

چکیده

سیاستمداران آمریکایی اندکی پیش از حمله به عراق، عملیات روانی لازم را برای توجیه و اقناع افکار عمومی در داخل و خارج آغاز کردند. آنان با این اعتقاد که بهترین ابزار برای تحقق اهدافشان، عملیات روانی است، تلاش کردند که به پیروزی سریع و قاطعی دست یابند و موفق هم شدند. در این مقاله، پس از ذکر اهمیت موضوع عملیات روانی در مطالعات روابط بین‌الملل، محورهای اصلی جنگ روانی قبل و در جریان درگیریها مورد توجه قرار گرفته است. به نظر نویسنده، تبلیغ در زمینه تولید گسترده سلاحهای کشتار جمعی در عراق و احتمال بهره‌گیری از این سلاحها، مهم‌ترین محور تبلیغاتی آمریکایی‌ها بود. با آغاز نبرد، نیروهای ائتلاف راهبرد شوک و بهت را در دستور کار قرار دادند و کوشیدند با استفاده از امکانات گوناگون خود، در کوتاه‌ترین زمان، بیشترین ضربات را بر عراق وارد آورند و از این طریق، روحیه سربازان عراقی را تضعیف کنند.

کلید واژه‌ها: جنگ روانی، اشغال عراق، نیروهای ائتلاف، افکار عمومی، سلاحهای کشتار جمعی، رسانه‌های همگانی

* دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل و عضو هیأت علمی دانشکده علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد کرج
فصلنامه مطالعات خاورمیانه، سال یازدهم، شماره ۳ و ۴، پاییز و زمستان ۱۳۸۳، صص ۱۰۳ - ۸۱

رویداد یازدهم سپتامبر ۲۰۰۱، به مثابه نقطه عطف و فرصتی دگرگون کننده، موجب گردید تا جورج بوش پس از رقابت انتخاباتی خود با آل گور بر سر کرسی ریاست جمهوری ایالات متحده، بر بسیاری از مشکلات داخلی آمریکا چیره شود و در این راستا توانست سیاست خارجی تهاجمی نوینی را با هدف ایجاد تغییرات گسترده و هدفمند، به جای جنگ صرف علیه تروریسم، آغاز نماید.^۱ در این مقوله، رهنامه (دکترین) امنیتی کابینه بوش دچار دگرگونیهای خاصی شد و در مقطعی بحث تغییر دادن کنش کشورهای یاغی^(۱) که مورد نظر کابینه دموکرات کلینتون بود، به مقوله سخت افزاری تغییر رژیمهای یاغی^(۲) تبدیل شد.^۲ توجیه و مشروعیت بخشیدن به روند رهنامه امنیتی، بزرگترین مشکل کابینه بوش محسوب می شد؛ مسئله ای که در زمینه حمله آمریکا به عراق از بیستم مارس ۲۰۰۳، دامنگیر دستگاه اطلاع رسانی - تبلیغاتی آمریکا بود. با توجه به عدم مشروعیت حقوق اقدام نظامی آمریکا در عراق، این نوشتار در صدد است تا ابزار متقاعدسازی جامعه جهانی و نیز روند تبلیغاتی - روانی هیأت حاکمه، آمریکا پیش از حمله مارس ۲۰۰۳ و سپس عملیات روانی آمریکا و نیروهای ائتلاف را در خلال ۲۲ روز جنگ با نیروهای رژیم صدام مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

عملیات روانی در روابط بین الملل

اصولاً عملیات روانی از مفاهیمی است که تاکنون تعاریف متعددی با توجه به شرایط بهره گیری از آن ارائه شده است و در عرصه تعاملات بین المللی از کارکرد ویژه ای برخوردار است. ویلیام داوانی عملیات روانی را مجموعه اقداماتی می داند که یک دولت به قصد تأثیر گذاری مدنظر خود و نفوذ بر عقاید و رفتار دولتها و مردم خارجی با ابزارهایی غیر از ابزار نظامی، سیاسی و اقتصادی انجام می دهد.^۳ پل لاینبرگ نیز در خصوص جنگ

1. Change Behavior of Rogue States

2. Change Regime of Rogue States

روانی می‌نویسد: «جنگ روانی، استفاده از تبلیغات ضد دشمن همراه با اقدامات عملی است که ماهیت نظامی، اقتصادی یا سیاسی دارد.»^۴ ارتش ایالات متحده آمریکا در مارس ۱۹۵۵ در آیین‌نامه رزمی خود براساس منافع ملی آن کشور، عملیات روانی را چنین تعریف می‌کند: «عملیات روانی، استفاده دقیق و طراحی شده از تبلیغات و دیگر اعمالی است که منظور اصلی آن تأثیرگذاری بر عقاید، احساسات، تمایلات، رفتار دشمن، گروه بی‌طرف یا گروه‌های هم‌سو است، به‌گونه‌ای که پشتیبانی برای برآوردن مقاصد و اهداف تعیین شده ملی باشد.»^۵

شاید بتوان در مورد مقوله مذکور چنین گفت که جنگ روانی مجموعه اقدامات تبلیغی - روانی است که کشور یا گروهی برای اثرگذاری و نفوذ بر عقاید و رفتار دولتها و مردم در جهت مطلوب، به پشتیبانی زمینه‌ها و ابزارهای سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و نظامی انجام می‌دهد. این تعریف مبین زمینه‌ها و ابزارهای اقتصادی، نظامی، سیاسی، دیپلماتیک و ارتباطی است. به بیان دیگر برای پیشبرد اهداف ملی در حوزه سیاست خارجی و روابط بین‌الملل باید به مقوله عملیات روانی به‌مثابه یک سازوکار مؤثر نگاه ویژه‌ای داشت، ضمن آنکه عملیات روانی نیز با پشتوانه سیاسی، اقتصادی و نظامی به موفقیت می‌رسد و تفکر نخبگان سیاسی هر کشور در نحوه به‌کارگیری آن در عرصه تعاملات بین‌المللی، امری بسیار تعیین‌کننده است.

امروزه بر اثر انقلاب اطلاعاتی و رسوخ‌پذیر شدن حاکمیت‌های ملی، بسیاری از کشورها، به‌ویژه قدرتهای بزرگ در نظام بین‌الملل می‌کوشند تا از طریق عملیات روانی، منافع مدنظر خود را کسب کنند، این امر به‌ویژه برای امنیت کشورهای که سیاست‌هایی واگرایانه با اهداف قدرتهای بزرگ در نظام بین‌الملل در پیش گرفته‌اند، بسیار چالش‌آمیز است. این کشورها معمولاً هدف عملیات روانی کشور مبدا (قدرتهای بزرگ) قرار می‌گیرند، ضمن آنکه در این راستا افکار عمومی کشور هدف از اهمیت خاصی برخوردار است. هدف ایجادکنندگان جنگ روانی، به‌وجود آوردن رفتار و نگرش موردنظر و مطلوب در مخاطبان

کشور هدف است که در بیشتر مواقع تغییر رژیمها یا اصلاحات بنیادی در آنها مدنظر است. برای ایجاد این تغییرات، بیشترین فعالیت در جهت جدا کردن دولت از ملتها و ناکارآمد نشان دادن دولتهای هدف است. همچنین امروزه در عرصه‌های ملی و فراملی، مهم‌ترین معیار برای کنشهای بین‌المللی، هم‌سویی افکار عمومی جهان است؛ چنانچه افکار عمومی جهانی موافق انجام دادن یک عمل خاص نباشد، آن کشور نیز از اهرمهای تأثیرگذاری سخت‌افزاری نظامی - سیاسی بهره جوید، چون از دیدگاه افکار عمومی جهان مشروعیت ندارد، در بلندمدت تداوم نخواهد داشت.^۶

