

بسم الله الرحمن الرحيم

افشاسازی جنگ روانی دشمن و راهکارهای مقابله با آن

«دروغ و فریب و جنگ روانی دشمن را افشا کنید... نگذارید جنگ روانی دشمن در کشور تأثیر بگذارد.»

بیانات امام خمینی (ره) ۱۴۰۱/۳/۱۴

مقدمه :

«دروغ و فریب و جنگ روانی دشمن را افشا کنید... نگذارید جنگ روانی دشمن در کشور تأثیر بگذارد»، این مطلب یکی از هفت توصیه ای است که رهبر معظم انقلاب در سی و سومین سالگرد ارتحال امام خمینی (ره) فرمودند. جنگ روانی مجموعه‌ای از پیام‌ها و اقدامات سازمان یافته و برنامه ریزی شده به منظور تأثیر گذاری بر افکار، نگرش‌ها، احساسات و هیجانات، روحیه ملی و رفتار جوامع دشمن، دوست و بی طرف است؛

جنگی که به جای استفاده از روش‌ها و ابزارهای نظامی اقتصادی، با ابزار و سلاح نرم و رسانه‌ای و با تکنیک‌ها و بازی‌های روانی انجام می‌شود. جنگ روانی پدیده‌ای همیشگی و پیوسته است که اختصاص به مقطع زمانی خاصی هم ندارد. سابقه استفاده از آن در رویاوری‌ها، به قدمت تاریخ بشر است و به تناسب تحول و توسعه فناوری‌های ارتباطاتی و افزایش نقش افکار عمومی در جوامع، تکامل یافته و امروزه به یکی از پیچیده‌ترین و خطرناکترین سلاح‌نرم، مبدل شده است. اکنون صدها تکنیک جنگ روانی مبتنی بر مبانی علوم شناختی و روانشناسی و روانکاوی طراحی شده و در انواع رویاوری‌های سیاسی، اقتصادی، نظامی و امنیتی بکارگرفته می‌شود. در جنگ روانی وسایل ارتباط جمعی که اذهان انسان‌ها را در پهنه گیتی آماج پیام‌های خود قرار می‌دهند، نقش بسزایی در تسخیر و دستکاری ذهنیت افراد ایفا می‌کنند.

از آنجایی که رهبر معظم انقلاب «فرمان افشای جنگ روانی دشمن» را صادر کرده‌اند ابتدا باید دید که جنگ روانی به چه معنا است. فهم درست جنگ روانی نقش اساسی در خنثی‌سازی یا افشای آن دارد. تا زمانی که این شناخت به درستی فراهم نشود بدون تردید، قادر به افشا و یا خنثی‌سازی آن نخواهیم بود. جنگ روانی را می‌توان از طریق اهداف این جنگ و ابزارها و شگردهای آن شناخت:

1- دو رویکرد جنگ روانی

انقلاب اسلامی از ابتدای بروز و ظهورش تا پیروزی و پس از پیروزی همواره در معرض این جنگ توسط دشمنان بوده است. پس از انقلاب استفاده از این روش برای به زانو در آوردن نظام اسلامی توسعه بیشتری پیدا کرده، به گونه ای که این روش برای مقابله با جمهوری اسلامی ایران به صورت ویژه و تصاعدی در برنامه های تقابلی نظام سلطه، دولت های متخاصم، ضدانقلاب و همه بدخواهان آرمان های انقلاب اسلامی قرار گرفته است. بکارگیری از روش جنگ روانی برای مقابله با ایران تاکنون با دو رویکرد دنبال شده است:

اول رویکرد تاکتیکی: در این رویکرد جنگ روانی، پیوست جنگ نظامی، امنیتی و اقتصادی است و نقش مکملی را بازی می کند. به عنوان نمونه دشمن برای موفقیت و تأثیرگذاری جنگ اقتصادی، به جنگ روانی متوسل می شود. رهبر معظم انقلاب در یکی از بیانات خویش فرموده اند که جنگ رسانه ای، جنگ فضا سازی عمومی و جنگ تبلیغاتی گاهی زمینه ساز تأثیر جنگ اقتصادی است. (رجوع به بیانات ۱۳۹۷/۶/۱۵) یا در جای دیگر فرمودند: در کنار این جنگ اقتصادی، جنگ واقعی و حقیقی، دشمن یک جنگ روانی هم می کند. (۱۴۰۰/۱۱/۱۰) برای مقابله با این رویکرد کافی است که جنگ روانی دشمن شکست بخورد تا جنگ اقتصادی فروپاشد. چنان که رهبر معظم انقلاب فرمودند: اگر جریان تحریف شکست بخورد،

جریان تحریم هم شکست خواهد خورد. چون هدف از این تحریم به عنوان یکی از تکنیک های جنگ روانی دو چیز است: ضربه به روحیه مردم و آدرس غلط دادن برای رفع مشکل تحریم است. (۱۳۹۹/۵/۱۰). بنابراین، در جنگ روانی تاکتیکی تلاش بر این است که مسئولان و مردم عملی انجام دهند که به نفع مجریان جنگ روانی در نبرد اقتصادی باشد.

