

الحمد لله
الرحمن
الرحيم



گزارش راهبردی سیاسی - ۱۵

تحلیل روانشناختی نفوذ در مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مرکز پژوهشی آرا

انديشكدهٔ سياست‌های راهبردی روشن آرا (اسرا)

ديارتمان امنيت ملي

ويرايش اول، بهار ۱۳۹۶

طراحی جلد و صفحه‌آرایی و چاپ: واحد گرافیک مؤسسه پیام‌رسان حکمت و اندیشه


غير قابل انتشار

داخلي و به منظور استفاده شخصی شما فرهیخته گرامی ارسال می‌گردد.


کلیه حقوق مادی و معنوی اثر متعلق به مرکز پژوهشی آرا می‌باشد.

شماره تماس: ۲ الی ۸۸۸۶۳۹۶۱-۰۲۱

ararc.ir



**تحلیل روانشناختی نفوذ
در مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران**



۶	مقدمه
۹	مفهوم‌شناسی نفوذ
۹	ابعاد نفوذ
۱۳	انواع نفوذ
۱۵	قدرت هوشمند: مروری بر سیر تحول در جنگ‌های مدرن
۲۰	رویکردها در مطالعه علمی نفوذ
۲۳	روانشناسی و مطالعه علمی نفوذ
۲۶	الف) روانشناسی یادگیری
۳۱	ب) روانشناسی اجتماعی
۳۴	ج) روانشناسی اندیشه و زبان
۳۷	د) روانکاوی
۴۲	روانشناسی سیاسی رهبران
۴۸	بسترهای روانی تأثیرگذاری بر سیاستمداران
۴۸	الف) کنش‌های ناهشیار روان
۵۱	ب) نیازهای روان رنجور
۵۸	ج) تیپ‌های شخصیتی
۶۱	د) هوش، مؤلفه‌ای مغفول در مطالعات نفوذ
۶۶	پرونده مذاکرات هسته‌ای ایران و ۵+۱
۸۱	چه باید کرد؟
۸۱	چگونگی مدیریت اقدام‌های روانی تأثیرگذار بر تصمیم‌های سرنوشت‌ساز
۸۳	منابع





مقدمه

گفتمان جمهوری اسلامی به عنوان یک الگوی هویتی و ارزشی متفاوت، همواره در مقابل گفتمان نظام سلطه قرار داشته است؛ پس سیاست مهار و مدیریت ایران با چشم انداز حداکثری تغییر نظام همواره در دستور کار آمریکا بوده است. این موضوع البته در مقطعی با رویکرد سخت نظامی و در مقطعی مانند فتنه ۸۸ با استفاده از الگوی براندازی نرم، پیگیری شده است. بر همین اساس، نباید انتظار داشت که حتی پس از توافق هسته‌ای نیز ایالات متحده به روند دشمنی و سیاست‌های مبتنی بر مهار، نفوذ، تغییر رفتار و براندازی نظام جمهوری اسلامی خاتمه دهد بلکه به عکس، شواهد نشان می‌دهد که نظام سلطه مترصد فرصتی است تا از فضای سیاسی و اقتصادی ناشی از برجام حداکثر استفاده را ببرد و طراحی‌های خود را علیه جمهوری اسلامی ایران تعمیق بخشد (مرادی، ۱۳۹۴).

به همین جهت، رهبر معظم انقلاب اسلامی با اشاره به نیت شوم دشمنان سلطه‌گر برای بازگشت و نفوذ در ایران اسلامی فرمودند: «بنده از چندی پیش گفتم مراقب نفوذی‌ها باشید؛ بعضی‌ها بیخود، برآشفته شدند؛ برآشفته‌گی ندارد. آمریکایی‌ها برای بعد از دوران مذاکرات هسته‌ای، یک نقشه برای داخل ایران داشتند، یک نقشه برای منطقه. این برای ما روشن بود و روشن شد. نقشه برای ایران داشتند، هنوز هم دارند؛ نقشه برای منطقه داشتند، هنوز هم دارند؛ دارند تلاش هم می‌کنند؛ می‌دانند که در مقابل اهداف پلید آن‌ها در منطقه چه کسی محکم ایستاده؛ این را هم می‌دانند و متوجه‌اند. خب، وقتی که دشمن برای داخل کشور برنامه دارد، چه کار می‌کند؟ از نفوذی استفاده می‌کند.»^۱

تلاش برای تغییر ادراک و انحراف در تصمیم‌گیری مسئولان نظام جمهوری اسلامی از جمله رویکردهایی بوده است که همواره نظام سلطه در کوران حوادث سیاسی علیه ایران استفاده کرده است. این رویکرد در نگرش راهبردی نظام سلطه به‌ویژه معطوف به مقاطعی است که آن‌ها احساس می‌کنند در برخی از قسمت‌های ساختار سیاسی کشور اشتیاقی برای تعامل با غرب وجود دارد؛ بنابراین عمده تمرکز این رویکرد بر دولتمردان سیاسی است و اساساً با استفاده از مجموعه‌ای از رویکردهای سخت و نرم، تلاش می‌کند نخبگان سیاسی کشور را در مسیر اهداف غرب هدایت کند و استحاله نظام را رقم بزند. نظام سلطه برای پیشبرد این روند از طرح فروپاشی شوروی برای جمهوری اسلامی ایران

بهره می‌گیرد که سابقه به‌کارگیری آن را می‌توان در اواسط دهه هفتاد شمسی نیز ملاحظه کرد. بر این مبنا، تلاش کرده‌اند رویکرد نخبگان سیاسی کشور را با اعمال فشارها و تهدیدهای فزاینده به سویی تغییر دهند که آنان احساس کنند «هزینه» تقابل با غرب و ایستادگی بر آرمان‌های انقلاب اسلامی، بسیار بیشتر از «فایده‌های» آن است. همین ایده و وجود گروه‌های سیاسی برانداز داخلی با سابقه انقلابی، زیربنای پروژه انقلاب رنگی نیز به‌شمار می‌آید؛ امری که مقام معظم رهبری با شناخت روند برنامه‌ریزی‌های نظام سلطه، بیان داشتند: «تنها امید دشمنان این است که انقلاب به دست کسانی به شکست برسد که خود در انقلاب نقش داشتند»^۱.

با این مقدمه، می‌توان به اهمیت و ضرورت تحلیل زمینه‌های نفوذ در مسئولان کشور پی برد. از آنجاکه دامنه و ابعاد نفوذ، متعدد و متکثر است نحوه ورود به مقوله تحلیل نیز متفاوت است. در این گزارش با ملاحظات و محدودیت‌های فراروی تحقیق، تلاش می‌کنیم تا از منظر روانشناختی زمینه‌ها و پیامدهای نفوذ در کارگزاران نظام را بررسی و تحلیل کنیم. برای دستیابی به «تحلیل روانشناختی نفوذ در مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران»، پاسخ به سؤال‌های ذیل ضروری است:

از منظر مفهوم‌شناسی، ابعاد و انواع نفوذ چیست؟

سیر تحول در تخاصم‌های مدرن (از جنگ سخت تا جنگ نرم) چگونه است؟

رویکردهای عمده در مطالعه علمی نفوذ کدامند؟

۱ بیانات رهبر معظم انقلاب در دانشگاه علم و صنعت، ۲۴/۹/۸۷

از منظر علم روانشناسی چگونه می‌توان به پدیده نفوذ نگریست؟
 دانش «روانشناسی سیاسی رهبران» چه دانشی درباره نفوذ در مسئولان ارائه می‌کند؟
 کنش‌های ناهوشیار روانی و تیپ‌های شخصیتی رهبران چگونه بسترهای نفوذ را فراهم می‌سازد؟
 از منظر اقدام‌شناسی نفوذ، عملیات روانی چگونه منجر به اثرگذاری بر سیاستمداران
 ما در پرونده توافق هسته‌ای ایران و ۵+۱ شد؟

مفهوم‌شناسی نفوذ

ابعاد نفوذ

نفوذ بدون شک پدیده‌ای چندلایه و پیچیده است که هدف از آن تغییر رفتار مردم و حاکمان و درنهایت استحاله از درون و براندازی خواهد بود. نفوذ دارای دو بعد فردی و جمعی است. در اولین سطح، ما با حیل‌ها و نفوذ شیطان در بعد فردی مواجه‌ایم. در متون دینی فتنه‌انگیزی‌های شیطان، ضعیف اما پیوسته توصیف شده است. در نگاه مقام معظم رهبری نفوذ به چهار بعد فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و امنیت، دسته‌بندی شده است. هرگونه بحث و بررسی نفوذ ابتدا نیازمند مروری اجمالی بر ابعاد نفوذ دشمن است:

• نفوذ امنیتی

یکی از ابتدایی‌ترین ابعاد نفوذ، نفوذی است که در ساختارهای امنیتی کشور اتفاق می‌افتد. این کارکرد را سرویس‌های امنیتی کشورهای رقیب عمدتاً در لایه‌های پنهان

استفاده می‌کنند. بی‌شک درباره ایران، مباحثی چون قتل‌های زنجیره‌ای و فتنه ۸۸ نتیجه برخی حفره‌های امنیتی بود. در مجموع در بسیاری از موارد، نفوذ فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و امنیتی به صورت مکمل و همراه با هم و نه به صورتی مجزا در خصوص کشور هدف از سوی کشورهای متخاصم استفاده می‌شود... «و ممکن است که جزو کم‌اهمیت‌ترین [ها] نفوذ امنیتی باشد. نفوذ امنیتی چیز کوچکی نیست اما در مقابل نفوذ فکری و فرهنگی و سیاسی، کم‌اهمیت است. نفوذ امنیتی، عوامل خودش را دارد، مسئولان گوناگون- از جمله خود سپاه- جلوی نفوذ امنیتی دشمن را با کمال قدرت ان‌شاءالله می‌گیرند.»^۱

• نفوذ اقتصادی

نفوذ در بعد اقتصادی با هدف شناسایی گلوگاه‌ها و فرصت‌ها و تهدیدهای محیط اقتصادی، صنعتی و تکنولوژیکی کشور استفاده می‌شود؛ به‌طور مثال آمریکایی‌ها درباره جمهوری اسلامی ایران از این کارکرد از نفوذ برای شناسایی کانال‌هایی که ایران برای دورزدن تحریم‌ها از آن استفاده می‌کرد، بهره‌برداری کردند. در میان انواع نفوذها «... البته کم‌اهمیت‌ترین آن، نفوذ اقتصادی است؛... نفوذ دشمن پایه اقتصاد محکم را متزلزل می‌کند. آنجایی که نفوذ اقتصادی کردند، آنجایی که توانستند خودشان را بر اقتصاد کشورها و ملت‌ها مثل یک بختکی سوار بکنند، پدر آن کشورها

۱ بیانات مقام معظم رهبری در دیدار فرماندهان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، ۹۴/۶/۲۵

درآمد... سرمایه خودش را می‌کشد بیرون یا تصرفاتی می‌کند که اقتصاد آن کشور به زانو در بیاید.^۱»

• نفوذ فرهنگی

شاید بتوان یکی از مهم‌ترین راه‌های نفوذ را نفوذ در حوزه «فرهنگ» جامعه و به موازات آن، زمینه‌سازی برای تغییر ذائقه فرهنگی جامعه دانست. همان‌گونه که «جوزف نای» با خوشحالی از شلوارهای جین آبی جوانان شوروی یا پخش سریال‌های آمریکایی در تلویزیون نیکاراگوئه در حین تضاد با حکومت آمریکا و آهنگ و شوهای تلویزیونی، به‌عنوان اثرات و منابع قدرت نرم آمریکا یاد می‌کرد، اینک نیز همان‌الگوی فرهنگی برای تغییر ارزش‌های فردی و سبک زندگی جامعه ایرانی به کار می‌رود. این تهدیدهای نرم‌افزاری که رهبر انقلاب از آن‌ها با عنوان «ناتوی فرهنگی» نام برده‌اند، برای کسب قدرت سیاسی با ابزار تخریب اخلاق، مصرف‌گرایی، بی‌اعتنایی به هویت ملی، دلبستگی به ارزش‌های آمریکایی و... اعمال می‌شوند. «(دشمن تلاش می‌کند) در زمینه فرهنگی، باورهای جامعه را دگرگون کند و آن باورهایی را که توانسته این جامعه را سرپا نگه دارد، جابه‌جا کند، خدشه در آن‌ها وارد کند، اختلال و رخنه در آن‌ها به‌وجود بیاورد. خرج‌ها می‌کنند؛ میلیاردها خرج می‌کنند برای این مقصود؛ این رخنه و نفوذ فرهنگی است.^۲»

۱ همان

۲ بیانات مقام معظم رهبری در دیدار فرماندهان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، ۹۴/۶/۲۵

• نفوذ سیاسی

اندیشکده «مرکز امنیت آمریکای نوین» (CNAS) در گزارش خود صراحتاً به این موضوع اشاره می‌کند که ایالات متحده باید از فضای به وجود آمده از مذاکرات هسته‌ای با ایران استفاده کند و شبکه حامیان غرب در ایران را فعال کند تا از این راه تغییرات سیاسی - فرهنگی در ایران به وجود آورد. این همان موضوعی است که می‌توان در گفتار دولتمردان آمریکایی از جمله باراک اوباما و جان کری نیز دید؛ بنابراین آمریکایی‌ها به دنبال ایجاد فضایی برای نفوذ در عرصه سیاسی کشور و یا تغییر در روندهای سیاسی و تصمیم‌گیری کشورند. برای دستیابی به این هدف نیز از سیاست‌هایی چون ایجاد دودستگی یا دوگانه‌سازی استفاده می‌کنند. خطاب قرار دادن عده‌ای به عنوان «مستعد»، «تجدید نظر طلب»، «نسل جوان» در اظهارات اوباما، یا «جوانانی که آینده می‌خواهند»، و همچنین قلمداد کردن مخالفین رابطه با آمریکا با عنوان «تندروها» در اظهارات جان کری، از همین دست دوگانه‌سازی‌ها و ایجاد شکاف در جامعه ایران است (رحمتی، ۱۳۹۴). این مشروط‌سازی و محدودسازی سیاست داخلی کشور، مستقیماً منجر به تقویت جناح‌های

۱ مرکز امنیت آمریکای نوین (CNAS: Center for a New American Security) در فوریه ۲۰۰۷ توسط دکتر کورت کمپبل و میشل فلورنوی در واشنگتن تأسیس شده است. این مرکز به‌عنوان سازمانی غیرانتفاعی، مأموریت رسمی خود را «توسعه سیاست‌های امنیت ملی و دفاع قوی، عمل‌گرا و اصولی برای بالا بردن امنیت ملی آمریکا» بیان نموده است؛ همچنین در قسمت دیگری از سند مأموریت CNAS آمده است: «بخش مهمی از مأموریت ما اطلاع‌رسانی و آماده‌سازی رهبران امنیت ملی امروز و فرداست». این مرکز، روابط بسیار نزدیکی با دولت اوباما داشت و همواره هم به‌عنوان منبع استعدادها برای وزارت دفاع و هم به‌عنوان بانسند فرود برای مقامات سابق وزارت دفاع عمل کرده است. «میشل فلورنوی» مدیرعامل جدید این اندیشکده و جانشین «رابرت ورک» است. وی از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۲ سمت معاونت سیاسی وزارت دفاع را به عهده داشت. مرکز امنیت آمریکای نوین در آخرین رده‌بندی دانشگاه پنسیلوانیا از اندیشکده‌های جهان، چهاردهمین اندیشکده برتر در آمریکا معرفی شد.

سیاسی غرب‌گرا خواهد شد و گام بعدی، طرح بازسازی‌شده فروپاشی شوروی در ایران است. در واقع همه این اقدام‌ها با هدف تهی کردن ساختار نظام از محتوای ارزشی آن صورت می‌گیرد. (مرادی، ۱۳۹۴). رهبر انقلاب در تبیین نفوذ سیاسی فرمودند: «نفوذ سیاسی هم این است که در مراکز تصمیم‌گیری و اگر نشد تصمیم‌سازی، نفوذ بکنند. وقتی دستگاه‌های سیاسی و دستگاه‌های مدیریتی یک کشور تحت تأثیر دشمنان مستکبر قرار گرفت، آن وقت همه تصمیم‌گیری‌ها در این کشور بر طبق خواست و میل و اراده مستکبرین انجام خواهد گرفت... برای آن‌ها بهتر این است که از خود آن ملت، کسانی در رأس آن کشور باشند که مثل آن‌ها فکر کنند، مثل آن‌ها اراده کنند، مثل آن‌ها و بر طبق مصالح آن‌ها تصمیم بگیرند؛ این نفوذ سیاسی است.»^۱

انواع نفوذ

تحلیل مقوله نفوذ، نیازمند تعیین سطح نفوذ از حیث مخاطب‌شناسی است. به نظر می‌رسد دو سطح، قابل تفکیک است: سطح نخبگان و مسئولان و سطح عام مردم.

الف) مسئولان و نخبگان

این رویکرد در نگرش راهبردی غرب عمدتاً معطوف به مقاطعی است که در بخش‌هایی از ساختار سیاسی کشور تمایلی برای تعامل با غرب وجود دارد؛ بنابراین عمده تمرکز این رویکرد بر دولتمردان سیاسی است و اساساً با استفاده از مجموعه‌ای

۱ بیانات مقام معظم رهبری در دیدار فرماندهان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، ۹۴/۶/۲۵

از رویکردهای سخت و نرم، تلاش می‌کند نخبگان سیاسی کشور را در مسیر اهداف غرب هدایت کند. نظام سلطه برای پیشبرد این روند از طرح فروپاشی شوروی برای جمهوری اسلامی ایران بهره می‌گیرد که سابقه به‌کارگیری آن را می‌توان در اواسط دهه هفتاد شمسی نیز ملاحظه کرد؛ از این رو «آماج نفوذ... عمدتاً نخبگان، عمدتاً افراد مؤثر، عمدتاً تصمیم‌گیران یا تصمیم‌سازان، این‌ها آماج نفوذند؛ این‌ها هستند که سعی می‌شود روی این‌ها نفوذ انجام بگیرد»^۱.

در این جهت مهم‌ترین هدف طراحان پروژه نفوذ «این است که محاسبات مسئولان را عوض کنند و تغییر بدهند؛ یعنی مسئول جمهوری اسلامی به این نتیجه برسد که با ملاحظه‌ی هزینه و فایده احساس کند که باید این اقدام را بکند، این اقدام را نکند... نفوذ برای این است که این محاسبات در ذهن مسئولان عوض بشود. آن وقت، وقتی نتیجه این بشود که فکر مسئولان و اراده‌ی مسئولان در مشت دشمن قرار بگیرد، دیگر لازم نیست دشمن بیاید دخالت مستقیم بکند؛ نه، مسئول کشور همان تصمی می‌را می‌گیرد که او می‌خواهد»^۲.

ب) مردم

بی‌تردید یکی از مهم‌ترین راه‌های نفوذ را نفوذ در حوزه «فرهنگ» جامعه و به‌موازات آن، زمینه‌سازی برای تغییر ذائقه فرهنگی جامعه دانست؛ از این رو «...آماج دوّم مردمنده.

