

Investigating and elucidating the psychological warfare strategies in the Sacred Defense from Imam Khomeini's (May God bless his soul) viewpoint

Seyed Hadi Zarghani¹, Fatemeh Bakhshi², Farzad Abedi Shoja³, Narges Hajipanah⁴

Abstract:

Psychological warfare is the systematic and precise use of propaganda and other means to influence the thoughts and behaviors of different groups of allies and adversaries to achieve objectives. With the onset of the imposed war, the Western media empire and its regional proxies made extensive efforts to conduct psychological warfare to affect the Iranian people and government. Imam Khomeini (May God bless his soul) delivered various speeches and messages to counteract the enemy's psychological warfare and also to inform the Iraqi military and people, which can be named as psychological warfare strategies. Accordingly, this research aims to examine and elucidate "psychological warfare in the Sacred Defense" from Imam Khomeini's (May God bless his soul) perspective. The research method is a mixed (qualitative and quantitative) content analysis method and Imam Khomeini's Sahifeh (May God bless his soul) text during the Sacred Defense was studied with two approaches of analogy and induction. In this framework, 9 concepts related to the component of "psychological warfare in Sacred Defense" were extracted and their frequency status and also their change trend were investigated. In addition, based on the process of "coding and categorization", the most important psychological warfare strategies were calculated. The findings of the research indicate that three concepts of "interpreting the imposed war as a symbol of the struggle between truth and falsehood; explaining war as a Sacred Defense and enlightening about propaganda and false claims of Iraq's Ba'athist regime and its allies" had the highest frequency. Also, content analysis of Imam Khomeini's (May God bless his soul) statements shows that he had three specific strategies in mind, including "presenting a dualism of Islam and disbelief, confronting the enemy's psychological war (distortion, doubt and discord) and ultimately enlightening and inviting Iraqi military and people".

Keywords: Sacred Defense, Strategy, Psychological Warfare, Soft War, Imam Khomeini (May God bless his soul).

1 Corresponding author: Associate Professor of Geography, Ferdowsi University, Mashhad, Iran. h-zarghani@um.ac.ir

2 PhD student of Political Geography, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran.

3 PhD student of Political Geography, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran.

4 PhD student of Political Geography, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran.

بررسی و تبیین راهبردهای عملیات روانی در دفاع مقدس از منظر حضرت امام خمینی (ره)

سید هادی زرقانی^۱ | فاطمه بخشی شادمهری^۲ | فرزاد عابدی شجاع^۳ | نرگس حبیبی پناه^۴

چکیده

عملیات روانی عبارت است از استفاده منظم و دقیق از تبلیغات و سایر امکانات به منظور اثرگذاری بر افکار و رفتار گروه‌های مختلف همسو و غیرهمسو برای دست‌یابی به اهداف. با شروع جنگ تحمیلی امپراطوری رسانه‌ای غرب و ایادی منطقه‌ای آن تلاش وسیعی را در راستای عملیات روانی با هدف تأثیرگذاری بر ملت و دولت ایران انجام دادند. حضرت امام خمینی (ره) در راستای مقابله با عملیات روانی دشمن و همچنین آگاه‌سازی نیروهای نظامی و مردم عراق، بیانات و سخنرانی‌های مختلفی داشتند که می‌توان از آن‌ها تحت‌عنوان راهبردهای عملیات روانی نام برد. بر این اساس، این پژوهش به دنبال بررسی و تبیین «عملیات روانی در دفاع مقدس» از منظر امام خمینی (ره) می‌باشد. روش پژوهش، روش تحلیل محتوای ترکیبی (کیفی و کمی) است و متن صحیفه امام (ره) در دوران دفاع مقدس با دو رویکرد قیاس و استقراء مورد بررسی قرار گرفته است. در این چارچوب، مفهوم مرتبط با مؤلفه «عملیات روانی در دفاع مقدس» استخراج و وضعیت فراوانی و همچنین روند تغییر آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت. علاوه‌براین براساس فرآیند «کدگذاری و مقوله‌بندی»، مهم‌ترین راهبردهای عملیات روانی احصاء گردید. یافته‌های پژوهش بیانگر این است که سه مفهوم «تفسیر جنگ تحمیلی به‌عنوان نماد مبارزه حق و باطل؛ تبیین جنگ به‌مثابه دفاع مقدس و روشنگری نسبت به تبلیغات و ادعاهای دروغ رژیم بعث عراق و متحدان آن» بالاترین فراوانی را داشته‌اند. همچنین تحلیل محتوای بیانات حضرت امام خمینی (ره) نشان می‌دهد ایشان سه راهبرد مشخص شامل «طرح دوگانه اسلام و کفر، مقابله با جنگ روانی دشمن (تحریف، تردید و تفرقه) و در نهایت روشنگری و دعوت ملت و نیروی نظامی عراق» را مدنظر داشتند.

کلید واژه‌ها: دفاع مقدس، راهبرد، عملیات روانی، جنگ نرم، حضرت امام خمینی (ره)

DOR: 20.1001.1.25386328.1402.5.8.9.1

۸

سال پنجم

بهار و تابستان ۱۴۰۲

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۳/۲۱

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۷/۰۹

صص: ۲۲۶-۱۸۹

شاپا چاپ: ۶۳۲۸-۲۵۳۸
الکترونیکی: ۱۶۵۵-۲۷۱۷



۱. نویسنده مسئول: دانشیار جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. h-zarghani@um.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری، رشته جغرافیای سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۳. دانشجوی دکتری، رشته جغرافیای سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۴. دانشجوی دکتری، رشته جغرافیای سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

مقدمه و بیان مسئله:

امام خمینی (ره) و دفاع مقدس، دو مفهوم حیات بخشی هستند که تصور هر یک بدون دیگری اساساً ممکن نیست. با آغاز جنگ تحمیلی، از یک سو الگوی روش شناسی حضرت امام خمینی (ره) در باب مقوله دفاع مقدس و در واقع سطح برداشت و نگرش ایشان نسبت به مفاهیم «دشمن شناسی» و ضرورت مقابله همه جانبه با تعدی و تجاوز به ثغور اسلامی و از سوی دیگر فراز و فرودهای گوناگون دفاع مقدس، خود به عنوان یکی از تجلیات یا صحنه های طرح و اجرای آرمان های حضرت امام خمینی (ره) در باب مقوله دفاع، در معرض دیدگان حیرت زده جهانیان قرار گرفت (کیوان حسینی، ۱۳۷۹: ۱۷۱). حضرت امام خمینی (ره) همان گونه که انقلاب اسلامی را با رهبری الهی-سیاسی خود به پیروزی رساند، دفاع مقدس را نیز با فرماندهی و تدبیر خویش مدیریت کرد و آنچه حاصل شد، دستاوردی عظیم بود؛ چرا که در طول ۲۰۰ سال اخیر، برای اولین بار ایران در جنگی نابرابر، یک وجب خاک خود را از دست نداد (ارجینی و عبداللهی، ۱۳۹۴: ۱۵۶). یکی از مهم ترین موضوعات مرتبط با دفاع مقدس، عملیات روانی و نقش آن در دفاع مقدس است. واقعیت این است که از آغازین روزهای جنگ، سئوالات، ابهامات و شبهاتی درباره ماهیت دفاع مقدس، مشروعیت آن، توقف یا تداوم جنگ، میزان تلفات و... از سوی دشمنان انقلاب و برخی مدعیان داخلی مطرح بوده است که می توانست در اراده دولت و ملت و به ویژه رزمندگان نقش منفی داشته باشد (زرقانی، ۱۴۰۰: ۲۲۳). در چنین فضای فکری و تبلیغاتی، مواجهه با این شبهات و عملیات روانی، موضوع بسیار مهمی بود که حضرت امام خمینی (ره) هم به عنوان رهبر امت اسلامی و صاحب نظر در اندیشه سیاسی و دفاعی و هم به عنوان فرمانده کل قوا به آن ورود کرده و در سخنرانی های عمومی، جلسات مختلف و ابلاغ پیام ها به تبیین آن پرداختند تا رزمندگان با بصیرت و یقین کامل به امر مهم دفاع بپردازند. حتی در سال پایانی جنگ و پذیرش قطعنامه نیز ایشان به مقابله با عملیات روانی دشمن برخاسته اند. مروری بر بیانات حضرت امام خمینی (ره) به عنوان رهبر انقلاب اسلامی، ولی فقیه، فرمانده جنگ و پذیرنده قطعنامه ۵۹۸ نیز مبین این مسئله است که پذیرش قطعنامه نیز از منظر ایشان یک پیروزی محسوب می شود (سبحانی فر و مردمی، ۱۴۰۰: ۴۲). تاکنون در مورد سیاست ها، روش ها و راهبردهای حضرت امام خمینی (ره) در پاسخ به عملیات روانی دشمن پژوهش مستقلی انجام نشده است و از این رو ضرورت دارد

با مراجعه به سخنرانی‌ها، نامه‌ها و پیام‌های حضرت امام (ره)، راهبردهای ایشان در مواجهه با عملیات روانی دشمن مورد بررسی و احصاء قرار گیرد. موضوعی که این پژوهش تلاش دارد با مراجعه به صحیفه امام (ره) به بررسی و تبیین آن پردازد. در واقع مسئله اصلی پژوهش این است که مهم‌ترین مفاهیم و راهبردهای مرتبط با عملیات روانی در دوران دفاع مقدس از منظر حضرت امام خمینی (ره) مبتنی بر متن صحیفه امام (ره) کدام‌اند و روند تغییر این مفاهیم در طول دوره دفاع مقدس چگونه بوده است؟

مبانی نظری

- عملیات روانی:

عملیات روانی شامل استفاده از تبلیغات بر ضد دشمن است همراه با اقدامات دیگری که دارای ماهیتی نظامی، اقتصادی یا سیاسی است. مانند سایر مفاهیم علوم اجتماعی، برای عملیات روانی تعاریف مختلفی ذکر شده است. برخی از اندیشمندان حوزه عملیات روانی را در میدان نظامی دانسته‌اند؛ چنانکه مارک کلارک از اندیشمندان نظامی عملیات روانی را شامل هر عملی می‌داند که دشمن را وادار سازد نیرو و تجهیزات خود را از جبهه فعال انتقال داده و سلاح و نیروهای خود را آماده دفاع از حمله‌ای کند که هیچ‌گاه رخ نخواهد داد (یزدان فام، ۱۳۸۳: ۸۵). در مقابل برخی دیگر از اندیشمندان با نگرشی وسیع‌تر، مخاطب عملیات روانی دشمن را علاوه بر نظامیان و رهبران سیاسی، توده مردم و شهروندان می‌دانند. از این منظر، عملیات روانی عبارت است از استفاده منظم و دقیق از تبلیغات و سایر امکانات به منظور اثرگذاری بر افکار و رفتار گروه‌های مختلف همسو و غیرهمسو برای دستیابی به اهداف ملی. در این نگرش دو بُعد مطرح است: بُعد اول چپستی و منطق درونی که به تلاش برای تاثیرگذاری بر افکار، احساسات، تمایلات و رفتار با استفاده از ارتباط متکی بر اقناع اشاره دارد و بُعد دوم که در آن، این تاثیرگذاری و تغییر رفتار با توجه به هر گروهی از مخاطبان کاربردی متفاوت دارد (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۷: ۲۰).

- اصول عملیات روانی:

عملیات روانی مبتنی بر اصولی است؛ مهم‌ترین این اصول عبارت‌اند از هدف، تمرکز، وحدت فرماندهی، هماهنگی با عملیات نظامی، غافلگیری، انعطاف، حفظ پشتیبانی مردم، شدت عمل،

کسب و حفاظت اطلاعات، استفاده از جنگ الکترونیک و در نهایت اصل آموزش. انجام عملیات روانی بر مداری منطقی و دقیق صورت گرفته و دارای مراحل است. این مراحل از هدایت و جمع آوری اطلاعات آغاز شده و سپس در مرحله پرورش اخبار این اطلاعات تبدیل به اخبار می گردد. مرحله بعدی تفسیر، ارزیابی و تقسیم بندی اخبار با توجه به میزان اهمیت، تأثیرگذاری و قابل اعتماد بودن است. سپس اخبار به مرحله انتشار می رسند و در نهایت از آن ها بهره برداری شده و نتایج حاصل از این عملیات روانی ارزیابی می گردد. در نهایت شایان ذکر است که عملیات روانی، دارای سطوح استراتژیک و تاکتیکی و همینطور ملی و نظامی است (مصطفوی و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۰).

- مقاصد عملیات روانی:

طرح ریزی عملیات روانی نظامی، نه تنها بر اهداف نظامی بلکه بر ساختارهای سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی منطقه هدف تأثیر خواهد گذاشت. مقاصد کلی عملیات روانی مشترک عبارت اند از:

- کاهش کارایی نیروهای دشمن؛
- ارتقاء توانمندی های رزمی نیروهای خودی یا چندملیتی از راه تغییر یا تعدیل نگرش و رفتار مخاطبان مورد نظر؛
- تسهیل کنترل و بازساماندهی مناطق آزاد شده یا تحت اشغال همراه با عملیات های ارتش - مردم؛
- جلب همکاری و حمایت شرکای ائتلاف یا اتحاد و عناصر بی طرف؛
- پشتیبانی و تقویت کمک های انسان دوستانه، پدافند داخلی کشورهای دیگر یا عملیات های نظامی حمایتی در کشورهای خارجی (لی وایت، ۱۳۸۲: ۴۵).

- روش های عملیات روانی:

یکی از عوامل مهم در عملیات روانی شناخت مکانیسم های عملیات روانی می باشد. در یک تقسیم بندی این مکانیسم ها به شش گروه تقسیم شده است که عبارت اند از: ۱. مردم انگیزی یا آژیتاسیون، ۲. عوام فریبی یا دماغوژی، ۳. بحران سازی، ۴. شایعه پراکنی، ۵. شست و شوی مغزی، ۶. تبلیغات (قیصری و قری، ۱۳۹۱: ۱۳۳). برخی از اندیشمندان معتقدند که «تبلیغات» مؤلفه اصلی و

اساسی عملیات روانی است و معمولاً به وسیله تبلیغات سیاه و خاکستری به اجرا در می‌آید (حبی و همکاران، ۱۳۸۹: ۷۴). تبلیغات خاکستری، تبلیغاتی است که از منبع بی‌هویت منتشر می‌شود و تبلیغات سیاه، تبلیغاتی است که به منبع غیر واقعی نسبت داده می‌شود (شاه‌محمدی، ۱۳۸۲: ۴۴). مهم‌ترین روش‌های عملیات روانی با استفاده از صوت و تصویر انجام و از طریق چهره به چهره، دیداری، شنیداری، صوتی و مکتوب اهداف آن دنبال می‌شود. در زمان اخیر رسانه‌ها با تهییج، تغییر و هدایت افکار عمومی نسبت به موضوع خاص، نقش مهمی در عملیات روانی ایفا می‌کنند (Forum, 2003). در تدوین و توسعه طرح عملیات روانی، عناصری مانند تحلیل و تحقیق، توسعه، و روش‌های انتقال اطلاعات به مخاطب یا محروم کردن وی از برخی اطلاعات ویژه، تأمین ملزومات تولید پیام و یا فعالیت عملیاتی مورد نظر، متنوع است.