دوم رویکرد راهبری: در این رویکرد جنگ روانی به عنوان یک استراتژی مستقل، فروپاشی روانی و اراده عمومی را هدف قرار می دهد. دشمن با راه اندازی انواع تکنیک های جنگ روانی راهبردی می کوشد تا شرایطی از حیث نگرشی و گرایشی در جامعه هدف فراهم شود که طی آن جامعه با میل و اراده خود از آنان پیروی کنند. در این زمینه نیز رهبر معظم انقلاب فرمودند: امروز انبوهی از رسانه ها با هزاران متخصص در کارند؛ برای چه؟ برای اینکه در نظام جمهوری اسلامی افکار و مذاقها را برگردانند، ایمان و باورها را تضعیف و تخریب کنند. (۱۴۰۰/۱۱/۳). در حال حاضر جمهوری اسلامی با جنگ روانی راهبردی همه جانبه روبرو است. دشمنان و معاندان نظام پس از ناکامی در دستیابی به اهداف جنگ اقتصادی و جنگ امنیتی و ناتوانی در اعمال قدرت نظامی با عنایت به بازدارندگی دفاعی و نظامی جمهوری اسلامی ایران، جنگ روانی را در رأس برنامه های تقابلی خود با

ایران قرار داده است و در این راستا اهرم های اقتصادی و تهدیدات نظامی را با جنبه های روانی آن به کمک گرفته است. منظور از همه جانبه بودن این جنگ یا به تعبیر رهبر معظم انقلاب تهاجم ترکیبی این است که امریکا با شکل دهی یک ائتلاف بزرگ از دولت های متحد و ضد انقلاب و بدخواهان ایران اسلامی و هماهنگ کردن بی سابقه همه رسانه های دیداری و شنیداری و شبکه های اجتماعی، با استفاده از تکنیک های جنگ روانی تمام عرصه های نظام جمهوری اسلامی و هر موضوع بی ربط یا با ربط به نظام را آماج خود قرار داده تا مؤلفه های قدرت ایران را به عاملی علیه خودش تبدیل کند.

۲. اهداف جنگ روانی

۱-۲. هدف غایی و دراز مدت این جنگ فروپاشی نظام از درون از طریق فروریزی ساختمان معرفتی و روانی ملت ایران نسبت به نظام جمهوری اسلامی است.

۲-۲. اهداف متوسط: تصرف و اشغال جغرافیای معرفتی و روانی ملت ایران مهمترین هدف متوسط جنگ روانی همه جانبه امریکا و متحدین غربی، عربی، عبری و ایرانی ضد انقلاب است. در این زمینه جمله معروفی از استراتژیست های آمریکایی وجود دارد که می گویند: «در جنگ روانی هدف تصرف پانزده سانتی متر بین دو گوش انسان است». رهبر معظم

انقلاب در تحلیلی، هدف جنگ روانی دشمن را «تصرف فضای فکری و روحی کشور دانستند» (۱۳۹۵/۷/۱۱)

۲-۳. اهداف خرد جنگ روانی متعدد است. در این زمینه رهبر معظم انقلاب فراوان مطرح کرده اند که عبارتند از: مرعوب کردن مسئولان و نخبگان، ایجاد ضعف و تزلزل در مسئولین و القای احساس «نمی‌شود و نمی‌توانیم»، تغییر محاسبات مردم و مسئولان و فلج کردن جمهوری اسلامی، سست کردن وحدت مردم و مسئولان و دامن زدن به اختلافات قومی، مذهبی، سیاسی و صنفی، تبدیل نقاط قوت و فرصت‌های نظام به نقاط ضعف و تهدیدها، تضعیف اراده عمومی، تضعیف اعتماد به نفس مردم، گرفتن شخصیت و هویت تاریخی مردم ایران، ناامید کردن مردم بویژه نسل جوان و فعال کشور، دلسرد کردن مردم از حضور در صحنه‌ها، ایجاد دودستگی، تحریک عصبیت‌ها، القاء احساس عدم امنیت در مردم، القای تردید نسبت به آینده یا ایجاد بدبینی نسبت به آینده، تغییر درک مردم از واقعیت‌های جامعه خودشان، مایوس و ناامید کردن و خالی کردن دل ملت‌ها، بی‌تفاوت کردن مردم نسبت به آرمان‌های انقلاب، شوراندن مردم علیه نظام اسلامی و... با این حال، ائتلاف غربی، عبری، عربی و ایرانی ضد انقلاب به دنبال سازماندهی ترول‌ها (افسانه‌ها) برای ضربه زدن به مردم و ایجاد حس ناامیدی و ناامنی میان مردم و حکومت هستند. ویژگی‌های جدید دشمنی در جنگ روانی علیه ایران در بستر رسانه و فضای مجازی، نقطه زنی آن

است. یعنی آنها با توجه به شناختی که از شرایط مخاطبان، فضای جامعه دارند، متناسب با رخدادها و اهداف تعیین شده سوژه های خود را انتخاب و با توجه به شاکله روانی مخاطبان، اخبار جعلی و دروغین را بر روی آنها بمباران و عملیات فریب را تا رسیدن به نتیجه اجرا می کنند.

