبلیغات و سایر اعمالی است که قبل از هر چیز با هدف تأثیر بر نظرات، احساسات، مواضع و رفتار جوامع دشمن، بی‌طرف یا دوست به



«در جنگ روانی هدف تصرف پانزده سانتی‌متر بین دو گوش انسان است.» این جمله را یکی از استراتژیست‌های آمریکایی گفته است. بحث درباره جنگ‌روانی یا به عقیده برخی «جنگ نرم» این روزها بیش‌تر از گذشته در محافل رسانه‌ای و سیاسی کشور مطرح است اما به‌راستی حقیقت جنگ‌روانی چیست؟ چه کسانی و با چه اهدافی آن را دنبال می‌کنند و بالاخره تاریخچه این مسأله به چه زمانی باز می‌گردد؟ این‌ها پرسش‌هایی است که این نوشتار با توجه به برخی تحولات سیاسی روز کوشیده پاسخ آن‌ها را بیابد.



شیوه‌ای خاص در جهت اهداف ملی صورت می‌گیرد.»

امپریالیسم رسانه‌ای؛ بازوی آمریکا در جنگ روانی

در سال ۱۹۵۰ یعنی تنها یک سال پس از پایان جنگ، دولت ترومن به منظور کسب آمادگی برای اجرای جنگ روانی در کره، پروژه‌ای را با عنوان «نبرد حقیقت» با بودجه‌ای معادل ۱۲۱ میلیون دلار تصویب کرد. ارتش آمریکا، اداره و ریاست جنگ روانی را به عنوان بخش ستادی ویژه ایجاد کرد و در کنار واحدهای رزمی، واحدهای جنگ روانی گسترده‌ای را با استفاده از تجربیات جنگ جهانی دوم تشکیل داد. از آن زمان تاکنون، سازمان‌ها و واحدهای روانی - تبلیغاتی آمریکا با توسعه‌ای روزافزون همواره به عنوان یکی از بازوهای اصلی آن کشور در جنگ و صلح عمل کرده‌اند.

این سازمان‌ها در حقیقت طیف وسیعی از رادیو و تلویزیون‌ها، ماهواره‌ها، کتابخانه‌ها، بورس‌های دانشگاهی، خانه‌های فرهنگی، آژانس‌های تبلیغاتی، مراکز فیلم‌سازی به‌ویژه هالیوود، واحدهای جنگ روانی نظامی، تشکیلات ستادی و... را شامل می‌شود. بی‌شک، تعداد، پرسنل، بودجه، حجم و گستردگی فعالیت آن‌ها بسیار گسترده و از حوصله این بحث خارج است اما آوردن نمونه‌های مهمی از آن خالی از فایده نیست:

۱. رکن اصلی تبلیغات رادیویی آمریکا در سطح جهان، رادیو صدای آمریکا است که در سال ۱۹۸۴ به ۲۳ زبان فعالیت خود را در راستای

تبلیغات سیاه و خاکستری - البته به تعبیر خودشان - آغاز کرد. رادیو صدای آزاد ایران تنها بخش کوچکی از تبلیغات رادیویی آمریکا بود که در سال ۱۹۸۰ یعنی دو سال پس از پیروزی انقلاب آغاز به کار کرد.

۲. موج فراگیر امپریالیسم رسانه‌ای حقیقتی است که نمی‌توان و نباید به راحتی از کنار آن گذشت. شکل‌گیری و تقویت کمپانی‌های متعدد تبلیغاتی و رسانه‌ای در کنار شرکت‌های بسیار بزرگ تبلیغاتی و خبری هم‌چون تایم وارنر، وایاکام، نیوز کور پوریشن و والت‌دیزنی تنها بخش کوچکی از ماجرا است که به‌عنوان سربازان اصلی جنگ روانی آمریکایی به فعالیت مشغولند. در این میان هالیوود جایگاه و اهمیت به‌سزایی دارد که البته تحت سیطره صهیونیسم بین‌الملل است.

