

# بررسی ابعاد نرم‌افزاری قدرت و پدیده عملیات روانی

تاریخ دریافت مقاله: ۹۱/۲/۲۳

تاریخ تأیید مقاله: ۹۱/۴/۲۸

نوراله قیصری \*

سیدمحمدجواد قربی \*\*

## چکیده:

در دهه‌های اخیر، ادبیات سیاسی دستخوش قبض و بسط‌های زیادی گشته است از این رو ما شاهد رواج واژه‌های جدیدی هستیم که درک آنها مستلزم یک تبارشناسی، ترمینولوژی و معرفت‌شناسی است. یکی از این واژه‌ها که در عرصه روابط بین‌الملل کاربرد زیادی یافته است، قدرت نرم می‌باشد. اگرچه قدرت نرم از بعد پراگماتیستی دارای سابقه طولانی است؛ اما از بعد مفهومی و آکادمیک پدیده‌ای نوین محسوب می‌شود. در عرصه روابط بین‌الملل و محیط 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 استفاده‌کننده قدرت سخت، تلاش گردید تا از مرحله سخت‌افزاری عبور کرده و برای پیشبرد اهداف از قدرت نرم و نرم‌افزار استفاده کنند. قدرت نرم امری چندبعدی، پیچیده و ماهیتی پلاستیک‌گونه و انضمامی دارد. این ویژگی‌ها قدرت نرم را امری زمان‌بر می‌سازد که حصول به آن نیازمند کاربرد ابزار جدید است. قدرت جدید از ابزاری چون رسانه‌ها، مطبوعات، سایبر، نبرد اطلاعات و عملیات روانی و فریب استراتژیک بهره می‌گیرد که هر یک از ابزارها خود پیچیدگی‌هایی دارد. به همین دلیل در این رساله بعد از پرداختن به قدرت نرم در ابعاد تئوریک، به‌طور موردی، عملیات یا جنگ روانی را بررسی می‌کنیم.

**واژگان کلیدی:** قدرت، قدرت سخت، قدرت نرم، عملیات روانی.

\* استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

\*\* کارشناس ارشد اندیشه سیاسی در اسلام پژوهشکده امام خمینی(ره) و انقلاب اسلامی ۰۹۱۱۷۴۳۵۵۴۰ Email: ghorbi68@yahoo.com

قدرت<sup>۱</sup> و گفتمان‌های نرم‌افزاری از مفاهیم جدید در ادبیات سیاسی و روابط بین‌الملل محسوب می‌شوند که شناخت آنها برای درک بهتر روابط حاکم بر نظام بین‌الملل دارای اهمیت است و همین مسئله ضرورت ترمینولوژی<sup>۲</sup> و معرفت‌شناسی در باب گفتمان نرم‌افزاری قدرت را توجیه می‌کند. (باربر و اسمیت، ۱۳۸۴: ۳۴۶ و Burton, ۱۹۶۷, see: ۱۴۱-۱۴۹) کاربرد واژه «قدرت» در نوشته‌های سیاسی سابقه‌ای دیرینه دارد و اصطلاحاتی چون؛ سیاست قدرت<sup>۳</sup>، موازنه قدرت<sup>۴</sup>، خلأ قدرت<sup>۵</sup>، قدرت‌طلبی<sup>۶</sup> و مبارزه برای قدرت<sup>۷</sup> در نوشته‌های مربوط به سیاست و روابط بین‌الملل فراوان یافت می‌شود و نویسندگان این اصطلاحات را به‌طور منسجم و نظام‌مند به‌کار نمی‌برند (رینولدز، ۱۳۸۶: ۲۹).

به‌درستی 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 دارند و اندیشه سیاسی در ادبیات سیاسی پیوند همه‌جانبه‌ای با ساختار قدرت، ابزارها و چگونگی کاربرد آن دارد. در تاریخ اندیشه سیاسی اولین بار نظریه‌پردازانی چون ارسطو، افلاطون و توسیدید این موضوع را به‌کار بردند و در سده‌های بعد توسط ماکیاولی تکمیل شد و در قالب یک نظریه سیاسی در غرب به‌کار 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 به‌نحو فزاینده‌ای به مسائل و موضوعات آن علاقمند شدند که برخی از این پدیده را «دهکده جهانی الکترونیک» می‌نامند (نش، ۱۳۸۸: ۱۱).

از این رو ویژگی‌های اصلی دولت ملی در حال زوال است و برخی از اندیشمندان این زوال و فنا را در سیاست‌گذاری داخلی، خودمختاری، مشروعیت داخلی، سیاست خارجی

1. Power
2. Terminology
3. Power politics
4. Balance of power
5. power vacuum
6. The pursuit of power
7. The struggle for power
8. power approaches

و محیط بین‌المللی مشاهده کرده‌اند که مجموعه حاکمیت مطلقه ملی به معنای قدیمی و کلاسیک آن، به نحو فزاینده‌ای به مفهومی ناممکن و منسوخ تبدیل شده است و دولت‌های ملی دیگر نخواهد توانست به راحتی برخلاف 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 فرایند نوینی از قدرت پدیدار می‌شود. بدین سان با توجه به مجموعه تحولات و فرایندهای جاری، چشم‌انداز تازه‌ای برای مطالعه قدرت پدیدار شده است.

گذار از قدرت سنتی و سخت‌افزارگرایانه به قدرت نرم<sup>۱</sup> و نرم‌افزارگرایانه، امری لازم و 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 بین‌الملل قابل بازشناسی است، مثل؛ قدرت نیمه‌سخت، قدرت سخت، قدرت هوشمند و یا قدرت گیج که هر کدام در جای خود قابل بررسی هستند (ر.ک: جوانی، ۱۳۸۷: ۴۹-۴۳).

قدرت نرم از ابزارهای نوین، ذهنی، فرهنگی و زمان‌بر بهره می‌گیرد مانند رسانه‌های شنیداری، تصویری و مکتوب، ماهواره‌ها، نبرد اطلاعات، رایانه<sup>۲</sup>، عملیات یا جنگ روانی<sup>۳</sup> و غیره.

در این رساله 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.

## ۲. چارچوب مفهومی

### ۲-۱. شناخت مفهوم قدرت<sup>۴</sup>

نوآوری علمی و اکتشافات، اقداماتی سخت و طاقت‌فرسا هستند که هر کسی توان انجام آن را ندارد اما چنین به نظر می‌رسد که شناخت مقولاتی که گمان می‌کنیم آنها را می‌شناسیم از نظر صعوبت، معادل با دستیابی به شناخت‌های نوین است. این موضوع هنگامی آشکارتر

1. soft power  
2. Cyber  
3. Psychological operations  
4. Power

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، آفت‌دهنده است که بسیاری به‌رغم شناخت، از اظهار نظر علمی باز می‌مانند. در این زمینه مفهوم قدرت یکی از رایج‌ترین آنهاست (تولایی و دیگران، ۱۳۸۷: ۵). واژه قدرت و مشتقات آن محور و جان‌مایه 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 انسان‌هاست که یک طرف تأثیرگذار و طرف دیگر تأثیرپذیر است. قدرت اقتصادی، قدرت نظامی، قدرت سیاسی و قدرت ملی اصطلاحات و ترکیبات متداول قدرت هستند. مفاهیم یاد شده - که هم هدف‌نهایی و هم وسیله سیاست تلقی شده است، مورد توجه اندیشمندان 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 خاص به قدرت نگریسته‌اند. عده‌ای از منظر طبقاتی، عده‌ای از منظر آثار قدرت و ماهیت 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 (کلاهیجان، ۱۳۸۷: ۱۶۹). «رابرت دال» قدرت را از زیرمجموعه‌ای از روابط میان واحدهای اجتماعی می‌داند، به طوری که رفتار یک واحد یا بیشتر به رفتارهای دیگر واحدها وابسته باشد (نبوی، ۱۳۷۹: ۱۰-۹).