۱ بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با فرماندهان گردان‌های بسیج، ۹۴/۹/۴

۲ بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اعضای مجلس خبرگان، ۹۴/۱۲/۲۰

باورهای مردم باید عوض بشود؛ باور به اسلام، باور به انقلاب، باور به اسلام سیاسی، باور به این‌که اسلام غیر از کارهای شخصی و وظایف عمومی هم دارد، حکومت هم دارد، جامعه‌سازی هم دارد، تمدن‌سازی هم دارد؛ باور به نفی این‌ها [جایگزین شود]. این‌ها باید از ذهن مردم زدوده بشود.^۱»

قدرت هوشمند: مروری بر سیر تحول در جنگ‌های مدرن

آغاز جنگ‌های مدرن به انعقاد قرارداد وستفاليا در سال ۱۶۴۸ برمی‌گردد که موجب پایان جنگ‌های مذهبی سی‌ساله در اروپا و پایه‌گذاری دولت‌های ملی مدرن شد. هرچند پیش از این قرارداد نیز موجودیت‌های زیادی مانند خانواده‌ها، قبایل، مذاهب، شهرها و امپراتوری‌ها با یکدیگر می‌جنگیدند و جنگ، همزاد انسان‌ها بوده است اما قرارداد وستفاليا جنگ را به انحصار دولت جدید درآورد (یزدان‌فام، ۱۳۸۷).

نسل نخست جنگ‌های مدرن از سال ۱۶۴۸ آغاز و تا سال ۱۸۶۰ ادامه داشت. نسل نخست جنگ‌های مدرن، جنگ تاکتیک‌های خطی و ستونی بود و در آن نبردها، رسمی و جنگ در میدان‌های نبرد مبتنی بر دستور صورت می‌گرفت. نبرد بر اساس دستور فرماندهان، یک فرهنگ و قشر منظم نظامی به‌وجود آورد که دارای ویژگی‌هایی بود که آن‌ها را از غیرنظامیان متمایز می‌ساخت. لباس‌های متحدالشکل، احترام نظامی، درجات و سلسله‌مراتب در نسل نخست جنگ‌های مدرن به‌وجود آمدند و فرهنگ

خاص نظامی را تقویت کردند. در اواسط قرن نوزدهم شیوه جنگ مبتنی بر دستور متزلزل شد. ارتش‌های توده‌ای، سربازانی که واقعاً آماده جنگ بودند (در قرن ۱۸ هدف اصلی یک سرباز فرار بود)، به دشمن حمله کردند. آن‌ها توپ‌های خود را پر کردند و با استفاده گسترده از آن‌ها به تدریج تاکتیک‌های ستونی و خطی جنگ را منسوخ نمودند و آن را به جنگی فداکارانه و ایثارگرانه تبدیل ساختند. این تحول، موجب افزایش بی‌نظمی در میدان‌های نبرد شد و مشکل اساسی بین فرهنگ نظامی منظم مبتنی بر دستور با بی‌نظمی‌های ناشی از آتش شدید توپخانه شکل گرفت. نسل دوم جنگ‌ها پاسخی به این تعارض و ناسازگاری بود. این نسل که از سوی ارتش فرانسه در طول جنگ جهانی اول و بعد از آن پرورش یافت، راه حل مسأله را در داشتن توان اجرای آتش انبوه می‌دانست که قسمت عمده آن، آتش غیرمستقیم توپخانه بود. هدف، تضعیف و فرسایش و نابودی دشمن بود و فرانسویان این را در قالب عبارت «پیروزی با توپخانه، تسخیر با پیاده نظام» بیان می‌کردند و فرماندهان همچون رهبر یک ارکستر عمل می‌کرد. در نسل دوم، پیروی و اطاعت از فرماندهان و حفظ سلسله‌مراتب، بسیار مهم‌تر از ابتکار و خلاقیت بود. نظم و سلسله‌مراتب از بالا به پایین و به صورت اجباری جریان داشت (یزدان‌فام، ۱۳۸۷). برخی از ویژگی‌های این نسل در نسل سوم ادامه یافت.

نسل سوم جنگ‌های مدرن، محصول جنگ جهانی دوم است اما به جای فرانسه ریشه در راهبردها و تاکتیک‌های آلمان دارد و ارتش آلمان آن را گسترش داد و عموماً به

جنگ برق‌آسا^۱ معروف است. نسل سوم جنگ بر توان آتش و فرسایش دشمن استوار نیست بلکه بر سرعت، غافلگیری و تفکر از یک‌سو و تحرک بالا و جابه‌جایی فیزیکی از سوی دیگر تأکید دارد. نیروی نظامی نسل سوم جنگ‌ها در پی دور زدن دشمن و غافلگیری آن از عقب است. شعار این نسل از جنگ از «نزدیک شو و نابود کن» به «دور بزن و غافلگیر کن» تبدیل شده است. نسل سوم جنگ‌ها، جنگ غیرخطی است. در این نسل نه تنها تاکتیک‌ها تغییر یافتند بلکه فرهنگ نظامی نیز دگرگون شد. در نسل سوم جنگ‌ها نیروهای نظامی نه بر فرآیندها و روش‌های درونی (آن‌گونه که در قرن نوزدهم بر میزان اطاعت نیروها بود) بلکه بر مسائل بیرونی، موقعیت دشمن و پیامدهای ناشی از موقعیت نیروها تمرکز می‌کنند. در این نسل ابتکارها بسیار مهم‌تر از فرمانبرداری و اطاعت بودند؛ اشتباهات احتمالی نادیده گرفته می‌شدند. در میان نیروها نه نظم تحمیلی بلکه نوعی نظم خود-اتکا به وجود می‌آمد که ویژگی اصلی آن عدم تمرکز و اهمیت بسیار زیاد خلاقیت نیروهاست. دو ویژگی خلاقیت و عدم تمرکز از نسل سوم جنگ‌ها به نسل چهارم جنگ‌ها منتقل شد.

تحول در نسل چهارم جنگ‌های مدرن در دو سطح کلان و خرد دیده می‌شود. دو تحول اساسی در سطح کلان به شکسته شدن انحصار دولت‌ها بر جنگ و بروز بحران مشروعیت دربارها سازمان دولت برمی‌گردد. در این نسل، دولت انحصار خود را بر جنگ از دست داد. در سراسر جهان، نیروهای نظامی، دولت‌های خود را با رقبای

غیردولتی همانند القاعده، حزب‌الله، حماس و فارک^۱ روبه‌رو دیدند و اغلب در همه‌جا این دولت بود که تضعیف می‌شد. بازیگران غیردولتی نه‌تنها در عرصه اقتصادی فعالند بلکه در حوزه امنیتی و نظامی نیز به‌سرعت فعال شده‌اند و اقتدار دولت‌های ملی را به چالش کشیده‌اند. به‌رغم ناتوانی دولت لبنان، مقاومت نیروهای حزب‌الله در جنوب لبنان دولت اسرائیل را به عقب‌نشینی از سرزمین‌های اشغالی وادار کرد. القاعده بزرگ‌ترین حمله را علیه سرزمین امریکا از زمان پیدایش این کشور انجام داد.

تحول دیگر در جنگ‌ها اهمیت یافتن ابعاد فرهنگی و افکار عمومی آن است. به نظر می‌رسد منازعه‌های سال‌های اخیر نه صرفاً در حوزه دولت‌ها بلکه در دنیای فرهنگ‌ها رخ می‌نماید. رویارویی، میان فرهنگ‌های متفاوت، نمود بیشتری یافته است. دنیای مسیحی با نیروهایی از جهان اسلام که ویژگی مذهبی پررنگ‌تری دارند روبه‌رو است. در سال‌های اخیر که در غرب خصوصاً در امریکا حضور مذهب در سیاست به‌شدت افزایش یافته است، رستاخیز جهان اسلام نیز روند روبه‌رشدی داشته است. همان‌گونه‌که ویلیام لیند می‌گوید: «بعد از سه قرن از زمان شکست امپراتوری عثمانی، در تصرف وین در سال ۱۶۸۳ و اتخاذ راهبرد دفاعی از سوی جهان اسلام، مسلمانان، بار دیگر راهبرد تهاجمی را از سر گرفته‌اند و در حال گسترش در خارجند».

در نسل چهارم جنگ‌ها مرزهای فیزیکی در هم ریخته است و افرادی زیادی از طرف‌ها در سرزمین‌های طرف مقابل حضور دارند. انسان‌ها در دوران متمادی همیشه برای

رسیدن به هدف‌های خود از روش‌های گوناگونی استفاده کرده‌اند. یکی از روش‌هایی که انسان‌ها بسیار در پی به‌کارگیری آن بوده‌اند، ابزار روانی است. از زمانی که بشر شروع به منازعه با یکدیگر نمود، عملیات روانی نیز وجود داشته است. (اخوان‌فرد و خسروی، ۱۳۹۳). به نظر می‌آید که در منازعات نسل چهارم به‌کارگیری تکنیک‌های عملیات روانی و بهره‌گیری از رسانه‌ها اهمیت بسیار بالایی دارد.

در این جهت، مبتنی بر دیدگاه‌های صاحب‌نظران برجسته آمریکایی در ادبیات حوزه امنیت، مفهومی با عنوان «قدرت هوشمند»^۱ ظهور کرد.^۲ قدرت یک حکومت ملی با ترکیب قدرت نرم و سخت به حداکثر می‌رسد. ژوزف نای این ترکیب و تلفیق را قدرت هوشمند نامیده است. وی معتقد است که ایالات متحده با توجه هرچه بیشتر به آن چیزی که کشورهای دیگر فکر می‌کنند و اقدام هماهنگ نظامی و اقتصادی موفق شده است، قدرتی هوشمند پدید آورد. قدرت هوشمند نه از جنس قدرت نرم و نه از جنس قدرت سخت است بلکه ترکیب توانمندی از این دو است. قدرت هوشمند

1 Smart Power

۲ باید اشاره داشت که این بحث به‌شکل مبسوط از یک کمیسیون دو حزبی معروف به کمیسیون قدرت هوشمند (CSIS: Com-mission on smart power) به ریاست مشترک با ریاست «ریچارد آرمیتاژ»، معاون وزیر سابق امور خارجه در دولت بوش، در سال ۲۰۰۷ ایجاد گشت. گروهی از اعضای جمهوری خواه و دموکرات کنگره، سفرای سابق، افسران بازنشسته نظامی و سران سازمان‌های غیرانتفاعی که توسط مرکز مطالعات استراتژیک و بین‌المللی در واشنگتن برگزار شد؛ به این نتیجه رسیدند که تصویر و نفوذ امریکا در سال‌های اخیر کاهش یافته است و باید سیاست خارجی ایالات متحده را از صادرات ترس به الهام‌بخشی، خوش‌بینی و تغییر داد. «جوزف نای» به همراه ریچارد آرمیتاژ، ریاست این کمیسیون را در مرکز مطالعات استراتژیک و بین‌المللی بر عهده داشت که در جهت شناساندن مفهوم قدرت هوشمند تشکیل شده بود. در گزارش نای و آرمیتاژ در این مرکز، قدرت هوشمند به معنای توسعه راهبرد منسجم، پایگاه منابع و درواقع جعبه ابزاری برای دستیابی به هدف‌هایی است که هم شامل قدرت نرم و هم قدرت سخت می‌شود (قاسمی، ۱۳۹۴).

به معنای ایجاد یک راهبرد همگرا، منابع محور و ابزارهای مناسب برای دستیابی به هدف‌های آمریکا مبتنی بر قدرت سخت و نرم است. قدرت هوشمند رویکردی است که روی ضرورت نیروی نظامی قدرتمند به همراه سرمایه‌گذاری کلان در زمینه اتحادها، همکاری‌ها و نهادها در همه سطوح تأکید می‌کند تا بدین سبب نفوذ آمریکا افزایش و اقداماتش مشروعیت یابد. در این معنا، تلاش در جهت امور مثبت برای آمریکا ضروری است؛ چراکه باعث می‌شود، آمریکا قدرتش را با منافع و ارزش‌های جهانی هماهنگ ببیند. ایالات متحده در گذشته از قدرت سخت و نرم در یک دوره زمانی استفاده کرد و با هریک از این دو به یک امر ضروری می‌پرداخت. آمریکا از قدرت سخت برای بازدارندگی شوروی سابق در خلال جنگ سرد و از قدرت نرم مبتنی بر طرح مارشال برای بازسازی ژاپن و اروپا و ایجاد نهادها و هنجارهایی که کانون نظام بین‌المللی هستند، استفاده می‌کرد اما بافت دنیای امروز، مجموعه‌ای از چالش‌ها را پیش روی کشورها قرار می‌دهد. به همین دلیل قدرت آمریکا نیازمند روش جدید فکر کردن است و این روش جدید، همان راهبرد قدرت هوشمند است.

رویکردها در مطالعه علمی نفوذ

جریان نفوذ، جریانی نرم و کند است که در قالب جنگ نرم برای رسیدن به اهداف سلطه و غلبه و تغییر در عرصه‌ها و حوزه‌های گوناگون اجتماع وارد می‌شود و با استفاده از همه سازوکارها بر اساس توجیه وسیله با هدف، فعالیت می‌کند. نفوذ به مثابه یک پدیده می‌تواند موضوع (سوبژه) بررسی برای حوزه‌های مختلف علمی واقع شود و

هریک از این حوزه‌ها مبتنی بر گزاره‌های پیش‌فرض خود، ابعاد و پیامدهای نفوذ را تحلیل و واکاوی می‌کنند. پژوهشگرانی که از منظر دینی به پدیده‌ای می‌نگرند ابتدا رویکرد خود را در ورود به بحث تعیین می‌کنند که این رویکرد می‌تواند مبتنی بر مباحث فلسفی - کلامی یا قرآنی - روایی باشد؛ بنابراین در این رویکرد و در چارچوب تفسیر قرآن و بهره‌گیری از مفاهیم روایی می‌توان دریافت که برای پدیده نفوذ در قرآن و روایات چه مؤلفه‌ها و نتایجی بیان شده است.

رویکردهای جامعه‌شناسانه در مطالعه نفوذ (به‌ویژه با تأکید بر حوزه ارتباطات) بر این پیش‌فرض متکی هستند که انسان از طریق یک دستگاه معرفتی درونی با محیط بیرون در ارتباط است. عناصری که اجزای اصلی این ساختمان معرفت درونی انسان را شکل می‌دهند، عبارتند از پیش‌فرض‌ها، واقعیت‌های مصنوعی یا مجازی، امور حقیقی، ارزش‌ها و هنجارها. در شرایط طبیعی انسانها در تعادل هستند اما زمانی که با ارتباطات جمعی، هنر و رسانه‌های نوین، پیش‌فرض‌ها، ارزش‌ها، واقعیت‌های مصنوعی و هنجارها در انسان تغییر کند، دستگاه سنجش انسان هم تغییر می‌کند و تعادل آدمی به هم می‌خورد. آن‌ها الگویی را بررسی می‌کنند که غرب، راهبرد نفوذ خود را بر اساس آن طراحی کرده است. استفاده از هنر، رسانه، جاذبه‌های جنسی، بمباران‌های تبلیغی، القائات دائم (شبکه‌های مجازی، ماهواره‌ای، اجتماعی و...) برای تغییر ذهن و دستگاه محاسباتی فرد و جامعه به‌منظور تغییر باور در عصر کنونی، زمینه‌ها را برای نفوذ فراهم می‌سازد.

رویکردهای تاریخی در مطالعه پدیده نفوذ، ناظر به مصداق‌یابی این پدیده در طول تاریخ و بهره‌گیری از آن در تبیین و پیش‌بینی وقایع است. یکی از برجسته‌ترین نظریه‌های صاحب‌نظران این حوزه پدیده آندولسیزاسیون (آندولسی کردن) جامعه اسلامی است. با مروری بر تاریخ اندلس می‌توان نقشه و راهبرد نفوذ دشمن را در این کشور به‌خوبی شناسایی کرد. دشمن با صبوری و برنامه‌ریزی‌ای پیچیده و با بستن پیمان‌ها و توافق‌های دوجانبه در زمینه‌های آزادی تبلیغات دینی، فعالیت‌های آموزشی، تجاری و اقتصادی برای مسیحیان توانست در قلب و ذهن مسلمانان نفوذ کند که نتیجه‌اش تغییر باورها و ارزش‌های اسلامی در میان حکمرانان و مردم آن زمان بود، به‌نحوی که رفتن به مجالس لهو و لعب و باده‌گساری از مصادیق روشنفکری و پایبندی به موازین دینی از مصداق‌های تعصب و فرومایگی انسان به شمار می‌رفت. روابط تجاری و فرهنگی با این کشور آسان شد و در پی آن، معلمان و مربیان مسیحی با ظواهری جذاب و فریبنده به نشانه تمدن فخیم مسیحی برای برگزاری دوره‌های آموزشی به این کشور آمدند و افراد فرهیخته و جوانان را به خود جذب کردند و درحقیقت در افکار و اذهان و باورهای آنان نفوذ کردند.

یکی دیگر از حوزه‌هایی که می‌توان از آن منظر به نفوذ نگریست، رویکرد روانشناسانه است. تحلیل روانشناختی پدیده نفوذ غالباً بررسی تکنیک‌های روانشناسی در پیاده‌سازی نفوذ در سطح خرد و کلان جامعه است. در ادامه مفصلاً این موضوع را بررسی خواهیم کرد.

روانشناسی و مطالعه علمی نفوذ

روانشناسی را به مفهوم امروزی کلمه علم مطالعه رفتار و فرآیندهای ذهنی (اتکینسون و هیلگارد، ۱۹۹۱) یا به تعبیر دقیق‌تر، علم مطالعه منظم رفتار، تجربه و فرآیندهای ذهنی و عوامل مؤثر در رفتار و چگونگی تغییر آن (شعاری‌نژاد، ۱۳۷۱؛ به نقل از شریعت‌نیا و مطلبی، ۱۳۹۰) معرفی می‌کنند. امروزه در مطالعات روانشناسی بجای سخن گفتن از یک دیدگاه یا یک رویکرد از رویکرد التقاطی که آمیزه‌ای از رویکردهای مختلف است، سخن به میان می‌آید. هم‌اکنون، کمتر روانشناسی را می‌توان یافت که با نگاه تک‌بعدی به امور بالینی یا تحقیقی اقدام کند؛ در عوض با رویکردهای مختلف با مبانی و اصول متفاوت و گهگاه متعارض رفتار انسان را تبیین می‌کنند.

علم روانشناسی عمری کوتاه دارد و به‌عنوان یک رشته علمی، کمی بیش از یک قرن از عمر آن سپری شده است؛ با این وجود، حیطة و قلمروی آن توسعه‌ای شگرف یافته و در چند دهه گذشته شاخه‌ها و گرایش‌های مختلفی از بدنه آن پدید آمده است؛ هرچند این گرایش‌ها گاه سیمایی افراطی و حتی مبتذل به خود گرفته است اما هریک از آن‌ها توانسته است برای زدودن آثار ابهام از حیطة مورد مطالعه خود گام‌هایی فراتر نهد و برخی حقایق مربوط به ماهیت انسان و ویژگی‌ها، علایق، منش‌ها و... ی او را آشکار سازد و ضمن افزایش دانش انسان درباره این موجود متکامل با توجه به تنوع اعمال و کنش‌های او روش‌های آزموده‌شده‌ای را نیز برای کنترل و پیش‌بینی رفتار وی در موقعیت‌های مختلف عرضه کند.

در ابتدا روانشناسی به منزله فردی‌ترین رشته علوم انسانی مطرح بود که حالت‌های روانی افراد را کاملاً مجزا از یکدیگر مطالعه می‌کرد اما به تدریج پیوندی بین روانشناسی و علوم اجتماعی و سیاسی برقرار شد و چندان پیش رفت که برای عده‌ای روانشناسی، مقوله‌ای صرفاً جمعی یا شدیداً متأثر از داده‌های اجتماعی قلمداد شد که باید از نو مطالعه شود (شریعت‌نیا و مطلبی، ۱۳۹۰)؛ بنابراین گوردون آلپورت در تعریف روانشناسی اجتماعی چنین می‌نویسد: «علم درک و تبیین چگونگی نفوذپذیری افکار، احساسات و رفتارهای افراد از حضور واقعی، خیالی یا ضمنی دیگران» (کریمی، ۱۳۸۵: ۸۱). از این تعریف چنین پیداست که تمامی رفتارهای آدمی اعم از پنهان و آشکار، موضوع روانشناسی است و هدف آن مانند همه علوم دیگر توصیف، تبیین، کنترل و پیش‌بینی موضوع مورد مطالعه آن رشته (رفتار) است.