پشتوانه دولتها و سازمانهای بین‌المللی، افکار عمومی جهانی است، از این رو در این راستا توجه به عملیات روانی و شاخصه‌های آن در تعاملات بین‌المللی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. وضعیت، امکانات و تجهیزات کشور هدف یکی دیگر از عوامل تعیین‌کننده در عملیاتی کردن جنگ روانی است و در این راستا باید به نقاط آسیب‌پذیر کشور هدف و نیز امکانات و تجهیزات کشور هدف برای مقابله با عملیات روانی کشور مبدا توجه نمود. اصولاً کشورهای هدف دارای نقاط ضعف و کمبودهایی هستند که می‌توان آنها را به موضوع اصلی عملیات روانی تبدیل نمود و در مردم و شهروندان کشورهای هدف، واکنش ایجاد کرد.^۷ این ضعفها می‌تواند به مدیریت کلان سیاسی یا نقاط ضعف دیپلماتیک و راهبردی آن کشور مربوط باشد. واقعیت آن است که عملیات روانی امروزه در اثر انقلاب در امور نظامی و اطلاعاتی - نرم‌افزاری شدن تعاملات موجود از اهمیت بسیاری برخوردار شده است، به‌گونه‌ای که به‌عنوان وسیله‌ای در راستای افزایش قدرت ملی دولت اتخاذکننده آن، قلمداد می‌شود. اصولاً تحمیل اراده سیاسی و خواست نیروهای خودی بر دولت هدف یکی از اهداف و کارکردهای اساسی عملیات روانی است که به‌مثابه پشتوانه اهداف سیاسی و نظامی در رهنامه امنیتی قدرتهای بزرگ به آن توجه ویژه‌ای شده است.^۸ امروزه دستگاههای مختلف اجرایی به طراحی و اجرای فعالیتهای اطلاعاتی - روانی در سطح ملی می‌پردازند، بنابراین برنامه‌های اطلاعاتی - روانی تنظیم شده، هم در

سطح داخلی و هم در سطح خارجی، به هماهنگی و انسجام بیشتری نیاز دارد تا بتواند از همه منابع قدرت ملی به‌ویژه قدرت سیاسی - دیپلماتیک بهره گیرد. واقعیت آن است که عملیات روانی در صورت به‌کارگیری مناسب می‌تواند از هزینه‌های سیاسی و اقتصادی به‌میزان قابل‌توجهی بکاهد و در دوران ثبات بین‌المللی با تحت‌تأثیر قرار دادن رقیب از طریق ابزارهای خاص اطلاعاتی - روانی، در محیط ادراکی - روان‌شناختی نیروهای سیاسی معارض گسست ایجاد نماید.^۹

محورهای اصلی متقاعدسازی افکار عمومی در حمله به عراق

واژه تبلیغات از ارگان مرکزی کلیسای کاتولیک که به‌وسیله پاپ گریگوری پانزدهم در سال ۱۵۲۲ ایجاد شده بود، با محتوایی خاص و مفهومی ویژه گرفته شده است.^{۱۰} در یکی از تعاریف تبلیغات که در فرهنگ و بستر آمده، نوشته شده است: «تلاش در راستای ارایه آموزه‌ها، ایده‌ها، دلایل، شواهد یا ادعاها از طریق رسانه‌های ارتباطی برای تقویت هدفی یا مبارزه با هدف ضد آن.»^{۱۱} تریس کالتر طی نوشتاری بیان می‌کند: «تبلیغات عبارت است از تلاش سنجیده فرد یا گروهی خاص برای شکل دادن، کنترل یا دگرگون نمودن ایستارهای گروه‌های دیگر یا به‌کارگیری ابزارهای ارتباطی به قصد آنکه در وضعیتی معین، واکنش افرادی که تحت‌تأثیر قرار گرفته‌اند، برای تبلیغ‌کننده مطلوب باشد.»^{۱۲} لاسول در تعریفی دیگر، تبلیغات را مدیریت وسایل ارتباط جمعی در راستای اهداف قدرت تلقی کرده است. وی ابزارهایی را که در گیرندگان آن احساسی از علاقه یا نفرت را برانگیزد، جزو جدانشدنی تبلیغات برمی‌شمارد.^{۱۳} اصولاً متفکران تبلیغات را یکی از مؤثرترین روش‌های اقناع و جهت‌دهی به افکار عمومی تلقی می‌کنند. در تبلیغات، راه‌های القا و ترغیب مطرح است و از این‌رو گفته می‌شود تبلیغات روشی مناسب برای ترغیب و متقاعد کردن افکار عمومی و تلقین ایده‌هایی است که بر رفتار و افکار مخاطبان اثر می‌گذارد.

متقاعدسازی افکار عمومی از طریق دستگاه‌های ارتباط جمعی و تبلیغات، بر این اساس صورت می‌گیرد که فکر و نظریه‌ای را هر چه سریع‌تر به مرحله عملیاتی نزدیک کنند و در این راستا، همراه نمودن افکار عمومی مخاطبان و مشروعیت بخشیدن به مقاصد مدنظر گروه یا دولت اقدام‌کننده، نقشی تعیین‌کننده در موفقیت روند موردنظر دارد.^{۱۴} در این راستا، در تعاملات خاص بین‌المللی، به‌ویژه در تحولات پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و حمله ایالات متحده به عراق در ۲۰ مارس ۲۰۰۳، تبلیغات و ابزارهای اقناع افکار عمومی در گسترده‌ترین شکل آن انجام گرفت، به گونه‌ای که شاید تا پیش از آن - در چنین سطح گسترده‌ای - جهان با آن مواجه نشده بود. آنچه در رهنامه راهبردی آمریکا در زمینه تغییر رژیم عراق مشاهده شده است، تأکید فراوان نو محافظه‌کاران حاکم بر کابینه بوش در راستای اولویت‌بخشی بر مقوله‌های سخت‌افزاری امنیت (نظامی - راهبردی) با تأکید بر زمینه‌های نرم‌افزاری امنیتی (اقتصادی، فنی، فرهنگی و اجتماعی) است. در این مورد، اقدامات نظامی به‌شدت مورد توجه پنتاگون و افرادی نظیر دونالد رامسفلد و پل ولفوویتز، از نو محافظه‌کاران مؤثر بر سیاست‌های راهبردی پنتاگون و معاون وزیر دفاع آمریکا، قرار دارد و چگونگی جلب افکار جامعه جهانی برای توسل به سازوکارهای نظامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

آنچه در حمله ۲۰ مارس ۲۰۰۳ به عراق مشاهده گردید، ضرورت اقدام نظامی علیه صدام بود که از مشروعیت لازم بین‌المللی برخوردار نبود، ولی فضای روانی ناشی از التهاب حوادث تروریستی ۱۱ سپتامبر و مدیریت بحران بوش برای تبدیل سریع چالش به فرصت از طریق ابزارهای روانی نظیر هویتی کردن امنیت در منطقه خاورمیانه و تروریست جلوه دادن مسلمانان، توانست بر بخش وسیعی از افکار عمومی تأثیر بگذارد. در زمینه حمله به عراق نیز آمریکا با محوریت تبلیغات و ابزارهای روانی - اقناعی خود در زمینه حمایت عراق از تروریسم بین‌المللی و ضرورت از میان بردن تسلیحات کشتار جمعی این کشور، توانست افکار عمومی بخشی از جامعه جهانی را با خود همراه نماید. نگاهی از رویکرد