برای تولید و کسب قدرت، به‌ناچار باید از منابعی استفاده کرد و هر مقدار که از منابع پشتیبان قدرت کاسته شود به همان میزان، ارزش واقعی قدرت تنزل خواهد یافت و در این میان اگر قدرتی از منبع لایزال برخوردار باشد همیشه پایدار خواهند ماند. عدم شناخت کافی از منابع قدرت موجب می‌شود که برای تجهیز منابع کم‌اهمیت، هزینه سنگینی صرف شود یا منابعی کم‌هزینه که توان تجهیز منبع وسیعی از قدرت را فراهم می‌آورند، ناشناخته بمانند، بنابراین تلاش برای تولید قدرت، یک امر پرهزینه و کم‌نتیجه می‌گردد (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.

الف) منابع محسوس: می‌توان به راحتی از لحاظ کمی بررسی یا با واژه‌های مشخص بیان کرد و این منابع عبارتند از: جغرافیا، وسعت سرزمین، منابع ملی، توان اقتصادی، توان نظامی، جمعیت.

ب) منابع نامحسوس: در عین حال منابع نامحسوس هم در تعیین قدرت ملی اهمیت دارند و این منابع را به راحتی نمی‌توان به صورت کمی درآورد یا خیلی مشخص کرد؛ زیرا در اساس دارای خصلت کیفی هستند: کیفیت رهبری و حکومت ملی، اراده تخصیص منابع برای دست یافتن بر هدف‌های ملی، روحیه، انضباط، لیاقت و کیفیت نیروهای مسلح، توان بالقوه اتحاد دولت و سطح آگاهی سیاسی مردم بستگی دارد (عالم، ۱۳۸۳: ۹۳-۹۲).

## ۲-۲. قدرت ملی؛ دیدگاه‌ها و نگرش‌ها

الف) واقع‌گرایان: این گروه که در رأس آنها ماکس وبر و هانس 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 به وسیله دولت‌ها را برای حفظ و ازدیاد منافع ملی، جزء لاینفک سیاست خارجی موفقیت‌آمیز به‌شمار می‌آورند. این گروه معتقدند که ملاحظات اخلاقی، مذهبی و سایر ملاحظات بشردوستانه در سیاست خارجی جایی ندارند و برای دستیابی به خواسته‌های خود پایبند ملاحظات اخلاقی و دینی نیستند (چگینی، ۱۳۸۴: ۱۰۸).

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

برخی از اندیشمندان و محققان نوگرا مانند «جوزف نای»<sup>۱</sup> معتقدند که در جهان پیچیده،

متغیر و متحول کنونی هیچ کشوری قادر نیست که تمام نیازهای مادی و معنوی مردم خود را از بازارهای داخلی تهیه کند، بنابراین تشکیل سازمان‌های جمعی - منطقه‌ای یا اتحادها را، برای رفع این مشکل توصیه می‌کند و برای اثبات ادعای خویش به روند فرایند تشکیل اتحادها در جهان اشاره می‌کند و معتقدند باید به‌جای واژه «منافع ملی و واژه «منافع مشترک بشری» بکار رود. البته در این میان، کالینز، قدرت ملی را مجموعه‌ای از توانایی‌های بالقوه و بالفعل یک کشور می‌داند که از نیروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، علمی، تکنولوژی، جغرافیایی و نظامی و توان زمامداران کشور در بکارگیری این نیروها سرچشمه می‌گیرد. نای معتقد است که رهبری و اراده ملی از عوامل تقویت‌کننده قدرت ملی هستند (چگینی، ۱۳۸۴: ۱۱۰-۱۰۸).

### ۲-۳. گونه‌شناسی<sup>۱</sup> قدرت از نظر ابزار کاربردی

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

#### الف) قدرت سخت

قدرت سخت را در مباحث آکادمیک و تئوری‌های سیاسی، 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 برون‌داد 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، 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 تهدیدها؛ عینی، سخت‌افزارانه و همراه با اعمال و رفتارهای خشونت‌آمیز، براندازی آشکار و با استفاده از شیوه زور، اجبار و حذف دفاعی و اشغال سرزمین است. این تهدیدات عمدتاً محسوس، واقعی، عینی و با عکس‌العمل‌های فیزیکی همراه است و ظهور

1. Typology  
2. Hard  
3. Soft

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>۱</sup>،

۲. عینی بودن<sup>۲</sup>،

۳. محسوس بودن<sup>۳</sup> (تولایی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۴).

البته باید توجه داشت ویژگی بارز قدرت سخت، تحلیل آن به «آمریت» است، 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 مشاهده کرد. همین نمونه‌هاست که برخی را به گمان و امید دارد که قدرت سخت همان قدرت نظامی و نظامی‌گری است (تولایی، ۱۳۸۷: ۴۹). قدرت نظامی به عنوان یکی از عناصر متشکله قدرت ملی، وسیله یا ابزاری است در اختیار زمامداران و تصمیم‌گیرندگان کشورها برای پشتیبانی از سیاست ملی و تحقق هدف‌های ملی. بنابراین کاربرد یا تعیین مأموریت نیروهای مسلح کشور به عهده تصمیم‌گیرندگان کشور است که معمولاً از آن برای مقاصد زیر استفاده می‌شود:

- پشتیبانی از سیاست خارجی، پدافند از ارزش‌ها یا منافع ملی در برابر تهدیدات و تجاوزات دشمن خارجی،

- کمک به برقراری نظم و حفظ امنیت داخلی،

- یاری و کمک مردم، به امر سازندگی و بازسازی کشور (چگینی، ۱۳۸۴: ۱۲۲).

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

ب) قدرت نرم؛ ابعاد نرم‌افزارانه قدرت

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

1. objective  
2. visible  
3. Tangible  
4. power Soft

نرم محصول و برآیند تصویرسازی مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار در افکار عمومی داخلی و خارجی، تأثیرگذاری غیرمستقیم توأم با رضا بر دیگران، اراده دیگران را تابع اراده خویشستن ساختن و مؤلفه‌هایی از این سنخ است. این قدرت معمولاً در مقابل قدرت نظامی و تسلیحاتی به کار می‌رود. بارزترین نمونه قدرت نرم در سطح خرد، تصویری است که ماکس وبر از نفوذ و اقتدار بلامنازع شخصیت‌های بزرگ و چهره‌های منتفذ و کاریزما به‌دست داده است (فرهادی و مرادیان، ۱۳۸۷: ۱۳۳).

به اعتقاد «جوزف نای»، قدرت نرم توانایی به‌دست آوردن چیزی است که می‌خواهیم با جذب و اقناع سایرین برای تحقق اهداف خود احصا کنیم. این نوع قدرت با قدرت سخت متفاوت است. چون ارزان‌تر و کاربردی‌تر از نیروی زور و اجبار است (NYe, 2004: 8). شاید به همین دلیل باشد که این قدرت را «قدرت متقاعدکننده» می‌نامند؛ زیرا کشورها را وادار به کاری می‌کند که آنها تمایلی به انجام آن ندارند (ر. ک: 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 بی‌توجهی به قدرت نرم می‌تواند قدرت سخت را تضعیف کرده و استراتژی قدرت را به‌نحو محسوسی تضعیف کند.

در واقع موفقیت نه از جانب قدرت سخت و نه از جانب قدرت نرم است، 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 به‌شمار می‌روند (تولایی، ۱۳۸۷: ۵۳).