توجه به کاربرد روانشناسی در عرصه سیاست، ریشه در تحولات قرن بیستم دارد و چنین توجه و اهمیتی را می‌توان در آثار لاول^۱ و لاسول^۲ دید. روانشناسی سیاسی^۳ از جمله حوزه‌های بین‌رشته‌ای روانشناسی است که وجوه مشترکی با روانشناسی اجتماعی، روانشناسی تبلیغات و جامعه‌شناسی دارد. عمر زیادی از ورود این اصطلاح به حیطه روانشناسی نمی‌گذرد. این حوزه به بررسی رفتار سیاستمداران اشاره دارد و در واقع می‌تواند از زیرشاخه‌های علم سیاست نیز باشد. تعریف جامعی که می‌توانیم

1 Lowell

2 Lasswell

3 Political Psychology

از روانشناسی سیاسی داشته باشیم به این صورت است: مطالعه ابعاد روانشناختی رفتار سیاسی و شیوه‌های بهره‌گیری رهبران، سیاستمداران و مسئولان از تدبیرها و راهبردهای روانشناختی. این نوع روانشناسی را هم می‌توان زیرشاخه رشته روانشناسی دانست و هم در حوزه شناختی سیاست.

بر اساس مطالعات انجام‌شده می‌توان تمام نظریه‌های روانشناسی سیاسی را به دو دسته عمده تقسیم کرد. یکی نظریه‌هایی که بر فرد و نقش او تأکید دارند و دیگری نظریه‌هایی که روانشناسی را در قالب جمعی به‌کار می‌گیرند. الف) نظریه‌های فردی روانشناسی که در اینجا مورد بحث قرار می‌گیرند، عمیقاً متوجه طبع آدمی، رفتار سیاسی انسان و عوامل مؤثر بر این رفتار ملانند توارث و محیط اجتماعی هستند؛ البته روانشناسان، منبع مشکلات و مسائل اجتماعی را نه در ساختار و سازمان‌های جامعه بلکه در خود فرد جستجو می‌کنند و به این دلیل چندان اعتقادی به فایده اصلاحات سیاسی یا کوشش در راه ایجاد جامعه‌ای بهتر ندارند. به نظر آن‌ها نارضایتی فردی ناشی از حالاتی است که در محیط‌های اولیه اجتماعی شدن فرد به وجود می‌آید؛ پس برای اصلاح جامعه اصلاح فرد را توصیه می‌کنند (شریعت‌نیا و مطلبی، ۱۳۹۰).

در چند دهه گذشته چهار گرایش از گرایش‌های مختلف روانشناسی، کاربرد بیشتری در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی به‌ویژه مطالعات عملیات روانی (و فنون و روش‌های آن) داشته است: ۱. روانشناسی یادگیری که موضوع ویژه مورد مطالعه آن یادگیری است. ۲. روانشناسی اجتماعی که رفتار فرد را در موقعیت‌های گروهی مطالعه می‌کند. ۳.

روانشناسی تفکر و زبان که تأثیر دوجانبه اندیشه و زبان و اثرهای روانشناختی واژه‌ها و سازوکار تأثیر واژه‌ها را بر نظام اندیشه فرد مطالعه می‌کند. ۴. روانکاوی که بسط استعاره‌های آن در اجتماع، کارکردی جدید به نظریه‌های آن داده است. اخیراً نیز رویکرد پردازش اطلاعات و نظریه‌های اسناد، کاربردهایی را برای کارشناسان عملیات روانی فراهم ساخته‌اند (الیاسی، ۱۳۸۳).

الف) روانشناسی یادگیری

شاید بتوان گفت یادگیری از عینی‌ترین و علمی‌ترین رشته‌های روانشناسی است؛ چون تقریباً تمامی قوانین و اصول و یافته‌های آن در نتیجه پژوهش‌های دقیق و کنترل‌شده آزمایشگاهی حاصل شده است و به همین دلیل، اعتبار و قابلیت تعمیم بالایی دارد. همان‌گونه که پیش‌تر یادآور شدیم، موضوع این رشته یادگیری است، پس شایسته است که پیش از هر چیز، هدف روانشناسان از آن پدیده مشخص شود. به باور بیشتر روانشناسان، یادگیری عبارت است از ایجاد تغییرهای نسبتاً پایدار در رفتار و یا رفتار بالقوه که از تجربه ناشی می‌شود و نمی‌توان آن را به حالت‌های موقتی بدن مانند آنچه بر اثر بیماری، خستگی یا داروها ایجاد می‌شود، نسبت داد (هرگنهان، ۱۹۹۳). از این تعریف می‌توان استنباط کرد که عملیات روانی نیز نوعی یادگیری است؛ زیرا کارشناسان عملیات روانی با ارائه اطلاعات و توسل به جاذبه‌های هیجانی در پی تغییر باورها، نگرش‌ها و نهایتاً تغییر رفتار مخاطبان هدف هستند یا به تعبیر دقیق‌تر عملیات روانی، عملیات برنامه‌ریزی‌شده‌ای است که به واسطه ارسال اطلاعات در پی

تأثیر بر هیجان‌ها، انگیزه‌ها و رفتار مخاطبان است؛ یعنی دقیقاً همان کاری که پیامد و نتیجه یادگیری است.

نخستین کاربرد نظریه‌های یادگیری در عملیات روانی را می‌توان به اصل جای‌گشتِ تداعی در نظریه ادوارد ثرندایک نسبت داد. بر اساس این اصل، تداعی بین موقعیت و پاسخی معین به موقعیت و پاسخ معین دیگری انتقال می‌یابد؛ یعنی نوعی یادگیری اتفاق می‌افتد. ثرندایک طی آزمایشی به کبوتران آموزش داد تا بین رنگ قرمز و سبز تمایز قائل شوند. برای این منظور او کبوتران را وقتی که به دکمه قرمز پاسخ می‌دادند ولی به دکمه سبز پاسخ نمی‌دادند، تشویق می‌کرد؛ یعنی به آن‌ها دانه می‌داد؛ بعد یک میله عمودی بر روی دکمه قرمز و میله‌ای افقی بر روی دکمه سبز قرار داد؛ سپس کم‌کم رنگ‌ها را محو کرد تا سرانجام کبوتران یاد گرفتند که بین دو میله تمیز قائل شوند؛ به عبارت دیگر او توانست تداعی از رنگ را به میله انتقال دهد.

این اصل در تبلیغات، کاربرد زیادی دارد. براساس این اصل مبلغان ابتدا شیء محرکی (مانند یک منظره خاطره‌انگیز، آبشار زیبا، زن یا مرد جذاب، یک شخصیت مورد احترام، یک پزشک، مادر و...) را که در افراد احساسات و هیجانات مثبت و خوشایندی ایجاد می‌کند، پیدا می‌کنند؛ بعد این محرک را با محصول خود (اعم از نوعی سیگار، بستنی و اتومبیل و حتی یک ایده و باور) آنقدر همراه می‌آورند تا محصول مورد نظر، همان احساس مثبت و خوشایندی را که با شیء محرک اصلی ایجاد می‌شد، تولید کند. طبیعی است که انسان نیز از بین چند محصول چیزی را انتخاب می‌کند

که ناخودآگاه احساس و هیجان مطلوبی در او تولید کند یا ایده و نگرشی را از آن خود می‌داند که در او احساس رضامندی و خرسندی پدید آورد.

اصل یادگیری نهفته ادوارد تولمن نیز کاربرد ویژه‌ای در عملیات روانی دارد. تولمن در آزمایش با موش‌ها دریافت، وقتی که ارگانسیم‌ها در معرض اطلاعات و مواد یادگیری قرارگیرند، آن را می‌آموزند؛ هرچند که ممکن است آن را تنها در شرایط مقتضی به عملکرد تبدیل کنند؛ از همین روی است که کارشناسان کمک روانی، قربانیان خود را در معرض بمباران اطلاعاتی قرار می‌دهند؛ چون می‌دانند افراد هدف آنان بر اثر تکرار به کمک دریافت اطلاعات متجانس و هماهنگ از مجاری مختلف اطلاع‌رسانی، آن را فرامی‌گیرند و در شرایط و موقعیت‌های مقتضی، ناخودآگاه به گونه‌ای عمل می‌کنند که مورد نظر مهاجمان عملیات روانی بوده است.

از دیگر کاربردهای نظریات یادگیری در عملیات روانی، استفاده از اصل تکرار است. دیرزمانی است دانشمندان در علوم یادگیری کشف کرده‌اند که تکرار موجب درونی‌سازی پیام یا مواد آموختنی دیگر می‌شود و به‌ویژه اثر آن، زمانی نیرومندتر است که تقویتی به دنبال داشته باشد. تکرار پیام‌های تبلیغاتی و تعقیب آن‌ها با نواها و صداهای دلنواز و دلنشین، درستی و اهمیت آن پیام‌ها را به مخاطب القا می‌کند؛ به عبارت دیگر هنگامی که مخاطب، پیامی را از مجاری مختلف دریافت می‌کند به‌ویژه زمانی که دریافت پیام احساس مطلوبی نیز در او تولید می‌کند، به خود اجازه نمی‌دهد که در درستی و حقایق آن پیام تردید کند.

تبلیغات شرطی یکی از پرکاربردترین فنون تبلیغات است که ریشه در نظریه یادگیری شرطی کلاسیک دارد. بر اساس این روش که بی‌شبهت با اصل جای‌گشت تداعی ثرندایک نیست، پیام با یک محرک یا عامل نامربوط، همراه و شرطی می‌شود و بدان وسیله در جامعه القا می‌گردد؛ مثلاً ممکن است کراوات و روشنفکری را که هیچ ارتباطی با یکدیگر ندارند با یکدیگر تداعی کنند و بعد از آن بیننده همواره آدم کراوات‌زده را فردی تحصیل‌کرده و فهیم بداند یا مثلاً ممکن است مرد شدن و سیگار کشیدن نوجوانان را با یکدیگر همراه سازند به گونه‌ای که نوجوان چنین بپندارد که مرد شدن زمانی میسر است که با سیگار کشیدن همراه باشد.

به نظر می‌رسد که بیشترین کاربرد نظریه‌های شرطی (به‌ویژه نظریه شرطی پاولف) در پدیده شستشوی مغزی است اما پیش از بحث در زمینه آن کاربردها، لازم است تعریفی نسبتاً جامع از این پدیده ارائه کنیم. شستشوی مغزی را می‌توان تلاش و کوشش منظم و حساب‌شده‌ای دانست که تحت شرایط تحمل‌ناپذیر و فشار برای تغییر اجباری عقاید، باورها و نگرش‌های فرد یا گروهی از افراد صورت می‌گیرد. از این تعریف به‌روشنی می‌توان دریافت که شستشوی مغزی، خود نوعی عملیات روانی و یا دست‌کم یکی از روش‌های خشن عملیات روانی است.

به باور بسیاری از کسانی که پدیده شستشوی مغزی را مطالعه کرده‌اند (کسانی مانند هانتز، ۱۹۵۲)، این پدیده ریشه در یافته‌های ایوان پتروویچ پاولف بانی نظریه شرطی کلاسیک دارد. پاولف در سن ۸۳ سالگی طی مجموعه گفتارهایی با عنوان

بازتاب‌های شرطی، آثار روانی استرسورها و روان‌نژندی‌های تجربی (نوروزهای تجربی) را در سگ‌ها و انسان‌ها بحث و بررسی کرد و نقش مهم استرس را در ایجاد اختلال در وظیفه و کارکرد مغز، آشکار ساخت؛ همچنین، پاولف در گفتارهای خود به یافته‌های مهم دیگری اشاره کرد و اذعان داشت که هرگاه دستگاه عصبی ارگانسیم‌های سطح بالا فراتر از ظرفیت پاسخگویی آن و به مدت زیادی تحریک شود، تمامی پاسخ‌های طبیعی آن‌ها صرف نظر از نوع مزاج دچار وقفه می‌شود. به‌طورکلی پاولف دریافت که در جریان شرطی کردن به روش‌های مختلف می‌توان تعادل ارگانسیم را مختل کرد و مقاومت روانی فرد را درهم شکست. برخی از روش‌های پیشنهادی او عبارتند از: ۱. افزایش شدت علامتی که ارگانسیم به آن شرطی شده است ۲. افزایش فاصله زمانی میان ایجاد و ارائه محرک شرطی و محرک غیرشرطی ۳. ایجاد ناهنجاری در علائم شرطی ۴. ایجاد اختلال جسمی

امروزه در برخی زندانها یا در اردوگاه‌های اسرا از شیوه‌هایی استفاده می‌شود که کمابیش با شیوه‌های مورد استفاده پاولف در ایجاد نوروز تجربی در سگ‌ها شباهت دارد. با روش‌هایی مثل محرومیت حسی و ایجاد اختلال جسمی، ایجاد ابهام، بازجویی‌های پی‌درپی و طولانی، تهدید، تغییر زندان‌بان‌ها و روش‌های رفتاری آنان و... ابتدا فرد را تا مرحله فراحاشیه‌ای پیش می‌برند، آنگاه مقاومت زندانی را درهم می‌شکنند و سپس از باورها، الگوی رفتاری جدید و تقویت‌کننده‌های مثبت (مانند پذیرش، تقویت اجتماعی، تسهیلات و...) بهره می‌گیرند؛ یعنی پس از آن‌که بر اساس نظریه یادگیری شرطی کلاسیک، الگوهای رفتاری و یادگیری پیشین فرد را درهم شکستند، از نظریه

یادگیری شرطی فعال و به‌ویژه برنامه‌های تقویت آن برای ایجاد و تداوم رفتاری جدید، سود می‌برند.

ب) روانشناسی اجتماعی

از جمله گرایش‌های مطرح در روانشناسی، روانشناسی اجتماعی است که بستر پیوند میان روانشناسی و علم سیاست را فراهم می‌آورد. روانشناسی اجتماعی به قانونگذار امکان می‌دهد که در وضع بهترین قوانین تلاش کند و در عین حال سیاستمدار را راهنمایی می‌کند تا مطلوب‌ترین سیاست را در پیش گیرد؛ در نتیجه می‌توان چنین گفت که روانشناسی سیاسی در قالب شاخه‌ای از روانشناسی اجتماعی تلاش می‌کند، شناخت دقیقی از جامعه در اختیار سیاستمداران قرار دهد برای مثال سیاستمداران مطرح همواره تبعات روانی سخنان و اعمال خود را در جامعه خویش رصد می‌کنند و می‌دانند که حرکت یا سخن نسنجیده در عرصه سیاست چه پیامدهای روانی ناگواری می‌تواند به دنبال داشته باشد. گوشزد کردن پیامدهای روانی سیاست‌ورزی سیاستمداران، بخش قابل توجهی از قلمرو روانشناسی سیاسی را تشکیل می‌دهد.

مقاوم‌سازی یا ترغیب از مباحث اساسی عملیات روانی است، روانشناسان اجتماعی نیز بیش از هر گروه دیگر در این زمینه تحقیق و مطالعه کرده‌اند. در میان روانشناسان اجتماعی نیز هاوُلند و همکارانش در دانشگاه ییل بیش از دیگران به این موضوع اهتمام ورزیده‌اند. آن‌ها طی بررسی‌های خود، موفق شدند مدلی ارائه دهند که امروزه

کاربردی گسترده در تبلیغات و عملیات روانی دارد. بر اساس مدل هاوُلند و دیگران در هر موقعیت متقاعدکنندگی، عناصر ذیل نقش مهمی دارند:

۱. منبع ارائه‌کننده پیام یا عامل عملیات روانی؛
۲. پیام، محتوا و ویژگی‌های آن؛
۳. زمینه، بافت و سازمان پیام‌ترغیبی؛
۴. مخاطب و ویژگی‌ها، خواسته‌ها و نیازهای او.

پژوهش‌ها نشان داده است که مقبول بودن منبع ارائه پیام، شرط ضروری مؤثر واقع شدن آن است. مهم‌ترین عواملی که منبع پیام را مقبول می‌سازند عبارتند از تخصص، جذابیت، قابل اعتماد بودن و شباهت داشتن به مخاطب. هنگامی که کارشناسان عملیات روانی در پی ارائه پیام و تغییر عناصر و نگرش‌های گروه‌های قومی، ملی و فرهنگی دیگری هستند، بهتر آن است که از عواملی استفاده کنند که مستقیماً با سازمان‌های عملیات روانی در ارتباط نباشند. این اقدام، مزایایی دارد که از آن جمله می‌توان به سپر بلا بودن عوامل و مقبولیت کافی آنان در نزد مخاطبان اشاره کرد.

نکته مهم در محتوای پیام، یک‌جانبه یا دوجانبه بودن آن است. هاوُلند و همکاران دریافته‌اند که پیام دوجانبه برای افراد دارای تحصیلات و تخصص بالا مؤثرتر است، در صورتی که پیام یک‌جانبه برای افراد عادی؛ یعنی کسانی که تحصیلات کمتری دارند، مؤثرتر است. یافته روانشناسان اجتماعی در زمینه محتوای پیام، آن است که اگر پیام برای مخاطبان، ناآشنا و دشوار باشد، بهتر است که نتیجه‌گیری صریح به عمل

آید ولی زمانی که پیام ساده است، بهتر است نتیجه‌گیری به پیام‌گیرندگان واگذار شود. اثر تقدم و تأخر نیز از جمله نکات مهم در نحوه ارائه پیام است. در اثر تقدم، استدلال‌های موافق مطرح می‌شود در حالی که در اثر تأخر، استدلال‌های موافق با دیدگاه و نظر مخاطبان در آخر پیام ارائه می‌گردد. اگر مخاطبان به پیام علاقه‌مند نباشند، اثر تقدم مؤثرتر از اثر تأخر است.

نخستین نکته مهم در ویژگی‌های مخاطبان عملیات روانی، تعهد آنان به ویژه تعهد رفتاری به نگرش یا ایده و باور مورد نظر است؛ چنانچه بتوان مخاطبان را در شرایطی قرار داد که به‌رغم میل باطنی و تحت تأثیر عامل عملیات روانی در حضور عموم، سخنانی را بر زبان جاری کنند یا عملی از خود نشان دهند؛ در نتیجه نگرش و باور آنان آن‌گونه خواهد شد که عامل عملیات روانی خواستار آن است. افزون بر این، ایجاد شرایطی که در آن مخاطبان احساس ناهماهنگی شناختی بکنند و دچار تعارض شوند، می‌تواند در تغییر نگرش‌ها و اعتقادهای آنان مؤثر باشد. عامل عملیات روانی، تنها زمانی می‌تواند از اثربخش بودن پیام خود مطمئن شود که از برخی ویژگی‌های شخصیتی مخاطبان (مانند اعتماد به نفس، منبع کنترل، نیاز به تأیید اجتماعی و...) آگاه باشد و پیام خویش را بر اساس آن ویژگی‌ها طراحی و اجرا کند. روانشناسان اجتماعی علاوه بر ارائه مدل متقاعدسازی هاوولند، روش‌ها و فنون دیگری را نیز ارائه کرده‌اند که کاربرد فزاینده‌ای در تبلیغات و عملیات روانی دارند. برخی از این روش‌ها به شرح ذیل است:

۱. برچسب‌زدن: بر اساس این روش برای نامگذاری افراد، اشیاء و گروه‌ها از اسامی و القابی (نظیر سرمایه‌دار، کمونیست، بنیادگرا، تروریست و...) استفاده می‌کنند که واکنش‌هایی هیجانی در مخاطب ایجاد می‌کند.
۲. کلیات درخشنده: در این روش از اصطلاحات کلی یا عمومی خوب و بدی (مانند پدری، مادری، مهم، نمونه و...) استفاده می‌شود که افراد زیادی را دربرمی‌گیرد؛ از این رو می‌تواند آنچه را که باب میل خویش است، بپذیرد.
۳. دسته‌واگن: در این روش کارشناسان عملیات روانی چنین وانمود می‌کنند که عده زیادی با پیام و نظر آنان موافقت می‌کند. به این دلیل مخاطب ممکن است احساس تنهایی نکند و برای اهتراز از رنج تنهایی امکان دارد که نظر خویش را تغییر دهد. مدسازان جهان عموماً با این روش می‌کوشند تا به مخاطبان خود القا کنند که بیشتر مردم از مدهای آن‌ها تقلید می‌کنند.
۴. افکار تحریف‌شده: در این روش، واقعیت با دروغ و فریب درهم می‌آمیزد و موضوع تبلیغات را در نظر مخاطب، حقیقت جلوه می‌دهد.
۵. انتقال: در این شیوه عامل عملیات روانی، موضوع خود را با نماد و سمبل مقبول و پذیرفته‌شده مردم همراه می‌سازد؛ در نتیجه به موضوع او نیز توجه می‌شود.

