

An Analysis of USA Cognitive Warfare and Psychological Operations in Post-2003 Iraq

Muhammad Kwan Attia¹, Reza Allahverdizadeh^{2*} , Mahdi Karimi² , Ehsan Salimi Ghalehei⁴ 

1. M.A student in Political Geography, Department of Political Geography, Faculty of Human Sciences, University of Maragheh, Maragheh, Iran.
2. Assistant Professor, Department of Political Geography, Faculty of Human Sciences, University of Maragheh, Maragheh, Iran.
3. Assistant Professor, Political Geography, Asian Cultural Documentation Center, Institute for Humanities and Cultural Studies, Tehran, Iran
4. Assistant Professor, Department of Law, Criminal law, Faculty of Human Sciences, University of Maragheh, Maragheh, Iran.

Received: 2026-02-06

Accepted: 2026-04-19

Extended abstract

Introduction

The U.S.-led coalition's war in Iraq in 2003 marked a turning point in the geopolitical dynamics of the Middle East. It not only transformed Iraq's political and security order but also ushered in a new phase in the logic of modern warfare. Although ostensibly launched with the objectives of "disarming Iraq of weapons of mass destruction" and "liberating its people from Saddam Hussein's authoritarian regime," the United States, in practice, systematically utilized cognitive warfare and psychological operations alongside military actions to shape

* Corresponding author, Email: r.allahverdizadeh@maragheh.ac.ir

² <https://orcid.org/0000-0002-4373-7921>

³ <https://orcid.org/0000-0002-3754-0428>

⁴ <https://orcid.org/0000-0002-7478-347X>



Copyright© 2026. TMU Press. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.

social and political realities in Iraq. This study analyzes the cognitive warfare and psychological operations conducted by the United States in Iraq after 2003. The primary research questions focus on the tools and methods employed by the U.S., the political, military, cultural, and social objectives behind these operations, and their impact on the Iraqi public opinion and social behavior. The hypotheses suggest that the U.S. utilized a combination of mass media, targeted propaganda, cultural productions, and cyberspace to conduct extensive psychological warfare. The research findings indicate that these efforts intensified identity crises, increased public distrust, deepened ethnic and sectarian divides, and redefined Iraq's political identity. This study further explores the social, cultural, and political consequences of the cognitive warfare.

Theoretical Framework

In this article, a combination of three theories is used. If we want to view these three theories together, it can be said that:

The theory of the Spiral of Silence focuses on the micro level of communication and public opinion, and explains how media can mute opposing voices.

The theory of constructivism (constructivism) concentrates on the intermediate level of identity and discourse, showing how social and political realities are constructed.

The theory of cultural hegemony centers on the macro level of cultural and symbolic domination, telling us how values and meanings become naturalized.

The combination of these three theories with the concepts of cognitive warfare (psyops) and psychological operations creates a multilayered framework that can explain the various dimensions of soft power warfare; from changes at the individual and psychological level to the reproduction of identities and the stabilization of cultural dominance at the macro level.

Methodology

In this study, a documentary-library approach is used as the main method for data collection. The sources used in this research include a wide range of internal and external resources such as scientific books, research articles published in reputable journals, reports from international organizations, governmental documents

(official military sources, Pentagon documents), Rand Institute reports, and analyses published in specialized online databases. The use of theoretical approaches related to psychological warfare (psyops), soft power, information and media operations, and the necessary conceptual framework has provided the basis for data analysis.

Result and Discussion

Cognitive warfare and psychological operations by the United States in Iraq reveal that this war flowed not only on the battlefield but also in the realm of minds and cultures. The tools, strategies, and consequences of this war are multifaceted, and in this write-up they were examined and analyzed at three main levels: 1) tools and tactics, 2) social and psychological impacts, and 3) media hegemony and cultural domination. The findings showed that the United States drew on a diverse set of tools—from traditional brochures and proclamations to global media, embedded journalists, and digital tools. These tools were employed within a multilayer system to convey American messages to a broad audience. The main objective at this level was to create a media reality parallel to the war's tangible reality—a reality that legitimized the presence of the United States, rendered resistance futile, and presented Western democracy as the only viable alternative. The examination of the strategies and tactics of U.S. psychological operations also revealed that tactics such as demoralization, censorship and information fabrication, black propaganda, exaggeration of victories, the generation of fear and intimidation, and ethical dualism were employed. These tactics not only adapted to wartime conditions but also, drawing on theories such as cognitive warfare, the Spiral of Silence, and constructivism, contributed to the management of collective perception. The common objective at this level was to alter the attitudes and behaviors of audiences through manipulation of meanings and media representations. Additionally, the analyses showed that U.S. cognitive warfare in Iraq had profound consequences: psychologically, it induced anxiety, fear, and social helplessness; socially, it exacerbated ethnic and religious rifts, eroded trust in the government, and promoted a culture of silence; and in terms of identity, it led to a national identity crisis and a redefinition of the binary “savior/enemy.” Internationally, the psychological operations also helped legitimize the war and guided global public opinion toward the narrative most favorable to the United States.

Conclusion & Suggestions

This study showed that United States psychological operations were not limited to the internal level within Iraq, but were also employed at the global level to legitimize the war and isolate opponents. Western media, by emphasizing dichotomies such as “civilization versus barbarism” and presenting the United States as a savior and defender of global values, steered global public opinion toward accepting the hegemonic American narrative. This level of media hegemony was part of a transnational hegemonic project that sought to shape the international political space in favor of U.S. policies. This study also demonstrated that psychological operations and cognitive warfare are complex, multi-dimensional tools that cannot be properly evaluated for success or failure without considering cultural, psychological, and social factors. It also emphasized the importance of critically rereading dominant narratives and promoting independent media as strategies to counter media and cultural hegemony. Consequently, the present research opens new horizons for understanding contemporary cognitive warfare and psychological operations and can provide a basis for future research in international relations, media studies, and the social sciences.

Keywords: Cognitive Warfare, United States, Iraq, Psychological Operations, Cultural Hegemony.



تحلیلی بر جنگ شناختی و عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق پس از سال ۲۰۰۳ میلادی

محمد کوان عطیه^۱، رضا الهویردی زاده^۲، مهدی کریمی^۳، احسان سلیمی قلعه‌ای^۴

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

۲. استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

۳. استادیار جغرافیای سیاسی، مرکز اسناد فرهنگی آسیا، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران

۴. استادیار حقوق جزاء، دانشگاه مراغه، مراغه، ایران

دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۱۴

پذیرش: ۱۴۰۵/۰۱/۳۰

چکیده

جنگ نیروهای ائتلاف به رهبری ایالات متحده آمریکا در عراق در سال ۲۰۰۳، نقطه عطفی در تحولات ژئوپلیتیک غرب آسیا بود که نه تنها نظم سیاسی و امنیتی عراق را دگرگون کرد، بلکه منطق جنگ‌های جدید را نیز وارد مرحله‌ای نوینی ساخت. ایالات متحده آمریکا به موازات اقدامات نظامی، به بهره‌گیری نظام‌مند از ابزارهای جنگ شناختی و عملیات روانی برای شکل‌دهی به واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی عراق پرداخت. پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی پسا رویدادی و روش گردآوری داده‌ها نیز از نوع اسنادی-کتابخانه‌ای است که به تحلیل جنگ شناختی و عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق پس از سال ۲۰۰۳ می‌پردازد. سؤالات پژوهش حول بررسی ابزارها و روش‌های به کار گرفته‌شده توسط ایالت متحده آمریکا، اهداف سیاسی، نظامی و فرهنگی پشت این عملیات و تأثیرات آن بر افکار عمومی و رفتار اجتماعی مردم عراق شکل گرفته است. فرضیات پژوهش بیان می‌کنند که ایالات متحده آمریکا با استفاده از ترکیبی از رسانه‌های جمعی، تبلیغات هدفمند، تولیدات فرهنگی و فضای مجازی، عملیات روانی گسترده‌ای را اجرا کرده است. اهداف مهم این عملیات شامل مشروع‌سازی اشغال عراق، بازسازی تصویر مثبت از ایالات متحده آمریکا و تضعیف نمادهای مقاومت ملی بوده است. این اقدامات به تشدید بحران‌های هویتی، افزایش بی‌اعتمادی عمومی، تعمیق شکاف‌های قومیتی و مذهبی و بازتعریف هویت سیاسی عراق منجر شده است. در نهایت، این پژوهش به بررسی پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی این جنگ شناختی پرداخته است و اهمیت درک ابعاد فرهنگی و روانی جنگ‌های معاصر را برجسته می‌کند.

واژه‌های کلیدی: جنگ شناختی، ایالات متحده آمریکا، عراق، عملیات روانی

۱. مقدمه

جنگ نیروهای ائتلاف به رهبری ایالات متحده آمریکا در عراق در سال ۲۰۰۳، نقطه عطفی در تحولات ژئوپلیتیک غرب آسیا بود که نه تنها نظم سیاسی و امنیتی عراق را دگرگون کرد، بلکه منطق جنگ‌های جدید را نیز وارد مرحله‌ای نوین ساخت. اگرچه در ظاهر، جنگ با هدف «خلع سلاح عراق از تسلیحات کشتار جمعی» و «آزادسازی مردم از رژیم استبدادی صدام حسین» آغاز شد، اما در عمل، ایالات متحده آمریکا به موازات اقدامات نظامی، به بهره‌گیری نظام‌مند از ابزارهای جنگ شناختی و عملیات روانی برای شکل‌دهی به واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی عراق پرداخت. ایالات متحده آمریکا پس از اشغال عراق، با عملیات روانی گسترده و روایت‌سازی از طریق رسانه‌های وابسته، سعی کرد هویت ملی و تاریخی مردم عراق را بازتعریف کند، نهادهای مذهبی و قومی را از یکدیگر جدا سازد و نارضایتی‌های اجتماعی را به سود منافع خود مدیریت کند. در این میان، از ابزارهایی چون راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی بومی مانند العراقیه، انتشار گسترده بروشورها، تبلیغات در فضای عمومی، بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی، جعل اخبار و حتی تولید سریال‌های تلویزیونی بهره گرفته شد.

از منظر جامعه‌شناختی، این عملیات با الگوبرداری و به‌کارگیری در سایر کشورهای منطقه مانند سوریه، لبنان، یمن و ایران، عملاً به بخشی از دکترین جنگ‌های نوین آمریکا تبدیل شد. در عین حال، جنگ شناختی برخلاف جنگ‌های سخت، از طریق روایت‌سازی و دست‌کاری در حافظه تاریخی جوامع عمل می‌کند و چون «دشمن» را نه در میدان نبرد فیزیکی، بلکه در میدان ذهن و فکر مخاطب هدف قرار می‌دهد، می‌تواند اثراتی ماندگارتر و عمیق‌تر از جنگ‌های متعارف داشته باشد. مطالعه عراق، به‌عنوان یکی از نمونه‌های بارز و شاخص در معرض جنگ شناختی، اهمیت ویژه‌ای دارد. مقاله حاضر نشان خواهد داد که از زمان اشغال این کشور در سال ۲۰۰۳ تاکنون، مجموعه‌ای از اقدامات آشکار و پنهان در حوزه‌های فرهنگی، رسانه‌ای، آموزشی، هویتی و روانی علیه ساختار اجتماعی و ذهنیت عمومی جامعه عراق صورت گرفته است که در بسیاری از موارد، به‌طور هدفمند با هدف تغییر درک جمعی، القای ناامنی پایدار، تضعیف انسجام ملی، و شکل‌دهی به نظم جدید سیاسی - اجتماعی طراحی و اجرا شده‌اند. بررسی دقیق تجربه عراق می‌تواند منجر به شناخت الگوها، ابزارها و پیامدهای جنگ شناختی در سطح عملیاتی شود؛ به‌ویژه آنکه بسیاری از این الگوها، به‌صورت مشابه در سایر کشورهای منطقه نیز در حال اجرا یا پیاده‌سازی هستند. از این منظر، تحلیل تطبیقی یا ژرف‌نگر در مورد جنگ شناختی در عراق، می‌تواند درک عمیق‌تری از ماهیت تهدیدات نرم و ابزارهای سلطه‌گری معاصر ارائه دهد و در عین حال، بنیانی نظری برای تولید دانش بومی در حوزه پدافند شناختی فراهم آورد.