#### ۴-۲. تهدید نرم و کاربردهای آن

پیچیده‌ترین و مهمترین مؤلفه امنیت ملی در هر کشوری، امنیت اندیشه و الگوهای رفتاری یک نظام سیاسی است. برای یک کشور که قدرت نرم، مؤلفه اصلی قدرت تلقی می‌شود، این امر اهمیت بیشتری خواهد داشت و هر چه این نظام سیاسی، مبانی فکری، اعتقادی و الگوهای رفتاری دیگران را به چالش بیشتری کشانده باشد، از تهدیدات بیشتری برخوردار خواهد بود. بنابراین هدف اصلی از تهدید نرم، حذف باورمندی نخبگان و مردم یک نظام سیاسی، سلب اراده و روحیه مقاومت و در مجموع استحاله فرهنگی - سیاسی است و در عین حال تلاش می‌شود یک ملت دارای آرمان، به ملتی فاقد آرمان تبدیل شود. به‌طور طبیعی انفعال در برابر قدرت نرم موجب می‌گردد که دولت‌ها و ملت‌های هدف، الگوهای



رفتاری خویش را در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مورد تردید قرار دهند. به‌طور کلی هدف از هر نوع قدرت و تهدیدی تأثیرگذاری بر اندیشه، عواطف، اراده و نهایتاً به تسلیم کشاندن حریف است.

بنابراین، نقطه مشترک همه تهدیدات، تحمیل اراده به نیروی مقابل و بازیگر هدف است، وجه تمایز این تهدیدها یا قدرت‌ها، در به‌کارگیری روش‌ها، ابزارها و ... است. بدون تردید باید اذعان داشت که اگر فکر، اراده و قدرت روحی حریف تسخیر گردد، نیاز به کاربرد قدرت سخت و لشکرکشی نیست. بنابراین قدرت نرم، امروزه از مؤثرترین، کارآمدترین و کم‌هزینه‌ترین و در عین حال خطرناک‌ترین و پیچیده‌ترین نوع تهدید علیه امنیت ملی یک کشور محسوب می‌شود (نائینی، ۱۳۸۷: ۲۰۶-۲۰۴).

## ۲-۵. روایت‌های قدرت نرم در دستگاه اندیشگی صاحب نظران

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

الف) لوسین پای و قدرت مؤثر  
مطابق نظر لوسین پای<sup>۱</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 است.  
۲. مشروعیت قدرت که بر تبدیل شدن قدرت به اقتدار به‌واسطه 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.  
۴. پذیرش قدرت که دلالت بر التزام عملی مخاطبان به خواست صاحبان قدرت اشاره دارد.  
عادلانه شدن قدرت که بر توزیع مناسب منافع ناشی از قدرت بین گروه‌های مختلف ناظر است. با عنایت به توضیحات ارائه شده، می‌توان چنین اظهار داشت که «قدرت مؤثر» لوسین پای با ویژگی‌های «قدرت نرم» انطباق دارد (افتخاری، ۱۳۸۷: ۲۴۵).

ب) آلن تورن و قدرت فرهنگی شده  
بنیاد نظریه «تورن» و پیروان او را این نظریه تشکیل می‌دهد که اگر قدرت برآمده از

۱. هر قدرتی برای شخص ثانی یک نوع تهدید است، زیرا شخص اول به دنبال دست‌یابی به اهداف خویش است که گاه در تعارض با اهداف شخص ثانی است.

جامعه و مبتنی بر ارکان هویتی آن باشد، در تحقق اهداف کارآمدتر ظاهر می شود تا اینکه از طریق وابستگی و تقلید حاصل آید تعبیر فرهنگی شده از آن نظر برای دیدگاه تورن انتخاب شده که به زعم تورن، توانمندی واقعی فقط از ابتناء عمل بر شاخص های درونی فرهنگ، سنت و هنجارهای بومی حاصل می آید و سایر منابع قدرت تا زمانی که بومی نشوند از اعتبار و استمرار لازم برخوردار نیستند. با این تفاسیر، قدرت سخت را می توان از قدرت های «غیر فرهنگی شده» محسوب کرد و سایر منابع که از ماهیت و هویت جامعه تولید می شوند، 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).

### ج) هانتینگتن و قدرت باثبات

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 به عنوان هدف اولیه و غایی قدرت نام برده اند - بحث هایی را متداول کرده که نتیجه اش پیدایش دو الگوی متفاوت معرفتی شده است (اقتباس از قبلی؛ افتخاری، ۱۳۸۰: ۱۰۳-۶۵):

۱. قدرت معطوف به قدرت،

۲. قدرت معطوف به تحول.

هانتینگتن از جمله اندیشه گرانی بود که در قالب رویکرد دوم، به رابطه قدرت ثبات نگرسته و به این اعتقاد است که شاخص مهم و کارآمد برای ارزیابی نظام های سیاسی، نه شکل حکومت، بلکه «درجه حکومت» است. واژه «سامان» در واقع حکایت از تغییری تدریجی و هدفمند دارد که سیستم سیاسی را از یک وضعیت به وضعیتی برتر ارتقا می دهد و در آنجا مستقر می سازد. 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 می کند (افتخاری، ۱۳۸۷: ۲۸). با این تفسیر می توان چنین ادعا کرد که قدرت نرم از نظر 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 می شود (همان).

### ۶-۲. قدرت نرم و مبحث کارآمدی

سوزان ناسل<sup>۲</sup>، کفایت اصطلاح قدرت نرم جوزف نای را در مقابله با تهدیدات جدی علیه

1. Social capital  
2. Suzanne Nossel

منابع آمریکا به چالش کشید. وی مفهوم جدیدی را پیشنهاد کرد که آن «قدرت هوشمند<sup>۱</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 (CAP) از اصطلاح «قدرت همگرا»<sup>۲</sup> استفاده کرد. در مقابل این مفهوم، اصطلاح «قدرت گیج یا احمقانه»<sup>۳</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).

## ۲-۷. حوزه‌های سه‌گانه تأثیر قدرت نرم

اگر برای یک نظام اجتماعی سه حوزه سیاسی، فرهنگی و اقتصادی قائل شویم، تهدید نرم می‌تواند در این سه حوزه؛ اندیشه‌ها، باورها و رفتارهای یک نظام سیاسی را تحت تأثیر قرار دهد. الف) حوزه فرهنگ

تهدید و قدرت نرم در حوزه فرهنگ؛ اندیشه‌ها، 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، فرهنگ دفاعی و در سه سطح نخبگان، مردم و نیروهای مسلح.
۲. تهدید ارزش‌های اساسی یک کشور در سه حوزه فرهنگ استراتژیک، فرهنگ عمومی، 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، 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 اراده مقاومت و ... را می‌توان به‌عنوان پیامدهای تهدید نرم در این سطح نام برد (نائینی، ۱۳۸۷).

## ب) حوزه سیاسی

دولت‌ها به‌عنوان یک واحد سیاسی در نظام بین‌المللی با مؤلفه‌های جمعیت، قلمرو،

1. Smart power  
2. Intergrated power  
3. Stupid power

حکومت و حاکمیت و نظام ارزشی. مشخص شکل می‌گیرند و همواره با تحولاتی از داخل و خارج مواجه می‌شوند. 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 بازتولید هنجارهای سیاسی و به جریان انداختن گفتمان‌های مسلط در درون جامعه و در عرصه بین‌المللی و برخورداری از مقبولیت، مشروعیت لازم را می‌توان از 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 می‌گردد (نائینی، ۱۳۸۷: ۲۱۳-۲۱۰).

