

دانلود مقاله مبارزه‌ای که مرز نمی‌شناسد

جهت مشاهده [دانلود مقاله مبارزه‌ای که مرز نمی‌شناسد](#) به پایین همین صفحه مراجعه نمایید

تعداد صفحات : 27 صفحه

برای دریافت اینجا کلیک کنید

فرمت WORD قابل ویرایش



مبارزه‌ای که مرز نمی‌شناسد

جنگ روانی به‌عنوان سلاح جدیدی در دنیای امروز مطرح شده که ضمن تقویت روحیه ملت و سربازان خودی به شکست روحیه دشمن می‌پردازد و امتیازات بی‌شماری را از آنان کسب می‌کند. این روزها به نسبت گذشته بیشتر با اصطلاح «جنگ روانی» سر و کار داریم. اینکه اساساً جنگ روانی چیست و چه کسانی و با چه اهدافی به‌دنبال آن هستند و حتی تاریخچه این مسأله به چه زمانی باز می‌گردد؟! این‌ها سؤالاتی است که در این نوشتار سعی شده ضمن اشاره به تحولات روز، تا حدودی پاسخ آن‌ها داده شود.

تاریخچه جنگ روانی:

آنچه مسلم است این که عملیات روانی سابقه‌ای به قدمت تاریخ انسانیت دارد. از این منظر کمتر برهه‌ای از تاریخ حیات سیاسی و نظامی بشر را می‌توان یافت که فارغ از این عنصر باشد. محققان زیادی در پی یافتن قدیمی‌ترین نمونه‌های استفاده از جنگ روانی بوده‌اند. در این میان 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 هریک 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 این اعتقاد به‌وجود آمد که جنگ حداقل در دو زمینه رخ می‌دهد؛ میدان نبرد و اذهان عمومی در تاریخ اسلام، روشن کردن آتش توسط سپاهیان اسلام در شب فتح مکه و ایجاد رعب در بین مکیان از این طریق، نقش مهمی در شکستن مقاومت آنها داشت و حيله‌ی قرآن بر سر نیزه کردن عمروعاص 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 گسترده جنگ روانی در قرن بیستم می‌توان به جنگ جهانی دوم اشاره کرد. هنگامی که در سال ۱۹۳۹، محققان آلمانی به‌منظور توجیه شکست کشورشان در جنگ جهانی اول اعلام کردند که از جمله مهم‌ترین علل شکست، غفلت آلمان از سلاح تبلیغات و استفاده مؤثر رقیبان از آن سلاح بوده است، در واقع

خبر از حضور گسترده‌ی ابزار تأثیرگذاری روانی در صحنه سیاست و نظامی‌گری می‌دادند. وقوع تحولاتی همچون تشکیل وزارت تبلیغات در آلمان و سازمان‌های جنگ روانی و تبلیغات جنگی در دیگر کشورها، تصدیق عملی این ادعا بود.

پس از آلمان‌ها، به‌طور عمده این مسأله مورد عنایت آمریکایی‌هایی قرار گرفت که به نوعی خود را ابرقدرت جدید جهانی می‌دانستند تا جایی که آن‌ها در کنار استراتژی نظامی، سیاسی و اقتصادی اصطلاح «سایکو استراتژی» یا راهبرد روانی را طرح و باین داشتند که عنصر روانی از مسأله زمان جنگ فراتر است و در هنگام صلح نیز باید به آن پرداخته شود.

مؤلفه‌های جنگ روانی جدید:

آنچه امروزه به‌عنوان جنگ روانی جدید مطرح است، در واقع محصول یک سری تحولات صنعتی و تکنولوژیک از جمله گسترش ارتباطات اجتماعی است که ابتدا در اروپا رخ داد. توسعه و گسترش ارتباطات، به‌نوبه خود باعث شد تا انسان‌هایی که تا پیش از این، فقط در محدوده قومی، قبیله‌ای و محلی فکر می‌کردند، این بار ملی و جهانی فکر کنند و به مسایل دنیایی فراتر از مناطق محدود خود علاقه‌مند شوند. همچنین پس از انقلاب صنعتی و گسترش جمعیت شهرنشین، زمامداران امور کم‌کم با مقوله افکار عمومی مواجه شدند که از قدرت فراوانی برخوردار بود.