۳. راهکارها

فرمان رهبر معظم انقلاب این است که برای مقابله با جنگ روانی همه جانبه دشمنان و معاندین نظام باید افشاگری کرد. این فرمان بدین معنا نیست که تنها راه مقابله با جنگ روانی و خنثی سازی اثربخشی دروغ ها و فریب های دشمن بر افکار عمومی افشاگری است. اولاً افشاگری یکی از راه های جهاد تبیین است و ثانياً فرمان افشاسازی در راستای جهاد تبیینی است که معظم له چندی پیش به عنوان یک فریضه قطعی و فوری فرموده بودند. بنابراین، علاوه بر این، باید در این جهاد سایر راهکارهایی که رهبر معظم انقلاب تشریح کردند، مورد توجه قرار داد و باز بنا به فرموده ایشان می بایست راهکارهایی که گفته نشده نیز تدبیر نمود. چنانکه در یکی از توصیه های خویش در باره خطر انقلاب زدایی فرموده بودند «باید با فکر و تدبیر و برنامه ریزی حکمت آمیز، با این خطر مقابله کرد» (۱۳۹۴/۱۲/۲۵). با این وصف ابتدا باید «ما از خودمان سؤال کنیم که ما در این جهادی که وجود دارد، در این جنگ بی امانی که بین اسلام و کفر، بین حق و باطل، بین روایت دروغ و حقیقت وجود دارد، کجای این جبهه قرار و حضور

داریم؟» (۱۴۰۰/۱۱/۳)، سپس باید با جوانب و ابعاد جنگ روانی علیه کشور به خوبی آشنا شویم تا بتوانیم عملیات ضد جنگ روانی، ضد فریب و ضد تبلیغات انجام دهیم و با تولید پاد روایت و پادگفتمان بازدارندگی ایجاد کنیم. اگر عموم مردم با ترفندهای تبلیغی و روانی دشمن آشنا و از آن آگاه باشند به آسانی فریب نمی خورند و این ترفندها به سادگی مؤثر نخواهد بود. یکی از نکات مهم در راهکارها این است که در شرایط جنگی ولو جنگ روانی که اکنون یک واقعیت همه جانبه بین ائتلاف غربی، عبری، عربی و ایرانی ضدانقلاب با جمهوری اسلامی ایران است، باید در مواجهه با همه اخبار، گزارش‌ها، مستندها، فیلم‌ها، کلیپ‌ها و تصاویری که از ناحیه دشمن یا به صورت خبر سویی منتشر می شود، اصل را باید بر بی اعتمادی و فریبکاری دشمن گذاشت. امام علی علیه السلام فرمودند: **جَمَاعُ الغُرُورِ فی الاستِئْمَانَةِ إِلَى العَدُوِّ**: اعتماد کردن به دشمن، عامل فریب خوردن [از او] است .

۳-۱. افشای فریب‌های جنگ روانی

افشاء به معنای آشکار کردن، فاش نمودن، پدیدار ساختن است. افشاگر دروغ، فریب، مغالطه و اغوای دشمن در جنگ روانی بایستی همانند کسانی باشد که از سر انجام تکلیف و وظیفه، به محض مشاهده اخبار دروغ و فریب،...حقیقت و واقعیت را نشر دهند. بدیهی است که افشاسازی نیازمند توانمندی تشخیص بین اخبار صدق و کذب، جعلی و دروغین از واقعیت و

حقیقت، حق و باطل، ... و علم و آگاهی از تکنیک های جنگ روانی و نحوه بکارگیری آن توسط مجریان این جنگ است. علاوه براین، نیازمند داشتن مهارت افشاسازی و رعایت اخلاق افشاگری است. با این وجود به برخی از محورهای افشاسازی در زیر اشاره می شود :

۱-۳-۱. افشای اخبار جعلی دشمن: مجریان جنگ روانی در طی ۴۳ سال انقلاب، اخبار جعلی و دروغین را استادانه مانند اخبار و گزارش های تهیه شده توسط روزنامه نگاران معتبر با هدف گمراهی و بی اعتبارسازی و بی اعتماد سازی مخاطبان نسبت به نظام و ارکان آن تولید و منتشر کرده اند. تشخیص اخبار جعلی و دروغ (fake news) از واقعیت و حقیقت ، به خصوص جعلیات عمیق و ژرف (deep fake) ساده نیست. در واقع دشمنان در جنگ روانی جدید، اخبار دورغین را به گونه ای نشر یا بازنشر می کنند که قابل باور به نظر می رسند . شعار آنها این است: « دروغ بگو، جعل کن تا به هدفت برسی! ». زیرا مجریان جنگ روانی به خوبی می دانند که اخبار جعلی آنها با کلمات با بار منفی و هیجانی مانند ویروس خود را در بین مخاطبان بازتولید می کند. به خصوص امروزه با پدیده نوینی در عصر فضای دوم یا مجاز مواجهیم که افراد در رسانه های اجتماعی بسیار ساده و بدون کنترل واقعی بودن مطلب، آنها را به اشتراک می گذارند . برای مقابله با اخبار جعلی و دورغین راه های متعددی ارائه شده است. یکی از این راه ها، تشخیص اخبار دروغ از واقعیت است. اما برای افشای

جنگ روانی مبتنی بر جعل و دروغ اقدامات متعددی نیاز است. به برخی از آنها اشاره می شود .

