

نقش فناوری‌های نوین ارتباطی در عملیات روانی دشمن

محمد رضا رزم آرا معلم دبستان شهید نقابت

خراسان جنوبی - فردوس

چکیده

انسانها اکنون محصور ارتباطات و اطلاعاتی هستند که از طریق ابزار و وسایل گوناگون ذهن آنها را در راستای اهداف از پیش تعیین شده خود حرکت می‌دهند. فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی در حوزه عملیات روانی نیز کاربرد فراوانی یافته است در واقع عملیات روانی و یا به تعبیر دیگر تأثیر و نفوذ در افکار و رفتار سایر دول و ملل که کارگزاران آن را در جهت اهداف و مقاصد خود پی‌ریزی می‌کنند، امروزه از طریق فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی به خصوص رسانه‌های نوین، رو به گسترش نهاده است. فناوری‌های مذکور، شیوه‌های عملیات روانی را متحول و سازوکارهای انجام عملیات روانی را وارد مرحله جدیدی نموده‌اند. این نوشتار سعی دارد، نقش فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی در عملیات روانی را مورد بررسی قرار دهد، بدین منظور پس از تعریف عملیاتی مفاهیم اصلی، نقش فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی در عملیات روانی، مختصری از پیشینه وسایل ارتباطی - اطلاعاتی در عملیات روانی ذکر شده و در نهایت تأثیر این فناوری‌ها در عملیات روانی با ذکر چند نمونه بررسی می‌گردد.

در تاریخ عملیات روانی، نوشتار به عنوان وسیله‌ای اثرگذار و به عنوان یکی از مهم‌ترین فناوریهای ارتباطی گذشته مورد استفاده قرار می‌گرفت. در قرن شانزدهم میلادی و ظهور صنعت چاپ، استفاده از اطلاعات در امر عملیات روانی کاملاً متحول گردید؛ در نتیجه نقش نوشتار که اینک عمومیت یافته بود، پررنگ‌تر شد. در این برهه، به خصوص در دوره‌های اخیر استفاده از کتاب و نشریات در میدان جنگ، جهت تضعیف روحیه طرف مقابل بسیار رواج یافت. تحول عمده‌ای که در استفاده از وسایل ارتباطی - اطلاعاتی در عملیات روانی صورت گرفت، بهره‌برداری از رسانه‌های الکترونیکی است که با اختراع رادیو (حدود یک قرن پیش) وارد مرحله جدیدی شد. آلمان در جنگ جهانی دوم از رادیو، جهت پیشبرد اهداف خود در عملیات روانی و بهره‌برداری از آن علیه کشورهای مورد هجوم استفاده فراوانی برد، چنانکه اصطلاح رادیوی سری یا آنچه اغلب رادیوی سیاه نامیده می‌شود، از جنگ جهانی دوم رایج شد. در آن زمان آلمان‌ها پس از اشغال کشورهای مورد هجوم، از ایستگاههای رادیویی آن کشورها برای فریفتن دشمنان خود استفاده می‌کردند اما، پس از آن آمریکاییها در بهره‌گیری از اینگونه ایستگاهها، از دیگران پیشی گرفتند. آنها در کشورهای آماج خود، پیش از تهاجم، بعد و یا حین اشغال، از فرستنده‌های سیار استفاده می‌کردند، اما اغلب عناوینی که برای رادیوی سیار خود برمی‌گزیدند، اسامی رادیوهای کشورهای مورد حمله بود. برای نمونه، آنها در جنگ ویتنام رادیو سیار خود را رادیو ویتنام آزاد نام نهادند. امریکایی‌ها با سوء استفاده از این نام در صدد برآمدند تا نظرات و نگرش‌های مردم ویتنام شمالی را به هوشی‌مینه و شوروی تغییر دهند. شواهد مربوط به یک دهه جنگ ویتنام، بیانگر موفقیت رادیوی سری آمریکاییها در نیل به برخی اهداف تاکتیکی و عملیاتی در ویتنام است. طی دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ با فراگیر شدن تلویزیون، استفاده از این وسیله در عملیات روانی نیز شیوع پیدا کرد. امریکایی‌ها در این زمان با پوشش خبری جنگ از طریق تصاویر تلویزیونی، نتیجه معکوس گرفتند، افکار عمومی با دیدن صحنه‌های نبرد علیه جنگ موضع گرفته و حمایت خود را از دولت کاهش دادند؛ در نتیجه آمریکا در جنگ شکست خورد. انقلاب فناوریهای ارتباطی - اطلاعاتی، به ویژه پیدایش رسانه‌های الکترونیکی جدید، تمام شئون زندگی انسانها را متأثر