مهم‌ترین روش‌های عملیات روانی عبارت‌اند از: فریب، فرسوده کردن، ارسال بیش از حد اطلاعات، تکنیک قاطع، آرام‌سازی، بازدارندگی، تحریک، سردرگم کردن، تلقین و فشار. روش‌های فوق از روش‌های مرسوم عملیات روانی است که به شیوه‌های مختلف علیه نیروهای هدف مورد استفاده قرار می‌گیرند. این روش‌ها می‌تواند در عرصه‌های مختلف نظامی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی به اشکال مختلفی بروز و ظهور نماید (حبی و حاتمی، ۱۳۸۸: ۲۸).

- جنگ نرم:

جنگ نرم، روشی برای غلبه یک طرف بر طرف دیگر بدون استفاده از ابزار و تجهیزات نظامی و قوه قهریه است که به صورت جذبی و اقناعی انجام می‌گیرد. در این جنگ مهاجم تلاش می‌کند که با اقدامات نرم‌افزارانه بر حوزه افکار و باورهای جامعه هدف، تأثیر گذارد و با ایجاد تغییرات اساسی در این حوزه، طرف مقابل را تسلیم خود کند (عربی و حاتمی، ۱۳۹۲: ۹). در واقع در جنگ نرم و عملیات روانی، دشمن با به کارگیری قدرت نرم، در پی رسیدن به خواسته‌هایش از طریق جذب و متقاعد ساختن طرف مقابل است. دشمن برای رسیدن به چنین هدف و وضعیتی چهار نوع تغییر را به صورت فرایندی دنبال می‌کند که عبارت‌اند از: تغییر باورها و اعتقادات، تغییر افکار، تغییر رفتار و در نهایت تغییر ساختار سیاسی (ملکی و حاتمی، ۱۴۰۰: ۸۰). پس از حضرت امام خمینی (ره)، مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) نیز از ابتدای دهه ۷۰، روشنگری‌های فراوانی درباره اهمیت تهاجم فرهنگی و جنگ نرم دشمن علیه جمهوری اسلامی داشته‌اند. ایشان آرایش

تهاجمی فرهنگی دشمن را علیه انقلاب بسیار خطرناک معرفی کرده، در اهمیت جنگ نرم، خطر آن را «برابر با جنگ نظامی معرفی می‌کنند». معظم‌له در یک راهبرد بلند مدت، از مفاهیم تهاجم فرهنگی (۱۳۷۰) تا ناتوی فرهنگی (۱۳۸۵) و جنگ نرم (۱۳۸۸) به عنوان دغدغه‌های اصلی کشور یاد می‌کنند (رنجبران، ۱۳۸۸: ۱۸).

همچنان که در مطالب بالا مشهود است عملیات روانی با جنگ روانی تفاوت دارد؛ بدین معنی که جنگ روانی عبارت است از تبلیغات برنامه‌ریزی شده و سایر اقدامات روانی که به منظور نفوذ در عقاید، احساسات و حالات و رفتار گروه‌های مورد نظر از آن استفاده می‌شود و اصولاً جنگ‌های روانی، هدف‌های ملی را در زمان جنگ پشتیبانی می‌نماید، اما عملیات روانی همان گونه که از تعریف فوق برمی‌آید، خود شامل جنگ روانی نیز می‌شود و اعم‌تر از آن است (مصطفوی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۶).

- دفاع مقدس:

مجموعه مجاهدت‌ها، حماسه‌ها، پایداری‌ها و فعالیت‌های متنوعی که ملت شریف و مسلمان ایران و نیروی‌های مسلح جمهوری اسلامی ایران در طول هشت سال در برابر تهاجم رژیم بعث عراق و نظام سلطه به خاک ایران اسلامی انجام دادند و در این امتحان الهی سربلند و پیروز بیرون آمدند را دفاع مقدس می‌گویند. جنگ عراق و ایران یا جنگ هشت‌ساله که در ایران با نام جنگ تحمیلی و دفاع مقدس شناخته می‌شود، در منابع عربی و غربی به نام جنگ اول خلیج یاد شده و در عراق دوران حکومت صدام حسین با نام قادسیه صدام از آن یاد می‌شد، طولانی‌ترین جنگ متعارف در قرن بیستم میلادی و دومین جنگ طولانی این قرن پس از جنگ ویتنام بود که نزدیک به هشت سال به طول انجامید (مولایی، ۱۴۰۱: ۹۹).

پیشینه پژوهش

عملیات روانی و جنگ نرم از جمله موضوعاتی است که پژوهش‌های متعددی در مورد آن صورت گرفته است. کتاب‌ها و مقالاتی به بحث ماهیت و ابعاد و اشکال عملیات روانی و جنگ نرم پرداخته‌اند. برخی پژوهش‌ها نیز به صورت موردی به بررسی ابعاد و تأثیرات عملیات روانی در بین نیروهای نظامی و سایر اقشار جامعه پرداخته است. به طور مشخص در مورد راهبردهای

عملیات روانی حضرت امام خمینی (ره) در دوران دفاع مقدس پژوهش مستقلی صورت نگرفته است و از این جهت این پژوهش بدیع محسوب می‌شود. در ادامه مطلب چند مورد از پژوهش‌های مرتبط با موضوع پژوهش در قالب جدول شماره ۱ مورد بررسی قرار گرفته است:

جدول ۱- پیشینه پژوهش

نویسندگان (سال)	عنوان پژوهش	یافته‌ها و نتیجه
محبی و همکاران (۱۳۸۶)	میزان آگاهی از شیوه‌های جنگ روانی و روش‌های مقابله با آن	آگاهی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در مقابله با جنگ روانی دشمن به‌ویژه بین نظامیان است. این پژوهش به دنبال بررسی و تحلیل این مسئله است که میزان آگاهی نظامیان از شیوه‌های عملیات روانی و جنگ روانی تا چه میزان است و نظامیان تا چه میزان نسبت به شیوه‌های مقابله با جنگ روانی آشنا هستند. یافته‌های پژوهش مبتنی بر مطالعه میدانی نشان می‌دهد، در نظامیان مورد مطالعه میزان آگاهی از روش‌های جنگ روانی و روش‌های مقابله با آن ضعیف است و افراد کمی تحت آموزش‌های مربوط به جنگ روانی قرار گرفته‌اند. همچنین بین میزان آگاهی از شیوه‌های جنگ روانی با میزان تحصیلات و درجه رابطه مثبت وجود دارد.
عبدالله مرادی، (۱۳۹۵)	عملیات روانی علیه سپاه در الگوی تخاصم راهبردی دشمن	دشمن از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی همواره الگوهای متعددی در راستای تقابل با جمهوری اسلامی، مهار، استحاله و براندازی به کار گرفته است. سپاه پاسداران انقلاب اسلامی به‌عنوان اصلی‌ترین نهاد برآمده از گفتمان انقلاب اسلامی ضمن اینکه نقش مؤثری در تحکیم هویت انقلابی کشور و تقابل با برنامه‌های دشمن بازی کرده است، به عنوان یک ابزار قدرت نرم و اراده سخت اصلی‌ترین مؤلفه قدرت منطقه‌ای جمهوری اسلامی نیز به شمار می‌رود. بر این اساس مقابله با سپاه پاسداران در قالب اجرای عملیات روانی و تهی‌سازی ظرفیت راهبردی آن به عنوان یکی از جدی‌ترین راهبردهای تخاصمی دشمن در مقطع اخیر می‌باشد.
کریم سواری (۱۳۹۶)	آسیب‌های روانی جنگ نرم و تعیین برخی از منابع مقابله با آن	در این پژوهش به بررسی تأثیر جنگ نرم بر روی گروه مورد مطالعه - که دانشجویان هستند - پرداخته شده است. روش پژوهش مبتنی بر نگرش‌سنجی است و نمونه مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه پیام نور اهواز بودند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مهم‌ترین آسیب‌های روانی حاصل از جنگ نرم بر روی دانشجویان عبارت‌اند از: گرایش به فضای مجازی و

تبیین از مدل‌های غربی (مرکب از ۹ آسیب) و بی‌نشاطی و کاهش خودباوری (مرکب از ۷ آسیب).		
مهم‌ترین رویکرد دشمنان نظام بعد از جنگ تحمیلی جنگ نرم و تهاجم به مرزهای ایمانی، عقیدتی و فرهنگی است. به عقیده مؤلفین ترویج فرهنگ ایثار و شهادت از طریق عناصر و ابزارهای فرهنگی، هنری، سینمایی و آموزشی از مهم‌ترین راهکارهای مقابله با جنگ نرم دشمن است و در این زمینه صداوسیما و رسانه‌های جمعی، سازمان‌های غیردولتی، مراکز علمی و دانشگاهی نقش مؤثری دارند.	راهکارهای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در کشور برای مقابله با جنگ نرم دشمن	سعید ملکی و داود حاتمی (۱۴۰۰)
پس از ناکامی دشمنان در تهدید سخت، آن‌ها به بهره‌گیری از عملیات روانی و راهبرد جنگ نرم روی آورده‌اند. مسئله پژوهش این است که مهم‌ترین شیوه‌های عملیات روانی دشمن علیه ایران کدام است. با استناد به منابع کتابخانه‌ای و یافته‌های میدانی این نتیجه حاصل شده است که شیوه‌های عملیات روانی دشمن به ترتیب اهمیت از طریق اقدامات فرهنگی و اقتصادی، سپس اقدامات سیاسی و امنیتی و در نهایت اقدامات نظامی است.	بررسی شیوه‌های عملیات روانی علیه ایران از نظر نیروهای نظامی	حبی، محمدباقر، حاتمی، حمیدرضا (۱۳۸۸)
هدف این پژوهش بررسی گفتمان اسلام‌ستیزی و ایران‌هراسی در مطبوعات و رسانه‌های برجسته غرب است. یافته‌های پژوهش با روش تحلیل محتوی نشان می‌دهد رسانه‌های غرب در تلاش هستند که این ایده را تقویت کنند که تناقض بسیار روشنی بین اسلام و حقوق بشر وجود دارد. در مقابل، در این رسانه‌ها گفتمان مرتبط با اسلام غربی شده، سکولار، میانه‌رو و سازگار با دموکراسی غربی توسعه و ترویج داده می‌شود. از مهم‌ترین مصادیق عملیات روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران می‌توان به موارد ادعائی چون نقض حقوق بشر، برنامه هسته‌ای نظامی، حمایت از تروریسم، ادعای دخالت ایران در امور داخلی دیگر کشورها و ... اشاره کرد.	عملیات روانی با تأکید بر ایران‌هراسی و اسلام‌ستیزی در رسانه‌های برجسته غرب	بهنام رضا قلی زاده، (۱۳۹۲)

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به دنبال بررسی و تبیین مهم‌ترین مفاهیم و راهبردهای دفاعی حضرت امام خمینی (ره) در مؤلفه عملیات روانی در دوران دفاع مقدس و براساس متن «صحیفه امام (ره)» می‌باشد. این

پژوهش از منظر ماهیت و روش جزء پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی محسوب می‌شود که به شیوه «تحلیل محتوا» انجام گرفته است. تحلیل محتوی یکی از انواع چهارگانه پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی است که به منظور توصیف عینی و کیفی محتوای مفاهیم به صورت نظام‌مند انجام می‌شود (حافظ‌نیا، ۱۳۹۶: ۲۷). این پژوهش نیز به شیوه تحلیل محتوی انجام شده است و متن مورد تحلیل، صحیفه حضرت امام خمینی (ره) در دوره دفاع مقدس می‌باشد. در ادامه مطلب به اختصار فرایند و مراحل پژوهش به تفصیل مورد بررسی قرار می‌گیرد:

مرحله اول) طرح سؤال:

پژوهش به شیوه تحلیل محتوا با طراحی سؤال اصلی آغاز می‌شود و سؤال اصلی پژوهش بدین شرح است:

- مهم‌ترین مفاهیم و راهبردهای دفاعی حضرت امام خمینی (ره) در مؤلفه عملیات روانی در دفاع مقدس بر اساس متن صحیفه در دوره دفاع مقدس کدام‌اند؟

مرحله دوم) جستجو در مبانی نظری و پیشینه پژوهش:

مرحله دوم مراجعه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش است. هدف از مراجعه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش گردآوری اطلاعات راجع به کلیدواژه‌ها، مفاهیم، نظریه‌ها، مدل‌ها و روش‌های مرتبط با سؤال اصلی پژوهش است. در واقع خروجی این بخش یعنی بررسی و مطالعه پیشینه و مبانی نظری موضوع، مشخص شدن و تدوین مدل مفهومی پژوهش، نوع روش تحلیل محتوا و منطق پژوهشی مرتبط با آن است که در قالب مرحله بعد توضیح داده شده است.

مرحله سوم) تدوین مدل مفهومی پژوهش:

یکی از مهم‌ترین عناصر پژوهش در حوزه علوم اجتماعی «مدل مفهومی» و به عبارتی چهارچوب مفهومی پژوهش است. مدل مفهومی عبارت است از تبیین ارتباط منطقی و اتصال مفاهیم اساسی که قرار است مورد مطالعه قرار گیرند (نوغانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۸). در واقع، در مدل مفهومی پژوهش مفاهیم اصلی، متغیرها و روابط سازمان‌یافته میان آنها به نمایش درمی‌آید و این مفاهیم، برای نزول به سطح واقعیت تجربی، تبدیل به متغیر می‌شوند (ایمان، ۱۳۹۴: ۳۱). همچنان که در بخش نظری ذکر شد، مفهوم «راهبرد دفاعی» زیرمجموعه مفهوم کلان‌تر «سیاست دفاعی» است. بعد از بررسی پژوهش‌ها و منابع مرتبط، مدل ابعاد و مؤلفه‌های سیاست دفاعی

هانتیگتون از استراتژیست‌های نظامی به عنوان مدل اصلی مبین ابعاد و مؤلفه‌های سیاست دفاعی انتخاب شد. همچنان که در نمودار زیر مشخص است، مدل سیاست دفاعی هانتیگتون به معرفی ابعاد و مؤلفه‌های اصلی سیاست دفاعی کشورها پرداخته است. بدین ترتیب، سیاست دفاعی دارای دو بُعد اصلی راهبردی و ساختاری است. بُعد ساختاری سیاست دفاعی به سیاست داخلی کشور ارتباط دارد و خود به پنج نوع سیاست شامل ساختار سازمانی، سیاست بودجه و تشکیلات، سیاست تسلیحات، سیاست دفاع غیر نظامی و سیاست نیروی انسانی تقسیم می‌شود (تهامی، ۱۳۸۴: ۱۲). با عنایت به اینکه حضرت امام خمینی (ره) یک شخصیت نظامی و اندیشمند حوزه دفاعی نبودند و از طرفی مبنای احصاء راهبردهای دفاعی مجموعه بیانات و پیام‌های ایشان بر اساس متن صحیفه امام (ره) است، با الگو گرفتن از مدل هانتیگتون تلاش شد تا مؤلفه‌های مرتبط با ابعاد سیاست دفاعی در بیانات و پیام‌های حضرت امام خمینی (ره) معادل‌سازی و در متن صحیفه مورد بررسی و تحلیل محتوا قرار گیرد. به عنوان نمونه از مؤلفه سیاست ساختار سازمانی، سیاست نیروی انسانی و سیاست دفاع غیر نظامی در مدل هانتیگتون استفاده شد و مؤلفه‌های فرهنگ و رفتار سازمانی، شاخص‌سازی نیروی نظامی مطلوب و نقش و کارکرد بسیج مردمی معادل‌سازی گردید و برای جستجوی مفاهیم و راهبردهای مرتبط در صحیفه مد نظر قرار گرفت. در این مقاله مفاهیم و راهبردهای مؤلفه عملیات روانی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است.