تحلیل گفتمانی به سخنان بوش و دیگر نخبگان فکری و ابزاری هیأت حاکم آمریکا، به خوبی می‌تواند ابعاد مسئله را از منظری تبلیغاتی - روانی، جهت افکار عمومی، تبیین نماید. در ۲۰ سپتامبر ۲۰۰۲، بوش در کنگره آمریکا اعلام نمود: «ما علاوه بر مبارزه با گروه‌های تروریستی خاص با ملتها و دولتهایی که آنان را حمایت می‌کنند نیز در مبارزه هستیم.»^{۱۳} وی سپس اعلام کرد که «برای مبارزه با رژیم‌های اهریمنی به قصد رهایی از شر آنها تصمیم قطعی گرفته‌ایم» و افزود: «دولت آمریکا منتظر دستیابی مسئولان کشتار تروریستی در جهان به سلاحهای کشتار جمعی نخواهد ماند.»^{۱۴}

بوش در رهنامه امنیتی خود تلاش نمود این فرضیه را به افکار عمومی القا کند که تهدیدهای تروریستی بین‌المللی، ویژگی جهانی یافته و ابعاد ملی آن روبه کاهش است. در این راستا، نخبگان آمریکا تلاش کردند تا کشورهای غربی و افکار عمومی جهانی را در این زمینه بسیج کنند که آمریکا تنها هدف نیروهای متعارض باثبات بین‌المللی نیست و هر کدام از کشورهای هم‌گرا با آمریکا ممکن است هدف حملات تروریستی بعدی باشند. دستگاه تبلیغاتی آمریکا ضمن بزرگ جلوه دادن فجایع احتمالی حملات تروریستی کشورهای یاغی، بر ضرورت حمله‌های پیشدستانه بر این دولتها تأکید فراوان کرد و در خلال پخش برنامه‌های هدفمند تبلیغاتی در رسانه‌های همگانی معتبر با درصد مخاطبان بالا، صلح و امنیت جهانی را در گرو اقدام نظامی پیش‌گیرانه در سه حوزه تروریسم، مسایل ضد حقوق بشری دولتهای متعارض با منافع ایالات متحده نظیر عراق و به‌ویژه سلاحهای کشتار جمعی عنوان کرده بود.^{۱۵} رویکرد دولت بوش از هنگام مطرح شدن عبارت محور شرارت^(۱) و تلاش در مبارزه و از بین بردن تهدیدهای ناشی از کشورهای ایران، کره شمالی و به‌ویژه عراق - به‌مثابه عامل تشنج در نظام بین‌المللی و ثبات هژمونیک مورد نظر آمریکا - براساس نگرشی امنیتی محور رقم خورده است، در این راستا، ابزارهای خاص تبلیغاتی - روانی در سیاستهای اعلامی کابینه بوش به‌خوبی مؤید مسئله است:

1. Axis of Evil

«ضمن اینکه اقدام علیه عراق به امنیت آمریکا مربوط می‌شود، می‌توان گفت که صدام حسین تهدیدی علیه دموکراسی در جهان است؛ زیرا رژیم عراق، رژیم مستبد مسلح به سلاحهای کشتار جمعی است که می‌تواند صلح و امنیت بین‌المللی و دموکراسی جهانی را به خصومت و بحران بکشانند، برخلاف دوران دهه ۹۰ که کنترل و مهار عراق از طریق بازدارندگی تحقق می‌یافت، هم‌اکنون به‌دلیل برخورداری عراق از حجم گسترده‌ای از تسلیحات کشتار جمعی، این سناریو قابل اعتماد نیست و به‌جای آن باید یک سناریوی تغییر بنیادین را در پیش گرفت.»^{۱۸}

در این راستا، دستگاه تبلیغاتی آمریکا برای سیاست متقاعدسازی خود دست به فعالیتهای مؤثرتری زد. گزارش سرویس اطلاعاتی آلمان در دسامبر ۲۰۰۱ و سپس حجم وسیع تبلیغات مؤسسه مطالعات راهبردی آمریکا در مورد عراق در ۹ سپتامبر ۲۰۰۲ در این مورد که عراق در صورت تهیه اورانیوم غنی شده از کشورهای دیگر، تا سال ۲۰۰۵ می‌تواند سه بمب اتمی بسازد^{۱۹} و نیز اینکه عراق هنوز مجموعه‌ای از سلاحهای شیمیایی و بیولوژیکی را در اختیار دارد، افکار عمومی جهانی را به‌شدت تحت‌تأثیر قرار داده بود و از همین‌رو، آمارهای اینترنتی به‌گونه شگفت‌انگیزی افزایش میزان موافقت مردم جهان را - به‌ویژه در ایالات‌متحده و کشورهای شمالی اروپا - نسبت به حمله پیشدستانه آمریکا به عراق نشان می‌دادند. در یک چینی، معاون بوش، طی سخنانی که از اغلب شبکه‌های جهانی پخش شد، اعلام کرد: «صدام حسین، نه تنها بدترین سلاحهای جهان را در اختیار دارد، بلکه قصد دارد از آنها استفاده کند و این خطری است که عراق متوجه جهان می‌کند.»^{۲۰} تبلیغ در زمینه تولید و در اختیار داشتن تسلیحات کشتار جمعی از نظر بوش بهترین گزینه برای اقناع افکار عمومی جهان برای حمله به عراق تلقی می‌شد. در این مورد سخنرانی بوش در کاخ سفید بسیار قابل توجه است: «مایلم یادآوری کنم که وقتی بازرسان سازمان ملل برای نخستین بار وارد عراق شدند و از فعالیتشان جلوگیری شد،

آژانس بین‌المللی انرژی اتمی گزارشی منتشر کرد مبنی بر اینکه عراقی‌ها تنها شش ماه تا ساختن بمب اتمی فاصله دارند. نمی‌دانم به چه مدرکی مهم‌تر از این نیاز داریم؟»^{۲۱}

همراه با سیاستهای اعلامی خاص از سوی کابینه بوش در رسانه‌های جهانی، وزارت دفاع آمریکا طی هماهنگی ویژه‌ای با سایر ارگانهای ذی‌ربط در روند تصمیم‌گیری در مورد موضوع عراق، اقدامات مربوط به عملیات روانی علیه عراق را طراحی می‌کرد تا هنگام عملیاتی شدن، احتمال بروز واکنشهای سیاسی مخالف ضعیف شود.^{۲۲} در این زمینه، تأکید بنگاههای تبلیغاتی و رسانه‌های آمریکا مبنی بر استفاده و تکثیر باکتری سیاه‌زخم در عراق و همکاری رژیم صدام با نیروهای القاعده، ابزار تبلیغاتی مؤثری جهت اقناع افکار جامعه جهانی محسوب می‌گردید. بوش طی سخنرانیهای هدفمند خود در راستای جنگ تبلیغاتی - روانی علیه عراق و جلب افکار عمومی، دقیقاً چند ماه پیش از آغاز حمله به عراق می‌گوید: «زندگی، حیات انسان و تمام امیدمان به دنیا، وابسته به یک تعهد واحد است و آن اینکه مستبان کشتارهای جمعی تروریستی باید شکست داده شوند و هرگز اجازه داده نشود تا سلاحهای کشتار جمعی را به‌دست آورند یا از آن استفاده کنند.»^{۲۳}