نموده است. در جریان جنگ سرد نیز عملیات روانی بین دو اردوگاه، از طریق رسانه‌های الکترونیکی (رادیو و تلویزیون) جریان داشت. رادیو اروپای آزاد نقش مؤثری در تحریک افکار عمومی کشورهای اروپای شرقی و فروپاشی نظام‌های کمونیستی این کشورها ایفا نمود. امروزه، وسایل ارتباط جمعی از طریق انتقال اطلاعات و مبادله افکار، نقش عمده‌ای را در شکل‌گیری افکار عمومی جهان بازی می‌کنند.

مفهوم ارتباطات

به تعبیر ادومین امری، ارتباطات در معنای عام یعنی: «فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر.» چارلز کولی نیز ارتباط را سازوکاری می‌داند که از خلال آن روابط انسانها برقرار شده و گسترش می‌یابد. بنابراین ارتباط، انتقال پیام به دیگری و اساس شکل‌گیری جامعه انسانی است که ماهیت جوامع فعلی بر پایه آن تعریف می‌شود. روابط انسان بر اساس ارتباط پدید می‌آید و تمامی مظاهر فکری و ابزار انتقال آن در مکان و زمان بر پایه این سازوکار توسعه می‌یابد. میکی اسمیت نیز به طور مفید و مختصر ارتباطات را اینگونه تعریف می‌کند: «فرایند انتقال اطلاعات، احساس‌ها، حافظه و افکار در میان مردم». به طور کلی «ارتباطات، در برگیرنده روند مبادله اطلاعات به مفهوم عام و یا به عبارتی به مثابه پیوند و اجتماع ابزارها و تکنیک‌ها، جهت انتقال اطلاعات تلقی می‌شود.»

تحول مفهوم ارتباطات

پس از انقلاب صنعتی و رشد روزافزون فناوری، حوزه عملکرد و مفهوم ارتباطات نیز متنوع گردید، چنان که در پایان قرن بیستم انقلاب سوم فناوری در حوزه ارتباطات و کیفیت اطلاعات گسترده قابل دسترس، آن هم به شیوه‌ای انقلابی و بی‌سابقه، زمینه‌ساز ظهور رسانه‌های الکترونیکی در سطح جهانی شد. به واسطه پیشرفتهای فنی ارتباطات و افزایش فرصتها برای تعامل اطلاعات، کالاها و اندیشه‌ها، بیشتر، سریع‌تر و با هزینه کمتر مبادله می‌شوند؛ بنابراین توانمندی‌های مردم برای برقراری ارتباطات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی گسترش یافته است. از آنجا که جوهره اصلی تمدن و فرهنگ در عصر حاضر، ترکیبی از فناوری، نظام‌های ارتباطی جهانی،