به این ترتیب تعریف بخصوصی از جنگ روانی به‌عنوان بخشی از کشورداری مطرح شد به این معنا که جنگ روانی سلاح جنگی در دنیای جدید محسوب می‌شد که در عین تدافعی بودن حتی می‌توانست تهاجمی باشد و ضمن تقویت روحیه ملت و سربازان خودی، به شکستن روحیه دشمن بپردازد.

از همین منظر است که وزارت جنگ آمریکا مفهوم جنگ روانی را این‌گونه بیان می‌دارد: «جنگ روانی، استفاده برنامه‌ریزی شده از تبلیغات و سایر اعمالی است که قبل از هرچیز با هدف تأثیر بر نظرات، احساسات، مواضع و رفتار جوامع دشمن، بی‌طرف یا دوست و به شیوه‌ای خالی در جهت اهداف ملی صورت می‌گیرد».

تلاش همه‌جانبه آمریکا در جنگ نرم:

واژه جنگ روانی در آمریکا از انتشار کتاب معروف جنگ روانی آلمان نوشته فاراگو در سال ۱۹۴۲ گسترش یافت. در پایان جنگ جهانی دوم در دیکشنری و بستر وارد شد و بخشی از فرهنگ سیاسی و نظامی آن زمان را تشکیل داد.

در سال ۱۹۵۰ یعنی تنها یک سال پس از پایان جنگ، دولت ترومن به‌منظور کسب آمادگی برای اجرای جنگ روانی در کره، پروژه‌ای را به‌عنوان «نبرد حقیقت» با تهاجم عظیم و قدرتمند روانی و با بودجه‌ای معادل ۱۲۱ میلیون دلار تصویب کرد. ارتش آمریکا، اداره ریاست جنگ روانی را به‌عنوان بخش ستادی ویژه ایجاد کرد و در کنار واحدهای رزمی، واحدهای جنگ روانی گسترده‌ای را با استفاده از تجربیات جنگ جهانی دوم تشکیل داد و از آن زمان تاکنون، سازمان‌ها و واحدهای روانی، تبلیغاتی آمریکا با توسعه‌ای روزافزون همواره به‌عنوان یکی از بازوهای اصلی آن کشور در جنگ و صلح عمل کرده‌اند. این سازمان‌ها در حقیقت طیف وسیعی از رادیوها، تلویزیون‌ها، ماهواره‌ها، کتابخانه‌ها، بورس‌های دانشگاهی، خانه‌های فرهنگی، آژانس‌های تبلیغاتی، مراکز فیلم‌سازی به‌ویژه هالیوود، واحدهای جنگ روانی نظامی، تشکیلات ستادی و... را شامل می‌شود. تعداد، پرسنل، بودجه، حجم و گستردگی فعالیت آن‌ها چنان است که از حوصله بحث خارج است اما در اینجا تنها به نمونه‌هایی از آن بسنده می‌شود.

۱. رکن اصلی تبلیغات رادیویی آمریکا رادیو صدای آمریکا است که در سال ۱۹۸۴ به ۲۳ زبان فعالیت خود را در راستای تبلیغات سیاه و خاکستری (به تعبیر خود آمریکایی‌ها) آغاز کرد. رادیو صدای آزاد ایران بخش کوچکی از

تبلیغات رادیویی آمریکا بود که برای اولین بار صدای آن در سال ۱۹۸۰ یعنی دو سال پس از پیروزی انقلاب، شنیده شد و تا مدت‌ها به تبلیغات براندازی علیه نظام نوپای جمهوری اسلامی ایران ادامه داد.