یک - آشکارسازی تناقضات اخبار جعلی: ارکان خبرهای جعلی عموماً، تناقضات درونی دارند. کشف آنها می تواند در آشکارسازی و افشای آن بسیار مؤثر باشد. در این باره باید صدر و ذیل یک خبر یا گزارش را با دقت مطالعه کرد. گاهی اوقات تناقض را می توان با بررسی و دقت در دو گزارش از یک موضوع فهمید. به عنوان مثال، بی بی سی در جریان فتنه ۸۸ گزارش داد «یکی از "مادرانی" که در اعتراض به بازداشت فرزندان خود، در پارک لاله تهران بست می نشستند، بازداشت شد» بعد در یک گزارش دیگر در معرفی ژیللا کرم زاده این گونه خبر داد: «دلیم می خواهد این را بگویم که ایشان یک شاعر جوان دلسوزی است که حتی ازدواج نکرده و خودش مادر نیست (!) ولی به قدری متعهد است که همه بچه های ایران را فرزند خودش می داند!!» مورد دیگر در کشف و افشای جعلیات این است که وقتی با خبر مشکوک روبرو می شویم می توان با یک جستجو ساده تناقض را فهمید و سپس به افشاسازی آن پرداخت. مستند خط و نشان رهبر که بی بی سی تولید و منتشر کرد، مثال و تمرین خوبی برای این منظوراست. در این مستند بنی صدر به راحتی در باره سوابق انقلابی مقام معظم رهبری دروغ می بافت و می گوید که رهبری نه زندان رفته و نه تبعید. می توان با یک سرچ ساده دروغ بودن این موضوع را فهمید. و افزون

بر این، آگاه شد که بنی صدر یک روز هم در زندان و یا تبعید به سر نبرده است.

دو- افشای تیرهای فریبنده اخبار و گزارش های فریبنده: مجریان جنگ روانی دشمن، ترفندهایی برای جلب توجه و اعتماد مخاطب در تیترو نویسی اخبار جعلی دارند که می تواند مخاطب را فریب داده تا بدون توجه به متن خبر با خواندن تیترو او را منحرف یا فریب دهد. در چنین شرایط برای افشای اخبار یا گزارش های جعلی نیازمند خواندن کامل متن خبر است و نباید به تیترو خبر یا گزارش و مطلع آن (لید خبر یا گزارش) اکتفا کرد.

سه- تشکیک سازی در اخبار جعلی: یکی دیگر از اقدامات افشاساز درباره اخبار و گزارش های جعلی و دروغین، تردید آفرینی نسبت به چنین پدیده ای است که از طریق شبکه های اجتماعی منتشر می شود. در واقع کلیدی ترین اصل این است که به تمام مطالبی که در شبکه های اجتماعی منتشر می شود ابتدا با شک و تردید نگاه کرد، و این تردید را شایع نمود.

چهار- افشای منبع جعلیات: یکی از اقدامات مهم وقتی است که متوجه می شویم که خبر یا گزارش یا فیلم و مستندی از یک منبع غیر معتبر و فاسد منتشر شده است. در این شرایط لازم است ابتدا بررسی کرد سپس به آشکار سازی و افشای منبع فاسد مبادرت ورزید. قرآن کریم در سوره حجرات آیه ۶ فرمود: **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِبْحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ: ای اهل ایمان! اگر فاسقی خبری**

برایتان آورد، خبرش را بررسی و تحقیق کنید تا مبدا از روی ناآگاهی، گروهی را آسیب و گزند رسانید و بر کرده خود پشیمان شوید. با بهره گیری از دیدگاه آیت‌الله جوادی آملی، در افشای جعلیات باید هم کذب خبری و هم کذب مخبری را مورد توجه قرار داد. آنچه که برای همه ما لازم است هم صدق خبری هم صدق مخبری است.

۲-۳-۱. افشای ناگفته های یک حقیقت: دروغ، همیشه وارونه کردن حقیقت یا دروغ محض نیست؛ گاهی بخشی از خبر حادثه یا سخنی را نقل و پاره‌ای از آن را عمداً عنوان نمی‌کنند یا به حذف بخش‌هایی از یک موضوع و بیان ناقص آن مبادرت می‌کنند که این نیز دروغ است. این اقدام را در جنگ روانی تکنیک پاره حقیقت گویی می‌گویند که خیلی وقت‌ها برای انحراف و فریب افکار عمومی از آن استفاده می‌شود. دشمن در جنگ روانی به وفور از این روش علیه ایران استفاده می‌کند. تاکتیک پاره حقیقت گویی، علیه ایران بارها دیده شده است که یکی از عناصر به عمد (بیشتر اوقات، عنصر چرا) حذف شده تا مخاطب را آنگونه می‌خواهند هدایت کنند. گاهی با استفاده از روش پاره حقیقت‌گویی بخش‌هایی از خبر که صحیح است، گفته شده، اما در کنار خبرهای درست، خبرنگار درست را قرارداده‌اند تا با استفاده از استناد به خبر درست بقیه اخبار نادرست آن مجموعه خبرها را برای ایرانی‌ها مقبول جلوه دهند. در مواجهه با این نوع

دروغ ها باید ناگفته های خبر، واقعه یا حقیقت که به عمد حذف شده، کشف و سپس آشکارسازی و افشا شود.