منبع: زرقانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۹۶

شکل ۱- معادل‌سازی مؤلفه‌های سیاست دفاعی در مدل هانتیگتون و متن صحیفه امام (ره)

مرحله چهارم) انتخاب روش تحلیل محتوا، رویکرد و منطق آن:

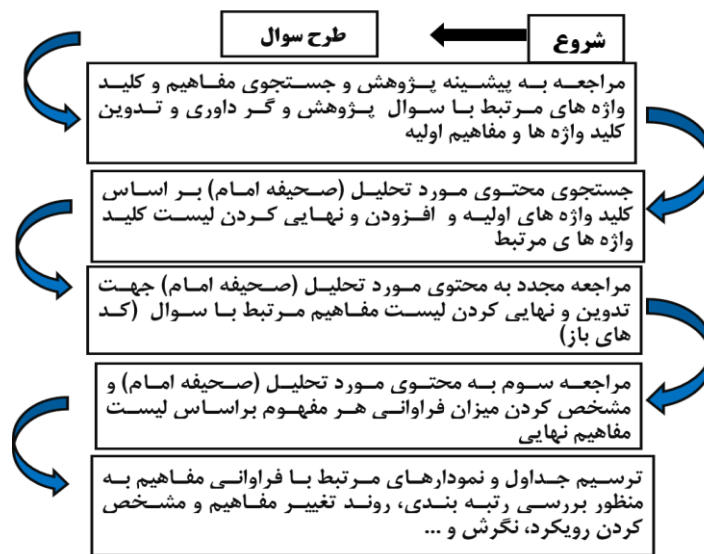
روش تحلیل محتوا بر اساس زمینه پارادایمی، ماهیت و منطق پژوهشی آن به انواع مختلفی تقسیم می‌شود. یکی از تقسیم‌بندی‌های رایج در روش تحلیل محتوا، تقسیم آن به سه روش کمی (تجربی)، روش کیفی و در نهایت روش تلفیقی (ترکیبی) است. این پژوهش مبتنی بر روش «تحلیل محتوای تلفیقی» است. در روش تحلیل محتوای تلفیقی، مانند روش تحلیل محتوای کمی، پژوهشگر به شمارش واژه‌ها، جمله‌ها و مفاهیم دست می‌زند، اما فرآیند پژوهش در اینجا متوقف نشده و به جای تمرکز بر فراوانی داده‌ها و ارائه تحلیل آماری از آن، پژوهشگر توجه خود را به استفاده از واژه‌ها در هر بافت خاص معطوف می‌کند (تبریزی، ۱۳۹۳: ۱۳۳). موضوع دیگر در تحلیل محتوا، نوع رویکرد، رهیافت یا منطق مورد استفاده در آن است. در تحلیل محتوا سه رویکرد سنتی، هدایت‌شده و جامع برای کاربرد تحلیل محتوا مطرح است و تفاوت عمده این رویکردها در چگونگی کدگذاری، اساس کدها و چالش‌های مربوط به درستی داده‌ها است (قائدی و گلشنی، ۱۳۹۵: ۷۲). در این پژوهش از رویکرد هدایت‌شده استفاده شده است؛ بدین معنی که برای شناخت مفاهیم اصلی دفاعی مرتبط با مؤلفه عملیات روانی، از نتایج پژوهش‌های پیشین به عنوان کدهای اولیه و راهنما استفاده شده است.

در نهایت سومین موضوع مرتبط با این مرحله انتخاب منطق پژوهش بر مبنای دو منطق قیاس و استقراء است. در تحلیل محتوا از رویکردهای مختلف قیاسی، استقرایی به‌تنهایی یا به صورت ترکیبی استفاده می‌شود (ایمان، ۱۳۹۴: ۱۰۹). در این پژوهش در فرآیند بررسی سؤالات پژوهش از هر دو منطق قیاس و استقراء استفاده شده و در واقع رویکرد ترکیبی مد نظر قرار گرفته است (بلیکی، ۱۳۸۴: ۱۶۵).

مرحله پنجم) جستجو در متن صحیفه امام و استخراج مفاهیم مرتبط با دفاع:

شکل ۲ فرایند استخراج مفاهیم دفاعی مرتبط با مؤلفه «عملیات روانی» را به تصویر کشیده است. همچنان که در شکل مشخص است، برای شناخت مهم‌ترین مفاهیم مرتبط با دفاع در مؤلفه «عملیات روانی»، ابتدا براساس سؤال مربوطه، پیشینه پژوهش با هدف آشنایی با مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط با این مؤلفه مورد بررسی قرار گرفت. بعد از مشخص شدن برخی مفاهیم و

کلیدواژه‌های اولیه، متن صحیفه با رویکرد استقرائی مورد بررسی و واکاوی قرار گرفت و برخی واژه‌ها و مفاهیم جدید به لیست مفاهیم و واژه‌های اولیه اضافه و لیست نهایی کلیدواژه‌ها مشخص شدند. در مرحله بعد، براساس لیست کلیدواژه‌های نهایی، متن صحیفه مجدداً مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته و لیست نهایی مفاهیم مرتبط با مؤلفه مورد نظر تدوین شد.

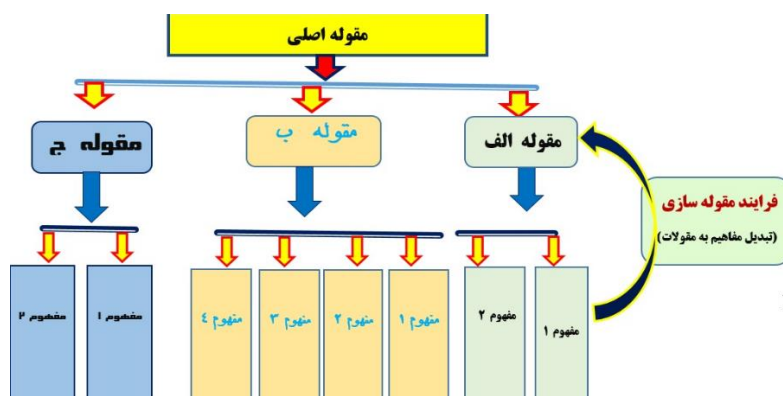


شکل ۲- مدل فرایند استخراج مفاهیم دفاعی

مرحله ششم) فرایند مقوله‌بندی و تدوین راهبردهای دفاعی:

هدف از تحلیل محتوا استخراج پیام‌ها و مفاهیم مرتبط با موضوعات پژوهش از داخل متن مورد تحلیل است. روش تحلیل محتوای کیفی و نظریه داده بنیاد (گراندد تئوری، نظریه زمینه‌ای) از این نظر با هم مشترک هستند که هر دو روش به دنبال استخراج مفاهیم و مقوله‌ها از داخل متن مورد تحلیل هستند، با این تفاوت که هدف از تحلیل محتوای کیفی لزوماً تدوین یک نظریه به شیوه استقراء نیست و اساساً استخراج مفاهیم و مقوله‌ها مدنظر است (نوغانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۹). در نظریه زمینه‌ای و روش‌های تحلیل محتوا، تحلیل داده‌ها با فرایند کدگذاری آغاز می‌شود. کدگذاری فرایندی تحلیلی است که طی آن داده‌ها مفهوم‌گذاری می‌شوند و به هم می‌پیوندند تا مقوله یا نظریه را شکل دهند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۱: ۲۵). در واقع کدگذاری باز قصد دارد

تا داده‌ها و پدیده‌ها را در قالب مفاهیم درآورد (نوغانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۱). در فرآیند کدگذاری باز در مرحله کدبندی اولیه مفاهیم زیادی به دست می‌آید. قدم بعدی آن است که باید این کدها یا مفاهیم را بر اساس پدیده‌های کشف شده در داده‌هایی که مستقیماً به پرسش تحقیق مربوط می‌شوند، «دسته‌بندی یا مقوله‌بندی» کرد. در واقع همچنان که در شکل ۳ نشان داده شده است، بعد از مفهوم‌سازی محقق می‌تواند برخی از مفاهیم را که ویژگی مشترکی داشته و از لحاظ معنایی با یکدیگر تناسب دارند و نیز بر موضوع واحدی دلالت دارند را زیر یک مفهوم انتزاعی‌تر که به آن «مقوله» گفته می‌شود، قرار دهد و یک عنوان برای آنها در نظر گیرد (نوغانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۹۷).



شکل ۳- فرآیند مقوله سازی از مفاهیم

براساس فرآیند مقوله‌سازی و با استناد به مفاهیم دفاعی که از متن صحیفه در قالب مرحله قبل استخراج شده بود؛ راهبردهای دفاعی مد نظر حضرت امام خمینی (ره) در مؤلفه عملیات روانی احصاء و تدوین شد که در بخش یافته‌های تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

- مفاهیم مرتبط با عملیات روانی

در بخش روش‌شناسی نحوه احصاء مهم‌ترین مفاهیم مؤلفه «عملیات روانی» بیان شد. جدول زیر، کلیدواژه‌های اولیه، کلیدواژه‌های نهایی و مفاهیم اصلی مرتبط با مؤلفه «عملیات روانی» را نشان می‌دهد. همچنان که در جدول مشخص است، در ستون اول کلیدواژه‌های اولیه مبتنی بر پیشینه پژوهش قرار دارد؛ ستون دوم، کلیدواژه‌های نهایی مفاهیم این مؤلفه است که با مراجعه به متن صحیفه کامل و نهایی شده است و در نهایت ستون آخر، مفاهیم نهایی مرتبط با مؤلفه «عملیات روانی» را نشان می‌دهد.

جدول ۲- کلیدواژه‌ها و مفاهیم مرتبط با عملیات روانی از منظر امام خمینی (ره)

کلیدواژه‌های اولیه	کلیدواژه‌های نهایی	مفاهیم نهایی
تفرقه، اختلاف، روش‌نگری، تبلیغات، دروغ، حقیقت، صداوسیما، رسانه، مطبوعات	رسانه، رادیو، تلویزیون، تبلیغات، حق، باطل، اختلاف، تفرقه، تشیت، حزب بعث، ابرقدرت، حزب بعث کافر، دروغ، فریب، تهمت، مطبوعات، سخنرانی، فیلم، حمایت، ملت عراق، مردم عراق، مقاومت، صدام کافر، ملحد، اسلام و کفر، تجاوز، متجاوز، دفاع، دفاع مقدس، جهاد، جهاد دفاعی، جنگ تحمیلی، رژیم متجاوز، کنترل مطبوعات، حمایت، شورش، برخورد، مالیات، آب و برق، ارتش عراق، پشتیبانی، ملت	تبیین جنگ به‌مثابه دفاع مقدس و جهاد دفاعی در مقابل تجاوز دشمن تبیین حقانیت ملت ایران و تفسیر جنگ تحمیلی به‌عنوان نماد مبارزه اسلام و حق (ایران) با کفر و باطل (رژیم بعث) تبیین و روش‌نگری نسبت به تبلیغات و ادعاهای نادرست رژیم بعث عراق و متحدان منطقه و جهانی آن در مورد دفاع مقدس و مسائل آن تبیین اهمیت و تأثیر زیاد حمایت کامل ملت از نیروهای مسلح برخورد با هرگونه تشکیک در ماهیت دفاع مقدس و لزوم همسویی کامل رسانه، مطبوعات، مسئولین (سخنرانی‌ها) با سیاست‌های کشور در مورد دفاع مقدس هشدار و برخورد نسبت به عوامل نفوذی و اختلاف‌افکنی‌های بین نیروهای نظامی به‌ویژه ارتش و سپاه تأکید بر روش‌نگری نسبت به متجاوز بودن رژیم بعث و حق دفاع ملت ایران برای ملت عراق و کشورهای جهان

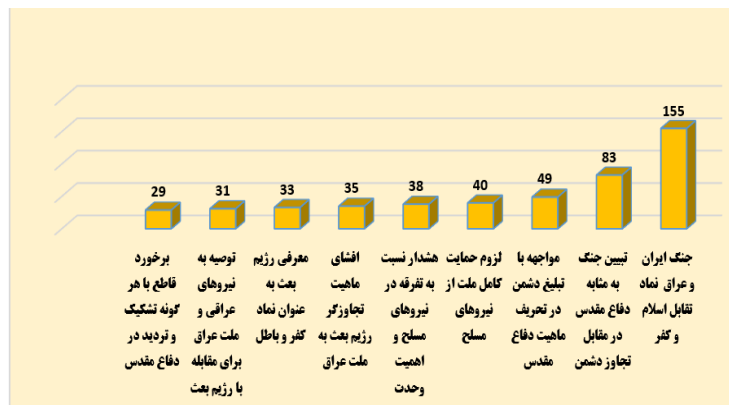
نیروهای مسلح، نیروهای نظامی	معرفی رژیم بعث، دولت عراق و صدام به عنوان نماد کفر و باطل توصیه به نیروهای نظامی عراق برای عدم شرکت در جنگ و پناهنده شدن به ایران و تأکید به ملت عراق برای مقاومت منفی در مقابل رژیم بعث از طریق (همکاری نکردن با دولت عراق / نپرداختن مالیات)
-----------------------------	--

در واقع در پاسخ به سؤال اول که مهم ترین مفاهیم مرتبط با مؤلفه «عملیات روانی» کدام اند، می توان گفت ^۴نه مفهوم فوق مهم ترین مفاهیم مرتبط با این مؤلفه هستند. مفاهیم ^۵نه گانه فوق هر کدام به بخشی از عملیات روانی از منظر حضرت امام خمینی (ره) می پردازند. عملیات روانی جنگ ایران و عراق از منظر حضرت امام خمینی (ره) طیف وسیعی از موارد را شامل می شود؛ در ادامه پژوهش و در بخش بررسی مصادیق، تلاش شده است تا با ذکر مصادیق مختلف از صحیفه حضرت امام خمینی (ره) این مفاهیم بیشتر مورد بحث و بررسی قرار گیرد.