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت حمله آمریکا به عراق با ایجاد هیجان ناشی از قطعیت نزدیک اقدام عراق در استفاده از تسلیحات کشتار جمعی، به گونه‌ای مناسب در جهت متقاعد کردن افکار عمومی جهان در این زمینه صورت گرفت، هر چند تحولات بعدی در ماههای پس از استیلای نیروهای ائتلاف بر عراق، در عمل جنبه روانی - تبلیغاتی اقدامات بوش و کابینه‌اش را مشخص کرد. ایالات‌متحده آمریکا در زمینه مدیریت وسایل ارتباط جمعی برای شکل دادن، کنترل و دگرگون کردن افکار عمومی جهان تا پیش از آغاز جنگ علیه عراق در ۲۰ مارس ۲۰۰۳، موفق عمل کرده است. تبلیغات و ابزارهای سخن‌پراکنی ایالات‌متحده با بهره‌گیری از سازوکارهای ویژه‌ای که ناشی از جو پدید آمده در عرصه تعاملات بین‌المللی پس از حوادث ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ است، توانست با تمرکز

روی چند محور - دستیابی عراق به تسلیحات کشتار جمعی، حمایت رژیم آن کشور از تروریسم و ارتباط با گروه القاعده و ایجاد هیجان روانی در جامعه جهانی با تاکید بر مقوله قطعیت نزدیک اقدام عراق در استفاده از تسلیحات کشتار جمعی - افکار عمومی را به گونه مناسبی در راستای ثبات هژمونیک مورد نظر خود بسیج کند و بخش عظیمی از جامعه جهانی را در حمله به عراق، با راهبرد خود همراه نماید.

افکار عمومی آمریکا و جنگ سوم خلیج فارس

پژوهشگرانی همچون ویت کویف و هینکلی در باره موضع‌گیری افکار عمومی آمریکاییان در زمینه سیاستهای مداخله‌گرایانه دولت آمریکا با بهره‌گیری از داده‌های مؤسسه‌های نظرسنجی همچون گالوپ، میزان پشتیبانی روانی مردم آن کشور از نظامی‌گری آن کشور را بر روی نموداری ترسیم کرده‌اند؛ در یک سوی نمودار، کسانی هستند که خواهان مداخله نظامی آشکار آمریکا در همه بحرانهای خارجی هستند و در سمت دیگر، افرادی قرار دارند که با هرگونه مداخله نظامی ایالات‌متحده در کشورهای دیگر مخالفند.^{۲۴} اندیشمندانی همچون هولستی، دسته‌بندی دیگری از افکار عمومی ارایه کرده‌اند که به تیپ‌شناسی افکار عمومی آمریکاییان معروف است. در این دسته‌بندی، افکار عمومی آمریکاییان در چهار گروه به‌شرح زیر، دسته‌بندی شده است:

۱. انزواگرایان:^(۱) این گروه با هرگونه مداخله آمریکا در مسایل جهانی مخالفند و با اقدامات نظامی صورت گرفته از سوی ایالات‌متحده در جنگ سوم خلیج فارس - از ۲۰ مارس ۲۰۰۳ - نیز به‌شدت مخالفت ورزیده‌اند؛

۲. افراطیها:^(۲) این طیف خواستار مداخله یک‌جانبه‌گرایانه ایالات‌متحده در کشورهای مختلف جهان هستند و معتقدند آمریکا باید در سیاست بین‌الملل از ابزارهای

1. Isolationists
2. Hardliners

نظامی - سخت‌افزاری در راستای ارتقا بخشیدن به سطح تأثیرگذاری خود بهره گیرد؛
۳. جهان‌وطنی‌های مشارکتی:^(۱) این گروه بر این باورند که برای حل‌وفصل مسایل جهانی باید از راه‌حلهای سیاسی چند جانبه‌گرایانه بهره گرفت، به اعتقاد این گروه از شهروندان آمریکایی، برای حل مسایل سیاست بین‌الملل، جز در موارد محدودی، نیازی به استفاده از زور احساس نمی‌شود؛

۴. جهان‌وطنی‌های نظامی‌گرا:^(۲) این دسته معتقدند برای حل مسایل در عرصه تعاملات بین‌المللی باید از نیروها و اتحادیه‌های نظامی چندملیتی بهره گرفته شود. این طیف فکری همانند گروه دوم، بر حل‌وفصل مشکلات جهانی از طریق شیوه‌های نظامی تأکید می‌ورزند، ولی برخلاف گروه دوم، برای مداخله نظامی در کشورهای دیگر خواهان جلب حمایت کشورهای هم‌سو با آمریکا هستند. براساس یافته‌های هولستی، بیشتر شهروندان آمریکایی در دو گروه سوم و چهارم (جهان‌وطنی‌های مشارکتی و نظامی‌گرایان) قرار می‌گیرند و اقلیتی از آنان در گروه‌های اول و دوم جای دارند.^{۲۵}

اصولاً جنگ و صلح از جمله چالش برانگیزترین مقوله‌هایی هستند که افکار عمومی آمریکا را به خود مشغول می‌کنند و به همین سبب، دولتمردان آمریکا پس از جنگ ویتنام، پیش از هر اقدام نظامی عمده و در خلال آن، به اقدامات تبلیغاتی گسترده‌ای دست می‌زنند تا توده‌های مردم را با خود هماهنگ و هم‌گرا نمایند.^{۲۶} در واقع، از اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی تا پایان سده بیستم، آمریکا علاوه بر جنگ دوم خلیج‌فارس و آزادسازی کویت (۱۹۹۱)، دست‌کم در شش کشور جهان به اقدامات نظامی متوسل شده است. در هر یک از آن شش مداخله، رسانه‌هایی نظیر ای. بی. سی، نیویورک تایمز، سی. ان. ان، و گالوپ به ارزیابی افکار عمومی آمریکا در مورد آن مداخلات پرداخته‌اند. بررسی داده‌های به‌دست آمده از مداخله نظامی آمریکا در کشورهای گرانادا، لیبی، سومالی، بوسنی و هائیتی نشانگر آن بوده است که هیچ‌گاه میزان مخالفت افکار عمومی

1. Cooperative Internationalists
2. Militarists

آمریکا با اقدامات نظامی آن دولت در سایر نقاط جهان از ۴۵ درصد بیشتر نبوده است و جالب آنکه هرگاه آمریکا توانسته است توجیه تبلیغاتی گسترده‌ای برای اقدامات نظامی خود بیابد (نظیر لیبی و سومالی)، نزدیک به چهارپنجم افکار عمومی آن کشور اقدامات مداخله‌جویانه نظامی را مورد تأکید قرار داده‌اند.