### ج) حوزه اقتصاد

فرهنگ جهت‌دهنده الگوهای رفتاری در همه حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. به‌طور طبیعی، اندیشه اقتصادی یک کشور، الگوی تولید و مصرف تحت تأثیر فرهنگ است. با وجود تعامل نظامات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و تأثیر متقابل آنها، نظام فرهنگی به‌عنوان زیرساخت 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 می‌شود. به عبارت دیگر چپستی 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 زیرساخت‌های فکری (جهان‌بینی‌ها 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 آنها بر فرهنگ اقتصادی (همان: ۲۱۵-۲۱۳).

### ۸-۲. تولیدکنندگان قدرت نرم

یکی از ارکان قدرت نرم، تولیدکنندگان آن هستند و به دلیل آن‌که قدرت نرم حوزه گسترده‌ای دارد، بنابراین بازیگران این حوزه نیز متعدد هستند. اگرچه در این حوزه دولت‌ها دخالت دارند، ولی دولتی کردن آنها می‌تواند باعث کاهش آن گردد. از این رو دولت‌ها سعی می‌کنند با تقویت سایر نهادها و نیز دور کردن جنبه‌های رسمی قدرت بر کارایی آن بیفزایند. با این توصیف، قدرت نرم در حوزه بازیگران دارای برخی ویژگی‌هاست:

۱. تولیدکنندگان قدرت نرم دارای تنوع زیاد هستند.

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 می‌کنند.

۴. چنانچه بازیگران قدرت سخت مانند نظامیان نیز بخواهند در این حوزه اثرگذار ظاهر شوند باید کارکردهایی غیرنظامی مانند فعالیت‌های انسان‌دوستانه برگزینند.

۵. اگرچه برخی از تولیدکنندگان قدرت نرم شخصیت‌های حقوقی هستند؛ ولی مدیریت آنها به وسیله 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 وجود این باید توجه داشت که این تولیدکنندگان قدرت نرم به دنبال اهدافی هستند و حرکت آنها عبث و بیهوده نیست.

#### ۹-۲. کاربرد قدرت نرم و اهداف ترسیم شده

باید توجه داشت که قدرت نرم و استفاده از آن، چه در حوزه نظر و چه در حوزه عمل دارای هدف است. به عبارتی دیگر، از آنجایی که قدرت سخت نتوانست تمام اهداف بازیگران مهاجم را برآورده کند، قدرت نرم طرح‌ریزی شد تا نواقص سخت‌افزارگرایی قدرت در دستیابی به اهداف را ترمیم نماید (ر.ک: قربی، ۱۳۸۹: ۱-۲). اهداف به‌کارگیری جنگ نرم به شرح زیر است:

الف) کسب منفعت

در مرکزیت حرکت قدرت نرم، منفعت‌طلبی است. برای مثال منفعت‌طلبی و نفع شخصی در مرکز اندیشه لیبرالیسم قرار گرفته است. هابز معتقد است که جز ملاحظات منافع شخصی، چیز دیگری نمی‌تواند انگیزه رفتار آدمی باشد و حتی اگر عقل و منطق، کوتاه‌بینی او را در این اعمال رقابت‌آمیز به وی بفهماند و حتی اگر آدمی درک کند که بهترین راه تأمین منافع شخصی او همکاری و تعاون با هموعانش باشد، باز هم برای او فایده‌ای نخواهد داشت. در حالی که گفتمان اسلامی هدف از اعمال قدرت نرم را مصلحت عمومی می‌داند.

ب) تأمین مصلحت

فعالیت‌های انسان به دو بخش التذادی و تدبیری قابل تفکیک است که فعالیت‌های التذادی برخواسته از «لذت و میل» است، در حالی که فعالیت‌های تدبیری انسان از «عقل و مصلحت» نشئت

می‌گیرد. برخلاف لیبرالیسم که مبنای حرکتش منفعت می‌باشد و نفع شخصی ارجعیت می‌یابد؛ ولی در اندیشه اسلامی، دین باعث می‌شود فعالیت‌های تدبیری انسان در جهت گرایش‌های عالی انسانی سوق یابد و اگرچه نفع شخصی در چارچوب مصلحت عمومی تأمین می‌شود؛ ولی اصالت ندارد. در این اندیشه مصلحت عموم در مرکزیت آن قرار گرفته است (یوسفی، ۱۳۸۷: ۲۵۷-۲۵۵).

#### ج) حفظ و گسترش سلطه‌گری

جوزف نای<sup>۱</sup> بر این اعتقاد است که قدرت نرم و ایجاد آن برای حفظ سلطه‌گری به شیوه‌ای جدید است (نای، ۱۳۸۶: ۳۸۰-۳۷۴). دولت‌های بزرگ به‌ناچار با تغییر ماهیت قدرت در سیاست جهانی روبرو خواهند شد و انجام این تغییرات در سیاست‌های جهان، باعث شده که تغییرات در سیاست‌های جهانی انجام شود و تمسک به قدرت نظامی، حداقل در میان قدرت‌های اصلی، کمتر قهرآمیز شده است (یوسفی، ۱۳۸۷: ۲۵۸).

#### د) 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 هنگامی هم به‌بار می‌آورد که مهمترین هزینه معنوی آن کاهش مشروعیت و نارضایتی ارتش نامرئی (افکار عمومی) می‌باشد.

#### ه) نتایج ناشی از اعمال قدرت نرم

قدرت نرم توانایی شکل دادن به ترجیحات و اولویت‌های دیگران با مقوله‌های نامحسوس، ناملموس و سیاست‌های جذاب است که مشروع و اخلاقی تلقی گردند و رسیدن به هدف را ممکن‌تر می‌سازد (همان: ۲۶۱).

#### ۱۰-۲. ابزار قدرت نرم

ابزارهای قدرت نرم را می‌توان در یک دسته‌بندی کلی در ابعاد رسانه‌ای<sup>۲</sup>، رایانه‌ای<sup>۳</sup>، عملیات روانی و فریب استراتژیک<sup>۴</sup> و نبرد اطلاعاتی<sup>۵</sup> بررسی کرد (رفیع و قربی، ۱۳۸۹: ۱۲۷). البته در این رساله بعد از نگاهی گذرا به این ابزار، به‌طور موردی عملیات یا جنگ روانی بررسی خواهد شد.

#### الف) رسانه

در عصر حاضر، بحث از ضرورت جلب بیشترین افکار عمومی به نفع خود و کاربرد

1. Joseph Nye
2. Media
3. Cyber
4. Psychological operations and strategic Deception
5. Information war (IW)

وسایل فنی در اقتناع جمعی<sup>۱</sup> از طریق محاسبات عقلانی و استفاده از دستاورد دانش‌های اجتماعی و روانی به‌منزله دو پدیده مهم نام برده می‌شود که به امر تبلیغات اهمیت ویژه‌ای بخشیده‌اند. (ضیایی پرور، ۱۳۸۷: ۳۹).

جنگ رسانه‌ای<sup>۲</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>۳</sup> نهفته است که مستقیماً به‌وسیله 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، بی‌اطلاع باشند، اگرچه هدف جنگ رسانه‌ای، در نهایت تغییر کارکرد و عملکرد دولت‌هاست؛ اما به‌طرز ملموسی به‌جای هدف قرار دادن مستقیم دولت‌ها، ملت‌ها را هدف بمباران خود قرار می‌دهد (ضیایی پرور، ۱۳۸۷: ۱۳-۱۲).

ب) رایانه<sup>۴</sup>

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>۵</sup> تأثیر بسزایی بر روابط کشورها و ماهیت قدرت در محیط بین‌الملل گذاشتند (دریفوس، ۱۳۸۳: ۳).