۳-۳-۱. افشای وارونه گویی اخبار و حوادث: مجریان جنگ روانی در مصاف با جمهوری اسلامی ایران از طریق امپراتوری رسانه ای خود تلاش می کنند تا اخبار و اطلاعات غیرواقعی، مخدوش و غلط را از یک حقیقت به گونه ای برای مخاطب روایت سازی کنند که او تصویری کاملاً نادرست، ناعادلانه، ظالمانه و... درک و برداشت کند. یعنی در این تهاجم نرم به گونه ای یک موضوع یا واقعیت دست کاری و وارونه سازی می شود که مخاطبان سفید را سیاه، زشت را زیبا، ظالم را مظلوم، قاتل را مقتول، اشغالگری را آزادی بخشی و آزادی خواهی را تروریسم، باطل را حق و... تصور و تصدیق کنند. مثالی که دشمنان از تکنیک وارونه گویی استفاده کردند اعدام های سال ۱۳۶۰ منافقین است که قاتلان، خیانت کاران و وطن فروشان را با شهیدان، خادمان و مدافعان تمامیت ارضی جابجا کردند. یا در زمینه دستگیری و اعدام روح الله زم، بدون اشاره به سابقه او در ترویج خشونت، جاسوسی و تلاش برای اقدام مسلحانه او را صرفاً یک مخالف سیاسی و روزنامه نگاری مظلوم معرفی کردند. در قضیه نوید افکاری که کارمند بی گناه اداره آب و فاضلاب شیراز را به قتل رساند، از او یک قهرمان مخالف با جمهوری اسلامی ایران در ذهن مخاطبان خود ساختند. یا قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین را به عنوان قرارداد ترکمنچای و استعماری

در ذهن مخاطبان خود جا انداختند. خداوند متعال در آیه ۴۸ سوره توبه قرآن کریم این تکنیک را به عنوان یکی از برنامه‌های خصمانه علیه پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) بیان فرمودند: «لَقَدْ ابْتِغَوْا الْفِتْنَةَ مِنْ قَبْلُ وَقَلَّبُوا لَكَ الْأُمُورَ حَتَّى جَاءَ الْحَقُّ وَظَهَرَ أَمْرُ اللَّهِ وَهُمْ كَارِهُونَ» «قلب امور حکایت از این دارد که دشمن تلاش می‌کرد امور جامعه را به صورتی غیر از صورت حقیقی برای پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله) تبیین کنند و اقدام به شایعه‌پراکنی در اطراف پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌وآله) نمایند.

از این رو، برای افشای این نوع دروغ و فریب یا به عبارت فنی «وارونه سازی واقعیت‌ها» باید واقعیت‌های وارونه شده را معکوس کرد و روایت واقعی را به جای روایت کاملاً دستکاری شده و وارونه به مخاطب ارائه داد.

۴-۳-۱. افشای تحریف: یکی از روش‌های شایع که مجریان جنگ روانی علیه نظام در طی چهار دهه انقلاب به خصوص در سال‌های اخیر به آن متوسل شده است «تحریف» است. آنها در این راستا ابتدا بسیاری از جزئیات موجود در یک واقعه یا اندیشه را در ابتدای زنجیره انتقال به مخاطب تعدیل و حذف می‌کنند و هم‌زمان شاخ و برگ‌هایی را به آن اضافه می‌کنند، تا مخاطب را به سمت اهداف خود منحرف نمایند. گرچه به طور آشکار در تحریف دروغی گفته نمی‌شود، اما واقعیت‌ها به گونه‌ای جلوه و نشان داده می‌شود که در نهایت آن واقعیت از معنای اصلی اش

منحرف می شود و با دروغ برابری می کند. این تکنیک سابقه‌ای به درازای تاریخ دارد و مطابق آیه ۴۶ سوره نساء، یهودیان از این روش علیه پیامبر اسلام استفاده می‌کردند: *مِنَ الَّذِينَ هَادُوا يُحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ وَيَقُولُونَ... خطر تحریف به حدی است که جریان اهل نماز، دعا، سجاده، قرآن و شب‌زنده‌دار با پیشانی‌های پینه‌بسته از سجده‌های طولانی در مقابل امیرالمؤمنین، مجسمه عدل و تقوا و عبادت و بندگی ایستادند و جنگ نهروان را رقم زدند. همچنین جریان تحریف کاری کرد که مردم در ایام انتخابات نگران دیوار کشیدن بین زن و مرد در خیابان‌ها شوند یا جریان تحریف چنان صورت پردازی کرده که بخشی از جامعه زندگی بدون امریکا را ممکن نمی‌دانند یا جنگ روانی با تکنیک تحریف به گونه‌ای غرب را بزک کرده است که هرگونه تعامل با دنیای غیر از غرب را وابستگی به شرق معرفی می‌کند. جریان تحریف به شکلی از تحریم خبر رسانی کرده و آدرس غلط برای حل مشکل تحریم داده که برخی تنها راه حل بر طرف کردن آن را دادن امتیاز به امریکا به هر قیمت دانستند. همین تکنیک با شدت بیشتر در باره شخصیت امام، راه امام، اندیشه و آرمان‌های امام(ره) و همچنین در خصوص تطهیر پهلوی دنبال می‌شود.*