براس و اولدن‌دیک طبق نظرسنجیهای صورت گرفته در مورد جنگ دوم خلیج فارس، مداخله نظامی در لیبی و گرانادا، چنین برداشت نموده‌اند:

«اگر در حین مداخله نظامی آمریکا بهره‌گیری از نیروی نظامی، سریع و با پیروزی قاطع همراه باشد و عده بسیار اندکی از سربازان آمریکایی کشته شوند، اغلب آمریکاییان از مداخله نظامی پشتیبانی می‌کنند، ولی اگر این احتمال وجود داشته باشد که نیروهای آمریکایی در شرایط دشواری گرفتار شوند و به آن دلیل، نبرد ادامه یابد، آمریکاییان کمتر از مداخله نظامی حمایت می‌کنند. همچنین آمریکایی‌ها از عملیاتی که به‌خاطر حمله به نیروهایشان در خارج از حوزه سرزمینی آمریکا انجام گیرد، حمایت می‌کنند، اما مداخلاتی که صرفاً با عنوان کلی حفظ صلح یا ترویج دموکراسی صورت می‌گیرد، چندان نمی‌تواند حمایت اکثریت افکار عمومی، آمریکا را جلب کند.»^{۲۷}

عملیات روانی آمریکا در جنگ سوم خلیج فارس

از ناپلئون نقل شده است که «ارتشی که می‌داند به کجا می‌رود، زیاد دور نمی‌رود و بیراهه هم نمی‌رود»،^{۲۸} از این رو اهمیت هدف جنگ از تجهیزات و رهبری جنگ کمتر نیست. مقوله‌ای که از ابتدای آغاز جنگ سوم خلیج فارس، ضربه‌ای اساسی به نیروهای عراقی وارد کرد، هدف آمریکایی‌ها بود که به روشنی مسئله سرنگون کردن صدام حسین را مطرح می‌نمودند. اصولاً جنگ سوم خلیج فارس از همان ابتدا ماهیتی روانی و کاملاً

متمایز با سایر جنگ‌های گذشته داشت. نیروهای آمریکایی و انگلیسی از لحظه صفر جنگ بر آن بودند که با قلع و قمع رهبران عراق و در رأس آنها صدام، جریان اصلی نبرد را از مسیر نظامی به غیرنظامی جهت دهند که به واقع این مقوله الهام گرفته از عملیات گردن زنی در منطقه خاورمیانه بود که نام خود را از حوادث ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ گرفته بود.^{۲۹}

پیش از آنکه در ۲۰ مارس ۲۰۰۳، محل گردهمایی سران حزب بعث در بغداد هدف حمله موشکی آمریکا قرار گیرد، جورج تنت، رییس سابق سازمان سیا، به دیدار جورج بوش رفت و گفت که به دلیل گردهم آمدن سران حزب بعث، بهترین زمان برای دست به کار شدن بر ضد رژیم عراق فرا رسیده است. به رغم اینکه زمان حمله به عراق مدتی بعد تعیین شده بود، بوش حمله به عراق را جلو انداخت و طی مدت کوتاهی ۳۵ تا ۴۰ فروند موشک هاوک، مکانی را که به نظر می‌رسید محل تجمع سران عراق باشد، هدف قرار دادند و به این ترتیب می‌توان اذعان نمود آنجا که بحث تاکتیک روانی پیش می‌آید (مانند حمله موشکی به مقر صدام)، ممکن است برنامه راهبردی آمریکا تغییر یابد. گرچه عملیات گردن زنی آمریکا با موفقیت روبه‌رو نشد، ولی چنان ضربه روانی را به رده نخست رهبران بعث وارد کرد که دیگر جرأت نکردند خود را سطحی گسترده در انظار عمومی نشان دهند.

در جنگ سوم خلیج فارس، فیلم‌های ساخته شده از پیشروی نیروهای ائتلاف در درون خاک عراق به سرعت در جهان پخش می‌شد و این در صورتی بود که در حین جنگ، اخبار مربوط به جنگ سانسور می‌شد. هنگامی که والتر راجرز، خبرنگار معروف سی.ان.ان، گزارش می‌داد که پس از ۱۳ ساعت پیشروی به سوی شمال عراق، سوار بر تانک، با هیچ واکنشی از سوی نیروهای عراقی روبه‌رو نشده است؛ در واقع خواست به مخاطبان این گونه القا کند که فروپاشی رژیم عراق و پیروزی نیروهای ائتلاف قطعی است. شاید بتوان گفت که یکی از تفاوت‌های اساسی جنگ سوم خلیج فارس با جنگ‌های دیگر از دید روانی این بود که در جنگ اخیر نیروهای ائتلاف پیوسته صحبت از جنگ می‌کردند، اما

عملاً جنگ را آغاز نمی‌کردند. به عبارت دیگر، در جنگهای گذشته عنصر غافل‌گیری از آگاهی کاذب نیروهای مورد حمله قرار گرفته از حمله نکردن نیروهای مهاجم ناشی می‌شد و این وضعیت به دلیل تلاش نیروهای مهاجم برای پنهان نگه داشتن عملیات و طرحهای خود صورت می‌گرفت، اما در جنگ اخیر، عنصر غافل‌گیری از آگاهیهای قطعی نیروهای مورد حمله قرار گرفته از حملات قریب‌الوقوع نیروهای مهاجم که صورت نگرفت، ناشی می‌شد. گرچه این عمل به بلوف‌زنی در مقابل نیروهای دشمن تعبیر می‌شود و ممکن است در اقدامات نظامی پیامدهای نامطلوبی به بار آورد، اما در عملیات روانی بسیار مؤثر است. شیوه به اسارت گرفتن نیروهای عراقی از سوی سربازان ائتلاف به گونه‌ای بود که آن نیروها به صورت افرادی ضعیف و لاغر نشان داده می‌شدند که بلافاصله پس از اسیر شدن از سوی نیروهای ائتلاف به آنان غذا داده می‌شود و این مسئله، موارد روانی زیر را در مخاطبان رسانه‌ها ایجاد می‌کرد که دولت صدام حسین حتی به سربازان خود هم رحم نمی‌کند و سربازان عراقی در بند نیروهای ائتلاف از وضع بهتری نسبت به حضور در ارتش عراق برخوردارند.

همچنین در جنگ سوم خلیج فارس، شکل دیگری از تصرف سرزمینی دشمن پدید آمد که نه برای تصرف و اشغال دائمی آن و نه برای بهره‌برداری از منافع و مزایای درون آن بود، بلکه تصرف سرزمین به منظور بهره‌برداری روانی از آن بود؛ یعنی به زمین به صورت پدیده‌ای ژئوسایکولوژیک^(۱) نگریسته می‌شد؛ از همان روز نخست نبرد، نیروهای ائتلاف بر آن بودند تا چند نقطه کلیدی در عراق نظیر ام‌القصر، ناصریه، بصره و نجف را به دست آورند تا از این طریق، بتوانند بر ضد دولت صدام حسین عملیات روانی به راه اندازند.^(۲) در این میان شاید بتوان گفت که از لحاظ روانی، تصرف ام‌القصر مهم‌ترین ضربه را به نیروهای عراقی وارد نمود؛ چرا که ام‌القصر دروازه ورودی عراق به خلیج فارس و دریای آزاد بود و با تصرف ام‌القصر، مجرای تنفسی عراق در خلیج فارس بسته می‌شد. اثر روانی از دست دادن

ام‌القصر برای دولت عراق این بود که بیش از زمانی که این بند را در اختیار داشت، احساس غربت راهبردی می‌کرد. عراق به‌رغم راه داشتن به خلیج فارس به دریا دسترسی ندارد و در زندان جغرافیایی خود حبس است و ام‌القصر به‌مثابه تنها روزنه‌ای است که آزادی ژئوپلیتیک را برای عراق به ارمغان می‌آورد. در عراق تعبیری رایج است به این مفهوم که عراق مع ام‌القصر کسمک فی الماء (عراق با ام‌القصر مانند ماهی در آب است) و عراق بدون ام‌القصر کالطیر فی القفس (عراق بدون ام‌القصر به‌مانند پرنده در قفس است).^{۳۱} حال، تصرف ام‌القصر توسط نیروهای ائتلاف موجب تضعیف روحیه نیروهای عراقی و تسریع در پیشروی نیروهای ائتلاف گردید.