۲. موج فراگیر امپریالیسم رسانه‌ای امروزه به وضوح در جهان قابل مشاهده است. شرکت‌های بسیار بزرگ تبلیغاتی و رسانه‌ای همچون تایم وارنر، وایاکام، نیوزکوپوریش، والت دیزنی و... به خوبی به‌عنوان سربازان اصلی جنگ روانی آمریکایی به فعالیت مشغولند. در این میان هالیوود تنها بخش کوچکی از سیاست آمریکایی‌سازی جهان است.

۳. در حال حاضر ایالات متحده آمریکا به‌تنهایی با ۴۴۴ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در بحث فناوری اطلاعات در رتبه نخست قرار گرفته است که پس از آن اروپای غربی با ۳۰۰ میلیارد دلار و ژاپن با ۱۲۱ میلیارد دلار در رتبه‌های دوم و سوم هستند، سرمایه‌گذاری هنگفت کشورهای غربی در مقایسه با سرمایه‌گذاری اندک ما (۱۰۰ میلیون دلار هزینه برای طرح تکفا) از این جهت قابل درک است که بدانیم در عصر انفجار اطلاعات، قدرت و نفوذ تأثیرگذاری وقایع در اختیار کشورهای است که شاهراه ارتباطی و اطلاعاتی دنیای نوین را در اختیار دارند.

اهداف اصلی طراحان و مجریان جنگ روانی:

حال که تا حدودی به بحث جنگ روانی و تاریخچه آن اشاره شد، در این قسمت مهم‌ترین اهداف طراحان و مجریان این جنگ بررسی می‌شود.

در جایی نوشته بود «در استراتژی جنگ روانی، هدف تصرف پانزده سانتیمتر بین دو گوش انسان است». این جمله در خلاصه‌ترین وجه بیان‌گر عمیق‌ترین اهداف پروژه جنگ روانی است. در حقیقت جنگ روانی جدید به‌عنوان عملی سازمان‌یافته و برنامه‌ریزی شده، پدیده‌ای همیشگی و پیوسته است که اختصاص به مقطع زمانی خاصی هم ندارد.

در یک وضعیت می‌توان اهداف جنگ روانی را به اهداف سیاسی و نظامی و در تقسیم‌بندی دیگر، آن را به اهداف و مقاصد استراتژیک و تاکتیکی تقسیم کرد.

باتوجه به اینکه ماهیت اصلی علمیات روانی عبارتست از تلاش برای تأثیرگذاری بر افکار، احساسات و تمایلات گروه‌های دوست، دشمن‌یابی طرف، می‌توان به برخی از مهم‌ترین اهداف جنگ روانی اشاره کرد؛

۱. تأثیر گذاری شدید بر افکار عمومی جامعه هدف، از طریق پروژه جنگ نرم و با ابزار خبر و اطلاع‌رسانی هدفمند و کنترل شده که نظام سلطه و به‌ویژه آمریکا همواره از این شیوه سود جسته است.

۲. ترساندن از مرگ یا فقر یا قدرت کوبنده، دعوت به تسلیم از طریق پخش شایعات.

۳. اختلاف افکنی بین صفوف مردم و برانگیختن اختلاف بین مقامات نظامی و سیاسی کشور مورد نظر.

۴. اشاعه بذر یأس و ناامیدی در میان مردم و به‌ویژه نسل جوان برای بی‌تفاوت کردن آنها نسبت به کشور خود.

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

۶. کاهش روحیه و کارایی رزمی.

۷. تبلیغات سیاه از طریق شایعه پراکنی، پخش تصاویر مستهجن، جوسازی از طریق شب‌نامه‌ها و...

۸. تقویت ناراضی‌های ملت به‌دلیل مسایل مذهبی، قومی، سیاسی و اجتماعی نسبت به دولت خود.

