

عملیات روانی در شورش: نمونه کردستان

(بررسی دوره زمانی ۱۳۶۵-۱۳۵۸)

محمدحسین الیاسی	تاریخ دریافت مقاله	۱۳۸۲/۱۱/۱۲
دکترای روان‌شناسی و	تاریخ تأیید مقاله	۱۳۸۲/۱۲/۱۱
استادیار دانشگاه امام حسین(ع)	صفحات مقاله	۱۸۰ - ۱۵۹

چکیده

طی حدود یک دهه بحران در کردستان ایران، که بسیاری آن را بحران شورش نام نهاده‌اند، بخش‌های وسیعی از سه استان غربی کشور به میدان بهره‌گیری متقابل از فنون و روش‌های عملیات روانی (اعم از عملیات روانی شورشگری و ضدشورشگری) تبدیل شده‌بود. در آن دهه، هریک از طرفین می‌کوشیدند با بهره‌گیری از ابزارهایی چون رادیو، اعلامیه، میتینگ، متقاعدسازی چهره به چهره، و استفاده از فنونی نظیر جوله، ایجاد اختلاف، شایعه، اعتراف‌گیری، استفاده از عوامل و مانند آن، مردم را از گرایش به اردوگاه حریف بازدارند، روحیه و انسجام نیروهای مقابل را فروپاشند، و روحیه، انگیزه و آمادگی برای ادامه مبارزه در نیروهای خودی را فزونی بخشند. اسناد و شواهد موجود، بیانگر اثربخشی عملیات روانی شورشگری از طرفین طی یک دهه شورش کردستان در ایران است. در این مقاله روش‌های عملیات روانی شورشگری در شورش کردستان و میزان اثربخشی آن به تفصیل مورد بحث قرار می‌گیرد.

““““““

کلید واژگان

شورش کردستان، عملیات روانی شورشگری، عملیات روانی ضدشورشگری، تبلیغات، پیشمرگه، دمکرات، کومله.

مقدمه

اندکی پس از پیروزی انقلاب اسلامی، مناطق کردنشین ایران شاهد وقوع کنشهای شورشگرانه^(۱) احزاب، گروهها و دستجاتی بود، که نویسندگانی همچون گرینگور^(۲) (۱۹۸۸) آنها را در زمره گروههای چپ (مارکسیست) جای می‌دهند. آن احزاب و گروهها - که استارک^(۳) (۱۹۹۱) شاخص‌ترین آنها را طی سالهای ۱۹۵۸ تا ۱۳۶۷، حزب دمکرات، سازمان انقلابی زحمتکشان کردستان (کومله)، خه‌بات، چریکهای فدایی خلق و سپاه رزگاری معرفی نموده‌است، در ماههای آغازین پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بخش عمده فعالیت خویش را معطوف به فعالیتهای سیاسی^(۴) نموده‌بودند. اما اندکی بعد، وارد فاز اقدامات شورشگرانه شدند. محققانی همچون استارک (۱۹۹۱) بر این باورند که آن گروهها با ورود به فاز عملیات شورشگری - که حمله به مقر سپاه بومی تازه تأسیس مریوان در بیست و سوم تیرماه ۱۳۵۸ و قتل عام و دستگیری پاسداران کرد را می‌توان سرآغاز آن دانست - بخش عمده تلاشها و اقدامات خویش را معطوف عملیات روانی^(۵) نمودند. زیرا، بروشنی دریافته بودند که «یک گروه شورشگر تنها زمانی قادر به بسیج توده‌ها، و شوراندن آنها علیه نظم موجود است، که بخوبی از تبلیغات^(۶) و عملیات روانی بهره‌گیرد.» (هریس^(۷)، ۱۹۹۶، ۵)

نهادهای ضدشورشگر، بویژه سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، که حدود یک دهه به مقابله با این گروهها پرداختند و توانستند آنها را از شهرها، روستاها و مناطق مختلف کردستان بیرون برانند، در سناریوی عملیاتی خویش از اصول و فنون عملیات روانی ضدشورشگری غفلت نوزیدند. چه، آنان نیز دریافته بودند که «با عملیات روانی ضدشورشگرانه، می‌توان فاصله‌ای ژرف و عمیق بین شورشگر و توده‌های حامی او پدید آورد.» (گلزر^(۸)، ۲۰۰۳، ۴)

در این نوشتار مهمترین روشهای عملیات روانی مورد استفاده گروههای اپوزیسیون و شورشگر در بحران کردستان، مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. در اینجا، ادبیات موضوع^(۹) به‌اختصار مرور می‌شود. نگارنده امیدوار است که با توجه به اهمیت و

1- *Insurgency actions*2- *Gringor*3- *Stark*4- *Political actions*5- *Psychological operations*6- *Propaganda*7- *Harris*8- *Glazer*9- *Subject's literature*

ضرورت بازنگری علمی در مسئله، روشهای ضدشورشگری در بحران کردستان، را در مقاله‌ای مستقل جداگانه مورد بررسی و پژوهش قرار دهد.

مروری بر ادبیات موضوع

بالدوین^(۱) (۱۹۸۹) با بررسی فرایند شکل‌گیری و تحول عملیات روانی در جنگها، نتیجه‌گیری کرده‌است که برای اولین بار در سالهای پایانی دهه ۷۰ میلادی "عملیات روانی چریکی" به صورت نظام‌مند (سیستماتیک) و علمی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. با این وجود، تأکید می‌کند که عملیات روانی چریکی، حداقل چهار دهه پیش از آن نیز به صورت از پیش طراحی شده و هدفمند، مورد استفاده قرار گرفته است. اما، او همانند بسیاری از محققان، که تحلیل عملیات روانی در جنگهای شورشگرانه را وجهه همت خویش قرار داده‌اند، تأکید می‌کند که جنگ ویتنام صحنه کارزار طولانی و وسیعی بود، که در آن بسیاری از فنون و روشهای عملیات روانی شورشگری و ضدشورشگری مورد آزمون^(۲)، یا آزمون مجدد^(۳)، قرار گرفتند.

گرینگور (۱۹۸۰) در تحلیلی پیرامون عملیات روانی در جنگ ویتنام، مهمترین روشهای مورد استفاده چریکهای ویتنامی و نیروهای آمریکایی در آن جنگ را شناسایی، و معرفی نموده‌است. او، فنون و روشهای مورد استفاده چریکهای ویتنام شمالی را چنین فهرست کرده‌است: بر جسته‌سازی اعمال غیرانسانی سربازان آمریکایی، تبلیغ فراگیر پیرامون حوادثی نظیر "کشتار روستای می‌لای^(۴)" (حادثه می‌لای در سال ۱۹۶۹ رخ داد. طی آن گروهی از سربازان آمریکایی تعدادی از ساکنان یک روستا را، که اغلب آنان را زنان و کودکان تشکیل می‌دادند، جمع کرده و بی‌محابا به سوی آنان آتش گشودند، که بر اثر آن حدود سیصد و هفتاد نفر کشته شدند.) (اتکینسون و دیگران، ۱۹۹۸)، اعتراف‌گیری از اسرای آمریکایی، تأکید بر روحیه دشمن‌ستیزی ویتنامی‌ها، تأکید بر آزادیخواهی و برابری و تحریم کالاهای آمریکایی.