پرسش اصلی این پژوهش این است که چه ابزارها و روش‌هایی در چارچوب جنگ شناختی و عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق پس از سال ۲۰۰۳ به‌کار گرفته شدند و این اقدامات چگونه بر جامعه، ساختار قدرت،

فرهنگ سیاسی و پویای اجتماعی عراق تأثیرگذار بودند؟ بررسی این مسئله نه تنها به روشن شدن ابعاد پنهان اشغال عراق کمک می‌کند، بلکه به درک بهتر از ماهیت جنگ‌های نوین، تهدیدات نرم و ضرورت توسعه سواد رسانه‌ای و دفاع شناختی در برابر عملیات روانی خارجی در سطح ملی و منطقه‌ای یاری خواهد رساند. نوآوری پژوهش حاضر نیز در بررسی این مسئله نهفته است.

۲. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متعددی در سطح بین‌المللی و داخلی به تحلیل ابعاد مختلف جنگ عراق پس از سال ۲۰۰۳ پرداخته‌اند که عمدتاً بر جنبه‌های نظامی یا سیاسی کلاسیک تمرکز داشته‌اند. در ادامه به صورت خلاصه به مهمترین آثار این حوزه اشاره می‌شود.

مطالعات فارسی در این حوزه غالباً با تمرکز بر مفهوم «جنگ شناختی» و پیوند آن با امنیت ملی شکل گرفته‌اند. برای نمونه، محمدی نجم (۲۰۱۴) در کتاب «جنگ شناختی: بعد پنجم جنگ» بر اهمیت ذهن و ادراک در معادلات نظامی تأکید و آن را به عنوان سطحی فراتر از جنگ اطلاعاتی معرفی می‌کند. همچنین، مقدم فر و محسنی آهویی (۲۰۲۱) در اثر خود با عنوان «جنگ شناختی: علم پیروزی در نبرد ذهن‌ها»، جنگ شناختی را به مثابه راهبردی کلان برای تأثیرگذاری بر باورها و هویت‌ها تحلیل کرده‌اند. همچنین، جمشیدی مقدم و الماسی پور (۲۰۲۴) در مقاله «جنگ شناختی: مفاهیم بنیادین، رویکردها و دیدگاه‌ها» به دسته‌بندی رویکردهای نظری پرداخته‌اند. پژوهش‌هایی نظیر مقاله ترابی و احمدی (۲۰۲۵) «تاب‌آوری شناختی در برابر جنگ شناختی علیه ایران» و «دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ شناختی» (Moradi Bahmaei, 2025) نیز به تحلیل ابعاد بومی و راهکارهای مقابله با جنگ شناختی پرداخته‌اند. در خصوص عراق پس از ۲۰۰۳، منابع فارسی به ویژه در قالب گزارش‌ها و مقالات تحلیلی، به عملیات روانی ایالات متحده آمریکا پرداخته‌اند. یکی از این مقالات به قلم امین یزدی و گزرائی (۲۰۲۰) با عنوان «عملیات روانی آمریکا در جریان اشغال عراق در سال ۲۰۰۳» به ابزارهایی چون توزیع اعلامیه‌ها، پخش صوتی و راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی اشاره، و تأثیر این ابزارها بر روحیه مردم و نظامیان عراقی را بررسی کرده است.

منابع انگلیسی جزئیات بیشتری درباره عملیات روانی در عراق ارائه می‌دهند. در گزارش‌های نظامی و مقالات تحلیلی مانند «عملیات روانی در عملیات آزادی پایدار و آزادی عراق: چه مشکلی پیش آمد؟» (Cox, 2007)، عملیات روانی به عنوان بخشی رسمی از راهبرد ارتش ایالات متحده آمریکا تبیین شده است. این گزارش‌ها نشان می‌دهند که چگونه از رسانه‌های چاپی، شنیداری و تصویری برای کاهش روحیه نیروهای عراقی، تقویت مشروعیت عملیات و تسهیل مدیریت افکار عمومی استفاده شده است. برخی مطالعات در حوزه تاریخ نظامی و گزارش‌های فنی، همانند بررسی‌های فنی و تحلیلی (Lamb, 2005)، به ارزیابی محدودیت‌ها و چالش‌های فنی عملیات، از جمله مشکلات

انتشار سیگنال در محیط عراق، پرداخته‌اند. گزارش‌هایی چون «چگونه تبلیغات ایالات متحده آمریکا میدان نبرد در عراق را فتح کرد» (Caputi & Hil, 20 March 2023)، به بررسی نقش تبلیغات و عملیات روانی در قالب جنگ شناختی اشاره کرده‌اند، ولی این آثار عمدتاً بر مباحث رسانه‌ای تمرکز داشته‌اند، نه بر تأثیرات عمیق اجتماعی یا روان‌شناختی در سطح جامعه عراق.

مروری بر آثار مذکور نشان می‌دهد که تمرکز عمده این پژوهش‌ها بر یکی از محورهای ذیل بوده است: توصیف فنی ابزارها (رادیو، بروشور، رسانه)؛ تحلیل‌های سیاسی-نظامی از روند جنگ؛ و بررسی تبلیغات رسانه‌ای با رویکرد غربی یا انتقادی. اما پرسش‌هایی نظیر: چگونه این عملیات‌ها به تغییر نگرش، شکاف‌های اجتماعی و بازتعریف هویت مردم عراق منجر شد؟ آیا اهداف سیاسی-فرهنگی ایالات متحده آمریکا از این عملیات‌ها محقق شد؟ و این عملیات چه پیامدهای بلندمدتی برای جامعه عراق داشت؟ هنوز به‌طور جامع، تطبیقی و تحلیلی بررسی نشده‌اند.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع روش توصیفی-تحلیلی پساویدادی و روش گردآوری اطلاعات نیز از نوع اسنادی-کتابخانه‌ای است. منابع مورد استفاده در این پژوهش شامل طیف متنوعی از منابع داخلی و خارجی است که از میان آن‌ها می‌توان به کتاب‌های علمی، مقالات پژوهشی منتشرشده در مجلات معتبر، گزارش‌های نهادهای بین‌المللی، اسناد دولتی، گزارش‌های مؤسسه رند و تحلیل‌های منتشرشده تخصصی اشاره کرد. در فرآیند تحلیل داده‌ها، تلاش شده است تا با رعایت اصول تحلیل کیفی، اطلاعات گردآوری‌شده در بستر مفهومی و نظری مناسبی تفسیر شود. در این راستا، استفاده از رویکردهای نظری مرتبط با جنگ‌های شناختی، قدرت نرم، عملیات اطلاعاتی و رسانه‌ای، چارچوب مفهومی لازم برای تحلیل داده‌ها را فراهم ساخته است.

۴. مبانی نظری

۴-۱. نظریه ماریپیچ سکوت

اساس این نظریه بر این فرض استوار است که افراد در بیان عقاید خود، به‌شدت تحت تأثیر ادراک از فضای اجتماعی و رسانه‌ای قرار دارند. اگر فرد احساس کند که دیدگاه او در اقلیت قرار دارد یا رسانه‌ها آن را بازنمایی نمی‌کنند، برای اجتناب از طرد اجتماعی سکوت اختیار می‌کند (Noelle-Neumann, 1993: 4-5). در این چارچوب، رسانه‌ها نقش محوری در شکل‌دهی به آنچه «فضای غالب افکار عمومی» نامیده می‌شود، دارند. رسانه‌ها با برجسته‌سازی دیدگاه‌های خاص و به حاشیه راندن دیدگاه‌های دیگر، می‌توانند شرایطی ایجاد کنند که صدای مخالفان خاموش، و در نهایت، یک دیدگاه خاص به‌عنوان «نظر عمومی» تثبیت شود. اهمیت نظریه ماریپیچ سکوت در ارتباط با جنگ شناختی آن

است که نشان می‌دهد چگونه کنترل جریان اطلاعات و برجسته‌سازی روایت‌های خاص می‌تواند بدون آنکه الزامی به حذف فیزیکی مخالفان وجود داشته باشد، منجر به خاموشی دیدگاه‌های بدیل شود.

۲-۴. نظریه سازه‌انگاری و بحران هویت

براساس نظریه سازه‌انگاری، واقعیت اجتماعی برساخته‌ای ذهنی است که از طریق گفتمان‌ها، هویت‌ها و معانی شکل می‌گیرد (Wendt, 1999: 372). سازه‌انگاری نشان می‌دهد چگونه هویت‌ها و ادراکات در میدان منازعه، ساخته یا تخریب می‌شوند. یکی از مفاهیم کلیدی در این نظریه، «بحران هویت» است. بحران هویت زمانی رخ می‌دهد که نظام معنایی و هویتی یک جامعه یا بازیگر سیاسی دچار تزلزل شود و هویت‌های پیشین در برابر گفتمان‌های جدید به چالش کشیده شوند. در چنین شرایطی، بازیگران تلاش می‌کنند تا هویت جدیدی بسازند یا هویت‌های متعارض را بر یکدیگر تحمیل کنند. در تئوری بحران لوسین پای، بحران هویت به صورت احساسات ملی به سرزمین ارتباط می‌یابد که به تدریج تعارض میان وفاداری‌های قومی و ملی را تشدید می‌کند و مشکلاتی را برای یکپارچگی سرزمینی و وحدت مردم پدید می‌آورد (Shokraneh Arzanaghi & Akhavan Kazemi, 2022: 47). جنگ شناختی اساساً بر بازتعریف هویت‌ها و معانی اجتماعی استوار است. هنگامی که یک بازیگر از طریق رسانه‌ها، گفتمان‌ها و نمادها می‌کوشد تصویر ذهنی دیگری را تغییر دهد، در واقع در حال بازسازی هویت اوست.

۳-۴. نظریه هژمونی فرهنگی گرامشی

از منظر آنتونیو گرامشی، سلطه در جوامع جدید صرفاً بر زور و اجبار متکی نیست، بلکه بر توانایی طبقه مسلط در القای ارزش‌ها و هنجارهای خود به‌گونه‌ای استوار است که این ارزش‌ها به‌عنوان «عقل سلیم» یا واقعیت طبیعی پذیرفته شوند (Gramsci, 2020: 141-142). گرامشی تأکید داشت که نهادهای فرهنگی، آموزشی و رسانه‌ای نقش محوری در تثبیت این هژمونی ایفا می‌کنند. هژمونی فرهنگی توضیح می‌دهد که چرا کنترل معنا و فرهنگ ابزاری مؤثرتر از اجبار نظامی است. در واقع، اگر یک بازیگر بتواند ارزش‌ها و روایت‌های خود را در فرهنگ و نظام معنایی یک جامعه نهادینه کند، سلطه او پایدار و مشروع جلوه خواهد کرد.

۴-۴. پیوند نظریه‌ها در تحلیل جنگ نرم

با توجه به اینکه سه نظریه اشاره‌شده در بالا به تنهایی نمی‌توانند موضوع پژوهش را تبیین کنند، از ترکیبی از این سه نظریه برای بررسی ابزارها و تأثیرات جنگ شناختی ایالات متحده آمریکا در عراق بهره گرفته می‌شود. ترکیب این سه نظریه با مفاهیم جنگ شناختی و عملیات روانی، چارچوبی چندلایه از تغییر در سطح فردی و روانی تا بازتولید

هویت‌ها و تثبیت سلطه فرهنگی در سطح کلان ایجاد می‌کند که می‌تواند ابعاد مختلف جنگ نرم را توضیح دهد. با کنار هم قرار گرفتن این سه نظریه، نظریه ماریپیچ سکوت بر سطح خرد ارتباطات و افکار عمومی تمرکز دارد و توضیح می‌دهد چگونه رسانه‌ها می‌توانند صدای مخالف را خاموش کنند؛ نظریه سازه‌انگاری بر سطح میان-ساختاری هویت و گفتمان تمرکز دارد و نشان می‌دهد چگونه واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی ساخته می‌شوند؛ و نظریه هژمونی فرهنگی بر سطح کلان سلطه فرهنگی و نمادین متمرکز است و چگونگی درونی شدن ارزش‌ها و معانی به صورت طبیعی را مشخص می‌کند.

