

می گوید: «اجرای تبلیغات در جنگ با هدف هموار نمودن راه برای نیروهای مسلح و تسهیل کار این نیروها جنگ سیاسی است.»

اهداف جنگ روانی
در نبردهای نظامی، کشتن سربازان دشمن و نابود کردن تجهیزات آنان ممکن است ساده باشد و نمودهای آن آشکار و واضح است ولی باید گفت شکست حقیقی دشمن در عملیات فکری نهفته است. در واقع باید گفت ممکن است نظامیان در جریان جنگ به پیروزی هایی دست یابند اما پیروزی حقیقی زمانی حاصل می شود که دشمن، شکست را پذیرفته و آماده تسلیم خود باشد و این دقیقاً به جنگ روانی بستگی دارد. برخی محققان این اهداف را به اهداف سیاسی، سیاسی- نظامی و نظامی صرف تقسیم می کنند.

الف - اهداف سیاسی: این اهداف شامل عملیاتی می شود که بر ضد دول دیگر به منظور جلوگیری از روی کار آمدن دولتی خاص اعمال می شود. به عنوان مثال کوشش های تبلیغی آمریکا در انتخابات سال ۱۹۴۸ ایتالیا توانست از روی کار آمدن دولتی کمونیستی در این کشور که برای منافع آمریکا خطرناک بود، جلوگیری کند.

در آن زمان حزب کمونیست ایتالیا از قوی ترین احزاب فعال در کشورهای غربی به شمار می رفت و ناظران غربی بسیار می ترسیدند که با روی کار آمدن دولتی کمونیستی در این کشور نسبت میان کشورهای بلوک شرق و غرب در اروپا از بین برود.

هدف در همین جهت ابتدا طرح مارشال را با آمریکا در کمک اقتصادی به کشورهای اروپایی از ایتالیا آغاز کرد. سفیر آمریکا نیز در نقش یک خیر تمام عیار به مراکز خیریه سرکشی و به آنان کمک مالی کرده و عده می داد در آینده این کمک ها بیشتر خواهد شد. آمریکا همچنین با تحریک ایتالیایی های سرشناس و پولدار مقیم آمریکا از آنها خواست با ارسال پیام هایی به بزرگان احزاب و خاندان های صاحب نفوذ در ایتالیا آنها را تشویق به رأی دادن به نخست وزیر مورد خواست این کشور کنند.

ب - اهداف سیاسی - نظامی: این اهداف را می توان به این شکل تعریف کرد:
- ممانعت از این که هیچ ملتی با کشور دشمن متحد

نشود و یا به یک پیمان مخالف نپیوندد.
- تضعیف یا از بین بردن وحدت بین کشورهای عضو هر پیمان سیاسی - نظامی مخالف.
- ترغیب حالت فروپاشی و از هم گسیختگی در کشور دشمن.

- یاری رساندن در امر هدایت سیاسی مجدد مناطقی که بتازگی آزاد شده اند.
- حمایت از روحیه مقاومت در بین ملل شکست خورده.

- تضعیف ساختار نظارت و سلطه اجتماعی و سیاسی در کشور دشمن.
- حمایت از هسته های برگزیده مبارزه در کشور مورد نظر.

ج - اهداف نظامی: جنگ های روانی که بر ضد سربازان صورت می گیرد برای تحقق دو نوع عکس العمل روانی مختلف از یکدیگر در فکر وی به کار می رود که نوع اول آن به طور کلی از بین رفتن روحیه یا کفایت نظامی سرباز است. در این حالت، سرباز در باره مسأله جنگ بی علاقه می شود و برخوردی منفی پیدا می کند به این نوع عملیات عنوان عملیات روحیه اطلاق می شود.

اما نوع دوم عملیات روانی با این هدف صورت می گیرد که تأثیر شدیدتری بر سرباز بگذارد و او را به انجام عملی بارز که دارای تأثیر مستقیم در نبرد است، بکشاند. برای مثال او را وامی دارد که تسلیم شود یا موضع خود را ترک کند یا دست به شورش بزند.

تاکتیک ها و روش های جنگ روانی
محققان از مؤلفه های مختلف و متنوعی به عنوان روش های جنگ روانی نام می برند.

الف - فریب: یکی از راه های تأثیر گذاری بر مخاطبان دادن اطلاعات دروغین و جهت دار یا تصویر وارونه از وقایع است که اغلب با ارائه و نمایش قسمت هایی از واقعیت یا برگزیده ای از آنها این امر تحقق می یابد.

ب - تخدیر: در این روش، متخصصان جنگ روانی برای کند و متوقف کردن رفتار مخاطبان، پشتوانه احساسی - عاطفی آنها را نشانه می روند و شور و احساس حاکم بر رفتار ایشان را به تدریج کم رنگ و زائل می کنند.

