

«بسم الله الرحمن الرحيم»

«راهکارهای مقابله با جنگ روانی و تبلیغاتی دشمن از نگاه مقام معظم رهبری»

فاطمه مختاری^۱

چکیده

در دنیای معاصر، جنگ روانی و تبلیغاتی به یکی از مهم‌ترین ابزارهای دشمنان برای تخریب ارزش‌ها و هویت‌های ملی و دینی تبدیل شده است. مقاله حاضر با عنوان «راهکارهای مقابله با جنگ روانی و تبلیغاتی دشمن از نگاه مقام معظم رهبری»، با هدف تبیین دیدگاه‌ها و راهکارهای ارائه شده از سوی معظم‌له تدوین شده است. روش تحقیق به صورت کیفی و با استفاده از تحلیل محتوای کتابخانه‌ای انجام شده است. در این پژوهش، راهکارهای مقابله در سه محور «بصیرت»، «مقاومت فرهنگی»، «فناوری بومی» بررسی شده است. تحقیقات نشان می‌دهد که ارتقاء سطح آگاهی و بصیرت عمومی، تحکیم مبانی فرهنگ اصیل اسلامی، ایرانی و توسعه فناوری‌های بومی از روش‌های کاربردی در مقابله تا تهاجم روانی و تبلیغاتی دشمن می‌باشد. در نهایت، برای استفاده از تحقیقات علمی نیازمند برنامه‌ریزی هدفمند، تقویت نیروی انسانی مومن و آگاه، و بهره‌گیری از ساختارهای داخلی برای ایجاد این راهکارها در خنثی‌سازی تهاجمات دشمنان است.

کلید واژه: جنگ روانی دشمن، راهکارهای مقابله، مقام معظم رهبری.

^۱. طلبه سطح دو، مدرسه علمیه الزهرا سلام الله علیها، بهار ۱۴۰۴.

مقدمه

در عصر حاضر جنگ‌ها دیگر تنها با سلاح‌های متعارف و در میدان‌های فیزیکی تعریف نمی‌شود. دشمنان با بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، فضای مجازی و تاکتیک‌های پیچیده روانی می‌کوشند با هدف قرار دادن باورها، ارزش‌ها و «انسجام ملی» بنیان‌های فکری و فرهنگی جوامع را متزلزل سازند. این پدیده که از آن به جنگ روانی یا جنگ تبلیغاتی یاد می‌شود بر پایه‌ی رسانه‌ها و اطلاعاتی استوار است. هدف اصلی آن‌ها تاثیرگذاری بر افکار عمومی و ایجاد تفرقه در داخل کشور هدف است. اهمیت این موضوع در جهان امروز به ویژه برای جامعه‌ی ایران که در کانون تهدیدات رسانه‌ای و تبلیغاتی دشمنان قرار دارد، دو چندان است.

گسترش شبکه‌های اجتماعی، جنگ روایت‌ها و شایعه پراکنی هدفمند، نشان می‌دهد که دشمنان به جای توسل به زور می‌کوشند با تحریف حقایق و ایجاد یأس اراده ملی را سست کنند. در چنین شرایطی مقابله با این تهدیدات تنها با تکیه بر راهبردهای دفاعی متعارف ممکن نیست؛ بلکه نیازمند (بصیرت افزایی) تقویت زیر ساخت‌های فرهنگی و ایجاد رسانه‌های اثرگذار است. راهکارهایی که مقام معظم رهبری بارها در بیانات خود به آن‌ها اشاره کرده‌اند.

این مقاله با هدف واکاوی راهکارهای مقابله با جنگ روانی و تبلیغاتی دشمن از منظر رهبر معظم انقلاب می‌کوشد با تکیه بر سه منبع اصلی

۱. جوانی محمد، کتاب جنگ نرم+اصول و راهکارهای مقابله، تهران: دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع) موسسه چاپ و انتشارات ۱۴۰۰.
۲. مظاهری، عامل حسن، آقای صفری علی، مقاله تحلیل قرآنی راهکارهای مقابله با عملیات روانی دشمن در مکتب دفاعی امام خامنه‌ای، نشریه مطالعات قرآن و علوم، بهار و تابستان ۱۴۰۲، شماره ۱۳.

۳. کتاب بصیرت و استقامت بیانات مقام معظم رهبری، مرکز صبا
- ساختار مقاله به گونه‌ای طراحی شده است که پس از تبیین مبانی نظری جنگ روانی، راهکارهای مبتنی بر بصیرت، مقاومت و فناوری بومی را بررسی کرده و در نهایت نمونه‌های عینی موقعیت این راهکارها در سال‌های اخیر را تحلیل می‌کند.