برای افشا و خستی‌سازی جریان تحریف اولاً باید ادبیات تحریف را بشناسیم و بتوانیم جنس اصلی و تقلبی را از یکدیگر تشخیص دهیم. ثانیاً عناصر اصلی پدیده، خبر، سخن حق، اندیشه درست را در فرایند تحریف

که تعدیل، حذف و شاخ و بال داده شده را آشکارسازی کرد. مطمئناً این کار مستلزم آگاهی از هر موضوعی است که در معرض تحریف قرار گرفته و ذکر آنها با استنادات معتبر می باشد. در این جا می توان از تکنیک استناد یا گواهی برای افشا بهره گرفت. یعنی برای این که نشان داده شود که پیامی تحریف شده است، آن را به مراجع و منابعی معتبر استناد داده شود که مخاطب آن‌ها را متقن تلقی می کند. ثانیاً باید اطلاع رسانی صحیح و به هنگام بعلاوه تبیین منطقی مواضع و موضوعات تحت تحریف کرد. مثلاً براساس دیدگاه های مقام معظم رهبری در مورد تحریف شخصیت و آرمان های امام(ره) باید اصول مکتب امام را به صورت صحیح و مستند بازخوانی کرد؛ اصولی مانند: اثبات اسلام ناب محمدی و نفی اسلام آمریکایی، اعتماد به صدق وعده الهی و بی اعتمادی به مستکبران، اعتماد به اراده و نیروی مردم و مخالفت با تمرکزهای دولتی، حمایت جدی از محرومان و مخالفت با اشرافیگری، حمایت از مظلومان جهان و مخالفت صریح و بی ملاحظه با قلدوران بین المللی، استقلال و رد سلطه پذیری، و تاکید بر وحدت ملی.

۵-۳-۱. **افشای خط مغالطه بزرگنمایی و کوچک نمایی:** یکی دیگر از اقداماتی که دشمنان در جنگ روانی علیه ایران به صورت گسترده انجام می دهند، کوچک نشان دادن قوت ها و بزرگ کردن ضعف های نظام (صفر نمایی) است. ائتلاف دشمن و معاندین با امپراتوری رسانه ای خود بسیار تلاش می کنند تا دستاوردهای کشور را زیر سوال ببرند، به گونه ای که

گویا این نظام هیچ دستاوردی در این ۴۳ سال نداشته است. از سوی دیگر با بزرگنمایی ضعف‌ها که معمولاً در هر کشوری حتی کشورهای پیشرفته هم وجود دارد، آنچنان بزرگنمایی و سیاه‌نمایی می‌کنند که مخاطب احساس کند همه جای کشور را فقر، فلاکت، فساد و ناکارآمدی فراگرفته و حتی از یک کشور عقب‌مانده آفریقایی هم عقب‌مانده‌تر شده است. در حقیقت، دشمن با این کار به نوعی القای غم، دل‌سردی، یأس و ناامیدی را در جامعه تزریق می‌کند.

برای افشای این مغالطه که عمدتاً با هزاران دروغ برای فریب مخاطب همراه است، باید به صورت جهادی همواره خبرها و گزارش‌ها اعم از مکتوب، تصویری و به صورت کلیپ که قوت‌ها و دستاوردها را کوچک‌نمایی و ضعف‌ها را سیاه‌نمایی می‌کند، رصد مستمر داشت و به تناسب هر یک از واقعیت‌ها و دستاوردهای آن حوزه، شناسایی و به صورت شفاف، مستند و معتبر فریب‌دشمن را افشا کرد.

۳-۲. افشای دشمنانه بودن جنگ روانی

یکی از اقدامات بسیار مهم در مواجهه با جنگ روانی دشمن که در بستر رسانه‌های مختلف به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و به‌طور کلی در فضای مجازی صورت می‌گیرد، افشای دشمنانه بودن این جنگ روانی است. زیرا جنگ روانی حداقل دو ویژگی مهم استراتژیک دارد، که دشمن و دشمنی در آن برای مخاطب و افکار عمومی پنهان می‌ماند: یکی اینکه در این

جنگ به شکل بسیار پیچیده حق و باطل مشتبه می شود. دوم این که دشمن در این جنگ رودرو نیست، به همین جهت مخاطب نمی داند دشمن کیست، دوست کیست یا بی طرف کیست؟ از این رو، در افشاسازی جنگ روانی باید ابعاد دشمنانه بودن آن را مشخص و برای افکار عمومی آشکار کرد.

قرآن کریم شاخص های زیادی را برای تشخیص رفتارهای دشمنانه مطرح ساخته است: تحقیر و توهین به مردم در هنگام سلطه و چیرگی (ممتحنه آیه ۲) (تعدی و تجاوز به حقوق آنان (مائده آیه ۲) جدال و درگیری کلامی (زخرف آیات ۵۷ و ۵۸) فریبکاری و نیرنگ (اعراف آیه ۲۲ و طه آیات ۱۱۷ تا ۱۲۱) مکر و حيله (یوسف آیه ۵) و جنگ ویرانگر (آل عمران آیه ۱۰۳) نمونه هایی از رفتار دشمنان است که در این آیات به آنها اشاره شده است. با این وصف قرآن مجید معیارهای مشخصی را به ما ارائه می دهد که می تواند رفتار دشمنانه را تشخیص داد.