همراه با تولید، انتقال و پردازش اطلاعات است، لذا انقلاب ارتباطاتی دگرگونی های عمیق و گسترده ای را در زندگی انسانها ایجاد کرده است. به اعتقاد مانوئل کاستلز: «در عصر ارتباطات، فاصله زمانی و مکانی به واسطه گستردگی و پیچیدگی ابزارهای اطلاع رسانی محو شده و نظم طبیعی دوران قدیم یا چارچوبهای مکانیکی جهان صنعتی به یمن دانش اطلاعاتی از بین رفته است. لذا حضور در مکان، معنای تازه ای به خود گرفته که می تواند تعیین کننده ارتباط شخص با جامعه شبکه ای و یا طرد و حذف او از این امکان فراگیر و در عین حال انحصاری باشد.» که با محوریت رسانه - اطلاعات صورت می گیرد، زیرا جهان جدید به صورت شبکه درآمده؛ شبکه تنومندی که بافت اصلی و تاروپود آن را اطلاعات و نظام ارتباطات تشکیل می دهد. بنابراین تغییر مفهوم ارتباطات را می بایست در بطن زندگی معاصر، یعنی گذر انسانها از سادگی به پیچیدگی ارزیابی نمود. که بی تردید این امر نیز تحت تأثیر مستقیم فناوری های ارتباطی - اطلاعاتی صورت گرفته است.

فناوری های ارتباطی - اطلاعاتی نوین

انقلاب کنونی در فناوری های ارتباطی ، اطلاعاتی، روابط انسانی را به سطح جدید و پیچیده ای ارتقاء داده است. فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی نوین، مهم ترین نیروی پویا در پیشبرد فرایند جهانی شدن و دگرگونی های جاری در فعالیتهای انسانی هستند؛ به خصوص شبکه های الکترونیکی که به نوعی زیرساخت اصلی جهانی شدن، محسوب می شوند. بنابر استدلال دیوید هلد و آنتونی مک گرو و بسیاری دیگر از محققین جهانی شدن، این فناوری ها مهم ترین عناصر تعیین کننده شاکله جهانی شدن هستند. انقلابی که حول فناوری های ارتباطی ، اطلاعاتی به وقوع پیوسته، زمینه ساز تغییر پارادایم فناوری، از فناوری صنعتی به فناوری اطلاعاتی گردیده؛ به طوری که امروزه به میزان برخورداری کشورها از اطلاعات و فناوری های ارتباطی مبین مقدار قدرت آنها در عرصه بین المللی است. از این رو می توان اذعان داشت که فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی، منبع قدرت ملی و شاید به عنوان مهم ترین ابزار قدرت کشورها مطرح شده اند. در تعریفی که از فناوری های ارتباطی - اطلاعاتی شده است، آن را: «مجموعه ای از ماشین ها، یعنی کامپیوترها، تلفن ها، داده پردازها، روباتها، ماهواره ها، تلویزیونهای

کابلی و غیره دانسته‌اند که از طریق نرم‌افزار، فعال می‌شوند.» مانوئل کاستلز نیز فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی را مجموعه‌ای همگرا از فناوری‌ها و میکروالکترونیک‌ها، کامپیوتینگ‌ها (شامل ماشینها و نرم‌افزارها) ارتباطات راه دور، مخابرات و پخش الکترونیک‌های نوری می‌داند.