اما، فنون مورد استفاده آمریکاییها در عملیات روانی ضدشورشگری بسیار فراگیرتر از فنون و روشهای مورد استفاده چریکها بود. سندلر^(۵) (۱۹۹۸) پاره‌ای از روشهای

1- Baldwin

2- Test

3- Retest

4- Mylai

5- Sandler

مورد استفاده آمریکاییها در عملیات روانی علیه چریکها را به شرح زیر فهرست کرده است:

۱- ایجاد ترس و وحشت؛ آمریکاییها در بسیاری از پیامهای عملیات روانی خویش علیه چریکها، اعلام می‌کردند «تنها دو راه پیش روی شماست: یکی این جهنمی که با مرگ شما به پایان می‌رسد و دیگری شیوهوی (تسلیم شدن)». آنان، همچنین با اغراق در قدرت تخریبی بمب افکنهای B-52، می‌کوشیدند تا چریکهای ویتنامی و خانواده‌های آنان را دچار ترس و وحشت سازند.

۲- تأکید بر عواطف مثبت؛ آمریکاییها در برخی از اعلامیه‌های نوشتاری و پیامهای رادیویی، از قول خانواده‌های چریکها می‌نوشتند «ما، در زندگی خویش به چیزی جز بازگشت فرزندان، یا همسران، خویش به آغوش گرم و محبت‌آمیز خانواده نمی‌اندیشیم».

۳- تلاش برای تقلیل ویژگی کاریزماتیک رهبران چریکها؛ آمریکاییها با بهره‌گیری از افراد تسلیم، یا دستگیر شده، خیانتها، جنایات، و ویژگیهایی چون «وابستگی به اجانب» را به رهبران ویت‌کنگ‌ها، بویژه هوشی‌مینه، نسبت می‌دادند تا قدرت و توان بسیج توده‌ها را از آنان سلب، و چریکها را نسبت به آنان بی‌اعتماد سازند.

۴- وعده پاداش؛ در بسیاری از اعلامیه‌هایی که به صورت مستمر بر مناطق تحت نفوذ چریکهای ویتنامی فروریخته می‌شد، به آنها وعده داده می‌شد که در صورت تسلیم شدن پاداشهای هنگفتی در انتظار آنان خواهد بود. آنان، برای افزایش اعتماد چریکها نسبت به وعده‌های خود اغلب از تسلیمی‌ها بهره می‌گرفتند.

استفاده از رادیوسری نیز، یکی از روشهای عملیات روانی ضدشورشگری آمریکاییها بود که به صورت موفقیت‌آمیزی از آن بهره گرفتند. به ادعای نیک‌گراس^(۱) (ترجمه الیاسی، ۱۳۸۲) در جنگ ویتنام، آمریکا برای ایجاد هفت شبکه رادیویی، مبلغی بالغ بر یک و نیم میلیون دلار هزینه کرد. اما چون نتوانستند از این فرستندهای رادیویی برای ارسال پیامهای آشکار استفاده کنند، از آنها به منزله ایستگاههای سری و سیاه بهره گرفتند. یکی از آن رادیوهای سری از یک هواپیمای ای.سی.۱۳۱ برای مردم و چریکهای ویتنام شمالی برنامه پخش می‌کرد.

صاحب‌نظرانی چون ساندلر (۱۹۹۸)، که به بررسی و تحلیل عملیات روانی

شورشگری و ضدشورشگری پرداخته است، عملیات روانی ضدشورشگری آمریکا در ویتنام را موفقیت‌آمیز می‌داند؛ زیرا، به باور او آن عملیات توانست اولاً: موجب تسلیم بیش از دویست هزار چریک شود؛ ثانیاً: شکست آمریکا را به تأخیر اندازد؛ و ثالثاً: از شکل‌گیری یک انسجام عمومی کامل در میان ویتنامی‌ها علیه آمریکا جلوگیری نماید. با وجود این، گرین (۱۹۷۴، ترجمه نهضت آزادی، ۱۳۵۶) بر این باور است که عملیات روانی شورشگری، اثربخش‌تر از عملیات روانی ضدشورشگری است. به اعتقاد او:

شورشگر در استفاده از هر نوع تبلیغاتی، از آزادی بیشتری برخوردار است. او می‌تواند در صورت لزوم دروغ بگوید، حقه بزند و مبالغه نماید. چون او نیازی به اثبات ادعای خویش ندارد. مردم پیرامون او بر اساس وعده‌ها و ادعاهایش قضاوت می‌کنند و نه بر اساس آنچه انجام می‌دهد. (ص ۳۰)

ساندلر تأکید می‌کند که شورشگر عملیات روانی خود را معطوف سه گروه می‌نماید: (۱) توده مردم؛ (۲) نیروهای شورشگر؛ (۳) نیروهای ضدشورشگر. به باور او، شورشگر در عملیات روانی خویش می‌کوشد تا اولاً: توده‌های مردم را برای حمایت از خویش برانگیزد؛ ثانیاً: از سوق یافتن آنان به اردوگاه ضدشورشگر جلوگیری نماید. چون، شورشگر از این عبارت مشهور و موجز مائو که «چریک همانند ماهی است در میان آب»، به‌خوبی آگاه است. او می‌داند که سلب حمایت مردمی، با مرگ سیاسی و حیات مبارزاتی او همراه است.

حسین حسینی (۱۳۷۷) بر اهمیت «مجاب‌سازی»^(۱) توده مردم در عملیات روانی شورشگری تأکید می‌ورزد. به باور او، «طرح آرمان» یکی از اثربخش‌ترین فنون عملیات روانی شورشگر، برای همراه ساختن توده‌های مردم با خود و برانگیختن آنان علیه نظم موجود، است. اما، او تأکید می‌کند که تنها آرمانی می‌تواند توده مردم را برای همراهی با شورشگران ترغیب کند، که دارای چندویژگی اساسی باشد. او برخی از آن ویژگیها را چنین برمی‌شمارد:

۱- توانایی حل معضلات اکثریت مخاطبان. «آرمان و مدینه فاضله ترسیم شده توسط شورشگر، باید پاسخگوی معضلاتی باشد که برای اکثریت جامعه اهمیت دارد. چه، آرمانهایی که فقط معضلات و منافع گروههای خاصی را مدنظر قرار می‌دهد، توان کشاندن توده‌های مردم به دنبال خود را ندارد.» (ص ۲۷۱)

- ۲- بیان ایده‌های مندرج در آرمان به زبانی ساده، و قابل هضم برای همگان،
- ۳- غیرقابل خشتی بودن،
- ۴- بادوام بودن،
- ۵- انعطاف‌پذیری.