۵. یافته‌های پژوهش و تجزیه و تحلیل

۵-۱. ابزارهای جنگ شناختی و عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق پس از سال ۲۰۰۳

۵-۱-۱. ابزارهای کلاسیک: اعلامیه‌ها و بروشورهای هوایی

در جنگ عراق، ارتش ایالات متحده آمریکا هزاران اعلامیه و بروشور چاپی را از طریق هواپیماها و بالگردها بر فراز شهرها، روستاها و مناطق درگیری پخش کرد. این اقدام، بخشی از راهبرد گسترده‌تری برای مدیریت ادراکات، تضعیف روحیه و مشروع‌سازی حضور آن کشور بود (Eskandari, 2011: 41). اعلامیه‌های هوایی در بطن خود حامل بار سنگینی از پیام‌های روانی، سیاسی و نمادین بودند. آن‌ها نه تنها اطلاعاتی درباره خطرات یا دستورات به مردم منتقل می‌کردند، بلکه تصویری از قدرت ایالات متحده آمریکا و ضعف طرف مقابل نیز ارائه می‌دادند. این ابزار کلاسیک به‌ویژه در شرایطی که دسترسی به رسانه‌های جدید محدود یا سانسور شده بود، تأثیری مستقیم و فوری بر ادراک مردم داشت.

اعلامیه‌ها و بروشورهای چاپی (Amin Yazdi & Gazerani, 2020: 366-67) در عراق پس از ۲۰۰۳ دست‌کم سه کارکرد عمده داشتند: الف- تضعیف روحیه مردم و نظامیان؛ با تأکید بر بی‌فایده بودن مقاومت و برجسته‌سازی قدرت نظامی ایالات متحده آمریکا؛ ب- مشروع‌سازی اقدامات ایالات متحده آمریکا؛ برخی پیام‌ها رنگ و بوی انسانی داشتند، مانند هشدار به غیرنظامیان برای دوری از مراکز نظامی. این پیام‌ها فضای ترس و اضطراب ایجاد می‌کردند و حضور ایالات متحده آمریکا را «ضروری و خیرخواهانه» جلوه می‌دادند؛ و پ- ایجاد دوگانه منجی/دشمن؛ محتوای بسیاری از اعلامیه‌ها به بازنمایی ایالات متحده آمریکا به‌عنوان نیروی منجی و حکومت عراق به‌عنوان دشمن شیطانی اختصاص داشت. این تاکتیک در چارچوب نظریه بحران هویت و سازه‌انگاری (Wendt, 1999) قابل تحلیل است.

تحلیل محتوای اعلامیه‌ها نشان می‌دهد که آن‌ها دارای الگوهای تکرارشونده بودند: الف) دعوت به تسلیم؛ خطاب به سربازان عراقی، تأکید می‌شد که مقاومت، مساوی با مرگ است و تسلیم، تنها راه نجات. این پیام‌ها عملاً نوعی «مهندسی انتخاب» بودند که گزینه مقاومت را غیرعقلانی جلوه می‌دادند؛ ب) هشدار انسانی؛ پیام‌هایی خطاب به مردم غیرنظامی منتشر می‌شد مبنی بر اینکه برای امنیت خود از مناطق جنگی دور شوند. هرچند این پیام‌ها به ظاهر

انسان دوستانه بودند، اما عملاً با القای ترس و ناامنی، زمینه تخلیه مناطق حساس و تسلط آسان تر ایالات متحده آمریکا را فراهم می کردند (Jowett & O'Donnell, 2018: 12؛ ج) نمایش قدرت: تصاویر حاوی تجهیزات پیشرفته ایالات متحده آمریکا، نه برای اطلاع رسانی، بلکه برای ارباب و مرعوب سازی طراحی شده بودند.

به صورت نظری، اعلامیه های هوایی نمونه بارزی از جنگ شناختی هستند که هدف آن ها مدیریت ذهن و تصمیم گیری بود. همچنین این ابزار را می توان با نظریه مارییج سکوت پیوند داد؛ زیرا وقتی یک روایت (قدرت شکست ناپذیر ایالات متحده آمریکا) به طور مکرر منتشر می شود، روایت مخالف به حاشیه می رود و در نهایت، سکوت عمومی حاکم می شود. از منظر سازه انگاری اعلامیه ها به بازسازی «هویت عراق» به عنوان کشوری شکست خورده و «هویت ایالات متحده آمریکا» به عنوان منجی کمک کردند. در همین حال، نظریه گرامشی درباره سلطه فرهنگی نشان می دهد که اعلامیه ها صرفاً ابزار اجبار نبودند، بلکه تلاشی برای کسب رضایت ایدئولوژیک نیز محسوب می شدند. همچنین، اعلامیه ها تأثیرات متفاوتی بر جامعه عراق گذاشتند: در کوتاه مدت، باعث سردرگمی، ترس و کاهش مقاومت در برخی مناطق شدند، در میان برخی نخبگان، این پیام ها به عنوان نشانه ای از «شغال خیرخواهانه» تعبیر شد. اما در میان گروه های مقاومت، این اعلامیه ها خود به نماد «تحقیر ملی» بدل شدند و خشم عمومی را افزایش دادند (Amin & Yazdi & Gazerani, 2020: 366-67).

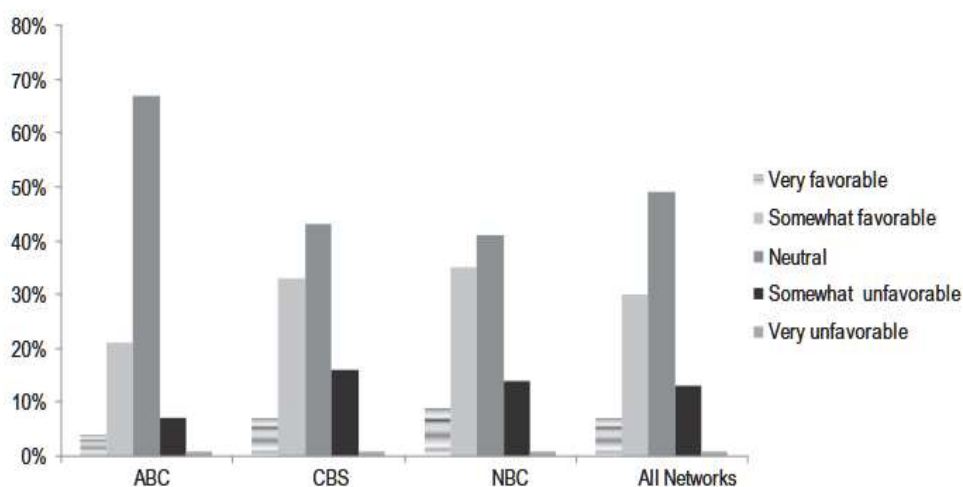
۵-۱-۲. رسانه های جمعی و شبکه های خبری جهانی

رسانه های جمعی از ابزارهای کلیدی جنگ شناختی ایالات متحده آمریکا در دوره های مختلف، به ویژه در جنگ عراق و افغانستان بودند. شبکه های خبری با ارائه گزارش های لحظه ای، مصاحبه ها و تحلیل های روزانه، جنگ عراق را به عنوان یک واقعیت دائمی به مخاطبان معرفی می کردند. این پوشش باعث شد تا این جنگ در صدر اخبار جهانی قرار گیرد و افکار عمومی به طور مداوم تحت تأثیر روایت رسانه ها قرار گیرد (Robinson, 2011: 2-3). رسانه ها با استفاده از تصاویر و فیلم های زنده از عملیات نظامی، توانستند همزمان احساس اضطراب و هیجان را در مخاطب ایجاد، و حس مشروعیت و ضرورت اقدامات نظامی ایالات متحده آمریکا را تقویت کنند (Gilboa, 2005: 27). این رسانه ها با بهره گیری از پوشش لحظه ای و روایت پردازی هدفمند، توانستند نوعی «واقعیت رسانه ای» خلق کنند که در آن دیدگاه ها و اهداف ایالات متحده آمریکا به عنوان محور اصلی جنگ به افکار عمومی جهانی القاء شده بود.

شبکه هایی همچون سی ان ان، بی بی سی و فاکس نیوز با پخش مستمر اخبار، تحلیل ها و گزارش های تصویری از عملیات نظامی ایالات متحده آمریکا، توانستند تصویری مشخص و جهت دار از جنگ ارائه کنند (Hafez, 2004: 2). البته، برخلاف جنگ خلیج فارس که در آن سی ان ان منبع بی رقابت خبری بود، در جنگ عراق این جایگاه به فاکس نیوز رسید. در ۲۱ روز اول جنگ عراق، فاکس نیوز به طور میانگین ۴۲ درصد از سهم مخاطبان اخبار را در اختیار

داشت، در حالی که این رقم برای سی‌ان‌ان، ۳۴ درصد، برای ام‌اس‌ان‌بی‌سی، ۱۸ درصد و برای سی‌ان‌ان هدلاین نیوز، ۶ درصد بود. فاکس نیوز پذیرای دیدگاه‌های سیاسی ستیزه‌جویانه محافظه‌کارانه بود. این رسانه دو ویژگی داشت: اول اینکه، یک دستورکار سیاسی داشت و دوم، یک ارزش سرگرم‌کننده داشت که برای بسیاری از مردم جذاب بود (Calabrese, 2005: 168).

نمودار ۱: جهت‌گیری کلی گزارش‌های خبری شبکه‌های ABC، CBS و NBC در دوره پیش از جنگ



Source: Hayes & Guardino, 2010: 77

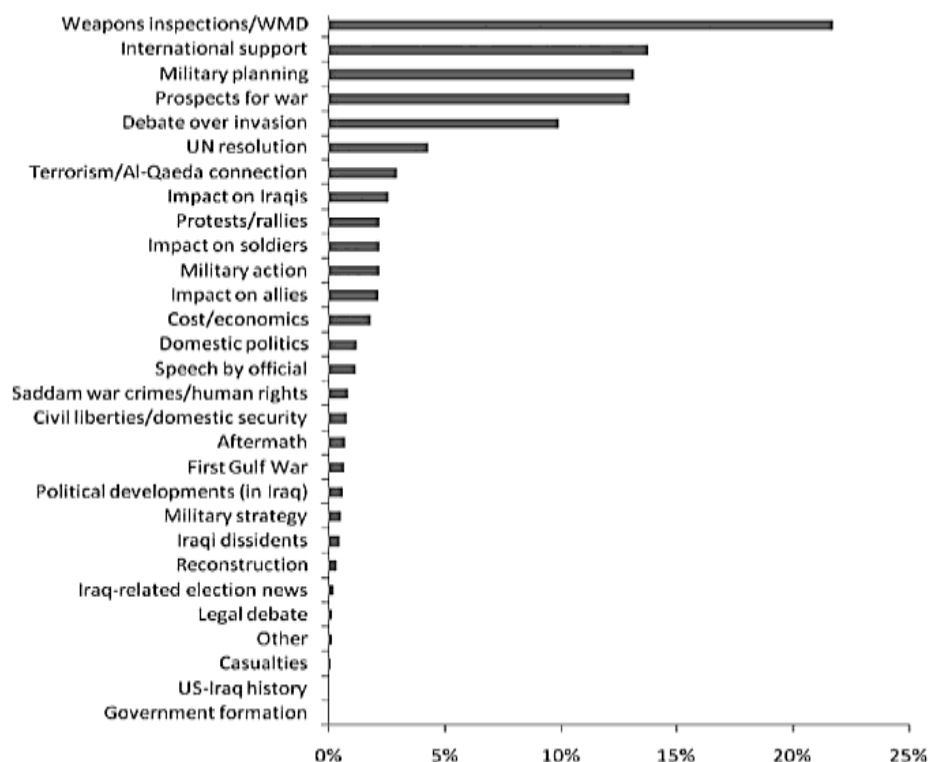
نمودار ۱ درصد تمامی گزارش‌های مربوط به عراق را نشان می‌دهد که از چپ به راست، به‌عنوان بسیار نامطلوب، نسبتاً نامطلوب، خنثی، نسبتاً مطلوب و بسیار مطلوب نسبت به سیاست دولت جورج بوش در برنامه‌های خبری شبانگه‌ای از تاریخ ۱ اوت ۲۰۰۲ تا ۱۹ مارس ۲۰۰۳ کدگذاری شده‌اند.