مفهوم عملیات روانی

اندیشمندان، دیدگاه‌های متفاوتی درباره عملیات روانی دارند، به همین دلیل ارائه تعریفی مشخص و یا حدی معین برای این عملیات، کار ساده‌ای نمی‌باشد. برخی معنای عملیات روانی را به فعالیت‌هایی که به طور مشخص در قلمرو و صلاحیت نیروهای مسلح قرار دارد، محدود می‌کنند؛ بنابراین آن را تلاشی می‌دانند که بیشتر بر تبلیغ برای مخاطبان خاص و پشتیبانی از مأموریت‌های نظامی معین، متمرکز است. یکی از تعاریف اولیه عملیات روانی، در دهه ۱۹۵۰، از سوی وزارت دفاع آمریکا ارائه شد. آنها استفاده اصولی از تبلیغات و فعالیت‌های ارتباطی توسط یک دولت یا مجموعه‌ای از دولت‌ها، به منظور تأثیرگذاری بر نظرات، احساسات، موضع‌گیریها و رفتار گروه‌های دوست، دشمن و یا بی‌طرف، در راستای تحقق سیاست‌های دولت یا دولت‌های مزبور و اهداف آنها را عملیات روانی نامیدند. پل لاینبرگر در کتاب جنگ روانی، این مفهوم را در معنای محدود آن تعریف می‌کند. وی بر این باور است که: «عملیات روانی استفاده از تبلیغات بر ضد دشمن، همراه با اقدامات عملی است که دارای ماهیت نظامی، اقتصادی یا سیاسی می‌باشد.» اما تلقی وی از معنی وسیع عملیات روانی «کاربرد برخی قسمتهای روان‌شناسی، به منظور کمک به کوششهایی که در عرصه امور سیاسی، اقتصادی و نظامی صورت می‌گیرند»، می‌باشد. برخی دیگر بر این باورند که عملیات روانی مجموعه اقداماتی است که یک کشور برای اثرگذاری و نفوذ بر عقاید و رفتار دولت و ملت سایر کشورها در جهت مطلوب است که با ابزارهایی غیر از ابزار نظامی، سیاسی و اقتصادی صورت می‌گیرد. طرفداران این نگرش، اغلب بر این باورند که تبلیغات جزء اصلی و اساسی عملیات روانی است، اما تمام آن را شامل نمی‌شود. اصطلاحات مترادف فراوانی به جای عملیات روانی به کار رفته که صلاح نصر در کتاب معروف خود، جنگ روانی به هیجده عنوان اشاره می‌کند که ما در این نوشتار

دو عنوان از مشهورترین آنها را معرفی می‌کنیم. اصطلاح «جنگ سیاسی» را نخستین بار انگلیسی‌ها در خلال جنگ جهانی دوم مورد استفاده قرار دادند. یک روزنامه رسمی انگلیسی، مفهوم جنگ سیاسی را اینگونه تعریف می‌کند: «جنگ سیاسی یکی از اشکال نزاع بین دولتهاست که هر یک از طرفهای درگیر، سعی دارند با استفاده از شیوه‌های غیر مسلحانه، اراده خود را تحمیل کنند، بنابراین سلاح عمده در جنگ سیاسی، فعالیت مشترک دیپلماسی و تبلیغات می‌باشد.» بعدها این اصطلاح در محافل علمی آمریکایی نیز به کار گرفته شد.

اهداف و مقاصد عملیات روانی

- از بین بردن امید مخاطبان و یا جناح مقابل؛
- ایجاد بی‌اعتمادی نسبت به رهبران جناح مقابل؛
- ایجاد شکاف در بین جامعه مخاطب؛

فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی و عملیات روانی

عصر حاضر، در پرتو دانش و فناوری، شاهد تحولات بی‌شماری است که گسترش امکانات ارتباطی در رأس آنها قرار دارد. در چنین شرایط زمانی، اینترنت، ماهواره‌ها و رسانه‌های گوناگون با انتقال اطلاعات هم‌زمان، معلومات و مبادله افکار و عقاید نقش زیادی در تحولات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارند. پیشرفت فناوری و در راستای آن توسعه وسایل ارتباطی - اطلاعاتی، که رابطه‌ای مستقیم با مردم دارند و بر افکار عمومی مؤثرند، بیانگر اهمیت آن در تمامی ابعاد جامعه جهانی است. به قول کارشناسان ارتباطات، قرن حاضر، عصر تبادل اطلاعات است. بنابراین امروزه کشورها برای دستیابی به اهداف و منافع خود در سایر نقاط جهان، از این فناوری‌ها بهره‌های فراوان می‌برند. از جمله مواردی که این فناوری‌ها به کار گرفته می‌شوند، عملیات روانی است.

فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی به مثابه قدرت نرم

انقلاب اطلاعاتی - ارتباطی، معرکه فناوری است که سبب بروز تحولی عمده در ساختار قدرت گردیده و ارکان سه‌گانه انقلاب صنعتی را که شامل حاکمیت ملی، اقتصاد ملی و قدرت نظامی و استراتژیک بود تغییر داده است. رابرت کوهین و جوزف نای معتقدند که انقلاب اطلاعاتی و ارتباطی به عنوان پدیده‌ای ملموس، فراگیر و اثرگذار، تأثیر بسزایی بر منابع قدرت می‌گذارد چنانکه در قرن ۲۱، احتمالاً فناوری‌های اطلاعاتی - ارتباطی مهم‌ترین منبع قدرت شناخته خواهند شد. قدرت نرم‌افزاری به گونه‌ای محسوس در اقلان فرهنگ از طریق برنامه‌های تلویزیونی اثرگذار است و تردیدی نیست که سازوکارهای فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی، همچون ماهواره و پرتو امواج نامرئی شبکه‌های الکترونیکی جهانی، تاروپودهای قدرت تمدنهای آینده را تشکیل خواهند داد. بنابراین در عصر انقلاب اطلاعاتی - ارتباطی، دسترسی به قدرت فناوری‌های اطلاعاتی، اصلی‌ترین ابزار برخورداری از قدرت نرم و آرام یا قدرت معنوی در مقابل قدرت سخت و خشن و یا قدرت مادی می‌باشد. با ظهور و گسترش روزافزون انقلاب اطلاعاتی - ارتباطی، طبیعت سیاستها و الگوهای اعمال قدرت، متحول شده و ضرورت توسعه شیوه‌های الکترونیکی و رایانه‌ای بر همگان آشکار گردیده است، چرا که استفاده‌کنندگان را قادر ساخته تا بتوانند به بهترین نحو ممکن بهره کافی ببرند. تحولات شگرفی که در فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی رخ داده، نظیر انفجار اطلاعات، و انقلاب اطلاعاتی و تأثیراتی که رسانه‌ها در شکل‌گیری افکار عمومی جهانی داشته‌اند (به ویژه پس از توسعه فناوریهای عظیم ارتباطی) در کنار پیدایش جامعه اطلاعاتی دیگر اموری عادی به نظر می‌رسند و نیازی به بحث و گفتگوی بیشتر ندارند. شبکه‌های رایانه‌ای، ماهواره‌ها، تلویزیونهای جهانی، بسیاری از مفروضات و اصول پیشین قدرت را به چالش طلبیده‌اند و چنان جغرافیای جدیدی از مناسبات قدرت را در سطح جهان پدید آورده‌اند که تا بیست سال پیش حتی تصورش هم غیرممکن بود. جغرافیای جدید، جغرافیایی است مجازی و بن‌مایه مقاومت‌های سیاسی و فرهنگی که ناگزیر باید در همین فضای الکترونیکی عرض اندام کند. امروزه، اهمیت فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی به خصوص رسانه‌های نوین از کار ویژه خاص خود به عنوان کانال‌هایی نشئت می‌گیرد که سیاستمداران و دولتمردان از طریق آنها می‌کوشند تا مخاطبان آن سوی مرزها را تحت تأثیر

قرار دهند، چرا که رسانه‌ها ابزار مناسب قدرت نرم محسوب می‌شوند که از توانایی لازم و مؤثری برای نفوذ در افکار عمومی آن سوی مرزها برخوردارند. این ویژگی وسایل ارتباطی - اطلاعاتی جدید زمینه‌ساز به‌کارگیری گسترده و روزافزون عملیات روانی و اقناع افکار عمومی کشورهای هدف (آماج) شده است.