عملیات روانی گروه‌های شورشگر به توده مردم محدود نمی‌شود، بلکه نیروهای خودی و نیروهای ضدشورشگر و در برخی شرایط، نیروهای شورشگر سازمانهای رقیب، را نیز دربرمی‌گیرد. CIA (۲۰۰۳) در کتاب راهنمای "عملیات روانی در جنگهای نامنظم"، برخی از روشهای عملیات روانی گروه‌های شورشگر برای نیروهای خودی را چنین فهرست کرده‌است:

۱- برگزاری جلسات توجیه ایدئولوژیک؛ سازمان سیا تأکید می‌کند که ایدئولوژی اساسی‌ترین عنصری است که اعمال ایدئویی، خشن و اغلب غیرانسانی نیروهای شورشگر را توجیه می‌کند و آنان را برای استمرار اقدامات به اصطلاح انقلابی برمی‌انگیزد.

۲- پویایی گروهی؛ CIA تأکید می‌کند که در جنگ چریکی و اقدامات شورشگرانه، هر یک از نیروها باید به یک "تبلیغاتچی ماهر"^(۱) تبدیل شود. برای این منظور گروه‌های شورشگر با استفاده از روشهای پویایی گروهی، می‌کوشند تا اولاً: دانش و آگاهی سیاسی اعضا را فزونی بخشند، ثانیاً: با تعاملات چندجانبه آنان را برای پی‌گیری و تحقق اهداف گروه به صورت مستمر، تحریک و تهییج نمایند. در دنیای معاصر گروه‌های شورشگر با بهره‌گیری از یافته‌های روان‌شناسی، دریافته‌اند که با پویایی گروهی، می‌توان آنچنان بر اعضا تأثیر گذاشت، که آنان جز به اهداف گروهی نیندیشند. به تعبیر تایلور^(۲) و دیگران (۲۰۰۱) در فرایند تعامل گروهی، بویژه گروه‌های شورشگر، بسیاری از اعضا هویت و شخصیت فردی خویش را از دست داده و به شخصیتی جدید دست می‌یابند. آنها این رخداد درون فردی را، نوعی "شستشوی مغزی"^(۳) می‌دانند. چون، اعضا بر اثر فشارهای ناشی از گروه (فشارهای هنجاری) بسیاری از ویژگیها، تمایلات، ترجیحات و نگرشهای خویش را به کناری می‌نهند، و سلاقت، گرایشات و جهت‌گیریهای خویش را با

1- Skilled propagandist

2- Tylor

3- brain washing

جهت‌گیریهای رهبران گروه، همسو می‌نمایند.

۳- گسترش سازمانهای جبهه‌ای؛ شورشگر برای جلوگیری از اثرات و خطرات ناشی از ریزش و افت نیرو، اغلب مبادرت به جذب و سازماندهی مخفی افراد و گروههایی نظیر وکلا، پزشکان، دانشجویان، دانش‌آموزان و مانند آن می‌نمایند. آشکار شدن رابطه شورشگر با این گروههای زیرزمینی، بیشتر به نفع آنان خواهد بود. چون، ترس و اضطراب ناشی از محاکمه و مجازات، آن افراد و گروههای مخفی را مجبور می‌سازد تا به صورت رسمی به جبهه شورشگر بپیوندند.

۴- هدایت‌گری دموکراتیک و حضور رهبران در صحنه؛ رهبران شورشگر برای افزایش روحیه و تعالی انگیزش اعضای خویش به اقداماتی نظیر تشکیل گروههای کوچک، تقسیم مسئولیتها، همراهی با نیروها به هنگام نبرد، استراحت و مانند آن مبادرت می‌نمایند.

۵- کمپینگ؛ اردو زدن یکی از روشهای مؤثر افزایش انگیزه جنگجویی و جلوگیری از تقلیل روحیه است. گروههای شورشگر با برپایی اردوها و تشکیل مستمر جلسات بحث و گفتگو، و اداره دموکراتیک کمپها، پشتکار و انگیزه خود را برای تحقق کامل اهداف آرمانی به نمایش می‌گذارند. پیترسون^(۱) (۱۹۹۳) بر این باور است که برگزاری اردو احساس اضطراب و ناامنی را در اردوگاه شورشگران تقلیل، روحیه رزمندگی را افزایش می‌دهد و روح همکاری و مشارکت گروهی را فزونی می‌بخشد.

۶- اقدام مثبت^(۲)؛ به باور نویسندگان کتاب راهنمای عملیات روانی سیا، اقدام مثبت از روشهایی است که هم موجب افزایش روحیه نیروهای شورشگر می‌شود، هم بر توده‌های مردم جهت پیوستن به شورشگران، یا حمایت از آنان، تأثیر می‌گذارد. منظور از کنش مثبت پایبندی رهبران، کادر و اعضای گروه شورشگر به اصل "زندگی کردن، خوردن، نوشیدن و کارکردن در کنار مردم" است. افزون بر آن، گروه شورشگر هر از چند گاهی، تعدادی از اعضای آموزش دیده خود را به میان گروههای مختلف مردم اعزام می‌دارد تا به آنان در زمینه‌های بهداشتی، درمانی و ایدئولوژیک آموزشهایی ارائه دهند و آنان را متقاعد سازند، که نیروهای شورشگر از آنها در برابر حملات و تجاوزات نظام حاکم حمایت خواهند نمود. پیترسون

معتقد است که این اقدامات روحیه نیروهای اعزامی شورشگران به میان مردم را مضاعف خواهد ساخت. افزون بر آن، کنش مثبت موجب شکل‌گیری احساس همدلی در میان توده‌های مردم، بویژه روستائیان، نسبت به اهداف شورشگران می‌شود. به تعبیر CIA (۲۰۰۳) «اگر شبه‌نظامیان بدین روش رفتار نمایند، بزودی مردم احساس می‌کنند که مورد احترام و تکریم هستند. به همین روی، تمایل و آمادگی ذهنی آنان برای پذیرش پیام شورشگران فزونی می‌یابد.» (ص ۲۳).

۷- ایجاد وحشت؛ گروه‌های شورشگر علاوه بر بهره‌گیری از هیجان مثبت و فنون و روش‌های ترغیبی برای استمرار فعالیت نیروهای خود، از ارعاب نیروهای "بریده" نیز ابایی ندارند. آنان در تبلیغات خویش هشدار می‌دهند که با شدیدترین و خشن‌ترین شکل ممکن، با نیروهای بریده و تسلیمی رفتار خواهند کرد. آنان حتی ممکن است با نمایش سرنوشت بدفرجام نیروهای تسلیمی، که توسط آنان به قتل رسیده‌اند، بر شدت ترس و وحشت بریده‌های احتمالی بیفزایند، و آنان را از ترک اردوگاه شورشگران بازدارند.