غفلت از تحلیل راهکارهای مقابله با جنگ روانی و تبلیغاتی دشمن پیامدهای ویرانگر تضعیف باورهای دینی و ارزشهای انقلابی گسترش شکافهای اجتماعی، ناامیدی و انفعال جوانان، تسلط فرهنگی بیگانه، کاهش اقتدار بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران را در پی خواهد داشت. این مقاله به روش کتابخانه‌ای به توصیف و تحلیل مسأله مورد نظر پرداخته است.

مبانی نظری جنگ روانی از دیدگاه مقام معظم رهبری

در دنیای امروز جنگ‌ها دیگر صرفاً نظامی نیستند، بلکه مراتب پیچیده‌تر و پنهان‌تر شده‌اند. یکی از برجسته‌ترین انواع جنگ‌های مدرن جنگ روانی و تبلیغاتی است که به شکلی گسترده و هدفمند توسط دشمنان ملت‌ها، به ویژه ملت ایران طراحی و اجرا می‌شود. حضرت آیت الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب اسلامی با نگاهی عمیق و راهبردی، همواره به تبیین ابعاد مختلف این جنگ و ضرورت هوشیاری در برابر آن پرداخته‌اند.

رهبر انقلاب، جنگ روانی را تلاشی سازمان یافته از سوی دشمن برای تاثیرگذاری بر افکار عمومی، تضعیف روحیه ملت و القای ناامیدی تعریف می‌کنند، ایشان می‌فرمایند:

جنگ روانی یعنی چه؟ هدف جنگ روانی، مرغوب کردن است کجا را می‌خواهند مرغوب کنند؟ ملت که مرغوب نمی‌شود. توده عظیم مردم که مرغوب نمی‌شود. چه کسی را می‌خواهند مرغوب کنند؟ مسئولان را، شخصیت‌های سیاسی را به قول معروف خود ما نخبگان را، اینها را می‌خواهند مرغوب کنند، کسانی که قابل تطمیعند، آنها را می‌خواهند تطمیع کنند. اراده‌ی عمومی را می‌خواهند تضعیف کنند، درک مردم از واقعیت‌های جامعه‌ی خودشان را می‌خواهند تغییر دهند هدف جنگ روانی این است.^۱

رهبری بارها بر نقش رسانه‌ها و فضای مجازی در این جنگ تاکید کرده‌اند رسانه‌های بین المللی، شبکه‌های اجتماعی و جریان‌های معاند یا استفاده از قدرت اقناع و تصویر سازی افکار عمومی را هدف قرار می‌دهند.

به وسیله این رسانه‌هایی که امروز دیگر خیلی آسان کرده رساندن هر حرفی را، هر دروغی را و تزیین کردن و توجیه کردن هر حرف غلطی را، دائم به اعماق ذهنیات جامعه چیزهایی را می‌رسانند... آنها را مأیوس کنند، اعتماد به نفس آنها را سلب کنند، اعتماد به مسئولین را از آنها سلب کنند، اتحاد ملی را تضعیف کنند. دائم در حال یک چنین کارهایی هستند و این کاری است که دشمن می‌کند.^۲

^۱ بیانات در اجتماع زانران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۸۶/۱/۱ khamenei.ir

^۲ بیانات در دیدار اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۴۰۰/۱۲/۱۹ khamenei.ir

از نظر رهبر انقلاب، جنگ روانی و تبلیغاتی دشمنان نه حرکتی پراکنده و تصادفی و بلکه فرآیندی دقیق و مهندسی شده است. ایشان در تبیین این نکته می‌فرمایند: هزاران شبکه‌ی مجازی را راه انداختند، دهها کانال تلویزیونی به راه انداختند، کانالهای ماهواره‌ای به راه انداختند، جوخه‌های ترور و انفجار درست کردند و به داخل مرز فرستادند چه از جنوب شرفی چه از شمال غربی. بمباران، دروغ، تهمت و شایعه را روی سر این ملت ریختند...^۱

ابزارهای دشمن در جنگ روانی و تبلیغاتی

از دیدگاه رهبری، دشمنان با استفاده از روش‌های متنوعی تلاش می‌کنند تا ذهنیت جامعه را هدف قرار دهند. مهم‌ترین این ابزارها عبارتند از:

۱ - تضعیف ایمان و باورهای دینی

ناتوی فرهنگی مفهومی است که اولین بار توسط مقام معظم رهبری حضرت آیت‌الله‌خامنه‌ای مطرح شد. ایشان با اشاره به سازمان یافته‌های فرهنگی غرب، آن را به سازمان‌های نظامی ناتو دانسته‌اند که در عرصه فرهنگ و اندیشه علیه ملت‌های مستقل به ویژه ملت ایران فعالیت می‌کنند. ناتوی فرهنگی در واقع بیانگر یک جریان هماهنگ و هدفمند از سوی قدرت‌های غربی برای استحاله‌ی هویت فرهنگی تضعیف بنیان‌های اعتقادی و تغییر سبک زندگی جوامع اسلامی است. هدف اصلی این جبهه‌ی فرهنگی، از بین بردن استقلال فکری و فرهنگی ملت‌ها و جایگزین ارزش‌های غربی به ارزش‌های بومی و دینی است. تضعیف ایمان و باورهای دینی، بی‌اعتمادی به نظام، گسترش اباحه‌گری، تغییر سبک زندگی خانواده‌های مذهبی و مصرف گرایی و فردگرایی و سکولاریسم فرهنگی از دیگر اهداف این هجمه است.^۲ ناتوی فرهنگی از ابزارهای متعددی استفاده می‌کند: از جمله رسانه‌های جمعی (ماهواره، فضای مجازی، سینما، موسیقی) تولید محتوای مرتبط با ذائقه‌ی نسل جوان، نفوذ در نظام آموزشی و دانشگاهی و ترویج شبهه‌ها و مفاهیم انحرافی از طریق شبکه‌های اجتماعی، تاثیر این هجمه‌ها را در خانواده‌های مذهبی می‌توان به

^۱. بیانیت در دیدار مردم قم، ۱۳۹۶/۱۰/۱۹، khamenei.ir

^۲. حبیبی، حمید، شهریور ۱۳۸۶، مقاله‌ی ناتوی فرهنگی، مجله انسان پژوهی دینی.

و کارآمد موردنیاز در بخش‌های سخت افزاری و نرم‌افزاری محتوایی و خدماتی در تمام ابعاد فضای مجازی را از وظایف شورای عالی فضای مجازی بیان می‌کنند.^۱

۳.۳. شبکه ملی اطلاعات

یکی دیگر از چیزهایی که در مدیریت کشور- که بتوانید کشور را اداره کنید- تاثیر دارد، مسئله فضای مجازی است؛ فضای مجازی خیلی مهم است. در مسئله فضای مجازی، آنه از همه مهم‌تر است، مسئله شبکه‌ی ملی اطلاعات است. متأسفانه در این زمینه کوتاهی شده، کاری که باید انجام بگیرد، انجام نگرفته؛ این {طور} نمی‌شود. اینکه ما به عنوان اینکه نباید جلوی فضای مجازی را گرفت، در این زمینه‌ها کوتاهی کنیم، این مسئله‌ای را حل نمی‌کند و منطق درستی هم نیست. خب امروز فضای مجازی مخصوص ما که نیست، همه‌ی دنیا امروز درگیرند با فضای مجازی؛ کشورهایی که شبکه ملی اطلاعات درست کرده‌اند و {فضای مجازی را} کنترل کرده‌اند به نفع خودشان و به نفع ارزشهای مورد نظر خودشان، یکی دوتا نیستند. بهترین کشورها، قوی-ترین کشورها، در این زمینه‌ها خط قرمز دارند؛ راه نمیدهند؛ خیلی از بخش‌ها ب فضای مجازی اعزام شده‌ی از سوی آمریکا و دستگاه‌های پشت سر و پشت صحنه‌ی این قضیه را راه نمی‌دهند؛ کنترل می‌کنند. ما هم باید کنترل کنیم؛ این کنترل کردن معنایش این نیست که ما ملت را از فضای مجازی محروم کنیم؛ نه، معنایش این نیست. امروز بهمنی از گزاره‌های درست و نادرست دارد روی سر مراجعین اینترنت ما فرود می‌آید؛ اطلاعات غلط، اطلاعات نادرست، اطلاعات مضر، شبه اطلاعات- بعضی چیزها اطلاعات واقعی نیست، اطلاع‌نمایی است- خب اینها دارد مثل یک بهمنی فرود می‌آید؛ ما چرا باید اجازه بدهیم این اتفاق بیفتد؟ ما چرا باید اجازه بدهیم آن چیزهایی که برخلاف ارزشهای ما است، برخلاف آن اصول مسلم‌ه‌ی ما است، برخلاف همان اجزا و عناصر اصلی هویت ملی ما است، به وسیله‌ی کسانی که بدخواه ما هستند، در داخل کشور توسعه پیدا کند؟ نه. کاری کنید که از منافع و سودها و بهره‌های فضای مجازی همه بتوانند استفاده کنند، سرعت اینترنت را افزایش هم بدهید- این کارهایی که باید انجام بگیرد، انجام بگیرد- اما در

۱. حکم انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴/۶/۱۴.