رایانه در قدرت نرم<sup>۶</sup> به‌دنبال استفاده از اطلاعات<sup>۷</sup> برای به‌حداقل رساندن سرمایه و کاهش استفاده از جنگ‌افزار<sup>۸</sup> و نیروی انسانی<sup>۹</sup> مورد نیاز، برای کسب پیروزی در جنگ است. این نوع جنگ نیازمند تکنولوژی‌های مختلفی است. به‌خصوص برای صدور فرمان و کنترل

1. Collective Satisfaction
2. Media War
3. Media Policy
4. cyber
5. Internet
6. Cyber in Soft power
7. Information
8. Weapons
9. staffing

میدان جنگ، جمع‌آوری هوشمندانانه اطلاعات و پردازش و صدور آنها، ارتباطات تاکتیکی<sup>۱</sup>، موقعیت‌یابی، تشخیص دوست از دشمن و در نهایت برای استفاده از سلاح‌های هوشمند<sup>۲</sup> - که قادرند به‌صورت اتوماتیک براساس اطلاعات دریافتی از ماهواره بر علیه دشمن بجنگند - ضروری می‌نماید (ضیایی‌پرور، 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 این‌که دشمن حتی متوجه نقاط ضعف خود شود، از اهمیت شایان توجهی برخوردار است (جعفرپور، 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 جای خویش دارای اهمیت است (ضیایی، ۱۳۸۷: ۱۹۵). به‌وسیله 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.

#### ج) نبرد اطلاعاتی

نبرد اطلاعاتی محصول فرعی انقلاب رایانه است. در واقع حتی به نوع بشر نیز اختصاص ندارد. اگرچه تکنولوژی اطلاعات تأثیر مهمی بر عملیات‌های نظامی داشته است، توانایی‌ها و چالش‌های امنیتی به‌واسطه عصر اطلاعات - که حوزه‌ای فراتر از میدان جنگ را شامل می‌شود. نیز بیشتر شده‌اند، برای مثال رشد بسیار زیاد اقتصاد اینترنتی، بُعد تازه‌ای به تجارت بخشیده است، با این حال صنایع وابسته به اینترنت نیز با آسیب‌پذیری‌های زیادی روبرو هستند. کنترل و استفاده از اطلاعات و دانش، موتور فعالیت و اشخاص، سازمان‌ها و کشورها تعامل بیشتری در فضای اطلاعاتی خواهند داشت. در نتیجه رهبران سیاسی، نظامی و اقتصادی تحت فشار بیشتری برای مدیریت، جلوگیری و کاهش سطح مخاطرات ناشی از تکنولوژی اطلاعات قرار خواهند گرفت. تهدیدات پیش روی فضای اطلاعاتی در طیفی از تهدیدات نظام‌مند و پایا تا تهدیدات پراکنده، تصادفی و غیربدخواهانه قرار دارند. تأثیرات کامل انقلاب تکنولوژی اطلاعات بر ثبات جهانی و امنیت ملی هنوز شناخته نشده است. ولی آشکار است که عصر اطلاعات، تهدیدات، آسیب‌پذیری‌ها و جنگ‌ها<sup>۳</sup> را تغییر داده است. جنگ در عصر اطلاعات نه تنها به‌واسطه تکنولوژی، بلکه با مفاهیم و سازمان‌هایی که برای

1. Tactical Communications  
2. Intelligence Weapons  
3. Wars



به‌کارگیری این تکنولوژی ایجاد شده‌اند، شکل خواهد گرفت و آینده و چالش آن تا حد زیادی به توسعه مفاهیم و سازمان‌های مورد نیاز برای به‌کارگیری کارآمد تکنولوژی یا حصول به خود تکنولوژی بستگی دارد (عبدالله خانی، ۱۳۸۷: ۲۹-۲۵). در نهایت باید به یکی از ارکان ابزاری اصلی در قدرت نرم اشاره کرد که همان عملیات روانی یا جنگ روانی<sup>۱</sup> است (ر.ک: قربی، ۱۳۸۹).

### ۳. 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، جامع و مانعی از آن وجود ندارد. عملیات روانی از واژه‌هایی است که تاکنون تعاریف متنوع و گوناگونی براساس شرایط استفاده از آن ارائه شده است. برای مثال عملیات روانی، عملیات طراحی شده‌ای برای انتقال اطلاعات و شاخص‌های انتخاب شده به مخاطبان خارجی به‌منظور تأثیرگذاری بر احساسات (هیجانات)، انگیزه‌ها، استدلال بی‌طرفانه 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 به‌منظور تأثیرگذاری بر افکار، احساسات، تمایلات و رفتار گروه‌های دوست، دشمن و بی‌طرف، برای دستیابی به اهداف ملی که 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).

اگرچه عملیات روانی در محیط علمی دارای سابقه کمی است؛ ولی در عمل سابقه طولانی دارد. تاریخ جنگ روانی از تاریخ حیات بشر جدا نیست؛ اما همیشه با این عنوان به‌کارگرفته نشده است و مانند سایر مفاهیم، در بستر تاریخ و همواره با مقتضیات زمان و مکان، متحول بوده و سیر تطور خود را تا به امروز پیموده است، به‌گونه‌ای که در عصر حاضر، با استفاده از فناوری، 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).

### ۳-۱. تاریخچه جنگ روانی (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، سابقه‌ای 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 - مانند آنچه فولر پیش‌بینی 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 جنگ روانی، به‌طور گسترده‌ای برای توصیف سازمان و به‌خصوص 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 (داقرتی، ۱۳۷۷: ۴-۳).

### ۳-۲. انواع جنگ روانی

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

#### ۳-۲-۱. جنگ روانی استراتژیک

این روش، گروه محدود یا ملت خاصی را هدف قرار نمی‌دهد، بلکه عملکرد آن در جهت تحقق اهداف استراتژیک بلندمدت دولت و براساس اهداف ملی می‌باشد و بدین سبب شامل تمام 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 اهداف 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 این‌که جنگ روانی و استراتژیک

1. fuller  
2. Political warfare

در جهات بسیار متفاوتی سیر می‌کند و نظر به ارتباط کامل آن با هدف‌های ملی دولت، برنامه‌ریزی موفق و همسو با تغییر هدف‌های دولت و رویدادهای بین‌المللی که بر هدف‌های دولت ملی تأثیرگذار است، دست‌خوش تغییر می‌گردد (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۳۸).

### ۲-۳. جنگ روانی تاکتیکی

این نوع جنگ، علیه سربازان دشمن در میدان نبرد، پایگاه‌های آنها، 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 مبانی کلی جنگ روانی یکی نیست، وسایلی که در عملیات تاکتیکی و استراتژیک به کار می‌رود، تا حدی با هم متفاوت هستند. در عملیات تاکتیکی، اغلب اوقات بر اعلامیه، اعلان‌های دیواری، پخش رادیویی، 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 مانند تسلیم کردن نیروهای دشمن صورت می‌گیرد، بدین سبب عملیات روانی همان‌گونه که مورد نظر نیروهای مسلح است، محدودتر بوده و تخصصی‌تر از آنچه روزنامه‌نگاران و سیاستمداران در موقع صحبت از جنگ روانی در نظر دارند طلب می‌کند (همان: ۳۹).

### ۳-۳. 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 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 به‌خصوص در جنگ سرد، ابعاد نظامی به بخش ناچیزی از عملیات‌های روانی تبدیل



1. Morgenthau  
2. Aristocratic Internationalism

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).