۸- رژه نظامی؛ رژه نظامی، حتی اگر تنها یک دسته در آن شرکت نمایند، هم بر روحیه شورشگران تأثیر می‌گذارد، هم بر توده‌های مردم. به تعبیر رهبر گروه شورشگر فیلیپینی *Huk*: «توده‌ها همواره با مشاهده نمایش قدرت به هیجان می‌آیند. آنان تحت تأثیر سلاح قرار می‌گیرند. اما، این تأثیر نه ناشی از احساس وحشت بلکه ناشی از احساس قدرت است». ابراز احساسات کردن توده‌های مردم در برابر رژه شبه‌نظامیان، شورشگران را در تعقیب اهداف خویش مصمم‌تر می‌سازد و در آنان، این احساس را پدید می‌آورد که «راهی را که برگزیده‌اند صحیح راه و روش ممکن است».

سومین آماج تبلیغات و عملیات روانی گروه‌های شورشگر، "نیروهای ضد شورشگر" است. شورشگر در عملیات روانی خویش، از هیچ تلاشی برای تخریب روحیه نیروهای ضدشورشگر دریغ نمی‌ورزد. در زیر پاره‌ای از این روشها مرور می‌شوند.

۱- نامگذاری؛ به تعبیر تایلور و دیگران (۲۰۰۱) نامگذاری و برچسب‌زنی، از جمله روش‌های شایع در تبلیغات تخریب‌گرا می‌باشد. به همین سبب، عوامل تبلیغاتی با بهره‌گیری از یافته‌های روان‌شناسی، واژگان و مفاهیمی را ابداع می‌کنند و رقبا

خود را با آنها معرفی می‌نمایند. این مفاهیم، بر اثر بار هیجانی و عاطفی شدیدی که از خود بر جای می‌گذارد، روحیه حریف را تضعیف و انگیزش او را تخریب می‌نماید. واژگانی نظیر "رژیم سرکوبگر"، "عمله جور"، "نظام استبدادی"، "اشغالگر" و "مزدور"، از مفاهیمی هستند، که شورشگران از آنها علیه نیروهای ضدشورشگر استفاده می‌کنند.

۲- برگزاری دادگاههای انقلابی؛ گروههای شورشگر اغلب پس از دستگیری برخی از کادرها و فرماندهان ضدشورشگر مبادرت به تشکیل دادگاههای مختلف برای محاکمه آنها می‌نمایند. آنگاه گزارش آن دادگاههای انقلابی را در میان اردوگاه ضدشورشگر نشر می‌دهند. به باور پیترسون (۱۹۹۳) این اقدام ممکن است برخی از عناصر ضدشورشگر را دچار وحشت سازد.

۳- اقدامات ایدایی؛ اقدامات ایدایی (نظیر ترور، آدم‌ربایی، بمب‌گذاری، هواپیمارمایی و ...) نیز از روشهایی است، که روحیه نیروهای ضدشورشگر را تخریب می‌نماید (گال^(۱)، ۱۹۹۱). اقدامات ایدایی این احساس را در ضدشورشگر پدید می‌آورد، که نیروهای شورشگر همه جا حضور دارند و ممکن است دست به هر اقدامی بزنند. به تعبیر حسینی (۱۳۷۷) اقدامات ایدایی «معمولاً به منظور نشان دادن قدرت نیروهای شورشگر و مرعوب کردن نیروهای مخالف دنبال می‌شود.» (ص ۲۷۶)

۴- تخریب و تحقیر شخصیت‌های مورد قبول ضدشورشگران؛ نیروهای شورشگر با افشای اطلاعات، مونتاز عکس، تصویر و فیلم و نامگذاریهای مختلف می‌کوشند تا اهمیت رهبران مورد قبول ضدشورشگران را تقلیل و شأن و منزلت معنوی آنان را کاهش دهند. (CIA، ۲۰۰۳)

نتیجه‌گیری از ادبیات موضوع

از آنچه گذشت، نتیجه می‌گیریم که شورشگر در عملیات روانی خویش می‌خواهد از یک سو توده‌های مردم را برای همکاری و همراهی با خویش برانگیزد، از سوی دیگر می‌کوشد تا از تضعیف روحیه نیروهای خویش جلوگیری کند. به علاوه با اجرای برخی شگردهای خاص، می‌کوشد تا نیروهای ضدشورشگر را هم از رویارویی باز دارد و روحیه آنان را تخریب نماید.

سؤالات اساسی

- این بررسی در پی آن است تا پاسخی برای سؤالات اساسی زیر بیابد:
- ۱- در بحران کردستان، گروههای ضدشورشگر از چه فنون و روشهای عملیات روانی استفاده کرده‌اند؟
 - ۲- گروههای شورشگر با بهره‌گیری از فنون و روشهای عملیات روانی، به چه موفقیتها دست یافته‌اند؟

روش

در این بررسی از ترکیب دو روش دلفی و کتابخانه‌ای استفاده شده‌است. برای این منظور بیست تن از صاحب‌نظران و کارشناسان فرهنگی و تبلیغاتی سپاه انتخاب و با استفاده از مصاحبه "نیمه ساختمند" نظرات آنان پیرامون روشهای مورد استفاده شورشگران استخراج شد. افزون بر آن، با مراجعه به اسناد، مدارک و منابع مکتوب شیوه‌های عملیات روانی گروههای شورشگر مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها

روشهای عملیات روانی گروههای شورشگر کردستان

در سطور زیر برای پاسخ به سؤال اساسی اول، روشهای عملیات روانی مورد استفاده گروههای عمده شورشگر در بحران کردستان مرور می‌شود.

۱- تحریک بدبینی مردم کرد به دولت مرکزی

بروین سن (ترجمه یونسی، ۱۳۷۸)، در تحلیلی جامع پیرامون "جامعه‌شناسی مردم کرد"، نشان داده‌است که در یکصد سال اخیر، کردها همواره نگرشی بدبینانه به دولت مرکزی خویش داشته‌اند. گروههای شورشگر با آگاهی از این "زمینه ذهنی" مردم، کمتر از چهل روز پس از پیروزی انقلاب اسلامی، با نشر شایعات مختلف، تبلیغات فراگیر، درصدد برآمدند و نامود کنند که پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران نیز «در به همان پاشنه سابق می‌چرخد» و حکومت جدید همچون حکومتهای گذشته، در پی "ظلم و ستم" به مردم‌گرد است. نمونه بارز چنین تبلیغی را می‌توان در نامه سرگشاده چریکهای فدایی خلق به رهبر کبیر انقلاب در نوروز ۱۳۵۸ دید. آن گروه، طی نامه سرگشاده‌ای به رهبر انقلاب، که در