ج) روانشناسی اندیشه و زبان

واژه‌ها از ابزارهای اصلی تأثیرگذاری روانی‌اند. با به‌کارگیری ماهرانه و حساب‌شده واژه‌هاست که مخاطب تحت تأثیر قرار می‌گیرد. روانشناسی زبان و اندیشه نیز فرآیند

تحول زبان و نقش گفتار و واژه‌ها در نظم‌بندی فعالیت‌های ذهنی، چگونگی شکل‌گیری و تحول مفاهیم، بار عاطفی و هیجانی کلمات و ارتباط معنی و واژه را بررسی می‌کند؛ پس به‌خوبی می‌توان دریافت که این شاخه از روانشناسی نیز کاربرد خاصی در تأثیرگذاری روانی دارد؛ از همین روی، یادآوری پاره‌ای از این کاربردها خالی از فایده نیست:

۱. روانشناسان زبان دریافته‌اند واژه‌ها سرشار از قابلیت و واکنش در سطوح مختلف مغز و کارکردهای عالی ذهنی‌اند. هر واژه یا مجموعه‌ای از واژه‌ها، نوعی واکنش را در سطح‌های عالی ذهن به راه می‌اندازند؛ مثلاً واژه‌های لبریز از هیجان و احساس، آن بخش از کارکردهای عالی ذهن ما را فعال می‌سازد و ما را برای موضع‌گیری له یا علیه یک ایده، شخص یا نگرش برمی‌انگیزد.

۲. هر واژه واجد معنی و مفهوم خاصی است، به قول لوریا^۱ معنی، نظم‌پایداری از تعمیم‌هاست که در کلمه نشان داده می‌شود؛ یعنی نظامی که برای همه یکسان است اما مضمون، جنبه‌هایی از معنی کلمه را دربرمی‌گیرد که با واکنش‌های عاطفی و هیجانی گوینده در لحظه‌ای معین، سروکار دارد؛ در واقع میزان تبلور و انعکاس مضمون در واژه‌هاست که کشش و جاذبه‌ای در مخاطب به سوی پیام مورد نظر ایجاد می‌کند. هر قدر احساسی که در ورای واژه‌های یک پیام نهفته است، مشابهت بیشتری با زمینه و بافت ذهنی مخاطب داشته باشد یا بتواند احساس و هیجانی را در وی برانگیزد، درک و جذب آن واژه‌ها آسان‌تر صورت می‌گیرد اما اگر مضمون، قدرت نفوذ و ایجاد

کشش و حرکت از فردی به فرد دیگر را نداشته باشد، پیام اثربخش نخواهد بود.

۳. هر واژه نظام پیچیده‌ای از همخوانی‌ها را برمی‌انگیزاند و بدین ترتیب به صورت مرکز شبکه معنایی درمی‌آید. گذشته از آن، واژه حوزه‌های معنایی خاصی را که نقش مهمی در بازداری یا تهییج عاطفی دارد، فعال می‌سازد؛ به بیان دیگر هر محرک کلامی، بازتابی را ایجاد می‌کند و این بازتاب خود را در چند شاخص حرکتی، الکتروفیزیولوژیک و خودکار آشکار می‌سازد. هر چقدر واژه‌ای از نظر معنایی بسامد بیشتری داشته باشد، فرد آن واژه را با سهولت بیشتری به یاد می‌آورد و احتمال این‌که آن واژه واکنش‌های هیجانی و عقلانی را در او به وجود آورد، زیاد است.

۴. واژه‌ها علاوه بر آن‌که ابزار شناخت (اندیشه) و ارتباط تلقی می‌شوند، نقش مهمی نیز در نظم‌بخشی فرآیندهای ذهنی و جهت‌دهی بر عهده دارند. می‌دانیم که فرد، ابتدا واژه‌ها را از جهان خارج از خود دریافت می‌کند، سپس آن‌ها را درونی می‌سازد و به شکل گفتار درونی درمی‌آورد؛ پس از آن، گفتار درونی نیز فرد را برای انجام رفتارهای خاص برمی‌انگیزاند. کارشناسان عملیات روانی معمولاً مخاطبان را با واژه‌های متعدد آن‌قدر بمباران می‌کنند تا او بخشی از آن واژه‌ها را در حوزه شناختی خویش قرار دهد و آن‌ها را درونی بسازد؛ واضح است که پس از مدتی، بخشی از اندیشه و رفتار او متأثر از این واژه‌ها خواهد بود.

د) روانکاوی

در تاریخ روانشناسی نوین از زیگموند فروید به‌عنوان بنیانگذار مکتب روان‌تحلیلگری یاد می‌شود. فروید در بررسی شخصیت بر نقش پدیده‌های روانی تأکید و آن‌ها را از ۳ جنبه بررسی کرده است:

جنبه ساختاری: نخستین نظریه فروید درباره سازمان روانی و در قالب ساختاری با تکیه بر مفاهیم ناهشیار^۱، نیمه‌هشیار^۲ و هشیار^۳ ارائه شده است. در نگاه فروید بخش اعظمی از شخصیت آدمی، ناهشیار است و همین بخش، اصلی‌ترین جزء شخصیت انسان را تشکیل می‌دهد. بخش ناهشیار شخصیت، شامل کشاننده‌ها و امیالی است که تلاش می‌کنند به سطح هشیار شخصیت راه یابند. اندکی بعد فروید در دومین نظریه خود درباره سازمان روانی از سه مفهوم بن یا نهاد^۴، من^۵ و فرامن^۶ سخن به‌میان آورد. از نگاه فروید بن، بخش نفوذناپذیر شخصیت ماست و به تعبیری مترادف با ناهشیار است. این بُعد از شخصیت، همواره از اصل لذت تبعیت می‌کند و به قوانین منطقی اهمیتی نمی‌دهد. من برخلاف بن، نماد منطقی و عقلانیت است و تلاش می‌کند تمایلات بن را محدود سازد؛ در واقع من تلاش می‌کند تا تمایلات بن را برحسب

1 unconscious

2 subconscious

3 conscious

4 id

5 ego

6 suoerego

همتراز کردن با واقعیت برآورده سازد. فرامن جنبه اخلاقی شخصیت یا همان وجدان اخلاقی فرد را تشکیل می‌دهد.

در فرآیند رشد انسان و تکوین روانی فرد، فروید بر اهمیت نخستین مراحل کودکی (۵ سال اول) بسیار تأکید می‌کند. در نخستین دوران رشد انسان، حس تمتع و آزادی بسیار مشهود و پررنگ است؛ در واقع کودک بر مبنای اصل لذت عمل می‌کند. از سوی دیگر به دلیل زندگی اجتماعی، اصل لذت توسط اصل واقعیت محدود می‌شود. به عقیده فروید ایجاد محدودیت در مقابل امیال و سلیقه‌ها، ناکامی‌هایی را برای کودک به دنبال دارد. چنین فضایی زمینه بروز تضادهای اجتماعی را فراهم می‌آورد. برای رهایی از چنین تعارض‌ها و تضادهایی، افراد یا به سرکوبی امیال خویشان می‌پردازند یا از راه سازوکارهای دفاعی همچون جانشینی یا والاگرایی جهت امیال خویشان را به اموری که مطلوب جامعه است، تغییر می‌دهند.

از نگاه برخی روان‌تحلیل‌گران، جهان صنعتی امروز که نماد عقلانیت و اخلاقی بودن است، تضاد آشکاری با امیال و غرایز انسان دارد. در حوزه سیاست، روان‌تحلیل‌گران تبیین جالبی را ارائه می‌دهند. سیاست از نگاه بسیاری از افراد، خصیصه دوگانه دارد: مبارزه و همگونی؛ در واقع در یک سوی سکه سیاست اصل ستیزه‌گری، تضاد و پیکار دیده می‌شود و در سوی دیگر سکه، آرامش و آشتی. در نگاه روان‌تحلیل‌گران، عرصه سیاست عرصه تقابل و تعامل این دو بُعد است و بی‌تردید در نظر گرفتن یکی و فراموش کردن بعد دیگر انسان را از فهم ژرفای واقعیت‌های سیاسی دور خواهد کرد.

در نگاه روان‌تحلیل‌گران دو چهره متفاوت سیاست، نشان‌دهنده دو پهلویی احساسات کودک نسبت به والدینش است. زمانی پدر و مادر شرایط را چنان برای کودک فراهم می‌کنند که جز شادی و لذت چیز دیگری برای وی وجود ندارد ولی اندکی بعد همین پدر و مادر مانع و سد شادی و لذت کودک می‌شوند؛ به همین دلیل احساسی دوگانه در کودک شکل می‌گیرد: عشق در کنار نفرت به والدین و قدرشناسی در کنار کینه‌توزی. چنین احساسات دوگان‌های در مورد سیاست و قدرت نیز نمایان می‌شود که در نتیجه تعارض میان اصل لذت و اصل واقعیت به وجود می‌آید.

بی‌شک نوع رشد فرد در دوران کودکی، تأثیر مستقیمی در رفتار سیاسی او در بزرگسالی دارد. فروید برای تفهیم بهتر این ارتباط، دو تیپ رهبر و پیرو را مطرح می‌کند. در نگاه فروید این دو تیپ از نظر ساختمان روانی متفاوتند (میرلو، ۱۳۸۹):

تیپ پیرو: در این تیپ، من فرد رشد نیافته و فرمان حاکم است. حاکم شدن فرمان بدین معناست که کنترل‌های اجتماعی بر فرد تحمیل می‌شود و فرد بدون هیچ‌گونه مقاومتی پذیرای اوامر و نواهی است؛ در واقع در تیپ پیرو، فاصله میان بن و فرمان بسیار اندک است و فرمان سیطره کامل بر فرد دارد.

تیپ رهبر: در این تیپ، برخلاف تیپ پیرو من فرد به صورت کامل رشد یافته و فرد دارای ویژگی خودمحموری^۱ و خودشیفتگی^۲ است. در تیپ رهبر، فرد شیفته خودش

1 egoistic

2 Narcissistic

است و تنها خودش را دوست دارد و دیگران صرفاً به‌عنوان خادمان و خدمتگزاران وی تلقی می‌شوند. در تیپ رهبر، فرد نه به کسی عشق می‌ورزد و نه نیازمند عشق ورزیدن دیگری است.

برخی از روان‌تحلیلگران همچون آلفرد آدلر ریشه تجاوزطلبی، خشونت و قدرت‌طلبی را در پدیده جبران جستجو می‌کنند. آدلر معتقد است، احساس کهنتری^۱ خواهی (خودکم‌بینی) در قالب جسمی، روانی و اجتماعی موجب می‌شود که فرد درصدد جبران برآید و برای برتری‌جویی تلاش کند. نمونه بارز برای نظریه آدلر را می‌توان در زندگی تئودور روزولت دید. روزولت در دوران کودکی به لحاظ جسمانی ضعیف بود و همین نقص موجب شد که وی با کمیک برنامه ورزشی نظام‌مند، ضعف خود را جبران و برتری خود را در رسیدن به پست ریاست‌جمهوری آمریکا نشان دهد. در این میان آدلر در کنار احساس کهنتری از مفهوم عقده کهنتری نیز سخن به میان می‌آورد. آدلر معتقد است، هرگاه احساسات کهنتری در فرد به‌طور بیمارگونه تشدید شود، عقده کهنتری به وجود می‌آید. ریشه چنین عقده‌ای را می‌توان در پذیرش افراطی کودک یا طرد وی توسط والدین جستجو کرد. به اعتقاد آدلر افراد نازپرورده در دوران بزرگسالی به افرادی مستبد و خودرأی تبدیل می‌شوند و افرادی که در دوران کودکی طرد شده‌اند، در بزرگسالی به دشمنان اجتماع تبدیل می‌گردند و همواره برای انتقام‌جویی از دیگران تلاش می‌کنند. آدلر همچنین معتقد است که خشونت و

1 inferiority feeling

خودکامگی در واقع نشانه جبران تشدید احساس کهنتری است.

دیدگاه روانی اجتماعی در روانشناسی با نام روانشناس معروف اریک اریکسون^۱ پیوند خورده است. اریکسون درباره رشد روانی اجتماعی انسانو در واقع تحول شخصیت افراد در ۸ مرحله جداگانه به‌طور مبسوط، بحث کرده است. وی تلاش کرده است که تحول شخصیت فرد را با زندگی سیاسی اش مرتبط سازد. در این میان دغدغه اصلی اریکسون پاسخ به این سؤال است که چرا زندگی سیاسی برای برخی شخصی می‌شود؟ درحقیقت از نگاه اریکسون، سیاستمدار واقعی کسی است که زندگی سیاسی را شخصی کرده است ولی اریکسون به دنبال پاسخ به چرایی این مسأله است. او معتقد است که زندگی سیاسی سیاستمداران، منوط به تحلیل تجربیات دوران کودکی این افراد است. وی بیان می‌کند که بحران‌های به‌وجودآمده در هر یک از مراحل هشتگانه رشد روانی اجتماعی و حل نشدن آن‌ها منجر به شخصی کردن زندگی سیاسی می‌شود.

روانشناسی سیاسی رهبران

در چند دهه اخیر روانشناسی سیاسی به عنوان یکی از حوزه‌های میان‌رشته‌ای علوم سیاسی جایگاه خود را در مطالعات پدیده‌های سیاسی تا حد قابل توجهی تثبیت کرده است. این حوزه پژوهشی که حضور خود را با تکیه بر رویکردهای روانکاوی و روان‌تحلیلگری آغاز کرد، در سال‌های اخیر موفق شده است از سایر شعبه‌های روانشناسی خصوصاً روانشناسی شناختی در بررسی پدیده‌ها و تحولات سیاسی بهره بگیرد.

آنچه که امروزه در حوزه علوم اجتماعی و سیاسی به عنوان روانشناسی سیاسی رهبران نامیده می‌شود، حقیقتاً شکل بسط‌یافته و متحول مطالعاتی است که از نیمه اول قرن بیستم و با نام سایکوبیوگرافی^۱ یا زندگی‌نامه روانشناختی مطرح شد. این حیطه مطالعاتی در واقع از نخستین دستاوردهای نظری و بلکه کاربردهای مفاهیم و تئوری‌های مکتب روانکاوی در علوم انسانی بود. زیگموند فروید که پارادایمی جدید در علوم انسانی ابتدای قرن بیستم بنا نهاده بود، خود نخستین مطالعه رسمی در حوزه سایکوبیوگرافی را انجام داد (بنی‌جمالی، ۱۳۸۸).

در طول دهه‌های ۱۹۴۰-۱۹۱۰ به تاسی از روش فروید، مطالعه‌های متعددی درباره نویسندگان، هنرمندان و شخصیت‌های سیاسی و تاریخی برجسته انجام گرفت که عموماً به همان مشکلات نظری و روش‌شناختی کار فروید دچار بودند. مشکلاتی که ناشی

1 psychobiography

از این موارد بود: بی‌توجهی به اطلاعات زندگینامه‌ای، اصرار به گرفتن نتایج قوی از داده‌ها و اطلاعات ضعیف، مشکلات ناشی از بی‌توجهی به فضای فرهنگی هر دوره تاریخی و درگیر نشدن هرمنوتیکی با افق زمانه شخص، تقلیل‌گرایی در شکل توجه بیش‌ازحد به جنبه‌های روانشناختی و توجه کافی نداشتن به تأثیر زمینه تاریخی، سیاسی و اجتماعی در شکل‌گیری شخصیت، تقلیل‌گرایی در شکل محدود کردن جنبه‌های دوران‌شناختی و شخصیتی افراد به ابعاد آسیب‌شناختی و بالاخره تقلیل‌گرایی در تمرکز بیش‌ازحد بر تجربه‌ها و رویدادهای تلخ دوران کودکی و بی‌توجهی به کلیت زندگی فرد.

چندی بعد ظهور جنبش ناسیونال‌سوسیالیسم در آلمان و شخصیت نامتعارف هیتلر، سبب افزایش مطالعه روانشناختی درباره رهبران سیاسی و تشدیدکننده رویکرد آسیب‌شناختی در این حوزه شد. دفتر خدمات راهبردی سازمان سیا در آمریکا در این زمان، خود مشوق مطالعاتی در زمینه بررسی شخصیت هیتلر با هدف پیش‌بینی اقدام‌های بعدی وی در جریان جنگ جهانی دوم بود. در ۱۹۴۲ به سفارش این مرکز، پژوهشی درباره آدولف هیتلر انجام شد. با این حال از دهه ۱۹۶۰ و با آشکار شدن ضعف‌ها و کاستی‌های تئوریک و روش‌شناختی این مطالعات، این حوزه نیز دستخوش تغییراتی شد. کارشناسان این حوزه اینک خود را ملزم نمی‌دیدند که تحلیل شخصیت‌های‌شان را صرفاً بر اساس مفاهیم و تئوری‌های فرویدی پیش ببرند. شاگردان و پیروان فروید با فاصله‌گیری انتقادی از آموزه‌های وی، مکتب‌ها و نحله‌های فکری متعددی را بنا نهاده بودند. در سال ۱۹۶۵ سازمان سیا، مرکزی برای تحلیل شخصیت و رفتار سیاسی

با حضور روانشناسان بالینی و شخصیت، روانپزشکان، جامعه‌شناسان سیاسی، روانشناسان اجتماعی، متخصصان مطالعات درباره رهبران و انسان‌شناسان فرهنگی تشکیل داد که با نگرش جامع و میان‌رشته‌ای به بررسی رفتار سیاسی رهبران توجه کردند. تأکید آن‌ها عموماً بر شناخت انگیزه‌ها و عامل محرکه رهبران و تجربه‌های شکل‌دهنده به آن‌ها، علاقه‌های اساسی و کلیدی و شناخت و پیش‌بینی رفتار سیاسی رهبران کشورهای مختلف بود؛ ضمن آن‌که در کنار بررسی داده‌های بیوگرافی به تحلیل محتوای سخنرانی‌ها و مواضع این رهبران نیز اقدام می‌کردند. همچنین سایکوبیوگرافی سیاسی در قالبی روایی به تأثیر حوادث مهم زندگی در شکل‌گیری شخصیت رهبران و نیز بررسی ابعاد ویژه رفتار آن‌ها مرتبط با مواضع و کردارهای سیاسی مانند انگیزش‌های پایه، مشکلات روانی و شخصیتی، ایده‌آلهای سیاسی اصلی، نقش‌های سیاسی اولیه و شیوه رهبری و تصمیم‌گیری آنان توجه داشت. در این دسته از پژوهش‌ها معمولاً بررسی ابعاد رفتاری و شخصیتی رهبران در متنی بیوگرافیک و با هدف فهم الگوهای ثابت و پایدار کنش رهبران برای پیش‌بینی رفتار سیاسی آنان در آینده انجام می‌گرفت. در ۱۹۷۸ نخستین استفاده کاربردی از این مطالعات در حوزه سیاست خارجی انجام گرفت. در جریان مذاکرات صلح کمپ دیوید میان مصر و اسرائیل، یک گروه از کارشناسان روانشناسی سیاسی در دستگاه وزارت خارجه امریکا رفتار انور سادات و مناخیم بگین، رهبران مصر و اسرائیل، را از منظر روانشناختی بررسی و نتایج آن را به مذاکره‌کنندگان آمریکایی ارائه کردند. این بررسی‌ها ظاهراً آن‌قدر در شناخت انگیزه‌ها و مسائل شخصیتی این

رهبران و متعاقبا در پیشبرد مذاکرات مؤثر بود که ستایش کارتر رئیس جمهور وقت آمریکا را از این تیم مشاوره‌ای و درخواست گسترش خدمات روانشناختی در مذاکرات و تصمیم‌سازی‌های سیاسی بعدی را به دنبال داشت (بنی‌جمالی، ۱۳۸۸).