۲. مظاهری، عامل حسن آقا، صفری علی، مقاله "تحلیلی قرآنی راهکارهای مقابله با عملیات روانی دشمن در مکتب دفاعی امام خامنه‌ای"، ص ۱۸، بهار و تابستان ۱۴۰۲

آن چیزهایی که به ضرر کشور شما، به ضرر جوان شما و به ضرر افکار عمومی شما نیست؛ این چیز خیلی مهمی است؛ این کار باید انجام بگیرد. بنابراین، مسئله‌ی شبکه‌ی ملی اطلاعات هم خیلی مهم است.^۱

نمونه‌های عینی موفقیت آمیز

در یک نمونه‌ی موفق جهانی، شاهد بودیم که شخص رهبری نیز از این فرصت رسانه‌ای در بستر فضای مجازی به خوبی بهره‌مند شدند و با انتشار پیام‌هایی به جوانان اروپا و آمریکای شمالی (بهمن ماه ۱۳۹۳)، سیاست اسلام‌هراسی که توسط سران غربی در ماجرای عملیات‌های تروریستی داعش به شهرهای اروپایی کلید خورده بود را به چالش کشیدند و از همین فضای مجازی که سکان اصلی آن در دست غرب است، برای اقناع و رساندن مستقیم پیام خود استفاده کردند و این اقدام برجسته بسیار مورد توجه افکار عمومی دنیا واقع گردید. در این خصوص ایشان اذعان داشتند: «یک نکته‌ی دیگر این است که خدای متعال به این کار برکت داد؛ و اِلّا اول که بنده به این فکر افتادم و با دو سه نفر مشورت کردم در اینکه حالا نامه‌ای بنویسیم، به ذهنمان نمی‌رسید که این کار این مقدار گسترش و نفوذ و رونق پیدا کند؛ خدای متعال به این کار برکت داد. از خدای متعال تشکر کنیم و از او استمداد کنیم برای کارهایمان که به آن‌ها برکت بدهد. گاهی شما یک کلمه حرف می‌زنید، این در فضا گم می‌شود؛ گاهی یک کلمه حرف می‌زنید، خدای متعال این کلمه را در ذهن‌ها و اقطار عالم منتشر می‌کند؛ معنای برکت دادن این است.» (۱۳۹۶/۹/۱۲)

در واقع لازم به اشاره است که اگرچه در جبهه‌ی رسانه‌ای و جنگ نرم، حجم آتش جبهه باطل، بیشتر از ما بوده ولی در موارد متعددی، تحرکات و فعالیت‌های جبهه حق، وقتی همراه با اعطای برکت از سوی خداوند شد، اثرات عمیقی در تحولات جهانی ایجاد کرده است. به عنوان نمونه در جایی که منافع جبهه‌ی باطل در معرفی دین مبین اسلام به عنوان یک مکتب تروریست و داعش پرور بود، جمهوری اسلامی ایران با ساخت فیلمی همچون «محمد رسول الله و نمایش چهره رحمانی دین اسلام به واسطه اکران این فیلم در کشورهای مختلف، سیاست‌های پلید دنیای

^۱. بیانات در دیدار مسئولان نظام، ۱۳۹۶/۳/۲۲. شبکه ملی اطلاعات، جستار

غرب در قبال اسلام، به چالش کشیده شد؛ در این خصوص آیت‌الله جوادی آملی مفسر بزرگ قرآن کریم در دیدار با مجید مجیدی کارگردان فیلم مذکور، ضمن تقدیر از ساخت این اثر فاخر، در باب اهمیت هنر رسانه و سینما این نکته را متذکر می‌شوند که: «اگر کسی به صورت پیامبر در این عصر مبعوث می‌شد، گزاف نبود که با زبان هنر سینما بیاید.»^۱