مقیاس وسیع در سراسر مناطق کردنشین منتشر شد، او را به خاطر "تخلیه سیلوی سنندج و انتقال غله آن به سایر استانهای کشور" مورد سرزنش قرار داد. این ادعا، که بعدها کذب بودن آن آشکار شد، نگاه بدبینانه مردم گُرد به دولت مرکزی و رهبر کشور را بار دیگر فعال ساخت. چون، آنان شایعه‌منتشره توسط چریکهای فدایی را "واقعیت" تلقی کرده بودند. تأمل در محتوای آن نامه بروشنی نشان می‌دهد که تهیه‌کنندگان آن به چیزی جر "تهییج و تحریک مردم گُرد" نمی‌اندیشیده‌اند. برای مثال در بخشی از آن نامه، خطاب به رهبر انقلاب، چنین آمده بود «آیا خلق ستم‌دیده گُرد، که صدها سال زیر سلطه رژیمهای دیکتاتوری و مستبد زیسته‌اند، در نظام تحت رهبری شما نیز مستحق داشتن چند تن گندم نبودند، که دستور دادید سیلوی آنان تخلیه شود». این نامه درست در روز پیش از حمله به ژاندارمری سنندج و محاصره پادگان لشکر ۲۸ کردستان منتشر شد.

۲- خلق رهبر و انتساب ویژگیهای کاریزماتیک به او

هر گروه چریکی بدرستی می‌داند که با برخورداری از یک رهبر کاریزما آسانتر می‌تواند توده‌های مردم را با خود همراه و همگام سازد. به همین سبب، چند ماه پس از پیروزی انقلاب اسلامی گروههای مارکسیست و چپ (نظیر چریکهای فدایی و اتحادیه دهقانان، که چندماه بعد به کومله تغییر نام یافت) نامی را بر سر زبانها انداختند که تا پیش از آن، جز شهروندان مهابادی، کسی آن را نشنیده بود. شگفت آنکه گروههایی به تبلیغ و برجسته‌سازی نام و نقش "شیخ عزالدین حسینی" (امام جمعه مهاباد) پرداختند، که ایدئولوژی آرمانی آنان در مغایرت آشکار با ایدئولوژی دینی بود، که او هر جمعه در خطبه‌های نماز جمعه به تبلیغ و بازگویی آن می‌پرداخت. آنان برای رهایی خود از تعارض^(۱) و ناهماهنگی^(۲) جمله‌ای سرشار از تناقض را به شیخ عزالدین حسینی منتسب و با تکیه بر آن، او را "رهبر ملی کرد" نام نهادند (کومله، ۱۳۵۸). در آن عبارت‌گویی عزالدین حسینی اظهار داشته بود «در یک دست اسلام را و در دست دیگر کمونیسم را فراچنگ می‌زنم و از حقوق خلق دفاع می‌کنم».

کومله و سایر گروههای مارکسیست با قراردادن نام و تصویر عزالدین حسینی در کنار نام و پرتره کاوه آهنگر، شیخ محمود و قاضی محمد (نمادهای مورد احترام کردها) از هیچ تلاشی برای کاریزما ساختن او خودداری نمودند.

۳- معرفی آرمان

همان‌گونه که در ادبیات موضوع گفته شد آرمان، توده‌های مردم را برای حمایت از شورشگر برمی‌انگیزاند، و روحیه و انگیزش نیروهای شورشگر را برای استمرار مبارزه افزایش می‌دهد. گروههای شورشگر کردستان نیز از اهمیت طرح آرمان و تبلیغ فراگیر آن غفلت نمودند. آنان با طرح آرمان "خودمختاری" (خودمختاری برای کردستان و دمکراسی برای ایران) توده‌های کرد را برای حمایت از خویش برمی‌انگیزتند. همان‌گونه که پیداست، این آرمان واجد کلیه ویژگیهای مندرج در ادبیات موضوع (یعنی سادگی، غیرقابل ابطال، مورد علاقه مخاطبان و ...) است. از همین رو، زمانی که گروه دولتی مذاکره‌کننده با گروههای اصلی شورشگر سعی در تغییر آن آرمان به شعار "خودگردانی" نمود، جز با استقبال یکی از گروههای (حزب دمکرات) روبه‌رو نشد.

۴- سازمانهای جبهه‌ای

حزب دمکرات با تشکیل کمیته‌هایی نظیر "هیزی‌به‌رگیری"^۱ (نیروی مقاومت) (حزب دمکرات، ۱۳۵۹) و کومله با تشکیل "بنکه‌های شهری"^۲ (یک تشکیلات درون شهری که اغلب اعضای آن را نوجوانان و جوانان تشکیل می‌دادند) عملیات روانی وسیعی را برای "مردمی ساختن" شورش به عمل آوردند. اعضای برخی از این کمیته‌ها پس از آشکار شدن هویت آنان (بعد از پاکسازی شهرهای کردنشین) به گروههای شورشگر می‌پیوستند.

۵- نامگذاری و انگ‌زنی

گروههای شورشگر برای برحذر داشتن هواداران جمهوری اسلامی از پیوستن به نهادهای ضدشورشگر، از اسامی سخیف و واژگان تنفرانگیز بهره می‌گرفتند. واژه "جاش"^۳ یکی از اثرگذارترین آن واژه‌ها بود. آنان هواداران و حامیان نظام را "جاش" (واژه‌ای که برای اولین بار ملامصطفی بارزانی در سال ۱۹۶۶ از آن برای تحقیر جلال طالبانی، پس از جدایی او از حزب دمکرات و پیوستنش به صدام‌حسین، استفاده نمود) نامیدند. آنان، حتی محلاتی را که ساکنان آن هوادار نظام بودند "جاش‌آباد" نام نهادند.

۶- میتینگهای مستمر

مشهورترین میتینگی که گروههای شورشگر به هنگام حضور در شهرهای کردنشین تشکیل دادند، "میتینگ مسجد جامع سنندج" بود. در این میتینگ، که به بهانه اعتراض به

حضور پاسداران در باشگاه افسران سنندج برپا شده بود، نمایندگانی از تمامی شهرها و بخشها و حتی روستاهای کردستان حضور داشتند. به همین سبب، خبر آن در سراسر مناطق کردنشین به صورت مستمر پی‌گیری می‌شد. افزون بر آن، در هر شهر و قصبه‌ای گروههایی مسئول جمع‌آوری "یارمه‌تی"^۴ برای شرکت‌کنندگان در متینگ بودند. گویی قرار بود «جمهوری اسلامی با این میتینگها از پا درآید»!

۷- تشکیل دادگاههای انقلابی!

گروههای شورشگر برای ایجاد وحشت در هواداران نظام، هر از چند گاهی در هر شهر و روستایی تعدادی را دستگیر و آنان را در یک دادگاه علنی محاکمه و به مجازاتهای مختلف، نظیر شلاق زدن با ترکه! محکوم می‌نمودند.