در هر صورت و با توجه به اهداف خطرناک چنین جنگ تمام‌عیاری آیا وقت آن نرسیده که ما به‌عنوان اصلی‌ترین هدف جنگ روانی دشمن با نگاهی متفاوت‌تر از قبل به بازسازی قوای ارتباطی، رسانه‌ای و اطلاعاتی خود

جنگ روانی آمریکا علیه ایران

جنگ روانی اخیر آمریکا علیه ایران از چند منظر قابل بررسی است .

۱- شایعات مطرح شده مبنی بر برنامه نظامی آمریکا علیه ایران واکنش‌های شدیدی را در جامعه آمریکا و محافل بین‌المللی برانگیخته است . در شرایطی که کشور های ۱+۵ از حرکت ایران در مسیر قانونی آژانس استقبال کرده اند ، آمریکاییها سیاستی غیر طبیعی را پیش گرفته اند . به اذعان قریب به اتفاق اصحاب سیاست تحریم ها و تهدیدهای اخیر دولت آمریکا علیه ایران فاقد فاکتورهای حداقلی عقلانیت سیاسی است .

کارتر رئیس جمهور اسبق آمریکا طی اظهارنظری هرگونه حمله نظامی به ایران را " اشتباهی وحشتناک " قلمداد کرد . پوتین نیز تهدید ایران را کار بیهوده ای خواند وگفت : چرا با تهدید به تحریمها و به بن بست کشاندن ، اوضاع را بدتر می کنید. واشنگتن پست در این رابطه نوشت : آمریکا بهتر است صدای خود را مقابل ایرانیان پایین بیاورد . راهپیمایی ضد جنگ مردم ایالت‌های مختلف آمریکا علی‌الخصوص در منهن در اعتراض به سیاست‌های جنگ طلبانه دولت بوش نشان داد که آستانه تحریک جامعه آمریکا پایین آمده است و شهروندان آمریکایی در مقابل دولت موضع گرفته اند .

پر واضح است بی‌عقلی جدید آمریکا در قبال ایران محصول یک نگرش انتخاباتی فاقد اجماع داخلی و خارجی است . جمهوریخواهان نومحافظه کار به منظور باقی ماندن در قدرت و پیروزی در انتخابات آتی ریاست جمهوری در آمریکا به هر آب و آتشی خود را خواهند زد حتی چنانچه منافع ملی آمریکا درآتش بسوزد . البته این موضوع مستلزم پشت کردن به افکار عمومی جهانی و پشت پا زدن به جامعه نخبگی آمریکا است .

آمریکایی ها هنوز بوش را برای کشته هایشان در عراق نبخشیده اند . بوش از نظر شهروندان آمریکایی یک دروغگو است . تا کنون هیچ مدرکی مبنی بر وجود سلاح‌های کشتارجمعی هسته ای در عراق یافت نشده و تمام حدس وگمان‌های نومحافظه کاران غلط از کار در آمده است . هزینه دو جنگ سنگین عراق و افغانستان مالیات دهندگان آمریکایی را خشمگین کرده و بر رونق کمپانی های اسلحه سازی افزوده است .

۲- هر گونه اقدام نظامی احتمالی علیه ایران با جواب سخت و دردناکی مواجه خواهد شد . منافع حیاتی آمریکا در تیررس موشک‌های میانبرد و دوربرد ایران قرار دارد . در صورت کوچکترین تعرض به خاک ایران آمریکا ضربات وحشتناکی را دریافت خواهد کرد . آمریکاییها در صورت چنین حماقتی نفت ۱۰۰ دلاری اوپک را در آستانه سرمای زمستان تا ۵۰۰ دلار در بازارهای نیویورک معامله خواهند کرد و ...