پیشبرد روایت صحیح در ماجرای شهادت سردار سلیمانی. توضیح: پس از ترور سردار حاج قاسم سلیمانی در سال ۱۳۹۸، دستگاه‌های رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران موفق شدند با تولید گسترده سایبری (پوستر، کلیپ، هشتک‌های جهانی مثل #soleimani)، چهره‌ی مقاومت را در جهان تثبیت کرده و جریان اسلام‌هراسی و تروریسم دولتی آمریکا را منتشر کنند. دو سال از اقدام تروریستی آمریکا در به شهادت رساندن سردار سلیمانی می‌گذرد اما نه تنها فرمانده قدس سپاه پاسداران انقلاب اسلامی فراموش نشده است بلکه راه وی همچنان ادامه دارد و ایالات متحده آمریکا در پیشبرد هدف خود برای کاهش نفوذ ایران در منطقه شکست خورده است.^۲

^۱. نقل از مشرق نیوز، ۱۳۹۰/۴/۲۳

^۲. خبرگزاری فارس، ۶ دی، ۱۴۰۰. Farsnews.ir

نتیجه گیری

مطالعه حاضر نشان داد که راهبردهای مقابله با جنگ روانی و تبلیغاتی دشمن از منظر مقام معظم رهبری مبتنی بر سه محور بنیادین است: بصیرت، مقاومت فرهنگی و فناوری بومی. بصیرت به منزله‌ی نیرویی هدایتگر در برابر شبه‌افکنی و انحرافات دشمن، مقاومت فرهنگی به عنوان عامل اصلی حفظ هویت دینی و ملی در مقابله با هجمه‌های فرهنگی، و فناوری بومی به جهت تقویت استقلال علمی و تکنولوژیک کشور شناخته می‌شود.

این راهکارها مستلزم تبیین آسیب‌های صحیح، نهادینه سازی فرهنگ مقاومت، پرورش نیروی انسانی مومن و کارآمد، و تقویت زیرساخت‌های علمی و رسانه‌های کشور می‌باشد. بدین ترتیب، مقابله با جنگ روانی و تبلیغاتی نیازمند هم‌افزایی همه جانبه‌ی نهادهای فرهنگی، آموزشی، رسانه‌ها مبتنی بر عقلانیت انقلابی و نگاه آینده‌نگر خواهد بود.

منابع و مأخذ

۱. تقی زاده، حمید، تابستان ۱۳۹۰، جنگ نرم علیه انقلاب اسلامی و راهکارهای مقابله با تاکید بر فرمایشات مقام معظم رهبری، شماره ۲۹.
۲. جوانی، محمد، ۱۴۰۰، کتاب جنگ نرم + اصول و راهکارهای مقابله، تهران: دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، موسسه چاپ و انتشارات.
۳. حبیبی، حمید، شهریور ۱۳۸۶، ناتوی فرهنگی مجله انسان پژوهی دینی.
۴. خلیلی پور رکن آبادی، علی، نورعلی وند، یاسر، تابستان ۱۳۹۱، تهدیدات سایبری و تاثیر آن بر امنیت ملی، فصلنامه مطالعات راهبردی.
۵. سقلاطون، سمیرا، بهار ۱۴۰۲، ناتوی فرهنگی در خانواده‌های مذهبی و راهکارهای مقابله با آن.
۶. صفری‌نژاد، احمد، ۱۴۰۰، چگونگی تاثیر جنگ روانی حریفان بر امنیت آجا و ارائه راهکارهای مقابله با آن.
۷. عراقی، عبدالله و مصطفی، ۱۳۹۹، عملیات روانی در جنگ‌های آینده، انتشارات انجمن علمی مدیریت اطلاعات.
۸. مظاهری، عامل حسن، آقا صفری، علی. بهار و تابستان ۱۴۰۲، تحلیل قرآنی راهکارهای مقابله با عملیات روانی دشمن در مکتب دفاعی امام خامنه‌ای، نشریه مطالعات قرآن و علوم، شماره ۱۳.
۹. مرکز صهبا، بصیرت و استقامت در بیانات مقام معظم رهبری با ضمیمه فتنه، ویرایش دوم، ۱۳۹۱.
۱۰. وب سایت دفتر حفظ و نشر آثار آیت الله خامنه‌ای مدظله العالی. www.khamenei.ir
۱۱. پایگاه حوزه نت. <https://hawzeh.net>
۱۲. خبرگزاری فارس www.farsnews.ir
۱۳. خبرگزاری مشرق نیوز. <https://www.mashregnews.ir>