۸- جوله

جوله (گشت سیاسی) یکی دیگر از روشهای تبلیغاتی و عملیات روانی گروههای شورشگر بود. در جوله افراد شورشگر به گروههای کوچکی تقسیم و به روستاها اعزام می‌شدند. وظیفه این گروهها "هدایت‌گری خلق"، "جذب نیرو"، "افشای رژیم"، "جمع‌آوری یارمه‌تی" و جز آن بود. به باور بسیاری از کارشناسان مسائل کردستان، گروههای شورشگر بسیاری از نیروهای خود را طی این جوله‌ها جذب می‌کردند.

۹- انسانیت‌زدایی

گروههای شورشگر اصلی‌ترین دشمن خود را "پاسدارها" می‌دانستند. به همین سبب، آنان را "افرادی خشن"، "ناجوانمرد" و "دشمن خلق کرد" معرفی می‌نمودند. برای مثال، در یکی از اعلامیه‌های کومله، پاسداران به عنوان جنایتکارانی معرفی شده‌اند که «حتی از تجاوز به مال و ناموس مردم دریغ نمی‌کنند». آنان، با مونتاز تصاویر مربوط به اعدام افراد بی‌گناه توسط خلخالی و پاسداران، می‌کوشیدند تا خشم و نفرت مردم کرد را علیه پاسداران برانگیزند.

۱۰- اقدامات ایزدایی

یکی از اقداماتی که در نیمه دوم سال ۱۳۵۸ به‌ناگاه اخبار مربوط به گروههای شورشگر کردستان را در صدر اخبار جهان قرار داد، ماجرای درگیری بین یک خلبان کرد

و دوتن دیگر از خلبانان در داخل کابین یک چرخبال بود. ماجرا از این قرار بود که یک خلبان کرد به هنگام اعزام به پادگان مریوان، درصدد ربودن چرخبال و بردن آن به عراق برمی آید. اقدام با مخالفت دو همراه او روبه‌رو می‌شود. به همین سبب، بین آنان درگیری و زدوخورد ایجاد می‌شود، که در اثر آن یکی از همراهان به دست افسر کرد کشته می‌شود. خلبان دیگر با شجاعت هلیکوپتر را به پادگان مریوان هدایت می‌کند و پس از نشستن چرخبال در مریوان افسر کرد بازداشت می‌شود. خبر این اتفاق بسرعت در مناطق کردنشین منتشر شد. گروههای شورشگر با تظاهراتهای مکرر، خواهان آزادی افسر کرد شدند. اما، درخواست آنان با مخالفت جمهوری اسلامی روبه‌رو شد و آن افسر مدتی بعد تیرباران گردید.

ترور کسانی همچون برادران نمکی و برادران شبلی و روحانیون انقلابی هوادار نظام نیز، از اقدامات ایذایی دیگری بود که گروههای شورشگر از آن برای ایجاد وحشت در میان مردم بهره می‌گرفتند.

۱۱- غیرمردمی معرفی کردن جمهوری اسلامی

گروههای شورشگر برای برانگیختن دهقانان، و اقشار کم‌درآمد کرد، در عملیات روانی خویش جمهوری اسلامی را "حامی ملاکین" و "خان‌ها" معرفی می‌نمودند. آنان در تأیید ادعای خویش از تعداد معدودی از خان‌های کردستان نام می‌بردند، که از ترس به جمهوری اسلامی پناه برده بودند.

۱۲- بزرگ‌نمایی و اسطوره‌سازی

گروههای شورشگر با قراردادن نام قارنا (روستایی در آذربایجان غربی که تعدادی از ساکنان آنان طی درگیری به قتل رسیدند) در کنار نام "کفرقاسم" و "دیرباسین" فلسطین و "می‌لای" ویتنام، عملیات روانی گسترده‌ای را علیه نظام و نیروهای سپاه پاسداران راه انداختند. آنان با این اقدام می‌خواستند نام جمهوری اسلامی را در کنار رژیم صهیونیستی اسرائیل، و آمریکا قرار دهند و اقدام جمهوری اسلامی در کردستان را همانند مداخله آمریکا در ویتنام، نوعی تجاوز و اشغال معرفی نمایند.

۱۳- قهرمان‌سازی

شورشگر با قهرمان‌سازی، می‌تواند در نیروهای خود ایجاد انگیزش و روحیه نماید.

به همین سبب، گروه‌های شورشگر با چاپ هزاران تصویر از کسانی همچون فواد مصطفی سلطانی و حسین کریمی، دو تن از کشته‌شدگان کومله، تلاش کردند تا آنان را به عنوان "فهرمانان نامی خلق کرد" معرفی نمایند و "خلق کرد" را به "ادامه راه آنان" ترغیب کنند. آنان، حتی خانواده‌هایی را که نام نوزادان خود را "فواد" می‌گذاشتند مورد تشویق قرار می‌دادند. حزب دمکرات نیز با تبلیغ نام "دکتر" (اصطلاحی که از آن برای معرفی دکتر عبدالرحمان قاسملو، دبیرکل حزب، استفاده می‌شد) در پی "بت‌سازی" از قاسملو بود (این اقدام تبلیغی پس از کشته شدن قاسملو شتاب بیشتری یافت).

۱۴- القای وجود اختلاف بین سپاه و ارتش

گروه‌های شورشگر در عملیات روانی خویش، بویژه در سالهای آغازین شورش، ارتش را "برادر" و سپاه را "دشمن" معرفی می‌کردند (ارتش برادر ماست، سپاه دشمن ماست). آنان، با این اقدام تبلیغی در پی آن بودند، تا ارتشیان را از حمله علیه خود برحذر دارند، و آنان را علیه سپاه پاسداران بشورانند. آنان، حتی با اعتراض به حضور پاسداران در باشگاه افسران سنندج، خواهان استقرار ارتش به جای سپاه بودند. اما، گروه‌های شورشگر با حمله به ستون عظیم ارتش در جاده کمربندی سنندج، در نوروز ۱۳۵۹، نشان دادند که شعار آنان تاکتیکی بیش نبوده‌است.

۱۵- برپایی تحصن خیابانی

زمانی که جمهوری اسلامی در صدد برآمد تا با اعزام یک ستون عظیم ارتش به مرزهای غربی، زمینه را برای پاکسازی کردستان فراهم سازد، گروه‌های شورشگر هزاران دختر و پسر نوجوان را به خیابانهای ورودی سنندج کشانده و با برپایی تحصن خیابانی، مانع از عبور آن از خیابان اصلی شهر شدند (این ستون ناگزیر برای چندروز در معبر ورودی شهر سنندج از حرکت باز ایستاد و چند روز بعد، به هنگام عبور از کمربندی سنندج، مورد حمله شدید گروه‌های شورشگر قرار گرفت).