آمریکاییها نمی‌توانند چشمشان را بر واقعیات موجود ایران و منطقه ببندند . جنگ با ایران هزینه سنگین و جبران ناپذیری برای آمریکا دارد . ایران یک کشور قدرتمند در منطقه است که می‌تواند بسیاری از معادلات موجود را به ضرر آمریکا به هم بریزد . بدون شک دولتمردان آمریکایی نمی‌توانند از کنار این موضوعات به سادگی بگذرند . از سویی فقدان یک اجماع بین‌المللی بر سر تهدید ایران و مشروعیت فزاینده جمهوری اسلامی در جامعه جهانی به واسطه سیاست خارجی فعال دولت نهم سبب شده است که آمریکایی ها نه تنها در موقعیت مناسبی برای اعمال سیاست‌هایشان نباشند بلکه انگ یکجانبه گرایی ، دردرسازي بی جا و دروغ پردازی نیز به آنها بخورد . در این شرایط تهدید ایران از جانب آمریکا نمی‌تواند یک سیاست واقعی باشد .

لذا این تاکتیک غیر طبیعی آمریکا را می توان تنها در قالب یک جنگ روانی برنامه ریزی شده تحلیل کرد . محصول این جنگ روانی برای بوش و تیم جنگ طلب دیک چنی در درجه اول فرافکنی شکستهای پی در پی و غیر قابل توجیه در عراق ، افغانستان ، فلسطین ولبنان است . از سویی آنها قصد دارند به واسطه این جنگ روانی حساسیت مسئولین جمهوری اسلامی را برانگیزند و با القای فضای بحران مانع از تصمیم گیری های صحیح در مواقع لازم شوند . عملکرد اخیر دستگاه سیاست خارجی کشور که در حوزه تصمیم گیری های صریح ، جدی و به دور از هر گونه محافظه کاری می توان آن را طبقه بندی کرد، در چند سال اخیر بیشترین لطمه را به دکتترین یک جانبه گرایی دولت آمریکا وارد کرده است

۳- بدون تردید جنگ روانی آمریکا افکار عمومی ایران را برای طی طریق قانونی خود ودست یافتن به حقوق مسلمشان مصمم تر از گذشته و منسجم تر می کند . درموضوع جابه جایی اخیر دبیر شورای عالی امنیت ملی نیز هم دکتتر لاریجانی وهم دکتتر جلیلی بر سیاستهای اصولی جمهوری اسلامی در ادامه مسیر قانونی ایران تاکید کردند . دولتمردان آمریکایی با این حربه جدید تنها خود را در داخل جامعه آمریکا و محافل بین المللی منزوی خواهند کرد . فارغ از آنکه در بین مسئولان و افکار عمومی ایران نوعی حساسیت زدایی نسبت به تهدید های آمریکا به وجود آمده است و سیاست اصولی و داهیهانه جمهوری اسلامی ایران گفتگو و یافتن راه های جدید برای همکاری و رفع سوء تفاهمات است .

جنگ روانی آمریکا علیه ایران بدون شک محکوم به شکست است . نه دولت نومحافظه کار آمریکا جسارت این را دارد که کوچک ترین تعدی به جمهوری اسلامی کند و نه ایران قدرتمند کشوری است که در مقابل تهدیدهای بی پایه و اساس آمریکایی ها کوتاه بیاید و یا واکنشهای غیر عاقلانه از خود نشان دهد . آمریکا باید در این سیاست بی مبنای خود علیه ایران تجدید نظر کند و گرنه دولتمردان کنونی آمریکا تاوان سختی را برای بی عقلی های خود خواهند پرداخت .