- رتبه بندی مفاهیم در مؤلفه عملیات روانی

شکل ۴ رتبه بندی مفاهیم مرتبط با عملیات روانی را از منظر حضرت امام خمینی (ره) و بر اساس متن صحیفه امام (ره) نشان می دهد. همچنان که در نمودار مشخص است، مفاهیم ^۶نه گانه دارای میزان فراوانی های مختلفی هستند؛ به نحوی که میزان فراوانی ها از حداکثر ۱۵۵ مورد تا حداقل ۲۹ مورد مشاهده می گردد. از نظر رتبه بندی مفاهیم براساس میزان فراوانی هم در مجموع فراوانی ها، مفهوم «تبیین حقانیت ملت ایران و تفسیر جنگ تحمیلی به عنوان نماد مبارزه اسلام و حق (ایران) با کفر و باطل (رژیم بعث)» با ۱۵۵ مورد بیشترین میزان فراوانی را به خود اختصاص داده است. این می تواند مبین این موضوع باشد که از نظر حضرت امام خمینی (ره) در بین مجموع مفاهیم این مؤلفه، این مفهوم که بیشتر از منظر دینی و اعتقادی قابل طرح است، اهمیت و اولویت اصلی را دارد. مفهوم «تبیین جنگ به مثابه دفاع مقدس و جهاد دفاعی در مقابل تجاوز دشمن» با فاصله تقریباً زیادی یعنی با فراوانی ۸۳ در رتبه دوم قرار دارد. این مفهوم نیز همانند مفهوم اول، بیشتر جنبه عقیدتی و دینی دارد. مفهوم «تبیین و روشنگری نسبت به تبلیغات و ادعاهای نادرست رژیم بعث عراق و متحدان منطقه و جهانی آن در مورد دفاع مقدس و مسائل آن» با فراوانی ۴۹ مورد، رتبه سوم را به خود اختصاص داده است. این مفهوم هم جنگ ایران و عراق را فراتر از

جنگ دو کشور برای تسلط بر سرزمین می‌داند و با توجه به پشتیبانی قدرت‌های بزرگ جهان از عراق، ماهیت اصلی جنگ را تقابل ایران اسلامی با سلطه مستکبران و نظام سلطه می‌داند. توجیه نیروهای عراقی برای مقابله با رژیم بعث و برخورد با هرگونه تشکیک در دفاع مقدس نیز دارای کمترین فراوانی هستند.



شکل ۴- رتبه‌بندی مفاهیم

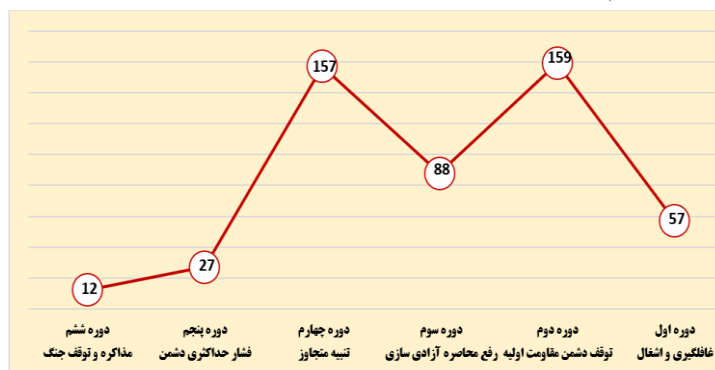
– روند تغییر فراوانی مفاهیم مؤلفه «عملیات روانی» در صحیفه حضرت امام (ره):

محور دیگر مورد بحث در مورد مؤلفه مذکور، بررسی وضعیت و روند تغییر فراوانی مفاهیم این مؤلفه است. در واقع در این بخش از پژوهش با این سؤال مواجه هستیم که روند تغییر فراوانی مفاهیم مؤلفه «عملیات روانی» در دوره‌های مختلف دفاع چگونه است؟ برای پاسخ به سؤال فوق و بررسی روند تغییر فراوانی مفاهیم این مؤلفه بدین نحو عمل شد که میزان فراوانی هر مفهوم در دوران دفاع مقدس مدنظر قرار گرفت. لازم به یادآوری است که بررسی رتبه‌بندی مفاهیم و روند تغییر مفاهیم مستلزم تقسیم دوران هشت ساله دفاع مقدس به دوره‌های فرعی کوتاه‌تری بود که دوره بندی شش مرحله‌ای زیر برای این امر، تدوین و ملاک قرار گرفت.

مدیریت نظامی حضرت امام (جذب و سازماندهی ظرفیت عظیم بسیج مردمی و (مدیریت نظامی توده ای)		مدیریت نظامی کلاسیک بنی صدر	
دوره پذیرش قطعنامه و پایان جنگ تیر و مرداد ۶۷	دوره فشار حداکثری دشمن (حداکثر مدافعه بین المللی) و از دست رفتن بخش عمده اراضی تصرف شده) خرداد ۶۵ تا تیر ۶۷	دوره رفع محاصره و آزاد سازی اراضی اشغالی (مهر ۶۰ تا خرداد ۶۱)	دوره توقف و یسروری دشمن و اشغال (۳۱) و اشغال ۱۰ شهریور ۵۹ تا آبان ۵۹)
دوره ششم اول	دوره پنجم	دوره چهارم	دوره سوم

شکل ۵- دوره‌های شش گانه دفاع مقدس (منبع: زرقانی، ۱۴۰۰: ۳۲۱)

بر مبنای دوره‌های شش‌گانه دفاع مقدس، می‌توان میزان فراوانی هر مفهوم را مورد بررسی قرار داده و روند تغییر این مفاهیم را در قالب نمودار به تصویر کشید. شکل ۶ بر همین اساس ترسیم و روند تغییر فراوانی مفاهیم مؤلفه «عملیات روانی» در آن به تصویر کشیده شده است:



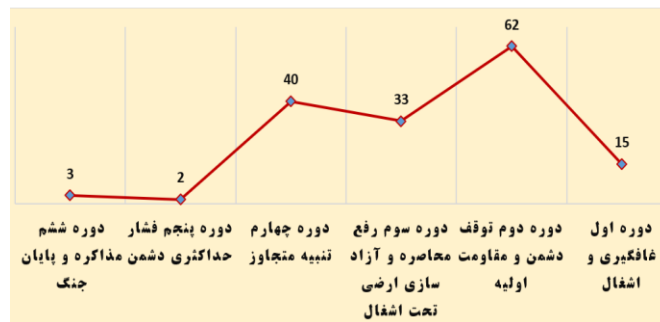
شکل ۶- روند تغییر فراوانی مفاهیم «عملیات روانی» در دوره‌های دفاع مقدس

همچنان که در شکل ۶ مشخص است؛ روند کاربرد مفاهیم مؤلفه «عملیات روانی»، در دوران شش‌گانه مذکور مسیری یکنواخت و خطی ندارد و دارای فراز و فرود است. بیشترین فراوانی مفاهیم این مؤلفه در دوره دوم قرار دارد. این وضعیت نمودار، مبین آن است که حضرت امام خمینی (ره) در مؤلفه «عملیات روانی دفاع مقدس» بیشترین تمرکز و تبلیغ را به ترتیب در دوره‌های دوم، چهارم و سوم داشتند. دوره چهارم با ۴۶ ماه، طولانی‌ترین دوره در بین دوره‌های شش‌گانه دفاع مقدس است و از این رو در ظاهر منطقی به نظر می‌رسد که هر چه طول دوره زیاده‌تر باشد، تعداد سخنرانی‌ها، ابلاغ پیام‌ها، نشست‌ها و ... بیشتر و در نتیجه تعداد مفاهیم هم زیاده‌تر است. لکن وقتی تعداد فراوانی مفاهیم دوره‌های دیگر دفاع مقدس بررسی می‌شود، متوجه این نکته و تناقض می‌شویم که لزوماً بین طول زمان یک دوره و تعداد فراوانی مفاهیم ارتباط مستقیمی برقرار نیست و اینطور نیست که هر چه طول دوره از نظر زمانی و تعداد ماه بیشتر باشد، تعداد مفاهیم هم بیشتر خواهد بود. برعکس، در برخی از دوره‌ها با این که طول دوره خیلی کوتاه است، اما تعداد مفاهیم آن دوره به نسبت زمان کوتاه آن خیلی بیشتر از دوره‌هایی است که طول زمان آن بیشتر است. به عنوان نمونه و براساس نمودار بالا در دوره اول دفاع مقدس که مشتمل بر فقط دو ماه است، فراوانی مفاهیم این مؤلفه ۵۷ مورد است، در حالی که در دوره پنجم که طول آن برابر ۲۶

ماه است، تعداد فراوانی خیلی کمتر و برابر با ۲۶ مورد است. برای درک بهتر موضوع و همچنین ذکر مصادیقی از صحیفه حضرت امام خمینی (ره)، روند تغییر مفاهیم^۷ نه گانه این مؤلفه به تفکیک مورد بررسی قرار می گیرد.

۱) مفهوم جنگ ایران و عراق نماد تقابل اسلام و کفر

اولین مفهوم مرتبط با مؤلفه «عملیات روانی»، معرفی جنگ ایران و عراق به عنوان نماد تقابل اسلام و کفر است. حضرت امام خمینی (ره) از اولین روز آغاز جنگ تحمیلی تا روز پایانی جنگ، همواره بر استفاده از دوگانه «اسلام/ کفر» برای اعلام وضعیت نیروها در دو سوی جبهه نبرد تأکید داشتند و در سخنرانی‌ها و پیام‌هایشان به کرات جنگ ایران و عراق را به عنوان نماد تقابل لشکر اسلام با رژیم بعث کافر مطرح می کردند. همچنان که در شکل ۴ نشان داده شد، مفهوم «جنگ ایران و عراق نماد تقابل اسلام و کفر»، با فراوانی ۱۵۵، رتبه اول را در بین مفاهیم^۸ نه گانه دارد. تغییر روند اشاره به این مفهوم در دوره‌های شش گانه دفاع مقدس در شکل ۷ به تصویر کشیده شده است.



شکل ۷- روند تغییر فراوانی مفهوم «جنگ ایران و عراق نماد تقابل اسلام و کفر» در دوران دفاع مقدس

همچنان که در شکل مشخص است، نمودار از روند خطی و ثابتی پیروی نمی کند و منحنی وار است. براین اساس، اوج ارائه پیام‌های مرتبط با این مفهوم از سوی حضرت امام خمینی (ره) به دوره دوم برمی گردد که ۶۲ فراوانی را شامل می شود. بعد از این دوره، دوره چهارم با ۴۰ فراوانی و دوره سوم با ۳۳ فراوانی در جایگاه دوم و سوم قرار دارند. در مقابل دوره‌های پنجم با ۲ فراوانی و ششم با ۳ فراوانی در رتبه‌های آخر قرار دارند. این امر بدان معناست که براساس «فراوانی مطلق» مفهوم مورد بررسی، در طی دوره‌های دوم و چهارم دفاع مقدس بیشترین حجم پیام‌های مرتبط با

این مفهوم از سوی حضرت امام خمینی (ره) صادر شده است. همانند مفاهیم دیگر مؤلفه عملیات روانی، نمودار دو فراز در دوره‌های دوم و چهارم و دو فرود را در دوره‌های سوم و پنجم نشان می‌دهد. در جدول ۳ به برخی مصادیق مربوط به مفهوم مذکور در صحیفه امام (ره) اشاره شده است.

جدول ۳- مصادیق مرتبط با مفهوم «جنگ ایران و عراق نماد تقابل اسلام و کفر» در صحیفه امام (ره)

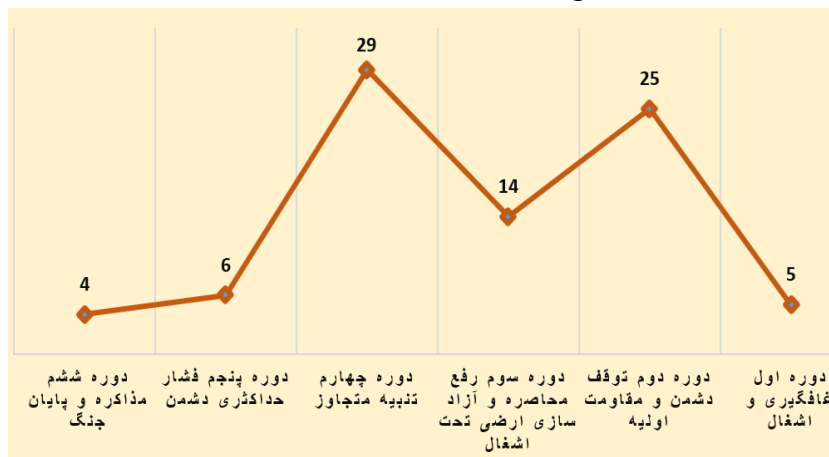
ج ۱۸: ۴۴	«... بحمد الله رزمندگان ما در همه جا پیروزند... بار دیگر من به همه اهالی کشور تأکید می‌کنم که امروز باید توجه به این جنگ زیاد باشد و امروز تمام اسلام در مقابل تمام کفر ایستاده است»
ج ۱۸: ۳۸۵	«جنگ ما جنگی است بین اسلام و کفر، نه جنگی است ما بین یک کشور و یک کشور. ما بین اسلام و کفر است. امروز اگر ما عقب‌نشینی کنیم اسلام را شکست دادیم...»
ج ۱۷: ۲۲۲	«من از شما برادرها، جوان‌های عزیز که در این جبهه که نزاع ما بین کفر است و اسلام، ایمان است و کفر، تشکر می‌کنم ... اعتماد به رحمت خدا، به عنایات خدای تبارک و تعالی که این در رأس همه امور است»
ج ۱۹: ۲۲۹	«... ما دفاع از اسلام می‌کنیم. صدام پا روی اسلام گذاشته، ما از او دفاع می‌خواهیم بکنیم؟! دفاع از اسلام می‌خواهیم بکنیم...»

همچنان که در مصادیق ذکر شده در متون بالا مشخص است، حضرت امام خمینی (ره) از همان روزهای ابتدایی جنگ تحمیلی تا پایان جنگ برخلاف تبلیغات مغرضانه دشمنان خارجی که سعی داشتند جنگ بین ایران و عراق را جنگ برای سرزمین، جنگ بین دو کشور اسلامی و دو ملت شیعه و... قلمداد کنند؛ بر ماهیت حقیقی جنگ به عنوان جنگ و تقابل تمام اسلام در مقابل تمام کفر تأکید داشتند.

۲) مفهوم «جنگ تحمیلی به مثابه دفاع مقدس»

یکی از راهبردهای اصلی حضرت امام خمینی (ره) در بحث عملیات روانی در دوره دفاع مقدس، تأکید ایشان بر ماهیت دفاعی جنگ تحمیلی به‌ویژه از منظر اسلامی و در قالب مفهوم «جهاد دفاعی» بود. در زمینه تبیین عملیات روانی، امام (ره) بارها به این موارد در صحیفه اشاره کرده‌اند. رتبه دوم فراوانی مفاهیم مرتبط با مؤلفه عملیات روانی، به مفهوم «تبیین جنگ تحمیلی به مثابه دفاع مقدس» با ۸۳ فراوانی تعلق دارد. یکی از راهبردهای حضرت امام خمینی (ره) در عملیات روانی

دوره دفاع مقدس، تأکید ایشان بر تجاوزگر بودن رژیم بعث عراق و در مقابل مشروعیت حق دفاع ملت ایران بود و به تعبیر دیگر ایشان بر جهاد دفاعی ملت ایران در مقابل تجاوز رژیم کافر عراق تأکید داشته و جنگ را به مثابه دفاع مقدس قلمداد می کردند.