#### ۴-۳. مکانیسم‌های جنگ روانی

الف) مردم‌انگیزی یا آژیتاسیون

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

ب) عوامفریبی یا دماغوژی

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

ج) بحران‌سازی

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

د) شایعه پراکنی

شایعه با تاریخ بشر همواره عجین بوده است. با شایعه‌سازی اذهان بسیاری از مردم با سرعت بالایی تحت تأثیر قرار می‌گیرد (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۴۲-۴۱). آنچه عموماً شایعه نامیده می‌شود عبارت است از: شرح، پیش‌بینی و توصیف رخدادهایی که غالباً در قالب غیررسمی و تأیید نشده به وسیله منابع مسئول شکل می‌گیرد؛ ولی با وجود این از سوی بخش عظیمی از توده‌ها به طور جدی مورد قبول قرار می‌گیرد. تلاش‌های زیادی از سوی پژوهشگران برای تقسیم شایعات صورت گرفته است؛ اما به دلیل آن‌که 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 نظر موضوعی است که شایعات درباره آنهاست و گاه از نظر انگیزه‌هایی است که در ورای آن

1. Stress  
2. Conflict  
3. Tension

وجود دارد و گاهی نیز به عامل زمان و یا آثار و نتایج اجتماعی که در مردم به‌جای می‌گذارد. «بیساو»<sup>۱</sup> با توجه به عامل زمان، سعی کرده شایعات را در سه دسته جای دهد:

### ۱. 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. شایعات تند و سریع

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

### ۳. شایعات غوطه‌ور (غواص)

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

#### ۱-۳. علل شایعه پراکنی

علل گسترش شایعه را باید در جو عمومی گروه‌های اجتماعی و یا در نیازهای شخصی افراد تشکیل‌دهنده آن جست‌وجو کرد. شایعه اغلب در میان گروه‌های متجانس<sup>۲</sup> که احساسات مشترکی دارند، گسترش می‌یابد. جنگ به گسترش شایعه کمک می‌کند. در میان کسانی که با آن ارتباط دارند، هیجانات مشترک شدیدی به‌وجود می‌آید. 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 به‌سادگی شنیده می‌شود و هم به‌سادگی 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>۳</sup>،

- اطمینان‌آفرینی و حمایت عاطفی<sup>۴</sup>،

1. Bysaw

2. Homogeneous

3. Exhibitionism

4. Reassurance and Emotional Support

- فرافکنی<sup>۱</sup>،

- پرخاشگری<sup>۲</sup>،

- پیشکش کردن خوشایند<sup>۳</sup> (ناپ، ۱۳۷۷: ۴۵-۴۳).

۲-۳. 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، در محو شایعات مؤثر نخواهد بود. موارد زیر برای مقابله با شایعات کارساز است:

- ایمان و اعتماد به بیانیه‌ها و گزارش‌های رسمی،

- ارائه حساب شده حقایق و واقعیت‌ها در سطح وسیع برای پر کردن خلأ خبری،

مشروط بر حذف جزئیاتی که ممکن است دشمن از آنها بهره‌برداری کند،

- اطمینان و اعتماد به فرماندهان و رهبران و مجموعه نظام حکومتی،

- ایجاد فرصت‌های کار، اشتغال و تولید، زیرا خستگی، کسالت و بیکاری، زمینه مناسبی

برای تکوین، ترویج و پذیرش شایعات است.

- کشف تبلیغات دشمن و مبارزه با عوامل شایعه‌پراکن داخلی (فراهانی، ۱۳۸۸: ۷۸).

۳-۳. شست‌وشوی مغزی<sup>۴</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

هدف‌دار خود لایه‌هایی از افکار عمومی را نسبت به تقلیدات و وابستگی‌های فرهنگی خود

بیگانه ساخته و به تعبیری در راستای اغراض خود شست‌وشوی مغزی می‌دهد (ابراهیمی

خوسفی، ۱۳۸۷: ۴۳). اگرچه واژه‌های دیگری مانند کنترل اندیشه<sup>۵</sup>، اصلاح اندیشه<sup>۶</sup>، اصلاح

ایدئولوژیک<sup>۷</sup> و مغزشویی برای توصیف این فرایند انتخاب شده است، با وجود این، اصطلاح

شست‌وشوی مغزی، عمومیت بیشتری یافته است.

1. Projection

2. Externalization

3. Bestowing a favor

4. Brain Washing

5. Thought control

6. Thought reform

7. Ideological reform

در یک نگاه کلی‌تر، شست و شوی مغزی، با تبلیغات و جامعه‌پذیر کردن یا آموزش سیاسی ارتباط دارد. هر سه اینها به دنبال قالب‌بندی نگرش‌ها، تضعیف یا زائل کردن عقاید دیگران هستند و ترکیب‌های مختلفی از فرد و هیجان، منطق، اعتقاد، ترغیب و اجبار را به کار می‌گیرند. تکنیک‌های شست‌وشوی مغزی، به‌خوبی 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 شست‌وشوی مغزی افراد منفرد هستند، شست‌وشوی 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 عملیات را به‌طور هم‌زمان انجام دهند؛ اما به‌طور کلی شست‌وشوی مغزی به‌وسیله اقدامات زیر صورت می‌گیرد:

۱. کنترل همه‌جانبه و فراگیر،

۲. عدم اطمینان،

۳. منزوی کردن،

۴. شکنجه،

۵. فرسودگی و ناتوانی جسمی،

۶. تحقیر شخصیت،

۷. مسلم فرض کردن جرم،

۸. توالی وقایع و اقدامات دیگر که بنا به زمان و مکان از آنها بهره می‌گیرند (سامیت،

۱۳۷۷: ۱۹-۲۲).

روانشناسان و روانپزشکان اغلب بر مکانیسم‌های روانی خاصی که در فرآیند شست‌وشوی

مغزی بکار گرفته می‌شود، توافق دارند که عبارتند از:

الف) همانندسازی

زندانی درحالی که از ارتباطات انسانی جدا شده، خود را با رئیس بازجوها که در مقایسه

با زیردستانش ملایم‌تر و دلسوزتر است، همانند می‌سازد. این همانندسازی که هم سوژه و

1. Total control
2. uncertainty
3. Isolation
4. torture
5. personal humiliation
6. certainty of quilt

هم بازجو، ممکن است با هیجان در آن شرکت داشته باشند، معمولاً عامل مهمی در ایجاد حالت تسلیم در سوژه است.

(ب) کاهش توانایی ذهنی

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

(ج) سر درگمی ناشی از حبس انفرادی

فقط افراد معدودی می‌توانند بدون آنکه آسیب جدی فکری و هیجانی ببینند، انزوای طولانی را تحمل کنند. سر درگمی حاصل از انزوا، نقش مهمی در فرآیند نرم کردن<sup>۱</sup> انزوا، دارد.

(د) تلقین

این عامل به‌خصوص در مواردی مؤثر است که تلقین یک 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.

(ه) تکرار<sup>۲</sup>

تکرار مداوم یک عقیده، به‌خصوص اگر پذیرش آن، نتایج شخصی یا اجتماعی مطلوبی هم در پی داشته باشد، هر فردی را به‌سوی پذیرش بیشتر آن سوق می‌دهد (سامیت، ۱۳۷۷: ۲۵-۲۴).

(و) احساس گناه

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

(ز) تخریب خود<sup>۳</sup>

اگرچه سوژه، راهی جز تسلیم در برابر خود نمی‌بیند؛ اما تحمل تحقیر از طرف او، به تضعیف عزت نفس وی می‌انجامد. او ضعف و بی‌پناهی خود را به‌طور 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 یک‌سو و پیشرفت یا عدم پیشرفت از سوی دیگر، یکی از روش‌های شکی کردن زندانی برای ایجاد پاسخ مطلوب در اوست.