یکی از تکنیک‌های اصلی رسانه‌ها در جنگ عراق، بازنمایی جنگ به عنوان مأموریتی برای آزادی و دموکراسی بود (Amin Yazdi & Gazerani, 2020: 364). نمودار ۲ محوریت گزارش‌های خبری در سه شبکه ABC، CBS و NBC را نشان می‌دهد. بررسی گزارش‌های این شبکه‌ها نشان می‌دهد که این بازنمایی، ضمن مشروعیت‌بخشی به عملیات نظامی، زمینه هم‌سو شدن افکار عمومی جهان با سیاست‌های ایالات متحده آمریکا را فراهم کرد. برای نمونه، استفاده از عباراتی مانند «سلاح‌های کشتار جمعی» و «عملیات آزادسازی عراق» و نمایش نیروهای آمریکایی در حال «آزادسازی مردم عراق»، باعث شد تا روایت رسمی ایالات متحده آمریکا تقویت شود (نمودار ۲) (Kellner, 2004: 1). همچنان که در نمودار ۲ نیز نشان داده شده است، سلاح‌های کشتار جمعی یکی از کلیدواژه‌های مهم ایالات متحده آمریکا برای

توجیه حمله به عراق بود؛ چنانچه پرکاربردترین اصطلاح در گزارش‌های شبکه‌های خبری ABC، CBS و NBC بوده است. اگرچه بعد از اشغال عراق مشخص شد این کشور دارای هیچ تسلیحات کشتار جمعی نبوده است. در رقابت برای جذب مخاطب در پوشش تلویزیونی جنگ عراق، شبکه‌ها همچنین به دنبال متمایز کردن خود از طریق «برندسازی» گزارش‌های خبری بودند. شبکه سی‌بی‌اس گزارش‌های خود را «آمریکا در جنگ» نامید، در حالی که سی‌ان‌ان از عنوان «حمله به عراق» استفاده کرد. شبکه فاکس نیوز برای بخش‌های خبری خود نام رسمی پنتاگون برای تهاجم یعنی «آزادی عراق» را به کار برد که بعداً توسط ان‌بی‌سی و ام‌اس‌ان‌بی‌سی نیز پذیرفته شد. شبکه‌ها علاوه بر عناوین بخش‌های خبری، گزارش‌های خود را در پوششی از رنگ‌های قرمز، سفید و آبی منتشر می‌کردند و با استفاده از تصاویر تولیدشده توسط رایانه، پرچم ایالات متحده آمریکا در حین پخش گزارش‌ها در پایین صفحه به اهتزاز در می‌آمد. به‌طور کلی، شبکه‌ها تلاش زیادی به خرج دادند تا میهن‌پرستی، توانایی‌های فناورانه و حرفه‌گرایی خود را به‌طور یکپارچه درآمیزند (Calabrese, 2005: 168).

نمودار ۲: محوریت گزارش‌های خبری شبکه‌های ABC، CBS و NBC از ۱ اوت ۲۰۰۲ تا ۱۹ مارس ۲۰۰۳

(دوره پیش از جنگ)



Source: Hayes & Guardino, 2010: 69

نمودار ۲، درصد گزارش‌هایی را نشان می‌دهد که تمرکز اصلی یا فرعی آن‌ها بر روی هر یک از موضوعات مرتبط با عراق در برنامه‌های خبری شبانه‌های بوده است.

رسانه‌های جهانی با استفاده از تکنیک‌های مختلف، از جمله انتخاب تیترها، تصاویر، نقل و قول‌ها و روایت‌های داستانی، دیدگاه‌های مخالف را به حاشیه رانده و تنها روایت رسمی ایالات متحده آمریکا را برجسته کردند. این موضوع با نظریه «ماریپچ سکوت» مطابقت دارد؛ زمانی که رسانه‌ها تنها یک روایت را پررنگ می‌سازند، دیدگاه‌های مخالف خاموش می‌شوند، زیرا افراد از طرد اجتماعی و انزوا می‌ترسند. به عنوان مثال، تحلیل‌گران رسانه‌ای که از سیاست‌های ایالات متحده آمریکا حمایت می‌کردند در شبکه‌هایی چون سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی برجسته شدند، در حالی که تحلیل‌های انتقادی یا دیدگاه‌های محلی اغلب نادیده گرفته شدند (Kellner, 2004: 3-4). این روند نه تنها در نحوه پوشش خبرها بلکه در انتخاب مهمانان برنامه‌های تحلیلی و کارشناسان دعوت‌شده نیز مشاهده می‌شود. برای مثال، در جریان جنگ عراق، کارشناسان نظامی که از سیاست تهاجمی دولت آمریکا حمایت می‌کردند، به طور مکرر در برنامه‌های خبری ظاهر می‌شدند، در حالی که صدای سربازان سابق، روزنامه‌نگاران مستقل یا پژوهشگرانی که به سیاست‌های جنگی ایالات متحده آمریکا انتقاد داشتند، یا اصلاً شنیده نمی‌شد یا به حاشیه می‌رفت (Robinson, 2011).

دسترسی جهانی به شبکه‌هایی همچون سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی باعث شد تا روایت رسمی ایالات متحده آمریکا از جنگ، در کشورهای مختلف بازتاب یابد و مخالفت‌ها، محدود و پراکنده باقی بمانند. این امر به ویژه در کشورهایی که رسانه‌های مستقل محدود بودند، شدت بیشتری یافت و اغلب مخاطبان تنها با روایت رسمی مواجه شدند و در بسیاری از کشورهای با رسانه‌های بومی وابسته به دولت یا منابع محدود، ترجمه و بازنشر گزارش‌های شبکه‌هایی چون بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان به یک منبع اصلی اطلاع‌رسانی بدل شد. به عنوان مثال، در برخی کشورهای غرب آسیا یا آسیای مرکزی، بخش عمده‌ای از اخبار بین‌المللی از طریق نسخه‌های ترجمه‌شده همین رسانه‌ها منتشر می‌شد و در نتیجه روایت جایگزینی برای مخاطبان وجود نداشت یا بسیار محدود بود (Robinson, 2011: 3-4).

بازنمایی رسانه‌ای از جنگ نه تنها بر مخاطبان داخلی آمریکا، بلکه بر افکار عمومی جهانی نیز تأثیر گذاشت و نوعی پذیرش غیررسمی نسبت به عملیات نظامی ایجاد کرد. به عنوان مثال، انتشار تصاویر و گزارش‌هایی از آزادسازی زندانیان یا بازسازی مدارس و بیمارستان‌ها، تصویری مثبت از نیروهای آمریکایی ایجاد کرد و جنبه‌های منفی جنگ، مانند تلفات گسترده غیرنظامیان، کمتر به نمایش گذاشته شد (Hafez, 2004: 2, 7). این تکنیک بازنمایی، به ویژه در قالب روایت‌های بصری - مانند ویدئوهای تبلیغاتی، مصاحبه با سربازان، یا گزارش‌های مستند از اقدامات بشردوستانه - تقویت شد. صحنه‌هایی همچون کمک‌رسانی به کودکان عراقی، توزیع غذا در مناطق جنگ‌زده یا نجات افراد از شرایط وخیم، به گونه‌ای طراحی شدند که حضور نظامی ایالات متحده آمریکا را نه به عنوان یک مداخله تهاجمی، بلکه همچون مأموریتی اخلاقی و نجات‌بخش جلوه دهند. به طور خاص، در بسیاری از گزارش‌های خبری، تمرکز اصلی بر فعالیت‌های عمرانی

پس از سقوط رژیم صدام حسین بود؛ مانند احداث جاده‌ها، تأسیس نهادهای آموزشی یا همکاری با نهادهای محلی برای بهبود خدمات عمومی. گزارش‌هایی که به خشونت‌ها، تخریب زیرساخت‌ها، یا کشته‌شدن غیرنظامیان - به‌ویژه زنان و کودکان - می‌پرداختند، یا کمتر منتشر می‌شدند یا در لایه‌های حاشیه‌ای رسانه قرار می‌گرفتند (Kellner, 2004: 5).

۵-۱-۳. خبرنگاران همراه^۱: نوآوری و ابزاری برای مدیریت روایت جنگ

نوآوری ویژه و کم‌نظیر ایالات متحده آمریکا در جنگ عراق، استفاده از خبرنگاران همراه بود. این نوآوری به ظاهر نماد «شفافیت خبری» و تقویت ارتباط بین جنگ و افکار عمومی بود، اما از سوی دیگر نوعی کنترل پیچیده و نامرئی بر روایت رسانه‌ای جنگ به شمار می‌رفت. در عمل، خبرنگاران همراه به شدت به منابع و شرایطی وابسته بودند که ارتش ایالات متحده آمریکا در اختیار آن‌ها قرار می‌داد. دسترسی خبرنگاران به جغرافیای جنگ، اطلاعات، شاهدان محلی و روایت‌های غیرنظامیان نیز به‌طور چشمگیری محدود می‌شد. در نتیجه، محتوایی که توسط این خبرنگاران منتشر می‌شد، اغلب تصویری همدلانه با سربازان آمریکایی و متمرکز بر تلاش‌ها، سختی‌ها و «قهرمانی» آنان بود، نه جنبه‌های انسانی، سیاسی یا ویران‌گر جنگ برای مردم محلی. برای مثال، گزارش‌های تصویری بسیاری از خبرنگاران همراه، لحظاتی همچون خستگی سربازان، همکاری آن‌ها در شرایط سخت، یا واکنش‌های عاطفی به کشته‌شدن هم‌زمان را نشان می‌داد؛ در حالی که صحنه‌هایی از ویرانی شهرها، آوارگی غیرنظامیان، یا اعتراض‌های مردم عراق، بسیار کمتر پوشش داده می‌شد یا اساساً سانسور می‌شد.

خبرنگاران همراه، به‌طور ناخواسته تحت تأثیر روانی حضور مداوم در کنار نیروهای نظامی قرار می‌گرفتند. پدیده‌ای که از آن به عنوان «سندرم همدلی ناخواسته» یاد می‌شود. در این فرآیند، خبرنگار پس از مدتی نسبت به سربازان اطراف خود احساس نزدیکی و حمایت پیدا می‌کند و در نتیجه، در روایت‌سازی، ناخودآگاه مواضع نظامیان را تقویت می‌کند. این مسئله در بسیاری از گزارش‌های جنگ عراق دیده شد. بنابراین، اگرچه نظام خبرنگاران همراه ظاهراً فضایی برای دسترسی مستقیم خبرنگاران به صحنه‌های واقعی جنگ ایجاد کرد، اما در واقع ابزاری مؤثر برای مدیریت و جهت‌دهی به روایت رسانه‌ای جنگ بود (Tuosto, 2008: 26). از طریق این مکانیسم، دولت آمریکا توانست هم‌زمان با تظاهر به شفافیت، روایت رسمی خود را تثبیت کند و مانع از گسترش روایت‌های انتقادی یا مستقل شود.

استفاده از خبرنگاران همراه، نوعی جنگ شناختی با تمرکز بر مدیریت ادراک عمومی نسبت به جنگ و کنترل روایت رسانه‌ای بود. تحلیلگران رسانه‌ای معتقدند این روش نوعی سانسور نرم یا «سانسور درون‌خطی» است، چون خبرنگاران همراه با وجود آزادی ظاهری در تهیه گزارش، در چارچوب‌های از پیش تعیین‌شده و محدود فعالیت می‌کنند. در عراق، تنها به مناطقی ارتش اجازه می‌داد، دسترسی داشتند و از نشان دادن بخش‌های تلخ‌تر جنگ مانند تلفات

^۱ Embedded Journalists

غیرنظامیان، ویرانی گسترده یا شورش‌ها خودداری می‌شد (Aday et al., 2005: 7).

این سازوکار به ارتش آمریکا امکان داد تا روایت رسانه‌ای جنگ را نه با سانسور مستقیم، بلکه از طریق طراحی مسیرهای دسترسی و اولویت‌بندی موضوعات خبری، به صورت غیرمستقیم هدایت کند. بسیاری از گزارش‌های خبرنگاران همراه، بر صحنه‌هایی مانند توزیع آب و غذا، درمان مجروحان غیرنظامی توسط نیروهای آمریکایی یا تعاملات مثبت سربازان با کودکان عراقی تمرکز داشتند. در مقابل، موضوعاتی مانند حملات شبانه به مناطق مسکونی، استفاده از تسلیحات مشکوک مانند بمب‌های خوشه‌ای یا فاسفر سفید و تخریب زیرساخت‌های حیاتی مانند بیمارستان‌ها و مراکز آموزشی، تقریباً از پوشش خبرنگاران همراه حذف شده بود.