شکل ۸- روند تغییر فراوانی مفهوم «جنگ تحمیلی به مثابه دفاع مقدس» در دوران دفاع مقدس

شکل ۸ روند تغییر فراوانی مفهوم «جنگ تحمیلی به مثابه دفاع مقدس» را در طی شش دوره دفاع مقدس نشان می دهد. همچنان که مشخص است، بالاترین میزان فراوانی در طی شش دوره دفاع مقدس، در دوره چهارم با ۲۹ مورد فراوانی بوده است. براساس این میزان فراوانی می توان گفت، حضرت امام خمینی (ره) توجه ویژه‌ای به بسط و تبیین این مفهوم در دوره چهارم دفاع مقدس داشته‌اند؛ به نحوی که براساس متن صحیفه در این دوره شاهد بیشترین تکرار این مفهوم در سخنرانی‌ها، پیام‌ها و ... حضرت امام خمینی (ره) هستیم. بعد از دوره چهارم، دوره دوم و سوم از نظر فراوانی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در جدول زیر مصادیقی از جلد‌های مختلف صحیفه امام (ره) در مورد این مفهوم ذکر می گردد.

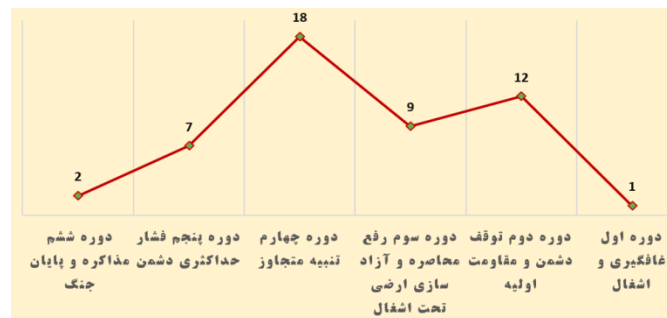
جدول ۴- مصادیق مرتبط با مفهوم «جنگ تحمیلی به مثابه دفاع مقدس» در صحیفه امام (ره)

ج ۱۳: ۲۶۱	«... اولاً ما به تبع اسلام با جنگ همیشه مخالفیم و میل داریم که بین همه کشورها آرامش و صلح باشد. لکن اگر جنگ را بر ما تحمیل کنند، ما تمام ملتمان جنگجوست و با تمام قوا مقابله می‌کنیم... از جنگ نخواهیم هراسید و مرد جنگ هستیم، لکن مایل نیستیم به اینکه جنگ واقع بشود»
ج ۱۶: ۱۵۴	«ما با هیچ کشوری، چه اسلامی و چه غیر اسلامی سر جنگ نداریم و طالب صلح و صفا برای همه هستیم و تاکنون نیز به دفاع که برای هر کس فریضه‌ای است الهی و حق است انسانی، برخاسته‌ایم؛ و هرگز قصد تجاوز به کشورهای دیگر را نداریم».
ج ۱۶: ۱۶۳	«... ما نمی‌خواهیم برویم کشورگیری کنیم، ما دفاع می‌کنیم؛ دفاعی که اسلام به ما دستور داده، ما تابع اسلام هستیم؛ هر چه فرموده است عمل می‌کنیم».
ج ۱۶: ۳۱۸	«ما هیچ وقت طالب جنگ از اول نبودیم. اگر چنانچه عراق به ما حمله نکرده بود، ما دفاع نمی‌کردیم؛ اما دفاع ما کردیم، ما جنگ نکردیم تا حالا... ما گفتیم: فقط دفاع کنید... دفاع که یک مسئله عقلی است... یک مسئله طبیعی است. ما همیشه دفاع کرده ایم تا حالا، هیچ وقت جنگ نکرده ایم».
ج ۱۷: ۲۸	«... ما باز هم تکرار می‌کنیم این معنا را که ما یک مردمی هستیم که برای خاطر اسلام دفاع داریم می‌کنیم؛ هجوم به ما شده است و هجوم را دفاع می‌کنیم و از اول هم همین بود...»

۳) مفهوم «مواجهه با تبلیغ دشمن در تحریف ماهیت دفاع مقدس»

تبلیغات در جنگ از آن روی که در قالب عملیات روانی موجب اقناع و تحریک نیروهای خودی می‌شود و در مقابل با شایعه‌سازی و فریب درصدد ضعف روحیه دشمن برمی‌آید، از اهمیت و کارکرد زیادی برخوردار است. حضرت امام خمینی (ره) با وجود اینکه شخصیت نظامی نداشتند، اما نسبت به این نوع تبلیغات و جنگ روانی دشمن اشراف کامل داشته و تلاش می‌کردند در کنار تأکید بر ماهیت دینی و اسلامی دفاع مقدس به‌مواجهه با تبلیغات، شایعه‌پردازی، شبهه‌افکنی، تحریف واقعیت‌های میدانی جنگ، میزان تلفات و... پردازند. مفهوم «مواجهه با تبلیغ دشمن در تحریف ماهیت دفاع مقدس» یکی دیگر از مفاهیم مؤلفه عملیات روانی است که در ادامه مطلب به بررسی آن می‌پردازیم. در بررسی فراوانی مفاهیم همان‌طور که در شکل ۴ نشان داده شده است؛ سومین مفهوم از نظر میزان فراوانی در مجموع مفاهیم مؤلفه عملیات روانی؛ مفهوم مواجهه با تبلیغات رژیم بعث و دشمنان دیگر در تحریف ماهیت دفاع مقدس و مسائل مرتبط با آن

است که با ۴۹ مورد در جایگاه سوم قرار دارد. دو مفهوم پیش گفته که دارای بیشترین فراوانی‌ها نیز بودند، هر دو به نحوی اشاره به ماهیت اسلامی و الهی جبهه انقلاب و لزوم تقابل با جبهه کفر و باطل و دفاع از سرزمین اسلامی ایران در مقابل دشمن تجاوزگر بعثی داشتند؛ به عبارت دیگر، در مفهوم اول بر جنبه اسلامی بودن طرف ایرانی و کفر جبهه مقابل تأکید شده است و در مفهوم دوم یعنی «تبیین جنگ تحمیلی به مثابه دفاع مقدس» بار دیگر حضرت امام خمینی (ره) از منظر اسلامی و دینی به جنگ پرداخته و جنگ تحمیلی ایران و عراق را به عنوان «جهاد دفاعی» و به تعبیر دیگر «دفاع مقدس» مردم مسلمان ایران در مقابل تجاوز رژیم بعث عراق مطرح می‌کند. راهبرد سوم حضرت امام خمینی (ره) یعنی مقابله و مواجهه با راهبرد تبلیغاتی دشمنان در تحریف واقعیت و ماهیت جنگ تحمیلی در تکمیل دو راهبرد مذکور است. در پیام‌ها و سخنرانی‌های حضرت امام خمینی (ره) به‌خوبی این موضوع مشخص است که ایشان کاملاً به نقش کم‌نظیر تبلیغات در جهان در جهت‌دهی به افکار عمومی آشنا بوده و با وجود اذعان به قدرت امپراطوری رسانه‌ای غرب، مردم و دستگاه‌های تبلیغاتی نظام جمهوری اسلامی را به تلاش هرچه بیشتر در خنثی‌سازی تبلیغات مغرضانه و دروغ‌پردازی‌های دشمنان و تقویت رسانه‌های داخلی و در رأس امور قرار دادن مسئله تبلیغات فرا می‌خوانند.



شکل ۹- روند تغییر فراوانی مفهوم «مواجهه با تبلیغ دشمن در تحریف ماهیت دفاع مقدس» در دوران دفاع مقدس

شکل ۹ روند تغییرات فراوانی مطلق مفهوم «مواجهه با تبلیغ دشمن در تحریف ماهیت دفاع مقدس» را در شش دوره دفاع مقدس نشان می‌دهد. روند تغییر فراوانی مطلق این مفهوم به‌گونه‌ای است که از ابتدای دفاع مقدس تا دوره دوم با افزایش میزان فراوانی از ۱ به ۱۲ روبرو هستیم. از این رو به نظر می‌رسد حضرت امام خمینی (ره) بعد از شروع جنگ و اقدامات تبلیغاتی دشمن در

تحریف ماهیت دفاع مقدس و مسائل مرتبط با آن، در دوره دوم دفاع مقدس فعالیت فزاینده‌ای را در زمینه بسط و تبیین این مفهوم داشتند. در ادامه و در دوره سوم دفاع مقدس شاهد کاهش میزان فراوانی مفهوم به عدد ۹ هستیم. در دوره چهارم که اتفاقاً مقارن با دوره غلبه نسبی رزمندگان اسلام در جبهه‌ها است و دشمن بعثی و حامیان منطقه‌ای وی نگران شکست رژیم صدام شده و هجمه تبلیغاتی وسیعی را بر علیه ایران شروع کردند، بار دیگر شاهد افزایش قابل توجه پیام‌های امام (ره) در بسط و تبیین این مفهوم هستیم؛ به‌طوری که میزان فراوانی این مفهوم از عدد ۱ در ابتدای جنگ و ۱۲ در دوره سوم به ۱۸ فراوانی در دوره چهارم می‌رسد. در نهایت از دوره چهارم به بعد نمودار مسیری کاهشی را طی می‌کند و به ۷ فراوانی در دوره پنجم و ۲ فراوانی در دوره ششم می‌رسد. در ادامه مطلب به برخی مصادیق این مفهوم در صحیفه حضرت امام خمینی (ره) اشاره می‌شود.

جدول ۵- مصادیق مرتبط با مفهوم «مواجهه با تبلیغ دشمن در تحریف ماهیت دفاع مقدس» در صحیفه امام (ره)

ج ۵۳:۱۴	«مسئله تبلیغات یک امر مهمی است ... چه قدرت‌های بزرگ و چه وابستگان به آن‌ها - تبلیغات بر ضد ما کردند و تا آن مقدار که می‌توانستند و می‌خواستند این جمهوری اسلامی را بر غیر آن جبهتی که دارد معرفی کردند.»
ج ۳۷:۱۹	«... این تبلیغاتی است که در دنیا دارد می‌شود بر ضد ما. ما باید یک کاری بکنیم که این تبلیغات را خنثی کنیم و با تبلیغات، ما زورمان به آن‌ها نمی‌رسد... دنیا دست آنهاست و تبلیغاتشان غیر محدود است.»
ج ۱۲۵:۱۶	«... با همه اینها و رانده شدن دشمن تا مرز عراق، بوق‌های تبلیغاتی بزرگ جهان تا مدتی از آن یا ذکر نکردند و یا از پیروزی صدامیان سخن دادند، ... با این وصف رسانه‌ها با مودی‌گری به زبان درآوردند و ضمن انعکاس بعضی ابعاد آن، از فرمان صدام برای عقب‌نشینی به انگیزه آرایش جدید سخن به میان آوردند...»
ج ۳۸۲:۱۸	«... حجم شکست آنها موافق با حجم تبلیغاتشان است. هرچه تبلیغاتشان زیاد بشود، این میزانی است که باید ملت توجه کند، هر جا دیدند که زیاده‌تر هیاهو می‌کنند، زیاده‌تر راجع به شکست ما می‌گویند، بدانید که آنجا ما پیروزمند زیاده‌تر بودیم.»
ج ۱۵۶:۱۶	«... از اینکه بوق‌های تبلیغاتی دروغ‌پرداز و شایعه‌ساز که در خدمت ابرجناپکارانند از پیروزی‌های رزمندگان شجاع ما نامی نمی‌برند و در سکوت مرگبار فرو رفته‌اند... از بوق‌های قدرت‌های سیلی خورده چشم‌داشت انعکاس صحیح پیروزی‌های خدا داده را ندارند و نباید داشته باشید... و بگذارید تا تبلیغات استعماری از آنان از خدا بی‌خبر که برای دنیا و شیطان به جنگ با اسلام برخاسته‌اند پشتیبانی نمایند.»
ج ۱۰۳:۱۸	«... تبلیغات دامنه‌داری که ایران الآن چه شده است... بیجه‌های دون پانزده سال و چهارده سال را

به‌زور می‌فرستند به جبهه‌ها ... مقاصدشان این است که اسلام را در ایران بدنام بکنند، جمهوری اسلامی و مردم ایران را بدنام بکنند که مبادا دیگران به فکر این بیفتند که همین معنا را در آنجا هم اشاعه بدهند، تحقیق بدهند.»

در مجموع می‌توان گفت حضرت امام خمینی (ره) به نقش خطیر رسانه و تبلیغات در بیان حقایق و یا وارونه‌سازی حقایق از طریق دروغ‌پردازی و شایعه‌سازی اعتقاد بسیار زیادی داشته‌اند و استفاده از تعبیری چون «در رأس همه امور قرار گرفتن تبلیغات» در بیانات حضرت امام خمینی (ره) گواه روشنی بر این موضوع است. علاوه بر این، حضرت امام خمینی (ره) نسبت به قدرت رسانه‌ای دشمن و حجم عظیم دستگاه تبلیغاتی آن نسبت به قدرت رسانه‌ای محدود ایران آگاهی کامل داشته است، با این وجود به مواجهه جدی با دستگاه‌های تبلیغاتی عظیم دشمن بعثی و حامیان آن اعتقاد کامل داشته و هم خود ایشان در قالب سخنرانی‌ها و پیام‌های متعدد نسبت به افشای تحریفات و تبلیغات دروغ اقدام می‌کردند و هم بقیه افراد و نهادها را به این رسالت عظیم ترغیب می‌کردند.

۴) مفهوم «لزوم حمایت کامل ملت از نیروی‌های مسلح»

ارتباط متقابل ملت و ارکان حکومتی در نظام‌های سیاسی از اهمیت زیادی در بقا و پایداری نظام سیاسی برخوردار است. در این میان ارتباط خوب و دوجانبه ملت و نیروهای مسلح کشور و به خصوص پشتیبانی ملت از عملکرد نیروهای مسلح در شرایط جنگی، اهمیتی مضاعف دارد. مدیریت دفاعی حضرت امام خمینی (ره) در دوره دفاع مقدس اساساً مدیریت «توده‌ای» و مبتنی بر نقش برجسته مردم و به تعبیر دقیق‌تر «ارتش بیست‌میلیونی» بود (افضلی و میرزادگان، ۱۳۹۹). در واقع از نظر حضرت امام خمینی (ره) پشتیبانی معنوی و مادی مردم از نیروهای مسلح در پیروزی و توفیقات آن‌ها نقش مؤثری داشته است و از این رو حضرت امام خمینی (ره) در قالب سخنرانی‌ها، فرامین و پیام‌های مختلف بر لزوم پیوند صمیمانه ملت و نیروهای مسلح تأکید داشتند و ملت را به پشتیبانی همه‌جانبه از نیروهای مسلح و تصمیم‌های نظامی و دفاعی آن‌ها فرا می‌خواندند. با توجه به این موارد، مفهوم «لزوم حمایت کامل ملت از نیروی‌های مسلح» با فراوانی ۴۰ در رتبه چهارم در بین مفاهیم نه‌گانه قرار دارد.