(ح) رفتار غیرعقلانی در برخورد با محرک ناگهانی

بسیاری از افراد در برخورد با محرک‌های غیرمنتظره، از نظر هیجانی در هم شکسته

1. softening- up
2. repetition
3. Ego destruction



می‌شوند. آن‌ها قادر به کنترل رفتار خود نیستند. زندانی‌هایی که به‌طور غیرمنتظره در معرض بدرفتاری، بی‌احترامی و شکنجه قرار می‌گیرند، ممکن است آنچنان مقهور شوند که مقاومت آن‌ها به‌طور کلی در هم شکسته شود.

ط) تناوب ترس و امید

ایجاد تناوب ترس و امید در واقع همان شیوه تشویق و تنبیه کلاسیک است (همان:

۲۸-۲۵).

#### ۳-۴. تبلیغات<sup>۱</sup>

از دیدگاه‌های 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 هدف‌گذاری خاص به مخاطب می‌رساند. «ماربری ب - اگل»<sup>۲</sup> می‌گوید: تبلیغات شامل هرگونه تلاش برای تغییر یا اصلاح رفتار و صفات‌های رفتاری می‌باشد و مبلغ هر فردی است که به بیان عقاید خود به قصد تأثیر بر مخاطب می‌پردازد.

«هارولد راسول»<sup>۳</sup> توجه را بر قصد تبلیغ‌کننده متمرکز کرده و در تعریف پروپاگاندا می‌گوید: تبلیغات بیان افکار و اعمالی است که آگاهانه به‌وسیله افراد یا گروه‌ها به‌منظور 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 به‌روشنی بیان نمی‌کند. تبلیغات از زاویه جنگ روانی تعریف خاص خود را دارد. آنچه در دایره‌المعارف علوم اجتماعی آمده است به این دیدگاه شباهت دارد: تبلیغات به‌کارگیری 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 را بحث برانگیز و جدلی می‌شمارند، به این ترتیب تبلیغات از ارتباط صرفاً اتفاقی یا تغییر آزاد عقاید و یا آموزش نشئت می‌گیرد (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۴۲).

#### ۳-۴-۱. تکنیک‌های تبلیغات

ژس از انتخاب شکار و استراتژی مناسب، تبلیغاتچی برای رساندن پیام خود، فنون<sup>۴</sup>

1. propaganda  
2. M.B.ogle  
3. H. lasswell  
4. Techniques

گوناگونی را به کار می‌گیرد که مهمترین آنها عبارتند از:

۱. نام‌گذاری<sup>۱</sup>

تبلیغاتچی سمبلی را که بار عاطفی دارد، به یک شخص یا کشور منتسب می‌کند. از نظر او، مخاطب باید بدون بررسی دلیل این انتساب، نسبت به برچسب مورد استفاده، پاسخ مورد نظر را بدهد. تبلیغاتچی، دستاویزهای تبلیغاتی خود را به کلیشه‌هایی ارتباط می‌دهد که از پیش در ذهن مخاطب وجود دارد.

۲. کلی بافی‌های فریبنده<sup>۲</sup>

این فن شبیه فن نامگذاری است؛ ولی به جای پرداختن به توصیف عقیده یا سیاست می‌پردازد. به فرض مثال، اصطلاح «جهان آزاد» از کلی‌بافی‌های مورد علاقه تبلیغاتچی‌های غربی است.

۳. تسری<sup>۳</sup>

در این فن تبلیغاتچی سعی می‌کند برای پذیرش یا رد یک عقیده، شخص، کشور یا سیاست به وسیله مخاطب، آنها را با عقیده، شخص، کشور یا سیاست دیگری همانند کند.

۴. یکرنگی با مخاطب<sup>۴</sup>

تبلیغاتچی می‌داند که اگر مخاطب او را خارجی و بیگانه تلقی کند کار بر او دشوار می‌شود. از این رو سعی دارد با به کار بردن زبان محاوره‌ای، لهجه و اصطلاحات بومی مخاطب، تا آنجا که ممکن است خود را با ارزش‌ها و آداب زندگی مخاطب هماهنگ نشان دهد.

۵. گواهی<sup>۵</sup>

تبلیغاتچی با بهره‌گیری از شخص یا نهاد مورد اعتماد مخاطب، درصد تأیید یا انتقاد از یک عقیده یا پدیده سیاسی بر می‌آید. یکی از اشکال این فن، متشبه شدن به قدرت است که طی آن از مخاطب می‌خواهند عقیده‌ای را به این دلیل که مراجع قدرت قبول دارند، بپذیرد.

۶. گزینش<sup>۶</sup>

تقریباً هر تبلیغاتی، حتی هنگامی که فنون دیگر را نیز به کار می‌گیرد، بر گزینش حقایق

1. Name – calling
2. Glittering Generality
3. Transfer
4. Plain Folks
5. Testimonial
- 6 Selection

متکی است، اگرچه این گزینش را به‌ندرت می‌توان در محتوای تبلیغات مشخص کرد. هنگامی که یک توصیف، همراه با جزئیات ارائه می‌شود، تبلیغاتچی فقط آن دسته از حقایق را به‌کار می‌گیرد که برای اثبات هدف‌های از پیش تعیین شده خود لازم دارد (هالستی، ۱۳۷۷: ۱۱۰-۱۰۹).

#### ۷. هم‌رنگی با جماعت<sup>۱</sup>

اینجا با نیاز مخاطب به تعلق داشتن یا هماهنگ بودن با جمع بازی می‌شود. این فن مانند فن گواهی برای ایجاد جاذبه است؛ ولی به‌جای بهره‌گیری از یک فرد یا نهاد مورد اعتماد از جمع استفاده می‌شود.

#### ۸. ارائه بلاگردان

از راه‌های ساده ایجاد کینه و فرو نشاندن عقده‌های سرخورده، ایجاد راه‌گیزی برای رهایی و بروز این عقده‌هاست. برخی رژیم‌ها در برخورد با آشفتگی‌های پیچیده اقتصادی و اجتماعی داخلی و سرخوردگی‌های مردم، یک مترسک داخلی یا خارجی می‌سازند و بدبختی مردم را به گردن آن می‌اندازند. معروف‌ترین نمونه، افسانه‌ای بود که هیتلر با عنوان «یهودی‌ها با کمونیست‌ها همدست شده و تمام مشکلات داخلی و خارجی آلمان را به‌وجود آورده‌اند»، خلق کرد. این فنون نه تنها در تبلیغات خارجی، بلکه در هر کوشش شناخته شده‌ای برای ترغیب به‌کار می‌رود. برای به حداکثر رساندن اثر تبلیغات، ممکن است چند فن به‌طور هم‌زمان به‌کار گرفته شود (همان: ۱۱۱).

#### ۳-۵. 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 بلندمدتی 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 خط‌مشی‌ها،
۲. آماج و اهداف سیاسی در خارج از کشور،
۳. برقراری پیوند میان خط‌مشی‌ها 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 غیرخشونت‌آمیز علیه طرف تخاصم،
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 غیرنظامی طرف مقابل،
۱۰. تشدید اختلاف‌نظر و گلابه 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 بی‌طرف یا تشویق و حمایت از تداوم بی‌طرفی 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، تقویت و تکمیل عملیات روانی تاکتیکی (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: 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 می‌شود، عملیات روانی عملیاتی، به جنگ در سطح نیروها (در یابی، هوایی، زمینی) در یک کشور اطلاق می‌شود و در این راستا؛ اهداف عملیاتی، روانی عملیاتی عبارتند از:

۱. آماده کردن مردم کشور مورد نظر برای ورود نیروهای مهاجم،
  ۲. به‌داخل 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 می‌توانند به‌نحو چشمگیری با اقدامات زیر مؤثر باشند: کمک‌های بشردوستانه، عملیات تخلیه خارج از صف، کنترل ازدحام، عملیات مبارزه با مواد مخدر و تیم‌های آموزشی سیار در دفاع داخلی- خارجی و جنگ غیرمتعارف. 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 ضرب‌الاجل و فراهم کردن نقطه تجمع،

۵. حمایت از عملیات روانی استراتژیک با ارائه اطلاعات مشروع و به‌موقع در زمینه نقاط

ضعف محلی که می‌تواند در طرح‌ها و عملیات استراتژیک به‌کار 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 به‌وسیله نیروهای مهاجم اشغال شده یا این نیروها در آن حضور دارند و مستقیم هستند، به منظور جلب حمایت جمعیت خارجی برای حمایت از اهداف نیروهای مهاجم در این منطقه به‌کار گرفته می‌شود. عملیات روانی تثبیت‌کننده (تحکیمی) عملیات‌های آفندی اطلاعات در همه سطوح جنگ انجام می‌شود، عملیات روانی - تحکیمی در مناطق تازه تصرف شده یا در نواحی که قبلاً در دست دشمن بودند، به‌اجراء 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 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).