الف) بدخواهی: اصولاً دشمن هرگز خواهان خیر و خوبی برای انسان نیست. در آیات ۱۱۸ تا ۱۲۰ سوره آل عمران از بدخواهی دشمنان به عنوان یک ملاک و معیار شناخت دشمن یاد می کند. اصولاً دشمن آرزویی جز رنج و درد برای دیگری ندارد و بدخواه مردم است.

ب) رفتار بغض آلود: بغض، همان کینه و نفرت درونی و بیزاری از کسی و یا چیزی است. براساس سوره آل عمران آیه ۱۱۸ دشمنان لحن و آهنگی در کلام خود دارند که می توان از آن دشمنی و نفرت را به دست آورد.

ج) نفاق و دورویی، در رفتار و گفتار: براساس سوره های آل عمران آیه ۱۱۸ و نساء آیات ۸۱ و ۸۲ و منافقون آیه ۴ دشمنان برخلاف آن چه می گویند عمل می کنند و هرگز میان کلام و عملشان یگانگی و وفاق نیست.

د) دعوت به زشتی ها، اصولاً دشمن راحتی و آسایش دیگری را نمی خواهد و از این که شخص در آسایش و آرامش باشد و یا جامعه ای از آن بهره مند گردد، ناخشنود و ناراضی است.

وقتی نسبت به شناخت دشمن بصیرت حاصل شود، آنوقت می توان به افشای دشمن مبادرت ورزید. یعنی بصیرت در دشمن شناسی مقدمه راهبردی برای افشای دشمن و دشمنی در جنگ روانی است، وگرنه افشاسازی به خطا خواهد رفت. در جنگ روانی که فضا غبارآلود می شود و اختلال محاسبات به وجود می آید و هیجانات و احساسات غلبه می یابد، دشمن شناسی سخت تر می شود. از این رو، در شرایط جنگ روانی همه جانبه و نوین بصیرت بیشتر و عمیق تری نیاز است.

۱-۳-۲. آشکار سازی رفتارهای دشمنانه در بستر فضای مجازی و شبکه های اجتماعی. در مواجهه با هر خبر، گزارش، مستند و... باید از طریق تحلیل محتوای ادبیات و محتوای بکار رفته در آنها، بار احساسی کلمات،

نوع چینش کلمات و عبارتها، مثال‌ها و مصادیق، زمان تولید و نشر، میزان انصاف در آنها و... بررسی میزان و ماهیت دشمنی را کشف و افشا کرد.

۲-۳-۲. آشکارسازی پشتیبان‌های رسانه‌ای: اگر اثبات کنیم که در شرایط کنونی جنگ روانی، نبرد جدید و همه‌جانبه دشمن علیه ایران طراحی شده است، آشکارسازی پشتیبان‌های جنگ روانی آسان‌تر می‌شود. در حال حاضر مهمترین ابزار جنگ روانی، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی است. این رسانه در ظاهر برای افکار عمومی یک رسانه محسوب می‌شود، به همین جهت افشاسازی پشتیبان‌های رسانه‌ها و شبکه اجتماعی اهمیت پیدا می‌کند. تردیدی نیست که سرویس‌های اطلاعاتی یکی از پشتیبان‌های اصلی این رسانه‌ها است. این موضوع را می‌توان با ذکر نمونه‌های تاریخی اثبات کرد. از جمله این نمونه‌ها نقش این سرویس‌ها در کودتای ۲۸ مرداد از طریق رسانه‌ها و اصحاب رسانه است.

۲-۳-۳. آشکارسازی انگیزه سیاسی و امنیتی بوجود آورنده و پشتیبانی‌کننده این رسانه‌ها: ابتدا باید اثبات شود که جنگ روانی طراحی شده علیه ایران دارای انگیزه‌های سیاسی و امنیتی است. از این رو، برملاسازی این انگیزه‌ها کمک زیادی در روشننگری خواهد داشت.

۲-۳-۴. برملاسازی سوابق دروغگویی رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی دشمن: یکی از راهکارهای مؤثر در افشای دشمنانه بودن جنگ روانی، آگاه‌سازی از شایعات و جعلیات رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی که دروغ بودن

آنها بعدا اثبات شده است. این موضوع هم می تواند در بصیرت و سواد رسانه ای افکار عمومی را بالا ببرد و هم می تواند نوعی مصون سازی در مخاطب ایجاد نماید .

۵-۳-۲. آشکار سازی سازی منابع مالی رسانه ها: رسانه های دشمن که بازیگری جنگ روانی علیه ایران را بر عهده گرفته اند، بدون اختصاص بودجه های هنگفت امکان فعالیت ندارند. به طور نمونه بودجه بی بی سی توسط وزارت خارجه انگلیس تامین می شود اما خط دهی این بنگاه سخن پراکنی توسط سرویس اطلاعاتی این کشور مدیریت می شود. سایر رسانه های ضد ایرانی نیز همین طور هستند، لذا افشای این بودجه و پرسش گری در افکار عمومی در این باره می تواند در مقابله با جنگ روانی دشمن مؤثر واقع شود .