ویژگی‌های عملیات روانی در عصر ارتباطات - اطلاعات

امروزه جنگیدن با استفاده از اصول و ابزارها و شیوه‌های جدید نبرد، از قبیل جنگ اطلاعاتی، استعمار نو، آپارتاید اطلاعاتی، سیاستهای الکترونیکی و غیره در جهت اعمال قدرت ظاهراً خیرخواهانه و سالم‌تر ولی در عین حال با قدرت عمل و تخریب بیشتری صورت می‌گیرد. پل ویریلیو در این باره می‌گوید: «اینک دیگر جنگ بدون بازنمایی و تسلیحات پیشرفته، بدون تأثیرگذاری روانی معنا ندارد. سلاح به همان اندازه که از خصیصه ویرانگری برخوردار است، با قوه ادراک نیز پیوند دارد.» در اینجا اشاره ویریلیو به استفاده از فناوریهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی و بهره‌گیری از آنها در عملیات روانی در کنار جنگ فیزیکی مطرح می‌شود. پیشرفت علم و تغییر ماهیت اطلاعات به حدی رسیده که دقایقی پس از وقوع یک حادثه در نقطه‌ای از جهان، تنها به یاری اینترنت می‌توان از تمام جزئیات اخبار مطلع شد. اهمیت رسانه‌های نوین و تأثیر بسزایی که انواع آنها، به ویژه شبکه‌های خبری ماهواره‌ای و اینترنت در پیشبرد عملیات روانی توسط دولت‌ها دارند، به ویژگی‌های جدید آنها برمی‌گردد.. این بعد از اثرگذاری رسانه‌ها طی جنگ‌های خلیج فارس به خوبی مشخص شد. تصرف کویت توسط عراق و سپس آزاد شدن آن نشان داد که یک دولت می‌تواند باقی بماند حتی اگر به طور فیزیکی توسط کشور دیگری اشغال شده باشد. اگر دولتی بتواند بر صفحه تلویزیون وجود داشته باشد، قادر است به موجودیت و نقش‌آفرینی خود ادامه دهد. سرزمین کویت اشغال شد، اما دولت آن همچنان در قلمرو رسانه‌ها باقی ماند. امیر کویت در مدت زمانی که کشورش به اشغال عراق درآمده بود، شرکت هیل - نولتون را با هزینه‌ای معادل ۱۰/۸ میلیون دلار به خدمت گرفت. شرکت مذکور که انتقال پیامهای رژیم کویت را بر عهده داشت، با هدف افزایش تنفر از صدام و ایجاد همدردی با قربانیان تجاوز عراق، در یک عملیات روانی، برنامه‌هایی را پیرامون سوءاستفاده‌های

جنسی سربازان عراقی از کودکان کویتی پخش کرد؛ این نوع برنامه‌ها در مقایسه صدام با هیتلر نقش مؤثری داشت. از دیگر ویژگی‌های عملیات روانی جدید، غربالگری، تحریف و دستکاری اطلاعات از سوی رسانه‌هاست. والتز معتقد است که در دنیای امروزی، اثربخشی عملیات روانی رسانه‌ها بیش از هر چیز منوط به غربالگری اطلاعات سرسام‌آوری است که منابع خبری درباره گروه‌ها و اقوام و ملل آماج جمع‌آوری می‌کنند. به طور مثال غربالگری، تحریف و دستکاری اطلاعات از جمله ترفندهای روانی مرسوم است که در عملیات رسانه‌های آمریکا علیه مارکوس در فیلیپین و نیز در عملیات آن کشور در هائیتی، پاناما، حمله هوایی به لیبی، عملیات توفان صحرا و حمله اخیر به عراق از آن بهره فراوان بردند. به تعبیر پترسون رسانه‌ها با دستکاری و تحریف، اطلاعات سفید را سیاه، زشت را زیبا، اشغالگری را آزادیبخشی، آزادیخواهی را تروریسم و ... می‌نامند و شگفت آنکه افکار عمومی نیز ناهشیارانه مفتون این عملیات فریب‌آمیز روانی می‌شوند. با توجه به نقش با اهمیت فناوریهای ارتباطی - اطلاعاتی در عملیات روانی اکنون دولت‌ها با استفاده از این ابزار به شیوه‌های گوناگون روحیه طرف مقابل را تضعیف می‌کنند. فرستادن پیام از طریق پست الکترونیکی برای ترغیب مقامات و نظامیان به تسلیم در مقابل دریافت پول، انتشار اخبار کذب مربوط به تسلیم شدن برخی رهبران و فرماندهان و ... نمونه‌ای از راهکارهایی است که دولت‌ها از فناوریهای ارتباطی - اطلاعاتی در عملیات روانی مورد استفاده قرار می‌دهند. لازم به ذکر است که در تهاجم اخیر آمریکا به عراق نیز از این شیوه استفاده گردید. نقش فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی جدید در عملیات روانی به گونه‌ای گسترش یافته که صاحب‌نظران اصطلاح جنگ رسانه‌ای را مورد استفاده قرار می‌دهند. در شرایط فعلی استراتژیست‌های نظامی در عملیات روانی به جنگ رسانه‌ای متوسل می‌شوند.