شکل ۱۰- روند تغییر فراوانی مفهوم «لزوم حمایت کامل ملت از نیروهای مسلح» در دوران دفاع مقدس

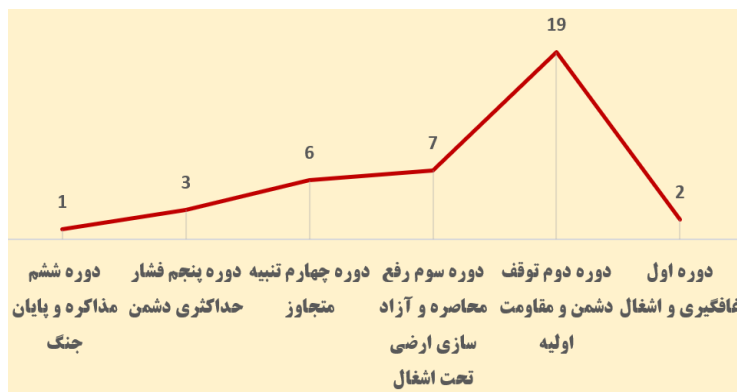
شکل ۱۰ روند تغییر فراوانی مفهوم «لزوم حمایت کامل ملت از نیروهای مسلح» را در دوره‌های شش‌گانه دفاع مقدس نشان می‌دهد. روند کلی نمودار منحنی‌وار است و بعد از دوره اول دفاع مقدس در دو دوره دوم و چهارم روند صعودی و در دوره‌های سوم و پنج و شش سیر نزولی دارد. در واقع در دو مقطع زمانی مختلف شامل دوره دوم و دوره چهارم دفاع مقدس، حضرت امام خمینی (ره) بنا به تشخیص ضرورت پیام‌هایی در حمایت ملت از نیروهای مسلح ارسال کردند. براین اساس بیشترین فراوانی مطلق مفهوم مورد بررسی را در دوره دوم با رقم ۱۴ و سپس در دوره چهارم با ۱۱ مورد داریم. کمترین میزان فراوانی مطلق این مفهوم نیز به دوره پنجم و دوره ششم برمی‌گردد که به ۲ و ۱ مورد کاهش یافته است. در واقع حضرت امام خمینی (ره)، نقطه قوت نیروهای مسلح در نظام جمهوری اسلامی ایران را تعامل دو سویه ملت و نیروهای مسلح می‌داند و به‌ویژه اینکه اعتقاد دارند که برخلاف دوره پهلوی که نیروهای مسلح ارتباطی با ملت نداشته و منافع حکومت را پیگیری می‌کردند، نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران مستظهر به پشتیبانی ملت هستند و در مقابل نشان داده‌اند که برای امنیت و رفاه ملت فداکاری‌های زیادی کرده‌اند. در ادامه مطلب و در جدول ۶ به برخی مصادیق مرتبط با این مفهوم از متن صحیفه اشاره می‌شود.

جدول ۶- مصادیق مرتبط با مفهوم «لزوم حمایت کامل ملت از نیروهای مسلح» در صحیفه امام (ره)

ج ۱۴: ۵۲۵	«شما حتماً بدانید که اگر یک همچو جنگی که الآن برای کشور ما پیش آمده است و به مشاهده دارید می‌بینید که همه ملت، زن و مرد و بچه و بزرگ و همه، روحانی غیرروحانی، همه دست به هم دادند، پشتیبانی از ارتش می‌کنند، این سابقه ندارد، یک همچو چیزی در زمان محمدرضا ممکن نبود.»
ج ۱۴: ۲۳۵	«... این مملکت ما آسیب دیگر نخواهد دید اگر این ملت به همین جور که هست پشت سر

شما باشد؛ به همین طوری که الآن می‌بینید پشت سر شما باشند.» (خطاب به فرماندهان نیروی مسلح)	
ج ۱۷: ۳۲۲ «و همه ما و میهن اسلامی ایران مرهون خدمات ارزنده آنان هستیم؛ و اگر نبود قدرت روحی و الهی آنان، معلوم نبود کشور ما با این همه دشمن و کمک‌های قدرت‌های بزرگ و کوچک به کجا کشیده می‌شد. ... یکی از ارکان پیروزی، حضور ملت در همه صحنه‌ها خصوصاً صحنه جنگ است...»	

۵) مفهوم «لزوم هشدار نسبت به تفرقه در نیروهای مسلح و اهمیت وحدت» ایجاد تفرقه و اختلاف‌افکنی بین گروه‌های یک جامعه، بین مردم و حاکمان و بین مسئولین با یکدیگر از سوی دشمنان از قدیمی‌ترین شیوه‌های عملیات روانی محسوب می‌شود. در این میان، ایجاد اختلاف بین نیروهای نظامی یک کشور که نظم و امنیت کشور به عملکرد آنان وابسته است، بسیار بیشتر مورد توجه دشمنان است. به‌ویژه این موضوع در هنگام جنگ اهمیت بسیار زیادی دارد و تجربه‌های تاریخی متعددی وجود دارد که بروز اختلاف بین نیروهای نظامی در صحنه عملیات منجر به شکست و عدم توفیق آن‌ها شده است. حضرت امام خمینی (ره) بر این توطئه دشمن آگاه بودند و در طی دوران دفاع مقدس در جهت مقابله با این تهدید جنگ روانی دشمن به طور مکرر به نیروهای مسلح برای پرهیز از اختلاف هشدار داده و پیروزی در جنگ را منوط به وحدت و انسجام بین نیروهای نظامی می‌دانستند. مفهوم «لزوم هشدار نسبت به تفرقه در نیروهای مسلح و اهمیت وحدت» در مجموع مفاهیم، با تعداد ۳۸ فراوانی رتبه پنجم را به خود اختصاص می‌دهد.



شکل ۱۱- روند تغییر فراوانی مفهوم «لزوم هشدار نسبت به تفرقه در نیروهای مسلح و اهمیت وحدت»

روند تغییر فراوانی در مفهوم «هشدار نسبت به اختلاف افکنی در نیروهای مسلح» در دوره‌های دفاع مقدس براساس «فراوانی مطلق» را شکل ۱۱ نشان می‌دهد. براین اساس، بالاترین فراوانی مربوط به دوره دوم دفاع مقدس با رقم ۱۹ می‌باشد و کمترین فراوانی مربوط به دوره ششم است. روند نمودار به گونه‌ای است که پس از شروع جنگ تحمیلی و گذر از دوره اول، با سیر صعودی فراوانی این مفهوم به میزان زیادی مواجه هستیم به طوری که در دوره دوم دفاع مقدس بیشترین فراوانی این مفهوم را داریم و از این رو براساس این نمودار به نظر می‌رسد، حضرت امام خمینی (ره) در این دوره توجه ویژه‌ای را به این مفهوم داشته‌اند و در مورد پرهیز از اختلاف بین نیروهای مسلح و لزوم وحدت بین این نیروها سخنرانی‌ها و ابلاغ پیام‌های متعددی داشته‌اند. از دوره دوم دفاع مقدس تا دوره ششم، نمودار سیر نزولی دارد و به تدریج در دوره ششم به کمترین فراوانی برابر ۱ می‌رسد.

جدول ۷- مصادیق مرتبط با مفهوم «لزوم هشدار نسبت به تفرقه در نیروهای مسلح و اهمیت وحدت» در صحیفه امام

ج ۱۸: ۴۶۹	«امروز مسئله اصلی کشور چنانکه معلوم است جنگ است؛... امروز با وضع حاضر جهان نسبت به ایران، اختلافات و تفرقه در داخل هر قشر یا قشری با اقشار دیگر که ناچار به اقشار ملت نیز سرایت می‌کند، سم مهلکی است.»
ج ۱۹: ۴۶۷	«... دیگر نباید این مسئله پیش بیاید که من نظامی هستم، من ارتشی هستم، من سپاهی هستم، من بسیجی هستم، این مسائل نباید پیش بیاید... شما همه‌تان باید باهم باشید، شما شخص واحد باشید و «ید واحد» و قدرت واحد؛»
ج ۱۶: ۲۰۰	«... می‌دانید که پیروزی‌ها در اثر انسجام تمام قوای مسلح با نقشه واحد و فکر واحد نصیب شما شد. باید این انسجام‌ها و این وحدت حفظ شود... و اگر کسی یا خطی درصدد ایجاد تفرقه باشد بی‌درنگ به فرماندهان خبر دهید تا جلوگیری کنند. تمام قوای مسلح در جمهوری اسلامی برای مقصد و هدف معین کوشش می‌کنند... و بدانند که تا این وحدت و انسجام و این هدف عالی اسلامی پابرجاست کشور شما آسیب نخواهد دید.»
ج ۱۹: ۴۵۸	«... لکن شرط اینکه ما بتوانیم مقاومت کنیم و بتوانیم حفظ کنیم این کشور را... این است که با هم باشیم... همه یکی هستید و آن قدرت است و آن قدرت ملی خودتان. وقتی همه یکی هستید دیگر این حرف‌ها از بین می‌رود که من کجا و او کجا، همه باهمید.»
ج ۱۸: ۶۷	«خدا نکند یک روزی بیاید که منحرفین شما را گول بزنند و ایجاد اختلاف بکنند بین شما... بین شما و پاسداران عزیز اختلاف ایجاد کنند. اگر اختلاف بیاید بین شما و وحدتتان از بین برود مطمئن باشید.»

- سایر مفاهیم

مهم‌ترین مفاهیم موجود در زمینه عملیات روانی در دفاع مقدس از منظر امام (ره) پنج مفهومی هستند که به تفصیل به آن‌ها و مصادیقشان از کلام امام (ره)، اشاره شد. علاوه بر مفاهیم فوق، به چهار مفهوم دیگر نیز که دارای فراوانی کمتری بوده‌اند، در این بخش اشاره و مصادیق مربوط به آن‌ها در قالب جدول ۸ ارائه شده است. شایان ذکر است که به دلیل فراوانی کمتر هر یک از این مفاهیم چهارگانه، به روند تغییرات در قالب نمودار اشاره نشده و به شرحی موجز در این‌باره اکتفا می‌گردد. همان‌گونه که در شکل ۴ مشخص است، بیانات و پیام‌های حضرت امام خمینی (ره) در مورد عملیات روانی عمدتاً با دو جامعه هدف متفاوت طرح شده‌اند. در واقع ایشان تلاش داشتند به عنوان هدف اول، در قالب فرامین، سخنرانی‌ها و پیام‌های مختلف ملت، مسئولین، نیروهای نظامی و... ایران را متوجه ابعاد مختلف عملیات روانی دشمن نمایند و علاوه بر این، امام (ره) ملت و نیروهای نظامی عراق را دومین جامعه هدف خود محسوب کرده و چه در قالب پیام‌های مشترک برای دو ملت ایران و عراق یا ملت‌های مسلمان و چه به صورت پیام‌های اختصاصی به ملت عراق و نیروهای مسلح عراق، تلاش می‌کردند ماهیت تجاوزگر و ظالم رژیم بعث را برای ملت عراق در درجه اول و سپس برای ملت‌ها و دولت‌های منطقه آشکار نمایند.

سه مفهوم «افشای ماهیت تجاوزگر رژیم بعث، معرفی رژیم بعث به عنوان نماد کفر و باطل و توصیه به ملت عراق برای مبارزه با رژیم بعث» که به ترتیب با فراوانی ۳۵، ۳۳ و ۳۱ در رتبه ششم تا هشتم مفاهیم نه‌گانه در مؤلفه عملیات روانی قرار گرفته‌اند، هر سه به‌نوعی خطاب به ملت عراق هستند و مفهوم آخر یعنی برخورد قاطع با هر نوع تشکیک و تردید در دفاع مقدس با فراوانی ۲۹ مورد، خطاب به ملت و نیروهای نظامی ایران است. روند تغییرات این چهار مفهوم در ادوار شش‌گانه دفاع مقدس نیز کمابیش از الگوی سایر مفاهیم تبعیت می‌کند و در سه مورد، دوره چهارم، دارای بیشترین فراوانی است و فقط در زمینه برخورد با تشکیک و تردید، دوره اول جنگ بنا به اقتضا، دارای فراوانی بیشتری است و دعوت مردم عراق به مبارزه با رژیم بعث نیز در دوره اول جنگ، فراوانی قابل توجهی دارد. ایجاد تردید در عزم نیروهای سپاه دشمن از طریق به راه انداختن طوفان اطلاعاتی از اخبار و شایعات راست و دروغ، فریب و... از قدیمی‌ترین راهبردهای عملیات روانی در جنگ‌ها محسوب می‌شود که در ایجاد تشویش و تضعیف روحیه در داخل

نیروهای دشمن تأثیر زیادی دارد. علاوه بر این، حفظ روابط خوب با عناصر صلح طلب داخلی کشور همسایه، با هدف سوءاستفاده و به عبارت دقیق تر استفاده ابزاری از عقاید و اندیشه های آنها در ایجاد تشکیک در ماهیت یک جنگ نیز از جمله راهبردهای دیگر عملیات روانی در این زمینه است (مرادی، ۱۳۸۶: ۱۵). یکی از دلایل مهم توجه امام (ره) به مفاهیم یادشده (مخاطب قراردادن مردم و نظامیان عراق و تلاش برای جلوگیری از تشکیک و تردید مردم و نظامیان ایرانی)، اشراف و آگاهی به همین موضوع بود. در جدول ۸ به برخی از مصادیق مرتبط با چهار مفهوم اخیر از صحیفه امام (ره) اشاره می شود.

جدول ۸- مصادیق مرتبط با چهار مفهوم «افشای ماهیت تجاوزگر رژیم بعث به ملت عراق، معرفی رژیم بعث به عنوان نماد کفر و باطل و... در دفاع مقدس» در صحیفه امام (ره)

ج ۱۳: ۲۲۲	«... این صدام حسین است که به واسطه تحریک امریکا به ما تجاوز کرده است و ما اگر جوابی به او بدهیم، هرگز به ملت عراق که برادر ما هستند، مربوط نیست».
ج ۱۹: ۲۱۴	«... به اینکه چرا با مسلمین شما جنگ می کنید، علاوه بر اینکه ما حزب بعث را مُسْلِم نمی دانیم، بلکه ضد اسلام می دانیم و مردم عراق مبتلای به او هستند و مردم ایران هم همین طور و جنگ با مسلم نیست گرچه از مسلمین او سپر قرار می دهد و می آورد در جبهه ها، لکن جنگ با مسلم نیست».
ج ۲۰: ۹۸	«... و اگر دولت های منطقه به جای هماهنگ شدن با ملت ایران، کمک به حزب غفلقی عراق که اسلام زدایی جزء مرام آن است نمی کردند، در همان ماه های اول کوبیده شده بود و ملت عزیز اسلامی عراق از شر او راحت شده بودند و کشور ایران و عراق و سایر کشورهای منطقه با برادری زیست می نمودند».
ج ۱۸: ۶۹	«... معنا ندارد که دولت اسلامی ایران با دولتی که هیچ اعتقاد به اسلام و به اخلاق بشریت ندارد، سر میز اصلاح بنشینند... و هیچ اعتقاد به اسلام و اخلاقیات اسلام نداشت، امروز هم در رادیو و هم در صحبت های او دم از اسلام می زند. حالا که بیچاره شده است از اسلام دم می زند و اگر مهلت داده بشود به این خبیث، آن روزی که مهلت پیدا نکند و تجهیز قوا بکند بدتر از اول به سرزمین شما حمله می کند».
ج ۱۴: ۷۵	«... انصاف نیست که جوانان عزیز اسلام از ارتش و سپاه و ژاندارمری و بسیج و شهربانی گرفته تا گروه های جانباز عشایر و عزیزان شهرها و روستاها در سراسر کشور در خدمت اسلام و مسلمین خون خود را نثار و جان خود را فدا کنند، ما در کناری بنشینیم و با قلم ها و زبان های خود قلب نورانی آنان را آزار دهیم».
ج ۱۵: ۳۸	«... چون صدام شکست خود را نزدیک می بیند دست به حيله ای عامیانه زده است ...