۳-۶. رسانه‌های ارتباطی و عملیات روانی

انتخاب رسانه 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 به‌وسله 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>

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

1. Slow media  
2. Fast media

آن به وسیله مخاطب وجود دارد. رسانه‌های تند عبارتند از: رسانه‌هایی که به‌طور عمده بر ارتباطات الکترونیکی متکی هستند. این‌گونه رسانه‌ها، علاوه بر رادیوهای موج کوتاه، وسایل دیگری را نیز شامل می‌شوند، مانند ارسال فایل خبری روزنامه به‌وسیله بی‌سیم به تشکیلات ماهواره‌ای جهت انتشار محلی (داقرتی، ۱۳۷۷: ۹-۸).

مجموعه عوامل فوق‌نمایانگر اهمیت عملیات و جنگ روانی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های ثابت و با اهمیت قدرت نرم است و کشورها همواره باید خود را در مقابل عملیات روانی دشمن آماده کنند و شرایط مناسب را برای تبدیل تهدید به فرصت فراهم آورند. در نهایت می‌توان راه‌کارهایی 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 تئوری‌پردازی در محیط آکادمیک گرفته تا سطوح اقتصادی، جنبش نرم‌افزاری 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 مردم‌محور، تهییج افکار عمومی در سطح منطقه و محیط بین‌الملل، خدمت صادقانه به مردم و جلب پشتیبانی آنها، تأسیس شبکه‌های بین‌المللی، ترویج عقاید، اصول و سم‌پاشی 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.

## نتیجه‌گیری

قدرت متقاعدکننده یا قدرت نرم به‌معنای توانایی به‌دست آوردن چیزی است که می‌خواهیم با جذب و اقناع سایرین جهت تحقق اهداف خود احصا کنیم و این نوع قدرت با قدرت سخت متفاوت است؛ چون ارزان‌تر و کاربردی‌تر از نیروی زور و اجبار است و در عین حال دستیابی به اهداف، آسان‌تر می‌شود. ورود بشر به عصر ارتباطات و تکنولوژی سبب شده که ماهیت ابزار کاربردی آنها هم متناسب با پیشرفت موجود تغییر کند و دولت‌ها و بازیگران سیاسی از امکانات جدید مانند تکنولوژی‌ها، سایبر، اینترنت، ماهواره‌ها و غیره بهره‌گیرند. به‌فراخور همین پیشرفت در عرصه تکنولوژی و ارتباط، ابزار مورد استفاده در

جنگ‌ها هم تغییر پیدا کردند. توپ و اسلحه، تانک و موشک‌های پیشرفته جای خود را به نرم‌افزارها دادند که در محیط فرهنگی عمل می‌کند. جنگ‌ها در عصر جدید از ابزارهای ارتباطی مانند رایانه بهره گرفتند (جنگ سایبری) تا به اهداف خویش برسند. بُعد 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 در عصر حاضر ویژگی‌های نوینی بر آن افزوده شده است که بر دامنه پیچیدگی، انضمامی و پلاستیک‌گونه‌ای آن افزوده است. عملیات روانی و فریب استراتژیک برای دستیابی به اهداف، از ابزار گوناگون مانند شایعه‌پراکنی، ترغیب، شست‌وشوی مغزی و ... استفاده می‌کند و از این ابزار در سطوح استراتژیک و تاکتیکی بهره می‌گیرد.

## منابع

- 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). «ثبات سیاسی رسانه‌ای»، رسانه‌ها و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- افتخاری، اصغر. (۱۳۸۷). دو چهره قدرت نرم، قدرت نرم، جلد یک، تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- ایزدی، حجت‌الله. (۱۳۸۷). قدرت نرم در نهضت پیامبر، 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 سیف‌زاده، تهران: نشر قومس.
- تولایی، محمد و دیگران. (۱۳۸۷). مفهوم‌شناسی تهدید سخت، نیمه‌سخت و نرم، فصلنامه مطالعات بسیج، سال یازدهم، شماره ۳۹، تابستان.
- تولایی، محمد. (۱۳۸۷). تحلیلی بر گفتمان هیئت حاکمه آمریکا، تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- جعفرپور، محمود. (۱۳۸۷). قدرت نرم، درآمدی بر جنگ‌های رسانه‌ای و رایانه‌ای، 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.
- دافرتی، ویلیام. (۱۳۷۷). جنگ روانی، مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی، ترجمه حسین حسینی، تهران: دانشگاه امام حسین.
- دریفوس، هیوبرت‌ال. (۱۳۸۳). درباره اینترنت، ترجمه علی فارسی‌نژاد، تهران: نشر ساقی.

- راسل، برتراند. (۱۳۷۱). قدرت، ترجمه نجف دریابندری، تهران: خوارزمی.
- رفیع، حسین و سیدمحمدجواد قربی. (۱۳۸۹). کالبد شکافی 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، مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی، ترجمه حسین حسینی، تهران: دانشگاه امام حسین.
- ضیایی‌پرور، حمید. (۱۳۸۷). جنگ نرم، ویژه جنگ رسانه‌ای، جلد دوم، تهران: ابرار معاصر.
- عالم، عبدالرحمن. (۱۳۸۳). بنیاد علم سیاست، تهران: نشر نی.
- عبدالله‌خانی، 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، 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، سیدمحمدجواد. (۱۳۸۹). جنگ نرم، از نظر تا عمل، همایش جنگ نرم، مشهد، سی دی مجموعه مقالات همایش.
- کلاهچیان، محمود. (۱۳۸۷). بررسی و نقد قدرت نرم در گفتمان غربی، قدرت نرم، جلد یک، تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- مهرعطا، رضا. (۱۳۸۸). آمریکا و به‌کارگیری تهدید نرم، فصلنامه اطلاعات راهبردی، سال هفتم، شماره هفتادو پنج، مردادماه.
- نائینی، علی محمد. (۱۳۸۷). معنا و مفهوم قدرت و تهدید نرم در مطالعات امنیتی، قدرت نرم، تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- ناپ، رابرت. (۱۳۷۷). شایعه، مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی، 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 جم.
- هالستی، کی‌جی. (۱۳۷۷). تبلیغات و نقش آن در سیاست خارجی، مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی، تهران: دانشگاه امام حسین.
- یوسفی، جعفر. (۱۳۸۷). بررسی تطبیقی قدرت نرم در گفتمان‌های اسلامی و لیبرال دموکراسی، جنگ نرم، جلد یک، تهران: پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- Nye, Joseph S. (2004): soft power: the means to success in world politics, new York, public affair.
- Burton, j. w (1967): From Power To Steering, International Relations, Cambridge, Cambridge university Press.