سایکوبیوگرافیک در حوزه روانشناسی سیاسی رهبران در طول چند دهه گذشته کماکان به رشد خود ادامه داده است؛ ضمن آن‌که با حوزه زندگی‌نامه روانشناختی نیز همواره در تعامل بوده است. جerald پست و استانلی رنسون^۱ از بهترین کارشناسان مطالعات طولی روانشناسی سیاسی به‌شمار می‌آیند و از جدیدترین کارهای آنان، بررسی‌هایی است که درباره صدام حسین و جرج بوش و رفتارشناسی این دو در جنگ خلیج فارس در ۱۹۹۰ انجام گرفته است. به‌موازات تداوم مطالعه‌های طولی سایکوبیوگرافیک در روانشناسی سیاسی، گرایش مهم دیگری نیز در این حوزه در دو دهه اخیر شکل گرفته که به مطالعات عرضی یا موضوعی موسوم است. این گرایش که عمدتاً پهناگر (و نه ژرف‌نگر)، متکی بر شیوه‌های کمی و عددی (در مقابل شیوه‌های کیفی)، تطبیقی و مبتنی بر روانشناسی اجتماعی و مطالعات سیاسی میدانی است، برآمده از شیوع رفتارگرایی و روان‌شناسی شناختی در علوم سیاسی و روانشناسی آکادمیک در سال‌های گذشته بوده است. مطالعه‌های عرضی یا پهناگر همچنان که از نام آن بر می‌آید بیش از توجه به داده‌های زندگی‌نامه‌ای و ارائه روایتی روانشناختی از کلیت شخصیت، متوجه ابعاد و ویژگی‌های خاصی در روانشناسی و رفتار سیاسی رهبران است.

1. jerald post and stanley renson

بررسی انگیزه‌های هدایتگر رهبران مثل انگیزه‌های قدرت، همکاری و آرمان‌خواهی؛ بررسی نظام شناختی آن‌ها شامل چارچوب‌های شناختی - مفهومی، پیچیدگی یا سادگی شناختی و سوگیری‌های ادراکی؛ بررسی رگه‌های شخصیتی مانند خلیات، سطح انرژی، ثبات رفتاری، خوش بینی یا بدبینی، رقابت و اعتماد؛ باورهای شناختی - سیاسی پایه مانند درک از مفهوم سیاست، درک از ماهیت سیاست جهانی، گرایش‌های صلح‌طلبانه یا جنگ‌طلبانه، هم‌گرایی یا واگرایی در سیاست بین‌الملل، تحلیل زبانی خطابه‌ها و ارتباط کلامی رهبران با توده‌ها؛ تیپولوژی‌های سیاسی رهبران از جمله تیپ‌های وسواسی، پارانوئید، خودشیفته و... و بلاخره سبک رهبری شامل شیوه تصمیم‌سازی، نوع روابط با مشاوران و دستگاه‌های بوروکراتیک، روش مذاکره‌های سیاسی و نوع تعامل با پیروان و شیوه بسیج اجتماعی از مهم‌ترین بررسی‌های موضوعی است که در بخش مطالعات عرضی حوزه روانشناسی سیاسی انجام می‌گیرد. این دسته از مطالعات از روش‌های کلاسیک روان‌تحلیلگری و روان‌پوشی فاصله گرفته و عمدتاً بر روش‌های محاسبه‌پذیر نظیر تحلیل محتوای کمی مکتوبات و سخنرانی‌های رهبران، تهیه کدهای عملیاتی و ایجاد نمودارهای آماری، تست‌های روان‌سنجی و پرسشنامه و بررسی‌های تطبیقی و مقایسه‌ای درباره ویژگی‌های رهبران مختلف در طیف‌های کمی و عددی متکی است. مطالعات عرضی و موضوعی به اقتضای طبیعت خود، کوتاه‌بُرد، محدود، جزءنگر، تطبیقی و غیربیوگرافیک هستند؛ ضمن آن‌که بیش از رهبران تاریخی به رهبران وقت نظام‌های سیاسی با هدف استفاده‌های کاربردی در دستگاه‌های سیاست خارجی، توجه می‌کنند. در دهه اخیر جهت‌گیری این دسته از مطالعات بیش‌ازپیش

به سوی روانشناسی شناختی رهبران و ارتباط آن با نظام انگیزشی و باورهای سیاسی آنان میل پیدا کرده است. مارگارت هرمان^۱ و کارن گوتاری^۲ از برجسته‌ترین کارشناسان مطالعات عرضی و موضوعی در حوزه روانشناسی سیاسی اند (بنی‌جمالی، ۱۳۸۸).

امروزه سایکوبیوگرافی یا زندگینامه روانشناختی سیاسی رهبران در گروه‌های روانشناسی، تاریخ و علوم سیاسی دانشگاه‌های آمریکا و اروپا جایگاه بهتری نسبت به گذشته پیدا کرده و متخصصان این حوزه دارای انجمن‌ها و نشریات بین‌المللی خاص خود هستند؛ البته این همه بدان معنا نیست که محققان روانشناسی سیاسی، رهبران و زندگینامه‌های روان‌شناختی سیاسی به جایگاه تثبیت‌شده در مطالعات انسانی و اجتماعی دست یافته‌اند. این حوزه‌ها همچون بسیاری از حوزه‌های بین‌رشته‌ای دیگر به لحاظ معرفت‌شناختی، روشی و مفهومی در معرض پرسش‌های بسیاری قرار دارند. شاید به خاطر همین چالش‌ها و انتقادهای باشد که امروزه بخشی از مطالعات روانشناسی سیاسی رهبران با هدف «علمی شدن» از سنت کلاسیک این حوزه فاصله گرفته و با تمسک به روش‌های کمی و محاسبه‌پذیر، خود را به روانشناسی دانشگاهی به‌ویژه شاخه رفتارگرایی آن نزدیک کرده‌اند. درمقابل، بخش دیگر ضمن وفادار ماندن به سنت روان‌تحلیلگری و روانشناسی شخصیت به روایت و بیوگرافی متمایل گشته است. این چالش‌ها شاید حاکی از آن باشد که روانشناسی سیاسی رهبران و زندگینامه‌های روانشناختی در مرحله گذار و حتی تغییر پارادایم قرار دارند. چه بسا حرکت اخیر این

1 Margaret Herman

2 karen kothari

حوزه یعنی نزدیک شدن به قالب بیوگرافی، حاکی از بازگشت به قالب و هدف طبیعی و نهایی خود یعنی درک و فهم تمامیت شخصیت از خلال روایت زندگی فرد باشد (همان). با این وجود، انباشت دانش روانشناسی در محتوای تحلیل روانشناختی رهبران تأثیر بسزایی داشته است. بی تردید دیدگاه‌های فروید، هورنای و لاسول در شکل‌دهی به این تحلیل‌ها بسیار اثرگذار بوده است. در ادامه جنبه‌های کاربردی دیدگاه این صاحب‌نظران را بررسی می‌کنیم.

بسترهای روانی تأثیرگذاری بر سیاستمداران

الف) کنش‌های ناهشیار روان

بی تردید نظریه‌های زیگموند فروید^۱ در زمینه روانشناسی در زمره پر آوازه‌ترین نظریه‌های معاصر است و از لحاظ نفوذ در ردیف نظریه‌های داروین و مارکس قرار دارد. گرچه بر اساس نظر فرویدشناسان، فروید علاقه محدودی به سیاست و حکومت داشت؛ با این وجود جوهری از اندیشه‌های فروید درباره پدیده‌های سیاسی‌ای چون خودکامگی، کیش شخصیت، جنگ و اعمال جمعی بیمارگونه بسیار تازگی دارد. اساس مکتب روانکاوی فروید این است که سرچشمه اغلب رفتارهای آدمی - اعم از فکری و جسمانی - ناخودآگاه است. یکی از مهم‌ترین کنش‌های ناهوشیار انسان مکانیسم‌های دفاعی^۲ هستند.

1 Sigmund Freud

2 defense mechanisms

مکانیسم‌های دفاعی شیوه‌های غیرارادی و ناخودآگاهانه هستند که من (Ego) به‌کار می‌گیرد تا از راه تحریف یا انکار واقعیت، موفق به کاهش اضطراب و مدارا با هیجان‌های منفی شود و موقتا تعادل و یکپارچگی شخصیت را تا یافتن راه حل واقعی حفظ نماید. فروید، ایده اعمال دفاعی ناخودآگاه روان را در سال ۱۸۹۴ مطرح ساخت. او وجود چندین مکانیسم دفاعی را قبول داشت اما عمده تمرکزش بر واپس‌رانی بود. آنافروید^۱ در سال ۱۹۳۶ نخستین مطالعه جامع و منظم درباره سازوکارهای دفاعی را معرفی کرد؛ البته این مکانیسم‌های دفاعی ویژگی‌های منحصر به فردی دارند (احمدوند، ۱۳۸۲: ۲۷؛ اتکینسون و همکاران، ۱۳۸۴، ج ۲: ۱۴۶) که در ذیل می‌آید:

الف) ناخودآگاه‌اند و فرد از فعالیتشان در رفع اضطراب آگاه نیست.

ب) قدرت سازگاری دارند و باعث تطابق بهتر فرد با عوامل نامساعد می‌شوند.

ج) نوعی خودفریبی تلقی می‌گردند؛ زیرا صرفاً شیوه ادراک فرد از موقعیت را عوض می‌کنند.

د) استفاده مفرط از آن‌ها نشانه ناسازگاری شخصیت است.

فروید (و نیز همکاران پس از او) مکانیسم‌های دفاعی متعددی را مطرح کرد که برخی از مهم‌ترین‌هايشانکه قابلیت بهره‌برداری مخرب از سوی رقبای در سطح سیاستمداران دارد، عبارتند از:

جابه‌جایی^۱: انتقال احساس روانی و حالت عاطفی است از یک شخص یا شیء که مبدأ آن بوده، به شخص یا شیء دیگری که معمولاً خطر و تهدید کمتری نسبت به منبع اصلی آن احساس دارد؛ به عنوان مثال مسئولی که به علت ناکامی در دستیابی به اهداف خارجی عصبانی است، به مخالفان داخلی اهانت می‌کند.

دلیل تراشی^۲: فرد پس از انجام عملی نامطلوب یا تفکری ناشایست (در نسبت با بستر فرهنگی و اجتماعی خود) برای فرار از احساس نگرانی، اضطراب یا گناه ناشی از آن با تراشیدن عذرهای کاملاً موجه، عمل خود را درست و منطقی جلوه می‌دهد. ضرب المثل «گر به دستش به گوشت نمی‌رسد، می‌گوید بدبوست» مصداق این مکانیزم است.

واکنش وارونه یا وارونه‌سازی^۳: گاهی فرد آرزوها و امیال ناپسند و غیرقابل قبول خود را سرکوب می‌کند و در عوض آرزوها و امیالی را که نقطه مقابل آنهاست، ایجاد می‌کند؛ همچنین مطالبی را بیان می‌کند که با امیال واقعی‌اش کاملاً متضاد است. وجود چنین مکانیزمی فرد را مستعد تظاهر و دورویی می‌سازد. متخصصان عملیات روانی با تشخیص این صفت در فرد مقابل، زمینه تحریک این سازوکار را فراهم می‌نمایند.

جبران^۴: وقتی شخص در یک زمینه با شکست و ناکامی روبه‌رو می‌شود یا احساس ضعف، حقارت و بی‌کفایتی می‌کند، سعی دارد در حوزه دیگری که شانس بیشتری

1 Displacement

2 Rationalization

3 Reaction Formation

4 Compensation

برای پیشرفت وجود دارد، تلاش کند و موفق شود. مبتنی بر این مکانیزم به‌عنوان مثال در فرآیند یک مذاکره، چنانچه رقیب بداند که فرد مقابل در حوزه‌ای احساس ضعف و بی‌کفایتی دارد، می‌تواند وی را به‌شکل ناهشیار به سوی سایر حوزه‌ها که در او احساس کفایت و رضایت ایجاد می‌کند، سوق دهد.

مانندسازی^۱: شخص، ناخودآگاه خود را در قالب فرد دیگری قرار می‌دهد یا خود را با او یکی احساس می‌کند. همانندسازی در رشد شخصیت اهمیت بسیاری دارد. گاهی افراد ضعیف که اعتماد به نفس ندارند، خود را با شخص مقتدر و محبوب، همانند می‌سازند و از قدرت او احساس قدرت و اعتماد به نفس می‌کنند. فراهوانی سیاستمداران برای تحصیل در کشورهای پیشرفته و ایجاد مقایسه و تحقیر فرهنگ و تمدن‌های بومی، می‌تواند شگردی برای راه‌اندازی ناهشیار در این سازوکار روانی باشد.

ب) نیازهای روان رنجور

کارن هورنای^۲ نظریه‌پرداز آلمانی است که در نظریه‌اش الگوی شخصیت را مبتنی بر عوامل اجتماعی می‌داند که تأثیر عوامل وراثتی در آن بسیار اندک است. هورنای معتقد است که اگر در خانواده کودک، اموری همچون تفاهم، احساس امنیت، محبت، گرمی و صمیمیت وجود داشته باشد، از پیدایش روان‌رنجوری پیشگیری می‌شود. در

1 Identification

2 karen horney

اندیشه وی، عامل اصلی‌ای که موجب شکل‌گیری روان‌رنجوری می‌گردد، اضطراب اساسی^۱ است که از دیدگاه او به «احساس جدایی و درماندگی کودک در دنیایی که بالقوه خصومتگر است» تعبیر می‌شود (برزگر، ۱۳۸۸).

هورنای با اهمیت دادن به تجارب اوان کودکی از جمله تعامل والدین با کودک بر آن باور است که والدین می‌توانند نیاز کودک به سلامتی و ایمنی را ارضا کنند یا موجب ناکامی آن شوند. در این مورد، زندگی کودک و چگونگی واکنش او در برابر آن، عامل شکل‌گیری ساخت شخصیت افراد است (شولتز، ۱۳۷۴). به عقیده هورنای، هر چیزی که رابطه مطمئن بین کودک و والدین را مختل کند، می‌تواند اضطراب ایجاد کند. علاوه بر این که اضطراب اساسی تنها مادرزادی نیست بلکه عوامل محیطی و اجتماعی همچون دید سلطه‌گرانه، نبود حمایت، وجود بی‌محبتی و رفتارهای متغیر بر آن اثر می‌گذارد. به نظر هورنای، شخصیت می‌تواند در سراسر عمر تغییر کند و هیچ چیز در رشد کودک کلیت ندارد. او با توجه به تأثیر شیوه رفتار والدین و پرستاران با کودک در حال رشد، ابراز می‌کند که هرگونه گرایش در کودک نتیجه رفتارهای اطرافیان و همه چیز به عوامل محیطی و اجتماعی وابسته است. کودک درمانده در دنیای تهدیدکننده در جستجوی امنیت خاطر است و تنها نیروی محرک رفتار انسان نیاز به سلامت، امنیت و رهایی از ترس است. عواملی وجود دارد که از طرف جامعه و به خصوص خانواده در کودک، اضطراب و احساس ناامنی ایجاد می‌کند؛ مهم‌ترین

1 principle of basic anxiety

این موارد عبارتند از تسلط زیاد، بی توجهی، رفتار بی ثبات، بی احترامی به احتیاج‌های کودک، توجه و محبت بیش از حد، نبود گرمی و صمیمیت کافی، تبعیض، محافظت شدید، واگذاری مسئولیت زیاد یا عدم آن، پرخاشگری و خشونت برای کسب احساس امنیت. هنگامی که این اضطراب تولید شده به دست اجتماع یا محیط، ظاهر می‌شود، بالطبع فرد شیوه‌های گوناگونی را برای کنار آمدن با احساس‌های اضطرابی خود به کار می‌بندد که برخی از شیوه‌ها ممکن است به صورت ویژگی‌هایی قوی در شخصیت فرد درآیند و به نیازها تبدیل شوند. از منظر هورنای، کشمکش‌های درونی ناشی از این نیازها در همه افراد بهنجار یا نابهنجار کمابیش وجود دارد، وجه شدید این نیازها را که در افراد نابهنجار دیده می‌شود، نیازهای روان‌آزردگی می‌نامند که نیازهای ذیل را در برقرمی گیرد (طاهری، ۱۳۸۹):

نیاز به محبت و مورد تأیید واقع شدن^۱: شخص ناگزیر است دیگران را خشنود سازد و مطابق انتظارهای آنان زندگی کند. توجه عمده‌اش به اطرافیان است تا نظر خوبی به او داشته باشند.

نیاز به شریکی که مسئولیت زندگی فرد را عهده‌دار شود^۲: شخص در زندگی به دنبال شریکی است که مسئولیت همه چیز را به عهده گیرد. این‌گونه اشخاص بی‌نهایت از رهاشدن و تنها ماندن هراسانند.

1 approval & affection
2 life in partner dominate

نیاز به تجدید زندگی در حصارهای تنگ^۱: خواسته‌های شخص از زندگی بسیار اندک است و ترجیح می‌دهد که تا حد امکان در گمنامی به سر برد. شخص به حجب و حیا بیش از هر امر دیگری اهمیت می‌دهد و همواره مراقب است که توجه کسی را به سوی خود جلب نکند.

* **نیاز به داشتن قدرت**^۲: میل به داشتن قدرت در شخص آنچنان قوی است که برای کسب آن حاضر است حتی به دیگران آسیب برساند.

* **نیاز به استثمار دیگران**^۳: این نیاز بیانگر آن است که شخص می‌خواهد از هر موقعیت سودمندی با بهره‌کشی از دیگران به نفع خود استفاده کند.

* **نیاز به اعتبار اجتماعی**^۴: میزان اعتبار اجتماعی شخص، عامل تعیین کننده ارزیابی او از خودش است.

* **نیاز به تحسین و تمجید**^۵: شخص از خود تصویری مبالغه‌آمیز و غرورانگیز دارد و انتظار دارد بر اساس این تصویر مجازی، تحسین شود.

* **نیاز به موفقیت**^۶: به علت احساس ناامنی اساسی، فرد خود را به سوی

1 life to limits constricted & narrow

2 power

3 exploitation

4 prestige

5 admiration personal

6 ambition or achievement personal

موفقیت‌های بیشتر و بزرگ‌تر سوق می‌دهد.