امکانات ارسال سریع گزارش‌ها، تصاویر و ویدئوهای زنده، به ایالت متحده آمریکا امکان داد تا پیام‌های خود را به سرعت و در قالبی کنترل شده به مخاطبان جهانی منتقل کند. این فن‌آوری‌ها باعث شدند، عملیات اطلاع‌رسانی به شکلی بی‌وقفه انجام شود و مخاطب در سراسر جهان بتواند به صورت آنی از آخرین تحولات میدان جنگ مطلع شود. برای نمونه، استفاده از ماهواره‌ها، تلفن‌های ماهواره‌ای و تجهیزات دیجیتال پیشرفته به خبرنگاران همراه این امکان را داد تا بدون نیاز به بازگشت به ستادهای خبری مرکزی، تصاویر و گزارش‌های خود را به سرعت ارسال کنند. این قابلیت، سرعت پخش اخبار را به طور چشمگیری افزایش داد و کنترل بر جریان اطلاعات را برای ارتش آمریکا آسان‌تر کرد.

۵-۴. جنگ اینترنتی و فضای مجازی: میدان جدید تأثیرگذاری در نبرد روانی

ایالات متحده آمریکا با بهره‌گیری از فن‌آوری اطلاعات، عملیات‌های رسانه‌ای پیچیده‌ای را طراحی و اجرا کرد که از طریق آن، نه تنها پیام‌های رسمی دولت و ارتش منتشر می‌شد، بلکه تلاش شد تا باورها، نگرش‌ها و تصمیم‌گیری‌های مقامات عراقی نیز تحت تأثیر قرار گیرد (Robinson et al., 2009: 681-682). در آستانه حمله رسمی به عراق، نیروهای ائتلاف با طراحی دقیق عملیات روانی دیجیتال، اقدام به ارسال گسترده پیام‌های هدفمند برای مقامات ارشد نظامی، امنیتی و سیاسی رژیم بعث کردند. این پیام‌ها از طریق کانال‌هایی چون پیامک‌های رمزگذاری شده، ایمیل‌های ناشناس، یا حتی تماس‌های صوتی ضبط شده پخش می‌شدند. محتوای این پیام‌ها عمدتاً بر تضعیف اعتماد درونی، برهم زدن وفاداری سازمانی و ایجاد ترس شخصی از آینده متمرکز بود. این پیام‌ها عمدتاً با اطلاعات دقیق همراه بودند؛ اطلاعاتی که مخاطب را متقاعد می‌کرد که فرستنده از موقعیت، درجه، فعالیت‌ها یا روابط خود آگاه است. همین امر به شکل‌گیری احساس ناامنی و فشار روانی کمک می‌کرد. در برخی موارد، پیام‌ها به زبان عربی بسیار روان و محاوره‌ای نوشته می‌شدند تا حس «آشنایی» و «نفوذ داخلی» را به طور ضمنی منتقل کنند. این رویکرد، ضمن آنکه از نظر تکنیکی پیشرفته بود، از نظر روان‌شناسی اجتماعی نیز مبتنی بر تاکتیک‌های ترغیب، فریب و ارباب غیرمستقیم عمل می‌کرد. اگرچه در آن زمان، ضریب نفوذ اینترنت در میان عموم مردم عراق پایین بود، اما هدف اصلی این حمله‌های سایبری، روانی بودند. حتی برخی

از این پیام‌ها به گونه‌ای طراحی شده بودند که در صورت اشتراک‌گذاری با دیگر اعضای حزب یا نهاد نظامی، موجب گسترش تردید و بی‌اعتمادی در میان آن‌ها شود؛ به عبارتی، تأثیر آن‌ها از سطح فردی به سطح جمعی تسری یابد. این نوع از جنگ روانی دیجیتال، به گونه‌ای اجرا شد که پیام‌ها و اطلاعات با استفاده از بسترهای نوین ارتباطی به صورت هدفمند و طبقه‌بندی شده به افراد کلیدی منتقل شود و احساس فروپاشی قریب‌الوقوع ساختار قدرت را القاء کند.

۵-۱-۵. تبلیغات تصویری و سرگرمی‌های رسانه‌ای در جنگ عراق ۲۰۰۳: ابزار سلطه فرهنگی

فیلم‌های تبلیغاتی و مستندهایی که توسط رسانه‌های غربی، به ویژه شبکه‌های خبری مانند سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی، پخش می‌شدند، عمدتاً بر عملیات نظامی دقیق، شجاعت سربازان آمریکایی و نجات غیرنظامیان تمرکز داشتند. این فیلم‌ها ضمن نمایش قدرت و برتری فن‌آوری نظامی آمریکا، سعی داشتند احساس امنیت و امید را به مخاطبان منتقل کنند و در عین حال چهره‌ای انسانی و مهربان از سربازان ارائه دهند (Kellner, 2004: 2). کاریکاتورها و پوسترهای جنگی نیز نقش برجسته‌ای در این فرآیند داشتند (Jowett & O'Donnell, 2018: 12). کاریکاتورها با برجسته‌سازی صفات منفی دشمن و اغراق در ویژگی‌های تهدیدآمیز آن، نه تنها مخاطب را به دشمنی با عراق تشویق می‌کردند، بلکه احساسات ضدعربی و ضداسلامی را تقویت کردند. پوسترهای تبلیغاتی که در شهرهای آمریکا و کشورهای هم‌پیمان پخش می‌شد، با استفاده از رنگ‌های تحریک‌آمیز و شعارهای تأثیرگذار، به حمایت عمومی از جنگ و افزایش روحیه ملی‌گرایی دامن می‌زدند.

استفاده از سرگرمی‌های رسانه‌ای نظیر بازی‌های ویدئویی و برنامه‌های تلویزیونی یکی دیگر از ابزارهای نوظهور در جنگ عراق بود که در قالب محتوای سرگرم‌کننده، پیام‌های سیاسی و نظامی را منتقل می‌کردند. بازی‌های کامپیوتری مانند «مناقشه: عراق» یا «جنگجوی تمام‌عیار» که از سال ۲۰۰۴ منتشر شدند، به کاربران این امکان را می‌دادند که در نقش سربازان آمریکایی وارد میدان جنگ شوند و عملیات نظامی را تجربه کنند. این بازی‌ها با ایجاد تجربه‌ای جذاب و تعاملی، تصویر مثبتی از ارتش آمریکا ارائه می‌دادند و در عین حال به صورت ناخودآگاه، مفاهیم سیاسی و نظامی مورد نظر دولت را به مخاطب منتقل می‌کردند (Wolf, 2003). برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی نیز در راستای تثبیت تصویر سلطه آمریکا عمل می‌کردند. سریال‌ها و فیلم‌های جنگی تولید شده در هالیوود مانند فیلم‌های «تک تیرانداز آمریکایی»^۱ و «مهلکه»^۲، غالباً بر مفهوم «جنگ خوب» تمرکز داشتند که در آن سربازان آمریکایی به عنوان ناجیان بشریت ظاهر می‌شدند و دشمن به عنوان تهدیدی غیرقابل تحمل تصویر می‌شد.

نمایش‌های رسانه‌ای در جنگ عراق توانستند نه تنها در داخل ایالات متحده آمریکا، بلکه در سطح بین‌المللی، حس

^۱. American Sniper

^۲. The Hurt Locker

همدلی با سربازان آمریکایی و دشمنی با نظام عراق را افزایش دهند. از سوی دیگر، تولید و پخش گسترده این محتواها به ایجاد یک «واقعیت رسانه‌ای» منجر شد که با واقعیت‌های پیچیده جنگ تفاوت داشت. این واقعیت رسانه‌ای با تمرکز بر تصاویر برنده و موفقیت‌های نظامی، تلاش کرد تا کاستی‌ها و پیامدهای منفی جنگ همچون تلفات غیرنظامیان، تخریب زیرساخت‌ها و پیامدهای انسانی را کم‌رنگ کند (Kellner, 2004: 2). با کنترل روایت‌ها و تصاویر، ایالات متحده آمریکا توانست فضای روانی جنگ در عراق را به نفع خود تغییر دهد و مقاومت در میان مردم عراق و حتی در سطح جهانی را کاهش دهد. این عملیات در قالب یک راهبرد چندلایه اجرا شد که همزمان از رسانه‌های خبری، سرگرمی‌ها و هنرهای تصویری بهره می‌برد تا پیامی واحد را به شکل‌های مختلف و تأثیرگذار به مخاطب انتقال دهد.

۵-۱-۶. ترکیب ابزارها و هم‌افزایی روانی

ایالات متحده آمریکا در جنگ عراق با ترکیب ابزارهای متنوع اعم از اعلامیه‌های چاپی، رسانه‌های جهانی، خبرنگاران همراه و فضای مجازی، توانست عملیات روانی چندبعدی و هماهنگی را اجرا کند که تأثیر آن بسیار فراتر از جمع ساده اثرات هر ابزار به صورت جداگانه بود. این راهبرد در قالب عملیات روانی و جنگ شناختی و به شکل استفاده موازی و هم‌زمان از اعلامیه‌های چاپی در مناطق محلی، پوشش گسترده رسانه‌های بین‌المللی، حضور خبرنگاران همراه در خط مقدم و فعالیت‌های هدفمند در فضای مجازی تحقق یافت. این هماهنگی، به ایجاد یک «شبکه روایت» منسجم انجامید که تمامی ابعاد جنگ را تحت پوشش قرار می‌داد.

یک نمونه هم‌افزایی ابزارهای عملیات روانی و جنگ شناختی در جنگ عراق، هم‌زمانی انتشار اخبار رسانه‌های جهانی با پخش اعلامیه‌های تسلیم محلی و پیام‌های اینترنتی بود. زمانی که رسانه‌های بین‌المللی موفقیت‌های سریع نظامی ایالات متحده آمریکا را برجسته می‌کردند، اعلامیه‌های چاپی در مناطق مختلف عراق مردم را به تسلیم و همکاری دعوت می‌کردند و هم‌زمان پیام‌های جعلی درباره فرار رهبران عراقی در فضای مجازی دست به دست می‌شد. این هماهنگی موجب می‌شد که پیام روانی «مقاومت بی‌فایده است» در ذهن مخاطبان مختلف تثبیت شود و اثرگذاری آن به مراتب بیشتر از استفاده جداگانه هر ابزار باشد. در این جنگ، رسانه‌ها، فضای دیجیتال و محصولات فرهنگی به عنوان ابزارهای مؤثر و پیچیده‌ای شناخته شدند که افکار عمومی را جهت‌دهی می‌کردند و زمینه را برای تحقق اهداف نظامی و سیاسی فراهم کردند.

۵-۲. راهبردها و تاکتیک‌های عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق

در جنگ عراق، ایالات متحده آمریکا از مجموعه‌ای پیچیده و هماهنگ از راهبردها و تاکتیک‌های عملیات روانی بهره برد که هدف اصلی آن‌ها تضعیف روحیه دشمن، کنترل افکار عمومی داخلی و بین‌المللی، مشروع‌سازی حضور نظامی

و ایجاد سلطه رسانه‌ای بود. این اقدامات روانی در قالب یک برنامه چندسطحی طراحی و اجرا شدند؛ به گونه‌ای که هر تاکتیک با توجه به شرایط میدانی، مخاطب هدف و تغییرات سریع فضای جنگ تنظیم و تعدیل می‌شد. بررسی دقیق این مجموعه راهبردها و تاکتیک‌ها نشان می‌دهد که جنگ عراق، نه صرفاً میدان نبرد نظامی سنتی، بلکه عرصه‌ای برای مدیریت هوشمندانه ادراکات و ساختن واقعیت اجتماعی به نفع قدرت‌های درگیر بود. این روند، همانند جنگ شناختی، نبرد بر سر ذهن‌ها و کنترل اطلاعات را در قالب یک جنگ رسانه‌ای و روانی پیچیده و گسترده پیش برد که در نهایت به تثبیت سیاست‌های نظامی و سیاسی آمریکا انجامید (Paul, 2008).

در این جنگ، ایالات متحده آمریکا از راهبردهای متنوعی برای تضعیف روحیه و کاهش وفاداری نیروهای نظامی و غیرنظامیان عراقی بهره برد. یکی از مؤلفه‌های کلیدی عملیات روانی، کاهش روحیه مبارزان و مردم بود که از طریق القای حس ناامیدی، بی‌پناهی و ناتوانی صورت می‌گرفت. این رویکرد که ریشه در نظریه‌های جنگ شناختی و روان‌شناسی نظامی دارد، بر این فرض استوار است که اگر دشمن به این باور برسد که مقاومت بی‌فایده، و شکست حتمی است، انگیزه جنگیدن و مقاومت کاهش، و امکان تسلیم یا عقب‌نشینی افزایش می‌یابد. ایالات متحده آمریکا از ابزارهای متنوعی از جمله انتشار گسترده اخبار ساختگی یا اغراق‌آمیز درباره فرار یا کشته شدن رهبران عراقی برای تحقق این هدف استفاده کرد. این اخبار با هدف ایجاد شک و تردید در میان نیروهای عراقی و القای حس بی‌پناهی و سرخوردگی طراحی شده بود (Helmus et al., 2007: 55). افزون بر این، تصاویر و ویدئوهایی که نشان‌دهنده تسلیم نیروهای عراقی یا برتری قاطع نظامی آمریکا بودند، به طور گسترده در رسانه‌ها و فضای مجازی پخش شدند تا القای احساس شکست و ناامیدی را افزایش دهند (تصویر ۱).