تاکتیک روانی به‌کار گرفته شده از سوی نیروهای ائتلاف بر مبنای راهبرد شوک‌وبهت قرار داشت که بر طبق آن، با استفاده از برتری فناوریهای نظامی در اختیار نیروهای ائتلاف و انقلاب در امور نظامی، نیروهای آمریکایی با بهره‌گیری از ۵۰ ماهواره جاسوسی برفراز شهر بغداد و استفاده از تسلیحات الکترومغناطیسی (نظیر استفاده از این‌گونه تسلیحات در پس‌گیری دوباره فرودگاه بغداد از نیروهای گارد ریاست جمهوری عراق)، سعی داشت تا با مدیریت زمانی، در کوتاه‌ترین زمان ممکن بیشترین ضربات را بر رژیم عراق وارد نماید. در این راستا و بر مبنای راهبرد یاد شده بود که ارتش آمریکا از روز هفتم جنگ به قطع امکانات ارتباطی - مواصلاتی فرماندهان ارتش عراق با رأس فرماندهی عراق؛ یعنی صدام حسین، مبادرت ورزید.

عملیات ۱۹ مارس ۲۰۰۳ آمریکا علیه عراق، نمونه‌ای منحصر به‌فرد از بسیج افکار عمومی آمریکا بود. آمریکا طی چند ماه تبلیغات و جنگ روانی مستمر خود توانسته بود میزان موافقت افکار عمومی خویش را از ۴۷ درصد در سه ماه پیش از ۱۹ مارس، به ۷۱ درصد در روز آغاز حمله برساند. جالب آنکه در حین جنگ آمریکا علیه عراق، روند روبه افزایش مقبولیت حمله و اقدام نظامی در عراق همچنان مشاهده می‌شد. در آغاز حمله به عراق، اندکی بیش از یک‌چهارم (۲۷ درصد) آمریکاییان مخالف حمله به عراق بوده‌اند

که نشانگر تأثیر کارآمد عملیات روانی دولتمردان آمریکایی بود.^{۳۲} اصولاً ایالات متحده در عملیات روانی خود در جنگ سوم خلیج فارس، از فن انسانیت‌زدایی از دشمن استفاده فراوان کرد. به عقیده نومحافظه‌کاران، هنگامی که دشمن با بهره‌گیری از اصطلاحاتی نظیر ناقض حقوق بشر و در اختیار دارنده تسلیحات کشتار جمعی، از مرتبه انسانیت مدنظر جامعه بین‌المللی تقلیل می‌یابد، هرگونه اقدام سخت‌افزاری علیه وی مشروع و قانونی است. فورام در مقاله‌ای با عنوان «جنگ روانی پنتاگون علیه مردم آمریکا» تأکید می‌ورزد که پنتاگون به درستی دریافته بود که باید دشمن را شیطانی جلوه دهد.^{۳۳} در واقع، پنتاگون روند شیطان‌سازی صدام حسین را ماهها پیش از جنگ علیه عراق آغاز نموده بود. اتهام همراهی و همکاری صدام حسین با القاعده و بن‌لادن، آن‌هم پس از رویداد ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و اوج احساسات ضد بنیادگرایانه آمریکاییان، باعث پیشبرد اهداف هژمونیک آمریکا گشته بود؛ به‌عنوان نمونه، در ابتدای مارس ۲۰۰۳ روزنامه واشنگتن‌پست آمریکا خبری را منتشر کرد مبنی بر اینکه بسیاری از اعضای القاعده در عراق و به وسیله افسران حزب بعث، آموزش نظامی دیده‌اند. این امر زمینه مساعدی را برای اقناع افکار عمومی آمریکا فراهم آورد. نمایش تراژدی حلبچه در رسانه‌های مختلف آمریکا، یادآوری اشغال کویت به‌دست ارتش عراق و کشتار دسته‌جمعی شهروندان عراقی در جریان شورش شیعیان و کردها پس از حمله ۱۹۹۱ آمریکا به عراق، از جمله روشهای تبلیغاتی - روانی مؤثری بود که ایالات متحده از آن برای مدیریت ادراکی مخاطبان خود، به‌ویژه افکار عمومی آمریکا، بهره فراوان برد. جالب آنکه بر طبق نظرسنجی یو. اس. ای. تودی (اکتبر ۲۰۰۳) حدود ۷۰ درصد شهروندان آمریکایی بر اثر تبلیغات فراگیر رسانه‌های آن کشور به این ارزیابی رسیده بودند که اقدامات نظامی آمریکا در عراق به‌مثابه آزادسازی ملت عراق از دیکتاتوری صدام است و برای حفظ صلح و ثبات بین‌المللی، این مقوله کاملاً ضروری می‌باشد.^{۳۴} مقوله در اختیار داشتن تسلیحات کشتار جمعی توسط رژیم بعث و احتمال به‌کارگیری آن از سوی «رژیم بی‌مسئولیت و یاغی عراق» نیز از جمله محورهای تأثیرگذار بر ترغیب افکار

عمومی جامعه جهانی بود. به اعتقاد جونز در مقاله عملیات روانی، دستگاه تبلیغاتی آمریکا به تلاشهای بیشتری نیاز داشت تا افکار عمومی را متقاعد نماید که اگر صدام بر سر قدرت بماند، امکان وقوع رویدادهای تروریستی نظیر حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ و چالشهای امنیتی برای ثبات جهانی، همچنان پابرجا خواهد ماند. در واقع، گزارشهای مفصل پیرامون ترور مخالفان صدام توسط عوامل او در اروپا و نیز سخنرانیهای بوش و رامسفلد نیز سطح تأثیرگذاری عملیات روانی آمریکا را افزایش داد.

القای ترس به افکار عمومی جهانی، به‌ویژه با تأکید بر تهدیدات نامتقارن، گروهها و رژیمهای یاغی یکی از محورهای اصلی عملیات روانی آمریکا در راستای سرنگونی رژیم صدام حسین بود. جورج بوش در تاریخ ۷ سپتامبر ۲۰۰۳ اعلام کرد که «گزارشی از آژانس بین‌المللی انرژی اتمی دریافت کرده است که نشان می‌دهد عراق در مدت کمتر از شش ماه دیگر به بمب اتمی دست خواهد یافت»^{۳۵} و اشنگتن پست هم در تاریخ ۲۲ اکتبر ۲۰۰۳ نوشت که «براساس اطلاعات موثقی که به‌دست آمده، آژانس بین‌المللی انرژی اتمی دریافته است که عراق در حال نزدیک شدن به هدف خود مبنی بر تهیه بمب اتمی می‌باشد.» همچنین گفته شده بود که بررسیهای به‌عمل آمده نشان داده است که عراق پیش از جنگ ۱۹۹۱، بین ۶ تا ۲۴ ماه با دستیابی به توان تهیه سلاح هسته‌ای فاصله داشته است.^{۳۶} نومحافظه‌کاران آمریکا، به‌دقت بر این نکته تمرکز نمودند که ممکن است رژیم عراق از تسلیحات مذکور علیه شهروندان ایالات‌متحده استفاده کند، و افکار جامعه جهانی را جهت دادند.