ج - تشویق: برخلاف روش قبلی یعنی تخدیر، در این روش، متخصصان جنگ روانی باید شور و شوق و تلاش و حرکت به سوی هدف مطلوب را در مخاطبان برانگیزند و عواطف و احساسات و رفتار آنها را تقویت کنند.

د - تطمیع: مخاطبان برای دستیابی به هدف اصلی خود، ناچارند برخی از اهداف فرعی را فراموش و برخی امتیازات را رها کنند.

متخصصان جنگ های روانی با شناخت و آگاهی از این مهم، می کوشند اهداف قابل دسترسی و پی در دسترسی را به مخاطبان پیشنهاد کنند و یا برای آنان پاداش در نظر بگیرند.

ه - ارباب: یکی از روش های مؤثر و کارآمد استفاده از ارباب توسط طرف های متخاصم و درگیر است. استفاده از حربه تهدید و ایجاد رعب و وحشت میان نیروهای درگیر به منظور تضعیف روحیه و سست ساختن اراده آنها است.

و - القای غیر مستقیم: این روش معمولاً هنگامی به کار گرفته می شود که مخاطبان نسبت به دریافت مستقیم پیام و اطلاعات از خود مقاومت نشان می دهند. در این شیوه، متخصصان جنگ های روانی بدون موضع گیری آشکار منظور خود را به مخاطبان منتقل می کنند به عبارتی دیگر آنان منظور و پیام خود را در قالب موضوعاتی به ظاهر بی ارتباط یا دوپهلوی بیان می کنند. **ی - تحریک:** منظور از تحریک، انجام اقداماتی است که بر روی حالات و رفتار مخاطبان تأثیر می گذارد. در این روش، متخصصان جنگ های روانی با ارائه پیام ها و اطلاعاتی آگاهی دهنده، به تحریک احساسات مخاطبان می پردازند و آنان را به سوی تحقق اهداف مطلوب نظر خود سوق می دهند.

جنگ روانی آمریکا در جریان اشغال عراق
نمونه ای قابل لمس از جنگ روانی با استفاده از تکنیک های گفته شده برای انسان امروزین که حوادث اخیر ۱۱ سپتامبر و در پی آن دو جنگ افغانستان و عراق را به عینه دیده و لمس کرده است؛ شاید کارکرد جنگ روانی آمریکا و انگلیس در این دو جنگ باشد.

در جنگ دوم خلیج فارس (۲۰۰۳) آمریکا و انگلیس جنگ روانی گسترده ای را علیه مردم عراق دیگر به پا کردند.

نخستین مورد جالب توجه در این جنگ، شباهت بیش از حد بیابانه جرج بوش با بیابانه ناپلئون بناپارت (در زمان حمله به مصر) است.

این دو، بر ظالم بودن رژیم های مصر و عراق، طرفدار مذهب بودن، تفکیک میان مردم و حاکمیت و رفاه آتی تأکید کرده اند و این نشان می دهد هر چند روش های جنگ روانی به علت ورود فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی تغییر کرده اما استراتژیها همچون گذشته است و تقریباً در اکثر جنگها مشابه هستند.

مورد دیگر، استفاده از چارچوب فکری خاص برای جهانیان با استفاده از واژه و عباراتی همچون «عملیات آزادسازی عراق» است که به این ترتیب کلیه برنامه های خبری در قالب این موضوع قرار می گیرد و مخاطبان جهانی به سمت اشغال کشور... کشیده نمی شدند و تنها در چارچوب فکری تعیین شده به فراوری اطلاعات جنگ می پرداختند.

کنترل خبرنگاران از دیگر مواردی برای دستکاری اذهان جهانیان است.

رژیم های آمریکا و انگلیس به صورت غیر مستقیم و غیر علنی اکثر خبرنگاران را کنترل می کردند و در بین نیروهای مهاجم خود برای نخستین بار در یک جنگ، از ۶۰۰ خبرنگار همراه از سراسر جهان بهره بردند و در عین حال اطلاعات ارسالی آنها را نیز کنترل می کردند و آنها که از حد فراتر می رفتند را به انحای گوناگون در کنترل خود می گرفتند.

خصوصیات اصلی خبرنگاران همسراه، آموزش هایی بود که قبل از جنگ به آنها داده شده بود و نیز قوانینی که برای تصویربرداری و تهیه گزارش از جبهه ها به آنها تحمیل شده بود. این امر به علاوه حرکت خبرنگاران همراه با سربازان آمریکایی، باعث شد اکثر تصاویر ارسال شده مورد قبول نیروهای