تصویر ۱: نمونه عکس عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق



Source: Helmus et al., 2007: 55

در تصویر ۱، نوشته شده است که «به هر کجا فرار کنید یا در هر جا پناه بگیرید، نیروهای ویژه ائتلاف شما را خواهند یافت و عدالت را برقرار خواهند کرد». اعلامیه‌ها و بروشورهای روانی که به زبان عربی تهیه، و در مناطق تحت کنترل عراقی توزیع می‌شد، مردم و نیروهای نظامی را به تسلیم تشویق می‌کرد و پیروزی ایالات متحده آمریکا را امری غیرقابل اجتناب نشان می‌دادند (Amin Yazdi & Gazerani, 2020: 362). این تاکتیک‌ها با هماهنگی رسانه‌های جدید و فضای دیجیتال کارایی چندبرابری یافتند. رسانه‌های جمعی جهانی و فضای مجازی نیز نقش حیاتی در تضعیف روحیه دشمن ایفاء کردند. این رسانه‌ها علاوه بر انتشار اخبار و تصاویر، به محملی برای پخش شایعات و اطلاعات غلط تبدیل شدند. به طور مثال، شایعات درباره کشته شدن مقامات بلندپایه عراق یا فرار آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های خبری مختلف منتشر می‌شد تا به‌طور غیرمستقیم، روحیه مقاومت را کاهش دهد. احساس بی‌پناهی و ناامیدی که از طریق پیام‌های روانی به نیروهای نظامی و غیرنظامیان عراقی منتقل می‌شد، به کاهش وفاداری به رهبری و کاهش انسجام اجتماعی منجر شد. بسیاری از نیروهای عراقی به این باور رسیدند که مقاومت فایده‌ای ندارد و بهتر است تسلیم شوند یا عقب‌نشینی کنند. این وضعیت همچنین در جامعه غیرنظامی نیز تأثیرگذار بود و باعث کاهش حمایت مردمی شد.

راهبرد دیگر ایالات متحده آمریکا، کنترل شدید جریان اطلاعات و در بسیاری موارد، جعل اخبار بود. سانسور خبری از طریق محدود کردن دسترسی خبرنگاران مستقل و مدیریت اطلاعات منتشرشده، موجب شد تا روایت رسمی ایالات متحده آمریکا به روایت غالب بدل شود. هم‌زمان، اخبار ساختگی درباره شکست‌های دشمن یا موفقیت‌های ارتش آمریکا منتشر می‌شد که هدف تضعیف اعتماد به رسانه‌های بومی و القای تصویر شکست‌ناپذیری ایالات متحده آمریکا بود (Taylor, 2003: 318). این تاکتیک به‌ویژه با نظریه ماریپچ سکوت پیوند دارد؛ زمانی که تنها یک روایت مسلط منتشر شود و روایت‌های دیگر حذف یا سرکوب شوند، مخالفان به حاشیه رانده شده و در نهایت سکوت اختیار می‌کنند.

راهبرد دیگر ایالات متحده آمریکا استفاده از تبلیغات سیاه بود که به معنای انتشار پیام‌هایی است که به منبع اصلی آن‌ها اشاره نمی‌شود یا حتی به‌طور عمدی به دشمن نسبت داده می‌شود تا او را بی‌اعتبار کند. در جنگ عراق، نمونه‌هایی از تبلیغات سیاه شامل شایعاتی درباره فساد گسترده مقامات عراقی، خیانت فرماندهان به سربازان، یا اختلافات شدید درون حکومت بود (Eskandari, 2011: 18). این نوع تبلیغات، دو کارکرد داشتند: از یک سو، اعتماد عمومی به دولت عراق را کاهش می‌دادند و از سوی دیگر، موجب بی‌اعتمادی نیروهای عراقی به رهبران خود می‌شدند. به این ترتیب، ساختار از درون تضعیف شده و توانایی بسیج اجتماعی کاهش می‌یافت (Jowett & O'Donnell, 2018: 134).

از دیگر راهبردها، بزرگ‌نمایی پیروزی‌ها و کوچک‌نمایی شکست‌ها بود. رسانه‌های همراه، پیروزی‌های کوچک ارتش را به‌صورت گسترده و نمایشی پوشش می‌دادند، درحالی‌که شکست‌ها یا تلفات انسانی ارتش آمریکا یا غیرنظامیان

عراقی به حاشیه رانده شده یا نادیده گرفته می‌شد. این راهبرد، نوعی «مهندسی ادراک» بود که باعث شد تصویر کلی جنگ به نفع آمریکا شکل بگیرد. راهبرد مذکور را می‌توان در چارچوب نظریه سازه‌نگاری تحلیل کرد؛ زیرا بازنمایی رسانه‌ای پیروزی‌ها، به ساختن تصویری هویتی از ایالات متحده آمریکا به‌عنوان «قدرت منجی و شکست‌ناپذیر» کمک کرد و در مقابل، هویت عراق را به «کشور شکست‌خورده و ناتوان» تقلیل داد.

ایالات متحده آمریکا به‌طور گسترده از تاکتیک‌های مبتنی بر ترس و ارعاب نیز استفاده می‌کرد. پخش تصاویر بمباران‌های سنگین، نمایش سلاح‌های پیشرفته و تهدید به استفاده از قدرت قاطع نظامی، همگی در خدمت ایجاد فضایی از رعب و وحشت بودند. این تاکتیک‌ها با هدف تضعیف اراده مقاومت طراحی شد و به مردم و نیروهای عراقی این پیام را منتقل می‌کرد که مقابله با ایالات متحده آمریکا مساوی با نابودی است. در چارچوب نظریه جنگ شناختی، افراد تحت شرایط ترس کمتر به عقلانیت جمعی تکیه می‌کنند و بیشتر به پیام‌های مسلط پاسخ می‌دهند.

از دیگر راهبردها، دوگانه‌سازی اخلاقی یعنی «منجی» در برابر «دشمن شیطانی» بود. در روایت رسانه‌ای، ارتش آمریکا به‌عنوان نیرویی منجی و آزادی‌بخش بازنمایی می‌شد، در حالی که دولت عراق و رهبران آن به‌عنوان نیروهای شرور و غیرانسانی معرفی می‌شدند. این نوع بازنمایی با بهره‌گیری از مفاهیم دینی و اخلاقی، مخاطبان را قانع می‌کرد که جنگ علیه عراق نه تنها مشروع، بلکه ضروری و اخلاقی است (Snow & Taylor, 2006: 392). این راهبرد را می‌توان در چارچوب نظریه بحران هویت تحلیل کرد؛ با برجسب‌زنی به دشمن به‌عنوان «شیطان» و تعریف خود به‌عنوان «منجی»، آمریکا توانست هویت سیاسی و اجتماعی جدیدی بر جنگ تحمیل، و از طریق آن، مشروعیت اقدامات خود را تقویت کند.

بهره‌گیری از رسانه‌های محلی و منطقه‌ای آخرین راهبرد ایالات متحده آمریکا بود. ایجاد شبکه‌های رادیویی موقت، انتشار اخبار از طریق روزنامه‌های تحت کنترل و همکاری با برخی شبکه‌های عربی از جمله اقدامات در اجرای این راهبرد بود. هدف این بود که پیام‌های عملیات روانی نه فقط از کانال‌های غربی، بلکه از منابعی که برای مردم عراق معتبرتر به نظر می‌رسیدند، منتشر شود (Wessler et al., 2008). این راهبرد نشان‌دهنده اهمیت «اعتبار منبع» در عملیات روانی است؛ پیام‌هایی که از منابع محلی منتشر می‌شدند، بیشتر مورد پذیرش مردم قرار می‌گرفتند. به صورت نظری، راهبردهای مزبور نشان‌دهنده پیوند میان جنگ شناختی، عملیات روانی، نظریه ماریپیچ سکوت، سازه‌نگاری و بحران هویت در جنگ عراق هستند.

۵-۳. تأثیرات اجتماعی، روانی و هویتی عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق

عملیات روانی و جنگ شناختی ایالات متحده آمریکا در عراق به مجموعه‌ای گسترده از پیامدهای اجتماعی، روانی و هویتی منجر شد که ساختارهای سیاسی و فرهنگی عراق را تحت تأثیر قرار داد. این پیامدها نه تنها در کوتاه‌مدت مانند

تسلیم نیروهای نظامی یا کاهش مقاومت‌های محلی، بلکه در بلندمدت نیز آثار عمیقی بر بافت اجتماعی، هویت ملی و روابط میان گروهی بر جای گذاشت. جنگ عراق نمونه بارزی از کاربرد قدرت نرم (Nye, 2004) و روانی برای بازتعریف هویت‌ها و مناسبات اجتماعی بود.

۵-۳-۱. تأثیرات روانی بر شهروندان و نیروهای نظامی

عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق نه تنها بر سطح نظامی بلکه به‌طور عمیق‌تری بر روان جمعی جامعه و نیروهای مسلح عراق تأثیر گذاشت. این تأثیرات، با بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای، تصویری از برتری نظامی ایالات متحده آمریکا ایجاد کرد و ساختارهای ذهنی مخاطبان را به‌گونه‌ای تغییر داد که بسیاری از آنان، پیش از درگیری مستقیم، به نوعی شکست روانی دچار شدند. تبلیغات گسترده پیرامون قدرت شکست‌ناپذیر ارتش آمریکا، همراه با نمایش بی‌وقفه تسلیم نیروهای عراقی و تخریب دقیق زیرساخت‌های حیاتی، احساس بی‌پناهی گسترده‌ای ایجاد کرد و در بسیاری از مناطق، سربازان عراقی بدون درگیری متواری شدند که خود نشانه‌ای از تسلیم روانی پیش از تسلیم فیزیکی بود (Helmus et al., 2007). تداوم حملات هوایی، استفاده از فن‌آوری‌های پیشرفته مانند موشک‌های هوشمند و پوشش بی‌وقفه این صحنه‌ها از طریق رسانه‌های جهانی و محلی، به شکل‌گیری نوعی ترومای روانی جمعی انجامید. در بسیاری از محلات شهرهایی چون ناصریه و رمادی، گزارش‌هایی از ترس افراطی، فرار گروهی و خواب‌زدگی کودکان به‌عنوان واکنش به صدای مکرر انفجارها گزارش شده است. از نظر لینه برگر (1948) این واکنش‌ها هم‌راستا با الگوهای کلاسیک عملیات روانی هستند که تأکید دارند «ترس کنترل شده» می‌تواند به بازدارندگی روانی و فلج تصمیم‌گیری اجتماعی منجر شود. با طولانی شدن بحران، موجی از ناامیدی، خستگی روانی و نوعی «سردرگمی ذهنی» در میان شهروندان گسترش یافت. بسیاری از عراقی‌ها باور داشتند که سرنوشت کشورشان بدون دخالت آن‌ها و به‌دست بازیگران خارجی تعیین می‌شود. این وضعیت در سطح جمعی، با مفهوم «درماندگی آموخته‌شده» (Seligman, 1975) همخوانی دارد؛ مفهومی که در آن افراد پس از تجربه مکرر شکست یا بی‌تأثیری، احساس می‌کنند هر اقدامی بی‌نتیجه است. برای نمونه، در مطالعات میدانی انجام‌شده توسط نهادهای بین‌المللی مشخص شد که در میان جوانان عراقی، امید به آینده شغلی یا مشارکت سیاسی به شدت کاهش یافته است. مصاحبه‌شوندگان از حس بی‌هویتی، بی‌انگیزگی و بی‌اعتمادی به نهادهای رسمی سخن می‌گفتند که پیامد مستقیم جنگ روانی و بی‌ثباتی پس از اشغال به شمار می‌رود (Helmus et al., 2007: 51, 96). افزون بر آن، در محلات حاشیه‌ای و مناطقی که بیشترین آسیب را دیده بودند، فعالیت‌های اجتماعی مانند جشن‌ها، تجمعات مذهبی یا رویدادهای عمومی، برای مدت طولانی متوقف شد. این مسئله به کاهش پیوندهای اجتماعی و نوعی فروپاشی «سرمایه اجتماعی» انجامید؛ امری که بازسازی اعتماد عمومی را دشوارتر کرد.