۶-۳-۲. افشای شخصیت های موثر در جنگ روانی: یکی از اقدامات مهم برای مقاله با جنگ روانی افشای کارنامه افرادی است که نقش محوری را برای دشمن جهت دروغ پراکنی و فریب و جنگ روانی ایفاء می کنند. دشمن برای مقابله با ایران در جنگ روانی از افراد ضد انقلاب استفاده می کند. از این رو، افشای مزدوری این افراد و معرفی آنها به عنوان افراد وطن فروش کارساز است. برملا کردن عملکرد خیانتکارانه آنها علیه ملت ایران بسیار مفید برای بی اعتبار سازی آنها در نزد افکار عمومی خواهد بود. باید به صورت مستند نشان داد که این افراد چقدر در افزایش تحریم ها نقش

داشتند. یا چقدر در ترور دانشمندان ایرانی همکاری داشتند. در هر صورت بی‌اعتبار سازی یکی از راهبردهای مقابله با جنگ روانی دشمن است. به میزان بی‌اعتبار سازی رسانه های دشمن، صاحبان و گردانندگان آنها می‌توان عملیات های دشمن در جنگ روانی را خنثی کرد.

۴. جمع بندی

همانطور که ملاحظه شد برای مقابله با جنگ روانی دشمن که بر پایه دروغ و فریب قرار دارد، راهبرد افشاسازی قادر است عملیات ضد جنگ روانی را مؤثر نماید. آنچه در این باره اشاره شد بخش ناچیزی از این راهبرد بوده است. بدون تردید این موضوع قابل توسعه و عمق بخشی است. نکته مهم این است که طرح راهبرد افشاسازی از سوی رهبر معظم انقلاب به معنای این نیست که این راهبرد تنها راه عملیات ضد جنگ روانی است. بلکه با نگاه و بررسی در دیدگاه های ایشان می‌توان راهبردهای دیگری را به دست آورد.

در هر صورت ماهیت افشاسازی جنگ روانی دشمن، تدافعی است. زیرا دشمن شایعه و دروغ و... را راه می‌اندازد و افشاسازی پس از آن انجام می‌شود. بیانات رهبر معظم انقلاب طی سال های گذشته نشان می‌دهد که برای مقابله با جنگ روانی دشمن باید راهبردهای دیگری را هم بکار برد. از جمله راهبرد چالش سازی یا تهاجمی. چنانکه در این باره فرمودند: در مقابل این تهاجم ترکیبی و دسته‌جمعی، نمی‌توانیم همیشه در موضع دفاعی

بمانیم و ما نیز باید در زمینه‌های مختلف از جمله رسانه‌ای، امنیتی و اقتصادی تهاجم ترکیبی کنیم که در این زمینه اهل فکر و اقدام به‌خصوص مسئولان، موظف به تلاش هستند.»

علاوه بر این راهبرد مقاوم سازی و استحکام درونی نیز از توصیه های اکید معظم له برای مقابله با دشمن است. یکی از مؤلفه های مهم این راهبرد، «زنجیره توأسی» یا ایجاد «جریان توأسی» در کنار بصیرت و صبر و استقامت در جامعه است. در این زمینه رهبر معظم انقلاب فرمودند: بصیرت به معنای آن است که انسان در شناخت راه درست دچار اشتباه نشود و صبر هم یعنی استقامت و پافشاری در پیمودن صراط مستقیم که اگر این دو عنصر وجود داشته باشد، دشمن نمی‌تواند به اهداف خود برسد. ایشان لازمه حفظ این دو خصوصیت مهم را، وجود «جریان توأسی» در جامعه برشمردند و گفتند: «اگر زنجیره توصیه به صبر و حق در میان مردم برقرار باشد، احساس ناامیدی، تنهایی و ضعف اراده در جامعه به‌وجود نمی‌آید و جرأت اقدام نیز از بین نخواهد رفت.» رهبر انقلاب اسلامی با تأکید بر اینکه یکی از اهداف اصلی دشمن در جنگ نرم، از بین بردن زنجیره توأسی است، خاطر نشان کردند: قطع جریان توأسی بسیار خطرناک است و جوانان به‌عنوان افسران جنگ نرم نباید بگذارند چنین اتفاقی بیفتد.

راهبرد دیگر خود مراقبتی در شرایط جنگ نرم و روانی است. یکی از بسترهایی که دشمن در جنگ روانی با توسل به آنها عملیات روانی

خود را سوار می کند و به شکل موثری پیش می برد، رفتارهایی است که به جنگ روانی دشمن کمک می کند. در این خصوص رهبر معظم انقلاب فرمودند: مراقب باشند، طوری حرف نزنند، طوری موضعگیری نکنند که به مقاصد دشمن در این جنگ روانی کمک شود؛ به دشمن کمک نکنند. امروز هر کس که مردم را ناامید کند و به خود، به مسئولین و به آینده بی اعتماد کند، به دشمن کمک کرده. امروز هر کس که به اختلافات دامن بزند - هر نوع اختلافاتی - به دشمن ملت ایران کمک کرده. کسانی که قلم دارند، بیان دارند، تریبون دارند، جایگاهی دارند، باید مراقب باشند؛ نباید بگذارند دشمن از آنها استفاده کند.

(۱۳۸۶/۱/۱)