در این راستا، ایالات‌متحده آمریکا و انگلستان تبلیغات فراگیری را علیه گزارش ۱۲ هزار صفحه‌ای عراق آغاز نمودند که آن را در دسامبر ۲۰۰۲ برای شورای امنیت و آژانس بین‌المللی انرژی اتمی ارسال کرده بود و در آن تصریح شده بود که عراق فاقد هرگونه تسلیحات کشتار جمعی است. همچنین هانس بلیکس، رییس گروه بازرسان سازمان ملل در عراق، طی سخنانی اظهار داشته بود که بسیاری از مطالب مندرج در گزارش عراق،

فاقد نکته جدیدی است و همین اظهارات و نیز مصاحبه وی با شبکه‌های خبری که در آن تصریح شده بود که در گزارش ارسالی عراق به پرسشهای بسیاری پاسخ داده نشده است، موجب گردید که فضای مانور کافی برای عملیات روانی آمریکا فراهم آید، به گونه‌ای که سخنگوی دولت آمریکا طی سخنانی اظهار داشت که «گزارش ۱۲ هزار صفحه‌ای عراق چیزی نیست جز ۱۲ هزار صفحه دروغ»، و به دنبال آن ادعا شد که گزارشهای موثقی وجود دارد مبنی بر اینکه عراق سلاحهای کشتار جمعی دارد و آنها را از دید بازرسان سازمان ملل مخفی نگه داشته است. جالب آنکه، نظرسنجی ابتدای ژانویه ۲۰۰۳ سی. ان. ان نشان داد که بیش از ۶۰ درصد (حدود ۶۱/۵ درصد) آمریکاییان نیز گزارش ۱۲ هزار صفحه‌ای عراق را دروغ می‌دانند.^{۳۷} یلوتایمزارگ (۲۱ ژانویه ۲۰۰۳) گزارش داد که مطالب ۱۲ هزار صفحه‌ای عراق حاوی نکاتی پیرامون نقش آمریکا در تجهیز آن کشور در سالهای گذشته بوده است، اما ایالات متحده پیش از آنکه آن گزارش به سازمان ملل برسد، آن بخش را سانسور کرده است و بدین ترتیب از نشر آن بخش از گزارش که ممکن بود افکار عمومی را در مورد نیت و مقاصد آمریکا در حمله احتمالی به عراق دچار چالش کند، جلوگیری شد. با آغاز سال ۲۰۰۳، آمریکا و انگلستان برای تحت‌الشعاع قرار دادن گزارش ۱۲ هزار صفحه‌ای عراق، محور تبلیغاتی جدیدی را به راه انداختند؛ به عنوان نمونه، در ۱۹ ژانویه ۲۰۰۳ شبکه‌های اطلاع رسانی آمریکا و انگلستان گزارش دادند که در خانه یکی از دانشمندان عراقی، اسناد و مدارک تازه‌ای به دست آمده است که نشان می‌دهد عراق به سلاح اتمی دست یافته است و این خبر موجی از ترس و وحشت را در آمریکا پدید آورد.^{۳۸}

مقاله برجسته نمودن موشکهای الصمود عراق نیز از دیگر ابزارهای تبلیغاتی - روانی دولتمردان آمریکا برای اقدام نظامی در عراق بوده است. درست چند روز پیش از گزارش ۱۴ فوریه ۲۰۰۳، بلیکس، شورای امنیت سازمان ملل متحد، آمریکا و انگلستان، تبلیغات گسترده‌ای را درباره موشکهای الصمود - ۲ عراق به راه انداختند. آنان چنین

اظهار کردند که برد موشکهای مزبور بیش از آن چیزی است که عراق در پایان جنگ دوم خلیج فارس (۱۹۹۱) تعهد کرده بود. با مرور تبلیغات رسانه‌های آمریکا و انگلستان در مورد موشکهای الصمود - ۲، مهم‌ترین موضوعات مورد تأکید آمریکا و انگلستان را می‌توان چنین بیان نمود: «عراق اطلاعات مربوط به موشکهای الصمود را پنهان کرده است. براساس نظرات متخصصان، برد موشکهای مزبور بیش از ۱۸۰ کیلومتر (۱۱۲ مایل) است و موشکهای دوربرد عراق ثابت بین‌المللی و توازن قوا در منطقه را از بین می‌برد.»^{۳۹} هرچند رژیم عراق در ابتدای مارس ۲۰۰۳ و چند هفته پیش از حمله آمریکا به عراق، به‌طور رسمی اعلام کرد که به از بین بردن موشکهای الصمود اقدام می‌کند و تلاشهای عملی را نیز در این زمینه آغاز کرد، اما باید اذعان نمود که تبلیغات و عملیات روانی آمریکا و انگلستان و رسانه‌های وابسته به آنها، افکار عمومی جهانی را چنان تحت تأثیر قرار داده بود که اقدام عراق نتوانست فرایند افزایش حمایت افکار عمومی آمریکا از جنگ علیه آن کشور را متوقف کند.

در واقع، عوامل روانی و ذهنی مؤثر بر افکار عمومی و اذهان ملت آمریکا به‌گونه‌ای شکل گرفته است که آنان باور دارند، تقدیر این است که از هر نظر قدرت هژمون جهانی باشند. این نگرش مورد تأیید هر دو طیف محافظه‌کار و لیبرال این کشور قرار دارد و این امر بدان معنی است که آمریکا الگویی برای همه ملت‌هاست و بنابر تفکرات و آموزشهای القایی که دولت این کشور در ذهن مردم آمریکا ایجاد می‌کند، تقدیری الهی است که این نوع دموکراسی جهانی شود، بنابراین آن کشور باید در پی جهانی کردن فرهنگ خویش باشد، چه از طریق حقوق و چه با نیروی نظامی و بهره‌گیری از زور و فشار و ابزارهای سخت‌افزارانه. با توجه به مسایل پیش آمده برای رژیم عراق در مارس ۲۰۰۳، باید اذعان نمود که آمریکایی‌ها در همه‌جا شأنی معلم‌گونه و منجی برای خویش قایلند و بر طبق احساس رسالت به‌خود اجازه می‌دهند در امور دیگران دخالت ورزند تا آنها را در مسیر مورد نظر خویش قرار دهند. نکته مهم این است که آمریکاییان ملی‌گرا هستند و عظمت

ملی نقطه ثقل راهبردهای آنهاست. این امر بدان مفهوم است که در مردم ایالات متحده این ذهنیت وجود دارد که کشورشان یک نقش حساس تاریخی دارد؛ نگاهی به اعلامیه‌های پرتاب شده از سوی نیروهای ائتلاف نشانگر ذهنیت مذکور می‌باشد.

اعلامیه‌ای در روزهای پایانی جنگ سوم خلیج فارس به این مضمون منتشر گردید: «ما سربازان رهایی‌بخش، شما را در این زمان ترک نمی‌کنیم، بردباری پیشه کنید، ما با هم پیروز می‌شویم.» این اعلامیه نشان‌دهنده یک سرباز نیروهای ائتلافی بود که با یک عراقی دست می‌داد و در پشت اعلامیه نوشته شده بود: «ما اینجاییم تا ملت عراق را آزاد کنیم، دشمن ما رژیم صدام است و نه ملت عراق. ما به کمک شما برای شناسایی دشمن و برای بازسازی عراق، نیازمندیم. کسانی که به انگلیسی صحبت می‌کنند، پیش بیایند. ما تا هر زمانی که ضرورت داشته باشد، می‌مانیم. به رادیو نهرین بر روی موج FM ۱۰۰/۴ در عصرها گوش دهید تا اطلاعات مهم را بشنوید.»^{۴۰} برنامه‌های این رادیو ترکیبی از ترانه‌های مورد علاقه مردم عراق، پیشنهادهای شغلی، موسیقی پاپ غربی و پیامهایی برای اهالی بومی بود. در ۳۱ مارس، سی. ان. ان. در گزارشی گفت که این برنامه‌ها متنوع‌تر می‌گردد. بهره‌گیری ایالات متحده و نیروهای ائتلاف از عملیات اطلاعاتی - تبلیغاتی و به تعبیری قدرت نرم، شاید به گونه‌ای بود که تا پیش از آن در این سطح مشاهده نگردیده بود. به‌زعم دولتمردان نو محافظه‌کار ایالات متحده، بخش برنامه‌های دیداری - شنیداری معطوف به ارزشهای مورد نظر مردم عراق در حین سرنگونی رژیم بعث عراق برای اقناع افکار عمومی، مثلث سنتی دیپلماسی، اهرم اقتصادی و قدرت نظامی را تقویت می‌کند و به‌صورت چهارمین بعد راه‌حل مناقشات خارجی درمی‌آید و این امر موجب توجه ویژه به جایگاه عملیات روانی - تبلیغاتی در دستگاه سیاست‌گذاری امنیتی - راهبردی آمریکا گشته است.