* **نیاز به خودکفایی و استقلال^۱:** از آنجاکه شخص از تلاش خود برای یافتن روابط رضایت‌بخش مأیوس شده است با پرهیز از پیوستن به دیگران به شکل شخصی منزوی یا گریزان درمی‌آید.

* **نیاز به کمالگرایی و مورد انتقاد واقع نشدن^۲:** به علت آن‌که شخص از اشتباه کردن و به دنبال آن مورد انتقاد واقع شدن واهمه دارد، می‌کوشد خود را مصون از خطا جلوه دهد.

درباره نیازهای دهگانه مذکور باید یادآور شد که این نیازها هیچگاه کاملاً برآورده نمی‌شوند و احیاناً با هم تعارض دارند و سرچشمه کشمکش‌های درونی واقع می‌شوند. هورنای نیازهای روان‌آزردگی را در سه طبقه یا سه تاکتیک اساسی تقسیم‌بندی کرد. او سه تیپ کلی شخصیت ناسالم را از یکدیگر متمایز نمود:

الف) شخصیت تسلیم‌گر (مهرطلب): کسی که این روش را دارد از این‌که صاحب قدرت شود، مأیوس است و حتی امید این را ندارد که بتواند روی پای خود بایستد؛ از این‌رو می‌خواهد از آزار و اذیت دیگران در امان باشد و ضمناً برای خود حامی و پشتیبانی فراهم سازد تا در زندگی او را یاری کند؛ بنابراین سخت می‌کوشد تا مورد

1 independence & sufficiency - self

2 unassailability & perfection

محبت دیگران واقع شود و همه او را دوست بدانند. برای دستیابی به این منظور، خود شخصا نسبت به دیگران اظهار محبت و خدمتگزاری و بندگی می‌کند و این وضع و حال را خصوصا نسبت به شخص یا مقامی که تکیه‌گاه خود می‌داند، ابراز می‌دارد. این شخص اگر در جلب محبت و حمایت دیگران شکست بخورد یا آنچه را در این زمینه به دست آورده است، از دست بدهد دچار ناراحتی روانی می‌گردد و احیانا از ضعف و ناتوانی و بیماری - غالبا خیالی و گاهی کاملا خیالی- نالان می‌شود به این امید که از این راه توجه و دلسوزی دیگران را نسبت به خود جلب کند. به‌طور خلاصه نیاز برای حرکت به سوی دیگران و نیاز به تأیید و محبت، ویژگی این افراد است.

ب) شخصیت جدا شده (انزواطلب): کسی که این روش را دارد، معتقد است که اجتماع سرچشمه همه ناراحتی‌ها و کشمکش‌ها و بدبختی‌هاست. او بدین جهت کسی را خردمند می‌داند که خود را از اجتماع برکنار نگهدارد. چنین کسی نه به دیگران کمک می‌کند و نه از آن‌ها یاری می‌طلبد؛ از این رو می‌کوشد که قائم‌بذات باشد و البته ناچار است چنین کند؛ زیرا می‌داند که به هنگام احتیاج، کسی به سراغش نخواهد آمد. این شخص به دنبال جاه و مقام و شهرت نمی‌رود، به آنچه دارد و به آنچه هست، قناعت می‌کند. خلاصه این که دوری جستن از مردم و نیاز به استقلال و کمال و زندگی انزواطلبانه، ویژگی این افراد است.

ج) شخصیت پرخاشگر (سلطه‌طلب): کسی که این روش را دارد، جهان را نسبت به خود دشمن می‌پندارد و معتقد است که باید همیشه برای دفاع یا تعرض آماده باشد؛ بنابراین

هدفش این است که نیرومند باشد و شعارش این است که حق همیشه با زورمندان است. این شخص تسلط و برتری خود را گاه با زورگویی و خشونت و گاه با نیکوکاری و دستگیری از مستمندان صورت می‌بخشد؛ زیرا در این حال نیز انگیزه او مسجل ساختن تفوق و برتری خویش است. حرکت علیه مردم و نیاز برای رسیدن به قدرت، استثمار دیگران و برخورداری از تحسین و پیشرفت، ویژگی این افراد است (برزگر، ۱۳۸۸).

هیچ یک از این تاکتیک‌ها به تنهایی راهبردهای واقع‌بینانه مقابله با اضطراب نیست بلکه آدم‌های متعادل هر سه راهبرد را به کار می‌گیرند و برحسب عوامل بیرونی و درونی، تمرکز خود را از یکی به دیگری برمی‌گردانند. اکنون سؤال این است: پس چه چیزی این راهبردهای انطباقی را روان‌رنجورانه می‌سازد؟ پاسخ هورنای به کارگیری بیش‌ازحد این روش‌های بین فردی است؛ پس هورنای با محوریت قرار دادن مفهوم خود یا خویش‌تن (self) معتقد است که از سه جنبه می‌توان آن را مطالعه کرد:

- * **خودِ عملی**^۱: جمع تمامی تجربه‌های فردی؛
- * **خودِ حقیقی**^۲: نیروی تام بی‌همتا و حس انسجام شخصیتی موجود در هر فرد؛
- * **خودِ آرمانی**^۳: تصویر ذهنی شکوهمند از خود که ارتباط تنگاتنگی با مفهوم جاری و امروزی خودشیفتگی^۴ دارد. خودپنداره آرمانی تصویر غلطی از شخصیت

1 self-actual

2 self-real

3 self-idealization

4 narcissism

آدمی ارائه می‌دهد و مانند نقابی ناکامل و گمراه‌کننده مانع از آن می‌شود که افراد روان‌رنجور خود واقعی‌شان را بشناسند و آن را بپذیرند. روان‌رنجوران با زدن این نقاب بر چهره وجود، تعارضهای درونی خود را انکار می‌کنند و خویش را برتر از آن می‌بینند که واقعاً هستند (شولتز، ۱۳۸۴).

هورنای عقیده داشت که تعارضهای اساسی شخص روان‌رنجور نه مادرزادی است و نه اجتناب‌ناپذیر بلکه از موقعیت‌های نامطلوب کودکی سرچشمه می‌گیرد؛ بنابراین اگر در خانواده کودکی تفاهم، احساس ایمنی و محبت وجود داشته باشد، از پیدایش روان‌رنجوری پیشگیری می‌شود (شولتز، ۱۳۷۴).

ج) تیپ‌های شخصیتی

هارولد لاسول^۱ مهم‌ترین پیرو فروید در حوزه کاربرد روانکاوی در سیاست بوده است. او از اولین دانشمندانی بود که تلاش کرد، روانشناسی را وارد سیاست کند. وی معتقد بود افرادی که زندگی‌شان را تماماً بر سیاست متمرکز کرده‌اند جوری رفتار می‌کنند که برخی از نیازهای شخصیتی اساسی خود را برآورده می‌سازند و اغلب اشخاص، رنج تجربه‌های هیجانی گذشته خود را به همراه دارند و گاهی وجود آن رنج‌ها را انکار می‌کنند و گاهی آن‌ها را بی‌اهمیت می‌شمارند.

1 harold lasswell

از سوی دیگر به نظر لاسول برخی از سیاستمداران از عقده حقارت رنج می‌برند و از احساس ناتوانی جنسی در هراسند. کوشش آن‌ها در راه پیشرفت شخصی، سرپوشی جهت احساس بی‌کفایی درونی است. لاسول استدلال می‌کند که برخی از سیاستمداران بزرگ دارای نارسایی‌های روحی یا جسمی بوده‌اند. به نظر وی همه انحراف‌های روحی (مانند عقده حقارت، ترس از پدر و خود شیفتگی) از لحاظ سیاسی خطرناکند. دیکتاتورهای تاریخ همه از این‌گونه انحراف‌های روحی رنج می‌بردند. به نظر لاسول وظیفه علوم سیاسی، جلوگیری از بروز خشونت است. لاسول معتقد به سیاست پیشگیرانه بود و اعتقاد داشت زندگی سیاسی، یکسره بیمارگونه است و ریخت‌های بیمارگونه زندگی سیاسی را تسخیر کرده‌اند. لاسول معتقد است، رهبر سیاسی اساساً شخصیت اقتدارطلبی است و این اقتدارطلبی ناشی از احساس بی‌کفایتی وی نسبت به خود در ذهن خودش است. او احساس می‌کند ناتوان از انجام اموری است که به او رضایت و خرسندی روانی می‌دهد و می‌خواهد این کمبود روانی را از طریق قدرت‌طلبی جبران کند. (شریعت‌نیا و مطلبی، ۱۳۹۰).

لاسول بر این باور است که افراد سیاستمدار به‌شکلی رفتار می‌کنند که بخشی از نیازهای شخصیتی اساسی خود را برآورده سازند. لاسول که در بیان دیدگاه‌های خود درباره الگوی رفتار سیاسی، متأثر از نظریه فروید در خصوص تحول شخصیت است، اعتقاد دارد که روش افراد در دنیای سیاست انعکاسی از نیازهای باقیمانده از دوران تحول شخصیت است (میرلو، ۱۳۸۹).

لاسول رهبران سیاسی را از نظر شخصیتی به سه ریخت آشوبگر، اصلاح‌گر و مدبر تقسیم می‌کند؛ البته ممکن است یک رهبر سیاسی دارای ویژگی‌های دو یا هر سه ریخت باشد (شریعت‌نیا و مطلبی، ۱۳۹۰).

ریخت آشوبگر، ریخت اقتدارطلبی است که شناسایی و حرمت لازم را از والدین و خانواده و محیط زندگیِ کودکی بدست نیاورده است؛ پس کاملاً به خودش گرایش و توجه دارد که همین سبب پیدایش یک خودشیفتگی قوی در او می‌شود و می‌خواهد آن کمبود عشق و عاطفه و حرکت را از راه جامعه پیدا کند.

ریخت اصلاح‌گر در نتیجه تعلیم و تربیت خانوادگی در دوران کودکی، اعتماد به نفس ندارد و ذهنش پر از شک و تردید است. همیشه دنبال پیدا کردن یقین است. کسانی که دنبال یقین مطلق هستند، بر عکس خواسته ظاهرشان در درون، احساس شک می‌کنند. شخصیت اصلاح‌گر لیبدوی خود را متوجه زندگی اجتماعی می‌کند و آن را برای تغییر محیط اجتماعی به کار می‌برد و اگر ببیند که بر اساس آن جهان را دگرگون کرده است، احساس شک و تردیدش کاملاً التیام می‌یابد. ریخت مدبر، کسی است که در زندگی خانوادگی، شناسایی، حرمت و اعتماد به نفس را کسب کرده و لیبدویش متوجه دیگران و زندگی اجتماعی است. او به دنبال خلاقیت در زندگی اجتماعی است و می‌خواهد شخص و شخصیت خود را به کمال برساند ولی برای دستیابی به شناسایی در شتاب نیست و بدین خاطر آشوبگر نیست. شک مطلق نسبت به نقش خودش ندارد که به دنبال یک اندیشه مطلق برود؛ بنابراین در زندگی سیاسی عمل‌گراست.

د) هوش، مؤلفه‌ای مغفول در مطالعات نفوذ

بی تردید امروزه دنیای سیاست بین‌الملل از ساختار منطقی تبعیت نمی‌کند، قدرت‌ها از توانمندی‌های علمی و نظامی سوءاستفاده می‌کنند و حقوق قانونی را نادیده می‌گیرند. قوانین دنیای سیاست هرگز نوشته نمی‌شود و به‌ندرت درباره‌اش بحث می‌شود. با این حال، سیاستمدارانی که از مهارت‌های سیاسی خوبی برخوردارند، می‌توانند از پایگاه‌های قدرت و نفوذ خود به شیوه‌ای مؤثر استفاده کنند. این افراد از هوش بالایی برخوردارند؛ از این رو یکی از مسائلی که موجب ایجاد هزینه برای ملت‌ها می‌شود، ضعف در هوشمندی مسئولان در مواجهه با دشمنان بالقوه و بالفعل کشورهاست.

از دیرباز، هوش عمومی^۱ به‌عنوان یکی از عوامل موفقیت فرد در زندگی، مطرح بوده است. هوش به‌منزله توانایی حل مسأله تعریف می‌شود. بدیهی است که سطح بالای هوش در ایجاد قدرت تشخیص و تصمیم‌گیری صحیح در افراد، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد؛ البته پژوهش‌ها نشان می‌دهد که بهره هوشی، تعیین‌کننده موفقیت در درازمدت نیست؛ به عبارت دیگر، همیشه این طور نیست که هر کس که هوش منطقی بالاتری داشته باشد، موفق‌تر باشد. در بعضی از موارد، افراد بسیار باهوشی را می‌بینیم که در عملکردشان موفق نیستند و بالعکس، افرادی با بهره هوشی کمتری را می‌بینیم که موفقیت‌های فراوانی را به‌دست می‌آورند. به‌علاوه، موفقیت، ابعاد متفاوتی دارد و لزوماً موفقیت فرد در یک زمینه و یک بُعد زندگی، بیانگر موفقیت در دیگر

1 intelligence quantity (IQ)

ابعاد زندگی نیست. افراد بی‌شماری را می‌بینیم که موفقیت تحصیلی دارند ولی در مسئولیت‌های اجتماعی بسیار ضعیف عمل می‌کنند؛ سخنور موفقی هستند ولی در برنامه‌ریزی روزانه خود، دچار مشکل می‌شوند؛ افراد تحصیلکرده‌ای هستند ولی مدیر ناکارآمدی‌اند... اگر هوش یک فرد، تضمین‌کننده موفقیت فرد در عملکردهاست، چرا همیشه بدین‌گونه نیست؟

اکنون پاسخ این پرسش‌ها را تفاوت در «هوش هیجانی»^۱ افراد می‌دانند. ارسطو، هوشمندی هیجانی را «عصبانیت نسبت به شخص صحیح، با درجه صحیح، در زمان صحیح، با هدف صحیح و به شیوه صحیح» می‌داند. هوش هیجانی، یک توانایی جدا از «هوش منطقی» به حساب می‌آید که با آن تناقض ندارد ولی وجود هر دوی آن‌ها در یک فرد، باعث موفقیت او می‌گردد. کسی که از هر دو هوش منطقی و هیجانی بالایی برخوردار است، می‌داند که چگونه هیجاناتش را کنترل کند و هوش منطقی خود را در راه صحیح به کار گیرد اما کسی که هوش هیجانی پایینی داشته باشد ولو آن‌که هوش منطقی خوبی داشته باشد، رفتاری‌های زیادی در زندگی خواهد داشت.

در عرصه‌های اجتماعی اما مفهومی با عنوان هوش سیاسی^۲ نیز مطرح می‌شود. هوش سیاسی مانند یک پادزهر در شرایط پُر استرس عمل می‌کند. هوش سیاسی می‌تواند به جلوگیری از استرس و مدیریت امور کمک کند. کسانی که هوش سیاسی بالایی

1 emotional quantity (EQ)

2 political quantity (PQ)

دارند، می‌توانند به‌طور مؤثر از شرایط استفاده کنند. چنین افرادی کنترل درونی و اعتماد به نفس بالایی دارند.

ابعاد و مؤلفه‌های شناخته‌شده برای هوش سیاسی متفاوت است ولی همه آنها با قدرت، نفوذ، درایت و سیاست افراد رابطه دارند.

البته باید به تفاوت میان هوش سیاسی و مهارت‌های سیاسی توجه نمود. هنگامی که از مهارت سخن به میان می‌آید، نوعی آموزش‌پذیری و انتقال‌پذیری در آن وجود دارد؛ بنابراین برخی محققان بر استفاده از عبارت مهارت‌های سیاسی تأکید دارند. فریس و همکارانش (۲۰۰۵)، ابعاد مهارت سیاسی را این‌گونه بیان نموده‌اند:

الف) هوشیاری اجتماعی: به توانایی درک درست آنچه در اطراف فرد جریان دارد، اطلاق می‌شود.

ب) نفوذ فردی: به داشتن شخصیتی متقاعدکننده گفته می‌شود.

ج. توانایی شبکه‌ای: افرادی که در گسترش ارتباطات، کارآزموده و در برقراری روابط با دیگران دارای توانمندی بالایی هستند.

افرادی که هوش سیاسی بالایی دارند، همیشه به نفع اهداف ملی کار می‌کنند و منافع جامعه را در نظر دارند تا بتوانند در فرصت‌های مناسب از این امتیاز خود استفاده کنند و در بحران‌های به‌وجودآمده، موفق شوند. آنها عموم مردم را شریک خود می‌دانند

و چیزی را از ایشان مخفی نمی‌کنند و همین، زمینه اعتماد مردم را فراهم می‌کند. چنانچه گذشت ابعاد بیان‌شده توسط فریس و همکارانش بیشتر معطوف به اجتماع است؛ در واقع، این ابعاد بیشتر در زمره مهارت‌های سیاسی قرار دارد تا در زمره ابعاد هوش سیاسی.

• اقدام‌شناسی روانی نفوذ در محاسبات مسئولان (مروری بر یک پرونده)

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، آمریکایی‌ها به دنبال ایجاد فضایی برای نفوذ در عرصه سیاسی کشور و یا تغییر در روندهای سیاسی و تصمیم‌گیری کشورند. برای دستیابی به این هدف نیز از سیاست‌هایی چون ایجاد دودستگی یا دوگانه‌سازی استفاده می‌کنند. خطاب قرار دادن عده‌ای به‌عنوان «مستعد»، «تجدیدنظرطلب»، «نسل جوان» در اظهارات اوپاما یا «جوانانی که آینده می‌خواهند» و همچنین قلمداد کردن مخالفین رابطه با آمریکا با عنوان «تندروها» از همین دست دوگانه‌سازی‌ها و ایجاد شکاف در جامعه ایران است. نمود بارز و ترجمان این سیاست را نیز می‌توان در اظهارات رئیس‌جمهور آمریکا چند روز بعد از مذاکرات وین در ۱۹ مردادماه (۱۱ آگوست ۲۰۱۵) در مصاحبه با وب‌سایت مایک «Mic» دید. وی بیان داشت «در داخل ایران باید گذار صورت بگیرد حتی اگر تدریجی باشد. گذاری که طی آن درک شود که شعار مرگ بر آمریکا و انکار هولوکاست توسط رهبران ایران و تهدید اسرائیل به نابودی و دادن اسلحه به حزب‌الله - گروهی

1 Obama On Iran Deal: 'Attitudes Will Change'. <http://www.npr.org/sections/itsallpolitics/2015/08/11/431277202/obama-on-iran-deal-attitudes-will-change>

که در فهرست تروریستی قرار دارد- و کارهایی از این دست؛ از ایران در چشم بخش اعظم جهانیان، کشوری طردشده می‌سازد». باراک اوباما ادامه داد: «به شما قول می‌دهم در لحظه‌ای که رژیم ایران از این نوع گفتار و رفتار دست بردارد، بلافاصله در چشم جهانیان نفوذ و قدرت بیشتری پیدا خواهد کرد. امید من این است که چنین اتفاقی بیفتد. چنین امری نیازمند تغییر در سیاست و رهبری ایران است. تغییر طرز فکر در زمینه رویکرد ایران به بقیه جهان و رویکردشان به کشورهای مثل ایالات متحده».