می‌گوید ماه مبارک رمضان ماه عبادت است و جنگ در آن حرام است و لازم است آتش‌بس اعلام شود... نیروهای مسلح ما باید بدانند که پیغمبر اکرم (ص) در ماه مبارک رمضان علیه کفار جنگید.»	
ج ۱۷: ۱۳ «... در جمهوری اسلامی، باید صادقانه تمامی اخبار و خصوصاً مسائل مربوط به جنگ و نحوه برخورد دولت‌های بزرگ با ملت ایران، برای مردم بازگو شود...»	
ج ۱۷۵: ۱۸ «... این ارتش عراق که همه بعثی نیستند؛ اینها یک دسته‌شان بعثی هستند، خوب، باقی مسلم هستند، اینها نشینند که این حزب بعث، اسلام را زیر پا بگذارد و همه شعائر اسلامی را از بین ببرد.»	
ج ۱۹۴: ۱۸ «و من امیدوارم که خود عراقی‌ها و ارتش عراق بیش از این تحمل نکنند این جنایات این را و این حزب بعث را به‌جای خودش بنشانند تا کشور عراق تا ان‌شاءالله کشور عراق با سرافرازی و آسودگی بتواند به زندگی اسلامی خودش ان‌شاءالله ادامه بدهد.»	
ج ۲۲۶: ۱۳ «... ملت عراق باید بدانند که این جرثومه فساد... می‌خواهد اسلام را از بین ببرد... این آدم، آدم خطرناکی است برای ملت عراق و خطرش بر ملت عراق زیاد است و الا به ملت ما، او که نمی‌تواند صدمه‌ای بزند... ملت عراق باید با تمام قوا، کوشش کنند که این شخص فاسد را از بین ببرند.»	

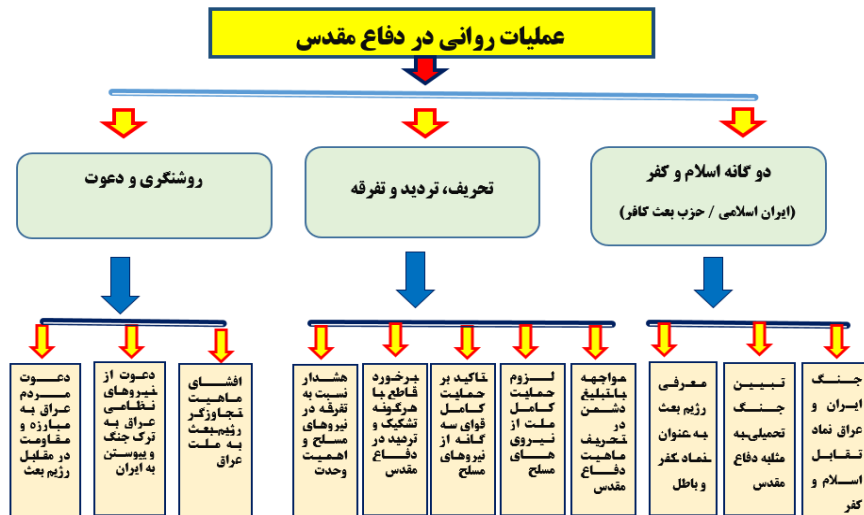
مقوله‌ها و راهبردهای مؤلفه «عملیات روانی»

در بخش قبل، مهم‌ترین مفاهیم مرتبط با «عملیات روانی» از نظر وضعیت رتبه‌بندی و همچنین روند تغییر در دوره‌های شش‌گانه دفاع مقدس مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه مطلب، مهم‌ترین مقوله‌ها و راهبردهای مرتبط با عملیات روانی دفاع مقدس که به شیوه «مقوله‌بندی» احصاء شده است، مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است.

مؤلفه «عملیات روانی» یکی دیگر از مؤلفه‌های هفت‌گانه مرتبط با سیاست دفاعی از منظر حضرت امام خمینی (ره) است. مفهوم عملیات روانی اگرچه در ادبیات سیاسی و نظامی مفهوم جدیدی محسوب می‌شود لکن عمل به شیوه‌ها و روش‌های جنگ روانی سابقه‌ای به درازای تاریخ دارد. به عنوان نمونه صاحب‌نظران یکی از دلائل اصلی و پنهان پیروزی‌های اسکندر مقدونی را اقدامات وی در راستای عملیات روانی می‌دانند؛ می‌توان گفت اسکندر رویه‌های روانی و اعمالی را توسعه داد که بسیار به عملیات روانی دوران حاضر شباهت دارند (مرادی، ۱۳۸۶: ۱۵). عملیات روانی در جنگ‌ها در ایجاد انگیزه و شجاعت در نیروهای خودی و ایجاد ترس در نیروهای دشمن تأثیر

زیادی دارد. این موضوع را فرماندهان زیادی در جنگ‌ها تجربه کرده‌اند که سربازان آن‌ها زمانی بسیار قدرتمندانه و با شجاعت می‌جنگند و زمانی دیگر به ترسوهایی بزدل تبدیل می‌شوند؛ همچنین سربازان دشمن گاهی با تمام قدرت از مواضع و سنگرهای خویش دفاع می‌کنند و زمان دیگر بدون اندک مقاومتی عقب‌نشینی می‌کنند. کارشناسان نظامی این تناقضات را به عامل ذهنی و روانی ارتباط می‌دهند و تلاش می‌کنند تا در قالب روش‌های و شیوه‌های عملیات روانی عوامل تأثیرگذار ذهنی و روانی را شناسایی کرده و ضمن تقویت عوامل تأثیرگذار مثبت نزد سربازان خویش، عوامل منفی را در میان سربازان دشمن گسترش دهند (جنیدی، ۱۳۸۹: ۳۴).

در دوران دفاع مقدس، مانند هر جنگ دیگری اقدامات و فعالیت‌های دو طرف در زمینه عملیات روانی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بود. از همان ابتدای شروع جنگ تحمیلی صدام و رژیم بعث تلاش و سعی را در حوزه عملیات روانی برای تأثیرگذاری بر روند جنگ انجام دادند. تبدیل کردن جنگ به عرصه نزاع عرب و عجم، الگوبرداری از تاریخ صدر اسلام در قالب جنگ قادسیه و خودانگاری رژیم بعث به عنوان سپاه اسلام در برابر ایرانیان مجوس و... از جمله این اقدامات بود. بعد از پیروزی‌های کوتاه مدت اولیه رژیم بعث و مقاومت و پیشروی رزمندگان، صحنه جنگ برخلاف تصور و پیش‌بینی‌های رژیم بعث و حامیان منطقه‌ای و جهانی‌اش به سود رزمندگان ایران تغییر یافت. از این به بعد، علاوه بر دستگاه تبلیغی رژیم بعث، امپراطوری رسانه‌ای نظام سلطه نیز برای تشدید عملیات روانی بر ضد ملت و نیروهای مسلح ایران در جنگ به میدان آمدند و به شیوه‌های مختلف عملیات روانی سعی در تأثیرگذاری منفی بر ملت، دولت و نیروهای مسلح ایران داشتند. در طرف مقابل، حضرت امام خمینی (ره) با هوشمندی و درایت متوجه عملیات روانی پیچیده دشمن شده و از همان آغازین روزهای جنگ نه تنها به خنثی کردن عملیات روانی دشمن در داخل پرداختند، بلکه به شیوه‌های مختلف عملیات روانی مدنظر خودشان را بر روی جامعه مخاطب عراقی اعم از ملت عراق و نیروهای مسلح عراق، ملت‌های مسلمان منطقه و جهان، رهبران کشورهای اسلامی و... اجرا کردند.

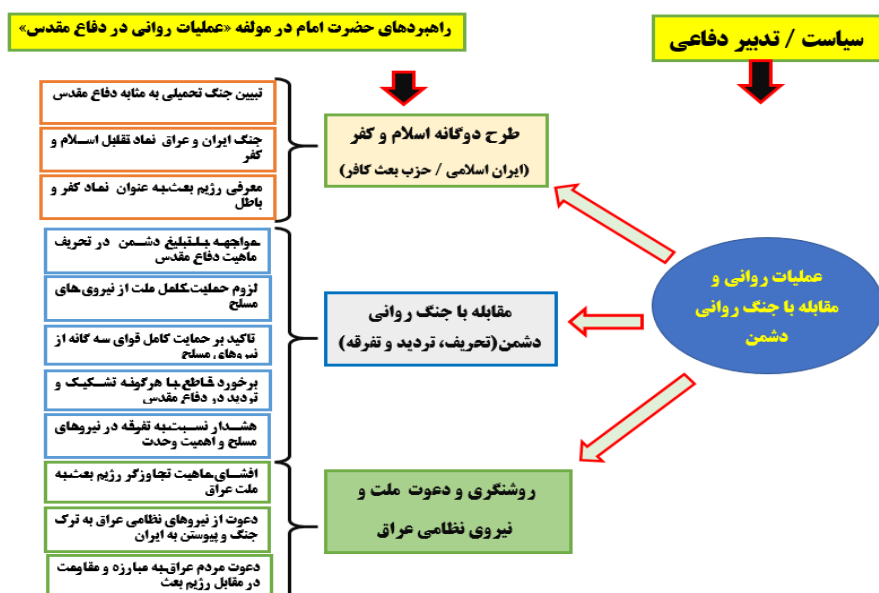


شکل ۱۲- مقوله‌های مؤلفه «عملیات روانی در دفاع مقدس» (منبع: زرقانی، ۱۴۰۰: ۳۴۵)

شکل ۱۲ مفاهیم مؤلفه «عملیات روانی در دفاع مقدس» و همچنین مقوله‌های سه گانه آن را نشان می‌دهد. براساس فرایند مقوله‌سازی و اشتراکاتی که به لحاظ ماهیت، معنا و کارکرد در بین مفاهیم وجود داشت، سه مقوله «دو گانه اسلام و کفر»، «تحریف، تردید و تفرقه» و «روشنگری و دعوت» از این مفاهیم احصاء شد. همچنان که در شکل بالا مشخص است، مقوله «دو گانه اسلام و کفر» شامل سه مفهوم است که همه آن‌ها در راستای دوقطبی سازی جنگ تحمیلی شامل ایران اسلامی و رژیم بعث کافر قرار می‌گیرند. مقوله «تحریف، تردید و تفرقه» است که در قالب آن حضرت امام خمینی (ره) تلاش کردند تا به مقابله با تحریف و تردید در ماهیت دفاع مقدس بپردازند و همچنین نسبت به بروز خطر تفرقه بین نیروهای نظامی هشدار دهند. مقوله سوم شامل سه مفهوم است که مخاطب و جهت‌گیری آن ملت و نیروی نظامی عراق است و از این‌رو عنوان این مقوله «روشنگری و دعوت» گذاشته شده است.

عملیات روانی در دفاع مقدس به عنوان یکی از مؤلفه‌های سیاست دفاعی محسوب می‌شود و برای رسیدن به این هدف راهبردهای مختلفی قابل طرح است. بر اساس متن صحیفه و مبتنی بر مفاهیم نه‌گانه عملیات روانی، می‌توان گفت حضرت امام خمینی (ره) در طی دفاع مقدس سه راهبرد مشخص را مد نظر داشته است. همچنان که در شکل زیر مشخص است، راهبرد اول «طرح دو گانه

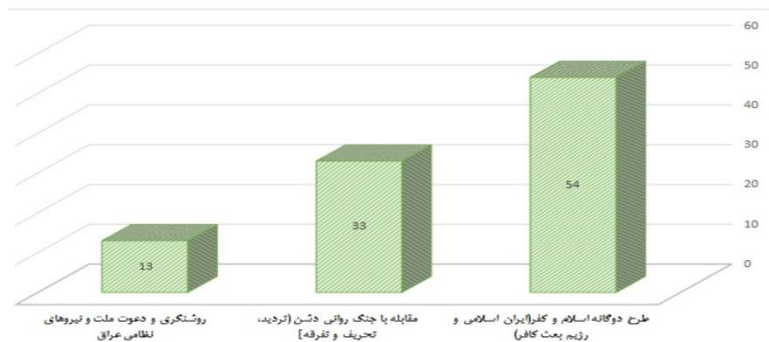
اسلام و کفر» است که مشتمل بر سه مفهوم می‌باشد. در قالب این راهبرد حضرت امام خمینی (ره) تلاش کردند تا با استفاده از مفاهیم و استعاره‌های دینی دو طرف جنگ را به عنوان دو نیروی حق یا باطل و اسلام یا کفر مطرح کنند. بدین ترتیب حضرت امام خمینی (ره) با طرح مفاهیمی چون جنگ ایران و عراق به عنوان تقابل اسلام و کفر، معرفی رژیم بعث عراق به عنوان نماد کفر و تفسیر جنگ تحمیلی به مثابه جهاد دفاعی ایرانیان؛ رژیم بعث عراق را به عنوان یک رژیم کافر و متجاوز مطرح کردند.



شکل ۱۳- راهبردهای حضرت امام در مؤلفه «عملیات روانی در دفاع مقدس» (منبع: زرقانی، ۱۴۰۰: ۳۴۹)

راهبرد دوم حضرت امام خمینی (ره) در عملیات روانی تحت عنوان «مقابله با جنگ روانی دشمن در تحریف، تردید و تفرقه» مطرح است که به نوعی آگاه‌سازی ملت و نیروهای نظامی ایران نسبت به جنگ روانی دشمن بود. از منظر حضرت امام خمینی (ره) سه توطئه خطرناک دشمن در قالب جنگ روانی عبارت از تحریف و تردید در ماهیت دفاع مقدس و ایجاد تفرقه در بین نیروهای نظامی و همچنین نیروهای نظامی و ملت بود. حضرت امام خمینی (ره) در قالب این راهبرد بر مقابله جدی با تردید و تشکیک در ماهیت دفاع مقدس، هشدار نسبت به تفرقه بین ملت و نیروهای

مسلح و تأکید بر حمایت ملت و همه قوای سه گانه و سازمان‌های مملکتی از نیروهای مسلح و در نهایت هشدار نسبت به توطئه دشمن در زمینه تحریف واقعیت‌های دفاع مقدس پرداختند. سومین راهبرد حضرت امام خمینی (ره) در بحث عملیات روانی، «روشنگری و دعوت ملت و نیروی نظامی عراق» بود که در قالب این راهبرد حضرت امام خمینی (ره) تلاش داشتند تا به نوعی به مقابله به مثل با عملیات روانی دشمن بپردازند. در واقع هدف این راهبرد این بود که هم ملت و هم نیروهای نظامی عراق را متوجه ماهیت باطل و ضد اسلامی رژیم صدام نموده و از آن‌ها دعوت نمایند تا به مقابله با این رژیم پرداخته و به سپاه اسلام بپیوندند. همچنان که در شکل ۱۳ مشخص است، این راهبرد نیز مشتمل بر سه مفهوم است، مفهوم اول به افشای ماهیت تجاوزگر و باطل رژیم بعث نزد ملت عراق می‌پردازد و دو راهبرد دیگر مشتمل بر دعوت ملت و نیروهای نظامی عراق برای مقابله با این رژیم کافر متجاوز و پیوستن به صفوف ملت مسلمان ایران است.