نتیجه‌گیری

ایالات‌متحده در جنگ سوم خلیج‌فارس از تاکتیکها و تکنیکهای عملیات روانی شامل رادیو ستری، بهره‌گیری از ۵۰ ماهواره جاسوسی - اطلاعاتی بر فراز شهر بغداد، پرتاب میلیونها اعلامیه مصور و جنگ تبلیغاتی به شیوه مؤثری بهره برد. ایالات‌متحده ابتدا کوشید ذهنیتهای موجود در عرصه تعاملات بین‌المللی را در راستای اهداف ملی خود جهت دهد و پس از فراهم شدن زمینه مساعد بین‌المللی و داخلی به اقدام نظامی علیه عراق پرداخت. در واقع، اعلامیه‌های تبلیغاتی که می‌توان از آن به گلوله‌های کاغذی^(۱) تعبیر نمود، تأثیری به مراتب بیشتر از گلوله‌های آهنی^(۲) داشتند. دولتمردان آمریکا برای نتیجه‌گیری سریع از حمله نظامی خود به عراق و برجای گذاشتن کمترین تلفات و هزینه‌های ممکن، به اجرای یک سلسله عملیات تبلیغاتی - اطلاعاتی بر روی اذهان مردم عراق اقدام نمودند تا از این طریق با کمترین هزینه جانی و مالی، بیشترین منافع را براساس سیاست کم - بیشینه راهبردی، کسب نمایند و در دستیابی به هدف راهبردی خود، بیشترین موفقیت را به‌دست آورند. سیاست‌گذاران و فرماندهان نیروهای ائتلاف در جنگ سوم خلیج‌فارس، بر این اعتقادند که بهترین راهبرد برای پیروزی قاطع در جنگ، راهبرد عملیات روانی است و عملیات روانی خود بستر پیدایی و ظهور راهبردهای دفاعی - امنیتی دیگری در خاورمیانه خواهد بود که امکان دارد با اهداف و اولویتهای راهبرد کلان ایالات‌متحده در خاورمیانه، سازگاری بیشتری داشته باشد.

1. Paper Bullets
2. Iron Bullets

1. Nicholas Leman. "The Next World Order." *The New Yorker*. March 25, 2002.
۲. آرمین امینی، «تأثیرات حمله آمریکا علیه عراق بر نظام بین‌المللی»، ماهنامه نگاه، شماره ۳۵، خرداد ۱۳۸۲، ص ۷۸-۷۰.
۳. حسین حسینی، تبلیغات و عملیات روانی، تهران: انتشارات دانشگاه امام حسین (ع)، ۱۳۷۲، ص ۲.
۴. محمد سلطانی‌فر و شهناز هاشمی، پوشش خبری، تهران: سیمای شرق، ۱۳۸۲، ص ۱۲۰.
۵. محمد شیرازی، عملیات روانی و تبلیغات مفاهیم و کاربردها، تهران: انتشارات سپاه، ۱۳۷۶، ص ۱۵.
۶. حسن سیلان اردستانی، «عملیاتی‌سازی عملیات روانی»، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۵، تابستان ۱۳۸۳، ص ۳۰.
۷. همان، ص ۳۶.
۸. جیمز هاو کینز، «چشم‌اندازی بر عملیات روانی مشترک»، ترجمه آرمین امینی، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۵، تابستان ۱۳۸۳، ص ۷۸.
۹. همان.
۱۰. علی اسدی، افکار عمومی و ارتباطات، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۱، ص ۱۹۱.
۱۱. همان.
۱۲. کی. جی. هالستی، مبانی تحلیل سیاست بین‌الملل، ترجمه بهرام مستقیمی و مسعود طارم سری، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه، ۱۳۷۳، ص ۳۳۶.
۱۳. علی فتحی آشتیانی، مقدمه‌ای بر روان‌شناسی سیاسی، تهران: انتشارات بعثت، ۱۳۷۷، ص ۱۲۹.
۱۴. آرمین امینی، «حمله آمریکا به عراق؛ تلاش برای اقناع افکار عمومی»، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۲، ص ۲۸.
15. Letter from the President to the Speaker of the House of Representatives and the President of the Senate, Whitehouse, September 20, 2002. at: <http://www.the.whitehouse.com>.
16. George Bush, "No Nation Can be Neutral in this Conflict." White House, November 6, 2001, at: <http://www.the.whitehouse.com>.
17. Robert Kagan and Wiliam Kristol, "The Bush Doctrine Unfolds," *Weekly Standard*, Vol.007, Issue 24, April 3, 2002, at: <http://www.the.withehouse.com>.
18. Wiliam Kristol, "Taking the War beyond Terrorism." *The Weekly Standard*, January 31, 2003.
19. BBC, September 9, 2002.
20. BBC, September 4, 2002.
21. Ibid.
22. Ibid.
23. Antony Clark Arend. "International Law and the Preemptive Use of Military Force." *Washington Quarterly*, Spring 2003, p. 92.
۲۴. محمدحسین الیاسی، «افکار عمومی آمریکا و عملیات روانی دستگاه حکومتی و تبلیغات آن کشور برای

مجاب‌سازی، «فصلنامه عملیات روانی، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۲، ص ۷.

25. G. R. Wittkopf, *Public Faces of Internationalism Opinion and American Foreign Policy*, N. C.: Duke University Press, 1990, pp. 48- 53.

26. O. Holsti. *Public Opinion and American Foreign Policy*, M. I.: University of Michigan Press, 1996, p. 32.

۲۷. محمدحسین الیاسی، پیشین، ص ۱۵.

۲۸. پرویز امامزاده فرد، «عملیات روانی آمریکا در جنگ سوم خلیج فارس در سال ۲۰۰۳»، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۲، ص ۱۱.

۲۹. همان، ص ۱۳.

30. "Decapitating." Strike, *Newsweek*, December 31, 2001. January 7, 2002. p. 63.

۳۱. پرویز امامزاده فرد، پیشین، ص ۱۳.

۳۲. همان، ص ۱۴.

33. <http://www.cnn.com/archives/00271/21/2003/April 9/html>.

۳۴. محمدحسین الیاسی، پیشین، ص ۱۹.

35. <http://www.US.A. Today.com/archives/18/2003/October 17/html>.

36. <http://www.Washington post. com/ documents/ September 7/2003/html>.

37. Ibid.

۳۸. محمدحسین الیاسی، پیشین، ص ۲۱.

39. <http://www.fas.org/archives/January 19/2003/html>.

40. Ibid.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



ثرويشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگي
پرتال جامع علوم انسانی