در این مسیر، بهره‌گیری از تکنیک‌های روانشناختی یکی از حربه‌های دشمنان است. انسان از لحاظ روانشناسی، یک سیستم است که مجموعه‌ای درون‌داد (اطلاعاتی که به فرد داده می‌شود) و مجموعه‌ای برون‌داد دارد. اگر شما بتوانید درون‌داد و اطلاعاتی را که به ذهن او وارد می‌شود به‌نوعی کنترل کنید تا حدودی می‌توانید رفتار برونی او را هم کنترل نمایید. وقتی ورودی یک کارخانه کنترل شود، خروجی آن نیز در کنترل است. در نبرد نرم، همین کار صورت می‌گیرد. اطلاعات مورد نیازی که ظاهراً مفید است به فرد داده می‌شود اما این اطلاعات ممکن است «درست»، «گزینه‌شده» یا «اشتباه» باشد. نهایتاً رفتاری که از فرد سر می‌زند، رفتاری است که شما مایلید صورت بپذیرد؛ البته نخبگان، هر خبری را که می‌شنوند، نمی‌پذیرند، ابتدا با شک و تردید برخورد می‌کنند؛ زیرا خود، یک سیستم گزینه‌شناسی دارند؛ از همین رو برای این که اطلاعاتی را به نخبگان انتقال دهند، لازم است از فرآیندهای پیچیده روانشناختی استفاده کنند.

پرونده مذاکرات هسته‌ای ایران و ۵+۱

پرونده هسته‌ای به‌عنوان اصلی‌ترین چالش سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در سال‌های اخیر، مسأله‌ای است که در طول سال‌های گذشته توجه مسئولان را به خود معطوف داشته و چاره‌اندیشی برای مدیریت بهینه و مبتنی بر منافع ملی کشور در این ارتباط به مأموریتی اساسی برای نظام تبدیل شده است.

از میان کشورهای طرف گفتگوی ایران در قالب گروه ۵+۱، ایالات متحده آمریکا، مهم‌ترین کشوری است که به دلایل گوناگون، انگیزه و تأثیرگذاری قابل تاملی بر روند این پرونده و چگونگی هدایت فضای روانی و سیاسی پیرامون این موضوع در میان متحدان و کشورهای مختلف جهان دارد. تجربه و رصد رفتارهای آمریکای در مواجهه با بحران‌ها و چالش‌های مهم پیش روی مانند جنگ‌های اول و دوم با عراق و جنگ در افغانستان و لیبی، نمونه‌هایی هستند که واشنگتن در آن‌ها برای به‌هم ریختن شرایط روانی حریف، بزرگ جلوه دادن توانمندی‌های خود و کم‌هزینه ساختن عملیات به استفاده از تاکتیک عملیات روانی روی آورده است.

از سویی پرونده هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران به‌منزله موضوعی است که کلیت نظام اعم از رهبری، دولتمردان، ساختارها و سلايق گوناگون و نیز آحاد مردم نسبت به آن حساسیت دارند و تحولات آن را رصد می‌کنند و از طرف دیگر برای هرگونه توفیق در آن انسجام و اجماع جامعه مورد نیاز است و بعضاً تنوع دیدگاه‌هایی درباره شیوه مدیریت این موضوع مشاهده می‌گردد؛ بنابراین، شرایط صحنه به‌گونه‌ای است که آمریکا زمینه و

فرصت خوبی را برای بهره‌گیری از تاکتیک‌های روانی احساس می‌کند.

موضوع قابل ذکر دیگر در این خصوص، وجود گروه‌ها و لابی‌های مختلف در داخل و خارج از آمریکا است که از پیشرفت مذاکرات و هرگونه توفیق در عادی‌سازی مشکلات بین ایران و آمریکا ناخرسند هستند و فضای مانور خود را در تنش دائم بین این دو کشور می‌بینند و به همین دلیل برای ناکامی و بن‌بست در این فرآیند به هر عمل ممکن دست می‌زنند و بخشی از مأموریت عملیات روانی آمریکا در جهت مدیریت این جبهه است.

اقدام‌های روانی، خیلی پیش از مذاکرات سیاسی شروع می‌شود، در حین مذاکره و پس از آن ادامه می‌یابد و عامل مهمی برای تحت فشار قرار دادن ایران برای قبول خواسته‌های گروه مقابل یا عدم دستیابی به نتیجه مناسب می‌شود. درحقیقت، عملیات روانی از مهم‌ترین روش‌های تأثیرگذاری بر تیم مقابل، قبل از مذاکره است که در طی آن می‌توان با استفاده از روش‌هایی مانند دروغ و وارونه جلوه دادن حقیقت و با نشان دادن قسمتی از حقیقت داستان بر تیم مقابل فشار آورد و افکار عمومی را با خود همراه ساخت. کارشناسان جنگ روانی با وارونه جلوه دادن واقعیت‌ها نزد افکار عمومی و با دادن اطلاعات غیرواقعی، مخدوش و غلط سعی می‌کنند که حقیقت را برای رسیدن به هدف خود کتمان نمایند، آن‌ها در این روش در پوششی ظاهراً منطقی پنهان می‌شوند و کار را برای تشخیص حقیقت سخت می‌کنند. یکی از ابعاد مهم غیرنظامی جنگ، جنگ رسانه‌ای و اطلاعاتی است که جزئی از جنگ روانی به‌شمار می‌آید. کشوری که از

جنگ روانی استفاده می‌کند به نوعی به دنبال کم کردن هزینه‌های خود و جلوگیری از نابودی منافع خویش است.

کار اصلی جنگ روانی، تسلط بر افکار عمومی و جهت‌دهی به آن است تا از طریق این تسلط بتوان به تیم‌های مذاکراتی فشار آورد. همیشه جنگ روانی در بیرون از میز مذاکره اتفاق نمی‌افتد بلکه گاهی ممکن است در حین مذاکراتِ دو یا چندجانبه از راه‌های مختلف، علیه کشور مورد نظر استفاده شود و جنگ روانی به راه بیفتد. پایه جنگ روانی بر تبلیغ و هیاهوست. مهم‌ترین ابزار این جنگ و اساس آن، تبلیغات است.

تأثیر اصلی جنگ روانی در مذاکرات سیاسی بین‌الملل، تحمیل اراده بر تیم مذاکره‌کننده مقابل است. گاهی اوقات برای فشار بر تیم مذاکره‌کننده و ذی‌نفعان اصلی از حربه اختلافات قومی و نژادی و حتی طبقاتی استفاده می‌شود برای مثال در پرونده هسته‌ای ایران، رسانه‌های غربی این ادعا را مطرح کردند که حاکمان ایران برای حفظ حاکمیت خود بر مردم کشورشان به دنبال ساخت بمب اتم هستند، آن‌ها با این روش در پی القای اختلاف بین حاکمان جامعه و مردم بودند تا از این راه بتوانند، فشار را بر ایران و تیم مذاکراتی آن افزایش دهند تا از روند مذاکرات به نفع خود استفاده کنند. کلاً می‌توان این اقدام‌ها را به سه دسته ۱. تاکتیکی ۲. تحکیمی ۳. راهبردی تقسیم کرد.

سعی مجریان جنگ روانی تاکتیکی بر آن است که حریف را وادار کنند تا عملی انجام دهد که نتیجه‌اش به ضرر خودشان و به نفع مجریان اقدام‌کننده باشد. جنگ روانی راهبردی، ادامه جنگ روانی تاکتیکی و تثبیتی است.

در جنگ روانی راهبردی، سیاست ذی‌نفعان، تأیید و تشریح می‌شود و سعی برای تقویت نیروهای خودی و ایجاد شکاف در بین حریف در دستور کار قرار می‌گیرد. افزایش دوستی و همکاری میان متحدان و افزایش اختلاف میان دشمن در کنار حمله به ارکان اصلی حکومت دشمن از هدف‌های اصلی این نوع جنگ روانی است. هنگامی که بین دو کشور، بالاترین اختلاف‌های سیاسی بروز نماید از این نوع جنگ روانی بسیار استفاده می‌شود. نمونه بارز آن استفاده از تبلیغات رسانه‌های غربی در متحد نمودن کشورهای غربی برای اعمال تحریم‌های سنگین علیه ایران در جهت ایجاد اختلاف میان ملت و دولت ایران بود. با پیشرفت وسایل ارتباط جمعی و گسترش روابط بین‌الملل، تأثیر عملیات روانی بر مذاکرات سیاسی کاملاً ملموس بوده و به‌عنوان حربه‌ای برای تغییر عقاید، استفاده شده است. مهم این است که فشاری که با ابزارهای گوناگون بر مذاکرات سیاسی وارد می‌شود، عملاً به‌صورت غیر مستقیم به افراد مذاکره‌کننده اعمال می‌گردد و این ابزار، فشار اصلی را بر کسانی که به‌شکلی صاحب‌نفع اصلی مذاکره هستند، وارد می‌کند. برای پیشبرد جنگ روانی در مذاکره‌های سیاسی از ابزارهای گوناگونی چون اینترنت، تلویزیون، ماهواره، تظاهرات‌های مردمی و گردهمایی‌های عمومی، پوستره‌های تبلیغاتی و... استفاده می‌شود.

به‌طور کلی اقدام‌های روانی با راه‌های مختلفی مانند تأثیر مستقیم بر تیم مذاکره‌کننده رقیب برای چشم‌پوشی از هدف‌ها، همراه کردن افکار عمومی برای فشار بر تیم مذاکره‌کننده و فشار روانی بر کشور یا افرادی که تیم مذاکراتی از جانب آنان مذاکره می‌کند؛ می‌تواند در پیشبرد اهداف در مذاکره‌های سیاسی مؤثر واقع شود. برای

تأثیرگذاری در مذاکرات از شیوه‌هایی چون تبلیغات، شایعه‌پراکنی در سطح بین‌المللی (شایعه‌پراکنی هم می‌تواند با رسانه‌ها انجام گیرد و هم با مقامات رسمی)، سانسور اخبار، تهدید تیم مذاکراتی و ذی‌نفعان - تهدید یکی از بدترین تاکتیک‌هایی است که در مذاکره‌ها به کار می‌رود - برای امتناع از دنبال کردن مذاکره، مقابله به مثل، تحریف واقعیت‌ها (بزرگنمایی دستاوردهای خود و اندک جلوه دادن دستاوردهای حریف)، دادن اطلاعات ناقص، فریبکاری و... استفاده می‌شود (محبیان، ۱۳۸۸؛ حسینی، ۱۳۹۲).

در ادامه مهم‌ترین تاکتیک‌های روانشناختی گروه ۱+۵ و تیم رسانه‌ای پشتیبان آن در قبال موضوع هسته‌ای ایران بررسی می‌شود (محبیان، ۱۳۸۸؛ حسنلو، ۱۳۸۸؛ حسینی، ۱۳۹۲؛ ابراهیمی، بی‌تا):

• دستکاری در منطق مخاطب

دستکاری در منطق مخاطب یکی از روش‌های مهم اثرگذاری و نوعی فریب است که در آن مخاطب باید به این نتیجه برسد که این کار را باید انجام دهد و راهی جز این ندارد. این زمانی است که گزینه‌های مقابل او آنقدر محدود شود که هرچه را در دایره‌گزینش انتخاب کند برای طرف مقابل، بُرد محسوب شود به‌ویژه در فرآیند مذاکره‌های فشرده کاربرد این شیوه را به‌نحو گسترده‌ای می‌توان دید. ظاهراً گزینه‌ها متنوع‌اند ولی راه‌گریزی نیست.

مهم‌ترین و بالاترین سطح فریب این است که فرد را به خودفریبی بکشانند. گاهی فرد فریب می‌خورد اما می‌داند که فریب خورده است و چاره‌ای ندارد. گاهی نیز فرد فریب می‌خورد اما هرچه تلاش می‌کنند او را از دایره و تور فریب بیرون بیاورند، امکان‌پذیر نیست؛ چراکه نمی‌خواهد باور کند که فریب خورده است. هر فرد، نوعی شناخت و معرفت نسبت به عالم، نسبت به خود و نسبت به روابط با دیگران دارد. وقتی بتوانید وارد حوزه شناختی فرد شوید و مقدمات را فراهم کنید، نتیجه دلخواهتان را هم می‌گیرید. این کار چندان پیچیده نیست؛ مثل این است که در شعر، وزن و قافیه تعریف کنید و طرف‌های مقابل مکلف باشند که قسمت دوم را تکمیل کنند! آن‌ها مجبورند در وزن و قافیه مورد نظر شما بسرایند.

در تکمیل این راهبرد، یکی از شیوه‌های مهم عملیات روانی آمریکا در قبل و بعد از توافق ژنو، تلاش برای ارائه اطلاعات گزینشی و برجسته‌سازی بخش‌هایی از سند توافق ژنو بود که هدف‌ها و منویات ذهنی آن‌ها را برآورده بسازد و اعتبار طرف ایرانی را خدشه‌دار نماید. در این رابطه می‌توان به انتشار فکت شیت (fact sheet) از سند برنامه اقدام ژنو توسط طرف آمریکائی اشاره نمود که مفاد آن بر اساس برداشت و دیدگاه خودشان تنظیم شده بود. آمریکائی‌ها همچنین در اقدامی دیگر، متن تقریر توافق شفاهی (Non-paper) را که در حین مذاکره با طرف ایرانی تهیه شده بود و جنبه رسمی نداشت، منتشر نمودند که اقدامی مغایر با اخلاق مذاکره بود. تأثیر این اقدام به‌گونه‌ای بود که برخی منابع در داخل به این اقدام‌ها اشاره می‌کردند و آن را مبنای تحلیل خود قرار می‌دادند.

- تردیدافکنی و جایگزینی منابعیکی دیگر از اقدام‌های مرسوم در عملیات روانی آن است که شخص را نسبت به دیدگاه‌های خود دچار شک و تردید کنند به‌ویژه ایجاد تشکیک در کارآمدی و نتیجه‌بخشی یک رفتار؛ آیا این کار نتیجه دارد؟ آیا منطقی هست؟ تشکیک در واقع «نرم‌سازی ذهن» طرف مقابل برای عملیات بعدی است. شک، فرد را دچار خلأ فکری و منطقی می‌کند و او آماده می‌شود تا چیزهای دیگری را در ذهن بپذیرد؛ بنابراین ابتدا فرد باید به منابع فکری خود شک کند. مخاطب در مرحله دوم، منابعی را که اطلاعات در آن ریخته می‌شود، می‌پذیرد؛ البته در این مرحله نیاز هست که منابع اطلاعاتی دیگری جایگزین آن شود. آن‌گاه سریعاً منابع رقیب از سوی دشمنان معرفی می‌شو و تزریق اطلاعات این‌گونه صورت می‌پذیرد^۱.

برای این منظور یکی از تاکتیک‌های عملیات روانی طرف آمریکائی، حفظ مکانیسم فشار بر ایران هم‌زمان با فرآیند مذاکرات با ایران است. نگرانی آن‌ها این است که واشنگتن با تلاش و هزینه بسیار توانسته است، هم‌پیمانان و کشورهای مختلف را در

۱ «هدف این است که محاسبات مسئولان را عوض کنند و تغییر بدهند؛ یعنی مسئول جمهوری اسلامی به این نتیجه برسد که با ملاحظه هزینه و فایده احساس کند که باید این اقدام را بکند، این اقدام را نکند؛ نفوذ برای این است به این نتیجه برسد که فلان رابطه را قطع کند، فلان رابطه را ایجاد کند؛ نفوذ برای این است که این محاسبات در ذهن مسئولان عوض بشود...» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اعضای مجلس خیرگان، ۹۴/۱۲/۲۰).

۲ «یکی از این لغزشگاه‌ها این است که انسان تصور کند دست یافتن به آرمان‌ها بدون هزینه امکان‌پذیر است. ما در دوران مبارزات هم می‌دیدیم؛ بعضی‌ها بودند که اهداف مبارزات را قبول داشتند اما حاضر نبودند در راه این مبارزات هزینه‌ای بدهند، قدمی بردارند. امروز چنین کسانی هم هستند؛ تصور می‌کنند که باید به هدف‌ها رسید، بدون دادن هزینه؛ لذا آنجایی که پای هزینه دادن در میان است، عقب می‌کشند. این عقب‌کشیدن‌ها در بسیاری از موارد موجب می‌شود که انسان در محاسبه اشتباه کند؛ خطی را که باید در مقابل دشمن دنبال کند، دنبال نکند» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان نظام، ۹۱/۵/۳).

مسیر فشار بر ایران هماهنگ نماید؛ اگرچه این کشورها از این موضع آمریکا بسیار ناراحتند؛ چراکه هزینه‌های بسیاری برای شرکت‌ها و نهادهای اقتصادی آن‌ها بابت همکاری نکردن با ایران در پی داشته است؛ بنابراین با همه وجود در مسیر حفظ خط فشار بر ایران به پیش می‌روند و برای موفقیت در این رویکرد از ابزارهایی مثل ۱. حفظ ساختار تحریم ایران و ۲. وضع تحریم‌های جدید مانند اقدام وزارت دارایی آمریکا در افزودن اسم افراد و شرکت‌های جدید به تحریم‌ها؛ استفاده می‌کنند.

• طراحی ادبیات مناسب

هر انسانی، ارزش‌ها و شاکله ذهنی‌ای دارد. اگر مطالبی که دیگران می‌گویند، تفاوت زیادی با این شاکله ذهنی داشته باشد، انسان آن را پس می‌زند. اگر شخص مذهبی، پیامی کاملاً ضد مذهبی دریافت کند، طبیعی است که از همان اول آن را نمی‌پذیرد. به همین دلیل دشمن تلاش می‌کند پیام مورد نظرش را با توجه به شاکله روانی مخاطبان، طراحی کند؛ از این رو یکی از مسائل پراهمیت در نبرد روانی، طراحی ادبیات مناسب است. ادبیاتی که ظاهری ارزشمند داشته باشد. دشمنان، ادبیات و ارزش‌های انقلابی را منفور و نامطلوب نشان می‌دهند- ذهن انسان هم طبیعتاً به چیزهای نازیبا گرایش ندارد- آن‌گاه یک ادبیات جایگزین مطرح می‌کنند و از این راه به مرور زمان بر تمایلات و رفتارهای ما تأثیر می‌گذارند. این‌گونه است که بعد از مدتی، فرد دچار عمیق‌ترین شکل فریب یعنی خودفریبی می‌شود و هرگونه تلاش برای آزادسازی را تلاش برای نابودی می‌انگارد و در نتیجه مقابل آن می‌ایستد. پس متخصصان روانناسی

دشمن بر روی این مبحث مطالعه می‌کنند که فردی که قرار است روی او کار شود، چگونه می‌اندیشد؟ باید منطق طرف مقابل را کشف کرد تا بر اساس آن، فرد را به نتایجی که می‌خواهیم، سوق دهیم یا در منطق و مدل فکری او دست‌کاری کنیم و نهایتاً نتیجه لازم را بگیریم.

• تکرار

وقتی در رسانه‌های دیداری و شنیداری نام کالا و خدماتی بسیار گفته و تکرار شود، بعد از مدتی مردم برای استفاده از آن رغبت نشان می‌دهند. در جنگ روانی هم وضعیت مشابهی وجود دارد. در این مورد کسانی که می‌خواهند عقیده و تفکری را رواج دهند، به مراتب و با استفاده از مجموعه ابزارهای ممکن ادعایی را درباره آن گزاره تکرار می‌کنند. در این جهت بهره‌گیری از استعاره‌ها نیز کمک شایانی به ایشان می‌کند. استعاره به معنای عاریه خواستن لغتی به جای لغت دیگر و در اصطلاح، به کار بردن واژه‌ای است به جای واژه دیگر با علاقه، شباهت و وجود قرینه؛ مثال برجسته کاربرد استعاره در فضای عملیات روانی، سعی طرف آمریکایی برای جا انداختن فعالیت غنی‌سازی ایران با هدف ساخت بمب هسته‌ای است. این کشور تلاش دارد در فضای مذاکرات قبلی خود این‌گونه وانمود کند که آمریکا توانسته است از راه مذاکره ایران را از دست یافتن به هدف نهایی خود که ساخت بمب بوده است، بازدارد.