۳. در حال حاضر، ایالات متحده آمریکا با ۴۴۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در بحث فناوری اطلاعات در رتبه نخست قرار گرفته است که پس از آن اروپای غربی با ۳۰۰ و ژاپن با ۱۲۱ میلیارد دلار در رتبه‌های دوم و سوم هستند. سرمایه‌گذاری هنگفت کشورهای غربی در مقایسه با سرمایه‌گذاری ناچیز ما (۱۰۰ میلیون دلار بابت طرح تکفا) از این حیث شایان توجه است که می‌دانیم در عصر انفجار اطلاعات، قدرت و نفوذ تأثیرگذاری واقعی در مقیاس‌های جهانی تنها در اختیار کشورهای است که شاهراه ارتباطی و اطلاعاتی دنیای نوین را در اختیار دارند.

اهداف اصلی کدام است؟!

همان‌طور که اشاره شد، جنگ روانی جدید به عنوان عملی سازمان‌یافته و برنامه‌ریزی شده پدیده‌ای همیشگی و پیوسته است که اختصاص به مقطع زمانی خاصی هم ندارد. با توجه به این مسأله می‌توان اهداف جنگ روانی را در یک تقسیم‌بندی به اهداف سیاسی و اهداف نظامی و در تقسیم‌بندی دیگر آن را به اهداف و مقاصد استراتژیکی و مقاصد تاکتیکی تقسیم کرد.

به هر روی، با توجه به این‌که ماهیت اصلی عملیات روانی به اعتراف خود آمریکایی‌ها عبارت است از تلاش برای تأثیرگذاری بر افکار، احساسات و تمایلات گروه‌های دوست، دشمن یا بی‌طرف می‌توان تا حدودی به برخی از مهم‌ترین اهداف جنگ روانی پی‌برد:

۱. تأثیرگذاری شدید بر افکار عمومی جامعه هدف از طریق پروژه جنگ نرم و با ابزار خیر و اطلاع‌رسانی هدفمند و کنترل‌شده که نظام سلطه همواره از این روش برای پیشبرد اهداف خود سود جسته است و البته موفقیت‌هایی هم در این زمینه داشته است.

۲. ترساندن از مرگ یا فقر یا قدرت خارجی سرکوب‌گر و پس از آن دعوت به تسلیم از طریق پخش شایعات و دامن‌زدن به آن برای ایجاد جو بی‌اعتمادی و ناامنی روانی.

۳. اختلاف‌افکنی در صفوف مردم و برانگیختن اختلاف بین مقامات نظامی و سیاسی کشور.

مورد نظر در راستای تجزیه سیاسی کشور. ۴. اشاعه بذر یأس و نومیدی در میان مردم و به‌ویژه نسل جوان به‌منظور بی‌تفاوت کردن آن‌ها

نسبت به کشور خود و تحولات احتمالی آن. ۵. کاهش روحیه و کارایی رزمی (البته در زمان جنگ نظامی)

۶. ایجاد اختلال در سیستم‌های کنترلی و ارتباطی کشور هدف.

۷. تبلیغات سیاه (با هدف براندازی و آشوب) از طریق شایعه‌پراکنی، پخش تصاویر ویژه، جوسازی از طریق پخش شب‌نامه‌ها و...

۸. تقویت ناراضی‌های ملت به دلیل مسائل مذهبی، قومی، سیاسی و اجتماعی نسبت به دولت خود به‌طوری که در مواقع حساس این ناراضی‌ها زمینه تجزیه کشور را فراهم کند.

۹. تلاش برای بحرانی و فوق‌العاده نشان دادن اوضاع کشور از طریق ارایه اخبار غلط و نیز تحلیل‌های نادرست و اغراق‌آمیز که مقام معظم رهبری نیز در دیدار اخیر اعضای مجلس خبرگان با ایشان به آن اشاره داشته و آن را در راستای خط تهاجمی دشمن توصیف کردند.

با توجه به آن‌چه گفته شد ضرورت مقابله جدی با جنگ روانی دشمن از طریق شیوه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری بر کسی پوشیده نیست. اما در این میان وحدت استراتژیک تمام نهادهای کشور برای پاسداشت ارزش‌های نظام و حفظ انسجام اسلامی در این شرایط حساس یک نیاز اساسی است.