اثرگذاری فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی در عملیات روانی (چند نمونه عینی)

کارکرد منفی رسانه در هنگام جنگ رسانه‌ها با پخش اخبار و تصاویر جنگ، در خصوص خسارتهای جنگ و آمار مجروحان و کشته‌شدگان در تضعیف روحیه مردم مؤثرند. برای نمونه: به دنبال افشای رسانه‌های همگانی

جهانی، در مورد به کارگیری سلاح های حامل اورانیوم ضعیف شده از سوی اعضای ناتو، به خصوص ایالات متحده امریکا در جریان بمباران مواضع صربها در کوزوو، موجی از خشم و نفرت نسبت به استراتژیهای ضدانسانی واشنگتن در سراسر جهان، حتی در کشورهای اروپایی، ایجاد شد. همچنین در جریان حمله امریکا به ویتنام، گزارشگران امریکایی از بی نظمی و ناهماهنگی نظامیان این کشور، گزارشهای متعددی تهیه و ارسال کردند که در مخالفت افکار عمومی با این جنگ، سهم عمده ای داشت. رهبران ایالات متحده این مسئله را یکی از دلایل شکست در ویتنام دانستند. در جنگ خلیج فارس نیز، کاخ سفید برای حفظ پشتیبانی و حمایت مردم امریکا، در صدد بود تا از طریق رسانه ها به افکار عمومی القا کند که جنگی بدون خونریزی در جریان است. این در حالی بود که صدام حسین طی انعقاد قراردادی با سی.ان.ان (به ارزش ۱۵ هزار دلار در هفته) سعی داشت آثار حملات صورت گرفته به مناطق مسکونی عراق را در سطحی بین المللی ارائه دهد تا دیدگاه مردم امریکا و سایر کشورها نسبت به جنگ تغییر یابد. در این خصوص برخی از گزارشگران شبکه های بی.بی.سی و سی.ان.ان، از جمله سیمپسون سدلر و آرنت به گونه ای برای صدام تبلیغ می کردند که به تدریج آرنت ملقب به گوبلز صدام شده بود. از این رو، پنتاگون در جریان جنگ خلیج فارس (۱۹۹۱)، نه تنها برای ساماندهی جریان اطلاعات، بلکه برای محدود کردن دسترسی عکاسان، گزارشگران و خبرنگاران به صحنه نبرد و نیروهای نظامی، تلاش گسترده ای انجام داد به گونه ای که در آن دوره تلویزیون به پنتاویزیون تبدیل شد که در آن بمبهای هوشمند بدون خطا به اهداف مورد نظر اصابت کردند و تلفات غیرنظامی به بار نیاموردند.

جمع بندی و نتیجه گیری

فناوری های ارتباطی - اطلاعاتی جدید، مفهوم و شیوه های عملیات روانی را متحول کرده و آن را وارد مرحله جدیدی نموده اند که به جنگ اطلاعاتی یا جنگ رسانه ای موسوم گردیده است. اصولاً یکی از ارکان پیشبرد عملیات روانی در طول تاریخ، ابزار و وسایل ارتباطی - اطلاعاتی بوده است، به طوری که جنگ جهانی اول را جنگ روزنامه ای، جنگ جهانی دوم را جنگ رادیویی، جنگ ویتنام را جنگ تلویزیون های سیاه و سفید، جنگ

دوم خلیج فارس را جنگ تلویزیون‌های ماهواره‌ای و جنگ سوم خلیج فارس را جنگ رسانه‌های مدرن نامیده‌اند. در این روند مرحله به مرحله سازوکارهای عملیات روانی پیچیده‌تر و با گستره وسیع‌تری دنبال می‌شود. در عصر اطلاعات و ارتباطات نیز این مسئله، با جهشی قابل ملاحظه، در استفاده از فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی در عملیات روانی پی‌گیری می‌شود؛ چرا که فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی جدید موجب افزایش کارایی و کارآمدی عملیات روانی در پی‌گیری اهداف و مقاصد کشور ما شده است.

- فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی جدید، سبب پیچیدگی عملیات روانی شده است. بنابراین درک مقابله با سازوکارهای آن و آشنایی و آموزش شهروندان نسبت به اثرات آن و برنامه ریزی دقیق زیادی را می‌طلبد.
- عملیات روانی در عصر حاضر، با توجه به ویژگی‌های وسایل ارتباطی - اطلاعاتی جدید (سرعت، قابلیت پخش گسترده جهانی، ارزان بودن و در دسترس بودن) دیگر منحصر به زمان وقوع جنگ نمی‌باشد، بلکه عملیات روانی در زمان صلح نیز فعال است.
- عملیات روانی اکنون، بسیار زیرکانه، غیرمستقیم و نامحسوس ولی در عین حال نسبت به گذشته تأثیرگذارتر و عمیق‌تر است.
- با توجه به نکات فوق، لزوم استفاده و بهره‌گیری کشورها از فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی برای انجام عملیات روانی، و یا در جهت مقابله با آن‌ها گریزناپذیر است.

منابع و مأخذ

- جواد سوری؛ جهانی‌شدن ارتباطات و اطلاعات؛ روزنامه همشهری، ۱۳۸۰/۱/۱۹، ص ۶.
- داریوش اخوان زنجانی؛ جهانی‌شدن و سیاست خارجی؛ (تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۸۱)، صص ۱۲۱ - ۱۱۹.
- صلاح‌نصر؛ عملیات روانی؛ ترجمه محمود حقیقت کاشانی، (تهران، انتشارات سروش، ۱۳۸۰)

محمدحسین الیاسی؛ عملیات روانی رسانه‌ای برای کنترل اذهان؛ فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دهم، شماره ۳۴، (تابستان ۱۳۸۲)، ص ۲۳۸.

عبدالرضا شاه‌محمدی؛ وسایل ارتباطی سربازان اصلی میدان جنگ‌های نوین؛ فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دهم، شماره ۳۴، (تابستان ۱۳۸۲)، ص ۴۴-۴۵.

فصلنامه راهبرد (گروه تحقیق)؛ جهانی‌شدن ارتباطات و تهدیدهای امنیت ملی؛ شماره ۳۶، (تابستان ۱۳۸۴)، ص ۹۰.

قدیر نصری؛ فرا روایت‌های کاستلز در عصر اطلاعات؛ فصلنامه راهبرد، شماره ۲۴، (تابستان ۱۳۸۱)، ص ۳۵۵.

لین گرم‌ن و دیوید مک‌لین؛ رسانه‌ها، جنگ و روابط بین‌الملل؛ ترجمه، عالیه شکرپیگی و رویا غندالی، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دهم، شماره ۳۴، (تابستان ۱۳۸۲)، ص ۲۸۵.

مانوئل کاستلز؛ عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای؛ ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، (تهران: طرح نو، ۱۳۸۰)، ص ۱۶.

محمدباقر ساروخانی؛ جامعه‌شناسی ارتباطات؛ (تهران: انتشارات اطلاعات، ۱۳۷۱)، ص ۱۹.

مهدی محسنیان‌راد؛ ارتباط‌شناسی؛ (تهران: سروش، ۱۳۶۱)، ص ۴۵.

مرادعلی صدوقی؛ فناوریهای اطلاعاتی و حاکمیت ملی؛ (تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۸۰)، ص ۳۱.