شکل ۱۴- درصد فراوانی راهبردهای سه گانه مؤلفه «عملیات روانی»

میزان فراوانی سه راهبرد مؤلفه «عملیات روانی» را براساس درصد فراوانی مفاهیم هر راهبرد در شکل ۱۴ قابل مشاهده است؛ همچنان که مشخص است، راهبرد طرح دوگانه اسلام و کفر با ۵۴ درصد در رتبه اول بین سه راهبرد قرار دارد و دو راهبرد دیگر در مجموع کمتر از این میزان هستند. این امر نشان دهنده آن است که از نظر حضرت امام خمینی (ره) طرح دوگانه اسلام و کفر و نشانیدن رژیم بعث عراق در جایگاه کفر و باطل از اهمیت و اولویت بسیار زیادی در عملیات روانی برخوردار بوده است. تجربه دفاع مقدس نشان می‌دهد، این راهبرد نقش بسیار مؤثری در تقویت روحیه و سلحشوری نیروهای نظامی ایران داشته است و در مقابل در ایجاد تردید در

نیروهای نظامی دشمن نیز مؤثر بوده است. راهبرد دوم یعنی مقابله با تردید، تحریف و تفرقه با ۳۳ درصد در رتبه دوم قرار دارد، چنانکه ذکر شد این راهبرد در واقع تدابیر حضرت امام خمینی (ره) برای خنثی‌سازی جنگ روانی دشمن از طریق روشنگری نسبت به وقوع این سه تهدید اساسی بوده است. در نهایت راهبرد روشنگری و دعوت با ۱۳ درصد در جایگاه سوم قرار دارد که جامعه هدف آن ملت و نیروهای نظامی عراق است و درصد آن نسبت به دو راهبرد دیگر خیلی کمتر است.

نتیجه‌گیری:

جنگ تحمیلی هشت‌ساله یکی از بزرگ‌ترین تهدیداتی بود که نظام نوپای جمهوری اسلامی با آن مواجه شد. حضرت امام خمینی (ره) در مواجهه با این تهدید و چالش بزرگ امنیتی، سیاسی، اقتصادی تدابیر و راهبردهای مختلفی را مدنظر داشتند که مجموعه آن‌ها را می‌توان در قالب مفهوم «مدیریت دفاعی» طرح کرد. پژوهش در مورد اندیشه امام (ره) به دلیل ویژگی‌های شخصیتی، دینی و علمی امام (ره) به‌ویژه در حوزه دفاعی دشوار است، چراکه حضرت امام خمینی (ره) یک صاحب‌نظر و متخصص نظامی محسوب نمی‌شوند. ضمن اینکه نگرش ایشان به موضوع جنگ و جهاد مانند اغلب حوزه‌های دیگر اساساً مبتنی بر رویکرد فقهی و دینی ایشان است. طبیعتاً اندیشمندان و پژوهشگرانی که در حوزه دفاعی - امنیتی صاحب‌نظر هستند، آشنایی کافی با حوزه فقهی و دینی ندارند و بالعکس. در نتیجه این نوع پژوهش‌ها می‌تواند گامی مفید در جهت پاسخ به ابهامات اندیشمندان داخلی و خارجی در حوزه‌های دفاعی از منظر امام (ره) باشد. در این پژوهش تلاش شد با مراجعه به متن صحیفه امام (ره) و با استفاده از روش تحلیل محتوا، مهم‌ترین مفاهیم و راهبردهای دفاعی حضرت امام خمینی (ره) در مدیریت دفاعی جنگ تحمیلی در مؤلفه «عملیات روانی دفاع مقدس» مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. بر این اساس و همچنان که به تفصیل در بخش روش‌شناسی ذکر گردید، در ابتدا با مراجعه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش کلیدواژه‌ها، مفاهیم و نظریه‌ها مرتبط با عملیات روانی دفاع مقدس پژوهش مورد بررسی و واکاوی قرار گرفت و در نهایت مفاهیم نه‌گانه‌ای از متن صحیفه امام (ره) به شیوه تحلیل محتوا استخراج گردید. در ادامه، برای هر یک از مفاهیم نه‌گانه، فرایند کمیت‌سنجی شامل بررسی میزان فراوانی مفاهیم در صحیفه امام (ره)، روند تغییر مفاهیم در دوره‌های شش‌گانه دفاع مقدس صورت گرفت و برای

مستندسازی در مورد هر کدام از مفاهیم، مصادیق متعددی از متن صحیفه امام (ره) ذکر شد. در نهایت جهت درک بهتر اندیشه حضرت امام خمینی (ره) در رابطه با عملیات روانی دفاع مقدس، بر اساس فرایند کدگذاری و مقوله‌بندی مهم‌ترین تدابیر و راهبردهای حضرت امام خمینی (ره) احصاء گردید. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، در مؤلفه «عملیات روانی دفاع مقدس»، سه مفهوم «جنگ ایران و عراق نماد تقابل اسلام و کفر»، «تبیین جنگ به مثابه دفاع مقدس در مقابل تجاوز دشمن» و «مواجهه با تبلیغ دشمن در تحریف ماهیت دفاع مقدس» بالاترین فراوانی را در بین مفاهیمی نه گانه داشته‌اند.

از نتایج پژوهش چنین برمی‌آید که حضرت امام خمینی (ره) در جهت عملیات روانی سه راهبرد مشخص را در نظر داشتند. راهبرد اول «طرح دوگانه اسلام و کفر» است که در قالب این راهبرد، ایشان تلاش کردند تا با استفاده از مفاهیم و استعاره‌های دینی دو طرف جنگ را به عنوان دو نیروی حق یا باطل و اسلام یا کفر مطرح کنند. راهبرد دوم حضرت امام خمینی (ره) در عملیات روانی تحت عنوان «مقابله با جنگ روانی دشمن در تحریف، تردید و تفرقه» مطرح است که به‌نوعی آگاه‌سازی ملت و نیروهای نظامی ایران نسبت به جنگ روانی دشمن بود. از منظر حضرت امام خمینی (ره) سه توطئه خطرناک دشمن در قالب جنگ روانی عبارت از تحریف و تردید در ماهیت دفاع مقدس و ایجاد تفرقه در بین نیروهای نظامی و همچنین نیروهای نظامی و ملت بود. در نهایت سومین راهبرد مد نظر حضرت امام خمینی (ره) در بحث عملیات روانی، «روشنگری و دعوت ملت و نیروی نظامی عراق» بود که در قالب این راهبرد حضرت امام خمینی (ره) تلاش داشتند تا به‌نوعی به مقابله به مثل با عملیات روانی دشمن بپردازند. در واقع هدف این راهبرد این بود که هم ملت و هم نیروهای نظامی عراق را متوجه ماهیت باطل و ضد اسلامی رژیم صدام نمایند و از آن‌ها دعوت نمایند تا به مقابله با این رژیم پرداخته و به سپاه اسلام بپیوندند.

قدردانی:

این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «بررسی و تبیین راهبردهای دفاعی حضرت امام خمینی (ره) در دوران دفاع مقدس» است که در پژوهشگاه علوم و معارف دفاع مقدس شهید سپهبد پاسدار حاج قاسم سلیمانی انجام شده است. مؤلفین وظیفه خود می‌دانند از حمایت‌های این پژوهشگاه تقدیر نمایند.

فهرست منابع

- ابراهیمی خوسفی، منصور (۱۳۸۷). «جنگ نرم، عملیات روانی و فریب استراتژیک»، جلد چهارم، تهران: ابرار معاصر
- ارجینی، حسین. عبداللہی، زهرا (۱۳۹۴). «راہبردهای امام خمینی در مدیریت دفاع مقدس»، فصلنامہ مطالعات انقلاب اسلامی، دورہ ۱۲، شماره ۴۲، صص ۱۵۶-۱۳۹.
- استراوس، انسلم و کرین، جولیت (۱۳۹۱). «مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریہ زمینہ‌ای»، مترجم، ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- افضلی، رسول و محسن زادگان، امیر (۱۳۹۹). «بررسی مواضع نظامی امام خمینی در جنگ ایران و عراق»، تهران: مرکز اسناد و تحقیقات دفاع مقدس.
- ایمان، محمدتقی (۱۳۹۴). «روش‌شناسی تحقیق کیفی»، قم: پژوهشکدہ حوزه و دانشگاه.
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۴). «طراحی پژوهش‌های اجتماعی»، ترجمہ حسین چاوشیان، تهران: نشر نی
- تبریزی، علیرضا (۱۳۹۳). «روش تحقیق کیفی در مکاتب تفسیری»، تهران: اطلاعات
- تھامی، سید مجتبی (۱۳۸۴). «امنیت ملی، داکترین، سیاست‌های دفاعی و امنیتی»، جلد اول، تهران: سازمان فرهنگی و عقیدتی ارتش.
- سواری، کریم (۱۳۹۶). «آسیب‌های روانی جنگ نرم و تعیین برخی از منابع مقابله با آن»، مطالعات قدرت نرم، ۷(۱۶)، صص ۸-۱۸
- سبحانی، فرید، محمدجواد و مردمی، ابوالقاسم (۱۴۰۰). «پذیرش قطعنامہ ۵۹۸، پیروزی یا شکست»، دو فصلنامہ علمی مطالعات دفاع مقدس و راہبردهای معاصر، سال سوم، شماره ۵، صص ۴۶-۲۷
- شاه‌محمدی، عبدالرضا (۱۳۸۲). «وسایل ارتباطی سربازان اصلی میدان‌های جنگ‌های نوین»، فصلنامہ پژوهش و سنجش، سال دهم، شماره ۳۴، صص ۴۵-۳۴
- جنیدی، رضا (۱۳۸۹). «تکنیک‌های عملیات روانی و شیوہ‌های مقابله با آن»، مشهد: بہ نشر.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۶). «مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی»، تهران: سمت.
- حبی، محمدباقر و حاتمی، حمیدرضا (۱۳۸۸). «بررسی شیوہ‌های عملیات روانی علیہ ایران از نظر نیروهای نظامی»، روانشناسی نظامی، سال اول، شماره اول، بہار ۱۳۸۸، صص ۴۲-۳۳.
- حبی، محمدباقر؛ آزاد مرزآبادی، اسفندیار؛ نوری، رضا (۱۳۸۹). «میزان آگاهی از روش‌های جنگ روانی و مقابله با آن»، فصلنامہ روانشناسی نظامی، سال اول، شماره سوم، صص ۷۹-۷۳
- خمینی، روح‌الله (۱۳۷۰). «صحیفہ امام»، مجموعہ ۲۲ جلدی، تهران: موسسہ تنظیم و نشر آثار امام.
- رنجبران، داود (۱۳۸۸). «جنگ نرم»، تهران: انتشارات ساحل اندیشہ
- رفیع، حسین و سید محمدجواد قربی (۱۳۸۹). «کالبدشناسی قدرت نرم و ابزارهای کاربردی آن»، مطالعات بسیج سال سیزدهم شماره ۴۷، تابستان، صص ۱۳۸-۱۱۷.
- رضا قلی‌زاده، بہنام (۱۳۹۲). «عملیات روانی با تأکید بر ایران هراسی و اسلام‌ستیزی در رسانه‌های برجستہ غرب»، مطالعات عملیات روانی، صص ۱۷۱-۱۵۱

- زرقانی، سید هادی (۱۴۰۰). «بررسی و تبیین راهبردهای دفاعی حضرت امام خمینی در دفاع مقدس»، مطالعات دفاع مقدس، شماره ۳، دوره ۷، صص ۶۸-۳۳
- زرقانی، سید هادی (۱۴۰۰). «راهبردهای دفاعی حضرت امام خمینی در دفاع مقدس»، طرح پژوهشی پژوهشگاه علوم و معارف دفاع مقدس شهید سپهبد پاسدار حاج قاسم سلیمانی.
- زرقانی، سید هادی؛ عابدی شجاع، فرزاد؛ بخشی، فاطمه؛ حجی پناه، نرگس (۱۴۰۱). «بررسی و تبیین فرهنگ و رفتار سازمانی نیروهای مسلح از منظر حضرت امام»، فصلنامه مدیریت نظامی، سال ۲۲، شماره ۳، صص ۹۳-۱۲۲.
- زرقانی، سید هادی (۱۴۰۱). «درآمدی بر راهبردهای دفاعی حضرت امام خمینی در دفاع مقدس»، تهران: پژوهشگاه علوم و معارف دفاع مقدس شهید سپهبد پاسدار حاج قاسم سلیمانی.
- عربی، زهرا و حاتمی، داود (۱۳۹۲). «نقش و جایگاه فرهنگ ایثار و شهادت در بیداری اسلامی و تداوم آن»، نخستین همایش بین‌المللی مطالعه علمی ایثار و شهادت، دانشگاه تهران
- کیوان حسینی، سید اصغر (۱۳۷۹). «گزارش همایش امام (ره) و دفاع مقدس»، مجله سیاست دفاعی، شماره ۳۱، صص ۱۷۱-۱۷۴.
- قائدی، محمدرضا؛ گلشنی، علیرضا (۱۳۹۵). «روش تحلیل محتوا، از کمی گرایی تا کیفی گرایی، روش ها و مدل های روان‌شناختی»، سال هفتم بهار ۱۳۹۵ شماره ۲۳.
- قیصری، نورالله و قربی، سید محمدجواد (۱۳۹۱). «بررسی ابعاد نرم‌افزاری قدرت و پدیده عملیات روانی»، مهندسی فرهنگی، سال ششم، شماره ۶۵ و ۶۶.
- لی وایت، گری (۱۳۸۲). «عملیات روانی در قرن بیست و یکم»، ترجمه سید حسن محمدی نجم، فصلنامه عملیات روانی، سال اول، شماره ۱
- نوغانی دخت بهمنی، محسن؛ محمدی، فردین؛ کرمانی، مهدی (۱۳۹۸). «خلق نظریه در مطالعات کیفی (رویکردی کاربردی به نظریه زمینه‌ای)»، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد
- مولایی، مرتضی (۱۴۰۱). «ارائه الگوی عقلانیت در دفاع مقدس در اندیشه امام خمینی»، دو فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس و نبردهای معاصر، سال چهارم، شماره هفتم، صص ۹۵-۱۱۸
- مرادی، حجت اله (۱۳۸۶). «شایعه در سازمان؛ راهنمای کارآمدی سازمان»، فصلنامه عملیات روانی، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۳۵-۴۰.
- مرادی، عبدالله (۱۳۹۵). «عملیات روانی علیه سپاه در الگوی تخاصم راهبردی دشمن»، مطالعات عملیات روانی، شماره ۴۴، صص ۱۳۷-۱۰۸
- مصطفوی، سید محمدرضا؛ محمودی، رضا؛ جلالی نیا، مجید (۱۳۹۱). «کلیات و مفاهیم جنگ روانی»، تهران: انتشارات سیب سبز.
- ملکی، سعید و حاتمی، داوود (۱۴۰۰). «راهکارهای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در کشور به‌عنوان ابزاری برای مقابله با جنگ نرم دشمن»، دو فصلنامه مطالعات دفاع مقدس و نبردهای معاصر، دوره ۳، شماره ۵، پاییز و زمستان، صص ۷۵-۹۶.

Forum. G.M, (2003), Pentagon Carries out Psychological Warfare against Amrican People