آمریکا به دنبال «تاکتیک بازگشتی» جنگ روانی علیه ایران

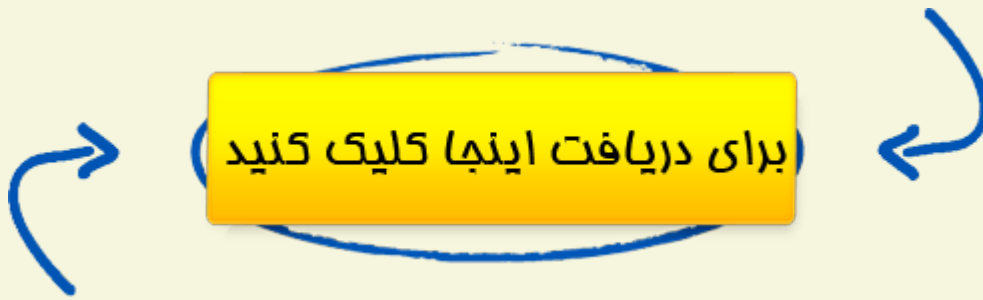
شاخص های عملیات روانی آمریکا و کشورهای غربی نشان می دهد که آنان از «تاکتیک بازگشتی» (The below Back Tactic) در عملیات روانی خود علیه ایران استفاده کرده اند. این تاکتیک ماهیت مرحله ای و کم شدت دارد.

بررسی تحولات سیاسی جهان نشان می دهد که موج های جدیدی از عملیات روانی توسط کشورهای غربی علیه ایران سازمان دهی شده است. این گونه اقدامها می تواند ماهیت تبلیغاتی ، دیپلماتیک یا اقتصادی داشته باشد؛ اما غرب در نهایت به دنبال الگوی ستیزش امنیتی علیه ایران است. شاخص های عملیات روانی آمریکا و کشورهای غربی نشان می دهد که آنان از «تاکتیک بازگشتی» (The below Back Tactic) در عملیات روانی خود علیه ایران استفاده کرده اند. این تاکتیک ماهیت مرحله ای و کم شدت دارد.

آنها همواره موضوعهایی که در دوران گذشته علیه ایران به کار گرفته می شد را مجدداً مطرح کرده و تبدیل به موضوع امنیتی ، جدیدی نمایند. این امر بیانگر آن است که تاکتیک بازگشتی معطوف به ستیزش های فرایندی و تصاعد یابنده خواهد بود. درچنین شرایطی است که تاکتیک بازگشتی توسط ساخت های دیپلماتیک، سرویس های رسانه ای و موج های تبلیغاتی سازماندهی می شود. به هر میزان که چنین فرایندی گسترش بیشتری پیدا کند؛ زمینه برای تداوم منازعه در شرایط دیپلماتیک و نرم افزاری ادامه خواهد یافت.

برای تبیین شاخص های تاکتیک بازگشتی در عملیات روانی آمریکا و جهان غرب علیه ایران لازم است تا اخبار و تحولات منطقه ای و بین المللی مربوط به ایران مورد بررسی قرار گیرد. درچنین الگویی، هریک از حوادث می تواند یکی از شاخص های منازعه تلقی شود؛ زیرا منازعه ماهیت فرایندی، برنامه ریزی شده، مرحله ای و

تصادف یابنده خواهد داشت. اگر فرایند حوادث به گونه ای تداوم یابد که مخاطرات و تضادهای امنیتی کاهش یابد؛ به معنای آن است که زمینه برای تغییر چنین الگویی وجود دارد. در حالی که اگر شاخص های منازعه قبل ، بازسازی شود به معنای آن است که ستیزش در قالب الگوهای جدیدی تداوم خواهد یافت.



مقالات مرتبط

- [تحقیق در مورد ریشه های تحول گریزی در نظام اداری ایران](#)
- [تحقیق در مورد علمی، جامعه اطلاعاتی، دولت الکترونیک](#)
- [دانلود مقاله استراتژی جدید بوش در عراق](#)

از این سایت ها نیز دیدن نمایید

- [ترنس لاین ، مرجع مقالات تخصصی فارسی، ایران](#)
- [گت پیپر ، منبع مقالات انگلیسی و فارسی](#)
- [دانش رسان ، بیش از 1.5 میلیون مقاله فارسی](#)