

## دستکاری افراطی ذهن "ابزار تبلیغات سیاسی"

### شهره شهسواری فرد

استادیار، دانشکده حقوق - علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان، کرمان، ایران

#### چکیده

با توسعه وسایل ارتباطی و از میان رفتن مرزهای جغرافیایی فصل جدیدی در زندگی بشر به وجود آمده است؛ که برتری‌های حاصل در تمام عرصه‌های سیاسی، اقتصادی و نظامی، «نه» با فاکتورهای دیروز و «نه» با تسلیحات پیشرفته نظامی امروز، بلکه با قدرت تبلیغات به دست می‌آید. در این راستا نگارنده درصدد است با نگاهی توصیفی-تحلیلی ضمن اشاره به مفهوم «تبلیغات سیاسی» و منفک ساختن آن از دیگر انواع تبلیغات، به بررسی سیر «دستکاری افراطی ذهن» به‌عنوان نمونه بحث‌برانگیز بپردازد. شواهد گویای آن است که «تبلیغات سیاسی» از آنجایی که به‌صورت یک علم در آمده است دارای فرضیه‌ها اصول و قوانین خاص خویش است. در نتیجه شخص یا رسانه‌ای که بتواند آن را در راه هدف‌هایش بهتر پیاده کند گوی سبقت را خواهد ربود. نفوذ سیاسی در نگرش‌ها به استعداد ویژه نیاز دارد که به روشنی دریابد که مخاطب «به چه چیزی نیاز دارد» «به چه چیزی می‌اندیشد» و «چه واکنشی نشان می‌دهد».

**واژه‌های کلیدی:** تبلیغات سیاسی، کنترل افراطی ذهن، ایزوله شدن، دستبند طلایی، روش‌های تبلیغات

مطالعات آینده پژوهی و سیاستگذاری

دوره ۶، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صفحات ۲۸-۴۰