۵-۳-۲. تأثیرات اجتماعی بر روابط میان گروهی

عملیات روانی ایالات متحده آمریکا نه تنها ذهنیت فردی، بلکه ساختارهای جمعی و روابط میان گروهی در جامعه عراق را نیز دستخوش تغییرات جدی کرد. طراحی این عملیات به گونه‌ای بود که شکاف‌های اجتماعی موجود را تعمیق ببخشد و ظرفیت همبستگی ملی را تضعیف کند؛ فرآیندی که در بلندمدت پیامدهای پایداری بر پیکره جامعه عراق بر جای گذاشت.

در دوره پس از سقوط صدام، رسانه‌های عرب‌زبان منطقه که با حمایت غیرمستقیم غرب فعالیت می‌کردند، گاه روایت‌هایی را منتشر می‌کردند که تقابل شیعه و سنی را برجسته می‌کرد یا کردها را در موقعیتی متمایز از سایر اقوام بازنمایی می‌کردند. این دسته از پیام‌ها نه تنها بازتابی از واقعیت نبودند، بلکه با هدف «تضعیف انسجام ملی» طراحی شده بودند. به‌طور مثال، در برخی پخش‌های تلویزیونی از استان‌های جنوبی، حضور گروه‌های شبه‌نظامی با برچسب فرقه‌ای نمایش داده می‌شد، در حالی که در مناطق کردنشین، مطالبات قومیتی به عنوان جایگزین حاکمیت مرکزی برجسته می‌شد. چنین تفکیکی در روایت، منجر به بازتولید نگرانی و بدگمانی در میان گروه‌ها شد.

به صورت مشابه، انتشار نظام‌مند گزارش‌هایی در مورد فساد، ناکارآمدی یا وابستگی رهبران عراقی، باعث تضعیف وجهه دولت نزد مردم شد. حتی پس از تشکیل دولت‌های منتخب، فضای بی‌اعتمادی تداوم یافت، به گونه‌ای که بسیاری از شهروندان، ساختار قدرت را امتداد اشغال خارجی می‌دانستند و مشارکت در فرآیندهای سیاسی را بی‌اثر تلقی می‌کردند (Rahbarqazi & Mahmoudoghli, 2020: 57, 61). این فرآیند، به شکلی تدریجی موجب تضعیف مشروعیت سیاسی شد. برای نمونه، در انتخابات سال ۲۰۱۰، نرخ مشارکت در برخی مناطق به‌طور محسوسی کاهش یافت و در نظرسنجی‌های داخلی، دلایلی همچون «بی‌فایده بودن رأی» و «نفوذ خارجی بر سیاستمداران» بارها تکرار شد.

نظریه مارپیچ سکوت به خوبی توضیح می‌دهد که چگونه فضای اجتماعی می‌تواند به گونه‌ای دست‌کاری شود که در آن، دیدگاه مخالف به حاشیه رانده شود. در عراق پس از اشغال، بسیاری از شهروندان با وجود نارضایتی شدید، از بیان صریح انتقاد نسبت به حضور ایالات متحده آمریکا خودداری می‌کردند، چرا که چنین اظهارنظری می‌توانست با انگ‌هایی چون «طرفداری از تروریسم» یا «مخالفت با دموکراسی» مواجه شود. در رسانه‌های محلی و برنامه‌های گفتگو محور، دیدگاه‌های منتقدانه کمتر مجال بروز می‌یافتند و حتی در گفت‌وگوهای روزمره، نوعی محافظه‌کاری کلامی غالب بود. این جو روانی باعث شد تا روایت‌های انتقادی به حاشیه رانده شوند و در نتیجه، فضای عمومی به شکلی مصنوعی در حمایت از وضعیت موجود شکل بگیرد. آثار این مداخله‌ها تا سال‌ها پس از پایان جنگ به‌ویژه در قالب بی‌اعتمادی نسبت به هرگونه نهاد دولتی، واگرایی اجتماعی و ناتوانی در شکل‌گیری گفت‌وگو ملی مشترک ادامه یافت.

۵-۳-۳. بحران هویت ملی

بعد از جنگ عراق، بحران نه تنها در سطح فردی، بلکه در سطوح کلان اجتماعی، سیاسی و فرهنگی گسترش یافت و آثار آن تا سال‌ها پس از اشغال ادامه داشت. در چارچوب بازتعریف دشمن و منجی، ایالات متحده آمریکا از طریق رسانه‌ها، صدام حسین و رژیم بعث را نماد مطلق «شر» و ظلم معرفی کرد، در حالی که حضور نظامی خود را با مفاهیمی چون آزادی، رهایی و نجات توجیه می‌کرد (Snow & Taylor, 2006: 392). این روایت ساده‌سازی شده، مردم عراق را در مواجهه با هویتی متزلزل قرار داد؛ آیا باید گذشته خود را انکار کرده و منجی خارجی را بپذیرند، یا با چسبیدن به حافظه ملی، متهم به عقب‌ماندگی و هم‌دستی با دیکتاتوری شوند؟ این دوگانگی، بحران روانی پیچیده‌ای ایجاد کرد که در سطوح گوناگون اجتماعی گسترش یافت. به عنوان نمونه، بسیاری از جوانان عراقی در آن زمان نسبت به عضویت در ارتش جدید یا همکاری با دولت موقت دچار تردیدهای جدی بودند، زیرا این همکاری ممکن بود به معنای خیانت به کشور تعبیر شود.

به جای تقویت وحدت ملی، جنگ شناختی بر تمایزات و تفاوت‌ها تمرکز داشت. از طریق رسانه‌ها و برنامه‌های بازسازی سیاسی، بر هویت‌های فرقه‌ای و قومی به طور نظام‌مند تأکید شد. در نتیجه، به جای شکل‌گیری یک دولت فراگیر و ملی، ساختارهای حکمرانی بر پایه سهمیه‌بندی مذهبی و قومی موسوم به محاصره شکل گرفت. چنین ساختاری نه تنها کارآمدی سیاسی را کاهش داد، بلکه هویت ملی را بیشتر فرسوده کرد. در مدارس، رسانه‌ها و حتی در ساختارهای دولتی، تأکید بر تفاوت‌ها جای همگرایی را گرفت و نسل جدیدی شکل گرفت که خود را نه به عنوان «عراقی»، بلکه در وهله نخست به عنوان «شیعه»، «سنی» یا «کرد» معرفی می‌کرد.

یکی از پیچیده‌ترین پیامدهای روانی جنگ، تضعیف حس جمعی «باززش بودن» و «توانمند بودن» در میان مردم عراق بود. پیام‌هایی مکرر در خصوص ناتوانی عراقی‌ها در خودحکمرانی، همراه با ناکامی‌های امنیتی و اقتصادی در دوران پس از اشغال، منجر به شکل‌گیری نوعی ناامیدی عمیق در جامعه شد. این وضعیت، نوعی درون‌سپاری ناتوانی ایجاد کرد که در آن، مردم نه تنها به حکومت، بلکه به خود به عنوان یک ملت نیز بی‌اعتماد شدند. این همان چیزی است که در چارچوب نظریه سازه‌انگاری، به عنوان محصول بازنمایی‌های اجتماعی و گفتمان‌های تحمیلی شناخته می‌شود؛ یعنی هویت نه به مثابه حقیقتی ثابت، بلکه ساخته و پرداخته سازوکارهای قدرت و معنا است (Wendt, 1999). در سال‌های نخست پس از اشغال، شعارهای رسمی، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها و حتی تولیدات هنری اغلب حاوی مضامینی بودند که به جای تقویت غرور ملی، ضعف گذشته، شکست، رنج و فاجعه را یادآوری می‌کردند. در نتیجه، احساس بی‌ریشه بودن در نسل جدید تقویت شد.

۵-۳-۴. سلطه فرهنگی و سلطه معنایی

عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق نه تنها در بُعد نظامی و سیاسی، بلکه در سطح عمیق تری از ساختارهای فرهنگی، نمادین و معنایی تأثیرگذار بود. این اقدامات را می توان در چارچوب نظریه «هژمونی فرهنگی» آنتونیو گرامشی (۱۹۷۱) تفسیر کرد؛ جایی که سلطه تنها از طریق زور و اجبار تحقق نمی یابد، بلکه از طریق شکل دهی به فرهنگ، زبان، ارزش ها و معانی رایج، ذهن ها و نگرش ها را برای منافع سلطه گر بازآرایی می کند.

پس از اشغال عراق، ایالات متحده آمریکا تلاش کرد تا مفاهیم بنیادینی چون «آزادی»، «دموکراسی»، «امنیت» و «حاکمیت ملی» را از محتوای بومی تهی و با تعاریف خاص خود بازتعریف کند. برای مثال، حضور نظامی این کشور در عراق نه به عنوان اشغال، بلکه به عنوان «مأموریت حفظ صلح» یا «توسعه دموکراسی» بازنمایی می شد. این بازنمایی ها نه فقط از طریق رسانه های خبری، بلکه از طریق فیلم ها، مستندها، برنامه های تلویزیونی و کتب درسی جدید اعمال شد. حتی در بازسازی زیرساخت های آموزشی، مفاهیم جدیدی در قالب برنامه های اصلاحات آموزشی وارد شدند که غالباً با ارزش های غربی هم راستا بودند.

یکی از ابزارهای مهم برای تثبیت سلطه معنایی، تسلط بر رسانه ها و مدیریت جریان اطلاعات بود. ایالات متحده آمریکا از طریق حمایت مالی و فنی از رسانه هایی چون «العراقیه» و همچنین با تسلط بر فرکانس های رادیویی و تلویزیونی، توانست روایت خاص خود از جنگ و تحولات بعد از آن را به شکل انحصاری عرضه کند. در این فضا، مخالفان سیاسی یا جریان های منتقد، اغلب یا حذف، یا در چارچوب روایت رسمی بازتعریف شدند.

سلطه معنایی زمانی نهادینه می شود که افراد حتی بدون اجبار بیرونی، خود را با زبان، نشانه ها و ارزش های مسلط هماهنگ کنند. در عراق پس از اشغال، این وضعیت به شکل فزاینده ای رخ داد. برای مثال، در تبلیغات عمومی و حتی در محافل دانشگاهی، استفاده از مفاهیمی چون «توسعه سیاسی به سبک غربی»، «دولت جدید سکولار»، یا «بازسازی اجتماعی» به عنوان مفاهیم بدیهی و بی رقیب تلقی می شدند، در حالی که مفاهیم بومی و دینی به حاشیه رانده شده یا با برچسب هایی چون «عقب مانده»، «ایدئولوژیک» یا «غیرجدید» طرد می شدند.

در ادامه این روند، بخشی از نخبگان جدید عراق نوعی وابستگی فرهنگی نسبت به الگوهای آمریکایی و اروپایی پیدا کردند. این وابستگی نه تنها در سطح سبک زندگی، بلکه در سطح ارزش گذاری سیاسی و فرهنگی نمود پیدا کرد. در نتیجه، شکاف میان نسل قدیم که حامل ارزش های سنتی و ملی گرایانه بود و نسل جدیدی که جهان بینی غربی را پذیرفته بود، روز به روز عمیق تر شد.

عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق نشان داد که جنگ های نوین دیگر صرفاً مبتنی بر تصرف خاک نیستند، بلکه بر «تصرف ذهن» متمرکز شده اند. در چنین الگوهایی، برنده واقعی کسی است که بتواند نه فقط در میدان نبرد، بلکه در میدان معنا، روایت و ذهنیت عمومی پیروز شود. ایالات متحده آمریکا با پیاده سازی مدل هایی از

قدرت نرم در کنار قدرت سخت، توانست در عراق نه تنها نظام سیاسی را تغییر دهد، بلکه افق فکری و فرهنگی بخش مهمی از جامعه را نیز بازسازی کند. عملیات روانی این کشور در سطح فرهنگی، بستری فراهم آورد که در آن بازتعریف مفاهیم، مهندسی ذهنیت و تولید رضایت، جایگزین روش‌های سنتی سلطه شد. این وضعیت مصداقی دقیق از نظریه گرامشی درباره «سلطه رضایتمندانه» است؛ جایی که ساختارهای فرهنگی بی‌آنکه نیاز به اجبار فیزیکی مداوم باشد، به ابزار تثبیت قدرت بدل می‌شوند.