۱۶- تبلیغات رادیویی

دو گروه اصلی شورشگر، کومله و دمکرات، با تأسیس دو ایستگاه رادیویی و پخش برنامه به زبانهای کردی و فارسی، سناریوی عملیات روانی خویش را تکمیل نمودند.

آنان در دو ایستگاه رادیویی خود روزانه چند ساعت برنامه برای مخاطبان گُرد، و غیرگُرد، پخش می نمودند (فعالیت رادیو دموکرات همچنان ادامه دارد).

۱۷- روشن کردن آتش در ارتفاعات

گروههای شورشگر تا چندی پیش، هر ساله در ایام ویژه به روشن کردن آتش بر فراز قله‌های بلند مشرف بر شهرها و مناطق روستایی کردستان مبادرت می کردند. آنان با این اقدام می کوشیدند نشان دهند که «هنوز به فعالیت خویش ادامه می دهند».

۱۸- برخورد گزینشی با اسرا

کومله و دمکرات با اسرا برخورد گزینشی می نمودند. آنان اغلب، سربازان وظیفه و ارتشیان دارای درجات پایین را در برابر دریافت مبالغی پول آزاد می کردند، تا به خانواده‌های آنان نشان دهند که با مردم ایران سرجنگ ندارند. اما، پاسداران و نیروهای بومی (پیشمرگه‌های مسلمان) را پس از شکنجه‌های شدید، به قتل می رساندند تا آنان را از ادامه حمله به خود باز دارند.

۱۹- راه اندازی سایت اینترنتی

آخرین روش تبلیغی و عملیات روانی گروههای شورشگر، راه اندازی سایتهای اینترنتی است. آنها اینک در سایتهای خود، گرچه به روز نیست، پیامها، بیانیه‌ها، زندگینامه‌های کشته شدگان و درسهای ایدئولوژیک ارائه می دهند.

میزان اثربخشی عملیات روانی شورشگری

برای داوری در ارتباط با اثربخشی عملیات روانی شورشگران کردستان و پاسخگویی به سؤال اساسی دوم، باید دوره حیات گروههای شورشگر را به دو مرحله تقسیم کرد:

- ۱- دوره حضور در شهرها، بخشها و روستاهای مهم و پر جمعیت؛
- ۲- دوره رانده شدن به روستاها و مناطق دور افتاده.

شواهد موجود بیانگر اثربخشی عملیات روانی شورشگران در دوره اول و ناکامی در دوره دوم است. در تأیید ادعای مربوط به اثربخشی عملیات روانی شورشگران در دوره

اول می توان شواهد زیر را فهرست کرد :

۱- جذب هزاران تن از اقشار مختلف کرد بویژه جوانان

گروههای شورشگری طی دو تا سه سال اول فعالیت خویش، با تبلیغات و عملیات روانی فراگیر توانستند هزاران نفر را تحت عنوان "پیشمرگ" (واژه‌ای حماسی و دارای بار هیجانی مثبت) جذب نمایند.

۲- جلب هواداری درصد بالایی از شهروندان و روستائیان

گرچه شورشگران به دلایل مختلف هرگز نتوانستند اکثریت مردم کرد را با خود همراه سازند، اما با عملیات روانی توانستند درصد قابل توجهی از شهرنشینان و روستائیان، بویژه اقشار کم‌درآمد یا بیکار، را با خود همراه سازند. حضور هزاران تن از اقشار سنین پایین در تظاهرات، تحصن‌ها، میتینگ‌ها، بنک‌ها و ... گواهی در تأیید این ادعا است.

۳- ایجاد گفتمانی جدید در مردم کرد

گروههای شورشگر توانستند گفتمان جدیدی را میان مردم کرد پیرامون خودمختاری، زبان کردی، آزادی، واگرایی و جز آن پدید آورند. هنوز رسوبات این گفتمان را می توان در میان برخی اقشار کرد مشاهده نمود.

۴- جلب مخاطبان رادیویی

شواهد و مشاهدات بیانگر آن است که گروههای شورشگر، توانسته‌اند هزاران تن از مردم کرد را برای گوش دادن به برنامه‌های رادیویی خود متقاعد سازند. اما، شواهد موجود بیانگر ناکارآمدی عملیات روانی شورشگران در دوره دوم حیات آن گروهها بوده است. در زیر پاره‌ای از شواهد مربوط به این ادعا مرور می شود :

(۱) افزایش روزافزون تعداد تسلیمی‌ها؛

(۲) انشعاب در گروههای اصلی شورشگر (دمکرات در کنگره چهارم دچار انشعاب شد. چریکهای فدایی نیز به دو گروه اقلیت و اکثریت منشعب شدند، سپاه رزگاری

در عمل عملاً به طور کامل منحل شد، کومله نیز به دو گروه انشعاب یافت)؛

(۳) کاهش تعداد مخاطبان برنامه‌های رادیویی؛

- ۴) کاهش تعداد جذب نیرو؛
- ۵) شدت گرفتن درگیریهای درون گروهی و سپس گروهی، بویژه درگیریهای بین کومله و دمکرات که موجب کشته شدن صدها تن از آنان شد؛
- ۶) شرکت گسترده مردم کرد در فرایندهای سیاسی موافق جمهوری اسلامی (نظیر انتخابات، راهپیماییها و ...) علی‌رغم تبلیغات گسترده گروههای شورشگر، برای بازداري مردم از انجام این‌گونه اقدامات؛
- ۷) افزایش روزافزون تعداد پیشمرگه‌های مسلمان و پاسداران کرد؛
- ۸) همکاری گسترده گروههای مختلف کرد، برای همکاری با سازمانهای اطلاعاتی و فرهنگی نظام.

خلاصه و نتیجه‌گیری

- نتیجه‌گیری و تحلیل نهایی داده‌های پژوهشی گردآمده در این نوشتار می‌توان نکات زیر را برجسته ساخت:
- ۱- جنگ شورشگری در اساس یک جنگ سیاسی است، که عملیات روانی نیرومندترین ابزار و روش آن است؛
 - ۲- گرچه عملیات روانی شورشگری دارای سه آماج اصلی است (مردم، نیروهای خودی و نیروهای ضدشورشگر)، اما بخش عمده فعالیت‌های تبلیغاتی شورشگر معطوف به مردم است؛
 - ۳- شورشگر تنها زمانی می‌تواند از اثربخشی عملیات روانی خویش اطمینان حاصل کند، که "موقع‌شناسی"، "مخاطب‌شناسی"، "طرح دقیق و بموقع آرمان" و مانند آن را ملحوظ دارد؛
 - ۴- گروههای شورشگری طی یک دهه بحران در کردستان، از فنون و روشهای متعدد عملیات روانی بهره گرفتند. آنان در عملیات روانی خویش از ابزارهای ابتدایی بهره گرفتند، اما به موفقیت‌هایی دست یافتند؛
 - ۵- عملیات روانی گروههای شورشگر کردستان در سالهای آغازین حیات آن گروهها به نسبت اثربخش بود، اما پس از رانده شدن آنها به مناطق دورافتاده و حضور فراگیر نیروهای نظام در مناطق کردنشین، از اثربخشی عملیات روانی شورشگری به شدت کاسته شد؛

۶- ناکامی عملیات روانی شورشگران را در نیمه دوم حیات و حضور آنان در کردستان تا حدود زیادی می‌توان به اقدامات روانی، فرهنگی، نظامی و مردم‌یاری سپاه، و سایر نیروهای ضدشورشگر نسبت داد. شواهد مربوط به این ادعا را باید در نوشتاری دیگر پی گرفت.