ارائه و تکرار تفسیرهای یک‌جانبه از سند برنامه اقدام ژنو یکی دیگر از روشهایی است که طرف آمریکایی برای تحمیل دیدگاه خود بر کشورهای درگیر در موضوع هسته‌ای و وارد ساختن فشار روانی بر ایران استفاده می‌کند. کلیدواژه‌هایی مانند برجیدن (بازکردن پیچ و مهره‌های تأسیسات هسته‌ای ایران در صورت توان)، نداشتن حق غنی‌سازی از مواردی است که در جهت این رویکرد مورد تأکید طرف‌های آمریکایی قرار گرفته است. مقامات آمریکایی در سطوح گوناگون، اقدام به ارائه تفسیرهای مختلف در این زمینه‌ها نموده و خطوط قرمز ایران از جمله حق غنی‌سازی را که نکته کلیدی ایران در فرآیند مذاکره‌هاست، نادیده گرفته‌اند. این اقدام در داخل ایران انعکاس داشته است و برخی، مذاکره‌کنندگان را به نادیده گرفتن حقوق کشور در زنه غنی‌سازی متهم نموده‌اند.

یکی دیگر از مسائلی که در طول روزهای اخیر به تناوب از سوی مقام‌های آمریکایی تکرار شده است و روی آن مانور داده‌اند، افزودن موضوع‌های گوناگون مانند توان موشکی ایران، ارتباط با حزب الله، حقوق بشر و مسائل داخلی ایران به محورهای گفتگو است. این امر بر آن تأکید دارد که مسائل جاری آمریکا با ایران تنها به موضوع هسته‌ای محدود نمی‌شود و ایران باید درباره موضوعات مختلف دیگر که مورد ادعای آمریکاست، پاسخ دهد.

• تحریک به اقدام

در این تکنیک، دشمن با تحریک طرف مقابل او را وادار به انجام یک اقدام نسنجیده می‌کند. شلیک یک موشک اشتباهی یا عملی که حاکی از نوعی واکنش جنگی باشد، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. برای رسیدن به این مقصود، رفتارهای تحریک‌آمیز و وادار ساختن طرف مقابل به واکنشی احساسی و هیجانی با استفاده از شیوه‌های رسانه‌ای یا عملی با در نظر گرفتن شرایط روانشناختی انجام می‌شود. طی سال‌های اخیر و همزمان با کوران مذاکرات هسته‌ای ایران و کشورهای ۵+۱، فجایعی نظیر حادثه منا و انجام اقدام‌های تحریک‌آمیز کشتی‌های جنگی آمریکایی مثال‌های برجسته‌ای از اقدامات دشمنان برای تحریک ایران جهت انجام کنش متقابل بوده است.^۱

• حساسیت‌زدایی تدریجی

حساسیت‌زدایی تدریجی که از روش‌های رفتاردرمانی است، برای آماده‌سازی فرد جهت مواجهه با موقعیت‌های نامطلوب و ترسناک و اضطراب‌زا استفاده می‌شود. در این روش به تدریج محرک ناخوشایند از ضعیف به شدید به فرد ارائه می‌شود تا سیستم

۱ «ما باید معادلات جهانی را محاسبه کنیم. بنده با کسانی که معتقدند معادلات حاکم بر جهان را به‌کلی باید کنار گذاشت، موافق نیستم؛ با کسانی هم که معتقدند باید یکسره در چهارچوب این معادلات کار کرد، موافق نیستم. این معادلات تجزیه‌ناپذیر نیستند. می‌شود عناصر جدیدی را به آن‌ها وارد کرد و عناصری را هم نادیده گرفت و حذف کرد. این البته مخالفت‌هایی را برمی‌انگیزد؛ برانگیزد. ما یک موجود زنده هستیم، تلاش می‌کنیم، کار می‌کنیم و از ابزارهای خودمان استفاده می‌کنیم و اثبات می‌کنیم که این راه درست است و همان را دنبال می‌کنیم» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان وزارت امور خارجه، ۸۳/۵/۲۵).

روانی و ذهنی وی با خوگیری تدریجی با موقعیت جدید، رفتاری تازه از خود نشان دهد. بسیاری از تغییرات تدریجی در بینش‌ها و گرایش‌ها با حساسیت‌زدایی تدریجی رخ می‌دهد؛ بنابراین به مرور زمان حتی نخبگان و نیروهایی با سابقه انقلابی‌گری نیز آن مسأله را در نظر خود موجه تلقی می‌کنند و در نهایت آن را می‌پذیرند؛ البته حساسیت‌زدایی تدریجی، فرآیندی است که از مدت‌ها قبل در فرد یا افراد هدف آغاز می‌شود. اگر از منظر روانشناسی دینی به این موضوع بنگریم، عواملی نظیر شکل‌گیری تدریجی دلبستگی‌ها و نیازدگی‌ها مبنای تغییر در نگرش‌های افراد و نهایتاً هم‌نوایی با مقاصد بدخواهان نظام اسلامی است چنان‌که رهبر انقلاب بارها بر آن تأکید کرده‌اند: «یکی از لغزشگاه‌ها در دیدن واقعیت، برمی‌گردد به درون خود ما. گاهی دلبستگی‌های ما فلج‌کننده است. دلبستگی‌های ما موجب می‌شود که ما یک چیزهایی را واقعیت بپنداریم که واقعیت ندارد؛ در واقع خطائی است که نفس راحت‌طلب ما یا دلبسته ما به مسائل مادی بر ما تحمیل می‌کند؛ درحالی‌که واقعیت ندارد^۱». مصداق‌هایی از هم‌نوایی مسئولان در پذیرفتن ناهشیار اتهام‌های غرب علیه ایران و مباحثی نظیر لزوم هم‌نوایی با کدخدای دهکده جهانی را می‌توان از این دست دانست. این شیوه بر این تشبیه استوار است که برای به‌دست آوردن کباب،

۱ «یکی از راه‌های ورود و نفوذ... ایجاد خلل در باورهاست؛ باور انقلابی، باور دینی. در معرفت‌های انقلابی و دینی اختلال ایجاد می‌کنند؛ رخنه کردن در این‌هاست. و از همه طرق هم استفاده می‌کنند و آدم‌های گوناگونی هم دارند؛ استاد دانشگاه هم دارند، فعال دانشجویی هم دارند، نخبه فکری و علمی هم دارند؛ همه‌چیز آدمی برای ایجاد این رخنه‌ها هستند» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با فرماندهان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، ۹۴/۶/۲۵).

۲ بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان نظام، ۹۱/۵/۳

گوشت را به سیخ بکش، آتش بقیه کارش را انجام می دهد.

• تلقین و ایجاد فشار روانی

عملیات روانی در مذاکره‌ها بمانند یک پشتیبان عمل کرده است و می‌کند. تردیدی نیست که در معادلات سیاسی کنونی و آینده، عملیات روانی حرف‌های جدی برای گفتن دارد. در عملیات روانی، هیچ مسأله‌ای مهم‌تر از شناخت افکار عمومی نیست. در این جنگ، طرف‌های درگیر در صدد تأثیرگذاری بر افکار عمومی هستند و کسانی در این مبارزه پیروز می‌شوند که اطلاعات و قدرت رسانه‌ای بالاتری دارند. برای تأثیرگذاری بر مذاکرات سیاسی باید عملیات روانی را مدیریت کرد. مدیریت عملیات روانی برای دستیابی به هدف‌هایی صورت می‌گیرد که از راه اعمال متقابل - که دشمن مرتکب می‌شود - قابل دستیابی نیستند. از اصول اساسی‌ای که کارشناسان عملیات روانی به کار می‌گیرند، همراه کردن هرچه بیشتر دوستان و متحدان و تحت فشار قرار دادن کشور و تیم مذاکره‌کننده رقیب است برای این که به خواسته‌هایشان تن دردهند^۱ (اخوان‌فرد و خسروی، ۱۳۹۳). در عین حال القای یأس و ناامیدی در مردم ایران نیز نمونه دیگری از محورهای عملیات روانی آمریکا درباره مسئولان و تیم

۱ «کار شیطان اغوا کردن است؛ اغوا یعنی چه؟ یعنی ایجاد اختلال در دستگاه محاسبه شما - شیطان این است دیگر - نقطه مقابل، کارکرد تقواست؛ سعی شیطان این است که شما را اغوا کند؛ یعنی دستگاه عقل را، دستگاه فطرت را، دستگاه سنجش صحیح را که در وجود انسان گذاشته شده است، از کار بیندازد؛ یعنی انسان را دچار خطای در محاسبه کند. کار تقوا نقطه مقابل است: ان تَقُوا اللَّهَ يَجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا... در میدان‌های واقعی، تنها دو عامل مادی در اختیار جبهه استکبار بوده و هست: یکی تهدید نظامی، یکی تحریم. استکبار غیر از این دو هیچ چیز در اختیار ندارد... این دو هم علاج دارد» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان نظام، ۹۳/۴/۱۶).

مذاکره‌کننده بود که با هدف تضعیف روحیه و بی‌نتیجه بودن فعالیت‌ها و سیاست ایران در سال‌های گذشته انجام شد. در این رابطه، کلیدواژه‌های ذیل از سوی آن‌ها مورد توجه و بهره‌برداری قرار گرفته است:

- تحریم‌ها، عامل روآوری ایران به مذاکره: هدف آمریکای از تکرار این ادعای القای این نکته است که روی‌آوری ایرانی‌ها به میز مذاکره نه بر اساس خواسته قبلی و تمایل درونی آن‌ها بلکه به خاطر جبر ناشی از فشار تحریم‌هاست و اگر این فشار و تحریم‌ها نبود، تهران به‌هیچ‌وجه و به‌شکل کنونی پای مذاکره نمی‌آمد.

- تأکید بر وقفه و به عقب راندن فعالیت ایران برای اولین بار در ۱۰ سال گذشته.

یکی دیگر از اصلی‌ترین محورهای فعالیت سیاسی، روانی و رسانه‌ای آمریکا و غرب برای تضعیف روحیه و القای یأس در جامعه و سیاستمداران، طرح موضوع‌ها و محورهای مورد نظر خود با هدف تفرقه و اختلاف‌افکنی بین مسئولان مختلف جمهوری اسلامی ایران است. از آنجاکه پیگیری موضوع مهمی مانند پرونده هسته‌ای چالشی سنگین و خارج از توان یک دستگاه مشخص است و همراهی و همدلی همه نهادها، شخصیت‌های اثرگذار کشور را طلب می‌کند، هرگونه سوءتفاهم و اختلاف‌افکنی می‌تواند موضع کشورمان را در برابر رقبا تضعیف نماید. در این رابطه تردید و شبهه‌افکنی درباره نظر رهبری انقلاب در مورد تلاش‌های دولت برای رسیدن به تفاهم با کشورهای گروه ۱+۵ از جمله زمینه‌های اختلاف‌افکنی غرب است.

• تهدید و تحقیر

مقامات آمریکایی به مناسبت‌های مختلف، سیاست تهدید خود را در برابر ایران ادامه می‌دهند و همواره با تهدید و تشدید فضای مذاکراتی به این امر اشاره می‌کنند که آن‌ها همه گزینه‌های خود در برابر ایران را مد نظر دارند و هیچ‌یک از آن‌ها از جمله گزینه نظامی را کنار نمی‌گذارند.

علاوه بر این، استفاده از ادبیات و الفاظ غیرمعارف و خارج از نزاکت دیپلماتیک، تاکتیکی است که بر اساس روح و احساس برتری‌طلبانه آمریکایی‌ها و نشان دادن موضع بالا در برخورد با ایران و همچنین عصبانی و هیجانی ساختن مردم و مسئولان ایران از آن بهره‌برداری می‌شود؛ البته این خط فکری به شکل دیگری در درون جامعه و در قبال دلسوزان و مسئولان، دنبال شده است و می‌شود^۱.

۱ «مکمل این نفوذ هم کارهای حاشیه‌ای است؛ یکی از چیزهایی که مکمل این نفوذ است، تخطئه کسانی است که بر اصالت‌ها، بر نگاه درست، بر ارزش‌ها پای می‌فشارند؛ این مکمل نفوذ است. نمی‌خواهم بگویم آن کسانی که بسیج را تخطئه می‌کنند... آگاهانه دارند با نفوذگران همکاری می‌کنند... اما واقع قضیه این است که این کمک است. این‌هایی که در بخش‌های مختلف، با زبان‌های مختلف، بسیج را متهم می‌کنند به تندروی... دارند در واقع نفوذ را تکمیل می‌کنند؛ پروژه نفوذ به وسیله این‌ها دارد تکمیل می‌شود» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با فرماندهان گردان‌های بسیج، ۹۴/۹/۴).

چه باید کرد؟

چگونگی مدیریت اقدام‌های روانی تأثیرگذار بر تصمیم‌های سرنوشت‌ساز

آنچه به‌عنوان محورها و چارچوب‌های عملیات روانی آمریکا درباره حقوق ایران در مذاکرات هسته‌ای ذکر شد، هدف‌ها و منویاتی است که طرف مقابل از راه پیگیری آن‌ها، به دنبال ایجاد شکاف در جامعه ایران و ایجاد خلل در کنترل روحی و روانی جامعه و مذاکره‌کنندگان است.

در مقابل این رفتارها، جمهوری اسلامی ایران نیز از ابزارها و امکانات متقابلی برای مواجهه با این وضعیت برخوردار است. می‌توان انسجام، اجماع و وفاق ملی را مهم‌ترین سرمایه کشور در مواجهه با این رفتارهای خصمانه و پیمودن موفقیت‌آمیز مسیر دشوار و پرفرازونشیب آینده دانست. گرچه هدف این گزارش شناسایی و طراحی اقدام‌های مقابله‌ای در خنثی‌سازی یا کاهش آثار اقدامات روانی دشمنان نیست اما در ادامه چند اقدام مؤثر را پیشنهاد می‌کنیم:

آمادگی ذهنی و روانی افراد مذاکره‌کننده در برابر جنگ روانی: به نظر می‌رسد، ایجاد ظرفیت جهت بی‌اثر بودن اقدام‌های روانی برای یک تیم مذاکره‌کننده به سال‌ها قبل و به زمان شکل‌گیری اندیشه‌های بنیادین وی باز می‌گردد اما در مجموع توجه و برجسته‌سازی اصلی‌ترین کنش‌های تیم عملیات روانی دشمن و انجام اقدام‌های مؤثر و متقابل تواند به کاهش آثار آن کمک کند.

طراحی و تدوین مدیریت برنامه‌ریزی‌شده و کارا: اثر گذاشتن بر افکار عمومی برای همراهی با عقاید مورد نظر (القای حس همبستگی). همراه نمودن افکار عمومی با خود، عاملی است که هرگز نباید از آن چشم‌پوشی کرد؛ چراکه افکار عمومی که مردم در پشت آن قرار دارند، هم می‌تواند بزرگترین فرصت و هم خطرناک‌ترین تهدید برای امنیت یک کشور یا گروه تلقی شود؛ چنان‌که رهبری معظم در یک فتوا تولید و استفاده از سلاح هسته‌ای را غیرمشروع دانستند و تأکید بر این امر، اطمینانی را در بسیاری از اذهان عمومی جهان مبنی بر صلح‌آمیز بودن برنامه هسته‌ای ایران ایجاد کرد.

مشارکت دادن نخبگان در درون تیم مذاکرات و به‌طورکلی پذیرش آن‌ها در بدنه نهادهای ذریبط: جنگ روانی متقابل در برابر جنگ روانی دشمن و فراتر از آن به دست گرفتن ابتکار عمل و هجوم به طرح‌ها و نقشه‌های آنان؛ به‌عنوان مثال، جمهوری اسلامی ایران با شعار صلح‌خواهی وارد نشست مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال جاری شد و با جلب حمایت سایر کشورها، غرب را به‌منزله عاملی ضد صلح، منزوی نمود. مقابله با لابی صهیونیستی در آمریکا با ایجاد و حمایت از لابی‌های متعهد و آشنا به منافع ملی ایران، گسترش و تعمیق توانایی علمی افراد جامعه و تمرکز بر روحیه خودباوری و ایمان در اعضای تیم مذاکره‌کننده راهکاری مفید و مؤثر خواهد بود.

منابع

- ابراهیمی (بی تا). صدای پای جنگ: روانکاوی تکنیک‌های جنگ روانی امریکا با ایران. <http://www.iranamerica.com>
- اتکینسون، ریتال و همکاران (۱۳۸۴). زمینه روانشناسی، ترجمه رفیعی و همکاران، تهران: نشر ارجمند.
- احمدوند، محمدعلی (۱۳۸۲). بهداشت روانی، تهران: انتشارات پیام نور.
- اخوان‌فرد، مسعود و خسروی، ایمان (۱۳۹۳). نقش عملیات روانی در مذاکرات سیاسی. فصلنامه عملیات روانی، شماره ۴۰، تابستان.
- اطهری، اسدالله (۱۳۸۹). قدرت هوشمند، پژوهشکده مطالعات استراتژیک‌خاورمیانه.
- الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۳). کاربرد روانشناسی در عملیات روانی. فصلنامه عملیات روانی، سال دوم، شماره ۶.
- بنی‌جمالی، احمد (۱۳۸۸). درآمدی بر روانشناسی سیاسی رهبران. فصلنامه تخصصی علوم سیاسی. شماره هشتم.
- تولایی، محمد (۱۳۸۷). تحلیلی بر گفتمان هیأت حاکمه جدید آمریکا، تهران، پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.
- حسنیو، محمد (۱۳۸۸). درآمدی بر روش‌های جنگ روانی، <http://farsi.khamenei.ir>
- حسینی، احمد (۱۳۹۲). عملیات روانی آمریکا علیه ایران در مذاکرات هسته‌ای، <http://www.irdiplomacy.ir>
- خلیج، طیبه (۱۳۹۵). نظریه هورنای درباره شخصیت. پژوهشکده باقرالعلوم www.pajoohe.com
- دوستار، محمد و ممبینی، یعقوب (۱۳۹۳). مؤلفه‌ها و کارکردهای هوش سیاسی. دوفصلنامه علمی - پژوهشی دانش سیاسی، سال بیستم، شماره اول، پیاپی ۳۳.
- رحمتی، رضا (۱۳۹۴). گزینه نفوذ، نقشه جدید آمریکا، <http://farsi.khamenei.ir>
- شریعت‌نیا، کاظم و مطلبی، مسعود (۱۳۹۰). روانشناسی سیاسی و ورود به عرصه نظریه‌پردازی در علم سیاست. فصلنامه مطالعات سیاسی، سال چهارم، شماره ۱۴.
- طاهری، مهدی (۱۳۸۹). روانشناسی سیاسی شخصیت محمدرضا پهلوی با تکیه بر نظریه کارن هورنای. جستارهای سیاسی معاصر، سال اول، شماره دوم.

- کریمی، یوسف (۱۳۷۰). روان‌شناسی شخصیت، تهران: انتشارات پیام نور، ص ۸۱.
- میرلو، مهدی (۱۳۸۹). شخصیت و سیاست از منظر روان‌تحلیلی‌گری، (هفدهم مرداد)، روزنامه جام جم
- محبیان، امیر (۱۳۸۸). کالبدشکافی روش‌ها؛ از فریب تا سبک زندگی،
<http://farsi.khamenei.ir>
- مرادی، عبدالله (۱۳۹۴). گام‌های راهبردی آمریکا برای نفوذ در ایران،
<http://farsi.khamenei.ir>
- یزدان‌فام، محمود (۱۳۸۷). بسیج افکار عمومی در جنگ‌های مدرن. فصلنامه عملیات روانی، شماره ۱۹، بهار و تابستان.