۶. نتیجه‌گیری

بررسی جنگ شناختی و عملیات روانی ایالات متحده آمریکا در عراق پس از سال ۲۰۰۳ نشان داد که این جنگ نه تنها در میدان نظامی بلکه در عرصه ذهن‌ها و فرهنگ‌ها نیز جریان داشت. ابزارها، راهبردها و پیامدهای این جنگ چندبعدی بود و در این پژوهش در سه سطح اصلی ابزارها و تاکتیک‌ها، تأثیرات اجتماعی و روانی و سلطه رسانه‌ای و سلطه فرهنگی مورد بررسی قرار گرفت. برخلاف تقسیم‌بندی سه‌گانه ابزارها، تأثیرات و سلطه رسانه‌ای، یافته‌های پژوهش تأکید می‌کند که این سطوح از یک جنس نیستند؛ بلکه ابزارها و پیامدها در درون و از طریق فرآیند سلطه، معنا می‌یابند و یکدیگر را بازتولید می‌کنند. به عبارت دیگر، سلطه نه یک سطح مجزا، بلکه بستر و سازوکار اصلی عملیات روانی است. در این چارچوب، ابزارهای سلطه ایالات متحده آمریکا عبارت بودند از: رسانه‌های جهانی همچون شبکه‌های خبری غربی، خبرنگاران همراه، بروشورها و اعلامیه‌های سنتی، و ابزارهای دیجیتال نوظهور. کارکرد این ابزارها نه صرفاً انتقال پیام، بلکه ساخت یک واقعیت رسانه‌ای موازی بود که حضور ایالات متحده آمریکا را مشروع، مقاومت را بی‌نتیجه و دموکراسی غربی را تنها گزینه معرفی می‌کرد. نحوه عملکرد این ابزارها از طریق تاکتیک‌هایی مانند دوگانه‌سازی اخلاقی تمدن / بربریت، تضعیف روحیه، تبلیغات سیاه، بزرگ‌نمایی پیروزی‌ها، و ایجاد رعب و ارباب سازمان‌یافته صورت گرفت. این تاکتیک‌ها به‌خودی‌خود تأثیرگذار نبودند، بلکه به دلیل جای‌گیری در فرآیند سلطه - یعنی طبیعی‌سازی معانی مسلط از طریق تکرار و بازنمایی در نهادهای فرهنگی، رسانه‌ای و آموزشی - مؤثر واقع شدند.

همچنین بررسی تأثیرات اجتماعی، روانی و هویتی این عملیات نشان داد که جنگ شناختی ایالات متحده آمریکا در عراق پیامدهایی عمیق به همراه داشت؛ در سطح روانی، موجب اضطراب، ترس و درماندگی اجتماعی شد، در سطح اجتماعی، به تشدید شکاف‌های قومی و مذهبی، بی‌اعتمادی به دولت و گسترش فرهنگ سکوت انجامید، و در سطح هویتی، باعث بحران هویت ملی و بازتعریف دوگانه «منجی / دشمن» شد. در سطح بین‌المللی نیز عملیات روانی ایالات متحده آمریکا توانست جنگ را مشروع‌سازی کرده و افکار عمومی جهانی را در مسیر روایت مطلوب خود هدایت کند. می‌توان نتیجه گرفت که ابزارها و تاکتیک‌های روانی در کنار مداخله نظامی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری واقعیت اجتماعی و سیاسی عراق ایفا کردند. یکی از دستاوردهای مهم این پژوهش، روشن ساختن نحوه به کارگیری

سلطه فرهنگی ایالات متحده آمریکا به عنوان یک ابزار سلطه نرم است که از طریق رسانه‌ها، نهادهای آموزشی، سینما و محصولات فرهنگی توانست روایت غالب و مشروع از جنگ و حضور نظامی خود را در عراق و سطح بین‌المللی تثبیت کند. این سلطه فرهنگی به صورت نظام‌مند به بازتعریف مفاهیمی چون دموکراسی، امنیت و مقاومت پرداخت و به گونه‌ای عمل کرد که معانی مورد نظر ایالات متحده آمریکا به عنوان تنها معانی مشروع در گفتمان سیاسی عراق تثبیت شدند. چنین رویکردی باعث تضعیف هویت ملی و تعمیق شکاف‌های قومی و مذهبی عراق شد؛ شکاف‌هایی که زمینه را برای تشدید بی‌ثباتی سیاسی فراهم آوردند.

یافته‌های پژوهش نشان داد که عملیات روانی ایالات متحده آمریکا تنها در سطح داخلی عراق محدود نماند، بلکه در سطح جهانی نیز به منظور مشروع‌سازی جنگ و انزوای مخالفان به کار گرفته شد. رسانه‌های غربی با برجسته‌سازی دوگانه‌سازی‌هایی مانند «تمدن در برابر بربریت» و معرفی ایالات متحده آمریکا به عنوان منجی و مدافع ارزش‌های جهانی، افکار عمومی جهانی را به پذیرش روایت غالب آمریکایی سوق دادند. این سطح از سلطه رسانه‌ای، بخشی از یک پروژه سلطه‌گرانه فراملی بود که تلاش می‌کرد تا فضای سیاسی بین‌المللی را به نفع سیاست‌های ایالات متحده آمریکا شکل دهد.

این مطالعه همچنین نشان داد که عملیات روانی و جنگ شناختی، ابزارهای پیچیده و چندبعدی هستند که بدون توجه به عوامل فرهنگی، روانی و اجتماعی، نمی‌توان موفقیت یا شکست آن‌ها را به درستی ارزیابی کرد. همچنین، اهمیت بازخوانی انتقادی روایت‌های غالب و ترویج رسانه‌های مستقل به عنوان راهکارهای مقابله با سلطه رسانه‌ای و فرهنگی مورد تأکید قرار گرفت. در نتیجه، پژوهش حاضر، افق‌های جدیدی برای درک جنگ‌های شناختی و عملیات روانی معاصر گشوده است و می‌تواند مبنایی برای پژوهش‌های آینده فراهم آورد.

تقدیر و تشکر

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ژئوپلیتیک نویسنده اول است که بدین وسیله نویسندگان مراتب قدردانی و سپاس خود را از حمایت‌های مادی و معنوی معاونت پژوهشی دانشگاه مراغه اعلام می‌دارند.

سهم نویسندگان

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

تاییدیه اخلاقی، تعارض منافع

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

منابع مالی، حمایت‌ها

موردی توسط نویسندگان گزارش نشده است.

References

- Aday, S., Livingston, S., & Hebert, M. (2005). Embedding the truth: A cross-cultural analysis of objectivity and television coverage of the Iraq War. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(3), 556–576.
- Amin Yazdi, M. Gazrani, S. (2020). United States Psychological Operations During the 2003 Occupation of Iraq. *Human Sciences Research Journal*, 4(32), 357-372 **[In Persian]**
- Calabrese, A. (2005). Casus Belli: US media and the justification of the Iraq War. *Television & New Media*, 6(2), 153-175.
- Caputi, R., & Hil, R. (20 March 2023). How US propaganda won Iraq's "battlespace". Al Jazeera. Available at: <https://www.aljazeera.com/opinions/2023/3/20/the-difficult-truth-us-propaganda-has-won-iraqs-battlespace>
- Cox, J. L. (2007). Information operations in Operations Enduring Freedom and Iraqi Freedom: What went wrong? U.S. Army Command and General Staff College. Available at: <https://irp.fas.org/eprint/cox.pdf>
- Eskandari, H. (2011). Psychological warfare and media warfare. Tehran: Boostanhamid publication. **[In Persian]**
- Gilboa, E. (2005). The CNN Effect: The search for a communication theory of international relations. *Political Communication*, 22(1), 27–44.
- Gramsci, A. (2020). Selections from the prison notebooks. In *The applied theatre reader* (pp. 141-142). London: Routledge.
- Hafez, K. (2004). The Iraq War 2003 in Western media and public opinion: a case study of the effects of military (non-) involvement on conflict perception. *Global Media Journal*, 2(5).
- Hayes, D., & Guardino, M. (2010). Whose Views Made the News? Media Coverage and the March to War in Iraq. *Political Communication*, 27(1), 59–87. <https://doi.org/10.1080/10584600903502615>
- Helmus, T. C., Paul, C., & Glenn, R. W. (2007). Enlisting Madison Avenue: The marketing approach to earning popular support in theaters of operation. RAND Corporation. Available at: <https://www.rand.org/pubs/monographs/MG607.html>
- Jamshidi Moghadam, M., & Almasipour, A. (2024), Cognitive Warfare: Fundamental Concepts, Approaches and Perspectives. 2nd national conference on command and management in future wars with a cognitive approach, Tehran: <https://civilica.com/doc/2172932> **[In Persian]**

- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2018). *Propaganda & persuasion* (7th Ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Kellner, D. (2004). 9/11, Spectacles of Terror, and Media Manipulation. *Critical Discourse Studies*, 1(1), 41–64. DOI: 10.1080/17405900410001674515
- Lamb, C. J. (2005). Review of psychological operations lessons learned from recent operational experience. National Defense University, Institute for National Strategic Studies. Available at: https://www.govinfo.gov/content/pkg/GOVPUB-D5_400-PURL-LPS82542/pdf/GOVPUB-D5_400-PURL-LPS82542.pdf
- Linebarger, P. M. A. (1948). *Psychological warfare*. Washington, DC: Infantry Journal Press.
- Moghaddamfar, H. R., & Mohseni Ahouei, E. (2021). *Cognitive Warfare: How to Win the War for Minds*. Tehran: Tasnim News Agency. **[In Persian]**
- Mohammadi Najm, H. (2014). *Cognitive Warfare: The Fifth Dimension of War*. Tehran: Defense Industries Educational and Research Institute. **[In Persian]**
- Moradi Bahmaei, A. (2025). Public diplomacy of the Islamic Republic of Iran in the face of cognitive warfare; Challenges and opportunities. *Cognitive Research in Political Studies*, 2(1), 30-55. Doi: 10.20241403/CRPS.2501.1029.2.4.2 **[In Persian]**
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.
- Paul, C. (2008). *Information operations—Doctrine and practice: A reference handbook*. Westport, CT: Praeger Security International.
- Rahbarqazi, M., & Mahmoudoghli, R. (2020). Corruption perceptions, political distrust, and the weakening of political Islam in Iraq. *RES. Revista Española de Sociología*, 29(3), 57-74.
- Robinson, P. (March 2011). Pockets of resistance: Theorising media-state relations and the case of British media and the 2003 Iraq invasion. Paper presented at the International Studies Association Annual Conference, Montreal, Canada. Available at: <https://research.manchester.ac.uk/en/publications/pockets-of-resistance-theorising-media-state-relations-and-the-ca/>
- Robinson, P., Goddard, P., & Parry, K. (2009). UK media and media management during the 2003 invasion of Iraq. *American behavioral scientist*, 52(5), 678-688.
- Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness: On depression, development, and death*.

San Francisco: Freeman.

- Shokraneh Arzanaghi, M. & Akhavan Kazemi, O. (2022). Analysis of Crisis Theory in the Process of Political Development Based on Lucian's Theory. *Quarterly Journal of Development Strategy*, Vol. 17, No.3 (67), 42-69 **[In Persian]**
- Snow, N., & Taylor, P. (2006). The revival of the propaganda state: US propaganda at home and abroad since 9/11. *International Communication Gazette*, 68(5-6), 389–407.
- Taylor, P. (2003). *Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present era* (3rd Ed.). Manchester: Manchester University Press.
- Torabi, H., & Ahmadi, F. (2025). Cognitive Resilience against Cognitive Warfare Targeting Iran: Components, Analysis, and Enhancement Strategies. *Cognitive Research in Political Studies*, 2(1), 101-121. Doi: 10.20241403/CRPS.2504.1040.2.4.5 **[In Persian]**
- Tuosto, K. (2008). The "grunt truth" of embedded journalism: The new media/military relationship. *Stanford Journal of International Relations*, X(1), Fall/Winter, 20–31.
- Wendt, A. (1999). *Social Theory of International Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Wessler, H., & Adolphsen, M. (2008). Contra-flow from the Arab world? How Arab television coverage of the 2003 Iraq war was used and framed on Western international news channels. *Media, Culture & Society*, 30(4), 439-461.
- Wolf, M. J. P. (2003). *The entertainment economy: Media industries and cultural production*. London: Routledge.