پیشنهادات

بدیهی است که کشف ابعاد یک موضوع؛ نظیر شناسایی فنون، روشها و اقدامات عملیات روانی گروههای شورشگر در بحران کردستان، مستلزم انجام پژوهشهای فراگیر، مستمر و نظام‌مند است. از این‌رو، نگارنده بر این باور است که در این نوشتار تنها توانسته‌است برخی از روشها و فنون را شناسایی نماید. زیرا از یک سو با محدودیت زمانی و از سوی دیگر با محدودیت دستیابی به منابع روبه‌رو بوده‌است. بویژه، علی‌رغم تلاش زیاد نتوانسته‌است به برخی منابع، که در زمره منابع طبقه‌بندی شده جای می‌گیرند، دست یابد. اما، امیدواریم که این نوشتار سرآغازی برای انجام پژوهشهای فراگیر در ارتباط با این موضوع باشد. البته با توجه به تنوع سطوح و سوبه‌های موضوعی این بازه پژوهشی و ضرورت‌های نظری و عینی شناخت و بررسی آن، نگارنده در تحقیقی مستقل "مردم‌یاری فرهنگی در کردستان" را مورد تحلیل و بررسی قرار داده‌است که امیدواریم به زودی انتشار یابد.

یادداشت‌ها

۱- هیزی به‌رگیری؛ حزب دمکرات در سال ۱۳۵۹ (بویژه پس از کنگره چهارم حزب که در آن تعدادی از کادرهای مرکزی نظیر غنی بلوریان از حزب جدا شده و به حزب توده پیوستند) به این نتیجه رسید که تنها در صورتی قادر به استمرار اقدامات شورشگرانه خود است، که توده‌های مردم را به حزب جذب نماید. به همین سبب به تشکیل یک هسته مردمی موسوم به هیزی‌به‌رگیری (نیروی مقاومت) مبادرت نمود. اکثر اعضای این نیرو را افراد دارای سنین بالاتر از سی سال تشکیل می‌دادند.

۲- بنکه. کومله اندکی پس از تصرف شهرهای مناطق کردنشین برای جذب نوجوانان و جوانان در هر محله شهری، کانونی تحت عنوان بنکه ایجاد کرد. در این بنکه‌ها هواداران در

کلاسهای مختلف فرهنگی، آموزشی و حتی نظامی شرکت می‌کردند. اختلاط دختران و پسران نوجوان در این بنک‌های اعتراض برخی خانواده‌های مذهبی را برانگیخته بود. با وجود این، بسیاری از کنشهای جمعی تحت حمایت کومله توسط اعضای این بنک‌ها صورت می‌گرفت.

۳- جاش؛ کمتر واژه‌ای همانند واژه جاش توانسته است بر روحیه نیروهای وفادار به نظام تأثیر منفی برجای گذارد. این واژه، که اولین بار در دهه ۶۰ میلادی از سوی ملامصطفی بارزانی به یکی از کادرهای اخراج شده حزب دمکرات عراق (یارتی)، جلال طالبانی، نسبت داده شده بود، دارای دو معنی عامیانه و روشنفکرانه است. معنی عامیانه آن "کره‌خر" و معنی روشنفکرانه آن "مزدور دولتی" است. نظام برای کاهش اثرات این واژه، از یک سو نیروهای بومی مسلح هوادار خود را "پیشمرگه مسلمان" نام نهاد، و از سوی دیگر، نیروهای شورشگر را "چه‌ته" (دزد سرگردنه) که در زبان کردی واژه‌ای بسیار منفی است نامگذاری کرد.

۴- یارمه‌تی؛ منظور از یارمه‌تی کمکهای مردمی است. این اصطلاح از سال ۵۹ به بعد در مناطق تحت نفوذ گروههای شورشگر رواج یافت. آنان با استفاده از این واژه در پی مردمی ساختن شورش بودند.

منابع فارسی

- ۱- الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۲). "عملیات روانی در بحرانهای شهری". *نشریه بسیج*، شماره ۱۸ و ۱۸.
- ۲- الیاسی، محمدحسین، مترجم (۱۳۸۲)، "جنگ روانی رادیویی"، نوشته نیک گراس، *نشریه عملیات روانی*، شماره ۱.
- ۳- حزب دمکرات کردستان (۱۳۵۹). *ما چه می‌گوییم؟* ناشر: نامشخص.
- ۴- حسینی، حسین (۱۳۷۷). "عملیات روانی در جنگهای شورشگری". درج شده در کتاب *مجموعه مقالات همایش جنگ روانی*. تهران: دانشگاه امام حسین (ع)، پژوهشکده علوم دفاعی.
- ۵- سازمان زحمتکشان کردستان ایران (کومله) (۱۳۵۸). *نشریه شورش*، شماره ۱ و ۲.
- ۶- نهضت آزادی ایران (۱۳۵۶). *شورشگری*. تهران: ناشر؟
- ۷- یونسی، ابراهیم، مترجم (۱۳۷۸). *جامعه‌شناسی مردم‌کرد*. نوشته وان برویین سن.

تهران: نشر پائیز.

English References

- 8- Atkinson, R. et al. (1998). **Introduction to Psychology** New York : McGraw-Hill.
- 9- Baldwin, S. (1989). **On Political War**. Washington : National Defense University Press.
- 10- CIA (2003). "Psychological Operations in Gurilla War". **www.psy.op**
- 11- Glazer, L. (2003). **Gurilla War**. **www.psy.society**
- 12- Gringor, L. M. (1980). **Kurdish in IRAN and IRAQ**. NewYork: McGraw-Hill.
- 13- Harris, W. (1996). *The Basic Concepts of Psychological Warfare*. **The Journal of Social Psychology** 19, 118-131.
- 14- Stark, R. (1991). **Nationalism and Kurdish**. Cambridge University Press.
- 15- Sandler, L. (1998). "History of Psychological Warfare". **www.psy.op**
- 16- Tylor, M. et al. (2001). **Social Psychology** New York : McGraw-Hill.